

Eemeli Hamara

Liiketoimintasuunnitelma työnvälityspalvelulle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Tradenomi

Opinnäytetyö

Huhtikuu 2018

Tekijä Otsikko	Eemeli Hamara Liiketoimintasuunnitelma työnvälityspalvelulle
Sivumäärä Aika	21 sivua + 1 liite Huhtikuu 2018
Tutkinto	Tradenomi
Tutkinto-ohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Laskentatoimi ja rahoitus
Ohjaaja	Lehtori Iiris Kähkönen
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia liiketoimintasuunnitelma työnvälityspalvelulle ja selvittää, mitä kaikkea tällaisen liiketoiminnan käynnistäminen käytännössä vaatii. Liikeidea tämän liiketoimintasuunnitelman taustalla oli kirjoittajan oma, eikä työlle ollut erillistä toimeksiantajaa. Työssä oli tarkoitus myös tuoda esille aiheita, jotka ovat aloittavan yrittäjän näkökulmasta tärkeitä. Tavoitteena oli saada aikaan niin kattava liiketoimintasuunnitelma, että sen avulla tuleva yrittäjä voi hakea starttirahaa sekä rahoitusta yritystoiminnan käynnistämiseen.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelmassa käsiteltäviä aiheita olivat muun muassa liikeidea, strategia, markkinointi sekä talous. Myös kilpailijat ja potentiaaliset asiakkaat analysoitiin. Lähteinä käytettiin aiheeseen liittyviä internet-lähteitä ja kirjallisuutta. Lisäksi perehdyttiin erilaisiin liiketoimintasuunnitelman mallipohjiin.</p> <p>Työn tuloksena syntyneen liiketoimintasuunnitelman pohjalta tullaan perustamaan yritys. Liiketoimintasuunnitelman kirjoittaminen selkeytti tekijän omaa käsitystä kattavasti siitä, mitä kaikkea on huomioitava tuotekehitysvaiheessa olevan start-up-yrityksen perustamisessa.</p>	
Avainsanat	liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, yrityksen perustaminen

Author Title	Eemeli Hamara Business plan for employment service
Number of Pages Date	21 pages + 1 appendice April 2018
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Accounting and Finance
Instructor	Iiris Kähkönen, Senior Lecturer
<p>The purpose of this Bachelor's thesis was to produce a business plan for the employment service and to find out what it requires to start business like this. The business idea behind this business plan is the author's own, and there was no separate assignment for the job. The aim of the thesis was also to raise issues that are important from an entrepreneur's point of view. The aim was to provide a comprehensive business plan that allows the future entrepreneur to apply for funding.</p> <p>The topics discussed in the business plan include business idea, strategy, marketing and finance. Competitors and potential customers were also analyzed.</p> <p>The sources used were internet related sources, literature and different business plan templates. Based on the business plan that was produced, the aim is to set up a company. Writing a business plan clarified the author's own understanding of everything that needs to be taken into account when setting up a start-up company at a product development stage.</p>	
Keywords	business plan, entrepreneurship, establishment of company

Sisältö

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen kuvaus ja työn tavoite	1
1.2	Rakenne	1
2	Yrittäjyys	2
2.1	Yrittäjyyspäätös	2
2.2	Soveltuvuus yrittäjäksi	3
3	Yrityksen perustaminen	3
3.1	Yleistä perustamisesta	3
3.2	Yritysmuodon valinta	4
3.2.1	Valintaan vaikuttavat tekijät	4
3.2.2	Toiminimi	4
3.2.3	Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö	5
3.2.4	Osuuskunta	5
3.2.5	Osakeyhtiö	6
3.3	Aloittelevan yrittäjän tuet ja rahoitus	6
3.3.1	Starttiraha	6
3.3.2	Finnvera	7
3.3.3	Business Finland	7
3.4	Kirjanpito	9
3.5	Verotus	10
4	Liiketoimintasuunnitelma	10
4.1	Liikeidea	11
4.2	Visio	12
4.3	Strategia	13
4.4	Toimintaympäristön arviointi	14
4.4.1	Asiakkaat	14
4.4.2	Kilpailijat	14
4.5	SWOT-analyysi	15
4.6	Markkinointi	16
4.6.1	Imago	16
4.6.2	Viestintä	17
4.6.3	Hinnoittelu ja asiakashankinta	17

4.7	Talous	18
4.8	Riskit	18
5	Yhteenveto ja johtopäätökset	19
	Lähteet	20
	Liitteet	

Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma

1 Johdanto

1.1 Aiheen kuvaus ja työn tavoite

Tämän opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelman laatiminen työnvälityspalvelulle, joka työn kirjoittajalla on tarkoituksena perustaa lähitulevaisuudessa. Lyhyesti tämä työnvälityspalvelu on internet-selain pohjainen alusta, internet-sivu, jolla työnantajat maksua vastaan julkaisevat työpaikkailmoituksia, ja vastaavasti työnhakijat hakevat näihin ilmaiseksi. Tämä alusta tullaan rakentamaan painottaen helppokäyttöisyyttä, nopeutta ja selkeyttä niin työnantajan kuin -hakijan näkökulmasta. Työnhakuun liittyvä aihe on nyt hyvin ajankohtainen, kun työllisyystilanne ja digitalisaatio ovat niin mediassa kuin politiikassa jatkuvasti esillä. Työn tavoitteena onkin selvittää työn tekijälle oman liikeidean kannattavuus ja se, millainen prosessi tämän toiminnan käynnistäminen käytännössä on.

Liikeidea, jolle tämä liiketoimintasuunnitelma rakentuu, sai alkunsa kirjoittajan turhautuessa työnhakemisen hankaluuteen internetissä. Internetissä on jo olemassa monia sivustoja joiden kautta voi hakea töitä, mutta kaikkia näitä mielestäni yhdistää työnhakuprosessin epäkäytännöllisyys sekä sekavuus. Mielestäni onkin mahdollista luoda alusta, jonka kautta työnhaku on huomattavasti nykyisiä kilpailijoita sujuvampaa sekä kustannustehokkaampaa.

Liiketoimintasuunnitelman lisäksi pyrin käymään läpi muita aloittelevalla yrittäjälle tarpeellisia sekä tärkeitä aiheita, kuten yrityksen perustaminen, yrittäjäyys ja siihen vaadittavat henkilöominaisuudet, erilaiset yhtiömuodot sekä toimeentulo yrittäjäyden alkutaipaleella.

1.2 Rakenne

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen kehittämishanke, joka voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan. Ensimmäinen osa rakentuu teorialle aiheen ympäriltä, ja toinen osuus on teoriaa hyödyntäen luotu liiketoimintasuunnitelma omalle liikeidealleni. Pyrin teoriaosuudessa perustelemaan valintoja, joita teen liiketoimintasuunnitelmassani, kuitenkin rajaten pois liian yksityiskohtaisesti omaa liikeideaani kuvaavan osuuden.

Opinnäytetyön rakenne on pyritty jäsentämään niin, että tekstin aiheiden eteneminen noudattaa loogista järjestystä aloittavan yrittäjän tarvitsemien tietojen näkökulmasta. Alkuun käydään läpi tietoa yleisesti yrittäjyydestä, minkä jälkeen siirrytään yrityksen perustamisen kautta itse liiketoimintasuunnitelmaan. Liiketoimintasuunnitelmassa pyrin painottamaan aiheita, jotka koen tärkeimmiksi tulevaa liikeideaani mielessä pitäen.

Työssä keskitytään liiketoiminnalliseen näkökulmaan ja rajataan pois osuus tämän työnvälityspalvelun rakentamisesta; eli ohjelmoinnista, mutta pyritään esimerkein havainnollistamaan tietoja sen oleellisimmista toiminnallisuuksista sekä eroista kilpailijoiden vastaaviin palveluihin.

2 Yrittäjyys

2.1 Yrittäjyyspäättös

Yrittäjä voidaan määritellä kahdella tavalla. Yrittäjällä joko tarkoitetaan henkilöä, joka harjoittaa taloudellista toimintaa itselleen ja omalla vastuullaan, tai 18 - 74 vuotiasta henkilöä, joilla on vuoden viimeisellä viikolla voimassa oleva yrittäjäeläkevakuutus. (Yrittäjä.)

Yrittäjäksi ryhtyminen on useimmille merkittävä päätös elämässä. Yrittäjäksi ei pitäisi kään ryhtyä hetken mielijohteesta, vaan päätöstä tulisi harkita huolellisesti (Yrityksen perustajan opas 2008, 19). Yrittäjäksi ryhtymisen motiivit ovat erilaisia; yhdelle yrittäjyys tarjoaa vaihtoehdon palkkatöille, toiselle se on kanava toteuttaa itseään ja kolmannelle se on mahdollisuus tienata enemmän. Oli motiivi mikä tahansa, tärkein perustamisen taustalla oleva lähtökohta on oma halu ja tahto ryhtyä yrittäjäksi. (Yrityksen perustajan opas 2008, 17.)

Pyykkö kuvaa kirjassaan yrittäjäksi ryhtymistä seuraavasti:

Työ on iso osa elämää ja yrittäjyys tulee varmasti muuttamaan sinua tavalla tai toisella. Näin ollen pitää miettiä, millaiseksi haluat yrityksesi rakentaa – ja millaiseksi haluat itse matkalla muuttua ja millaiseksi et. Mihin olet valmis? Mihin et ole valmis? Mikä on liian kova hinta? Surullisin tapaus on kaiketi se, että petät periaatteesi tai myyt henkilökohtaiset arvosi, mutta kukaan ei osta tuotteitasi. (Pyykkö 2011, 77.)

Kannattava yritystoiminta tarvitsee onnistuakseen hyödyntämiskelpoisen liikeidean. Idea voi olla esimerkiksi uusi keksintö tai oivallus tehdä jokin vanha palvelu uudella tavalla. Oleellisinta onkin, että tällä idealla on mahdollista tienata rahaa. (Yrityksen perustajan opas 2008, 18.)

2.2 Soveltuvuus yrittäjäksi

On olemassa tiettyjä persoonallisuuden piirteitä, jotka selittävät yrittäjäksi ryhtymistä sekä yrittäjänä suoriutumista (Pyykkö 2011, 65). Hyviä yrittäjäpersoonaan liitettäviä ominaisuuksia ovat esimerkiksi voimakas halu onnistua, itsenäisyys, oma-aloitteisuus, epävarmuuden sieto sekä into ja luottamus omiin taitoihin. Yrittäjäksi ryhtyvän tulisivikin muodostaa itselleen selkeä kuva yrittäjän ammatista, jotta on mahdollista arvioida oman osaamisen sekä kokemuksen riittävyttä. Keskustelu ulkopuolisen asiantuntijan kanssa auttaa syventämään näkökulmaa ja helpottaa näkemään asiat objektiivisemmin ja realistisemmin, mikä taas auttaa välttymään toiveajattelulta sekä vääriltä uskomuksilta. (Yrityksen perustajan opas 2008, 18 – 20.)

Olen kokenut yrittäjyyden olevan itselleni sopivin vaihtoehtoa työllistyä jo useamman vuoden ajan. Monipuolinen kokemukseni erilaisista työtehtävistä on vahvistanut tunnetta siitä, että haluan tehdä asiat omalla tavallani. Haluan työltäni vaihtelevuutta, luovuutta, haasteita ja mahdollisuuden menestyä. Pidän itseäni luovana, ja onkin mielenkiintoista päästä käytännössä toteuttamaan omia ideoitani.

3 Yrityksen perustaminen

3.1 Yleistä perustamisesta

”Yrityksen varsinainen perustamisilmoitus on kaupparekisteri-ilmoitus, joka jätetään Patentti- ja rekisterihallituksen toimistoon tai TE-keskukseen.” (Meretniemi & Ylönen 2009, 130.) Rekisteröinti onkin tehokkain tapa suojata yrityksen toiminimi. Perustettava yritys saa yritys- ja yhteisötunnuksen, eli y-tunnuksen. Kaikille yrityksille määritellään rekisteröidessä toimiala, jolle se kuuluu pääasiallisen toiminnan perusteella. Osa elinkeinoista on luvanvaraisia, kuten apteekki ja autokoulu. Ilmoitusvelvollisia on mm. työvoiman vuokraus ja ravintolat. Kirjallinen ilmoitus terveystarkastajalle vaaditaan esimerkiksi kahviloilta ja ravintoloilta. (Meretniemi & Ylönen 2009, 130; Kaupparekisterin perusilmoitus 2014.)

3.2 Yritysmuodon valinta

3.2.1 Valintaan vaikuttavat tekijät

Yrityksen perustamisen ollessa ajankohtaista on mietittävä tarkkaan valittava yritys-
muoto, jonka valintaan vaikuttavat useat eri tekijät. Näitä tekijöitä ovat mm.:

- perustajien lukumäärä
- tarvittavan pääoman määrä
- liiketoiminnan riski
- vastuun ja päätöksenteon jakautuminen
- verotustekijät
- voitonjako ja tappion kattaminen

(Yrityksen perustajan opas 2008, 177; Meretniemi & Ylönen 2009, 40 – 41; Valitse oikea
yhtiömuoto.)

Yritysmuodot jaetaan kahteen kategoriaan: henkilöyrityksiin ja pääomayrityksiin. Henki-
löyrityksiä ovat yksityinen toiminimi, avoin yhtiö sekä kommandiittiyhtiö. Pääomayrityksiä
ovat osakeyhtiö sekä osuuskunta. (Meretniemi & Ylönen 2009, 41.)

3.2.2 Toiminimi

”Toiminimen perustajia ovat elinkeinon-, ammatin- ja liikkeenharjoittajat.” (Meretniemi &
Ylönen 2009, 42.) Toiminimi on yritysmuodoista yksinkertaisin, nopein ja halvin perustaa
tai lopettaa. Perustamisesta ei tarvitse välttämättä tehdä erillistä ilmoitusta, mutta sen
tekeminen on suositeltavaa yrityksen toiminimen suojaamiseksi. Toiminimi onkin useim-
malle yksin yrittäjäksi ryhtyvälle luonteva valinta, esimerkiksi kampaajalle tai kukkakaup-
piaalle. Kuitenkin mitä suuremmasta perustajien lukumäärästä on kyse, sitä todennäköi-
sempää on siirtyminen muihin yritysmuotoihin. (Meretniemi & Ylönen 2009, 42-43; Yri-
tyksen perustajan opas 2008, 177 – 179.)

Toiminimen kanssa on tärkeää huomioida myös pääomien mahdollinen tarve; mitä
enemmän pääomia yritys tarvitsee perustettaessa, sitä todennäköisempää on valita osa-
keyhtiö yritysmuodoksi. Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla on suuri vastuu, sillä hän vas-
taa yrityksen sitoumuksista ja riskeistä yksin koko henkilökohtaisella omaisuudellaan.
Elinkeinoharjoittaja saakin yrityksen tuottaman voiton itselleen, mutta vastaa myös yk-
sin mahdollisista tappioista. (Meretniemi & Ylönen 2009, 42-43; Yrityksen perustajan

opas 2008, 177 – 179.) Yritystoiminnasta saatu tulo verotetaan yrittäjän henkilökohtaisena tulona ja se jaetaan elinkeinonharjoittajan pääoma- ja ansiotuloksi (Holopainen 2016, 157).

3.2.3 Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö

Avoin yhtiö on sopiva valinta esimerkiksi pienelle tai keskisuurelle perheyhtiölle. Avoimessa yhtiössä on oltava vähintään kaksi yhtiömiestä ja se tulee ilmoittaa kaupparekisteriin ennen toiminnan aloittamista. Yhtiö perustetaan allekirjoittamalla yhtiösopimus, ja sen pääoma on vapaasti määriteltävissä. Yhtiömiehet vastaavat henkilökohtaisesti kukin omalla omaisuudellaan yhtiön veloista, jonka johdosta yhtiömiesten välillä on vallittava hyvin vakaa luottamus. Voitot ja tappiot jaetaan yhtiömiesten kesken ja yhtiöstä voidaan nostaa rahaa yksityisottoina. (Meretniemi & Ylönen 2009, 44-45; Yrityksen perustajan opas 2008, 178 – 179.)

Kommandiittiyhtiö eroaa avoimesta yhtiöstä vain siten, että vastuunalaisen yhtiömiehen lisäksi on oltava vähintään yksi äänetön yhtiömies. Vastuunalaiset yhtiömiehet voivat sijoittaa varoja yritykseen, mutta se ei ole välttämätöntä heidän työpanoksensa riittäessä korvaamaan tämän. Äänetön yhtiömies toimii ainoastaan rahoittajana ja hänen vastuunsa rajoittuu vain sijoittamansa pääoman määrään. (Meretniemi & Ylönen 2009, 46.) Henkilöyhtiön tulos jaetaan verotettavaksi yhtiömiesten tulona, eikä henkilöyhtiö ole erillinen verovelvollinen (Holopainen 2016, 158).

3.2.4 Osuuskunta

Osuuskunnan tarkoituksena on sen jäsenten taloudellisten tavoitteiden tukeminen yhteistoiminnalla – poikkeuksena tästä on suuret osuuskunnat kuten Kesko ja SOK, joissa jäsenet toimivat lähinnä sen asiakkaina. Osuuskunta perustetaan merkitsemällä se kaupparekisteriin, ja sen perustamiseen riittää yksi jäsen. Osuuskuntaan jäseneksi liittyvät maksavat osuusmaksun jonka yleensä saa takaisin erotessa. (Holopainen 2016, 159.)

Jäsenille jaetaan osuuskunnan tuottamaa voittoa ja tappioiden ja velvollisuuksien edessä he ovat vastuussa vain maksamansa osuuspääoman verran. (Meretniemi & Ylönen 2009, 48 – 49.) Osuuskunnalla on suhteellinen 20 prosentin tuloverokanta ja jäsenen saamien ansiotulojen verokanta on progressiivinen. (Holopainen 2016, 159.)

3.2.5 Osakeyhtiö

Osakeyhtiöitä on kahta tyyppiä: yksityinen osakeyhtiö (Oy) ja julkinen osakeyhtiö (Oyj). Osakeyhtiö on itsenäinen oikeushenkilö ja se on yleisin Suomessa käytössä olevista yhtiömuodoista. Osakeyhtiön tavoitteena on tuottaa voittoa omistajilleen. Vähimmäisosakepääoma on 2 500 euroa, ja osakkeenomistajien vastuu rajoittuu vain sijoitettuun pääomaan. Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö ja se syntyy juridisesti silloin, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin. Voitonjako osakeyhtiössä tapahtuu maksamalla osakkeille osinkoa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 50 – 51; Yrityksen perustajan opas 2008, 179; Osakeyhtiö.) Myös osakeyhtiöllä on suhteellinen 20 prosentin verokanta ja osakkaan ansiotulojen verotus muodostuu kunnallisverosta, kirkollisverosta sekä progressiivisesta valtionverosta. Pääomatuloja verotetaan 30 prosenttia kun pääomatulojen määrä on enintään 30 000 euroa, ja yli 30 000 euroa ylittävistä pääomatu-loista maksetaan veroa 34 prosenttia. (Holopainen 2016, 158 – 159.)

Tulen valitsemaan osakeyhtiön yritykseni yhtiömuodoksi. Osakeyhtiö on joustavin vaihtoehto yritykselle, jolla on tulevaisuudessa tarvetta ottaa liiketoimintaan mukaan ulkopuolisia sijoittajia. En myöskään halua olla koko henkilökohtaisella omaisuudellani vastuussa yrityksen velvoitteista.

3.3 Aloittelevan yrittäjän tuet ja rahoitus

3.3.1 Starttiraha

Yritystoiminta ja sen käynnistäminen vaativat aina rahaa ja mahdollinen rahoitustarve tulisikin selvittää perusteellisesti ennen yrityksen perustamista (Meretniemi & Ylönen 2009, 76).

Starttirahan tarkoituksena on edistää uutta yritystoimintaa sekä työllistymistä. Se auttaa turvaamaan yrittäjän toimeentuloa yritystoiminnan arvioidun käynnistysvaiheen ajalta, kuitenkin enintään 12 kuukaudelta. Starttirahan määrä on 32,40 euroa päivältä ja sitä

maksetaan enintään viideltä päivältä viikossa. Starttirahaa voivat hakea työttömät työnhakijat sekä muut yrittäjäksi aikovat. Tuen saamiselle ovat edellytyksiä mm. päätoiminen yrittäjyys, riittävät valmiudet sekä tarpeellisuus toimeentulon kannalta. Starttirahaa on haettava ennen yritystoiminnan aloittamista, tai sitä ei myönnetä. Starttirahaa haetaan TE-toimiston Oma asiointi -palvelussa, tai jättämällä kirjallisen lomakkeen henkilökohtaisesti TE-toimistoon. (Meretniemi & Ylönen 2009, 82 – 82; Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki.)

Tulen hakemaan starttirahaa ennen yritystoiminnan aloittamista. Starttiraha hakemuksessa kerrotaan suunnitellun yrityksen nimi, toimiala sekä yhtiömuoto. Pakollisia liitteitä ovat liiketoimintasuunnitelma, kannattavuuslaskelmat sekä henkilökohtainen verovelkatodistus. Vaadittu liiketoimintasuunnitelma laskelmineen syntyy tämän opinnäytetyön tuloksena.

3.3.2 Finnvera

Finnvera Oyj:n ja sen tytäryhtiöt omistaa Suomen valtio. Finnveran tarkoituksena on parantaa yritysten rahoitusmahdollisuuksia lainoin ja takauksin. Finnvera toimiikin yhteistyössä muiden rahoittajien kanssa korjatakseen markkinapuutteita jakamalla vakuusriskiä. Tarjolla olevia lainoja ja takauksia ovat mm.

- investointi ja käyttöpääomalaina
- kehittämislaina
- naisyrittäjälaina
- pienlaina
- ympäristölaina
- yrittäjälaina.

(Meretniemi & Ylönen 2009, 80 – 81; Yrityksen perustajan opas 2008, 117 – 119.)

3.3.3 Business Finland

Valtion omistamat innovaatorahoittaja Tekes ja kansainvälistymispalveluihin erikoistunut Finpro yhdistyivät tammikuun 2018 alussa uudeksi toimijaksi; Business Finlandiksi. Uudistuksella haetaan hyötyä yrityksille, tutkijoille, yhteiskunnalle sekä pyritään huomiomaan yritysten kasvun ja kansainvälistymisen elinkaari entistäkin paremmin.

(Tekes ja Finpro yhdistetään Business Finlandiksi 2017; Finpro ja Tekes yhdistyvät Business Finlandiksi vuoden alussa 2017.)

Business Finlandin internet sivuilla heidän toimintaansa kuvataan seuraavasti: ”Business Finlandin ensisijainen tavoite on tarjota yhteisille asiakkaillemme sujuva palvelupolku, kun asiakkaamme ovat kansainvälistymässä ja hakemassa innovaatorahoitusta, kansainvälisiä investointeja tai matkailijoita.” (Finpro ja Tekes yhdistyvät Business Finlandiksi vuoden alussa 2017.)

Business Finland tarjoaa useita eri rahoitusmahdollisuuksia startup-yrityksille, pk- ja mid-cap yrityksille, tutkimusorganisaatioille sekä suurille yrityksille. Rahoitus on mahdollista Suomessa toimiville yrityksille ja suurin osa rahoituksesta suunnataan pienille ja keski-suurille yrityksille. (Rahoituspalvelut.)

Startup rahoituspalvelut on suunnattu alle viisi vuotiaalle yrityksille. Näitä ovat mm. Tempo, Nuoret Innovatiiviset Yritykset (NIY), Tutkimus- ja kehitysrahoitus sekä Messu-avustus.

(Startup.)

Tempo rahoituksen avulla yritys voi kokeilla esimerkiksi liiketoimintakonseptin toimivuutta, hankkia palautetta mahdollisilta asiakkailta, selvittää kysyntää kansainvälisellä markkinalla ja toteuttaa ensimmäisiä demoja tai prototyyppisiä. Rahoituksen enimmäismäärä on 50 000 euroa ja se voi kattaa enintään 75 % projektin koko kustannuksista. Rahoitus on avustusta jota ei tarvitse maksaa takaisin. (Tempo-rahoitus.)

Nuoret innovatiiviset yritykset (NIY) -rahoitusta voivat hakea lupaavat ja nopeaan kansainvälistymiseen pyrkivät startup yritykset. Rahoitus on tarkoitettu esimerkiksi tiimin vahvistamiseen, uusien markkinoiden avaamiseen tai liiketoimintamallin kehittämiseen. Rahoitukseen valittavat yritykset ovat yleisesti olleet toiminnassa vähintään kolme vuotta ja ovat aiemmin käyttäneet Business Finlandin (Tekes tai Finpro) rahoitusta. Rahoituksen edellytyksenä on 50 työntekijän enimmäismäärä ja vuosiliiketoiminnan tai taseen lopsumman maksimi on 10 miljoonaa euroa. Rahoituksen enimmäismäärä on 1,25 miljoonaa euroa, josta avustuksen osuus on enintään 500 000 euroa ja lainaa 750 000 euroa. (Nuoret innovatiiviset yritykset.)

Tutkimus- ja kehitysrahoituksen avulla yritys voi esimerkiksi kehittää tuotteita ja palveluita, liiketoimintamalleja sekä tuotantomenetelmiä. Rahoituksen hakijoilta yleisesti edellytetään valmista liiketoimintasuunnitelmaa sekä todennettua markkinatarvetta. Tämä onkin hyvä mahdollisuus pilotoida uutta ratkaisua yhdessä asiakkaiden kanssa arvioiden. Kehittämiseen ja pilotointiin myönnetään lainaa pääsääntöisesti ilman vakuuksia ja projektin epäonnistuessa laina voidaan muuttaa osittain avustukseksi. Lainan määrä on joko 50 % tai 70 % projektin kokonaiskustannuksista ja laina-aika lähtökohtaisesti seitsemän tai kymmenen vuotta, joista lyhennysvapaita vuosia on kolme tai viisi. (Tutkimus, kehitys ja pilotointi.)

Messuavustusta tarjotaan pienille ja keskisuurille yrityksille jotka pyrkivät kansainvälistymään ja kasvamaan. Rahoitusta tarjotaan ensisijaisesti globaalisti merkittävimpiin messutapahtumiin kullakin toimialalla. Hankearvioinnissa kiinnitetään erityisesti huomiota siihen, millainen vaikutus messurahoituksella on yritystoiminnan kansainvälisen liiketoiminnan kasvuun. Messuavustuksen määrä voi olla enintään 50 % projektin hyväksyttävistä kustannuksista, kuitenkin enintään 30 000 euroa per messuhanke. (Messuavustus.)

3.4 Kirjanpito

Kaikki yritykset Suomessa ovat kirjanpitovelvollisia. Kirjanpitovelvollisuus tarkoittaa, että yrityksen johdolla on velvollisuus huolehtia liiketapahtumista syntyvän kirjallisen aineiston koonnista ja säilytyksestä. Tämän aineiston pohjalta laaditaan määräaikaan mennessä kirjanpito noudattaen annettuja säädöksiä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 140; Yrityksen perustajan opas, 161.)

”Jos yrittäjä ei paneudu perusasioiden ymmärtämiseen, voi käydä huonosti. Yrittäjä sotkee ensin kirjanpidon ja sitten koko yrityksen. Tällaisessa tilanteessa on moni hyvä liikeidea mennyt hukkaan.” (Meretniemi & Ylönen 2009, 140.)

Kirjanpidon tarkoituksena on kuvata yrityksen toimintaa; ei pelkästään muita varten, vaan ensisijaisesti yrityksen omaan käyttöön. Se esimerkiksi antaa tietoja yrityksen taloudellisesta tilanteesta, kannattavuudesta, vakavaraisuudesta sekä sen avulla laskeaan maksettavat verot. Nämä ovat hyödyllisiä ja tärkeitä tietoja myös yrityksen rahoitusta harkitseville tahoille. (Meretniemi & Ylönen 2009, 140; Yrityksen perustajan opas, 161.)

Useimmiten kirjanpito kannattaa jättää ammattilaisten hoidettavaksi, ellei yrittäjä itse ole perehtynyt kirjanpitoon ja laskentaan. Sopivaa kirjanpitäjää voi etsiä esimerkiksi Taloushallintoliiton tai internetin kautta. Yrittäjän tulisi varmistaa, että valittavan tilitoimiston henkilökunta on ammattitaitoista ja omaa riittävän koulutuksen suoriutuakseen kirjanpidosta annettujen säädösten mukaisesti. Ennen päätöksentekoa on suositeltavaa tavata mahdollisia ehdokkaita ja varmistaa että henkilökemiat yhteyshenkilön kanssa kohtaavat, jotta tulevaisuudessa yhteistyö kulkisi mahdollisimman sujuvasti. (Meretniemi & Ylönen 2009, 142; Yrityksen perustajan opas 2008, 165.)

Oma yritykseni tulee ulkoistamaan taloushallinnon kokonaisuudessaan, jotta voin yrittäjänä keskittyä liiketoiminnan kannalta oleellisempiin asioihin, kuten palvelun kehitykseen ja asiakashankintaan.

3.5 Verotus

Suomessa verotusoikeus on valtiolla, kunnilla sekä kirkolla. Verot jaetaan välittömiin ja välillisiin veroihin. Välittömiä veroja ovat esimerkiksi valtiolle maksettava tulo- ja perintövero, kunnalle maksettava kunnallisvero sekä kirkolle kuuluva kirkollisvero. Välillisiä veroja taas ovat esimerkiksi arvonlisävero ja valmistevero. (Holopainen 2016, 156.)

Arvonlisävero on kulutusvero, joka sisällytetään tavaran tai palvelun myyntihintaan myyjäyrityksen toimesta. Yritysten välisissä kaupoissa ostava osapuoli voi vähentää arvonlisäveron jonka toinen arvonlisäverovelvollinen on laskuttanut siltä, edellytyksenä että tätä tavaraa tai palvelua käytetään arvonlisäverollisessa liiketoiminnassa. Arvonlisäverollista toimintaa on pääsääntöisesti kaikki Suomessa harjoitettu elinkeinotoiminta, ellei arvonlisäverolaisissa erikseen ole säännöstä tämän verottomuudesta. Tällaisia poikkeuksia ovat esimerkiksi vähäinen liiketoiminta: liikevaihto tilikaudelta alle 10 000 euroa. (Holopainen 2016, 108.)

4 Liiketoimintasuunnitelma

4.1 Liiketoimintasuunnitelman kuvaus

Liiketoimintasuunnitelma on tiivis, yrityksen liiketoimintaa kuvaava kirjallinen dokumentti. Se on kokonaiskuvaus, joka avaa liiketoiminnan päämäärät, tavoitteet sekä kertoo ne keinot, joilla päämääriin ja tavoitteisiin päästään. Dokumentissa käydään läpi esimerkiksi

yritystoiminnan liikeidea, visio, tarjottavat tuotteet tai palvelut, rahoitus, markkinointi, kilpailijat, riskit sekä rakennetaan näiden pohjalta strategioita ja analyysejä. Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen pakottaa yrityksen huomioimaan kaikkien osa-alueiden olemassaoloa ja tilaa, jonka johdosta suunnitelman suurin hyöty on yritykselle itselleen. Liiketoimintasuunnitelman yksi tarkoitus onkin myös antaa realistinen kuva yrityksen toiminnasta esimerkiksi rahoittajille ja sijoittajille. (Koski & Virtanen 2005, 18; Pitkämäki 2000, 9.)

”Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma on tekijänsä näkemys siitä, miten tulevaisuudessa päihitetään kilpailijat ja luodaan asiakkaalle lisäarvoa tavalla, joka on vaikeasti kopioitavissa.” (Hesso 2015, 10.)

Liiketoimintaa suunnitteleamalla yritys varautuu tulevaisuuteen, ja yrityksen kannalta tärkeintä tässä onkin lisätä menestymisen mahdollisuutta. Liiketoimintasuunnitelman teko on jatkuva prosessi, sillä liiketoimintasuunnitelmaa tulisi liiketoiminnan edetessä päivittää ja kehittää muutosten mukaan. (Koski & Virtanen 2005, 20.)

4.2 Liikeidea

Liikeidea kiteyttää liiketoimintasuunnitelman muutamaa lauseeseen vastaten seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä tuotteita tai palveluita yritys tuottaa?
- Miten tämä tuote tai palvelu tuotetaan, myydään ja toimitetaan?
- Kenelle näitä tuotteita tai palveluita myydään?

(Koski & Virtanen 2005, 24; Meretniemi & Ylönen 2009, 19.)

Liikeidea vaikuttaa merkittävästi yrityksen mahdollisuuteen menestyä, sillä se määrittelee, millä tavoin yrityksestä voidaan tehdä kannattava. Se on myös oiva suunnittelun apuväline yritykselle, ja hyvin rakennettuna se auttaa ohjaamaan yrityksen toimintaa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 19.) Yritystä perustettaessa lähtökohtana tulisi olla ratkaisun kehittäminen johonkin asiakkaan tai loppukäyttäjän tarpeeseen tai ongelmaan - tämä voi olla myös jo olemassa olevaan palveluun liittyvä parannus. Idean kehityksen aikana on suositeltavaa alkaa koota sopivaa ryhmää sekä etsiä kumppaneita, joiden avulla tuotetta tai palvelua voidaan kehittää valmiiksi markkinoille - esimerkiksi valmiin

prototyypin luomista varten. Useimmiten tässä vaiheessa on tavoitteena kehittää liikeidea niin selkeäksi ja vakuuttavaksi, että mahdolliset sijoittajat kiinnostuvat idean jatkokokehittämisestä. (McKinsey & Company 1999, 23.)

4.3 Visio

Aloittavan yrityksen liiketoiminnan suunnittelussa on suositeltavaa analysoida yrityksen tulevaisuuden tavoitetilaa, eli visiota, perusteellisesti. Visio on yrittäjän näkemys siitä tulevaisuudesta, jota hän tavoittelee omalle yritykselleen. Se antaa yrityksen toiminnalle suunnan ja sisällön ja auttaa arvioimaan sekä tulkitsemaan ympäristön muutoksia liiketoiminnan kehittämiseksi. Nämä hyödyt saavutetaan vain, jos visio on realistinen, oikeansuuntainen ja saavutettavissa oleva. (Koski & Virtanen 2005, 26; Pitkämäki 2001, 86-87; Hakanen 2004, 61.)

Ihmiset haluavat työlleen mielekkyyttä, oppimista, haasteita ja itsensä kehittämistä. Hyvä visio mahdollistaa sen, että yrityksen työntekijät ymmärtävät, mikä juuri hänen työtehtävänsä tarkoitus on, jota kautta työ voidaan kokea innostavana ja merkityksellisenä. (Hakanen 2004, 61 – 62.)

Vision sisältö riippuu yrityksen koosta, tilanteesta, kulttuurista, toimialasta sekä yrittäjän tai johdon asenteista. Yleisesti pk-yritysten visio määritellään 3-5 vuodeksi eteenpäin ja sitä tulisikin päivittää tilanteen mukaan. Pienemmissä ja aloittavissa yrityksissä aikajänne voi olla myös huomattavasti lyhyempi, esimerkiksi muutama kuukausi eteenpäin. (Hakanen 2004, 63.)

Visiota rakentaessa on otettava huomioon esimerkiksi seuraavia aiheita:

- arvot ja kulttuuri
- tieto ja tosiasiat
- tunteet ja mielikuvitus
- painopisteet
- muoto ja kieli
- energiasisältö

(Hakanen 2004, 65).

Jotta visio voi olla uskottava ja ymmärrettävä, siinä tulisi huomioida yrityksen arvot, kulttuuri sekä historia. Visiolla on suurempi mahdollisuus toteutua, jos yrityksen työntekijät

kokevat sen yhdensuuntaiseksi omien arvojensa kanssa. Visiota rakentaessa tulisi huomioida ympäristön, yhteiskunnan sekä teknologian nykytila ja näihin liittyvät muutospaineet. Sen muodon ja kielen tulisi vedota ihmisten järkeen sekä tunteisiin. (Hakanen 2004, 65 – 67.)

4.4 Strategia

Liiketoimintasuunnitelman strategian tulisi kattaa yritys kokonaisuudessaan. Strategia kertoo, millä keinoin visio saavutetaan. Se on suunnitelma, jolla yritys luo kilpailuetua suhteessa muihin asiakkaan huomiosta kilpaileviin yrityksiin. Strategia määrittää ne toimenpiteet ja toiminnot, joiden avulla yritys saavuttaa asetetut päämäärät ja tavoitteet. Strategia kertoo, millaisessa liiketoiminnassa yritys on mukana, sekä sen, miten yritys kilpailee. (Hakanen 2004, 16 – 17; Hesso 2015, 79; Koski & Virtanen 2005, 34 – 35.)

Luovuus on strategiatyön kriittisin menestystekijä. ”Luovuus ja innovatiivisuus ratkaisevat, pystyykö yritys ottamaan ratkaisevan irti vanhoista toimintamalleista ja kehittämään jotain uutta.” (Hakanen 2004, 20). Luovuuden tavoite strategiatyössä on kehittää mahdollisimman paljon erilaisia uusia ideoita ja vaihtoehtoja sen tiedon pohjalta, mitä yrityksen toiminta-ajalta on kertynyt. Mitä enemmän vaihtoehtoja, sitä todennäköisempää on löytää joukosta toimiva ratkaisu. (Hakanen 2004, 20 – 21.)

Strategia on sekä valintoja että luopumista. Yrityksen on osattava valita lukuisista vaihtoehtoista ne, jotka yrityksen oman osaamisen, vahvuuksien ja heikkouksien huomioiden uskotaan vievän parhaaseen lopputulokseen. Asiat on laitettava tärkeysjärjestykseen sekä päätettävä, mihin rajalliset voimavarat suunnataan. Nämä valinnat koskevat esimerkiksi asiakkaita, tuotteita ja palveluita, kilpailukeinoja sekä oman osaamisen suuntaamista. (Hakanen 2004, 21.)

Varsinkin pienten yritysten strategiatyössä tulisi painottaa erityisesti yhtä asiaa: yksinkertaisuutta. Asioita ei tulisi tehdä sen monimutkaisemmiksi kuin on välttämätöntä. Onnistuneen strategian tunnistaa ensisijaisesti siitä, että yritys menestyy. Menestyminen usein edellyttää jonkin ainutlaatuisen tai erilaisen luomista suhteessa muihin kilpailijoihin. Ainutlaatuisuus lähtee pienistä, mutta keskeisistä asioista. (Hakanen 2004, 25; Pitkämäki 2000, 89.)

4.5 Toimintaympäristön arviointi

4.5.1 Asiakkaat

Yrityksen menestys riippuu pitkälti siitä, miten se pystyy selvittämään asiakkaidensa tarpeet ja odotukset sekä täyttämään ne kilpailukykyisesti. Hyvä lähtökohta asiakasanalyysiin on tutkia, keitä yrityksen tavoittelemat asiakkaat ovat ja mitä he tekevät ja arvostavat. Kun tämän tiedon pohjalta saadaan ymmärrys asiakkaista, voidaan lähteä etsimään keinoja, joilla auttaa heitä vielä paremmin. (Hakanen 2004, 41.)

Kaikki asiakkaat eivät koskaan ole kiinnostuneita käyttämään yrityksen tuotetta tai palvelua. Tästä syystä on tärkeää valita tietyt kohderyhmät, eli segmentit, joille näitä tuotteita tai palveluita pyritään markkinoimaan. Segmentointikriteereitä on useita, ja tärkeintä onkin miettiä oman liiketoiminnan kannalta järkevin tapa jakaa mahdollinen asiakaskunta toisistaan eroaviin segmentteihin. Segmentoinnin jälkeen valittuihin kohderyhmiin kohdennetaan liiketoimintasuunnitelman mukaista markkinointia. On huomattava, että yritysasiakkaan kohdalla kysyntää luodaan eri tavoin kuin kuluttajan kohdalla. Toisessa segmentissä ostaminen on osa työnkuva, toisessa segmentissä kuluttajan kohdalla voidaan vaikuttaa enemmän esimerkiksi tunnepitoisella mainonnalla. (Hesso 2015, 92.)

Oman liikeidean tapauksessa jaan asiakkaat kahteen segmenttiin, joista ensimmäisenä ovat yritykset, jotka rekrytoivat, ja toisena työnhakijat.

4.5.2 Kilpailijat

Kilpailukentän tunteminen ja arviointi on yritykselle äärimmäisen tärkeää. Arviointi selvittää toimialan tärkeimpiä menestymisen edellytyksiä. Jotta kilpailijoista on mahdollista erottua myönteisesti, on ensinnäkin tunnettava, ketä nämä kilpailijat ovat. Lisäksi tulisi perehtyä mahdollisimman hyvin näiden kilpailijoiden vahvuuksiin ja heikkouksiin, osaamiseen ja voimavaroihin sekä strategioihin. Kilpailijat tulisi yksilöidä ja selvittää, mitä kenenkin kilpailuedun ja asiakkaalle luodun lisäarvon perustana on. Strategian tavoitteena onkin etumatkan saavuttaminen suhteessa kilpailijoihin. (Hesso 2015, 49; Pitkämäki 2001, 39; Hakanen 2004, 45.)

Kilpailun luonne markkinoilla on muuttunut täysin. Meneillään on hyperkilpailun aika, jolloin kilpailun muoto ja määrä saattavat vaihdella reilusti jopa viikkojen aikana. (Hesso 2015, 48). Johannes Hesso toteaaakin kirjassaan tätä aikaa hyvin kuvaten: "Yksi piilossa

kehitetty sovellus ja sen tehokas ja nykyaikainen kaupallistaminen tekee turhaksi perinteiset toimintatavat.”

Toimialan muihin yrityksiin voidaan suhtautua joko kilpailijoina tai esimerkin ja vertailupohjan tarjoajina. Pienen yrityksen on useimmiten kannattavaa pitää muita yrityksiä esimerkkeinä, joiden avulla voidaan kerätä oleellista tietoa toimialalla menestymistä varten. Suhtautuminen voi vaihdella myös riippuen siitä, millaisena kilpaileva yritys arvioinnin jälkeen koetaan. Suurin osa asiakkaista haluaa verrata eri tuotteita ennen ostopäätöstä. Jos vertailu tapahtuu sellaisiin tuotteisiin, joiden suhteen oma tuote osoittautuu paremmaksi tai antaa asiakkaalle muilla tavoin enemmän arvoa, on kyseessä yrityksen kannalta hyödyllinen kilpailu. (Pitkämäki 2001, 42 – 44.)

Vaikka muita toimialan yrityksiä arvioidaan, ei ole kannattavaa haaskata aikaa keskittymällä kilpailuun. Tämän sijaan tulisi keskittyä mahdollisimman laadukkaasti palvelemaan asiakkaita ja heidän odotuksiaan sekä pyrkiä luomaan suhteita keskeisiin sidosryhmiin. (Pitkämäki 2001, 42). ”Asiakkaiden myönteinen suhtautuminen yrityksen tuotteisiin ei johdu siitä, että yritys on kilvassa ollut jotain toista yritystä parempi, vaan siitä, että tuote ja asiakkaan ostopäätöksen syyt ovat kohdanneet paremmin kuin vaihtoehtoisten toimittajien.” (Pitkämäki 2001, 42.)

4.6 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi kertoo yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat (Kuvio 1.). Se esitetään yleensä siten, että vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä. Yrityksen ulkopuolisia ja tulevaisuudessa mahdollisesti tapahtuvia tekijöitä taas ovat mahdollisuudet ja uhat. Analyysiä ei pitäisi jättää pelkäksi listaukseksi asioita, sillä hyvä SWOT pohtii myös ratkaisuja tehdyn analyysin pohjalta. (Hesso 2015, 72 – 73; Meretniemi & Ylönen 2009, 34.)



Kuvio 1. Kuva SWOT-analyysistä.

4.7 Markkinointi

Markkinoinnille on vain yksi peruste: kilpailu. Ilman kilpailua markkinointia ei tarvittaisi, sillä kaikki mille olisi jotain käyttöä, menisi kaupaksi. Markkinointi on ihmisten välistä vuorovaikutusta, jossa kilpaillaan asiakkaan suosiosta. Markkinoinnin päätavoitteena onkin myydä yrityksen tarjoamia tuotteita tai palveluita. (Rope 2005, 11; Bergström & Leppänen 2007, 9 – 10.)

Vasta perustetun yrityksen ongelmana useimmiten on, ettei kukaan vielä tunne yritystä tai sen tarjontaa. Markkinoinnin avulla yritys tekee itseään tunnetuksi ja luo mielikuvia kertoen, miksi yrityksen tarjoamat tuotteet ovat parempia kuin kilpailijoiden. Markkinoijan tulisi perehtyä asiakkaiden tarpeisiin ja ostotapoihin, jotta tarjottavat tuotteet ja palvelut vastaavat näitä mahdollisimman hyvin. (Bergström & Leppänen 2007, 9 – 10.)

4.7.1 Imago

Imago, eli mielikuva, on ihmisen kokemusten, asenteiden, tietojen, tunteiden ja uskomusten yhdistelmä tarkasteltavasta asiasta. Vaikka mielikuvan voidaan katsoa syntyvän ilman erillistä imagon rakennusta, ei yrityksessä koskaan kannata jäädä itsekseen syntyvän imagon varaan. Imagon rakentaminen on tietoista työtä, jonka tarkoituksena on aikaansaada yritykselle keskeisille henkilöille sellainen mielikuva, joka auttaa yritystä menestymään. (Rope 2005, 53; Bergström & Leppänen 2007, 78 – 79.)

Imagon luomisessa keskeisiä asioita ovat yrityksen ja sen tuotteiden nimet, visuaalinen ilme sekä viestin ydinsanoma. Nimen valinta on merkittävä päätös, sillä yrityksen imago kiinnittyy valittuun nimeen ja on ensimmäinen asia, johon asiakas törmää. Visuaalista ilmettä suunnitellessa tulisi huomioida sen sopivuus valitulle toimialalle. Visuaaliseen ilmeeseen voidaan vaikuttaa esimerkiksi logolla, väreillä sekä tekstin fontilla ja näiden yhdessä muodostamalla vaikutelmalla. Ydinsanoma yleensä kytkeytyy yrityksen tai sen tuotteiden asemointiin. Asemoimalla yritys pyrkii erottumaan kilpailijoista kuvaamalla

tuotteen käyttöön tai ominaisuuksiin liittyviä etuja ydinsanomassaan. (Rope 2005, 59 – 63.)

4.7.2 Viestintä

Yritys ja sen tarjoamat tuotteet tai palvelut on saatava kohderyhmän tietoon. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on luoda kysyntää valitussa kohderyhmässä sekä muuttaa kysyntä rahaksi, eli myydä. (Hesso 2015, 119.)

Älypuhelinien ja tablettien suosion kasvaessa yritykselle on entistäkin tärkeämpää näkyvyys internetissä ja eri sosiaalisen median kanavissa (Hesso 2015, 131). Keskittämällä mainonnan sähköisiin kanaviin, on mahdollista toteuttaa kustannustehokasta ja hyvin seurattavaa mainontaa.

4.7.3 Hinnoittelu ja asiakashankinta

Tarjottavien tuotteiden tai palveluiden hinnan määrittäminen on tärkeä valinta, sillä se vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen. On yleistä ajatella, että myymällä halvemmalla kuin kilpailijat, tuotteet käyvät kaupaksi. Aina näin ei kuitenkaan ole, sillä halpa hinta saattaa aiheuttaa asiakkaassa epäilyksiä tuotteen tai palvelun laadusta. Hintaa määriteltäessä on huomioitava useita tekijöitä: mitä myydään, kenelle sitä myydään ja millä hinnalla kilpailijat myyvät. Lisäksi toiminnan aiheuttamat kustannukset on maksettava ja pyrittävä asetettuihin voittotavoitteisiin. (Bergström & Leppänen 2007, 138.)

Hintapäätökseen vaikuttavat yrityksen tavoitteet. Jos tavoitteena on nopeasti kasvattaa myyntiä, hinnan on houkuteltava asiakkaita, eli oltava edullinen. Tavoiteltaessa nopeasti isoja voittoja, on hinnan oltava huomattavasti yli kustannusten. Myös kilpailulla on tärkeä merkitys hinnoittelussa. Jos tarjotut tuotteet ovat samankaltaisia ja kilpailu kovaa, hintataso useimmiten laskee. Markkinaosuuden kasvattaminen tapahtuu yleensä edullisella hinnoittelulla ja näkyvällä mainonnalla. (Bergström & Leppänen 2007, 139.)

Ensimmäisen maksavan asiakkaan hankinta on usein haastavaa, sillä harva haluaa olla ensimmäinen. Tästä syystä tulisi miettiä tarkkaan, miksi tämä potentiaalinen asiakas ostaisi juuri sinulta, ja miten saisit tästä hyödyllisen referenssin. Yleensä on suositeltavaa koe markkinoida, eli käydä kaupattavan tuotteen tai palvelun ominaisuuksia ja käyttöä

läpi yhdessä asiakkaiden tai asiantuntijoiden kanssa ennen lopullista sitoutumista toimintaan. (Pyykkö 2011, 272 – 273.)

4.8 Talous

Hyvä liikeidea ei yksinään riitä kannattavaan yritystoimintaan. Yritystoiminnan taloudellisen suunnittelun ja laskelmien tulisi osoittaa liikeidean tuottavan enemmän rahaa kuin se vie. (Koski 2004, 31.)

Perustettavan yrityksen rahoitusta suunnitellessa on pohdittava kolmea tärkeää kysymystä. Ensimmäiseksi on arvioitava, miten paljon pääomaa tarvitaan menestykselliseen yritystoiminnan käynnistämiseen ja kehittämiseen. Toiseksi on arvioitava, kuinka paljon rahaa tarvitaan toiminnan päivittäiseen hoitamiseen, eli lyhytaikaisista maksuista ja laskuista selviytymiseen. Kolmanneksi on selvitettävä, miten nämä tarvittavat varat hankitaan. (McCinsey & Company 1999, 103.)

Useimmiten, ennen kuin yritystoiminta alkaa tekemään tulosta, toiminta aiheuttaa kustannuksia, jotka on rahoitettava. Tämä pätee varsinkin tuotekehitykseen panostaviin yrityksiin, joilla voi olla pitkä viive kehityksen ja varsinaisten myyntitapahtumien välillä. Tämän johdosta rahoituslaskelmissa on huomioitava alkuvaiheen investoinnit ja varattava riittävästi käyttöpääomaa tuottamattoman alkuvaiheen yli selviytymiseen. (Koski & Virtanen 2005, 68.)

4.9 Riskit

Yritykselle on tärkeää tunnistaa riskinsä ja varautua niihin sekä analysoida niitä. Yritystoiminnan riskit voidaan jakaa liikeriskeihin ja vahinkoriskeihin. Liikeriskit ovat osa yritystoimintaa kilpailluilla markkinoilla. Liikeriskejä ovat esimerkiksi:

- kilpailijoiden toimet/muutokset toiminnassaan
- yrityksen kannattavuuden heikentyminen
- asiakkaiden maksuvaikeudet.

(Hesso 2015, 180 – 181).

Vahinkoriskeillä tarkoitetaan sellaisia riskejä, joiden sattuessa ne kohdistuvat johonkin yrityksen toiminnan osa-alueista. Vahinkoriskejä ovat esimerkiksi:

- rikokset jotka kohdistuvat yritykseen
- vahingonkorvausvaatimukset
- omaisuusvahingot.

(Hesso 2015, 181).

Riskit ovat osa yritystoimintaa. Osan riskeistä yritys voi kantaa itse, ja osan siirtää muiden vastuulle korvausta vastaan. Tällaisia vaihtoehtoja ovat esimerkiksi erilaiset vakuutukset ja laskujen perinnän ulkoistaminen tarvittaessa. (Hesso 2015, 181).

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Aloittaessani opinnäytetyön tekoa, minulla oli vain suppea käsitys siitä, mitä kaikkea tulevan yritystoimintani käynnistäminen vaatii. Tutustuessani ja kerätessäni lähdeaineistoa havaitsin, että liiketoimintasuunnitelman tekoon on tapoja niin paljon kuin on tekijöitäkin. On olemassa tiettyjä peruspilareita, kuten liikeidea ja rahoituslaskelmat, joiden varaan suunnitelma rakentuu, mutta näiden painottaminen ja muihin asioihin syventyminen on kiinni pitkälti työn kirjoittajasta ja yrityksen toimialasta. Pyrin vertailemaan mahdollisimman paljon erilaisia liiketoimintasuunnitelman mallipohjia ja keräämään niistä oleelliset aiheet omaa työtäni varten.

Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut hyvin opettavainen projekti. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen pakottaa perehtymään laajasti lähes kaikkiin liiketalouden osa-alueisiin, ja näihin paneutuminen toimi hyvänä muistinvirkistykseksi sekä tilaisuutena oppia paljon uutta. Perehtyminen yrittäjyyteen vahvisti käsitystäni siitä, että se on minulle sopivin ja toivottavasti palkitsevin tapa ansaita elantoni. Tämän työn tuloksena syntyneellä liiketoimintasuunnitelmalla tullaan hakemaan starttirahaa sekä lainaa ja alkutakausta yrityksen alkuvaiheen rahoitukseen.

Toiminnallisen osan, eli tässä tapauksessa liiketoimintasuunnitelman rakentaminen alkoi miettimällä, mitkä ovat ne tärkeimmät osa-alueet, jota on tämän liikeidean yhteydessä suotuisinta painottaa. Rakennettuani alustavan sisällysluettelon, ryhdyin täydentämään kohtia alkaen liikeideasta, edeten muiden osa-alueiden kautta lopuksi käyttäjärjestelmäprototyyppiin, jossa pyrin hahmottelemaan tulevan palvelun erilaisia näkymiä piirrosluontoisten kuvien muodossa. Kokonaisuudesta tuli mielestäni hyvin onnistunut ja tiivis paketti.

Lähteet

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2007. Markkinoinnin maailma. 8.-9. painos. Edita Prima, Helsinki.

Finpro ja Tekes yhdistyvät Business Finlandiksi vuoden alussa 2017. Business Finland. Julkaistu 19.12.2017. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2017/finpro-ja-tekes-yhdistyvat-business-finlandiksi-vuoden-alussa/>. Luettu 13.2.2018.

Hakanen, Matti 2004. Pk-yrityksen strategiatyö. Menestystekijöinä tieto, luovuus ja opiminen. Moreeni Kustannus, Helsinki.

Hesso, Johannes 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2., uudistettu painos. Kauppa-kamari, Helsinki.

Kaupparekisterin perusilmoitus 2014. Yrittäjät. Päivitetty 1.7.2014. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/rekisterointi-ilmoitukset/kaupparekisterin-perusilmoitus>. Luettu 9.2.2018.

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

Koski, Toivo 2004. Caset: Yrittäjyys. Otava, Helsinki.

McCinsey & Company 1999. Ideasta kasvuyritykseksi. WSOY, Helsinki.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. 1. - 2. painos. Otava, Helsinki.

Messuavustus. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/startup/messuavustus/>. Luettu 16.2.2018.

Nuoret innovatiiviset yritykset. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/startup/nuoret-innovatiiviset-yritykset-niy/>. Luettu 14.2.2018.

Osakeyhtiö. Yrittäjät. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut/osakeyhtio-317935#quickset-valilehti=0>. Luettu 13.2.2018.

Pitkämäki, Ari 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2. painos. Talentum Media, Helsinki.

Pyykkö, Manne 2011. Minustako yrittäjä? Alma Talent, Helsinki.

Rahoituspalvelut. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/lyhyesti/>. Luettu 13.2.2018.

Rope, Timo 2005. Markkinoinnilla menestykseen. Hehkeys- ja ilahduttamismarkkinointi. Inforviestintä, Helsinki.

Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki. Te-palvelut. http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html. Luettu 16.2.2018.

Startup. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/startup/lyhyesti/>. Luettu 13.2.2018.

Tekes ja Finpro yhdistetään Business Finlandiksi 2017. Yrittäjät. Julkaistu 28.3.2017. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/555022-tekes-ja-finpro-yhdistetaan-business-finlandiksi>. Luettu 13.2.2018.

Tempo-rahoitus. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/startup/tempo-rahoitus/>. Luettu 14.2.2018.

Tutkimus, kehitys ja pilotointi. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/startup/tutkimus--ja-kehityusrahoitus/>. Luettu 14.2.2018.

Valitse oikea yhtiömuoto. Yrittäjät. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/valitse-oikea-yhtiomuoto-565987>. Luettu 13.2.2018.

Yrittäjä. Tilastokeskus. <https://tilastokeskus.fi/meta/kas/yritylkm.html#tab2>. Luettu 12.2.2018.

Yrityksen perustajan opas. Silta yrittäjyyteen. 2008. 14., uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Liiketoimintasuunnitelma

1.1	Liiketoimintasuunnitelman tiivistelmä	1
1.2	Liikeidea	2
1.3	Visio ja arvot	2
1.4	Palvelut ja hinnoittelu	3
1.5	Käytännön ratkaisut	3
1.5.1	Nimi, tyyli ja logo	3
1.5.2	Yhtiömuoto ja yrityksen perustaminen	4
1.5.3	Toimitilat	4
1.5.4	Kirjanpidon järjestäminen	4
1.5.5	Vakuutukset ja pankki	5
1.6	Toimintaympäristön arviointi	5
1.6.1	Asiakkaat	5
1.6.2	Kilpailijat	7
1.7	Strategia	7
1.8	Markkinointisuunnitelma	8
1.9	Taloussuunnitelma	9
1.9.1	Rahoituksen tarpeen arviointi	9
1.9.2	Kannattavuus	10
1.9.3	Perustelut laskelmille	11
1.9.4	Rahoituksen lähteet	11
1.10	SWOT-analyysi	12
1.11	Käyttöliittymän prototyyppi	12