

Rosa-Maria Alcenius

TILITOIMISTON PERUSTAMINEN

Opinnäytetyö

Tradenomi

Liiketalouden koulutus

2025



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Liiketalouden koulutus
Tekijä	Rosa-Maria Alcenius
Työn nimi	Tilitoimiston perustaminen
Toimeksiantaja	Rosa-Maria Alcenius, Tmi Kaari Tili
Vuosi	2025
Sivut	51 sivua, liitteitä 13 sivua
Työn ohjaaja	Anna-Liisa Immonen

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee tilitoimiston perustamista yksityisen elinkeinonharjoittajan näkökulmasta. Työn tavoitteena oli laatia kilpailija- ja markkina-analyysi sekä rahoitussuunnitelma toimeksiantajalle. Opinnäytetyön markkina-analyysi rajattiin Pyhtään alueelle. Rajauksen tarkoituksena oli saada mahdollisimman syvällinen ja yksityiskohtainen markkina-analyysi perustettavan tilitoimiston kotipaikan eli Pyhtään markkinaympäristöstä.

Tämän työn tutkimuksellinen lähestymistapa on tapaustutkimus, joka toteutettiin laadullisin tutkimusmenetelmin ja empiiristä aineistoa kerättiin dokumentti-analyysillä, yritysneuvojan haastattelulla puhelimitse sekä tilitoimistoyrittäjien haastatteluilla sähköpostitse. Työn ensimmäinen tutkimuskysymys oli, millainen on perustettavan tilitoimiston markkinaympäristö ja ketkä ovat sen kilpailijoita. Toinen tutkimuskysymys oli, millaisia rahoitusvaihtoehtoja perustettavalle tilitoimistolle on saatavilla.

Tehdyn markkina-analyysin tulosten perusteella Pyhtäätä voidaan pitää erinomaisena paikkana perustaa tilitoimisto muun muassa hyvän sijainnin ja kysynnän vuoksi. Kilpailija-analyysin perusteella vahvimpina kilpailijoina perustettavalle tilitoimistolle voidaan pitää pieniä 1–3 henkilön tilitoimistoja, jotka tarjoavat henkilökohtaisia ja joustavia palveluita ylittämällä asiakkaidensa odotukset. Rahoitussuunnitelman laskelmien perusteella todettiin, että perustettava tilitoimisto tarvitsee yritystoiminnan käynnistämiseen ja kehittämiseen vierasta pääomaa.

Tutkimuksen tulosten perusteella opinnäytetyö onnistui hyvin, sillä tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Tämä opinnäytetyö on toimeksiantajalle hyödyllinen tuloksineen ja johtopäätöksineen tilitoimiston perustamiseksi ja kehittämiseksi Pyhtään alueella. Myös muut tilitoimiston perustamista suunnittelevat voivat hyötyä tämän työn tuloksista ja löydöksistä.

Asiasanat: kilpailija-analyysi, markkinatutkimus, rahoitussuunnittelu, tilitoimistot, yrityksen perustaminen

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author	Rosa-Maria Alcenius
Thesis title	Establishment of an accounting firm
Commissioned by	Rosa-Maria Alcenius, Tmi Kaari Tili
Time	2025
Pages	51 pages, 13 pages of appendices
Supervisor	Anna-Liisa Immonen

ABSTRACT

This thesis dealt with the establishment of an accounting firm from the perspective of a private entrepreneur. The aim of the work was to prepare a competitor and market analysis and a financing plan for the commissioner. The market analysis of the thesis is limited to the Pyhtää area. The purpose of the limitation is to obtain the most in-depth and detailed market analysis possible of the accounting firm's home market environment Pyhtää.

The research approach of this work is a case study, which was conducted using qualitative research methods and empirical data was collected through document analysis, telephone interviews with a business advisor and interviews with accounting firm entrepreneurs via email. The first research question of the work is what the market environment of the accounting firm to be established is like and who its competitors are. The second research question is what kind of financing options are available for the accounting firm to be established.

Based on the market analysis, Pyhtää is an excellent place to establish an accounting firm, among other things due to its suitable location and demand. Based on the competitor analysis, the strongest competitors for the accounting firm to be established can be considered small accounting firms of 1–3 people, which offer personal and flexible service by exceeding the commissioner's expectations. Based on the calculations in the financial plan, the company needs external capital to start and develop its business. The commissioner should apply for a bank loan, start-up money and Leader support from the local developer Leader Sepra to establish the accounting firm.

Based on the results of the research, the thesis was successful, and the research questions were answered. This thesis provides the commissioner with useful information for establishing and developing an accounting firm in the Pyhtää region. Other people planning to establish an accounting firm can also benefit from the results and findings of this work.

Keywords: accounting firms, competitor analysis, company establishment, financial planning, market research

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	8
2.1	Liiketoimintasuunnitelman merkitys ja sisältö	8
2.2	Tuotteet ja palvelut	10
2.3	Asiakkaat ja markkinointi	11
2.4	Markkinaympäristö ja kilpailijat	15
2.5	Riskit.....	17
3	YRITYSTOIMINNAN RAHOITUS	19
3.1	Aloittavan yrityksen rahoitus ja rahoitussuunnitelma	19
3.2	Oman pääoman sijoitukset	22
3.3	Pankkilainat ja luotot.....	24
3.4	Starttiraha	26
3.5	Finnveran rahoituspalvelu.....	27
4	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	28
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO.....	29
5.1	Laadullinen tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta.....	29
5.2	Aineiston analysointi	34
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	35
6.1	Markkina- ja kilpailija-analyysi	36
6.2	Rahoitusvaihtoehdot ja rahoitussuunnitelma	39
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	40
7.1	Markkinaympäristönä Pyhtää ja sen kilpailijat	40
7.2	Aloittavan yrityksen rahoitussuunnitelma.....	42
7.3	Toimenpidesuosituksset	44
7.4	Luotettavuuden analyysi	45
8	LOPUKSI	47
	LÄHTEET.....	49

LIITTEET

Liite 1. Cursor Oy:n saatesähköposti ja haastattelun runko

Liite 2. Tilitoimistoyrittäjän haastattelupyyntö

Liite 3. Tietosuojailmoitus

Liite 4. Markkina-analyysi

Liite 5. Kilpailija-analyysi

Liite 6. Rahoitusvaihtoehdot

Liite 7. Rahoitussuunnitelma

Liite 8. Kannattavuuslaskelma

Liite 9. Kassavirtalaskelma 3 kk

Liite 10. Tulossuunnitelma

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihe käsittelee tilitoimiston perustamista yksityisen elinkeinonharjoittajan näkökulmasta. Opinnäytetyön toimeksiantajana on tämän opinnäytetyön tekijä, joka on myös perustettavan tilitoimiston yrittäjä. Toimeksiantajan laajempi esittely on luvussa neljä. Opinnäytetyön aihe on tärkeä toimeksiantajalle, sillä valmiin tuotoksen on tarkoituksena olla perustettavan tilitoimiston perustamisprosessin pohja.

Tässä opinnäytetyössä ei ole tarkoituksena laatia perustettavalle tilitoimistolle liiketoimintasuunnitelmaa, sillä se on jo tehty aiemmin "Ideasta liiketoiminnaksi" -kurssilla. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on syventää ja jatkaa liiketoimintasuunnitelmaa. Opinnäytetyön tavoitteena on laatia markkina- ja kilpailija-analyysi sekä rahoitussuunnitelma perustettavalle tilitoimistolle. Markkina-analyysin tarkoituksena on antaa arvokasta tietoa perustettavan tilitoimiston markkinaympäristöstä sekä sen tarjoamista mahdollisuuksista ja haasteista. Kilpailija-analyysin tarkoituksena on auttaa tutkimaan markkinaympäristön muita tilitoimistoja sekä heidän palvelujaan, vahvuuksiaan ja heikkouksiaan. Rahoitussuunnitelman tarkoituksena on kartoittaa perustettavan tilitoimiston rahoitusvaihtoehdot sekä rahan tarve.

Opinnäytetyön ensimmäinen tutkimuskysymys on, millainen on perustettavan tilitoimiston markkinaympäristö ja ketkä ovat sen kilpailijoita. Tämä kysymys auttaa tutustumaan perustettavan tilitoimiston markkinaympäristöön ja kilpailijoihin sekä heidän tarjontaansa. Toinen tutkimuskysymys on, millainen perustettavan tilitoimiston rahoituksen tarve on ja mitä rahoitusvaihtoehtoja on saatavilla. Tämä kysymys auttaa selvittämään perustettavan tilitoimiston rahoituksen tarpeen ja tutkimaan erilaisia rahoitusvaihtoehtoja.

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan ainoastaan Pyhtään markkinaympäristöä. Rajauksen avulla tutkimus keskittyy tarkasti määriteltyyn alueeseen, mikä mahdollistaa syvällisemmän ja yksityiskohtaisemman markkina-analyysin markkinaympäristöstä. Kilpailija-analyysiin ja tilitoimistoyrittäjien haastatteluihin on otettu mukaan tilitoimistoja naapurikaupungeista ja -kunnista, sillä muu-

toin kilpailija-analyysi sekä haastattelut olisivat jääneet hyvin suppeaksi. Opinnäytetyön ulkopuolelle rajataan yritysmuodon valintaan liittyvät asiat. Perustettavan tilitoimiston yhtiömuoto on jo valittu ennen opinnäytetyön tekemistä, joten yritysmuodon valintaa ei ole tarpeen tässä työssä tutkia. Opinnäytetyössä keskitytään käsittelemään tietyt rahoitusvaihtoehtoja syvällisesti, kuten oman pääoman sijoituksia, pankkilainoja ja luottoja, starttirahaa ja Finnveran rahoituspalveluita, sillä nämä rahoituslähteet ovat yleisimpiä aloittaville yrityksille.

Tähän opinnäytetyöhön valittiin sopivin tutkimuksellinen lähestymistapa, eli tapaustutkimus, sillä tutkimuksen kohteena on yksittäinen tapaus, kuten kilpailija- ja markkina-analyysin sekä rahoitussuunnitelman laatiminen perustettavalle tilitoimistolle. Vuoren (2021) mukaan tapaustutkimus tarjoaa yksityiskohtaista tietoa yksittäisestä tapauksesta tai pienestä joukosta toisiinsa liittyviä tapauksia. Empiiristä aineistoa kerättiin monipuolisesti laadullisin menetelmin dokumenttianalyysillä, puhelinhaastattelulla sekä haastatteluilla sähköpostitse. Puhelinhaastattelu sisälsi puolistrukturoituja kysymyksiä ja lisäkysymyksiä esitettiin haastateltavan mukaan. Sähköpostihaastatteluissa kysymykset olivat avoimia ja kaikille haastateltaville samat. Empiirisen aineiston keräämisen valinnat tehtiin teorian perusteella. Juhilan (2021) mukaan laadullinen tutkimus, eli kvalitatiivinen tutkimus, on tutkimusmenetelmä, jonka tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä syvällisesti ja kokonaisvaltaisesti. Laadullisen tutkimuksen aineiston kerääminen tapahtuu yleisesti haastatteluilla, kyselyillä, havainnoinnilla sekä valmiisiin dokumentteihin perustuvan tiedon tutkimisella ja keräämisellä. (Juhila 2021.) Valitut tiedonkeruumenetelmät täydensivät hyvin toisiaan ja antoivat tutkittavasta aiheesta kokonaisvaltaista tietoa.

Teorialukuja työssä on kaksi, ensimmäinen luku käsittelee liiketoimintasuunnitelman teoriaa ja liiketoimintasuunnitelman osa-alueita. Toinen teorialuku käsittelee aloittavan yrityksen rahoitusta, sen suunnittelua sekä rahoituslähteitä. Nämä teorialuvut valittiin tähän opinnäytetyöhön, koska ne tarjosivat syvällisen pohjatiedon yrityksen perustamiseen liittyvistä asioista, ja tämän tiedon avulla tutkimus voitiin toteuttaa onnistuneesti.

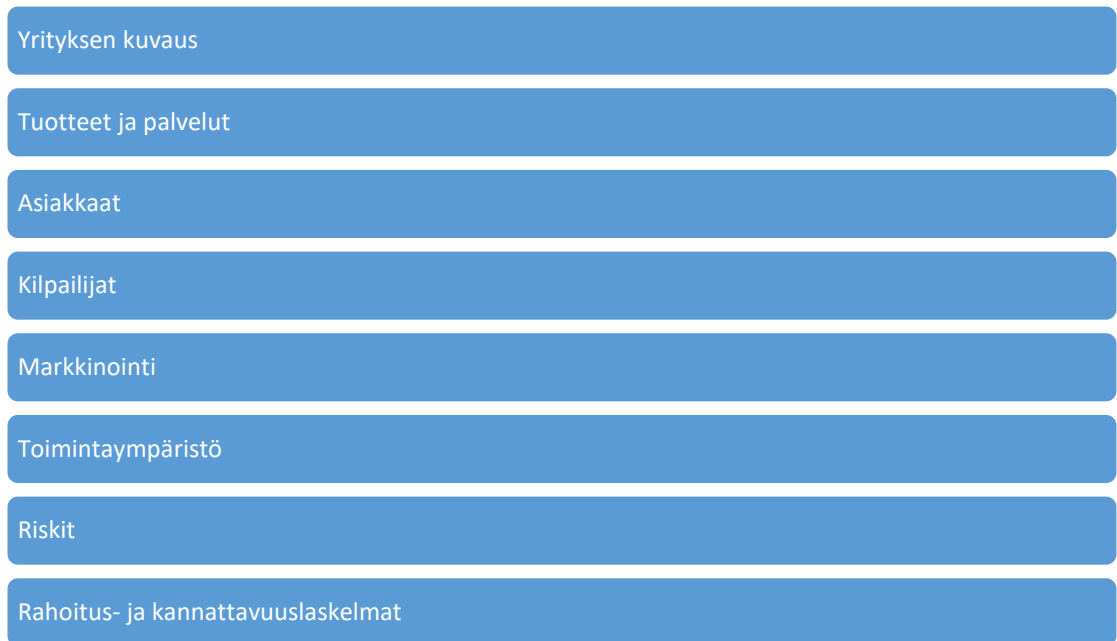
2 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Jokainen yritys saa alkunsa yritysideoista. Yritysidea kertoo, mitä varten yritys perustetaan. Yritysideoa jalostetaan eteenpäin liikeideaksi, joka puolestaan kertoo, miten yritysideoa aiotaan käytännössä toteuttaa. Liikeidea vastaa kysymyksiin, mitä tuotteita tai palveluita yritys tarjoaa, miten ne tuotetaan ja markkinoidaan sekä kenelle ne on suunnattu. Tarpeeksi pitkälle jalostetun liikeidean pohjalta laaditaan liiketoimintasuunnitelma, joka on useimmiten monisivuinen tuotos yrityksen liiketoiminnasta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. (Hesso 2015, 24–25; Liikeidea s.a; Koski & Virtanen 2005, 19.) Seuraavissa alaluvuissa käsitellään liiketoimintasuunnitelman merkitystä sekä kaikki liiketoimintasuunnitelman keskeiset elementit.

2.1 Liiketoimintasuunnitelman merkitys ja sisältö

Liiketoimintasuunnitelma kertoo, miten yritys aikoo toteuttaa liikeideaansa. Liiketoimintasuunnitelma toimii merkittävänä apuna yrityksen perustamisessa ja myöhemmin sen kehittämisessä. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma auttaa kartoittamaan tavat minimoida riskejä ja maksimoida voittoja, joten liiketoimintasuunnitelma kannattaa tehdä huolellisesti. (Uusyrittäjäkeskus s.a.) Liiketoimintasuunnitelmaa on mahdollista päivittää myöhemmin tarpeen mukaan. Päivityksiä on tarpeen tehdä esimerkiksi yrityksen toiminnan muuttuessa, yrityksen kasvaessa ja tuotevalikoiman laajentuessa. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma on yleensä edellytys aloittavan yrityksen rahoituksen hakemiselle. Liiketoimintasuunnitelman avulla rahoittajat ja muut sidosryhmät saavat kokonaiskuvan yrityksestä sekä sen toimintaedellytyksistä. (Varma 2021; Koski & Virtanen 2005, 19.)

Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma on kattava, ymmärrettävä ja tiivis kokonaisuus, joka yhdistää keskeisimmät tiedot yrityksestä ja sen liiketoiminnasta. Verkosta löytyy useita erilaisia ohjeita ja valmiita pohjia liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Liiketoimintasuunnitelmaa ei ole pakollista laatia tietyssä järjestyksessä. (Uusyrittäjäkeskus s.a.) Kuvassa 1 esitetään, mitä liiketoimintasuunnitelmaan on suositeltavaa sisällyttää



Kuva 1. Liiketoimintasuunnitelman sisältö (Uusyrittyskeskus s.a.)

Uusyrittyskeskus suosittelee liiketoimintasuunnitelman laatimisen aloittamisen yrityksen kuvaamisesta, sen missiosta, visiosta ja arvoista sekä tuodaan ilmi yrityksen perusajatus ja pitkän aikavälin tavoitteet. Yrityksen kuvauksessa tuodaan ilmi myös yrityksen perus- ja yhteystiedot, liikeidean kuvaaminen ja yrittäjän osaamisen esille tuominen. Tuotteiden ja palveluiden kohdalla kuvataan, mitä tuotteita tai palveluja yritys tarjoaa, mikä erottaa ne kilpailijoista ja millaista lisäarvoa ne tuovat asiakkaalle. Kilpailija-analyysissä kuvataan markkinoilla olevia kilpailijoita, heidän vahvuksiensa ja heikkouksia. Markkinointisuunnitelmassa kuvataan, miten yritys aikoo saavuttaa ja houkuttaa asiakkaita, millaisia markkinointikanavia ja -strategioita se aikoo käyttää. Toimintaympäristöanalyysissä annetaan kattava kuva yrityksen ulkoisista tekijöistä, kuten markkinatilanteesta, lainsäädännöstä, taloudellisista tekijöistä ja teknologisista muutoksista. Riskit-osiossa kuvataan ja tunnistetaan mahdollisia riskejä sekä tuodaan ilmi, kuinka riskejä aiotaan hallita. Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmissa kartoitetaan yrityksen taloudellista tilannetta, arvioidaan mahdollisia tuottoja ja kuluja sekä ennakoitaan kannattavuutta. (Uusyrittyskeskus s.a.)

2.2 Tuotteet ja palvelut

Asiakas ostaa tuotteita ja palveluita, joten ne ovat yrityksen keskeinen kilpailukeino. Yritys suunnittelee tuotteet ja palvelut niin, että niiden kaikki ominaisuudet palvelevat valittuja kohderyhmiä. Liiketoimintasuunnitelmassa on tärkeää tuoda esille, mitkä tekevät yrityksen tarjoamista tuotteista ja palveluista ainutlaatuisia ja erottuvia kilpailijoiden tuotteisiin ja palveluihin verrattuna. Tuotteiden ja palveluiden rakenteet eroavat olennaisesti toisistaan, sillä tuotteet ovat fyysisiä hyödykkeitä, kuten silmälasit ja autot, ja palvelut ovat esimerkiksi kirjanpitolpalvelut ja kampaamopalvelut. (Alikoski ym. 2016, 65.)

Tuote muodostuu kolmesta eri kerroksesta: ydintuotteesta, avustavasta tuotteesta sekä mielikuvatuotteesta. Ydintuote on se, jonka asiakas ostaa, esimerkiksi silmälasit. Tuotteen avustavat osat ovat merkki ja muotoilu, ja mielikuvatuote on takuu. Sama kerroksellisuus pätee myös palveluihin. Palvelun sisältö jaetaan ydinpalveluun, tuki- ja lisäpalveluihin. Ydinpalvelu on palvelun oleellinen osa, jonka asiakas haluaa ostaa, esimerkiksi kirjanpitolpalvelu. Tukipalvelut ovat ydinpalvelun käyttämiselle välttämättömiä, esimerkiksi kirjanpitolpalvelun tukipalvelu on laskutus ja asiakaspalvelu. Lisäpalvelut ovat valinnaisia lisäpalveluita ja keino erottautua kilpailijoista, esimerkiksi mobiilisovellus. Lisäpalvelun tarkoituksena on tuoda lisäarvoa asiakkaalle ja parantaa mielikuvaa yrityksestä. (Hesso 2015, 112–113; Bergström & Leppänen 2021, luku 4.2.)

Tuotteiden ja palveluiden kerrokseen liittyvä kohta on keskeinen osa liiketoimintasuunnitelmaa, sillä se auttaa hahmottamaan tarjottavien tuotteiden tai palveluiden arvon asiakkaille ja on olennaista markkinointitoimenpiteiden suunnittelussa. Hyvin suunnitellut palvelut ja tuotteen kerrokset varmistavat, että tuotteet ja palvelut vastaavat asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. Tuotteiden ja palveluiden kerrosten avulla voidaan erottua kilpailijoista tarjoamalla parempaa laatua, lisäpalveluita tai ainutlaatuisia ominaisuuksia. Tuotteiden ja palveluiden kerrosten ymmärtäminen auttaa yritystä valitsemaan kannattavan hinnoittelustrategian, joka kattaa tuotantokustannukset ja mahdollistaa kilpailukykyisen hinnoittelun. (Hesso 2015, 113–118.)

Kaikille tuotteille ja palveluille tulee luoda arvolupaus eli ydinviesti, joka tiivistää yrityksen tarjoaman arvon asiakkaille. Arvolupaus on keskeinen elementti

markkinoinnissa ja liiketoimintastrategiassa, sillä se selittää asiakkaalle, mitä hyötyä tuotteista ja palveluista on ja miksi niiden ostaminen on järkevää. Arvolupauksen tulee erottua kilpailijoista ja tarjota jotain ainutlaatuista, joka houkuttelee asiakkaita. Arvolupauksen tulee olla yksinkertainen ja helppo ymmärtää, joten tulee välttää monimutkaista kieltä ja keskittyä ytimekkääseen viestiin. Arvolupauksen tulee olla relevantti ja merkityksellinen kohdeasiakkaalle sekä sen tulee perustua asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin. (Järvinen & Kari 2020, Arvolupaus, kanavat ja asiakassuhde.)

Tuotteiden ja palveluiden hinnoittelu on keskeinen osa yrityksen strategiaa ja kilpailukeinoa. Hinnan avulla voidaan vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen, asiakaskuntaan ja markkina-asemaan. Oikean hinnoittelustrategian avulla yritys voi kattaa kustannuksensa ja saavuttaa taloudellisen menestyksen. Hinnoittelun lähtökohtana ovat tuotteiden ja palveluiden kustannukset, joiden päälle lisätään haluttu kate. (Bergström & Leppänen 2021, luku 4.3.) Hinnoittelustrategian tulee olla linjassa yrityksen strategisten tavoitteiden kanssa, kuten markkinaosuuden kasvattaminen tai brändin vahvistaminen. Markkinoiden kilpailutilanne ja kilpailijoiden hinnoittelu vaikuttavat siihen, kuinka yrityksen tulee asettaa omat hintansa ollakseen kilpailukykyinen. On tärkeää ymmärtää, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteiden ja palveluiden tarjoamista lisäarvoista. Hinta vaikuttaa siihen, miten asiakas kokee yrityksen ja sen tuotteet tai palvelut. Esimerkiksi korkeampi hintataso voi luoda mielikuvan korkeasta laadusta, kun taas matalampi hinta voi houkutella hintatietoisia asiakkaita. Korkeampi hinta yleensä nostaa asiakkaiden odotuksia tuotteiden ja palveluiden suhteen, sillä asiakkaat odottavat saavansa rahoilleen enemmän vastinetta, kuten parempaa laatua, palvelua tai lisäominaisuuksia. (Apuinen 2020, 163–166.)

2.3 Asiakkaat ja markkinointi

Markkinoinnin lähtökohtana on asiakas, joten yrityksen tulee tuntea asiakkaansa. Asiakkaan tunteminen parantaa yrityksen liiketoimintaa kaikilla osa-alueilla. Asiakasanalyysi on olennainen osa liiketoimintasuunnitelmaa. Asiakasanalyysin tarkoitus on kerätä ja analysoida tietoa asiakkaiden tarpeista, mieltymyksistä, käyttäytymisestä ja kokemuksista. Olennaista on löytää syy,

miksi asiakas valitsee nimenomaan yrityksen palvelut ja tuotteet eikä kilpailijan. (Hesso 2015, 96.)

Yrityksen on tärkeää perehtyä asiakkaidensa ostokäyttäytymiseen, sillä tämän avulla se pystyy suunnittelemaan markkinointiviestinnän kohderyhmän tarpeisiin. Asiakkaan ostokäyttäytymiseen vaikuttaa monet tekijät, kuten demografiset tekijät, psykologiset tekijät, sosiaaliset tekijät ja elämäntyyli. Asiakkaan ostoprosessi on monivaiheinen prosessi, jonka asiakas käy läpi ennen ostopäätöksen tekemistä. (Hesso 2015, 96.) Seuraavassa kuvassa 2 on asiakkaan ostoprosessin eri vaiheet.



Kuva 2. Asiakkaan ostoprosessi (Bergström & Leppänen 2021, luku: 3.2)

Ostoprosessi alkaa asiakkaan tarpeesta, joka voi syntyä sisäisestä tarpeesta kuten fyysisestä nälästä tai tunteesta, että jokin puuttuu tai täytyy parantaa. Tämä tarve voi myös tulla ulkoisista tekijöistä, kuten mainoksista tai suositteluilta. Kun asiakas on saanut tarpeen, hän aloittaa tiedon keruun eri kanavista. Asiakas saattaa etsiä tietoa internetistä, kysyä suosituksia ystäviltä ja perheeltä, lukea arvosteluja ja vertailuja. Asiakas vertailee eri vaihtoehtoja muun muassa niiden hintoja ja ominaisuuksia. Kun asiakas on saanut kerättyä tarpeeksi tietoa tuotteesta tai palvelusta, hän tekee ostopäätöksen. Asiakas saattaa toteuttaa oston heti tai siirtää ostoa myöhempään ajankohtaan, tämä päätös riippuu useista tekijöistä, kuten budjetista. Oston jälkeisen käyttäytymi-

sen määrittelee asiakkaan tyytyväisyys tai tyytymättömyys. Tyytyväinen asiakas tekee mahdollisesti uusintaoston, sitoutuu yritykseen ja antaa suosituksia muille potentiaalisille asiakkaille. (Bergström & Leppänen 2021, luku: 3.2.)

Segmentointi eli asiakasryhmittely on markkinoinnin yksi vanhimmista peruskäsitteistä. Segmentti tarkoittaa asiakasryhmää, jolla on vähintään yksi yhteinen tekijä, ja tätä yhteistä tekijää kutsutaan segmentointikriteeriksi. Kohde-ryhmä ja segmentointi kannattaa tehdä huolellisesti, sillä hyvin tehty segmentointi mahdollistaa tarkemman ja tehokkaamman markkinoinnin. (Bergström & Leppänen 2021, luku 3.4.) Seuraavassa kuvassa 3 on segmentointikriteerit kuluttaja- ja yritysmarkkinoilla.



Kuva 3. Segmentointikriteerit kuluttaja- ja yritysmarkkinoilla (Hesso 2015, 94–95; Bergström & Leppänen 2021, kuvio 3.17)

Yritys valitsee ostokäyttäytymisen analysoinnin avulla parhaat ja olennaiset segmentointikriteerit. Asiakkaat voidaan segmentoida kuluttaja- ja yritysmarkkinoilla esimerkiksi demografisilla kriteereillä, elämäntyylikriteereillä ja asiakassuhdekriteereillä. Demografisiin kriteereihin kuuluvat esimerkiksi ikä, sukupuoli, koulutus, ammatti, toimiala, toimipaikkojen lukumäärä, henkilöstön määrä ja liikevaihto. Elämäntyylikriteerit voivat sisältää asiakkaan motiivit, asenteet, kiinnostukset, harrastukset, arvot, yrityskulttuuri ja yrityksen toimintatapa. Asiakassuhdekriteerit taas voivat perustua asiakkaan ostohistoriaan ja

asiakasuskollisuuteen. Huolellisen segmentoinnin avulla yritys pystyy kohdistamaan markkinointitoimenpiteet, tuotteet ja palvelut paremmin vastaamaan asiakasryhmien tarpeita ja toiveita. (Hesso 2015, 92–95; Wood 2004, 16.)

Yrityksen tehtävänä on luoda tuote tai palvelu, jonka asiakas haluaa ostaa, ja tuoda tuote tai palvelu asiakkaiden tietoisuuteen ja saataville. Markkinoinnin avulla tuote tai palvelu saadaan asiakkaiden tietoisuuteen. Markkinointi voidaankin määritellä seuraavasti: ”Markkinointi on vastuullinen, suhteisiin ja yhteisöllisyyteen pohjautuva ajattelu- ja toimintatapa, jonka avulla luodaan myyvä, kilpailukykyinen ja eri osapuolille arvoa tuottava tarjoama vuorovaikutteisesti toimien.” (Bergström & Leppänen 2021, luku 3.4.)

Markkinointistrategian suunnittelu on tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa, sillä se ohjaa markkinointitoimia ja auttaa saavuttamaan liiketoiminnalle asetettuja tavoitteita. Markkinointiviestintä on prosessi, jonka tavoitteena on lisätä yrityksen myyntiä tunnettavuuden, positiivisen mielikuvan ja palveluiden helpon ymmärrettävyyden avulla. Markkinointiviestinnän avulla mahdolliset asiakkaat pystyvät luomaan mielikuvan yrityksestä sekä saavat tietoa yrityksestä, tuotteista, palveluista, hinnoista ja saatavuudesta. Mikäli markkinointiviestinnän prosessia ei ole hyvin toteutettu, hyvä tuote tai palvelu ei välttämättä mene kaupaksi. (Isohookana 2007, 91–98.)

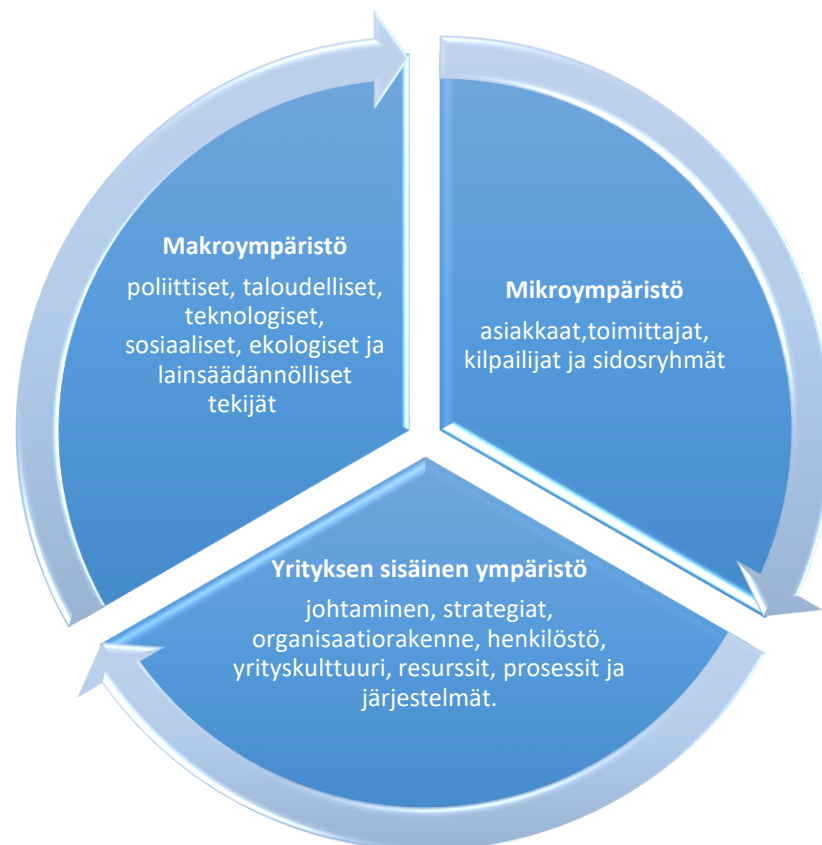
Markkinointiviestinnän tavoitteiden asettaminen on yritykselle tärkeää, jotta yritys voi mitata tavoitteiden saavuttamista, tuloksia sekä kehittää toimintaansa. Markkinointiviestinnän tavoitteita ovat muun muassa tunnettavuuden lisääminen, positiivisen mielikuvan luominen, asiakkaiden sitouttaminen, hyvä asiakaskokemus, palveluiden helppo ymmärrettävyys ja myynnin lisääminen. Markkinointisuunnitelma on yksinkertainen ja jatkuvasti muuttuva lista, joka koostuu tavoitteista, menetelmistä ja seurannasta. (Isohookana 2007, 98.)

Markkinointiviestintävälineeksi tulisi valita väline, jolla määritellyt markkinoinnin tavoitteet täyttyvät ja kohderyhmä tavoitetaan mahdollisimman kattavasti ja kustannustehokkaasti. Kohderyhmien määrittelemineen on tärkeää markkinointiviestinnän suunnittelussa, sillä kohderyhmille voidaan suunnitella sopivat viestien sisällöt sekä valita kustannustehokkaimmat viestintäkeinot. Yrityksellä

voi olla useampia kohderyhmiä ja tavoitteita markkinointiviestinnälle, jolloin viestien sisältö vaihtelee niiden mukaisesti. (Isohookana 2007, 102, 107.)

2.4 Markkinaympäristö ja kilpailijat

Markkinaympäristön ja kilpailijoiden analysointi on olennainen osa strategista suunnittelua ja liiketoimintasuunnitelmaa. Yritys toimii aina samassa markkinaympäristössä kysynnän sekä kilpailun kanssa, joten yrityksen on seurattava koko ajan, mitä ympäristössä tapahtuu, miten tuotteet ja kysyntä muuttuvat sekä mihin suuntaan kehitys menee. (Koski & Virtanen 2005, 47.) Markkinaympäristön analyysi antaa rahoittajille ja sidosryhmille selkeän kuvan siitä, millaisessa ympäristössä yritys toimii ja mihin suuntaan se saattaa kehittyä. Markkinaympäristön analysointi on tärkeää yritykselle itselleenkin, sillä sen avulla on tarkoitus ymmärtää ja arvioida yrityksen ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa sen toimintaan ja menestykseen. Markkinaympäristö voi poiketa suuresti eri maanosissa ja maissa. (Bergström & Leppänen 2021, luku 2.) Seuraavassa kuvassa 4 kuvataan yrityksen markkinaympäristö.



Kuva 4. Yrityksen markkinaympäristö (Bergström & Leppänen 2021, luku 2)

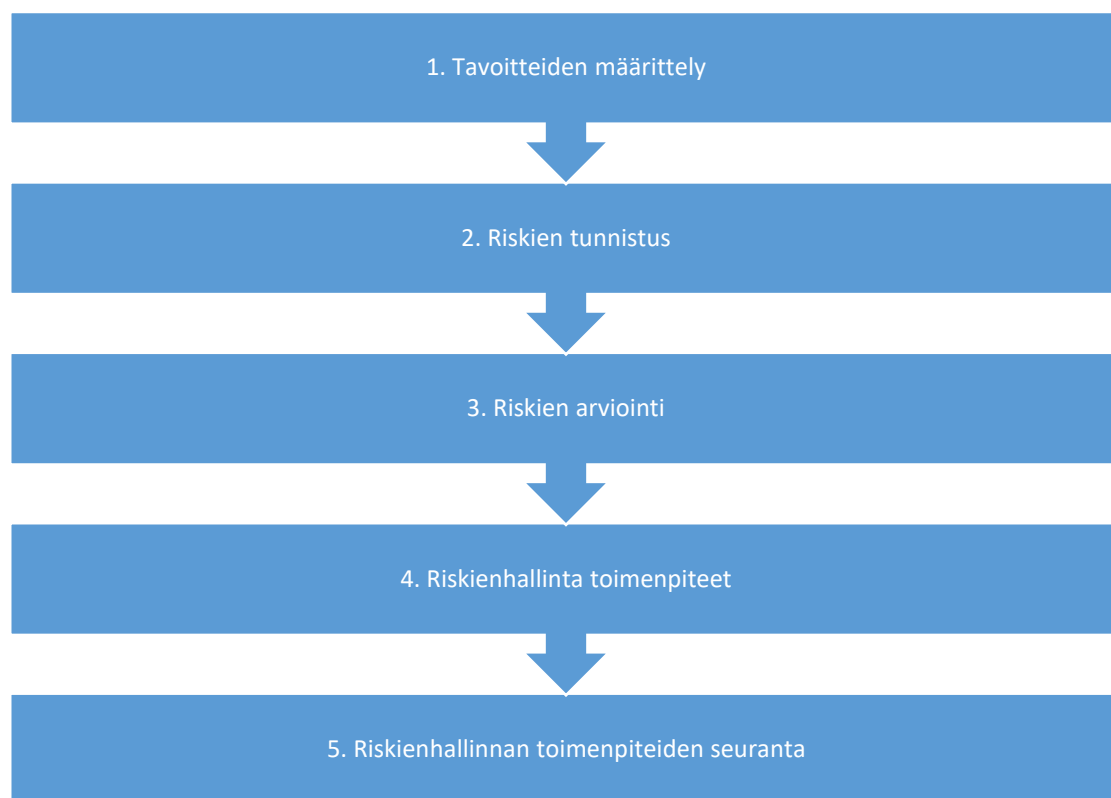
Yrityksen markkinaympäristö koostuu makro- ja mikroympäristöstä sekä sisäisestä ympäristöstä. Makroympäristöön yritys ei voi itse vaikuttaa, sillä siihen kuuluvat poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset, teknologiset, ekologiset sekä lainsäädännölliset tekijät. Mikroympäristö koostuu yrityksen lähellä olevista tekijöistä, jotka vaikuttavat suoraan sen päivittäisiin toimintoihin ja päätöksentekoon, kuten asiakkaat, toimittajat, kilpailijat ja sidosryhmät. Yrityksen sisäinen ympäristö koostuu tekijöistä, jotka ovat yrityksen hallinnassa ja vaikuttavat päivittäiseen toimintaan, kuten johtaminen, strategiat, organisaatorakenne, henkilöstö, yrityskulttuuri, resurssit, prosessit ja järjestelmät. (Bergström & Leppänen 2021, luku 2.)

Yrityksen markkinaympäristöön kuuluu tärkeänä osana kilpailijoiden analysointi. Kilpailija-analyysin tarkoituksena on auttaa yritystä ymmärtämään markkinoiden kilpailutilannetta ja löytämään keinoja erottautua kilpailijoista. Yritykselle on tärkeää löytää ne kilpailijat, jotka toimivat samankaltaisilla strategioilla ja todellisuudessa haastavat yrityksen toimintaa asiakkaan silmissä. Kilpailijoiden hinnoittelun analysoiminen ja tunteminen on tärkeää, jotta yritys voi optimoida omat hintansa sopivalle kilpailukykyiselle tasolle. Kilpailijoiden toimia seuraamalla yritys voi saada ennakoivia viitteitä markkinoiden tulevista muutoksista ja uusista trendeistä. (Koski & Virtanen 2005, 54.)

Löytänen ja Kortesuon (2011, luku 1.5) mukaan jokaisen yrityksen on suunniteltava kilpailustrategia, jolla saavutetaan kilpailuetua markkinoilla. Kilpailija-analyysin avulla yritys pystyy selvittämään yksittäisen kilpailijan kilpailuedun. Kilpailijan kilpailuedun tunnistamisen jälkeen yritys pystyy luomaan sopivimman kilpailustrategian, jolla lähtee itse tavoittelemaan kilpailuetua markkinoilla. (Hesso 2015, 49.) Kilpailustrategioita voivat olla tuotteisiin keskittynyt, hintaan keskittynyt ja asiakaskokemukseen keskittynyt kilpailustrategia. Tuotteisiin keskittyneessä kilpailustrategiassa yritys panostaa tuotekehitykseen ja pyrkii luomaan parhaita tuotteita markkinoilla. Hintaan keskittyneessä kilpailustrategiassa yritys luo kilpailuetua tarjoamalla asiakkaille hinnaltaan mahdollisimman halpoja tuotteita. Asiakaskokemukseen keskittyneessä kilpailustrategiassa yrityksen tavoitteena on saavuttaa kilpailuetua luomalla erinomaista asiakaskokemusta. (Löytänen & Kortesuon 2011, luku 1.5.)

2.5 Riskit

Yritystoiminnassa otetaan jatkuvasti riskejä, ja se on olennainen osa kaikkea liiketoimintaa. Yritykselle riskien tunnistaminen, niiden analysointi ja niihin varautuminen ovat tärkeitä. Liiketoimintasuunnitelmassa riskien tunnistaminen ja hallinta osoittavat rahoittajille ja sidosryhmille, että yritys on valmistautunut mahdollisiin haasteisiin. Hyvällä suunnittelulla yrityksellä on parempi valmius sietää riskit ja niistä syntyvät kielteiset vaikutukset. (Viitala & Jylhä 2013, luku 20.) Riskienhallinnassa on kyse siitä, että muun muassa omistajien ja pankkien sijoitusten arvoa turvataan ja tuottovaatimukset täytetään. Hyvä riskienhallinta on yritykselle tärkeä kilpailutekijä. Riskienhallinta on jatkuva prosessi, joka vaatii säännöllistä arviointia ja sopeuttamista. (Ilmonen ym. 2022, luku 2–3.) Kuvassa 6 on esimerkki yrityksen riskienhallintaprosessista.



Kuva 6. Yrityksen riskienhallintaprosessi (Ilmonen ym. 2022, luku 3.4)

Riskienhallintaprosessi aloitetaan yleensä riskienhallinnan tavoitteiden määrittelystä. Yritys määrittelee selkeät ja mitattavissa olevat tavoitteet riskienhallinnalle, ja nämä tavoitteet sovitetaan yrityksen strategiaan päämääriin sekä liiketoimintatavoitteisiin. Tavoitteiden asettaminen varmistaa, että riskienhallinta on tehokasta ja johdonmukaista. Riskienhallinnan tavoitteiden määrittelyn jälkeen tunnistetaan riskit sekä arvioidaan riskin todennäköisyys ja vakavuus.

Tämä voi sisältää taloudellisia riskejä, operatiivisia riskejä, strategisia riskejä ja ulkoisia riskejä, kuten luonnonkatastrofit tai poliittiset muutokset. (Ilmonen ym. 2022, luku 3.1.) Yritys arvioi tunnistettujen riskien todennäköisyyden ja niiden mahdollisen vaikutuksen yrityksen toimintaan. Riskit priorisoidaan niiden vakavuuden ja todennäköisyyden perusteella, jotta yritys voi keskittää resursit merkittävimpien riskien hallintaan. Riskien tunnistamisen ja arvioinnin jälkeen käynnistetään riskienhallintatoimenpiteet. Yritys laatii suunnitelmat riskien hallitsemiseksi tai vähentämiseksi. Tämä voi sisältää riskien välttämistä, vähentämistä ja siirtämistä. Riskienhallinnan toimenpiteitä tulee seurata erilaisilla mittareilla sekä raportointijärjestelmillä, jotta voidaan varmistua suunniteltujen toimenpiteiden tehokkuudesta. (Ratsula 2016, 114–116.)

Yritystoimintaan kuuluu monia riskejä. Riskien luokittelussa on monia eri tapoja, mutta tässä opinnäytetyössä käsitellään riskien jakamista neljään riskilajiin. Neljä riskilajia ovat strategiset riskit, taloudelliset riskit, operatiiviset riskit sekä vahinkoriskit. (Ilmonen ym. 2022, luku 3.1.) Kuvassa 7 on yritystoiminnan neljä eri riskilajia.

Strategiset riskit	Taloudelliset riskit	Operatiiviset riskit	Vahinkoriskit
<ul style="list-style-type: none"> • Toimintaympäristön riskit • Markkinariskit • Poliittiset ja kulttuuriset riskit • Globaalit ilmiöt • Maineriskit • Maariskit • Teknologiariskit 	<ul style="list-style-type: none"> • Likviditeettiriskit • Korkoriskit • Valuuttariskit • Sopimusriskit • Veroriskit • Kirjanpidon ja raportoinnin riskit • Inflaatio 	<ul style="list-style-type: none"> • Johtamisen riskit • Laitteet ja teknologia • Tuotannolliset riskit • Tuottavuusriskit • Projektiriskit • Sopimusriskit • Riskosriskit • Tietoturvariskit 	<ul style="list-style-type: none"> • Henkilöriskit • Työturvallisuusriskit • Toimitilariskit • Ympäristöriskit

Kuva 7. Yritystoiminnan neljä riskilajia (Ilmonen ym. 2022, luku 3.1)

Strategiset riskit liittyvät yrityksen pitkän aikavälin strategisiin tavoitteisiin ja päätöksenteon epävarmuustekijöihin, ja ne voivat vaikuttaa yrityksen kilpailukykyyn, markkina-asemaan ja tulevaisuuden kasvuun. Taloudelliset riskit liittyvät yrityksen taloudelliseen suorituskykyyn ja rahoitukseen, ja ne voivat vaikuttaa yrityksen kassavirtaan, kannattavuuteen ja rahoitusasemaan. Operatiiviset

riskit liittyvät yrityksen päivittäisiin toimintoihin ja prosesseihin, ja ne voivat vaikuttaa yrityksen kykyyn toimittaa tuotteita ja palveluita tehokkaasti. Vahinkoriskit liittyvät yrityksen omaisuuteen, infrastruktuuriin ja liiketoiminnan jatkuvuuteen, ja ne voivat aiheuttaa fyysisiä vahinkoja tai keskeytyksiä yrityksen toimintaan. (Ilmonen ym. 2022, luku 3.1.)

3 YRITYSTOIMINNAN RAHOITUS

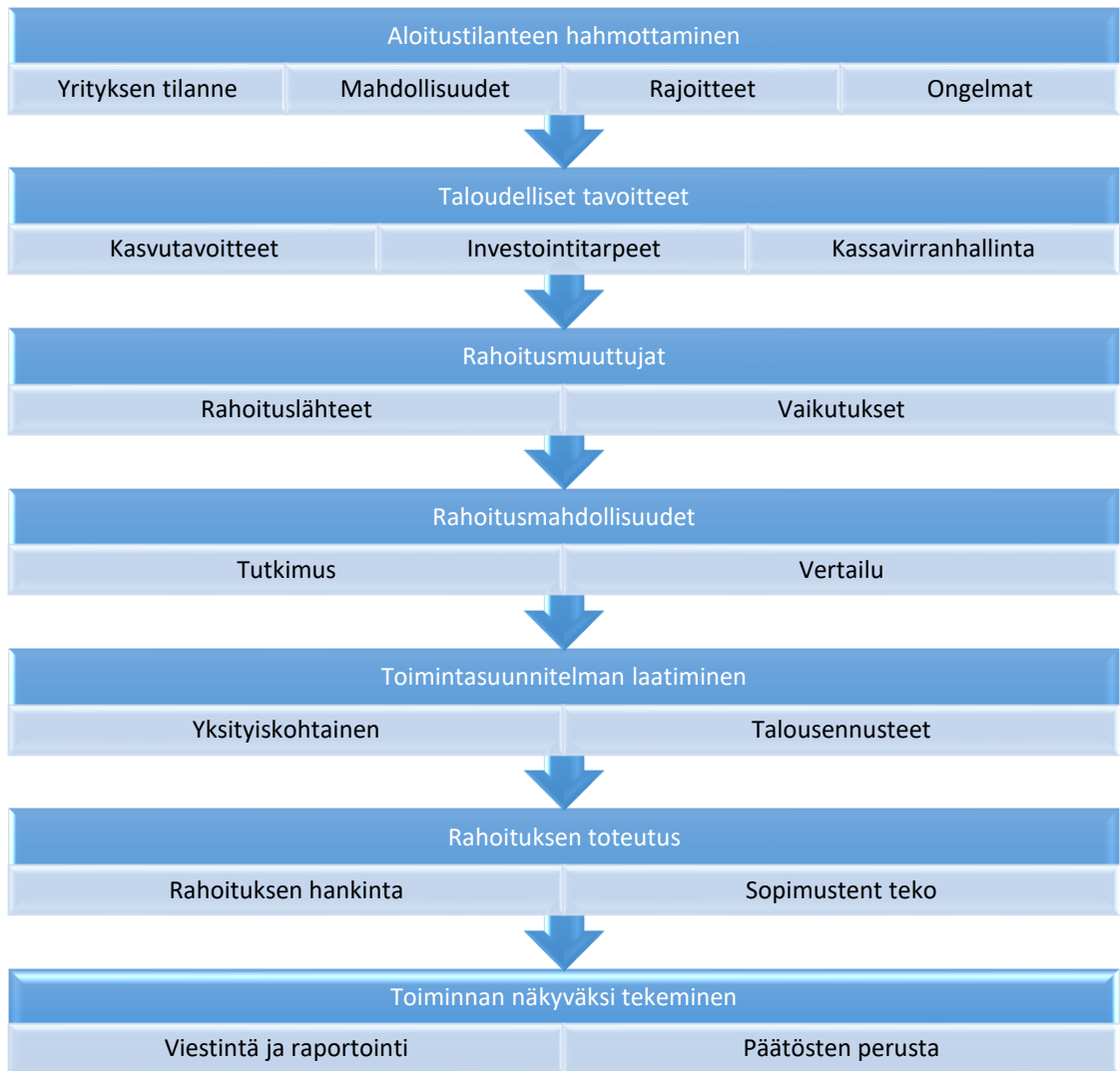
Yritystoiminnan käynnistämiseen ja investointeihin tarvitaan aina rahaa, ja rahoitus koostuu useimmiten kolmesta eri lähteestä: omasta pääomasta, vieraasta pääomasta ja avustuksista. Yrittäjän on tärkeää saada rahoitusta heti yrityksen käynnistysvaiheessa, mutta myös tuotekehitykseen, toiminnan kehittämiseen, hankintoihin, markkinointiin ja yllättäviin menoeriin. (Viitala & Jylhä 2013, luku 4: omistajat ja rahoittajat.) Seuraavissa alaluvuissa käsitellään aloittavan yrityksen rahoitusta, rahoitussuunnitelman tekemistä sekä eri rahoitusvaihtoehtoja.

3.1 Aloittavan yrityksen rahoitus ja rahoitussuunnitelma

Ensimmäinen askel rahoituksen hakemiseen on perusteellisen liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Mitä yksityiskohtaisempi suunnitelma on, sen parempi. Ulkopuolisen rahoituksen hakemiseen tarvitaan liiketoimintasuunnitelman lisäksi rahoitussuunnitelma, rahoituslaskelma ja kannattavuuslaskelma. Rahoituslaskelma auttaa yrittäjää näkemään yrityksen tulevaisuuden sekä sen avulla on helpompaa varautua tuleviin päätöksiin ja hankintoihin. Kannattavuuslaskelman avulla yrittäjä näkee konkreettisesti, kuinka paljon yrityksen tulisi myydä, jotta toiminta olisi kannattavaa. Ennakkoon laadittu kannattavuuslaskelma tunnetaan myös budjettina eli tulo- ja menoarviona. Rahoituksen hakeminen voi epäonnistua, jos yrittäjällä on erinomainen idea, mutta ei uskottavaa suunnitelmaa ja tavoitetta. Yrittäjän kannattaa varautua siihen, että suunnitellun rahoituksen toteutus ei välttämättä onnistu kerralla. (Ketola 2024, luku 1–1.2, 4.2.)

Rahoitussuunnitelma auttaa tunnistamaan mahdolliset rahoituslähteet, kuten omat säästöt, pankkilainat, pääomasijoitukset tai julkiset tuet. Tämä auttaa yritystä löytämään parhaat rahoitusratkaisut tarpeisiinsa. Rahoitussuunnitelman

avulla voidaan tunnistaa ja arvioida mahdollisia taloudellisia riskejä. Tämä mahdollistaa riskienhallintastrategioiden kehittämisen ja vähentää taloudellisia yllätyksiä. Rahoitussuunnitelman laatimisessa on Ketolan (2024, luku 15) mukaan seitsemän vaihetta. Kuvassa 8 on rahoitussuunnitelman vaiheet.



Kuva 8. Rahoitussuunnitelman vaiheet (Ketola 2024, luku 15)

Ensimmäinen vaihe rahoitussuunnitelman laatimisessa on aloitustilanteen hahmottaminen, kuten mikä on yrityksen tilanne, mahdollisuudet, rajoitteet ja ongelmat. Tämä auttaa ymmärtämään, mistä yritys lähtee liikkeelle ja mitkä tekijät voivat vaikuttaa sen menestykseen. Toisessa vaiheessa määritellään yrityksen taloudelliset tavoitteet, kuten kasvutavoitteet, investointitarpeet ja kassavirran hallinta. Kolmannessa vaiheessa kuvataan rahoitusmuuttujia. Tämä vaihe auttaa määrittelemään, mistä yritys saa tarvitsemansa pääoman ja miten eri rahoitusmuodot vaikuttavat yrityksen talouteen, muun muassa omistukseen. Neljännessä vaiheessa etsitään rahoitusmahdollisuuksia, jotka

ovat käytettävissä ja sopivat parhaiten yrityksen tarpeisiin. Viidennessä vaiheessa laaditaan toimintasuunnitelma sekä askelmerkit rahoitustavoitteiden saavuttamiseksi. Laaditaan taloudelliset ennusteet, kuten tuloslaskelma, tase ja kassavirtalaskelma. Kuudennessa vaiheessa toteutetaan rahoitus eli yritys hankkii suunnitelman mukaisesti rahoituksen, kuten omat säästöt, pankkilainat, pääomasijoitukset, julkiset tuet tai joukkorahoituksen. Yritys tekee tarvittavat sopimukset rahoituslähteiden kanssa. Viimeisessä vaiheessa toiminta tehdään näkyväksi, mikä tarkoittaa viestintää ja raportointia sidosryhmille. Toiminnan tekeminen näkyväksi varmistaa, että kaikki osapuolet ovat tietoisia yrityksen taloudellisesta tilanteesta ja voivat tehdä tietoon perustuvia päätöksiä. (Ketola 2024, luku 15.)

Yritysmuoto sekä tuotteen ja palvelun kaupallistamisen vaihe vaikuttavat rahoitusmahdollisuuksiin. Esimerkiksi toiminimi eli yksityinen elinkeinonharjoittaja on yhtiömuoto, jossa yrittäjä vastaa henkilökohtaisesti yrityksen veloista, ja tämä voi rajoittaa rahoitusmahdollisuuksia. Tuotteen tai palvelun kehitysvaiheessa rahoitusta tarvitaan usein tutkimukseen ja kehitykseen, prototyyppien valmistamiseen ja markkinatutkimukseen. Kun tuote tai palvelu on valmis markkinoille, tarvitaan rahoitusta tuotannon käynnistämiseen, varastointiin ja markkinointiin. Tällöin rahoitusta voidaan hakea sijoittajilta, pankkilainoista tai joukkorahoituksesta. Kasvuvaiheessa yritys tarvitsee rahoitusta laajentuakseen uusille markkinoille, kasvattaakseen tuotantokapasiteettiaan tai kehittääkseen uusia tuotteita. Tämä vaihe houkuttelee usein pääomasijoittajia, jotka etsivät kasvuyrityksiä, joilla on potentiaalia tuottaa merkittäviä tuottoja. (Ketola 2024, luku 2.)

Eri rahoituslähteillä on erilaiset odotukset ja riskinsietokyky. Esimerkiksi pankit saattavat vaatia vakuuksia ja tarkkoja takaisinmaksusuunnitelmia, kun taas pääomasijoittajat voivat olla valmiita ottamaan suurempia riskejä vastineeksi mahdollisista korkeista tuotoista. Rahoitusta ei saa usein ainoastaan yhdestä lähteestä, vaan usein paras tapa varmistaa riittävä rahoitus on yhdistää eri rahoituslähteitä, kuten omaa pääomaa, lainarahoitusta, tukia ja sijoittajarahoitusta. Eri rahoitusvaihtoehtojen yhdistely voi auttaa tasapainottamaan riskejä ja varmistamaan, että yrityksellä on tarvittavat resurssit kaikissa kaupallistamisen vaiheissa. (Ketola 2024, luku 1–1.2, 4.2.)

Yrityksen toimintaa on mahdollista rahoittaa sekä omalla että vieraalla pääomalla. Oma pääoma tarkoittaa yrittäjän yritykseen sijoittamia varoja kuten rahaa, kiinteistöjä tai kalustoa. Yrityksen tuottamat tulot kasvattavat omaa pääomaa. Ulkopuolinen rahoitus tarkoittaa esimerkiksi pankkilainoja, rahoitus- ja vakuutusyhtiöiden lainoja sekä Finnveran lainoja. Lisäksi rahoitusta voi hakea joukkorahoittajilta ja pääomasijoittajilta. Ulkopuolisen rahoituksen saaminen edellyttää yleensä, että yrittäjä on sijoittanut omaa pääomaa yritykseensä. Yrityksen toiminnan rahoittamiseksi on mahdollista hakea myös avustuksia ja tukia. (Viitala & Jylhä 2013, luku 4: omistajat ja rahoittajat.)

3.2 Oman pääoman sijoitukset

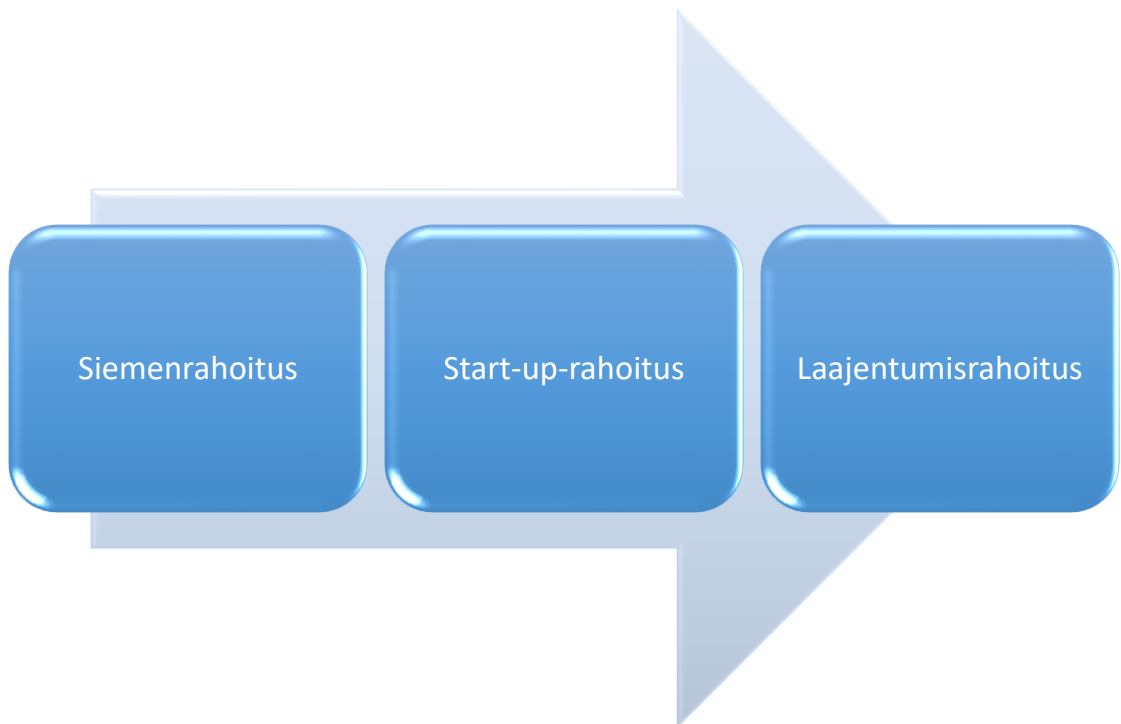
Oman pääoman sijoittamisella tarkoitetaan yrityksen omistajien tai ammattimaisien sijoittajien tekemää pääomasijoitusta yritykseen. Pankit ja muut rahoituslaitokset saattavat pitää yritystä luotettavampana ja luottokelpoisempana, jos sillä on merkittävä määrä omaa pääomaa. Tämä voi helpottaa lainojen saamista tulevaisuudessa. Pääomasijoittajat voivat olla yksityisiä pääomasijoitusyhtiöitä, sijoitusrahastoja, yrityksiä tai yksityishenkilöitä. Pääomasijoittajat sijoittavat yritykseen vastineeksi omistusosuudesta, ja heille annetaan tyypillisesti vastineeksi yhtiön osakkeita. (Holopainen 2018, 278–280.)

Pääomasijoittajat tuovat myös usein mukanaan liiketoimintaosaamista ja verkostoja, jotka voivat auttaa yritystä kasvamaan (Pääomasijoittajat s.a., 7). Pääomasijoittajien tavoitteena on kasvattaa yrityksen arvoa niin, että se hyödyttää yrityksen kaikkia osakkeenomistajia. Tämän tyyppinen rahoitusmuoto eroaa velkarahoituksesta, koska sijoittajat eivät saa takaisinmaksua kiinteinä korkoina, vaan he omistavat osan yrityksestä ja saavat osuuden yrityksen tulevista voitoista. Pääomasijoittajat pyrkivät useimmiten myymään tai luopumaan omistusosuuksistaan siinä vaiheessa, kun yrityksen arvo on kasvanut merkittävästi ja he voivat saada sijoitukselleen hyvän tuoton. (Holopainen 2018, 278–280.)

Pääomasijoituksia tehdään kasvuyrityksiin sekä startup-yrityksiin. Startup-yritykset ovat uusia yrityksiä, jotka kehittävät ainutlaatuista tuotetta tai palvelua ja pyrkivät kasvamaan nopeasti. Startupeihin tehdään useimmiten vähemmistöisijoituksia. Vähemmistöisijoitus tarkoittaa sijoitusta yritykseen, jossa sijoittaja

omistaa vähemmistöosuuden yrityksen osakkeista, eli alle 50 prosenttia äänivallasta. Tämä tarkoittaa, että vaikka vähemmistösijoittaja omistaa osan yrityksestä ja saa osuuden sen voitoista, hänellä ei ole enemmistöäänioikeutta eikä hän voi yksin tehdä suuria päätöksiä yrityksen toiminnasta. Kasvuyritys on yritys, joka pyrkii nopeaan kasvuun laajentamalla toimintaansa, kasvattamalla markkinaosuuttaan ja lisäämällä liikevaihtoaan. Kasvuyrityksiin tehdään useimmiten enemmistösijoituksia. Enemmistösijoitukset tarkoittavat päinvastaista vähemmistösijoituksen kanssa, eli sijoittaja omistaa yli 50 prosenttia yrityksen osakkeista ja näin ollen heillä on enemmistöäänivalta. (Pääomasijoittajat s.a., 4–12.)

Oikean pääomasijoittajan löytäminen yritykselle voi olla haastavaa, mutta se on myös tärkeä askel yrityksen kasvun ja kehityksen kannalta. Pääomasijoittajat etsivät usein yrityksiä, joilla on selkeä ja realistinen kasvustrategia. Yrityksen tulisi olla valmis esittämään selkeät tavoitteet ja suunnitelmat. Pääomasijoittajat arvostavat yrityksissä sitoutuneita työntekijöitä, osaavaa tiimiä sekä tehokasta johtoa. (Pääomasijoittajat s.a., 9–10.) Pääomasijoittajien näkökulmasta yrityksen elinkaareen liittyy useita vaiheita, joissa sijoittaja voi olla mukana eri intensiteeteillä. (Holopainen 2018, 279). Yrityksen vaiheet pääomasijoittajan näkökulmasta on alla kuvassa 8.



Kuva 9. Yrityksen vaiheet pääomasijoittajan näkökulmasta (Holopainen 2018, 279)

Yrityksen eri vaiheet pääomasijoittajan näkökulmasta voidaan jakaa siemenrahoitukseen, startup-rahoitukseen ja laajentumisrahoitukseen. Jokainen näistä vaiheista tarjoaa omat ainutlaatuiset mahdollisuutensa ja haasteensa. Siemenrahoitus on yrityksen ensimmäinen rahoituskierron, joka tapahtuu yleensä liiketoiminnan alussa. Tavoitteena on kehittää liikeidea konseptiksi, tehdä markkinatutkimusta ja valmistella ensimmäisiä prototyyppijä. Startup-rahoitus tulee käyttöön, kun yritys on valmis lanseeraamaan tuotteensa tai palvelunsa markkinoille. Tavoitteena on saada ensimmäiset asiakkaat ja rakentaa perusta liiketoiminnan kasvulle. Laajentumisrahoitus tulee tarpeeseen, kun yritys on saavuttanut vakaata kasvua ja haluaa laajentua uusille markkinoille, kasvattaa tuotantokapasiteettiaan tai kehittää uusia tuotteita ja palveluita. (Holopainen 2018, 279.)

3.3 Pankkilainat ja luotot

Pankkilainat ja luotot ovat yleisiä rahoituslähteitä yrityksen perustamisvaiheessa, ja ne tarjoavat yrittäjille tarvittavan pääoman liiketoiminnan aloittamiseen sekä kehittämiseen. Yritys tekee lainahakemuksen pankille, jossa se esittää liiketoimintasuunnitelmansa, taloudelliset ennusteet ja tarpeensa. Pankki arvioi yrityksen luottokelpoisuuden ja riskin ennen lainan myöntämistä. Lainalle sovitaan kiinteä tai vaihtuva korko, ja yritys sitoutuu maksamaan lainan takaisin sovitun aikataulun mukaisesti, yleensä kuukausittain. Pankkilainoja käytetään usein suuriin investointeihin, kuten laitteiden hankintaan, toimittilojen vuokraamiseen tai ostamiseen sekä käyttöpääoman tarpeisiin. Usein pankkilainojen saaminen edellyttää takauksia tai vakuuksia. (Ketola 2024, luku 6.10.)

Pankit eivät automaattisesti hyväksy yritykselle lainaa, vaan niillä on tiukat kriteerit ja arviointiprosessit lainahakemusten käsittelemiseksi. Pankit tarkistavat yrityksen ja sen omistajien luottokelpoisuuden ja luottohistorian. Maksuhäiriömerkinnät ovat este lainan saamiselle. Hakijalta kysytään aina tulotiedot, ja joillain rahoittajilla on lainan saamiselle tietty tulojen vähimmäismäärä. Yrityksen liiketoimintasuunnitelma on tärkeä osa lainahakemusta. Sen tulisi olla yksityiskohtainen ja realistinen, ja sen tulisi kuvata yrityksen tavoitteet, strategiat ja taloudelliset ennusteet. Pankit arvioivat yrityksen taloudellisen tilanteen, mukaan lukien tuloslaskelmat, taseet ja kassavirrat. He haluavat nähdä, että

yrittäjällä on vakaat taloudelliset perusteet ja kyky maksaa lainat takaisin. Pankit arvioivat myös yrityksen toimialan ja markkinoiden riskit ja mahdollisuudet. Pankit voivat olla varovaisempia myöntäessään lainoja riskialttiille toimialoille. Pankit haluavat nähdä, että yrityksellä on pätevä ja kokenut johtoryhmä, joka pystyy toteuttamaan liiketoimintasuunnitelman ja johtamaan yritystä menestyksekkäästi. (Ketola 2024, luku 6.11–6.12.)

Kun yritys hakee lainaa pankilta, vakuudet ja takaukset ovat tärkeitä tekijöitä lainan saamiseksi, sillä ne auttavat pankkia vähentämään riskejä ja varmistamaan, että lainan takaisinmaksu on turvattu. Kiinteistöt, kuten yrityksen toimitilat tai omistajien henkilökohtaiset asunnot, voivat toimia vakuutena lainalle. Kiinteistöjen arvo toimii turvana lainan takaisinmaksulle. Yrityksen omistamat arvokkaat laitteet, koneet, ajoneuvot tai varastot voivat toimia vakuutena. Pankki voi myydä näitä omaisuuseriä, jos yritys ei kykene maksamaan lainaa takaisin. Yrityksen tai omistajien omistamat arvopaperit, kuten osakkeet tai joukkovelkakirjat, voivat toimia vakuutena lainalle. Yrityksen omistajat tai johtohenkilöt voivat myös antaa henkilökohtaisen takauksen lainalle. Henkilökohtainen takaus tarkoittaa, että sitoudutaan henkilökohtaisesti maksamaan laina takaisin, jos yritys ei siihen kykene. Toinen yritys tai emoyhtiö voi antaa takauksen lainalle, ja tämä voi olla hyödyllistä esimerkiksi konserniyhtiöiden kesken. (Ketola 2024, luku 6.12.) Rahoituslaitos Finnvera tarjoaa valtion takaamaa lainaa, ja pankki hakee sitä yleensä suoraan. (Finnvera-takaus s.a).

Pankilta tai muulta rahoituslaitokselta on mahdollista hakea myös yrityslimiittä, joka toimii joustavana rahoitusvälineenä. Yritys voi nostaa varoja tarpeen mukaan ja maksaa takaisin, kun sillä on ylimääräistä rahaa. Yrityslimiitti on erittäin hyödyllinen rahoitusvaihtoehto, erityisesti jos yritys tarvitsee joustavaa rahoitusta kausivaihteluiden hallintaan. Yrityslimiittejä on mahdollista saada ilman vakuuksia. (Ketola 2024, 6.18.)

Pankkilainojen ja luottojen käyttämiseen liittyy riskejä, kuten velkaantuminen ja takaisinmaksukyvyttömyys. Jos yritys ei kykene maksamaan lainojaan takaisin, se voi kohdata taloudellisia ongelmia. Toisaalta ne tarjoavat tarvittavan pääoman liiketoiminnan käynnistämiseen ja kasvattamiseen. Oikein käytettynä ne voivat edistää yrityksen menestystä ja kasvua. (Yrittäjät s.a.)

3.4 Starttiraha

Starttiraha on suunnattu aloittaville yrittäjille ja auttaa heitä kattamaan toimeentulonsa yrityksen käynnistymisen ja vakiinnuttamisen aikana. Starttiraha on tukimuoto, jonka tavoitteena on edistää uutta yritystoimintaa ja työllistymistä. Starttirahaa haetaan työ- ja elinkeinotoimistosta, ja sitä myönnetään yritystoiminnan ensimmäisille kuukausille, mutta kuitenkin enintään 12 kuukaudelle. Starttiraha on veronalaista tuloa, ja sitä maksetaan enintään viideltä päivältä kalenteriviikossa 37,21 euroa päivässä. (Yrittäjät s.a.)

Starttirahaa voi hakea työtön, työssä oleva tai opiskelija, ja kaikki yritysmuodot ja toimialat ovat kelpoisia. Hakijan tulee suunnitella ja harjoittaa liiketoimintaa päätoimisesti ja jatkuvasti. Starttirahaa ei myönnetä osa-aikaiseen tai tilapäiseen toimintaan. Hakijalla on oltava riittävä pätevyys toimia suunnitellulla toimialalla. Riittävä pätevyys voi tarkoittaa asianmukaista koulutusta tai merkityksellistä työkokemusta. Hakijan tulee osoittaa myös riittävät valmiudet toimia yrittäjänä. Hakijan tulee liittää hakemukseen liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat, jotka on arvioitu kannattaviksi esimerkiksi Uusyrityskeskuksen tai muun vastaavan tahon toimesta. Hakijan tulee olla tietoinen liiketoiminnan käynnistämiseen tarvittavasta rahoituksesta, liiketilasta, luvista ja muista olennaisista tekijöistä. (Yrittäjät s.a.)

Starttirahaa ei myönnetä, jos hakija on jo aloittanut päätoimisen yritystoiminnan ennen tuen myöntämisestä tehtyä päätöstä, joten on tärkeää hakea tukea ennen kuin yritystoiminta alkaa. Hakijalla ei saa olla samanaikaisesti muita tuloja, kuten palkkaa, opintotukea, vanhempainpäivärahaa tai eläkettä. Näiden edellä mainittujen tulolähteiden saaminen voi estää starttirahan myöntämisen, koska tuki on tarkoitettu ensisijaiseksi toimeentuloksi. Mikäli yritystoiminnasta saadaan heti kohtuullinen toimeentulo, niin tukea ei myönnetä, sillä tuki on tarkoitettu auttamaan yrittäjiä liiketoiminnan alkuvaiheessa, kun yritys ei vielä tuota riittävästi tuloja. TE-toimisto tarkistaa kaikkien hakijoiden luottotiedot, ja maksuhäiriöt voivat estää tuen myöntämisen. Tukea ei myönnetä, mikäli liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat ovat puutteellisia tai niitä ei katsota kannattaviksi. Hakijan tulee varmistaa, että kaikki tarvittavat asiakirjat ovat kunnossa ja suunnitelmat ovat realistisia ja toteuttamiskelpoisia. Nämä edellä mainitut ehdot ja esteet varmistavat, että starttiraha myönnetään vain

niille hakijoille, jotka todella tarvitsevat tukea ja joilla on realistiset mahdollisuudet menestyä yrittäjinä. (Yrittäjät s.a.)

3.5 Finnveran rahoituspalvelu

Finnvera tarjoaa monipuolisia rahoituspalveluja yrityksille eri toiminnan vaiheissa, kuten yrityksen perustamiseen, kasvuun, investointeihin, omistusjärjestelyihin, vientiin ja kansainvälisyysvaihtoihin. Finnvera tarjoaa takausta lainoille, mutta lainaa voi hakea suoraan myös Finnverasta. Finnvera tarjoaa takauksia, jotka vakuuttavat pankkien ja muiden rahoittajien myöntämiä lainoja ja takauksia. Takaukset auttavat yrityksiä saamaan rahoitusta erilaisiin kotimaan investointi-, käyttöpääoma- ja tuotekehitystarpeisiin sekä liiketoiminta-kauppoihin. Finnvera ei kilpaile rahoituksen tarjoajana vaan jakaa rahoitukseen sisältyvää riskiä. Suomen valtio vastaa Finnveran myöntämistä takauksista. (Finnvera-takaus s.a; Takaukset s.a.)

Finnveran alkutakaus on suunnattu aloitteleville pk-yrityksille, joiden rekisteröinnistä kaupparekisteriin on kulunut enintään kolme vuotta. Alkutakaus myönnetään ainoastaan rekisteröidylle toiminimelle tai kotimaiselle yhtiölle. Alkutakausta ei ole mahdollista saada osuuskunnalle tai rekisteröidylle yhdistykselle. Finnvera-takaus on tarkoitettu pk-yritysten kotimaisiin rahoitustarpeisiin, kuten investointeihin, käyttöpääomaan ja liiketoiminta- tai yrityskauppojen vaatimaan rahoitukseen. Finnvera-takaus toimii osavakuutena pankin lainalle ja voi olla ratkaisu rahoituksen järjestymiselle. (Finnvera-takaus s.a.)

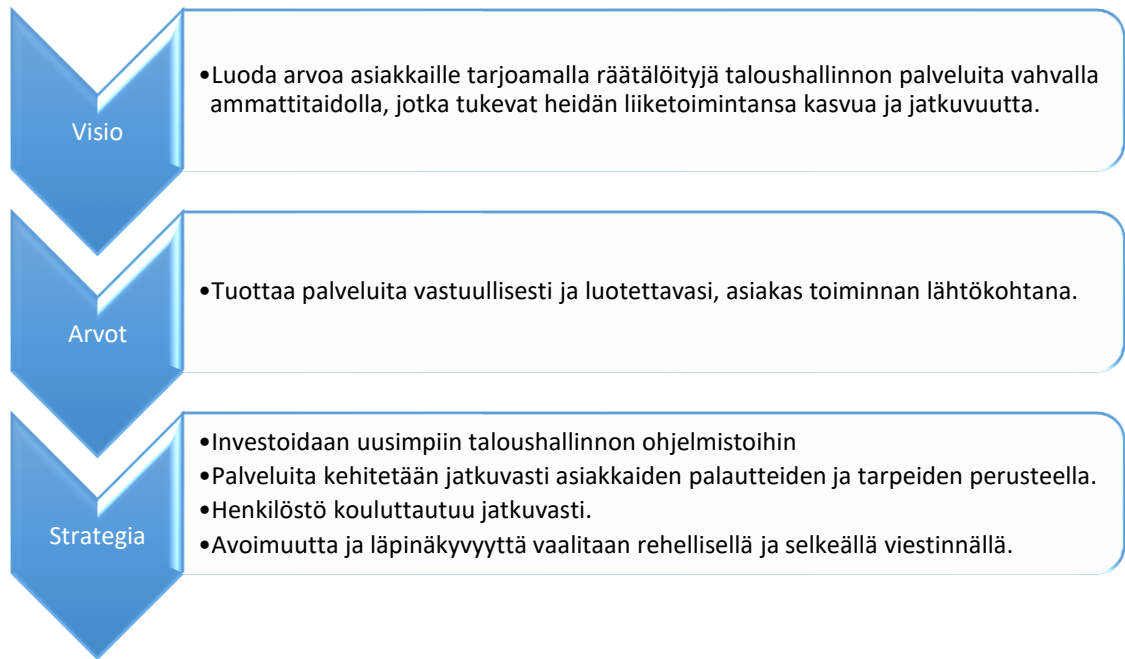
Yritysten on mahdollista hakea lainaa suoraan Finnverasta, vaikka takaus onkin ensisijainen rahoitusmuoto. Finnvera myöntää lainaa erilaisiin tarpeisiin ainoastaan osana kokonaisrahoitusta. Aloittelevalle yritykselle sopivat Finnvera-laina, siltarahoitus sekä digitalisaatio- ja innovaatiolaina. Finnvera-laina voidaan myöntää pienille ja keskisuurille aloitteleville tai jo toimiville yrityksille kotimaisten investointien, hankkeiden, käyttöpääomatarpeiden sekä omistusjärjestelyjen rahoittamiseen. Finnvera-lainaa myönnetään perustellusti myös suuremmille yrityksille. Siltarahoitus voidaan myöntää yrityksille paikkaamaan rahoitustarvetta myönteisen avustuspäätöksen tai sen maksatuksen välisenä aikana. Siltarahoitusta myönnetään ainoastaan, mikäli yrityksellä on voimassa

oleva avustuspäätös. Digitalisaatio- ja innovaatiolaina voidaan myöntää aloit- taville tai jo toimiville yrityksille. Digitalisaatio- ja innovaatiolainalla voidaan ra- hoittaa muun muassa suomalaisten yritysten innovatiivisia tuotteita ja proses- seja, digitaalisia ja innovatiivisia liiketoimintamalleja ja liiketoiminnan digita- lista kehittämistä. (Finnvera-laina s.a; Siltarahoitus s.a.)

4 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Toimeksiantaja on perustettavan tilitoimiston yrittäjä Rosa-Maria Alcenius. Tili- toimiston perustamista suunnitellaan yrittäjän kiinnostuksesta ja halusta ryhtyä tilitoimistoyrittäjäksi. Yrittäjällä on hyvät valmiudet ryhtyä tilitoimistoyrittäjäksi, kuten asiakaspalvelutaidot, monipuolinen työkokemus sekä merkonomi ja tradenomien koulutukset. Yhtiömuodoksi valittiin yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi, sillä yrittäjä aikoo toimia itsenäisesti puolisonsa tuella. Toiminimi on helppo, edullinen ja nopea yhtiömuoto perustamisvaiheessa, koska perus- tamisvaiheessa ei ole välttämätöntä sijoittaa rahaa yritykseen. Alkuvaiheessa yritystoiminta on kohtalaisen pientä ja perustuu täysin yrittäjän omaan työpa- nokseen. Mikäli palveluiden kysyntä kasvaa ja yritystoiminta laajenee, yhtiö- muotoa voidaan muuttaa vastaamaan paremmin toiminnan laajuutta. Tilitoi- misto toimii yritystoiminnan aloittamisen jälkeen yrittäjän omakotitalossa erilli- sissä toimitiloissa. Alussa yrittäjä työskentelee yksin omalla työpanoksel- laan eikä työntekijöitä palkata, joten erillisiä isompia toimitiloja ei tarvita. Mikäli tilitoimiston toiminta kasvaa ja yritykseen palkataan työntekijöitä, tulevaisuu- dessa on mahdollista hankkia laajemmat toimitilat.

Tilitoimiston liikeideana on tarjota kattavat ja laadukkaat taloushallinnon palve- lut pienille ja keskisuurille yrityksille ympäri Suomea. Asiakas voi asioida halu- tessaan Pyhtäällä toimistolla tai täysin etänä. Tilitoimiston on tarkoitus käyttää nykyaikaista kirjanpito-ohjelmistoa ja mobiilisovellusta. Mobiilisovelluksen avulla välitetään tietoa kirjanpitäjän ja asiakkaan kesken, muun muassa kuit- teja, laskuja ja viestejä. Tilitoimistopalveluihin kuuluu muun muassa kirjanpito-, palkanlaskenta-, reskontra-, yrityksen perustamis- ja veropalvelut. Kuvassa 10 on Tmi Kaari Tilin visio, arvot ja strategia.



Kuva 10. Tmi Kaari Tili visio, strategia ja arvot

Tilitoimiston visio on luoda arvoa asiakkaille tarjoamalla räätälöityjä taloushallinnon palveluita vahvalla ammattitaidolla, jotka tukevat heidän liiketoimintansa kasvua ja jatkuvuutta. Arvoina on tuottaa palveluita vastuullisesti ja luotettavasti, asiakas toiminnan lähtökohtana. Tilitoimiston strategiana on investoida uusimpiin taloushallinnon ohjelmistoihin, jotta voidaan tarjota tehokkaampia palveluita. Palveluita kehitetään jatkuvasti asiakkaiden palautteiden ja tarpeiden perusteella. Yrittäjä koulutetaan jatkuvasti, jotta voi tarjota parasta mahdollista palvelua. Avoimuutta ja läpinäkyvyyttä vaalitaan rehellisellä ja selkeällä viestinnällä.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyössä käytetyn tutkimusmenetelmän teoriaa sekä kuinka empiirinen aineisto kerättiin ja analysoitiin. Tämä tutkimus on tapaustutkimus, joka toteutettiin laadullisin menetelmin. Empiirinen tutkimusaineisto hankittiin tilitoimistoyrittäjien sähköpostihaastatteluilla, yritysneuvojan puhelinhaastattelulla ja dokumenttianalyysillä.

5.1 Laadullinen tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta

Laadullinen tutkimus on tutkimusmenetelmä, jonka tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä syvällisesti ja kokonaisvaltaisesti. Tämä tarkoittaa ilmiön

merkityksen tai tarkoituksen selvittämistä sekä siihen liittyvien kokemusten ja näkökulmien tutkimista. Laadullisen tutkimuksen yleinen nimitys on tapaustutkimus. Tapaustutkimus on empiriaan perustuva tutkimus, jossa käytetään rajatussa ympäristössä eri tavoin hankittua monipuolista tietoa. Tutkijan subjektiivisuus voi vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Tämän vuoksi laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on aiemmin kyseenalaistettu. On tärkeää, että tutkija on tietoinen omista ennakkoluuloistaan ja pyrkii minimoimaan niiden vaikutukset tutkimukseen. (Puusa ym. 2020, luku 4.)

Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma. Tutkimusongelma määrittelee, millaista aineistoa kerätään ja millaisia menetelmiä käytetään. Laadullinen tutkimusmenetelmä on erityisen hyödyllinen, kun tutkitaan monimutkaisia ilmiöitä, ihmisten kokemuksia, merkityksiä ja sosiaalisia prosesseja. Tutkijan ja tutkittavien väliset vuorovaikutukset ovat tärkeitä, sillä tutkimuksen tavoitteena on usein tulkita ja selittää ilmiöitä tutkittavien näkökulmasta. Laadullisessa tutkimuksessa tarkastellaan ilmiöitä kokonaisvaltaisesti ja siinä otetaan huomioon laajemmat yhteiskunnalliset, kulttuuriset sekä historialliset kontekstit, joissa tutkittavat ilmiöt esiintyvät. Laadullinen tutkimus on joustavaa ja mukautuvaa, sillä tutkija voi muuttaa tutkimussuunnitelmaa ja kysymyksiä tutkimuksen edetessä saadakseen paremman ymmärryksen tutkittavasta ilmiöstä. (Puusa ym. 2020, luku 3.)

Tähän opinnäytetyöhön tutkimukselliseksi lähestymistavaksi valittiin tapaustutkimus laadullisin menetelmin, sillä tutkimuksen kohteena on yksittäinen tapaus eli laatia markkina- ja kilpailija-analyysi sekä rahoitussuunnitelma perustettavalle tilitoimistolle. Laadullinen tutkimus tarjoaa mahdollisuuden syvälliseen ja laaja-alaiseen ymmärrykseen perustettavan tilitoimiston markkina-alueesta, kilpailijoista ja heidän palveluistaan sekä erilaisista rahoitusvaihtoehdoista. Laadullinen tutkimus mahdollistaa myös asiantuntijoiden näkemysten hyödyntämisen ja tämä auttaa saamaan arvokasta tietoa tutkimusongelman ratkaisemiseksi.

Laadullisen tutkimuksen aineiston kerääminen tapahtuu muun muassa haastattelulla, kyselyillä, havainnoinnilla sekä valmiisiin dokumentteihin perustuvan tiedon tutkimisella ja keräämisellä. Laadullisessa tutkimuksessa sopivan näyt-

teen määrittely ja aineiston riittävyys perustuvat usein kylläntymisen käsitteeseen. Kylläntymisen käsite tarkoittaa, että näytettä kerätään, kunnes uusia yksityiskohtia tai oivalluksia tutkittavasta ilmiöstä ei enää opita. (Juhila 2021.)

Haastattelut

Haastattelut ovat yleisimpiä laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Haastatteluita voidaan toteuttaa esimerkiksi yksilö- tai ryhmähaastatteluina, ja ne tarjoavat syvällistä tietoa tutkittavien kokemuksista, näkemyksistä ja merkityksistä. Haastattelu tarkoittaa keskustelua, joka etenee tutkijan johdattelemana tutkijan aloitteesta. Tutkimushaastattelun tavoitteena on kerätä sellaista aineistoa, jolla on mahdollista tehdä johtopäätöksiä tutkimusongelmasta. Haastateltavaksi valitaan henkilöitä, joilla tiedetään etukäteen olevan kokemusta tutkittavasta ilmiöstä tai tietoa aiheesta. Haastattelu on joustava menetelmä, sillä tutkijan on mahdollista pyytää haastateltavalta tarkennusta sanomaansa. Haastattelussa esitetyillä kysymyksillä ja muotoiluilla on merkittävä vaikutus vastausten laatuun. Haastattelijan on tärkeää suunnitella etukäteen, millaista tietoa hän haluaa kerätä ja mitkä aiheet rajataan ulkopuolelle. Huolellinen suunnittelu varmistaa, että haastatteluista saadaan mahdollisimman paljon relevanttia ja hyödyllistä tietoa, mikä edistää tutkimuksen onnistumista. (Hyvärinen ym. 2021.)

Haastattelut voidaan jakaa kahteen päätyyppiin: strukturoidut ja puolistrukturoidut haastattelut. Haastattelijan tulee valita strukturoidut tai puolistrukturoidut haastattelut tutkimuskysymysten ja tavoitteiden perusteella. Strukturoidut haastattelut ovat ennalta suunniteltuja, ja haastattelijalla esittää kaikille haastateltaville saman sarjan kysymyksiä samassa järjestyksessä. Strukturoidut haastattelut ovat usein nopeampia toteuttaa, koska ne etenevät järjestelmällisesti, ja näin ollen aineiston analysointi on helpompaa ja systemaattisempaa. Puolistrukturoidut haastattelut ovat osittain suunniteltuja, mutta sallivat joustavuutta. Haastattelijalla on luettelo teemoista tai kysymyksistä, mutta hän voi muokata järjestystä ja esittää lisäkysymyksiä tarpeen mukaan. Puolistrukturoitu haastattelu mahdollistaa syvempien ja rikkaampien vastausten saamisen. (Hyvärinen ym. 2021.)

Tutkimuksen haastatteluaineisto kerättiin puolistrukturoidulla puhelinhaastattelulla ja strukturoiduilla sähköpostihaastatteluilla. Puhelinhaastattelussa käytettiin ennalta määriteltyjä kysymyksiä, mutta haastateltavalle annettiin tilaa vapaaseen ilmaisuun, keskusteluun ja lisäkysymysten esittämiseen. Tämä mahdollisti sekä systemaattisen tiedonkeruun että joustavuuden molemmin puolin. Sähköpostihaastattelut toteutettiin lähettämällä haastateltaville haastattelu-pyyntö sekä sen mukana haastattelukysymykset, joihin he pystyivät suoraan vastaamaan paluuviestillä. Haastatteluihin valittiin tutkimuksen kannalta relevantit osallistujat, kuten yritysneuvoja ja tilitoimistoyrittäjiä. Haastateltavien arvioitiin omaavan erinomaisen kokemuspohjan tutkimusaiheeseen liittyen.

Puhelinhaastattelua lähdettiin toteuttamaan niin, että varattiin paikallisen yrityksen perustamispalvelun Cursorin verkkosivujen kautta aika. Ajanvarauksen jälkeen lähetettiin ennakkoon sähköpostitse haastattelun runko (ks. liite 1) sekä liitteenä tietosuojailmoitus (ks. liite 3). Puhelinhaastattelu suoritettiin varatulla ajalla 20.1.2025, ja haastattelun kokonaispituus oli 25 minuuttia. Haastateltavana oli Cursorin yritysneuvoja. Haastattelussa käytettiin puolistrukturoituja kysymyksiä (ks. liite 1), ja lisäkysymyksiä esitettiin aiheen mukaan. Puolistrukturoitu puhelinhaastattelu oli menetelmänä joustava ja mukautuva, sillä se sisälsi ennalta suunniteltuja kysymyksiä, mutta se salli myös vapaamuotoisen keskustelun ja yksilöllisten lisäkysymysten esittämisen aiheen mukaan molemmin puolin. Puhelinhaastattelu oli kaiken kaikkiaan erittäin sujuva, sillä haastateltava oli pystynyt valmistautumaan hyvin ennakkoon lähetetyn sähköpostin ansiosta. Puhelinhaastattelulla saatiin paljon arvokasta tietoa tutkimuskysymysten vastauksiksi.

Tutkimuksessa oli alun perin tarkoitus tehdä puhelinhaastattelu myös tilitoimistoyrittäjille. Valitettavasti puhelinhaastatteluajkoja ei onnistuttu varaamaan, koska tilinpäätökset veivät sillä hetkellä heidän kaikki resurssinsa. Cursorin yritysneuvojan vinkistä lähetettiin sähköpostitse Cursorin yhteistyökumppani tilitoimistoille haastattelu-pyyntöt haastattelukysymyksineen (ks. liite 2) ja tietosuojailoituksineen (ks. liite 3). Sähköposti sisälsi ennalta suunniteltuja avoimia kysymyksiä, jotka olivat kaikille samat. Vastauksia saatiin loppujen lopuksi kolmelta tilitoimistolta.

Dokumenttianalyysi

Dokumenttianalyysi on tutkimusmenetelmä, jossa analysoidaan kirjallisia dokumentteja systemaattisesti ja perusteellisesti. Tämä menetelmä on erityisen hyödyllinen tutkimuksissa, joissa halutaan hyödyntää olemassa olevaa aineistoa, kuten raportteja, kirjoja, lehtiartikkeleita, vuosikertomuksia, piirroksia ja muita kirjallisia lähteitä. Dokumenttianalyysin tarkoituksena on tarkastella aineistoa objektiivisesti ja systemaattisesti sekä tuoda lisää informaatioarvoa. (Ojasalo ym. 2015, 136.)

Dokumenttianalyysissä on kaksi keskeistä analyysitapaa: sisällön analyysi ja sisällön erittely. Sisällön analyysillä pyritään kuvaamaan dokumenttien sisältöä sanallisesti tavoitteena etsiä ja tunnistaa tekstin merkityksiä. Sisällön erittelyllä kuvataan tekstin sisältöä määrällisesti esimerkiksi numeroin. Nämä kaksi tapaa eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan sisällön analyysissä tuotettu aineisto voidaan muuttaa myös numeromuotoon. Dokumenttianalyysissä kerätty aineisto ositetaan niin, että dokumentit jaetaan pienempiin osiin, kuten sanoihin, lauseisiin tai kappaleisiin. Ositettu aineisto käsitteellistetään ja luokitellaan teemoihin tai kategorioihin, jotka ovat relevantteja tutkimuskysymysten kannalta. Käsitteellistetty aineisto kootaan uudelleen loogiseksi ja ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi, joka vastaa tutkimuskysymyksiin ja tavoitteisiin. (Ojasalo ym. 2015, 137.)

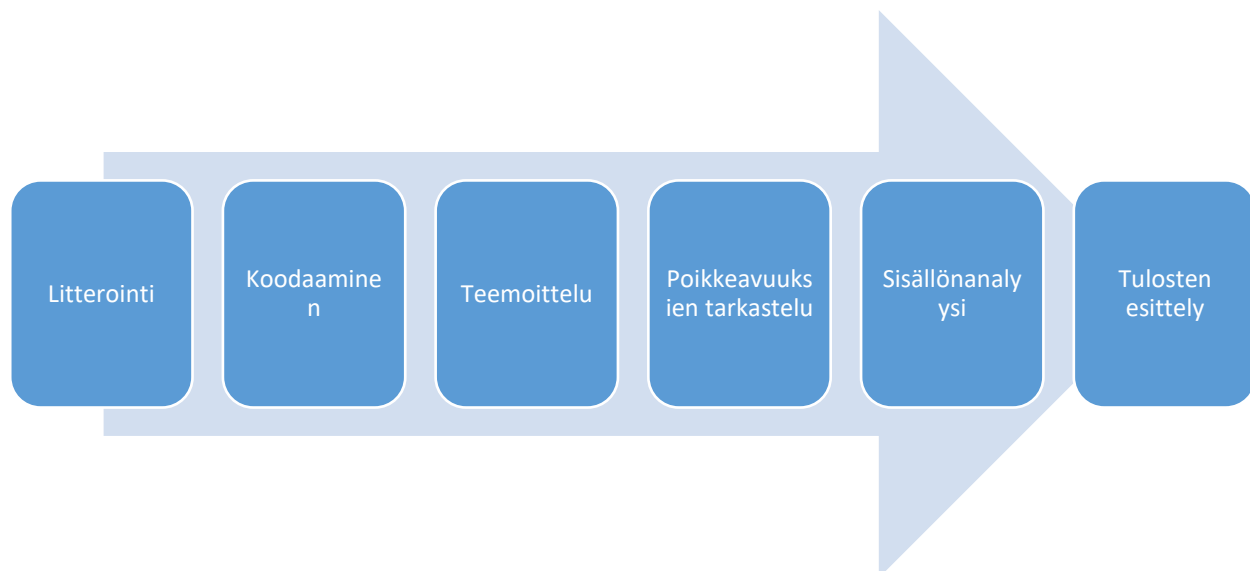
Tutkimuksen aineiston keräämiseen valittiin käyttää dokumenttianalyysiä, sillä se mahdollistaa monipuolisen ja syvällisen näkemyksen saamisen tutkimusaiheesta. Dokumenttianalyysi oli myös erinomainen tapa täydentää puolistrukturoitua puhelinhaastattelua ja sähköpostihaastatteluita. Sisällön analyysiä käyttäen kerättiin tietoa eri lähteistä ja koottiin keskeiset asiat yhteen dokumenttiin. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa markkina-analyysi (ks. liite 4), kilpailija-analyysi (ks. liite 5) sekä rahoitussuunnitelma (ks. liitteet 6–10). Markkina-analyysiin löydettiin yrityksen markkina-alueesta tietoa Pyhtään kunnan verkkosivuilta. Kilpailija-analyysissä käsitellään neljää kilpailijaa, ja tietoja löydettiin heidän omilta verkkosivuiltaan sekä heidän taloustietojaan Asiakastiedon verkkosivuilta. Rahoitussuunnitelman rahoitusvaihtoehtoja tutkittiin hakukoneella käyttäen hakusanaa ”aloittavan yrityksen rahoitusvaihtoehdot”, ja tätä kautta valittiin eri verkkosivuja, joista selailtiin kattavaa tietoa vaihtoehtoista.

Rahoitussuunnitelman laskelmia varten tutkittiin hakukoneella tiloimiston alkuinvestointeihin liittyviä hintatietoja ohjelmistojen, koneiden ja toimistokalusteiden tarjoajien verkkosivuilta, kuten Procounor ja Verkkokauppa.com. Rahoituslaskelmien tekemiseen hyödynnettiin Uusyrittyskeskuksen verkkosivuilta täytettäviä Excel-pohjia.

5.2 Aineiston analysointi

Aineiston keräämisen jälkeen aineisto tulee purkaa sekä analysoida. Laadullista analyysia voidaan tehdä useilla eri menetelmillä ja tutkimuksen tekijä valitsee analyysimenetelmistä sopivimmat sekä perustelee valintansa. Aineiston analyysin laatu on kiinni tutkijan kyvystä tulkita ja ymmärtää tutkimaansa aihetta. Aineiston analyysin tavoitteena on luoda aineistosta mielekäs kokonaisuus, jonka avulla on mahdollista tuottaa perusteltu tulkinta ja tehdä johtopäätökset tutkittavasta ilmiöstä. (Puusa ym. 2020, luku 8.)

Laadullisessa tutkimuksessa analyysimenetelmiä on muun muassa koodaaminen, laadullinen sisällönanalyysi, teemoittelu, tyypittely ja tapahtumakulun kuvaus. Analyysiprosessi on monivaiheinen prosessi, jossa vaiheet voivat esiintyä samanaikaisesti ja tulkintaa tapahtuu koko prosessin ajan. (Günther ym. 2021.) Seuraavana kuvassa 11 on aineiston analysoinnin prosessi.



Kuva 11. Aineiston analysoinnin prosessi (Günther ym. 2021)

Puhelinhaastattelussa ääninauhat ja haastateltavien omalla käsialalla kirjoitetut vastaukset litteroidaan eli kirjoitetaan puhtaaksi, sillä aineistoa on helpompi tarkastella yhteneväisellä kirjoitustyyllillä tekstimuodossa. Litteroitu aineisto

teemoitellaan ja koodataan. Sisällönanalyysillä muodostetaan käsitys siitä, miten vastauksista muodostuu kokonaisuus. Aineistosta tarkastellaan esiin nousseita poikkeavuuksia, jotta tunnistetaan uudet näkökulmat ja erimielisyydet. Vertailemalla muihin tutkimuksiin arvioidaan, kuinka tulokset eroavat tai yhtenevät keskenään. Lopuksi tutkija tarkastelee eli reflektoi omaa vaikutustaan aineiston tulkintaan. Puhelinhaastattelun aineisto kannattaa analysoida mahdollisimman pian haastattelujen jälkeen, sillä silloin tieto on vielä tuoretta ja hyvin haastattelijan muistissa. (Günther ym. 2021.)

Puhelinhaastattelun aikana vastaukset litteroitiin, eli kirjoitettiin Word-tiedostoon, ja haastattelun jälkeen aineisto vielä muokattiin yhteneväksi. Sähköpostihaastatteluiden vastaukset muokattiin niin, että kirjoitusvirheet poistettiin ja lauseet kirjoitettiin kieliänsuultaan yhtenäisiksi. Haastattelujen puhtaaksi kirjoittaminen suoritettiin heti samana päivänä kuin haastattelut, sillä haastattelut olivat vielä hyvässä muistissa. Litteroitu ja puhtaaksi kirjoitettu materiaali käytiin läpi useamman kerran etsien oleellinen tieto tutkimusongelman kannalta. Materiaalissa epäolennaista tietoa ei juuri ollut, sillä kysymykset olivat lähetetty suunnitelmallisesti etukäteen ja vastaukset olivat ytimekkäitä sekä vastasivat kysymykseen.

Haastatteluaineistojen litteroinnin ja puhtaaksi kirjoittamisen jälkeen suoritettiin sisällönanalyysi. Tässä prosessissa luokiteltiin vastaukset aihealueittain, jotka vastasivat tutkimuskysymyksiin, kuten millaisia rahoitusvaihtoehtoja on saatavilla perustettavalle tilitoimistolle ja millainen kilpailu markkinoilla on. Sisällönanalyysi katsottiin olevan sopiva analyysimenetelmä, sillä haastattelukysymyksissä ja valmiissa dokumenteissa toistui samankaltaiset teemat ja aiheet. Dokumenttianalyysissä hankittuun aineistoon perehdyttiin tutkimusongelman näkökulmasta, keskittyen tarvittavaan ja keskeiseen tietoon. Analysoinnin apuna käytettyjä teemoja olivat markkina-analyysi, kilpailija-analyysi ja eri rahoitusvaihtoehdot. Analysoidusta aineistosta tehtiin työn johtopäätökset.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa kuvataan opinnäytetyön tutkimuksen tulokset. Tulokset on kerätty haastatteluilla ja dokumenttianalyysillä. Ensimmäisessä alaluvussa on kuvattu tulokset, jotka käsittelevät markkina- ja kilpailija-analyysiä (ks. liite

4,5), ja toisessa alaluvussa on kuvattu rahoitussuunnitelman (ks. liitteet 7–10) tulokset. Kertauksen vuoksi vielä, että tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia kilpailija- ja markkina-analyysi sekä rahoitussuunnitelma perustettavalle tilitoimistolle.

6.1 Markkina- ja kilpailija-analyysi

Tässä opinnäytetyössä perustettavan tilitoimiston Tmi Kaari Tili palveluita tarjotaan Suomen laajuisesti. Asiakkaan sijainnilla ei ole merkitystä, sillä palveluita voi toteuttaa täysin sähköisesti. Tässä opinnäytetyössä käsitellään ainoastaan Pyhtään markkinaympäristöä. Rajauksen avulla tutkimus keskittyi tarkasti määriteltyyn alueeseen, mikä mahdollisti syvällisemmän ja yksityiskohtaisemman markkina-analyysin perustettavan yrityksen kotipaikasta eli Pyhtästä. Alla esitetään ensin dokumenttianalyysillä kerätyt markkina- ja kilpailija-analyysin tulokset, ja seuraavaksi kuvataan haastatteluilla kerätyt tulokset.

Dokumenttianalyysi

Pyhtään kunnan väkiluku oli vuoden 2023 tilastokeskuksen mukaan 5065. Pyhtään markkinaympäristö on kilpailtu, mutta tarjoaa myös paljon mahdollisuuksia. Pyhtää on lähellä suurempia kaupunkeja, kuten Kotkaa ja Helsinkiä, mikä tarjoaa myös laajemmat markkinat ja verkostoitumismahdollisuudet. Monet yritykset ulkoistavat taloushallintonsa, koska se on kustannustehokasta ja vapauttaa resursseja ydintoimintaan. Pyhtään kehitysnäkymät ovat monipuoliset ja lupaavat. Kunnan talousarvion mukaan Pyhtää on osoittanut sopeutumiskykyä maailmantilanteeseen ja yleisen talouden kehityksen epävarmuuksiin. Pyhtään kunta tukee paikallista yritystoimintaa ja pyrkii luomaan suotuisat olosuhteet yritysten kasvulle ja kehitykselle. Kilpailijoita tilitoimistoalalla Pyhtäällä ovat muut paikalliset tilitoimistot. Kilpailija-analyysi tehtiin neljästä tilitoimistosta Kymenlaakson alueelta. Näitä tilitoimistoja kuvataan tässä työssä nimillä Tilitoimisto A, Tilitoimisto B, Tilitoimisto C ja Tilitoimisto D.

Tilitoimisto A on vuonna 2012 perustettu tilitoimisto Pyhtäällä. Liikevaihto oli 97 000 euroa vuonna 2024 ja työllisti yhden henkilön. Tilitoimisto A:n palveluihin kuuluu tavanomaiset tilitoimiston palvelut, kuten kirjanpito, palkanlaskenta, veroasiat, yhtiöoikeudelliset asiat ja muita taloushallinnon palveluita. Kilpailija-

analyysin perusteella vahvuudet ja kilpailuvaltit ovat selkeät verkkosivut, monipuolinen tarjonta sekä helposti verkkosivujen kautta lähetettävä tarjouspyyntö. Heikkouksina on sosiaalisen median puuttuminen, hintatietojen puuttuminen verkkosivuilta sekä ei ole löydettävissä tietoa, onnistuuko palvelut täysin sähköisesti.

Tilitoimisto B on vuonna 2017 perustettu tilitoimisto. Tilitoimisto B:llä on Pyhtään toimiston lisäksi toimisto Kirkkonummella. Liikevaihto oli 366 849 euroa vuonna 2024 ja työllisti kaksi henkilöä. Tilitoimisto tarjoaa kirjanpidon ja palkanlaskennan lisäksi isännöintipalveluita sekä tiekuntien hallintopalveluita. Tämän lisäksi yrityksen palvelut taloushallinnon osalta ovat hieman suppeammat kuin Tilitoimisto A:lla, verkkosivujen mukaan palveluista puuttuu esimerkiksi myynti- ja ostoreskontra, laskutus, yrityksen perustaminen ja päättäminen. Tilitoimiston vahvuuksina ja kilpailuvaltteina ovat verkkosivuilla tarjolla selkeät kirjanpito- ja palkanlaskennan palveluiden paketit, sosiaalinen media, asiakaskokemusten näkyminen sosiaalisessa mediassa, ruotsinkielinen asiakaspalvelu, palveluita tarjolla täysin sähköisesti ja toimistot kahdella paikkakunnalla. Heikkoutena on verkkosivujen sekavuus, sillä tieto on epäloogisesti esillä.

Tilitoimisto C on perustettu vuonna 2006. Tilitoimiston kotipaikka on Kotka, mutta päätoimipaikka on Pyhtää. Taloustietoja yrityksestä ei ole saatavilla. Tilitoimisto tarjoaa yrityksille kattavat tilitoimisto- ja kirjanpito- ja palkanlaskennan palvelut Kotkan alueella. Peruspalveluihin kuuluvat mm. kirjanpidon hoito, tilinpäätös, veroilmoitukset, arvonlisäverotus, palkanlaskenta ja siihen liittyvät ilmoitukset sekä työsuhteisiin liittyvät muut palvelut. Vahvuudet ja kilpailuvaltit ovat selkeät verkkosivut ja yhteystiedot löytyvät helposti. Heikkouksina ovat sosiaalisen median puuttuminen ja verkkosivuilla ei ole kovin paljon informaatiota yrityksestä.

Tilitoimisto D on perustettu vuonna 2012, ja sen kotipaikka on Kotka. Liikevaihto oli 291 177 euroa vuonna 2023 ja työllisti kolme henkilöä. Täysin sähköistetty kirjanpito mahdollistaa paikkakuntariippumattomuuden. Palvelut kattavat tilitoimistopalvelut aina peruskirjanpidosta palkanlaskentaan ja laskutukseen sekä kassavirtalaskelmiin. Vahvuudet ja kilpailuvaltit ovat selkeät ja informatiiviset verkkosivut, kattava palvelutarjonta sekä täysin sähköinen tilitoimisto. Heikkouksina ovat sosiaalisen median puuttuminen sekä tiedon puute

siitä, tekevätkö palveluita sähköisen lisäksi myös perinteisesti manuaalisesti paperitse.

Haastattelut

Cursorin yritysneuvojan mukaan tilitoimistoja ei ole riittävästi alueella, joten uusille tilitoimistoille olisi kysyntää. Viime vuonna 2024 uusille yrittäjille oli muodostunut haasteeksi löytää paikallista tilitoimistoa Kymenlaakson alueelta, sillä useat tilitoimistot eivät ottaneet uusia asiakkaita. Yritysneuvojan mukaan uusi tilitoimisto saisi kilpailuetua hyvällä asiakaspalvelulla, niin että ylitettäisiin asiakkaan odotukset antamalla enemmän vinkkejä sekä neuvoja laajemmin. Tällä hetkellä alueella toimivilla useilla kilpailijoilla ei ole yritysneuvojan kokemuksen mukaan kovin hyvä asiakaspalvelu sen perusteella, että vastataan ai-noastaan niihin kysymyksiin, joita asiakas osaa kysyä eikä anneta yhtään enempää tietoa vaan siitä pitäisi maksaa enemmän.

Sähköpostihaastatteluihin vastauksia saatiin kolmelta tilitoimistoyrittäjältä. Näitä tilitoimistoyrittäjiä kuvataan tässä työssä nimillä Tilitoimistoyrittäjä A, Tilitoimistoyrittäjä B ja Tilitoimistoyrittäjä C. Tilitoimistoyrittäjä A:n mukaan kilpailua löytyy jonkin verran heidän markkina-alueellaan ja heidän vahvin kilpailijansa on Talenom. Hänen mukaansa vahvuuksia ovat paikallisuus ja henkilökohtainen palvelu asiakkaalle. Tässä tilitoimistossa työskentelee yrittäjän lisäksi viisi henkilöä. Yrittäjältä löytyi jo vankka osaaminen entuudestaan ja kokemusta alalta ennen yrittäjäksi ryhtymistä.

Tilitoimistoyrittäjä B:n mielestä kilpailu ei ole paljon, sillä isot tilitoimistot menettävät asiakkaita pienemmille tai ainakin näin heillä on käynyt. Hän pitää vahvimpina kilpailijoina markkinoilla vastaavanlaisia 3–10 henkeä työllistäviä tilitoimistoja. Tässä tilitoimistossa työskentelee yrittäjän lisäksi kolme henkilöä. Hänen mukaan tilitoimiston vahvuuksina ovat osaaminen, tavoitettavuus ja laadukas henkilökohtainen palvelu. Vahvuudet erottavat heidät isommista tilitoimistoista, mutta toki tämä riippuu aina tekijästä, ja yrittäjän mukaan heillä on helpompi pitää laatutaso korkealla läpi palvelulinjan. Yrittäjällä oli jo entuudestaan työkokemusta alalta ja yrittäjähenkisyyttä ennen yrityksen perustamista.

Tiltoimistoyrittäjä C:n mukaan kilpailu on suurta tiltoimistoalalla, mutta hän itse tekee yhteistyötä muiden kirjanpitäjien kanssa. Vahvimmat kilpailijat ovat hänestä pienet tiltoimistot ja yksityiset kirjanpitäjät. Vahvuuksina yrittäjän mukaan hänen tiltoimistollaan on henkilökohtainen palvelu ja vahva yritys- ja rahoitusneuvonta. Yrittäjän lisäksi tiltoimistossa työskentelee lisäksi puolikas henkilö.

6.2 Rahoitusvaihtoehdot ja rahoitussuunnitelma

Rahoitusvaihtoehtoja on yritystoiminnan käynnistämiseksi ja kehittämiseksi useita, kuten oman pääoman sijoitukset, vieras pääoma, pankkilainat, vakuutusyhtiöiden tarjoama rahoitus, Finnveran lainat ja takaukset, starttiraha sekä muut avustukset. Lisäksi yritykset voivat hakea rahoitusta joukkorahoituksen avulla, hyödyntää leasing-rahoitusta tai etsiä liikekumppaneita ja sijoittajia, jotka ovat valmiita tukemaan yrityksen kasvua ja kehitystä.

Omistajat sijoittavat yritykseen perustamis- tai laajentamiskäynnistämisen vaiheessa. Mikäli yrityksellä itsellään on pulaa pääomasta, voidaan etsiä pääomasijoittajia sijoittamaan yritykseen lisää pääomaa. Vastikkeeksi sijoittamastaan rahasta pääomasijoittajille maksetaan tuottoa. Vakuutusyhtiöiltä on myös mahdollista hakea lainaa. Lisäksi yritykset voivat hakea rahoitusta pankkilainoista, jotka voivat olla lyhytaikaisia tai pitkäaikaisia tarpeen mukaan. Perinteiset pankkilainat ovat yleinen tapa rahoittaa toiminimen perustamista. Pankkilainojen hakemiseen liittyy usein monia vaatimuksia, kuten vakuuksien esittäminen ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Rahoituslaitos Finnvera tarjoaa valtion takaa-antamaa lainaa, ja pankki hakee sitä useimmiten suoraan asiakkaan puolesta.

Starttiraha on suunnattu aloittaville yrittäjille ja auttaa heitä kattamaan toimeentulonsa yrityksen käynnistymisen ja vakiinnuttamisen aikana. Starttiraha on tukimuoto, jonka tavoitteena on edistää uutta yritystoimintaa ja työllistymistä. Starttirahaa haetaan työ- ja elinkeinotoimistosta. Starttirahaa myönnetään yritystoiminnan ensimmäisille kuukausille, kuitenkin enintään 12 kuukaudelle. Tämän lisäksi yritykset voivat hyödyntää erilaisia julkisia tukia ja avustuksia, jotka voivat helpottaa rahoituksen saamista ja yritystoiminnan käynnistämistä. ELY-keskukset tarjoavat erilaisia avustusmuotoja yrityksen perusta-

miseen, kehittämiseen ja kansainvälistymiseen. Avustusten myöntämisperusteet vaihtelevat alueittain, joten yritysten tulee olla tietoisia paikallisista avustumahdollisuuksista ja hakukriteereistä.

Cursorin yritysneuvojan haastattelussa tuli ilmi Leader-tukimahdollisuus Leader Sepralta. Leader-tukea on mahdollista saada enintään viisi henkilöä työllistävä yritys. Päätoimiseen yritystoimintaan voi saada 7500 euron ja osa-aikaiseen 5000 euron kertakorvauksen. Tukikelpoisia kustannuksia ovat toimitilojen ja laitteiden vuokrat, aineet, tarvikkeet, käyttömaksut, matkat, pienhankinnat sekä koulutuksen, valmennuksen, asiantuntijaosaamisen ja tiedon hankkiminen ostopalveluina.

Kaikkien haastateltavien tilitoimistoyrittäjien mukaan tilitoimiston perustamiseen ei tarvita suurta pääomaa. Kukaan haastateltava ei ollut hakenut ulkopuolista rahoitusta yrityksen käynnistämävaiheessa. Kaikki haastateltavat tilitoimistoyrittäjät olivat kasvattaneet yritystoimintaansa tulorahoituksella eivätkä olleet nostaneet itselleen palkkaa toiminnan alussa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa käydään läpi johtopäätöksiä, toimenpidesuosituksia sekä tutkimuksen luotettavuuden analyysi. Johtopäätöksissä yhdistetään tutkimuksen tuloksia ja teoriaa. Opinnäytetyön tavoitteena oli vastata kahteen keskeiseen tutkimuskysymykseen: millainen on perustettavan tilitoimiston markkinaympäristö ja ketkä ovat sen kilpailijoita. Toinen tutkimuskysymys on, millaisia rahoitusvaihtoehtoja on saatavilla perustettavalle tilitoimistolle. Tämä kysymys käsittelee rahoituksen saatavuutta ja eri rahoitusvaihtoehtoja, kuten omaa pääomaa, lainoja ja muita rahoituslähteitä.

7.1 Markkinaympäristönä Pyhtää ja sen kilpailijat

Kosken ja Virtasen mukaan (2005, 47) markkinaympäristön analyysi antaa yrittäjälle selkeän kuvan siitä, millaisessa ympäristössä yritys toimii ja mihin suuntaan se saattaa kehittyä. Markkinaympäristön analysointi on tärkeää, sillä sen avulla on tarkoitus ymmärtää ja arvioida yrityksen ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa sen toimintaan ja menestykseen. (Koski & Virtanen, 2005, 47.)

Tutkimuksen tavoitteena oli saada selkeä kuva Pyhtäästä markkinaympäristönä sekä tutustua kilpailijoihin kilpailija-analyysin avulla. Tutkimusten tulosten perusteella Pyhtää on erittäin yritysmyönteinen pieni, noin 5065 asukkaan kunta. Pyhtään sijainti on hyvä, sillä Pyhtään lähellä on muita kaupunkeja alle tunnin ajomatkan päässä, kuten Loviisa, Kotka ja Hamina. Helsinkiin Pyhtäältä on alle kahden tunnin ajomatka. Pyhtään hyvä sijainti mahdollistaa yrittäjälle sekä asiakkaille sujuvan liikkumisen. Lähikaupungeissa on myös enemmän ostopotentiaalia ja kilpailijoita. Pyhtään kunta tukee paikallista yritystoimintaa ja pyrkii luomaan suotuisat olosuhteet yritysten kasvulle ja kehitykselle. Pyhtääläisille yrittäjille on hyödyllisiä yhteistyökumppaneita, kuten Cursor Oy sekä paikallinen yrittäjäjärjestö Pyhtään Yrittäjät ry. Cursor Oy tarjoaa monipuolisesti palveluitaan yrittäjille, kuten yritystoiminnan perustamisen sekä kehittämisen neuvontaa. Pyhtäällä on lukuisia yrityksiä, jotka voisivat toimia perustettavalle tilitoimistolle yhteistyökumppaneina sekä olla potentiaalisia asiakkaita.

Hesson (2015, 48–49) mukaan yrityksen markkinaympäristöön kuuluu tärkeänä osana kilpailijoiden analysointi. Tutkimuksen perusteella Pyhtäällä ei ole kovin montaa tilitoimistoa, mutta lähikaupungeista niitä löytyy. Digitalisaation myötä markkinaympäristö on tietysti laajempi, ja tämän myötä potentiaalisia asiakkaita sekä kilpailijoita on myös laajemmalla alueella. Tässä opinnäytetyössä kuitenkin keskityttiin tutkimaan kilpailijoita, jotka ovat fyysisesti markkinaympäristössä tai sen lähellä. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että markkinaympäristössä ja lähialueilla tilitoimistoilla on jonkin verran kilpailua. Tilitoimistoyrittäjillä oli hieman eriäviä näkemyksiä kilpailun suhteen, Tilitoimistoyrittäjä A:n mukaan kilpailua on jonkin verran, Tilitoimistoyrittäjä B:n mukaan kilpailua on vähän ja Tilitoimistoyrittäjä C:n mukaan kilpailua on paljon. Yritysneuvojan haastattelun perusteella kysyntää löytyisi hyvään asiakaspalveluun panostavalle pienelle tilitoimistolle.

Vahvimpina kilpailijoina kilpailija-analyysin ja haastatteluiden perusteella voidaan pitää pieniä tilitoimistoja, jotka tarjoavat henkilökohtaista ja joustavaa palvelua ylittämällä asiakkaan odotukset. Yritysneuvojan haastattelussa kävi ilmi, että hänen kuulemansa ja kokemuksensa perusteella asiakaspalvelu on melko huonoa Pyhtään ja lähialueiden tilitoimistoilla, sillä monet neuvovat asiakasta ainoastaan sen verran, kun tämä osaa kysyä. Monet asiakkaathan

eivät itse ole talouden asiantuntijoita eivätkä välttämättä osaa edes kysyä oikeita asioita. Perustettava tilitoimisto saisi kilpailuetua tuottamalla erinomaista asiakaspalvelua, joka ylittää asiakkaan odotukset.

Kilpailija-analyysin tulosten perusteella monilla Pyhtään ja lähialueiden tilitoimistoilla ei ollut sosiaalisen median kanavia ja verkkosivut olivat joko sekavat tai erittäin suppeat. Selkeät informatiiviset verkkosivut, sosiaalisen median kanavat ja monipuoliset asiakaspalvelukanavat ovat myös erinomainen kilpailuetu tilitoimistolle. Voidaan todeta, että nykypäivänä tilitoimiston palveluita kannattaa tarjota täysin sähköisesti perinteisen paperisen kirjanpidon sijaan, sillä teknologia on kehittynyt paljon viime vuosina. Täysin sähköinen tilitoimisto mahdollistaa laajemman markkina-alueen, sillä kaikki palvelut pystyvät tuottamaan täysin etänä esimerkiksi ympäri Suomea.

7.2 Aloittavan yrityksen rahoitussuunnitelma

Viitalan ja Jylhän (2013, luku 4: omistajat ja rahoittajat) mukaan aloittavan yrityksen on suositeltavaa hyödyntää eri rahoituslähteitä, kuten omaa pääomaa, lainarahoitusta, tukia ja sijoittajarahoitusta. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että aloittavan yrityksen rahoituksen hankkimiseen on useita eri vaihtoehtoja kuten oman pääoman sijoitukset, vieras pääoma, pankkilainat, vakuutusyhtiöiden tarjoama rahoitus, Finnveran lainat ja takaukset, starttiraha sekä muut avustukset. Rahoituksen tarpeen määrä riippuu paljon toimialasta sekä omasta pääomasta. Haastattelujen perusteella tilitoimiston perustamiseen ei tarvita kovin suuria investointeja ja summia. Ketkään haastateltavista ei olleet tarvinneet ulkopuolista rahoitusta vaan hoitivat rahoituksen niin, että eivät olleet nostaneet itselleen palkkaa toiminnan alussa. Tilitoimiston ei tarvitse välttämättä vuokrata tai ostaa toimitiloja, sillä nykypäivänä digitalisoitumisen myötä täysin sähköisesti palveluiden tuottaminen on myös mahdollista.

Opinnäytetyön lopputuotoksena laadittiin rahoitussuunnitelma (ks. liite 7) aloittavalle tilitoimistolle, joka kattaa eri rahoitusvaihtoehtojen tutkimisen (ks. liite 6) ja kannattavuuslaskelman (ks. liite 8), kassavirtalaskelman kolmelle kuukaudelle (ks. liite 9) sekä tulossuunnitelman ensimmäiselle toimintavuodelle

(ks. liite 10). Rahoitussuunnitelman on tarkoitus auttaa yrittäjää määrittelemään rahoitustarve ja mitä rahoituslähdettä kannattaa hyödyntää (Ketola 2024, luku 15).

Vaikka tilitoimistoyrittäjien haastatteluiden perusteella tilitoimiston perustamiseen ei välttämättä tarvita ulkopuolista rahoitusta, niin tutkimuksen ja laskelmien perusteella päätettiin, että toimeksiantaja tarvitsee vierasta pääomaa yritystoiminnan käynnistämiseen, alkuinvestointeihin ja alun turvaamiseen. Haastattelun ja dokumenttianalyysin perusteella perustettavan tilitoimiston on mahdollista ja kannattavinta hakea pankkilainaa sekä sen lisäksi starttirahaa ja Leader Sepralta Leader-tukea. Leader Sepra on paikalliskehittäjä, jonka toiminta-alueena on eteläinen Kymenlaakso.

Perustettavan tilitoimiston rahoitussuunnitelman investoinnit (ks. liite 7) yhteensä ovat 7 795 euroa ja käyttöpääoma kolmelle kuukaudelle on arvioitu 6 190 euroa. Investointeja on suunniteltu tehtävän muun muassa koneisiin ja laitteisiin, toimistokalusteisiin, toimistotarvikkeisiin, puhelimeen, asennustöihin, toimitilan muutostöihin ja ohjelmistoihin. Investointien ja käyttöpääoman tarve yhteenlaskettuna on 13 985 euroa. Käyttöpääoman tarpeeseen on laskettu muun muassa nettisivujen kustannukset, markkinointikustannukset, puhelinkustannukset, jäsenmaksut, ohjelmien kuukausimaksut, lainan lyhennykset, korot, koulutus, muut kulut ja yrittäjän oma toimeentulo. Omaa pääomaa tai omia sijoituksia yritykseen ei ole, joten pankkilainaa suunnitellaan tarvittavan 20 000 euroa.

Kannattavuuslaskelman (ks. liite 8) mukaan vuoden laskutustavoite verotto-
mana on 106 981,20 euroa, joten tuntilaskutustavoite on 97,26 euroa. Kannattavuuslaskelmassa on huomioitu myös yrittäjän pitämä neljän viikon loma. Kassavirtalaskelma kahdelle kuukaudelle (ks. liite 9) näyttää, että maksuvalmius on kuukauden lopussa aina yli 10 000 euroa myymällä palveluita kannattavuuslaskelman laskutustavoitteen mukaisesti 9 865 eurolla. Lainanlyhennyksiä on kuukausittain vähintään 300 euroa sekä korkoja 100 euroa. Ensimmäisen vuoden tulossuunnitelman (ks. liite 10) mukaan tilikauden tulos on 50 789 euroa, mikä on erittäin positiivinen merkki yrityksen kannattavuudesta ja taloudellisesta terveydestä. Kaiken kaikkiaan, rahoitussuunnitelma ja kannatta-

vuuslaskelma osoittavat, että perustettavalla tilitoimistolla on hyvät edellytykset menestyä taloudellisesti ja saavuttaa asetetut tavoitteet. Tämä luo vakaan pohjan yrityksen kasvulle ja kehitykselle tulevaisuudessa.

7.3 Toimenpidesuosituksukset

Tämän tutkimuksen perusteella perustettavalle tilitoimistolle on monia toimenpidesuosituksia. Tässä luvussa kuvataan toimenpiteitä, kuinka perustettava tilitoimisto voi menestyä ja saavuttaa vahvaa kilpailuasemaa yritystoiminnan käynnistämisen jälkeen.

Tutkimuksen perusteella monilla markkinaympäristössä kilpailevilla tilitoimistoilla ei ole vahvaa digitaalista läsnäoloa, verkkosivut olivat puutteellisia, eikä sosiaalisen median kanavia hyödynnetä. Näin ollen perustettavan tilitoimiston on suositeltavaa panostaa selkeisiin ja informatiivisiin verkkosivuihin sekä hyödyntää monipuolisesti sosiaalisen median kanavia, kuten Facebook, Instagram ja LinkedIn. Selkeät ja informatiiviset verkkosivut sekä monipuolinen sosiaalisen median käyttö ovat tärkeitä kilpailuvaltteja. Vahva digitaalinen läsnäolo auttaa erottumaan kilpailijoista, tavoittamaan laajemman asiakaskunnan ja luomaan luottamusta potentiaalisiin asiakkaisiin. Verkkosivut kannattaa optimoida niin, että ne ovat selkeät, helppokäyttöiset sekä yrityksestä on saatavilla kaikki olennainen tieto.

Pyhtää on pieni mutta yrittäjätavallinen kunta, joka tukee paikallista yritystoimintaa. Perustettavan tilitoimiston kannattaa hyödyntää kunnan tarjoamia tukipalveluja, kuten Cursor Oy ja Pyhtään Yrittäjät ry, jotka voivat tarjota tilitoimistolle merkittävää tukea ja resursseja. Kunnan ja paikallisten yrittäjäjärjestöjen kautta voi saada arvokkaita neuvoja, koulutusta ja verkostoitumismahdollisuuksia. Cursor Oy tarjoaa ohjausta ja apua liiketoimintasuunnitelman laatimisessa sekä yrityksen kehittämisessä, joten näitä palveluita on kannattavaa käyttää. Yrittäjän kannattaa osallistua paikallisiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin, joissa on mahdollista verkostoitua muiden yrittäjien kanssa. Kannattaa hyödyntää kunnan ja paikallisten järjestöjen tarjoamia markkinointikanavia ja näkyvyyttä. Esimerkiksi kunnan verkkosivut tai paikalliset uutiskirjeet voivat olla hyviä tapoja mainostaa tilitoimiston palveluita.

Tutkimuksen yritysneuvojan haastattelun mukaan asiakaspalvelun laatu on ollut heikkoa markkinaympäristön tilitoimistoilla, sillä asiakkaat eivät saa laajaa neuvontaa talousasioihin, vaan heitä neuvotaan ainoastaan siinä, mitä he osaavat kysyä. Asiakaspalvelun laatu voi tehdä merkittävän eron kilpailukentällä. Henkilökohtainen ja joustava palvelu parantaa asiakaskokemusta sekä luo pitkäaikaisia asiakassuhteita ja lisää suosittelujen määrää. Tilitoimiston kannattaa panostaa henkilökohtaiseen ja asiakkaan odotukset ylittävään asiakaspalveluun. Asiakkaiden tarpeita tilitoimisto voi kartoittaa esimerkiksi kattavalla asiakastutkimuksella. Asiakastutkimusten tulosten perusteella on mahdollista luoda palvelu, jota potentiaaliset ja nykyiset asiakkaat tarvitsevat.

7.4 Luotettavuuden analyysi

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan luotettavuuden arviointi on tärkeä osa tutkimuksen laatua ja uskottavuutta. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että tutkija pystyy kertomaan ja perustelemaan, mitä valintoja hän on tehnyt tutkimuksessaan ja miten hän päätyi näihin valintoihin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tähän tutkimukseen valitut tutkimusmenetelmät auttavat tutkimuskysymyksiin vastaamisessa. Tutkimuksen aineistonkeruu toteutettiin dokumenttianalyysillä, puolistrukturoidulla puhelinhaastattelulla sekä sähköpostihaastattelulla, mitkä yhdessä mahdollistivat syvällisen ymmärryksen saamisen tutkittavasta aiheesta. Ennen empiirisen aineiston keräämistä tutkittavaan aiheeseen oli perehdytty huolellisesti. Tutkimuksessa käytettiin runsaasti ja monipuolisesti luotettavia lähteitä eli aineistotriangulaatiota. Puusan ym. (2020, luku 11) mukaan aineistotriangulaatiolla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksessa käytetään useita eri aineistoja, kuten haastatteluita, arkistoaineistoja tai eri tiedon kohteita.

Kaikki tutkimuksessa tehdyt valinnat kuvattiin ja perusteltiin sekä tutkimus eteni johdonmukaisesti. Dokumenttianalyysissä käytettävät dokumentit valittiin luotettavista lähteistä siten, että ne olivat relevantteja tutkimusaiheen kannalta. Tietoa kerättiin dokumenttianalyysillä riittävästi eri lähteistä, eikä uusia teemoja enää ilmennyt. Dokumenttianalyysin aineistoa olisi voinut vielä tutkia lisää ja tehdä tarkempia vertailuja esimerkiksi alkuinvestointien tuotteiden ja palveluiden välillä, kun tehtiin rahoitussuunnitelmaa, sillä näin olisi löytynyt

parhaat tuotteet hintalaatusuhteet sekä tätä kautta tarkemmat laskelmat. Laajempi tutkiminen ja vertailu ei nyt ollut mahdollista aikataulun vuoksi, joten tyydyttiin riittävään tasoon.

Haastateltavien valinnassa käytettiin harkinnanvaraista otantaa, jossa huomiointiin heidän koulutuksensa, asiantuntemuksensa ja kokemuksensa aiheesta. Puhelinhaastattelun joustavuus mahdollisti haastateltavan omien kokemusten ja näkökulmien tuomisen esiin tutkittavasta aiheesta. Puhelinhaastattelussa haastateltavan sekä haastattelijan välinen vuorovaikutus sujui erinomaisesti kysellen, kuunnellen sekä keskustellen. Sähköpostihaastatteluiden luotettavuutta paransi se, että haastattelun runko oli tarkoin suunniteltu ja tutkimuskysymysten kanssa linjassa, joten haastateltavien vastauksia oli melko helppo analysoida loogisesti.

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta, eli jos sama haastattelu toistettaisiin useita kertoja, tulisivatko tulokset olemaan samanlaiset. Reliabiliteettia voi testata läpikäymällä haastatteluita ja vertaamalla niiden vastauksia. Validiteetti tarkoittaa sitä, miten hyvin haastattelu kuvaa sitä, mitä sen on tarkoitus kuvata. Ovatko kysymykset ja vastaukset sopivia ratkaisemaan tutkimusongelmaa. Kriittisellä analyysillä ja reflektoinnilla tarkastellaan haastattelijan ja haastateltavan reaktioita sekä kysymykset ja vastausvaihtoehdot. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Reliabiliteetti eli tulosten toistettavuus näyttää olevan parempi puhelinhaastatteluissa, kun taas sähköpostihaastatteluissa se vaihteli haastateltavan henkilökohtaisen kokemuksen mukaan. Validiteetti eli tutkimuksen mittaustarkkuus saavutetaan molemmissa menetelmissä, mikä on tärkeää tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Sähköpostihaastatteluissa huonona puolena oli se, että haastattelijat eivät pystyneet esittämään lisäkysymyksiä vastaajille. Lisäkysymysten avulla olisi saanut perusteluja asiantuntijoiden henkilökohtaisille kokemuksille, ja tämä olisi auttanut saamaan syvällisemmän vastauksen.

Haastatteluaineiston litterointi, eli puhtaaksi kirjoittaminen suoritettiin tarkasti heti vastausten saamisen jälkeen, ja haastattelujen teemat analysoitiin systemaattisesti sisällönanalyysin avulla. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi se, että

haastattelut suoritettiin neljälle eri henkilölle, joilla oli asiantuntemus ja laaja kokemus tutkimusaiheesta. Monipuolinen otos varmistaa, että tutkimuksen tulokset eivät perustu yksittäisiin näkökulmiin, vaan edustavat laajempaa ymmärrystä aiheesta. Haastateltavien eri näkemykset täydensivät toisiaan ja toivat esiin uusia näkökulmia markkinaympäristöstä, kilpailijoista sekä rahoitusvaihtoehtoista. Haastateltavia olisi voinut valita lisää, esimerkiksi haastatella ELY-keskuksen edustajaa rahoitusasioista, ja tämä olisi voinut syventää tutkimustuloksia sekä parantaa luotettavuutta.

Puusan ym. (2020, luku 5) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuudessa analysoidaan uskottavuutta, luotettavuutta ja eettisyyttä. Tutkimuksessa huomioitiin seuraavat eettiset periaatteet: kaikille haastateltaville lähetettiin tietosuojailmoitus, jossa mainittiin tutkimuksen tarkoitus ja heidän oikeutensa sekä, miten heidän antamaansa tietoa käsitellään. Haastateltavien henkilöllisyys suojattiin poistamalla nimitiedot litteroidusta aineistosta. Kaikki kerätty aineisto säilytettiin salasanan sekä käyttäjätunnuksen takana luottamuksellisesti, ja siihen oli pääsy vain tutkimuksen tekijällä. Aineiston keräämisessä noudatettiin minimointiperiaatetta, eli kerättiin vain tarpeellinen ja relevantti tieto.

8 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön tekeminen on tarjonnut laajan näkemyksen tilitoimiston perustamisesta, markkinaympäristöstä, kilpailijoista ja rahoitusvaihtoehtoista. Tutkimuskysymyksiin onnistuttiin vastaamaan ja näiden lisäksi myös muihin kysymyksiin, joita itselläni oli, kuten minkälaisia palveluita kannattaisi tarjota ja miten kannattaisi markkinoida. Liikeidea jalostui edelleen tutkimusta tehdessä. Paikallisen yritysasiiantuntijan haastattelu oli erittäin antoisa, ja sain uutta tietoa, jota en olisi itse löytänyt, kuten Leader-tuesta aloittavalle yritykselle, jota tarjoaa Etelä-Kymenlaakson paikalliskehittäjä Leader Sepra Oy. Opinnäytetyön tekeminen oli kokonaisuudessaan opettavainen prosessi. Jatkotutkimuksen mahdollisuuksia on useita. Tarkemmin voisi tutkia esimerkiksi asiakkaita, markkinointia, sopivan kirjanpito-ohjelmiston valintaa, palveluiden hinnoittelua ja palvelutarjontaa.

Opinnäytetyöprosessissa harmillista oli se, etten saanut tilitoimiston yrittäjiltä puhelinhaastatteluja niin kuin alun perin oli tarkoitus. Tilitoimiston yrittäjillä ei

ollut aikaa puhelinhaastatteluihin tilinpäätösten vuoksi, mutta onnekseni sain heiltä vastauksia kysymyksiini sähköpostitse. Puhelimitse haastattelu olisi mahdollistanut vapaamman keskustelun ja sitä kautta vähän syvemmän kokemustiedon aiheeseen liittyen.

Aloitin työstämään opinnäytetyötä syksyllä 2024 suunnitelman ja aikataulun tekemisellä. Aikataulussa tavoitteena on valmistuminen keväällä 2025 ja näillä näkymin se toteutuu. Koko opinnäytetyön prosessin ajan olen saanut tehtyä hyvin ja suunnitelmallisesti kirjoitustyötä. Olen todella tyytyväinen, että olen saanut näinkin hyvin tehtyä opinnäytetyötä eli olen ylittänyt omat odotukseni. Työni toimeksiantajana toimin minä itse, sillä oman tilitoimiston perustaminen kiinnostaa tulevaisuudessa. Tätä tutkimusta oli omien tarkoitusperien vuoksi suuri motivaatio tehdä ja tutkia aiheetta. Koen, että sain paljon uutta tietoa yrityksen perustamisesta ja siihen liittyvistä asioista. Toimeksiantajana minä pystyn hyödyntämään tätä opinnäytetyötä yrityksen perustamisen tukena, kun se on ajankohtaista.

LÄHTEET

Alikoski, R., Hakonen, M. & Viitasalo, J. Yritystoiminnan taitajaksi. 7. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Alkutakaus. s.a. Finnvera. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/takaukset/alkutakaus> [viitattu 11.11.2024]

Apunen, A. 2020. Haastajasta hittipalveluksi. Tuotteista ideastasi menestyjä. Helsinki: Alma Talent Oy. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225389?sid=4876209918> [viitattu 28.11.2024]

Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19., uudistettu painos. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.228018?sid=4790517833#versions> [viitattu 15.9.2024]

Digitalisaatio- ja innovaatiolaina. s.a. Finnvera. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/lainat/digitalisaatio-ja-innovaatiolaina> [viitattu 11.11.2024]

Finnvera-takaus. s.a. Finnvera. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/takaukset/finnvera-takaus> [viitattu 11.11.2024]

Finnvera-laina. s.a. Finnvera. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/lainat/finnvera-laina> [viitattu 11.11.2024]

Takaukset. s.a. Finnvera. s.a. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/takaukset> [viitattu 11.11.2024]

Günther, K., Hasanen, K & Juhila, K. 2021. Johdanto: Analyysi ja tulkinta. Tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/analyysi-ja-tulkinta/> [viitattu 23.11.2024]

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2. uudistettu painos. Helsinki: Kauppakamari. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.218381> [viitattu 11.11.2024]

Holopainen, T. 2018. Yrityksen perustamisopas: käytännön käsikirja aloittavalle yritykselle. 2024. Helsinki: Asiatieto. 34. uudistettu painos. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.230798?sid=4765415531> [viitattu 11.11.2024]

Hyvärinen, M., Suoninen, E. & Vuorinen, J. 2021. Haastattelut. Tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/> [viitattu 23.11.2024]

Ilmonen, I., Kallio, J., Koskinen, J., Rajamäki, M. 2022. Johda riskejä: käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. 4., uudistettu painos. Helsinki: Finva Finanssi- ja vakuutuskustannus <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.228900?sid=4841314957> [viitattu 11.11.2024]

- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: Talentum Media. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.218918?sid=4808065412> [viitattu 11.11.2024]
- Juhila, K. 2021. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/> [viitattu 23.11.2024]
- Järvinen, M. & Kari, M. 2020. Yritä, erehdy, onnistu: helppo opas yrittäjyyteen. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.226604?sid=4873068180> [viitattu 24.11.2024]
- Ketola, P. 2024. Rahaa!: rahoitusopas yrittäjille, pienille yrityksille, start-upeille & keksijöille. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.231509?sid=4864484512> [viitattu 11.11.2024]
- Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos: Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Helsinki: Otava. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.173018?sid=4876209234> [viitattu 28.11.2024]
- Lainat. s.a. Finnvera. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/lainat> [viitattu 11.11.2024]
- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.216973?sid=4876210221> [viitattu 28.11.2024]
- Niskanen, J. & Niskanen, M. 2016. Yritysrahoitus. 7.–8.painos. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223216?sid=4876210791> [viitattu 28.11.2024]
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyönmenetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro. E-kirja. <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.224794?sid=4890346068> [viitattu 26.12.2024]
- Pyhtää. s.a. Yrittäjyys. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://pyhtaa.fi/fi/yrittajyys> [viitattu 28.11.2024]
- Pääomasijoittajat. s.a. Näin haet pääomasijoitusta – opas yrittäjälle. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://paaomasijoittajat.fi/app/uploads/2024/02/Opas-yrityksille-paaomasijoittamisesta-1.pdf> [viitattu 11.11.2024]
- Puusa, A., Juuti, P. & Aalto, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225650?sid=4888873158> [viitattu 26.12.2024]
- Ratsula, N. 2016. Yrityksen sisäinen valvonta. 2.painos. Helsinki: Edita Publishing Oy. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225461?sid=4876210536> [viitattu 28.11.2024]

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelma-opetus/kvali/L3_3.html [viitattu 23.11.2024]

Siltarahoitus. s.a. Finnvera. s.a. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/rahoitus/lainat/siltarahoitus> [viitattu 11.11.2024]

Uusyrittäjäkeskus. s.a. Liiketoimintasuunnitelma. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/> [viitattu 10.8.2024]

Varma. 2021. Minustako yrittäjä? Hyvän liiketoimintasuunnitelman ABC. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.varma.fi/ajankohtaista/uutiset-ja-artikkelit/artikkelit/2021-q4/minustako-yrittaja-hyvan-liiketoimintasuunnitelman-abc/> [viitattu 10.8.2024]

Viitala, R., Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uudistettu painos. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.180956?sid=4765426325> [10.8.2024]

Vuori, J. 2021. Tapaustutkimus. Tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusasetelma/tapaustutkimus/> [viitattu 23.8.2024]

Wood, M. 2004. Marketing Planning: Principles into practice. Edinburgh: Pearson Education Limited. [viitattu 11.11.2024]

Yrittäjät. s.a. Rahoitus. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/rahoitus/> [viitattu 11.11.2024]

CURSOR OY:N SAATESÄHKÖPOSTI JA HAASTATTELUN RUNKO

Hei

Varasin ajan 20.1.2025 klo 13:15-13:45 uuden yrityksen perustamisneuvontaan.

Olen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelija. Teen opin-
näytetyötä aiheesta "Tilitoimiston perustaminen".

Opinnäytetyön avulla pyrin selvittämään mitkä ovat perustettavan tilitoimiston
markkinat ja kilpailijat sekä mitä eri rahoitusvaihtoehtoja on mahdollista hyö-
dyntää.

Teidän kanssanne olisi tarkoitus tilitoimiston perustamiseen liittyvistä asioista
haastatella ja tätä tietoa käyttää opinnäytetyössäni.

Tämän sähköpostin liitteenä on tietosuojailmoitus.

Tässä on ennakkoon hieman runkoa haastattelun kysymyksistä.

1. Mitä mieltä olette uuden tilitoimiston perustamisesta Pyhtäälle?
2. Mitä minun kannattaisi ottaa huomioon yritystä perustaessa?
3. Mitä erilaisia rahoitusvaihtoehtoja olisi käytettävissä?
4. Millaiset ovat taloushallintoalan kilpailu ja markkinat Kymenlaaksossa?
5. Millaisia yrittäjyyskoulutuksia on tarjolla?

Mukavaa viikon jatkoa!

Ystävällisin terveisin,

Rosa-Maria Alcenius

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu - XAMK

TILITOIMISTOYRITTÄJILLE HAASTATTELU PYYNTÖ

Hei

Soittelin sinulle haastatteluun liittyen. Tässä alla on 11. kysymystä, joihin voi halutessaan vastata näin sähköpostitse.

Olen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelija. Teen opinnäytetyötä aiheesta "Tilitoimiston perustaminen" ja haastattelun vastauksia käytetään opinnäytetyön tutkimusongelman ratkaisemisen apuna. Opinnäytetyön avulla pyrin selvittämään mitkä ovat perustettavan tilitoimiston markkinat ja kilpailijat sekä mitä eri rahoitusvaihtoehtoja on mahdollista hyödyntää.

Tämän sähköpostin liitteenä on tietosuojailmoitus.

1. Henkilöstön määrä toiminnan alussa? Tällä hetkellä?
2. Mitkä tekijät vaikuttivat päätökseen perustaa oma yritys?
3. Mitä haasteellista yrityksen perustamisessa oli?
4. Mitä rahoitusvaihtoehtoja käytitte yrityksen perustamisvaiheessa?
5. Teittekö liiketoimintasuunnitelman ennen yrityksen perustamista?
6. Onko kilpailu kovaa teidän markkina-alueellanne?
7. Ketkä ovat teidän vahvimmat kilpailijanne markkinoilla?
8. Mitkä ovat vahvuuksianne ja heikkouksianne kilpailijoihinne verrattuna markkinoilla?
9. Miten hankitte ensimmäiset asiakkaat?
10. Miten markkinoitte tilitoimistoa?
11. Onko erityisiä vinkkejä tilitoimiston perustajalle?

Ystävällisin terveisin,

Rosa-Maria Alcenius

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu - XAMK

TIETOSUOJAILMOITUS

Tietosuojailmoitus sovellettavaksi opiskelijoiden opinnäytetöihin

(Tietosuojalaki 2018/1050, EU:n yleinen tietosuoja-asetus 2016/679)

Pyydämme sinua osallistumaan Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) opintoihin sisältyvään opinnäytetyöhön liittyvään tutkimukseen.

Tämä tietosuojailmoitus kuvaa, miten henkilötietojasi käsitellään tutkimuksessa.

Opinnäytetyöhön osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Voit myös halutessasi keskeyttää osallistumisesi koska tahansa. Mikäli keskeytät tutkimuksen tai peruutat suostumuksen käsitellä henkilötietojasi, keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja voidaan anonymisoituna käyttää osana tutkimusaineistoa.

1. Opinnäytetyön rekisterinpitäjä

Rosa-Maria Alcenius
Oroal003@edu.xamk.fi
+358449941452

2. Opinnäytetyön aihe, kesto ja suorittajat

Tilitoimiston perustaminen, Rosa-Maria Alcenius.

3. Mihin tarkoitukseen henkilötietojani kerätään ja käsitellään?

Opinnäytetyön haastattelu.

4. Millä perusteella henkilötietojani käsitellään opinnäytetyössä?

Henkilötietoja käsitellään seuraavalla yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan mukaisella perusteella: tutkittavan suostumus

5. Mitä tietoja minusta käsitellään?

Nimi ja titteli.

7. Mistä lähteistä tietoni kerätään?

Haastattelun kautta.

8. Luovutetaanko henkilötietojani kolmansille osapuolille?

Rekisteristä ei luovuteta tietoja kolmansille osapuolille

9. Käsitelläänkö tietojani EU:n tai ETA:n ulkopuolella?

Ei käsitellä.

Xamkissa käytetään tallennustilana pilvipalveluita (Teams ja OneDrive). Microsoft saattaa siirtää näihin palveluihin tallennettua tietoa tai niiden varmuuskopioita EU:n tai ETA-alueen ulkopuolelle. Microsoftin tietosuojalauseke on luettavissa osoitteesta: <https://privacy.microsoft.com/fi-FI/privacystatement>

10. Kuinka kauan henkilötietojani säilytetään?

Henkilötietoja säilytetään opinnäytetyön julkaisemisesta yhden kuukauden verran eteenpäin. Tämän jälkeen henkilötiedot hävitetään.

11. Miten henkilötietoni säilytetään ja suojataan?

Sähköisessä muodossa käyttäjätunnuksen ja salasanan takana.

12. Miten voin käyttää tietosuoja-asetuksen mukaisia oikeuksiani?

Yhteyshenkilö tutkittavan oikeuksiin liittyvissä asioissa, johon voi ottaa yhteyttä on: Rosa-Maria Alcenius

Suostumuksen peruuttaminen (tietosuoja-asetuksen 7 artikla)

Sinulla on oikeus peruuttaa antamasi suostumus, mikäli henkilötietojen käsittely perustuu suostumukseen. Suostumuksen peruuttaminen ei vaikuta suostumuksen perusteella ennen sen peruuttamista suoritetun käsittelyn lainmukaisuuteen.

Oikeus saada pääsy tietoihin (tietosuoja-asetuksen 15 artikla)

Sinulla on oikeus saada tieto siitä, käsitelläänkö henkilötietojasi ja mitä henkilötietojasi käsitellään. Voit myös halutessasi pyytää jäljennöksen käsiteltävistä henkilötiedoista.

Oikeus tietojen oikaisemiseen (tietosuoja-asetuksen 16 artikla)

Jos käsiteltävissä henkilötiedoissasi on epätarkkuuksia tai virheitä, sinulla on oikeus pyytää niiden oikaisua tai täydennystä.

Oikeus tietojen poistamiseen (tietosuoja-asetuksen 17 artikla)

Sinulla on oikeus vaatia henkilötietojesi poistamista tietyissä tapauksissa.

Oikeus käsittelyn rajoittamiseen (tietosuoja-asetuksen 18 artikla)

Sinulla on oikeus henkilötietojesi käsittelyn rajoittamiseen tietyissä tilanteissa kuten, jos kiistät henkilötietojesi paikkansapitävyyden.

Vastustamisoikeus (tietosuoja-asetuksen 21 artikla)

Sinulla on oikeus vastustaa henkilötietojesi käsittelyä, jos käsittely perustuu yleiseen etuun tai oikeutettuun etuun. Tällöin ammattikorkeakoulu ei voi käsitellä henkilötietojasi, paitsi jos se voi osoittaa, että käsittelyyn on olemassa huomattavan tärkeä ja perusteltu syy, joka syrjäyttää oikeutesi.

Oikeuksista poikkeaminen

Tässä kuvatuista oikeuksista saatetaan tietyissä yksittäistapauksissa poiketa tietosuoja-asetuksessa ja Suomen tietosuojalaissa säädetyillä perusteilla siltä osin, kuin oikeudet estävät tieteellisen tai historiallisen tutkimustarkoituksen tai tilastollisen tarkoituksen saavuttamisen tai vaikeuttavat sitä suuresti. Tarvetta poiketa oikeuksista arvioidaan aina tapauskohtaisesti.

Valitusoikeus

Sinulla on oikeus tehdä valitus erityisesti vakinaisen asuin- tai työpaikkasi sijainnin mukaiselle valvontaviranomaiselle, mikäli katsot, että henkilötietojen käsittelyssä rikotaan EU:n yleistä tietosuoja-asetusta (EU) 2016/679. Suomessa valvontaviranomainen on tietosuojavaltuutettu.

13. Tietosuojavastaavan yhteystiedot

Xamkin tietosuojavastaava on Markus Häkkinen. Häneen saa yhteyden sähköpostiosoitteesta tietosuojavastaava@xamk.fi

MARKKINA-ANALYYSI

Yritykseni palveluita tarjotaan ympäri Suomea, sillä palveluitani voi toteuttaa täysin sähköisesti. Käsittelen tässä opinnäytetyössä ainoastaan markkinaympäristönä Pyhtäätä, sillä yritykseni Kaari Tili toimipaikka sijaitsee Pyhtäällä. Pyhtään kunnan pinta-ala on 780 neliometriä. Pyhtää sijaitsee Kymenlaakson maakunnassa ja naapurikunnat ovat Loviisa, Kotka ja Kouvola. Pyhtään kunnan asukasluku on vuoden 2020 tilastokeskuksen tilaston mukaan 5125. Pyhtää on kaksikielinen kunta ja ruotsinkielisiä on noin kahdeksan prosenttia. Pyhtäällä asukkaat saavat toimeentulonsa 66 prosenttia palveluelinkeinoista, 24 prosenttia rakennus- ja teollisuustoiminnasta sekä viisi prosenttia maa- ja metsätaloudesta. Pyhtääläisten työpaikkaomavaraisuusaste on 50,7 prosenttia, sillä suuri osa kuntalaista työskentelee naapuri kaupungissa Kotkassa. (Pyhtää s.a.)

Pyhtään kehitysnäkymät ovat monipuoliset ja lupaavat. Kunnan talousarvion mukaan Pyhtää osoittanut sopeutumiskykyä maailmantilanteeseen ja yleisen talouden kehityksen epävarmuuksiin. Väkiluku vuonna 2023 lopussa oli noin 5117 henkilöä. Pyhtäällä väkiluvun pienentyminen on ollut maltillista. Vuonna 2021 tontteja ostettiin enemmän ja se antaa viitteitä väkiluvun kehittymisestä positiivisempaan suuntaan. Pyhtääläisten ansiotaso on noussut viime vuosina, ja verotulojen kehitys on ollut hyvää väkiluvun laskusta huolimatta. Pyhtään työttömyysaste oli 9,1 prosenttia lokakuussa 2023. Työllisyystilanne on melko hyvä. (Pyhtää 2024.)

Pyhtää kehittää aktiivisesti elinkeinotoimintaansa ja suunnitteilla on useita hankkeita, jotka voivat mahdollisesti toteutuessaan luoda uusia työpaikkoja ja yritystoimintaa. Käynnissä olevia hankkeita ovat muun muassa merenrantakylän toteuttaminen, luontomatkailualueelle solmittu vuokrasopimus korkeatasoisiin mökkeihin ja yksityisen yrityksen vetämä lentokenttähanke. Kunnan talous on vakaalla pohjalla ja talousarvioesitykset ovat ylijäämäisiä, mikä mahdollistaa investoinnit ja kehittämishankkeet. (Pyhtää 2024.)

Pyhtää on pieni kunta Kymenlaaksossa, jossa taloudellinen toiminta keskittyy pääasiassa palveluelinkeinoihin sekä teollisuus- ja rakennustoimintaan. Maa- ja metsätalous työllistää vain noin viisi prosenttia kuntalaisista.

Pyhtää kuuluu Suomen demokraattiseen oikeusvaltioon, jossa on selkeä ja ennustettava lainsäädäntö. Kunnan hallinto tukee paikallista yritystoimintaa ja pyrkii luomaan suotuisat olosuhteet yritysten kasvulle ja kehitykselle. Kunta on tunnettu luonnonläheisyydestään ja rauhallisesta elinympäristöstään, mikä tekee siitä houkuttelevan paikan asua ja työskennellä. Hyvät palvelut ja yhteisöllisyys ovat tärkeitä tekijöitä, jotka vaikuttavat positiivisesti yritysten toimintaan. Pyhtää panostaa kestäväan kehitykseen ja ympäristönsuojeluun. Yritysten on otettava huomioon ympäristövaatimukset ja kestäväan kehityksen periaatteet toiminnassaan. (Pyhtää 2024.)

Pyhtään markkinaympäristö on kilpailtu, mutta tarjoaa myös paljon mahdollisuuksia. Kunnan pienuus ja yhteisöllisyys voivat olla etuja, sillä yritykset voivat rakentaa läheisiä suhteita asiakkaisiin ja muihin paikallisiin toimijoihin. Pyhtää on lähellä suurempia kaupunkeja, kuten Kotkaa ja Helsinkiä, joten tämä tarjoaa myös laajemmat markkinat ja verkostoitumismahdollisuudet. Ostopotentiiali tilitoimistoalalla Pyhtäällä on merkittävä. Monet yritykset ulkoistavat taloushallintonsa, koska se on kustannustehokasta ja vapauttaa resursseja ydintoimintaan. Kilpailijoita tilitoimistoalalla Pyhtäällä ovat muut paikalliset tilitoimistot sekä suuremmat konsulttiyritykset, jotka tarjoavat laajempia taloushallinnon ratkaisuja. (Pyhtää 2024.)

Yhteistyökumppaneita ovat muun muassa Pyhtään kunta ja kunnan yhteistyökumppanina ovat Kotkan-Haminan seudun kehittämissyhtiö Cursor Oy sekä paikallinen yrittäjäjärjestö Pyhtään Yrittäjät ry. Cursor Oy tarjoaa monipuolisesti palveluitaan yrittäjille, kuten yritystoiminnan perustamisen sekä kehittämisen neuvontaa. Pyhtään kunta tarjoaa tukea myös verkostojen luomisessa. Pyhtäällä on lukuisia yrityksiä, jotka voisivat toimia yhteistyökumppanina tilitoimistolle eli ostaa tilitoimiston palveluita ja joiden kanssa voisi tehdä ristiin markkinointia. Tilitoimiston yhteistyökumppaneita ovat vielä muun muassa kirjanpito-ohjelmistojen toimittajat, laitetoimittajat, markkinointikanavan jäsenet ja rahoittajat, mutta nämä yhteistyökumppanit toimivat muualla kuin Pyhtäällä. (Pyhtää 2024.)

KILPAILIJA-ANALYYSI

Kilpailijoita Pyhtäällä on tilitoimistot Tilihanholmi Oy, Tilivahti Oy, Tilitoimistopalvelut Heidi Laakkonen Ky ja Tilitoimisto Aurum Oy. Seuraavassa taulukossa on kilpailija-analyysi.

	Tilihanholmi Oy	Tilivahti Oy	Tilitoimistopalvelut Heidi Laakkonen	Tilitoimisto Aurum Oy
Sijainti	Pyhtää	Espoo ja Pyhtää	Kotka ja Pyhtää	Kotka
Kotipaikka	Pyhtää	Espoo	Kotka ja Pyhtää	Kotka
Perustettu	2012	2017	2006	2012
Henkilömäärä	1	2	2	3
Liikevaihto	97 000 €	366 849 €	taloustietoja ei saatavilla	291 177 €
Verkkosivut	www.tilihanholmi.fi	www.tilivahti.fi	www.tilitoimistolaaakkonen.fi	www.tilitoimistoaurum.fi
Sosiaalinen media		Facebook, instagram		
Palvelut	Tilitoimiston palvelut	Tilitoimiston palvelut + isännöinti	Tilitoimistopalvelut	Tilitoimiston palvelut
Vahvuudet	Selkeät verkkosivut. Monipuolinen tarjonta. Helposi lähetettävä tarjouspyyntö.	Verkkosivuilla tarjolla selkeät kirjanpito palveluiden paketit. Sosiaalinen media. Asiakaskokemuksia näkyvillä sosiaalisessa mediassa. Panostettu verkkosivuihin sekä sosiaaliseen mediaan. Toimistot kahdella paikkakunnalla.	Selkeät verkkosivut. Yhteystiedot löytyy helposti.	Selkeät, visuaaliset ja informatiiviset verkkosivut. Kattava palvelutarjonta. Täysin sähköinen tilitoimisto.
Heikkoudet	Ei sosiaalista mediaa. Hintatietoja ei ole näkyvillä verkkosivuilla. Ei tietoa onnistuuko sähköinen kirjainto.	Verkkosivut sekavat.	Ei sosiaalista mediaa. Hintatietoja ei ole näkyvillä verkkosivuilla. Verkkosivut saattaa olla hiukan liian suppeat, ei ole kovin informatiiviset.	Ei sosiaalista mediaa. Hintatietoja ei ole näkyvillä verkkosivuilla. Täysin sähköinen tilitoimisto.
Kilpailuvalitit	Selkeät verkkosivut. Verkkosivuilla yrittäjän kokemuksesta tietoa.	Tarjolla selkeät kirjanpito palveluiden paketit sekä hinta esimerkkejä näkyvillä. Hakuneella hakieassa tulee tarjolle ensimmäisenä. Ruotsinkielinen palvelu. Tarjoaa palveluita sähköisesti ja perinteisesti. Sosiaalinen media.	Tarjoaa verkkosivujen mukaan henkilökohtaista palvelua.	Selkeät nykyaikaiset verkkosivut sekä tietoa yrityksestä. Täysin sähköinen tilitoimisto.

Tmi Kaari Tili rahoitusvaihtoehdot

Rahoitussuunnitelman mukaan ulkopuolisen rahoituksen tarve on 20 000 e. Rahoitusvaihtoehtoja on useita kuten oman pääoman sijoitukset, vieras pääoma, pankkilainat, vakuutusyhtiöiden tarjoama rahoitus, Finnveran lainat ja takaukset, starttiraha sekä muut avustukset.

Oman pääoman sijoitukset: Yrityksen omistajien tai uusien sijoittajien sijoittama rahaa, joka ei edellytä takaisinmaksua. Tämä voi tulla osakemyynnin kautta tai yksityisiltä sijoittajilta.

Vieras pääoma: Rahoitus, joka tulee lainana ulkopuoliselta taholta, kuten pankilta, ja joka pitää maksaa takaisin korkoineen.

Pankkilainat: Pankkien tarjoamat lainat, jotka voivat olla lyhyt- tai pitkäaikaisia ja joilla on kiinteä tai muuttuva korko.

Vakuutusyhtiöiden tarjoama rahoitus: Vakuutusyhtiöt voivat tarjota lainoja erityisesti suurille investoinneille ja pitkäaikaisille projekteille.

Finnveran lainat ja takaukset: Finnvera on valtion omistama erityisrahoitusyhtiö, joka tarjoaa lainoja ja takauksia erityisesti pk-yrityksille ja vientihankkeille.

Starttiraha: Starttiraha yrittäjille tarkoitettu avustus, joka auttaa kattamaan yritystoiminnan alkuvaiheen kuluja.

Muut avustukset: Näitä voivat olla esimerkiksi TE-toimiston tarjoamat avustukset, EU-rahoitusohjelmat tai muut paikalliset ja kansalliset tukimuodot, jotka auttavat yrityksiä erilaisissa investointi- tai kehityshankkeissa.

Rahoitussuunnitelma

OSA 1: RAHAN TARVE	INVESTOINNIT	Koneet ja laitteet	2 000,00 €
		Toimistokalusteet	1 025,00 €
		Toimistotarvikkeet	1 000,00 €
		Muut tarvikkeet	800,00 €
		Puhelin	1 000,00 €
		Asennustyöt	200,00 €
		Toimitilan muutostyöt	1 500,00 €
		Ohjelmistot	200,00 €
		Perustamismenot toiminimi	70,00 €
		INVESTOINNIT YHTEENSÄ	7 795,00 €
	KÄYTTÖPÄÄOMA (3 kk)	Nettisivut	60,00 €
		Markkinointikustannukset	500,00 €
		Puhelin	100,00 €
		Jäsenmaksut	30,00 €
		Ohjelmien kuukausimaksut	2 000,00 €
		Lainan lyhennykset	700,00 €
		Korot	300,00 €
		Koulutus	500,00 €
		Muut kulut	1 000,00 €
		Yrittäjän oma toimeentulo	1 000,00 €
KÄYTTÖPÄÄOMA YHTEENSÄ	6 190,00 €		
OSA 2: RAHAN LÄHTEET	OMA PÄÄOMA	omat työvälineet	
		omat sijoitukset yritykseen	
	LAINAPÄÄOMA	osakepääoma	
		pankkilaina	20 000,00 €
		Finnvera	
		Muut lainat	
		OSA 2: RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ	20 000,00 €

Kannattavuuslaskelma

	Kuukaudessa	Vuodessa (12 kk)
TAVOITETULO ¹⁾ (toiminimiyrittäjän palkka)	4000,00	48000,00
+ yrityslainojen lyhennykset	300,00	3600,00
= NETTOTULO	4300,00	51600,00
+ verot 2) Syötä veroprosentti/käytä laskennan apuna solua D17	1290,00	15480,00
= BRUTTOTULO (Ennen veroja ja lainojen lyhennyksiä)	5590,00	67080,00
+ yrityslainojen korot	100,00	1200,00
A = YHTEENSÄ	5690,00	68280,00

YRITYSTOIMINNAN KIINTEÄT KULUT (ilman alv): ³⁾

yrittäjän oma palkka (ei koske toiminimiyrittäjää)		0,00
yrittäjän eläkevakuutus (YEL) ⁴⁾	741,00	8892,00
yrittäjän työttömyyskassamaksut	804,10	9649,20
muut vakuutusmaksut		0,00
työntekijöiden palkat		0,00
henkilösivukulut (n.30 % palkoista) ⁵⁾	0,00	0,00
työterveyshuolto (suuruusluokka n. 15-40 €/hlö/kk)		0,00
vuokrat, sähkö ja vesi	20,00	240,00
leasing- ja osamaksut		0,00
markkinointi, mainonta, messut ja kaikki myynnin edistäminen	150,00	1800,00
puhelin- ja internet-kulut	30,00	360,00
matka- ja autokulut	100,00	1200,00
kirjanpito (ja tilintarkastus)	40,00	480,00
toimistokulut, pankkikulut jne.	40,00	480,00
koulutus ja kehitys	200,00	2400,00
lehdet ja ammattikirjallisuus	50,00	600,00
korjaukset, huolto ja ohjelmistopäivitykset	50,00	600,00
muut sekalaiset kulut	1000,00	12000,00
B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	3225,10	38701,20

A+B MYYNTIKATETARVE	8915,10	106981,20
ostot (muuttuvat kulut) Kirjoita ostojen % osuus soluun D44 >	0,00	0,00
= LIIKEVAIHTO	8915,10	106981,20
arvonlisäverokanta ⁶⁾ Kirjoita käytettävä ALV-kanta soluun B45 >	25,50 %	
+ ALV	2273,35	27280,21
= KOKONAISMYYN TI / -LASKUTUS	11188,45	134261,41

LASKUTUSTAVOITE	Veroton	sis. ALV
Liikevaihto (siirtyy riviltä 45)	106981,20	134261,41
Montako viikkoa vuodessa aiot pitää lomaa? ⁷⁾	4,00	4,00
Kuukausilaskutustavoite ⁸⁾	9725,56	12205,58
Päivälaskutustavoite (esim. 20 pv / kk)	486,28	610,28
Tuntilaskutustavoite (esim. 5 h / pv)	97,26	122,06

Kassavirtalaskelma 2 kk

1. VUOSI (TILIKAUSI 12 KK)	Ennen käynnistystä Arvio	KK 01	KK 02
Rahavarat kauden alussa (ns. alkukassa)	8 000	10 580	13 160
Kassaanmaksut			
Käteismyynti (alv 0%)	9 865	9 865	9 865
Maksut myyntisaamisista (alv 0%)			
Muut tulot (alv 0%)			
Yhteensä	9 865	9 865	9 865
Alkukassa + tulot	17 865	20 445	23 025
Kassastamaksut (alv 0%)			
Verojen maksu	1 290	1 290	1 290
Lainalyhennykset	300	300	300
Lainakorot ja nostopalkkiot	100	100	100
YEL	741	741	741
Muut vakuutukset			
Työntekijöiden palkat			
Palkkojen sivukulut			
Vuokra			
Vuokravakuus			
Sähkö- ja vesimaksut	20	20	20
Puhelin ja internetkulut	30	30	30
Kirjanpitomaksut			
Toimisto-, pankki- ja postikulut	1 000	1 000	1 000
Matka- ja autokulut	100	100	100
Markkinointi ja mainontakulut	150	150	150
Siivous-, kiinteistö- ja jätekulut	20	20	20
Ohjelmisto- ja lisenssimaksut	700	700	700
Jäsenmaksut	30	30	30
Yrittäjän palkka tai yksityisnostot	1 000	1 000	1 000
Korjaus ja ylläpito			
Ostot (raaka-aineet, varasto)			
Investoinnit/hankinnat			
Kertaluont. kulut/perustamiskulut			
Yrittäjän työttömyysvakuutusmaksu	804	804	804
Muut kulut	1 000	1 000	1 000
Kassastamaksut yhteensä	7 285	7 285	7 285
Maksuvalmius (kuun lopussa)	10 580	13 160	15 740

TULOSSUUNNITELMA ENSIMMÄISELLE TOIMINTAVUODELLE**TUOSLASKELMA****1.1.201X - 31.12.201X**

Liikevaihto	106 981
Liiketoiminnan muut tuotot	
Materiaalit ja palvelut	
Aineet, tarvikkeet ja tavarat	
Ostot tilikauden aikana	
Varastojen muutos	
Henkilöstökulut	
Palkat ja palkkiot	
Henkilösivukulut	
Eläkekulut	8 892
Muut henkilösivukulut	9 649
Poistot ja arvonalentumiset	
Suunnitelman mukaiset poistot	
Liiketoiminnan muut kulut	20 160
LIIKEVOITTO/TAPPIO	68 280
Rahoitustuotot ja -kulut	
Korkotuotot	
Korkokulut ja muut rahoituskulut	1 200
VOITTO/TAPPIO ENNEN VEROJA	67 080
Tuloverot	16 291
Tilikauden Tulos	50 789

