

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketoiminnan logistiikka

2024

Miro Häyrinen

Osakeyhtiön perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman rakentaminen

– Arkisto Official Oy



TURKU AMK

TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Opinnäytetyö (AMK) | tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketoiminnan logistiikka

2024 | 54 sivua

Miro Häyrinen

Osakeyhtiön perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman rakentaminen

- Arkisto Official Oy

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja toteuttaa yrityksen perustamiseen liittyviä prosesseja. Tarkoituksena opinnäytetyöllä on toimia teoreettisena runkona yrityksen perustamisen tukena. Lisäksi opinnäytetyössä perustetaan osakeyhtiö, jolle liiketoimintasuunnitelma rakennetaan. Tavoitteena liiketoimintasuunnitelmalla on tuoda tukea yrityksen liiketoiminnan käynnistämiseen.

Opinnäytetyö perustuu kvalitatiiviseen tutkimukseen, joka sisältää toiminnallisen vaiheen. Toiminnallisessa vaiheessa perustetaan osakeyhtiö, jolle rakennetaan liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö sai alkunsa keskustelusta, jossa yhteinen kiinnostus yrityksen perustamista kohtaan nousi pintaan. Keskustelun tuloksena oli päätös siitä, että osakeyhtiö perustetaan, mutta prosessista ei oltu tarpeeksi tietoisia, jonka ansiosta aihe valikoitui. Opinnäytetyön tutkimuksen tuella on perustettu Arkisto Official Oy, jolle rakensin myös liiketoimintasuunnitelman.

Asiasanat:

Liiketoimintasuunnitelma, Arkisto Official Oy, Osakeyhtiö

Bachelor's / Master's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business logistics

2024 | 54 pages

Miro Häyrinen

The establishment of a joint stock company and construction of a business plan

- Arkisto Official Oy

The purpose of this thesis is to study the processes of creating a joint stock company and a business plan. The purpose of the study is to serve as a theoretical base for the processes mentioned. This thesis follows qualitative research as its main research method, but a functional phase is also included. In the functional phase a joint stock company is created for which a business plan is built.

The goal of this thesis is to create a business plan and a joint stock company, but also to create a theoretical framework which can be utilized in similar processes unrelated to this thesis. The goal of the functional phase is to create value for the joint stock company through the business plan. This thesis is the product of a conversation, where a common interest towards starting a business was discussed. In this conversation a decision was made to go through with the plan, and this thesis was created in the process of creating a joint stock company.

Keywords:

Business plan, Arkisto Official Oy, Joint stock company

Sisältö

Käytetyt lyhenteet ja sanasto	7
1 Johdanto	8
2 Yhtiömuodot	9
2.1 Osakeyhtiö	9
2.2 Kommandiittiyhtiö	11
2.3 Osuuskunta	13
2.4 Yksityinen elinkeinoharjoittaja (Tmi)	14
2.5 Avoin yhtiö	16
2.6 Osakeyhtiön perustamistoimet	17
3 Liiketoimintasuunnitelma	22
3.1 Liikeidea	22
3.2 Markkina-analyysi	24
3.3 SWOT-Analyysi	26
3.4 Rahoitus	28
3.5 Markkinointi	30
3.6 Talous	35
3.7 Kirjanpito	39
3.8 Muut	41
4 Toteutus	44
4.1 Osakeyhtiön perustaminen	44
4.2 liiketoimintasuunnitelman rakentaminen	45
5 Arkisto Oy:n liiketoimintasuunnitelma	48
6 Yhteenveto	49
Lähteet	51

Liitteet

Liite 1. Arkisto Official Oy liiketoimintasuunnitelma

Kuvat

Kuva 1: Liikeidean rakenne (Holopainen 2023, 13).	23
Kuva 2: Suomen Riskienhallintayhdistys SWOT-lomake (PK-RH.fi n.d)	27
Kuva 3. Karkea esimerkki yrityksen kassabudjetista (Hesso 2013, kuva 25, 161).	37
Kuva 4. Katetuottohinnoittelun kaava (Osaavayrittaja.fi n.d)	39
Kuva 5. Riski matriisi esimerkki (Riskstorming.com)	43

Taulukot

Taulukko 1: Tuloslaskelma (Karjalainen Lasse 2013, Taulukko 2.2, 17).	36
Taulukko 2. Kirjanpitolautakunnan yleisohjeen epäsuoran rahoituslaskelman malli (Niskanen & Niskanen 2014, 71, taulukko 3.8).	38
Taulukko 3. Tase (Karjalainen 2013 taulukko 3.1, 38).	41

Käytetyt lyhenteet ja sanasto

LTS	Liiketoimintasuunnitelma
Tmi	Toiminimi
Oy	Osakeyhtiö

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan yrityksen perustamisprosessia yhtiömuotojen, käytännön perustamistoimien ja liiketoimintasuunnitelman rakentamisen näkökulmasta. Tarve opinnäytetyölle on lähtöisin yritystoiminnassa mukana olevien henkilöiden yhteisestä kiinnostuksesta yrityksen perustamista kohtaan. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys antaa kattavan kuvauksen yrityksen perustamista koskevista aiheista. Opinnäytetyön rakenne seuraa kuitenkin tapauskohtaisesti opinnäytetyössä perustetun osakeyhtiön tarpeita.

Opinnäytetyö on toteutettu kvalitatiivisena tutkimuksena, ja se sisältää toiminnallisen vaiheen. Toiminnallinen vaihe koostuu osakeyhtiön perustamisesta ja liiketoimintasuunnitelman rakentamisesta. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on: Miten perustetaan yritys ja aloitetaan liiketoiminta? Tutkimuskysymys on lähtöisin siitä, kun yrityksen kaksi muuta toimihenkilöä lähestyivät minua ajatuksella yrityksen perustamisesta, joka ei aiheena ollut entuudestaan hyvin ymmärretty.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa opinnäytetyössä perustetulle osakeyhtiölle hyvä pohja liiketoiminnan harjoittamisen aloittamiselle. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esiin teoreettinen runko koskien yhtiömuodon valintaa, osakeyhtiön perustamista ja liiketoimintasuunnitelmaa, jota voidaan hyödyntää muissakin tapauksissa, kuin opinnäytetyössä perustetun osakeyhtiön tapauksessa.

Yrittäjyys on ollut henkilökohtaisesti aina kiinnostava aihe, mutta aiheeseen liittyvä epätietoisuus on toiminut kynnyksenä sen aloittamiseen. Opinnäytetyö tarjoaa tilaisuuden syventää ymmärrystä yritystoiminnasta ja tuo mukanaan uusia haasteita. Aihe vastaa liiketalouslinjan opintoja, jonka myötä opittavaksi on tullut entuudestaan henkilökohtaisesti hatarasti ymmärrettyjä aiheita.

2 Yhtiömuodot

Tässä kappaleessa käydään läpi Suomessa kaikki mahdolliset yhtiömuodot, sekä niiden ominaisuudet ja niiden vaikutukset yritystoimintaan. Yhtiömuotojen peruseriaatteet perustuvat aina lakiin, joten teksti on pitkälti lain tulkitsemista yhtiöiden oikeuksien ja velvoitteiden suhteen. Konkreettista ohjetta yhtiömuodon valintaan ei tässä opinnäytetyössä ole, koska yhtiömuodon valinta on yritystä perustavan tai perustavien henkilökohtainen päätös. Tämä opinnäytetyö tarjoaa kuitenkin yhtiömuotojen perusteorian, joka voi tukea sopivan yhtiömuodon valintaa.

2.1 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö on Suomen yleisin yhtiömuoto. Suosionsa osakeyhtiö on saanut sen uskottavuudesta, suotuisasta verotuksesta ja kasvupotentiaalista. Suosioon vaikuttaa myös yhtiömuodon yhteensopivuus pysyvän ja kasvua tavoittelevan yritystoiminnan kanssa. Yhtiömuotona se sopii kuitenkin myös pienikokoisille yrityksille. Lisäksi osakeyhtiö on verrattain turvallinen yritysmuoto, koska yhtiön osakkaat eivät vastaa yhtiön taloudesta henkilökohtaisesti muuten, kuin osakkeisiin sijoittamallaan pääomalla. (OP.fi 2024).

Osakeyhtiön toimielimet koostuvat hallituksesta, toimitusjohtajasta, hallintoneuvostosta ja yhtiökokouksesta. Hallitus ja yhtiökokous ovat pakollisia toimielimiä toisin kuin toimitusjohtaja ja hallintoneuvosto. Osakeyhtiö koostuu osakkeista, joiden mukaan yhtiön omistus jakaantuu. Osakkeet tuottavat osakkeenomistajalle äänioikeuden yhtiökokouksessa. Osakkeilla voidaan käydä kauppaa pörssissä, jos osakeyhtiö on julkinen ja listautunut pörssiin. Yksityisen osakeyhtiön osakkeilla ei voida käydä kauppaa pörssissä, mutta yksityinen osakeyhtiö on mahdollista muuttaa julkiseksi. Osakkeiden määrä voidaan määrittellä itse yhtiötä perustaessa ja niiden arvo määräytyy sijoitetun osakepääoman mukaan, jonka minimi rahamäärä perustaessa on 80 000 €. Osakepääomaa ei tarvitse maksaa, jos osakeyhtiö on yksityinen.

Osakeyhtiölain mukaan osakeyhtiö on erillinen oikeushenkilö, jonka perusteella osakeyhtiö voi tehdä sopimuksia, olla velkaa ja omistaa asioita. (Yrita.fi 2023; Holopainen Tuulikki 2023, 32–33).

Osakeyhtiön hallitus koostuu vähintään 3 varsinaisesta jäsenestä, mutta tilanteessa, jossa hallitus koostuu alle kolmesta varsinaisesta jäsenestä, on hallitukselle valittava varajäsen. Hallituksen jäsenet valitaan vaaleilla. Puheenjohtajan vaaleissa äänien mennessä tasan, päätetään puheenjohtajasta arvalla. Hallituksen pääasiallisiin tehtäviin kuuluu yhtiön hallinto, toiminnan asianmukainen järjestely sekä kirjanpidon ja varainvalvonnan asianmukainen järjestely. Hallituksen päätöksenteko perustuu äänestykseen, jossa enemmistön mielipide ratkaisee päätöksestä. Hallituksen päätösvalta on voimassa, kun paikalla asioista päättämässä on yli puolet hallituksen jäsenistä, jollei yhtiöjärjestyksessä vaadita suurempaa määrää läsnäololle. Hallituksen kokousten järjestäminen on puheenjohtajan vastuulla ja hallituksen kokouksesta on laadittava pöytäkirja, jonka allekirjoittaa puheenjohtaja ja vähintään yksi hallituksen valitsema jäsen. (Osakeyhtiölaki 21.07.2006/624 6: 1–14 §)

Yhtiökokouksessa osakkeenomistajat käyttävät osakkeista saamaansa päätösvaltaa. Yksi osake antaa yhden äänen ja yhtiökokouksessa asioista päätetään annettujen äänien enemmistön perusteella. Yhtiökokouksessa päätetään osakeyhtiölain määräämistä asioista ja se on pidettävä kuuden kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Yhtiökokouksessa päätetään mm. Tilinpäätöksen vahvistamisesta, taseen osoittaman voiton käyttämisestä, hallituksen jäsenten, hallintoneuvoston jäsenten ja toimitusjohtajan vastuuvapaudesta, hallituksen jäsenten, hallintoneuvoston ja tilintarkastajan valitsemisesta ja muista yhtiöjärjestyksessä määräytyistä asioista. (Töllä Jari 2006, 139; Holopainen 2016, 31–32;).

Osakeyhtiön rajoitetulla vastuulla tarkoitetaan pääomaa yritykseen sijoittaneiden osakkaiden taloudellisen vastuun rajautumista vain omaan sijoitettuun pääomaan. Rajoitettu vastuu käsittää kaikki yhtiön osakkeiden omistajat. Toisin sanoen rajoitettu vastuu tarkoittaa siis sitä, että osakkaat vastaavat yrityksen sitoumuksista ja velvoitteista ainoastaan sijoittamallaan

pääomalla ja kantavat riskin pääoman menettämisestä esimerkiksi konkurssin tapahtuessa. Osakkaat voivat kuitenkin vastata yrityksen sitoumuksista ja velvoitteista sopimusperusteisesti. Esimerkiksi sopimusperusteinen vastuu voi esiintyä tilanteessa, jossa yhtiötä rahoittava taho vaatii osakkeenomistajan sitoumusta velan vakuudeksi. Rajoitettu vastuu tekee osakeyhtiöstä yrittäjälle turvallisen vaihtoehdon, koska vastuu yrityksen taloudesta kuuluu yritykselle, ei yrittäjälle. (Villa Seppo 2023, 238).

Osakeyhtiötä voi edustaa hallitus, toimitusjohtaja tai muut yhtiöjärjestyksessä määrätyt edustusoikeutetut. Pääasiallisesti osakeyhtiön edustaminen on osakeyhtiölain mukaan kuitenkin hallituksen tehtävä. Hallitus huolehtii yhtiön hallinnosta ja sen toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. Myös kirjanpidon ja varainhoidon valvonta ja asianmukainen järjestely on hallituksen tehtäviä. Jos osakeyhtiölle nimitetään toimitusjohtaja, on hänelläkin oikeus edustaa yhtiötä hallituksen antamien ohjeiden ja määräysten mukaisesti. Toimitusjohtajalla on myös oikeus olla läsnä hallituksen kokouksessa ja käyttää siellä puhevaltaansa, vaikka toimitusjohtaja ei olisikaan hallituksen jäsen. (Holopainen 2016, 33–34).

2.2 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiö on henkilöyhtiö, jossa on yksi vastuunalainen yhtiömies ja yksi äänetön yhtiömies. Avoimen yhtiön ja kommandiittiyhtiön laki määrää kommandiittiyhtiön yhtiömiesten vähimmäismääräksi kaksi. Lain mukaan on kommandiittiyhtiön toimintaa mahdollista harjoittaa yhden miehen yhtiönä vuoden ajan, jos yhtiömiesten määrä on äkillisesti laskenut yhteen, eikä määrä vuoden kuluessa ole noussut takaisin kahteen. Vastuunalaisia ja äänettämiä yhtiömiehiä voi kuitenkin olla useampia. Äänettömän ja vastuunalaisen yhtiömiehen ero on siinä, että vastuunalainen yhtiömies on vastuussa yhtiön taloudesta koko omalla omaisuudellaan, kun taas äänetön yhtiömies vain sijoittamallaan pääomalla. Kommandiittiyhtiö sopii parhaiten pieni- ja keskikokoisille yrityksille, joiden toiminta ei vaadi suurta omaa tai vierasta

pääomaa, koska kommandiittiyhtiön vastuunalainen yhtiömies kantaa yhtiön taloudesta vastuuta myös omalla taloudellaan. Tätä kutsutaan rajoittamattomaksi vastuuksi, jossa yhtiömies kantaa vastuun yhtiön sitoumuksista ja velvoitteista, täten eroava osakeyhtiön rajoitetusta vastuusta, jonka perusteella osakkaat ovat vastuussa vain omasta sijoitetusta pääomasta. Kommandiittiyhtiö on kahden luonnollisen tai juridisen henkilön välinen oikeussuhde, joka perustuu yhtiösopimukseen. Tämä tarkoittaa sitä, että luonnollisen henkilön lisäksi yhtiösopimus voidaan laatia esimerkiksi toisten kommandiittiyhtiöiden, avoimien yhtiöiden, osakeyhtiöiden, aatteellisten yhtiöiden ja säätiöiden sekä osuuskuntien kanssa. (Villa 2023, 89–94)

Vastuunalaisen yhtiömiehen vastuu kommandiittiyhtiössä kohdistuu velkavastuuseen sekä muihin yhtiön sitoumuksiin ja velvoitteisiin. Tämä tarkoittaa sitä, että yhtiömiehen vastuu on rajatonta ja vastaa näin ollen kaikista yhtiön sitoumuksista ja velvoitteista. Velkavastuun tunnusmerkkejä kommandiittiyhtiön vastuunalaisille yhtiömiehille on sen solidaarisuus, rajattomuus, ensisijaisuus ja henkilökohtaisuus. Velkavastuun rajattomuus avaa mahdollisuuden harjoittaa liiketoimintaa yhtiön pääoman ollessa negatiivinen esimerkiksi tappion takia, koska vastuu velasta ja yhtiön taloudesta ulottuu yhtiön varojen ulkopuolelle. Yhtiön pääoma on negatiivinen esimerkiksi silloin, kun yhtiön velat ylittävät yhtiön varat. Yhden tai useamman yhtiömiehen vastuuta voidaan rajoittaa osoitettuun omaisuuspanokseen yhtiösopimuksessa, mutta ollakseen kommandiittiyhtiö, täytyy vähintään yhden yhtiömiehen vastuu olla rajatonta. (Villa 2023, 101–103)

Avoimen yhtiön ja kommandiitti yhtiön lain mukaan ei kommandiittiyhtiössä ole mitään pakollisia toimielimiä, mutta kommandiittiyhtiöön voidaan nimetä hallinto yhtiösopimuksessa yksityiskohtaisesti tai muutoin halutulla tavalla. Kommandiittiyhtiön hallinnon rakenteelle ei ole mitään tiettyä määräystä, joten yhtiömiehet voivat päättää itse millaisen hallinnon haluavat. Koska kommandiittiyhtiö on oikeushenkilö, tarvitsee se lain mukaisesti luonnollisia henkilöitä eli yhtiömiehiä toimimaan sen edustajina. Yhtiön hallintoa ei tule sekoittaa yhtiön edustukseen, koska hallinnossa käsitellään yleisesti yhtiön

sisäisten toimien hallintaa ja edustus taas yhtiön ulkopuolisten toimien hallintaa. Yhtiön edustus jaetaan aktiiviseen ja passiiviseen edustukseen. Aktiivinen edustus tarkoittaa kykyä edustaa yhtiötä esimerkiksi sopimuksissa tai tuomioistuimessa, kun taas passiivinen edustus tarkoittaa kykyä ottaa vastaan esimerkiksi haasteita tai muita tiedonantoja. (Villa 2023, 121–15)

2.3 Osuuskunta

Perustajien vähimmäismäärä osuuskunnan perustukseen on kolme, jotka voivat olla joko luonnollisia- tai oikeushenkilöitä. Osuuskunnan osuuspääoma koostuu samansuuruisista osuusmaksuista, joiden suuruudesta päättää osuuskunta ja sen säännöt. Osuuskunnan osuudet jakautuvat jäsenille siten, että jokaisen jäsenen on otettava vähintään yksi osuus, josta jäsen maksaa osuusmaksun. Osuuskunnan säännöissä voidaan kuitenkin määrätä otettavien osuuksien määrästä ottamisvelvollisuuden perusteella. Osuudet määrittelevät jäsenten omistuksen osuuskunnasta. Osuuskunnan jäsenillä ei ole vastuuta osuuskunnan kantamasta velasta, mutta osuuskunnan säännöissä voidaan kuitenkin määrätä jäsenten lisämaksuvelvollisuudesta. Lisämaksuvelvolliset jäsenet ovat näin ollen lisämaksuvelvollisuuden rajoissa vastuussa henkilökohtaisesti osuuskunnan sitoumuksista, velvoitteista ja veloista silloin, kun osuuskunnan varat eivät riitä velkojen maksuun esimerkiksi osuuskunnan joutuessa konkurssiin. (Holopainen Tuulikki & Anna-Liisa Levonen 2006, 204).

Osuuskunnan pakollinen toimielin on sen hallitus, johon on kuuluttava vähintään yksi ja enintään seitsemän jäsentä. Jos hallituksen jäseniä on vähemmän kuin kolme, täytyy hallitukseen nimetä varajäsen. Hallituksen valitsemisesta päättää osuuskunnan kokous ja hallituksen jäseniltä sekä varajäseniltä on saatava suostumus tehtävään. Hallituksen jäsenten toimikausi on toistaiseksi voimassa olevaa, mutta säännöissä voidaan määrätä toimikauden kestävän myös määräaikaisesti. Hallituksen jäsen voi erota tehtävästä ilmoittamalla eroamisesta eroilmoituksella, joka on päivättävä ja allekirjoitettava. Jos hallitukseen kuuluu enemmän kuin yksi jäsen, täytyy hallituksen nimetä hallitukselle puheenjohtaja, jonka valitseminen tapahtuu äänestyksellä

hallituksessa. Hallituksen kokouksissa tapahtuvat päätökset vaativat hallitukselta päätösvaltaisuuden, joka pätee silloin kuin yli puolet hallituksen jäsenistä on paikalla. Päätös tapahtuu ehdotuksen perusteella, joka on saanut eniten ääniä, mutta äänien mennessä tasan, asiasta päättää puheenjohtajan ääni. Hallituksen kokouksista tulee laatia pöytäkirja, jonka allekirjoittaa hallituksen puheenjohtaja ja yksi hallituksen valitsema jäsen. Osuuskuntaan voidaan nimittää toimitusjohtaja, jos osuuskunnan säännöissä niin määrätään tai, jos hallitus niin päättää. Toimitusjohtajaksi ei voida valita henkilöä, jolla ei ole asuinpaikkaa ETA-alueen sisällä. Osuuskunnalle voidaan myös määrätä osuuskunnan säännöissä hallintoneuvosto, jonka tehtävänä on valvoa, että osuuskunnan hallinto toimii lain, sääntöjen, osuuskunnan kokouksen ja hallintoneuvoston sääntöjen mukaisesti. Hallintoneuvostossa on oltava vähintään kolme jäsentä, joista vähintään yhdellä tulee olla asuinpaikka ETA-alueen sisällä. (Holopainen & Levonen 2006, 204–205).

Osuuskunnalla tulee olla vähintään kaksi tilintarkastajaa, joista molempien täytyy yleisten tilintarkastajan kelpoisuusehtojen mukaan olla luonnollisia henkilöitä tai hyväksytyt tilintarkastusyhteisö. Molemmilla tilintarkastajilla tulee olla myös varamiehet. Tilintarkastajat valitsee osuuskunnan kokous. Tilintarkastajilla tulee olla osuuskunnan toimintaan nähden riittävä laskentatoimen, taloudellisen, oikeudellisen ja tilintarkastuksen asioiden tuntemus. Vähintään yhdellä tilintarkastajalla tulee olla asuinpaikka ETA-alueen sisällä tai sitten tulee tilintarkastajan olla keskuskauppakamarin hyväksymä tilintarkastusyhteisö. (Holopainen & Levonen 2006, 206)

2.4 Yksityinen elinkeinoharjoittaja (Tmi)

Yksityinen elinkeinon harjoittaja toteuttaa liiketoimintaa toiminimen (Tmi) alla, joka on kaupparekisteriin rekisteröity nimi, jota elinkeinon harjoittaja käyttää toiminnassaan. Toiminimi rekisteröidään kaupparekisteriin toiminimeä perustaessa. Toiminimeksi käsitetään luonnollinen tai juridinen henkilö, jonka toiminta perustuu elinkeinon harjoittajan omaan ammattitaitoon. On tärkeää huomata, että toiminimessä yritys ja yrittäjä eivät ole erillisiä oikeushenkilöitä,

joka tarkoittaa sitä, että yrittäjä on henkilökohtaisesti vastuussa toiminimen sitoumuksista ja velvoitteista. Elinkeinon harjoittajalle ei ole toiminimilaissa erillistä määritelmää, joten on se käsitteenä hyvin laaja. Elinkeinoa harjoittavaksi henkilöksi voidaan lain puitteissa nähdä mm. Metsästäjät ja maanviljelijät tai ammattien harjoittajat, kuten lääkärit ja asianajajat. (Castrén Martti 2008, 35–40).

Elinkeinonharjoittajat jaetaan liikkeenharjoittajiin ja ammattiharjoittajiin, joista molemmille on ominaista työskennellä itsenäisesti ja omaan lukuun. Liikkeenharjoittajalla voi kuitenkin olla vierasta työvoimaa apuna liiketilan ja liiketoiminnan ylläpidossa. Liikkeenharjoittajalla on myös yleisesti ammattiharjoittajaa suurempi liiketoimintaan sijoitetun pääoman määrä, sillä ammattiharjoittajalla ei ole liiketilaa. Näin ollen liikkeenharjoittajiksi luetaan kaikki toiminimen alla elinkeinoa harjoittavat, joilla on liiketoimintaa varten jokin kiinteä liiketila tai toimipaikka. Ammattiharjoittajiksi katsotaan ne kaikki, joiden pääasiallinen elinkeino perustuu jonkin ammatin harjoittamiseen. Ammattiharjoittajat tekevät yhdenkertaisen kirjanpidon, kun taas liikkeenharjoittajat kahdenkertaisen. Liiketoiminnan ammatinharjoittaja voi aloittaa ilman perustamismuodollisuuksia. Elinkeinon harjoittamisen muodosta toiminimen alla välittämättä, täytyy jokaisen toiminimi yrittäjän edustaa yritystä. (Holopainen & Levonen 2006, 189–190)

Toiminimi sopii yritysmuotona henkilöille, jotka tahtovat perustaa elinkeinonsa oman ammattitaidon pohjalle, työskennellen itsenäisesti. Toiminimi on Suomen toiseksi yleisin yritysmuoto. Vuoden 2022 alussa kaupparekisteriin rekisteröityneitä toiminimiä oli 237 564. Toiminimen perustamista kannattaa harkita, jos haviteltu liiketoiminta on maltillista niin liikevaihdon kuin tarvittuun rahoituksenkin kannalta. Toiminimen perustaminen on yksinkertaista, sillä siihen riittää yhtiömuodon sekä toiminimen rekisteröiminen kaupparekisteriin. Perustamisilmoitus maksaa 60 € sähköisesti tehtynä ja 115 € paperisella lomakkeella tehtynä. Toiminimi on sitoutunut yrittäjään, joka tarkoittaa sitä, että yrittäjiä on vain yksi luonnollinen henkilö, joka on vastuussa toiminimen sitoumuksista ja velvoitteista omalla omaisuudellaan. (Yrittajat.fi n.d).

2.5 Avoin yhtiö

Avoin yhtiö on henkilöyhtiö ja monella tapaa samanlainen kuin kommandiittiyhtiö, mutta näiden kahden välillä on kuitenkin huomioitavia eroavaisuuksia. Perustaakseen avoimen yhtiön tulee yhtiömiehiä olla vähintään kaksi, joista vähintään kaksi harjoittaa elinkeinotoimintaa yhtiösopimuksen mukaisesti yhteisen taloudellisen tarkoituksen saavuttamiseksi. Erot kommandiittiyhtiöön määritetään yhtiösopimuksessa, jotka pohjautuvat pitkälti yhtiömiesten vastuuseen. Avoimen yhtiön yhtiömiehet vastaavat yhtiön velvoitteista yhtiösopimuksen mukaisesti niiden täyteen määrään niin kuin omasta velastaan, täten eroava kommandiittiyhtiöstä, jossa toinen yhtiömiehistä on vastuunalainen ja toinen äänetön, joka kantaa vastuun vain yhtiöön sijoittamastaan pääomasta. Avoin yhtiö sopii yritysmuodoksi, jos yrityksen liiketoiminta on pieni- tai keskikokoista, omaa tai vierasta pääomaa ei tarvita suuria määriä liiketoiminnan toteuttamiseksi tai yrityksen olennaisimman voimavaran ollessa yhtiömiehet ja heidän osaamisensa. Samoin kuin kommandiitti yhtiössä, pätee myös avoimen yhtiön yhtiömiehiin rajoittamaton vastuu, joka tarkoittaa sitä, että yhtiömiehet vastaavat yrityksen velvoitteista ja sitoumuksista myös omalla taloudellaan. Avoinyhtiö on kahden tai useamman luonnollisen tai juridisen henkilön välinen oikeussuhde, joka perustuu yhtiösopimukseen. Juridiseksi henkilöksi voidaan lukea muut avoimet yhtiöt, kommandiittiyhtiöt, osakeyhtiöt, osuuskunnat, aatteelliset yhtiöt ja säätiöt. (Villa 2023, 89–95).

Avoimen yhtiön voi perustaa, jos yhtiömiehiä on vähintään kaksi. Avoin yhtiö syntyy näiden yhtiömiesten välisellä yhtiösopimuksella, jossa mainitaan ainakin yhtiön toiminimi, yhtiötoimipaikka, yhtiömiesten täydelliset nimet, kansalaisuudet ja kotipaikat, yhtiömiesten panosten laatu ja määrä euroissa, yhtiömiesten työnjako, ketkä kirjoittavat yhtiön toiminimen, toimitusjohtajan täydellinen nimi ja kotipaikka, yhtiön tilikausi, voiton ja tappion jakosäännökset, tilintarkastus, tilintarkastajien lukumäärä ja toimikausi, yhtiösuhteen irtisanominen, yhtiösopimuksen muuttaminen, toiminnan jatkaminen yhtiömiehen kuoltua, yhtiösopimuksen allekirjoittamispäivä ja kaikkien

yhtiömiesten allekirjoitukset. Avoimen yhtiön rekisteröinti kaupparekisteriin johtaa yhtiön syntymiseen, jonka perusteella yhtiö saa oikeus- ja oikeustoimikelpoisuuden. (Holopainen & Levonen 2006, 190–191). Yhtiösopimusta voidaan kuitenkin muuttaa, joka edellyttää sopijapuolien myötävaikutusta. Yhtiösopimusta koskeva päätös on toimitettava välittömästi rekisteröitäväksi, eikä muutosta voida panna täyteen käytäntöön ennen kuin muutos on rekisteröity. Muutosta yhtiösopimukseen vaaditaan esimerkiksi silloin, kun yhtiöön halutaan lisätä uusi yhtiömies. Yhtiösopimus ja yhtiösopimuksen muutokset voidaan tehdä vain kirjallisesti. (Holopainen & Levonen, 115–116).

Koska avoin yhtiö on oikeushenkilö, tarvitsee se luonnollisia henkilöitä edustamaan sitä. Edustusvalta jaetaan aktiiviseen ja passiiviseen, jossa aktiivinen edustusvalta kattaa kelpoisuuden toimia aktiivisesti yhtiön nimissä mm. tehdessä sopimuksia, kun taas passiivinen edustusvalta kattaa kelpoisuuden edustaa yhtiötä passiivisesti mm. haasteiden vastaanottamisessa. Avoimessa yhtiössä voidaan päättää myös hallinnosta vapaasti, mutta lähtökohtana on, että yhtiömiehet toimivat yhtiössä yhtiömiesasemansa perusteella. (Villa 2023, 121–125).

2.6 Osakeyhtiön perustamistoimet

Koska opinnäytetyössä perustetaan osakeyhtiö, katson parhaaksi käydä läpi tarkemmin ainoastaan osakeyhtiön perustamistoimet. Tämä johtuu siitä, että käytännön perustamistoimet eivät vaikuttaneet yhtiömuodon valintaan omaa yritystä perustaessa, vaan pohjautui valinta lähinnä tässä kappaleessa avattuun teoriaan yhtiömuotojen ominaisuuksista.

Osakeyhtiön käytännön perustamistoimet ovat suhteellisen yksinkertaisia ja prosessi on nopeasti ohi. Osakeyhtiön sähköisen perustamisilmoituksen käsittelymaksun hinta kaupparekisterissä on noin 240 € ja se tapahtuu YTJ:n sivuilla. Paperisen perustamisilmoituksen käsittelymaksun hinta kaupparekisterissä on noin 380 €. YTJ:n sivuilla on mahdollisuus tehdä ohjattu

perustamisilmoitus, joka on helpompi, nopeampi ja halvempi tapa tehdä perustamisilmoitus kuin ohjeistamaton tapa. Perustusilmoituksen vaiheet ovat seuraavat: Perustamissopimuksen ja yhtiöjärjestyksen laatiminen, osakkeiden merkintä, pankkitilin avaaminen (voi avata myös myöhemmin kaupparekisteriotteen saavuttua), Osakkeiden maksaminen (tehdään, jos osakeyhtiö on julkinen), yhtiön kaupparekisteriin ilmoittaminen, rekisteröinti sekä osake- ja osakasluettelon tekeminen. (Holopainen 2023, 44; prh.fi 2024).

Perustamisilmoituksen tekeminen on eri asia kuin kaupparekisteriin tehtävä rekisteröinti ilmoitus. Osakeyhtiö syntyy rekisteröinnillä ja se ilmoitettava rekisteröitäväksi viimeistään kolmen kuukauden kuluttua perustamissopimuksen laatimisesta. Jos rekisteröinti viivästyy yli kolmen kuukauden, katsotaan yhtiön perustamisen rauenneen. Yhtiö ei voi tehdä sitoumuksia tai hankkia oikeuksia ennen rekisteröintiä. (Holopainen 2023, 44).

Perustamissopimus laaditaan osakeyhtiötä perustettaessa ja kaikkien osakkeenomistajien on allekirjoitettava se. Allekirjoittamalla perustussopimuksen, osakkeenomistajat merkitsevät perustussopimuksessa osoitetun määrän osakkeitaan, eikä tätä merkintää voida perua, jos toisin ei sovita. Perustussopimuksessa määrätään tai vaihtoehtoisesti siihen liitetään yhtiöjärjestys. Tilikaudesta voidaan päättää yhtiöjärjestyksessä tai perustamissopimuksessa. Perustamissopimuksessa on ilmoitettava päivämäärä, osakkeenomistajat, osakkeenomistajien merkitsemät osakkeet, osakkeesta yhtiölle maksettava määrä, osakkeen maksuaika ja hallituksen jäsenet. Hallitukselle voidaan nimetä perustussopimuksessa myös puheenjohtaja. (Holopainen 2023, 45).

Apportti on osakeyhtiöön sijoitettua omaisuutta osakkeen merkintä hintana, mutta apporttiomaisuus ei koostu rahasisioituksesta vaan muusta omaisuudesta, jolla on yhtiölle taloudellista arvoa. Apportiksi voidaan merkitä esimerkiksi kiinteistöt, koneet, laitteet jne. Apportilla on oltava maksua vastaava taloudellinen arvo yhtiölle sen luovutus hetkellä, näin ollen työsuoritusta koskeva sitoumus ei voi olla apporttiomaisuutta. Jos osakkeen merkintähinnan maksamiseen käytetään apporttiomaisuutta, on perustussopimuksessa oltava

ehto, jonka perusteella osakkeen merkitsijällä on oikeus tai velvollisuus maksaa merkintähinta apporttiomaisuudella. Jos osake on maksettu apporttiomaisuudella, on rekisteri-ilmoitukseen aina liitettävä tilintarkastajan lausunto apporttiomaisuuden oikeellisuudesta. Jos merkintähinta maksetaan apporttiomaisuudella, on perustamissopimuksessa oltava selvitys yksilöitävästä apporttiomaisuudesta, yksilöitävä apporttiomaisuudella suoritettavasta maksusta, omaisuuden arvostamiseen vaikuttavista tekijöistä ja omaisuuden arvostamisessa käytettävistä menetelmistä. (prh.fi 2019; Holopainen 2023, 46).

Osakassopimus on sopimusoikeudellinen osakkaiden välillä tehtävä sopimus, jossa säännellään osakkeenomistajien oikeuksista, velvollisuuksista ja suhteista yhtiössä. Koska osakassopimus on vapaamuotoinen, voi sen osapuolina olla kaikki yhtiön osakkaat tai vain osa heistä. Osakassopimuksen osapuolena voi olla myös yhtiö, jolloin tämä yhtiö päättää osakassopimuksen kohteena olevista asioista asianmukaisissa elimissään. Osakkeenomistajien välisissä suhteissa sovelletaan osakassopimusta ennen yhtiöjärjestystä ja osakeyhtiölakia.

Osakassopimuksen tekeminen ei ole pakollista, mutta erittäin suositeltavaa varsinkin yhtiöissä, joissa osakkeenomistajia on enemmän kuin yksi.

Osakassopimus kannattaa laatia kirjallisena huolellisesti samalla kun yhtiö perustetaan, koska sen muuttaminen myöhemmissä vaiheissa saattaa olla hankalaa. Osakassopimus sitoo vain sen allekirjoittaneita osapuolia eikä sen vaikutukset näin ollen ulota kolmansiin tahoihin. Osakassopimuksella sovittavat asiat koskevat yleisesti yhtiön omistusta, rahoitusta, päätöksentekoa, työnjakoa ja osakkaiden taloudellisia etuja. Osakassopimus ei ole julkinen asiakirja, koska sitä ei rekisteröidä, jonka takia se on tietyissä asioissa joustavampi kuin yhtiöjärjestys. (Holopainen 2023, 46–47).

Osakkeiden merkintä alkaa osakkeiden lukumäärän merkitsemisestä. Osakkeita voi olla yksi tai useampi, mutta jokaisen perustamissopimuksessa osakkeita merkitsevän on merkittävä vähintään yksi osake. Yhtiöjärjestyksessä voidaan määrätä yhtiössä olevan oikeuksiltaan tai velvollisuuksistaan toisista poikkeavia osakkeita, mutta yleisesti ottaen osakkeet tuottavat yhtiössä yhtäläiset oikeudet. Jos toisista eroavia osakkeita yhtiöjärjestyksessä määrätään, on

yhtiöjärjestyksessä tultava ilmi osakkeiden väliset erot. Osakkeet voivat poiketa toisista esimerkiksi osakkeen tuottaman äänimäärän perusteella.

Perustamissopimuksen allekirjoituksella osakkeenomistaja merkitsee perustamissopimuksessa ilmenevän määrän osakkeita. Jos osakkeista ei makseta mitään, merkitään perustamissopimukseen maksettavaksi määräksi nolla. Jos osakkeilla on merkintähinta, voidaan merkintähinta merkitä kokonaan sijoitetun vapaan pääoman rahastoon. Merkintähinnan merkitseminen kokonaan sijoitetun vapaan pääoman rahastoon vaatii sen, että yhtiöjärjestyksessä ei määrätä osakkeen nimellisarvosta. Jos osakkeelle on määrätty yhtiöjärjestyksessä nimellisarvo, tulee nimellisarvoa vastaava määrä merkintähinnasta aina merkitä osakepääomaan. (Holopainen 2023, 47–48; Suomi.fi 2023).

Yhtiöjärjestyksellä viitataan osakeyhtiölaissa vaadittuun asiakirjaan, jossa ilmoitetaan yhtiön sisäiset säännöt. Yhtiöjärjestys on julkinen asiakirja, joka rekisteröidään kaupparekisteriin. Yhtiöjärjestyksen on sisällyttävä tai oltava liitteenä perustamissopimuksessa. Tilikaudesta määrätään yhtiöjärjestyksessä tai perustamissopimuksessa. Yhtiöjärjestyksen on mahdollista olla lyhyt osakeyhtiölain ansiosta, mutta yhtiöjärjestyksessä on kuitenkin mainittava ainakin toiminimi (perään merkitään Oy eli osakeyhtiö), kotipaikkana oleva Suomen kunta ja toimiala. (Puranen Niko Oikeustiede.fi 2021; Holopainen 2023, 48).

Hallituksen puheenjohtaja valitaan hallituksen toimesta, ellei yhtiöjärjestyksessä tai hallitusta valittaessa ole toisin määrätty. Jos hallituksessa on vähintään kaksi varsinaista jäsentä, on toisen oltava hallituksen puheenjohtaja. Hallituksen puheenjohtajan on asuttava Suomessa, mutta pysyvän asuinpaikan puutteessa PRH:lta voidaan hakea poikkeuslupaa. Hallituksen puheenjohtaja edustaa yhtiötä, mutta edustamisoikeutta voidaan rajoittaa yhdistyksen säännöissä siten, että hallituksen puheenjohtaja kirjoittaa yhdistyksen nimen yhden tai useamman nimenkirjoittajan kanssa. Toimitusjohtaja voidaan nimetä perustamissopimuksessa ja hän voi edustaa yhtiötä toimitusjohtajan perustoimivaltaan kuuluvissa asioissa. Hallitus voi kuitenkin antaa

toimitusjohtajalle edustusoikeuden. Hallitus voi nimetä edustamisoikeuksia vain, jos näin yhtiöjärjestyksessä määrätään. (prh.fi 2019; Holopainen 2023, 48–49;).

Lopuksi osakeyhtiön pakollisena perustamistoimena on osakasluettelon laatiminen. Osakasluetteloä ylläpitää hallitus ja siihen merkitään nimensä mukaisesti yhtiön osakkeet ja niiden omistajat. Osakkeet ja osakkeiden omistajat merkitään osakkeen omistajien nimellä ja osoitteella, yksilöityjen osakkeiden tai osakekirjojen lukumäärällä osakelajeittaan sekä osakkeiden antamispäivä. Osakasluetteloon merkitään myös kaikki osakkeiden tuottamat erot oikeuksissa ja velvollisuuksissa. (Holopainen 2023, 49).

3 Liiketoimintasuunnitelma

Tässä opinnäytetyön kappaleessa käsitellään liiketoimintasuunnitelmaa ja sen merkitystä yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman laajuus on riippuvainen liikeideasta, alasta ja yrityksen koosta, mutta tämän teoreettisen viitekehyksen tarkoituksena on tuoda ylös liiketoimintasuunnitelman kannalta oleelliset aihealueet, joita yritystoimintaa harjoittavan tulee suunnitella. Lähteiden määritelmä liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman kattavuudesta on hyvin vaihtelevaa, joten liiketoimintasuunnitelman rakenteelle ei ole yhtä oikeaa tapaa.

Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on tarkentaa liikeidea ja luoda täten pohja liiketoiminnan harjoittamiselle. Liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, miten ja kenelle, mutta liiketoimintasuunnitelma käsittelee näitä kysymyksiä laajemmin useammalla liiketoiminnan osa-alueella, kuten markkinoinnissa, myynnissä ja rahoituksessa jne. Liiketoimintasuunnitelma voi kuitenkin esiintyä eri yrityksillä hyvinkin erilaisina. Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen ei ole vain hyödyllistä, mutta myös jossain määrin pakollista, esimerkiksi rahoitusta hankkiessa on äärimmäisen tärkeää esittää liiketoimintasuunnitelma rahoituksen saamiseksi. (Hesso 2013, 10–24).

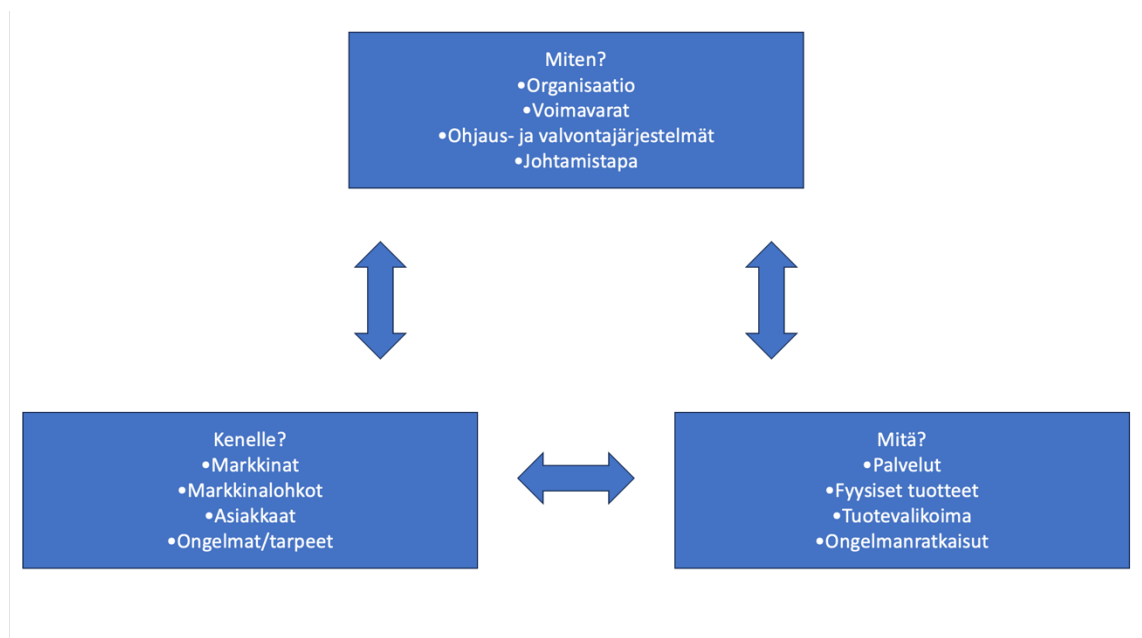
3.1 Liikeidea

Tässä liiketoimintasuunnitelmassa rakentaminen alkaa liikeidean määrittämisestä. Liikeidea vastaa kysymyksiin: Mitä yritys tekee, Miten ja kenelle? Liikeidea terminä voidaan kiteyttää liiketoiminnan lähtökohdaksi, jonka tarkoituksena on sisältää yritystoiminnan olennaisimmat elementit.

Liiketoimintasuunnitelman kannalta kaikki olennaiset elementit määräytyvät liikeidean mukaan. Toisin sanoen liikeidea on kuvaus tavasta, jolla yritys pyrkii menestymään valitulla toiminta-alalla. Liikeidea tulisi arvioida ennen sen käytäntöönpanoa, ja tätä arviointia on tukemassa liiketoimintasuunnitelmassa

erilaiset työkalut kuten SWOT-analyysi ja markkina-analyysi. (Hesso 2013, 24–2; Eisto Silja 2019; Holopainen 2006, 20–30)

Liikeidea tarkemmin määriteltäessä, kun pohditaan kysymystä "mitä", tarkennetaan yrityksen fyysiset tuotteet tai palvelut, tuotevalikoima ja sitä, mihin ongelmaan tarjolla oleva tuote tai palvelu antaa ratkaisun. Kannattaa myös alustavasti miettiä hinnoittelua, mutta sitä tullaan miettimään liiketoimintasuunnitelmassa vielä tarkemmin. Kysymys "miten", puolestaan käsittelee yrityksen tapaa toimia, eli sitä, miten yrityksen tuotteet tai palvelut saadaan aikaiseksi. Mitkä ovat yrityksen sisäisiä voimavaroja ja mitä kaikkea on hankittava yrityksen ulkopuolelta. Yrityksen sisäisiä voimavaroja ovat henkiset, välineelliset ja taloudelliset voimavarat. Henkisten voimavarojen kannalta on pohdittava kuinka paljon ja millaista henkilöstöä yritys tarvitsee liikeidean toteuttamiseksi. Lopuksi on tarkennettava sitä, miten toimintatapoja tullaan johtamaan ja valvomaan. Lopuksi on vielä mietittävä kysymystä "kenelle", jonka tarkoituksena on määrittää yrityksen asiakaskunta, markkinat ja se, miten oma tuote tai palvelu sopii markkinoille. On myös havaittava tarve tuotteelle eli kysyntä. (Holopainen 2023, 12–13).



Kuva 1: Liikeidean rakenne (Holopainen 2023, 13).

Liikeidea voidaan määrittää vielä kattavammin esittelemällä yrityksen visio ja arvot. Visio on näkemys siitä millainen yrityksen tulevaisuus tulee olemaan jonkin tietyn ajan kuluttua. Visio voidaan ymmärtää tavoitteena, mutta on se kuitenkin pääasiallisesti selitys siitä mitä halutaan saavuttaa ja miten. Ero liikeideaan on se, että visio tarkastelee tulevaisuutta. Vision selityksen ei tarvitse olla pitkä, vaan riittää, että se on selitetty selkeästi. Yrityksen arvoilla tarkoitetaan ohjeita tai sääntöjä, joita yrityksen jokainen jäsen noudattaa visiotaan toteuttaessa. Yrityksen arvojen noudattaminen on tärkeää, koska se rakentaa yritykselle identiteettiä ja auttaa markkinoilla kilpailijoista erottautumisessa. Arvojen noudattaminen edesauttaa myös siinä, että yritys kulkee kohti visiotaan. (Hesso 2013, 27–29).

3.2 Markkina-analyysi

Markkina-analyysi on yhteenveto keskeisimmistä markkinatiedoista. Markkinatieto kuvaa oman yrityksen toimintaympäristöä, markkinoita, asiakkaita sekä omien, että kilpailijoiden tuotteiden, palveluiden ja brändien asemaa markkinoilla. Tiedot markkina-analyysiin kerätään systemaattisilla ja luotettavilla mittareilla, jotka ovat parhaimmassa tapauksessa yksinkertaisia tunnuslukuja. Markkina-analyysin tarkoituksena on saada selville markkinoiden nykytila, suunta ja kuinka oma yritys sopeutuu markkinoille. Markkinatieto voidaan jakaa hiljaiseen ja kovaan tietoon. Hiljainen tieto on dokumentoimatonta, joten tällaisen tiedon hankkiminen on vaikeampaa kuin kovan tiedon hankkiminen. Kova tieto puolestaan on dokumentoitua tietoa, josta selviää esimerkiksi kilpailijoiden liikevaihto, markkinaosuus, hinnat jne. Kerätyn markkinatiedon perusteella tehdään päätöksiä oman yrityksen liiketoimintaa koskien. Markkinat koostuvat kuitenkin pääasiallisesti toimialasta, asiakkaista ja kilpailijoista, joten markkina-analyysiin kannattaa hankkia tietoa edellä mainituista kohdista. (Lotti Leila 2001, 11–16).

Markkina-analyysin tekemiseen käytetään markkinatutkimuksen menetelmiä, jossa tutkitaan mm. yrityksen aseman nykyistä markkinatilannetta, mahdollisuuksia, markkinan ostokäyttäytymistä, markkinoilla toimivia kilpailijoita

ja päätoimijoita. Markkinatutkimuksessa tarkasteltava data voidaan jakaa sekundääriseen, kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen dataan. Sekundäärinen data on toissijaista tietoa, jota voidaan löytää valtion raporteista ja tutkimuksista, alakohtaisista tutkimuksista, arvosteluista ja mediasta. Kvalitatiivinen data on laadullista tietoa, jonka tutkimisen tarkoituksena on ymmärtää kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkitystä. Lopuksi kvantitatiivinen data on määrällistä tietoa, joka perustuu lukuihin. Kvantitatiivista dataa on esimerkiksi tilastotiedot ja dokumentoidut tiedot. Lisäksi markkina-analyysissä käytetään yrityksen sisäisiä tietoja, tuotetietoja, mediatietoja ja tilastotietoja. Tiedonkeruu mittareita markkina-analyysissä on esimerkiksi markkinaosuus, asiakastytyvyisyys ja asiakassuhteet. Markkina-analyysissä kaikki edellä mainitut markkinatutkimuksessa kerätyt tiedot laitetaan yhteen, jonka tarkoituksena on antaa omalle yritykselle perusta ohjailta ja kehittää yrityksen toimintaan vaikuttavia tekijöitä. Yrityksen Toimintaympäristön tuntemus on tärkeää, sillä markkinat kehittyvät jatkuvasti ja yrityksen on pystyttävä kilpailemaan osuudestaan markkinoilla. Siksi on oleellista tiedostaa oman ja kilpailevien yritysten asemat markkinoilla. Markkinatutkimus ja markkina-analyysit ovat useasti jatkuva tai toistuva prosessi, jossa tiedot markkinoista kerätään keskitettyyn tietokantaan. Analyysi käsitteenä tarkoittaa ongelman jakamista pienempiin osiin, jonka perusteella ongelmaa pyritään ymmärtämään ja näin ollen myös ratkaisemaan. Myös markkina-analyysi toimii näin ja sen tarkoituksena on tuottaa hyötyä mm. yrityksen toiminnan ja kannattavuuden edistämiseksi, asiakastyöskentelyn ja työympäristön kehittämiseksi, tiedon tuottamisessa päätöksen teon tueksi ja osaamisen kehittämiseksi. (Lotti 2001, 105–107; Meltwater 2021).

Kilpailu ja kilpailija-analyysi

Kilpailukentän tuntemus on yritykselle tärkeää, koska sen perusteella voidaan määrittää strategiaa, jonka perusteella yritys toimii markkinoilla. Kilpailija-analyysi antaa yritykselle tärkeää tietoa kilpailevien yritysten vahvuuksista ja heikkouksista, jotka tiedostaen yritys pystyy hyödyntämään niitä omaksi edukseen. Kilpailija-analyysin tekemisen tueksi voidaan käyttää eri työkaluja,

joiden avulla löydetään juuri ne kilpailijat, jotka pystyvät voittamaan tai haastamaan yrityksen. Esimerkkinä tällaisesta työkalusta voidaan käyttää M. Porterin viiden voiman mallia, joka koostuu uusista tulokkaista, tavarantoimittajien neuvotteluvoimasta, asiakkaiden neuvotteluvoimasta, toimialan kilpailusta sekä substituuttituotteista ja palveluista. Tarkoituksena kilpailija-analyysissä on saada selville olennaisten kilpailijoiden kilpailuedun perusta ja asiakkaalle luodun lisäarvon rakenne, jotta yrityksiä vastaan voidaan kilpailla. Tietoa kilpailijoista voidaan hankkia esimerkiksi tietojärjestelmistä, vanhoilta ja uusilta työntekijöiltä sekä asiakkailta. Keskeiset kysymykset, joihin kilpailija-analyysin avulla halutaan löytää vastaukset ovat mihin kilpailija kykenee, Miten kilpailija toimii, Missä kilpailija vaikuttaa ja Mihin kilpailija pyrkii? Kilpailija-analyysin tavoitteita puolestaan ovat markkinoiden kehitysten ymmärrys, yrityksen asennoiminen markkinoille, yrityksen kilpailukyvyn analysointi, yrityksen markkinatoimenpiteiden kehittäminen verrattaen muihin yrityksiin ja toimialan trendien seuraaminen. (Hesso 2013, 46–49).

3.3 SWOT-Analyysi

Nelikenttäanalyysi eli SWOT-analyysi tulee englannin kielen sanoista Strengths, Weakness, Opportunity ja Threats. SWOT-analyysi on yksinkertainen työkalu, jota on käytetty yleisesti yritystoiminnan analysointimenetelmänä. SWOT-analyysin avulla voidaan selvittää yrityksen vahvuudet ja heikkoudet, mutta myös tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. Keskeistä SWOT-analyysissä on selvittää yrityksen nykytilaan ja tulevaisuuteen vaikuttavat tekijät ja niiden vaikutukset. Terve liiketoiminta edellyttää sen, että yritys tunnistaa omat vahvuudet ja heikkoudet, mutta myös tunnistaa mahdollisuutensa sekä uhkansa. SWOT-analyysia voidaan käyttää kaiken tyypisissä ja suuruisissa yrityksissä ja se voi käsitellä tarkemmin itse yritystä tai vaihtoehtoisesti jotain liiketoiminnan osaa. Yksityiskohtaisessa tarkastelussa tarkastelun kohde on rajatumpi ja voi näin ollen olla esimerkiksi markkinat, tuote tai henkilöstö. Jos yritystä on perustamassa useampi henkilö, on SWOT-analyysi hyvä toteuttaa siten, että jokainen tekee SWOT-analyysin itsenäisesti, jonka jälkeen jokaisen

näkemykset tuodaan yhteen kokonaisuuteen. SWOT-analyysin jälkeiset toimenpiteet ovat tapauskohtaisia, mutta yleisesti on hyödyllistä vahvistaa jo olemassa olevia vahvuuksia, korjata ja parantaa heikkouksia, hyödyntää mahdollisuuksia ja varautua uhkiin huolellisella suunnittelulla. (PK-RH.fi n.d)

Nelikenttäruudukko yrityksen tilan ja toiminnan arviointiin

Yritys:	Ryhmä/arvioija:
Tarkastelun kohde:	Päiväys:

Vahvuudet	Heikkoudet
Uhat	Mahdollisuudet

Kuva 2: Suomen Riskienhallintayhdistys SWOT-lomake (PK-RH.fi n.d)

3.4 Rahoitus

Yrityksen on syytä suunnitella omaa rahoitustaan, sillä liiketoiminnan toteuttaminen lähes aina vaatii jonkinlaista pääomaa. Rahoituksen tarve on tarpeellista arvioida perusteellisesti jo ennen yrityksen perustamista. Rahoituksen tarvetta voidaan kartoittaa arvioimalla alkuhankintojen osto ja käyttöönotto kuluja, juoksevia kuluja ja kassavirtaa. Erilaisia rahoitusvaihtoehtoja on mm. Pankkilaina, oma pääoma, starttiraha, TE-keskuksen tuet, Keksintö säätiön rahoitus, Finnveran lainat ja takaukset, Business Finlandin rahoitus, Yksityiset sijoittajat ja Sitran rahoitus. Yrittäjän oma sijoitus on yleensä edellytys vieraan rahoituksen saamiselle. Ulkopuoliset rahoittajat arvioivat yrityksen kannattavuutta ja sen toimintaan liittyviä riskejä, jonka mukaan rahoituksen korko määräytyy. Yksityiset sijoittajat puolestaan monesti tahtovat sijoitukselleen takuun esimerkiksi osakkeiden muodossa. (Meretniemi Irma & Ylönen Hanna 2008, 75–77).

Rahoitusmarkkinat voidaan jakaa ensisijaismarkkinoihin ja toissijaismarkkinoihin. Ensisijaismarkkinoista puhutaan silloin, kun rahaa tulee yrityksen kassaan mm. myymällä osakkeita sijoittajille tai lainaamalla rahaa markkinoilta. Toissijaismarkkinoista puhutaan silloin, kun sijoittajat käyvät kauppaa keskenään yrityksen osakkeilla ja erilaisilla velkainstrumenteilla. Rahoitusmarkkinat voidaan jakaa sijoitusten ajallisen keston perusteella myös pääomamarkkinoihin ja rahamarkkinoihin. Pääomamarkkinat tarjoavat pitkäaikaista rahoitusta, eli yli vuoden kestoista sekä oman että vieraan pääoman ehtoista rahoitusta. Rahamarkkinoilta puolestaan on mahdollista saada vieraan pääoman ehtoista lyhytaikaista rahoitusta. Osakeyhtiömuotoisen yrityksen ulkoisessa rahoituksessa käytettävät rahoitusinstrumentit ovat osakkeet, velkainstrumentit ja välirahoitusinstrumentit. Välirahoitusinstrumentit ovat oman ja vieraan pääoman välimuoto, joihin liittyy molempien rahoitusmuotojen piirteitä. (Niskanen Jyrki & Niskanen Mervi 2013, 22).

Oma pääoma voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen omaan pääomaan. Ulkoinen oma pääoma tarkoittaa osakkeiden myynnillä hankittua pääomaa ja sisäisellä

omalla pääomalla tarkoitetaan liiketoiminnan voittona saatua kassavirtaa tai omistajien henkilökohtaisia pääoma sijoituksia. Oman pääoman ehtoinen rahoitus tuottaa sijoittajalle äänioikeuden yhtiökokouksessa, mutta konkurssissa osakkeenomistaja on huonoimmassa mahdollisessa asemassa. Oma pääoma on tuottoisampi suhteessa vieraaseen pääomaan, koska oman pääoman ehtoisessa sijoituksessa ei ole velvollisuutta maksaa tuottoa tai pääoman palautusta. Oman pääoman ehtoinen rahoitus tarkoittaa näin ollen rahoitusta, joka lasketaan yhtiön omaan pääomaan. Yrityksen pääomarakenne koostuu yleisesti niin vieraasta kuin omastakin pääomasta ja sitä mitataan omavaraisuusasteella. Yrityksellä ei kuitenkaan tulisi olla liikaa velkarahaa suhteessa omaan pääomaan, koska ne johtavat rahoitus- ja konkurssiriskien kasvuun. (Knüpfer Samuli & Puttonen Vesa 2013, 31–40; Suomi.fi 2021).

Vierasta pääomaa on kaikki yrityksen saamat lainat, kaikki muu katsotaan omaksi pääomaksi. Vieras pääoma jaetaan tilimuotoisiin ja markkinaperusteisiin lainoihin ja yrityksen on maksettava ne takaisin korkoineen, tehden vieraasta pääomasta vähemmän riskialttiimman, mutta tuottoisamman rahoitusmuodon. Toisin kuin omassa pääomassa, ei vieras pääoma rahoitus anna omistusoikeutta yrityksestä velkojalle. Tilimuotoisilla lainoilla ei voida käydä kauppaa, joten laina pysyy samalla velkojalla koko laina-ajan. Tilimuotoisia lainoja ovat mm. Pankki ja vakuutusyhtiö lainat. Markkinaperusteisiksi lainoiksi puolestaan katsotaan sijoitustodistukset ja joukkovelkalainakirjat. Markkinaperusteisia lainoja voidaan ostaa ja myydä. Vieraspääoma jaetaan pitkä- ja lyhytkestoiseen. (Knüpfer & Puttonen 2013, 31–40; Suomi.fi 2021).

Välirahoitusmuotoja ovat sellaiset rahoitusinstrumentit, jotka omaavat sekä vieraan että oman pääoman piirteitä. Välirahoitusinstrumenteille ei ole kirjanpidossa tarkkaa määritelmää, vaan ne tulee merkata omaan ja vieraaseen pääomaan. Välirahoitusinstrumentteja ovat mm. Optiolaina, vaihtovelkalainakirja, pääomalaina ja yritysjohton optiot. (Knüpfer & Puttonen 2013, 42).

Rahoitusbudjetti ja rahoitusriskit kulkevat käsi kädessä, koska rahoitusbudjetilla voidaan minimoida rahoitusriskien kasvamista liian suuriksi ennakoimalla

yrittäjän rahankäyttöä. Rahoitusbudjetin tarkoituksena on huolehtia rahan riittävästä ja tuottavuudesta. Rahoitusbudjetilla saadaan myös tietoa, jota käytetään yrityksen rahoitusrakenteen suunnittelemisessa. Budjetit ovat tavoitelaskelmia, eikä niiden tarkoituksena ole vain tulevan ennustaminen vaan myös tavoitteiden asettaminen. Rahoitusbudjetissa yritystoimintaa tarkastellaan kassatuloina- ja menoina, ja se johdetaan osabudjeteista ja yrityksen toiminta- ja rahoitusstrategioista. Kassatulot- ja menot pyritään sitomaan rahoitusbudjetissa tiettyihin ajankohtiin mahdollisten kassavirtojen - ja alijäämien toteutukseksi. Rahoitusbudjettia voidaan suunnitella pitkälle- tai lyhyelle aikavälille. Pitkäaikaväli on yleisesti noin neljä vuotta ja lyhyt aikaväli puolestaan noin vuoden tai enemmän. Pitkän aikavälin rahoitusbudjetit ovat näin ollen yleisesti investointisuunnitelma, jossa arvioidaan kuinka suuriin kassatuloihin yrityksen suunnittelemat päättämät kassamenot johtavat. Lyhyen aikavälin rahoitusbudjetista ei tällaista yhteyttä ole monesti havaittavissa, sillä jokainen kassameno- ja tulo on yksittäinen tapahtuma. Pitkäaikavälin rahoitusbudjetissa on investointilaskelmien logiikka, mutta myös rahankäytön- ja lähteiden ymmärtäminen. Lyhyen aikavälin rahoitusbudjetissa puolestaan on tärkeää kurinalaisuus ja tarkkuus jokaisen kassatulon- ja menon oikeiden ajankohtien ajoittaminen. Yrityksen riskienhallintaa voidaan edistää rahoitusbudjetissa tarkastelemalla yrityksen rahoitusrakennetta, eli oman pääoman suhdetta vieraaseen pääomaan sekä yhteensovittamalla kasvu, kannattavuus ja rahoitustavoitteita. (Leppiniemi Jarmo 2009, 48–68).

3.5 Markkinointi

Markkinoinnin tarkoituksena on herättää kohderyhmän kiinnostus tarjotuista tuotteista tai palveluista. Markkinoinnin pääasiallinen tavoite on saavuttaa ne asiakasehdokkaat, joihin myynti kannattaa kohdistaa. Toisin sanoen markkinointi on yksi yrityksen strategisista myynnin työkaluista ja kaikki yritysviestintä on markkinointia. Yritysviestintää on kaikki, mitä yritys ja työntekijät kertovat toiminnasta, joko tarkoituksellisesti tai vahingollisesti. Esimerkiksi asiakaspalvelun toteuttaminen iloisesti jättää asiakkaalle

myönteisen kuvan yrityksestä. Markkinoinnin toteuttamiselle ei ole yhtä tiettyä tapaa, vaan on sen toteuttaminen jälleen riippuvainen itse yrityksestä ja sen markkinointistrategiasta. Tapoja toteuttaa markkinointia on mm. mainonta, suhdetoiminta, sponsorointi, myynnin edistäminen, messut, suoramarkkinointi ja henkilökohtainen myyntityö. Markkinoinnilla yritys pystyy myös erottumaan muista yrityksistä rakentamalla omanlaista brändiä. Erottuminen on tärkeä elinkeino kilpailussa, jotta yritys pystyy menestymään suhteessa kilpailijoihin. (Karjaluo Heikki 2010, 3; Nokkonen-Pirttilampi Mari 2014, 15–19).

Mainonta on markkinointiviestinnän yleisin ja näkyvin instrumentti kuluttajamarkkinoinnissa. Mainonta on maksettua ja suurelle kohdeyleisölle tarkoitettua viestintää, jonka tarkoituksena on nostaa mainostettavien tuotteiden tai palveluiden kysyntää kohdeyleisön keskuudessa. Maksettua mainontaa toteutetaan eri keinoin, mutta yleisesti se tapahtuu massamedioissa. Mainonnan on tarkoitus vastata kohderyhmän tarpeita esittämällä tarkkoja hyötyargumentteja. Mainonnalla voidaan vedota kohderyhmään myös rationaalisesti eli järkipäisesti tai emotionaalisesti eli tunneperäisesti. (Karjaluo 2010, 36, 42).

Suhdetoiminta kohdistuu sidosryhmien asenteisiin ja mielipiteisiin perustuen julkisuuden ja muiden ei-ostettujen markkinointiviestinnän muotojen sekä tiedon hyödyntämiseen. Suhdetoiminnalla pyritään vaikuttamaan ostajien, potentiaalisten ostajien ja muiden sidosryhmien käsitykseen yrityksestä ja sen tuottamista tuotteista tai palveluista ja niiden arvosta. Suhdetoiminta toimii kehittämällä yrityksen suhdetta eri sidosryhmien välillä. Tarkoituksena suhdetoiminnalla on saada yritys tunnetuksi ja saada myönteisiä mielipiteitä eri sidosryhmiltä. Esimerkkinä suhdetoiminnasta voi toimia uutisartikkelit yrityksen toimintaan liittyen. (Karjaluo 2010, 50–51)

Sponsorointi määritetään mainonnaksi, jonka tarkoituksena on rakentaa syvällisempi assosiaatio ja integraatio sponsorin ja sponsoroitavan välille. Sponsorointi on maksettua mainontaa, mutta sen toteuttaminen vaatii koordinoituja toimenpiteitä, jotka käsittävät laajemmin sponsorisuhteen ympärille suunniteltuja aktiviteetteja. Sponsorointi voidaan siis nähdä

investointina johonkin tiettyyn kaupallisesti hyödynnettävään aktiviteettiin. Sponsorointi on tunnettua mm. urheilun ja kulttuurin parissa. (Karjaluo 2010, 55).

Myynnin edistäminen on markkinointiviestinnän itsenäinen osa-alue, jossa käytetään lyhytaikaista markkinointipanosta rajoitetun ajan verran. Myynnin edistäminen kohdistuu loppuasiakkaisiin, jälleenmyyjiin ja jakeluketjun jäseniin. Sen tavoitteena on testata tuotteita, synnyttää ja kasvattaa kysyntää tai parantaa tuotteen saatavuutta. Myynnin edistämisen tapoja on lukuisia, mutta esimerkiksi kupongit, ilmaiset kokeilut ja näytteet, alennukset ja palkinnot ovat keinoja toteuttaa myynnin edistämistä. Myynnin edistämisen keinot ovat lyhytaikaisia, koska näiden keinojen tavoitteena on saada kasvatettua markkinaosuutta, uudelleen ostoja ja sitoutuneisuutta asiakkaiden kanssa. (Karjaluo 2010, 61).

Messut ja näyttelyt ovat pääsääntöisesti myös myynnin edistämisen keinoja, mutta liittyvät myös suhdetoimintaan ja henkilökohtaiseen myyntityöhön. Tästä syystä messut ja näyttelyt voidaan nähdä myös omana markkinointiviestinnän osa-alueena. Messut ovat tilaisuuksia, joissa valmistajat, jälleenmyyjät ja alihankkijat esittelevät tuotteita tai palveluitaan potentiaalisille asiakkaille. Messuja voidaan jaotella kuluttajille suunnattuihin, yrityksille suunnattuihin, yleismessuihin ja kapea-alaisiin messuihin. Messut ovat hyvä tapa oppia kilpailijoista ja saavuttaa potentiaalisia asiakkaita. (Karjaluo 2010, 65).

Suoramarkkinointi tarkoittaa suoraan vastaanottajalle toimitettua markkinointiviestintää tuotteista tai palveluista. Suoramarkkinoinnilla tavoitetaan vastaanottaja yleisesti yhden tai useamman median kautta. Yleisimmät kanavat vastaanottajan tavoittamiseen ovat puhelut, posti ja sähköposti. Suoramarkkinoinnin haitta- ja hyötypuolena on se, että suoramarkkinoinnista voi kieltäytyä, joka auttaa kartoittamaan potentiaalisia asiakkaita paremmin. Suoramarkkinoinnin avulla asiakkaista ja potentiaalisista asiakkaista kerätään tietoa, jota hyödynnetään tulevissa suoramarkkinointi kampanjoissa. (Karjaluo 2010, 68–71).

Henkilökohtainen myyntityö on tehokas, mutta kallis ja aikaa vievä markkinointiviestinnän osa-alue. Henkilökohtainen myyntityö tarkoittaa kasvotusten potentiaalisten asiakkaiden ja asiakkaiden kohtaamista, jonka tavoitteena on tuotteen tai palvelun myyminen. Jos myynti ei näissä kohtaamisissa onnistu, on yrityksen kannalta tärkeää myös se, että yritys on tutustunut ja päässyt esittelemään itsensä toiselle osapuolelle. Henkilökohtaisen myyntityön etuna on se, että yritys on suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa, joka mahdollistaa kaksisuuntaisen kommunikoinnin. (Karjaluoto 2010, 87–88).

Markkinoinnin suunnittelu kehittää markkinointia niin taloudeltaan kuin myös toiminnaltaan tehokkaammaksi. Markkinointi suunnitelman lähtökohtana tulisi olla markkinoinnin tavoitteiden ja strategian määrittely, eli vastata kysymykseen, miksi markkinointiviestintää tehdään ja mitä sillä tavoitellaan.

Markkinointistrategia on kolmiosainen, jossa tarkastellaan mainontastrategiaa, luovaa strategiaa ja mediastrategiaa. Mainontastrategian tarkoituksena on määrittää kohderyhmä, tavoitteet ja viestistrategia, eli vastata kysymyksiin kenelle, miksi ja mitä. Luovastrategia tarkastelee markkinointistrategian luovaa ideaa ja sen vetovoimaa. Lopuksi mediastrategiassa valitaan ne mediat, joissa markkinointia toteutetaan sekä määritellään aikaikkunat ja kuinka usein markkinointia toteutetaan. Kun markkinointistrategia on valmis, voidaan edetä markkinointisuunnitelmassa budjetin määrittämiseen. (Karjaluoto 2010, 20–21).

Markkinoinnin tavoite tulee olla mahdollisimman tarkasti ilmaistu, jotta tavoitteen saavuttamista pystytään mittaamaan. Tavoitteiden tulee olla myös realistisia ja saavutettavissa olevia yrityksen resursseilla. Tarkka määritelmä tavoitteesta voi olla esimerkiksi prosenttimääräinen myynnin kasvu, lukumääräinen asiakkaiden kasvu johonkin tiettyyn ajankohtaan mennessä. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 50).

Kohderyhmä tulisi rajata mahdollisimman tarkasti, jotta markkinointiin käytettävissä olevia resursseja liian avaralle kohderyhmälle markkinointiin. Kohderyhmän rajaaminen todennäköisimpiin ostajiin auttaa niin kustannusten kuin myynnin osalta. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 50–51).

Tavoitteiden saavuttaminen lähtee asiakkaiden tarpeiden, ongelmien ja tavoitteiden selvittämisestä. Markkinoinnin tavoitteiden saavuttamiseksi markkinoinnissa tulisi ilmetä kuinka yrityksen tarjoama tuote tai palvelu on ratkaisu asiakkaiden tarpeisiin, ongelmiin tai tavoitteisiin. Markkinoinnin suunnittelu on asiakaslähtöistä, mutta yrityksen tulisi silti kuvailla markkinoinnissa myyntivalttiaan. (Nokkonen-Pirttimaa 2014, 51–52).

Markkinointi keinoja miettiessä, tulisi selvittää, mistä kohderyhmän kuuluvat asiakkaat löydetään ja kuinka heidät saavutetaan markkinoinnilla. Markkinoinnin keinoja ovat mm. aikaisemmin tässä kappaleessa käsitellyt mainonta ja suoramarkkinointi. Tarkoituksena on kuitenkin tarkentaa mitä kanavia markkinoinnissa tullaan käyttämään ja miten. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 52).

Yrityksen asemoituminen markkinoille tarkoittaa selvitystä siitä, miten yritys sijoittuu markkinoille suhteessa kilpailijoihin. Aloittavan yrityksen ei kannata kilpailla rajallisilla resursseilla suuresta markkinasegmentistä, vaan löytää pienempiä markkina-alueita, joissa kilpailu on oman yrityksen tasolla. Yritykselle sopiva markkinarako auttaa yritystä erottumaan muista toimijoista. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 52–53).

Yrityksen identiteetti käsittää yrityksen arvoja ja persoonallisuutta. Identiteetin määrittäminen tarkoittaa sitä, että kaikkien yritystoiminnassa mukana olevien tulee käyttäytyä sen mukaisesti. Identiteetti tulisi rajata 3–4 sanaan, jotka kuvaavat yritystä parhaiten. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 53).

Budjetti tärkeä määrittää, jotta markkinointia voidaan toteuttaa halutulla tavalla. Budjetin voi määrittää esimerkiksi sen mukaan, paljonko aikaa ja rahaa markkinoihin sijoitetaan. Se määrä voidaan ilmaista prosentteina voitosta, jonka markkinoinnin odotetaan tuovan, jonka perusteella lasketaan, kuinka suuri yrityksen rahallinen panostus markkinointiin on kuukausi tasolla. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 54–55).

3.6 Talous

Talouden suunnittelu on olennainen osa talouden hallintaa ja ylläpitoa.

Taloudellisen tilanteen arvioimisen ja talouden suunnittelun kannalta olennaisia kysymyksiä ovat yrityksen koko, kannattavuus, velkojen määrä, oma pääoma, omat sijoitukset, vakuustilanne, maksuvalmius ja palkka. Hyvä taloussuunnitelma pohjautuu tietoon ja laskelmiin, joiden pohjalta on tarkoitus löytää riskit ja valmistautua niihin. Talouden suunnittelun tärkeitä laskelmia ovat tulos-, kassavirta-, rahoitus- ja hinnoittelulaskelmat sekä kassabudjetti. Laskelmat voidaan nähdä usein ennusteina, koska niillä pyritään hahmottelemaan tulevaa. (Karjalainen Lasse 2013, 12–14).

Tuloslaskelma kuvaa yrityksen kannattavuutta liiketoiminnan tuloksen kertymisellä. Tuloslaskelma toimii koko taloussuunnitelman numeerisena perustana. Jos yritys ei ole arvonlisäverovelvollinen, tuloslaskelman luvut ilmoitetaan ilman arvonlisäveroa. Tuloslaskelmassa esitetään yrityksen tilikauden tulos, voitto tai tappio, jonka lisäksi siinä näytetään, miten tulos on muodostunut. Lyhyesti tuloslaskelman lähtökohtana on se, että tilikauden tuloista vähennetään ne menot, joiden avulla tulot on saatu aikaan. Tuloslaskelma tulee esittää tilinpäätöksessä, mutta sitä voidaan käyttää myös tuloksen ennustamiseen. Liiketoiminnan tulos on kannattavuuden mittari. (Kinnunen Juha ym. 2000, 24–25; Karjalainen 2013, 16–17; Eklund Irina & Kekkonen Heidi 2014, 72–73).

Taulukko 1: Tuloslaskelma (Karjalainen Lasse 2013, Taulukko 2.2, 17).

Liikevaihto	Yrityksen varsinaisen toiminnan myyntituotot euroissa ilman arvonlisäveroa.
Liiketoiminnan muut tuotot	Tuotot, jotka liittyvät toimintaan, mutta eivät ole liikevaihtoa, esim. Vuokratuotot.
Aine- ja tarvikekäyttö	Tuotteisiin ja myytäviin palveluihin liittyvät raaka-aineiden ja tarvikkeiden ostot ilman arvonlisäveroa.
Ulkopuoliset palvelut	Alihankinnat ja muut ulkopuolelta ostettavat työsuoritukset.
Muuttuvat henkilöstökulut	Tuotannon palkat, loma- ja sairausajan palkat ja sivukulut.
muut muuttuvat kulut	Muut tuotannon kulut, esim. myynnin rahdit.
Myyntikate	Välisumma. Liikevaihto - muuttuvat kulut
Kiinteät henkilöstökulut	Henkilöstöön kohdistuvat kulut, jotka eivät muutu.
Vuokrat	Toimitilojen ja kaluston vuokrat.
Muut kiinteät kulut	Markkinointi, korjaus, huolto, puhelin, toimisto, vakuutukset, autokulut jne.
Käyttökate	Myyntikate - kiinteät kulut.
Poistot	Laskennallinen kiinteistön, koneiden ja kaluston arvon aleneminen.
Liikevoitto	Käyttökate - poistot
Korkokulut	Lainojen korot ja mahdolliset viivästyskorot.
Verot	Yrityksen tulovero
Voitto	Tuotot - kulut

Kassavirtalaskelman avulla varmistetaan yrityksen rahoituksen riittävyys ja huomataan sen kannalta olennaisimmat kohdat. Kassavirtalaskelma pakottaa yrittäjän havainnoimaan yrityksen tarvetta ulkoiselle rahoitukselle.

Kassavirtalaskelmassa- tai budjetissa arvioidaan tulevan kassan tilannetta.

Kassavirtalaskelmassa käytetään arvonlisäverollisia lukuja ja kirjaukset tehdään maksuperusteisesti. Laskelma tulisi toteuttaa kuukausi tasolla, jotta se olisi mahdollisimman tarkka. (Hesso 2013, 160–161)

Kuukaudet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kassa kauden alussa												
kassaan maksut												
Yhteensä												
Kassasta maksut												
Yhteensä												
Rahoitus												
lainojen lyhennykset -												
Lainojen nostot +												
omistajien sijoitukset +												
Omistajien yksityisnostot												
Kassa kauden lopussa												

Kuva 3. Karkea esimerkki yrityksen kassabudjetista (Hesso 2013, kuva 25, 161).

Rahoituslaskelmalle on olemassa kirjanpitolauslaskunnan luomat ohjeet ja malli. Näiden ohjeiden mukaan rahoituslaskelmalla tarkoitetaan yrityksen tietyn tilikauden varojen virrat käsittelevää laskelmaa. Laskelmassa olisi tarkoitus tulla ilmi varojen hankinta ja niiden käyttö. Rahoituslaskelman avulla voidaan ennakoida yrityksen taloudellista tilannetta rahoitusaseman- ja rakenteen mukaisesti. Rahoituslaskelma havainnoi myös vakavaraisuutta sekä maksuvalmiuden muutoksia. (Niskanen & Niskanen 2013, 69–70).

Taulukko 2. Kirjanpitolautakunnan yleisohjeen epäsuoran rahoituslaskelman malli (Niskanen & Niskanen 2014, 71, taulukko 3.8).

Rahoituslaskelma (epäsuora)	Vuosi
<u>Liiketoiminnan rahavirta</u>	X
• Liiketulos	X
• Poistot ja arvonalentumiset	X
• varauksen muutos	X
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	
<u>käyttöpääoman muutos</u>	
• lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys/vähennys	X
• Vaihto-omaisuuden lisäys/vähennys	X
• Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys/vähennys	X
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	
<u>Saadut korot</u>	
• Maksetut korot	X
• Saadut osingot	X
• Muut rahoituserät	X
• Maksetut verot	X
• Rahavirta ennen satunnaisia eriä	X
• Liiketoiminnan satunnaisista eristä johtuva nettorahavirta	X
Liiketoiminnan rahavirta (A)	X
<u>Investointien rahavirta</u>	
• Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	X
Investointien rahavirta (B)	X
<u>Rahoituksen rahavirta</u>	
• Lyhytaikaisten lainojen lisäys/vähennys	X
• Pitkäaikaisten lainojen lisäys/vähennys	X
• Pitkäaikaisten saamisten lisäys/vähennys	X
• Maksetut osingot ja muu voitonjako	X
Rahoituksen rahavirta (C)	X
<u>Rahavirtojen muutos lisäys/vähennys</u>	
+ Rahavarat tilikauden alussa	X
- Rahavarat tilikauden lopussa	X
Tarkastus	X

Hinnoittelu on tärkeä osuus yrityksen kannattavuuden edistämisessä, koska se vaikuttaa samanaikaisesti myynti määriin ja katteeseen. Tuotteen tai palvelun hinta ei saa olla liian korkea eikä liian matala, koska molemmat skenaariot johtavat katteen menetykseen. Liian matala hinta esittäytyy heikkona kannattavuutena, jos tavoiteltua asiakasmäärää ei saavuteta ja hinta on asiakkaiden maksuhalukkuuteen verrattuna liian alhainen. Hinnan liiallinen korkeus taas esiintyy tapahtumattomina kauppoina ja pienemmän asiakasmäärän tavoittamisena. Hinnoittelun menetelmiä on mm. kustannusperusteinen, katetuotto ja voittolisä hinnoittelu. (Karjalainen 2013, 65–68; Eklund & Kekkonen 2014, 102–105).

$$\begin{array}{l}
 \textit{Tuotteen muuttuvat yksikkökustannukset} \\
 + \textit{Tuotteelle kohdistettu katetuottotarve} \\
 \hline
 = \textit{Tuotteen arvonlisäveroton hinta} \\
 + \textit{Arvonlisävero} \\
 \hline
 = \textit{Tuotteen verollinen myyntihinta}
 \end{array}$$

Kuva 4. Katetuottohinnoittelun kaava (Osaavayrittaja.fi n.d)

3.7 Kirjanpito

Tilikausi on 12 kk mittainen ajanjakso, josta luodaan kirjanpidon perusteella tilinpäätös. Tilikausi koostuu tilinavauksesta, liiketapahtumien kirjaamisesta ja tilinpäätöksestä. Tilinpäätös tehdään tilikauden päätteeksi, joka on laskelma yrityksen tuloksesta ja varallisuustilanteesta. Tilinpäätös perustuu yrityksen kirjanpitoon ja se pitää sisällään ainakin tuloslaskelma, taseen sekä kirjanpito- ja aineistoluettelon. Tuloslaskelmasta on kerrottu tarkemmin aikaisemmassa kappaleessa. On siis hyvin tärkeää vastata kirjanpidon oikeellisuudesta

suunnittelemalla sitä liiketoimintasuunnitelmassa. (Tomperi Soile 2014, 16; Suomi.fi 2024).

Kirjanpitovelvollisuus koskee kaikkia, jotka harjoittavat liike- tai ammattitoimintaa. Kirjanpitolain tavoitteena on se, että kirjanpidon toteutustavat olisivat yhdenmukaiset kaikissa yrityksissä. Kirjanpitolain mukaan osakeyhtiöt ovat aina kirjanpitovelvollisia liiketoiminnan laajuudesta tai muodosta huolimatta. Kirjanpidon tarkoituksena on selvittää yrityksen tulos, mutta myös seurata sen rahatilannetta, tavaroita, saamisia ja velkoja. Kirjanpito on perustana myös elinkeino- ja arvonlisäverotukselle. (Tölli 2006, 21–22).

Kirjanpitotavalle ei ole laissa tarkkaa määritelmää, joten hyvä kirjanpitotapa on sellainen, jossa kirjanpito tehdään sen yleisten periaatteiden ja sitä koskevien lakien mukaisesti. On sanomattakin selvää, että kirjanpito vaatii myös tarkkuutta ja todenmukaisuutta. Kirjanpitolain mukaan, kirjanpito tulee toteuttaa kahdenkertaisena. Kahdenkertainen kirjanpito tarkoittaa sitä, että jokainen liiketapahtuma kirjataan kahdelle eri tilille, joista molemmat ovat kaksipuolisia. Tilien vasen puoli on nimeltään debet ja oikea puoli kredit. Tilien puolista saatetaan käyttää muitakin nimityksiä. Tositteiden perusteella liiketapahtuman rahamäärä merkitään vähintään kahdelle tilille. Näillä tileillä rahamäärä merkitään toisella tilillä debet puolelle ja toisella kredit puolelle. Se merkitäänkö tapahtuma tilin kredit, vai debet puolelle riippuu tilin luonteesta. Liiketapahtumia ovat menot, tulot ja rahoitustapahtumat. Kirjanpitotilejä ovat menotilit, tulotilit ja rahoitustilit, joihin liiketapahtumat merkitään tilien luonteen mukaisesti. (Tölli 2006, 35–41).

Kirjanpidon jokainen kirjaus perustuu tositteeseen liiketapahtumasta. Tositteiden tulee olla mahdollisuuksien mukaan ulkopuolisen antama ja sen tarkoituksena on todistaa liiketapahtuma. Tositteita voivat olla mm. laskut, hyvityslaskut, palkkalistat, sähkölaskut, puhelinlaskut ja maksukuitit. Tositteet on päivättävä ja ne tulee laatia pysyvällä tavalla. Tositetta ei siis voida kirjata esimerkiksi lyijykynällä. (Tomperi 2014, 42).

Tase kertoo yrityksen taloudellisen aseman tilinpäätöspäivän mukaisesti. Tase on kaksipuolinen tilimuotoinen laskelma, jonka puolet voidaan jakaa vastaavaan ja vastattavaan. Vastaavaa puolelle merkitään yrityksen varat, kun vastattavaa puolelle merkitään yrityksen velat. Vastaavan puolen jaottelua voidaan jatkaa pysyviin ja vaihtuviin vastaaviin. Pysyväksi vastaavaksi taseessa määritellään mm. maa-alueet, rakennukset, osakkeet jne. Vaihtuvia vastaavia ovat mm. yrityksen myyntisaamiset ja varaston arvo. Taseen vastattavan puolen jaottelua voidaan jatkaa omaan pääomaan, tilinpäätössiirtojen kertymään, pakollisiin varauksiin ja vieraaseen pääomaan. Oma pääoma voidaan laskea vähentämällä yrityksen varoista yrityksen velat. (Kinnunen ym. 2000, 27–29; Karjalainen 2013, 37–40).

Taulukko 3. Tase (Karjalainen 2013 taulukko 3.1, 38).

Vastaavaa	Vastattavaa
Pysyvät vastaavat <ul style="list-style-type: none"> • aineettomat hyödykkeet • aineelliset hyödykkeet • sijoitukset 	Oma pääoma <ul style="list-style-type: none"> • peruspääoma • edellisten tilikausien voitot/tappiot • tilikauden tulos
Vaihtuvat vastaavat <ul style="list-style-type: none"> • vaihto-omaisuus • myyntisaamiset • muut saamiset • rahat ja pankkisaamiset 	Pitkäaikainen vieraspääoma Lyhyt aikainen vieraspääoma <ul style="list-style-type: none"> • saadut ennakot • ostovelat • muut velat
Vastaavaa yhteensä	Vastattavaa yhteensä

3.8 Muut

Lopuksi eritellään vielä aiheita, joita liiketoimintasuunnitelmaan voidaan sisältää. Aiheet ovat kokonaisuudessaan yksinkertaisia, joten katsoin parhaaksi lisätä ne yhden otsikon alle, jottei teoria osuudesta tulisi liian pitkä.

Liiketoimintasuunnitelmaa rakentaessa on osattava itse arvioida se, onko aiheita tarpeellista sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan.

Tuotteet/palvelut ovat rakenteeltaan eroavaisia toisistaan, jonka takia on viisasta tehdä erittely tarjolla olevista tuotteista/palveluista. Tuotevalikoimaa kannattaa suunnitella, jotta on selkeää kenelle, miten ja miksi tuotteita aiotaan myydä. Jos yrityksellä on useita tuotevalikoimia, voidaan ne eritellä tuotelajitelmiin. Tuotesuunnittelussa lähtökohtana on kohderyhmä ja sen tarpeet. Suunnittelun keskeisiä kysymyksiä jokaiselle tuotteelle on sen nimi, kuvaus, lisäarvo ja elinkaari. (Hesso 2013, 107–108).

Tuotanto käsittää kaikki ne vaiheet, jotka tuotteen asiakkaalle saaminen vaatii. Tuotantoa voidaan suunnitella operatiivisesti tai fokuoituneesti. Operatiivinen tarkastelu kohdistuu tuotannon kustannusten optimointiin mm. kustannustekijöiden analysoinnilla, kilpailuttamalla ja automatisaation tuomalla tuella. Fokuoitunut suunnittelu tarkastelee tuotantoa asiakaslähtöisesti siten, että panostus kohdistuu rajatun kohderyhmän tarpeiden täyttämiseen mm. tuotannossa käytetyn henkilöstön, materiaalin ja laitteiden laadun avulla. Yrityksen tuotteiden tai palveluiden tuotannosuunnittelussa voidaan hyödyntää näitä keinoja, mutta hyvän tuotannosuunnitelman kannalta tärkeitä kysymyksiä ovat: (Hesso 2013, 142–143).

- Tuoterakenne ja miten se tuotetaan?
- Missä tuotanto toteutetaan ja millaisella volyyymillä?
- Ketkä toteuttavat tuotannon?
- Mitä järjestelmä-, tila- ja viranomaisvaatimuksia tuotantoon sisältyy?

Riskejä on aloittavalla yrityksellä valtava määrä, mutta niihin pystytään varautumaan hyvällä suunnittelulla. Riskeihin voidaan varautua tunnistamalla ja analysoimalla riskit, jotta niiden minimoimisen kannalta voidaan tehdä tarvittavia muutoksia. Yritystoiminnan kannalta olennaisimmat riskit voidaan jakaa liike- ja vahinkoriskeihin. Liikeriskit liittyvät aina yritystoimintaan kilpailullisilla markkinoilla ja ovat luonteeltaan dynaamisia. Tyypillisiä liikeriskejä ovat

esimerkiksi asiakkaiden maksuvaikeudet, toimittajien toimitusvaikeudet, kannattavuuden äkillinen heikentyminen, kilpailijoiden toimet ja taloudellisen ympäristön tapahtumat. Vahinkoriskit ovat puolestaan realisoituessaan sellaisia, että ne kohdistuvat johonkin tiettyyn yritystoiminnan osa-alueeseen.

Vahinkoriskeihin voidaan lukea esimerkiksi omaisuusvahingot, rikokset, keskeytysvahingot, riippuvuusvahingot, vahingonkorvausvaatimukset ja henkilöriskit. Näihin riskeihin tulee varautua, jotta vältetään tarpeettomilta vahingoilta. Joihinkin riskeihin voidaan varautua yksinkertaisesti vakuutuksilla, mutta varautumisen keinot ovat hyvin riippuvaisia riskin luonteesta. (Hesso 2013, 168–169).

Riskianalyysin ei tarvitse olla monimutkainen, koska sen tarkoituksena on tunnistaa riskit, jotta niihin voidaan varautua. Riskianalyysin tekemiselle on monia eri keinoja, mutta esimerkiksi riskimatriisi on hyvä ja luotettava tapa arvioida ja tunnistaa riskien vakavuutta. Riskimatriisissa määritellään pääriskiluokat ja niille yksittäisiä riskikokonaisuuksia ja se luodaan yritys- ja toimialakohtaisesti. Riskien vakavuus määritellään riskimatriisissa väreillä. (Ilmonen Ilkka ym. 2010, 88–89).

		Probability		
		Low 1	Medium 2	High 3
Impact	Low 1	1	2	3
	Medium 2	2	4	6
	High 3	3	6	9

[Tämä kuva](#), tekijä Tuntematon tekijä, käyttöoikeus: [CC BY](#)

Kuva 5. Riski matriisi esimerkki (Riskstorming.com n.d)

4 Toteutus

Tässä kappaleessa käsitellään tähän opinnäytetyöhön liittyvän toiminnallisen vaiheen toteutus. Toiminnallinen vaihe koostui osakeyhtiön perustamisesta ja liiketoimintasuunnitelman rakentamisesta. Toteutus perustui kaikin puolin opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen.

4.1 Osakeyhtiön perustaminen

Osakeyhtiön perustaminen on yksinkertainen prosessi, jossa perustavan henkilön tai henkilöiden on tunnettava käsitteitä osakeyhtiölaista. Käsitteiden tunteminen helpottaa ja nopeuttaa käytännön perustamistoimia, johon tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys antaa kattavan perehdytyksen.

Osakeyhtiön perustaminen tapahtui yhdessä muiden toimihenkilöiden kanssa ja se perustettiin opinnäytetyössä tehdyn tutkimuksen avulla nopeasti.

Opinnäytetyössä perustetun osakeyhtiön viralliseksi nimeksi valikoitui Arkisto Official Oy, jonka pääasiallinen toimiala on vaatteiden yleisvähittäiskauppa.

Osakeyhtiössä on yhteensä kolme yhtiömiestä, jotka koostavat yhdessä hallituksen. Toimitusjohtajan nimeäminen ei ole osakeyhtiöissä pakollista, mutta Arkiston tapauksessa nimettiin yritykselle myös toimitusjohtaja.

Osakkeenomistus jaettiin toimihenkilöiden kesken tasan 33,33 % jokaista toimihenkilöä kohden. Osakkeiden lukumäärä on vapaasti valittavissa, joiden lukumääräksi Arkiston tapauksessa valikoitui 100 000. Toimihenkilöiden yhteisestä päätöksestä osakeyhtiöstä tehtiin yksityinen, joten osakepääomaa ei tarvittu ja yrityksen perustamisen hinnaksi muodostui 280 €. Muuta poikkeavaa käytännön perustamistoimissa ei ollut ja muista säännöksistä määrättiin, niin kuin tämän opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä kerrotaan.

Osakeyhtiön käytännön perustamistoimien jälkeen on jäljellä vielä yrityksen pankkitilin luominen. Tämäkin prosessi on verrattain yksinkertainen, mutta sen kannalta on tärkeää tietää seuraavat asiat. Yritystilin voi luoda pankin nettisivuilla, jos joillakin yrityksen toimihenkilöistä on henkilökohtainen pankkitili

kyseisellä pankilla. Muussa tapauksessa pankkitilin luomiseen tarvitaan jokaisen toimihenkilön läsnäoloa fyysisesti valitussa pankissa. Jokaisen toimihenkilön on allekirjoitettava suostumuksesta pankkitilin luomiseen, johon toimihenkilöt saavat erillisen kutsun tekstiviestin tai sähköpostin välityksellä, jos pankkitili perustetaan netissä. Pankkitilin luomiseen tarjoaa jokainen pankki erilaisia hintoja, mutta Arkiston tapauksessa yritystili luotiin OP:lle, jonka hinnaksi muodostui 100 €. Lisäksi yritystilistä maksetaan kuukausimaksu, joka on taas eriävä riippuen pankista, jolle yritystili on luotu, mutta Arkiston tapauksessa yritystilin ylläpito maksaa 10 € kuukaudessa. Yritystilin perustamisessa tarvitaan tietoja, joista on päätetty osakeyhtiön perustamissopimuksessa.

Koko perustamisprosessin tuloksena on Arkisto Official Oy, joka on pk-yritys, jonka pääasiallinen toimiala on vaatteiden yleisvähittäiskauppa. Arkisto Official Oy:lle määritettiin myös toissijaisia toimialoja, koska toimihenkilöiden keskuudessa päätettiin, ettei toimintaa tahdota rajoittaa täysin yhteen toimialaan. Arkisto Official Oy on yritys, joka suunnittelee ja valmistaa huippumuotia kierrätysmateriaaleista ja pyrkii toiminnallaan edistämään vaatealan kiertotaloutta. Kaikki Arkisto Official Oy:n tarjoamat tuotteet ovat itse suunniteltuja, mutta vaatteiden valmistus suuremmissa myyntierissä tullaan ulkoistamaan kierrätystekstiilejä hyödyntäville tahoille. Arkisto Official Oy:llä ei ole fyysistä toimipistettä, joten myynti, yhteydenotot jne. tapahtuvat kaikki Arkisto Official Oy:n valmistuksen alla olevien nettisivujen kautta.

4.2 liiketoimintasuunnitelman rakentaminen

Riippuen asian kiireellisyydestä, liiketoimintasuunnitelma voidaan rakentaa ennen yrityksen käytännön perustamistoimia tai sitten käytännön perustamistoimien jälkeen. Koska Arkiston tapauksessa liiketoimintasuunnitelman valmistumiselle ei ollut asetettu tiettyä aikamäärettä, aloitettiin liiketoimintasuunnitelman rakentaminen heti käytännön perustamistoimien jälkeen. Liiketoimintasuunnitelma oli opinnäytetyön toinen tuloksellinen tavoite, joka rakennettiin opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen

perusteella. Koska liiketoimintasuunnitelman rakentamiselle ei olla määritelty mitään tiettyä rakennetta ja useiden lähteiden ohjeet sen rakentamiseksi ovat erilaisia, katsoin parhaaksi luoda kattavan teoreettisen rungon liiketoimintasuunnitelmalle, jotta sen sisällön avulla pystytään suunnittelemaan useampaa liiketoiminnan osa-aluetta kattavammin. Kaikkea mitä teoreettisessa viitekehysessä liiketoimintasuunnitelmasta kerrotaan ei kuitenkaan kirjoitettu Arkisto Official Oy:n liiketoimintasuunnitelmaan, koska niitä ei katsottu tarpeelliseksi sisällyttää yrityksen tilannetta tarkastellessa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyneitä liiketoimintasuunnitelmaa ei tulla sisältämään julkiseen opinnäytetyöhön, koska se sisältää luottamuksellista tietoa, jonka julkaiseminen voi olla Arkisto Official Oy:n toiminnalle haitallista. Voin kuitenkin kertoa hieman siitä, mitä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään ja millainen sen rakentamisprosessi oli kokonaisuudessaan.

Niin kuin mainittu, liiketoimintasuunnitelman rakentaminen alkoi lähes välittömästi yrityksen perustamistoimien jälkeen. Liiketoimintasuunnitelmassa on 9 kappaletta ja yhteensä 37 sivua lähteet mukaan lukien.

Liiketoimintasuunnitelman rakenne on lähes sama kuin teoreettisessa viitekehysessä, mutta Arkiston tilannetta tarkastellessa sen rakenteesta muodostui seuraavanlainen:

- Yritysesittely
- Liikeidea
- Markkina-analyysi
- SWOT-analyysi
- Rahoitus
- Markkinointi ja kohderyhmän määrittäminen
- Myynti ja hinnoittelu
- Tuotteet ja tuotanto

- Tavoitteet
- Lähteet

Yritysesittelyssä tuodaan esiin yrityksen nimi, toimiala, yhtiömuoto, osoite, postinumero, postitoimipaikka, perustamisvuosi, henkilöstömäärä, internet-osoite, Y-tunnus ja yrityksen omistajat. Yritysesittely on hyvä lisätä liiketoimintasuunnitelmaan, jos tarkoituksena on esittää liiketoimintasuunnitelmaa ulkoisille tahoille. Yritysesittelyn jälkeen käydään läpi liikeidean kuvaus, joka vastaa kaikessa lyhykäisyydessään kysymyksiin mitä yritys tekee, miten yritys tekee ja kenelle yritys tekee.

Muissa mainituissa kappaleissa käydään läpi opinnäytetyön teoriassa käytyjä asioita Arkisto Official Oy:n näkökulmasta ja päätetään niitä koskevista asioista. Koska yrityksessä on kolme toimihenkilöä, kaikesta liiketoimintasuunnitelmassa mainitusta ei olla voitu päättää yksin. Esimerkiksi myyntiä on suunniteltu yhdessä toimihenkilöiden kanssa, josta olen luonut laskelmia ja kirjoittanut toimihenkilöiden kanssa yhdessä päätetyistä asioista yhteenvedot.

Kokonaisuudessaan liiketoimintasuunnitelman rakentaminen on myös yksinkertaista, mutta rakenteen luominen voi olla tapauskohtaisesti haastavaa. Siihen millainen rakenne liiketoimintasuunnitelmassa kannattaa olla, ei ole olemassa tarkkaa ohjetta, mutta yleisesti ottaen on yritystoiminnan kannalta hyödyllistä käydä jokainen aihe läpi, jotka tässä liiketoimintasuunnitelmassa on mainittu, jos aikaisempia suunnitelmia aiheita koskien ei ole olemassa. Arkiston tapauksessa tiettyjä aiheita on suunniteltu ja käsitelty jo ennen osakeyhtiön perustamista, joten kaikkea opinnäytetyön teoriassa käsiteltyä ei sisällytetty liiketoimintasuunnitelmaan.

5 Arkisto Oy:n liiketoimintasuunnitelma

Tässä osiossa on tarkoituksena esitellä Arkisto Official Oy:lle opinnäytetyössä rakennettu liiketoimintasuunnitelma, mutta sen sisältäessä luottamuksellista tietoa, ei liiketoimintasuunnitelmaa voida tuoda esiin julkisessa opinnäytetyössä.

6 Yhteenveto

Opinnäytetyön tavoitteena oli perustaa osakeyhtiö ja rakentaa tälle liiketoimintasuunnitelma, liiketoiminnan aloittamisen tueksi. Opinnäytetyön tuloksena oli onnistuneesti perustettu Arkisto Official Osakeyhtiö ja tälle rakennettu liiketoimintasuunnitelma. Koska Arkiston liiketoimintasuunnitelmaa ei tahdottu luottamuksellisista syistä tuoda esiin julkiseen opinnäytetyöhön, tahdoin rakentaa liiketoimintasuunnitelmaa koskevan teoreettisen viitekehysten mahdollisimman laajasti, jotta teoreettista viitekehystä voitaisiin hyödyntää opinnäytetyöstä erillisten liiketoimintasuunnitelmien runkona ja siitä tulisi mahdollisimman hyvin selväksi, mitä yritykselle rakennettu liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään. Teoreettisen viitekehysten rakentaminen liiketoimintasuunnitelmasta oli kuitenkin hyvin hankala tehdä siten, että sitä voitaisiin hyödyntää alasta riippumatta, koska jokainen liiketoimintasuunnitelma on erilainen toimialasta, yrityksestä, liiketoiminnan laajuudesta ja sen tavoitteista riippuen.

Koska Arkisto Official Oy:n kohdalla yrityksen perustamisprosessi alkoi sopivan yhtiömuodon kartoittamisesta, tahdoin tuoda opinnäytetyössä esiin teorian yhtiömuotojen ominaisuuksista ja eroavaisuuksista. Lopputuloksena on opinnäytetyö, jossa on yrityksen perustamisen kannalta oleelliset aiheet avattu niin laajasti, että sitä voidaan käyttää apuna yhtiömuodon valitsemisessa, osakeyhtiön perustamisessa ja liiketoimintasuunnitelman rakentamisessa. Liiketoimintasuunnitelman ei tarvitse sisältää kaikkea, mitä teoreettisessa viitekehyksessä on tuotu esiin, eikä Arkisto Official Oy:n kohdallakaan kaikkea teoreettisessa viitekehyksessä avattua tuotu varsinaiseen liiketoimintasuunnitelmaan. Tarkoituksena on tarjota mahdollisimman laaja teoria, jotta liiketoiminnan suunnittelu olisi helpompaa.

Kaikki toiminnallisen osuuden vaiheet perustuivat tämän opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen. osakeyhtiön perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman rakentaminen ovat molemmat suhteellisen yksinkertaisia prosesseja, mutta tarjolla on paljon toisistaan eriävää tai

vanhentunutta tietoa, joka luo epäselvyyksiä koskien yrittäjyyttä. Tästä syystä uskon opinnäytetyön olevan hyödyllinen työkalu prosesseihin, joita siinä käsitellään.

Ennen opinnäytetyön aloittamista yhtiömuodot ja liiketoimintasuunnitelmassa käsiteltävät aiheet olivat minulle tuttuja vain käsitteinä, enkä omistanut sen syvempää ymmärrystä aihealueista. Opinnäytetyötä tehdessä olen oppinut paljon siitä, mitä yrityksen johtaminen vaatii, mutta myös siitä, kuinka liiketoimintaa tulee hallita. Esimerkiksi rahoitus oli minulle suhteellisen vieras aihe ennen opinnäytetyötä, mutta tarkastellessa yrityksen tarpeita, rahoitusmarkkinoita, rahoitusmuotoja ja -instrumentteja olen kyennyt hahmottamaan käsitteen tarkoitusta laajemmin ja määrittelemään todelliselle yritykselle rahoitussuunnitelman.

Opinnäytetyön tavoitteena oli perustaa osakeyhtiö ja antaa tälle kattava suunnitelma liiketoiminnan aloittamiseksi. Osakeyhtiön käytännön perustamistoimissa on hankala epäonnistua, mutta yrityksen perustaminen tarkoittaa sitoutumista yritystoimintaan, joka ei ole itsestänselvyys, jos yrittäjyyttä ei ymmärretä tarpeeksi laajasti. Epätietoisuus yrittäjyyttä koskevista asioista johtaa hankaluuksiin, joten tavoite on mielestäni saavutettu siinä mielessä, että tutkimukseni aiheesta, on luonut itsevarmuutta, motivaatiota ja intoa yritystoiminnan aloittamiseen. Lisäksi liiketoimintasuunnitelma on ollut onnistunut kokonaisuus, josta toimihenkilöt antoivat hyvää ja rakenteellista palautetta.

Kokonaisuudessaan uskon tämän opinnäytetyön tarjoavan hyvät lähtökohdat yrittäjyyttä harkitseville, koska tutkimuksen pohjalta on onnistuneesti päästy opinnäytetyölle asetettuihin tavoitteisiin. Olen tyytyväinen siihen, mitä opinnäytetyöllä on saavutettu ja toivon opinnäytetyön tarjoavan myös muille hyvän rungon prosessin suorittamiseen.

Lähteet

- Eisto Silja op-media.fi 2019. Millainen on hyvä liikeidea? Viitattu 17.01.2024. <https://www.op-media.fi/yrittajyys/yrityksen-perustaminen/millainen-on-hyva-liikeidea/>.
- Eklund, I. & Kekkonen, H. 2014. Kannattavuuslaskenta ja hinnoittelu. 1., painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Hesso, J. 2013. Hyvä liiketoimintasuunitelma. Helsinki: Kauppakamari.
- Holopainen, T & Levonen, A-L. 2006. Yrityksen perustajan opas: Silta yrittäjyyteen. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita Oy.
- Holopainen, T. 2017. Yrityksen perustamisopas: Käytännön perustamistoimet. 26., uudistettu painos. Espoo: Asiatieto Oy.
- Holopainen, T. 2023. Yrityksen perustamisopas: Käytännön käsikirja aloittavalle yritykselle. 33., uudistettu painos. Hyvinkää: Asiatieto Oy.
- Ilmonen, I; Kallio, J; Koskinen, J. Rajamäki, M. 2013. Johda riskejä- Käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. 1., muuttamaton painos. Helsinki: Tammi.
- Karjalainen, L. 2013. Yrittäjän talousopas. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä; Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. 1., painos. Jyväskylä: Docendo.
- Kinnunen, J; Leppiniemi, J; Martikainen, T; Virtanen, K. 2000. Yrityksen taloushallinnon perusteet. Helsinki: KY-Palvelu Oy.
- Knüpfer, S. & Puttonen, V. 2014. Moderni rahoitus. 7., uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Leppiniemi, J. 1993. Rahoitus. 5., uudistettu painos, 2009. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.

Liite.1 Arkisto Official Oy liiketoimintasuunnitelma

Sisältö	
Käytetyt lyhenteet ja sanasto	6
1 Yritysesittely	7
2 Liikeidea	8
3 Markkina-analyysi	10
3.1 Markkinat	10
3.2 Toimijat markkinoilla	11
3.3 Kokonaismarkkinat	12
3.4 Kohdemarkkinat	12
3.5 Maantieteellinen kohdealue	13
3.6 Kilpailija-analyysi	13
4 SWOT-analyysi	17
4.1 Vahvuudet	18
4.2 Heikkoudet	18
4.3 Mahdollisuudet	19
4.4 Uhat	20
5 Rahoitus	21
5.1 Rahoitusmuodot	21
5.2 Kassavirtalaskelma	24
5.3 Rahoituslaskelma	25
6 Markkinointi ja kohderyhmän määrittäminen	26
7 Myynti ja hinnoittelu	30
7.1 Testierä	30
7.1.1 Testierän hinnoittelu	30
7.2 Ensimmäinen todellinen myyntierä	31
7.3 Myyntilaskelma	31
8 Tuotteet ja tuotanto	33
8.1 Testierän tuoterakenne	33
8.2 Ensimmäisen myyntierän tuoterakenne	33
8.3 Tuotanto	34
9 Tavoitteet	35
10 Lähteet	36