

Katja Heljoma

# Liiketoimintasuunnitelma

Tilitoimisto xx

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Marraskuu 2016

<p>Tekijä Otsikko</p> <p>Sivumäärä Aika</p>	<p>Katja Heljomaa Liiketoimintasuunnitelma, Tilitoimisto X 45 sivua + 2 liitettä Marraskuu 2016</p>
<p>Tutkinto</p>	<p>Tradenomi</p>
<p>Koulutusohjelma</p>	<p>Liiketalous</p>
<p>Ohjaaja</p>	<p>Lehtori Päivi Saariaho</p>
<p>Tämän opinnäytetyön tavoite oli tutkia, mitä yritystoiminnan aloittamiseen liittyy, ja laatia liiketoimintasuunnitelma aloittavalle tilitoimistolle.</p> <p>Työ oli toiminnallinen opinnäytetyö, joka sisältää raporttiosan ja toiminnallisen osuuden. Raporttiosuudessa syvennyttiin yritystoiminnan aloittamisessa tarvittavaan teorian tietoon. Laajalla teorian tiedolla haluttiin varmistua siitä, että kaikki tarvittavat asiat on otettu huomioon. Toiminnallisessa osuudessa esitellään opinnäytetyön tulos eli liiketoimintasuunnitelma aloittavalle tilitoimistolle. Sen tekemisessä käytettiin hyväksi raporttiosuuteen kerättyä teorian tietoa sekä kyselyn tuloksena saatuja tietoja.</p> <p>Työ toteutettiin tutkimalla aiheen teoriaa ja soveltamalla sitä käytäntöön. Yritystoiminnan teoriaa tutkittiin laajasti sekä alan kirjallisuudesta että käyttämällä erilaisia Internet-lähteitä. Suuri apu olivat eri viranomaislähteet sekä alan yhdistykset, joilta sai muun muassa tarvittavaa tilastotietoa.</p> <p>Teorian tiedon lisäksi toteutettiin kysely, jossa haluttiin selvittää käytännön kokemuksia sekä yritystoiminnan aloittamisesta että siitä, mitä yrittäjät tilitoimistolta toivovat. Kyselyssä selvitettiin, miten ja millä perusteella yrittäjät ovat itse käynnistäneet yrityksensä. Heiltä kysyttiin markkinoinnista sekä siitä, mistä he ovat hakeneet apua yritystoiminnan aloittamiseen. Lisäksi aloittavan tilitoimiston oli hyvä saada käytännön kommentteja siihen, mitä tulevat asiakkaat heitä odottavat.</p>	
<p>Avainsanat</p>	<p>liiketoimintasuunnitelma, yritystoiminta, yrityksen perustaminen, yrittäjyys, tilitoimisto, markkinointi</p>

Author Title Number of Pages Date	Katja Heljomaa Business Plan, Accounting Firm X 45 pages + 2 appendices November 2016
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Business Administration
Instructor	Päivi Saariaho, Senior Lecturer
<p>The aim of this study was to examine what needs to be taken into account when starting a new business and also to create a business plan for an accounting firm.</p> <p>This functional thesis includes a report and a practical section. The report section explores theoretical knowledge necessary for setting up a new business. The functional part of the thesis presents a business plan for the new accounting firm. Creating the business plan is based on the theoretical knowledge discussed and the conclusions of a survey conducted among entrepreneurs.</p> <p>The work was carried out by studying the theory and then applying it into practice. The theory of business was studied extensively from literature and using different internet sources. Various official sources were of great help as well as business associations, which among other things provided statistics needed for this study.</p> <p>The aim of the survey was to learn about practical experiences regarding starting a business as well as to find out what expectations entrepreneurs have from an accounting firm. The survey investigated how and why entrepreneurs started their businesses. They were asked about their marketing and where they got assistance for starting their business. In addition, the accounting firm in this study obtained comments on what their future customers expect from them.</p>	
Keywords	Business Plan, Business, The Establishment of the Company, Entrepreneurship, Accounting Firm, Marketing

## Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja viitekehys	1
1.2	Tutkimusaineisto	1
1.3	Kysely	2
2	Liiketoiminnan suunnittelu	3
2.1	Liiketoimintasuunnitelma	3
2.2	Neuvontaa yrityksen perustamiseen	4
2.3	Yritysidea	5
2.4	Tuote tai palvelu	6
2.5	Tuotanto	8
2.6	Yrityksen strategia ja toiminta-ajatus	9
2.7	Henkilöstö	10
3	Yrityksen perustaminen	11
3.1	Yritysmuodon valinta	11
3.2	Yrityksen nimi	15
3.3	Rekisteröinti	16
4	Toimintaympäristö	17
4.1	Markkinatilanne	17
4.2	Yrityksen sidosryhmät	21
4.3	Asiakasanalyysi	23
4.4	Kilpailija-analyysi	25
4.5	SWOT-analyysi	25
5	Markkinointi	26
5.1	Myyntitavoitteet	26
5.2	Markkinoinnin suunnittelu	27
5.3	Hinnoittelu	30
5.4	Segmentointi	32
5.5	Markkinointiviestintä	33
6	Yrityksen talous	35
6.1	Yrityksen talouden suunnittelu	35
6.2	Yrityksen kannattavuuslaskelmat	36
6.3	Budjetointi	37
6.4	Investoinnit	39
6.5	Pääoman tarve	40
6.6	Kirjanpito ja tilintarkastus	41

7	Yhteenveto ja johtopäätökset	44
7.1	Yhteenveto	44
7.2	Johtopäätökset	44
	Lähteet	46
	Liite 2 Kyselylomake	
	Liite 3 Liiketoimintasuunnitelma	



## 1 Johdanto

### 1.1 Opinnäytetyön tavoite ja viitekehys

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa perustettavalle tilitoimistolle käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma. Tavoitteena on selvittää, mitä kaikkea liiketoimintaa suunnitellessa pitää nykyään ottaa huomioon. Tavoite on auttaa aloittavaa yrittäjää löytämään asiakkaita mahdollisimman nopeasti, jotta toiminta voi lähteä käyntiin kannattavasti.

Opinnäytetyö keskittyy liiketoiminnan suunnitteluun ennen yrityksen perustamista ja pyrkii kartoittamaan mahdolliset ongelmat, jotta niihin voitaisiin varautua etukäteen. Liiketoimintasuunnitelma opinnäytetyön aiheena on laaja. Suunniteltavia asioita on loputtomasti. Suuri haaste on siis työn rajaus.

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Tällaisen työn tavoitteena on ohjeistaa ja opastaa käytännön toiminnassa sekä järjestää tai järjesteittää toimintaa. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on saada aikaan konkreettinen tuotos, esimerkiksi opas tai tapahtuma. Toiminnallisessa opinnäytetyössä sisältää sekä toiminnallisen osuuden eli varsinaisen tuotoksen että prosessin raporttiosuuden, jossa arvioidaan aihetta ja käsitellään teoriaa. (Airaksinen 2009.) Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda liiketoimintasuunnitelma aloittavalle yritykselle. Raporttiosuudessa käsitellään aiheen teoriaa kattavasti ja mietitään mitä yritystä perustettaessa on otettava huomioon. Itse tuotos, liiketoimintasuunnitelma, on liitteenä ja sen tarkoitus on olla ytimekäs ja esittää oleelliset asiat.

### 1.2 Teoriaosuus

Teoriaosuuden tekemiseen on käytetty useita sekä kirjallisia sekä sähköisiä lähteitä. Tavoitteena on ollut löytää luotettavia ja mahdollisimman tuoreita lähteitä. Nykyään kaikista tuoreimmat lähteet ovat saatavilla sähköisesti Internetistä. Esimerkiksi uusyrityskeskusten tuoreimmat julkaisut ovat nykyään saatavilla sen verkkosivuilta ja monia oppikirjojakin julkaistaan vain sähköisinä. Aihepiiristä on kuitenkin kirjoitettu valtavasti, ja on suuri haaste poimia oleelliset tiedot informaatiotulvasta.

Liiketoimintasuunnitelmaan tekemiseen on Suomessa saatavilla paljon apua ja kirjallisuutta. Monien tahojen, mm. uusyrityskeskusten, sivuilta on löydettävissä valmiita lomakkeita, joita aloittavan yrittäjän kannattaa käyttää pohjana. Näin tulee varmasti käsitellä kaikki oleelliset osat. Lisäksi liiketoiminta on säänneltyä, joten liiketoimintasuunnitelman on oltava tietyissä raameissa eikä aivan mitä vaan voi toteuttaa. Esimerkiksi yritys pitää rekisteröidä ja verot on maksettava tietyllä tavalla. Niistä ei voi joustaa.

Suurimpana haasteena työssäni pidän toimivan markkinoinnin suunnittelemista. Alkuvaiheessa yrittäjällä ei useinkaan ole paljon resursseja käytettävissä, mutta markkinoinnin pitää kuitenkin olla tehokasta, jotta uusia asiakkaita saisi mahdollisimman nopeasti. Markkinointia on tutkittu paljon, ja siitä on paljon oppikirjoja. Tietoa on siis saatavilla, mutta sen tiedon valitseminen, joka soveltuu omaan tapaukseen, onkin jo paljon haastavampaa. Tärkeä kysymys siis on, mikä on juuri tälle tietylle aloittavalle yritykselle tehokkain tapa nykypäivänä saada asiakkaita, kun resursseja ei ole käytettävissä paljon, mutta toiminta pitäisi saada tehokkaasti käyntiin.

Pohdin teoriaosuudessa muun muassa sitä, missä ja miten omaa palvelua voi markkinoida, miten ja mistä asiakkaita voi löytää sekä sitä miten palvelut kannattaa hinnoitella. Lisäksi pohdin markkinoiden ja muun toimintaympäristön analysoinnin tärkeyttä. Markkinointiympäristö muuttuu jatkuvasti nopealla tahdilla. Päätösten tekeminen pitkällä aikavälillä voi olla jopa mahdotonta, koska asiat muuttuvat yllättäviinkin kuuntiin. Millaisia mittareita yrittäjä tarvitsee voidakseen pysyä kehityksessä mukana?

### 1.3 Kysely

Alan kirjallisuuden ja viranomaisten tarjoaman avun lisäksi tein kyselyn, johon osallistui pienyrittäjiä. Tarkoituksena on saada kirjatiedon lisäksi joitakin todellisen elämän kommentteja yrityksen perustamisesta ja vastaajilta mielipiteitä yrittämisestä. Kysely tehtiin verkkokyselynä Survey Monkeyn avulla. Kysely oli helppo toteuttaa tämän palvelun avulla. Käyttöliittymä oli selkeä ja kysely oli helppo jakaa eteenpäin ihmisille sähköpostilla. Myös vastauksia on helppo käsitellä.

Lähetin kyselyn kymmenelle ihmiselle ja pyysin lähettämään sitä myös eteenpäin näiden vastaajien yrittäjätuttaville. Lähetin kyselyn myös Vantaan yrittäjille, Vantaan uusyrityskeskukselle että Helsingin Kauppakamarille. Ikävä kyllä he sanoivat, etteivät he nykyään enää välitä niitä eteenpäin, koska vastauksia ei yleensä tule. Lopulta sain vastauksia



kyselyyn viisi kappaletta. Vastausprosentti oli siis viisikymmentä. Vastaajista yksi oli perustanut yrityksensä vasta viisi kuukautta ennen vastaamista, kun taas toinen oli ollut yrittäjä jo 22 vuotta. Kaikki käyttivät ulkopuolisen tilitoimiston palveluita. (Liite 1.) Kyselyn tuloksia on hyödynnetty raporttiosuudessa käsiteltäessä liiketoiminnan teoriaa ja sen suunnittelua.

Kyselyllä haluttiin selvittää käytännön kokemuksia yritystoiminnan aloittamisesta. Kyselyssä selvitettiin sekä sitä mistä liikeidea alun perin tuli että sitä mistä vastaajat ongelmatilanteissa saivat apua. Kyselyssä kysyttiin myös markkinoinnista sekä siitä, mistä he saivat ensimmäiset asiakkaansa. Lisäksi tässä opinnäytetyössä tehtävän liiketoimintasuunnitelman kannalta aloittavan tilitoimiston oli hyvä saada käytännön kommentteja siihen, mitä mahdolliset tulevat asiakkaat odottavat eli mitä yrittäjät tilitoimistoltaan toivoivat.

## **2 Liiketoiminnan suunnittelu**

### **2.1 Liiketoimintasuunnitelma**

Liiketoiminta kannattaa suunnitella hyvin, koska se on aina taloudellinen riski. Yrityksen perustaminen kannattaa aloittaa liiketoimintasuunnitelman laatimisella. Se tarjoaa hyvän rungon yrityksen toiminnan suunnittelulle. Sen laatiminen on tärkeää, jotta voidaan todentaa liiketoiminnan kannattavuutta ulkopuolisille tahoille kuten esimerkiksi rahoittajille. Liiketoimintasuunnitelman uskottavuus ja toteuttamiskelpoisuus vaikuttavat oleellisesti rahoituksen saatavuuteen ja sen ehtoihin. (Uusyrytyskeskus 2016.)

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan koko yritystoiminnan tavoite eli se mihin yritystoiminnalla pyritään. Siinä kuvataan yrityksen tarjoama tuote tai palvelu sekä yrittäjien osaaminen niiden tuottamiseen. Siinä kuvataan myös kenelle tuote tai palvelu suunnataan sekä miten koko prosessi tapahtuu myynnistä ja markkinoinnista tuotantoon. Liiketoimintasuunnitelmassa analysoidaan toimialan toimintaympäristöä, määritellään yrityksen strategia, suunnitellaan rahoitus sekä varaudutaan riskeihin. (Uusyrytyskeskus 2016.)

Liiketoimintasuunnitelman laatimisesta on hyötyä myös yrittäjälle itselleen. Sen laatiminen pakottaa miettimään tulevaa toimintaa eri näkökulmista. Näin yrittäjä valmistautuu tuleviin haasteisiin jo mielessään ja niiden kohtaaminen helpottuu oleellisesti. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on tavallaan testata ideat paperilla. (Opetushallitus 2016.) Samalla tieto yritystoiminnasta lisääntyy ja mahdollisuus yritystoiminnan onnistumiseen kasvaa.

Monesti ajatellaan, että menestyäkseen yrittäjä täytyy olla niin sanottu yrittäjätyyppi. Todellisuudessa kukaan ei ole täydellinen yrittäjätyyppi. Tärkeää on, että yrittäjä tuntee itsensä hyvin, tietää sekä vahvuutensa että puutteensa ja osaa näin ollen kehittää itseään tarpeen tullen. On toki hyvä, jos yrittäjällä on valmiiksi tiettyjä ominaisuuksia, kuten itseluottamusta ja riskinottokykyä. Kuitenkin erittäin tärkeää on perustietämys yrittäjyydestä, ja tätä voi opiskella jokainen. (Etälukio 2015.)

## 2.2 Neuvontaa yrityksen perustamiseen

Suomessa julkinen valta on nostanut yrittäjyyden voimakkaasti esille 2000-luvulla. Tämä on huomattavissa monista kehitysohjelmista, tukimuodoista ja tutkimuksesta. (Viitala & Jylhä 2007.) Yrityksen perustamiseen on mahdollista saada apua eri tahoilta ja tätä apua kannattaa aloittavan yrittäjän käyttää, koska kaikki tarvitsevat kannustusta ja hyviä neuvoja. Virallista neuvontaa yrityksen perustamiseen saa Suomessa monesta paikasta helpposti ja jopa ilmaiseksi. Vanha käsitys yrityksen perustamisen vaikeudesta ei siis enää pitää paikkansa.

Esimerkiksi seuraavista paikoista voi kysyä apua yrityksen perustamiseen:

- Uusyrityskeskus
- Patentti- ja rekisterihallitus
- Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
- Suomen Yrittäjät
- Finnvera
- TE-keskus.

Liiketoimintasuunnitelman laatimiseen on saatavilla monia valmiita, ammattilaisten laatimia pohjia. Esimerkiksi uusyrityskeskuksen sivuilla on kattava suunnitelma. Näitä val-

miita suunnitelmia käytettäessä voi varmistua siitä, että tärkeimmät osa-alueet tulee varmasti käytyä läpi, myös sellaisia joita aloitteleva yrittäjä ei itse välttämättä tule ajatelleeksi. (Uusyrityskeskus 2016.) Kun ammattilaiset ovat laatineet pohjan, tulee asiat käytyä läpi kattavasti budjettia ja koko toimintaympäristöä myöten. Erittäin hyvä opas yrityksen perustamiseen on Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016. Se löytyy uusyrityskeskuksen Internetsivuilta. Siinä esitellään yritystoimintaa nykyaikaisella tavalla selkeästi ja kattavasti. (Uusyrityskeskus 2016.)

On toki mahdollista käyttää myös maksullisia asiantuntijapalveluita avuksi yrityksen perustamiseen. Asianajotoimistojen lisäksi monet tilitoimistot tarjoavat apua siihen. Lisäksi Internetissä on kohtaamispaikkoja, jossa yritykset ja yritysaihiot sekä osajat voivat löytää toisensa ja sitä kautta perustaa yhdessä yrityksen tai lisätä yhteistyötä. Monien akateemisten tutkimusten ja menestyneiden yrittäjien mukaan yhteistyö auttaa menestymisessä. Internet helpottaa toisten samanhenkisten yrittäjien löytämistä. (Business Fellows 2016.)

Viranomaisilta saatavan avun lisäksi aloittavan yrittäjien kannattaa miettiä kontakteja, joita mahdollisesti jo on olemassa. Omassa kontaktiverkostossa saattaa olla tahoja, joilta voi saada neuvoja ja tukea erilaisiin asioihin. Monilla on lähipiirissä myös eri alojen yrittäjiä. Vaikka he eivät olisi samalla alalla, voi heidän kanssaan keskustellessa saada yllättäviä vinkkejä.

Tätä päätelmää tukevat tekemäni kyselyn tulokset. Vastajat kokivat yrityksen perustamisen suhteellisen vaivattomaksi. Moni käytti viranomaisten apua yrityksen perustamisen aikoihin ja he kokivat, että Suomessa saa hyvin apua käytännön asioihin. Viranomaisten erilaiset palvelut tunnettiin ja niitä myös käytettiin. Monia auttoivat myös tuttavat, jotka ovat yrittäjiä.

### 2.3 Yritysidea

Yritysidea täydentää toiminta-ajatuksen kertomaa syytä yrityksen olemassaololle selittämällä mihin tarpeeseen yritys vastaa. Yrityksen liikeidea on suunnitelma siitä, miten yrityksen toiminta-ajatusta käytännössä toteutetaan kannattavasti (Tieke 2016.) Liikeidean on hyvä olla yksinkertainen. Nykypäivän ihmiset elävät tietotulvassa, joten yksinkertaisilla ideoilla on kysyntää. (Sipilä 2013.) Tärkeää on määritellä kolme eri osa-aluetta. Muutamassa lauseessa kerrotaan mitä, miten ja kenelle tuotteita tarjotaan. Toiminta

määritellään niin selvästi, että asiakkaat tai mahdolliset rahoittajat ymmärtävät niiden tuottaman lisäarvon. (Hesso 2015, 24.)

Yrityksen menestys riippuu yrittäjän toimialan tuntemuksesta, ammattitaidosta ja osaamisestasi. Yleensä yrityksen perustajalla on usein vahvaa osaamista sillä alalla, jolle hän on perustamassa yritystä. Se onkin tavallisin ja turvallisin tapa aloittaa yritystoiminta. (Uusyrittäjäkeskus 2106) Hänellä voi olla hyvä pohjakoulutus ja pitkä työkokemus. Työkokemukseen perustuvat ideat ovat yleisiä palvelualoilla. Esimerkiksi kampaaja aloittaa oman kampaamoyrityksen tai autonkuljettaja ryhtyy liikennealan yrittäjäksi. Myös harrastusten tai muiden kontaktien kautta voi keksiä yritysideoita. (Uusyrittäjäkeskus 2016.) Osaamista on voinut karttua vaikkapa järjestötoiminnasta. Kannattaa miettiä voiko tätä osaamista hyödyntää mahdollisesti jollain uudella tavalla. Yrittäjille on tarjolla paljon erilaista koulutusta ja niihin kannattaa osallistua ja sitä kautta kehittää itseään. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.) Yritysidean löytyminen on usein luovuuden ja hyvän onnen tulosta. Joskus se pohjautuu nykyisen toiminnan pohjalta kehittyvään oivallukseen, joskus ihan kokonaan uuteen innovaatioon. (Viitala & Jylhä 2007.) Kun osaaminen ja mahdollisuudet on kartoitettu, voidaan miettiä palveluita joita yrittäjien on mahdollista tuottaa luotettavasti.

Tekemäni kyselyn tuloksista kävi ilmi, että monesti liikeidea tulee sattumalta. Joku huomasi ihan ympäristöä tarkkailemalla jollain alalla kasvavaa kysyntää, johon itse omalla työpanoksella pystyi vastaamaan. Joku toinen taas huomasi toisen palveluksessa ollessaan asiakkailla uudenlaisia tarpeita ja sai siitä liikeidean. Tilitoimistoalalla monet tilitoimistot tarjoavat edelleenkin ainoastaan perinteisiä kirjanpito- ja palveluita, vaikka ohjelmistot ovat kehittyneet ja myös asiakkaat haluavat kehittyneempiä palveluita. Markkinoilla on tarve palvelulle, joka säästää kaikilta osapuolilta aikaa. Tämä on siis entisestään muunneltu tuote, joka saattaa houkuttaa asiakkaita.

#### 2.4 Tuote tai palvelu

Tuote on yrityksen markkinoinnin keskeisin kilpailukeino. Kaikki toiminta rakentuu tuotteen ympärille. Tuote ei ole vain pelkkä myytävä tavara, vaan markkinoinnillinen kokonaisuus. Asiakas ei osta pelkkää tavaraa, vaan myös mielikuvan tuotteesta ja sen eduista. (Bergström & Leppänen 2011.) Asiakkaan täytyy ymmärtää yrityksen tarjoaman tuotteen tai palvelun edut hänelle itselleen, jotta hän haluaa ostaa sen. Tuote tai palvelu kannattaa siis rakentaa asiakaslähtöisesti miettimällä mitä asiakkaat tarvitsevat. (Hesso

2016.) Liiketoimintasuunnitelmassa tuotteen tai palvelun määrittäminen kertoo rahoittajille ja muille sidosryhmille sen, mitä yritys käytännössä tekee. Asioita kannattaa yrittää tarkastella nimenomaan asiakkaan näkökulmasta. Kun osaaminen ja tuote ovat tasapainossa, saa yrittäjä etumatkaa kilpailijoihin verrattuna asiakkaan silmissä. (Uusyrittäjäkeskus 2011b.)

Tilitoimistoalalla voidaan palveluntarjoajat vielä nykyään jaotella perinteisiin tai moderneihin. Perinteisessä palvelussa tilitoimiston asiakas laatii osto- ja myyntilaskut omassa järjestelmässään ja toimittaa yhteenvedot niistä paperisina tilitoimistolle ja tilitoimisto tallentaa ne manuaalisesti omaan järjestelmäänsä. Modernissa ympäristössä sekä yrityksellä että asiakkaalla on käytössä yhteensopiva ohjelmisto ja tiedot tallentuvat sinne kerralla. Tilitoimisto voi nappia painamalla tuoda tiedot osto- ja myyntireskontrasta kirjanpitoon. Lisäksi koko talous on yrittäjän saatavilla Internetin kautta missä päin maailmaa tahansa mihin kellonaikaan hyvänsä. (Netvisor 2016.)

Sähköisessä taloushallinnossa kirjanpitoaineisto eli kaikki ostolaskut ja muut tositteet arkistoituvat automaattisesti ja näin ne löytyvät tarvittaessa jälkikäteen helposti ja nopeasti. Tämä vähentää merkittävästi papereiden käsittelyyn kuluva aikaa ja vaivaa. Järjestelmä myös seuraa kirjanpito tiedostojen lainmukaista säilytysaikaa, joten kaikki pysyy tallella tarvittavan ajan. Laskujen maksu on helppoa, koska laskujen ollessa järjestelmässä ne voidaan maksaa yhdellä napin painalluksella. (Netvisor 2016.)

Joidenkin arvioiden mukaan digitaalisessa taloushallinnossa verkkolaskutus on keskeisessä roolissa ja merkittävin tehokkuutta edistävä osa-alue (Lahti & Salminen 2008.) Tämä johtuu siitä, että paperisten laskujen käsittely ja tallennus vie väkisin joitain minuutteja laskua kohti. Lisäksi virheen mahdollisuus kasvaa, kun niitä käsitellään manuaalisesti. Verkkolaskun tiedot taas saadaan suoraan reskontraan, joten säästetään aikaa ja rahaa. Perinteinen toiminta tarkoittaa siis päällekkäistä työtä ja näin se maksaa enemmän. Moderni taloushallinto tarkoittaa automaattisuutta ja tehokkuutta. (Netvisor 2016.)

Taloushallintoliiton mukaan kirjanpitäjän rooli muuttuu enemmän itse kirjanpidosta neuvontaan ja konsultointiin rutiinoiden automatisoitumisen takia ja tämä kannattaa pakottaa yrityksen palveluun ja kertoa se asiakkaalle. Neuvonta- ja konsulttityöt kuitenkin tarkoittavat koulutusvaatimusten kasvamista, koska erilaisia kysymyksiä pitää pystyä kartoittamaan laajasti monenlaisten asiakkaiden kannalta. (Taloushallintoliitto 2015.)

Suomessa tilitoimistoala on vapaa toimiala eikä kirjanpitäjänä toimimiseen liity erityistä sääntelyä. Tilitoimiston voi siis perustaa kuka tahansa. Siksi Taloushallintoliitto on alkanut myöntää auktorisointeja, jotta asiakkaat voivat varmistua tilitoimiston ammattitaidosta ja luotettavuudesta. Tämä on erittäin hyvä lisä palvelulupaukseen. Auktorisointi on todistus siitä, että tilitoimisto tarjoaa ammattitaitoista ja luotettavaa palvelua ja, että sillä on ammattitaitoinen henkilökunta ja toimivat prosessit. Tilitoimiston on käytävä läpi vähintään kahden vuoden seurantajakso ja sen palveluksessa on oltava vähintään yksi talousalan asiantuntijatuotannon, eli KLT-ammattinimikkeen omaava kirjanpitäjä. Auktorisoinnista vastaa Taloushallintoliitto yhdessä Tili-instituuttisäätiön kanssa. (Taloushallintoliitto 2015.)

## 2.5 Tuotanto

Tuotanto sisältää kaikki ne vaiheet joita tarvitaan tuotteen tai palvelun saamiseksi asiakkaalle. Yrityksen valitseman strategian rooli korostuu tuotannossa. Tehokas yritys analysoi kaikki tuotannon vaiheet ja optimoi kustannuksia. Työvaiheet automatisoidaan ajan säästämiseksi ja näin tuote tai palvelu tuotetaan mahdollisimman tehokkaasti. Näin saadaan kustannushyötyä niin palvelun tarjoajalle kuin asiakkaallekin. (Hesso 2016, 81.)

Tilitoimistoalalla tuotannon tärkein väline on käytettävä ohjelmisto. Eeva Lyytisen Taloushallintoliitolle tekemä vertailu osoitti, että taloushallinnon ohjelmistojen hintavertailu on erittäin vaikeaa. Hän toteutti kyselyn yksinkertaistettuna ja silti se osoittautui hankalaksi. Ohjelmistotuotteiden sisällöt poikkeavat huomattavasti toisistaan, ja ne eroavat myös käytettävyydeltään. (Lyytinen 2010.) Siksi ohjelmistoja on mahdotonta laittaa paremmuusjärjestykseen tai antaa yleispätevää ohjetta siitä, mikä tai minkälainen ohjelmisto kannattaa hankkia. Lopulta vasta käyttökokemus ratkaisee, oliko valinta oikea ja usein ihmisillä on erilaisia käsityksiä siitä, mikä juuri heille sopii. Kattavista lupauksista huolimatta esimerkiksi käyttäjätuki ei myöskään välttämättä toimi niin nopeasti kuin yrittäjä toivoisi. Tätä on vaikea todentaa etukäteen, joten ohjelmiston kokeilu etukäteen on tärkeää.

Moderneja taloushallinto-ohjelmistoja on tarjolla markkinoilla paljon, esimerkiksi Procountor, EmCe Tilitoimisto Professional, Maestro, NetBaron, Netvisor ja Tilitin. Ohjelmistot ovat halventuneet oleellisesti vuosien varrella. Aikanaan tilitoimiston ohjelmistot maksoivat jopa kymmeniä tuhansia euroja. Nyt yksinkertaisimman ohjelmiston voi saada

käyttöönensä jopa ilmaiseksi. Tosin vakavasti otettavan tilitoimiston ei kannata lähteä liikkeelle ilmaisella ohjelmalla ja myöhemmin siirtyä parempaan, koska ohjelmiston vaihtaminen on työlästä. Mieluummin kannattaa etukäteen miettiä tarpeet vuosiksi eteenpäin, jotta ei heti tarvitse tehdä paljon työtä ohjelmiston vaihtamisessa. Ohjelmistoja voi yleensä kokeilla pari viikkoa ilmaiseksi. Tämä kannattaa ehdottomasti tehdä, jotta varmasti tekee oikean valinnan.

Lyytisen tutkimus paljasti eroja esimerkiksi ohjelmiston käyttöön opastavassa koulutuksessa sekä muissa tukipalveluissa (Lyytinen 2010.) Myös automatisoiduissa toiminnoissa sekä raportoinnissa oli eroja. Hinnat vaihtelivat todella paljon kuten taulukko 1 osoittaa.

Taulukko 1. Hintavertailu (Lyytinen 2010).

	Asteri	EmCe	Lasso 2100	Lemonsoft	Maestro, Expera	NetBaron	Visma Econet PRO
<b>ILMOITETTU HINTA Esimerkkituloimisto 1</b>							
Käyttöönoton kertainvestointi	625	2 205	500	700	alk 330	2 290	390
Laskennallinen vuosikustannus	118	4 920	2 736	1 482	1 350	10 950	2 830
<b>ILMOITETTU HINTA Esimerkkituloimisto 2</b>							
Käyttöönoton kertainvestointi	1 125	2 205	750	1 400	463	2 290	915
Laskennallinen vuosikustannus	180	11 760	2 904	1 650	2 805	30 500	4 910
<b>ILMOITETTU HINTA Esimerkkituloimisto 3</b>							
Käyttöönoton kertainvestointi	1 875	4 215	1 000	1 700	595	2 290	1 835
Laskennallinen vuosikustannus	288	21 840	3 456	1 902	4 695	58 500	8 050

## 2.6 Yrityksen strategia ja toiminta-ajatus

Yrityksen toiminnan turvaamiseksi ei riitä pelkkä käytännön osaaminen. Toimintaa täytyy pystyä myös suunnittelemaan. Yrityksen strategia ei synny itsestään, vaan siinä yrittäjän pitää tietoisesti valita olemassa olevista vaihtoehdoista yritykselle sopiva malli. (Hakanen 2004) Kaikki yritykset toteuttavat jotakin strategiaa, joko tietoisesti tai tiedostamattaan. Siksi on tärkeää miettiä oman yrityksen strategiaa, että se varmasti sopii omaan yritykseen ja osaamiseen. Tarkalla suunnittelulla voidaan hakea ratkaisuja tulevaisuutta silmällä pitäen ja voidaan varautua muutoksiin, joita väistämättä tulee. Strategiset suunnit-

telmat kannattaa miettiä kolmesta viiteen vuoden aikajänteellä, mutta pienemmillä yrityksillä aikaväli voi olla lyhempikin, esimerkiksi kaksi vuotta. (Oulun ammattikorkeakoulu 2014.)

Strategiaa suunnitellessa täytyy ymmärtää markkinoita ja niiden kehitystä. Tekemästäni kyselystä selvisi, tilitoimiston on tärkeää olla asiakkaan ”iholla”. Pienet yritykset saattavat huomata asiakkaidensa muuttuvat tarpeet nopeammin kuin suuret. Toisaalta suurissa yrityksissä on enemmän resursseja tutkia markkinamuutoksia ja näin ennakoida tulevaa aikaisemmin. (Martikainen 2010.)

Oman yrityksen strategiaa kannattaa miettiä myös kriittisesti. Joskus strategia on liian laaja eikä siinä keskitytä tarpeeksi johonkin tiettyyn asiaan. Hyvä strategia sisältää valintoja ja on riittävän yksityiskohtainen. Strategia on myös keino erottua. Kannattaa siis miettiä onko se riittävän erilainen kuin kilpailijoilla. Hienoa on, jos se on sellainen, että sitä on vaikea jäljitellä ja että se on selkeä ja helposti viestittävissä. (Martikainen 2010.) Nokian strategia on tiivistetty yhteen lauseeseen. Lisäksi Nokia esittää strategiansa yhdellä kappaleella jokaista liiketoiminta-alueettaan kohti. (Nokia 2015.) Jos suuri yritys pystyy tiivistämään strategiansa ymmärrettävästi pariin lauseeseen, on pienenkin yrityksen hyvä miettiä strategiaansa niin, että se on riittävän lyhyt ja helppo ymmärtää.

Toiminta-ajatus kertoo sen, miksi yritys on olemassa ja mihin markkinoilla olevaan tarpeeseen yritys vastaa. Toiminta-ajatus on kuin suunnan määrittäminen yrityksen toiminnalle. Hyvä toiminta-ajatus on niin laaja, ettei se rajoita yrityksen toimintaa, mutta toisaalta niin selkeä, että se todella ohjaa toimintaa. Hyvä toiminta-ajatus on voimassa pitkään, ehkäpä koko yrityksen olemassaolon ajan. (Mikkonen 2013b.) Toiminta-ajatusta miettiessä kannattaa pyrkiä löytämään markkinoille jotain uutta. Se saattaa olla esimerkiksi jokin uusi tapa tuotantoon, jotta voi saada kustannussäästöjä ja parantaa kannattavuutta. Se voi olla myös keino tavoittaa kokonaan uusia asiakasryhmiä. (Tieke 2016.)

## 2.7 Henkilöstö

Yrityksen kilpailukyvyllä motivoitunut ja osaava henkilöstö on erittäin tärkeää. Sitä voi pitää jopa menestyksen perustana. Tasokas asiakaspalvelu on nykypäivänä ehdoton edellytys, kun asiakkailla on mahdollisuus äänestää jaloillaan. (Bergström & Leppänen 2011.) Henkilöstöstä on siis tärkeää pitää huolta, jotta yritys on toimintakykyinen pitkään.



Henkilöstön hyvinvointiin panostaminen on siinä mielessä tuottava sijoitus, että hyvinvoiva henkilöstö on vähemmän sairaana, pysyy pidempään samassa työpaikassa ja on tuottavampi. (Kuisma 2015.) Erityisen tärkeää on ylläpitää työntekijöiden terveyttä ja ammattitaitoa. Työnantajalla on työterveyshuoltolain perusteella velvollisuus järjestää työntekijöilleen ehkäisevä työterveyshuolto. Työterveyshuollon avulla tuetaan työntekijöiden työkykyä. Työnantaja suunnittelee työterveyshuollon kanssa työpaikan tarpeisiin sopivan toiminnan sisällön. Työterveyshuolto voidaan ostaa myös kunnallisesta terveyskeskuksesta yksityisen palvelun sijasta. (Kansaneläkelaitos 2016.)

Työtyytyväisyydellä voidaan luoda positiivinen kierre, joka on sekä työntekijöiden että yrityksen etu. Työssään viihtyvä ja motivoitunut henkilökunta kuuntelee asiakkaitaan ja pyrkii kehittämään työpaikkaansa. Usein silloin henkilökunnan vaihtuvuus pienenee. Rekrytointi on kallista, joten tämä on yritykselle kilpailuetu. Kokenut henkilökunta tarjoaa tasokasta asiakaspalvelua, asiakkaat ovat tyytyväisiä ja suosittelevat yritystä muillekin. Yritys saa lisää asiakkaita, myyntiä ja kannattavuus paranee. Tällöin yrityksellä on lisää resursseja panostaa henkilöstöön, palveluun, tuotteisiin ja asiakassuhteisiin. (Bergström & Leppänen 2009)

Henkilöstö on monesti aloittavan yrityksen suurin kuluerä. Lisäksi yrittäjän täytyy tietää henkilöstöasioista monia asioita. On hyvä tuntea ainakin työehtosopimukset, työsopimuslaki, työaikalaki ja vuosilomalaki. Yrittäjälle tulee palkan lisäksi sivukuluja maksettavaksi, mutta toisaalta voi olla mahdollisuus hakea palkkatukea. (Uusyrittäjäkeskus 2016.)

### **3 Yrityksen perustaminen**

#### **3.1 Yritysmuodon valinta**

Yritysmuodon valintaa kannattaa miettiä tarkasti. Vaihtoehdot yritysmuodoksi Suomessa ovat toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö tai osuuskunta. Usein yritystä perustettaessa kiinnitetään liikaa huomiota vain rekisteröintikustannuksiin tai liiketoiminnan helppouteen. Yritysmuodon valinta on kuitenkin tärkeää, koska sillä saattaa olla myös suuri merkitys yrittäjän henkilökohtaiseen nettotuloon. (Lojander & Suonpää 2005)

Esimerkiksi toiminimiyrittäjä ei voi nostaa päivärahoja eikä käyttää luontaisetuja. Yhtiömuodon valintaa harkittaessa pitää ottaa huomioon yritystoiminnan suuruus, yhtiömiesten määrä, pääoman tarve sekä yrittäjän riski.

Ei ole olemassa mitään valmista mallia siitä, mikä yritysmuoto kulloinkin tulisi valita. Kussakin tapauksessa on erikseen tutkittava, mikä paras yritysmuoto juuri kyseisessä tapauksessa. Esimerkkejä eri yhtiömuotojen vaikutuksesta yrittäjän nettotuloon on mahdollista vertailla esimerkiksi Yritystulkin Internetsivuilla (Yritystulkki 2016c.)

Yhtiömuodon valintaan vaikuttaa yrityksen perustajien tai omistajien lukumäärä. Esimerkiksi avointa yhtiötä perustettaessa täytyy olla vähintään kaksi vastuunalaista yhtiömiestä. Osakeyhtiön taas voi perustaa yksi tai useampi henkilö tai yritys. Yksityinen elinkeinonharjoittaja toimii omissa nimissään. Myös osuuskunnan tai osakeyhtiön perustamiseen riittää yksi henkilö. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.) On myös mahdollista toimia toisen yrittäjän alaisuudessa aputoiminimellä, jos pääyrittäjän yrityksen toimiala sallii sen.

Yrityksen perustamiskustannukset vaihtelevat yhtiömuodosta toiseen. Jos toiminta on todennäköisesti pientä ja henkilö työskentelee pääasiassa yksin, saattaa henkilöyhtiö olla paras ratkaisu. Toiminimi on yritysmuodoista yksinkertaisin ja se on helppo perustaa. Toiminimi sopiikin aloittavan pienyrittäjän yritysmuodoksi. (Uusyrittäjäkeskus 2016.) Yksityisen osakeyhtiön vähimmäispääoma on 2 500 euroa ja julkisen osakeyhtiön 80 000 euroa. Näiden summien täytyy olla yhtiön tilillä ennen kuin osakeyhtiö perustetaan ja ilmoitetaan kaupparekisteriin. Avoimen yhtiön perustamiseen ei tarvita rahallista panosta, yhtiömiesten työpanos riittää. Kommandiittiyhtiössä äänettömältä yhtiömieheltä vaaditaan rahallinen panos, mutta vastuunalaiselta yhtiömieheltä riittää työpanos. Osuuskunnassa ei ole vähimmäisosuuspääomaa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Ennen yrityksen perustamista on hyvä pohtia kustannuksia, jotka aiheutuvat pelkästään organisaation ylläpitämisestä. Joissain yritysmuodossa tarvitaan laajempaa valvontaa ja se sitoo resursseja. Osakeyhtiössä täytyy lain mukaan olla yhtiökokous, hallitus ja tilintarkastaja. Henkilöyhtiöissä näitä ei vaadita. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Yritysmuotojen päätöksentekoa mitattaessa yksityinen toiminimi on joustavin ja siinä pystytään tekemään tarvittaessa nopeita ratkaisuja, koska yksityinen elinkeinonharjoit-

taja tekee päätökset itsenäisesti. Toisaalta hän vastaa niistä henkilökohtaisella omaisuudellaan. Avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyhtiössä yhtiömiehet tekevät päätökset joko yksin tai yhdessä. Tällöin luottamuksen merkitys korostuu. Osakeyhtiössä ja osuuskunnassa päätökset tekee yleensä hallitus, mutta usein valitaan toimitusjohtaja pyörittämään jokapäiväistä hallintoa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Yksi mietittävä asia on yritystoiminnan laajuus ja tarvitaanko toimintaan ulkopuolista pääomaa. Toiminimellä ei voi olla ulkopuolista sijoittajaa, vain lainamuotoinen rahoittaja. Jos tarvitsee rahoittajia yritykselleen niin, että rahoittajan vastuu on vain sijoitetussa pääomassa, tulee kysymykseen osakeyhtiö tai kommandiittiyhtiö, jossa sijoittaja voi olla äänettömänä yhtiömiehenä. Pankki saattaa vaatia vakuuksia lainan pantiksi ja yritysmuoto voi vaikuttaa lainan hintaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Kirjanpidon ja tilintarkastuksen vaatimukset aiheuttavat kustannuksia. Toiminimen kirjanpitoon riittää yksinkertainen kirjanpito ja tämän voi hyvin tehdä itsekkin. Toisaalta on ihan silti hyvä olla joku ulkopuolinen taho, esimerkiksi juuri tilitoimisto, josta saa apua velvoitteiden hoitamiseen ja asioiden suunnitteluun. Muissa yritysmuodoissa pitää olla kahdenkertainen kirjanpito ja se vaatii yleensä sellaisen järjestelmän, että on helpompia ottaa kirjanpito ulkopuoliselta tilitoimistolta. Esimerkiksi henkilöyhtiöissä ei lain mukaan vaadita tilintarkastusta. Pienet yritykset ja yhdistykset on vapautettu tilintarkastuksesta, jos siitä ei ole mainintaa yhtiöjärjestyksessä. (Uusyrittäjäkeskus 2016.)

Verotusta kannattaa miettiä sen takia, että eri yritysmuotojen tulot verotetaan eri tavalla. Verotusta selvitetessä on yrityksen tulojen ja verotuksen lisäksi otettava huomioon yrittäjän henkilökohtainen verorasitus, koska näiden yhteisvaikutus ratkaisee verotuksellisesti edullisimman yritysmuodon. Jos yritystoiminta on kovin pientä ja yrittäjän tuloveroprosentti jää todennäköisesti alle pääomatuloveroprosentin, kannattaa tulot saada henkilökohtaiseen verotukseen ja tämä onnistuu, kun työskentelee toiminimen kautta. Osakeyhtiöstä voi yrittäjä nostaa sekä palkkaa että osinkoja ja näiden keskinäistä suhdetta voi suunnitella erilailla kuin toiminimessä. Jos yritykselle tulee paljon voittoa, voidaan voitto nostaa ainakin osittain osinkoina ja saada se osa tulosta verotettua pääomana kiinteällä prosentilla. Tässä tapauksessa toiminimen verotus on paljon kovempi kuin osakeyhtiön. Henkilökohtainen veroprosentti taas on progressiivinen ja voi nousta suurissa tuloissa hyvinkin korkeaksi. Nämä täytyy tietysti miettiä tapauskohtaisesti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Yrityksen voitot jaetaan yrityksissä eri tavoin. Henkilöyhtiössä elinkeinonharjoittaja saa yrityksen voitot ja joutuu vastaamaan yrityksen tappioista henkilökohtaisesti. Avoimessa ja kommandiittiyhtiöissä yhtiömiehet jakavat voiton ja tappion sopimuksen mukaan. Osakeyhtiössä voitosta ja tappiosta vastaa osakeyhtiö ja osakkeenomistajille voidaan maksaa osinkoa. Osuuskunnassa taas ei ole tarkoituksen hankkia voittoa. Jos kuitenkin voittoa tulee, voidaan se jakaa jäsenille esimerkiksi lisäpalkkana tai osuuspääoman korona. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Toiminnan jatkuvuutta mietittäessä kannattaa harkita pysyväkö toiminta todennäköisesti samanlaisena jatkossa vai voiko myöhemmin tulla tarve vaihtaa yritysmuotoa tai mitä tapahtuu, jos perustaja tai muu avainhenkilö lopettaa tai vaikka kuolee. Ensimmäistä yritystä suunnitellessa kannattaa varmistaa mitä yritysmuodon vaihtaminen maksaa tai onko se edes mahdollista. Yritysmuodon vaihtaminen voi joissain mahdotonta y-tunnuksen muuttumatta. (Vero 2010.) Osakkaiden vaihtuminen ei vaikuta osakeyhtiön toimintaan. Kaikkein haavoittuvinta on yksityisen elinkeinonharjoittajan toiminta. Osuuskunnan jäsenyyttä ei voi myydä eteenpäin, mutta koko osuuskunnan voi myydä. Vaatimuksena on riittävä yksimielisyys jäsenten kesken. Avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyhtiössä voidaan yhtiömiehen osuus luovuttaa yhtiösopimuksella tai muiden yhtiömiesten suosituksella. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Yksi harkittava asia on yritystoiminnasta aiheutuvat riskit. Yrityksen vastuita mietittäessä pitää muistaa, että henkilöyhtiöt eivät ole itsenäisiä oikeushenkilöitä, vaan niissä yrittäjillä on henkilökohtainen vastuu. Jos siis yritystoiminnassa on suuret riskit, kannattaa harkita osakeyhtiön perustamista. Toiminimi on usein käytännöllisin, jos pääoman tarve ja riskit ovat suhteellisen pienet.

Kannattaa muistaa, että joissain tapauksissa paras yritysmuoto voi olla osuuskunta. Jos työosuuskunnassa on vähintään seitsemän jäsentä, he pysyvät lain edessä työntekijöinä ja näin säilyttävät oikeutensa työttömyysturvaan. Joissain tapauksissa tämä voi olla merkittävä seikka. (Suomen freelance-journalistit 2016.) Nykyään markkinoidaan myös osuuskuntia, joihin voi liittyä vain niin sanottuna laskutusasiakkaana, eli osuuskunta laskuttaa yrittäjän asiakasta ja hoitaa kaikki yhteiskunnalliset verot ja velvoitteet ja maksaa yrittäjälle ikään kuin palkkaa. Näin yrittäjä voi tavallaan kokeilla yritystoimintaa mieltimättä asiaa sen enempää. Osuuskunta ottaa provision tästä palvelusta, joka normaalisti

on noin viidestä seitsemään prosenttia. Tämä voi olla hyvä tapa katsoa, miten asiat sujuvat ja lisätä uskallusta perustaa oma yritys. Täytyy kuitenkin muistaa, että starttirahaa ei saa, jos yritystoiminta on jo aloitettu. (Ukko.fi 2016.)

Yhteenvetona voidaan todeta, että yritysmuotoja on erilaisia ja jokaisella niillä on paikkansa. Mikään yritysmuodoista ei ole ylivoimainen toiseen nähden. Joissain tapauksissa yksi on paras ja toinen huonoin. Kuitenkin kukin tapaus on erilainen, joten yritystä perustavan kannattaa miettiä tarkkaan omassa tapauksessaan, mikä yritysmuoto on hänen kohdallaan paras.

### 3.2 Yrityksen nimi

Yrityksen nimi kannattaa miettiä huolellisesti. Nimen kannattaa olla sellainen, että se jää helposti mieleen ja sopii yrityksen toimintaan. Yrityksen nimeämisen lisäksi myös tarjottavat tuotteet tai palvelut kannattaa nimetä, koska yksilöllisellä nimellä voi erottautua muista samantyyppisistä tuotteista. Varsinkin jos tuotteessasi tai palvelussasi on jotain ainutlaatuisia, kannattaa yrittää nimellä tuoda sitä esille. Yrityksen nimeksi ei yleensä kannata laittaa henkilönimeä tai tuotteen nimeä. Jos yrityksen joskus haluaa vaikkapa myydä, ei se onnistu kovin helposti, jos yrityksen nimi on oma nimi. Samoin mahdollisen epäonnistumisen jälkeen voi perustaa uuden yrityksen ja käyttää vanhan tuotteen nimeä, jos nimi on eri.

Nimen miettimisessä voi käyttää esimerkiksi ytj-tietopalvelua. Se on patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämä sivusto, josta saa tietoa olemassa olevista yrityksistä. Sieltä on helppo tarkistaa onko omalle yritykselle suunniteltu nimi jo käytössä. Palvelu on käytössä täysin ilmaiseksi. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.)

Jos yritystoiminta on paikallisia, saattaa paikkakunnan nimeen liittyvä yritys antaa uskottavuutta. Jos taas toiminta on valtakunnallista tai vientiin suuntautuvaa, saattaa kansainvälisestä nimestä olla hyötyä. Ulkomaankauppaa harjoittavan yrityksen kannattaa tarkistaa varmuuden vuoksi, mitä mahdollinen yrityksen nimi tai kirjainlyhenne tarkoittaa eri kielillä. Tämä onnistuu tekemällä erilaisia verkkohakuja nimellä tai sen osilla. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.)

Lyhyt nimi ja helppo muistettavuus ovat aina eduksi. Nimellä voidaan myös luoda mielikuvia käyttämällä jotain lisäilmaisuja kuten esim. laatu-, pika- tai teho- lisäystä. Yrityksen

perustamisilmoitukseen voit laittaa kolme nimivaihtoehtoa. (Yritystulkki 2016b.) Kun ilmoitus yrityksen perustamisesta on jätetty, Patentti- ja rekisterihallituksessa tutkitaan, onko nimi sopiva ja muistuttaako se liikaa mitään olemassa olevan yrityksen nimeä. YTJ-tietopalveluun on kirjattu kaikki Suomessa toimivat yritykset. Siellä voi tutkia käytössä olevia nimiä. Varsinainen nimitutkimus tehdään kaupparekisterissä kuitenkin vasta ilmoituksen jättämisen jälkeen. Yrityksen nimeä ei siis kannata painattaa mihinkään ennen kuin nimi on hyväksytty ja rekisteröity kaupparekisteriin. Jatkossa yrityksen nimeä on parasta käyttää aina oikeassa muodossaan, jotta epäselvyyksiltä vältytään. (Patentti- ja rekisterihallitus 2015.) Mainosmateriaaleja tai käyntikortteja ei kannata tilata ennen kuin nimi on rekisteröity ja vahvistettu Patentti- ja rekisterihallituksessa. Ennen nimen valitsemista kannattaa myös varmistaa, että mahdollinen verkkotunnus on vapaana. Verkkotunnuksena on usein yrityksen nimi, mutta se voi myöskin olla jonkin myytävän tuotteen nimi. (Yritystulkki 2016b.)

### 3.3 Rekisteröinti

Yrityksen perustaminen on Suomessa suhteellisen helppoa. Se tapahtuu täyttämällä yrityksen perustamisilmoituslomakkeen, joka on saatavilla Patentti- ja rekisterihallituksen sivuilta. Kun lomake on täytetty, se viedään Patentti- ja rekisterihallitukseen ja maksetaan rekisteröitymismaksu 110 euroa. (Uusyrityskeskus 2016.) Yrityksen täytyy jättää perustamisilmoitus Patentti- ja rekisterihallitukseen. Kun se on kirjattu yritys- ja yhteisötietojärjestelmään, tulee yritykselle y-tunnus parissa päivässä. Y-tunnus eli yritys- ja yhteisötunnus yksilöi yrityksen. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.) Y-tunnus koostuu kahdeksasta numerosta, joista viimeinen on tarkistenumero ja se on muotoa 1234567-8. (YTJ 2015.) Y-tunnuksia voi selata Ytj-tietopalvelusta. Sieltä näkee kaikki yrityksen perustiedot, muun muassa toimialan ja perustamisajankohdan.

Samoilla lomakkeilla yrityksen voi helposti ilmoittaa myös verohallinnon ylläpitämään arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin sekä vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Varsinainen yrityksen perustaminen tapahtuu siis nopeasti, jopa vain muutamassa päivässä ja liiketoiminnan voi aloittaa heti y-tunnuksen saatuaan. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.) Internetistä saa myös paljon apua joka vaiheessa.

Yrityksen rekisteröinti tapahtuu siis suhteellisen helposti, jos kyseessä on normaali suomalainen yrittäjä ja yritys, jonka perustaminen ei vaadi erityisiä lupia. Jos perustaja asuu

ulkomailla tai on alaikäinen, voidaan vaatia lisäasiakirjoja. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.) Käytännössä usein toiminnan virallistaminen on helppoa ja toiminta voidaan aloittaa heti. Viranomaisilta saa paljon apua ja eri viranomaisten välillä tieto kulkee automaattisesti. Esimerkiksi verottajan luona ei ole pakko käydä erikseen, tiedot sinne kulkevat automaattisesti. (Vero 2013.)

## 4 Toimintaympäristö

### 4.1 Markkinatilanne

Yrittäjän on tärkeää tuntea markkina- ja kilpailutilanne. Ennen yrityksen perustamista kannattaa tutkia markkinoita ja selvittää onko omalle yritykselle markkinoilla tilaa. Markkina-analyysiä tehdessä saa tietoa, jonka avulla voi miettiä onko yrityksen perustaminen järkevää. (Uusyrittäjäkeskus 2016.) Ilman markkinatuntemusta yrittäjän on hankala tarjota oikeanlaista palvelua tai hinnoitella tuotteitaan oikein.

Markkinatilanteen tutkiminen sisältää sekä asiakkaiden että kilpailijoiden analysoimisen. Kun tietää keitä mahdolliset asiakkaat on, voi selvittää, paljonko heitä yrityksen toimintalueella suunnilleen on ja ehkä jopa kuinka suuri heidän ostovoimansa on. (Uusyrittäjäkeskus 2016.) Markkinatilanteen tutkimisen laajuus voi alkuun yllättää. Siihen on kuitenkin saatavilla apua ja erilaisia valmiita pohjia, joita voi käyttää apuna. Esimerkiksi Yritystulkin sivuilta löytyy valmis kilpailija-analyysi-kaavake, joka auttaa kilpailutilanteen kartoittamisessa. (Yritystulkki 2016a.)

On tärkeää tietää millaista tarjontaa markkinoilla on, jotta voi nähdä puuttuuko sieltä jostain vai onko markkina hyvin kilpailtu. Kilpailijoiden tunteminen on tärkeää. On hyvä tietää keitä he ovat, kuinka paljon heitä on ja mitkä ovat heidän vahvuutensa ja heikkoukset. Näin voi saada tietää, missä asiassa oma yritys olisi ehkä kilpailijoita parempi ja missä asioissa huonompi. (Uusyrittäjäkeskus 2016.)

Eriyisen tärkeää on tietää markkinoiden hintataso sekä se mitä hintaan varsinaisesti kuuluu, jotta itse osaa hinnoitella tuotteet houkuttelevasti. Väärät tuotteet tai liian kallis hinnoittelu karkottaa asiakkaat nopeasti. Kilpailijoiden tunteminen tarkoittaa siis heidän

tuote- ja palveluvalikoimansa, hinnoittelunsa ja muiden toimintatapojensa tuntemista. (Uusyrittyskeskus 2016.)

Markkinatilanteen tunteminen auttaa suunnittelemaan oman yrityksen markkinointia. Alkavalla yrittäjällä ei ole varaa tuhlata mainoseuroja, joten on tärkeää selvittää mitä todennäköisesti kannattaa tehdä. (Uusyrittyskeskus 2016.) Lisäksi kannattaa miettiä miten markkinatilanne todennäköisesti kehittyy sekä lyhyellä ja pitkällä aikavälillä eli onko mahdollisesti näkyvissä jotain joka muuttaa tilannetta.

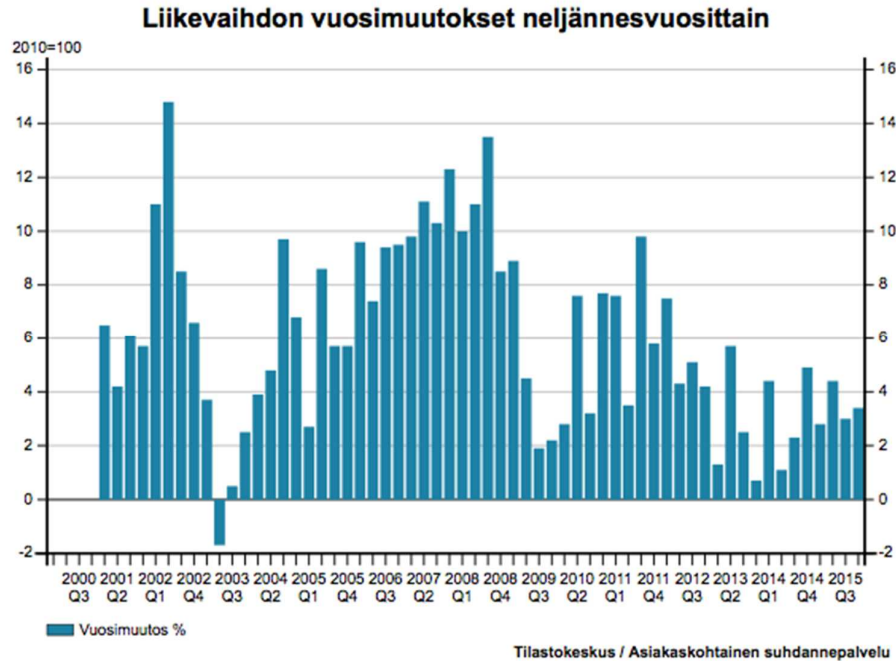
Markkinatilanteesta ja kilpailijoista saa tietoa esimerkiksi uusyrityskeskusten yritysneuvojilta, ELY-keskuksesta, yrittäjäjärjestöstä, kauppakamareista, toimialajärjestöistä, Tilastokeskuksen rekistereistä, Patenti- ja rekisterihallituksesta sekä erilaisia tietopalveluja ylläpitävistä yrityksistä. Lisäksi voi itse kysyä suoraan mahdollisilta asiakkailta mielipiteitä haastatteleamalla heitä joko puhelimitse tai henkilökohtaisesti. Nykyään myös verkkokysely on helppo toteuttaa itsekkin. (Uusyrittyskeskus 2016.)

#### 4.2 Markkina-analyysi tilitoimistoalalle

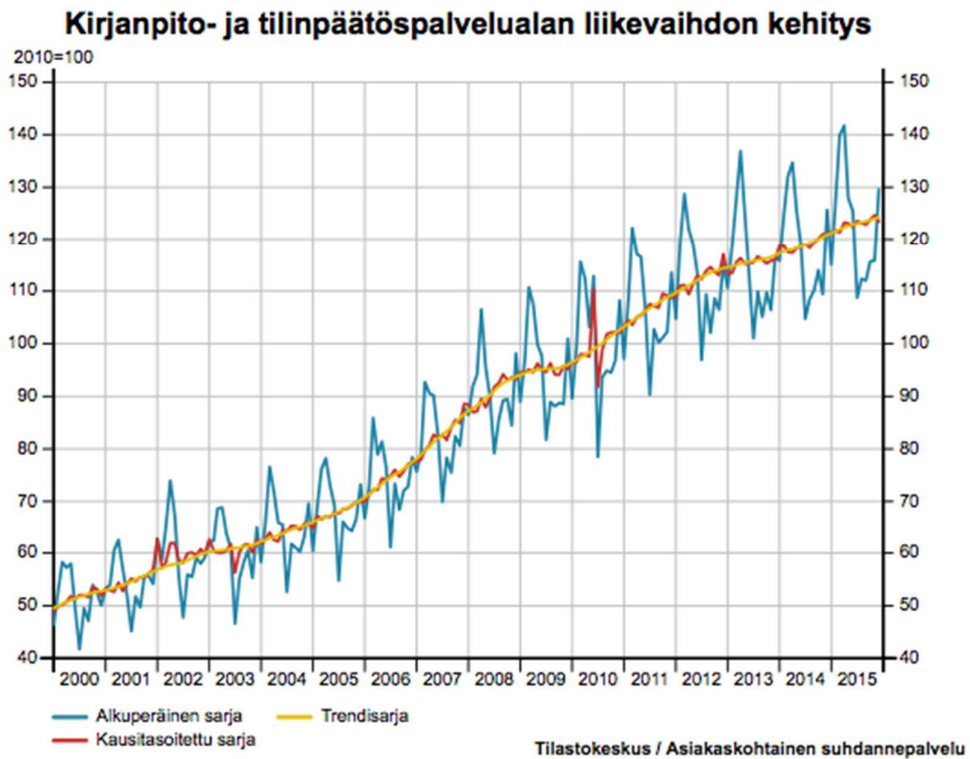
Tilitoimistoalla on Taloushallintoliiton mukaan menossa raju rakennemuutos, kun järjestelmiä automatisoidaan ja harmonisoidaan jatkuvasti. Koska järjestelmät digitalisoituvat jatkuvasti, manuaalinen työ vähenee ja osa rutiinistyöstä tulee poistumaan. (Taloushallintoliitto 2015.) Samaan aikaan asiakasyritykset keskittyvät omaan osaamiseensa ja ulkoistavat taloushallintoaan. Kun kirjanpito- ja palkanlaskentapalvelut ulkoistetaan, ei omaan yritykseen useinkaan jää taloushallinnon erikoisosaamista. Siksi asiakkaat vaativat tilitoimistoilta aina vain enemmän tukea taloushallinnollisten asioidensa päätöksenteossa. Taloushallintoliitto uskookin, että ala tarvitsee lähivuosina paljon taloushallinnon ja yritystalouden ammattilaisia. (Taloushallintoliitto 2015.)

Tilitoimistoalalta parhaiten tietoa saa Taloushallintoliitosta sekä Tilastokeskuksesta. Taloushallintoliiton mukaan kirjanpito- ja tilinpäätöspalveluiden liikevaihto on kehittynyt myönteisesti jo vuosia. Tilastokeskuksen mukaan vuodesta 2000 on tilitoimistoalalla ollut vain yksi kvartaali, jolloin kasvuprosentti on ollut miinusmerkkinen (Kuvio 4 Tilastokeskus 2015) ja yleinen trendi on ollut koko ajan ylöspäin (Kuvio 5 Tilastokeskus 2015.) Taloushallintoliiton mukaan auktorisoitujen tilitoimistojen liikevaihto on kasvanut enemmän kuin alalla keskimäärin (Taloushallintoliitto 2015.)





Kuvio 1. Tiliointialueen liikevaihdon vuosimuutokset neljännesvuosittain (Tilastokeskus 2015.)



Kuvio 2. Kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelualan liikevaihdon kehitys (Tilastokeskus 2016.)

Taloushallintoliiton mukaan alalla työskentelevien määrää on vaikea arvioida, koska heitä työskentelee monien eri toimialojen palveluksessa ja monet heistä hoitavat omien töidensä lisäksi myös muita kuin taloushallinnon tehtäviä, esimerkiksi henkilöstöhallinnon tehtäviä tai muita hallinnollisia töitä. Taloushallintoliiton mukaan alan KLT-tutkinnon suorittaneita on 2 773 ja heistä 76 % työskentelee tilitoimistoissa. Auktorisoituja tilitoimistoja on Taloushallintoliiton mukaan Suomessa 775. (Taloushallintoliitto 2015.)

Kaiken kaikkiaan Suomessa on yrityksiä 363 587 eli potentiaalista asiakasta tilitoimistolle. Näistä alle 10 työntekijän yrityksiä on 344 471 eli n. 94,7 %. Tilastokeskuksen mukaan kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelujen toimialalla oli vuonna 2014 yhteensä 4 333 tilitoimistoa, jotka työllistivät 12 017 henkilöä. (Taulukko 1 Tilastokeskus 2015.) Toimipaikkakoko vaihtelee yhden tai kahden henkilön toimistoista yli viidenkymmenen henkilön toimistoihin. Taloushallintoliittoon kuuluvien yli 800 tilitoimiston keskimääräinen henkilöstömäärä on 7,9, liittoon kuulumattomien noin 1,6. (Taloushallintoliitto 2016.)

Taulukko 1. Tilitoimistojen määrä Suomessa (Tilastokeskus 2015).

#### **Yritykset toimialoittain muuttujina Toimiala (TOL 2008), Tilastovuosi ja Tiedot**

	Yritysten lukumäärä	Liikevaihto	Henkilöstön lkm yhteensä	Palkkasumma
69201 Kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelu				
2013	4 294	890 202	12 153	377 907
2014	4 333	914 525	12 017	384 019

Kirjanpitäjien keski-ikä on edelleenkin suhteellisen korkea, ja muutaman vuoden sisällä on odotettavissa, että monia kirjanpitäjiä jää eläkkeelle. Kauppalehden mukaan uusia työntekijöitä tarvitaan pelkästään eläköitymisen takia noin tuhat henkilöä vuodessa. Lehden mukaan kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelut ovat alana yksi vakaimmista. Suhdannevaihtelut näkyvät tälläkin alalla, mutta maltillisemmin kuin monella muulla alalla. (Herrala 2014.) Näillä mittareilla mitattuna toimialan työllisyysnäköymät vaikuttavat tulevaisuudessa erittäin valoisilta ja tilitoimiston perustaminen on todennäköisesti kannattavaa.

Työ- ja elinkeinotoimistoissa tehtiin vuonna 2014 arvio keskeisten ammattien kysynnän ja tarjonnan suhteista lähitulevaisuudessa. Kirjanpitäjät ja palkanlaskijat olivat listalla ja heistä on pulaa markkinoilla kuten kuvio 7 osoittaa. (Työ ja elinkeinoministeriö 2014.) Työ- ja elinkeinotoimistot ovat tehneet tätä ammattibarometriarviointia Suomessa valtakunnantasolla jo vuosia ja tilanne on pysynyt ennallaan.

*Ammatit, joissa on yleisimmin pulaa hakijoista*    *Ammatit, joissa on kysyntään nähden liikaa hakijoita*



Kuvio 3. (Työ ja elinkeinoministeriö 2014).

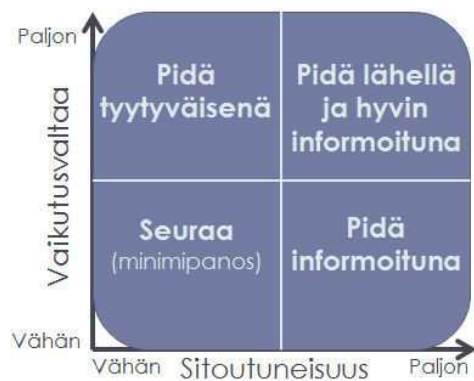
#### 4.3 Yrityksen sidosryhmät

Kaikilla yrityksillä on monia sidosryhmiä, jotka täytyy ottaa huomioon yrityksen toimintaa suunniteltaessa. Yksikään yritys ei voi toimia tässä maailmassa täysin yksin. Sidoryhmät vaikuttavat yrityksen toimintaan eri tavoin. Ne antavat yritykselle jotain, mutta haluavat vastikkeeksi jotain takaisin. Yritystoiminnan menestykselle tärkeää ylläpitää hyviä suhteita eri sidoryhmiin. (Lojander & Suonpää 2005.) Sidoryhmäkaaviossa on esitetty yrityksen yleisimmät sidoryhmät. Lähes kaikilla yrityksillä on kaaviossa esitetyt sidoryhmät. Joissain tapauksissa jokin sidoryhmä voi yrityksen kannalta olla sama. Esimerkiksi pienissä yrityksissä yrityksen johto, omistajat ja henkilöstö saattavat olla samoja henkilöitä, mutta silti toimivat eri rooleissa. Tavarantoimittajiin taas lasketaan normaalien myytävien tuotteiden tarjoajien lisäksi myös vaikkapa toimistotarvikkeiden toimittajat samoin kuin sähkön, internetliittymän ja ohjelmistojen toimittajat. (Kuvio 1.)



Kuvio 4. Sidosryhmät.

Ilman hyviä verkostoja yrityksen on vaikea pärjätä. Rahoituksen saaminen helpottuu ja esimerkiksi toiminnan laajentaminen ulkomaille on helpompaa, jos verkostot ovat kunnossa. (Sipilä 2013.) Yritysjohdon tehtävä on tasapainottaa sidosryhmien väliset suhteet yritykselle sopivaksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi. (Mikkonen 2012a.) Sidosryhmäanalyysi tehdään, jotta yritykselle selviää kuinka tärkeitä eri toimijat ovat omalle yritykselle. Analyysissä tunnistetaan toimijat, joilla on paljon vaikutusvaltaa yrityksen toimintaan ja sitä kautta nämä kannattaa pitää tyytyväisenä. Samoin tunnistetaan osapuolet, jotka ovat sitoutuneita yrityksen toimintaan ja nämä kannattaa pitää hyvin informoituina. Niihin toimijoihin, joilla ei vaikutusvaltaa eikä sitoutuneisuutta, ei kannata tuhllata aikaa enempää kuin minimipanoksen verran. (Kuvio 2.)



Kuvio 5. Sidosryhmäanalyysi (Kivistö 2016).

#### 4.4 Asiakasanalyysi

Nykyaikana asiakkailla on runsaasti valinnanvaraa melkein kaikilla aloilla ja kilpailuasetelmat muuttuvat jatkuvasti. Tähän haasteeseen yritysten kannattaa vastata analysoimalla asiakaskenttää. (Viitala & Jylhä 2007.) Asiakkailla on jokin tarve, jonka tyydyttämiseksi he hankkivat tuotteita tai palveluita. Asiakasanalyysiä tehdessä selvitetään potentiaalinen ja todellinen kysyntä sekä kartoitetaan asiakaskunnan ostokäyttäytymistä sekä parhaiden asiakkaiden tarpeita. (Hesso 2015, 93.) Yrittäjän on tärkeää tietää asiakkaan tarpeet ja odotukset. Se helpottaa asiakkaan palvelemista, edesauttaa luottamuksellisen suhteen syntymistä ja on olennaista myyntityön onnistumisen ja asiakassuhteen säilymisen kannalta. Luottamuksen syntyminen myyjän ja ostajan välille voi auttaa jopa vuosia kestävästi asiakassuhteen luomisessa. (Uusyrittäjäkeskus 2016.)

Yrityksen kannatta selvittää oman liiketoiminnan kannalta olennaisimman asiakaskunnan tarpeiden rakenne. Uudella yrityksellä ei ehkä ole olemassa olevaa asiakaskuntaa, mutta analyysiin voi ottaa potentiaaliset asiakkaat. On tärkeää selvittää, mitä omat asiakkaat arvostavat tuotteessa tai palvelussa. Ei ole kuitenkaan tarpeen listata kaikkia mahdollisia asiakkaitten arvostamia osa-alueita, vaan löytää kaikista tärkeimmät ja keskittyä niihin. Ne luovat asiakkaille eniten lisäarvoa. (Hesso 2015, 52.) Kaikki asiakasryhmät eivät taas ole yritykselle yhtä tärkeitä. Aloittavan yrittäjän on elintärkeää tunnistaa parhaat asiakkaat ja keskittyä heihin.

Liiketalouden opiskelija Turun ammattikorkeakoulusta teki vuonna 2013 asiakastyytyväisyyskyselyn erään tilitoimiston asiakkaille. (Strelets 2013.)



Kuvio 6. Kolme tärkeintä ominaisuutta taloushallintopalveluiden tuottajalle. (Strelets 2013).

Tämän kyselyn tuloksista voi havaita, että tärkeintä on neuvova ja auttavainen asenne. Asiakkaat haluavat, että tilitoimisto auttaa heitä heidän omassa liiketoiminnassaan. Asiakkaan pitää tuntea, että tilitoimisto on hänen puolellaan. Toiseksi tärkeimmälle sijalle nousi asiantunteva ja ammattimainen toiminta. (Kuvio 3.) Tämä korostaa koulutuksen ja opiskelun merkitystä, joka tilitoimistoalalla on avainasemassa. Menestyksen avaimet ovat siis erinomaisessa asiakaspalvelussa sekä luotettavassa osaamisessa.

Tilitoimistoalalla asiakaskunnan vaihtuvuus saattaa olla pienempää kuin monilla muilla aloilla. Yksi syy tuli esiin omassa kyselyssäni. Yksi vastaaja mainitsi verotarkastuksen riskin. Jos vaihtaa kirjanpitäjää usein, ei verottaja katso sitä hyvällä ja saattaa tehdä tarkastuksen epäillessään, että kirjanpitäjää vaihtaessa salaillaan mahdollisesti jotain. Myös kirjanpidon siirto toimistosta toiseen vie aikaa ja sisältää riskejä. Näiden syiden takia asiakaskunta saattaa olla hieman pysyvämpää kuin monilla muilla aloilla.

Monet asiakkaat saattavat edelleen arvostaa sitä, että tilitoimisto on lähellä. Se ei kuitenkaan nykyään ole enää mikään välttämättömyys eikä tule esille kyselyni tuloksissa. Monet pitävät sähköistä kanssakäymistä jopa parempana vaihtoehtona, koska aikaa ei mene kulkemiseen ja ruuhkissa istumiseen. Joissain tapauksissa kuitenkin saatetaan tarvita alkuperäisten dokumenttien toimittamista ja tällöin on hyvä, jos ei ole pitkä matka.

Samoin monet kokevat yhteistyön tekemisen helpompana, kun voidaan olla välillä henkilökohtaisessa kontaktissa.

#### 4.5 Kilpailija-analyysi

Kilpailijoiden tunteminen on yrittäjälle elintärkeää. Kilpailu on yrittäjälle markkinataloudessa jokapäiväistä. Nykyään voidaan sanoa jopa, että eletään hyperkilpailun aikaa. Pelkästään menneen ajan pohjalta ei enää voi vetää johtopäätöksiä tulevaisuutta varten. On tärkeää tuntea kilpailijansa, heidän tuotteensa ja toimintatapansa. On myös seurattava tilannetta ja huomattava uudet tulokkaat. (Hesso 2015, 48.) Yrittäjän pitää erottautua kilpailijoista jollakin asiakkaan arvostamalla tavalla, jotta voi säilyttää asemansa tai jopa parantaa sitä.

Jo ennen yrityksen perustamista kannattaa selvittää kuinka paljon alalla on kilpailua. Tärkeimpien kilpailijoiden nimeäminen kannattaa, jotta tunnistaa heidät. Kilpailijoiden tunnistamisen jälkeen on hyvä tutkia heidän tuotteitaan tai palvelujaan ja miettiä pystyykö erottautumaan kilpailijoistaan jollain asiakkaiden arvostamalla tavalla. Näin yrittäjä pystyy hinnoittelemaan tuotteensa tai palvelunsa vapaammin, ja se merkitsee yritykselle parempaa tulosta. (Uusyrittäjäkeskus 2011.)

Erittäin tärkeää on tarkastella millaista markkinointia kilpailijoilla on ja mitä kautta he mahdollisesti tavoittavat asiakkaansa. Kannattaa seurata miten paljon ja kuinka usein he mainostavat ja mitä asioita he mainonnassaan tuovat esille. Mieti heidän tuotteidensa hyviä ja huonoja puolia, ja miten omat tuotteet tai palvelut erottuvat. Mieti löydätkö yrityksesi tuotteille jotain kilpailuetua ja pohdi, mitä omassa kannattaa painottaa. (Uusyrittäjäkeskus 2011.) Tämä edistää yrittäjän omaa käsitystä markkinoiden toiminnasta, hän saa tietoa kilpailijoiden toimintatavasta ja näillä tiedoilla pystyy kehittämään omaa yritystään kilpailukykyisemmäksi.

#### 4.6 SWOT-analyysi

Yrityksen perustajan on hyvä tehdä erilaisia analyysejä toiminnan kartoittamiseksi. SWOT – analyysi on niistä ehkä tunnetuin. Nimi tulee englannin kielen sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities ja Threats eli vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Analyysi ei kuitenkaan saisi olla pelkkä listaus näistä asioista, vaan sitä

tehdessä on hyvä miettiä myös ratkaisuja esiin tuleviin asioihin. (Hesso 2015, 72.) Analyysi soveltuu hyvin erilaisiin tilanteisiin ja sen tuloksena saadaan helposti luettava taulukko, jonka avulla päätöksenteko helpottuu ja mahdolliset kehittämiskohteet tulevat esille. Sitä kannattaa käyttää erilaisissa tilanteissa jatkossakin, kun tulee investointeja tai isompia päätöksiä eteen, ei pelkästään yrityksen perustamisvaiheessa. Näin voidaan mahdollisesti välttyä virheliikkeiltä ja säästää rahaa.

SWOT-analyysin osat jaetaan sisäisiin ja ulkoiisiin tekijöihin. Vahvuudet ja heikkoudet ovat sisäisiä tekijöitä. (Opetushallitus 2016.) Vahvuuksiin kirjataan realistisesti yrityksen hyvät puolet ja onnistumiset, syy miksi tavoite on mahdollista saavuttaa. Heikkouksiin kirjataan huonot puolet, epäonnistumiset tai esimerkiksi mahdollinen koulutustarve. Mahdollisuudet ja uhat ovat ulkoisia tekijöitä. Mahdollisuuksia mietittäessä voi harkita yleistä taloustilannetta ja miten sen kehitys saattaa vaikuttaa yrityksen toimintaan. Uhat voivat olla vaikkapa kilpailun lisääntyminen omalla alalla tai oman tuotteen palvelun kysynnän heikentyminen markkinoilla.

SWOT-analyysi on yleensä subjektiivinen. Saman yrityksen palveluksessa olevat henkilöt näkevät asiat eri lailla vaikka heillä olisi ihan samat tiedot käytettävissään. Näin ollen SWOT-analyysin tulokset eivät koskaan ole koko totuus eikä siihen kannata pyrkiäkään, vaan pitää suuntaa antavina. Lisäksi kannattaa miettiä mikä kriteereistä on omalle yritykselle tärkeä. Se parantaa analyysin käyttökelpoisuutta. (Opetushallitus 2016.)

## **5 Markkinointi**

### **5.1 Myyntitavoitteet**

Ennen markkinoinnin tarkkaa suunnittelemista kannattaa miettiä myyntitavoitteet. Tavoitteiden asettamisessa huomio siirtyy nykyisestä toiminnasta siihen mitä halutaan saavuttaa. Tavoitteet auttavat myös siirtymään toiminnan valvomiseen sen suunnitteluun. (Hakala 2016.) Myyntitavoitteet kannattaa asettaa realistisesti sen mukaan millaista markkinaosuutta yritys tavoittelee ja mikä on mahdollista saavuttaa. Tavoitteita laadittaessa on hyvä tietää, mitä tuotteeseen keskimäärin kulutetaan vuodessa ja paljonko potentiaalisia asiakkaita on. (Bergström & Leppänen 2011.)



Aloittavan yrityksen myyntitavoitteiden tekemisessä ei ole mahdollista yleensä ottaa historiaa huomioon. Tällöin myyntitavoitteiden asettaminen voidaan aloittaa laskemalla pakolliset kulut, jotta toiminta on kannattavaa. Myynnin pitää siis ylittää tämä kriittinen piste, jolla yritys pääsee nollatulokseen (Bergström & Leppänen 2011.) Sen päälle pitää laskea tavoiteltu voitto. Tätä kautta voidaan laskea suuntaa-antavat tavoitteet aloittavalle yritykselle. Olemassa olevan yrityksen tavoitteet on helpompi asettaa, koska on historiaa jota voi käyttää pohjana ja yleensä on jo kertynyt enemmän tietoa markkinoista. Voi miettiä missä asiakkuuksissa on kehittymisen mahdollisuutta ja voi toteuttaa kampanjoita, joilla lisätä myyntiä.

Joskus pienyrittäjä saattaa ajatella, ettei myyntitavoitteen asettaminen ole järkevää, koska hänhän myy koko ajan niin paljon kuin pystyy. Tavoitteiden asettaminen on kuitenkin oleellinen osa toiminnan suunnittelua ja motivoi myymään enemmän. Kun asettaa tavoitteet vähän edellistä vuotta korkeammalle, tekee todennäköisemmin enemmän töitä niiden saavuttamiseksi. Lisäksi tavoitteiden asettaminen auttaa budjetoinnissa. Kun on laskenut myyntitavoitteet, on helpompi hinnoitella niin että tulee toimeen. (Kadziolka 2016.)

Kun myyntitavoite on huolella valmisteltu, saadaan samalla aikaiseksi mittareita, joilla näiden tavoitteiden saavuttamista voidaan seurata. Tavoitteiden kannattaa kuitenkin olla niin selkeitä ja yksinkertaisia, että seuranta on helppoa. Näin niistä on eniten hyötyä. (Kaihovaara 2014.) Yrityksen kannattaa seurata tavoitteiden toteutumista tarkasti ja tarkistaa tavoitteita aina tarvittaessa.

## 5.2 Markkinoinnin suunnittelu

Markkinointi tarkoittaa kaikkia niitä toimenpiteitä, joilla yritys tai muu organisaatio pyrkii saamaan tuotteensa tai palvelunsa asiakkaiden tietoon. Perimmäinen tarkoitus on tietysti lisätä tätä kautta myyntiä. Monesti markkinoinnista puhuttaessa mieleen tulee vain mainonta, mutta markkinointi on paljon enemmän. Aikaisemmin markkinointiin laskettiin kuuluvan vain neljä englanninkielistä P:tä eli Product, Price, Place ja Promotion eli markkinointi käsittää tuotteen, sen hinnoittelun, jakelun ja mainonnan. (Rope 1998) Nykyään käytetään vielä laajennettua markkinointimixiä, johon kuuluu 7 P:tä eli alkuperäiseen malliin on lisätty kolme englanninkielistä P:tä People, Process ja Physical environment (Booms & Bitner 2016.) Tähän uudistettuun käsitteeseen on siis lisätty ihmiset, eli kuka

tuotetta myy tai käyttää, prosessi suunnitteluvaiheesta ja myynnistä jälkihoitoon, että myös koko toimintaympäristö.

Markkinointisuunnitelma kannattaa tehdä mieluiten ennen yrityksen perustamista ja mahdollisimman pian jos se on jäänyt tekemättä. Hyvä markkinointisuunnitelma on yksinkertainen ja helppo ymmärtää. Mutta sen pitäisi kuitenkin olla sen verran täsmällinen, että siitä on hyötyä kun markkinointia toteutetaan. Suunnitelman on hyvä olla haastava, mutta realistinen. Ei ole järkeä tehdä suunnitelmia, joita ei oikeasti voi toteuttaa. (Bergström & Leppänen 2011.) Markkinointisuunnitelma tekeminen auttaa yrittäjää itseään miettimään yrityksensä mahdollisuuksia.

Markkinointia on siis koko toiminnan suunnittelu. Toiminta on myös tärkeää järjestelmällisesti suunnitella eikä vain tehdä niin kuin on aina tehty. Ei riitä, että on keksitty myytävä tuote tai palvelu, vaan koko prosessi täytyy suunnitella alusta loppuun. (Karjaluo 2010.) Tuotteen tai palvelun pitää olla houkutteleva ja se pitää olla helposti saatavilla hintaan, jonka asiakas on valmis maksamaan. Sen pitää olla myös helposti ymmärrettävä ja asiakkaan täytyy kokea hyötyvänsä siitä. Tämän kaiken kertominen asiakkaalle varsinaisessa markkinointiviestinnässä ja myynnissä on ratkaisevan tärkeää, mutta ennen kuin asiakkaille voidaan tuotteesta kertoa, kannattaa prosessi olla tarkkaan mietitty.

Markkinointia kannattaa suunnitella kahdella tasolla: strategisesti ja operatiivisesti. Strateginen suunnittelu tarkoittaa useamman vuoden tähtäimen ja karkeamman tason suunnittelu. Siinä määritellään markkinoinnin päälinjat. Operatiivinen suunnittelu taas on lyhyemmän tähtäimen suunnittelua noin vuodeksi kerrallaan. Siinä suunnitellaan yksityiskohdat ja tarkat toimenpiteet tarvittaessa jopa viikkotasolla. (Bergström & Leppänen 2011.)

Markkinointisuunnitelmassa on tärkeää ymmärtää yrityksen nykytilanne eli yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä ymmärtää asema markkinoilla. Tämän jälkeen pitää määritellä tavoitteet sekä strategia niiden saavuttamiseksi. Vasta tämän jälkeen voidaan perehtyä varsinaisiin markkinointitoimenpiteisiin sekä siihen paljonko toimenpiteiden toteuttamiseen pitää varata resursseja. (Bergström & Leppänen 2011.) Perusasiat pitää selvittää tarkkaan, jotta voi lähteä miettimään, miten tavoitteita kannattaa lähteä toteuttamaan. Eikä voi keskittyä ainoastaan oman yrityksen asemaan, vaan myös tarkkailla kilpailijoiden toimia, jotta voi ymmärtää markkinaympäristössä tapahtuvia muutoksia. Mark-

kinointiin kuuluu sekä toimintaympäristön että asiakkaiden analysointi ja tutkiminen. Ennen kuin lähdetään tekemään mitään erityisiä toimenpiteitä, kannattaa miettiä esimerkiksi mikä on kohderyhmä, millaisia kilpailijat ovat ja mikä on oikea hintataso. Tämä vaatii paljon toimintaympäristön tutkimusta, mutta on kannattavaa, koska se auttaa kehittämään oman yrityksen toimintaa markkinoiden vaatimusten mukaisiksi. (Bergström & Leppänen 2011.)

Tavoitteen on oltava selkeästi määritelty. Silloin se on helpompi saavuttaa, koska kaikkien on helppo ymmärtää se. Etukäteen kannattaa miettiä millä mittareilla sitä seurataan. Mittarit ovat oikeastaan ainoa tapa määrittää, kannattivatko markkinointitoimenpiteet vai ei. Tavoitteiden saavuttamiseen pitää olla realistiset mahdollisuudet. Muuten käy helposti niin, että koko asiaan ei panosteta kunnolla, koska jo etukäteen onnistuminen koetaan toivottomaksi. Tavoitteen saavuttamisen pitää viedä koko yrityksen kehitystä oikeaan suuntaan ja tukea koko yrityksen kehitystä. Tavoitteiden pitää olla aikataulutettuja, jotta voidaan seurata asioiden edistymistä. (Hirvonen 2016.)

Tavoitteiden asettamisessa voi käyttää esimerkiksi SMART-kaavaa:

- Specific – selkeä tavoite
- Measurable – mitattavissa
- Attainable – saavutettavissa oleva, mutta riittävän kunnianhimoinen
- Relevant – tavoitteiden pitää palvella koko yrityksen tavoitteita
- Time-bound – aikataulutettu

(Hirvonen 2016).

Markkinointiin liittyy myös koko tämän prosessin seuranta esimerkiksi taulukon avulla. Taulukkoon kirjataan kaikki tehdyt markkinointitoimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt ja tietysti markkinoinnin kulut. Kun taulukkoa ylläpidetään ja täydennetään säännöllisesti, on siitä jatkossakin helppo nähdä toimenpiteiden edistymisen sekä niiden suhteen myyntiin ja kuluihin. Esimerkiksi puolen vuoden välein tai kvartaaleittain tehtävä arviointi auttaa näkemään, onko tavoitteisiin päästy ja millä alueilla olisi parantamisen varaa.. Eri toimenpiteiden tuloksia seurataan säännöllisesti ja näin voidaan tarvittaessa muuttaa toimintaa nopeastikin. (Bergström & Leppänen 2011.)

Markkinointisuunnitelman laatimisvaiheessa on hyvä miettiä myös varasuunnitelmaa. Joskus kattavatkaan suunnitelmat eivät käytännössä toimi halutusti ja jotain on muutettava. Varasuunnitelman ei tarvitse olla niin kattava kuin alkuperäinen suunnitelma. Eri

osa-alueille kannattaa kuitenkin miettiä joitain vaihtoehtoja. Alkuperäistä suunnitelmaa on sitten helpompi muokata, kun joitain vaihtoehtoisia toimintatapoja on etukäteen mietitty.

### 5.3 Hinnoittelu

Hinnoittelu on nykyään aina vain tärkeämpää. Asiakkaat ovat hintatietoisia ja nykyajan kulutuskulttuuria leimaa monilla aloilla halpuus. (Viitala & Jylhä 2007.) Yksi hyvä esimerkki tästä on matkailu. Uusien edullisten toimijoiden tulo markkinoille on mullistanut alan hinnoittelun.

Erlaisia hinnoittelutapoja ovat ainakin kustannusperusteinen, tavoiteperusteinen, markkinaperusteinen, arvoperusteinen ja sopimusperusteinen. Kustannusperusteisessa pyritään kattamaan kustannukset ja laskemaan päälle tietty kate. Tavoiteperusteisessa halutaan tietty kate ja sen päälle lasketaan kustannukset. Markkinaperusteisessa hinnoittelussa lähdetään liikkeelle yleisestä hintatasosta ja hinnoitellaan tuotteet tai palvelut sen mukaan. Arvoperusteisessa hinnoittelutavassa pyritään selvittämään, minkä arvoiseksi asiakas kokee palvelun ja hinnoittelee palvelun sen mukaan. Tapa on käytössä lähinnä siinä tapauksessa, että yleistä hintatasoa ei tunneta. Tavoiteperusteinen hinnoittelu liittyy yrityksen strategiaan. (Järvenpää ym. 2010.) Tästä hyvänä esimerkkinä ovat perinteiset kauppojen sisäänvetotuotteet. Joillain aloilla käytössä on kerroin, joka auttaa hinnoittelussa. Se on kuitenkin hyvin mekaaninen tapa hinnoitella ja aiheuttaa helposti yli- tai alihinnoittelua. Molemmissa tapauksissa ostajien silmissä voi tuotteelle tulla vahinkoa. (Bergström & Leppänen 2011.)

Yrityksen on erittäin tärkeää onnistua hinnoittelussaan, koska hinta on myös imagokysymys (Uusyrittäskeskus 2016). Hinnan on oltava oikea asiakkaiden silmissään. On tunnettava markkinatilanne ja mietittävä rehellisesti mitä asiakas on valmis omista palveluista maksamaan ja voiko itse tuottaa palvelulle jotain lisäarvoa ja tätä kautta pyytää korkeampaa hintaa.

Hinnoittelussa on otettava huomioon, paljonko itse joutuu maksamaan tuotteista tai paljonko palvelun tuottaminen maksaa ja valita hinnoittelumalli sen mukaan. Tuotteille on laskettava järkevä kate ja varmistaa että myynnistä jää kaikkien kulujen jälkeen rahaa. Tätä kautta voi laskea paljonko tuotteita tai palveluita pitää myydä ja millä hinnalla, jotta

toiminta on kannattavaa. Hinnoittelussa onkin perinteisesti käytetty lähtökohtana kustannuksia, mutta koska hintaan vaikuttaa erittäin moni asia, kannattaa hinnoittelussakin ottaa muitakin tekijöitä huomioon. Näitä muita tekijöitä ovat esimerkiksi kilpailutilanne, asiakkaan kokema arvo ja markkinoiden hintaherkkyys. (Bergström & Leppänen 2011.) Esimerkiksi Apple pystyy vielä toistaiseksi hinnoittelemaan puhelimensa paljon kalliimmaksi kuin kilpailijat, vaikka puhelinten valmistushinta on lähes sama. Tämä valottaa sitä, kuinka hinnoittelua ei voi perustaa enää nykyään pelkkiin tuotantokustannuksiin.

Pelkällä hinnalla kilpaileminen ei pitkällä tähtäimellä ole järkevää, koska tulojen putoaminen kaventaa yrityksen toimintamahdollisuuksia. Yleensä asiakkaat arvostavat myös muita asioita kuin hintaa. Tärkeää on yleensä luotettavuus, nopeus, helppous tai laatu. hinnan pitää kohdata nämä vaatimukset, jotta toiminta on asiakkaalle houkuttelevaa. (Bergström & Leppänen 2011.) Yrityksen pitää valita alalle soveltuva hinnoittelutapa. Eri-laisia hinnoittelutapoja on monia eivätkä kaikki mallit sovellu kaikkiin tilanteisiin. Joillain aloilla hinnoittelu on niin kireää, ettei yksinkertaisesti ole mahdollista veloittaa muita korkeampaa hintaa tai muutoin asiakkaat ostavat palvelut muilta toimijoilta. Jos taas tuote on hyvin erityinen, voi siitä veloittaa paljon muita korkeampaa hintaa ja asiakkaat silti ostavat.

Tilitoimistoalalla kilpailu on kovaa ja hintataso vakiintunut. Asiakkaat kokevat tilitoimistojen palvelut samoiksi eivätkä halua maksaa siitä ekstrapaa. On vaikeaa erilaistaa palvelua niin, että asiakkaat tunsivat saavansa lisäarvoa. Yksi mahdollisuus on konsultoida asiakkaita talousasioissa. Tämä on asiakkaiden arvostama keino. Tilitoimistoalalla on vakiintunut hinnoittelutyyliseksi joko tositepohjainen tai tuntipohjainen. Monet pitävät tositepohjaisesta laskutuksesta, koska silloin seuranta on yleensä asiakkaalle helpompaa. Yrittäjä tietää tuolloin kuinka monta tositetta hän on kirjanpitäjälle vienyt, joten hän pystyy arvioimaan tästä suoraan myös kirjanpitäjän laskun suuruuden. Hinnoittelun pitää olla asiakkaalle helposti ymmärrettävä, koska sekava hinnoittelu ei houkuttele asiakasta. Jos kyseessä on asiantuntijapalvelu kuten tilitoimistopalvelu tai jokin projektikohtaisesti tarjottava työ, kannattaa niistä tehdä muutama esimerkkikokonaisuus ja ilmoittaa tämä asiakkaille. Näin asiakkaat saavat nopeasti käsityksen hintatasosta. Varsinkin aloitteleva yrittäjä arvostaa tätä tietoa.

#### 5.4 Segmentointi

Segmentti on asiakasryhmä, jonka jäsenillä on jokin ostamiseen liittyvä yhteinen piirre. Segmentointi on näiden erilaisten asiakasryhmien tunnistamista ja jaottelamista yrityksen tarpeiden mukaan. Segmentoinnin avulla tunnistetaan asiakasryhmän tarpeet ja odotuksen, joten sen ansiosta markkinointi on helpompi kohdistaa oikealle yleisölle. (Bergström & Leppänen 2011.) Markkinat kannattaa segmentoida, jos markkinoilla on riittävästi potentiaalisia asiakkaita, eri ryhmien asiakkailla on yhteisiä piirteitä ja tarpeita, asiakasryhmät eroavat selkeästi toisistaan ja jos markkinointi saavuttaa valitut segmentit taloudellisesti ja tehokkaasti (Uusyrittyskeskus 2016.) Asiakkaat voi ryhmitellä esimerkiksi yrityksen toimialan, koon tai sijainnin perusteella.

Aloittavan yrittäjän pitää miettiä, minkälainen asiakaskunta on juuri hänelle kaikista kannattavin. Yrityksen on vaikea tyydyttää kaikkien asiakkaitten kaikkia tarpeita, joten on erityisen tärkeää, että yrittäjä tunnistaa asiakasryhmät ja valitsee sieltä suosiollisimmat asiakasryhmät. Siksi erityisesti yritystoimintaa aloittaessa on segmentointi tärkeää. (Bergström & Leppänen 2011.) Tilitoimistoalalla houkuttelevaa on saada asiakkaiksi suurempia kuin vain muutaman hengen yrityksiä. Kovin pienten yritysten kirjanpidon hoitaminen ei vie kuin pari tuntia, joten niiden laskutuskaan ei ole kuin muutaman kympin. Jos asiakaskunta koostuu tällaisista pienistä yrityksistä, niitä pitäisi löytyä paljon, jotta toiminta voi elättää yrittäjän. Tilitoimistoalalla asiakaskunnan vaihtuvuus saattaa olla pienempää kuin monilla muilla aloilla kirjanpidon siirtämisen kustannusten takia. Silti hyvien asiakkaiden löytäminen ja niistä kiinni pitäminen on elintärkeää kaikille yrityksille.

Yksi keino menestyä on erikoistuminen. Segmentoinnin ansiosta voi erilaistaa omaa palveluaan eri asiakasryhmille niiden tarpeiden mukaan. Voi löytyä kapea markkinarako, johon oma tuote juuri vastaa. (Viitala & Jylhä 2007.) Erikoistuminen vaatii kouluttautumista ja voimavaroja. Se vaatii toimialatuntemuksen lisäämistä sekä uusien toimintamallien omaksumista. Erikoistuminen vaatii yleensä vanhoista toimintamalleista luopumista sekä toiminnan tehostamista. Tämä voi pitkään alalla olleelle olla vaikeaa, varsinkin jos eläköityminen häämöttää lähitulevaisuudessa ja tuntuu ettei enää kannata nähdä vaivaa ja opetella uusia käytäntöjä.

Yksi tilitoimistoyrittäjä huomasi, että hänellä on asiakkainaan monia maatalousyrittäjiä. Hän päätti keskittyä enemmän heihin. On suuri etu, kun on kokemusta tietystä alasta.

Tämä kokemus alentaa ajansäästön myötä kustannuksia, koska monien asioiden selvittämiseen ei mene aikaa. Samalla alalla olevat asiakkaat myös keskustelevat keskenään, ja puskaradion kautta on saatu uusia asiakkaita.

Jonkin tietyn toimialan tunteminen helpottaa esimerkiksi tilitoimiston työtä ja auttaa saamaan asiakkaita samalta alalta. Se antaa synergiaetua asiakkaiden kirjanpitoa hoidettaessa, koska toimialan ollessa tuttu, ei jokaista asiaa tarvitse tarkistella niin paljon ja aikaa säästyy. Yksi kokemus on Dextili Oy Keski-Suomesta. Yritys perustettiin vuonna 1997 ohjelmatoimiston yhteyteen hoitamaan aluksi vain tuon ohjelmatoimiston kirjanpitoa. Pian kuitenkin otettiin muita asiakkaita. Sen toimitusjohtaja kertoo suorittaneensa myöhemmin taloushallinnon KLT-tutkinnon lisäksi isännöitsijän tutkinnon vahvistaakseen osaamistaan. Näin hän oli valmis palvelemaan asiakkaita kiinteistöalalta ja he saivat asiakkaiksi taloyhtiöitä ja isännöitsijätoimistoja muualta Suomesta, erityisesti pääkaupunkiseudulta. Yrittäjä Miia Pasanen sanoo: ”Asunto- ja kiinteistöyhtiöiden sekä isännöitsijätoimistojen kirjanpito on oma maailmansa. Tavallisesti tilitoimistot hoitavat monien eri alojen yritysten kirjanpitoa. Alan tunteminen merkitsee sitä, että tunnemme hyvin asiakkaidemme tarpeet.” Hän myös korostaa, että juuri erikoistuminen on mahdollistanut Dextilin voimakkaan kasvun. (Sillanpää 2014.)

## 5.5 Markkinointiviestintä

Yrityksen tuotteet pitää saada jotenkin kohderyhmän tietoon. Markkinointiviestinnällä saadaan viesti perille asiakkaille, luodaan kysyntää ja muutetaan kysyntä rahaksi. (Hesso 2015, 119.) Markkinointiviestinnällä tehdään yritys ja sen tuotteet näkyväksi ja asiakkaat voivat löytää ne. Sillä sekä luodaan mielikuvaa tuotteista että vaikutetaan kysyntään. Markkinointiviestinnällä pyritään vaikuttamaan tietoon, tunteisiin ja toimintaan. Ensin pyritään saamaan tieto tuotteesta asiakkaiden saataville. Asiakkaiden pitää ymmärtää tuotteen edut ja osata käyttää sitä. Lisäksi heidän pitää osata ostaa oikea tuote itselle. Tiedon jälkeen asiakas pitää saada arvostamaan tuotetta ja tuntemaan, että tuote on kilpailijoita parempi. Näiden jälkeen asiakas todennäköisesti siirtyy toimintaan ostaa tuotteen, käyttää sitä ja toivottavasti suosittelee muille. (Bergström & Leppänen 2011.) Markkinointia suunnitellessa kannattaa siis miettiä valmiiksi muutama tärkein tuotteen tai palvelun vahvuus tai ominaisuus, joka houkuttelee asiakkaita. Näitä kannattaa tuoda esille kaikissa esitteissä ja muussa markkinointimateriaalissa. Jos mahdollista, kannattaa antaa esimerkki siitä miten asiakas hyötyy. Jos hyöty on taloudellista, kannattaa se

tuoda esille vaikka yksinkertaisen laskelman avulla. (Uusyrittyskeskus 2016.) Yksinkertaisesti sanottuna asiakkaalle pitää kertoa syy ostaa juuri tältä yritykseltä.

Markkinointiviestintään kuuluu varsinainen mainonta sekä lehdissä että sähköisessä mediassa, mutta siihen kuuluu myös henkilökohtainen myyntityö. Se voi olla myös erilaisia myyntikampanjoita tai – kilpailuja tai osallistumista alan tapahtumiin. (Bergström & Lepänen 2011.) Markkinointiviestintää on myös PR, jota jotkut pitävät jopa varsinaista mainontaa tehokkaampana, koska tieto välittyy usein toisen käyttäjän tai asiantuntijan kautta. Kyselyssäni korostui erittäin tehokkaana keinona asiakkaiden saamiseen toisilta saadut suositukset eli ns. puskaradio. Suhteet kannattaakin pitää kunnossa ja pyytää asiakkaita kertomaan palveluista omille kontakteilleen, koska puskaradio on yksi parhaista mainontakanavista. Kun tyytyväiset asiakkaat saadaan suosittelemaan palveluja omalle lähipiirilleen, saadaan asiakkaita vaivattomasti ja edullisesti. Asiakkaat myös uskovat tuttavansa kehuja helpommin kuin mainoksia. Puskaradiota voi itse yrittää hieman vauhdittaa erilaisilla keinoilla. Yksi kotisiivousalalla toimiva yrittäjä sanoikin että hänellä antaa nykyiselle asiakkaille jonkin ylimääräisen palvelun, esimerkiksi saunan pesun, ilmaiseksi jokaisesta uudesta asiakkaasta. Toki hän määrittelee siihen tarkat ehdot, mutta monet asiakkaat ovat innostuneet tästä, ja näin hän onkin saanut hyvän asiakaspohjan.

Henkilökohtainen kontakti on tehokas markkinointikeino. Toisaalta se on myös yksi vaikeimmista keinoista, koska vieraiden ihmisten lähestyminen myymällä jotain ei ole luontaista ihmisille. Helposti ajattelemme, että ihmisten lähestyminen on vaikeaa ja että jos joku ei osta meiltä, se on täysin oma vikamme. Usein kuitenkin hylkäys saattaa johtua asiakkaasta itsestään. Tämän ymmärtäminen voi helpottaa myyntityötä. (Kokonaho 2011.) Koska henkilökohtainen kontakti on tehokas keino, kannattaa sitä kokeilla uusien asiakkaitten saamiseksi positiivisessa hengessä ja rohkeasti.

Nykyään mainonta on siirtynyt paljon verkkoon. Tv-mainonta on kallista eikä pienten yritysten useinkaan kannata käyttää sitä. Lehtimainonta taas on vaikea optimoida tälle asiakaskunnalle. Ainoastaan alan lehdissä voisi olla järkevää mainostaa. Verkossa on mahdollista mainostaa Facebook-ryhmissä, Twitterissä tai LinkedInissä. Voi kirjoittaa blogia tai asiantuntijatekstejä esim. WhitePaper-palveluun. On mahdollista ladata videoita omille nettisivuille tai videopalveluihin. (Hesso 2015, 123.)

Nykyaikana kaikilla vakavasti otettavilla yrittäjillä kannattaa olla Internetsivut ja se on hyvä paikka mainostaa omia tuotteita. Sitä kautta voi saada uusia asiakkaita ja vahvistaa



asiakkaiden luottamusta yritykseen. (Bergström & Leppänen 2011.) Monet tulevat nykyään kotisivuille erilaisten hakukoneiden kautta, joista suosituin on varmastikin Google. Nettisivut kannattaa optimoida niin, että hakukoneet löytävät ne. Verkkosivujen koodeja, tekstiä ja rakennetta muokataan niin, että ne nousevat hakutuloksissa korkealle. Ulkopuoliset nettisivujen tekijät optimoivat ne pyynnöstä. (Bergström & Leppänen 2011.) Internetistä on myös mahdollista ostaa mainontaa. Suosituilla sivuilla myydään tilaa sivuja yläpalkkeihin ja näitä klikkaamalla asiakas pääsee yrittäjän nettisivulle. Internetmainonnan hinta riippuu yleensä siitä, kuinka suosittu nettisivu on.

Yksi kennelalan yrittäjä sanoi, että nykypäivänä Facebook on heille markkinointikanavana aivan ykkönen. Siellä voi tiedottaa syntyvistä pentueista ja laittaa sinne kuvat pennuista. Näin pennut löytävät uuden kodin edullisesti ja nopeasti entisen kalliin ja hitaan lehtimainonnan sijasta. Tilitoimisto voi ajatella tiedottavansa erilaisista alan asioista omalla Facebook-kanavallaan säännöllisesti. Se lisää asiakkaan luottamusta tilitoimiston ammattitaitoon.

Kyselyni perusteella huomasin, että pienyrittäjillä korostuu henkilökohtainen myyntityö ja omat kontaktit. He käyttävät myös enemmän edullisempia markkinointitapoja kuten sosiaalista mediaa. Yritystoiminnan kasvaessa on resursseja enemmän ja tällöin on mahdollista käyttää ulkopuolista mediaa hyväksi sekä osallistua erilaisiin tapahtumiin kuten messuille.

## **6 Yrityksen talous**

### **6.1 Yrityksen talouden suunnittelu**

Talouden suunnittelu on yksi tärkeimmistä liiketoiminnan suunnittelun osa-alueista. Kannattavuuslaskelmat ovat tärkeitä, koska niiden avulla voidaan laskea yrityksen tuotteille ja palveluille oikea hintataso. Hinnan pitää olla sellainen, että niistä jää yrittäjälle katetta ja myös verojen ja muiden kulujen jälkeen voittoa. Samalla kuitenkin hintojen tulee pysyä asiakkaille houkuttelevina. Yrityksen taloudellisten riskien hallintaan kannattaa jo perustamisvaiheessa pyrkiä löytämään asiantuntijakumppaneita, joiden avulla voidaan löytää malli kannattavaan liiketoimintaan ja ehkäistä taloudellisia vaikeuksia jo ennalta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Talouden suunnitteluun kuuluu se, että tiedetään tarkasti yrityksen senhetkinen tila. Tässä täytyy ottaa huomioon yrityksen kulurakenne ja toimintojen kannattavuus. Eri asiakkaiden tuomia tuottoja täytyy tarkastella eli miettiä sitä, kuinka paljon asiakas vaatii aikaa ja mitä se tuottaa. Palveluiden tarjoamisessa täytyy miettiä, ovatko asiakassuhteet kannattavia ihan samalla tavalla kuin mietitään jonkin tavaran katetta. Kun nykytilanne tiedetään, on helpompi tehdä jatkossa hyviä päätöksiä ja hinnoitella palvelu kannattavaksi. Nykyään kilpailu on kovaa, joten omaa toimintaa kannattaa siis jatkuvasti kyseenalaistaa ja miettiä, voiko jonkin asian tehdä kustannustehokkaammin.

Monet yritykset haluavat lähteä liikkeelle pienestä ja kasvaa vähitellen. Tavoitteena on usein hyvän rahoitusaseman säilyttäminen ja velkaantumisen välttäminen. Kannattavuuslaskelma kannattaakin tehdä mahdollisimman realistiseksi ja laskea kustannukset sekä perustamisvaiheessa että mielellään myös parin vuoden päähän. Ennustaminen on tietysti yrityksen perustamisvaiheessa erittäin hankalaa, mutta auttaa kuitenkin jäsentämään uhkia ja mahdollisuuksia. Kannattaa myös miettiä tarkkaan mahdollista lisärahoitusta. Joskus lisärahoitus takaa hyvän alun ja näin yritys pääsee vauhtiin nopeasti.

Yrityksellä on paljon erilaisia kuluja otettavana huomioon laskelmissaan. Menoja tuottavat palvelujen markkinointi, mainonta tai muu myynninedistäminen. Henkilöstöä pitää kouluttaa, mahdollisesti tilata alan lehtiä tai maksaa jäsenmaksua alan liittoihin kuulumisesta. Toimitiloista syntyy vuokra-, sähkö- ja muita ylläpitokuluja. Yritykselle pitää ottaa alasta riippuen erilaisia vakuutuksia sekä tilata muita ulkopuolisia palveluita, kuten kirjanpitoa. Henkilöstön palkkojen lisäksi saattaa olla matka- tai edustuskuluja. (Hyypä 2016.)

## 6.2 Yrityksen kannattavuuslaskelmat

Jotta yrityksen toiminta on mahdollista pitkällä aikajänteellä, on sen tuotettava voittoa ja oltava kannattavaa. Liiketoiminnan tarkoitus on yleensä tuottaa voittoa omistajilleen, ellei yhtiöjärjestyksessä ole toisin määrätty. Kannattavuus on lyhyesti sitä, että yritys pystyy maksamaan kaikki velvoitteensa ja kustannuksensa ja omistajille jää niiden jälkeen riittävästi voittoa. Yritystaloudessa tunnetuin kannattavuuden käsite on voitto tai tappio. Kannattavuuslaskelmilla pyritään saamaan käsitys siitä kuinka kannattava yritys oikeasti on sekä määrittelemään kriittinen piste, jossa tulot riittävät menoihin (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Kannattavuuslaskelma yksinkertaisimmillaan on menojen vähentämistä tuotoista. Myyntikate saadaan, kun vähennetään tuotteiden tai palvelujen hankkimisesta aiheutuneet kustannukset niiden myynnistä saaduista tuloista. Jos rahaa jää yli, on tuon yksittäisen palvelun tai tuotteen myyminen kannattavaa. Yksittäisen tuotteen myyntikatteen laskeminen ei kuitenkaan pelkästään riitä, koska yrityksellä on yleensä myös kiinteitä kuluja ja tulojen pitää kattaa myös ne. Eli saadusta myyntikatteesta vähennetään vielä kiinteät kustannukset, saadaan yrityksen todellinen kannattavuus. (Tenhunen 2013b.)

Tulojen ja menojen suhdetta on hyvä seurata, mutta pelkkä kuukausittaisten tulojen ja menojen suhteen vertailu ei yleensä riitä. Erityisen hyödyllistä on kun raportoinnissa voidaan kohdentaa juuri tiettyyn tuottoon liittyneet hankkimiskustannukset. (Tenhunen 2013b.) Näin voidaan seurata yrityksen eri osa-alueiden kannattavuutta ja selvittää mikä osa kannattaa hyvin tai vaihtoehtoisesti on tappiollinen. Näin voidaan suunnata resursseja hyvin kannattaviin osiin, lopettaa tappiollinen toiminta ja näin maksimoida tulos.

Kannattavuus ilmoitetaan usein myös prosentteina. Tällöin lasketaan yrityksen tuloksen, eli voiton tai tappion, ja liikevaihdon suhde. Tämä luku soveltuu hyvin yrityksen kehityksen seuraamiseen pitkällä aikajänteellä. Jos huomataan, että kannattavuus on laskussa, voidaan tehdä toimenpiteitä joilla se saadaan jälleen nousuun. Kannattavuutta prosentteina voidaan jossain määrin käyttää saman toimialan yritysten väliseen vertailuun. (Opetushallitus 2016.) Eri toimialoissa toimintaympäristö ja kustannukset yleensä vaihtelevat kovasti, joten tämän tunnusluvun käyttäminen ei yleensä ole mielekäästä toimialojen välillä.

### 6.3 Budjetointi

Budjetti on yrityksen rahamääräinen toimintasuunnitelma, jonka tarkoituksena on luoda kokonaiskuva yrityksen toiminnasta tulevaisuudessa. Se on yrittäjän työkalu oman yrityksen talouden suunnitteluun ja seurantaan eli johtamisen ohjausväline. Se helpottaa toiminnan suunnittelemista, tavoitteiden määrittämistä ja resurssien jakamista oikein. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.) Budjetointi auttaa suuntaamaan toimintaa sekä jälkikäteen arvioimaan sitä.

Budjetointiin liittyy kolme erillistä prosessia, suunnittelu, toteutus ja valvonta. Budjetin suunnittelun ja toteuttamisen lisäksi sitä pitää seurata. Kun seurannassa huomataan,

ettei tavoitteisiin yllätä, voidaan suunnitella korjaavia toimenpiteitä. Näin budjetti ja sen seuranta auttaa varautumaan etukäteen mahdollisiin tulossa oleviin ongelmiin tai mahdollisuuksiin. Budjetoinnin avulla yrittäjä kykenee arvioimaan etukäteen riittääkö yrityksen tekemä tulos yritystoimintaan sen omilla varoilla vai tarvitaanko lisärahoitusta. Näin voi miettiä omien tuotteiden ja palvelujen hinnoittelua ja riittävyttä yrityksen toimintaa. Myös mahdollinen lisärahoitus voidaan siis käydä neuvottelemassa silloin kun taloustilanteessa on hallinnassa ja neuvotteluvaraa on. (Manninen 2013.)

Budjetoinnilla voidaan vaikuttaa henkilöstön sitouttamiseen. Budjetti ja sen toteutumisen seuranta motivoi ihmisiä saavuttamaan tavoitteita. Isommissa yrityksissä budjetti saateen laatia alhaalta ylöspäin, niin että jokainen osasto asettaa itselleen tavoitteet ja niistä kootaan yrityksen koko budjetti. Tämä sitouttaa henkilöstöä paremmin tavoitteisiin kuin se, että tavoitteet asetetaan pelkästään ylhäältäpäin.

Budjettikausi on yleensä tilikauden mittainen, mutta usein se jaetaan neljännesvuosi- tai kuukausibudjeteiksi. Vuosibudjetin lisäksi voi tehdä keskipitkän aikavälin budjetin esimerkiksi kahdeksi tai kolmeksi vuodeksi ja pitkän aikavälin budjetin jopa kymmeneksi vuodeksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.) Pääbudjetti koostuu osabudjeteista. Isoissa yrityksissä laaditaan yleensä monia erilaisia osabudjetteja, jotka kootaan yhdeksi budjettiksi. Erilaisia osabudjetteja ovat esimerkiksi myynti-, osto-, varasto- tai valmistusbudjetti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.) Pienemmissä riittää, että pystyy määrittelemään tulot ja menot mahdollisimman tarkkaan ottaen huomioon kaikki kiinteät kulut, palkkakulut ja toistuvat maksut (Manninen 2013.)

Erilaisia budjetointitapoja ovat kiinteä budjetti, tarkistettava budjetti, rullaava budjetti sekä liukuva budjetti (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016). Kiinteä budjetti on tavallisin ja se tarkoittaa laskelmaa, joka tehdään kerran vuodessa koko seuraavaa budjettikautta varten. Tässä pitäydytään ja tulosta verrataan siihen. Tarkistettava budjettikin tehdään koko seuraavaa budjettikautta varten, mutta sitä korjataan määrätyin väliajoin loppukauden osalta. Muutoksiin voidaan reagoida kesken kauden ja varautua. Nopeasti muuttuvilla markkinoilla toimivalle yritykselle rullaava budjetti sopii parhaiten. Siinä jokaisen kuukauden tai vuosineljänneksen jälkeen budjettiin sisällytetään uusi kuukausi tai vuosineljännes. Näin budjetoitavan kauden päätöstä siirretään säännöllisesti eteenpäin. Usein lähin puolivuotiskausi budjetoidaan tarkasti ja seuraava summittaisemmin. Rullaava budjetti mahdollistaa toiminnan jatkuvan seurannan esim. vuodeksi eteenpäin, mutta toisaalta

sen ylläpitäminen vaatii jatkuvaa työtä ja näin ollen lisää kustannuksia. Liukuvassa budjetissa kiinteät kulut budjetoidaan vakiomääräisinä, mutta muuttuvat kulut toteutuvan toiminta-asteen mukaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Budjetointi aloitetaan yleensä osabudjettien laatimisella. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi myynti-, osto- tai varastobudjettia. Tämän jälkeen näistä kootaan pääbudjetit. Nämä korjataan ja täydennetään asetettujen tavoitteiden mukaisiksi. (Yrityssuomi 2015.) Olemassa olevan yrityksen budjettia tehdessä kannattaa käyttää apuna edellisten vuosien kirjanpitoa. Sieltä kannattaa panna merkille kausittaiset vaihtelut myynnissä sekä säännöllisesti toistuvat maksut, jotka ovat ajankohtaisia ensi vuonnakin. Kun kulut ja tuotot ovat tiedossa, voidaan suunnitelma tarkentaa kuukausitasolle. Jokin taulukkolaskenta-ohjelma auttaa suunnitelman tekemisessä. Internetistä on saatavilla myös ilmaisia ohjelmia. (Manninen 2013.)

Tulosbudjetin lisäksi kannattaa tehdä ainakin erillinen kassabudjetti, koska vuoden tuloksen lisäksi rahojen riittävyys pitää suunnitella. Kassabudjettiin kirjataan oikeasti kassaan tulevat ja lähtevät rahat, joten sen perusteella nähdään konkreettisesti mistä raha yritykseen tulee ja minne se lähtee. (Manninen 2013.) Näin nähdään milloin yrityksen tilillä on enemmän rahaa ja milloin vähemmän eli miten yrityksen rahat oikeasti riittävät jokapäiväisen liiketoiminnan hoitamiseen. Kassabudjetin avulla hankintoja voi ajoittaa sopivaan ajankohtaan sekä miettiä millaisia maksuaikoja asiakkaille kannattaa antaa. Jos huomataan, että jossain vaiheessa kassassa näyttää olevan vähän rahaa, voidaan etukäteen miettiä mahdollista ulkopuolista rahoitusta. (Manninen 2013.)

#### 6.4 Investoinnit

Investoinnilla tarkoitetaan menoa, josta odotetaan tuloja useamman vuoden aikana. Monet yritykset ovat kaatuneet virheellisiin investointipäätöksiin. Jos siis yrityksellä on suurempia investointeja tiedossa, on niiden kannattavuus hyvä laskea etukäteen (Vierros 2016.)

Investointipäätökset edellyttävät tarkkaa harkintaa ja huolellista valmistelua, koska investoinnit vaikuttavat merkittävästi yrityksen toimintaan. Ne ovat yleensä rahamääriltään suuria ja pitkävaikutteisia hankintoja ja niitä tarvitaan yrityksen toiminnan kehittämiseen.

Investointi voi olla reaali-investointi, jolloin raha käytetään tuotannontekijöiden hankkimiseen. Se voi olla myös rahoitusinvestointi eli sijoitus vaikkapa osakkeisiin. Investoinnin tulee kuitenkin olla osa yrityksen strategian toteuttamista. (Tenhunen 2013a.)

Investointilaskelmissa pitää muistaa, että euro tänään on arvokkaampi kuin euro huomenna. Tämän takia riski ja epävarmuus kasvaa sitä suuremmaksi mitä pidempi suunnittelukausi on.

## 6.5 Pääoman tarve

Pääoman tarve yritystoimintaa aloitettaessa saattaa yllättää. Rahaa tarvitaan jo ennen yritystoiminnan käynnistämistä moniin kuluihin ja alkuinvestointeihin. Yritystoimintaan tarvitaan yleensä käteistä rahaa ja sekä ensimmäisten toimintakuukausien rahoittamiseen ennen yritystoiminnasta alkaa syntyä tulosta. Monesti alkuun tarvitaan rahaa koneiden tai materiaalien hankintaan. Tai myytävistä tuotteista saatetaan tarvita mallikappaleita ennen kuin sitä voidaan lähteä markkinoimaan. Niiden teettäminen maksaa ja tähän on hyvä varautua etukäteen.

Ennen yritystoiminnan aloittamista kannattaa siis miettiä mitä investointeja yritystoiminnan käynnistäminen vaatii sekä millaisia toimitiloja tarvitaan. Usein ne kannattaa vuokrata, mutta joillain alueilla omistaminen voi olla järkevämpää. Useat yritykset tarvitsevat koneita, ohjelmistoja tai kalusteita, joten niiden hankkimiseen pitää riittää rahat.

Pienyrittäjille suunnattuja rahoitusmuotoja ovat perinteisten pankkilainojen lisäksi Finliveran pien- ja naisyrittäjälainat sekä TE-keskusten investointi, kehittämis- ja EU-tuet. Lisäksi rahoitusta voi saada keksintösäätiöiltä, vakuutusyhtiöiltä tai bisnesenkeleiltä.

Aloittava yrittäjä voi hakea TE-keskuksesta starttirahaa. TE-keskuksen mukaan starttirahaa voi saada joko työtön työnhakija tai muun muassa palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä kokoaikaiseksi yrittäjäksi siirtyvä henkilö. Tuen saamisen edellytys on päätoiminen yrittäjyys sekä se, että yrittäjällä on riittävät valmiudet kannattavaan yritystoimintaan. (TE-keskus 2015.) Starttirahaa ei saa automaattisesti jokainen, vaan se on harkinnanvarainen etuus. TE-toimisto selvittää yrityksen elinmahdollisuudet tarkastelemalla alueen markkinatilannetta, ettei se tuen takia vääristy. Tarkoitus on kuitenkin, että myös olemassa olevien yritysten kilpailutilanne ei vaikeudu kohtuuttomasti. Tärkeää on myös se, että yritystoiminta aloitetaan vasta sen jälkeen, kun tuki on myönnetty.

Starttirahan määrä vuonna 2016 oli 32,68 euroa päivältä eli vajaat 700 euroa kuukaudessa. Tämän lisäksi joidenkin TE-keskusten alueella voi saada harkinnanvaraista lisäosaa. Starttirahaa maksetaan sen aikaa, kuin yritystoiminnan vakiinnuttaminen arviolta kestää, kuitenkin korkeintaan 18 kuukauden ajan. (TE-keskus 2016.)

Finnvera Oyj on Suomen valtion omistama erityisrahoitusyhtiö, jonka toimintaa ohjaa ja valvoo työ- ja elinkeinoministeriö. Finnveran täydentää rahoitusmarkkinoita tarjoamalla suomalaisille pk-yrityksille lainoja, takauksia ja pääomasijoituksia sekä vientiyrityksille vientitakuita ja vientiluottojen rahoitusta. Valtio on asettanut Finnveralle tavoitteeksi yritystoiminnan lisäämisen, pienten ja keskisuurten yritysten rahoituksen mahdollistamisen sekä yritysten kasvun, kansainvälistymisen ja viennin edistämisen. (Finnvera 2015.)

Teknologian kehittämiskeskus Tekes rahoittaa erilaisin avustuksin ja lainoin yritysten kehitysprojekteja, joilla tavoitellaan kasvua ja liiketoiminnan uudistamista. (Tekes 2016.) Elinkeino-, liikenne – ja ympäristökeskus eli ELY-keskus myöntää yrityksen kehittämisavustusta sekä yritysten toimintaympäristön kehittämisavustuksia. Yrityksen kehittämisavustuksia voi hakea jatkuvasti, mutta toimintaympäristötukia haetaan viranomaisten määrittelemänä hakuaikoina. (ELY-keskus 2016.)

Myös vakuutusyhtiöt myöntävät lainoja investointeihin, yrityskauppoihin, omistuksen ja rahoituksen uudelleenjärjestelyt sekä käyttöpääomatarpeisiin. Jotkin vakuutusyhtiöt tarjoavat pienyrityksille rahoituspalvelua saatavien rahoitukseen. Usein laina on joko sijoituslaina tai takaisinlaina. Yleisin luottomuoto on TyEL-takaisinmaksulaina. Se tarkoittaa sitä, että asiakkaan maksamista TyEL-maksuista osa rahastoituu ja kertynyt rahasto on tarvittaessa takaisinlainattavissa. Ne ovat käytettävissä toki vasta sitten, kun rahastoon on kertynyt pääomaa. TyEL-lainat soveltuvat hyvin pitkäaikaiseen rahoitukseen ja ovat hinnaltaan usein edullisia. (Yrittäjät 2016.)

Bisnesenkelit ovat yksityisiä pääomasijoittajia ja yrittäjiä, jotka sijoittavat pääasiassa omalla pääomallaan kasvuyrityksiin. He auttavat yrittäjiä tuomalla verkostonsa ja osaamisensa kohdeyrityksen avuksi. (Bisnesenkelit 2016.)

## 6.6 Kirjanpito ja tilintarkastus

Kirjanpito kuvaa yrityksen rahaliikennettä. Siihen rekisteröidään yrityksen tulot ja menot. Yritysten verotus perustuu luotettavaan kirjanpitoon ja verot maksetaan sen osoittaman tuloksen mukaan. Kirjanpidon ja verotuksen säädökset poikkeavat toisistaan, joten verotusta ei voi toimittaa suoraan kirjanpidon pohjalta, vaan siihen tehdään ensin oikaisut. (Vero 2011.)

Kirjanpitolain mukaan kirjanpitovelvollisia ovat avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö, osuuskunta, yhdistys, säätiö ja muu yksityisoikeudellinen oikeushenkilö; sekä uskonnonvapauslain (453/2003) 2. luvussa tarkoitettu rekisteröity uskonnollinen yhdyskunta ja sen rekisteröity paikallisyhteisö. (Kirjanpitolaki L30.12.1997/1336, 1 §.)

Ammatinharjoittajalle riittää yhdenkertainen kirjanpito, mutta osakeyhtiön, osuuskunnan ja liikkeenharjoittajan on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa. (Salin 2012.) Kahdenkertaisessa kirjanpidossa jokainen liiketapahtuma kirjataan kahdelle tilille, yhden tilin debetpuolelle ja toisen kreditpuolelle. Kirjauksen debetpuoli on yhtä suuri kuin kreditpuoli. Kirjanpidon perusteella osakeyhtiö ja osuuskunta laativat tilikauden tuloslaskelman ja taseen liitetietoineen ja tase-erittelyineen. Kirjanpidon tositteet pitää päivätä ja numeroida ja niiden olisi hyvä olla aikajärjestyksessä. Käteismaksut pitää kirjata päivittäin, mutta muita kirjauksia voi tehdä harvemmin. Kirjanpitomerkinnot on tehtävä selvästi ja pysyvästi. Tilinpäätös on laadittava neljän kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. (Salin 2012.)

Tasekirja, tase-erittelyt, pääkirjat ja tililuettelo on säilytettävä vähintään 10 vuotta tilikauden päättymisestä. Tilikauden tositteet ja muu kirjanpitoaineisto täytyy säilyttää vähintään 6 vuotta tilikauden päättymisestä. (Vero 2011.)

Tilinpäätös on tilikaudelta tehtävä laskelma, jossa selvitetään yrityksen tulos ja varallisuusasema eli varat ja velat ja se laaditaan kirjanpidon perusteella. Tilinpäätös sisältää tuloslaskelman ja taseen. Suurilta yrityksiltä ja pörssiyrityksiltä vaaditaan myös rahoituslaskelma ja toimintakertomus. Tilinpäätös on tehtävä neljän kuukauden kuluttua tilikauden päättymisestä ja se on aina ilmoitettava kaupparekisteriin (Salin 2012.)

Tuloslaskelma kuvaa miten tilikauden tulos on muodostunut, mutta se ei kerro liiketoiminnan kassavirtaa. Tuloslaskelmasta nähdään sekä tulojen määrä että se, mihin rahaa on kulunut. Siinä näkyy myös tilikauden tulos, joka voi olla joko voitollinen tai tappiollinen.



Tuloslaskelman erien osuudet vaihtelevat huomattavasti toimialoittain. (Yrityssuomi 2015.)

Tuloslaskelman lisäksi tilinpäätökseen sisältyy tase, joka mittaa omaisuuden ja velkojen arvoa tilinpäätöspäivänä. Se kertoo liiketoiminnan varat ja velat kauden alussa ja lopussa. Vähentämällä varoista velat saadaan laskettua yrityksen nettovarallisuus. Taseesta ei näe yrityksen kassavirtaa, vaan se lasketaan erikseen. (Yrityssuomi 2015.)

Tilintarkastuksen perustana on yrityksen lakisääteinen velvollisuus kertoa toiminnastaan. Tämän velvollisuuden täyttymistä on vaikea valvoa, joten on hyvä valita tilintarkastaja varmistamaan toiminnan asianmukaisuus. (Tomperi 2015, 7.) Tilintarkastus on yrityksen riippumatonta tutkimusta.

Tilintarkastuslaki vaatii, että yhteisössä ja säätiössä on valittava tilintarkastaja ja toimittava tilintarkastus. Tämä voidaan jättää tekemättä toimintaansa aloittavassa yrityksessä sekä niissä yrityksissä, joissa sekä päättyneellä että sitä välittömästi edeltäneellä tilikaudella on täytynyt enintään yksi seuraavista edellytyksistä:

1. taseen loppusumma ylittää 100 000 euroa
2. liikevaihto tai sitä vastaava tuotto ylittää 200 000 euroa tai
3. palveluksessa on keskimäärin yli kolme henkilöä.

(Tilintarkastuslaki L18.9.2015/1141. 2 §.)

Tilintarkastajaksi voidaan valita vain hyväksytty tilintarkastaja. Tilintarkastuslaissa tilintarkastajalla tarkoitetaan vain hyväksyttyä HT- tai KHT-tilintarkastajaa sekä tilintarkastusyhteisöä. (Tilintarkastuslaki L18.9.2015/1141. 2 §.) Pienillä yhtiöillä ja osuuskunnilla ei ole lakisääteistä tilintarkastusvelvollisuutta, mu monet käyttävät sitä vapaaehtoisesti. Tilintarkastus varmistaa, että tilinpäätös ja mahdollinen toimintakertomus antavat oikeat tiedot. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.) Tilintarkastus on suoritettava, jos lain vaatimukset täyttyvät tai jos yhtiöjärjestyksessä niin määrätään. Osakeyhtiön perustamisasiakirjoissa ei kuitenkaan tarvitse määrätä tilintarkastajista. (Vero 2011.)

Kyselyni perusteella tilitoimisto valitaan usein maineen ja hinnan perusteella. Mainetta selvitettäessä on kuunneltu sekä toisia yrittäjiä että haettu tietoa Internetistä. Kirjanpitäjältä odotetaan proaktiivista ja neuvovaa otetta sekä säännöllistä yhteydenottoa asiakkaaseen. Hänen myös odotetaan pysyvän ajan tasalla erilaisista säädöksistä.

## 7 Yhteenveto ja johtopäätökset

### 7.1 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa perustettavalle tilitoimistolle liiketoimintasuunnitelma ja auttaa aloittavaa yrittäjää löytämään asiakkaita mahdollisimman nopeasti. Yrityksen perustamisessa on paljon eri asioita mietittävänä. Monet asiat vaikuttavat pitkälle tulevaisuuteen, joten ne on hyvä tehdä tarkkaan harkiten. Vanha sananlasku ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pitää paikkansa myös yrityksen perustamisessa. Kun pohjatyö on tehty hyvin, voidaan yritys saada varmemmin kannattavaksi ja yrittäjän on helpompi kehittää toimintaa vähitellen haluamaansa suuntaan.

Laki ei vaadi monilla aloilla yrityksen perustajalta mitään tiettyä pohjakoulutusta tai erityisiä lupia. Kaiken tekemäni työn jälkeen koen itse kuitenkin erittäin tärkeäksi, että yrittäjällä on sekä oman alansa vahva koulutus että mielellään kaupallista koulutusta. TE-keskus järjestää yrittäjäkoulutusta ja siihen kannattaa osallistua ehdottomasti. (TE-keskus 2016.) Suuri lisäetu on, jos yrittäjällä on lisäksi alaltaan vankka työkokemus sekä mielellään laaja työkokemus liike-elämästä. Kovin heppoisin perustein ei yrittäjäksi kannata ryhtyä.

Etukäteen ajattelin jotenkin, että markkinointi on yksi osa liiketoimintaa. Tätä opinnäytetyötä kirjoittaessani ja siihen tietoa hakiessani ymmärsin selvemmin, että markkinointi on oikeastaan koko yrityksen toimintaa, tavallaan sen ydin. Olen huomannut, että monissa yrityksissä markkinoinnilla on paljon valtaa ja markkinointipäällikkö saattaa olla vastuussa jopa koko yritystoiminnasta. Nyt ymmärrän paremmin, miksi näin on.

Nykypäivänä on onneksi saatavilla paljon apua yrityksen perustamiseen. Mielestäni on vanhanaikainen ajatus, että Suomessa yrittäminen on erityisen vaikeaa. Viranomaiset auttavat paljon ja monet asiat hoituvat automaattisesti viranomaisten välillä. He tarjoavat ajantasaisia oppaita ja yrittäjäkoulutusta. Jos yrittäjäksi aikoo, kannattaa kaikki apu ottaa vastaan.

### 7.2 Johtopäätökset

Aiheen valintaan vaikutti se, että itseäni kiinnosti miettiä olisiko itsestä joskus yrittäjäksi. Pitkän työuran jälkeen tuntuu, että jossain vaiheessa voisi ehkä kokeilla omia siipiä yrittäjänä. Halusin miettiä asioita tarkasti, jotta voisin saada kokonaiskäsityksen yrittäjyydestä. Aihe tuntui tällä hetkellä senkin takia erittäin kiinnostavalta, että tuttavapiirissäni on moni siirtynyt yrittäjäksi.

Itseni yllätti työn suuruus. Tietoa on saatavana todella paljon ja alkuun se tuntui ihanalta. Oli tunne, että apua on saatavilla helposti. Kun sitten aloin kahlaamaan tuota tietoa läpi huomasin, että sen läpikäyminen ja varsinkin soveltaminen omaan tilanteeseen on todella aikaa vievää ja haastavaa. Vaihtoehtoja on lopulta aika monia ja helposti iskee ahdistus siitä, että valitseeko varmasti oikein. Lisäksi niin monia asioita pitää ottaa huomioon. Yrityksen perustaja on lopulta kuitenkin yksin vastuussa kaikesta eikä neuvonantajia voi syyttää. Itse on tehtävä päätökset.

Tiedon runsaudessa on se ongelma, että asioita tulee helposti pohdittua liian laajasti. Tämäkin työ olisi pitänyt rajata tarkemmin. Jokaisesta osa-alueesta olisi voinut kirjoittaa vaikka kokonaisen kirjan. Opinnäytetyön tekeminen kokonaisuudessaan oli kuitenkin antoisaa, kun sai keskittyä aiheeseen, joka kiinnostaa ja joka saattaa muuttaa jopa omaa elämää.

Tätä kirjoittaessani opin paljon lisää yritystoiminnasta ja sain työstettyä omia yrittäjävalmiuksiani eteenpäin. Tämä yritys ei kuitenkaan tule toteutumaan. Opinnäytetyön edetessä huomasin, että markkinat muuttuivat kovaa vauhtia. Jotta vauhdissa olisi voinut pysyä mukana, olisi pitänyt olla itsekkin jo täydessä vauhdissa. Ohjelmistot kehittyivät jo niin paljon, ettei enää pitäisi verrata perinteisiä ja moderneja ohjelmistoja toisiinsa, vaan ennemminkin modernien ohjelmistojen erilaisia palvelupaketteja. Vaikka tämä työ ei toteudukaan, niin kuitenkin kaiken pohdinnan jälkeen kuva yrittäjyydestä selkeytyi ja ajatus itsestä yrittäjänä kytee edelleen.

## Lähteet

Airaksinen, Tiina 2009. Toiminnallinen opinnäytetyön kirjoittaminen. Toiminnallinen opinnäytetyö tekstinä. [Http://www.slideshare.net/TiinaMarjatta/toiminnallinen-opinnytety-tekstin](http://www.slideshare.net/TiinaMarjatta/toiminnallinen-opinnytety-tekstin). Luettu 8.10.2016.

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita, Helsinki.

Bisnesenkelit 2016. Mitä ovat bisnesenkelit. Suomen bisnesenkelit ry. [Http://www.bisnesenkelit.fi/](http://www.bisnesenkelit.fi/). Luettu 4.8.2016.

Booms, Bernard & Bitner, Mary Jo 2016. Value based Management.net. [Http://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_booms\\_bitner\\_7Ps.html](http://www.valuebasedmanagement.net/methods_booms_bitner_7Ps.html). Luettu 10.9.2016

Business Fellows 2012. Team-it-up! Palvelun kuvaus. [Https://www.businessfellows.com/palvelunkuvaus](https://www.businessfellows.com/palvelunkuvaus). Luettu 9.9.2016.

Hakanen, Matti 2004. Pk-yrityksen strategiatyö. Menestystekijöinä tieto, luovuus ja oppiminen. Multikustannus, Helsinki.

Herrala, Olli 2014. Taloushallinnossa pula ammattilaisista. Kauppalehti 15.10.2014. [Http://www.kauppalehti.fi/uutiset/taloushallinnossa-pula-ammattilaisista/M4v3xP9q](http://www.kauppalehti.fi/uutiset/taloushallinnossa-pula-ammattilaisista/M4v3xP9q). Luettu 6.6.2015.

Hesso, Johannes 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Helsingin seudun kauppamari, Helsinki.

Hirvonen, Elsi 2016. Markkinoinnin tavoitteiden asettaminen SMART-kaavan avulla. PowerMarkkinointi. [Http://www.powermarkkinointi.com/blogi/markkinoinnin-tavoitteiden-asettaminen-smart-kaavan-avulla](http://www.powermarkkinointi.com/blogi/markkinoinnin-tavoitteiden-asettaminen-smart-kaavan-avulla). Luettu 9.9.2016.

Järvenpää, Marko & Länsiluoto, Aapo & Partanen, Vesa & Pellinen, Jukka 2010. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. WSOYpro, Helsinki.

Kadziolka, Anja 2016. Näin asetat myyntitavoitteet vuodelle 2016. Bisneskoulu. [Http://www.bisneskoulu.fi/nain-asetat-myyntitavoitteet-2016/](http://www.bisneskoulu.fi/nain-asetat-myyntitavoitteet-2016/). Luettu 27.7.2016.

Hyypä, Jari-Pekka 2014. Budjetointi ja raportointi kasvun tukena. Talousverkko. [Http://www.talousverkko.fi/budjetointi-ja-talouden-raportointi/](http://www.talousverkko.fi/budjetointi-ja-talouden-raportointi/). Luettu 8.8.2015.

Kaihovaara, Antti 2014. Myyntitavoite vedetään liian usein hatusta. Myyntisyke. [Http://www.myyntisyke.fi/blogi/2014/09/25/2](http://www.myyntisyke.fi/blogi/2014/09/25/2). Luettu 27.7.2016.

Kansaneläkelaitos 2016. Työterveyshuolto. Työnantajat. [Http://www.kela.fi/tyoterveyshuolto](http://www.kela.fi/tyoterveyshuolto). Luettu 4.8.2016.

Karjaluoto, Heikki 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. WSOYPro, Helsinki.

Kirjanpitolaki L30.12.1997/1336. Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336). Luettu 20.6.2016.

Kivistö, Satu 2016. Tehokasta viestintää – projektipäällikön haasteet. Sidosryhmäanalyysi. [Http://kielipuu.fi/blog/tag/sidosryhmanalyysi/](http://kielipuu.fi/blog/tag/sidosryhmanalyysi/). Luettu 20.6.2016.

Kokonaho, Tommi 2011. Myynnin ajokortti. Helsingin seudun kauppakamari, Helsinki.

Kuisma, Jouko 2015. Mainetta ja tulosta – yritys vastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. ST-Akatemia, Helsinki.

Lahti, Sanna & Salminen Tero 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa – sähköiset talouden prosessit käytännössä. WSOYpro, Helsinki.

Lojander, Taina & Suonpää, Jani 2005. Firma. Käytännön yritystoiminta. Otava, Helsinki.

Lyytinen, Eeva 2010. Taloushallinnon ohjelmistojen vertailu 2010. Taloushallintoliitto, Helsinki.

Manninen, Mira 2013. Onko vuoden 2014 budjetointi vielä tekemättä? Talous haltuun - Auria Yrityslaskenta. [Http://blogi.auriayrityslaskenta.fi/bid/190910/Onko-vuoden-2014-budjetointi-viel-tekem-tt](http://blogi.auriayrityslaskenta.fi/bid/190910/Onko-vuoden-2014-budjetointi-viel-tekem-tt). Luettu 15.11.2015.

Martikainen, Virpi 2010. Strategiatyö pk-yrityksissä. Digital Media Finland. [Http://www.digitalmedia.fi/strategiatyo-pk-yrityksissa/](http://www.digitalmedia.fi/strategiatyo-pk-yrityksissa/). Luettu 11.8.2015.

Mikkonen, Hannu 2012a. Sidosryhmät-ajatusmalli. Asiakaslähtöinen myynti ja markkinointi. [Http://merkonomi.hannumikkonen.com/markkinointi/sidosryh.html](http://merkonomi.hannumikkonen.com/markkinointi/sidosryh.html)

Mikkonen, Hannu 2012b. Yrityksen toiminta-ajatus. Yritystoiminta. [Http://yritys.hannumikkonen.com/yrikoulu/toimajat.html](http://yritys.hannumikkonen.com/yrikoulu/toimajat.html). Luettu 15.11.2015.

Netvisor 2016. Sähköinen taloushallinto auttaa keskittymään omaan liiketoimintaan. Sähköinen taloushallinto. [Https://netvisor.fi/palvelut/sahkoinen-taloushallinto/](https://netvisor.fi/palvelut/sahkoinen-taloushallinto/). Luettu 9.9.2016.

Nokia 2015. Vuosikertomus 2014.

Opetushallitus 2016a. Lisämateriaali: Keskeiset tunnusluvut. Välineosaaminen. [Http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/lisamateriaali\\_keskeiset\\_tunnusluvut.html](http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/lisamateriaali_keskeiset_tunnusluvut.html). Luettu 9.9.2016.

Opetushallitus 2016b. Mikä on liiketoimintasuunnitelma? Liiketoimintasuunnitelma. [Http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/addcollapsing.asp?file=yristoiminnan\\_kehittamisessa\\_tarvitaan\\_liiketoimintasuunnitelmaa.htm](http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/addcollapsing.asp?file=yristoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm). Luettu 11.9.2016.

Opetushallitus 2016c. Millaisia ominaisuuksia yrittäjältä vaaditaan. Etälukio. [Http://www02.ooph.fi/etalukio/yhteiskuntaoppi/taloustieto/yritykset\\_5.html](http://www02.ooph.fi/etalukio/yhteiskuntaoppi/taloustieto/yritykset_5.html). Luettu 5.6.2015.

Opetushallitus 2016d. SWOT-analyysi. Menetelmiä ja työvälineitä. [Http://www.ooph.fi/saadokset\\_ja\\_ohjeet/laadunhallinnan\\_tuki/wbl-toi/menetelmia\\_ja\\_tyovalineita/swot-analyysi](http://www.ooph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi). Luettu 9.9.2016.

Oulun ammattikorkeakoulu 2015. Strategian toteuttaminen ja kehittäminen. Pk-yritysten johtamis- ja kehittämistyökalupakki, [Http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/strategiat.htm](http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/strategiat.htm). Luettu 20.7.2016.

Patentti- ja rekisterihallitus 2015. Mikä on Y-tunnus. Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. [Https://www.ytj.fi/mika-on-y-tunnus](https://www.ytj.fi/mika-on-y-tunnus). Luettu 4.3.2015

Patentti- ja rekisterihallitus 2016. Yrityksen perustajalle. Kaupparekisteri. [Https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yrityksen\\_perustajalle.html](https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yrityksen_perustajalle.html). Luettu 3.3.2016.  
Rope, Timo 1998. Business to business – markkinointi. WSOY, Porvoo.

Salin, Marjo 2012. Liikkeen- ja ammatinharjoittajan kirjanpitokirja. Verotieto, Vantaa.

Sillanpää, Timo 2014. Erikoistuminen nosti Dextilin kasvuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. [Http://www.jamk.fi/fi/Tietoa-JAMKista/Materiaalit/Asiakaslehti-12014/Erikoistuminen-nosti-Dextilin-kasvuun/](http://www.jamk.fi/fi/Tietoa-JAMKista/Materiaalit/Asiakaslehti-12014/Erikoistuminen-nosti-Dextilin-kasvuun/) Luettu 4.5.2016.

Sipilä, Maria 2013. Kasvun sydän. Teknologiainfo Teknova, Helsinki.

Strelets, Svetlana 2013. Asiakastytyväisyyskysely tilitoimiston palveluista. Opinnäyte-työ. Turun ammattikorkeakoulu.

Suomen freelance-journalistit 2016. Työttömyysturva. Freetyön tietopankki. [Http://www.freet.fi/freetyon-tietopankki/sosiaaliturva-2/tyottomyysturva/](http://www.freet.fi/freetyon-tietopankki/sosiaaliturva-2/tyottomyysturva/). Luettu 11.9.2016.

Suomen Taloushallintoliitto 2015a. Kirjanpito- ja tilinpäätöspalveluiden liikevaihto kasvoi 3,0 prosenttia vuonna 2014. Ajankohtaista. [Http://www.taloushallintoliitto.fi/?x1745=1908536](http://www.taloushallintoliitto.fi/?x1745=1908536). Luettu 21.3.2015.

Suomen Taloushallintoliitto 2015b. Miksi ostaisit talouspalveluita auktorisoidulta tilitoimistolta? [Http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/](http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/). Luettu 21.3.2015.

Suomen Taloushallintoliitto 2016a. 47 tilitoimistoa auktorisoitiin. Ajankohtaista. [Https://taloushallintoliitto.fi/ajankohtaista/47-tilitoimistoa-auktorisoiitiin-08062016](https://taloushallintoliitto.fi/ajankohtaista/47-tilitoimistoa-auktorisoiitiin-08062016). Luettu 8.6.2016.

Suomen Taloushallintoliitto 2016b. Yritystalouden asiantuntijoita valmistui: 118 suoritti KLT-tutkinnon. Tiedotteet. [Https://taloushallintoliitto.fi/ajankohtaista/yritystalouden-asi-antuntijoita-valmistui-118-suoritti-kl-tutkinnon-14012016](https://taloushallintoliitto.fi/ajankohtaista/yritystalouden-asi-antuntijoita-valmistui-118-suoritti-kl-tutkinnon-14012016). Luettu 21.3.2016,

Tenhunen, Marja-Liisa 2013a. Johdon laskentatoimi eri laskentatilanteissa. Tilisanomat 20.8.2013. [Http://tilisanomat.fi/content/johdon-laskentatoimi-eri-laskentatilanteissa](http://tilisanomat.fi/content/johdon-laskentatoimi-eri-laskentatilanteissa). Luettu 15.9.2015.

Tenhunen, Marja-Liisa 2013b. Johdon laskentatoimen peruskäsitteet, menetelmät ja tekniikat. Tilisanomat 12.3.2013. [Http://tilisanomat.fi/content/johdon-laskentatoimen-perusk%C3%A4sitteet-menetelm%C3%A4t-ja-tekniikat](http://tilisanomat.fi/content/johdon-laskentatoimen-perusk%C3%A4sitteet-menetelm%C3%A4t-ja-tekniikat). Luettu 5.9.2016.

Tieke 2016. Miksi eli toiminta-ajatus? Sähköisen kaupankäynnin suunnittelu. [Http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=3441538](http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=3441538). Luettu 8.3.2016.

Tilintarkastuslaki L18.9.2015/1141. Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20151141](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20151141). Luettu 20.6.2016.

Tomperi, Soile 2016. Tilintarkastus. Normeista käytäntöön. Edita, Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2014. Yrittäjäksi kouluttautuminen. Aloittavan yrittäjän palvelut. [Http://te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan\\_yrittajan\\_palvelut/yrittajaksi\\_kouluttautuminen/index.html](http://te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/yrittajaksi_kouluttautuminen/index.html). Luettu 8.10.2015.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2016a. Budjetointi. Yrityksen perustaminen. [Https://www.yrityssuomi.fi/budjetointi](https://www.yrityssuomi.fi/budjetointi). Luettu 24.4.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2016b. Tilintarkastus. Yrityksen perustaminen. [Https://www.yrityssuomi.fi/tilintarkastus](https://www.yrityssuomi.fi/tilintarkastus). Luettu 24.4.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2016c. Yritysmuodot. Yrityksen perustaminen. [Https://www.yrityssuomi.fi/yritysmuodot](https://www.yrityssuomi.fi/yritysmuodot). Luettu 28.8.2016.

Ukko.fi 2016. Kuinka paljon palvelumaksu on? Laskuta ilman omaa yritystä. [Http://ohje.ukko.fi/knowledgebase/articles/242793-kuinka-paljon-palvelumaksu-on](http://ohje.ukko.fi/knowledgebase/articles/242793-kuinka-paljon-palvelumaksu-on). Luettu 11.9.2016.

Uusyrityskeskus 2011a. Kannattavuus. Liiketoimintasuunnitelma. [Https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=profitability](https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=profitability). Luettu 18.1.2016.

Uusyrityskeskus 2011b. Tuotteet ja palvelut. Liiketoimintasuunnitelma. [Https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business\\_plan&subpage=product\\_services](https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=product_services). Luettu 8.9.2016.

Uusyrityskeskus 2016. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016. [Http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/perustamisopas\\_suk\\_2016\\_sahkoinen.pdf](http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/perustamisopas_suk_2016_sahkoinen.pdf). Luettu 4.8.2016.

Vero 2010. Yritysmuodon muutos. Yritys- ja yhteisöasiakkaat. [Https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Liikkeen\\_ja\\_ammattinharjoittaja/Muutokset\\_toiminnassa/Yritysmuodon\\_muutos\(9865\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Muutokset_toiminnassa/Yritysmuodon_muutos(9865)). Luettu 8.8.2016.

Vero 2011. Kirjanpito ja tilintarkastus - osakeyhtiö ja osuuskunta. Yritys- ja yhteisöasiakkaat. [Https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio\\_ja\\_osuuskunta/Tuloverotus/Kirjanpito\\_ja\\_tilintarkastus\\_\\_osakeyhtio\(10872\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Tuloverotus/Kirjanpito_ja_tilintarkastus__osakeyhtio(10872)). Luettu 8.8.2016.

Vero 2013. Verohallinto toimittaa kaikki rekisteröitäväksi säädetyt tilinpäätöstiedot suoraan kaupparekisteriin. [Https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio\\_ja\\_osuuskunta/Veroilmoitus/Verohallinto\\_toimittaa\\_kaikki\\_rekisteroi\(9194\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Veroilmoitus/Verohallinto_toimittaa_kaikki_rekisteroi(9194)). Luettu 8.8.2016.

Vierros, Tuomo 2009. Investointilaskelmat. Aalto University Wiki. [Https://wiki.aalto.fi/display/TU22/8.+Investointilaskelmat](https://wiki.aalto.fi/display/TU22/8.+Investointilaskelmat). Luettu 6.6.2016

Viitala, Riitta & Jylhä, Eija 2007. Liiketoimintaosaaminen – Menestyvän yritystoiminnan perusta Osa 3, Yritystoiminnan organisointi ja resursointi. Edita, Helsinki.

Yrittäjät Sysmä 2013. Vieras pääoma. Yrittäjän Abc. <https://www.yrittajat.fi/paijat-hameen-yrittajat/sysman-yrittajat/a/yrittajan-abc/taloushallinto-ja-maksut/rahoitussuunnittelu/vieras-paaoma-317215>. Luettu 5.2.2015.

Yritystulkki 2016a. Kilpailija-analyysi. Aloittava yrittäjä. <http://www.yritystulkki.fi/fi/alue/kosek/aloittava-yrittaja/suunnittelu/kilpailija-analyysi/>. Luettu 4.6.2016.

Yritystulkki 2016b. Yhtiömuodot ja sopimukset. Aloittava yrittäjä. <http://www.yritystulkki.fi/fi/alue/kosek/aloittava-yrittaja/yhtiomuodot/>. Luettu 1.3.2015.

Yritystulkki 2016c. Yhtiömuotojen vertailu. Aloittava yrittäjä. <http://www.yritystulkki.fi/fi/alue/kosek/aloittava-yrittaja/yhtiomuodot/vertailu/>. Luettu 15.9.2015.



## **Kyselylomake**

Kysely on osa opinnäytetyötäni, jonka aiheena on yritystoiminnan aloittaminen ja markkinoinnin kehittäminen aloittelevalla tilitoimistolla.

Toivon, että vastaisit kyselyyn ja kertoisit vapaasti omin sanoin mitä aiheesta tulee mieleesi. Yrityksen ja vastaajan nimeä ei mainita opinnäytetyössä.

### **Yritys**

1. Mistä sait liikeidean?
2. Mikä oli vaikeinta yrityksen perustamisessa? Saitko jostain apua?
3. Miten sait ensimmäiset asiakkaat?
4. Miten olet markkinoinut yritystäsi? Mikä on toiminut parhaiten?
5. Mitä neuvoja antaisit yrityksen perustajalle?
6. Tekisitkö nyt jotain toisin?

### **Tilitoimisto**

1. Mistä löysit kirjanpitäjäsi? Millä perusteella valitsit hänet?
2. Mitä ominaisuuksia arvostat eniten kirjanpitäjässä?
3. Kuinka tärkeänä koet verkkopohjaiset tilitoimistopalvelut esim. mahdollisuuden saada ja lähettää verkkolaskuja tai nähdä yrityksesi kirjanpitoliedot Internetin välityksellä?
4. Mikä saisi vaihtamaan kirjanpitäjää?

### **Taustatiedot**

1. Kuinka kauan olet toiminut yrittäjänä?
2. Montako henkilöä yrityksessäsi työskentelee?



# 1 Yritysidea

## 1.1. Palvelu ja tuotanto

Tarkoituksena on perustaa tilitoimisto, joka tarjoaa nykyaikaista verkkopohjaista kirjanpitoa. Palvelua tarjotaan yrittäjälle, joka haluaa keskittyä omaan yritystoimintaansa sekä hoitaa taloushallintoaan kätevästi mistä päin maailmaa tahansa. Yritys tulee käyttämään edullista verkkopohjaista ohjelmistoa, jonka avulla pientenkin yritysten on mahdollista automatisoida taloushallintoaan. Asiakkaalla on pääsy omiin tiedostoihinsa mistä tahansa ja milloin tahansa. Heillä on mahdollisuus sekä lähettää että vastaanottaa verkkolaskuja ja tallentaa ne automaattisesti reskontraan. Asiakkaalle tämä palvelu tuo lisäarvoa.

Tilitoimistopalvelujen modernisoituminen auttaa osaltaan yritystä. Kun ennen vanhaan ohjelmistot maksoivat jopa kymmeniä tuhansia euroja, voi niitä nykyään käyttää kuukausipohjaisella maksulla, joka on hyvin kohtuullinen. Ennen ohjelmistot piti ylläpitää itse ja ne vanhenivat nopeasti. Nykyään internetpohjaisien ohjelmistojen ylläpito kuuluu hintaan samoin kuin ohjelmistojen päivitykset. Tämä alentaa huomattavasti kynnystä perustaa tilitoimisto.

## 1.2. Yrityksen strategia

Tämän tilitoimiston strategiana tarjoaa asiakkailleen kehittyneitä taloushallinnon palveluita, joiden nopeuden ja tehokkuuden avulla tuotetaan lisäarvoa asiakkaalle. Tämä on mahdollista pienemmilläkin resursseilla, koska nykyiset ohjelmistot ovat monipuolisia, mutta tekniikan kehittymisen myötä ne ovat halventuneet oleellisesti. Ei siis vaadita suuria investointeja.

Lyhyen tähtäimen suunnitelmana on perustaa toimisto, joka elättää yrittäjät parin vuoden sisään. Tämä toteutetaan koulutuksella, asiakkaan kuuntelemisella ja määrätietoisella toiminnan kehittämällä. Pitkän tähtäimen suunnitelma on laajentaa toimintaa.

### 1.3. Henkilöstö

Yrityksessä tulee työskentelemään alkuun kaksi ihmistä, jotka molemmat ovat yhdessä yrittäjiä. Lyhyen tähtäimen suunnitelmaan ei kuulu muiden palkkaamista. Pitkällä, useamman vuoden tähtäimellä laajentaminen on mahdollista, kunhan yritystoiminta on saatu kunnolla käyntiin ja asiakaspohja vakaaksi.

Molemmilla yrittäjillä on pitkä työkokemus liike-elämästä ja he ovat työskennelleet vuosikausia taloushallinnon alalla. Toisella yrittäjällä on kirjanpidon lisäksi myös monen vuoden kokemus yrittämisestä toiselta alalta. Pääyrittäjällä on myös koulutus pohjana sekä liiketalouden perustutkinto että taloushallinnon ammattitutkinto kirjanpidon alalta. Toisella yrittäjällä on liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto ja hän aikoo suorittaa myös kurseja taloushallinnon alalta. Molemmilla on myös selvä vahvuus numeroiden hallitsemisessa.

Taloushallintoalalla eniten muutoksia aiheuttaa jatkuvasti uusiutuva ja muuttuva lainsäädäntö. Myös yritysten tietojärjestelmien on vaikea pysyä tässä tahdissa. Koska sekä lainsäädäntö että ohjelmistot muuttuvat jatkuvasti, on yrittäjän kouluttauduttava jatkuvasti, jotta se pysyy nopeassa kehityksessä mukana ja pystyy tarjoamaan asiakkaiden vaatimia palveluja.

Yhteistyökumppaneina ovat sekä koulu, jossa toinen yrittäjä suorittaa taloushallinnon erikoisammattitutkintoa, että tuttava, jolla on oma tilitoimisto ja joka on suostunut mentoriksi. Yhteistyökumppaniksi lasketaan myös toisen yrittäjän yrittäjäpuoliso, jonka ammatitaitoa sekä kontakteja yritystoiminnasta voidaan käyttää apuna. Hänen kauttaan yritys on jo saanut ensimmäiset asiakkaansa ja sitä kautta niitä pyritään saamaan lisää.

Pakollinen työterveyshuolto järjestetään, mutta alkuun ei vapaaehtoisia palveluja tarjota. Sopimus pyritään tekemään kunnallisten terveyspalveluiden kanssa, koska ne ovat aikaisemman kokemuksen mukaan edullisimmat.

#### 1.4. Yrityksen perustaminen

Yhtiömuodoksi valittiin avoin yhtiö. Tähän päädyttiin, koska pääoman tarve ja riskit ovat suhteellisen pienet. Yritys ei myöskään tarvitse ulkopuolista pääomaa, joten henkilöyhtiö tässä vaiheessa riittää.

Avoimessa yhtiössä yhtiömies on yksinään päätösvaltainen eli kumpikin yhtiömies voi tehdä yksin päätöksiä yrityksen nimeen. Molemmat myös vastaavat yhtiön asioista omalla omaisuudellaan. Tämä vaatii suurta luottamusta yrittäjien kesken. Yhtiösopimuksessa sovitaan, että yhtiömiehet ovat keskenään yhdenvertaisia.

Yritys perustetaan laatimalla yhtiösopimus ja toimittamalla se Patentti- ja Rekisterihallitukseen. Yhtiösopimus, perustamisilmoituslomake Y2 ja henkilötietolomake. sekä maksamalla perustamismaksun. Yhtiö on rekisteröitävä kolmen kuukauden kuluessa yhtiösopimuksen allekirjoittamisesta. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.)

## 2 Toimintaympäristö

### 2.1. Asiakasanalyysi

Pääkaupunkiseudulla on paljon yrityksiä. Vuoden 2016 ensimmäisellä neljänneksellä perustettiin 8 545 yritystä. Näistä yli 3 200 perustettiin Uudellemaalle. Perustetuista yrityksistä 4 132 oli liikkeen- tai ammatinharjoittajayritystä eli todennäköisesti pieniä yrityksiä ja siten potentiaalisia asiakkaita tälle yritykselle. (Tilastokeskus 2016.)

Turun ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelija teki vuonna 2013 asiakastytyväisyyskyselyn ja sen mukaan tärkeintä on neuvova ja auttavainen asenne. Toiseksi tuli asiantunteva ja ammattimainen toiminta. (Strelets 2013.) Molemmilla yrittäjillä on pitkä kokemus asiakaspalvelutyöstä, ja he pystyvät palvelemaan asiakkaita hyvin. Asiantuntevuuteen ja ammattimaisuuteen vastataan koulutuksella, jota molemmat yrittäjille on suunnitteilla.

## 2.2. Kilpailija-analyysi

Vaikka alan näkymät ovat kohtuullisen hyvät, ei laakereilla voi jäädä lepäämään. Tilitoimiston perustaminen helpottuu modernien ohjelmistojen myötä. Kilpailu kiristyy jatkuvasti, koska muutkin huomaavat markkinaraon. On erittäin tärkeää luoda vahvat ja luotamukselliset asiakassuhteet nykyisiin asiakkaisiin, jotta voi saada hyvän maineen ja sitä kautta lisää asiakkaita kiristyvistä kilpailusta huolimatta.

Pienet toimistot eivät useinkaan markkinoi kovin näkyvästi. Ohjelmistojen tarjoajat sen sijaan mainostavat paljon ja tuovat esiin sähköisen taloushallinnon edut. Tämä auttaa tätäkin yritystä, koska se luo kysyntää. Viestin vieminen asiakkaille on tärkein osuus. Toisaalta tämä mainonta ei kohdenna kysyntää nimenomaan tähän yritykseen vaan auttaa alaa yleensä, myös kilpailijoita.

Kilpailijoita voi tulla kauempaakin kuin kotimaasta, koska toiminta on sähköistä ja taloushallintoa voidaan hoitaa etänä. Kauempana sijaitseva tilitoimisto voi palvella pääkaupunkiseudulla olevaa asiasta halvemmin kustannuksin. Jotkut kilpailijat voivat olla jopa muista maista, joissa on halvemmat kustannukset. Internetistä on jo löydettävissä sivuja, joissa markkinoidaan palveluita Suomeen Virosta (Hyypä 2016.)

## 2.3. SWOT-analyysi

Suomessa tilitoimistoala on vapaa toimiala eikä kirjanpitäjänä toimimiseen liity erityistä sääntelyä. Tilitoimiston voi siis perustaa kuka tahansa.

Yrityksen vahvuuksia ovat yrittäjien laaja työkokemus liike-elämästä ja taloushallinnosta. Yrittäjillä on kokemusta sekä kirjanpidosta että yrittämisestä. Molemmilla on myös vahva alan koulutus sekä kontakteja ihmisiin, joilta voi saada apua vaikeissa tilanteissa.

Heikkous alkuvaiheessa on asiakkaiden vähäisyys. Asiakkaita pyritään saamaan tehokkaalla markkinoinnilla. Vaikka yrittäjillä on paljon kokemusta yritystoiminnasta, ei suoranaista kokemusta tilitoimiston pyörittämisestä ole.

Mahdollisuus on se, että kaikkien yritysten eli tulevien asiakkaiden on tehtävä lakisääteinen kirjanpito taloustilanteesta riippumatta. Huono taloustilanne ei siis vähennä tilitoimistojen työtä, vaan potentiaalisia asiakkaita on aina. Tilitoimistoa ei myöskään vaihdeta

hetken mielijohteesta eikä kovinkaan usein. Kenellekään ei ole järkevää ostaa tässä kuussa tilitoimistopalveluja täältä ja toisessa kuussa tuolta. Saavutettu asiakaspohja siis todennäköisesti pysyy pidempään.

Uhkana voidaan nähdä se, että asiakaskuntaa ei saada alkuun tarpeeksi nopeasti, jotta yritys voisi työllistää yrittäjät täysipäiväisesti kovin nopeasti. Kilpailua tilitoimistoalalla on, joten näkyvyys olisi saavutettava jotenkin. Tähän uhkaan varaudutaan markkinointisuunnitelmalla. Kokemuksen puutteessa mahdolliset virheet työnteossa ovat uhka. Tähän varaudutaan koulutuksella, sekä mentorilla, jolta voi tarvittaessa pyytää apua.

Mahdollisena uhkana voidaan nähdä myös terveyden menetys. Se voi kohdata minkä ikäistä ihmistä hyvänsä vakavan sairauden tai onnettomuuden seurauksena. Tähän voidaan varautua tietysti ensisijaisesti hyvillä elintavoilla, mutta myös kattavan työterveyshuollon ja vakuutusten avulla. Yrittäjien välinen sopimus kannattaa myös tehdä niin, että mahdolliset yllättävät tilanteet on mietitty ja sovittu etukäteen.

<p><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innostunut ympäristö</li> <li>• Yrittäjäkokemus</li> <li>• Ammattitaito</li> <li>• Pieni pääoman tarve</li> </ul>	<p><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakkaiden vähyys</li> <li>• Kokemuksen puute</li> <li>• Markkinoinnin kalleus</li> </ul>
<p><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kirjanpito on hoidettava taloustilanteesta riippumatta</li> <li>• Teknologian kehittymisen myötä edullisemmat, laajemat ja helppokäyttöisemmät ohjelmat</li> <li>• Vakaa asiakaskunta</li> </ul>	<p><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakkaiden puute</li> <li>• Kilpailutilanne</li> <li>• Kannattavuus</li> <li>• Terveys</li> </ul>

Kuvio 7. SWOT-analyysi

### 3 Markkinointisuunnitelma

#### 3.1. Markkina-analyysi

Tilitoimistolle tehdystä markkina-analyysistä voidaan päätellä, että tilitoimistoille on niin nykyään kuin tulevaisuudessakin kysyntää. Vaikka yleinen taloustilanne olisi epävarma, on viranomaisveloitteet, kuten kirjanpito, kuitenkin suoritettava ja tämä näkyy alan liikevaihdon kehityksessä.

Markkina-analyysin mukaan asiakasyritykset keskittyvät koko ajan yhä enemmän omaan toimialaansa ja ulkoistavat niitä toimintoja, jotka ei kuulu niiden ydinosaamiseen. Tämän vuoksi Taloushallintoliitto uskoo, että ala tarvitsee lähivuosina lisää ammattilaisia. (Taloushallintoliitto 2015.)

Tilastokeskuksen mukaan tilitoimistoalalla on ollut vuodesta 2000 lähtien vain yksi kvartaali, jolloin kasvuprosentti on ollut miinusmerkkinen. Suhdannevaihtelut siis näkyvät myös tilitoimistoalalla, mutta selvästi maltillisemmin muilla aloilla. Kauppalehden mukaan kirjanpitäjien keski-ikä on korkea ja eläköitymisen takia tarvitaan lisää henkilöstöä noin tuhat henkilöä vuodessa. (Herrala 2014.)

Näillä mittareilla mitattuna toimialan työllisyysnäkymät vaikuttavat tulevaisuudessa erittäin valoisilta ja tilitoimiston perustaminen on todennäköisesti kannattavaa, koska niiden palveluille vaikuttaa olevan kysyntää tasaisesti. Markkina-analyysin perusteella yrittäjät uskovat palveluillensa olevan kysyntää myös tulevaisuudessa.

#### 3.2. Myynnin tavoitteet

Yrityksen myynnin ensimmäinen tavoite on asiakastyytyväisyys. Palvelu täytyy myydä asiakkaalle niin, että hän tietää mitä saa ja sitä kautta hänelle ei tule pettymyksiä. Toinen tavoite on määrällinen tavoite, eli saada asiakkaita ensimmäisen vuoden aikana niin paljon, että budjetti voidaan saavuttaa. Tämä vaatii paljon myyntityötä ja muita markkinointiponnisteluja.



### 3.3. Segmentointi

Tavoitteena on tietysti saada mahdollisimman hyviä asiakkaita pitkällä tähtäimellä. Alkuvaiheessa on tietysti vaikeaa käännä ketään asiakasta, koska asiakasta on pula. Kuitenkin asiakaskuntaa pyritään segmentoimaan heti alusta lähtien, jotta voitaisiin keskittyä jollekin tietylle alalle. Tilitoimiston pitää tietää alasta paljon, jotta voi hoitaa talousasiat tehokkaasti ja konsultoida asiakkaita. On siis järkevää heti alkuvaiheessa miettiä mille alalle keskittyä, ettei turhaan tarvitse opetella monia eri aloja. Segmentoinnin ansiosta uudet asiakkaat lajitellaan ryppäisiin ja näitä ryppäitä pyritään sitten kasvattamaan ja rönsyjä karsimaan ajan myötä.

### 3.4. Markkinointiviestintä

Koska yritystoiminta on kovin pientä alkuun eikä resursseja ole paljon, ei markkinointibudjettikaan ole kovin suuri. Mitään suurempia mediakampanjoita ei yritys siis havittele. Yrityksellä on ns. puskaradion kautta tiedossa muutamia asiakkaita, joiden kanssa pääsee alkuun. Tyytyväiset asiakkaat ja puskaradio ovatkin yksi tehokkaimmista mainontakanavista ja sitä hyödyntämällä pyritään saamaan lisää asiakkaita.

Koska tavoitteena on jossain vaiheessa erikoistua jollekin alalle, pyritään jo alkuvaiheessa kohdistamaan markkinointitoimenpiteet tarkasti halutuille asiakassegmenteille. Mahdollisia asiakkaita kontaktoidaan henkilökohtaisesti sähköpostilla tai puhelimitse. Nykyään moni yritys ei ota enää sähköpostimainontaa kovin vakavasti, ellei viesti tule erittäin luotettavalta taholta. Yrittäjät eivät itsekään kannata sitä ja pitävät omatkin roskapostiasetukset tiukkoina. Siksi sähköpostimainontaa ei käytetä kuin hyvin rajoitetusti. Henkilökohtainen kontakti on kuitenkin tehokas myyntikeino ja puhelimitse pyritään saamaan tapaamisia potentiaalisille asiakkaille. Tapaamisessa on helpompi keskustella palveluista enemmän.

Nykyään mainonta on siirtynyt paljon verkkoon ja siellä paljon Facebookiin. Yritys perustaa sinne omat sivut ja pyrkii saamaan sille tykkääjiä. Yritys postaa Facebookiin taloushallintoon liittyviä uutisia tai vinkkejä pari kertaa kuukaudessa. Näin sisältöä ei tule ärsyttävän paljon, mutta kuitenkin sen verran että yrityksen nimi pysyy esillä. Yritys harkitsee mainostilan ostamista Facebookista myöhemmin. Puskaradio toimii Facebookissa niin, että tyytyväiset asiakkaat saattavat jakaa yrityksestä tietoa. (Hesso 2015, 40.)

Yrittäjillä on tietotaito tehdä nettisivut itse, joten ne on helppo toteuttaa. Sivut pidetään kevyinä, helposti päivitettävänä ja optimoidaan niin, että hakukoneet löytävät ne helposti. Sivusto liitetään Google Analytics –palveluun, jonka avulla on mahdollista seurata liikennettä sivuilla. (Hesso 2015, 136.)

Internetistä on mahdollista ostaa mainostilaa monilla eri sivuilla, mutta tällä hetkellä yritys ei harkitse sitä kohdentamisen vaikeuden takia. Asiakaskunnan kartuttua on mahdollista kohdistaa se oikeille sivuille niin, että tavoittaa oikean yleisön. Alkuun yritys lähtee siis liikkeelle markkinoinnissaan puskaradion, henkilökohtaisen myyntityön ja omien nettisivujen kautta.

## **4 Taloussuunnitelma**

### **4.1 Hinnoittelu**

Tilitoimistoalalla varsinkin pienille asiakkaille valitaan usein tositepohjainen hinnoittelu. Tämäkin yritys valitsee tämän hinnoittelumallin, koska se on selkeä molemmille osapuolille. Minimilaskutukseksi laitetaan 50 euroa, joka sisältää 10 tositetta. Ylimenevistä tositteista peritään kolme euroa kappaleelta. Lisäksi veroilmoituksesta ja tilinpäätöksestä laskutetaan erikseen.

Mikäli normaalin kirjanpidon lisäksi tulee ylimääräistä työtä esimerkiksi erilaisten kyselyiden ja selvittelyjen muodossa, myös niistä veloitetaan erikseen. Samoin jos tositteita ei toimiteta sellaisessa järjestyksessä, että niitä on helppo käsitellä ja tästä aiheutuu lisää työtä. Ylimääräisistä töistä veloitetaan 40 euroa / tunti.

### **4.2 Kannattavuus**

Jotta yrittäjät voivat työllistyä kokopäiväisesti ja saada toimeentulon itselleen pitää yrityksen löytää laskelmien mukaan vähintään viitisenkymmentä asiakasta ensimmäisen vuoden aikana. Yrittäjät ovat omilla säästöillään varautuneet elämään ilman palkkatuloja puolesta vuodesta vuoteen, joten alkuvaiheessa aikaa pitää käyttää asiakashankintaan.

Asiakkaiden määrän tarve riippuu paljolti asiakkaiden toiminnan laajuudesta ja sitä kautta laskutusohjasta. Kovin pieniä muutaman kymppin asiakkaita tarvitaan enemmän. Jos saadaan suurempia asiakkaita, joiden laskutus on kuukaudessa noin kolmen sadan euron luokkaa, riittää vähempi asiakasmäärä. Alkuvaiheessa yrityksellä on tiedossa viisi maksavaa asiakasta sekä muutamia mahdollisia asiakkaita kontaktien kautta. Näin ensimmäisten kuukausien

#### 4.3. Budjetointi

Budjetissa tulot on laskettu asiakkaan koon mukaan eli laskutuksen mukaan. Laskutus perustuu kuittimäärään eli kuinka paljon asiakkaalla on erilaisia kirjanpitoon vietäviä asioita ja sitä kautta kuinka paljon tämän asiakkaan kirjanpidon hoitamiseen menee aikaa.

Verot on laskettu verottajan laskurin mukaan (Vero 2016.) Palkan sivukulujen laskemisessa on käytetty hyväksi Tilikeskuksen laskuria (Tilikeskus-Yhtiöt 2015) sekä eläkemaksujen laskemiseen Eteran laskuria (Etera 2015). Ohjelmiston maksussa on käytetty alustavaa arviota (Procountor 2015.)

Laskelmien mukaan tällä budjetilla yritys elättää molemmat työntekijät juuri ja juuri. Jopa palkkaa voidaan nostaa jonkin verran. Työtunteja kertyy molemmille noin puolet kokoaikaisen työntekijän työmäärästä. Toki yrityksessä on paljon työtä, jota ei voi asiakkailta laskuttaa ja sen hoitamiseen pitää myös jättää aikaa.

#### 4.4. Investoinnit

Yritys ei alkuun tee suuria investointeja. Yrittäjillä on valmiiksi olemassa omat tietokoneet sekä puhelimet ja nämä riittävät yrityksen tarpeisiin ainakin ensimmäiset pari vuotta. Kirjanpito-ohjelmat otetaan käyttöön kuukausimaksulla, joten siinäkin ei ole suurta alkuinvestointia, joten ulkopuolista rahoitusta ei tarvita.

#### 4.5. Kirjanpito

Tilitoimistona tämä yritys hoitaa itse oman kirjanpitonsa. Tilinpäätös laaditaan tilikauden jälkeen kirjanpidon perusteella. Tilinpäätös sisältää tuloslaskelman ja taseen. Kun yritys

## Liite 2

tekee veroilmoituksen, tilinpäätös liitetään siihen. Tuloslaskelmaa ja tasetta ei tarvitse lähettää verottajalle erillisinä liitteinä, vaan veroilmoituksen liitteenä annettu tilinpäätös on sekä verohallinnon että Patentti- ja rekisterihallituksen käytössä. (Vero 2013.)

Avoimen yhtiön täytyy pitää kahdenkertaista kirjanpitoa. Koska tällä yrityksellä kuitenkin on alle kolme työntekijää ja liikevaihto jää alle 200 000 euron, tilintarkastusta ei tarvitse tehdä. (Tilintarkastuslaki L18.9.2015/1141. 2 §.)

### 4.6. Rahoitus

Koska suuria investointeja ei tehdä, ei alkuun tarvita ulkopuolista rahoitusta. Yrittäjillä on hieman rahaa säästössä, jotta he pärjäävät ilman palkkatuloja puolesta vuodesta vuoteen. Sinä aikana on yrityksestä tarkoitus saada laskelmien mukaan kannattava. Kun yrityksen asiakaspohja on kunnossa ja yritys on omillaan, voivat yrittäjät alkaa nostaa palkkaa.

Yritykselle haetaan starttirahaa. Tämä on mahdollista, koska yrittäjät täyttävät tuen saamisen edellytykset. Tuki ei ole automaattinen, vaan TE-toimisto päättää tapauskohtaisesti siitä. Lisäksi sitä yleensä myönnetään kuudeksi tai kymmeneksi kuukaudeksi. Laskelmista nähdään, että starttiraha olisi aloittavalle yritykselle elintärkeää.

### 4.7. Laskelmat

Laskelma on tehty ensimmäisen kokonaisen vuoden ajalta, jolloin toiminta on jo täydessä käynnissä. Laskelmissa ei ole huomioitu starttirahaa, koska sen saaminen ei ole varmaa. Tulos on miinusmerkkinen, joten jostain täytyy tinkiä. Todennäköisesti joudutaan tinkimään palkoista, koska markkinoinnista ei haluta alkuvaiheessa tinkiä ja yllättäviin kuluihin pitää varata rahaa.

Esimerkkilaskelma asiakkaista (alv 0 %):

Laskutus	Yrityksiä	Yht.	Työtunteja
50	12	600	12
100	10	1000	20
150	8	1200	24
200	6	1200	24
250	6	1500	30
300	6	1800	36
500	2	1000	20
	<b>50</b>	<b>8300</b>	<b>166</b>

Karkea budjetti lasketulla asiakaspohjalla:

	kk	vuosi
<b>Liikevaihto</b>	<b>8300</b>	<b>99600</b>

Verot	1660	19920
Vuokra	200	2400
Ohjelmat	800	9600
Palkat	4000	48000
Sos kulut	85	1020
Yel-maksut	736	8832
Markkinointi	400	4800
Muut kulut	500	6000
<b>Menot yht.</b>	<b>8381</b>	<b>100572</b>

<b>Jää</b>	<b>-81</b>	<b>-972</b>
------------	------------	-------------

## Lähteet

Etera 2015. YEL-laskurilla arvioit YEL-maksun ja –eläketurvan. YEL- ja Tyel-laskuri, [Http://www.etera.fi/yrittaja/tyokalut/yel-laskuri](http://www.etera.fi/yrittaja/tyokalut/yel-laskuri). Luettu 4.3.2015,

Hesso, Johannes. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kauppakamari, Helsinki.

Herrala, Olli 2014. Taloushallinnossa pula ammattilaisista. Kauppalehti. [Http://www.kauppalehti.fi/uutiset/taloushallinnossa-pula-ammattilaisista/M4v3xP9q](http://www.kauppalehti.fi/uutiset/taloushallinnossa-pula-ammattilaisista/M4v3xP9q). Luettu 6.6.2015.

Hyypä, Jari-Pekka 2014. Budjetointi ja raportointi kasvun tukena. Talousverkko. [Http://www.talousverkko.fi/budjetointi-ja-talouden-raportointi/](http://www.talousverkko.fi/budjetointi-ja-talouden-raportointi/). Luettu 8.8.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus 2016. Yrityksen perustajalle. Kaupparekisteri. [Https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yrityksen\\_perustajalle.html](https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yrityksen_perustajalle.html). Luettu 3.3.2016.

Procountor 2016. Tilitoimistojen starttipaketit -50 %. Procountor tilitoimistoille. [Http://www.procountor.com/tilitoimistoille/starttipaketti/](http://www.procountor.com/tilitoimistoille/starttipaketti/). Luettu 8.8.2016.

Strelets, Svetlana 2013. Asiakastytyväisyyskysely tilitoimiston palveluista. Opinnäyte-työ. Turun ammattikorkeakoulu.

Suomen Taloushallintoliitto 2015. Yritystalouden asiantuntijoita valmistui: 98 suoritti KLT-tutkinnon. Tiedotteet. [Http://www.taloushallintoliitto.fi/?x1745=1856158](http://www.taloushallintoliitto.fi/?x1745=1856158). Luettu 21.3.2015,

Tilastokeskus 2015a. Taulukot tilastossa: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. [Http://193.166.171.75/Database/StatFin/yri/yrti/yrti\\_fi.asp](http://193.166.171.75/Database/StatFin/yri/yrti/yrti_fi.asp). Luettu 8.8.2015.

Tilastokeskus 2015b. Yritykset. Suomi lukuina. [Http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_yritykset.html](http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html). Luettu 18.3.2016.

Tilastokeskus 2016. Lopettaneita yrityksiä eniten kaupan toimialalla vuoden 2015 neljännellä neljänneksellä. Aloittaneet ja lopettaneet yrityksen 2016. [Http://www.stat.fi/til/aly/2016/01/aly\\_2016\\_01\\_2016-07-22\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/aly/2016/01/aly_2016_01_2016-07-22_tie_001_fi.html). Luettu 8.9.2016.

Tilikeskus-Yhtiöt 2015, Palkan sivukulut vuonna 2014. Yrittäjän muistilista. [Http://www.tilikeskus-yhtiöt.fi/yrittajan\\_muistilista-palkan\\_sivukulut\\_2014](http://www.tilikeskus-yhtiöt.fi/yrittajan_muistilista-palkan_sivukulut_2014). Luettu 4.3.2015.

Tilintarkastuslaki L18.9.2015/1141. Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20151141](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20151141). Luettu 20.6.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2014. Ammattobarometri. Työllistymisen näkymät eri ammateissa. [Http://www.tem.fi/?s=2467&89506\\_m=113932](http://www.tem.fi/?s=2467&89506_m=113932)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2016. Tilintarkastus. Yrityksen perustaminen. [Https://www.yrityssuomi.fi/tilintarkastus](https://www.yrityssuomi.fi/tilintarkastus). Luettu 24.4.2016.

Vero 2013. Tilinpäätöstietojen ilmoittaminen – usein kysyttyä. Syventävät vero-ohjeet. [Https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Usein\\_kysyttya/Tilinpaaostietojen\\_ilmoittaminen\\_\\_usein\(17485\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Usein_kysyttya/Tilinpaaostietojen_ilmoittaminen__usein(17485)). Luettu 8.8.2016.

Vero 2016. Veroprosenttilaskuri 2016. Asioi verkossa. [Http://prosentti.vero.fi/VPL2016/Sivut/AloitUS.aspx?kieli=fi-FI](http://prosentti.vero.fi/VPL2016/Sivut/AloitUS.aspx?kieli=fi-FI)