

TAVOITTEENA PÄÄTOIMINEN YRITTÄJYYS

Case: Tmi Eerola Kari

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Liiketalous
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Eeva Tukonen

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

TUKONEN, EEVA:

Tavoitteena päätoiminen yrittäjyys

Case: Tmi Eerola Kari

Liiketalouden opinnäytetyö

48 sivua, 6 liitesivua

Kevät 2011

TIIVISTELMÄ

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää toimeksiantajan mahdollisuus päätoimiseen yrittäjyyteen ja toimenpiteet asian selvittämiseksi. Lisäksi tutkitaan yrityspalveluorganisaatioiden tarjoamia palveluja ja rahoitus- ja tukimuotoja, joita on saatavilla yritystoiminnan kehittämiseen. Työ on kvalitatiivinen case-tutkimus.

Teoriaosuudessa kuvataan yrittäjän ominaisuuksia, yrittäjäksi ryhtymisen motiiveja, toiminimi yhtiömuotona, liiketoimintasuunnitelman merkitys sekä keinoja liiketoiminnan kehittämiseen.

Empiriaosuudessa suoritetaan tutkimusaineiston hankinta. Tutkitaan yrityspalveluorganisaatioiden tarjoamia asiantuntijapalveluja, rahoitus- ja tukimuotoja ja mitkä niistä soveltuvat toimeksiantajalle. Markkinakartoitus tehdään maksullisena asiantuntijapalveluna.

Markkinakartoituksella toimeksiantaja saa arvokasta tietoa palveluidensa kysynnälle ja pystyy tämän pohjalta kohdistamaan markkinoinnin potentiaalisille kohderyhmille. Markkinakartoitukseen haettiin Etpähä ry:n kehittämistukea. Lisäksi toimeksiantajalla on mahdollisuus hakea Finnveran pienlainaa ja Työ- ja elinkeinotoimiston starttirahaa.

Avainsanat: yritystoiminta, liiketoiminnan kehittäminen, markkinakartoitus, yrityspalveluorganisaatiot

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

TUKONEN, EEVA

Full-Time Entrepreneurship as a Goal
Case: Tmi Eerola Kari

Bachelor's Thesis in Business

48 pages, 6 appendices

Spring 2011

ABSTRACT

The aim of this study is to explore the case entrepreneur's possibilities for full-time entrepreneurship as well as examine the actions needed for it. Furthermore, expert services, financial supports and financing methods to develop the business offered by management consultancy organizations are explored. A qualitative research method was used for this thesis.

The theoretical part of the thesis deals with the following: characteristics of entrepreneurs, the motives behind becoming an entrepreneur, the trade name as a company form, the importance of the business plan, and the means of developing a business.

The empirical part of the research carries out the actual study whereby suitable expert services, financial supports and financing methods for the case entrepreneur offered by management consultancy organizations are clarified. A market survey will be executed as an expert service.

Based on the market survey, the results show that the case entrepreneur obtains valuable information about the demand for his services. Thus, he can target his marketing to potential customer groups. The financial support for the market survey was applied from Etpähä ry. Furthermore, the case entrepreneur can apply for Finnvera's microloan as well as the Employment and Economic Development Centres' grant for business start-up funds.

Key words: business, business development, market survey, management consultancy organizations

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimuksen tavoite ja ongelmat	3
1.3	Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät	5
1.4	Keskeiset käsitteet	6
1.5	Opinnäytetyön rakenne	7
2	YRITYSTOIMINTA	8
2.1	Yrittäjän ominaisuudet	8
2.2	Yritysmuotona toiminimi	10
2.3	Mikroyritys	12
2.4	Yrityksen toimintaympäristö	13
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN MERKITYS	15
3.1	Liikeidea	18
3.2	Asiakkaat	19
3.3	SWOT-analyysi	20
4	LIIKETOIMINNAN LAAJENTAMISEN KEINOT	21
4.1	Kasvustrategiat	24
4.2	Yritysten välinen verkostoituminen	25
4.3	Liiketoiminnan menestyminen ja epäonnistuminen	26
5	YRITTÄJÄN TUET JA PALVELUT	29
5.1	Lahden alueen uusyrittäjäkeskus	30
5.2	Starttiraha	32
5.3	Yrityksen kehittämistuki	33
5.4	Finnveran pienlaina	34
5.5	Markkinakartoitus, toimiala- ja kilpailija-analyysi	35
6	CASE-YRITYS	36
6.1	Yritys	36
6.2	Liikeidea	37
6.3	Markkinointikanavat ja asiakasryhmät	38
6.4	SWOT-analyysi	40
6.5	Talous- ja rahoitussuunnitelma	41
7	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	44

7.1	Markkinakartoituksen tulokset	44
7.2	Tulosten hyödyntäminen	45
8	YHTEENVETO	47
	LÄHTEET	49
	LIITTEET	54

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Yrittäjyyttä pidetään elintärkeänä yhteiskunnan hyvinvoinnille. Suomessa ja muissa läntisissä teollisuusmaissa yrittäjyys ja sen tukeminen ovat nousseet erityisen kiinnostuksen kohteiksi. Syynä on julkisen sektorin henkilöstön vähentäminen ja perinteisen suuryritystoiminnan työllistämiskyvyn heikkeneminen. (Jylhä, Viitala 2001, 9.)

Yrityksiä perustetaan vuosittain yli 30 000, mutta toisaalta yli 20 000 yrityksen toiminta loppuu. Luvut sisältävät myös yhtiömuodon muutokset sekä yritysjärjestelyiden kautta päättyneet ja alkaneet yritykset. Näin ollen vain reilu kolmasosa on aitoja uusia yrityksiä. Vuonna 2007 Suomessa oli 308 917 yritystä. Kaupan alalla yrityksistä toimii 18 prosenttia, rakentamisen alalla 15 prosenttia, ammatillisissa, tieteellisessä ja teknisissä palveluissa 12 prosenttia. Kuljetusalalla ja varastoinnissa sekä teollisuudessa toimii 9 prosenttia yrityksistä. Muissa palveluissa yrityksistä toimii 36 prosenttia. Vuonna 2007 tilastossa oli 80 000 yritystä, joiden liikevaihto jäi alle 40 000 euroon. Tämä kertoo siitä, että osan tilastoidusta yritystoiminnasta täytyy olla sivutoimista. (Suomen yrittäjät, 2008c.)

Suomessa tehdään paljon toimenpiteitä, jotta yrittäjyys olisi houkutteleva uravaihtoehto. Kuitenkaan uusia yrityksiä ei perusteta Suomessa riittävästi. Kallion (2002,15) mukaan uusyrittäjyys Suomessa on useimmiten yrittäjyyden yksinkertaista muotoa eli itsensä työllistämistä. Monet uudet yritykset pysyvät lisäksi pieninä yhden hengen yrityksinä tai lopettavat toimintansa hyvin alkuvaiheessa.

Kallio (2002, 15) listaa neljä tärkeää ja oleellista ongelmaa uusyrittäjyyttä kehitettäessä.

1. Miten uusien yritysten määrää voitaisiin lisätä?
2. Miten uudet yritykset saadaan säilymään hengissä?
3. Miten uudet yritykset saadaan työllistämään muitakin kuin yrittäjän itsensä?

4. Miten yritykset saadaan kehittymään ja kasvamaan?

Kasvuyritykset ovat tärkeitä. Ne luovat uusia työpaikkoja. Tästä johtuen olisi luonnollista, että poliittisten päättäjien ja tutkijoiden mielenkiinto kohdistuisi yksityisyrityksiin ja pienten yritysten kasvupotentiaaliin ja sen myötä tulevaan työllistämispotentiaaliin. Pienyritysten kasvu luo uusia työpaikkoja. Suhteessa eniten uusia työpaikkoja luovat alle 20 työntekijän yritykset. (Kallio 2002,88.)

Valtaosa uusista perustettavista yrityksistä on yhden hengen yrityksiä, itsensä työllistäjiä. Kallion (2002, 9) mielestä tämän yrittäjätyypin tutkimus on laiminlyöty. Se ei ole tutkijoiden mielestä niin mielenkiintoinen ja muodikas aihe kuten IT-yrittäjät, high tech-yrittäjät tai kasvuyrittäjät. Muutamista itsensä työllistäjistä kasvaa kuitenkin menestyviä yrityksiä.

Työministeri Tarja Cronberg sanoo Suomen Uusyrityskeskus ry 20 vuotta -videolla.

”Aloitteleva yrittäjä tarvitsee tukea ja myös ihan psykologista tukea. Uskaltaakseen lähteä ottamaan riskin. Uskoa omaan ajatukseen.”

(Suomen Uusyrityskeskus 2010.)

Asenteet yrittäjyyttä kohtaan ovat muuttuneet myönteisimmiksi ja itsensä työllistämisestä on tullut työelämän trendi. Yrittäjäksi ryhtymisen taustalla on usein paitsi palkkatyön epävarmuus ja vähyys, myös erilaiset työmotivaatiotekijät. Urakehitys ja itsensä toteuttaminen hierarkkisissa organisaatioissa saattaa olla hankalaa tai työstä saatava korvaus ei motivoi. Yrittäjänä yksilö saa vapauden toteuttaa itseään ja saa mahdollisuuden luoda itselleen haasteellisen ja antoisin uravaihtoehto. Yrittäjäksi ryhtyvä valitsee itselleen ammatin ja työn lisäksi myös elämäntavan. Yrittämisellä on kokonaisvaltainen vaikutus yksilön elämään. Pienyritys on todellinen vapaan yhteiskunnan ilmentymä. Yrittäjä voi käyttää johtajuuttaan ja kykyjään sekä itsensä että toistensa hyväksi. (Jylhä & Viitala 2001, 14,22.)

On esitetty, että jopa noin viidennes yrityksistä on perustettu harrastuksen myötä ja useimmat yrittäjiksi aikovat suunnittelevat perustavansa yhden henkilön yrityksen. Harrastuksen parissa yrittäjä on hankkinut tietoa ja osaamista (Jylhä & Viitala

2001, 19,22.) Yrittäjäksi ei ryhdytä hetken mielijohteesta ja sen tuleekin tapahtua pitkäaikaisen pohdinnan tuloksena. Pitkäaikainen pohdinta ja harkinta ovatkin tärkeitä liikeidean kypsymisen ja hiomisen kannalta, sekä yrittäjän henkisen kasvun kannalta. Hyvällä ennakkosuunnittelulla ja valmistelulla välttyään riskitilanteilta ja epäonnistumisilta. (Jylhä & Viitala 2001, 23.)

Merja Joensuu ja Maarit Lahti ovat tehneet vastaavanlaisen opinnäytetyön Laurea-ammattikorkeakoulussa vuonna 2009. Työssä selvitettiin yhden hengen työllistävän ATK-koulutusyrityksen palvelujen kysyntä markkinatutkimuksella. Repo Marko, Lappeenrannan teknillisessä yliopistossa, on vuonna 2010 tutkinut, mitkä tekijät ovat mikroyrityksen kasvun edellytyksenä ja mitkä tekijät ovat kasvun esteinä. Taustana on mikroyritysten vähäinen kasvuhaluus. Tutkimus toteutettiin Päijät-Hämeessä Lahden ja Hollolan alueilla. Tutkimuksen mukaan mikroyritysten kasvuun vaikuttavat yrittäjän tahtotila, kyky yrityksen kehittämiseen, yrittäjän riskinotto-kyky ja suotuisat ympäristölliset olosuhteet. Näiden tekijöiden puuttuminen estää kasvun. Yrityksen kasvua estäviä muita tekijöitä ovat tutkimuksen mukaan mikroyritysten liiallinen paikallisuus, yhteistyön vähäisyys, yrittäjän liiallinen kietoutuminen liiketoimintaan sekä toiminnan liian vähäinen strateginen suunnittelu.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja ongelmat

Tämän opinnäytetyön taustalla on case-yrittäjä, joka on toiminut sivutoimisena yksinyrittäjänä yli kymmenen vuotta. Yhtiömuotona on toiminimi. Sivutoimisen yrittäjyyden aikana case-yrittäjä on ollut päätoimisesti palkkatyössä. Tästä johtuen oman yrityksen liiketoiminnan määrätietoinen suunnittelu ja kehittäminen ovat jääneet tekemättä. Liiketoiminta on kuitenkin kasvanut. Yrittäjä on hankkinut koneita ja kalustoa, ja kunnostanut toimitiloja. Päätoiminen yrittäjyys on ollut hänen päämääränään.

Sivutoiminen yrittäjyys on työllistänyt case-yrittäjää niin paljon kuin hänellä on ollut siihen ajallisesti mahdollisuuksia päätoimisen palkkatyön ohessa. Taloudellisista syistä johtuen, päätoimisen palkkatyön jatkuvuus on vaakalaudalla. Nyt vii-

meistään yrittäjän on panostettava oman liiketoimintansa kehittämisen ja vakiinnuttamisen mahdollisuuksien selvittämiseen.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää case- yrittäjän mahdollisuus päätoimiseen yrittäjyyteen. Opinnäytetyössä tutkitaan, mitä toimenpiteitä tulisi tehdä ja mistä yrittäjä saa apua ja neuvoja? Mitä yrityspalveluorganisaatioiden tarjoamia palveluja ja rahoitus- ja tukimuotoja on saatavilla? Opinnäytetyössä käydään läpi case-yrittäjälle soveltuvat rahoitus- ja tukimuodot sekä keinot selvittää todellinen kysyntä hänen tarjoamilleen palveluille. Todellisen kysynnän pohjalta arvioidaan liiketoiminnan mahdollisuudet kehittyä ja laajentua. Saatavilla olevat muut rahoitus- ja tukimuodot esitetään liitteenä kuvio muodossa.

Yrittäjä on yrittäjyyden keskeisin toimija ja ydin (Kallio 2002,31), joten tästä lähdetään liikkeelle. Teoriaosuudessa käsitellään yrittäjäksi ryhtymisen taustoja, motivaatiot yrittäjyyteen, yrittäjän persoona ja ominaisuudet sekä yrittäjätaidot. Case-yrittäjä miettii omalla kohdallaan henkilökohtaisia valmiuksiaan, yrittäjätaitojaan ja motiivejaan. Hän käy läpi ja selkeyttää itselleen liiketoiminnan alkuvaiheeseen liittyviä asioita ja toimenpiteitä. Siirtyminen päätoimiseksi yrittäjäksi on kuin aloittaisi yrittäjyyden alusta. Päätoimisen palkkatyön taloudelliseen tukeen ei voi enää tukeutua.

Case-yrittäjällä on valmiina hankittuna toimitilat ja kalustoa. Ongelmaa lähdetään ratkaisemaan liiketoiminnan vakiinnuttamisella ja liikevaihdon kasvattamisella. Jotta edellä mainitut toteutuisivat, tarvitaan säännöllinen, potentiaalinen ja tarpeeksi laaja asiakaskunta. (Eerola 2010.)

Työssä keskitytään case-yrityksen tarpeisiin. Työstä toivotaan olevan hyötyä myös muille case-yrittäjän kaltaisille mikroyrittäjille ja yrittäjyyttä suunnitteleville.

1.3 Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät

Työ on kvalitatiivinen case-tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään sanoja ja lauseita, kun taas kvantitatiivinen tutkimus perustuu lukuihin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkitaan yksittäistä tapausta ja pyritään tapauksen syvälliseen tutkimukseen. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan ja tutkittavan välillä on suora kontakti, tutkija haastattelee ja havainnoi. Kvalitatiivisen tutkimuksen päättelyn logiikka on induktiivinen eli edetään yksittäisistä havainnoista tuloksiin. (Kananen 2008, 24–25.)

Tutkittava yksikkö eli tapaus, eli case, voi olla yritys, yhteisö, yrityksen osasto, ihmisryhmä, perhe tai yksilö. Tapausta tarkastellaan todellisessa reaali maailman ympäristössään. Tapaus- eli case-tutkimuksessa tutkimusaineistona toimivat erilaiset dokumentit, arkistot, haastattelut ja havainnoinnit. Case-tutkimuksen perusedellytys on aineiston monilähteisyys. Aineisto esitetään niin, että päättelyketju on myös muiden tarkistettavissa. Tämä parantaa tutkimuksen uskottavuutta ja reliabiliteettia. (Kananen 2008, 84.)

Yrittäjyydestä, yrittäjäksi ryhtymisestä, liiketoiminnan aloittamisesta ja kehittämisestä löytyy paljon kirjallisuutta, artikkeleita ja tutkimuksia. Opinnäytetyön teoriaosuuden aineisto laaditaan kirjallisista ja elektronisista lähteistä. Case-yrittäjän liiketoiminnan nykytilanne selvitetään haastattelulla ja kirjanpitoaineistolla. Työn tulokset saadaan käytännönläheisellä, empiirisellä menetelmällä. Asiantuntijapaamisilla selvitetään case-yrittäjälle soveltuvat tuki- ja rahoitusmuodot sekä keinot selvittää kysyntä yrityksen palveluille. Case-yrittäjälle pyritään antamaan hänen käytännössä tarvitsemansa tieto ja keinot. Työ tehdään tiiviissä yhteistyössä case-yrittäjän kanssa. Yhdessä case-yrittäjän kanssa tavataan asiantuntijaa Lahden Uusyrityskeskuksesta, KontaktiVerkko Suomi Oy:ssä ja Etpähä ry:ssä. Menestyvän liiketoiminnan perusedellytyksen selvittäminen, eli mahdollisuus laajaan asiakaskuntaan kartoitetaan ja kontaktoidaan markkinakartoituksella, maksullisena asiantuntijapalveluna.

1.4 Keskeiset käsitteet

Yrittäjä

Yrittäjä on ”fyysinen tai juridinen henkilö, joka pääammatikseen hoitaa omaa taloudellista yritystä tai harjoittaa itsenäistä ammattia” (Jylhä & Viitala 2001, 9).

Yrittäjä on yrittäjyyden keskeisin toimija ja ydin. Yrittäjää kutsutaan myös muilla termeillä kuten yrittäjäjohtaja, omistaja, omistajayrittäjä, omistajajohtaja, yksinyrittäjä, itsensätyöllistäjiä ja ammatinharjoittaja. (Kallio 2002,31.)

Liiketoiminta

Liiketoiminta on ansiotarkoituksessa harjoitettua taloudellista toimintaa. Se tarkoittaa asiakkaiden ongelmia ratkaisevien tuotteiden aikaansaamista ja myymistä ansaintatarkoituksessa. Yritys harjoittaa liiketoimintaa yhdistämällä toiminnallaan tuotantotekijöitä asiakkaille tarjottaviksi tuotteiksi tai palveluiksi. Liiketoiminnan päämääränä on kannattavuus. (Näsi & Neilimo 2006, 68,69.)

Sivutoiminen yrittäjä

Yrittäjyys on osa-aikaista. Yritystoimintaa tehdään palkkatyön ohessa. (Puustinen 2004, 35.) Tyypillinen sivutoiminen yrittäjä on esimerkiksi palkkatyössä työskentelevä henkilö, jolla on lisäksi maa- tai metsätalouden ansiotuloja tai muuta pienimuotoista yritystoimintaa (Metallityöväen työttömyyskassa, 2010).

Päätoiminen yrittäjä

Päätoiminen yrittäjä on henkilö, joka on johtavassa asemassa yrityksessä ja hänellä on joko yksin tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa vähintään 30 %:n osuus osakepääomasta tai osakkeiden tuottamasta äänimäärästä tai muutoin vastaava määräysvalta. Perheenjäsenyys tarkoittaa samassa taloudessa asumista oli sitten kysymys lapsista, vanhemmista tai avopuolisosta. Yrityksen omistaminen ei vielä

tee henkilöstä yrittäjää, vaan yrityksessä on myös työllistytävä. (Toimihenkilöiden työttömyyskassa, 2010).

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Tutkimus jakaantuu kahdeksaan lukuun. Ensimmäisessä luvussa, johdannossa kerrotaan tutkimuksen taustaa ja perustellaan tutkimuksen tarve. Esitellään tutkimuksen tavoite ja menetelmät, joilla teoria kerättiin ja tulokset selvitettiin. Käsitellään tutkimuksen keskeiset käsitteet ja kerrotaan tutkimuksen rakenne.

Toisessa luvussa käydään läpi yrittäjäksi ryhtymisen syitä ja motiiveja, yrittäjältä edellytettävät persoonalliset ominaisuudet ja yrittäjätaidot. Esitellään toiminimi yhtiömuotona sekä mikroyritys ja mikroyritysten osuus yritysten lukumäärästä. Käydään läpi yrityksen toimintaympäristön osalueet.

Kolmannessa luvussa kerrotaan liiketoimintasuunnitelman tarkoituksesta, sen tarpeellisuudesta ja käydään läpi sen osa-alueet liikeidea, asiakkaat ja SWOT-analyysi.

Neljännessä luvussa tarkastellaan käsitettä kasvuyrittäjyys ja pk-yritysten kasvustrategiat. Luvun lopussa käydään läpi syitä liiketoiminnan menestymiseen ja epäonnistumiseen.

Viidennessä luvussa esitellään asiantuntijapalveluiden tarjoamat palvelut ja tuki- ja rahoitusmuodot, jotka soveltuvat case yrittäjälle ja joiden pohjalta tutkimustulokset saatiin.

Kuudennessa luvussa esitellään case-yritys - ja yrittäjä. Käydään läpi yrityksen liiketoimintasuunnitelma ja talous- ja rahoitussuunnitelma.

Seitsemännessä luvussa esitellään kerätyt tulokset sekä markkinakartoituksen tulokset ja miten tuloksia hyödynnetään. Kahdeksannessa luvussa tehdään tutkimuksen yhteenveto ja esitetään mahdolliset jatkotutkimuksen aiheet.

2 YRITYSTOIMINTA

2.1 Yrittäjän ominaisuudet

Yrittäjiksi ryhtyvillä on usein palava halu toimimaan yrittäjänä. Yrittäjyys vaatii riskinottoa, rohkeutta, yhteistyökykyä ja laaja-alaista tietämystä käytännön asioista. Tärkeä menestymisen edellytys on vahva näkemys, jolla erottua kilpailijoista. (Kiviaho 2010,1.)

Poiketen muista ammateista, yrittäjän ammattiin liittyy taloudellinen riski, kuten tulojen epävarmuutta ja pahimmillaan jopa konkurssi. Parhaimmillaan se kuitenkin antaa yrittäjälle mahdollisuuden vaurastua taloudellisesti, vapauden päättää itse toimintatavoistaan ja sallii luovuuden työn tekemiseen. (Jylhä & Viitala 2001, 22.)

Voisi kuvitella, että raha ja taloudellinen menestys olisi yrittäjän tärkein motiivi. Yritystutkimusten mukaan näin ei kuitenkaan ole. Raha toimii vain mittarina jolla yrittäjä mittaa onnistumistaan. (Antikainen & Sutinen 1996, 26.) Yrittäjien tavoitteet ovat erilaisia ja moninaisia. Tavoitteita ovat itsensä työllistäminen, tasainen liikevaihto, kohtuullinen voitto. Tavoitteet liittyvät myös innovatiivisuuteen, luovuuteen, kasvuun ja kehitykseen. (Jylhä & Viitala 2001, 26.)

Yrittäjäksi ryhtyvät henkilöt ovat useimmiten päässeet seuraamaan yritystoimintaa ja tutustumaan yrittäjyyteen lähipiirin kautta. Yrittäjämysteisessä ympäristössä kasvamineen vaikuttaa arvoihin ja asenteisiin, jotka kannustavat yrittäjyyteen. Perinteisen palkkatyön vaihtoehtona on yrittäjyys. (Antikainen & Sutinen 1996, 26–27.)

Yrittäjyydestä haaveilevan ja yrittäjyyttä suunnittelevan on hyvä kysyä itseltään ja pohtia, miksi haluaa perustaa oman yrityksen ja mikä motivoi yrittäjyyteen. Yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttaa kolme taustatekijää. Ensimmäiseksi yleiset taustate-

kijät, joita ovat työkokemus, yrittäjäkokemus, perhetausta ja roolimallit. Toiseksi henkilökohtaiset taustatekijät, joita ovat persoonallisuus, arvot, asenteet ja henkilökohtaiset ominaisuudet. Kolmantena tekijänä ovat työtilanteeseen vaikuttavat taustatekijät. Näitä ovat muut tarjolla olevat vaihtoehdot, suotuisa tilanne yrittäjäksi ryhtymiselle ja yrittäjäystävällinen ilmapiiri. Yrittäjäksi ryhdytään tavallisemmin 26–36 vuoden ikäisinä. Iän myötä yksilöllä on enemmän kokemusta, pätevyyttä, itseluottamusta ja kykyä kantaa taloudellinen ja henkinen vastuu. (Jylhä & Viitala 2001, 23.)

Yrittäjä on yrityksessään kaiken alulle panija. Yrittäjälle tärkeitä ominaisuuksia ovat tavoitteellisuus, oma-aloitteisuus, aktiivisuus ja itseluottamus. Tuotteen tai palvelun läpivienti markkinoille vaatii aikaa, joten yrittäjältä odotetaan pitkäjänteisyyttä, sitkeyttä ja kärsivällisyyttä. Nöyryyttä tunnustaa, että liikeidea kaipaa muutosta tai kokonaan vaihtamista. Nöyryyttä pitää jokainen asiakas ja hänen tarpeensa tärkeänä. (Parkkinen 1999, 63).

Yrittäjällä on halu ja kyky tehdä päätöksiä. Hänelle päätöksen tekeminen on helppompaa, verrattuna keskimääräisväestöön. Yrittäjä luonteen omaavalla on vahva usko, että hän pystyy itse vaikuttamaan omaan kohtaloonsa ja menestykseensä. (Antikainen & Sutinen 1996, 24–25.)

Yrittäjän tärkeä henkilökohtainen ominaisuus on taito osata kiinnittää huomiota ihmisten väliseen vuorovaikutukseen ja sosiaalisiin kontakteihin. Yrittäjä on taitava verkostojen rakentaja (Jylhä & Viitala 2001, 22). Muita hyviä ja välttämättömiä yrittäjän ominaisuuksia ovat kekseliäisyys ja luovuus. Tahto, kyky ja uskallus muutoksiin, ennakoivasti. (Jylhä & Viitala 2001, 23.) Ajanhallinta on tärkeä taito. Yrittäjän on jaettava aikansa työn teon ja työn suunnittelun välillä, sekä perheen ja yrityksen välillä. Hyvää ajanhallintaa on kyky ennakoida ja valmistella tulossa olevia työtehtäviä. (Jylhä & Viitala 2001, 27.)

Yrittäjältä vaaditaan monenlaista osaamista yrityksen eri kehitysvaiheissa. Yrityksen perustamis- ja aloitusvaiheessa keskeisiä osaamisen alueita ovat markkinointi, kaupallistamisen hallinta ja riskinoton hallinta. Kasvuvaiheessa vaaditaan suunnittelu-, organisointi- ja markkinointiosaamista, rahoituksen tuntemista sekä

strategia näkemystä yrityksen toiminnasta. Yrityksen kasvaessa, myös yrittäjältä edellytetään kasvua, kykyä johtajuuteen ja taitoa delegoida työtehtäviä alaisille. Yrityksen vakaan kasvun vaiheessa yrittäjältä edellytetään tunnuslukujen seuraamista, toiminnan tehokkuuden ymmärtämistä, reagoitiherkkyyttä - ja valmiutta sekä oman toimialan hyvää tuntemusta. (Jylhä & Viitala 2001, 27.)

Jokapäiväinen yrittäjätyö vaatii sekä asiakkaiden, että yrityksen tarpeiden ymmärtämistä samanaikaisesti. Tämä tarkoittaa, että asiakkaille tulisi tarjota lisäarvoa, käyttäen yrityksen resursseja ja keinoja säästeliäästi. Käytännön yrittäjätaitoa on taito olla oma itsensä. Mikroyrityksissä yritys on yhtä kuin yrittäjä. Yrittäjä myy tuotteitaan tai palveluitaan asiakkaille omalla persoonallaan. (Jylhä & Viitala 2001, 28.)

2.2 Yritysmuotona toiminimi

Toiminimi perustetaan ilmoituksella kaupparekisteriin (Suomen Yrittäjät 2009a). Toimialoja kannattaa ilmoittaa mahdollisimman paljon, jottei asiaan tarvitse tehdä myöhemmin muutosta (Puustinen 2004, 99). Yksityinen elinkeinonharjoittaja tekee kaikki sitoumuksensa ja solmii sopimukset omalla nimellään. Yrittäjä vastaa kaikista tekemistään sitoumuksista kaikella liikkeeseen kuuluvalla ja henkilökoh- taisella omaisuudellaan. Hänellä on oikeus nostaa yrityksestä varoja. (Suomen Yrittäjät 2009a.)

”Euroopan talousalueella asuva luonnollinen henkilö voi toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana. Yleiskielessä yksityisestä elinkeinonharjoittajasta puhutaan myös muodoissa ”Toiminimi”, ”Tmi” tai ”yksityisliike”. Lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan sen sijaan yrityksen nimeä.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2009.)

Toiminimi on yhtiömuodoista helpoin, halvin ja suosituin (Puustinen 2004, 99). Yritysmuotona se on toimiva varsinkin silloin, kun yritystoiminta on sivutoimista eli sitä harjoitetaan säännöllisen palkkatyön ohessa (Tulkki & Vakkuri 2001, 25).

Toiminimen perustaminen ei vaadi pääomaa eikä siihen kohdistu tilintarkastusvelvollisuutta. Yrittäjä ja yritys ovat käytännössä sama asia. Kirjanpito erottaa yrittäjän henkilökohtaisen varallisuuden yrityksen varallisuudesta. Yrittäjä voi vapaasti siirtää omaisuuttaan yritykseen ja sieltä pois, edellyttäen että kirjanpito pidetään kunnossa. Toiminimestä nostetut tulot ovat yksityisottoja. Yrittäjä ei voi maksaa palkkaa itselleen. Toiminimi ei voi antaa yrittäjälle luontaisetuja, kuten esim. puhelin- tai autoetua. (Puustinen 2004, 99, 227).

Toiminimi on yleisin yritysmuoto silloin, kun yrittäjä toimii yksin. Se on toimiva yritysmuoto yritykselle, kun yrittäjän työpanos on ratkaiseva. Toiminimi on harvoin yrityksen lopullinen yhtiömuoto. Liiketoiminnan laajentuessa tulee tarpeelliseksi muuttaa yhtiömuotoa. (Viitala 2006, 55-56.)

Yrittäjä maksaa ansiotuloveroprosentin mukaiset verot. Hän saa vähentää verotettavasta tulostaan yritystoiminnan kannalta välttämättömät kulut, kuten matkakorvaukset. Toiminimen verotettava tulo lasketaan suoraan yrittäjän henkilökohtaiseksi tuloksi. Liiketoiminnan tuloksesta osa verotetaan pääomatulona. Pääomatuloksi lasketaan 20 prosenttia yrityksen nettovarallisuudesta. Pääomatulon osuus vähennetään yrityksen tuloksesta ja lopusta maksetaan vero palkkaveroasteikon mukaan. Jos veroprosentti nousee yli 30 prosenttiin, yritysmuoto kannattaa vaihtaa osakeyhtiöksi, joka on suuremmilla tuloilla verotuksellisesti edullisempi vaihtoehto (Puustinen 2004, 100, 227).

Yrittäjän sairauspäivärahan tason määrittää yrittäjän maksamat YEL-vakuutukset. Yrittäjä voi itse päättää maksettavan määrän. Jos maksettavissa YEL-maksuissa pihistää, päiväraha jää niukaksi. (Puustinen 2004, 254.)

Toiminimi on ”helppo” lopettaa ja palata työntekijäksi. Karenssiaika on 7 vrk. Jos taseessa on voittoa tai varallisuutta, pidentävät ne karenssiaikaa, aivan kuten esim. työntekijällä pitämättömät lomat. Tämän jälkeen yrittäjällä on oikeus perustustyöttömyysturvaan. (Kunnarus 2010c.)

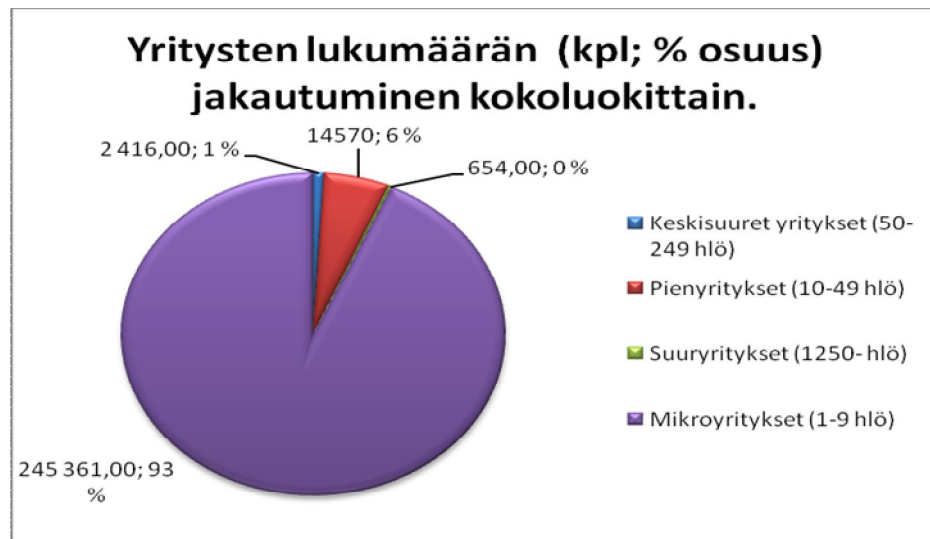
Oletetaan, että yrittäjä irtisanoutuu päätoimisesta palkkatyöstä ja ryhtyy päätoimiseksi yrittäjäksi. Jostain syystä yrittäjä haluaakin tai joutuu lopettamaan liiketoi-

minnan. Yrittäjä voi palata käyttämään työntekijänä kertyneet 500 päivää 18 kuukauden sisällä. Tällöin hän saa työttömyyskassasta ansiosidonnaista päivärahaa. Kassan jäsenenä tulee olla yrittäjyyden aikana eli jäsenmaksu tulee maksaa. (Kunnarus 2010c.)

Yrittäjille omia työttömyyskassoja ovat Ammatinharjoittajien ja Yrittäjien Työttömyyskassa (AYT) sekä Suomen Yrittäjien Työttömyyskassa (SYT). Yrittäjäkassan turva alkaa pääsääntöisesti vasta kahden vuoden kuluttua, kun yrittäjä on alkanut maksaa kassan jäsenmaksua. Yrittäjäkassojen jäsenmaksut ovat usein korkeampia kuin palkansaajakassojen jäsenmaksut (Puustinen 2004, 257).

2.3 Mikroyritys

Alle 10 työntekijän yritykset ovat mikroyrityksiä ja alle 50 työntekijän yritykset ovat pieniä. 50 - 249 henkilön yritykset ovat keskisuuria ja 250 tai yli henkilöä työllistävät yritykset ovat suuryrityksiä. (Suomen Yrittäjät 2009b.) Kuviossa 1 esitetään yritysten lukumäärän jakautuminen kokoluokittain.



Kuvio 1. Yritysten lukumäärän jakautuminen kokoluokittain. Mukaan ei ole laskettu maa-, metsä- ja kalatalouden yrityksiä. (Suomen Yrittäjät 2009b.)

Tilastokeskuksen mukaan Suomessa on kaikkiaan 320 952 yritystä. Kun mukaan ei lasketa maa-, metsä- ja kalatalouden yrityksiä, yrityksiä on 263 001. Niistä alle

10 työntekijän mikroyrityksiä on 245 361 eli 93,3 prosenttia. Pienyrityksiä on 14 570 (5,5 %), keskisuuria 2 416 (0,9 %) ja suuryrityksiä 654 (0,3 %). (Suomen Yrittäjät 2009b.)

EU: n alueella yli 90 % yrityksistä on alle 10 hengen yrityksiä. Pienyritysten määrä ja erikoistumisaste on lisääntynyt. Pienyritysten merkitys onkin ymmärretty viime vuosina paremmin talous- ja työllisyyskeskusteluissa. Tyypillisiä mikroyritysten aloja ovat mm. kaupan ala, majoitus- ja ravitsemustoiminta, henkilöstö- ja kotitalouspalvelut, moottoriajoneuvojen kauppa sekä korjaus- ja huoltotoiminta, kiinteistö-, vuokraus- ja puhtaanapitopalvelut. (Jylhä & Viitala 2001, 9,11.)

2.4 Yrityksen toimintaympäristö

Yrittäjän tulisi tuntea yrityksensä toimintaympäristö. Toimintaympäristö vaikuttaa yrityksen toimintaan ja taloudelliseen menestykseen. (Jylhä & Viitala 2001, 42.)

Yrityksen toimintaympäristön taloudellisia tekijöitä ovat työvoima-, raaka-aine-, ja lopputuotemarkkinat. Asiakkaiden tulotaso ja kulutustaso ratkaisevat palveluiden ja tuotteiden myynnin. Kysyntään vaikuttavat heikko työllisyystilanne ja lainsäädännön muutoksesta johtuen asiakkaat saattavat harkita valintojaan uudelleen. Yhteiskunnan arvojen muuttuminen, ympäristön talouspolitiikka ja verotus vaikuttavat myös yrityksen toimintaan. (Jylhä & Viitala 2001, 42.)

Toimintaympäristön teknologinen kehitys ja informaation lisääntyminen on helpottanut ja nopeuttanut asiakassuhteiden ja yrityksen muiden sidosryhmien suhteiden hoitamista. Tietotekniikan antamaa hyötyä yrityskohtaiselle liiketoiminnalle ja yrityksen asiakkaille on kuitenkin aina syytä tarkkaan harkita. (Jylhä & Viitala 2001, 43.)

Yritysten välisessä kilpailussa asiakas mieltää yrityksen palvelun tai tuotteen paremmaksi tai edullisemmaksi, kuin kilpailija yrityksen. Yritykset kilpailevat asiakkaista. Yrittäjän tulisi tuntea kilpailijansa tarjonta ja toimintatavat sekä selvittää heidän vahvuutensa ja heikkoutensa. (Jylhä & Viitala 2001, 44, 47.)

Yrityksen toimintaympäristön sosiaalisia tekijöitä ovat väestön ikärakenne, tulotaso, koulutustaso ja terveydentila. Kulttuuritekijöitä ovat uskonto, kulttuurin liittyvät uskomukset, perusarvot, tavat ja tottumukset. Osa tekijöistä on hyvin konkreettisia ja helposti havaittavissa. Osa on vaikeammin havaittavissa. (Jylhä & Viitala 2001, 44.)

Markkinoiden laajentuminen globaaliksi merkitsee kilpailun lisääntymisen ohella myös uusia potentiaalisia asiakkaita. Internet kauppa kasvaa. Globaalisuus ei ole vain maantieteellistä, vaan se on enemmänkin toiminta- ja ajattelutapa. (Jylhä, Viitala 2001, 44, 45.)

Asiakkaiden vaatimuksesta ja lainsäädännön myötä yritysten on entistä enemmän otettava myös eettiset arvot huomioon. Asiakkaat vaativat tuotteilta eettistä kestävyttä ja arvostavat tuotteita jotka valmistetaan luontoa säästäen. Tuotteiden valmistuksessa ei käytetä lapsityövoimaa eikä eläinkokeita. Yritysten ympäristötietoisuus on lisääntynyt tiukentuneiden ympäristölainsäädännön myötä. (Jylhä & Viitala 2001, 44, 45.)

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN MERKITYS

Liiketoiminnan aloittaminen perustuu johonkin yrittäjän keksimään ideaan, oivallukseen tai markkinarakoon. Kukaan ei tuota kyseistä tuotetta tai toimi tietyllä tavalla. Liiketoiminta voi pohjautua myös jo olemassa olevaan oivallukseen. Kysynnän kasvu tuo markkinoille uusia yrittäjiä. (Jylhä & Viitala 2001, 17.)

Näsi & Neilimo (2006, 68,69) määrittelevät liiketoiminnan ansiotarkoituksessa harjoitettavaksi taloudelliseksi toiminnaksi. Se tarkoittaa asiakkaiden ongelmia ratkaisevien tuotteiden aikaansaamista ja myymistä ansaintatarkoituksessa. Yritys harjoittaa liiketoimintaa yhdistämällä toiminnallaan tuotantotekijöitä asiakkaille tarjottaviksi tuotteiksi tai palveluiksi. Yrityksen pyrkimyksenä on, että sen tuotteita arvostetaan enemmän kuin tuottamiseen käytettyjä tuotantotekijöitä. Liiketoiminnan päämääränä on kannattavuus. Kannattavuus takaa yrittäjän tyytyväisyyden ja liiketoiminnan jatkuvuuden. Yrittäjä päättää, tavoitteleeko hän maksimaalista kannattavuutta vai riittääkö hänelle tyydyttävä kannattavuus, painottaen muitakin kriteereitä.

Aloittelevalle yrittäjälle liiketoimintasuunnitelman tekeminen on tärkeää ja hyödyllistä. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen vaatii kärsivällisyyttä, yrityksen toiminnan monipuolista pohdintaa ja selvitystä, analysointia ja laskemista (Jylhä & Viitala 2001, 41,48.)

Kallion (2002,168) mukaan on selvästi näytetty toteen, että liiketoimintasuunnitelman tekemisellä on positiivinen yhteys yrityksen selviytymiseen ja kehittymiseen. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessään yrittäjä joutuu selvittämään yrityksensä vahvuuksia ja heikkouksia. Yrittäjä kartoittaa keinot, joilla yritys saadaan menestymään sekä perehtyy oman lähtökohtatilanteensa. Liiketoimintasuunnitelmassa kartoitetaan ja kuvataan yrityksen tarve ja mahdollisuudet. Yrityksen toiminta ja toimintatavat käydään yksityiskohtaisesti läpi. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen antaa yrittäjälle myös henkisesti paljon. Suunnitelman tekemisen

aikana selviää, onko liikeidea hyvä ja miten suunniteltu liiketoiminta kannattavasti toteutetaan käytännössä. (Jylhä & Viitala 2001, 48.)

Liiketoimintasuunnitelma on yrityssuunnittelua. Sen tavoitteena on vaikuttaa yrityksen suorituskykyyn, jotta yritys saavuttaa taloudelliset tavoitteensa. Tehottomat päätökset ja suunnittelun puuttuminen on kriittisimmät syyt pienten yritysten huonoon suorituskykyyn ja epäonnistumiseen. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on yksi keino välttää epäonnistuminen. (Kallio 2002, 163, 172.)

Liiketoimintasuunnitelma on prosessin dokumentointia (Jylhä, Viitala 2001, 48). Se toimii käsikirjoituksena yrittäjälle (Kiviaho 2010,1). Jos yrityksen perustamiseen tarvitaan ulkopuolista rahoitusta, liiketoimintasuunnitelma esitetään rahoittajille (Jylhä, Viitala 2001, 41). Valmis liiketoimintasuunnitelma kannattaa antaa ulkopuolisen asiantuntijan arvioitavaksi. Asiantuntijan kommentit ja parannusehdotukset auttavat yrittäjää kehittämään liikeidea. (Kiviaho 2010,1)

Kirjallisessa liiketoimintasuunnitelmassa liiketoiminta kuvataan mahdollisimman tarkasti ja selvitetään mahdollinen olemassa olevan yritystoiminnan nykytilanne (Jylhä & Viitala 2001, 50). Liiketoimintasuunnitelman rakenne esitetään yksityiskohtaisesti Kuviossa 2.

<p>Yhteenveto</p> <ul style="list-style-type: none"> - perustiedot yrityksestä - historia ja nykytilanne - tuotteet ja palvelut - toimiala - liikeidea ja strategia - tulevaisuudennäkymät 	<p>Tuotantosuosunnitelma</p> <ul style="list-style-type: none"> - tuotantopuitteet, - ja kapasiteetti - tuotantoprosessi - tuotannon kehittäminen ja investoinnit - alihankinnat ja kumppanuudet
<p>Markkinatilanne ja sen kehitysnäkymät</p> <ul style="list-style-type: none"> - markkinoiden yleiskuvaus - kohderyhmät ja kysyntä - kilpailu 	<p>Organisaatio ja henkilöstä</p> <ul style="list-style-type: none"> - omistus - organisaatio ja avainhenkilöt - henkilöstön määrällinen ja osaamistarve - organisaation ja henkilöstön kehittäminen - ulkopuolisten asiantuntijoiden käyttö
<p>Yrityksen päämäärät ja tavoitteet</p>	
<p>Strategia</p> <ul style="list-style-type: none"> - strateginen asemointi - strategiset ratkaisut 	<p>Riskien arviointi ja hallintakeinot</p>
<p>Markkinointisuunnitelma</p> <ul style="list-style-type: none"> - myyntitavoitteet - markkinoinnin organisointi ja periaatteet - markkinoinnin kilpailukeinot; tuote, palvelu, hinnoittelu, myyntikanavat ja viestintä 	<p>Taloussuunnitelma</p> <ul style="list-style-type: none"> - investointilaskelmat - toteutunut kehitys ja ennusteet (kantavuus, vakavaraisuus ja maksuvalmius) - kassabudjetti - kriittisen pisteen tarkastelu - taloushallinto ja seuranta
<p>Tuotekehityssuunnitelma</p> <ul style="list-style-type: none"> - tuotekehitystyön organisointi ja periaatteet - tuotteiden nykytila - tuotekehityshankkeet, vireillä olevat ja tulevat - tuotteiden suojaus 	<p>Rahoitus selvitys</p> <ul style="list-style-type: none"> - pääoman lähteet
	<p>Liitteitä</p>

Kuvio 2. Liiketoimintasuunnitelma. (Jylhä & Viitala 2001, 49.)

Liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi yrityksen liikeidea, tavoitteet, päämäärät ja keinot joilla tavoitteisiin päästään. Yrityksen markkinatilanne ja alan kehitysnäkymät. Asiantuntijalla teetetty markkinaselvitystyö ja kilpailutilanteen selvittäminen antavat paljon realistista tietoa yrityksen menestymisen mahdollisuuksista. (Jylhä & Viitala 2001, 50.)

Markkinointisuunnitelma kertoo miten ja millä keinoin yritys toteuttaa markkinoinnin. Mitkä ovat yrityksen arvot ja lupaukset, joilla asiakkaan luottamus saadaan ja yrityksen palveluja ja tuotteita ostetaan. Yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut kuvataan. Kuka vastaa ja miten hoidetaan tuotteiden suunnittelu, tuotanto ja tuotekehitystoiminta. Mitä ovat tuotannossa tarvittavat koneet ja laitteet. Selvitetään liiketoiminnan pyörittämiseen tarvittava osaaminen ja henkilökunta. Riskienhallintasuunnitelma tehdään ennen liiketoiminnan aloittamista, jotta tavallimmat riskit eliminoidaan. Tehdään talous- ja rahoitussuunnitelmat rahoittajia varten. Laskelmien avulla ennakoidaan tuloja, menoja ja rahoitustarvetta. (Jylhä & Viitala 2001, 50.)

Liiketoimintasuunnitelman laatimiseen saa apua Uusyrityskeskuksista ja ELY-keskuksista. Seuraavaksi tarkastellaan liiketoimintasuunnitelman osa-alueet liikeidea, asiakkaat ja markkinat sekä SWOT-analyysi tarkemmin.

3.1 Liikeidea

Liikeidean löytäminen vaatii usein luovuutta, nokkeluutta ja hyvää onnea (Jylhä & Viitala 2001, 17). Lähtökohtana on asiakkaan halukkuus maksaa, saadakseen yrityksen tuote tai palvelu (Jylhä & Viitala 2001, 39). Toisaalta on muistettava että menestyvä liiketoiminta ei välttämättä vaadi ihmeellistä ja uutta liikeidea. Tärkeää on havaita tilaisuus ja mahdollisuus toteuttaa asiakkaan tarve ja käyttää tuo tilaisuus niin, että asiakas on tyytyväinen. (Antikainen & Sutinen 1996, 72.)

Yrittäjän on tiedettävä ketkä ovat hänen asiakkaitaan. Millainen on heidän ostokäyttäytymisensä ja kuinka paljon he ostavat. On tiedettävä, kuinka paljon hänellä on asiakkaita ja missä he ovat. Mitä asiakkailta puuttuu, mitä he haluavat ja mihin

he ovat tyytyväisiä. Kuinka paljon he ovat valmiit maksamaan yrityksen tarjonnasta ja mitä lisäarvoa he arvostavat. (Jylhä & Viitala 2001, 46.)

Liikeideassa määritellään yrityksen tarjoamat tuotteet tai palvelut sekä asiakasryhmät, joille tuotteita tarjotaan. Liikeideassa kerrotaan myös yrityksen tapa toimia ja yrityksen imago. (Jylhä & Viitala 2001, 39.) Toimivassa liikeideassa kaikki osa-alueet sopivat saumattomasti yhteen (Antikainen & Sutinen 1996, 69). Kun liikeidea on tarkkaan kirjattu, sitä arvioidutetaan ja kehitetään (Jylhä & Viitala 2001, 41).

3.2 Asiakkaat

Jotta yrityksen toiminta saadaan tehokkaaksi, on tunnistettava yrityksen avainasiakkaat ja markkinat. Yrityksen on hankittava vakituiset asiakkaat ja muodostettava oma asiakaskunta. Asiakkaat ryhmitellään ja kullekin asiakasryhmälle suunnitellaan omat markkinointitoimenpiteet. (Lahden Uusyrityskeskus 2010.)

Potentiaalisen asiakaskunnan luominen aloitetaan etsimällä asiakkaat. Tässä käytetään apuna erilaisia lähteitä. Puhelinluetteloiden Keltaiset sivut, Yritystele, alan lehdet, eri hakemistot, jne. (Lahden Uusyrityskeskus 2010.)

Markkinointi on yrityksen näkyvin toiminto ulospäin. Asiakkaan ja yrityksen välinen yhdysside, joka vaikuttaa molempiin suuntiin. Markkinoinnilla yritys voidaan sekä pilata, että pelastaa. (Lahden Uusyrityskeskus 2010.)

Menestyvien yritysten arvokkain omaisuus on pitkäaikaiset, kannattavat asiakassuhteet. Kanta-asiakkaat ovat tyytyväisiä yrityksen palvelun laatuun. Tyytyväiset kanta-asiakkaat asioivat uudelleen ja tuovat uusia asiakkaita. Yrityksen tulee huolehtia asiakkaistaan. Kun yrityksellä on tyytyväinen kanta-asiakaskunta, sen ei tarvitse käyttää runsaasti rahaa mainontaan ja uusasiakashankintaan. Kuten sanotaan, "hyvä kello kuuluu kauas". (Lahden Uusyrityskeskus 2010.)

3.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on lyhenne sanoista strenghts (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet), threats (uhat). SWOT on yleinen analyysi-keino. Sitä käytetään liikeidean suunnittelussa ja myöhemmin yrityksen toimintaa kehitettäessä. Sen voi tehdä vuosittain tai tarvittaessa, suurempia päätöksiä tehtäessä (Jylhä & Viitala 2001, 47, 48).

Analyysissä yrityksen vahvuudet ja heikkoudet, voimavarat, kirjataan nelikenttään. Kuviossa 3 SWOT-analyysin nelikenttä on havainnollistettu. Keskustelemalla asiat käydään läpi, selkiytetään ja dokumentoidaan. (Jylhä & Viitala 2001, 48.)

Kohde	Arvioitavat asiat	
Yritys	Vahvuudet Strenghts	Heikkoudet Weaknesses
Ympäristö	Mahdollisuudet Opportunities	Uhat Threats

Kuvio 3. SWOT-analyysin rakenne. (Jylhä & Viitala 2001, 47.)

4 LIIKETOIMINNAN LAAJENTAMISEN KEINOT

Yrityksen valinnoilla ja päätöksillä on suuri vaikutus liiketoiminnan kannattavuuteen. Suurilla yrityksillä päätökset ja strategiat suunnitellaan tarkkaan. Pienillä yrityksillä suunnitelmallisuus on vähäisempää ja päätökset syntyvät päivittäisellä tasolla. (Nyqvist, Iljin & Pärnänen 2006, 19.)

Yleensä pidetään selvänä tavoitteena, että yritys pyrkii kasvamaan ja laajentamaan toimintaansa. Tavoitteet vaihtelevat kuitenkin yrityksittäin. Tehdyissä yritysselvityksissä on havaittu, että yrittäjän tavoitteena saattaakin olla yrityksen pitäminen pienenä. Sen kokoisena, että yrittäjä itse saa siitä toimentulonsa. Yleensä yritykset kuitenkin pyrkivät laajentamaan markkinaosuuttaan ja vahvistamaan asemaansa markkinoilla, etsimällä uusi asiakasryhmiä ja markkina-alueita. (Jylhä & Viitala 2001, 195.)

Kasvua ei haeta itsetarkoituksellisesti eikä työllistämiseksi. Yritys hakee kasvua menestyäkseen paremmin, kannattavuuden takia ja vahvemman kilpailuaseman takia. Yritystoiminnan kasvu edellyttää vahvaa motivaatiota ja valmiutta riskinottoon, osaamista, vahvuuksia ja tunnistettavia kilpailuetuja, sekä markkinoiden luomia mahdollisuuksia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 69.)

Pien- ja mikroyrityksessä menestykseen vaadittavat tekijät ovat henkilökohtaisia haasteita yrittäjälle itselleen. Vain osalla mikroyrityksistä tavoitteena on liiketoiminnan kasvattaminen. Useimmiten tavoitteena on yrittäjän oma toimeentulo ja työpaikka. (Jylhä & Viitala 2001, 246.)

Yrityksen toimintaa kasvatettaessa, yrittäjän on tiedostettava sekä omien että yrityksen voimavarojen riittävyys. Markkina-alueen kasvu saattaa tuoda mukanaan yllättäviä lisävaatimuksia, esim. osaamiselle. Yrittäjän tulisikin osata valita oikea laajuus toiminnalleen ja rytmittää yrityksen kasvu ja kehitys oikein. (Jylhä & Viitala 2001, 247, 248.)

Kallion (2002,59,60) mukaan yrityksellä, jolla on enemmän fyysisiä ja taloudellisia resursseja ja inhimillistä osaamista liiketaloudellisten tavoitteiden saavuttamiseen, sillä on paremmat kehittymismahdollisuudet. Yrityksen arvokkaat, harvinaiset ja vaikeasti kopioitavat voimavarat, muodostavat yritykselle kestävän kilpailuedun. Pienellä yrityksellä ei omasta takaa ole käytössään näitä menestykseen tarvittavia voimavaroja. Pienyrityksen menestyminen riippuu siitä, miten yritys pystyy ja pääsee käyttämään ulkopuolisia yrityksen selviytymiselle ja kehitykselle kriittisiä resursseja.

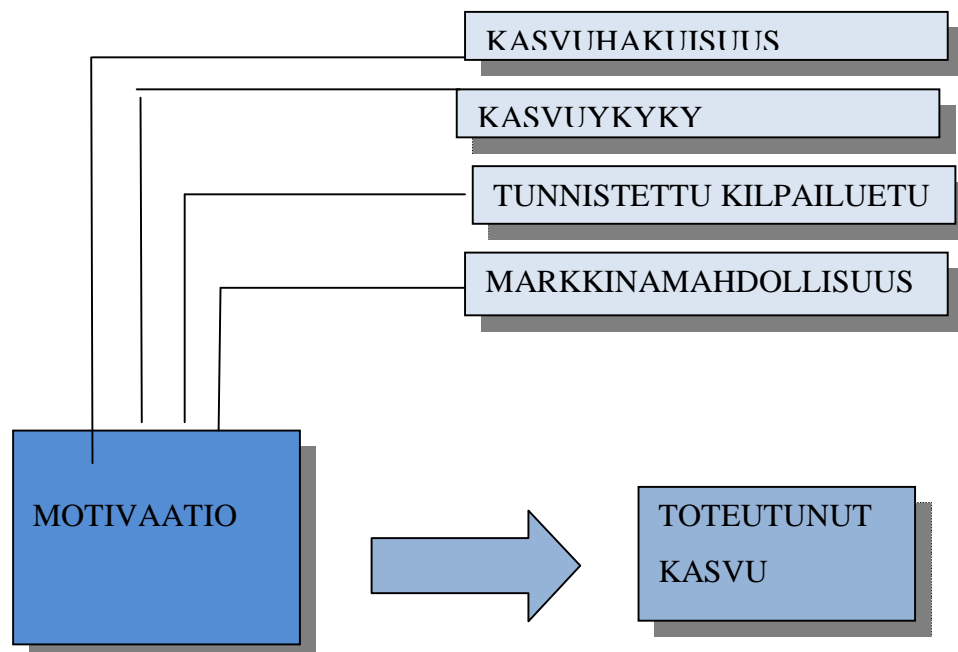
Kallion (2002, 67–70) mukaan useat tutkijat ovat päätyneet johtopäätökseen, että yrittäjä on avain yrityksen menestykseen, hänen inhimillinen pääoma ja inhimilliset resurssit. Näitä tärkeitä resursseja ovat yrittäjän ikä ja koulutustaso. Aikaisempi työkokemus samalta alalta millä yritys toimii. Yrittäjällä on käytössään tutut kontaktit ja osaa välttää virheet yrityksen toiminnoissa. Iän myötä yrittäjällä on enemmän aineellista ja henkistä pääomaa. Yrittäjän koulutuksen myötä yrityksellä on paremmat kehittämis- ja menestymismahdollisuudet. Yrittäjän innovaatiokyky, riskinottohalukkuus ja aikaisempi kokemus ovat merkittäviä ominaisuuksia yrityksen menestymiseen ja kehittymiseen. Vaikka yrittäjällä ja hänen toimenpiteillään on ratkaisevan suuri merkitys yrityksen menestymiseen ja kehittymiseen, Kallion (2002,9) mukaan ei kuitenkaan tule väheksyä ympäristötekijöiden merkitystä yrityksen menestyessä tai taantuessa.

Kasvuyrittäjyydellä tarkoitetaan yleensä innovaatioihin perustuvaa ja kansainväliseen läpimurtoon tähtäävää yrittäjyyttä. Kasvuyrittäjyys terminä on kuitenkin ongelmallinen ja yksipuolinen. Liiketoiminnan tarkoitus ei ole kasvu, vaan tulos, joka saadaan kilpailukyvästä, osaamisesta ja innovatiivisuudesta. ”Kasvuyrittäjyys” eroaa ”yrityksen kasvusta” silloin, kun sillä tarkoitetaan innovaatioperusteista, kansainvälisillä markkinoilla tapahtuvaa kasvua. Kasvuyrittäjyydelle keskeisintä on kasvun, innovatiivisuuden ja edelläkävijyyden tavoite, sekä osaamisen kehittäminen kasvun mahdollistamiseksi. Kasvuyritykset lisäävät työllisyyttä, edistävät talouden uudistumista, innovaatioiden syntymistä ja osaamisen hyödyntämistä. Lisätessään kilpailua ne pakottavat yritykset investoimaan kehitykseen.

Pienillä markkinoilla kasvu vaatii kansainvälistymistä. Kyky toimia kansainvälisillä markkinoilla on edellytys kasvuyritykselle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009.)

Kasvuyrittäjyyden määrittely ei ole yksiselitteistä. Tarkasteltaessa pelkästään liikevaihdon kasvua, se ei anna oikeaa kuvaa yrityksen kasvusta. Elinkeinoelämän keskusliiton, sekä liikkeenjohdon ja taloushallinnon asiantuntijaorganisaation Ernst & Youngin näkökulma kasvuyrittäjyyteen on laajempi, Kuvio 4. Se ei perustu pelkästään taloudellisiin tunnuslukuihin. Tästä näkökulmasta kasvuyrittäjyydessä on kyse yrityksen pitkäjänteisestä ja hallitusta kasvusta, sekä tunnistetuista ja hyödynnettävissä olevista kasvumahdollisuuksista. Kasvu on yritykselle yksi tapa menestyä. Kannattavuus, mahdollisuus menestymiseen ja vahvempi kilpailuasema kannustavat kasvuun. Lisäksi tarvitaan osaamista, vahvuuksia, tunnistettavia kilpailuetuja sekä markkinoiden mahdollisuuksia. Ja ennen kaikkea yrittäjä tarvitsee motivaatiota kasvuun ja kasvuun liittyvän riskin ottoon. Menestyksen ja kasvun myötä yritys työllistää. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 4-5.)

Kasvun ajurit – näkökulma kasvuyrittäjyyteen



Kuvio 4. Kasvun ajurit. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 4.)

Kallio (2002, 9) ottaa esille yrittäjyyteen liittyviä haasteita. Miten uusien yritysten määrää lisätään ja miten uudet yritykset saadaan säilymään hengissä? Erittäin tärkeä ja oleellinen kysymys on miten yritykset ja yrittäjät saadaan kasvamaan ja kehittymään yhden hengen yrityksistä ja itsensätyöllistäjistä työllistämään myös muita yrityksessään?

Sutisen & Viklundin (2005, 9) mukaan yritykset työllistävät yli 2/3 työtä tekevästä ihmisistä. Yritysten merkitys työpaikkojen luojina ja yritysten vastuu työpaikkojen luomisesta kasvaa entisestään julkisen sektorin ulkoistaessa tehtäviään ja työllistämällä ihmisiä entistä vähemmän.

4.1 Kasvustrategiat

Pienten ja keskisuurten yritysten kasvustrategioita.

1. Uusien resurssien luotaaminen.

Tarkoittaa uuden etsimistä, muuntautumiskykyä, riskinottoa, joustavuutta ja innovointia. Yritys mukautuu markkinoiden muuttuviin rakenteisiin ja tapoihin. Yrityksen kyky etsiä uusia mahdollisuuksia ja kehittää uutta osaamistaan. Yritys hakee uusia resursseja, ideoita ja mahdollisuuksia.

2. Liiketoiminnan laajentaminen.

Yritys on kasvusuuntautunut ja pyrkii siirtymään uusille markkinoille. Käytännössä tämä tarkoittaa kansainvälistymistä tai laajentumista uuteen liiketoimintaan.

3. Nykyisten resurssien hyödyntäminen

Käytännössä tarkoittaa käytössä olevien resurssien parantamista, tehostamista, valintaa, implementointia ja toimeenpanoa, eli rutiinien tehokasta johtamista ja niiden koordinointia. Investoinnit ovat pieniä, pyritään hyödyntämään nykyiset resurssit. Olemassa olevien resurssien hyödyntäminen on vähemmän riskialtista.

4. Liiketoiminnan supistaminen

Tarkoittaa, että yrityksen liiketoiminnan kasvua rajoitetaan. Keskitytään olemassa olevaan liiketoimintaan. Liiketoiminnan supistaminen tai ylläpitäminen samalla tasolla johtuu, esim.

- rahoituksen kustannuksista
- ammattitaitoisen työvoiman puutteesta
- kireästä kilpailutilanteesta
- yrittäjien puutteellisesta koulutuksesta

(Toivola, Tornikoski, Tuomi & Varamäki 2008,31–32.)

Kilpailustrategian valintaan vaikuttaa yrityksen toimiala (Nyqvist, Iljin & Pärnänen 2006, 20.).

Nyqvistin & kumppaneiden (2006, 162) tekemän tutkimuksen mukaan 48 prosentilla yrityksistä on olemassa oleva kasvustrategia. 52 prosentilla yrityksistä kasvustrategiaa ei ole laadittu. Liikevaihdoltaan 0-39 000 euroa olevissa yrityksissä, kasvustrategia on pääsääntöisesti laatimatta. Liikevaihdoltaan 40 000-99 000 euroa olevissa yrityksissä, yli puolella yrityksistä kasvustrategiaa ei ole laadittu. Liikevaihdoltaan 100 000-199 000 euroa olevissa yrityksissä kasvustrategia on olemassa. Yritystoiminnan suunnitelmallisuus kasvaa yrityskoon mukana. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista yrityksistä ilmoitti tärkeimmäksi strategiseksi kasvukeinoksi, markkinoiden kasvattamisen. Tutkimus tehtiin Espoon ja Kirkkonummen alueen pk-yrityksille.

4.2 Yritysten välinen verkostoituminen

Yritystoiminnan kehittämisessä yhdeksi avaintemaksi on noussut verkostoituminen. Verkostoituminen avaa yrityksille mahdollisuuksia yhteistyöhön ja keskittymiseen omaan ydintoimintaan. Yritysten verkostoituminen tarkoittaa yritysten muodostamaa yhteistä yhteisöä, jossa jokainen yritys keskittyy tekemään sitä, minkä parhaiten osaa. (Nyqvist, Iljin & Pärnänen 2006,19.)

Yritykset hakevat erilaisista verkostoyhteistyömalleista lisää kilpailukykyä ja tehokkuutta. Verkostoitumisen etuja on lisääntynyt tiedon saanti, riskin jakaminen,

toiminnassa saavutettavat suurtuotannon edut ja erikoistuminen. (Antikainen & Sutinen 1996, 54.) Jos yritys harjoittaa monipuolista osaamista vaativaa ulkomaankauppaa, verkostoituminen on pienelle yritykselle usein ainoa keino päästä kiinni ulkopuolisiin markkinoihin. Toimivaksi rakennettu yhteistyö on myös houkuttelevaa. (Sutinen & Viklund 2005, 27.)

Yrityksen koosta riippumatta, erikoiset yritykset hakevat verkostoitumalla samantyyppisiä etuja, kuten joustavuutta, riskin hajauttamista, erikoistumis- ja volyymietuja. Menestyvä liiketoiminta vaatii joukon uskottavia liittolaisia. (Antikainen & Sutinen 1996, 61.)

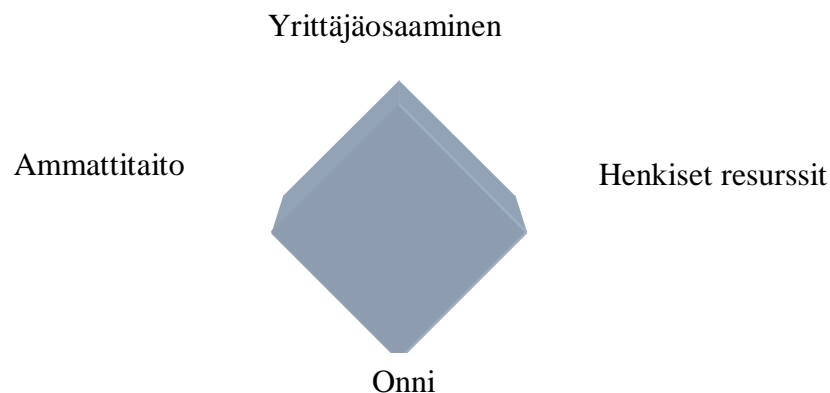
Verkostoyhteistyö voi olla esim.

- markkinointiyhteistyötä (esim. mallistot)
- hankintayhteistyötä (yhteisostot)
- tuotantoyhteistyötä
- tiedonhankintayhteistyötä

(Sutinen & Viklund 2005, 27.)

4.3 Liiketoiminnan menestyminen ja epäonnistuminen

Yrittäjän menestykseen tarvitsemat tekijät voidaan esittää nelikulmiona, Kuvio 5.



Kuvio 5. Yrittäjän menestymisen nelikulmio. (Antikainen & Sutinen 1996, 35.)

Menestyäkseen yrittäjä tarvitsee ammattitaitoa, yrittäjäosaamista, henkisiä resursseja ja onnea. Yrittäjällä on oltava erikoisosaamista ja ammattitaitoa. Vahvojen henkisten resurssien myötä yrittäjä uskoo itseensä ja yritystoiminnan onnistumiseen. Paineensietokyky on onnistumisen kannalta tärkeä ominaisuus. Yrittäjäosaaminen vaatii neuvottelutaitoa, markkinanäkemyä, liikemiesvaistoa, rahoituslähteiden - ja laskelmien hallintaa, jne. Yrittäjän ei toki tarvitse itse hallita kaikkia yrittäjäosaamisen osa-alueita. Tärkeintä on, että hän tietää milloin hän tarvitsee asiantuntijan apua ja mistä hän saa sitä. Menestymiseen tarvitaan myös onnea. (Antikainen & Sutinen 1996, 18, 35–36.)

Ennen kuin käydään läpi asioita, jotka johtavat yrittäjän epäonnistumiseen, on huomioitava, että yrittäjällä on oikeus epäonnistua (Antikainen & Sutinen 1996, 36). Epäonnistumiseen johtavat asiat ovat suurelta osin käänteisiä asioita onnistumiselle. Eli epäonni, ammattitaidottomuus, yrittäjätaitojen hallitsemattomuus ja henkisten ominaisuuksien puuttuminen. Antikainen & Sutinen (1996, 37) kuvaavat yrittäjän epäonnistumisen todenäkäisyyttä nelikentällä ammattitaidon näkökulmasta, Kuvio 6.

	Tuttu toimiala	Uusi toimiala
Tuttu kohderyhmä	1	3
Uusi kohderyhmä	3	9

Kuvio 6. Yrittäjän riskitason nelikenttä. (Antikainen & Sutinen 1996, 37).

Yrittäjän tarjotessa palveluja itselleen tutulla toimialalla ja asiakkaille, jotka hän tuntee entuudestaan, tällöin epäonnistumisen riski on pieni. Yrittäjällä on kokemusta ja näkemystä toimialan ja asiakkaiden tarpeista. Epäonnistumisen riski on moninkertainen silloin, kun yrittäjä toimii itselleen uudella toimialalla ja uusien asiakkaiden parissa. (Antikainen & Sutinen 1996, 37).

Konkurssiasiantuntija, Helsingin kauppakorkeakoulun professori, Aatto Prihti on listannut neljä asiaa, miksi yritystoiminta epäonnistuu. Ensimmäinen syy on että yrittäjyyden kynnystä ei pystyttävä ylittämään.

- ❑ Yrittäjän osaaminen ei vastaa yritystoiminnan edellyttämää osaamista. Eli ostamista, myymistä, kirjanpitoa ja rahoitustoimintoja. Nämä toiminnot vaativat erikoisosaamista, jota yrittäjällä ei välttämättä ole ja uudella yrityksellä ei aluksi ole varaa ostaa palveluja asiantuntijoilta. Yrittäjä sotkeutuu suunnitelmiinsa ja ei osaa tehdä liiketoiminnan kannalta välttämättömiä töitä ja päätöksiä.
- ❑ Liian usein hyvä liikeidea kaatuu alkumetreillä rahan puutteeseen. Yrityksen alkuinvestointien vaatima pääomantarve on suurempi, kuin mihin yrittäjällä on resursseja.
- ❑ Yrityksen tuottama tuotto ei pitkällä aikavälillä riitä kattamaan yrittäjän omaa rahantarvetta ja yrittäjän tuottovaatimusta omalle ajalleen.
(Antikainen & Sutinen 1996, 38–39.)

Toinen syy liiketoiminnan epäonnistumiseen on alkuvaiheen investointien arvioiminen liian pieniksi. Alkuinvestoinnit vaativat kaiken käytössä olevan pääoman. Ennen kuin yritys on päässyt kunnolla käyntiin, se on rahoituksellisissa vaikeuksissa. (Jylhä & Viitala 2001, 40.)

Kolmantena syynä on ongelma, mikä syntyy yrityksen kasvaessa liian nopeasti. Kasvua, kannattavuutta ja vakavaraisuutta ei osata sopeuttaa keskenään. Liiketoiminta kasvaa liian nopeasti suhteessa tuottoon. Tästä aiheutuu rahoituskriisi ja yrityksen toiminnan voi lamaannuttaa ja keskeyttää pienikin takaisku. (Jylhä & Viitala 2001, 40.)

Neljäntenä syynä on rahoituksen riittämättömyys ja yrittäjän tekemät virheet. Jokainen tekee virheitä, mutta paljonko virheellisiä toimintatapoja ja ratkaisuja yrityksen rahalliset resurssit kestävät. Mitä pienemmät rahalliset resurssit ovat, sen vähemmän on varaa epäonnistua. Yritystoiminnan epäonnistuessa virheitä on tehty enemmän kuin on ollut taloudellisesti varaa. (Jylhä & Viitala 2001, 41.)

5 YRITTÄJÄN TUET JA PALVELUT

Julkinen valta pyrkii kannustamaan ja rohkaisemaan yritystoimintaa. Olemassa olevan liiketoiminnan kehittämiseen ja uuden liiketoiminnan perustamiseen myönnetään rahallista tukea. Rahallisen tuen edellytyksenä on toimiva ja hyvä liikeidea. Myös yrityksen toimiala ja sijainti vaikuttavat tuen saantiin. Ennen yritystoiminnan aloittamista yrittäjän on hyvä selvittää, mitä tukia hänen on mahdollista saada. Avustuksen saannin edellytyksenä on usein, että liiketoimintaa ei ole vielä aloitettu. (Tulkki & Vakkuri 2001, 41.)

Avustuksia myönnetään kolmeen päätarkoitukseen.

1. Uuden yrityksen käynnistämisvaiheen vaikeuksien välttämiseksi.
2. Aluepoliittisten perustein. Maan alueellisen tasapainon säilyttämiseksi.
3. Uusien innovaatioiden ja tuotekehityksen tukemiseksi.

(Sutinen & Viklund 2005, 127.)

Aloittavalle yrittäjälle on Suomessa kattavasti tarjolla ilmaista yritysneuvontaa. Uusyrityskeskukset ja ELY-keskukset arvioivat ja antavat maksutonta neuvontaa. Alkuvaiheen suunnittelutyön asiantuntijapalveluihin on mahdollista saada taloudellista tukea. Lisäksi alkavan yrittäjän on mahdollista saada starttirahaa, erilaisia aluetukia ja Finnveran yrittäjälainaa. (Kiviaho 2010,1.)

Seuraavaksi käydään läpi case-yrittäjälle soveltuvat asiantuntijapalvelut ja rahoitus- ja tukimuodot. Liitteessä 6 esitetään muita yrityspalveluorganisaatioita ja heidän tarjoamiaan asiantuntijapalveluja ja rahoitus- ja tukimuotoja.

5.1 Lahden alueen uusyrityskeskus

Lahden alueen uusyrityskeskus on yksi Suomen 31 uusyrityskeskuksesta. Alueellisten uusyrityskeskusten yhteistoimintajärjestö on Suomen Uusyrityskeskukset ry. Uusyrityskeskukset tarjoavat palveluita ja opastusta yritystoiminnan aloittamista suunnitteleville henkilöille. Tavoitteena on edistää kannattavien ja työllistävien yritysten syntyä. Lähtökohtana on auttaa uusia yrittäjiä löytämään turvallinen ja elinvoimainen tie yrittäjyyteen (Summa 2009,11). Neuvonta on henkilökohtaista ja maksutonta. (Lahden alueen uusyrityskeskus 2008.)

Tarjottavia palveluita ovat mm.

- liikeidean arviointi ja kehittäminen
- liiketoimintasuunnitelman arviointi ja kehittäminen
- alkurahoitustarpeiden arviointi
- mahdollisten rahoituslähteiden neuvonta
- toiminnan kannattavuuden suunnittelu
- neuvonta vakuutustarpeista
- neuvonta verotusasioissa
- neuvonta yritysmuodon valintaan liittyvissä seikoissa
- neuvonta tarvittavista viranomaisyhteyksistä

Lahden alueen uusyrityskeskuksen toimintaa rahoittavat Euroopan Unionin Sosiaalirahasto, Hämeen ELY-Keskus, Päijät-Hämeen kunnat ja yksityiset yritykset sekä yhteisöt. (Lahden alueen uusyrityskeskus 2008.)

Eniten aloittelevat yrittäjät tarvitsevat apua liiketoimintasuunnitelman tekemisessä, talouden ymmärtämisessä ja markkinoinnissa. Mm. näissä asioissa yrittäjää auttavat uusyrityskeskuksen neuvojat ja uusyrityskeskuksen yhteistyökumppanit. Tarvittaessa yrittäjä ohjataan erikoistuneelle asiantuntijalle. Suomalainen yrityspalvelujärjestelmä on vielä melko sekava. Juuri tässä uusyrityskeskukset neuvovat ja opastajat yrittäjäksi aikovaa. (Vähähyyppä 2010, 6.)

Asiantuntijaneuvonta on erityisen tärkeää ensimmäistä kertaa yritystä perustavalle. Järjestön tutkimuksen mukaan yritykset, jotka on perustettu uusyrityskeskusten kautta, ovat keskimääräistä elinvoimaisempia ja pysyvät toiminnassa muita pidempään. (Vähähyyppä 2010, 7.) 90 % prosenttia yrityksistä on toiminnassa kahden vuoden kuluttua ja viiden vuoden kuluttua 80 % yrityksistä on toiminnassa. Suomen Uusyrityskeskukset ry:n toimitusjohtajan Pia Backmanin mukaan merkittävää on, että vain alle 4 % yrityksistä lopettaa toimintansa konkurssin vuoksi viiden ensimmäisen vuoden aikana. Noin 60 % uusyrityskeskusten asiakkaista ei perusta omaa yritystä (Summa 2009, 11–12).

Päätoimista tai sivutoimista yrittäjyyttä suunnittelevan suositellaan ottavan yhteyks Uusyrityskeskukseen ennen yritystoiminnan aloittamista. Kuviossa 7 kuvataan, miten heti liikeidean syntymisen jälkeen kannattaa ottaa yhteys uusyrityskeskukseen. Uusyrityskeskuksesta saamien neuvojen avulla toiminnan saa tehokkaasti alkuun ja välttyy virheiden tekemiseltä.

Uusyrityskeskukset auttavat menestykseen



Kuvio 7. Miten yrityksen perustamisessa tulisi edetä liikeidean syntymisen jälkeen. (Lahden alueen uusyrityskeskus 2008.)

5.2 Starttiraha

Työ- ja elinkeinotoimistot (TE-toimistot) myöntävät starttirahaa. Starttirahalla tuetaan ja edistetään uutta yritystoimintaa sekä turvataan uuden yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan alkuvaiheessa. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2010.)

Päätökseen starttirahan myöntämisestä vaikuttaa mm.

- hakijan riittävät valmiudet aiottuun yritystoimintaan
- yrityksen edellytykset kannattavaan toimintaan
- hakijalla on yrittäjä kokemusta tai yrittäjätoiminnassa tarvittavaa koulutusta
- yritystoimintaa ei tule aloittaa ennen kuin tuen myöntämisestä on päätetty
- yrittäjä ei pystyisi aloittamaan yritystoimintaa ilman starttirahaa
- myönnettävä starttiraha ei väärennä alan kilpailutilannetta

(Työ- ja elinkeinotoimisto 2010.)

Sivutoimisella yrittäjällä, siirtyessään päätoimiseksi yrittäjäksi, on mahdollisuus hakea starttirahaa. Liiketoiminta pitää kuitenkin lopettaa starttirahan hakemisen ajaksi eli poistaa verottajan rekisteristä. Starttirahan hakemisen jälkeen yritys perustetaan uudelleen. Ennen kuin ryhtyy toimenpiteisiin, tulee ensin ottaa yhteys verottajaan ja työvoimatoimistoon, koska asiat käsitellään aina tapauskohtaisesti (Kunnarus 2010b.)

Starttirahaa on mahdollisuus saada maksimissaan 18 kuukautta ja sitä haetaan puolen vuoden pätkissä. Starttirahan suuruus ensimmäiset kuusi kuukautta on maksimissaan 715 euroa kuukaudessa ja seuraavat kuusi kuukautta maksimissaan 550 euroa kuukaudessa. Kolmannen kuuden kuukauden jakson saaminen edellyttää ulkopuolisen työvoiman palkkausta. (Kunnarus 2010a.)

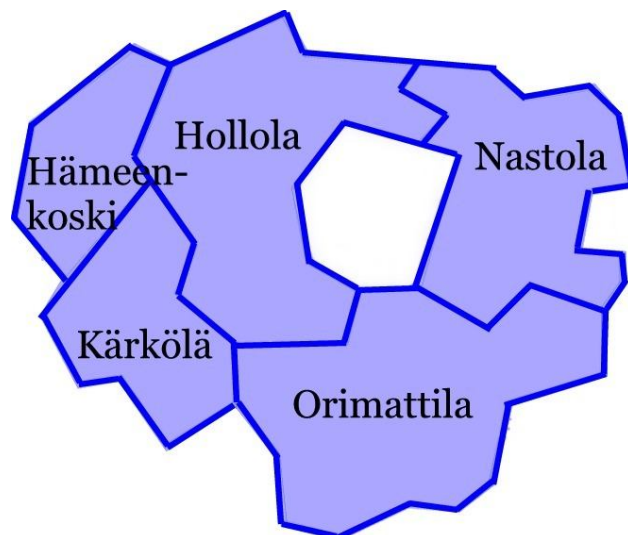
Starttirahaa myönnettiin aikaisemmin vain työttömille. Vuonna 2008 tehdyn uudistuksen jälkeen, sitä myönnetään myös palkkatyöstä yrittäjäksi siirtyville. Tämä muutos on lisännyt starttirahasta kiinnostuneiden määrää. (Etelä-Suomen sanomat 2010, 2.) Suurin osa starttirahaa hakevista ovat työssäkäyviä ihmisiä. He perustavat oman yrityksen samalle alalle, jolla ovat työskennelleet tai kouluttautuvat uu-

delle alalle. Työministeriön vuonna 2007 teettämän tutkimuksen mukaan starttirahaa hakeneet yritykset ovat menestyneet hyvin. 87 prosenttia yrityksistä oli toiminnassa kaksi vuotta starttirahan myöntämisen jälkeen. Yksi syy tähän on, että starttirahaa hakiessaan he ovat käyttäneet asiantuntija- ja neuvontapalveluja. (Ojajärvi 2010, 6.)

5.3 Yrityksen kehittämistuki

Etpähä ry eli Eteläisen Päijät-Hämeen maaseudun kehittämissyhdystys. Etpähä ry on etelä Päijät-Hämeessä toimiva aluekehittäjä ja paikallinen toimintaryhmä. Yhdistys perustettiin vuonna 2000. Etpähä ry on yksi suomen 56 toimintaryhmästä, jotka kanavoivat EU -osarahoitteista Leader -rahoitusta toiminta-alueelleen.

Yhdistyksen tarkoituksena on kehittää alueen palveluita ja työllisyyttä, sekä edistää yhteistyötä alueen asukkaiden, yritysten, yhteisöjen ja julkishallinnon välillä. Etpähä ry:n toiminta-alueita ovat Hollolan, Hämeenkosken, Kärkölen ja Nastolan kunnat sekä Orimattilan kaupunki, Kuvio 8. Lahden kaupunki ei kuulu toiminta-alueeseen. (Etpähä ry 2010.)



Kuvio 8. Etpähä ry:n toiminta-alueet. (Etpähä ry 2010.)

Etpähä ry myöntää kehittämistukea yrityksen tarvitsemaan asiantuntija-apuun tai koulutukseen, jonka avulla voidaan kehittää yrityksen liikkeenjohtoa, markkinointia, tuotteita tai voidaan muuten kehittää yrityksen toimintaa. Kehittämistukea myönnetään ennen yritystoiminnan aloittamista yrityksen toimintaedellytysten selvittämiseen. Yritykselle jolla ei vielä ole liiketoimintaa, tuen määrä voi olla enintään 90 prosenttia korkeintaan 3000 euron kustannuksista. Yritykselle, jolla on jo liikevaihtoa, tuen määrä on 50 prosenttia korkeintaan 3000 euron kustannuksista. (Etpähä ry 2010.)

5.4 Finnveran pienlaina

Finnvera Oyj on Suomen valtion omistama erityisrahoitusyhtiö. Se tarjoaa yrityksille lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuita. Finnvera rahoittaa hyvään liikeideaan perustuvaa ja kannattavaa liiketoimintaa. (Finnvera 2010.)

Finnveran tavoitteita ovat

- aloittavan yritystoiminnan lisääminen.
- pk-yritysten muutostilanteiden rahoituksen mahdollistaminen.
- yritysten kasvun, kansainvälistymisen ja viennin edistäminen.

(Finnvera 2010.)

Finnveran myöntämä pienlaina on tarkoitettu pienyrityksen perustamiseen tai kehittämiseen. Lainan myöntämisen edellytyksenä on, että pienyrityksen omistaja työllistää itsensä ja yrityksessä työskentelee enintään viisi henkilöä. Pienlaina on enintään 35 000 euroa. (Finnvera 2010.)

Yritys voi hakea pienlainaa, jos sillä on tarvetta

- hankkia uusia koneita ja laitteita
- tarvetta käyttöpääomaan
- tarvetta yrityksen toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin
- tarvetta yrityksen kehittämiseen. (Finnvera 2010.)

5.5 Markkinakartoitus, toimiala- ja kilpailija-analyysi

Markkinakartoituksen avulla selvitetään todellinen kysyntä ja asiakkaiden tarve yrityksen palveluille ja miten asiakkaat näkevät tulevaisuuden ja markkinatilanteen. Tarkoituksena on, että yritys saa selvyuden todelliseen kysyntään, palveluihin tai tuotteilleen. Markkinakartoitus tuo esille asiakkaiden kiinnostuksen yrityksen palveluita kohtaan. Tämän konkreettisen kiinnostuksen osoittaminen on tärkeää starttirahaa haettaessa. Markkinakartoituksella selvitetään yrityksen kohderyhmät tarkemmin ja heidän tarpeensa yrityksen palveluille nyt ja tulevaisuudessa. (Vuollet 2010.)

Toimiala-analyysillä selvitetään toimialan nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät. Kilpailija-analyysillä selvitetään kilpailijat, heidän toimintatavat ja palvelujen hintataso. (Vuollet 2010.)

”KontaktiVerkko Suomi Oy:n erikoisosaamista ovat käytännönläheiset markkinakartoitukset, joiden avulla liiketoimintaansa aloittavat, sekä uusia tuotteita/palveluita markkinoille tuovat yritykset ovat saaneet selkeitä tuloksia liiketoimintasuunnittelunsa pohjaksi ” (Kontaktiverkko 2010).

KontaktiVerkko Suomi Oy:n erikoisosaamista ovat myynti ja markkinointi. KontaktiVerkko tekee yrityksille markkinakartoituksia. Kartoituksen avulla selvitetään yrityksen potentiaalisimmat asiakasryhmät, loppukäyttäjien kehitysehdotukset, hintataso sekä oikeat jakelukanavat. KontaktiVerkko pyrkii pitämään markkinakartoituksen mahdollisimman käytännönläheisenä. Markkinakartoituksessa KontaktiVerkko haastattelee keskustelumuotoisesti asiakkaan kanssa yhdessä sovittua ja suunniteltua kohderyhmää. (Kontaktiverkko 2010.) Markkinakartoituksessa käydään läpi useitakin toimialoja, joista yrittäjä on kiinnostunut potentiaalisena asiakkaanaan (Vuollet 2010).

KontaktiVerkko tarjoaa asiantuntijapalvelua myös asiakashankintaan, tekemällä yrittäjälle aktiivista asiakashankintaa. Markkinakartoituksen jälkeen kontaktoidaan säännöllisesti potentiaaliset asiakkaat. Lähetetään postituksia ja soitetaan perään. Esim. kerran kuukaudessa kontaktoidaan 10 yritystä. (Vuollet 2010.)

6 CASE-YRITYS

6.1 Yritys

Case -yrittäjä on 40-vuotias. Hänellä on päätoiminen palkkatyö, jonka lisäksi hän harjoittaa sivutoimista liiketoimintaa vapaa-ajallaan. Hän on työskennellyt yli 20 vuotta moottoriajoneuvoja valmistavassa tehtaassa ja tehnyt moottoriajoneuvon valmistukseen liittyviä työtehtäviä laajasti. Vuosien työkokemuksesta on hyötyä toimialalla, johon hän pyrkii kokopäiväiseksi yrittäjäksi.

Case-yrittäjä aloitti liiketoimintansa harrastuksen pohjalta. Harrastuksena oli motocross pyöräily, autojen kunnostus ja maatalouskoneiden kunnostus. Harrastustoiminta liittyy läheisesti nykyiseen yritystoimintaan eli moottoriajoneuvojen hiekkapuhallukseen ja maalaukseen. Harrastustoiminnassa havaitun tarpeen pohjalta syntyi toiminta-ajatus ja liikeidea. Noin viisi vuotta toiminta oli harrastustoimintaa, ennen kuin yrittäjä perusti toiminimen, Tmi Eerola Kari. Toiminimi perustettiin vuonna 1998. Yrittäjä on seurannut läheistensä, sukulaisten ja ystäviensä yrittäjyyttä. Tämä on kannustanut häntä omaan yrittäjyyteen. (Eerola 2010.)

Toimialana hiekkapuhallus on kovien pintojen silottamista, muotoilua ja puhdistamista pienten, kiinteiden hiukkasten ja paineilman avulla. Hiekkapuhalluksella on mahdollista saada työstettävän tuotteen lopullinen pinta, kuten esim. ruostumattomilla teräksillä. Usein kuitenkin hiekkapuhallus on vain pohjakäsittely ja pinnanpuhdistus, ennen tuotteen pinnan viimeistelyä maalauksella. (Wikipedia 2010.)

Hiekkapuhalluksesta ja maalauksesta yrittäjällä on yli 10 vuoden työkokemus sivutoimisena yrittäjänä. Hän on osallistunut automaalauksen kursseille. Yrittäjänä hänellä olisi mahdollisuus suorittaa alan koulutus oppisopimuksella. (Eerola 2010, Vuollet 2010.)

Yrittäjä on kunnostanut toimitiloja ja kalustoa on hankittu. Pystyäkseen luopumaan päätoimisesta palkkatyöstä ja siirtymään päätoimiseksi yrittäjäksi, edellytyksenä on liiketoiminnan kasvu ja vakiintuminen. Tämän mahdollistaisi tarpeeksi laaja ja vakaa asiakaskunta. (Eerola 2010.)

KontaktiVerkko Suomi Oy:n toimitusjohtajan Kirsi Vuollettin (2010) omakohtaisen kokemuksen mukaan puskaradio tuo asiakkaita lisää yrittäjän siirtyessä sivutoimisesta yrittäjyydestä päätoimiseen yrittäjyyteen. Puskaradion kautta asiakkaat saavat tiedon, että yrittäjällä on nyt aikaa ja kysyntä saattaa kasvaa yllättävänkin nopeasti. Päätös päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymiseksi on konkreettinen edellytys yrityksen toiminnan kasvulle. Jos tavoitteena on päätoiminen yrittäjyys, se askel on uskallettava ottaa.

Case yritykselle tehtiin kirjallinen liiketoimintasuunnitelma ja talous- ja rahoitus-suunnitelma. Talous- ja rahoitussuunnitelma laadittiin yhdessä Lahden Uusyrityskeskuksen yritysneuvojan kanssa.

6.2 Liikeidea

Case-yrityksen liikeidea on harjoittaa hiekkapuhallusta, ohutpeltipuhalluksia, osamaalauksia sekä muoviosien maalauksia. Palveluita tarjotaan sekä yrityksille ja yksityishenkilöille. (Tmi Eerola Kari, 2010.)

Case-yrittäjän toimintatapaan kuuluu neuvotella yhdessä asiakkaan kanssa, kuinka laajalti tuote kannattaa ja tulee hiekkapuhallata ja maalata. Haluaako asiakas mahdollisesti vain toisen palvelun? Asiakkaan toivomuksesta palvelusta annetaan tarjous tai hinta-arvio. Jos hinta muuttuu oleellisesti tuotetta työstettäessä, asiasta neuvotellaan asiakkaan kanssa. (Eerola 2010.)

Case yrityksen tarjoamat palvelut:

- hiekkapuhallukset
 - raskaskaluston ja henkilöautojen vanteet
 - traktorit, peräkärret, lumilingot ja muut maatalouskoneet
 - rakennuskoneet, -tarvikkeet ja -telineet
- ohutpeltipuhallukset
 - henkilöautot
 - mopojen ja moottoripyörien rungot
- alumiiniprofiilien hiekkapuhallus
- automaalaukset
- mopojen ja moottoripyörien muoviosien maalaukset

(Tmi Eerola Kari, 2010.)

Hiekkapuhallus ja maalaus lisäävät tarve-esineiden käyttöikä ja käyttömukavuutta. Vanha ja likainen tarve-esine saa uuden veroisen ulkonäön. Tarve-esineen arvo nousee. (Eerola 2010.)

6.3 Markkinointikanavat ja asiakasryhmät

Case yritys käyttää seuraavia markkinointikanavia

- puhelinluettelon keltaiset sivut
- oma Internet sivut, www.hiekkapuhalluseerola.fi
- Fonectan yrityshaku Internetissä
- asiakkaiden suositukset
- yrittäjän hyvä maine tuo lisää asiakkaita

Potentiaalisia asiakkaita yrityksen toimialueella on paljon. Näin ollen yrityksellä on hyvät edellytykset hankkia vakiintunut laaja asiakaskunta. Kuviossa 9 listataan potentiaalisimmat asiakasryhmät ja heille tarjottavat palvelut.

Asiakasryhmä	Tarjottavat palvelut	Olemassa oleva asiakasryhmä	Uusi tavoiteltava asiakasryhmä
raskaskalusto yritykset	autojen vanteiden hiekkapuhallus ja maalaus	X	X
rakennuskonevuokraamot	rakennustelineiden ja kaluston hiekkapuhallus ja maalaus		X
yksityiset asiakkaat	hiekkapuhallus ja maalaus seuraaville tuotteille: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> vanteet <input type="checkbox"/> henkilöautojen ruostuvat osat <input type="checkbox"/> koriste ja käyttöesineet <input type="checkbox"/> mopot ja moottoripyörät <input type="checkbox"/> maatalouskoneet 	X	
rengasliikkeet	autojen vanteiden hiekkapuhallus ja maalaus	X	
autokorjaamot	<input type="checkbox"/> autojen ruostuvien osien hiekkapuhallus ja maalaus	X	

Kuvio 9. Asiakasryhmät ja heille tarjottavat palvelut.

Case-yrittäjän suurin asiakasryhmä on tällä hetkellä yksityiset asiakkaat. He ovat käyttäneet yrityksen tarjoamaa palvelua, hiekkapuhallus ja maalaus, seuraaville tuotteille

- henkilöautojen ja pakettiautojen vanteet ja ruostuvat osat

- autojen osa- ja koko maalaukset
- koriste ja käyttö esineet
- mopot ja moottoripyörät
- maatalouskoneet

Yritysassiakkaina ovat rengasliikkeet, autokorjaamot ja raskaskalustoyritykset.

Heidän käyttämät palvelut

- autojen ruostuvien osien hiekkapuhallus ja maalaus
- autojen vanteiden hiekkapuhallus ja maalaus

Uusina mahdollisina potentiaalisina asiakasryhminä tavoitellaan raskaskalustoyrityksiä ja rakennuskonevuokraamoja. Paikallisen raskaskalustoyrityksen kanssa on ollut jonkin verran yhteistyötä ja eräs rakennuskonevuokraamo on osoittanut mielenkiintoa yrityksen palveluja kohtaan.

6.4 SWOT-analyysi

Kuviossa 10 esitetään case yrityksen SWOT-analyysi. Analyysin tuloksena on toimenpidemäärittely. Toimenpiteissä korostetaan ja vahvistetaan yrityksen vahvuuksia. Heikkoudet ja uhat pyritään muuttamaan mahdollisuuksiksi. Uhat tunnistetaan ja pyritään minimoimaan. Niiden varalle tehdään varasuunnitelmia. (Jylhä & Viitala 2001, 48.)

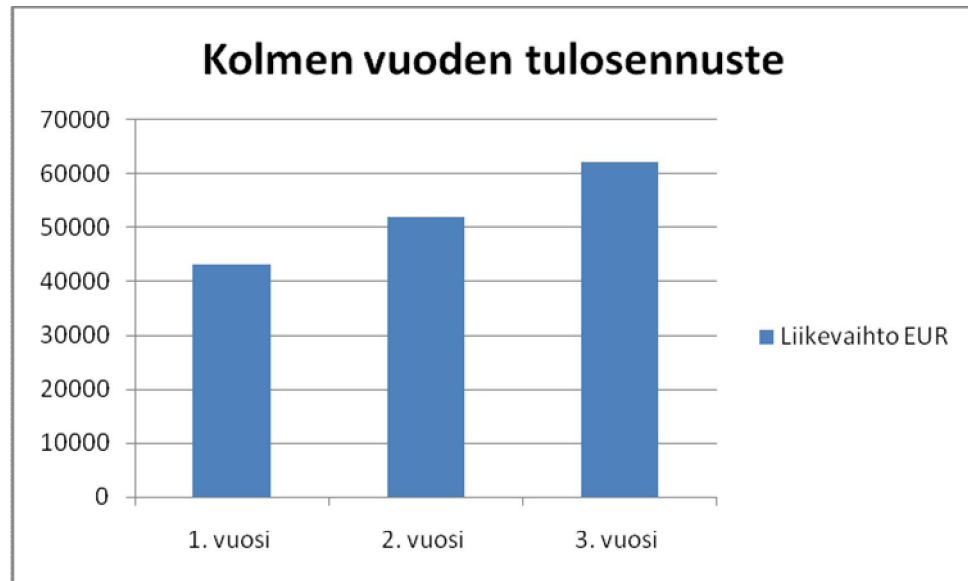
Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> yritys toiminut n. 10 vuotta, paikallisten asukkaiden tiedossa. <input type="checkbox"/> "puskaradion" kautta tulee uusia asiakkaita. <input type="checkbox"/> asiakkaat ovat todenneet hintalaatu suhteen hyväksi <input type="checkbox"/> yrittäjällä laaja työkokemus <input type="checkbox"/> yrityksellä omat www-sivut <input type="checkbox"/> toimitilat ja kalusto on hankittu 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> toiminnan ja asiakkaiden säännöllisyys puuttuu, mikä takaisi mahdollisuuden kokopäiväiseen yrittäjyyteen <input type="checkbox"/> talvella isojen kokonaisuuksien työstäminen hankalaa, vaatii toimitilojen kunnostamista. <input type="checkbox"/> vakiintunut yhteistyökumppani puuttuu
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> päätoimisen työnantajan kautta tulut tilauksia ja uusia asiakaskontakteja <input type="checkbox"/> yrittäjän toimialueella on paljon potentiaalisia asiakasryhmiä <input type="checkbox"/> yrittäjä voi toimia myös asiakkaan tiloissa <input type="checkbox"/> toimitiloja kohentamalla työskentely tehokkaampaa <input type="checkbox"/> asiakkaat tulleet tähän saakka pääsääntöisesti suositusten kautta <input type="checkbox"/> markkinointia lisättäessä asiakaskunnan kasvu hyvin todennäköistä <input type="checkbox"/> markkinakartoituksella etsitään potentiaalisia asiakkaita 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> häiriintyykö naapurusto toiminnan laajentuessa ja vakiintuessa <input type="checkbox"/> liiketoiminnan vakiintuminen ja laajentuminen vaatii investointeja uusiin toimitiloihin <input type="checkbox"/> yrittäjän sairastuminen tai tapaturma <input type="checkbox"/> kilpailijat

Kuvio 10. Case yrityksen SWOT-analyysi.

6.5 Talous- ja rahoitussuunnitelma

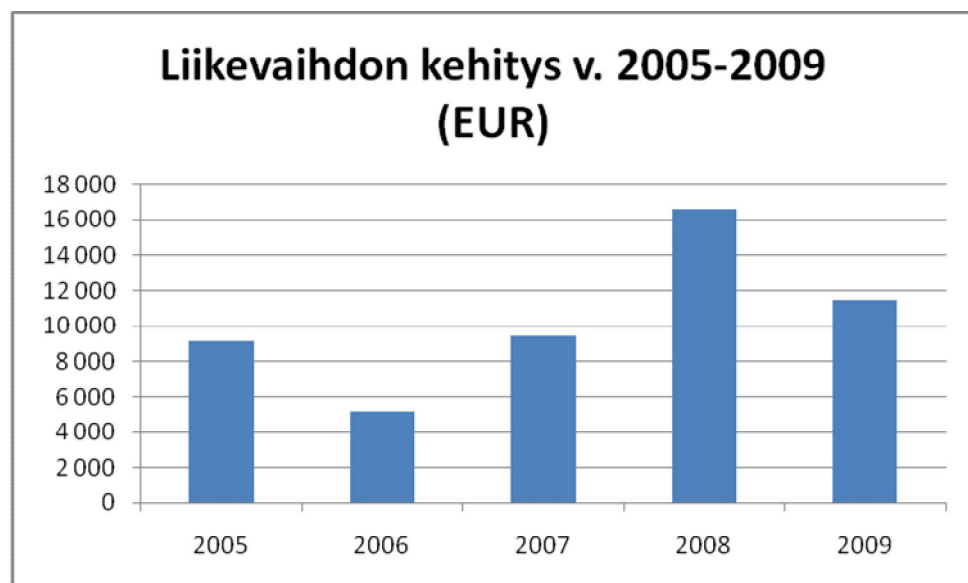
Kustannusrakenne ja myyntitarve laskelmat (Liite 3) konkretisoivat yrityksen laskutustarpeen. Paljonko yrityksellä on oltava laskutettavaa vuosi, kuukausi- ja viikkotasolla, jotta toiminnan kulut ja yrittäjän palkka katetaan. Suurimman kuluosan muodostavat materiaalihankinnat. Muita merkittäviä kulueriä ovat YEL-maksut, lämmityskulut, markkinointikulut ja taloushallintopalvelut.

Yritykselle tehtiin kolmen vuoden tuloseennuste, Kuvio11, Liite 4.



Kuvio 11. Kolmen vuoden tuloseennuste.

Tuloseennusteeseen tulot laskettiin pienemmillä mahdollisilla tuloilla. Kulupuoli laskettiin yläkanttiin. Jos liiketoiminta lähtee hyvin käyntiin, se on hyvin todennäköisesti kannattavampaa, kuin miltä laskelmat näyttävät. (Kunnarus 2010b.) Muutosprosentin oletetaan olevan 20 % edellisvuoteen verrattuna. Kuviossa 12. esitetään yrityksen liikevaihto vuosina 2005–2009.



Kuvio 12. Sivutoimisen liiketoiminnan liikevaihto vuosina 2005-2009.

Päätoimisena yrittäjänä, liikevaihto suunnitellulla kulurakenteella on oltava minimissään 41 000 euroa vuodessa (Liite 5.). Liikevaihto oli vuonna 2008 16 600 euroa, joten kasvua edellytetään 24 400 euroa. On huomioitava, että vuoden 2008 liikevaihto saavutettiin liiketoiminnalla, jota tehtiin päätoimisen palkkatyön ohessa. Asiakashankintaan ja markkinointiin ei panostettu lainkaan.

Talous- ja rahoitussuunnitelman laatimiseen saatiin maksutonta asiantuntijapalvelua Lahden Uusyrityskeskuksesta (Liitteet 3-5).

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

7.1 Markkinakartoituksen tulokset

Kontaktiverkko Suomi Oy:n asiantuntijapalveluna ostettiin case-yrityksen liiketoimintasuunnitelman ja kokopäiväisen yrittäjyyden tueksi markkinakartoitus. Case - yrittäjä haki markkinakartoitukseen Etpähä ry:n kehittämistukea, yrityksen toimintaedellytysten selvittämiseen. Tukea saatiin 90 prosenttia kuluista.

Kartoituksessa tutkittiin yrittäjän tarjoamien palveluiden tarvetta potentiaalisissa asiakasryhmissä. Markkinakartoituksessa keskityttiin kevyen ja raskaan kaluston vanteiden hiekkapuhallukseen ja maalaukseen, sekä rakennustarvikevuokraamoiden tarpeeseen kalustonsa kunnossapidossa. Asiakasrekisteriin koottiin 39 yrityksen yhteystiedot, joista kontaktoitiin ja haastateltiin 20. Markkinakartoituksessa selvitettiin asiakkaiden tarpeita, odotuksia ja ehdotuksia liittyen ko. palveluihin, sekä millaisen potentiaalin alalla toimivat asiakkaat näkivät suunnitellulle palvelulle. Kartoitus tehtiin Päijät-Hämeen alueella.

Markkinakartoitus toi selvästi esille sen, että kevyen kaluston vanteet ovat tänä päivänä bulkkitavaraa. Uudet ostetaan kun vanhat alkavat olla huollon tarpeessa. Tästä syystä henkilöautojen vanteiden hiekkapuhallukseen on kyselyn mukaan vähän kysyntää. Poikkeuksena ovat keräilyautot ja vanhat autot, joihin ei ole saatavilla vanteita uutena tai ne ovat niin erikoistuotteita, että niiden huoltaminen on edullisempaa kuin uusien ostaminen. Henkilöauton vanhojen vanteiden huolto on hieman edullisempaa kuin uusien osto. Auton omistaja on kuitenkin riippuvainen autostaan ja uudet vanteet saa hyvinkin nopealla odotuksella. Vanhojen vanteiden huoltamisessa voi mennä muutama päivä ja tämä saattaa olla ongelma asiakkaalle. (KontaktiVerkko Suomi Oy 2010.)

Raskaan kaluston, kuten rekkojen ja kuorma-autojen vanteilla on huoltotarvetta. Eräs asiakas huollattaa 300 - 400 raskaan kaluston vannetta vuosittain, hiekkapuhallus ja maalaus periaatteella. (KontaktiVerkko Suomi Oy 2010.)

Rakennuskonevuokraamoilla, joka oli uusi tavoiteltava asiakasryhmä, ei ollut tarvetta case-yrittäjän palveluille (KontaktiVerkko Suomi Oy 2010).

Yrittäjällä on kilpailukykyisiä kilpailijoita Päijät-Hämeessä. Myös Eestissä samaa palvelua tarjoavat yritykset ovat varteenotettavia kilpailijoita. (KontaktiVerkko Suomi Oy 2010.)

7.2 Tulosten hyödyntäminen

Markkinakartoituksessa saatujen tulosten pohjalta toimintaehdotuksena esitetään yhteistyötä raskaskalustoon erikoistuneiden rengasliikkeiden kanssa ja heille alihankkijaksi pääseminen. Hintakilpailu alihankkijoiden kesken on väistämätön. Lisäksi toimintaehdotuksena on tunnettavuuden levittäminen rengasliikkeiden keskuudessa. Käyntikortteja kannattaa toimittaa liikkeisiin. Asiakkaan kysyessä ko. palvelua liikkeissä turvaudutaan usein puhelinluetteloon tai etsitään palveluntarjoajan yhteystiedot googlesta. (KontaktiVerkko Suomi Oy 2010.)

Markkinointiin ja asiakashankintaan, joka kohdistuisi henkilöautojen vanteiden huoltoon ja rakennuskonevuokraamoihin, ei kannata satsata. Kartoituksen perusteella markkinointi tulee kohdistaa maataloustyökoneiden, metsäkoneiden, erikoisautojen ja keräilyautojen huoltopalvelun tarjoamiseen. Uusiasiakashankinta kohdistetaan ko. palveluiden käyttäjiin.

Case-yrittäjällä on mahdollisuus hakea Finnveran pienlainaa. Haettava määrä on todennäköisesti 6000 euroa. Pienlainalla kunnostetaan toimitiloja. Lisäksi hänellä on mahdollisuus hakea työvoimatoimiston myöntämää starttirahaa. Ennen kuin ryhtyy toimenpiteisiin, yrittäjän tulee ensin ottaa yhteys verottajaan ja työvoimatoimistoon, koska asiat käsitellään aina tapauskohtaisesti.

Case-yrittäjä ei tässä vaiheessa tule siirtymään päätoimiseksi yrittäjäksi. Vuoden ajan seurataan liikevaihdon kasvua. Internet sivut on avattu tänä vuonna ja markkinakartoituksen pohjalta markkinointi kohdistetaan tarkemmin potentiaalisille asiakasryhmille.

8 YHTEENVETO

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää case-yrittäjän mahdollisuus päätoimiseen yrittäjyyteen. Tutkimuksessa selvitettiin mitä toimenpiteitä asian selvittämiseksi tuli tehdä ja mistä yrittäjä sai apua ja neuvoja. Lisäksi selvitettiin mitä yrityspalveluorganisaatioiden tarjoamia rahoitus- ja tukimuotoja on saatavilla ja mitkä niistä soveltuivat case-yrittäjälle.

Teoriaosuus kerättiin kirjallisista ja elektronisista lähteistä. Teoriaosuudessa käsiteltiin yrittäjän ominaisuuksia ja motiiveja, toiminimi yritysmuotona sekä mikroyrityksen määritelmä. Käsiteltiin liiketoimintasuunnitelman merkitystä ja käytiin tarkemmin läpi sen osa-alueet liikeidea, asiakkaat ja SWOT-analyysi. Käytiin läpi keinot liiketoiminnan laajentamiseen ja tuotiin esille syitä miksi liiketoiminta onnistuu tai epäonnistuu.

Empiirisellä menetelmällä, asiantuntijatapaamisilla kerättiin tieto case-yrittäjälle soveltuvista tuki- ja rahoitusmuodoista. Maksullisella asiantuntijapalvelulla selvitettiin kysyntä yrityksen palveluille. Case-yrittäjän liiketoiminnan nykytilanne selvitettiin haastattelulla ja kirjanpitoaineistolla.

Yrittäjälle tehtiin liiketoimintasuunnitelma. Suunnitelmaan kirjattiin mm. liikeidea, asiakkaat ja palvelut. Lisäksi yrittäjä joutui pohtimaan omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan, yrittäjän taitojaan, motiivejaan ja tavoitteitaan. Yritykselle tehtiin talous- ja rahoitussuunnitelma. Suunnitelma näyttää konkreettisesti, kuinka paljon liikevaihdon tulisi olla vuosi- kuukausi- ja viikkotasolla, jotta toiminnan kulut ja yrittäjän oma palkka pystytään maksamaan. Maksullisena asiantuntijapalveluna tehtiin yritykselle markkinakartoitus. Markkinakartoitus on tärkeä toimenpide liiketoiminnan kehittämisen mahdollisuuksien selvittämiseksi. Markkinakartoituksen pohjalta saatiin arvokasta tietoa palveluiden kysynnälle. Tärkeää on, että kyseinen kartoitus tehtiin ennen kuin yrittäjä luopuu päätoimisesta palkkatyöstä ja siirtyy päätoimiseksi yrittäjäksi. Etpähän ry:n myöntämä kehittämistuki mahdollisti markkinakartoituksen toteuttamisen. Kehittämistuen määrä case yrittäjälle oli korkeintaan 90 % enintään 2000 euron kuluista.

Työn empiriaosuuden eli tutkimusaineiston hankinnan tuloksia voidaan pitää luotettavina. Asiantuntijoiden valintakriteerinä olivat heidän ammattitaitonsa ja asiantuntemuksensa. Teoriaosuudessa käsitelty aineisto tukee heiltä saamia tietoja.

Markkinakartoitus kohdistettiin tarkkaan valitulle, alalla pitkään työskennellyille, joilla oli kokemusta ja syvä ammattitaito. Heiltä saatiin ajanmukainen tieto case-yrittäjän palvelujen tarpeellisuudesta ja idean toimivuudesta.

Yhteiskunta satsaa yrittäjyyden kannustamiseen eri tukimuodoin. Tukea myöntäviä organisaatioita on paljon ja ilmaista asiantuntijapalvelua on saatavilla ja sitä kannattaa käyttää. Asiantuntijoilta saa arvokkaita neuvoja ja vinkkejä. Asiantuntijapalveluita kannattaa hyödyntää jo heti liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa, ennen kuin toiminta on käynnistetty. Osa rahoitus- ja tukimuodoista on tarkoitettu aloitteleville yrityksille ja osa toiminnassa oleville yrityksille. Tämä on oleellista tietää, jotta rahallisen tuen pystyy hyödyntämään. Tuen hakemiseen kannattaa hankkia tietoa ja opastusta, miten prosessi käytännössä menee. Prosessiin tulee varata riittävästi aikaa.

Uutena tutkimusaiheena voisi tutkia markkinakartoituksen merkitystä liiketoiminnan menestymiselle. Kuinka moni aloitteleva yritys suorittaa markkinakartoituksen ennen liiketoiminnan aloittamista? Missä määrin markkinakartoitukset jakautuvat ja eroavat toisistaan uusien yritysten ja toiminnassa olevien yritysten kesken? Ovatko markkinakartoituksen tulokset olleet merkityksellisiä liiketoiminnalle ja toimintatapoja muutettu saatujen tulosten perusteella?

LÄHTEET

- Antikainen A., Sutinen M.1996. PK-yrittäjän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Eerola K. 2010. Yrittäjä. Haastattelu. 30.7.2010.
- Etelä-Suomen Sanomat. 2010. Starttiraha luo työtä ja yrittäjyyttä. Etelä-Suomen Sanomat 16.9.2010.
- Jylhä E. & Viitala R. 2001. Menestyvä yritys: Liiketoimintaosaamisen perusteet. 4. uudistettu painos. Helsinki: Edita Oyj.
- Kallio, J. 2002. Pienyrityksen kehittymisen tiet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Kananen, J. 2008. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Kiviaho K. 2010. Pääkirjoitus. Minustako yrittäjä? Alkavan yrittäjän tiedotuslehti 2010. 1.
- KontaktiVerkko Suomi Oy, 2010. Loppuraportti: Markkinakartoitus. 18.11.2010.
- Kunnarus S. 2010a. Auktorisoitu yritysneuvoja. Uusyrittäjäkeskus Lahden Alue. Asiantuntijatapaaminen 6.7.2010.
- Kunnarus S. 2010b. Re: Tmi Eerola Kari [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Eeva Tukonen. Lähetetty 17.11.2010.
- Kunnarus Samuli. 2010c. Auktorisoitu yritysneuvoja. Uusyrittäjäkeskus Lahden Alue. Asiantuntijatapaaminen 17.9.2010.

Lahden Uusyrityskeskus. 2010. Markkinointiopas yrittäjälle. Mistä asiakkaita? Ja miten? Esite.

Neilimo K. & Näsi J. 2006. Mitä on liiketoimintaosaaminen. Juva:WS Bookwell Oy.

Ojajärvi S. 2010. Starttiraha on työhallinnon menestystuote. Etelä-Suomen Sanomat 15.9.2010.

Parkkinen K. 1999. Yrittämisestä ammatti? Helsinki: Oy Edita Ab

Puustinen T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Summa M. 2009. Uusyrityskeskukset auttavat turvalliselle kehitysuralle. Minus-tako yrittäjä? Alkavan yrittäjän tiedotuslehti 2009. 11–12.

Sutinen M. & Viklund E. 2005. Kaikki mitä olet aina halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Opas yrittäjille, yrityksen perustamista suunnitteleville sekä yrittäjätutkintoon valmentautuville. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

Tulkki H. & Vakkuri M. 2001. Suunta yrittäjäkurssi. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy

Viitala J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Vuollet K. Toimitusjohtaja. KontaktiVerkko Suomi Oy. Asiantuntija tapaaminen 30.7.2010.

Vähähyppä M. 2010. Uusyrityskeskukset antavat sparrausta ja neuvontaa. ? Alkavan yrittäjän tiedotuslehti 2010. 6-7.

ELEKTRONISET LÄHTEET

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2006. Kasvun ajurit 2. Kasvuyrittäjyyden jatkuvuus Suomessa [Viitattu 3.9.2010]. Saatavissa:

http://www.ek.fi/ek_suomeksi/ajankohtaista/tutkimukset_ja_julkaisut/ek_julkaisu_arkisto/2006/Kasvun_ajurit2_tivistelmae.pdf

Etpähä ry Eteläisen Päijät-Hämeen maaseudun kehittämissyhdystys. 2010 [viitattu 8.7.2010]. Saatavissa: <http://www.etpaha.fi>

Finnvera. 2010. Pienlaina [Viitattu 9.7.2010]. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/fin/Liiketoiminnan-aloitus/Loeydae-ratkaisuja-rahoitustarpeisiin/Investoinnit#pop181>

KontaktiVerkko Suomi Oy. 2010. Markkinakartoitus [Viitattu 16.7.2010]. Saatavissa: <http://www.kontaktiverkko.fi/markkinakartoitus.html>

Lahden alueen uusyrittäjäkeskus ry. 2008. Etusivu. Uusyrittäjäkeskukset ry [Viitattu 16.7.2010]. Saatavissa:

http://uusyrittajakeskukset.fi/lahti/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=27

Metallityöväen työttömyyskassa. 2010. Yrittäjyys työttömyyskassassa [Viitattu 11.10.2010]. Saatavissa:

http://www.metalliliitto.fi/portal/suomi/tyottomyyskassa/erityistilanteet/yrittajyys_tyottomyysturvassa/

Nyqvist H., Iljin M. & Pärnänen M. 2006. Pk-yrittäjien haasteet ja toimintaympäristön kehittäminen Espoon ja Kirkkonummen alueella. Laurea ammattikorkeakoulu [Viitattu 11.10.2010]. Saatavissa:

<http://markkinointi.laurea.fi/julkaisut/b/b08.pdf>

Patentti- ja rekisterihallitus. 2009. Yksityinen elinkeinon harjoittaja [Viitattu 16.7.2010]. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh.html>

Suomen Uusyrityskeskus ry. 2010. SUK 20 vuotta video [Viitattu 15.9.2010]. Saatavissa: <http://uusyrityskeskukset.fi/suomi//index.php>

Suomen yrittäjät. 2009a. Toiminimi [Viitattu 16.7.2010]. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinoharjoittaja/>

Suomen yrittäjät. 2010b. Yrittäjyys Suomessa [Viitattu 16.7.2010]. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyysuomessa/>

Suomen yrittäjät. 2008c. Pk-yritysten rooli Suomessa 2007 [Viitattu 20.11.2010]. Saatavissa: http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/tutkimukset/pkyritysten_rooli_2007/

Tmi Eerola Kari. 2010. Tmi Eerola Kari. Etusivu [Viitattu 1.10.2010]. Saatavissa: <http://www.hiekkapuhalluseerola.fi/>

Toimihenkilöiden työttömyyskassa. 2010. Yrittäjyys [Viitattu 11.10.2010]. Saatavissa: <http://www.toimihenkilounioni.fi/tyottomyyskassa/web/index.php?id=148>

Toivola T., Tornikoski E. & Tuomi L, Varamäki E. 2008. Rohkeasti kasvuun, näkökulmia yrityksen kasvuun ja kehittymiseen. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. [Viitattu 11.10.2010]. Saatavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/tutkimus-ja-kehityspalvelut/julkaisut/liitteet/Rohkeasti%20kasvuun%20verkkojulkaisu.pdf>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2009. Osaamisen ja edelläkävijyyden Suomi. Kasvu ja omistajayrittäjyyden seurantatyöryhmän raportti [Viitattu 13.9.2010]. Saatavissa: http://www.tem.fi/files/24277/Osaamisen_ja_edellakavijyyden_Suomi_-_TEM_42_2009.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2009. Yrittäjyyskatsaus 2009. Työ- ja yrittäjyys. 54/2009 [viitattu 29.7.2010]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/25013/TEM_54_2009_tyo_ja_yrittajyys.pdf

Työ- ja elinkeinotoimisto. 2010. Starttirahalla yrittäjäksi [viitattu 1.7.2010]. Saatavissa:

http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/05_esitteet/tme3002s_starttiraha.pdf

Wikipedia. 2010. Hiekkapuhallus [viitattu 20.11.2010]. Saatavilla:

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Hiekkapuhallus>

LIITTEET

LIITE 6. Yrityksille myönnettävät tuet ja rahoitukset.

Tuen myöntäjä	Tuki	Tuen tarkoitus
Etpähä ry	Yrityksen investointituki	<input type="checkbox"/> yritystoiminnassa tarvittavien toimitilojen rakentamiseen tai hankkimiseen <input type="checkbox"/> koneiden ja laitteiden ostamiseen <input type="checkbox"/> toiminnan laajentamiseen entisestään vaadittaviin muutos- ja parannustöihin
	Yrityksen käynnistämistuki	<input type="checkbox"/> ensimmäisten ulkopuolisten työntekijöiden palkkaamiseen.
Lakes	Mikroyritysten aktiivointipaketti	Edistetään mikroyritysten pieniä kehittämistoimenpiteitä: <input type="checkbox"/> myynti ja markkinointi (esim. mainonnan suunnittelukulut)) <input type="checkbox"/> kansainvälistyminen/vienti <input type="checkbox"/> verkostokumppanuus <input type="checkbox"/> kehittämistoimenpiteisiin liittyvät lakiasiat (kauppasopimukset ym.) <input type="checkbox"/> sukupolvenvaihdos- ja yrityskauppa-asiat (esim. arvonmääritys) <input type="checkbox"/> tietoteknisten ratkaisujen kehittäminen <input type="checkbox"/> investointihankkeen valmistelu (laskelmat, suunnitelmat) <input type="checkbox"/> uuden tuoteidean mallinnus <input type="checkbox"/> liiketoimintaa kehittävä valmennus
Lahden tiede- ja yrityspuisto Oy	Tietotekniikka liiketoiminnan tukena, TLT	Yrityksen sähköisen liiketoiminnan kehittäminen, esim. <input type="checkbox"/> yrityksen Internet sivujen suunnittelu <input type="checkbox"/> verkkokaupan tai sähköisentilausjärjestelmän kehittäminen
Finnvera Oyj	Pienlaina	Pienyrityksen perustamiseen tai kehittämiseen. <input type="checkbox"/> tarvetta hankkia uusia koneita ja laitteita <input type="checkbox"/> tarvetta käyttöpääomaan <input type="checkbox"/> yrityksen toiminnan aloittamis- ja laajennushanke <input type="checkbox"/> yrityksen kehittäminen
	Naisyrittäjälaina	<input type="checkbox"/> koneiden ja laitteiden hankintaan <input type="checkbox"/> toiminnan kehittäminen ja laajentaminen <input type="checkbox"/> lainaa voi käyttää yrityksen käyttöpääomatarpeisiin