

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tekstiili- ja vaateustekniikka
Maiju Pollari

Opinnäytetyö

Langalla-projekti

Yrityksen perustaminen

Työn ohjaaja
Tampere 2010

lehtori Matti Horppu

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tekstiili- ja vaateustekniikka

Tekijä: Maiju Pollari
Työn nimi: Langalla-projekti, yrityksen perustaminen
Sivumäärä: 47
Valmistumisaika: Kevät 2010
Työn ohjaaja: Lehtori Matti Horppu

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli oman yrityksen perustaminen. Eli nimensä mukaisesti työ perustuu uuden yrityksen perustamiseen. Työn tarkoituksena oli selvittää ja tutkia siihen liittyviä ja tarvittavia asioita. Työn tarkoituksena oli myös, että sen avulla saisi käsityksen yrittäjäksi ryhtymisestä prosessina ja kaikesta siitä, mitä se sisältää ja vaatii. Työ tehtiin ennen kaikkea siksi, että tekijällä on kiinnostusta aiheeseen ja käsitys liikeidea- ta, jonka haluaisi tulevaisuudessa toteuttaa.

Työssä on esitettyä sekä teoriaa yrityksen perustamisesta että tekijän omat ideat omaa yritystä varten. Yrittämisestä ja yrityksen perustamisesta on paljon tietoa saatavilla. Käytännön asiat, jotka tulee tietää ennen yrityksen perustamista, voi löytää kirjoista ja Internetistä yrittäjäopas-sivuilta. Työn tekeminen kuitenkin opetti, että on paljon asioita, jotka tulee ottaa huomioon ja joihin ei välttämättä ole valmista tietoa tarjolla. Tällainen seikka voi olla esimerkiksi kysymys siitä, mitkä ovat alueen markkinat, joille yritystä ollaan perustamassa.

Työstä sellaisenaan tuli hyvä pohja, jota voidaan hyödyntää, jos kyseinen yritys joskus perustetaan. Liikeidea on selkeästi hahmotettuna ja peruslähtökohdat on esitetty työssä. Yritys olisi teoriassa valmis perustettavaksi. Jotkin asiat kaipaavat lisäselvittämistä ja tarkennusta, jotta yritys voitaisiin kannattavasti perustaa. Yritykselle tulisi tehdä vielä kattava markkinointitutkimus ja tarkemmat perustamislaskelmat. Niiden näyttäessä vih- reää valoa, yrityksen perustaminen olisi varmemmalla pohjalla.

Avainsanat

opinnäytetyö, yrityksen perustaminen, käsityötarvikeli- ke

TAMK University of Applied Sciences
Textile- and clothing technology

Writer: Maiju Pollari
Thesis: Langalla project, the foundation of a company
Pages: 47
Graduation time: Spring 2010
Thesis supervisor: Lecturer Matti Horppu

ABSTRACT

The subject of this thesis was the foundation of an own company. The purpose of the thesis was to explore matters related to founding a company and entrepreneurship in common. In addition, the purpose of the thesis was to introduce the process of becoming an entrepreneur as a whole. The main reasons for the thesis were the writer's personal interest to the subject and her idea for business which she would like to carry out in the future.

There are both theory of company foundation and writer's own ideas for the company presented in the thesis. Lot of the practical information which you should know before you start a company can be found in books and Internet's business guidance pages. However, writing this thesis showed that there are a great amount of matters you have to take into account and for some of them there may not be information available, for example the company's target market.

The thesis itself became a very good ground which can be utilized if the company in question will be founded sometimes. The business idea is very well outlined and the basic baselines are introduced in the thesis. In fact, the company is ready to be founded in theory. However, some matters need to be looked into some more and in more detail for the foundation to be profitable. After precise original capital calculations and comprehensive market research the foundation of this company would be on more solid ground.

Keywords thesis, the foundation of a company, handcraft accessory store

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	6
2 LIIKEIDEA	6
2.1 OMA LIIKEIDEA	7
2.1.1 Yrityksen strategia	8
2.1.2 Yrityksen missio ja visio	9
2.2 YRITYKSEN PERUSTIEDOT	9
3 YRITYSMUOTO	10
3.1 TOIMINIMI ELI YKSITYINEN ELINKEINONHARJOITTAJA	10
3.2 AVOIN YHTIÖ.....	11
3.3 KOMMANDIITTIYHTIÖ	11
3.4 OSAKEYHTIÖ	11
3.5 OSUUSKUNTA.....	12
3.6 OMAN YRITYKSEN YRITYSMUOTO	12
4 RAHOITUSSELVITYS	13
4.1 OMA PÄÄOMA	14
4.2 VIERAS PÄÄOMA	15
4.2.1 Pankit.....	16
4.2.2 Rahoitusyhtiöt.....	16
4.2.3 Finnvera Oyj.....	17
4.2.4 Vakuutusyhtiöt	18
4.3 AVUSTUKSET JA TUET	18
4.3.1 Starttiraha.....	18
4.3.2 Investointituki	19
4.3.3 Pk-yritysten kehittämistuki.....	19
4.3.4 Liikeidean kehittämisrahoitus.....	20
4.4 YRITYKSEN RAHOITUSSUUNNITELMA.....	20
5 MARKKINAT JA KILPAILIJAT	24
5.1 ASIAKASANALYYSI	25
5.2 KILPAILIJA-ANALYYSI.....	26
5.3 MARKKINOINTITUTKIMUS	28
5.4 YRITYKSEN MARKKINOINTI.....	31
6 TOIMITILAT JA SIJAINTI	33
7 ILMOITUKSET JA LUVAT	34

8 RISKIT YRITYSTOIMINNASSA	34
8.1 RISKIENHALLINTA	35
8.2 VAKUUTUKSET JA SOSIAALITURVA	36
8.2.1 Yrittäjäeläkevakuutus	37
8.2.2 Yrittäjän työttömyysturva.....	37
8.2.3 Yrittäjän tapaturmavakuutus	38
8.2.4 Muut vakuutukset.....	38
9 YRITYSTOIMINNAN KÄYNNISTÄMINEN JA YHTEENVETO	39
LÄHTEET	41
LIITTEET.....	43
LIITE 1: YRITYKSEN LOGO – SUUNNITELMIA	43
LIITE 2: LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	44
LIITE 3: LIIKKEEN POHJAPIIRROS.....	45
LIITE 4: YRITYKSEN TOIMINTASUUNNITELMAPROSESSI	46

1 Johdanto

Melkein kaikki yrityksen perustamisoppaat, muut kirjat yrittämisestä sekä yrittämiseen opastavat nettisivut aloittavat samalla kysymyksellä: ”Onko sinusta yrittäjäksi?” Kysymys saattaa kuulostaa helpolta ja jotkut osaavatkin vastata siihen saman tien miettimättä. Toiset eivät voisi ikinä kuvitella ottavansa sellaista vastuuta ja riskiä. He tietävät, etteivät pystyisi johtamaan yritystä ja omaa työntekoaan. Toiset taas ovat koko elämänsä tienneet sopivansa yrittämään. Omat ehdot liiketoiminnassa, vapaus ja päätösvalta ovat tärkeitä, eikä vastuun ja riskin ottaminen pelota. Kysymys ei kuitenkaan kaikille ole niin helppo, vaan vaatii tarkan miettimisen ja asioiden tutkimisen ja selvittämisen. Eikä yritystä yleensä kannata lähteä perustamaan vain yrittämisen takia, vaan on oltava hyvä ja toimiva liikeidea.

Tämän työn tarkoituksena on tutustua yrityksen perustamiseen liittyviin asioihin: Mitä pitää selvittää, mitä ongelmia voi tulla, mistä tulee huolehtia ja millaiset mahdollisuudet yrityksellä voisi olla. Tarkoitus on kehittää liikeidea liiketoimintasuunnitelmaksi realistiselle yritykselle, joka olisi mahdollinen perustaa kaikkien selvitettyiden tietojen perusteella.

Ennen kaikkea työn valmistuminen auttaa vastaamaan kysymykseen ”Onko sinusta yrittäjäksi?”

2 Liikeidea

Yritystoiminnan syntyä varten tarvitaan idea, josta kaikki lähtee. Hyvä yritysidea sisältää mielenkiintoisen ja haastavan työmahdollisuuden, ja sen avulla on myös mahdollista ansaita rahaa. Yksinkertainen yritysidea kehitetään liikeideaksi, joka taas on liiketoimintasuunnitelman peruskivi. Liikeidean miettiminen auttaa hahmottamaan oman yrityksen toiminnot kokonaisuutena, mikä on tärkeää yritystoiminnan aloittamisvaiheessa. Tärkeää on myös selvittää yritystoiminnan aloituksen edellytykset, kuten käytettävissä oleva omaisuus ja oman osaamisen riittävyys. (Raatikainen 2006, 38–39.)

Liikeidea tulee miettiä ja suunnitella tarkkaan. Liikeidean tulisi pitää sisällään käsityksen tulevan yrityksen tuottamasta tuotteesta tai palvelusta ja siitä, mikä on sen hyöty asiakkaille. Lisäksi on hyvä miettiä etukäteen tärkeimpiä asiakkaita eli sitä, minkälaisille asiakaskunnille palveluita tai tuotteita aletaan tarjota. Liikeideaan kuuluu myös olennaisesti se, miten yritys lähtee toimimaan, mikä on yrityksen toimintatapa ja minkälaisen yrityskuvan yrittäjä pyrkii rakentamaan. (Koski & Virtanen 2005, 12.)

2.1 Oma liikeidea

Tässä työssä perustettavan yrityksen liikeidea on perustaa kauppa, joka antaa asiakkaalle enemmän kuin pelkän ostosmahdollisuuden. Liikkeessä myydään käsityötarvikkeita, lankoja, kankaita ja jonkin verran alaan liittyviä kirjoja ja lehtiä. Normaalin myyntivalikoiman lisänä on myös vaihtelevasti pienissä määrissä itse tehtyjä koruja, pieniä käsitöitä, asusteita ja vaatteita. Ennen kaikkea asiakas voi tulla liikkeeseen hakemaan uusia ideoita, viihtymään, tutustumaan uutuuksiin, saamaan virikkeitä ja innostusta aloittamaan itse tekeminen sekä saamaan ohjeita ja apua erilaisiin käsitöihin.

Liikkeen sisustukseen kuuluu ehdottomasti sohvanurkkaus, jonne voi jäädä pitemmäksikin aikaa tutkimaan erilaisia kirjoja ja lehtiä, myös aloittamaan ja kokeilemaan itse tekemistä. Liikkeessä voisi olla myös pieni ompelukonenurkkaus, jonka voisi vuokrata käyttöönsä tietyksi ajaksi. Monet pitävät ompelusta ja tarvitsisivat pieniin töihin ompelukonetta, mutta tilaa ei kotona ole tarpeeksi tai hyvän koneen ostos on liian kallista.

Liiketilat eivät voi olla kovin suuret, jolloin valikoimaakaan ei voi valitettavasti pitää täysin kattavana. Tästä syystä on tärkeää olla hyvät suhteet tavarantoimittajiin ja valmistajiin. Olisi ihanne, jos olisi tuotelistoja ja näytteitä erilaisista kankaista, langoista ja muista tarvikkeista, joita voisi esitellä asiakkaille, jos hyllyvalikoimista ei löytyisi sopivaa tuotetta. Näiden listojen tuotteet pystyttäisiin hankkimaan asiakkaalle muutamassa päivässä. Jos asiakas on kauempaa, olisi mahdollista myös toimittaa tuotteet suoraan asiakkaalle. Pienten tilojen vuoksi myytävien lankojen, kankaiden ja tarvikkeiden tulee olla huolella valittuja, hyvälaatuisia ja varmasti kaupaksi käyviä. Valikoima varmasti muokkaantuu liikkeen käyntiinlähdon jälkeen asiakkaiden toiveiden mukaan, mutta

ennen todellista asiakaskuntaa, valinnat on tehtävä huolella, että liike antaa itsestään oikeanlaisen kuvan.

Liikkeen palvelut ja tuotteet valitaan niin, että ne houkuttelisivat käsityön harrastajia ja ammattilaisia, jotka ovat tottuneet käyttämään laadukkaita materiaaleja ja välineitä. Tämän lisäksi asiakaskunnan toivotaan koostuvan suureksi osin myös käsitöistä kiinnostuneista ja vasta-alkajista, joille tarjolla on runsaasti apua, ideoita ja kannustusta. Liike on suunnattu kaikille käsitöistä kiinnostuneille ja harrastajille ikään tai sukupuoleen katsomatta. Liikkeen ilmapiiristä ja ulkoasusta on tavoitteena rakentaa sellaisia, että liike houkuttelisi mahdollisimman monia erilaisia ihmisiä ostoksille tai edes vain tutustumaan ja ihastelemaan.

2.1.1 Yrityksen strategia

Yritystoiminnan strategialla tarkoitetaan yrityksen tekemiä pitemmän aikavälin suunnitelmia toiminnan kannattavuuden ja jatkuvuuden turvaamiseksi. Pienellä yrityksellä tällaiset pitkän aikavälin suunnitelmat koskevat yleensä paria vuotta. Strategia on tavaltaan yrityksen tie nykyhetkestä tulevaisuuteen, se vastaa kysymykseen siitä minne yritys on menossa ja miten. Yrityksen strategiaa määritettäessä tulisi päähuomio kohdistaa yrityksen tulevaisuuteen ja niihin asioihin ja toimintoihin, jotka liittyvät olennaisesti yrityksen säilymiseen ja menestykseen. Yrityksen strategioiden pääelementtejä ovat yrityksen nykytilan ja ympäristön määritelmä, yrityksen tulevaisuuden päämäärät ja yrityksen toimet päämäärien saavuttamiseksi. (Opetushallitus 2010, Strategian käsitteestä.)

Oman yrityksen strategian päämääränä on uutena ennestään tuntemattomana yrityksenä saavuttaa muutamassa vuodessa vankka jalansija muiden käsityökauppojen rinnalla. Tähän pyritään vahvalla markkinoinnilla ja asiakaskunnan tuntemisella. Strategian lähtökohtana on se, että uusi yritys saa tarpeeksi tunnettavuutta ja näkyvyyttä. Ihmisille saadaan aikaan positiivinen mielikuva ja mielenkiinto vieraili liikkeessä. Tämän jälkeen pidetään yllä asiakkaiden mielikuvaa hyvällä palvelulla ja kiinnostavalla tuotevalikoimalla. Strategiaan kuuluu tuottaa ihmisille ja ympäristöön hyvää mieltä ja onnistumisen iloa.

2.1.2 Yrityksen missio ja visio

Yritystoiminnassa missio tarkoittaa yrityksen elämäntehtävää. Mission voidaan ajatella koostuvan kolmesta osatekijästä: visiosta, arvoista ja toiminta-ajatuksesta. Yrityksen visiolla määritetään sitä, millaiseksi yritys haluaa tulevaisuudessa tulla. Yrityksen tavoitteet ja päämäärät tähtäävät vision toteutumiseen. Visioon voidaan määritellä esimerkiksi yrityksen liiketoiminnan laajuutta, kasvua, yrityskuvaa, kilpailutilannetta, kilpailuetuja tai sidosryhmäsuhteita. Missioon kuuluvat myös yrityksen arvot eli ne periaatteet, joiden mukaan toimitaan sekä yrityksen toiminta-ajatus. Yrityksen perustarkoitusta ilmaiseva toiminta-ajatus on parhaimmillaan voimassa koko yrityksen olemassaolon ajan. Sen tulisi olla riittävän laaja, jottei toiminta rajoittuisi, mutta kuitenkin toimintaa ohjaava. (Opetushallitus 2010, Missio ja visio)

Oman yrityksen missio on saada ihmiset rohkeasti kokeilemaan uusia käsityöideoita ja innostumaan itse tekemisestä. Yrityksen visiona on saavuttaa asema liikkeenä, jonne ihmiset haluavat ensimmäisenä tulla etsimään tarvitsemaansa tuotetta tai uutta ideaa. Yrityksen periaatteena on toimia rehellisesti ja asiakkaita kunnioittavasti ja heidän toiveitaan kuunnellen. Yritys haluaa ottaa toiminnassaan huomioon asiakkaidensa lisäksi ympäristön ja ekologisuuden.

2.2 Yrityksen perustiedot

Yritys perustetaan Tampereelle, keskustaan tai lähistölle. Yrityksessä aloitusvaiheessa ei ole perustajan lisäksi muita työntekijöitä, mutta mahdollisimman pian liikkeeseen palkataan toinen työntekijä, mikäli näyttää siltä, että liike alkaa kannattaa. Yritys on kaupanalan liike, jonka liiketoiminta perustuu tuotteiden myymiseen. Yritys ostaa pääosin kaikki myymänsä tuotteet suoraan valmistajilta tai alihankkijoilta. Yrittäjä hoitaa kaikki liikkeen työt itse, paitsi kirjanpitoon palkataan ulkopuolinen henkilö.

Yritys on avoinna pääasiallisesti kuusi päivää viikossa, maanantaista lauantaihin. Yrityksen aukioloajat ovat viikolla kymmenestä kuuteen ja lauantaisin kymmenestä kolmeen. Sunnuntaiaukioloja saatetaan harkita kesäisin ja ennen joulua.

Yrityksen nimen keksiminen

Yritykselle täytyy keksiä toiminimi ennen sen perustamista. Hyvä nimi tuo tunnettavuutta ja markkinoi yritystä. Nimen olisi hyvä jollain tavalla tuoda esille sen, mitä yrityksessä tehdään. Nimen tulisi myös erottaa sen muista, etenkin saman toimialan, yrityksistä. Nimen olisi hyvä myös kertoa mitä yrityksessä tehdään tai ei ainakaan antaa väärää käsitystä toiminnasta. Riittävän lyhyt ja selkeä nimi on yleensä eduksi, niin että se on helppo ääntää ja kirjoittaa oikein. Yrityksen nimi rekisteröidään Patentti- ja rekisterihallituksen kautta. (Raatikainen 2006, 77–78.)

Nimiehdotuksia käsityötarvikkeita myyvälle liikkeelle voisivat olla esimerkiksi KOUKUSSA tai LANGALLA. Yritys- ja yhteistietojärjestelmän Internet-sivuilla on mahdollista yrityshaun perusteella tutkia, onko mahdollisesti haluttu nimi jo varattuna (2010). Yrityshausta ei löytynyt LANGALLA-toiminimellä toimivaa yritystä, joten sen voi yrittää rekisteröidä yrityksen nimeksi. Yrityksellä olisi hyvä olla myös nimeä tukeva logo. Liitteessä 1 on yritykselle mahdollisia logovaihtoehtoja.

3 Yritysmuoto

Yritystoimintaa aloitettaessa tulee valita omalle yritykselle sopivin yritysmuoto, joka voi olla toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö tai osuuskunta. Yritysmuotoa valittaessa tulee ottaa huomioon muun muassa yrityksen perustajien lukumäärä, pääoman tarve, kuka tai ketkä kantavat vastuut, yritystoiminnan jatkuvuus ja kasvumahdollisuudet, voitonjako ja verotus. Yrityksen toiminnan kasvaessa ja kehittyessä voi yritysmuotoa muuttaa useimmiten melko vaivattomasti, esimerkiksi toiminimestä osakeyhtiöön. Siksi yritysmuoto kannattaa valita lähtötekijöiden perusteella, eikä sen, missä kuvittelee olevansa kymmenen vuoden päästä. (Raatikainen 2006, 68.)

3.1 Toiminimi eli yksityinen elinkeinonharjoittaja

Oman toiminimen perustaminen yksityisenä elinkeinonharjoittajana on yksinkertaisin ja nopein tapa ryhtyä yrittämään. Kirjallista sopimusta yrityksen perustamisesta ei tarvitse

tehdä. Yrittäjä työskentelee itsenäisesti ja kantaa kaiken vastuun yrityksestään koko omaisuudellaan. Yksityinen elinkeinonharjoittaja voi palkata yritykseensä ulkopuolisia työntekijöitä. Itselleen elinkeinonharjoittaja ei voi maksaa palkkaa, mutta hän voi nostaa yrityksen varoja yksityisottoina. Yksityisen elinkeinonharjoittajan ei tarvitse maksaa veroja elinkeinotoiminnasta ainoastaan yrityksen tuloksesta. Elinkeinonharjoittajana voi toimia kuka tahansa Euroopan talousalueella asuva henkilö. (Raatikainen 2006, 69.)

3.2 Avoin yhtiö

Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi yhtiömiestä. Laki ei velvoita heitä tekemään yhtiösopimusta kirjallisesti, mutta se kannattaa tehdä. Kaikki yhtiömiehet vastaavat omistaan ja muiden tekemistä sitoumuksista samanarvoisesti koko omaisuudellaan. Yhtiömiehet voivat nostaa palkkaa yrityksestä tai yksityisottoja kuten toiminnassa. Yritysmuodoksi avoin yhtiö sopii parhaiten pienille yrityksille, joiden yhtiömiehet tuntevat toisensa hyvin ja luottavat toisiinsa. (Raatikainen 2006, 69.)

3.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on kahdenlaisia yhtiömiehiä; vastuullisia ja äänettämiä. Yrityksen perustamista varten yhtiömiehiä pitää olla vähintään yksi molempia. Vastuunalaisilla yhtiömiehillä on vastuu koko yrityksestä ja päätöksentekovaltaa, he toimivat samoin kuten avoimen yhtiön yhtiömiehet. Vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat yrityksen toiminnasta koko omaisuudellaan. Äänettömät yhtiömiehet sijoittavat yritykseen rahaa tai pääomaa ja ovat vastuussa vain sijoittamallaan summalla. Heillä ei ole päätöksentekovaltaa yrityksessä, eivätkä he voi edustaa yritystä omissa nimissään. Äänetön yhtiömies on kuitenkin oikeutettu saamaan korkoa sijoittamalleen pääomalle. Kommandiittiyhtiö sopii yritysmuodoksi pienille ja keskisuurille yrityksille. (Raatikainen 2006, 70.)

3.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön perustaa usein useampi henkilö yhdessä, mutta se on mahdollista perustaa myös yksin. Perustaja voi olla myös juridinen henkilö eli esimerkiksi toinen yritys, säätiö, kunta tai valtio. Osakeyhtiön osakkeenomistajat eivät ole varsinaisesti vastuussa

yhtiön sitoumuksista, ainoastaan sijoittamastaan pääomasta. Osakeyhtiö voi olla myös julkinen, jolloin sen osakkeet ovat julkisen kaupankäynnin kohteina esimerkiksi pörsissä. Osakeyhtiöllä pitää olla tilintarkastajat ja tilinpäätös ja tase on toimitettava vuosittain Patentti- ja rekisterihallitukselle. (Raatikainen 2006, 70–72.)

Osakeyhtiön perustaminen on edellisiä yhtiömuotoja monimutkaisempaa. Perustamismuodollisuuksia on paljon. Ensimmäiseksi on laadittava perustamisasiakirja, joka sisältää yhtiöjärjestysehdotuksen. Sen jälkeen hyväksytään laadittu yhtiöjärjestys, joka sisältää muun muassa yhtiön toiminimen, kotipaikan, toimialan, osakepääoman ja osakkeiden nimellisarvon. Osakkeet tulee merkitä siten, että ne ovat samansuuruisia ja niistä maksetun määrän tulee olla yhtiön hallinnassa ja omistuksessa. Perustamiskokouksen jälkeen, jossa perustamismuodollisuudet on hoidettu ja hyväksytty yhtiö voidaan ilmoittaa kaupparekisteriin. Osakeyhtiö sopii yhtiömuodoksi yrityksille, jotka tarvitsevat paljon alkupääomaa. (Raatikainen 2006, 70–72.)

3.5 Osuuskunta

Osuuskunnan perustaa yleensä monta ihmistä yhdessä tai yhteisö. Tavallisesti perustajia on viisi tai yhteisöissä kolme. Osuuskunnan perustamisesta tehdään kirjallinen sopimus, joka sisältää osuuskunnan säännöt ja tärkeimmät tiedot. Osuuskunnassa kaikki jäsenet ovat tasavertaisia. Jokaisella on oikeus yhteen ääneen riippumatta siitä, paljonko osuuskuntaa omistaa. Osuuskuntaan liittyttäessä jäsen maksaa sovitun osuusmaksun ja saa näin käyttöönsä osuuskunnan tarjoamat edut ja hyödyt. Osuusmaksun saa takaisin erottaessa osuuskunnasta. Osuuskunta tulee merkitä kaupparekisteriin ennen toiminnan aloittamista. (Raatikainen 2006, 72–73.)

3.6 Oman yrityksen yritysmuoto

Jos yrityksen perustaa yksin, ainoat mahdolliset yritysmuodot ovat yksityinen toiminimi ja osakeyhtiö. Muut yritysmuodot vaativat perustajiksi useamman henkilön. Mahdollista olisi tavallaan myös kommandiittiyhtiön perustaminen, jos toisen henkilön saisi sijoittamaan yritykseen pääomaa äänettömänä yhtiömiehenä.

Osakeyhtiön ja toiminimen välillä valittaessa tulee ottaa huomioon ainakin yrityksen pääoman tarve ja se, paljonko työntekijöitä on sekä haluaako myydä yrityksen joskus. Liikeideasta liikkeelle -kirjassa mainitaan, että yksityistä toiminimeä ei voi siirtää toiselle suoraan, eli yritystä ei voi myydä sellaisenaan. Toiminimi on kuitenkin yksinkertainen ja helppo perustaa. Yksityisen osakeyhtiön perustaminen vaatii suuren pääoman, joka on tällä hetkellä vähintään 2500 euroa (Laki24 2010). Toiminimellä toimiessaan yrittäjä on yksin vastuussa yritystoiminnastaan koko omaisuudellaan ja osakeyhtiössä periaatteessa vain sijoittamallaan omaisuudella. Käytännössä näillä ei kuitenkaan ole suurta eroa, jos yrittäjä perustaa osakeyhtiön yksin. Hän joutuu kuitenkin yleensä sitoutumaan yrityksen lainoihin ja velkoihin muullakin omaisuudellaan.

Käsityöliikkeen yhtiömuodoksi valitaan yksityinen toiminimi. Yritysmuodon vaihtoa osakeyhtiöksi voidaan myöhemmin harkita, jos liike kannattaa ja liikevaihto alkaa kasvaa. Yksityinen toiminimi valitaan tässä tapauksessa kuitenkin siksi, kun se on yksinkertaisempi ja helpompi perustaa.

4 Rahoitusselvitys

Rahoitusselvityksen lähtökohtana on tutkia, paljonko rahaa tarvitaan ja mistä sitä voidaan saada. Lisäksi on hyvä selvittää, minkälaisen rahoitusrakenteen yritys haluaa eli mikä olisi toivottu oman ja vieraan pääoman suhde. Rahoituksessa tulee ottaa huomioon perushankintojen lisäksi yritystoiminnan pyörittäminen ja yrittäjän elättäminen myös aloittamisen jälkeen. (Suomen yrittäjät 2008, Rahoitussuunnittelu.)

Yritys tarvitsee rahoitusta sekä toimintaa aloitettaessa että toiminnan jatkuessa. Jotta yritys menestyisi toiminnassaan, yrityksen rahoituksen tulisi olla kestäväällä pohjalla. Alkuvaiheessa yritys tarvitsee rahaa erilaisiin alkuinvestointeihin, kuten liiketiloihin ja kalusteisiin. Tämän lisäksi rahoitusta tarvitaan myös käyttöpääomaksi, kuten esimerkiksi tuotteiden ja tuotevaraston hankintaan sekä myynnin ja markkinoinnin kuluihin. Aloittaessaan toiminnan yrityksellä on pääasiassa vain menoja ja mahdolliset tulot tulevat vasta myöhemmin. Yritystoiminnan alkuvaiheen huolellinen rahoitussuunnittelu onkin ehdottomasti tarpeen. Vaarana on, että yrittäjä aliarvioi kustannukset ja yliarvioi tulot. (Opetushallitus 2010, Yritystoiminnan aloittaminen ja rahoitus)

Kun rahoituksen tarve on selvitetty, tulee selvittää, mitä erilaisia rahan lähteitä on olemassa. Yritystoiminnan rahoitusmuotoja ovat tulorahoitus ja pääomarahoitus. Näiden lisäksi yrityksen on mahdollista saada avustuksia ja tukia. Tulorahoituksella tarkoitetaan yrityksen päivittäisiä tuloja, joista on vähennetty menot, joten alkuvaiheessa yrityksellä ei tietenkään tulorahoitusta vielä ole. Yrityksen alkuvaiheen rahoitus perustuukin pääomarahoitukseen ja mahdollisiin tukiin. Pääomarahoitus voi olla omaa pääomaa tai vierasta pääomaa. (Opetushallitus 2010, Yritystoiminnan aloittaminen ja rahoitus)

4.1 Oma pääoma

Omaa pääomaa on yrittäjän alussa yritykseen osakepääomana tai yhtiöosuutena sijoittamat rahat, jotka voivat olla esimerkiksi säästöjä. Omaa pääomaa yritykseen sijoittaneet ovat myös lain mukaan yrityksen omistajia. Pienissä yrityksissä käytännössä oman pääoman sijoittajat ovat myös yrityksen johtajia. Suuremmissa yrityksissä taas yrityksen johto ja omistajuus ovat yleensä eriytyneet. Yritykseen sijoitetulla omalla pääomalla ei ole mitään varsinaista määrättyä takaisinmaksuaikaa eikä sen käytölle ole mitään määrättyä tarkoitusta, toisin kuin vieraan pääoman kanssa. (Sutinen & Viklund 2005, 99–102.)

Kun ajat ovat epävakaita ja ympäristö muutenkin riskialtista, on hyvin tärkeää, että yrityksen pääomarakenne on mahdollisimman vahva. Oman pääoman määrä pysyy runsaana suhteessa vieraaseen pääomaan. Oman pääoman avulla yritys pystyy suojautumaan takaiskuja kuten kysynnän laskua tai huonoja aikoja vastaan, koska pääomarakenteeltaan vahvat yritykset kestävät tappioita velkaisia yrityksiä paremmin. Vierasta pääomaa on myös vaikea hankkia, jos yrityksellä ei ole omaa pääomaa. Luotonantajat seuraavat yrityksen pääomarakennetta ja myöntävät lainoja vain, jos se on kunnossa. (Sutinen & Viklund 2005, 99–102.)

Yrityksen oma pääoma koostuu pääosin omistajien rahoituksesta, mutta omaa pääomaa voivat sijoittaa myös kehitysyhteisöt, riskisijoitusyhtiöt tai yksityiset pääomasijoittajat. Riskisijoittaminen tapahtuu lähinnä pieniin ja keskisuuriin yrityksiin oman pääoman muodossa vähemmistösjoituksina. Riskisijoittaja hankkii sijoitettavan pääoman, jonka

jälkeen sijoittaa pääoman valitsemaansa yritykseen. Tämän jälkeen sijoittaja on aktiivisesti mukana yrityksen toiminnassa ja osallistuu yrityksen kehittämiseen ja pyrkii ammattitaidollaan kasvattamaan kohdeyrityksensä arvoa. Lopulta riskisijoittaja irtautuu yrityksestä. Riskisijoittajina toimivat pääasiassa julkiset, pankkisivonnaiset tai yksityiset yhtiöt tai yksityiset henkilöt. Esimerkiksi Suomesta löytyy riskisijoittajina muun muassa julkinen yhtiö Sitra sekä pankkisivonnainen OKO-Venture Capital. (Sutinen & Viklund 2005, 99–102.)

4.2 Vieras pääoma

Yrityksen vieraalla pääomalla käytännöllisesti katsoen tarkoitetaan yrityksen velkaa. Vieras pääoma voidaan jakaa lyhytaikaiseen ja pitkäaikaiseen pääomaan. Lyhytaikaisen ja pitkäaikaisen luoton eroina ovat irtisanomis- ja takaisinmaksuajat. Lyhytaikaisella vieraalla pääomalla maksuaika on yleensä alle vuoden mittainen. Lyhytaikaiseen pääomaan voidaan luokitella muun muassa ostovelat, pankkien shekkitilit, tuonti- ja vientiluotot ja vekselit. Pitkäaikaista pääomaa ovat taas muun muassa pankkilainat, vakuutusyhtiöluotot sekä rahoitusyhtiöiden antamat luotot. (Sutinen & Viklund 2005, 103–106.)

Jos yrittäjän on mahdollista saada sijoittamalleen pääomalle suurempi tuotto vierasta pääomaa käyttämällä kuin pelkällä omalla pääomalla, on vieraan pääoman käyttö perusteltua. Yritystoiminnan laajentaminen ja yrittäjän saama voitto ovatkin usein voimakkaasti riippuvaisia siitä, onko vierasta pääomaa saatavilla. Vieraan pääoman hinnassa voi olla eroja. Yleensä se hinnoitellaan asiakassuhteen perusteella, koska rahoittajalla tai sijoittajalla on oma tuottovaatimuksensa lainalle. Yleensä vieraan pääoman hinta ilmaistaan korkoina. Rahoitus on yleensä sitä tehokkaampaa ja halvempaa, mitä suuremmasta rahamäärästä on kysymys. (Sutinen & Viklund 2005, 103–106.)

Yrityksen rahoituksen voidaan katsoa olevan terveellä pohjalla, kun sillä on riittävästi omaa rahaa. Yrityksen pitkävaikutteiset investoinnit ja käyttöpääoma on katettu pitkäaikaisilla lainoilla ja lyhytaikaisia lainoja on käytetty ainoastaan lyhytaikaisiin tarpeisiin. Yrityksen kokonaisvelkamäärä ei saisi kuitenkaan ylittää toimialan keskimääräisiä arvoja. (Sutinen & Viklund 2005, 103–106.)

4.2.1 Pankit

Yritykset voivat saada pankeilta vierasta pääomaa vekseleinä, luotollisina tileinä ja lainoina. Vekseli on lyhytaikainen laina, jonka käyttö yritysrahoituksessa on kuitenkin nykyään huomattavasti vähentynyt muiden luotollisten rahoitusmuotojen myötä. Luotollinen shekkitili on yritykselle joustava vieraan pääoman muoto, jota voidaan hyvin käyttää puskurina yrityksen maksuvalmiuden turvaamisessa. Shekkitili kattaa hyvin yrityksen lyhytaikaisten rahantarpeiden vaihtelut. (Sutinen & Viklund 2005, 108.)

Pienten ja keskisuurien yritysten vieraasta pääomasta ylivoimaisesti suurin osa muodostuu pankkien myöntämistä lainoista. Pankkilainoja käytetään pääosin yrityksen investointien rahoittamiseen ja takaisinmaksuaika lainoille on useampia vuosia. Pankkilainojen ehdoista neuvotellaan aina tapauskohtaisesti yrittäjän, pankin ja mahdollisesti muiden osapuolien välillä. Muita osapuolia tarvitaan, jos esimerkiksi lainalla on ulkopuolinen takaaja kuten Valtiontakuukeskus tai Finnvera. Lainan ehtoihin ja yrittäjän neuvotteluasemaan vaikuttaa muun muassa se, paljonko lainaa tarvitaan ja kuinka pitkälle ajalle se sijoittuu sekä millainen on yritysidean kannattavuus ja millainen on yrittäjän aikaisempi tausta. Lainan kokonaiskustannukset kannattaa laskea tarkkaan, varsinkin jos käytettävissä on ulkopuolinen takaaja. Esimerkiksi Valtiontakuukeskuksen takaus laskee pankin korkomarginaalia, mutta yritys joutuu silloin maksamaan provisiota valtiontakuukeskukselle. Eri pankit asennoituvat ja käsittelevät lainahakemuksia eritavoin. Jos yrityksellä on vahvat vakuudet lainalle, sen kannattaa kilpailuttaa eri pankkeja lainanotossa. (Sutinen & Viklund 2005, 108.)

4.2.2 Rahoitusyhtiöt

Rahoitusyhtiöt kuuluvat yleensä pankkikonserneihin mutta ovat erillisiä yrityksiä, jotka tarjoavat perinteisestä pankkitoiminnasta eroavia rahoitusratkaisuja. Rahoitusyhtiöiden palvelut on suunnattu lähinnä yrityksille ja yrittäjille. Rahoitusyhtiöt toimivat pankkilainsäädännön ulkopuolella, joten niiden ei tarvitse noudattaa vakuusvaatimuksia ja tiukkoja rajoituksia. Rahoitustarkastus valvoo rahoitusyhtiöiden toimintaa. (Sutinen & Viklund 2005, 111–113.)

Rahoitusyhtiöiden merkitys rahoituksen tarjoajana kasvaa jatkuvasti. Ne tuovat markkinoille tasaisesti uusia erilaisia rahoitustuotteita. Rahoitusyhtiöiden tarjoamia suosittuja

rahoituksen muotoja ovat muun muassa leasing- ja factoringrahoitus. Leasing-rahoitus perustuu pitkäaikaisten tuotantovälineiden kuten koneiden ja laitteiden vuokraamiseen. Rahoitusyhtiö vuokraa asiakkaalleen ostamansa tarvittavan laitteen. Rahoitusyhtiö vaatii yleensä yritykseltä leasing-sopimukseen yhden vuoden ikää, joten se ei sovi rahoitusmuodoksi uusille perustettaville yrityksille. Factoring-rahoituksessa rahoitusyhtiö myöntää luottoa yritykselle, sen myyntisaamisia vastaan. (Sutinen & Viklund 2005, 111–113.)

4.2.3 Finnvera Oyj

Finnvera Oyj erityisrahoitusyhtiön omistaa kokonaisuudessaan Suomen valtio. Sen tehtävänä on edistää kotimaisten yritysten toimintaa sekä tukea niiden vientiä ja kansainvälistymistä. Finnveran tarkoituksena on tarjota erilaisia rahoitustuotteita, jotka soveltuvat yrityksen erilaisiin vaiheisiin. Liiketoimintaa aloittavat yritykset vaativat erilaisia ratkaisuja ja osaamista kuin kansainvälistyvät pitempään toimineet yritykset. Finnveran toiminta on suunnattu pääasiallisesti pienille ja keskisuurille yrityksille toimialasta riippumatta. Finnveran rahoitus kohdistuu sekä uusille aloittaville yrityksille että jo toiminnassa oleville yrityksille. Kuitenkin yrityksellä on oltava perustellut edellytykset kannattavaan liiketoimintaan saadakseen rahoitusta. (Sutinen & Viklund 2005, 114–116.)

Finnvera toimii yleensä osarahoittajana rahoittaen yritystä yhteistyössä muiden rahoittajien kanssa. Finnveran käyttämiä rahoitusmuotoja ovat takaukset, vientitakuut sekä lainat. Takauksia Finnvera tarjoaa yrityksille, joilla itsellään ei ole osoittaa lainanantajille turvaavaa vakuutta. Yritys voi käyttää sen myöntämää takausta vakuutena pankeille tai muille rahoittajille. Vientitakuut ovat turvana kansainvälistä liiketoimintaa harjoittaville tai siihen ryhtyville yrityksille. Merkittävin osuus Finnveran rahoituksesta kuitenkin muodostuu lainoista. Lainat voivat olla lyhyt- tai pitkäaikaisia investointi- ja käyttöpääomaluottoja. Finnveralla on normaaliehtoisten pankkiluottojen lisäksi tarkkaan suunnattuja erityisehtoisia luottoja. Tärkeimpiä Finnveran erityisehtoisia luottoja ovat muun muassa Kehittämislaina, Investointi- ja käyttöpääomalaina sekä Naisyrittäjälaina. (Sutinen & Viklund 2005, 114–116.)

4.2.4 Vakuutusyhtiöt

Yritykset voivat saada vakuutusyhtiöiltä sijoituslainoja sekä mahdollisuuden yrityksen suorittamien eläkevakuutusmaksujen takaisin maksamiseen. Vakuutusyhtiöt myöntävät sijoituslainoja aina tiettyihin käyttökohteisiin, joita voivat olla esimerkiksi liiketaloudellisesti kannattavat kotimaiset investoinnit tai työllisyyttä parantavat investoinnit. Sijoituslainojen vakuudeksi yritys tarvitsee joko pankin tai Finnveran takauksen. Eläkevakuutusyhtiö voi myös myöntää TEL-takaisinlainaa, eli se lainaa yrityksen sille suorittamia eläkevakuutusmaksuja takaisin yritykselle. Luoton maksimi voi siis olla korkeintaan yrityksen kertyneiden eläkemaksujen suuruinen. (Sutinen & Viklund 2005, 116–117.)

4.3 Avustukset ja tuet

Yritystoimintaa voidaan rahoittaa joiltakin osin myös erilaisilla yritystuilla. Ne voivat olla avustuksia ilman takaisinmaksuvelvoitetta tai lainoja, jotka tulee maksaa takaisin. Tukia ja tuettuja lainoja voi saada muun muassa Finnveralta, TEKESiltä tai TE-keskuksesta. Avustuksia myönnetään aloittaville yrityksille ja yrittäjille käynnistämisen vaiheen vaikeuksien välttämiseksi. Sen lisäksi avustuksien myöntämisen muita päätarkoituksia ovat alueellisen tasapainon säilyttäminen sekä uusien innovaatioiden ja tuotekehityksen tukeminen. Avustuksia voi saada samanaikaisesti myös useampaan tarkoitukseen. Merkittävimpiä avustuksia, joita aloittava yrittäjä voi hakea, ovat muun muassa starttiraha, investointituki, pk-yritysten kehittämistuki ja liikeidean kehittämisrahoitus. (Opetushallitus 2010, Yritystoiminnan aloittaminen ja rahoitus; Sutinen & Viklund 2005, 127.)

4.3.1 Starttiraha

Yrittäjäksi ryhtyvä voi hakea starttirahaa, joka turvaisi yrittäjän toimeentuloa yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen aikana. Starttirahan saamiseksi tulee olla työtön työnhakija tai palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä kokopäiväiseksi yrittäjäksi siirtyvä henkilö. Työ- ja elinkeinotoimisto selvittää vielä ennen starttirahan myöntämistä, että yrittäjyys on hakijalle sopiva työllisyysvaihtoehto. Hakijalla tulee olla myös aiempaa yrittäjäkokenemusta tai yrittäjäkoulutusta. Yrittäjäkoulutuksen ja starttirahan voi

myös yhdistää joustavasti. Koulutuksen voi esimerkiksi aloittaa starttirahan saamisen aikana. Alkaville yrittäjille järjestetään myös työvoimakoulutuksena kursseja, jotka ovat maksuttomia. Tai koulutusta voi hankkia esimerkiksi työ- ja elinkeinokeskuksien tai oppilaitosten kautta. Muita edellytyksiä starttirahan saamiseksi on muun muassa yrityksen mahdollisuudet kannattavaan toimintaan ja starttirahan tarpeellisuus yrittäjän toimeentulon kannalta. Starttirahaa ei voida myöntää, jos yritystoiminta on ehditty jo aloittaa. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2010, Starttiraha.)

Starttirahaan kuuluu perustuki sekä lisäosa. Perustuen osuus on 25,63 euroa päivässä (2010). Lisäosan suuruus taas voi vaihdella tapauskohtaisesti työ- ja elinkeinotoimiston harkinnan mukaan. Lisäosa voi kuitenkin olla korkeintaan 60 % perustuen määrästä. Starttirahaa voidaan hakea työ- ja elinkeinotoimistolta erillisellä työ- ja elinkeinoministeriön lomakkeella. Lomakkeesta tulee käydä ilmi muun muassa yrityksen toiminta- ja rahoitussuunnitelma. Tämän jälkeen työ- ja elinkeinotoimisto tekee päätöksen starttirahan myöntämisestä. Päätöksessä otetaan myös huomioon yritysten kilpailutilanteen alalla sekä uuden yritystoiminnan tarpeen paikkakunnalla. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2010, Starttiraha.)

4.3.2 Investointituki

Investointituki on TE-keskuksen myöntämää tukea pienille ja keskisuurille yrityksille. Tukea myönnetään yrityksille, jotka harjoittavat tuotannollista toimintaa kehitys- ja rakennemuutosalueilla. Yritysten, jotka aloittavat tai laajentavat toimintaansa tai uudistavat käyttöomaisuuttaan, on mahdollista saada tukea. Lisäksi tukea varten edellytetään, että yrityksellä on edellytyksiä jatkuvaan ja kannattavaan liiketoimintaan. Tuettavan hankkeen tulisi myös edistää alueiden kehittämistavoitteita. Avustus voi kuitenkin enintään olla 45 % hankkeen hyväksyttävistä kustannuksista. (Sutinen & Viklund 2005, 128–129.)

4.3.3 Pk-yritysten kehittämistuki

TE-keskuksen myöntämän rahoituksen tarkoituksena on tukea pieniä ja keskisuuria yrityksiä toteuttamaan uusia ja merkittäviä kehittämis- tai kansainvälistymishankkeita ja niiden avulla kehittämään pitkän aikavälin kilpailukykyään sekä kansainvälistymistään. Kehityshankkeiden avulla voidaan parantaa ja kehittää muun muassa yritysten tuotteita

ja tuotantomenetelmiä, johtamista, markkinointia, kansainvälistymistä ja ylipäättään perustamis- tai toimintaedellytyksiä. Kehittämistukea voi saada vain silloin, kun hanketta ei rahoiteta muilla valtion avustuksilla tai tuilla. (Sutinen & Viklund 2005, 129.)

4.3.4 Liikeidean kehittämisrahoitus

Tekes eli Teknologian kehittämiskeskus ja Sitra eli Suomen itsenäisyyden juhlarahasto ovat yhdessä perustaneet liikeidean kehittämisrahaston, jonka tarkoituksena on rahoittaa korkeaa teknologiaa ja osaamista sisältävien liikeideoiden kehittämistä. (Sutinen & Viklund 2005, 130.)

4.4 Yrityksen rahoitussuunnitelma

Yrityksen rahoitussuunnittelu on yksinkertaisin aloittaa kannattavuuslaskelmalla. Kannattavuuslaskelman tavoitteena on saada aikaan realistinen arvio yrityksen tuloista suhteissa menoihin. Laskennan tavoitteena on siis selvittää, mikä on myynnin minimimäärä vuodessa siten, että se kattaa päivittäiset menot ja yrittäjän toimeentulon. Kannattavuuslaskenta on tässä työssä esitetty hyvin suurpiirteisesti ja sopii yrityksen perustamisvaiheeseen. Myöhemmässä vaiheessa liiketoiminnan ohjauksessa tulee käyttää tarkempia laskukaavoja ja seurata yrityksen kassavirtaa lyhyemmissä ajanjaksoissa. (Sutinen & Viklund 2005, 69–78.)

Oman yrityksen kannattavuuslaskelma

Koska yritys toimii vähittäiskauppana, sen pääomaa on sitoutunut paljon varastoon. Yrityksen liiketoiminta perustuu siihen, että hyllyissä on tavaraa myytäväksi. Yrityksen myyntivarasto koostuu pääosin langoista, kankaista ja tarvikkeista. Myyntivaraston sisältö on koottu taulukkoon 4.1, johon on merkitty näkyviin tuotteista saatavat kateprosentit. Kankaat ovat keskenään hyvin erihintaisia, joten myyntikatettakin tulee eri kankaista eri määrä. Samoin on lankojen suhteen. Laskemisen helpottamiseksi sekä kankaat että langat on jaettu kahteen hintaluokkaan. Tarvikkeet sisältävät tässä tapauksessa kaiken muun, mitä liikkeessä myydään, kuten puikot, virkkuukoukut, neulat, nauhat, napit ynnä muut sellaiset. Myös kirjat ja lehdet on määritetty kuuluvaksi tarvikkeisiin, koska niiden myyntiosuuden ei oleteta olevan merkittävä.

Taulukko 4.1 Myyntivarasto

		Ulosmyynti- hinta	Ostohinta	Myyntikate	Kate- prosentti
Kankaat	hintaluokka 1	6 €/m	3,5 €/m	2,5 €/m	42 %
	hintaluokka 2	20 €/m	12 €/m	8 €/m	40 %
Langat	hintaluokka 1	6 €/100g	4 €/100g	2 €/100g	33 %
	hintaluokka 2	3 €/100g	2,5 €/100g	0,5 €/100g	17 %
Tarvikkeet					20 %

Tarvikkeiden hintaluokat ovat niin erilaisia ja saatava myyntikate voi vaihdella, joten tavoitteeksi otetaan, että kaikista tarvikkeista saadaan vähintään 20 % myyntikatetta. Kankaiden myyntiosuuden oletetaan olevan 50 % kaikesta myynnistä, lankojen 30 % ja tarvikkeiden 20 %. Kaiken kaikkiaan myyntikatteen keskiarvoksi voidaan olettaa 30 %.

Jotta saadaan tietää, voiko yritys toimia kannattavasti, tulee laskea yrityksen alkuinvestoinnit ja yrityksen kuukausittainen käyttöpääoman tarve. Alkuinvestointeihin on laskettu mukaan kaikki välttämättömät hankinnat yrityksen käynnistämistä varten. Alkuinvestoinnit ovat laskettuna taulukossa 4.2 ja käyttöpääoman tarve kuukauden aikana on taulukossa 4.3.

Taulukko 4.2 Alkuinvestoinnit

INVESTOINNIT		euroa
Liiketilat	Korjaus ja muutostyöt	200
	Kalusteet (pöydät, hyllyt, sohva)	1000
	Sisustustekstiilit ym.	100
	Takuuvuokra	3000
Koneet ja laitteet	Kassakone	500
	Maksupääte	400
	Tietokone ja tulostin	600
	Ohjelmistot	600
	Ompelukone (käytetty)	300
	Saumuri (käytetty)	400
	Puhelin	100
Yrityksen perustamiskulut	Rekisteröinti	65
Markkinointi	Ikkunateippaukset/ nimi-kyltti	500
	Lehtimainokset (5 kpl)	4500
	Käyntikortit/ mainostar-rat (1000 kpl)	140
	Mainoskirjeet+jakelu (500 kpl)	200
Alkuvarasto		8000
Investoinnit yhteensä		20605

Taulukko 4.3 Käyttöpääoma

KÄYTTÖPÄÄOMAN TARVE (kk)	euroa
Vuokra	1500
Puhelinkulut	50
Lehdet	50
Markkinointikulut	1000
Kirjanpito	200
Internet	40
Vakuutukset	400
Palkka-arvio	1000
Käyttöpääoma yhteensä	4240

Investoinnit ja muut kulut on arvioitu tutkimalla markkinoilla olevien tuotteiden ja palveluntarjoajien hintoja. Laskelmiin on otettu keskivertohintoja. Vuokrakulut on laskettu Tampereen keskustassa sijaitsevan liikehuoneiston mukaan. Investointien ja käyttöpääoman perusteella voidaan laskea yrityksen ulkopuolisen rahoituksen tarve perustamisvaiheessa. Ulkopuolisen rahoituksen tarve on laskettu taulukossa 4.4. Laskentaan on

otettu huomioon käyttöpääoman varaus kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle ja yrittäjän itse sijoittamat varat 5000 euroa. Lisäksi laskennassa on otettu huomioon kustannusylitysten mahdollisuus. Tätä varten on lisätty kustannusylitysvarausta 30 % investointien suuruudesta.

Taulukko 4.4 Ulkopuolisen rahoituksen tarve

Investointierä	euroa
Yrittäjän omat varat	+ 5000
- Investointitarve	-20 605
- Käyttöpääomavaraus (3 kk)	-12720
- Kustannusylitysvaraus (30 % investoinneista)	- 6181.5
Ulkopuolisen rahoituksen tarve	-28325

Yritys tarvitsee siis vierasta rahoitusta noin 29 000 euroa. Rahoitusta varten haetaan pankkilainaa. Pankkilaina pyritään maksamaan neljässä vuodessa takaisin. Yrittäjä haakee myös työ- ja elinkeinotoimiston starttirahaa, mutta sitä ei oteta huomioon laskennoissa. Kannattavuuslaskelmien seuraavana vaiheena on myynnin minimitarpeen laskeminen vuoden ajalle. Laskelmat on esitetty taulukossa 4.5.

Taulukko 4.5 Myynnin minimitarve

Myynnin minimitarve	euroa
Lainojen lyhennykset (25% lainasta)	7081
Korot (4 % lainasta)	1133
Toiminnan kiinteät kulut (12 kk x käyttöpääoma)	50880
Myyntikatetarve	59094

Käytännön kulujen peittämiseksi yritys tarvitsee siis myyntikatetta noin 60 000 euroa vuodessa. Tästä summasta voidaan laskea vuosittaisen myynnin tarve myyntikateprosentin perusteella. Myyntikateprosentiksi määritettiin aiemmin 30 %.

Vuotuisen myynnin tarve = myyntikatetarve / (100 % / myyntikateprosentilla)

Laskukaavan perusteella vuotuiseksi myynnin tarpeeksi saadaan 196 981 euroa. Tästä voidaan laskea eteenpäin, että kuukaudessa myyntiä olisi oltava noin 16 500 euroa ja päivässä 750 euroa.

Vuosimyyntin realistisuutta voidaan arvioida esimerkiksi keskimääräismyyntin tarkastelun avulla. Oletetaan, että keskimääräisen asiakkaan lasku olisi 30 euroa ja asiakkaita kävisi kolme tunnissa. Liikkeen aukioloaikojen mukaisesti viikossa on 45 aukiolotuntia, joten viikossa tämä tekisi myyntiä 4050 euroa. Vuodessa myyntiä kertyisi 210 000 euroa. Tämä on enemmän kuin vuosittaiseksi myyntitarpeeksi on laskettu. Asiakasmäärät ovat vielä kohtalaiset ja mahdolliset saavuttaa, joten yritys voisi olla kannattava.

Arviointia voidaan tarkentaa lisäksi markkinoiden tarkastelua apuna käyttäen. Yrityksen markkina-alueella on asukkaita 335 000 kappaletta. Näistä voidaan ajatella potentiaalisia asiakkaita olevan kokonaisuudessaan 20 %. Yrityksen tavoitteena on saavuttaa 1 % osuus potentiaalisista asiakkaista, jolloin asiakkaita yritykselle tulisi 670 kappaletta. Jos yhden asiakkaan oletetaan käyttävän rahaa liikkeeseen noin 300 euroa vuodessa, yhteensä myyntiä tulisi 201 000 euroa. Tämäkin luku pysyy vielä vuotuisen myyntitarpeen yläpuolella. Laskelmien perusteella voitaisiin siis kaiken kaikkiaan olettaa, että yrityksellä olisi mahdollisuus ja edellytykset kannattavaan toimintaan.

Rahoittajia varten uudella yrityksellä tulee olla esitettävänä kannattavuuslaskelmien lisäksi liiketoimintasuunnitelma. Tämä työ sisältää kokonaisuudessaan käsityöyrityksen liiketoimintasuunnitelman, mutta rahoittajia varten on lisäksi tehty erikseen tiivistelmämuotoinen yrityksen liiketoimintasuunnitelma, joka on työn lopusta liitteenä (Liite 2).

5 Markkinat ja kilpailijat

Yritystoiminnan lähtökohtana hyvän liikeidean lisäksi on se, että yritykselle riittää tarpeeksi asiakkaita. Yrityksen tuotteiden ja palvelujen on herätettävä tarpeeksi kysyntää, että yritys voi toimia. Yrityksen suunnitteluvaiheessa on jo hyvä tarkemmin tutkia ja eritellä yrityksen asiakkaita ja kilpailijoita. (Raatikainen 2006, 86.)

5.1 Asiakasanalyysi

Vaikka oma yritysidea tuntuisi kuinka hyvältä tahansa, uuden yrittäjän on aina varmistuttava siitä, että yritykselle riittää myös asiakkaita. Ilman asiakkaita yritystoiminta ei voi pysyä kannattavana. Asiakasanalyysi auttaa hahmottamaan potentiaalisen asiakkaan, joka mahdollisesti tulisi käyttämään yrityksen tuotteita tai palveluja. (Raatikainen 2006, 86.)

Oman yrityksen asiakasanalyysi

Asiakasanalyysia on rakennettu Liikeideasta liikkeelle -kirjan (Raatikainen 2006, 182) ohjeiden ja havainnollistavien kysymysten avulla.

Kuvaus tyypillisestä asiakkaasta:

Yrityksen asiakas on käsitöistä, ompelusta ja ylipäätään itse tekemisestä ja uuden kokeilemisestä kiinnostunut ihminen, joka arvostaa hyvää laatua ja ammattitaitoista palvelua. Iällä, sukupuolella tai koulutustaustalla ei ole merkitystä. Asiakkaat voidaan jakaa karkeasti kolmeen pääryhmään: vaativat harrastajat ja ammattilaiset, harrastelijat sekä vasta-alkajat.

Miten tällainen asiakas saavutetaan? Millainen markkinointi häneen vaikuttaa?

Mainontaa pitää miettiä kaikkia asiakasryhmiä kiinnostavaksi. Ensimmäisen ryhmän asiakkaita kiinnostaa varmasti tavaroiden alkuperä ja laatu ja mahdollisuus tilata liikkeen kautta melkein mitä vaan. Muille asiakkaille tulee mainostaa valikoiman lisäksi mahdollisuutta apuun ja neuvontaan. Mainonnan tulee olla laajaa ja visuaalisesti näyttävää sekä ajatuksia ja ideoita herättävää.

Mikä on yrityksen markkinointialue:

Yritystä markkinoidaan paikallisesti Tampereella ja lähiseuduilla. Internetin välityksellä markkinointia tapahtuu toki jonkin verran koko Suomen laajuisesti.

Kuinka paljon asiakkaita on markkina-alueella?

Tampereella ja sen lähikunnissa Nokialla, Kangasalalla, Ylöjärvellä, Lempäälässä ja Pirkkalassa asuu yhteensä n. 335 000 asukasta (Tampereen kaupunkiseutu 2010). Kar-

keasti voidaan olettaa noin 30 % ihmisistä harrastavan jonkinlaisia käsitöitä tai olevan ainakin kiinnostunut niistä. Tällöin markkina-alueella asiakaskuntaa olisi noin 100 000 ihmistä.

Paljonko asiakas on valmis käyttämään rahaa ostoksiin vuoden aikana?

Yksittäinen asiakas voisi käyttää rahaa käsityötarvikkeisiin noin 50 - 1500 euroa vuodessa. Keskimääräiset ostokset ovat ehkä 300 euroa vuodessa per asiakas.

Paljonko asiakkaat tuovat rahaa koko markkina-alueelle?

Jos 100 000 ihmistä ostaa markkina-alueen liikkeistä 300 eurolla vuodessa tavaraa, silloin rahaa kulkeutuu markkina-alueelle kokonaisuudessaan 30 000 000 euroa.

Mihin suuntaan markkinat kehittyvät?

Tämänhetkinen huono taloustilanne ja taantumavaihe hillitsevät asiakkaitten kulutusta, mutta tämän alan liikkeessä se ei kuitenkaan välttämättä näy. Asiakkaat päinvastoin voivat innostua tekemään itse, jos ovat aiemmin käyttäneet rahaa valmiisiin käsityö- tai design-tuotteisiin. Kokonaisuudessa tämän alan markkinat pysyvät varmaan tulevaisuudessa lähes samansuuruisina.

5.2 Kilpailija-analyysi

Asiakkaiden tunnistamisen jälkeen tulee tunnistaa ja analysoida myös kilpailijat. Kilpailijoiksi lasketaan muut samalla toimialalla ja markkina-alueella toimivat yritykset. Kilpailu- ja kilpailija-analyysi auttaa hahmottamaan markkinatilannetta ja pohtimaan oman yrityksen sijoittumista kilpailutilanteessa. (Raatikainen 2006, 91.)

Oman yrityksen kilpailija-analyysi

Kilpailevia yrityksiä Tampereella ovat kangaskaupat, lankakaupat ja erilaiset käsityötarvikeliikkeet. Lankoja ja käsityötarvikkeita myydään myös isoimmissa marketeissa ja tavarataloissa. Alapuolelle on listattuna taulukkoon 5.1 muutamien pahimpien kilpailijoiden heikkouksia ja vahvuuksia. Mallina kilpailija-analyysissä on käytetty Liikeideasta liikkeelle -kirjaa (Raatikainen 2006, 185). Tampereella ja lähiseuduilla on monia

kangaskauppoja. Tunnetuin niistä varmasti on Eurokangas. Parhaimmat valikoimat lankoja on Tampereen seudulla marketeissa kuten Anttilassa tai Prismoissa. Lankoja myydään kuitenkin käsityötarvikkeiden erikoisliikkeissäkin, kuten Merlettossa. Ompelutarvikkeita voi olla erikoisliikkeiden lisäksi ompelukoneita myyvissä liikkeissä.

Taulukko 5.1 Kilpailija-analyysi

Yritys	Vahvat puolet	Heikot puolet
Eurokangas	vakiintunut asema, tunnettavuus, suuret ketjuliikkeet, laaja valikoima	kiireinen ilmapiiri, vähän henkilökohtaisia neuvoja ja apua
Käsityö & sisustus Merletto	paljon erilaisia nauhoja ja nyörejä, hyvä nappivalikoima, keskeinen sijainti kauppakeskuksessa	valikoima rajoittunut, vaihteleva palvelun taso
Anttila	hyvä sijainti, helppo ostospaikka, melko laajasti valikoimaa, myynnissä myös kirjoja ja lehtiä	Ei varsinaista asiakaspalvelua, lankoja vain parilta eri merkiltä

Kilpailu tulee todennäköisesti kasvamaan kaikkien alan liikkeiden välillä. Liikkeet jakaantuvat ehkä selkeämmin niihin, jotka myyvät paljon ja halvalla, ja niihin, jotka panostavat laatuun ja asiakaspalveluun. Toiset yritykset ovat muuttumassa aina vaan isommiksi tai käsityötarvikkeiden myynti keskitetään ison tavaratalon tietylle osastolle ja asiakkailta odotetaan oma-aloitteisuutta ja nopeaa toimintaa liikkeissä. Isojen liikkeiden vastapainoksi voisi kuitenkin ajatella tulevaisuudessa perustettavan enemmänkin pieniä palveluun erikoistuneita liikkeitä.

Kilpailijoita on suhteellisen paljon, mutta kaikki ovat keskittyneitä omiin osa-alueisiinsa. Materiaalit voi saada yhdestä paikasta, mutta välineet, kaavat ja ideat tulee hankkia muualta. Isojen liikkeiden suuria valikoimia vastaan ei pieni erikoisliike pysty ikinä kilpailemaan. Siksi tulee keskittyä valikoiman laatuun ja hyvään palveluun, koska suurten liikkeiden suurimpana heikkoutena on palvelun taso. Ammattitaitoista asiantuntevaa palvelua ei välttämättä ole ollenkaan tai sitten myyjää voi joutua odottamaan pitkiäkin aikoja. Pienessä liikkeessä voidaan keskittyä hyvään palveluun. Jos asiakas tulee hakemaan jotain, mitä liikkeestä ei löydy, hänelle hankitaan sitä. Isojen liikkeiden palvelu voi olla hyvin suurpiirteistä, eikä asiakkaalle riitä aikaa kuin kankaan

leikkauksen ajan. Yksityiskohtaisten neuvojen saaminen voi olla heikkoa. Nämä asiat on hyvä ottaa erityisesti huomioon ja kehittää pienen liikkeen palvelua kilpailijoita paremmaksi.

5.3 Markkinointitutkimus

Markkinointitietoja tutkittaessa ja selvitetessä on markkinointitutkimus keskeisessä osassa. Sen avulla voidaan yhdistää kuluttaja markkinoijaan. Tutkimuksista saadaan tietoja, joiden avulla markkinointitoimia voidaan kehittää. Saadun tiedon avulla voidaan myös ymmärtää markkinointia paremmin prosessina ja niitä menetelmiä, joilla prosessia voidaan tehostaa entisestään. Yrittäjän on hyvä tietää ja ymmärtää asiakkaidensa erilaisia tarpeita, jotta voi tarjota parhaiten sen, mitä he tarvitsevat. Samoin yrittäjän tulee hahmottaa, miten nykyisille ja tuleville asiakkaille saa parhaiten viestitettyä omista tuotteistaan ja palveluistaan. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 9-11.)

Markkinointitutkimuksen hyöty yksittäiselle yritykselle tulee esiin, jos yritys sen avulla pystyy hoitamaan paremmin asiakassuhteitaan tai vaikka perustelemaan tarkemmin jonkin suuren investointipäätöksen. Yrityksellä on paremmat perusteet käyttää liiketoimintansa kehittämiseen suuriakin rahoja, kun uudistukset perustuvat tutkittuun tietoon. Markkinointitutkimus voi antaa hyvää ja tarpeellista tietoa yritykselle kaikissa sen vaiheissa. Varsinkin nykypäivänä markkinat muuttuvat jatkuvasti, tuotteet uudistuvat ja kehittyvät nopeasti ja kilpailutilanne vaihtelee. Markkinoiden ymmärtäminen ja selvittäminen on yritykselle sen vuoksi hyvin tärkeää. (Mäntyneva ym. 2008, 9-11.)

Markkinointitutkimukset ovat erilaisia, niiden sisältöön ja aiheeseen vaikuttaa tutkimuksen tekijä, teettävä yritys sekä tutkimuskohde. Markkinointitutkimus prosessina noudattaa kuitenkin yleisesti samaa kaavaa. Markkinointitutkimuksen tekijä suunnittelee tiedonkeruumenetelmät, johtaa tiedonkeruuprosessin ja toteuttaa sen sekä sen jälkeen analysoi tulokset sekä raportoi niistä ilmenneet seikat tutkimuksen toimeksiantajalle. Markkinointitutkimus prosessi voidaan jakaa osa-alueisiin, joita ovat tutkimusongelman määrittäminen, tutkimussuunnitelman laatiminen, tutkimusaineiston keruusta päättäminen, tutkimusaineiston kerääminen, tutkimusaineiston analysointi sekä tulosten raportointi ja hyödyntäminen. (Mäntyneva ym. 2008, 9–13.)

Markkinointitutkimus aloitetaan ongelman määrittämisestä. Päätetään, mitä halutaan tutkia ja miten tutkittava aihe rajataan. Tämä on markkinointitutkimuksen ehdottomasti tärkein vaihe, koska se on lähtökohtana koko prosessille. Jotta tutkimuksesta saataisiin halutunlaisia tuloksia, on tutkimusongelma osattava asettaa ja rajata oikeanlaiseksi. Tässä vaiheessa olisi hyvä myös olla jo jonkinlainen karkea näkemys siitä, miten tutkimusaineisto kerätään ja käsitellään. (Mäntyneva ym. 2008, 13.)

Seuraavana vaiheena on tutkimussuunnitelman tekeminen. Tähän vaiheeseen vaikuttaa se, kuka lopullisen tutkimuksen tekee, tekeekö sen yrittäjä itse tai joku muu yrityksestä vai ostetaanko markkinointitutkimus ulkopuoliselta. Tutkimussuunnitelman tekoon on hyvä panostaa ainakin sen verran, että se on tehty tavoitteita vastaavasti, jotta on helppompi hahmottaa, mitä ollaan tekemässä milloinkin. (Mäntyneva ym. 2008, 13.)

Seuraavaksi markkinointitutkimuksen etenemisessä tulee selkeyttää, miten tutkimusongelmaa vastaava tutkimusaineisto saadaan kerättyä. Tutkimusaineiston keräämiseen voidaan käyttää menetelminä kirjoituspöytä- sekä kenttätutkimuksia ja kvantitatiivista tai kvalitatiivista tutkimusta. Kirjoituspöytä tutkimuksessa hyödynnetään jo olemassa olevaa tutkimusaineistoa ja kenttätutkimuksessa kerätään uutta tutkimusaineistoa. Näitä kahta tapaa käytetään yleensä yhdessä toisiaan täydentäen. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus ovat kenttätutkimuksen muotoja. Kvantitatiivista tutkimusta käytetään, kun aineisto sisältää muuttujia, jotka ovat numeerisessa muodossa tai muuten mitattavissa tai testattavissa. Kysymykset ovat määrämuotoisia tai sellaisia, että niitä voidaan käsitellä tilastollisesti, kuten monivalintakysymyksiä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa taas on tarkoituksena tulkita, ymmärtää ja antaa merkityksiä tutkittaville asioille. Kysymykset ovat useimmiten avoimia, joihin vastaukset ovat suusanallisia tai kirjallisia vapaamuotoisia vastauksia. Kvalitatiivisen tutkimuksen otoskoko on vastausten tulkitsemisen takia yleensä kvantitatiivista tutkimusta huomattavasti pienempi. (Mäntyneva ym. 2008, 28–33.)

Tutkimusaineiston keräämisestä päättämiseen kuuluu myös otannan päättäminen. Tulee määritellä tutkimukseen haluttu perusjoukko ja miettiä, miten tästä perusjoukosta saadaan valittua otannalla varsinaiset tutkimuksen kohdehenkilöt eli otos. Perusjoukko on tutkimuksen kohderyhmä, jonka näkemyksiä ja mielipiteitä tutkimuksella halutaan sel-

vittää. Perusjoukko on kokonaisuudessaan kuitenkin yleensä liian suuri tutkimukseen, joten otannan tarkoituksena on saada riittävän edustava otos siitä. Otoksen perusteella pitäisi pystyä tekemään johtopäätöksiä koko perusjoukosta. (Mäntyneva ym. 2008, 37.)

Kun keräysmenetelmä ja otanta on päätetty, tulee suorittaa varsinainen tutkimusaineiston kerääminen. Kerääminen voidaan suorittaa esimerkiksi kyselytutkimuksena, kirjekyselynä, omnibus-tutkimuksena, Internet-kyselynä tai paneelitutkimuksena. Ennen keruuta täytyy kuitenkin vielä rakentaa menetelmään sopiva tutkimuslomake tai haastattelurunko. (Mäntyneva ym. 2008, 13.)

Kun aineisto on saatu kerättyä tavoitteita vastaavasti, siirrytään tutkimusaineiston käsittelyyn ja analysointiin. Tuloksista kirjoitetaan lopuksi vielä kirjallinen tutkimusraportti ja keskeisten tutkimustulosten esittely tutkimuksen toimeksiantajalle. Jos markkinatutkimuksen tarvitsija tekee tutkimuksensa itse, tämä vaihe luonnollisestikin jää yleensä pois. (Mäntyneva ym. 2008, 13.)

Oman yrityksen markkinointitutkimus

Yritystä perustettaessa olisi hyvä tehdä jonkinlainen markkinointitutkimus, jonka avulla saisi selvitettyä liikeidean kannattavuutta ja kysyntää. Tutkimuksen olisi hyvä selvittää mahdollisten tulevien asiakkaiden kiinnostusta uuteen liikkeeseen ja sitä, minkälaisilla tuotteilla olisi eniten kysyntää ja minkälaista markkinointia kannattaisi käyttää. Halvimmaksi tulisi, jos yrittäjä toteuttaisi markkinointitutkimuksen itse, mutta toisaalta kattavamman tutkimuksen varmasti saisi, jos sen ostaisi ammattilaiselta.

Tutkimuksen ongelmana olisi siis uuden perustettavan yrityksen kannattavuus markkinoilla. Kysely voisi sisältää ennakkotietoina kysymykset ihmisten tämän hetkisistä kulutustottumuksista alan liikkeissä ja tietysti siitä, harrastaako itse tai olisiko kiinnostunut aloittamaan harrastuksen. Lisäksi kysymyksinä voisi olla, kuinka usein harrastaa käsitöitä ja harrastaisiko useammin, jos olisi mahdollisuus henkilökohtaiseen opastukseen tai neuvontaan ja kiinnostaisiko sellainen palvelu ylipäättään. Myös kiinnostus ompelukoneen käyttöpalvelulle voisi tiedustella. Kyselyn loppuun vastaajan olisi mahdollisuus vielä kertoa omin sanoin, minkälaisista tuotteista ja palveluista olisi kiinnostunut.

Markkinointitutkimus suoritetaan kenttätutkimuksena, ja siinä voidaan käyttää kvantitatiivista sekä kvalitatiivista tutkimusotetta. Lähinnä kysymykset olisivat monivalintatyypisiä, mutta tarkennukseksi kyselylomake voisi sisältää muutaman avoimen kysymyksen. Kirjoituspöytä tutkimusta voidaan käyttää myös hyväksi markkinointitutkimuksessa. Esimerkiksi voidaan tutkia ennakkoon tietoa kilpailijoista ja yleisesti alan markkinoista.

Markkinointitutkimukseen haluttava perusjoukko on aika vaikea määrittää, koska yrityksen asiakkaiksi toivotaan ihan kaikenlaisia ihmisiä. Iän tai sukupuolen perusteella ei haluta rajata perusjoukkoa. Maantieteellisesti perusjoukko kuitenkin voidaan rajata Tampereen seudulla asuviin. Parhaimmillaan otokseen kuuluisi tästä ryhmästä mahdollisimman erilaisia ja paljon eri-ikäisiä ihmisiä.

Tutkimusaineiston kerääminen kävisi parhaiten kirjetutkimuksena tai kyselytutkimuksena, jolloin ihmisille joko lähetettäisiin kyselylomake kotiin tai kysely suoritettaisiin puhelimitse. Kotiin lähetettävä kyselylomake toimisi samalla myös hyvänä mainoksena, kun se olisi visuaalisesti hyvin toteutettu. Kyselylomakkeen mukana voisi olla myös jokin tarjouslappu liikkeeseen, joka saattaisi innostaa lisää ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Internet-kyselyä ei oteta vaihtoehdoksi, koska oletetaan, etteivät kaikki kohde-ryhmän jäsenet käytä Internetiä kovin usein tai lainkaan.

Markkinointitutkimus on onnistunut, jos sen avulla saadaan varmuutta, että ihmisillä olisi kiinnostusta liikeidea kohtaan. Kallisarvoista tietoa on myös se, minkälaista palvelua ihmiset odottavat, eli kuinka kiinnostuneita ollaan esimerkiksi neuvoista ja avusta käsitöiden tekemisessä ja kiinnostaako ompelukoneen käyttömahdollisuus.

5.4 Yrityksen markkinointi

Markkinointi on erittäin tärkeä osa yritystoimintaa, erityisesti uuden aloittavan yrityksen osalta. Markkinoinnin tarkoituksena on lisätä yrityksen ja sen tuotteiden näkyvyyttä sekä saada asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä ja päästä tekemään kauppaa heidän kanssaan. Mainonnan tyylin tulee olla sopusoinnussa yrityksen imagon kanssa, sekä markkinoinnin on hyvä antaa todenmukainen kuva yritystoiminnasta, ettei asiakas aina-

kaan pety yritykseen. Aloittavan yrittäjän kannattaa panostaa markkinointiin, koska alkuvaiheessa on erittäin tärkeää, että uutta yritystä tuodaan esille ja asiakkaiden tietoisuuteen. Markkinointikustannuksiin kannattaa varautua merkittävillä summilla, jotta mainonnasta saadaan riittävän näkyvää. Markkinoinnin onnistuessa rahat tulevat kuitenkin takaisin hyvänä myyntinä. Monen aloittavan yrityksen ongelmana onkin, ettei alkumarkkinointiin sijoiteta riittävästi rahaa. Markkinoinnin suunnitteluun kannattaa käyttää myös riittävästi aikaa ja mahdollisesti myös mainostoimiston apua. (Raatikainen 2006, 94.)

Markkinoinnin suunnittelussa otetaan huomioon potentiaaliset asiakkaat ja markkinointibudjetti. Näiden perusteella voidaan suunnitella, kuinka markkinointia olisi viisainta lähteä toteuttamaan. Markkinointitoimenpiteitä on runsaasti erilaisia. Peruslähtökohtana on markkinointiviestintä, johon lasketaan mukaan suoramainonta, kuten erilaiset esitteet, myyntikirjeet ja kuvastot, tiedottaminen lehdissä, tv:ssä ja radiossa sekä näkyvät mainokset ulkona tai liikenteessä ja yritysnimen ja logon näkyminen mahdollisimman monissa paikoissa. Markkinointiin kuuluu myös yritystietojen esitleminen kaikissa sen lomakkeissa ja asiakirjapapereissa, kuten kuiteissa, laskulomakkeissa, käyntikorteissa ja kirjekuorissa. Kun asiakkaat on ensin saatu houkutelua markkinointiviestinnällä liikkeeseen, markkinointi jatkuu liikkeessä henkilökunnan ja asiakaspalveluprosessin myötä. Nopea, luotettava ja asiantunteva asiakaspalvelu on hyvää mainontaa yritykselle. Myös liikkeen kokonaisvaikutelma on osa markkinointia, asiakaspalvelutilojen viihtyvyys, toimivuus ja siisteys luovat asiakkaalle mielikuvan yrityksen hyvinvoinnista. (Raatikainen 2006, 94.)

Oman yrityksen markkinointi

Aloittavassa käsityöyrityksessä käytetään rahaa markkinointiviestintään, koska näkyvyys on erittäin tärkeää. Suora mainonta on myös erityisen tärkeää. Esimerkiksi esitteitä voidaan jakaa suoraan ihmisten koteihin ja lisäksi ilmoitustauluille kauppoihin ja alaa opettaviin kouluihin ja kerhotoiloihin. Lehtimainokset jo ennen yrityksen avaamista ovat tärkeitä, jotta yrityksen nimi ja logo tulevat ihmisille tutuiksi ja kiinnostus liikettä kohtaan syntyy. Alkuvaiheessa yritys voi teettää tarralappuja, joissa on selkeästi yrityksen nimi, logo ja yhteystiedot. Näitä lappuja voidaan liimata kaikkiin asiakirjoihin ja lähetettäviin kirjeisiin, laskuihin ynnä muihin sellaisiin. Tällöin kaikkea ei tarvitse teettää

erikseen ainakaan vielä alkuvaiheessa, mutta yrityksen tiedot saadaan kätevästi mukaan tarvittaessa. Tarroja voidaan käyttää myös käyntikortteina.

Siihen miten liiketilat ja henkilökunta markkinoivat yritystä, kiinnitetään myös paljon huomiota. Kuten aiemminkin on jo mainittu, yksi liikkeen erityispiirteistä on erinomainen asiakaspalvelu. Tämän tyyllisessä liikkeessä parhaiten asiakkaitten kanssa toimii ammattitaitoinen asiakaspalvelu, jossa asiat osataan esitellä kokonaisvaltaisesti ja mielenkiintoisesti kuitenkin asiakasta painostamatta. Tärkeämpää on luoda pitkäkestoisia asiakassuhteita saamalla asiakas tuntemaan olonsa kotoisaksi ja tervetulleeksi liikeseen.

Markkinoinnissa myös verkostoituminen on tärkeää. Aina kannattaa käyttää kaikki mahdolliset ilmaisen markkinoinnin keinot hyväkseen. Voi kysellä esimerkiksi löytöyiskö paikallislehdistä kiinnostusta jutun tekemiseen uudesta yrityksestä. Kontaktit käsityön opettajiin ja ryhmien ohjaajiin voivat olla kallisarvoisia, jos heidät saa innostumaan ja kertomaan yrityksestä eteenpäin.

6 Toimitilat ja sijainti

Yrityksen sijainnilla on suuri merkitys. Yritys tulee perustaa sellaiseen paikkaan, mistä asiakkaat sen parhaiten löytävät ja missä he muutenkin asioivat. Eli Tampereella tämä tarkoittaa keskustan aluetta tai sen välitöntä läheisyyttä. Ihanteellinen paikka olisi myös sellainen, että parkkipaikkoja olisi runsaasti lähellä ja bussillakin pääsisi viereen.

Liiketilojen vuokrat vaihtelevat suuresti. Asunnonvälityspalveluiden nettisivuilta löytyy vapaana olevia ja vuokralle annettavia liiketiloja. Yleisesti, mitä kauempana keskustasta, sitä halvemmalla liiketilan voi vuokrata. Liiketilojen vuokrat lähtevät n. 1200 eurosta ylöspäin. Tarkoituksena olisi löytää vähintään 70 m² kokoinen liiketila. Liiketilan valinnassa on hyvä ottaa myös huomioon, voiko huoneistoa remontoida. Jos löytyy valmiiksi perussiisti liikehuoneisto, ei remontointiin alkuvaiheessa ole tarvetta käyttää rahaa ja aikaa. Liitteessä 3 on suunniteltuna esimerkinomainen pohjaratkaisu kuvitteelliseen 80 m² liiketilaan.

7 Ilmoitukset ja luvat

Uuden yrityksen perustamisesta on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin ennen toiminnan aloittamista. Ilmoittautuminen voidaan tehdä YTJ-palvelun lomakkeilla. YTJ eli Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä on Patentti- ja rekisterihallituksen ja Verohallituksen yhteinen tietojärjestelmä. Yrityksen tiedot välittyvät molempiin samalla ilmoituksella. Yrityksen voi tarvittaessa ilmoittaa samalla lomakkeella myös verohallinnon ylläpitämään arvonlisäverorekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Heti, kun perusilmoitus on kirjattuna Yritys- ja yhteisötietojärjestelmään, yritys saa oman yritys- ja yhteisötunnuksensa eli Y-tunnuksen. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2010; Suomen yrittäjät 2008, Kaupparekisterin perusilmoitus.)

Kaupparekisterin lisäksi tulee siis ilmoittautua arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, jos on arvonlisäverovelvollinen. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka myyvät Suomessa liiketoiminnan muodossa tavaroita tai palveluita. Jos yrityksen liikevaihto jää kuitenkin alle 8500 euron vuodessa, se ei ole arvonlisäverovelvollinen. Työnantajarekisteriin ilmoittautuvat yritykset, jotka ovat työnantajia ja aloittavat säännöllisen palkanmaksun. Ennakkoperintärekisteriin kuuluva yritys maksaa ennakkoveroa verohallinnolle. Yrittäjän tulee ilmoittaa perustamisilmoituslomakkeessa ensimmäisen tilikauden arvioitu liikevaihto sekä arvioitu verotettava tulos. Tämän perusteella verotoimisto laskee ennakkoveron määrän ja lähettää yrittäjälle ennakkoverolipun. (Verohallinto 2009, Vero-ohjeet.)

8 Riskit yritystoiminnassa

Yrityksen perustamisvaiheessa riskit ovat yleensä suurimmillaan. Yrityksellä ei vielä ole historiaa, joten ei ole ennakkotietoja siitä, miten yrityksen tuotteet käyvät kaupaksi tai miten asiakkaat suhtautuvat uuteen yritykseen. Virheitä tehdään uudessa yrityksessä huomattavasti enemmän kuin jo vakiintuneen aseman saavuttaneessa yrityksessä.

Yrityksen perustamisvaiheen suurin riski on liikeidean toimivuus käytännössä, koska liikeidea yleensä perustuu vain yrittäjän luottamukseen ja uskoon liikeidean tuottavuudesta. Yrittäjän tulee sitoutua vahvasti liikeideaansa ja olla motivoitunut, jotta selviäisi

alkuajan mahdollisista vastoinkäymisistä ja yrityksen liiketoiminta voisi jatkua. (Strang 2000, 30-33.)

Yritystoiminnan käyntiinlähdön lisäksi kaikkeen yritystoimintaan liittyy myös runsaasti muita uhkia ja epävarmuustekijöitä. Menestyvän yrityksen on otettava huomioon yritystä uhkaavat vaaratekijät, jotka toteutuessaan voivat asettaa yrityksen toiminnan vaakalaudalle. Riskit voidaankin jakaa erilaisiin kategorioihin esimerkiksi sen perusteella, millaisia ovat toteutuessaan niiden seuraukset. Yritykseen voi kohdistua vahinkoriskejä ja liiketoimintariskejä. (Suominen 1999, 7-12.)

Vahinkoriskien seuraukset ovat aina haitallisia yritykselle. Yleensä niistä aiheutuu tapiota, eikä niihin liity milloinkaan mahdollisuutta voittoon. Vahinkoriskejä varten yritys voi kuitenkin yleensä ottaa erilaisia vakuutuksia. Vahinkoriskit voidaan jakaa henkilöriskeihin, omaisuusriskeihin sekä vastuuriskeihin. Henkilöriskeinä yhden henkilön pienenä yrityksessä voidaan pitää esimerkiksi yrittäjän vammautumista, sairastumista tai velkaantumista. Omaisuusriskin toteutuessa yrityksen omaisuus vaurioituu, tuhoutuu tai häviää yrityksestä. Vastuuriskit toteutuessaan aiheuttavat yritykselle korvausvelvollisuuden tai tulojen menettämisen kokonaan. Yritys on vastuussa toiminnastaan, valmistamistaan ja myymistään tuotteista sekä ympäristöstä. Jos yritys toiminnallaan aiheuttaa vahinkoa, se voi joutua vahingonkorvausvastuuseen. (Suominen 1999, 12–19.)

Liikeriski perustuu liiketoimintaan ja on aina mukana yrittämisessä. Liikeriskin ottamisessa on tavoitteena saavuttaa tuottoa, mutta mahdollisuus kuitenkin epäonnistumiseen. Yritys kantaa aina kaikki liikeriskeistään aiheutuvat seuraukset, koska liikeriskiä ei ole periaatteessa mahdollista vakuuttaa. (Suominen 1999, 12–19.)

8.1 Riskienhallinta

Riskienhallintaprosessin avulla on tarkoituksena torjua yritystä uhkaavia vaaroja sekä minimoida niistä aiheutuvia menetyksiä. Riskienhallintaprosessiin voi liittyä useita erilaisia vaiheita, jotka alkavat riskien tunnistamisella ja päättyvät yleensä riskienhallintaohjelman toteuttamiseen. Perinteiseen riskienhallinnan toimenkuvaan kuuluu lähinnä

vahinkoriskeiltä suojautuminen. Nykyaikana riskienhallinta nähdään yrityksissä kuitenkin laajempuna kokonaisuutena, jolloin riskienhallinnassa otetaan huomioon kaikki yrityksen mahdolliset riskit. (Suominen 1999, 27–35.)

Pienissä yrityksissä riskienhallinta otetaan yleensä huomioon normaalissa päivittäisessä työnteossa. Yrityksillä harvoin on erillisiä riskienhallintaresursseja. Normaali yksinkertainen perusasioihin pohjautuva riskienhallinta perustuu yrityksissä terveen järjen käyttöön ja hyväksi havaittujen ratkaisujen käyttämiseen. Riskienhallinta kokonaisuudessaan on kuitenkin hyvin laaja ja monimuotoinen käsite, joka pitää sisällään erilaisia asioita. Riskienhallintaan kuuluu vahvasti sekä ajattelu, että konkreettiset välineet. Riskienhallinnan peruslähtökohtana on kuitenkin yritysturvallisuuden ylläpitäminen kaikilla yrityksen osa-alueilla. (Suominen 1999, 27–35.)

Yrityksen tulee suhtautua riskienhallintaan jatkuvana prosessina. Paras hyöty riskienhallinnasta saadaan, kun asioita seurataan ja arvioidaan riittävän useasti. Riskienhallinnan suurimpana riskinä onkin, ettei siihen käytetä tarpeeksi aikaa, vaan yrityksen muut asiat menevät tärkeysjärjestyksessä edelle. Jotta riskienhallinta voisi toimia kunnolla, se vaatii päätösten tekemistä ja voimavarojen järkevää suunnittelua. Hyvä riskienhallintaprosessi on etukäteen suunniteltu ja toimii suunnitelman mukaisesti vaiheittain. Riskienhallinta prosessi voidaan jakaa esimerkiksi seuraavasti vaiheittain: merkittävien riskien tunnistaminen, vahinkojen todennäköisyyden ja vakavuuden arviointi, riskienhallintamenetelmien kehittäminen ja sopivien valitseminen, riskienhallintapäätökset sekä toteutettujen riskienhallintaratkaisujen arviointi. (Suominen 1999, 27–35.)

8.2 Vakuutukset ja sosiaaliturva

Erilaisten riskien ja yllättävien sattumusten varalta kannattaa suojautua mahdollisimman hyvin. Erilaiset vakuutukset turvaavat yrittäjää ikävien tapaturmien tai toiminnan päättymisen varalta. Osa vakuutuksista yrittäjän tulee hankkia lakisääteisesti, kuten yrittäjäneläkevakuutus. Muiden hankintoja kannattaa pohtia tarkasti.

8.2.1 Yrittäjäläkevakuutus

Yrittäjäläkelain (YEL) mukaan yrittäjä on veloitettu ottamaan YEL-vakuutus. Yrittäjän eläkevakuutus sisältää vanhuuseläkkeen lisäksi turvan työkyvyttömyyden ja pitkäaikaisen työttömyyden varalle. Vakuutukseen sisältyy lisäksi perhe-eläke ja osa-aikatyöhön siirtyvälle yrittäjälle osa-aikaeläkevaihtoehto. Yrittäjä voi saada myös työkyynsä heiketessä ammatillista kuntoutusta. (Yritys-Suomi 2010, Yrittäjän eläkevakuutus.)

YEL-vakuutuksen ovat velvollisia hankkimaan kaikki ansiotyötä tekevät henkilöt, joka eivät tee työtään kuitenkaan työ- tai virkasuhteessa. Henkilön tulee olla 18–67 -vuotias ja hänen on täytynyt toimia yrittäjänä vähintään neljä kuukautta täytettyään 18 vuotta. Henkilön ei tarvitse olla suomalainen, mutta hänen tulee asua ja toimia yrittäjänä Suomessa. Lisäksi yrittäjätoiminnasta tulee kertyä työtuloa vähintään 6 775,60 euroa vuodessa. (Verohallinto 2009, Vero-ohjeet.)

Vakuutuksen perustana on vuosittainen YEL-työtulo. Työtulo vastaa yrittäjän työpanosta ja sen tulee olla samansuuruinen kuin palkka, joka maksettaisiin vastaavaa työtä tekeväälle ulkopuoliselle. Työtulon perusteella lasketaan eläkkeen määrä ja eläkemaksu. Lisäksi työtulo vaikuttaa muihin yrittäjän sosiaaliturvaetuksiin, kuten sairauspäivärahaan. (Työeläke.fi 2010.)

YEL-vakuutus tulee ottaa viimeistään kuuden kuukauden kuluessa siitä, kun yritystoiminta on aloitettu. Muuten yrittäjien työeläkevakuuttamista valvova Eläketurvakeskus voi ottaa YEL-vakuutuksen yrittäjän puolesta ja kustannuksella. Eläketurvakeskuksen ottama vakuutus voidaan merkitä takautuvasti kuluvalle ja kolmelle sitä edeltäneelle vuodelle ja vakuutusmaksu voidaan korottaa jopa kaksinkertaiseksi. (Yritys-Suomi 2010, Yrittäjäläkevakuutus.)

8.2.2 Yrittäjän työttömyysturva

Jos yrittäjä haluaa itselleen ansiosidonnaisen työttömyysturvan, hän voi vapaaehtoisesti liittyä yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi. Yrittäjäkassaan liittyvän yrittäjän tulee olla alle 65-vuotias ja hänellä tulee olla vähintään 8 520 euron vuosityötuloon perustuva lakisääteinen eläkevakuutus. Kassaan liittymisen yhteydessä yrittäjä voi valita työttö-

myysturvansa tason, mikä ei voi kuitenkaan olla suurempi kuin eläkevakuutuksen työtulo. Jäsenmaksua peritään yrittäjän työtulon 5 800 euroa ylittävästä osasta 2,65 % (SYT). Ja vuosityötulon ylittäessä 25 000 euroa peritään tämän ylittävältä osalta 2 %. Yrittäjä voi vähentää vakuutusmaksun henkilökohtaisessa verotuksessaan. (Yritys-Suomi 2010, Yrittäjän työttömyysturva.)

Yrittäjän jäädessä kokonaan työttömäksi, hän saa työttömyyspäivärahaa seitsemän omavastuupäivän jälkeen. Ennen työttömäksi jäämistä yrittäjän on tullut olla yrittäjäkassan maksavana jäsenenä vähintään 18 kuukautta. Yrittäjälle maksetaan ansiosidonnaisista päivärahaa viideltä päivältä viikossa korkeintaan 500 päivän ajan. Jos kuitenkin yrittäjä on saanut myyntivoittoa yrityksen tai sen omaisuuden myynnistä, otetaan se huomioon päivärassassa. Päivärahan perusteena olevan työtulon mukaan lasketaan, kuinka pitkän ajan työtuloa myyntivoitto vastaa ja päivärahan saaminen siirtyy kyseistä aikaa verran eteenpäin. (Yritys-Suomi 2010, Yrittäjän työttömyysturva.)

8.2.3 Yrittäjän tapaturmavakuutus

Yrittäjä itse ei kuulu työntekijöille lakisääteisesti otettavan pakollisen tapaturmavakuutuksen piiriin. Yrittäjä voi kuitenkin ottaa itselleen vastaavan vapaaehtoisin tapaturmavakuutuksen, joka kattaa tapaturmat ja ammattitaudit. Vakuutusmaksun suuruus riippuu vuosityöansiosta ja vakuutettavan työn riskiluokasta. Tapaturmavakuutuksen lisäksi voidaan ottaa vapaaehtoinen vapaa-ajan vakuutus, joka kattaa vapaa-aikana sattuvat tapaturmat. (Yritys-Suomi 2010, Yrittäjän vapaaehtoinen tapaturmavakuutus.)

8.2.4 Muut vakuutukset

Muita harkitsemisen arvoisia vakuutuksia aloittavalle yrittäjälle ovat ainakin keskeytysvakuutukset, kiinteistövakuutukset, omaisuusturvavakuutukset, oikeusturvavakuutus, omaisuusturvavakuutukset ja vastuuvakuutukset. Vakuutuksia on hyvin monenlaisia ja ne kattavat eri asioita. Vakuutuksia ottaessa tulee selvittää tarkasti, mikä vakuutus on yrityksen tarpeeseen sopivin ja mitä se pitää sisällään. (Suomen yrittäjät 2008, Yrityksen vakuutukset.)

Keskeytysvakuutus korvaa menetykset silloin, kun yrityksen toiminta joudutaan keskeyttämään yrityksen oman omaisuuden tai toimipaikan vahingoittumisen vuoksi. Va-

kuutus voi korvata vakuutusehtojen mukaisesti muun muassa menetettyä myyntikatetta, muuttuvia palkkoja ja vahingosta aiheutuneita ylimääräisiä kuluja. Liikehuoneistolle kannattaa ottaa kiinteistövakuutus, joka koostuu omaisuusvakuutuksista ja toiminnan vakuutuksista. Omaisuusvakuutukset kattavat kiinteistössä aiheutuneita esinevahinkoja, jotka voivat johtua esimerkiksi tulipalosta, vesijohtovuodosta tai kiinteistön koneiden ja laitteiden rikkoutumisesta. Toiminnan vakuutuksiksi lasketaan vastuuvakuutukset ja oikeusturvavakuutus. Oikeusturvavakuutus korvaa vakuutettuun liiketoimintaan liittyvien riita- ja rikosasioiden selvittämisestä ja käsittelystä aiheutuneita asianajo- ja oikeudenkäyntikuluja. Vastuuvakuutukset taas korvaavat vahinkoja, joista yrittäjä on voimassa olevan oikeuden mukaan vastuussa. Vastuuvakuutuksen voi ottaa sekä toiminnalle että tuotteelle kattaen niitä korvausvelvollisuuksia, joita yrityksen toiminta tai sen valmistama tai maahantuoma tuote on aiheuttanut. (Suomen yrittäjät 2008, Yrityksen vakuutukset.)

9 Yritystoiminnan käynnistäminen ja yhteenveto

Yrityksen perustaminen ja yritystoiminnan käynnistäminen ovat laajoja prosesseja. Yleensä yrityksen toiminta lähtee pyörimään sitä paremmin, mitä paremmin yrityksen toimintaa on etukäteen suunniteltu. Yritystä perustettaessa on hyvä tehdä toimintasuunnitelma, jossa yrityksen perustamisen eri vaiheet on selvillä. Työn liitteenä 4 on Langalla-yrityksen toimintasuunnitelma prosessikaavion muodossa.

Yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle liikeidean keksimisestä. Liikeideaa voi vielä muokkautua ja kehittyä liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä, mutta perusidea tulee olla selvillä. Liikeidean pohjalta rakennetaan liiketoimintasuunnitelma, jolloin yrityksen käytännön asioista päätetään. Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä yritykselle valitaan yhtiömuoto, jolloin yleensä tiedetään myös perustajien ja työntekijöiden määrä. Lisäksi yritykselle keksitään toiminimi. Liiketoiminnan suunnittelussa tulee ottaa huomioon erityisesti asiakkaat, mutta myös kilpailijat ja yleinen markkinatilanne ovat huomion arvoisia asioita. Kattavat asiakas- ja kilpailija-analyysit sekä markkinointitutkimus auttavat liiketoiminnan suunnittelussa. Näiden perusteella saadaan myös tietoa siitä, miten yrityksen kannattaa lähteä markkinoimaan itseään ja tuomaan itseänsä markkinoille

asiakkaiden tietoisuuteen. Liiketoimintasuunnitelman tärkeänä vaiheena on myös kannattavuuslaskelmien teko. Niiden avulla saadaan alustavaa tietoa, onko yrityksellä mahdollisuuksia kannattavaan liiketoimintaan. Kannattavuuslaskelmat tulee myös yleensä esittää haettaessa lainaa tai avustuksia yritystoimintaa varten.

Kun liiketoimintasuunnitelma on kunnossa ja yritys päätetään virallisesti perustaa, tulee huolehtia rahoitusasiat kuntoon. Kun rahoitus on järjestetty, yritykselle tulee hankkia toimitilat, jotka tarvittaessa tulee myös remontoida ja kunnostaa. Toimitilaan tulee hankkia myös kalusteet ja se tulee sisustaa. Yrittäjän pitää hankkia myytävä tavara liikkeeseen. Tässä vaiheessa on hyvä vertailla eri valmistajia ja tukkumyyjiä ja luoda suhteita ja selvittää toimitusaikoja myöhempiä toimituksia varten.

Yrittäjän tulee huolehtia markkinoinnista jo riittävästi ennen yrityksen avaamista, jotta avattaessa asiakkaat tietävät minne tulla. Markkinointiin liittyy myös käyntikorttien ja ikkunateippausten tai nimikylttien hankinta. Ehkä tärkeimpänä asiana yrityksen perustamisessa on kuitenkin lupa-asioiden hoitaminen kuntoon. Yksityisenä toiminimenä toimiessaan yrittäjän täytyy tehdä vain ilmoitus kaupparekisteriin. Lisäksi yrittäjän velvollisuutena on ilmoittautua arvonlisäverovelvolliseksi sekä hankkia työeläkevakuutus. Myös muita vakuutuksia kannattaa hankkia, varsinkin jos myyntivarasto on suuri. Yrityksen kirjanpito tulee myös muistaa järjestää.

Käytännössä näiden toimenpiteiden jälkeen yritys on perustettu, liike tulee vain avata ja yritystoiminta aloittaa. Yritystoimintaa tulee ylläpitää ja siihen täytyy käyttää paljon voimavaroja jatkuvasti, että liiketoiminta tulee kannattavaksi ja että se jatkuisi kannattavana. Tämä työ kokonaisuudessa on hyvä lähtökohta Langalla-yrityksen perustamiselle. Työstä löytyvät lähtökohdat ja perustiedot yrityksen perustamista varten. Lisäksi työ selvitti, että yritys olisi teoriassa täysin mahdollinen perustaa.

Lähteet

Painetut lähteet:

Koski, Toivo & Virtanen, Markku 2005. Tulos Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Helsinki: Otava.

Mäntyneva, Mikko; Heinonen, Jarmo & Wrange Kim 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY

Raatikainen, Leena 2006. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Strang, Lars 2000. Yritystoiminnan uhkatekijät – tunnista, ennakoi, selviydy. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Suominen, Arto 1999. Riskienhallinta. Helsinki: WSOY.

Sutinen, Mika & Viklund, Esa 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää Yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

www-sivut:

Laki24 2010. [online] [viitattu 15.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.laki24.fi/yritystoiminta-yhtiomuoto.html>

Opetushallitus etälukio 2009. Missio ja visio. [online] [viitattu 24.3.2010]. Saatavissa:

<http://www2.edu.fi/yritystoiminta-yhtiomuoto.html>

Opetushallitus etälukio 2009. Strategian käsitteestä. [online] [viitattu 24.3.2010].

Saatavissa: <http://www2.edu.fi/yritystoiminta-yhtiomuoto.html>

Opetushallitus etälukio 2009. Yritystoiminnan aloittaminen ja rahoitus. [online] [viitattu 24.3.2010]. Saatavissa: <http://www2.edu.fi/yritystoiminta-yhtiomuoto.html>

Suomen yrittäjät 2008. Kaupparekisterin perusilmoitus. [online] [viitattu 19-22.3.2010].

Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/rekisterointi/kaupparekisteri/>

Suomen yrittäjät 2008. Rahoitussuunnittelu. [online] [viitattu 19-22.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/rahoitussuunnittelu/>

Suomen yrittäjät 2008. Yrityksen vakuutukset. [online] [viitattu 19-22.3.2010]. Saata-

vissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/vakuutukset/>

Tampereen kaupunkiseutu 2010. [online] [viitattu 28.3.2010]. Saatavissa:

http://www.tampereenseutu.fi/tampereen_kaupunkiseutu/kunnat/

Työeläke.fi 2009. [online] [viitattu 21.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.tyoelake.fi/Page.aspx?Section=43966>

Työ- ja elinkeinotoimisto 2010. Starttiraha. [online] [viitattu 20.3.2010]. Saatavissa:

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Verohallinto 2009. Vero-ohjeet. [online] [viitattu 20.3.2010]. Saatavissa:

http://www.vero.fi/?article=3227&domain=VERO_MAIN&path=5,40,89,91&language=FIN

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2010. [online] [viitattu 20;25.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.ytj.fi/mika-on-ytj>

Yritys-Suomi 2010. Yrittäjäeläkevakuutus. [online] [viitattu 20.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15716>

Yritys-Suomi 2010. Yrittäjän työttömyysturva. [online] [viitattu 20.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15718>

Yritys-Suomi 2010. Yrittäjän vapaaehtoinen tapaturmavakuutus. [online] [viitattu 20.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15719>

Liitteet

Liite 1: Yrityksen logo – suunnitelmia



Liite 2: Liiketoimintasuunnitelma

Yritys: Langalla

Yhtiömuoto: Yksityinen toiminimi

Toimiala: Vähittäiskauppa, käsityötarvikkeet, langat, kankaat

Henkilöstö: Yrittäjä yksinään

Toiminta-ajatus: Yritys tuo käsityön iloa asiakkaille sekä tarvikkeiden, ohjeiden, opastuksen että ideoiden muodossa.

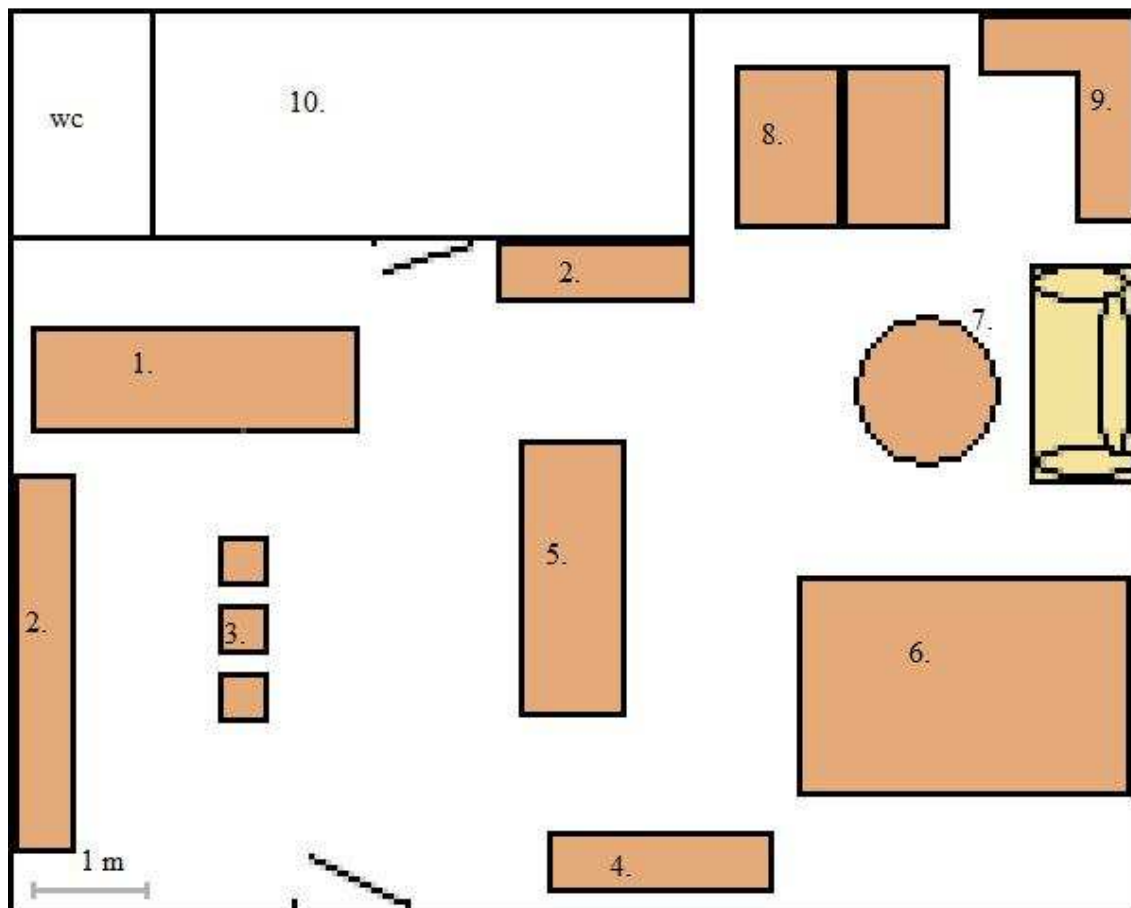
Liikeidea: Yritys on ensisijaisesti kauppa, mutta antaa kuitenkin paljon muutakin. Liikkeessä myydään kaikkia tavallisimpia käsityötarvikkeita, mutta ennen kaikkea asiakas voi tulla liikkeeseen hakemaan uusia ideoita, viihtymään, tutustumaan uutuuksiin, saamaan virikkeitä ja innostusta aloittamaan itse tekeminen sekä saamaan ohjeita ja apua erilaisiin käsitöihin. Liikkeessä on mahdollisuus myös viettää aikaa, ohjeita lueskellen tai itse käsitöitä tehden. Tätä edesauttaa ompelu- ja sohvanurkkaus.

Sijainti: Tampereen keskustan tuntumassa

Asiakkaat: Asiakaskuntaan kuuluu käsitöistä, ompelusta ja ylipäätään itse tekemisestä ja uuden kokeilemisesta kiinnostuneita ihmisiä, jotka arvostavat hyvää laatua ja ammattitaitoista palvelua. Iällä, sukupuolella tai koulutustaustalla ei ole merkitystä.

Rahoituksen tarve: Yritys tarvitsee rahaa perustamisvaiheeseen ja muutamaa aloituskuukautta varten noin 32 500 euroa. Yrittäjä sijoittaa itse 5000 euroa, joten muuta rahoitusta tarvitaan lisäksi 27 500 euroa.

Liite 3: Liikkeen pohjapiirros



Kuvassa on esitettyä esimerkki mahdollisesta pohjaratkaisusta 80 m² kokoisessa liiketila (10x8 m). Oven puoleinen seinämä on kokonaisuudessaan lasia.

1. Myyntitiski
2. Hyllyköt langoille ja tarvikkeille
3. Matalat pöytätasot, laatikostot pikkutavaroiden varastoiksi, esillä lankoja koreissa
4. Hylly ompelutarvikkeille
5. Kaksipuolinen hylly langoille ja ompelutarvikkeille
6. Korkea kangaspakkapöytä
7. Sohva ja sohvapöytä
8. Ompelukone ja saumuri käytettävissä
9. Hyllykkö alan kirjallisuudelle ja lehdille, myös selailukappaleita
10. Henkilökunnan tilat, pieni varastotila

Liite 4: Yrityksen toimintasuunnitelmaprosessi

