

Joonas Määttä

YRITYSTOIMINNAN KARTOITTAMINEN JA
LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN
PERUSTETTAVALLE YRITYKSELLE

Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto
2014

YRITYSTOIMINNAN KARTOITTAMINEN JA
LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN PERUSTETTAVALLE
YRITYKSELLE

Määttä, Joonas
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Huhtikuu 2014
Ohjaaja: Silventoinen, Marjatta
Sivumäärä: 45
Liitteitä: 2

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelmat, yrityksen perustaminen, yksityinen elinkeinonharjoittaja

Tutkimuksen aiheena oli uuden yrityksen perustamisen kartoittaminen, ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustettavalle yritykselle. Tutkimuksen kohteena oli uutta internetpalvelua kehittävä henkilö perustettava yritys. Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa yrityksen perustamista harkitsevalle henkilölle lisätietoa yrityksen perustamisvaiheen vaatimuksista ja edellytyksistä: kartoittaa mahdolliset ulkopuoliset rahoitusvaihtoehdot, selvittää palvelun ja yrityksen perustamisesta ja toiminnasta aiheutuvat kulut, sekä laatia perustettavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelma.

Liiketoimintasuunnitelma tuli laatia yritykselle liikeidean esittelemiseksi yrityksen sidosryhmille, ja palvelun taloudellisen kannattavuuden arvioimiseksi mahdollisia ulkopuolisia rahoittajia varten.

Tutkimuksessa tehtiin myös haastatteluja, joilla pyrittiin saamaan liikeidealle ulkopuolista arviointia niin potentiaalisten asiakkaiden, kuin yritysmaailman asiantuntijan näkökulmasta. Haastattelussa esiin nousseiden mielipiteiden ansiosta yrittäjä pystyy kehittämään palvelua paremmin kaikkia osapuolia palvelemaan suuntaan. Haastattelut ovat osa yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa, jolloin myös liiketoimintasuunnitelmaa lukevat tahot voivat tutustua kolmansien osapuolien mielipiteisiin perustettavan yrityksen liikeideasta.

INVESTIGATION OF A NEW BUSINESS AND CREATING A BUSINESS PLAN FOR A NEW BUSINESS

Määttä, Joonas

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Economy

April 2014

Supervisor: Silventoinen, Marjatta

Number of pages: 45

Appendices: 2

Keywords: business plan, setting up a new business, private entrepreneur

The purpose of this thesis was to research setting up of a new business, and to create a business plan for a new company. The object company in this thesis was a company to be set up by a person who was developing a new internet service. The goal was to produce information about funding of a new company, find out costs of starting and operating a new business and service, and to create a business plan for the company.

The purpose of creating a business plan for this company was to make an official presentation for interest groups of this company, especially for the possible investors that may fund this company.

A few interviews were also made for this thesis to find out what potential customers and business consultant think of this business idea. The outcomes of those interviews can be used by the entrepreneur to make the internet service better for all parties that are using it. The interviews were included to the business plan, in order that those who read the business plan, can also see what these third parties thought of this business idea.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Palvelun kuvaus	6
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja toteuttaminen.....	8
2	TALOPAKETTIRAKENTAMINEN	10
2.1	Eri rakennustavat	10
2.2	Alan markkinatilanne.....	11
3	YRITYSTOIMINNAN ALKUVAIHEEN KARTOITTAMINEN.....	13
3.1	Yrittäjän tausta	13
3.2	Yritysmuodon valinta ja vaikutukset	14
3.2.1	Yritysmuodon valinta	14
3.2.2	Yrityksen verotus.....	16
3.2.3	Ennakkoperintärekisteri.....	17
3.3	Yritystoiminnasta aiheutuvat kulut	18
3.3.1	Yrityksen perustamisesta aiheutuvat kulut.....	18
3.3.2	Kirjanpidon järjestäminen ja siitä aiheutuvat kulut.....	18
3.3.3	Palvelusta aiheutuvat kulut.....	19
3.3.4	Markkinoinnin suunnittelu ja kustannukset.....	20
3.3.5	Yrittäjän eläkevakuutus	22
3.4	Alkuvaiheen rahoitus	23
3.4.1	Eri rahoitusvaihtoehdot	23
3.4.2	Pankkilainan kartoittaminen.....	25
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA PERUSTETTAVALLE YRITYKSELLE.	27
4.1	Mikä liiketoimintasuunnitelma on?	27
4.2	Liikeidea	27
4.3	Tuotteet ja palvelut	30
4.4	Ansaintamalli	31
4.5	Markkinat ja kilpailija-analyysi	34
4.6	Käytännön järjestelyt	35
4.7	Rahoituslaskelmat	36
4.8	Kannattavuuslaskelmat	37
4.9	Liikeidean arviointi.....	38
4.9.1	SWOT-analyysi	38
4.9.2	Talovalmistajat	39
4.9.3	Tampereen seudun uusyrityskeskus	40

5 YHTEENVETO	42
5.1 Tutkimustulokset.....	42
5.2 Johtopäätökset.....	42
LÄHTEET.....	44
LIITTEET	

1 JOHDANTO

1.1 Palvelun kuvaus

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan perustettavaa yritystä ja sen tuottamaa palvelua. Tutkimus auttaa yrittäjyyttä harkitsevaa henkilöä mahdollisen yritystoiminnan käynnistämässä laatimalla yrittäjälle, sekä mahdollisille ulkoisille sidosryhmille vaadittavia selvityksiä ja liiketoimintasuunnitelman.

Pakettirakentamista suunnittelevat ihmiset törmäävät tietoa etsiessään kymmeniin, mahdollisesti jopa satoihin toimijoihin ja tuhansiin eri vaihtoehtoihin. Palvelun idea on tarjota rakentamista suunnitteleville henkilöille työkalu helpottamaan valintaa eri vaihtoehtojen välillä. Internetissä toimivasta palvelusta kuka tahansa voi helposti käydä etsimässä tietoa rakentamiseen ja talopaketteihin liittyen.

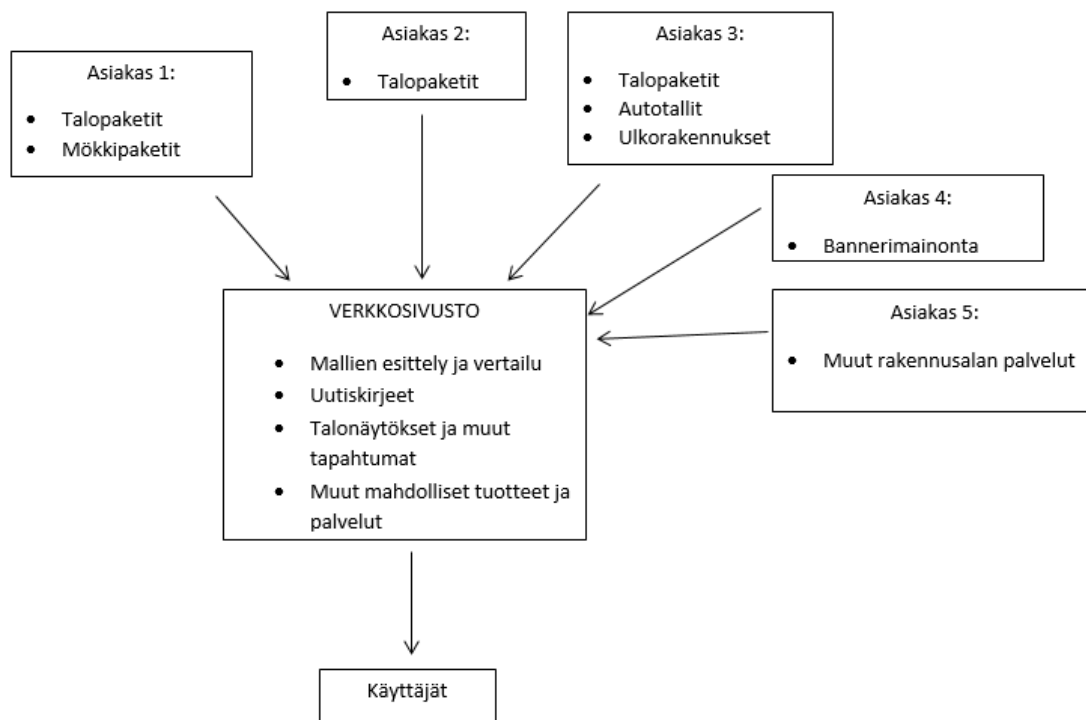
Talopaketin valinnassa määrittäviä tekijöitä ovat yleensä esimerkiksi talon koko, huoneiden ja kerrosten määrä, tilojen toimivuus, talopaketin valmiusaste sekä tietysti hinta. Eri toimittajilla on lukuisia eri vaihtoehtoja, esimerkiksi talopakettivalmistajilla talomalleja on muutamasta eri vaihtoehdosta yli sataan malliin. Kun valmistajiakin on useita kymmeniä, on tietoa etsivällä kuluttajalla melkoinen savotta edessään. Lisäksi eri toimittajat voivat ilmoittaa talopakettien toimitussisältöjä nimillä, jotka eivät ole keskenkään vertailukelpoisia. Eri toimittajien talomallit vertailukelpoiseksi kokonaisuudeksi kokoava, käyttäjille ilmainen palvelu, helpottaa merkittävästi tiedonsaantia ja vertailua. Palvelu kokoaa yhteen eri valmistajien ja toimittajien tuotteita ja palveluita palvelun käyttäjiä varten.

Yrittäjän keskusteltua omaa rakennusprojektiaan suunnittelevien ja jo rakentamisen aloittaneiden ihmisten kanssa, kävi ilmi, ettei heillä ollut juurikaan tietoa tällaisten palveluiden olemassaolosta. Kaikki olivat kuitenkin sitä mieltä, että tällaisesta palvelusta olisi ollut apua heidän projektissaan. Yrittäjä ei itse ollut tyytyväinen internetistä löytämiinsä palveluihin, joten ajatus oman palvelun kehittämisestä ja yrityksen perustamisesta heräsi.

Merkittävin osa-alue palvelussa tulee alkuvaiheessa olemaan talopakettien listaus ja vertailu. Talopakettien ohella palveluun on tarkoitus sisällyttää myös muut rakennukset kuten vapaa-ajanasunnot, autotallit ja -katokset, saunarakennukset ja ulkorakennukset. Näin palvelusta saadaan käyttäjän kannalta kattavampi ja palveluun saadaan lisää potentiaalisia asiakkaita.

Rakennusten esittelyjen ohella palvelu sisältää myös muita yrityksille myytäviä palveluita. Näitä ovat esimerkiksi käyttäjille lähetettävät uutiskirjeet taloesittelyistä sekä sivustolla olevat bannerit, joiden avulla sivusto saa lisätuloja. Nykyään monet suositut verkkosivustot saavat pääosan tuloistaan nimenomaan mainosmyynnillä esimerkiksi bannereista ja uutiskirjeistä.

Tässä tutkimuksessa ja liiketoimintasuunnitelmassa puhutaan palvelun käyttäjistä ja asiakkaista. Tällaisessa bisneksessä asiakkaita eivät siis ole perinteiseen tapaan loppukäyttäjät vaan yritykset, jotka ostavat palvelusta itselleen valtakunnallista lisänäkyvyyttä. Asiakkaat ja käyttäjät ovat siis eri ryhmiä, joihin molempiin tulee kiinnittää huomiota. Palvelun menestymisen kannalta on oleellista, että molemmat ryhmät löytävät palvelun ja kokevat hyötyvänsä siitä. Palvelun sisältö muodostuu suurilta osin asiakkaiden tuotteista ja palveluista. Alkuvaiheessa suurin ongelma tulee olemaan käyttäjien ja asiakkaiden saaminen sivustolle. Sivustolle ei tulla saamaan paljoakaan käyttäjiä, mikäli palvelun sisältö on vaatimaton. Ilman palvelun käyttäjiä yrityksiä on vaikea saada asiakkaiksi. Kun sivustolla on riittävä määrä kiinnostavaa sisältöä, voidaan onnistuneella markkinoinnilla saada sivustolle käyttäjiä. Lisääntyvä käyttäjämäärä taas tarkoittaa lisää potentiaalisia asiakkaita. Mikäli tämä pyörä saadaan pyörimään, tulee palvelu menestymään taloudellisesti.



Kuva 1: Sisällön ja tiedon kulku erilaisilta asiakkailta verkkosivuston kautta palvelun käyttäjille.

Yrittäjällä on tarkoituksena luoda palvelu, jota on mahdollista hoitaa sivutoimisena yrittäjänä. Ensisijainen tavoite yrittäjällä on saada palvelusta lisätuloa, hankkia kokemusta yrittäjyydestä sekä kehittää omaa osaamista liiketoiminnan eri osa-alueilla.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja toteuttaminen

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää uuden yritystoiminnan ja yrityksen tuottaman palvelun perustamisesta aiheutuvia kustannuksia sekä luoda perustettavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelma. Yritystoiminnan aloittamisen syynä on uuden palvelun tuottaminen, joten tutkimuksessa tutkitaan yrityksen perustamiskulujen lisäksi palvelun perustamisesta aiheutuvia kuluja, joista merkittävin on verkkosivuston teknisen toteutuksen hankinta. Tutkimuksessa selvitettävien kulujen perusteella liiketoimintasuunnitelmaan tehdään rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.

Tutkimusta tullaan toteuttamaan samaan aikaan liikeidean kehittämisen ja palvelun suunnittelemisen kanssa. Tutkimus on hyvin työelämälähtöinen ja siksi on perusteltua,

että siitä olisi perustettavalle yritykselle mahdollisimman paljon hyötyä. Tilanteiden mukaan mahdollisesti mukautuva tutkimus on perustettavan yrityksen kannalta relevantimpi kuin ennalta kiveen hakattu suunnitelma, joka ei joustaa suuntaan taikka toiseen. Tutkimuksen tavoitteet ovat kuitenkin ennalta selvät, joten tutkimus voidaan tehdä toimintaympäristön muutoksista huolimatta suunnitelmallisesti.

Koska kyseessä on täysin uusi yritys, laaditaan perustettavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelma, joka tiivistää liikeidean käytännön toteuttamisen suunnitelmamuodossa. Liiketoimintasuunnitelma on laaja kokonaisuus yrityksen perustoiminnoista aina liikeidean jalostamiseen ja tulevaisuudensuunnitelmiin asti, mutta tässä tutkimuksessa liiketoimintasuunnitelmaa tullaan käsittelemään yrityksen perustamisen ja yritystoiminnan alkuun saattamisen näkökulmasta. Opinnäytetyössä laadittava liiketoimintasuunnitelma tehdään etupäässä ulkoisia rahoittajia varten, joita liiketoiminnan käynnistäminen tulee vaatimaan. Tutkimuksessa laadittavaa liiketoimintasuunnitelmaa voidaan tulevaisuudessa muuttaa yrityksen ja toimintaympäristön mahdollisten muutosten mukaiseksi.

Tutkimus pohjautuu teorialtaan rakennusalan tilastoihin, joiden avulla alan yleisiä suuntauksia ja kehitystä voidaan arvioida sekä liiketalouden kirjallisuuteen, jota soveltuvin osin hyödynnetään tässä opinnäytetyössä. Yritystoimintaa suunnitellessa palvelun tarvetta on syytä tutkia mahdollisimman monipuolisesti. Tutkimusta varten on haastateltu yrityspalvelukeskuksen asiantuntijaa, pankin yritysrahoitusasiantuntijaa, oltu yhteydessä talovalmistajiin ja talonrakentajiin sekä tehty itsenäistä kilpailija-analyysiä.

Tutkimuksen merkitys on perustettavan yrityksen kannalta kriittinen, sillä siitä saatavan informaation ja liiketoimintasuunnitelman avulla yrittäjä tekee päätöksen liiketoiminnan käynnistämisestä. Ilman opinnäytetyönä tehtävää tutkimusta yritystoiminnan perustamisesta ei yrittäjä välttämättä lähtisi yritystä tässä elämänvaiheessa perustamaan.

2 TALOPAKETTIRAKENTAMINEN

2.1 Eri rakennustavat

Talonrakentajalla on nykypäivänä valittavanaan rakennuksen lisäksi lukuisia eri toimittajia, joilta useimmilta on mahdollisuus tilata talopaketti useilla eri toimitussisällöillä ja valmiusasteilla. Pienten talovalmistajien kanssa asiointi on usein joustavampaa, mutta nykyisin suurimmatkin talovalmistajat räätälöivät toimituksen sisältöä ja laajuutta asiakkaiden toiveiden mukaan.

Paikallarakentaminen edustaa perinteistä rakentamista. Paikallarakentamista kutsutaan usein myös nimellä pitkästä rakentaminen. Paikallarakentamisessa talo rakennetaan tontilla paikalle tuotavista rakennusmateriaaleista, joten siinä ei hyödynnetä juurikaan valmiita tai esivalmistettuja rakenteita.

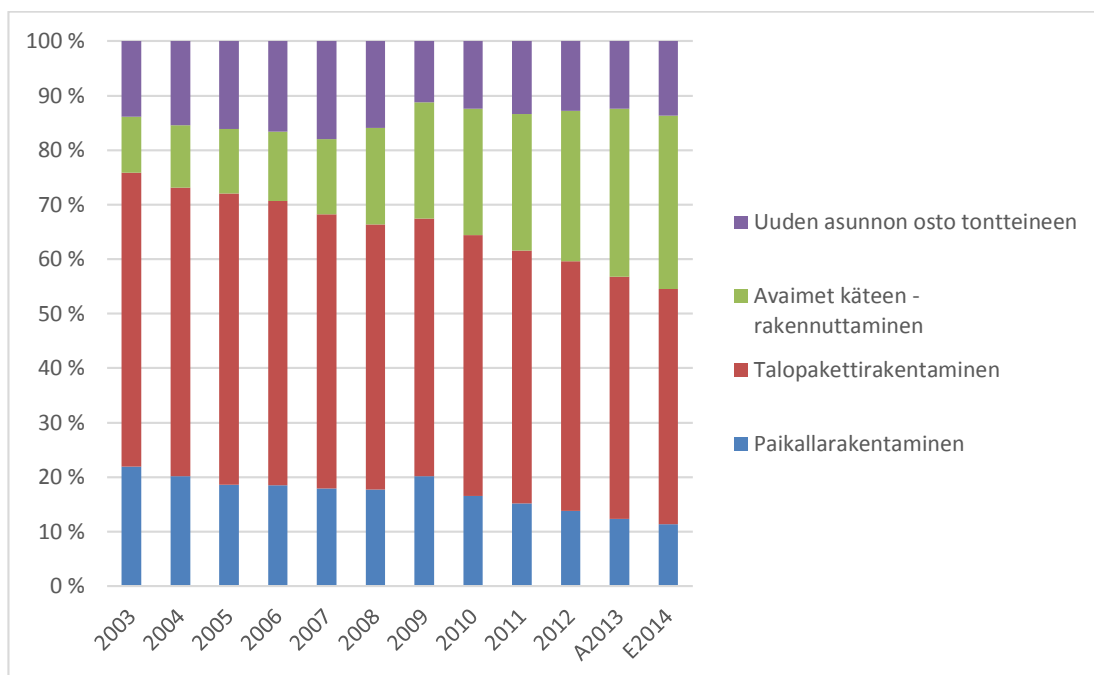
Paikallarakentamisesta tehostetumpi ja pidemmälle viety malli on precut-rakentaminen. Siinä puurakenteisen talon tapauksessa tarvittavat materiaalit tuodaan tontille määrämittaan sahattuina, mikä helpottaa ja nopeuttaa rakentamista.

Elementtirakentamisella tarkoitetaan rakennustapaa, jossa rakennus toimitetaan tontille esivalmistettuina paloina. Tämä voi tarkoittaa pienelementtirakentamisen kohdalla valmiita seinän kappaleita, tai suurelementtirakentamisessa jopa sisä- ja ulkopinnoiltaan valmiiksi verhoiltuja kokonaisia seiniä, jotka kootaan tontilla yhteen.

Avaimet käteen – rakentamistavalla tarkoitetaan talon muuttovalmiiksi teettämistä niin, että ostaja ei itse juurikaan osallistu rakennustöiden tekemiseen tai niiden johtamiseen. Valmistajasta riippuen avaimet käteen – paketin toimitussisältö voi vaihdella esimerkiksi kalusteiden ja kodinkoneiden sekä työmaan siivouksen osalta.

Avaimet käteen – rakentaminen on kasvanut viime vuosina voimakkaasti. Avaimet käteen – pakettien osuus kaikista omakotitalohankkeista oli vuonna 2012 41 %. Vuonna 2003 vastaava luku oli vielä 24 %. Paikallarakentamisen suosio on laskenut vuosi vuodelta, mutta siihen päätyy yhä moni rakentaja lähinnä kustannussäästöjen

toivossa. Kuviossa 1 on esitetty eri hankintatapojen osuuksien kehitystä viimeisen 10 vuoden ajalta. (Rakennustutkimus RTS 2014)



Kuvio 1. Omakotirakentamisen hankintatapojen osuuksien kehitys (Rakennustutkimus RTS 2014)

2.2 Alan markkinatilanne

Vuonna 2013 Suomessa aloitettiin 8 000 omakotiasunnon rakentamishanketta. Näistä talopakettien osuus oli 3 600 ja avaimet käteen – rakennuttamisen osuus 2 500 kappaletta. Näihin kahteen rakennustapaan päätyy siis arviolta kolme neljäsosaa suomalaisista. Viimeisen kymmenen vuoden tilastojen valossa ja eri asiantuntija-arvioiden mukaan näiden rakennustapojen osuus kasvaa kasvamistaan. Vapaa-ajanasuntohankkeita aloitettiin vuonna 2013 4 300, joista mökkipakettien osuus oli 63 %. Erillisiä saunarakennushankkeita aloitettiin vuonna 2013 4 500, joista pakettien osuus oli 58 %. (Rakennustutkimus RTS 2014)

Taulukossa 1 on Rakennustutkimuksen tilasto pientalomarkkinoiden rakentamisen kehityksestä 2000-luvulla. Luvut kertovat kyseisenä vuotena aloitettujen rakennusprojektien määrän. Taulukko havainnollistaa taloudellisten suhdanteiden vaikutuksen rakentamiseen, joka on vähentynyt merkittävästi 2000-luvun alun noususuhdanteen jälkeen.

Taulukko 1. Pientalomarkkinoiden kehitys hankintatavoittain (Rakennustutkimus RTS 2014)

PIENTALOMARKKINOIDEN KEHITYS HANKINTATAVOITTAIN (1000 as.)												
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	A2013	E2014
OMAKOTIRAKENTAMINEN												
1. Paikallarakentaminen	3,0	3,0	3,0	2,9	2,6	2,0	1,8	2,0	1,7	1,3	1,0	1,0
2. Talopakettirakentaminen	7,4	7,9	8,6	8,2	7,3	5,5	4,2	5,8	5,2	4,3	3,6	3,8
3. Avaimet käteen - rakennuttaminen	1,4	1,7	1,9	2,0	2,0	2,0	1,9	2,8	2,8	2,6	2,5	2,8
4. Uuden asunnon ostotontteineen	1,9	2,3	2,6	2,6	2,6	1,8	1,0	1,5	1,5	1,2	1,0	1,2
Omakotirakentaminen yhteensä	13,7	14,9	16,4	15,7	14,5	11,3	8,9	12,1	11,2	9,3	8,0	8,8
Rivitalorakentaminen	5,1	5,0	5,4	5,5	4,1	2,8	2,1	3,8	3,9	3,8	3,2	3,5
Pienasunnot yhteensä	18,8	19,9	21,8	21,2	18,6	14,1	11,0	15,9	15,1	13,1	11,2	12,3
Kerrostaloasunnot	13,7	13,9	12,7	12,8	12,2	9,4	12,1	17,8	16,5	15,8	14,5	14,0
Asuntoaloitukset yhteensä	32,5	33,7	34,5	34,0	30,8	23,5	23,1	33,7	31,6	28,9	25,7	26,3
Loma-asunnot				7,5	7,7	6,8	5,6	5,7	4,8	4,3	4,3	4,5

3 YRITYSTOIMINNAN ALKUVAIHEEN KARTOITTAMINEN

3.1 Yrittäjän tausta

Tutkimuksen tekovaiheessa liikeidean edellyttämää yritystoimintaa ei ollut vielä käynnistetty, eikä liikeidean kehittäjällä ollut ennestään yritystä. Tutkimuksessa viitataan jatkossa liikeidean kehittäjään ja mahdollisesti tulevaan yrittäjään vain termillä yrittäjä.

Yrittäjällä ei ole aiempaa kokemusta yrittäjyydestä. Hän on useamman vuoden työelämässä toiminut opintojen loppuvaiheessa oleva opiskelija, joka teki tämän tutkimuksen opinnäytetyönään. Yrittäjä on opiskellut ammattikorkeakoulussa liiketaloutta suuntautumisvaihtoehtonaan taloushallinto. Työkokemusta yrittäjällä on usealta eri toimialalta: kaupan alalta, rakennusalalta, ja energiateollisuuden verkkoliiketoiminnasta. Yrittäjä on toiminut tutkimusta kirjoittaessaan työelämässä myynnin ja asiakaspalvelun, dokumentoinnin, taloushallinnon ja raportoinnin parissa, joten yrittäjällä on mielestään hyvät valmiudet yrittäjyyttä silmällä pitäen.

Lähtökohtana yrittäjällä on ollut alusta asti sivutoiminen yrittäjyys. Yritystoiminnan aloittaminen ajoittuu yrittäjällä sellaiseen elämänvaiheeseen, jossa vakaat, tasaisesti saadut tulot ovat hyvin tärkeitä. Sivutoiminen yrittäjyys mahdollistaa paitsi yrittäjyyden kokeilemisen ja liikeidean punnitsemisen käytännössä, myös yrityksen toimimisen pienellä liikevaihdolla palkanmaksun mahdollisen puuttumisen myötä. Näin ollen myös yrittäjän henkilökohtaiset taloudelliset riskit on pyritty minimoimaan yrityksen perustamisvaiheessa. Yritystoiminnan kehittymisen, sekä mahdollisen vakiintuneen ja riittävän tulotason myötä, yrittäjä harkitsee vakavasti kokopäiväiseen yrittäjyyteen siirtymistä, mikä tosin tapahtuisi vasta, mikäli yritystoiminta osoittautuisi hyvin kannattavaksi. Lähtökohtaisesti yrittäjä ei halua tiputtaa tulotasoaan yrittäjyyden myötä, joten yritystoiminnan pitäisi osoittautua menestyksekkääksi ennen kuin yrittäjä jättäytyisi pois palkkatyöstänsä.

Yrittäjän ensisijainen tavoite suunnitellun yritystoiminnan osalta on lisätienestien saaminen. Hyvin onnistuessaan yrityksellä on liikeidean perusteella edellytys tuottaa tuloja siinä määrin, että yrittäjä voisi siirtyä päätoimiseksi yrittäjäksi, mutta toistaiseksi suunnitelmissa on vain sivutoiminen yrittäjäyys. Yrittäjä kokee liikeideassa olevan niin paljon potentiaalia, että pienellä riskinotolla yrittäjällä olisi mahdollisuus lisätä tulotuloaan merkittävästi.

Lisätulojen ohella yrittäjä kokee yritystoiminnan ja uuden palvelun kehittämisen olevan hyvä lisä hänen ansioluetteloonsa tulevaa työuraa ajatellen. Vaikka yrittäjä ei missään vaiheessa päätyisikään päätoimiseksi yrittäjäksi, uskoo hän työnantajien suhtautuvan positiivisesti tällaiseen kokemukseen. Myös yrittäjän itsensä kannalta yritystoiminnan harjoittaminen, ja uuden palvelun markkinoille vieminen ovat varmasti jatkon kannalta hyvää kokemusta liiketoiminnan kehittämisen ja liiketoiminnan kokonaisvaltaisen ymmärtämisen kannalta.

3.2 Yritysmuodon valinta ja vaikutukset

3.2.1 Yritysmuodon valinta

Yritystä perustettaessa on mietittävä perustettavalle yritykselle sopivin yritysmuoto. Yritysmuodon valintaan vaikuttaa monia tekijöitä, mm. perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuun ja päätöksenteon jakaantuminen, yrityksen jatkuvuus ja laajentumismahdollisuudet, voitonjako ja tappioiden kattaminen sekä verotus. (Holopainen & Levonen 2008, 177)

Tutkimuksessa käsiteltävällä yrittäjällä on tarkoituksena alkaa yrittämään yksin. Yrittäjä perustelee yksinyrittämistä sillä, että pääsee toteuttamaan suunnittelemansa asiat juuri omalla tavallaan oman aikataulunsa mukaisesti. Lisäksi ainakin alkuvaiheessa yrityksen ennakoitut tulot suhteessa panostukseen ovat sen verran pienet, ettei yrittäjä halua jakaa mahdollisia tuottoja yhtiökumppanien tai osakkaiden kanssa.

Yrityksen perustajien lukumäärä on yksi keskeisimpiä yritysmuodon valintaa ohjaavia tekijöitä. Mikäli yrityksellä on vain yksi perustaja, vaihtoehdot ovat joko toiminimi tai

osakeyhtiö. Henkilöyhtiöt, eli avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö, vaativat vähintään kaksi yhtiömiestä. Osuuskunnassa perustajia on oltava vähintään kolme. Tutkimuksen kohteena oleva perustettava yritys on ennakkoon kaavailtuna yhdenmiehenyhtiö, joten perustajasta johtuen vaihtoehdot ovat joko toiminimi tai osakeyhtiö. (Keskuskauppa-kamari 2014, 14)

Yrityksen perustamisen kannalta yksityinen elinkeinonharjoittaja pääsee osakeyhtiön perustajaan verrattuna huomattavasti helpommalla. Toiminimen perustaminen ei vaadi kirjallisia sopimuksia. Osakeyhtiötä perustettaessa tulee laatia perustamisasiakirja, yhtiöjärjestys, merkitä osakkeet, pitää perustamiskokous, maksaa osakepääoma, sekä ilmoittaa yritys kaupparekisteriin. (Raatikainen 2006, 69-72)

Yrityksen perustajien ja pääoman tarpeen ohella yritysmuodon valinnassa tulee huomioida taloudellinen vastuu. Toiminimen ja henkilöyhtiöiden kohdalla omistajan vastuu on suurimmillaan. Toiminimessä yrittäjä on vastuussa koko omaisuudellaan, kuten myös avoimen yhtiön yhtiömiehet ja kommandiittiyhtiön vastuunalaiset yhtiömiehet. Näissä yhtiömuodoissa omistaja tai omistajat ovat vastuussa koko omaisuudellaan. Osakeyhtiössä omistajan vastuu rajoittuu vain hänen sijoittamaansa pääomapanokseen. Pienissä osakeyhtiöissä tosin omistajat joutuvat yleensä henkilökohtaiseen vastuuseen ulkopuolista rahoitusta hankkiessaan, sillä vakuudeksi on usein asetettava henkilökohtaista omaisuutta. (Holopainen & Levonen 2008, 178)

Toiminimi on siis osakeyhtiöön verrattuna vaivattomampi perustaa. Kirjanpito voi toiminimen harjoittajalla olla yhdenkertaista kirjanpitoa, kun taas osakeyhtiö vaatii kahdenkertaista kirjanpitoa. Osakeyhtiön perustaminen vaatii vähintään 2 500 euron osakepääoman. Koska taloudellinen vastuukaan ei mahdollisen pankkilainan vakuuksista johtuen eroa merkittävästi toiminimen ja osakeyhtiön välillä, on toiminimen perustaminen yrittäjän kohdalla järkevin vaihtoehto.

Vasta tämän tutkimuksen tulokset ja liiketoimintasuunnitelman laskelmat osoittavat yritystoiminnan aloittamiseen vaadittavan rahamäärän. Rahoitusneuvottelut tulevat osoittamaan sen, paljonko yritys mahdollisesti tarvitsee yrittäjän omien sijoitusten lisäksi varoja. On mahdollista, että yritys tarvitsee vieraan pääoman lisäksi omaa pääomaa enemmän kuin yrittäjä pystyy itse yritykseen sijoittamaan, mikä saattaa aiheuttaa

sen, että yrittäjän pitää ottaa yritykseen mukaan lisää henkilöitä tuomaan omaa pääomaa. Mikäli tilanne on se, että yritys tarvitsee ulkopuolista pääomaa pankkien ja rahoituslaitosten lisäksi myös muualta, tulee ottaa huomioon myös muut yritysmuodot. Osakeyhtiö on tällöin yksi vaihtoehto, mutta myös avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö ovat mahdollisia. Kommandiittiyhtiötä puoltaa se seikka, että pääomaa yhtiöön voi tuoda äänetön yhtiömies. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole oikeutta osallistua päätöksentekoon, joten vastuunalainen tai vastuunalaiset yhtiömiehet hoitavat yrityksen jokapäiväistä päätöksentekoa. (Kinkki & Isokangas 2003, 187)

Lähtökohta yritystoiminnan käynnistämisen selvittämisessä on kuitenkin se, että yrittäjä toimii yksinyrittäjänä toiminimellä. Näin ollen tutkimuksessa keskitytään yritysmuodoista vain toiminimeen.

Yrittäjä kokee mahdollisena myös sen, että mahdollisen menestyksen myötä yrityksen voisi myydä eteenpäin. Toiminimen tapauksessa yrityksen myyminen ei ole mahdollista, mutta toiminimi on mahdollista muuttaa osakeyhtiöksi niin, että yrittäjä merkitsee itse kaikki osakkeet, jonka jälkeen osakkeet voi normaaliin tapaan myydä eteenpäin. Ongelmat yritysmuodon vaihtamisessa ovatkin lähinnä teknisiä. (Keskuskaupakamari 2011, 15)

3.2.2 Yrityksen verotus

Elinkeinoharjoittajan verotettava tulo saadaan vähentämällä elinkeinotoiminnan tuotoista elinkeinotoiminnan kulut. Saadusta tuloksesta vähennetään mahdollinen aikaisempien vuosien tappio, jolloin saadaan jaettava yritystulo. Elinkeinoharjoittajalla yritystulo jaetaan ansio- ja pääomatuloiksi. (Verohallinnon www-sivut 2014)

Pääomatuloa on elinkeinotoimintaan kuuluvalla edellisen vuoden nettovarallisuudelle laskettu 20 %:n vuotuinen tuotto. Yksityisen elinkeinoharjoittajan vaatimuksesta pääomatulo-osuudeksi voidaan katsoa myös 10 %:a tai 0 %:a. Verovelvollisen tulee tehdä itse veroilmoituslomakkeella muutosvaatimus Verohallinnolle. (Verohallinnon www-sivut 2014)

Pääomatulo-osuus verotetaan pääomatuloverokannan mukaan, joka on vuonna 2014 30 % 40 000 euroon asti. Sen ylittävästä osasta vero on 32 %. Kun jaettavasta yritystulosta vähennetään pääomatulo-osuus, saadaan verotettava ansiotulo-osuus. Tähän lisätään muut mahdolliset ansiotulot, esimerkiksi sivutoimisen yrittäjän palkkatyöstä saama ansiotulo. Ansiotulo verotetaan progressiivisesti. (Verohallinnon www-sivut 2014)

Mikäli sivutoimisen yrittäjän palkkatyöstä saaman palkan ja elinkeinotoiminnasta saadun jaettavan yritystulon ansiotulo-osuuden yhteenlasketun ansiotulon vero on alhaisempi kuin 30 %:n pääomatulovero, kannattaa verovelvollisen vaatia pääomatuloosuudeksi 10 %:a tai 0 %:a. Verohallinnon internetsivuilla olevalla veroprosenttilaskurilla voi tarkistaa oman veroprosenttinsa, kun tiedossa on kaikki veronalaiset tulot ja etuudet. (Verohallinnon www-sivut 2014)

Yritys tulee olemaan arvonlisäverovelvollinen, sillä yrityksen liikevaihto tulee todennäköisesti ylittämään arvonlisäverovelvollisuuden rajan, mikä on 8 500 euroa tilikaudelta (12 kuukautta). Yrityksen tulee näin ollen ilmoittautua arvonlisäverovelvollisten rekisteriin. Jos tilikauden (12 kuukautta) veroton liikevaihto jää kuitenkin alle 22 500 euron, voi yritys saada huojennusta maksettavasta arvonlisäverosta. (Verohallinnon www-sivut 2014)

3.2.3 Ennakkoperintärekisteri

Ennakkoperintärekisteri on Verohallinnon ylläpitämä rekisteri, johon hakemusten perustella merkitään jokainen, joka harjoittaa elinkeinotoimintaa, maataloutta tai muuta tulonhankkimistoimintaa muutoin kuin työsuhteessa. Rekisterin tarkoituksena on osoittaa, että rekisteriin merkitty toimija huolehtii itse ennakkoverojen maksamisesta, eikä suorituksen maksajan tarvitse tehdä maksusta ennakonpidätystä, mikäli kysymys ei ole palkasta. Ennakonpidätysvelvollisuus ei koske tavarankäynnin kauppa- tai vuokraustoimintaa. Tutkimuksessa tutkittavan yrityksen kannattaa kuitenkin hakeutua ennakonpidätysrekisteriin mahdollisten suoritettavien työkorvausten takia. Tällaisia voivat olla esimerkiksi ylläpito ja sisällöntuotantopalvelujen myyminen asiakkaille. (Verohallinnon www-sivut 2014)

3.3 Yritystoiminnasta aiheutuvat kulut

3.3.1 Yrityksen perustamisesta aiheutuvat kulut

Yrityksen perustamisen kustannukset riippuvat valitusta yritysmuodosta. Toiminimen kohdalla perustamissopimusta ei vaadita, vaan toiminimi syntyy kun liiketoiminta alkaa. Tosin mikäli elinkeinonharjoittajalla on palveluksessaan muu kuin aviopuoliso tai oma alaikäinen lapsi, tai mikäli liikkeenharjoittaja harjoittaa liikettä kiinteästä toimipaikasta, on hän velvollinen tekemään perusilmoituksen. (Keskuskauppakamari 2011, 18)

Kaupparekisterin käsittelymaksu on perustamisilmoituksen osalta riippuvainen perustettavan yrityksen yritysmuodosta. Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoituksen käsittelymaksu on 105 €. (Patentti- ja rekisterihallitus 2014)

Yrityksen perustamisesta aiheutuvien, edellä mainittujen juridisten kulujen lisäksi perustamisvaiheessa joudutaan monesti tekemään erilaisia hankintoja, jotta liiketoimintaa pystytään harjoittamaan. Tällaisia hankintoja ovat esimerkiksi toimistotarvikkeet, tietokoneet, puhelimet ja niin edelleen. Yrittäjä pystyy kuitenkin hyödyntämään hänellä yksityisomistuksessa olevia laitteita, joten alkuvaiheessa hänelle riittää uuden tietokoneen hankinta. Tähän yrittäjä arvio panostavansa noin 600 euroa. Lisäksi yritykselle tarvitaan matkapuhelinliittymä, jonka kuukausittaiseksi kuluksi arvioidaan 30 euroa. Muihin kuluihin, kuten toimisto- ja tulostustarvikkeisiin arvioidaan kuluvan noin 30 euroa kuukaudessa.

3.3.2 Kirjanpidon järjestäminen ja siitä aiheutuvat kulut

Yrittäjällä on talousalan koulutus, minkä lisäksi hän on tehnyt töitä taloushallinnon parissa. Näin ollen yrittäjä pystyy hoitamaan kirjanpitonsa itse. Kirjanpidon helpottamiseksi yrittäjä aikoo hankkia käyttöönsä ohjelmiston, jonka kautta onnistuu myös laskujen tekeminen, ja joka olisi yhteydessä pankin ohjelmistoihin toiminnan yksinkertaistamiseksi. Yrittäjä tutki markkinoilla olevia ohjelmistoja, ja päätyi pyytämään tarjouksen Vismalta. Visma tarjoaa yrityksille erilaisia ohjelmistoja ja palveluita, joita

voidaan räätälöidä asiakkaille soveltuviksi palvelukokonaisuuksiksi. Yrittäjä sai tarjouksen Visman Netvisor – palvelusta, joka on Suomessa nopeimmin kasvava taloushallinnon palvelu. Se on käytössä yli 9 000 yrityksellä. Yrittäjän saamaan tarjoukseen sisältyi kirjanpidon ja myyntireskontran toimintoja, ja palvelun kautta on esimerkiksi mahdollista siirtää saamiset suoraan perintäyhtiön toimeksiannoiksi pientä lisämaksua vastaan. Palvelu vaikutti kaikessa yksinkertaisuudessaan yrittäjälle sopivalta ratkaisulta. Tarjouksen mukaan palvelun avausmaksu on 63,70 € ja palvelun kiinteä kuukausimaksu on 30 € / kuukausi. (Visma 2014)

3.3.3 Palvelusta aiheutuvat kulut

Yrittäjä halusi yritystoiminnan käynnistämisen kartoittamisessa erityisesti selvittää mitä palvelun mahdollistamiseksi ostettava verkkosivusto tulisi maksamaan. Tämä on yrittäjän kannalta suurin yksittäinen kysymysmerkki, joten sen sisällyttäminen tutkimukseen oli itsestään selvää. Tutkimuksen teon yhteydessä oltiin yhteydessä muutama alan toimijaan, joilta pyrittiin selvittämään mitä kaikkea sivuston tekninen toteuttaminen ja ylläpitäminen vaatii, sekä arvioimaan verkkosivuston toteutuskustannukset. Etsiessään internetistä vastaavan kaltaisia sivustoja, yrittäjä huomasi, ettei sellaisia juuri ole. Tämä tarkoittaa väistämättä sitä, että verkkosivusto pitää rakentaa hyvin pitkälti räätälöitynä kokonaisuutena, mikä aiheuttaa merkittävän kustannusten nousun perinteisiin yksinkertaisiin internetsivuihin verrattuna. Yrittäjä keskusteli kahden eri verkkosivustovalmistajan kanssa, ja molemmat olivat sitä mieltä että alustava kustannusarvio tällaisesta toteutuksesta on 10 000 euron molemmin puolin. Lisäksi on huomioitava verkkosivuston toteuttamisen ohella palvelinmaksu, jonka suuruudeksi toinen verkkosivustovalmistaja arvio 50-100 euroa kuukaudessa. (Poutapilvi 2014)

Sivuston päivittäminen, ja tietojen lisääminen sivustolle tapahtuu palvelun ylläpitäjän eli yrittäjän toimesta. Tämän mahdollistaa ylläpidolle räätälöity käyttöliittymä, joka on osa verkkosivuston toimittajalta ostettavaa kokonaisuutta. Verkkosivujen päivittäminen ei siis aiheuta yritykselle kuluja, vaan ainoastaan yrittäjälle työtunteja. Verkkosivustoa tullaan todennäköisesti laajentamaan eri osa-alueilla tulevaisuudessa kysynnän mukaan, mutta mahdollisista muutoksista ja niiden aikaansaamista kuluista neuvotellaan verkkosivuston toimittajan kanssa tapauskohtaisesti.

3.3.4 Markkinoinnin suunnittelu ja kustannukset

Markkinoinnin onnistumisella on tässä tutkimuksessa käsiteltävässä yrityksessä tärkeä merkitys. Palvelun pitää saada houkuteltua riittävä määrä kävijöitä verkkosivuille, jotta palveluun saadaan riittävästi asiakasyrityksiä ja sitä kautta sisältöä. Mikäli sivuille saadaan paljon kävijöitä, myös mainostajat ovat kiinnostuneita ostamaan sivusivulta banneritilaa.

Kyseessä on palvelu, jonka asiakkaita ovat yritykset, ja valtaosa käyttäjistä on kuluttajia. Tämä aiheuttaa haasteita markkinoinnin osalta, sillä markkinoinnin on onnistuttava sekä käyttäjien että asiakkaiden suuntaan. Asiakkaiden osalta tämä tarkoittaa b2b-markkinointia, ja käyttäjille markkinointi on b2c-markkinointia.

Palvelun asiakasyrityksiksi olisi hyvä saada sekä jo lähtötilanteessa aktiivisesti internetiä markkinoinnissaan hyödyntäviä yrityksiä, että myös vähemmän verkkomarkkinointia käyttäviä yrityksiä, joissa on kasvupotentiaalia, ja joiden avulla palvelu pystyy erottumaan kilpailijoistaan kattavamman sisällön avulla. Internetmarkkinoinnilla tulee olemaan keskeinen rooli yrityksen markkinoinnissa sen monipuolisten mahdollisuuksien, potentiaalisen käyttäjäkunnan tavoitettavuuden, ja esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtimainontaan verrattuna helpomman maantieteellisesti laajemman tavoitettavuuden takia.

Potentiaalisille asiakkaille suunnatun markkinoinnin tarkoituksena on viestiä yrityksille uuden palvelun monipuoliset esilläolon mahdollisuudet ja joustava hinnoittelumalli kilpailijoihin verrattuna. Yrityksille pyritään myös viestimään sitä, että tällaista palvelukokonaisuutta ei ole Suomessa ennen nähty, joten palvelun kautta on mahdollista tavoittaa entistä laajempi ihmisryhmä. Myös uuden palvelun herättämä mielenkiinto alan ja kuluttajien piirissä pyritään tuomaan esiin kun palvelua aletaan markkinoida asiakkaille. Palvelua aletaan markkinoimaan asiakkaille soittamalla läpi alan yrityksiä, ja tarjoamaan heille tietoa uudesta perusteilla olevasta palvelusta sähköpostitse.

Palvelulle pyritään saamaan yhteistyökumppaniksi rakennusalan yhdistyksiä, joilla on vakiintunut asema alalla, ja jotka tavoittavat suuren määrän alan yrityksiä ja rakentamisesta kiinnostuneita kuluttajia. Yhteistyökumppaneiden kautta palvelun on mahdollista saada tärkeää lisänäkyvyyttä ja uskottavuutta. Yhteistyökumppaneilleen palvelu pystyy vastavuoroisesti tarjoamaan lisänäkyvyyttä heidän toiminnastaan, ja esimerkiksi mainostamalla yhdistyksen jäsenyyksiä ja julkaisuja, joista nämä saavat rahoitusta omalle toiminnalleen.

Internetissä toimivan palvelun luontainen markkinointikanava on internet. Internetmarkkinoinnin tavoitteena yrityksellä on pyrkiä ohjaamaan internetistä talonrakentamisesta ja talopaketeista tietoa etsiviä ihmisiä omalle verkkosivulleen. Käytännössä tämä tapahtuu parhaiten hakukoneoptimoinnilla, sekä hakukone- ja bannerimainonnalla. Hakukoneoptimointi tarkoittaa verkkosivun rakentamista niin, että hakukoneet listaavat kyseisen sivuston hakutuloksissa mahdollisimman korkealle sijalle, jotka keräävät ylivoimaisesti suurimman määrän kävijöitä. Hakukonemainonnalla taas on mahdollista saada verkkosivu näkymään hakutulosten yhteydessä maksamalla jokaisesta linkin klikkauksesta maksu, joka määräytyy paitsi itse asettamien rajojen, myös muiden mainostavien sivustojen mukaan. Hakukonemainonta tosin mahdollistaa siinä mielessä tehokkaan mainonnan, että mikäli kukaan ei klikkaa mainostasi, et myöskään joudu maksamaan siitä. (Google 2014)

Yksi tehokkaimmista keinoista lisätä palvelun näkyvyyttä alalla, sekä kuluttajien ja potentiaalisten asiakkaiden parissa, on osallistua alan messuille. Messuilla kohtaavat sekä rakentamisesta kiinnostuneet kuluttajat että alan yritykset. Tällaisessa markkinoinnin muodossa potentiaaliset asiakkaat ovat läsnä, eikä markkinointiresursseja mene näin ollen yhtä paljon hukkaan kuin perinteisessä mediassa tapahtuvassa mainonnassa. Messuille osallistuminen on yrittäjän mielestä järkevää palvelun lanseeraamisen jälkeen tunnettuuden luomiseksi sekä potentiaalisten asiakkaiden että käyttäjien parissa, joten messuille osallistumisen kustannuksia on syytä kartoittaa tässä tutkimuksessa. Seuraavassa on laskelma messuosallistumisesta aiheutuvista kuluista.

Tampereella järjestettävät Asta Rakentaja- messut ovat yksi suurimmista Suomessa järjestettävistä rakentamisen ja remontoinnin messuista. Vuonna 2012 messuilla vieraili kolmen päivän aikana yli 18 000 messuvierasta. Yrityksen käyttöön tarvitaan 9m2

kokoinen messuosasto rakenteineen. Messuosastolle tarvitaan näyttävät, huomiota herättävät somisteet sekä pöytä. Messuosaston vuokrapaikka, rekisteröintimaksu ja rakenteet maksavat yhteensä 1600€ + alv. (Tampereen Messujen www-sivut 2013)

Messuosastolle halutaan kaksi roll-up – mainostelinettä ja mainospöytä. Ne maksavat noin 250€ + alv. Lisäksi messukävijöille jaetaan palvelua esitteleviä flyereita. Niitä tilataan 1000 kpl. Hintaa flyereille kertyy noin 160€ + alv.

Yrittäjä on itse messuilla esittelemässä palveluaan, joten palkkamenoja messuista ei tule. Näin ollen messujen kokonaiskustannukseksi yritykselle muodostuu 2010€ + alv.

3.3.5 Yrittäjän eläkevakuutus

Yrittäjän eläkelain (YEL) mukaan Suomessa asuvat ansiotyötä muussa kuin työ- tai virkasuhteessa työskentelevät vastaavat omasta eläkkeestään ottamalla eläkevakuutuksen. Myös ammatinharjoittajat ja liikkeenharjoittajat kuuluvat lain piiriin. Vakuutus on otettava kuuden kuukauden kuluessa yritystoiminnan alkamisesta. Lain piiriin kuulumisen edellytyksenä on, että arvioitu työtulo on vähintään 7 430,59 euroa vuodessa, joten tutkimuksessa käsiteltävän yrityksen yrittäjä voidaan arvioida kuuluvan lain piiriin. Yrittäjien työeläkevakuuttamista valvoo Eläketurvakeskus. (Eläketurvakeskus 2014)

Vakuutuksen perustana on YEL-työtulo, joka tarkoittaa yrittäjän työpanoksen taloudellista arvoa. Vuonna 2014 vakuutusmaksu on alle 53-vuotiailta yrittäjiltä 23,3 prosenttia vahvistetusta YEL-työtulosta. YEL-vakuutusmaksu on joustava, joten vakuutusmaksua voi halutessaan korottaa tai pienentää. Aloittava yrittäjä saa vakuutusmaksuista 22 prosentin suuruisen alennuksen. YEL-vakuutusmaksu on kokonaan vähennyskelpoinen kulu verotuksessa. (Eläketurvakeskus 2014)

3.4 Alkuvaiheen rahoitus

3.4.1 Eri rahoitusvaihtoehdot

Yritystoiminnan ja palvelun käynnistäminen edellyttää heti yritystoiminnan aluksi merkittävää rahallista panostusta, kuten edellä todettiin. Yrittäjällä ei ole mahdollisuutta sijoittaa kokonaan tarvittavaa summaa omista varoistaan, joten tutkimuksessa on selvitettävä ulkopuolisen rahoituksen mahdollisuudet. Lisäksi useat eri tahot rahoittavat toimintansa alkupuolella olevia yrityksiä erilaisilla lainoilla ja avustuksilla, joten yrittäjä halusi, että yritykselle soveltuvista rahoitusmahdollisuuksista tehdään selvitys muun tutkimuksen ohessa.

Pankkilaina

Kenties luontevin ja yleisin tapa yrityksen alkuvaiheen rahoitukseen on pankkilaina. Pankkilainan ehdoista pankit sopivat aina tapauskohtaisesti asiakkaan kanssa. Pankit vaativat yleensä lainan vakuudeksi reaalivakuuksia, koska yrityksellä ei yleensä ole riittävästi varoja lainan vakuudeksi. Pankit edellyttävät yleensä noin 20 %:n omarahoitusosuutta. (Perustamisopas 2014)

Pankkien ohella myös Finnvera voi myöntää uudelle yritykselle lainaa alkuinvestointeihin. Finnvera ei kilpaile pankkien kanssa, vaan sen rooli on täydentää rahoitusmarkkinoita erilaisilla tuotteillaan. Finnvera voi toimia yrityksen ainoana rahoittajana alle 35 000 euron rahoitustarpeessa. Siinä missä pankkien lainananto perustuu pitkälti vakuuksiin, voi Finnvera myöntää lainaa suuremmalla riskillä, mikäli se arvioi yrityksen menestymismahdollisuudet riittäviksi. Finnvera voi myös toimia pankin myöntämän lainan takaajana alle 35 000 euron hankkeissa maksimissaan 60 %:n takausosuudella. (Finnvera 2014)

Luotollinen tili

Pankit voivat tarjota yrityksille luotollista tiliä, jonka voimassaoloaika voidaan sopia määräaikaiseksi tai toistaiseksi voimassa olevaksi. Luotollinen tili on tarkoitettu käyttöpääomatarpeiden rahoittamiseen, kuten esimerkiksi kausivaihteluiden tasaamiseen tai yllättävien menojen varalle. Luoton kustannukset asiakkaalle muodostuvat käytössä olevan luoton määrästä määräytyvästä korosta, asiakaskohtaisesti määriteltävästä marginaalista sekä luottorajan määrästä laskettavasta limiittiprovisiosta. Luotollisen tilin kustannuksia on siis vaikea arvioida ilman että keskustelelee asiasta luotonmyöntäjän kanssa. Luotollisen tilin vakuudeksi voi hakea Finnveran takausta. (Danske Bank 2014)

Limiitti

Limiitti on pienten investointien ja käyttöpääoman kattamiseen käytettävä rahoitusmuoto, joka joustaa kulloisenkin tarpeen mukaan. Yritys voi itse päättää mihin ja milloin limiittiä käytetään, sillä jokaisesta lainasta ei tarvitse neuvotella rahoittajan kanssa erikseen. Limiittiä voidaan käyttää limiitin rajojen mukaisesti yhdellä tai useammalla kerralla. Kun lainaa maksetaan takaisin, vapautuu limiittiä uudelleen käyttöön. (Danske Bank 2014)

Tekesin tuet

Innovaatorahoituskeskus Tekes tarjoaa rahoitusta ja asiantuntijapalveluita yrityksille, yliopistoille ja korkeakouluille, sekä tutkimuslaitoksille. Tekesin myöntämä rahoitus voi olla avustusta tai lainaa, tai näiden yhdistelmä. Tekesin avustukset edellyttävät Tekesin ehtojen noudattamista, mutta etuna on se, että avustusta ei tarvitse maksaa takaisin. Avustus tosin maksetaan jälkikäteen toteutuneiden kustannusten perusteella, joten väliaikainen rahoitus pitää hoitaa jollain muulla tavalla. Tekesin myöntämät lainat ovat vakuudettomia riskilainoja. Tekesin lainoissa laina-aika on enintään 10 vuotta, joista enintään 5 vuotta on lyhennyksettömiä. Tekesin laina voisi siis sopia yrityksen tarkoitukseen hyvin. (Tekes 2014)

ELY-keskuksen tuet

ELY-keskus, eli Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus tarjoaa yrityksille erilaisia harkinnanvaraisia rahoituksia ja avustuksia. Näistä tutkimuksessa käsiteltävän yrityksen kannalta kiinnostavin on Yrityksen kehittämisavustus. Se on valtionavustus, jota yritys voi hakea erilaisiin aineettomiin tai aineellisiin investointeihin ennen hankkeen aloittamista. Kyseessä on harkinnanvarainen avustus, jota voidaan myöntää enintään 50 %:iin investoinnin kustannuksesta. ELY-keskuksen www-sivujen tietojen perusteella yrityksen kannattaa ottaa yhteyttä ELY-keskukseen tämän tuen osalta. (ELY-keskuksen www-sivut 2014)

Starttiraha

Starttiraha on Työ- ja elinkeinotoimistojen myöntämä harkinnanvarainen tuki. Sen tarkoituksena on turvata yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen aikana, eli aikana jolloin yrityksen tuotot eivät vielä yllä riittävän korkealle tasolle. Valtio pyrkii näin edistämään uusien yritysten syntymistä ja omaehtoista työllistymistä. Starttirahaa myönnetään enintään 18 kuukaudelle. Starttirahan suuruus on harkinnan mukaan 530–860 euroa kuukaudessa. Starttirahaa myönnetään kuitenkin vain päätoimiselle yrittäjälle, joten tässä tapauksessa tuen saaminen on epätodennäköistä, koska yrittäjän tarkoitus on harjoittaa yritystoimintaa ainakin aluksi sivutoimisesti. (Uusyrittäjäkeskus 2014)

3.4.2 Pankkilainan kartoittaminen

Pankkilainan saamisen kartoittamiseksi, ja lainan korkojen selvittämiseksi yrittäjä kävi esittelemässä liikeideaansa Akaan Seudun Osuuspankin rahoituspäällikkö Jere Hakalalle. Hakalalta yrittäjä sai arvokasta tietoa lainan saamisen edellytyksistä.

Hakalan mielestä yrittäjän esittelemä liikeidea vaikutti toimivalta, ja hän rohkaisi yrittäjää tekemään liiketoimintasuunnitelman liikeideaansa jalostamiseksi. Hakalan mukaan pankki voi myöntää lainaa ilman yrittäjän omaa rahoitusosuutta, koska esitelty

yrittötoiminta olisi ainakin aluksi sivutoimista yrittäjän tehdessä kokopäivätyötä palkansaajana. Hakala kertoi, että tällaisissa tapauksissa voidaan sopia, että esimerkiksi ensimmäiset kuusi kuukautta yrittötoiminnan käynnistämisestä ovat lyhennysvapaita, koska yrityksellä ei ole vielä olemassa olevaa kassavirtaa.

Haastattelun yhteydessä tehtyä lainan arviolaskelmaa varten lainan tarpeeksi arvioitiin 15 000 euroa. Tällöin pankin perimä toimitusmaksu lainasta olisi 300 euroa, joka lisätään lainasumman päälle. Viiden vuoden laina-ajalla kuukausittaiseksi maksueräksi muodostuu 270,00 euroa, jonka lisäksi pankki perii luoton hoitokuluja 2,20 euroa kuukaudessa. Näin ollen lainan takaisinmaksuerä olisi 272,20 euroa kuukaudessa.

Hakala oli sitä mieltä, että pankki tulisi todennäköisesti lainan myöntämään, kun liiketoimintasuunnitelma saadaan valmiiksi, ja yrityksen perustaminen on ajankohtaista.

4 LIKETOIMINTASUUNNITELMA PERUSTETTAVALLE YRITYKSELLE

4.1 Mikä liiketoimintasuunnitelma on?

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan liikeidea, toiminnan tarkoitus, strategia ja markkinat. Se sisältää lisäksi laskelmat investointikustannuksista, toimintakuluista ja muista merkittävistä kustannuksista sekä kannattavuudesta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014)

Yritystä perustettaessa liiketoimintasuunnitelman laatiminen syventää yrittäjän käsitystä perustettavan yritystoiminnan menestymisen edellytyksistä ja yritystoiminnasta kokonaisuutena. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä apuväline, kun yritystoimintaa esitellään yrityksen sidosryhmille ja mahdollisille rahoittajille. Nykyisin monet rahoittajat edellyttävätkin liiketoimintasuunnitelman laatimista. (Kinkki & Isokangas 2002, 232-233)

Yrityksen perustamisvaiheessa tehdyn liiketoimintasuunnitelman ei ole tarkoitus olla kertaluontoinen yrityksen historiaan jäävä dokumentti, vaan sitä tulisi päivittää, kehittää ja kasvattaa liiketoiminnan kehittymisen myötä. Ennen kaikkea liiketoimintasuunnitelma on työkalu yrittäjälle itselleen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014)

Tässä tutkimuksessa liiketoimintasuunnitelma laaditaan yritykselle paitsi yrittäjän oman ymmärryksen parantamiseksi ja ideoiden dokumentoimiseksi, myös välineeksi esittää liikeidea ja suunnitelmat ulkoisille sidosryhmille, joista yritystoiminnan aloittamisen kannalta kriittisin on ulkopuoliset rahoittajat. Pankit ja muut rahoituslaitokset, sekä avustuksia ja tukia myöntävät tahot edellyttävät yleensä aina liiketoimintasuunnitelman esittämistä päätöksenteon tueksi.

4.2 Liikeidea

Alun perin idea tällaiseen palveluun tuli yrittäjän omista kokemuksista. Yrittäjä kartoitti talopakettimarkkinoita omaa rakennusprojektiaan silmällä pitäen. Alusta asti oli

selvää, että alalla on toimijoita ja erilaisia vaihtoehtoja todella paljon. Messuja ja alan muita tapahtumia kiertäessä toistuivat monesti samat nimet kuin lehtien mainoksissa. Kävi nopeasti selväksi, että alan suuret tekijät, markkinajohtajat, ovat läsnä joka paikassa missä uudisrakentaminen on esillä. Internetistä tietoa hakiessa vastaan tuli kuitenkin jatkuvasti uusia yhtiöitä. Hakukoneet löysivät erilaisilla hakusanayhdistelmillä aina vaan uusia yrityksiä, joiden mallistot vaihtelivat muutamasta talopaketeista aina useisiin kymmeneen malleihin.

Tietoa rakentamisesta ja talopaketeista, sekä niiden toimitussisällöistä oli tarjolla runsaasti, mutta tieto tuntui olevan hajallaan eri lähteissä. Internetissä on nykypäivänä lähes kaikki tieto saatavilla, mutta sielläkin on omat ongelmansa: näkyvyys internetissä on lähes suoraan verrannollinen näkyvyyden lisäämiseen käytettyyn rahamäärään, ja tiedon riippumattomuus on kyseenalaista, kun lähteitä ei tunneta. Lisäksi tiedonhankkijaa saattaa kohdata kaiken tiedon ja markkinarummutuksen jälkeen tietöähky. Uuden tiedon omaksuminen ennestään mahdollisesti täysin vieraasta asiasta yhdistettynä eri toimittajien sanomiin, joissa jokainen mainostaa omaa ratkaisuaan parhaana valintana, saattaa hyvin aiheuttaa kuluttajalle päänsärkyä ja vähintäänkin valinnanvaikeutta.

Internetissä on muutamia sivustoja, joissa on listattuna talopakettivalmistajia. Näiden sivujen toteutukset ovat hyvin vaihtelevia, ja tiedon ajantasaisuus vaihtelee melkoisesti. Sivustoilta löytyy paljon linkkejä talonvalmistajien sivuille, joita ei enää ole. Näiden linkkien määrä kertoo jotain rakennusalan vaikeuksista taloudellisen taantumman aikana. Muutama säännöllisesti päivitetty sivusto kuitenkin on, joita rakentaja voi hyödyntää tehdessään valintoja eri toimittajien välillä. Näillä sivuilla on listattu eri toimittajien malleja sekä niiden toimitussisältöjä. Ensimmäistä kertaa rakentaville edes toimitussisällöt eivät välttämättä aukea riittävästi, joten tietoa rakennusprosessista ja eri vaihtoehdoista on haettava jostain toisesta lähteestä. Näillä sinänsä hyvän idean sisältävillä sivuilla tulee nopeasti vastaan se, että täydentävää tietoa on haettava muualta.

Otetaan esimerkkinä kuvitteellinen tapaus, jossa perhe suunnittelee uuden omakotitalon rakentamista. Heillä ei ole aiempaa kokemusta rakentamisesta. Perheen vanhem-

mat käyvät kumpikin kokopäivätoissa, joten aikaa rakentamisen ei juuri ole. He toivovat löytävänsä itselleen sopivan talon sekä pihapiiriin ulkorakennuksen, jossa on autotalli ja pieni varasto. Perhe etsii internetistä ja alan tapahtumista tietoa eri mahdollisuuksista. Pitkän etsimisen jälkeen he löytävät erään valmistajan nettisivuilta kiinnostavan näköisen talon, jonka pohjapiirustus vastaa heidän tarpeitaan. Kyseinen valmistaja toimittaa ainoastaan talopakettiin vaadittavat materiaalit, kaikki työ on hankittava joltain muuta kautta. Heidän valikoimissaan on pelkkiä talomalleja, ei autotalleja. Perhe on selvinyt yhdestä valinnasta, mutta edessä on paljon selvitettävää ennen kuin talo on asuttavissa. Autotalli on löydettävä joltain muulta valmistajalta. Sen lisäksi perheen on ensin selvitettävä mitä kaikkea rakennusprojektissa on huomioitava. Talopakettin pystyttävä yritys on löydettävä, mutta sen lisäksi tarvitaan esimerkiksi sähkö- ja lvi-suunnittelija, sähkö- ja putkityöt hoitava yritys, maanrakennusyritys, työmaan johto- ja ohjaustehtävät hoitava henkilö, kaikki tarvittavat luvat ja niin edelleen. Myös lämmitystavan valintaan ja toteuttamiseen tarvitaan usein ulkopuolista apua. Tarpeita vastaavan talopakettin löytäminen ratkaisisi yhden ongelman, mutta selvitettäviä asioita riittää. Valitettavasti Suomessa ei tällä hetkellä ole yhtään omakotitalorakennuttajaa kokonaisvaltaisesti palvelevaa nettisivustoa. Rakentamistietoa on tarjolla runsaasti, mutta kootusti tietoa ei tahdo löytyä.

Yrittäjä törmäsi oman rakennusprojektinsa kanssa tähän samaan ongelmaan. Tiedonjanoinen kuluttaja saattaa löytää kaiken haluamansa netin syövereistä ja eri toimijoiden kanssa asioimalla. Tämä kaikki voisi kuitenkin olla paljon helpompaa, mikäli yhdeltä ainoalta sivustolta löytyisi eri toimittajien ratkaisuja eri rakennustyyppien osalta. Miksei samalla sivulla voisi olla työn lisäksi löydettävissä myös työn tekijä?

Alkuperäinen idea oli tuottaa olemassa olevia palveluja paremmin toteutettu ja kattavampi kokonaisuus Suomessa toimivista talopakettivalmistajista ja niiden tuotteista, sekä nostaa esiin taloalvalmistajien taloesittelyt paremmin kuluttajien tietoisuuteen.

Idean jalostuessa yrittäjä päätti laajentaa sisältöä ottamalla mukaan omakotitalojen ohella myös vapaa-ajanasunnot, autotallit ja -katokset, saunarakennukset sekä ulkorakennukset. Myöhemmin hän huomasi, että samoilla valmistajilla on myös muita tuotteita, joita olemassa olevat palvelut eivät noteeraa: paritalot ja rivitalot. Lisäksi palveluun voisi hyvin ottaa mukaan talotoimittajat, jotka ovat erikoistuneet yksilöllisiin ta-

loihin pakettiratkaisujen sijaan. Kuten edellä mainitussa esimerkissä mainittiin, talonrakennuksessa on mukana useita eri alojen yrityksiä, joiden hankkiminen on monesti rakennuttajan vastuulla. Näiden vertaileminen ja tarjouspyyntöjen jättäminen on työlästä ja aikaa vievää. Sen takia yrittäjällä heräsi ajatus myös palveluntuottajien sisällyttämisestä kehitteillä olevaan palveluun.

Yrittäjällä itsellään ei ole rakennusalan koulutusta, eikä vankkaa kokemusta rakentamisesta. Palveluun on kuitenkin tarkoitus sisällyttää tietoa rakentamisesta, joten tätä on kaavailtu mahdolliseksi yhteistyöksi rakennusalan tietoa tuottavien yritysten kanssa. Suomessa on useampi rakennusalan tietoa kuluttajille tuottava yritys, joten yrittäjä uskoo jonkun olevan halukas yhteistyöhön. Tavoitteena on molempia osapuolia hyödyttävä kumppanuus. Tämä palvelu saisi ilman rahallisia kustannuksia lisäarvoa palveluunsa, tietoa tuottava yritys taas saisi ilmaista mainosta omaan toimintaansa tässä palvelussa olevien mainosten ja linkkien myötä.

4.3 Tuotteet ja palvelut

Perustettavalla yrityksellä on tutkimusta tehdessä suunnitteilla kuluttajille suunnattu internetissä toimiva palvelu, jonka varsinaisia asiakkaita ovat palvelussa omia tuotteitaan ja palveluitaan esittelevät yritykset. Palvelu koostuu useasta eri osa-alueesta, jotka kaikki liittyvät kiinteästi pakettirakentamiseen.

Palvelussa varsinaisia yksittäisiä tuotteita ovat talopakettien esittely, talonäytökset ja muut tapahtumat, sekä mahdollisesti rakentajille suunnatut palvelut. Talopakettien esittelyssä palvelu tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden tutustua eri talovalmistajiin ja niiden mallistoihin. Käyttäjän on mahdollista listata ja vertailla eri valmistajien talopaketteja, mikä helpottaa tiedon löytämistä urakassa, joka monilla on elämän suurin investointi. Palvelussa on myös listattuna mukana olevien yritysten järjestämät tapahtumat. Näitä ovat esimerkiksi ympäri Suomea pidettävät talonäytökset, yritysten teemapäivät, messuosallistumiset ja niin edelleen. Myös messu- ja muilla alan tapahtumajärjestäjillä on mahdollisuus saada palvelun kautta lisänäkyvyyttä tapahtumalleen. Palvelussa käyttäjä voi etsiä oman alueensa tapahtumia, ja halutessaan tilata tiedot tulevista tapahtumista suoraan sähköpostiin. Tämä helpottaa käyttäjiä merkittävästi, sillä

tähän asti kuvatun laista palvelua ei ole ollut Suomessa tarjolla. Ainoa vaihtoehto on ollut tilata yksittäisiltä valmistajilta heidän omat uutiskirjeensä, mikä tarkoittaa pahimmillaan kuukausitasolla kymmeniä eri sähköposteja.

Talopakettien ja tapahtumien lisäksi palveluun tulee mukaan muut rakennukset, kuten vapaa-ajanasunnot, saunat, autotallit ja piharakennukset. Myös näiden osalta yrittäjä on harkinnut palveluun vertailumahdollisuutta, koska kokee sellaiselle olevan tarvetta.

Mikäli yrittäjä päättää tulevaisuudessa perustaa yrityksen ja tässä tutkimuksessa käsitellyn internetpalvelun, ja se osoittautuu taloudellisesti kannattavaksi, on hän kaavailut rakennusalan ja siihen liittyvien palveluntuottajien lisäämistä osaksi kokonaisuutta. Näin ollen käyttäjällä olisi mahdollisuus löytää esimerkiksi talopakettilleen sen pystytävä rakennusliike, maanrakennusurakoitsija, valvoja, eri lämmitystapoja tarjoavia yrityksiä, suunnittelijoita ja niin edelleen.

Mikäli palvelu herättää markkinoilla ja kuluttajien parissa mielenkiintoa, on syytä harkita keskustelupalstan lisäämistä sivuille. Näin ollen palvelun käyttäjä voisi lukea muiden samassa tilanteessa olevien ihmisten mielipiteitä, kokemuksia ja suosituksia, tai vaikkapa vaan löytää virtuaalista vertaistukea tiukan paikan tullen.

4.4 Ansaintamalli

Alusta asti on ollut selvää, että palvelun tulee olla käyttäjille eli kuluttajille ilmainen. Tätä tukee myös alan yleinen trendi, käytännössä kaikki palvelut ovat kuluttajille ilmaisia. Palvelu tulee siis olemaan maksullinen siihen mukaan haluaville yrityksille. Hinnoittelua on kaavailtu joustavaksi sisällön mukaan: mikäli yrityksellä on paljon erilaisia tuotteita erilaisine toimitussisältöineen, aiheuttaa se palveluntuottajalle enemmän työtä. Tästä johtuen hinnoittelu on joustavaa. Hinnoittelu myös rakennetaan tukemaan erilaisten tuotteiden sisällyttämistä palveluun: talopaketteja valmistavan yrityksen halutaan sisällyttävän palveluun myös vapaa-ajanasunto- ja autotallimallistonsa, joten se maksaa niistä suhteellisesti vähemmän kuin pelkkiin vapaa-ajanasuntoihin erikoistunut yritys.

Yrittäjällä on tarkoitus hinnoitella palvelu niin, että asiakkaat sitoutuvat palveluun kiinteällä vuosimaksulla. Vuoden mittaisen sopimuskauden aikana sovittuihin hintoihin ei kosketa. Ajatuksena on sisällyttää mahdolliset muutokset sopimuskauden alussa oleviin malleihin niin, ettei muutoksista aiheutuvia kustannuksia peritä asiakkailta. Tämä paitsi selkeyttää hinnoittelua, myös rohkaisee talovalmistajia ylläpitämään palvelussa olevia tietoja ajantasaisina. Ainakin yksi nykyisistä palveluista laskuttaa asiakkaitaan kaikista muutoksista, mikä tuo nyt suunnitellulle palvelulle kilpailuetua. Asiakkaan lanseeratessa kokonaan uusia malleja ja toimitussisältöjä mahdollisista lisäkustannuksista voidaan neuvotella tapauskohtaisesti. Tämä noudattaa muutenkin yrittäjän kaavailemaa hinnoittelua, joka on joustavaa perinteiseen listahinnastoon verrattuna.

Tutustumalla olemassa olevien palvelujen hinnoitteluihin, yrittäjällä on ollut mahdollisuus alusta alkaen miettiä oman palvelunsa hinnoittelua markkinoilla totuttuihin hintoihin nähden. Talovalmistajilta saadun palautteen mukaan hinnoittelun tulisi yleisesti ottaen olla edullisempaa kuin tähän asti markkinoilla olleiden kilpailijoiden vastaavat hinnat. Toisaalta kilpailijoita merkittävästi halvempi hinnoittelu saattaa johtaa siihen, että asiakkaat kokevat saavansa suuremmalla panostuksellaan kilpailijoilta jotain enemmän. Liian alhaista hintamielikuvaa ei siis tule luoda.

Uuden tuotteen tai palvelun hinnoittelu on vaikeaa, mutta toisaalta taas yrityksen tuoksenteon kannalta kriittinen tekijä. Liian korkea hinta saattaa karkottaa potentiaaliset asiakkaat, kun taas turhan matala hinta polkee tuottoa alas. Tässä tapauksessa palvelun hinnoittelua vaikeuttaa entisestään se, että tuotantokustannuksia ei käytännössä sivuston teettämisen jälkeen ole, eikä tehdyn työn määrää tarvitse laskea tuntihinnoitteluna, koska yrittäjä ei ainakaan alkuvaiheessa nosta yrityksestä palkkaa. Yrittäjä on koittanut hahmotella mielessään sopivaa hintatasoa yrittäen arvioida hinnanmuutoksen vaikutusta asiakasmäärään. Tämä tietenkin on vain olettamusta, eikä palvelun hinnoittelun vaikutusta asiakasmäärään voi uskottavasti mitata kuin jälkikäteen tarkastelemalla. Palvelun käynnistämisen vaiheessa palvelu on tuntematon sekä talovalmistajille että kulluttajille. Asiakkaiden houkuttelevuus mukaan palveluun voi tässä vaiheessa olla vaikeaa, sillä palveluntuottajalla ei ole osoittaa minkäänlaista toteutuvaa kävijämäärää. Toisaalta uusi alku tarkoittaa myös uutta mahdollisuutta. Yrittäjällä on mahdollisuus paitsi ottaa oppia aikaisemmin hyviksi todetuista toteutuksista ja toiminnallisuuksista,

myös esittää mahdollisille asiakkaille täysin uusia lähestymistapoja ja huomioida asiakkaiden toiveita jo palvelun toteuttamisvaiheessa. Tämän takia yrittäjä lähestyikin useita talovalmistajia tutkimuksen yhteydessä selvittääkseen heidän kokemuksiensa olemassa olevista palveluista, ja kuunnellakseen heidän mahdollisia toiveitaan ja kehitysehdotuksiaan uutta palvelua silmälläpitäen.

Myöhemmässä vaiheessa palvelun onnistuneen lanseeraamisen jälkeen hintoja on mahdollista tarkistaa aina sopimuskauden päättyessä. Tämä mahdollistaa hintojen tarkastuksen molempiin suuntiin riippuen siitä, miten tyytyväinen asiakas on ollut palvelusta saamaansa hyötyyn. Etenkin suurimmat valtakunnallisesti toimivat talovalmistajat panostavat markkinointiin sellaisia summia, että mikäli ne kokevat tällaisen palvelun omaa markkinointia ja liiketoimintaa hyödyttäväksi, ovat ne varmasti valmiit myös maksamaan palvelusta entistä enemmän.

Mallistojen lisäksi palvelun asiakkailta on mahdollisuus markkinoida palvelun kautta omia tapahtumiaan, kuten talonäytöksiä. Talovalmistajat ilmoittavat yleensä näistä alueellisissa sanomalehdissä ja omilla kotisivuillaan. Näytöksistä ja tapahtumista tietoa haluavan kuluttajan täytyy siis aktiivisesti seurata eri medioita pysyäkseen tietoisena eri valmistajien tapahtumista. Käyttäjän kannalta olisi parempi, mikäli hän saisi automaattisesti ja kootusti tiedon valitsemansa alueen tapahtumista. Sanomalehti-ilmoittelu on varsin kallista, ja iso osa mainoksen näkevistä lukijoista ei ole potentiaalisia asiakkaita. Tämän takia tapahtumat yhteen kokoava palvelu olisi yrityksille kustannustehokasta mainontaa, koska mainonta kohdistuisi suoraan asiasta kiinnostuneille ihmisille. Mikäli yrittäjä saa palveluun mukaan alan markkinoita hallitsevia suuria yrityksiä, voi yksittäisen tapahtuman ilmoituksen hinnan pitää matalana tapahtumien suuren määrän vuoksi.

Yrityksen pääasiallisten tuotteiden ohelle yrittäjä on miettinyt muitakin tapoja tulojen kerryttämiseen. Yksinkertainen ja yleinen tapa on lisätä sivustolle niin kutsuttuja bannereita, eli internet-sivuilla olevia pieniä mainoksia. Bannereita käytetään hyvin yleisesti kaiken tyyppisillä sivuilla. Bannereiden hinnoittelu voi olla määritelty esimerkiksi näyttökertojen tai näyttöpäivien mukaan. Bannerit ovat helppo tapa saada lisätuloa nettisivuista.

4.5 Markkinat ja kilpailija-analyysi

Yrittäjällä tarve palvelun kehittämiseksi heräsi käytännön kokemusten kautta. Etsiesään itselleen sopivaa talopakettia yrittäjä huomasi, että talopaketteja yhteen kerääviä sivustoja oli olemassa. Monet niistä olivat kuitenkin kiireellä tehtyjä, ja osaa ei ollut päivitetty pitkään aikaan. Kun tällaisia palveluita alkoi internetistä etsimään, paljastui että varsinaiseen talopakettien esittelyyn ja vertailuun on panostanut kaksi eri palvelua. Tässä vaiheessa on syytä korostaa, että vaikka yrittäjä oli jo pidemmän aikaa katsellut talopaketteja ja kiertänyt alan tapahtumia, niin hän ei ollut kuullut kummastakaan näistä palveluista mitään.

Ensimmäinen näistä palveluista on erikoistunut nimenomaan omakotitalopaketteihin. Sivustolla on mahdollista hakea tietynlaista omakotitaloa useilla eri kriteereillä esimerkiksi hinnan tai eri huoneiden lukumäärän mukaan. Lisäksi palvelussa on listattu valtakunnallisesti palvelussa mukana olevien talovalmistajien taloesittelyjä. Palvelussa oli tarkasteluhetkellä 28 talovalmistajaa. Palvelu on toiminut vuodesta 2010. Palvelun hinnoittelu on nähtävissä sivustolla. Palvelun aloituspakettia uudelle mukaan tulevalle yritykselle myydään joko puolen vuoden tai vuoden pakettina. Hintoihin sisältyy aina rajattu määrä talomalleja ja toimitussisältöjä. Aloituspaketin jälkeen palveluun sitoudutaan vuoden mittaisella jäsenyydellä jonka hinta on aina sama riippumatta talomallien tai toimitussisältöjen lukumäärästä. Lisäksi palvelussa on hinnoiteltuna erikseen esimerkiksi päivitystyö ja kuvien käsittely. Hinnasto on hyvin läpinäkyvä, joten sen perusteella talovalmistajien lienee melko helppoa arvioida palvelun kustannukset. (Talovertailun www-sivut 2014)

Toinen esille nostettavista palveluista on yksi Suomen suurimmista internetissä toimivista kiinteistöjen markkinapaikoista. Tämän sivuston kerää yhteen merkittävän määrän kiinteistövälitykseen erikoistuneita yrityksiä. Ideana on, että palvelun käyttäjä näkee yhdestä paikasta mahdollisimman kattavasti haluamiaan myynnissä olevia kohteita. Sivustolla pystyy myös etsimään halutun laista talopakettia, tosin hakukriteereitä on vähemmän kuin ensin kuvatussa palvelussa. Tässä palvelussa talovalmistajia oli tarkasteluhetkellä mukana 36. Tässä palvelussa mielenkiintoista on sen hinnoittelu. Sivustolle saa talopaketteja esittelyyn ilmaiseksi talomallien lukumäärästä riippu-

matta. Maksamalla kuukausittaisen maksun talovalmistaja saa palvelussa lähinnä parempaa näkyvyyttä. Tämän maksullisen lisäpalvelun oli tarkasteluhetkellä ottanut vain muutama talovalmistaja. Talopakettien hakupalvelu on tässä palvelussa vain muuta palvelukokonaisuutta täydentävä osio, jolla palvelun tuottaja ei tee merkittävää tuottoa. Valtaosa palvelun tuotosta näyttää tulevan maksullisista asuntojen myynti-ilmoituksista ja ennen kaikkea sivustolla olevista mainoksista. Sivusto on yksi Suomen vierailuimpia internetsivuja, joten sen sivujen näyttömäärät ovat todella suuret. Näyttöperusteinen hinnoittelu sivuilla takaa siis suuret mainostulot, jotka mahdollistavat talopakettiosion tyyliiset vähemmän tuottavat oheispalvelut, joilla sivustolle saadaan merkittävästi lisää sisältöä. (Etuoven www-sivut 2014)

Kahdella edellä mainitulla palvelulla ei ole mukana rakennuspalveluja tai muita rakentajille suunnattuja pakettirakentamisessa vaadittavia palveluntuottajia, joten yrittäjä kokee oman liikeideansa mukaisen palvelun olevan merkittävästi kilpailijoita monipuolisempi ja käyttäjiä kokonaisvaltaisemmin palveleva.

Kummatkin edellä mainitut merkittävät kilpailijat ovat rakentaneet yrityksille myytävät palvelupakettinsa varsin suoraviivaisiksi, mutta samalla niistä näyttää puuttuvan asiakkaan mahdollinen vaikuttamisen halu, ja ne mahdollistavat vain yhden tuoteryhmän sisällyttämisen palveluun. Yrittäjän mielestä palvelu tukisi paremmin asiakkaiden liiketoimintaa, mikäli tällaiseen palveluun olisi mahdollista sisällyttää muutkin asiakasyrityksen tuotteet ja palvelut, ja samalla mahdollistaa asiakkaiden persoonallisemat viestit palvelun käyttäjille. Näin palvelusta voisi rakentaa enemmän asiakkaiden erilaisuuksia esiin tuovan, ja eri palveluita ja tuotteita sisältävän joustavan kokonaisuuden, mikä tukisi joustavaa hinnoittelumallia kaiken kokoisten asiakkaiden mukaan saamiseksi. Tämä taas mahdollistaisi palvelulle laajemman käyttäjäkunnan, ja sitä kautta laajemmat markkinat.

4.6 Käytännön järjestelyt

Yrittäjällä ei ole entuudestaan yritystä, joten ennen palvelun käynnistämistä on luonnollisesti perustettava yritys liiketoiminnan harjoittamista varten. Tässä tutkimuksessa

tehdään pohjatyötä yrityksen perustamista ja toiminnan alkuvaihetta varten, mutta yritys perustetaan vasta lopullisten tutkimustulosten selvittyä. Tämä liiketoimintasuunnitelma on syntynyt osana opinnäytetyötä.

Tässä tutkimuksessa kuvattu yritystoiminta ei ole luvanvaraista, joten ilmoitus yrityksen perustamisesta Yritys- ja yhteisötietojärjestelmään riittää. Tämä ilmoitus menee myös kaupparekisteriin ja Verohallintoon.

Perustettavan yrityksen yritysmuodoksi on valittu yksityinen elinkeinonharjoittaja. Tämä yritysmuoto on yrityksen perustamisen kannalta yksi helpommista, sillä yksityisen elinkeinonharjoittajan ei tarvitse välittää ennen yritystoiminnan käynnistämistä osakepääoman maksusta, perustamissopimuksesta eikä yhtiöjärjestyksestä, toisin kuin osakeyhtiön. Yrittäjä toimii ammatinharjoittajana, joten yritys voi pitää yhdenkertaista kirjanpitoa. Yrittäjä on päättänyt hoitaa kirjanpitonsa itse, joten perustamisvaiheessa siitä ei synny merkittävää työtä.

Yritys ei tule alkuvaiheessa tarvitsemaan ulkopuolista toimisto- tai liiketilaa, vaan yrittäjä harjoittaa liiketoimintaa omasta asunnostaan käsin. Näin ollen vuokrasopimuksia ei tarvitse tehdä perustamisvaiheessa.

4.7 Rahoituslaskelmat

Yritys tarvitsee rahoitusta perustamisvaiheen menoihin, ja ennen kaikkea tuotteensa, eli verkkosivuston hankintaan. Rahoituslaskelmaa varten tutkimuksessa selvitettiin mihin kuluihin yrityksen tulee varautua ensimmäisten toimintakuukausien aikana, jolloin tulovirtaa ei vielä juurikaan ole. Rahoituslaskelmassa käyttöpääoman tarkastelujaksoksi on valittu kuusi kuukautta, koska pankissa käydyn haastattelun perusteella yrittäjä arvio lainanmaksun alkavan vasta kuuden kuukauden kuluttua yritystoiminnan aloittamisesta. Tarkempi rahan tarpeen erittely on kappaleessa 3. Rahan lähteet rahoituslaskelmaa varten selviävät vasta tutkimuksen jälkeen, kun yrittäjä esittelee liiketoimintasuunnitelman mahdollisille ulkopuolisille rahoittajille.

Taulukko 2. Rahoituslaskelma perustettavalle yritykselle.

INVESTOINNIT

Aineettomat hyödykkeet	perustamismenot	168,70
	verkkosivusto	10000,00
Koneet ja kalusto	atk	600,00
Käyttöpääoma (6 kk)	mainonta	1800,00
	laitekulut	450,00
	puhelinkulut	180,00
	muut kulut	180,00
RAHAN TARVE YHTEENSÄ		13378,70

RAHAN LÄHTEET

Oma pääoma	omat rahasijoitukset
Lainapääoma	pankkilaina
RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ	

4.8 Kannattavuuslaskelmat

Kannattavuuslaskelmassa on laskettu kuukausittaiset ja vuosittaiset toiminnasta aiheutuvat kulut, jotta saadaan selville laskutustavoite näille ajanjaksoille. Tässä kannattavuuslaskelmassa yrityksen tavoitetulokseksi on määritetty plus miinus nolla, koska yrittäjä pyrkii ensimmäisenä toimintavuotena nollatulokseen. Seuraavina toimintavuosina yrittäjä määrittelee tulostavoitteen ja kulut uudestaan tähän kannattavuuslaskelmaan.

Taulukko 3. Kannattavuuslaskelma perustettavalle yritykselle.

	kuukaudessa	vuodessa
Tulostavoite	0	0
Kulut		
Lainojen lyhennykset ja korot	272,20	3266,40
Puhelin	30,00	360,00
Toimistokulut	30,00	360,00
Kirjanpito	30,00	360,00
Markkinointi	300,00	3600,00
Yrittäjän eläkevakuutus		
Laskutustavoite	662,20	7946,40

4.9 Liikeidean arviointi

4.9.1 SWOT-analyysi

Yritystoiminta käynnistetään yleensä kun yrittäjällä on mielestään hyvä liikeidea, jonka tuottoon hän itse uskoo. Yritystoimintaa suunniteltaessa yrittäjän on syytä punaroida omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan mahdollista yrittäjyyttä ja liiketoimintaa silmälläpitäen.

SWOT-analyysi on yleisesti käytetty ja yksinkertainen analysointimenetelmä, joka kertoo liikeidean, yrittäjän ja yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Taulukossa vasemmalla puolella ovat positiiviset asiat, ja oikealla puolella negatiiviset asiat. Taulukon yläosassa ovat yrityksen sisäiset, nykytilaa kuvaavat asiat, ja alapuolella ulkoiset ja tulevaisuutta koskevat asiat. (Perustamisopas 2014)

Taulukko 4. SWOT-analyysi perustettavalle yritykselle

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pienet toimintakustannukset • Pääsee rakentamaan alusta asti • Voi ottaa opiksi muista palveluista • Hinnoittelu voidaan luoda joustavaksi 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ei aikaisempaa yrittäjäkokemusta • Tekninen toteutus täytyy ostaa • Osa-aikaisen yrittäjän rajalliset resurssit • Vähäinen markkinointikokemus
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uusi toimija, ei ennakkoluuloja • Ei vastaavia palvelukokonaisuuksia • Palveluvalikoiman monipuolistamisen mahdollisuudet 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tunnettuuden luominen pienellä budjetilla • Lähtekö riittävän moni yritys mukaan • Markkinoinnin onnistuminen • Yleinen heikko taloudellinen tilanne

4.9.2 Talovalmistajat

Talovalmistajat tulevat olemaan yksi kriittisimmistä yrityksen asiakasryhmistä, eli niistä tahoista jotka ovat yrityksen pääasialliset tulonlähteet. Palvelun idean ulkopuolista arviointia varten yrittäjä otti sähköpostilla yhteyttä talovalmistajiin kertoen heille suunnitteilla olevasta palvelusta ja sen sisällöstä. Yrittäjä päätti lähettää sähköpostilla kysymyslomakkeen noin 30 talovalmistajalle. Joukkoon valittiin sekä suuria, vastaavissa internetpalveluissa mukana olevia yrityksiä, että pienempiä vähäisellä internetnäkyvyydellä olevia yrityksiä. Kyselyn avulla haluttiin saada mahdollisimman kattava kuva alan erilaisten toimijoiden mielipiteistä ja suhtautumisesta tällaisiin palveluihin. Yrityksiltä kysyttiin heidän kokemuksiaan vastaavanlaisista palveluista, mahdollisia parannusehdotuksia olemassa oleviin palveluihin nähden, sekä heidän mielipiteitään tällaisen palvelun tarpeellisuudesta. Kysymyslomake on liitteessä 2.

Yleinen mielipide talovalmistajien osalta oli, että tällaiselle palvelulle on ehdottomasti tarvetta. Yritysten mielikuvan mukaan heidän asiakkaansa kokevat tällaiset palvelut hyödyllisinä, ja pitävät niistä, mistä johtuen myös talovalmistajat pitävät niistä. Monet talovalmistajat panostavat markkinointiin rahallisesti paljon, joten osa yrityksistä koki esitellyn palvelun yhtenä lisäkeinona saada näkyvyyttä kuluttajien parissa.

Vastauksista oli myös helppo vetää johtopäätös siitä, että erottuakseen kilpailijoistaan esitellyn palvelun tulisi tarjota käyttäjilleen jotain sellaista, mitä muut palvelut eivät tarjoa. Tämän yrittäjä on huomionnut suunnitelmissaan alusta alkaen, sillä tarkoitus ei ole kopioida olemassa olevia palveluita, vaan luoda markkinoille parempi, entistä kattavampi ja monipuolisempi palvelu.

Yrittäjä sai talovalmistajilta myös yksittäisiä palautteita, joita ei kannata yleistää alan yleiseksi mielipiteeksi, mutta jotka yrittäjä koki selkeästi huomioitavina tulevaa palvelua suunnitellessa. Tällaisia olivat mm.

- eri materiaaliratkaisujen ja toimitussisältöjen vertailtavuuden haastavuus
- hinnoittelun tulee olla kilpailijoita alhaisempi tai ilmainen talovalmistajille
- talovalmistaja kaipaa näiden palveluiden tuottajilta markkinointia
- idea on helppo kopioida
- tiedon tulee olla puolueetonta
- yrityksellä ei ole tietoa näiden palvelujen kävijämääristä
- tietojen päivittäminen on työlästä talovalmistajille

Talovalmistajilta kyselyllä saadun palautteen perusteella voidaan todeta, että potentiaalisten asiakasyritysten mielestä markkinoilla on tilaa uudelle palvelulle, mikäli se palvelee sivuston käyttäjiä olemassa olevia palveluita selkeästi paremmin, ja antaa asiakkaiden rahalle parempaa vastinetta.

4.9.3 Tampereen seudun uusyrityskeskus

Yrityksen perustamiseen liittyvien asioiden selvittämiseksi ja liikeidean ulkopuolisen arvioinnin saamiseksi yrittäjä otti yhteyttä Tampereen Seudun Uusyrityskeskus ry Ensimetriin. Ensimetrin tarkoitus on tukea alueen elinkeinoelämän kehittymisen yleisiä

edellytyksiä ja edistää uuden yritystoiminnan syntymistä. Yhdistys tarjoaa maksuttomia palveluita yrityksille ja yritystoimintaa suunnitteleville tahoille. (Tampereen seudun uusyrityskeskukseen [www-sivut](#) 2014)

Yrittäjä kävi Ensimetrissä tapaamassa yritysneuvoja Juha Tanneria, ja sai häneltä arvokasta lisätietoa yrityksen perustamisesta ja liikeidean jalostamisesta.

Haastattelija halusi myös kuulla yritysneuvojan mielipiteen palvelun hinnoittelusta suhteessa kilpailijoihin. Tannerin mielestä kilpailijoita selkeästi edullisempi hinnoittelu ei välttämättä ole hyvä ratkaisu, vaikka se ensin siltä saattaisi tuntua. Palvelun maksuja ei kannata hinnoitella liian alas, jotta palvelusta ei muodostu mahdollisille asiakkaille alhaisen hinnan takia sellaista mielikuvaa, että palvelu olisi jollain tapaa kilpailijoita huonompi.

Palvelun mahdollisiin menestymismahdollisuuksiin Tanner ei juurikaan ottanut kantaa, mutta totesi asiakaskunnan panostavan huomattavan paljon rahaa markkinointiin, joten jos palvelu pääsee edes osittain jaolle tuohon kokonaismarkkinointisummaan, saattaa se tarkoittaa taloudellista menestymistä.

5 YHTEENVETO

5.1 Tutkimustulokset

Tutkimuksen ansiosta perustettava yritys sai käyttöönsä valmiin liiketoimintasuunnitelman, jossa on esitetty liikeidea ja yrityksen tuottamat palvelut. Liiketoimintasuunnitelmasta käy lisäksi selväksi internetpalvelun ansaintalogiikka. Näillä tiedoilla palvelua on helppo lähteä esittelemään yrityksen ulkopuolisille tahoille. Liiketoimintasuunnitelmassa on lisäksi rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat, joista erityisesti yrityksen mahdolliset ulkopuoliset rahoittajat ovat erityisen kiinnostuneita. Laskelmien avulla yrittäjän on helppo esittää rahoittajille palvelun taloudelliset edellytykset, ja niiden pohjalta laskea palvelun tuottomahdollisuuksia. Yrittäjälle itselleen laskelmat tuovat helpotusta budjetin seurantaan.

Liiketoimintasuunnitelman lisäksi tutkimuksessa tuotettiin yritykselle tärkeää tietoa eri rahoitusvaihtoehdoista, yksityisen elinkeinonharjoittajan verotuksesta, sekä lakisääteisistä toiminnoista, kuten ennakoperintärekisteristä ja yrittäjän eläkevakuutuksesta. Yrittäjän kannalta on tärkeää, että hankittu tieto on dokumentoitu, joten se on käytössä myöhempääkin tarvetta varten.

Vaikka tässä tutkimuksessa käsiteltiin aihetta yhden liiketoimintamallin ja yrityksen näkökulmasta, voi tutkimuksesta olla hyötyä myös monelle muulle yrityksen perustamista suunnittelevalle henkilölle.

5.2 Johtopäätökset

Opinnäytetyöstä yritys saa arvokasta tietoa liiketoiminnan käynnistämisen ja yrityksen perustamisen eri osatekijöistä. Sivutoiminen yrittäjäyys on tutkimustulosten perusteella yrittäjälle sopiva tapa edetä palvelun toteuttamisessa.

Tutkimuksessa kartoitettiin yrityksen alkutaipaleen kustannuksia. Kustannukset osoit-tautuivat suuruudeltaan yrittäjän kannalta sellaisiksi, että yrityksellä on hyvät mahdol-lisuudet saada palvelusta kannattava. Laskelmien ja liiketoimintasuunnitelman avulla yrittäjä voi esitellä suunnitelmansa mahdollisille rahoittajille.

Yrittäjä sai tutkimuksesta todella tärkeää tietoa ja mielipiteitä myös liikeidean arvion-tiin. Talonrakennusalan yrityksille tehty haastattelu antoi yrittäjälle vinkkejä potenti-aalisten asiakkaiden näkökulmasta. Lisäksi Tampereen seudun uusyrityskeskuksen yritysneuvoja antoi parannusehdotuksia, ja hyviä eväitä palvelun jatkojalostukseen. Haastattelujen perusteella yrittäjä voi tehdä omat johtopäätöksensä yrityksen perusta-misesta.

LÄHTEET

- Danske Bankin www-sivut. 2014. Viitattu 4.2.2014. www.danskebank.fi
- ELY-keskuksen www-sivut. 2014. Viitattu 12.4.2014. www.ely-keskus.fi
- Eläketurvakeskuksen www-sivut. 2014. Viitattu 19.4.2014. www.etk.fi
- Etuoven www-sivut. 2013. Viitattu 21.9.2013. www.etuovi.com
- Finnveran www-sivut. 2014. Viitattu 4.2.2014. www.finnvera.fi
- Google. 2014. Viitattu 10.4.2014. www.google.fi
- Holm, K. <klaus.holm@poutapilvi.fi> Henkilökohtainen sähköpostiviesti 1.11.2013.
- Holopainen, T. & Levonen, A-L. 2008. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen, 14. uud. p. Helsinki: Edita Publishing.
- Kinkki, S. & Isokangas, J. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Vantaa: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Pakkala, N. <myynti@netvisor.fi> Henkilökohtainen sähköpostiviesti 15.11.2013.
- Patentti- ja rekisterihallituksen www-sivut. 2014. Viitattu 8.2.2014. www.prh.fi
- Perustamisopas 2014. 2014. Helsinki: Suomen uusyrityskeskukset. Viitattu 4.2.2014. http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2014_web.pdf
- Pienrakentamisen markkinakatsaus 3 / 2013. Rakennustutkimus RTS. Viitattu 2.2.2014. http://www.suomirakentaa.fi/images/stories/raportit/Pienrakentamisen_markkinakatsaus_3_2013.pdf
- Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5. uud. p. Helsinki: Edita Publishing
- Suomen uusyrityskeskusten www-sivut. 2014. Viitattu 11.2.2014. www.uusyrityskeskus.fi
- Talovertailun verkkosivut. 2013. Viitattu 21.9.2013. www.talovertailu.fi
- Tampereen Messujen www-sivut. 2013. Viitattu 22.9.2013. www.asta.fi
- Tampereen seudun uusyrityskeskusten www-sivut. Viitattu 29.1.2014. www.ensimetri.fi
- Tanner, J: 2012. Yritysneuvoja, Tampereen seudun uusyrityskeskus. Tampere. Haastattelu 16.11.2012. Haastattelijana Joonas Määttä. Muistiinpanot haastattelijan halussa.
- Tekesin www-sivut. 2014. Viitattu 18.4.2014. www.tekes.fi

Työ- ja elinkeinoministeriön www-sivut. Viitattu 30.1.2014. www.yrityssuomi.fi

Verohallinnon www-sivut. Viitattu 27.1.2014. www.vero.fi

Visma Netvisorin www-sivut. Viitattu 3.2.2014. www.netvisor.fi

Yrityksen perustajan opas 2011. 2011. Keskuskauppakamari. Helsinki: Edita Prima

Liiketoimintasuunnitelman esimerkkisisältö

Liikeidea

Tuotteet ja palvelut

Asiakkaat ja markkinat

Käytännön järjestelyt

Rahoituslaskelmat

Kannattavuuslaskelmat

Talovalmistajille lähetetyt kysymykset

1. Millaisena yrityksenne kokee palvelun, jossa on eri valmistajien tuotteita ja palveluita ns. saman katon alla?
2. Millaisia kokemuksia teillä on tällaisista palveluista?
3. Mitä olette jääneet kaipaamaan näiltä palveluilta?
4. Millaisena koette nyt esitellyn mahdollisen uuden palvelun?
5. Minkälaisena koette että uuden palvelun hinnoittelu tulisi olla?
6. Muu palaute