

Työnhakukonsultointia verkossa

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Johtaminen ja viestintä
Opinnäytetyö
Syksy 2015
Karoliina Behm

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

BEHM, KAROLIINA:

Työnhakukonsultointia verkossa

Johtamisen ja viestinnän suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyö, 47 sivua, 3 liitesivua

Syksy 2015

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee sivutoimisen työnhakukonsultointiyrityksen perustamista ja siihen liittyvän palveluntarpeen kartoittamista. Työn tarkoituksena oli selvittää, mitä tulee ottaa huomioon perustettaessa verkossa toimivaa, sivutoimista konsultointiyritystä. Työn innoittajana toimi tekijän oma kiinnostus aloittaa sivutoiminen yritystoiminta.

Työn teoreettinen osio koostuu työnhakua ja konsultointia sekä yrityksen perustamista käsittelevistä painetuista ja elektronisista lähteistä. Työn empiirinen osio toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena, jossa haastateltiin yritysasiantuntijoita yrityksen perustamiseen liittyen ja lisäksi toteutettiin palveluntarvekartoitus potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa tekemällä teemahaastattelut. Haastattelurungon teemat olivat työtausta, ajatukset työnhausta, tarve työhakemuskonsultoinnille sekä tarve some-konsultoinnille.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että sivutoiminen yrittäminen voi olla järkevää, jos toiminta on pienimuotoista ja halutaan saada lisätuloa esimerkiksi palkkatyön ohella. Yritysmuotoa kannattaa harkita tarkasti ja ottaa selvää eri yhtiömuotojen verotuksesta. Liikeidea kannattaa testata huolellisesti ennen yrityksen perustamista, jotta palveluntarve saadaan selville. Sähköinen liiketoiminta ja verkkokauppa eivät automaattisesti ole avain onnistumiseen, sillä ensin asiakkaat pitää saada ohjattua tuotteen luokse verkkokauppaan. Potentiaalisten asiakkaiden haastatteluiden perusteella on nähtävissä, että työnhakukonsultoinnille voisi olla tarvetta. Haastateltavat kaipasivat apua etenkin työhakemuksen tekemiseen ja sen yksilöllistämiseen. Tutkimus osoitti, että ihmiset haluavat keskustella kasvotusten työnhakuasiantuntijan kanssa, joten yrityksen haasteeksi voi muodostua ajatus täysin verkossa toimivasta palvelusta. Toisaalta ratkaisuna voidaan harkita esimerkiksi reaaliaikaista kommunikointia verkkopalvelussa.

Asiasanat: yrityksen perustaminen, sivutoiminen yrittäjäyys, työnhakukonsultointi, sähköinen liiketoiminta

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

BEHM, KAROLIINA:

Online Job Search Consulting

Bachelor's Thesis in Management and Communications, 47 pages, 3
pages of appendices

Autumn 2015

ABSTRACT

This thesis deals with starting a part-time consulting company in job search business area and the need for a service like that. The purpose of this study was to examine what needs to be taken into account when starting an online, part-time consulting company. The idea for this study came from by the writer's own interest in entrepreneurship.

The sources of the theoretical part include printed and electronic material based on job searching, consulting, and establishing a company. The research method utilized in the empirical part of this study was a qualitative research study with two themes: the business idea and the need for the service. Two business experts were interviewed about the business idea and a needs analysis among the potential customers was made about the need for the service.

The study results show that part-time entrepreneurship could be a good option if the business is small enough and the target is to get some extra income. The company type needs to be considered carefully for reasons of taxation. To examine the need for the service, the business idea has to be tested carefully before starting a company. Online business is not necessarily the way to success as customers have to find the website or online store first. Based on the interviews of the potential customers, it seems that there might be a need for online job searching consulting. Help is needed especially for making personalized job applications. The results show people prefer having a personal conversation with an expert, which means a completely online consulting service could be a challenge.

Key words: starting a business, part-time entrepreneurship, job search consulting, online business

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	2
1.1	Työn taustaa	2
1.2	Tavoite ja tutkimusongelma	2
1.3	Tutkimusmenetelmät, aineisto ja rajaukset	3
1.4	Opinnäytetyön rakenne	5
2	TYÖNHAKUKONSULTOINTI	7
2.1	Työhausta yleisesti	7
2.2	Työhaun sähköiset palvelut	8
2.3	Konsultointi alana	9
2.4	Työpalvelukonsultointi	11
3	YRITYKSEN PERUSTAMINEN	13
3.1	Sivutoiminen yrittäjäyys	13
3.2	Sähköinen liiketoiminta	15
3.3	Yrityksen perustamisen vaiheet	16
3.3.1	Liikeidea sekä yrityksen nimi	17
3.3.2	Markkinatilanteen selvittäminen	18
3.3.3	Yritysmuodon valinta	19
3.3.4	Rahoitus ja vakuutukset	23
4	TYÖNHAKUKONSULTOINTIA VERKOSSA	26
4.1	Palvelukonseptin esittely ja tutkimuksen tavoite	26
4.2	Tutkimukseen osallistuneet	27
4.3	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku	28
4.4	Aineiston analysointi ja tulokset	31
4.4.1	Liikeidean toteutuskelpoisuus	32
4.4.2	Palveluntarve	34
4.5	Johtopäätökset	41
4.6	Luotettavuuden arviointi ja jatkotutkimusehdotukset	44
5	YHTEENVETO	47
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	52

1 JOHDANTO

Tänä päivänä työpaikan saaminen voi olla hyvin haastavaa, sillä työnhakijoita on paljon ja usein he ovat vielä hyvin koulutettuja. Hakijan on pystyttävä erottautumaan edukseen joka kanavassa, varsinkin jos hänellä ei ole paljoa työkokemusta alalta. Työpaikan saaminen saattaa olla pienestä kiinni, joten työhakemuksen, ansioluettelon eli CV:n sekä sosiaalisen median profiilien tulee olla tehty huolella. Niistä pitäisi tehdä mahdollisimman hyvin omaa persoonaa sekä osaamista kuvaavia sekä positiivisesti huomiota herättäviä. Sosiaalinen media pitää olla hakijalla kunnossa, vaikka työtä haettaessa sitä ei vaadittaisikaan, sillä työnantajat itsekin ovat tällä hetkellä aktiivisesti mukana sosiaalisissa medioissa. Näin ollen työnantajat pystyvät katsomaan tietoja hakijasta myös sosiaalisesta mediasta ja jos tietoja ei löydy, voi se vaikuttaa hakijasta työnantajalle muodostuvaan kuvaan.

Niin työelämä kuin yrittäjyyskin ovat tällä hetkellä murroksessa: jatkossa yhä harvempi työskentelee vakituisesti ja kokoaikaisesti työnantajalleen ja sen sijaan yleistymässä ovat monet samanaikaiset työsuhteet sekä sivutoiminen yrittäjyys. Työelämä on murroksessa osaltaan myös digitalisaation takia: verkossa liiketoimintaa voi tehdä silloin, kun muulta työltä aikaa jää. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 11.) Tästä esimerkiksi voidaan ottaa vaikkapa erilaisten verkkokauppojen sekä blogien pitäjät, joista suosituimmat pystyvät elättämään itsensä osittain tai kokonaan verkkoliiketoimintansa kautta.

Tämä opinnäytetyö käsittelee sivutoimisen työnhakukonsultointiyrityksen perustamista ja siihen liittyvän palveluntarpeen kartoittamista. Perustettava yritys tarjoaa työnhakuun liittyvää konsultointia käsittäen muun muassa asiakkaiden työhakemuksien ja ansioluetteloiden sekä sosiaalisen median profiilien päivityksen ja neuvonnan. Palvelut tarjotaan sähköisesti.

1.1 Työn taustaa

Opinnäytetyön tekijä on jo pidemmän aikaa suunnitellut puolisonsa kanssa sivutoimista yrittäjyyttä omien palkkatöiden ohella, mistä sai alkunsa idea työnhakukonsultointiyrityksen perustamiseen. Molemmilla on myös ikäänsä nähden jonkin verran kokemusta työnhakuprosessista sekä siihen liittyvien dokumenttien työstämisestä sekä halu auttaa toisia ihmisiä näissä asioissa.

Työhausta löytyy aiempia tutkimuksia, esimerkiksi Duunitorin vuonna 2014 toteuttama rekrytointitutkimus *Rekrytointitutkimus 2014: Miten työpaikkoja haetaan tulevaisuudessa?*, jossa rekrytointiammattilaisilta on kysely muun muassa työnhaun sähköisistä palveluista (Heikkilä 2014). Myös työnhakua sosiaalisen median avulla on tutkittu ja aiheesta löytyy esimerkiksi Mirrka Forssellin vuoden 2014 opinnäytetyö *Sosiaalinen media työnhaussa – uutta intoa työpaikan etsimiseen henkilöbrändäyksen avulla*. Janne Miettinen on tutkinut sähköisiä työnhakupalveluita sekä niiden tuntemusta ja käyttöä nuorten aikuisten keskuudessa työssään *Sähköiset työnhakupalvelut (2010)*. Työnhakukonsultointia tai työnhakukonsultointiyrityksen perustamista ei tutkijan havaintojen mukaan ole aiemmin tutkittu. Yrityksen perustamisesta sekä liiketoimintasuunnitelman laatimisesta sen sijaan löytyy paljon aiempia tutkimuksia, mutta kun rajataan aihetta konsultointialan yrityksen perustamiseen, löytyy esimerkiksi opinnäytetöitä vain muutamia. Uusin opinnäytetyö aiheesta on Irina Grazhdankinan *Konsultointialan yrityksen perustaminen Etelä-Karjalaan (2014)*. Grazhdankinan työssä tarkastellaan kuitenkin enemmän liiketoimintasuunnitelmaa ja sen hyödyllisyyttä kuin varsinaista yrityksen perustamista käytännössä.

1.2 Tavoite ja tutkimusongelma

Työ on tehty oman yrityksen perustamista ajatellen, mutta siitä voi olla apua myös muille samaa suunnitteleville. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on muodostaa tutkijalle selkeä kuva siitä, mitä hänen tulee ottaa huomioon perustaessaan verkossa toimivan, sivutoimisen

työnhakukonsultointiyrityksen. Tämän kysymyksen selvittämiseen käytetään tutkimuksen teoriaosiossa apuna tietoa tällä hetkellä saatavissa olevista työnhakupalveluista sekä konsultointialasta ja yrityksen perustamisesta. Opinnäytetyön tutkimusosassa pyydetään yrityksen perustamisen asiantuntijoilta näkemyksiä liikeideasta, jonka lisäksi selvitetään palvelun tarvetta potentiaalisten asiakkaiden eli opiskelijoiden ja työnhakijoiden keskuudessa.

Päättökysymys on:

- Mitä asioita tulee huomioida perustettaessa sivutoimista ja verkossa toimivaa työnhakukonsultointiyritystä?

Päättökysymystä lähdetään selvittämään seuraavien alatutkimuskysymysten avulla:

- Miten työnhakuprosessi tavallisesti etenee ja millaisia sähköisiä palveluita siihen on saatavilla?
- Onko työnhakupalvelulle kysyntää Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoiden keskuudessa?
- Mitä erityispiirteitä konsultointialalla on?
- Miten sivutoiminen konsulttiyritys perustetaan ja miten liikeideasta saadaan toimiva?

1.3 Tutkimusmenetelmät, aineisto ja rajaukset

Työn teoreettisena viitekehystenä toimii työnhakua, konsultointia sekä yrittäjyyttä ja sähköistä liiketoimintaa käsittelevä kirjallinen sekä elektroninen aineisto. Etenkin yrittäjyyttä käsittelevää aineistoa on saatavilla runsaasti, joten tässä työssä käytettävät yrittäjyyttä koskevat lähteet ovat pääosin enintään viisi vuotta vanhoja.

Tutkimuksen empiirinen osuus koostuu kahdesta osiosta. Ensimmäiseen osioon aineisto kerätään sähköpostihaastatteluin yrittäjyden

asiantuntijoilta ja toisen osion aineisto saadaan potentiaalisille asiakkaille tehdystä palveluntarvekartoituksesta.

Tässä työssä kartoitetaan, mitä asioita sivutoimista, verkossa toimivaa yritystä perustettaessa tulee ottaa huomioon. Liiketoimintasuunnitelmaa ei tässä opinnäytetyössä kuitenkaan laadita, vaikka sen eri osioita tarkastellaan luvussa 3, joka käsittelee yrityksen perustamista. Työssä ei myöskään käsitellä yrityksen taloudellista kannattavuutta, vaan siinä keskitytään kartoittamaan liikeidean onnistuneisuutta sekä palveluntarvetta potentiaalisten asiakkaiden joukossa.

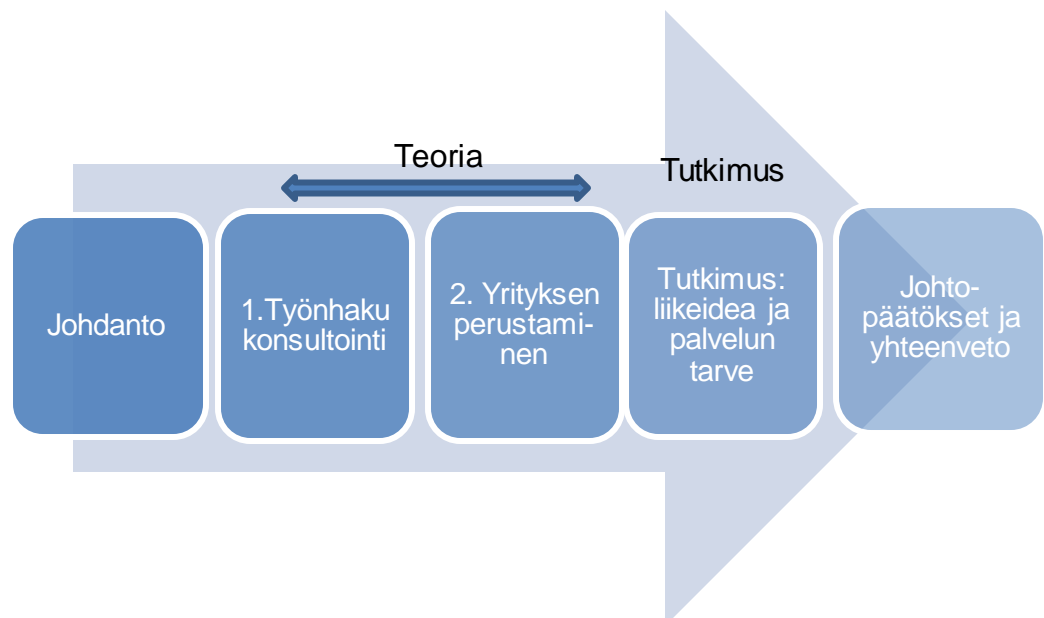
Tutkimuksessa käytetään laadullista tutkimusotetta, koska tutkittavasta aiheesta halutaan saada mahdollisemman syvälinen kuva itse tutkijalle sekä lukijoille. Tutkimuksen haastattelut toteutetaan puolistrukturoiduin teemahaastatteluin, eli tiettyä haastattelurunkoa noudattaen, mutta antaen silti haastateltavalle mahdollisuus vastata mahdollisimman avoimesti. Toisena vaihtoehtona tutkimuksessa olisi käyttää kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, jonka avulla olisi mahdollista tutkia suurempi joukko kerralla. Kvantitatiivisen tutkimuksen haastattelut perustuvat kuitenkin yleensä satunnaisotokseen, kun taas tässä tutkimuksessa kohdejoukon haluttiin olevan tarkkaan valittu. Kohdejoukko haluttiin valita tarkasti, jotta se vastaisi mahdollisimman hyvin yrityksen perustajien näkemystä yrityksen potentiaalisista asiakkaista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkija antaa lisäksi yleensä valmiit vastausvaihtoehdot haastateltaville ja haastattelu etenee tarkasti strukturoitujen kysymysten mukaan. (Virsta virtual statistics 2015.) Tämän takia tässä tutkimuksessa päädyttiin kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään, sillä haastateltavilta haluttiin saada mahdollisimman paljon heistä itsestään lähteviä vastauksia.

Haastateltaviksi on valittu juuri valmistuneita tai opintojensa loppusuoralla olevia liiketalouden amk-opiskelijoita. Valintakriteerit on asetettu koskemaan juuri työnhaun kynnyksellä olevia opiskelijoita sen takia, että heidän voidaan olettaa mieltävän työnhakuun liittyviä asioita enemmän kuin vasta opintonsa aloittaneen opiskelijan. Liiketalouden ala on asetettu toiseksi kriteeriksi, koska yrityksen perustajat aikovat aluksi suunnata

palvelua oman alansa työnhakijoille, joten haastateltavien joukko on rajattu myös mahdollisimman paljon perustettavan yrityksen kohderyhmän kaltaiseksi. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa onkin suotavaa, että kohdejoukolla on melko samankaltainen kokemusmaailma, jotta aineisto saadaan koottua tarkoituksenmukaisesti (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

1.4 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyö koostuu johdannosta, teoreettisesta ja empiirisestä osiosta sekä johtopäätöksistä ja yhteenvedosta. Työn rakenne on havainnollistettu kuviossa 1.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

Johdannossa kuvataan työnhaun, työsuhteiden sekä yrittäjyyden tämän hetkistä muutostilaa ja sitä, miten nämä aiheet vaikuttavat opinnäytöntekijän päätökseen perustaa konsultointiyrityksen puolisonsa kanssa. Teoriaosuus jakautuu kahteen pääluukuun, joista ensimmäisessä käsitellään työnhaun sähköisiä palveluita ja konsultointialaa ja toisessa kartoitetaan sivutoimisen, verkossa toimivan konsulttiyrityksen perustamista. Työn neljäs pääluuku käsittää tutkimusosan, jonka alussa pohjustetaan tutkimusta ja kerrotaan siinä käytetystä

tutkimusmenetelmästä. Myös empiirinen osuus koostuu teorian tapaan kahdesta osiosta. Näistä ensimmäisessä kartoitetaan yrittäjyyden asiantuntijoiden näkemyksiä perustettavan yrityksen liikeideasta ja toisessa selvitetään liiketalouden alan opiskelijoiden työnhakukäytänteitä ja ajatuksia työhausta, sosiaalisen median hyödyntämistä työhaussa sekä työnhakukonsultointiin liittyvää tarvetta. Tämän jälkeen esitellään tutkimustulokset, niiden pohjalta tehdyt johtopäätökset ja luvun lopussa arvioidaan vielä tutkimuksen luotettavuutta sekä tehdään jatkotutkimusehdotuksia. Raportin viimeisenä lukuna on koko raportin yhteenveto.

2 TYÖNHAKUKONSULTOINTI

Työnhaku on tällä hetkellä murroksessa: monesti enää ei vain riitä, että laittaa hakemuksen sähköpostilla potentiaaliselle työnantajalle, vaan työnhakua joutuu ajattelemaan laajemmin. On osattava kertoa itsestään erottuvasti monessa kanavassa ja käytävä läpi monenlaisia vaiheita ja testejä, ennen työpaikan saamista. Työnhaku on nykyään aikaavievä prosessi, jossa parhaiten edukseen erottuvat henkilöt pärjäävät.

Työnhakukonsultointi, jota tässä opinnäytetyössä käsitellään, on osa työpalvelukonsultointia, jonka alle kuuluvat esimerkiksi kaikenlaiset henkilökohtaiset valmentajat. Työnhakukonsultoinnin tarkoitus on auttaa työnhakijaa sisäistämään työnhaussa vaadittavia asioita ja esimerkiksi opettaa työhakemuksen tekoa.

Tässä luvussa kerrotaan ensin yleisesti työnhausta ja työnhaun sähköisistä palveluista. Seuraavaksi perehdytään konsultointialaan ja lopuksi vedetään nämä aiheet yhteen työnhakukonsultointi-alaluvussa.

2.1 Työnhausta yleisesti

Työnhakuprosessi alkaa yleensä siitä, että ihminen pohtii, mitä ensinnäkin työltään ja urakehitykseltään haluaa. Sen jälkeen alkaa konkreettinen työnhaku, johon monesti menee melko paljonkin aikaa. Ensin täytyy etsiä erilaisista rekrytointi-ilmoituskanavista kiinnostavat työpaikat, joihin sitten tehdään kuhunkin paikkaan sopiva, räätälöity hakemus. Jos edetään haastattelukutsuun saakka, vaatii haastatteluun valmistautuminen hakijalta myös henkisiä ponnistuksia arjen keskellä etenkin, jos haastatteluja on useampia lyhyen ajan sisällä. Hakija pohtii hakuprosessin aikana omaa itseään persoonana ja työntekijänä, eikä itsetuntoon säily aina kolauksitta, jos työpaikkaa ei kovasta yrittämisestä huolimatta saa.

(Kattelus, Tammeaid & Jokinen 2002, 47.)

Rekrytointi-ilmoitussivustojen lisäksi työnhakijan on hyvä seurata myös itseään kiinnostavien yritysten nettisivuja, sillä kaikki yritykset eivät ilmoita avoimista työpaikoista esimerkiksi TE-toimiston kautta. Kannattaakin

selvittää huolella, missä kanavissa itseään kiinnostavista työpaikoista yleensä ilmoitetaan. Yritykset ja etenkin rekrytointiyritykset käyttävät nykyään hyvin paljon omia sähköisiä tietokantojaan sen sijaan, että hakijalta pyydettäisiin omatekemää CV:tä ja hakemusta esimerkiksi sähköpostitse. Tässä tapauksessa työnhakija täydentää yrityksen tietokantaan itse omat tietonsa valmiiksi räätälöityyn hakemuspohjaan ja liittää ainoastaan CV:nsä sille varattuun kohtaan. (Hoppe & Laine 2014, 13.)

2.2 Työhaun sähköiset palvelut

Sähköisistä työnhakupalveluista monille tutuimpia ovat varmaankin perinteiset työpaikkailmoittelukanavat kuten Monster, Oikotie, TE-palvelut sekä muut samantapaiset ilmoituspaikat. Edellä mainittujen rinnalle on kuitenkin viime vuosina noussut sosiaalisen median rooli kasvavana rekrytointikanavana. Sosiaalisen median eli somen suosituimmat rekrytointikanavat tällä hetkellä Suomessa ovat LinkedIn, Facebook ja Twitter. Nämä kanavat ovat keskenään erilaisia ja niistä voi käyttää vain yhtä tai sitten kaikkia kolmea, jolloin ne myös tukevat toisiaan. LinkedIn sopii edellämainituista parhaiten työnhakuun, sillä se on täysin ammattimainen kanava ja ammattilaisten sosiaalinen media. LinkedInissä itsestään on mahdollista luoda asiantuntijaprofiili, jossa esitellään oma osaaminen, työhistoria, verkostot sekä kiinnostuksenaiheet. Työnantajat käyttävät myös Facebookia ja Twitteriä jonkin verran työpaikkailmoitteluun, mutta työnhakijoiden ei odoteta olevan näissä palveluissa työprofiilillaan ja omaa asiantuntijuuttaan voikin näissä kanavissa olla vaikeampi tuoda esille. (Hoppe & Laine 2014, 99-100)

Duunitorin teettämässä vuoden 2014 rekrytointitutkimuksessa on kysely alan ammattilaisilta eri yrityksistä työhaun tulevaisuudennäkymistä ja saatu seuraavanlaisia kommentteja: *”Yhä enemmän ratkaisevat persoonallisuus ja muut henkilöön liittyvät tekijät”, ”Sosiaalisen median mukaantulo rekrytoinnissa antaa uusia ulottuvuuksia ja mahdollisuuksia”* ja *”Edelleen ongelmana on se kuinka tavoitetaan ne parhaat työntekijät, jotka*

ovat passiivisia työnhakijoita. Eli miten näihin saataisiin yhteys – he kun eivät lue työpaikkailmoituksia”. Kommenteista on tulkittavissa, että yrityksissä aletaan ymmärtää myös sosiaalisen median työnhauille antamat mahdollisuudet. (Heikkilä 2014.)

2.3 Konsultointi alana

Konsultaatiota tarjoavia yrityksiä löytyy Suomesta useita tuhansia. Yleisesti konsultaatiolla tarkoitetaan jonkin tiedon, osaamisen tai työn tilaamista asiakkaan toiminnan ja tuloksen parantamiseksi.

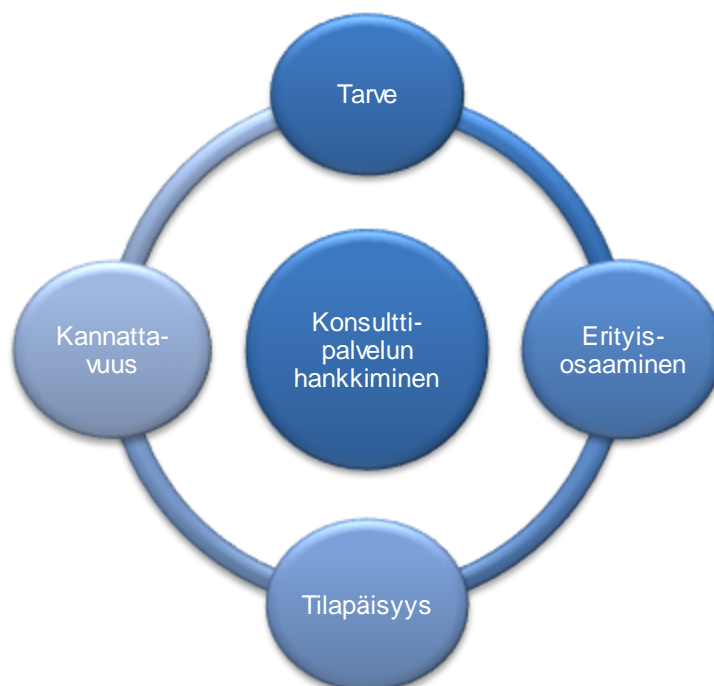
Konsultaatiokäsitteen sisältö kuitenkin vaihtelee jonkin verran sen mukaan, millä alalla toimitaan ja millaisia palveluita tarjotaan. (Tokola & Hyyppä 2004, 6.)

Konsultoinnista on kehittynyt varsin lyhyessä ajassa nykyisenkaltainen osaamisbisnes, sillä se on kehittynyt nykyiseen muotoonsa vasta 1900-luvun jälkipuoliskolla. Konsultointiliiketoiminta pohjautuu kokempohjaiseen tietoon sekä luottamukseen konsultin osaamisesta. (Rope 2006, 27.)

Konsultoinnin tarveperusta on hyvinkin yksinkertainen. Jollakin yrityksellä tai henkilöllä on sellaisen osaamisresurssin tarvetta, johon taho itse kokee tarvitsevansa enemmän tai vähemmän tilapäisesti osaajaa, jolla on tarjota sellaista tietotaitoa, jota kannattaa hankkia. Tämä merkitsee seuraavia hyvin oleellisia konsultointiin yhdistyviä piirteitä, jotka on havainnollistettu kuviossa 2:

1. *Osaamisresurssin sisältö*, joka tarkoittaa, että konsultointiin liittyy aina jonkinlaista erityisosaamiseen liittyvää opastusta, neuvontaa tai muuta vastaavanlaista toimintaa, joka tarkoittaa, että kyseessä ei ole perinteinen työsuorite, vaan erityisammattitaitoa vaativa neuvontapalvelu.

2. *Tilapäisyys käytössä*, joka tarkoittaa, että erityisosaamisen tarve on yleensä väliaikaista. Konsultointityöhön liittyy aina tietynlainen projektimaisuus, eli tehdyllä neuvontajaksolla on aina selkeä loppu ja alku.



Kuvio 2: Konsultointialan ominaispiirteet

3. *Asiakkaan kokema tarve edellytyksenä*, joka tarkoittaa sitä, että asiakkaalla saattaa olla omaa samanlaista kokemusta kuin konsulttilta. Asiakas silti kokee, että kyseisessä tilanteessa on hyvä hankkia tarvittava osaaminen ulkopuolelta.
4. *Näkemyks kannattavuudesta* tarkoittaa sitä, että asiakas näkee konsultin käyttämisen arvokkaampana kuin siihen menevät kulut. (Rope 2006, 21-22.)

2.4 Työpalvelukonsultointi

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävä työnhakukonsultointi on osa työpalvelukonsultointia. Työpalvelukonsultointi ei kuitenkaan ole varsinaisesti konsultointia eli neuvontaa, vaikka sitä kaupattavaan työpalveluun sisältyykin. Näissä tapauksissa on yleensä kyse asiantuntijapalveluista, jotka luokitellaan konsultointinimikkeeseen alle. Tyypillisiä esimerkkejä työpalvelukonsultoinnista ovat esimerkiksi:

- tietojärjestelmien rakentaminen asiakkaalle
- sisältösuunnitelman tekeminen erilaisiin mainosratkaisuihin
- henkilökohtaiset valmentajat (esimerkiksi työnhakuvalmentaja, personal trainer) (Rope 2006, 59)

Edellä mainituissa palveluissa toteutettava asia on muuta kuin opastusta tai neuvontaa ja sitä kautta konsultointityön mukaista toimintaa. Nämä työt voidaan laittaa konsultointinimikkeeseen alle juuri siksi, että yleensä nämä ovat projekteja, jossa asiakas ostaa sellaista osaamista mitä hänellä itsellään ei ole. (Rope 2006, 59.)

Useat tahot Suomessa tarjoavat työnhakukonsultointia, mutta kyseessä on yleensä vähintään muutaman päivän kurssi, joka myös maksaa jonkin verran tai vaihtoehtoisesti Työ- ja elinkeinokeskuksen tarjoama kurssi, jolle pääsevät vain työttömät työnhakijat. Työnhakukonsultoinnin tarkoitus on saada työnhakija hakemaan työtä tavoitteellisesti ja itsenäisesti. Konsultin valmennuksessa hakija oppii arviomaan omaa osaamista ja muotoilemaan sen työhakemukseen sekä CV:hen. Hakijalle opetetaan myös, miten yritykset rekrytoivat henkilöstöä heidän palvelukseensa. Hakija koulutetaan myös käyttämään eri kanavia työnhaussa. Hakijalle opetetaan, miten erottaudutaan sosiaalisessa mediassa kuten LinkedIn:ssä, Facebookissa ja muissa mahdollisissa verkostoissa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013.)

Monet työnhakuvalmennukset ovat sellaisia, että niihin tarvitsee hakea mukaan ja ne toteutetaan yhteistyössä TE-toimiston kanssa ja ovat suunnattuja sen asiakkaille, eli työttömille työnhakijoille. Tämä tarkoittaa

sitä, että töissä oleville tai opiskelijoille ei ole juurikaan tarjolla palvelua, jossa heitä autettaisiin ainoastaan työhakemusten teossa tai vaikkapa LinkedIn-profiilin luomisessa ja päivittämisessä.

3 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Tässä luvussa tarkastellaan yrityksen perustamisen vaiheita sivutoimisen yrittäjyyden näkökulmasta. Yrityksen perustajat aikovat tehdä yritystoimintaa aluksi sivutoimisesti, joten aluksi käydään läpi, mitä sivutoiminen yrittäjyys tarkoittaa. Perustettava yritys tarjoaa palveluitaan verkossa, joten luvussa käsitellään myös sähköistä liiketoimintaa. Sen jälkeen perehdytään yrityksen perustamisen yleisimpiin vaiheisiin, joita ovat muun muassa liikeidea, yritysmuodon valinta, rahoituksen järjestäminen ja perustamisilmoituksen ja mahdollisten perustamisasiakirjojen laatiminen.

3.1 Sivutoiminen yrittäjyys

Sivutoiminen yrittäjä on henkilö, jonka pääasiallinen toimeentulo tulee muualta kuin yrityksestä. Hän saattaa saada toimeentulonsa esimerkiksi opintotukena tai palkkana. Myös työttömyysetuutta saava henkilö voi tietyn edellytyksin perustaa sivutoimisen yrityksen. Sivutoiminen yrittäjyys voi olla hyvä vaihtoehto, kun yrittäjäksi aikovalla on halua ryhtyä yrittäjäksi, mutta yritysideaa halutaan testata ensin pienimuotoisemmin ennen siirtymistä kokoaikaiseen yrittäjyyteen. Jotkut taas perustavat sivutoimisen yrityksen saadakseen lisätuloa esimerkiksi palkan tai eläkkeen rinnalla. (Holopainen 2015, 177.)

Osalle ihmisistä sivutoiminen yrittäminen on tapa organisoida itseään kiinnostavaa tekemistä järkevällä tavalla. Joillekin harrastus voi esimerkiksi kasvaa sellaisiin mittasuhteisiin, että siitä on järkevämpää tehdä liiketoimintaa. Monelle sivutoimiyrittäminen on myös tapa kehittää tai ylläpitää omaa ammattitaitoaan palkkatyön ohella. Sivutoimista yrittämistä voi tehdä myös eläkkeellä, jos intoa riittää, mutta täyspäiväinen työ ei tunnu enää mielekkäältä tai edes tarpeelliselta. Sivutoimisen yrittäjyyden etuja on, että voi itse määritellä, miten paljon töitä tekee. (Ensimetri 2015.)

Sivutoimisia yrittäjiä ja yrityksiä on paljon, sillä vuonna 2008 sivutoimiset yritykset muodostivat neljänneksen kaikkien yritysten määrästä Tilastokeskuksen Yritys- ja toimipaikkarekisterin (YTR) mukaan. Sivutoimiset yritykset ovat muodoltaan useimmiten toiminimiä ja seuraavaksi suosituin yritysmuoto on osakeyhtiö. Toiminimi on suosituin, koska se sopii hyvin pienimuotoiseen yrittämiseen ja sivutoimiset yritykset ovat myös monesti yhden henkilön yrityksiä. Konsultointialalla liikkeenjohdon konsulteista noin puolet kaikista toimialan yrityksistä oli vuonna 2008 sivutoimisia yrityksiä. (Lith 2009.)

Työnantajan lupa

Lain mukaan kunnallisen tai valtiollisen viranhaltijan on haettava sivutoimilupaa, mikäli hän joutuu käyttämään työaikaansa yrityksen pyörittämiseen. Sivutoimilupa on haettava silloinkin, jos henkilö harjoittaa jo virkasuhteen alkaessa sivutoimilupaa edellyttävää liiketoimintaa. Viranhaltijan tehtävän hoitaminen ei saa häiriintyä sivutoimen takia. Sivutoiminen toiminta ei myöskään saa olla työnantajaa vahingoittavaa tai kilpailevaa toimintaa. (Holopainen 2015, 177.)

Työntekijällä ei ole samanlaista ilmoitusvelvollisuutta työnantajaa kohtaan kuin viranhaltijalla, vaan hän voi lähtökohtaisesti harjoittaa omalla vapaa-ajallaan sivutoimiyrittäjyyttä. Työntekijä ei kuitenkaan saa harjoittaa työsuhteen kestäessä sellaista toimintaa, mikä voisi vahingoittaa työnantajaa. Tällaiseksi toiminnaksi lasketaan esimerkiksi kilpaileva toiminta sekä sellaisen suunnittelu. (Työsopimuslaki) Kilpailevan toiminnan kieltäminen päättyy työsuhteen päättyessä, elleivät työnantaja ja työntekijä ole tehneet erikseen kilpailukieltosopimusta. Kilpailukieltosopimus voi olla voimassa enintään kuusi kuukautta työsuhteen päättymisen jälkeen. (Holopainen 2015, 178.)

3.2 Sähköinen liiketoiminta

Yritysten verkkoliiketoiminta tai sähköinen liiketoiminta on jatkuvassa kasvussa ja se on jo tällä hetkellä merkittävä osa yritysten liiketoimintaympäristöä. Sähköisellä liiketoiminnalla tarkoitetaan tieto- ja viestintätekniikan hyödyntämistä yrityksen liiketoiminnassa (Mikkola 2011). Yritys voi toimia joko kokonaan verkossa tai se voi tukea liiketoimintaansa verkkoliiketoiminnalla. Verkko mahdollistaa yrityksille täysin uudenlaisten konseptien ja toimintatapojen kehittelyn ja auttaa tavoittamaan kustannustehokkaasti uusia potentiaalisia asiakasryhmiä. Sosiaalisen median kasvu ja mobiililaitteiden yleistyminen ovat tukeneet ja edesauttaneet sähköisen liiketoiminnan kasvua. (Yritys-Suomi 2015a.)

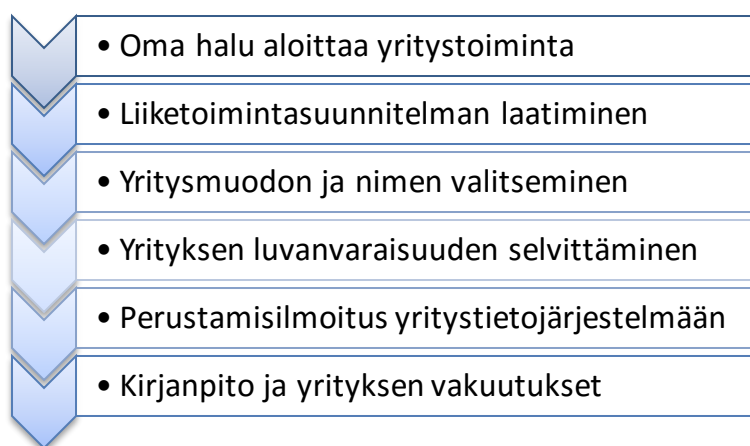
Sähköisessä liiketoiminnassa hyödynnetään tietoverkoista etenkin Internetiä, jonka avulla kehitetään yrityksen ja sidosryhmien välistä viestintää, myyntiä, markkinointia, asiakaspalvelua, hankintaa ja jakelua. Lähes kaikilla yrityksillä on nykyään jonkinlaiset kotisivut, joista asiakkaat voivat saada helposti tietoja yrityksestä, sen tuotteista ja palveluista. Sähköisellä liiketoiminnalla voidaan lisätä joustavuutta sekä kustannustehokkuutta ja antaa samalla asiakkaille neuvontaa ja tietoa missä ja milloin vain. Kotisivut ovat yksi yrityksen tärkeimmistä markkinointikanavista. Myös perustettavalle yritykselle luodaan kotisivut, joiden yhteyteen perustetaan mahdollisesti verkkokauppa. (Mikkola 2011.)

Verkkokauppaa perustettaessa on aluksi valittava tarkasti sopiva palveluntarjoaja. Markkinoilla on monia erilaisia verkkokauppa-alustoja, joista osa on jopa ilmaisia. Valintaan kannattaa käyttää aikaa, jotta valittu verkkokauppa palvelee parhaalla mahdollisella tavalla yritystä. Verkkokauppaa perustettaessa on mietittävä, myykö yritys tuotteitaan vain Suomen rajojen sisällä vai myös ulkomaille. Lisäksi tuotteiden määrä vaikuttaa verkkokaupan valintaan, sillä kahdelle tuotteelle ei tarvita samanlaista verkkoalustaa kuin sadalle tuotteelle. (webopas.net 2015.)

Pelkkä verkkokaupan olemassaolo ei takaa myyntiä, mikä voi olla monen verkkokaupan perustajan kompastuskivi. Asiakkaan pitää löytää tie verkkokauppaan, jotta myyntiä voi syntyä. Kotisivut ja verkkokauppa täytyy siis löytyä googlettamalla, koska moni kauppatapahtuma alkaa nykyään Googlen haku-toiminnolla. Verkkokaupan hakukoneoptimointiin kannattaa siis kuluttaa hieman aikaa, jotta mahdollisimman moni potentiaalinen asiakas klikkaa itsensä yrityksen sivuille. Verkkokaupassa tulee olla hyvät, kuvalliset tuote-esittelyt sekä turvallinen maksaminen ja nopea toimitus. Ilman näitä perusasioita asiakas ei saa hyvää verkkokauppakokemusta. (Mikkola 2011.)

3.3 Yrityksen perustamisen vaiheet

Tässä alaluvussa käydään läpi yrityksen perustamisen yleisimmät vaiheet ja huomioitavat asiat, jotka on kuvattu myös kuviossa 3.



Kuvio 3. Yrityksen perustamisen vaiheet

Näitä vaiheita ovat liikeidean jalostaminen ja nimen valitseminen, liiketoimintasuunnitelman tekeminen, rahoituksen järjestäminen sekäärkeimmän yritysmuodon valitseminen ja mahdollisesti yritystoiminnan luvanvaraisuuden selvittäminen. Lisäksi yrityksen kirjanpito sekä vakuutukset pitää järjestää. Kun nämä vaiheet on suoritettu, laaditaan tarvittavat perustusasiakirjat ja jätetään perustamisilmoitus Yritys- ja yhteisötietokantaan.

Yrittäjäksi aikovalla tulee olla kattavasti osaamista monista asioista: on tunnettava yrityksen toimialaa, hallittava tuotanto ja markkinointi sekä osattava myös hoitaa yrityksen taloutta. Suuressa roolissa on myös yrityksen toimintaympäristön, kilpailijoiden ja markkinoiden tuntemus. Yrittäjän suurin voimavara on kuitenkin koulutuksen ja kokemuksen muodostama ammattitaito. Ammattitaitoa voi kuitenkin myös ostaa. Monissa yrityksissä esimerkiksi taloushallinnon asiat, kuten kirjanpito ja palkkojen maksu hoidetaan ulkopuolisen palveluntarjoajan kautta. (Koivikko 2013b.)

3.3.1 Liikeidea sekä yrityksen nimi

Jokainen yrittäjä ja yritys tarvitsevat toiminta-ajatuksen, joka toimii koko liiketoiminnan perustana. Yritystoiminnan onnistumisen edellytyksenä on osaava yrittäjä ja hyvän yritysideo pohjalta tehty toimiva liikeidea. (Koivikko 2013.) Yritysidea on visio siitä, mitä yrityksen on tarkoitus tuottaa. Se täsmentyy liikeideaksi vastaamaan kysymyksiin *Mitä? Kenelle?* ja *Miten?* On selvitettävä, mitkä ovat markkinat, joilla yritys toimii ja mitä uutta liikeidea tarjoaa etenkin asiakkaan näkökulmasta. On erittäin tärkeää miettiä liikeideaa juuri asiakkaan kannalta, koska tuotteen tai palvelun on oltava sellainen, josta asiakas on valmis maksamaan. Tämän takia asiakkaan tarpeet tulisi kartoittaa ennen yrityksen perustamista mahdollisimman tarkasti ja tähän tarkoitukseen soveltuu hyvin esimerkiksi pienimuotoinen markkinatutkimus liikeideasta. Markkinatutkimuksen saa myös ostettua ulkopuoliselta, mutta hinnan takia etenkin sivutoimista ja pienimuotoista yritystä aloittaessa voi olla järkevämpää tehdä tutkimus itse. (Uusyrittäjäkeskus 2015, 10.)

Markkinoilla on ylitarjontaa monilla toimialoilla, joten yritysideaan perustuvan palvelun tai tuotteen on erottauduttava edukseen kilpailijoiden palveluista tai tuotteista sekä oltava myös niitä tuottavampi. Jos yrittäjällä on liikeidea, seuraava luonteva vaihe on jalostaa se liiketoimintasuunnitelmaksi, jotta liiketoiminnan kannattavuus ja yrityksen mahdollisuudet menestyä saadaan arvioitua. Menestyvä liiketoiminta

perustuu hyvään ja huolellisesti tehtyyn suunnitteluun, jolla pystytään vähentämään huomattava määrä erilaisia yritystoimintaa liittyviä riskejä. Suunnittelun tulee kattaa koko yritystoiminta. (Koivikko 2013b.)

Yrityksen nimen keksiminen on yleisesti yksi hankalimmista vaiheista yrityksen perustamisessa. Yrityksen tunnetuksi tekemisen ja tuotteiden myymisen kannalta on tärkeää keksiä ja rekisteröidä hyvä, helposti lausuttava ja mieleenjäävä nimi. Asiakkaalle tulee yleensä ensimmäisenä yrityksestä esille sen nimi, joten hyvä ensivaikutelma on tässä asiassa äärimmäisen tärkeää. Ennen kuin yritykselle aletaan miettiä nimeä, on hyvä pohtia seuraavia asioita:

- Mitä tuotteita tai palveluita yritys tarjoaa?
- Millaista lisäarvoa asiakkaat saavat yritykseltä?

Tämän jälkeen tulee pyrkiä kehittämään nimi, joka vaikuttaa luotettavalta ja joka edustaa tärkeimpiä ylempänä esitettyjä asioita. Yrityksen nimen tulee tuntua hyvältä vielä silloin, kun yrityksen perustamisesta on kulunut jo aikaa ja yritys on mahdollisesti kasvanutkin. Nimeä valitessa tulee välttää sekä liian lyhyitä että liian pitkiä nimiä sekä hankalasti lausuttavia ja taivutettavia nimiä. Yrityksen nimestä ja sen syntymisestä kysytään yleensä aina ensimmäisellä myyntikäynnillä, joten jos yrittäjällä on mielenkiintoinen tarina kerrottavanaan, voi se auttaa yrityksen tunnetuksi tekemisessä. (Uranus 2013.)

3.3.2 Markkinatilanteen selvittäminen

Tällä hetkellä työnhakukonsultointipalveluita on tarjolla niin verkossa kuin paikanpäällä tapahtuvana valmennuksena, mutta ne kestävät monesti useita päiviä ja ovat aikaan ja paikkaan sidottuja suurempia kokonaisuuksia. Esimerkiksi TE-toimisto tarjoaa kaikille avoimia luentotyyppejä työnhaku-webinaareja, eli verkossa järjestettäviä luentoja, joissa keskitytään esimerkiksi työnhakuasiakirjojen laatimiseen tai työhaastatteluun (Työ- ja elikeinoministeriö 2015). Mikään taho ei kuitenkaan tarjoa sellaista palvelua, jossa työnhakija ei itse joutuisi

tekemään omia työnhaun asiakirjoja, vaan kaikissa työnhakuvalmennuksissa työnhakija tekee lopulta hakemuksensa ja CV:nsä itse. Tästä johtuen palvelulle, jossa työnhakijaa kiinnostavaan työpaikkaan kohdennettu hakemus muotoillaan kokonaan asiantuntijatyönä työnhakijan antamien ennakkotietojen perusteella, voisi olla kysyntää.

Tämän opinnäytetyön avulla suunnitellun yrityksen tuottamaa työnhakupalvelua markkinoitaisiin ensin pääasiassa Lahden alueen korkeakouluopiskelijoille, mutta liiketoimintaa on tarkoitus kasvattaa myöhemmin, jolloin alueeksi on mahdollista laskea koko Suomi, koska palvelu tapahtuu verkossa. Lahden ammattikorkeakoulussa LAMKissa opiskelee noin 5000 opiskelijaa (LAMK 2013) ja tänä keväänä valmistuneita oli 467 (LAMK 2015), joten palvelulle uskotaan olevan tarvetta, sillä kilpailu työpaikoista on kovaa.

3.3.3 Yritysmuodon valinta

Yritysmuotoja on useita ja yritysmuodon valintaan kannattaa aloittavan yrittäjän perehtyä tarkasti, jotta sopivin vaihtoehto löytyy. Toiminimi sopii usein parhaiten, jos yritystoimintaa harjoittaa yksin ja toiminta on pienimuotoista. Jos taas useampi henkilö perustaa yrityksen, voi avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö tulla kysymykseen. Osakeyhtiön perustamiseen tarvitaan aloituspääomaa, mikä on monelle aloittavalle yrittäjälle kynnyskysymys. Jos aloituspääomaa kuitenkin on, on osakeyhtiö monesti paras vaihtoehto yritykselle. Esimerkiksi konsulttiyritykset ovat useimmiten osakeyhtiöitä, koska yhtiömuodolla pyritään herättämään asiakkaisissa sekä yritysmaailmassa luottamusta. (Peltola 2015, 68.)

Perustettavan yrityksen yhtiömuodoksi on harkittu joko toiminimeä tai osakeyhtiötä, joita seuraavissa kappaleissa vertaillaan. Henkilöyhtiöt sekä osuuskunta on kokonaan rajattu pois tarkastelusta: osuuskunta siksi, että se ei voittoa tavoittelemattomana yritysmuotona sovellu perustettavalle yritykselle ja henkilöyhtiöt siksi, että toiminimi on niitä vaivattomampi perustaa ja siinäkin yrittäjä on henkilökohtaisesti vastuussa. Peltolan

(2015, 69-70) mukaan henkilöyhtiöissä on vähintään yksi tai kaksi vastuunalaista yhtiömiestä, jotka toimivat yhtiön nimissä tehden päätökset ja vastaten yhtiöstä koko omaisuudellaan. Henkilöyhtiöissä on oltava tilintarkastajat ja kirjanpidosta on huolehdittava kuukausittain.

Toiminimi eli yksityinen elinkeinonharjoittaja

Toiminimi on yksinkertaisin tapa aloittaa yrittäminen, mikäli yrityksen perustajia on vain yksi. Puolisot voivat kuitenkin perustaa toiminimen yhdessä, mutta se rekisteröidään vain toisen nimiin. Perustamiseen ei tarvita perustamisasiakirjoja, kuten muissa yritysmuodoissa, vaan pelkkä perustamisilmoitus Verohallintoon ja Kaupparekisteriin riittää.

Perustamisilmoituksen voi tehdä www.ytj.fi -sivustolta saatavalla Y3-lomakkeella ja se maksaa 110 euroa. Mikäli kyseessä ei ole luvanvarainen elinkeino eikä starttirahaa haeta, voidaan yritystoiminta aloittaa tässä vaiheessa. (Uusyrityskeskus 2015, 28.)

Toiminimen voi perustaa Euroopan talousalueella (ETA-alue) pysyvästi asuva luonnollinen henkilö, muut tarvitsevat luvan Patentti- ja rekisterihallitukselta. Perustamiseen ei ole määritetty minimipääomaa, eli yrittäjän ei ole pakko sijoittaa yritykseen. (Holopainen 2015, 26.)

Toiminimi mahdollistaa yrittäjälle nopean ja itsenäisen päätöksenteon, mutta tuo toisaalta suuren vastuun, sillä elinkeinonharjoittaja vastaa yrityksestään koko omaisuudellaan. Palkkaa yrittäjä ei voi maksaa itselleen, puolisolleen tai alle 14-vuotiaalle lapselleen, mutta hän voi nostaa rahaa yrityksen tililtä yksityisottoina. Omat tilit ja yrityksen raha-asiat on pidettävä erillään kirjanpidolla. Vuosittain yrittäjä maksaa veroa yrityksen tuloksen perusteella ja yrityksestä saatu tulo lasketaan yhteen muiden ansiotulojen kanssa, mikä nostaa veroprosenttia. (Uusyrityskeskus 2015, 28.) Jos yrityksen liikevaihto tilikauden aikana alittaa 8500 euroa, ei myynneistä tarvitse maksaa arvonlisäveroa. Liikevaihtoa kannattaa kuitenkin seurata tarkasti, sillä jos 8500 euron raja ylittyy tilikauden aikana, joutuu koko summasta maksamaan alv:n. (Remes 2015.)

Osakeyhtiö

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen- tai oikeushenkilö ja perustamisessa on seuraavat vaiheet: perustamissopimuksen ja yhtiöjärjestyksen laatiminen, osakkeiden merkintä, pankkitilin avaaminen, osuuspääoman maksaminen, rekisteröinti kaupparekisteriin sekä osake- ja osakasluetteloiden laatiminen (Holopainen 2015, 44). Toisin kuin edellä kuvatuissa yhtiömuodoissa, osakeyhtiössä osakkeenomistaja on vastuussa yhtiöstä vain siihen sijoittamallaan pääomalla, jonka täytyy yksityisessä osakeyhtiössä olla vähintään 2500 euroa. Osakkeen omistajat päättävät yhtiön asioista sen mukaan, kuinka paljon heillä on osakkeita hallussaan. Osakepääoma tulee olla maksettu yhtiön tilille ennen sen ilmoittamista kaupparekisteriin. Osakeyhtiö on ilmoitettava rekisteröitäväksi kolmen kuukauden kuluessa perustamissopimuksen allekirjoituksesta, muuten yhtiön perustamisprosessi raukeaa. (Holopainen 2015, 46-47.)

Osakeyhtiössä ylin päätäntävalta on osakkeenomistajien muodostamalla yhtiökokouksella, jossa päätökset tehdään enemmistöllä. Yksimieliset osakkaat voivat kuitenkin tehdä yhtiökokoukselle kuuluvat päätökset myös ilman yhtiökokousta, kunhan asioista laaditaan pöytäkirjat. Muita toimielimiä yhtiössä ovat hallitus sekä toimitusjohtaja, jotka pyörittävät yhtiön hallintoa ja juoksevia asioita. (Koivikko 2013a.)

Osakeyhtiössä toimitaan alv:n osalta samalla tavalla kuin toiminimen kohdalla: alle 8500 euron myynneistä ei tilitetä arvonlisäveroa. Osakeyhtiö voi olla järkevä vaihtoehto verotuksen kannalta, koska yrittäjän muut ansiotulot pidetään verotuksella erillään osakeyhtiön tuloista, jolloin yrittäjän henkilökohtainen veroprocentti ei nouse. Yleensä osakeyhtiötä suositellaan yhtiömuodoksi, jos liikevaihto nousee kymmeneen tuhansiin euroihin. Toisaalta myös pienemmällä liikevaihdolla voi olla järkevää perustaa heti osakeyhtiö, jos toimintaa on tarkoitus laajentaa. (Remes 2015.)

Yritysmuodon valinta perustettavalle yritykselle

Perustettavan yrityksen yritysmuodoksi harkitaan toiminimeä tai osakeyhtiötä, joita on vertailtu kuviossa 4.

<p>Toiminimi</p> <ul style="list-style-type: none"> helppo perustaa kaikki tulo yrittäjän omaa tuloa nopea päätöksenteko <p>Osakeyhtiö</p> <ul style="list-style-type: none"> verotus erillään yrittäjän muista tuloista voitonjakomahdollisuudet mahdollisuus toiminnan laajentamiseen 	<p>Toiminimi</p> <ul style="list-style-type: none"> yrittäjä vastuussa koko omaisuudellaan verotuksessa lasketaan yhteen muiden tulojen kanssa <p>Osakeyhtiö</p> <ul style="list-style-type: none"> perustaminen vaatii enemmän toimenpiteitä+pääoma hallinnointi monimutkaisempaa: yhtiökokoukset, päätöksenteko jne.
---	---

Kuvio 4. Toiminimen ja osakeyhtiön vertailu

Toiminimi olisi osakeyhtiötä vaivattomampi perustaa, koska esimerkiksi perustamisasiakirjoja ei laadita. Osakeyhtiön perustaminen vaatii alkupääomaa 2500 euron verran, kun taas toiminimen perustamiseen ei tarvita erillistä alkupääomaa. Toiminimen haittapuolena on se, että siinä omistaja vastaa yrityksen vastuista henkilökohtaisesti. Osakeyhtiön vastuista omistajat eivät vastaa henkilökohtaisesti, vaan ne ovat yhtiökohtaisia. Toiminimellä toimivan yrittäjän tulo verotetaan hänen omana tulonaan, kun taas osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen, eli osakeyhtiön tulo verotetaan yhtiön omana tulona. Yksityinen elinkeinon harjoittaja (toiminimi) saa yrityksen tuottaman voiton omaan käyttöönsä, mutta elinkeinon harjoittaja vastaa myös mahdollisista tappioista itse. Palkanmaksu itselle tai puolisolle ei ole mahdollista toiminimellä. Osakeyhtiön voitosta ja tappiosta vastaa osakeyhtiö itse. Osakeyhtiön tuottama voitonjako tapahtuu maksamalla osakkaille osinkoa. Osakkaille on mahdollista maksaa kohtuullista palkkaa sekä antaa luontoisetuja.

Yksityisnostot taas eivät ole osakeyhtiössä mahdollista, toisin kuin toiminimellä. (Yritys-Suomi 2015b.)

Tämän opinnäytetyön avulla suunnitellun yrityksen yhtiömuodoksi valitaan osakeyhtiö ensisijaisesti verotuksellisista syistä: yrityksen perustajat eivät halua, että yritys vaikuttaa heidän palkkatyönsä verotukseen. Myös voitonjaon mahdollisuus vaikuttaa valintaan, koska toiminimessä vain elinkeinon harjoittaja voi tehdä yksityisottoja, mutta perustettavassa yrityksessä on kaksi yrittäjää, joille halutaan jakaa voittoa. Tämä onnistuu paremmin osakeyhtiössä. Muut yhtiömuodot rajattiin valintatilanteessa pois, koska osuuskunta on yleensä voittoa tavoittelematon yritysmuoto, eikä siten sovi perustettavan yrityksen tavoitteisiin ja avoimessa- sekä kommandiittiyhtiössä yhtiömiehet ovat henkilökohtaisesti vastuussa yrityksen vastuista, mitä taas perustettavalta yritykseltä ei haluta.

3.3.4 Rahoitus ja vakuutukset

Ennen kuin yritystä lähdetään perustamaan, tulisi Koivikon (2013c) mukaan rahantarve selvittää perusteellisesti. Keskeistä rahoitussuunnitelmassa on ottaa huomioon:

- Paljonko rahaa tarvitaan yrityksen perustamiseen ja pyörittämiseen?
- Mihin hintaan rahoitusta on saatavilla ja mistä?
- Minkälainen rahoitusrakenne eli oman ja vieraan pääoman suhde yritykseen halutaan?

Yrittäjän täytyy varata riittävästi rahaa yritystoiminnan ensimmäistä vuotta varten: perushankintojen lisäksi suositus on, että rahoitus kattaa yritystoiminnan pyörittämisen ja yrittäjän elämisen vähintään puoli vuotta toiminnan aloittamisesta. Aloittavan yrittäjän kannattaa pohtia seuraavia kysymyksiä rahoitusta suunnitellessaan:

- Miten omat rahat riittävät?
- Tarvitaanko vierasta pääomaa?

- Onko yrityksellä mahdollisuutta saada aloittamiseen vastikkeetonta rahoitusta, esimerkiksi avustuksia? (Koivikko 2013c.)

Yrityksen liiketoiminta sitoo aina pääomaa. Tästä syystä on kannattavaa, että alkavaan yritystoimintaan sijoitetaan riittävästi omaa pääomaa toiminnan kulujen kattamiseksi. Tulorahoituksen kautta (liikevoitosta) kertyy aloittavassa liiketoiminnassa hitaasti omia pääomia, joten ensimmäisiä vuosia varten tarvitaan riittävästi puskuria omasta pääomasta toiminnan turvaamiseksi. (Koivikko 2013c.)

Yrityksen tärkein lähde vieraalle pääomalle ovat pankit. Luotettava ja pitkäaikainen pankkisuhde on yrityksen elinehto. Pankin luotonannon malleja ovat tililuotot, lyhyt- ja pitkäaikaiset lainat sekä notariaattiluotot. Pankit tarjoavat yrityksille myös erilaisia vaihtoehtoja suojautua korko- ja kurssiriskeiltä. Valtion erityisrahalaitoksia aloittaville yrittäjille ovat Finnvera Oyj, Suomen Teollisuussijoitus Oy, Sitra ja Tekes. Erinomainenkaan liikeidea ei riitä vakuudeksi lainoille, vaan pääsääntöisesti niille edellytetään reaalivakuuksia, kuten kiinteistö tai asunto-osake. Finnvera Oyj voi myöntää yrittäjille takauksia lainojen vakuudeksi. (Koivikko 2013c.)

Yritystoimintaa varten on mahdollista saada erilaisia avustuksia julkisista varoista ja yksi esimerkki tällaisesta avustuksesta on TE-toimiston myöntämä starttiraha. Avustusten perusteet ja muodot vaihtelevat tapauskohtaisesti. Avustuksista on suurin apu juuri yritystä perustaessa tai yritystoiminnan kasvaessa. Starttirahaa sivutoimiselle yritykselle ei lähtökohtaisesti myönnetä, sillä tuen edellytyksenä on, ettei sen saajalle tule toimentuloa muualta, kuten palkkatyöstä. (Uusyrittäjäkeskus 2015, 23).

Ennen kuin yritystä perustetaan, on yrittäjän hyvä tehdä itselleen rahoitussuunnitelma, johon täytetään yrityksen mahdolliset rahoitustarpeet ja tuloennusteet. Yritystutkimusneuvottelukunta tarjoaa veloituksetta valmiit pohjat rahoitussuunnitelmalle, tulossuunnitelmalle ja kassabudjetille. Rahoitussuunnitelma on hyvä tehdä kaikissa tapauksissa, vaikka yrityksen alkupääoman tarve olisi vähäinen. Rahoitussuunnitelma

antaa hyvän kuvan yrittäjälle, mitä kaikkia asioita tulee ottaa huomioon. (Koivikko 2013d.)

Yrityksille on tarjolla monenlaisia vakuutuksia, joista yksinyrittäjille pakollinen on ainoastaan yrittäjän eläkevakuutus (YEL). Myös sivutoimisen yrittäjän on otettava yrittäjän eläkevakuutus, jos yritystoiminta jatkuu vähintään neljä kuukautta ja arvioitu työtulo ylittää YEL:n vähimmäisrajan, joka on 7502,14 euroa vuonna 2015. Perustettavassa yrityksessä yrittäjien työtulon arvioidaan jäävän alle vähimmäisrajan, jolloin YEL-vakuutusta ei tarvitse ottaa. Yrittäjät voivat kuitenkin harkita vapaaehtoisen YEL-vakuutuksen ottamista. (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Elo 2014.)

4 TYÖNHAKUKONSULTOINTIA VERKOSSA

Tämä luku käsittelee opinnäytetyöhön sisältyvää empiiristä tutkimusta, joka selvittää verkossa toimivan työnhakukonsultointiyrityksen liikeidean toteutuskelpoisuutta. Tutkimus koostuu kahdesta osiosta, joista ensimmäisessä selvitetään yrittäjyyden asiantuntijoiden näkemyksiä yrityksen liikeideasta. Tutkimuksen toisessa osiossa kartoitetaan työnhakukonsultointipalvelun tarvetta liiketalouden opiskelijoiden keskuudessa. Ensimmäisessä alaluvussa kuvaillaan tutkimuksen tavoite sekä palvelukonsepti, jolla perustettava yritys aikoo lähteä markkinoille. Seuraavaksi esitellään tutkimukseen osallistuneet tahot sekä tutkimusmenetelmä ja kerrotaan tutkimuksen toteuttamisesta. Lisäksi käydään läpi tutkimusaineiston kerääminen, käsittely ja analysointi. Luvun lopussa esitellään tutkimustulokset sekä niiden perusteella laaditut johtopäätökset, jonka jälkeen arvioidaan vielä tutkimuksen luotettavuutta.

4.1 Palvelukonseptin esittely ja tutkimuksen tavoite

Perustettavan yrityksen liikeideana on tuottaa asiakkaille työhakemus- ja CV-konsultointia sähköisesti. Palvelun tuottamiseen ei tarvita erillistä liiketilaa, vaan yritystä pyöritetään sivutoimisesti yrittäjien kotoa käsin. Työvälineinä toimivat kannettavat tietokoneet sekä tulostimet ja tiedostojen tallennukseen käytetään Dropbox-pilvipalvelua, joka on ilmainen palvelu. Toiminta on tarkoitus aloittaa pienimuotoisena ja markkinointi hoidetaan aluksi puskaradion kautta tuttavapiirin välityksellä sekä esimerkiksi Facebookia ja kauppojen ilmaisia ilmoitustauluja hyödyntäen. Kotisivut ja käyntikortit otetaan kuitenkin heti käyttöön. Yrityksen kohderyhmänä ovat aluksi nuoret aikuiset, jotka ovat mahdollisesti juuri valmistumassa ja hakemassa sen takia töitä. Kohderyhmä rajataan aluksi tähän, koska yrittäjät haluavat saada kokemusta tuottamalla palvelua aluksi oman ikäiselle kohderyhmälle, jonka voidaan olettaa olevan melko samanlaisessa elämäntilanteessa työnhaun suhteen, jotta yritys voi palvella heitä parhaalla mahdollisella tavalla.

Tutkimushaastatteluiden tavoitteena oli selvittää, onko liikeideassa ainesta yrityksen perustamiseen ja mitä siinä mahdollisesti pitäisi vielä kehittää. Lisäksi tavoitteena oli saada asiantuntijoilta näkemystä sivutoimiyrittäjyydestä. Potentiaalisten asiakkaiden haastatteluiden tavoitteena oli kartoittaa, onko työnhakukonsultointipalveluille, kuten hakemusten ja ansioluetteloiden tekemiselle ja someprofiilien päivitykselle tarvetta.

4.2 Tutkimukseen osallistuneet

Tutkimuksen ensimmäiseen osaan osallistui kaksi yritysasiiantuntijaa Lahden seudun kehitys LADEC Oy:stä. Haastattelut tehtiin anonyymisti, joten tässä raportissa puhutaan asiantuntijoista 1 ja 2.

Tutkimuksen toiseen osaan osallistui kuusi Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden alan opiskelijaa, joilla oli opinnot loppusuoralla tai he olivat hiljattain valmistuneet. Taulukosta 1 on nähtävissä taustatietoja haastateltavista.

Taulukko 1. Työnhakukonsultointipalvelun tarvekartoitukseen osallistuneet

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Työkokemus/ vuotta	Työtilanne
A	nainen	25	7	määräaikainen
B	nainen	28	7	vakituinen
C	nainen	23	2	määräaikainen
D	nainen	23	4	vakituinen
E	nainen	26	8	vakituinen
F	mies	27	8	vakituinen

4.3 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku

Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää, koska tutkittavasta asiasta haluttiin saada mahdollisimman syvällistä tietoa. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on aina uuden tiedon löytäminen tutkittavasta asiasta, ei jo olemassa olevan teorian testaaminen. Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään todellisen elämän ilmiöiden kokonaisvaltaiseen ja tarkkaan havainnointiin ja selittämiseen. Joustavuus on ominaista kvalitatiiviselle tutkimukselle tutkimussuunnitelman tarkentuessa yleensä vasta tutkimuksen edetessä. Tutkimussuunnitelmaa on myös mahdollista muokata, jos siihen tulee tarve tutkimuksen aikana. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157, 160.)

Tutkimusaineiston kerääjänä on yleensä tutkija itse, sillä hänen on mahdollista sopeutua vaihteleviin tutkimustilanteisiin ja joustaa niiden vaatimalla tavalla. Tutkimusaineiston keräys tapahtuu yleensä luonnollisissa tilanteissa esimerkiksi yksilö- ja ryhmähaastatteluja sekä havainnointia hyödyntäen, jolloin on mahdollista saada tutkittavien todelliset ajatukset esille. Kvalitatiivisen tutkimuksen kohdejoukkoa ei kannata valita satunnaisotoksella, vaan valinnassa tulee huomioida tutkittava asia ja tehdä valinnat sen mukaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 160.)

Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin tässä työssä haastattelu, joka on kvalitatiivisen tutkimuksen päämenetelmä. Haastattelu on joustava menetelmä verrattuna muihin tiedonkeruumuotoihin, sillä siinä voidaan edetä tilanteen edellyttämällä tavalla ja tehdä tarvittaessa esimerkiksi lisäkysymyksiä haastateltaville. Myös haastateltava voi tuoda esiin omat ajatuksensa melko vapaasti ja tutkija voi tulkita vastauksia laajemmin kuin esimerkiksi postitetussa lomakekyselyssä. (Hirsjärvi ym. 2007, 200–201.)

Tutkimushaastattelutyypit jaotellaan yleensä sen mukaan, kuinka strukturoitu ja säädelty haastattelutilanne on. Haastattelutyyppejä ovat strukturoitu- eli lomakehaastattelu, teemahaastattelu sekä avoin haastattelu. Strukturoidussa haastattelussa käytetään lomaketta, jonka kysymysten muoto ja järjestys on täysin ennalta määritetty. Vastakohtana

tähän on avoin haastattelu, jossa haastattelulla ei ole ennalta määriteltyä runkoa, vaan yleensä ainoastaan aihe. Teemahaastattelu taas sijoittuu edellisten välimaastoon ja etenee valmiiksi mietittyjen teemojen mukaan, kuitenkin ilman tarkkaa kysymyspatteristoa. (Hirsjärvi ym. 2007, 203–204.)

Tässä työssä käytettiin stukturoidun- ja teemahaastattelun välimuotoa, puolistrukturoitua teemahaastattelua. Siinä kaikille haastateltaville esitetään lähestulkoon samat kysymykset samassa järjestyksessä, jolloin vastaukset ovat vertailukelpoisia keskenään. Vastaaminen on kuitenkin vapaampaa kuin stukturoidussa haastattelussa, jossa annetaan valmiit vastausvaihtoehdot. Lomakehaastattelu ei siis välttämättä antaisi yhtä kattavia vastauksia kuin puolistrukturoitu haastattelu, eikä tutkimuksessa haluttu ennalta määriteltyjen vastausvaihtoehtojen rajoittavan vastauksia. Avointa haastattelua ei puolestaan käytetty, koska osa aineistosta kerättiin sähköpostin välityksellä ja avoin haastattelu vaatii yleensä useampia haastattelukertoja. Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikki kysymykset ovat avoimia, jolloin niihin on mahdollista saada mahdollisimman syvällisiä vastauksia. Puolistrukturoidusta haastattelusta puhutaan käytännössä usein myös teemahaastatteluna, varsinkin silloin, jos kysymyksiä esitetään tietyistä teemoista hiukan järjestystä vaihdellen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Puolistrukturoidut teemahaastattelut tehtiin kahdelle eri ryhmälle: yrityksen perustamisen asiantuntijoille sekä perustettavan yrityksen potentiaalisille asiakkaille. Haastattelukysymykset luotiin teoriaan pohjautuen. Asiantuntijoilta kysyttiin yrityksen perustamiseen ja liikeideaan liittyviä kysymyksiä (katso liite 1) ja kysymysten pohjana käytettiin opinnäytetyön alatutkimuskysymyksiä. Potentiaaliset asiakkaat vastasivat 14 kysymykseen, jotka oli jaettu neljään eri teemaan (katso liite 2). Asiantuntijat kontaktoitiin puhelimitse ja he vastasivat kysymyksiin sähköpostin välityksellä. Tutkimukseen osallistuneet potentiaaliset asiakkaat haettiin pääasiassa Facebookin välityksellä, mikä oli helppo ja nopea tapa saada haastattelupyyntö perille sekä vastaus siihen. Kaikkiaan haastattelupyyntö lähetettiin kahdeksalle Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden valmistuneelle tai valmistumassa olevalle opiskelijalle, joista

kuusi lopulta osallistui haastatteluun. Osa haastatteluista toteutettiin aikataulullisista syistä sähköpostin välityksellä ja osa kasvokkain haastattelemalla. Kasvokkain tehdyt haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin haastattelun jälkeen. Kaikki potentiaalisten asiakkaiden haastattelut toteutettiin kahden ensimmäisen viikon aikana heinäkuussa 2015 ja yritysasiiantuntijoiden haastattelut tehtiin syyskuun puolivälissä yhden viikon aikana.

Asiantuntijoille esitettiin seuraavat kysymykset:

- Miten mielestänne sivutoiminen yrittäminen toimii työn ohella?
- Miltä liikeidea mielestänne vaikuttaa ja mitä kehitettävää siinä mahdollisesti on?
- Mitä mielestänne on hyvä ottaa huomioon aloittaessa sähköistä liiketoimintaa?

Potentiaalisille asiakkaille esitetyt kysymykset oli jaettu neljään eri teemaan joista kukin sisälsi kahdesta neljään kysymystä. Haastattelun runkona toimivat seuraavat teemat sekä pääkysymykset:

Haastateltavan työtaustan kartoitus

- Kerro lyhyesti työkokemuksestasi
- Millainen on työtilanteesi tällä hetkellä?
- Kauan olet hakenut töitä tai kuinka kauan hakuprosessi esti viimeksi kun hait työtä?
- Mitä kautta sait viimeisimmän työpaikkasi?

Ajatukset työnhausta

- Millaisena koet työnhakuprosessin?
- Millaisena koet työhakemuksen ja CV:n tekemisen?

- Missä työnhakuun liittyvässä asiassa erityisesti kaipaisit ammattilaisen apua ja neuvoja?
- Miten haluaisit, että ammattilainen auttaisi sinua edellä mainitsemassasi asiassa?

Tarve työhakemus- ja CV-konsultoinnille

- Minkälaista apua haluaisit saada työhakemuksen ja CV:n tekemiseen?
- Kuinka paljon olisit valmis maksamaan palvelusta, jossa asiantuntija hioisi hakemuksesi ja CV:n kuntoon tiettyä työpaikkaa varten?

Tarve some-konsultoinnille

- Käytätkö LinkedIn-palvelua tai muuta samantyyppistä työnhakuun ja verkostoitumiseen tähtäävää palvelua? Jos käytät niin mitä? Jos et niin miksi?
- Millaista apua haluaisit saada profiiliesi päivittämiseen?
- Koetko, että ammattilaisen avusta olisi itsellesi hyötyä profiilin muokkauksessa?
- Minkä verran olisit valmis maksamaan palvelusta, jossa ammattilainen päivittäisi LinkedIn-profiilisi ja neuvoisi sinua palvelun käytössä?

4.4 Aineiston analysointi ja tulokset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksesta saadut tulokset haastattelun teemojen mukaisesti: ensin asiantuntijoiden haastattelun tulokset liikeideasta ja seuraavaksi potentiaalisten asiakkaiden haastatteluiden tulokset palveluntarpeesta.

4.4.1 Liikeidean toteutuskelpoisuus

Yritysasiantuntijoilta kysyttiin ensin, miten sivutoiminen yrittäjyys heidän mielestään toimii. Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään asiantuntijan näkökulmasta seikkoja, joita olisi hyvä ottaa huomioon harkittaessa sivutoimisuutta. Molemmat haastateltavista asiantuntijoista olivat sitä mieltä, että sivutoimisuus sopii pienimuotoiseen yrittämiseen sekä lisätulojen hankintaan. Kumpikin myös mainitsi vaihtoehtona sivutoimisuudelle liittymisen Lahden alueen osuuskunta Startti -nimiseen osuuskuntaan.

Lähtökohtaisesti sivutoimisuus on erittäin hyvä tapa testata oman liikeidean toimivuutta; ennen sitä toki meidän kanssamme keskustelu avaa itse idean järkevyyttä ja sitä miten hyvin idealla voitaisiin saada aikaan kannattavaa liiketoimintaa. – Asiantuntija 1

Jos toiminta on pienimuotoista eikä ole tarkoituskaan siirtyä päätoimiseksi, niin ihan ok. – Asiantuntija 2

Sivutoimisuudelle on kaksi keskeistä vaihtoehtoa; oma yritys tai liittyminen johonkin Lahden Startin kaltaiseen osuuskuntaan, jolloin kyse ei ole siis sivutoimisesta yrittäjyydestä vaan palkansaannista. – Asiantuntija 1

Yksi vaihtoehto lähteä kehittämään yritystoimintaa ja hakemaan asiakaskuntaa riskittömästi ja pienellä vaivalla on esimerkiksi Lahdessa www.lahden-startti.com. – Asiantuntija 2

Sivutoiminen yrittäjyys sopii hyvin lisätulojen hankintaan, vaikka verotus onkin aika kova kyseisten tulojen osalta. – Asiantuntija 1

Toinen asiantuntijoille esitetty kysymys oli *miltä liikeidea mielestänne vaikuttaa ja mitä kehitettävää siinä mahdollisesti on?* Tässä kohdassa molemmat haastateltavista ottivat esille kohderyhmän: pitää selvittää, onko suunniteltu kohderyhmä varmasti oikea eli ostaako kohderyhmä

kyseistä palvelua. Molemmat kehittivät tekemään kunnollisen ja kattavan asiakaskyselyn.

Tulonmuodostusta ei ole oikein mietitty tai avattu. Onko kohderyhmä varmasti oikea (nuorilla rahat tiukassa ja haluavatko maksaa palvelusta). – Asiantuntija 2

Sinänsä idea on hyvin helposti testattavissa eli selkeän palvelukuvauksen ja mallihakemusten kautta asiakaskysely opiskelijakohderyhmälle, jossa saisit feedbackiä ja tietoa miten merkittävästä tarpeesta on kyse ja mitä tämän tarpeen tyydyttämisestä olisivat valmiit maksamaan; eli hyvin suoraviivaisella testauksella saa selville onko ideassa potkua vai ei. – Asiantuntija 1

Ei ole huonoa ideaa, jos siitä on joku valmis maksamaan.....juuri sitä pitäisi avata enemmän ja selvittää ihan oikeasti kohderyhmää lähestymällä löytyykö hilloa vai pitääkö ideaa täsmentää, että rahaa rupeaa tippumaan tai etsiä sitten joku otollisempi ryhmä. – Asiantuntija 2

Kolmas asiantuntijoilta kysytty kysymys oli *mitä mielestänne on hyvä ottaa huomioon aloittaessa sähköistä liiketoimintaa?* Tässä kohdassa molemmat olivat samoilla linjoilla siinä, ettei verkkopohjainen liiketoiminta aina ole taie yrityksen menestykselle. Lisäksi asiantuntija 1 vielä muistutti oikean kohderyhmän löytämisestä, jotta kohderyhmä löytää tiensä palvelun luo.

Oman käsitykseni mukaan sähköinen verkkopohjainen palvelu sinänsä ei ole aina oikotie menestykseen, mutta erityisesti iältään nuoressa kohderyhmässä on niiden käyttöön liittyvä kulttuuri olemassa. Tärkeintä on silti tunnistaa, mikä on tarjottavan palvelun todellinen tarve kohderyhmässä eli tunnistavatko potentiaaliset asiakkaat sen, että järjestelmäsi kykenisi toimittamaan heille työnantajaa kiinnostavalla ilmeellä ja sisällöllä varustetun hakemuksen joka erottuisi joukosta. – Asiantuntija 1

Monesti näkyvyyden saavuttamisen kustannukset on arvioitu pahasti alakanttiin. Kivijalkamyymälään voi erehtyä sisään ostoksille, vaikka ei välttämättä mitään tarvitsekaan.....verkossa asiakas täytyy saada aktiivisesti itse hakeutumaan sivustolle tai palveluun. – Asiantuntija 2

4.4.2 Palveluntarve

Teema 1: aikaisempi työkokemus

Ensimmäisen teeman kysymyksillä haluttiin selvittää haastateltavien työtaustaa: missä he ovat työskennelleet, kuinka kauan ovat hakeneet töitä ja mitä kautta ovat työllistyneet.

Kaikki haastateltavat ovat olleet töissä vähintään kaksi vuotta ja pisin työkokemus oli haastateltavilla E ja F, molemmilla kahdeksan vuotta. Haastateltavista B, D, E ja F ovat vakituisessa työsuhteessa ja A ja C ovat määräaikaisissa työsuhteissa.

Viimeisimmän työnhakuprosessin kesto vaihteli vastaajilla jonkin verran. Pisimmillään prosessi oli kestänyt kolme kuukautta ja lyhimmillään pari viikkoa. Haastateltavat A ja E kertoivat, että hakuprosessi kesti alle kaksi kuukautta.

Hain viime syksynä pankkiin ja hakuprosessi kokonaisuutena kesti 3 kuukautta. – Haastateltava F

Viimeksi hain myyjän työhön ja hakuprosessi kesti kuukauden. Hakemuksen jälkeen kaksi viikkoa sain kutsun haastatteluun ja kaksi viikkoa sen jälkeen sain päätöksen että tulin valituksi – Haastateltava E

Haastateltava B ei ollut koskaan hakenut töitä ja haastateltava C puolestaan oli työllistynyt heti määräaikaisen työsuhteensa loputtua.

Viimeksi sain työpaikan heti edellisen sijaisuuden päätyttyä. – Haastateltava C

Tuloksista voidaan päätellä, että työnhakuprosessiin on varattava aikaa, sillä se voi pisimmillään kestää useamman kuukauden. Kuitenkin useimmiten työnhakuprosessi kestää alle kaksi kuukautta.

Kaikki haastateltavat olivat työllistyneet eri tavoin. Haastateltava B oli saanut työpaikkansa suhteilla, kun taas haastateltava A kertoi käyneensä rekrytointimessuilla esittäytymässä tulevalle työnantajalleen.

Kävin DuuniExpossa esittäytymässä ja sitten hain niin kuin muutkin, eli netissä hakemuksen tekemällä. Taisivat ottaa nimen ylös messuilla. – Haastateltava B

Haastateltava C oli saanut työpaikan kaupungin sisäisen haun kautta ja E oli työllistynyt kouluharjoittelun päätteeksi. Haastateltavat D ja F olivat työllistyneet ”perinteistä” kautta eli soittamalla yritykseen ja vastaamalla rekrytointi-ilmoitukseen.

Soittamalla. Mä vaan soitin ja onneks tajusin sanoo, et oon ollu aikasemminkin s-marketissa, koska silloin se esimies kiinnostui ja sanoit, että töitä vois olla tarjolla. – Haastateltava D

*Löysin työpaikkailmoituksen lehdestä ja hain työtä.
– Haastateltava F*

Vastauksista nähdään, että ammattikorkeakouluopiskelijat ovat työllistyneet useilla tavoilla, ei vain yhtä menetelmää käyttäen. Työhaussa tuleekin nykyään olla monta kanavaa hallinnassa, jotta pystyy hyödyntämään kaikki mahdollisuudet saada mieleistä työtä.

Teema 2: ajatukset työnhakuprosessista

Toisen teeman kysymyksillä pyrittiin selvittämään haastateltavien ajatuksia ja kokemuksia työhausta ja siihen liittyvästä prosessista. Lähes kaikki haastateltavat vastasivat työnhakuprosessin olevan haastavaa.

Vastauksissa tuli esille työhakemuksen ja CV:n tekemisen haastavuus, toisista hakijoista erottuminen sekä työhaastatteluun valmistautuminen.

Joskus hieman turhauttavana, kun edes vastauksia ei saa, vaikka tietää että olisi hyvä työhön. Ei voi tietää että luetaanko hakemusta edes. Usein ei ole ihmistä ketä kontaktoida yrityksessä hakuprosessissa, jos se on ulkoistettu. – Haastateltava A

Hieman haastavana, sama CV ja hakemus ei käy välttämättä kaikkiin paikkoihin. Helppoa jos nämä voi laittaa sähköpostin liitteenä, hidasta ja hankalampaa yrityksen/rekryfirman oman hakusivuston kautta. – Haastateltava C

No mä koen sen aika vaativana, koska siinä pitään ensiks hioo CV ja kaikki hakemukset ja varsinki jos ei ole kauheesti tehny aikasemmin niitä. Sit pitää miettiä et mitä siel haastattelus voidaan kysyä ja mihin pitää valmistautua. Pitää oikeesti pohtia sitä, et minkälainen on työntekijänä ja miten soveltuu siihen kyseiseen työhön. – Haastateltava D

Työn hakeminen on pitkä ja haastava prosessi. Siinä on pystyttävä osoittautumaan edukseen läpi prosessin. On laitettava itsensä likoon, jotta pystyy saavuttamaan haluamansa lopputuloksen. – Haastateltava F

Suurin osa haastateltavista sanoi työhakemuksen tekemisen olevan haastavaa. Moni koki myös CV:n tekemisessä haasteita. Haastateltavat B ja D sanoivat hakemuksen tekemisen olevan myös mielenkiintoista, koska siinä tulee samalla pohtineeksi omaa itseään sekä osaamistaan. Haastateltavat E ja F sanoivat, että haastetta luo se, kun oma osaaminen pitää osata tuoda esille. F lisäsi tähän vielä, että osaaminen pitää yrittää sovittaa haettavan paikan kriteereihin.

Mielenkiintoisena, välillä on mukava paneutua omaan itseensä ja miettiä mitä oikeasti osaan ja missä olen hyvä. – Haastateltava B

Se on kans haastavaa, kun pitäis tuoda omat parhaat puolet esille niin se on aika haastavaa kyllä. – Haastateltava E

*Molemmat on haastellista tehdä, koska ne on kuitenkin pystyttävä tekemään siten, että oma osaaminen tulee sieltä esiin ja, että se vastaa haetun paikan kriteereitä.
– Haastateltava F*

Haastateltava A oli saanut koulusta apua työhakemuksen tekoon:

Aikaisemmin oli hankalampaa, nyt koulussa opeteltiin asiakirjastandardi ja sain myös messuilla hyvän kuvan itsestäni. CV:stä tuli paljon ammattimaisempi. Myös koulussa opetellut esiintymistaidot ovat olleet hyödyksi. Hain vain pariin mieluisaan paikkaan keväällä, ja myönteisen vastauksen sain vain Soneralta. Silti oli suurempi itseluottamus, kun tiesi, että hakemus oli varmasti hyvä. – Haastateltava A

Kun haastateltavilta kysyttiin, missä työnhakuun liittyvässä asiassa he kaipaisivat apua, haastateltavat vastasivat pääasiassa kaipaavansa apua avoimen hakemuksen tekemiseen eli siihen, miten voisi parhaiten itseään siinä kuvailla ja kertoa osaamisestaan. CV:n tekeminen oli usealle vastaajalle helpompaa kuin hakemustekstin luominen. Haastateltavat D ja F totesivat myös, että haluaisivat saada apua myös työhaastatteluun.

No kyl se on ehkä just se sen avoimen hakemuksen, et mitä siihen kannattaa kirjoittaa. Ja sit myöskin ehkä siitä haastattelusta, et mihin kannattaa ainakin varautua vastaamaan. – Haastateltava D

Varmaan työhakemuksessa. CV on koulussa katottu aika hyvin et miten se tehdään. Työhakemus on ehkä semmonen et sais ne parhaimmat puolet tuotua siihen. – Haastateltava E

Hakemuksen tekemisessä olisi kiva saada apuja ja ennen haastattelua. – Haastateltava F

Haastateltavat haluaisivat asiantuntijalta vinkkejä siihen, miten työhakemuksesta ja CV:stä saa hiottua täydelliset. Haastateltavat A ja B lisäsivät vielä, että heille sopivinta olisi neuvonta kasvotusten.

Minulle paras voisi olla keskustelu. Olen ottanut yhteyttä, jos tunnen jonkun ihmisen kyseiseltä alalta, jotta saisin vinkkejä työnhakuun. – Haastateltava A

Voisimme istua yhdessä alas ja keskustella siitä, mitä CV:n olisi hyvä sisältää ja mitä ei. Mitä taitoja tulisi CV:ssä mainita ja mitä ei jne. – Haastateltava B

Kertomalla, mitkä asiat hakemuksessa ovat tärkeimpiä, mihin asioihin työnantajat kiinnittävät huomiota, esimerkkejä siitä, millainen on hyvä ansioluettelo. – Haastateltava C

Ehkä et jos se kattois työhakemuksen minkä mä oon kirjottanu ja antais vinkkejä et mitä vois parantaa. – Haastateltava E

Hakemuksen ja CV:n hiominen timantiksi ja, että sais ulosantiin apuja haastattelua varten. – Haastateltava F

Haastateltavien vastauksista voidaan tulkita, että työnhaku ja siihen liittyvät hakemuksen ja CV:n tekeminen eivät ole yksinkertaisia asioita useimmille työnhakijoille. Nämä asiat koetaan monesti haastavina, kun pitäisi osata pukea omat vahvuutensa sanoiksi ja erottua muista hakijoista. Haastateltavat toivoivat eniten apua työhakemuksen tekemiseen, CV:n kokoaminen oli useimmille selkeämpää. Myös työhaastatteluun valmentavalle palvelulle voisi mahdollisesti olla haastattelun perusteella kysyntää, sillä useampi vastaajista oli halukas keskustelemaan ammattilaisen kanssa työhaastatteluun valmistautumisesta.

Teema 3: tarve työhakemus- ja CV-konsultoinnille

Teeman kysymyksillä pyrittiin selvittämään, olisiko työnhakukonsultoinnille tarvetta ja minkä verran potentiaaliset asiakkaat olisivat valmiita maksamaan palvelusta. Haastateltavat kertoivat haluavansa yksilöllisiä vinkkejä ja neuvontaa esimerkiksi siihen, miten hakemus aloitetaan kiinnostavasti.

Avoin hakemus olisi hyvä käydä läpi, että onko jotain mitä kannattaa välttää ja mikä olisi hyvä lisä juuri jossain tietyllä alalla. Ehkä ihan keskustelua ja tsemppausta.

–Haastateltava A

Konkreettista apua juuri omaan tarpeeseen, ei pelkkiä turhia lauseita, kuten ”aloita hakemus kiinnostavasti” > niin miten?!

–Haastateltava C

Että hakemus ja CV eroaa muista hakijoista. Myös haluisi sen tiedon, mitä on järkevää olla hakemuksessa itsessään.

–Haastateltava F

Palvelun hinnasta kysyttäessä vastaukset erosivat toisistaan huomattavasti. Yksi vastaajista oli valmis maksamaan 100-200 euroa, kun toinen sanoi sopivaksi hinnaksi 20-40 euroa. Useampi vastaaja sanoi, että palvelua on vaikea hinnoitella, koska tällaista ei ole tullut aiemmin vastaan.

Tää on paha, koska ei niin kuin oikeestaan oo minkäänlaista käsitystä siitä et mitä tälläsesta palvelusta voi niin kuin maksaa. Ei oo tullu vastaan. Mut jos mä aattelen et ne on ehkä nuorille ja opiskelijoille suunnattuja palveluja ni niil ei ehkä oo varaa maksaa kauheesti. Sitte tottakai se pitäis huomioida et kuinka kauan siihen menee aikaa et ne laitetaan. Et ihan hatusta nyt vedän että viiskymppiä. – Haastateltava D

Riippuu paikasta, miten kovasti sen haluaa ja onko vakipaikka kyseessä. Jos vakituinen johon muutenkin hyvät mahdollisuudet niin varmaankin 20-40e jos voisin luottaa siihen, että palvelusta on apua. – Haastateltava C

Vastauksista on nähtävissä, että palvelun hinnoittelu voi olla haasteellista, koska vastaavanlaista palvelua ei juuri ole tarjolla.

Teema 4: tarve some-konsultoinnille

Viimeisen teeman kysymyksillä pyrittiin selvittämään haastateltavien sosiaalisen median ja erityisesti työnhakuun ja verkostoitumiseen tarkoitetun LinkedIn-palvelun käyttöä. Lisäksi haluttiin selvittää, olisiko LinkedIn-konsultoinnille tarvetta potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa ja minkälaista apua he mahdollisesti haluaisivat ammattilaiselta saada. Kysyttäessä LinkedIn-palvelun käytöstä vastaukset jakoutuivat tasan: puolet haastateltavista käyttää palvelua ja puolella ei ole siellä ollenkaan profiilia.

En käytä, ei vain ole tullu tutustuttua palveluun vaikka sitä kovasti kehutaan. – Haastateltava A

En, mutta pitäisi. En ole saanut aikaiseksi tehdä. – Haastateltava D

Käytän LinkedIniä jonkin verran. Mulle suositeltiin sitä, koska mun tuttu on saanut sitä kautta työpaikan. – Haastateltava E

Haastateltavista ainoastaan B oli sitä mieltä, että hänelle ammattilaisen avusta LinkedIn-palvelun käytössä ja profiilin teossa ei olisi apua. Muut haastateltavat ajattelivat, että ammattilaisen neuvoista voisi olla apua profiilin yksilöllistämisen, mutta vain haastateltava F oli tästä ehdottoman varma.

En jättäisi kokeilematta jos sellainen apu olisi tarjolla. Kyllä siellä varmasti jotain tulisi ilmi mitä en osaisi ajatella. – Haastateltava A

Kyl periaatteessa joo et jos se tapahtuis siinä yhteydessä kun tekee sen työhakemuksenkin. Tai ehkä jopa ennenkin et tekee sen profiilin valmiiksi jo ja sit tekee sen hakemuksen. Et kun se työnantaja käy sitä hakemusta läpi niin se voi mennä kattoo sitä profiiliakin. – Haastateltava E

Ehdottomasti. – Haastateltava F

Vastauksista on nähtävissä, että LinkedIn-palvelua ei ehkä vielä koeta kovin suorana väylänä työnsaantiin, eikä siihen ole vielä perehdytty kovin hyvin. Osalla ammattikorkeakouluopiskelijoista on palvelussa profiili ja osalla ei ole ollenkaan. Sosiaalisen median konsultoinnille ei välttämättä ensisijaisesti ole ainakaan niin suurta tarvetta kuin vaikkapa työhakemuskonsultoinnille.

4.5 Johtopäätökset

Tässä luvussa verrataan tutkimuksesta saatuja tuloksia suhteessa teoriaan. Liikaa yleistämistä on pyritty välttämään, koska kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole tarkoitus tehdä päätelmiä yleistämisen näkökulmasta, vaan haastateltavien vastaukset nähdään yksilöllisinä.

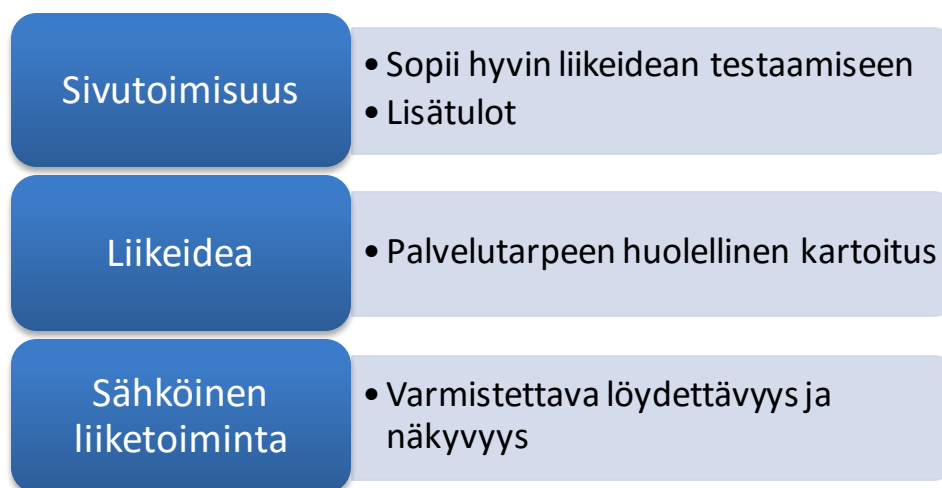
Liikeidean toteutuskelpoisuus

Teoriaosuudessa kerrottiin, että sivutoiminen yrittäminen voi olla järkevää, jos toiminta on pienimuotoista ja liikeideaa vasta testataan. Samaa mieltä olivat myös tutkimuksessa haastatellut asiantuntijat. He sanoivat, että sivutoiminen yrittäjäyys voi olla hyvä vaihtoehto liikeidean testaamiseen ilman pelkoa suurista ansionmenetyksistä, joita voisi aiheutua yrittäjän hypätessä suoraan palkkatyöstä kokoaikaiseen yrittäjyyteen. Kuten teoriaosuudessa tuli esiin, verotus on kuitenkin melko kovaa ja vaikuttaa myös yrittäjän muihin tuloihin, jos päädytään toiminimeen tai henkilöyhtiöön. Niissä yrityksestä saatava tulo lasketaan verotuksessa yhteen muiden ansiotulojen kanssa, kun taas osakeyhtiön tulos ei vaikuta yrittäjän muiden ansiotulojen verotukseen. Asiantuntijat suosittelivat myös Lahden alueen osuuskunta Starttia, jossa pääsee testaamaan

liikeideaansa riskittömästi palkansaajana. Tämä on varmasti monelle yritystoimintaa vasta aloittelevalle hyvä vaihtoehto ja etenkin jos harkitsee vain sivutoimista yrittäjyyttä. Opinnäytetyön tekijän kohdalla tämä ei kuitenkaan ole vaihtoehto, sillä oma yritys halutaan perustaa siksi, että toimintaa on tarkoitus kasvattaa ja myös laajentaa muille toimialoille. Yritystoiminta nähdään siis selkeänä tavoitteena, minkä takia yritys päätettiin perustaa heti.

Kuten työn teoriaosuudessa kerrottiin, on liikeidean testaus todella tärkeää uutta yritystä perustettaessa. Markkinat on kartoitettava ja kysyntä selvitettävä. Asiantuntijat pohtivat sitä, onko yrityksen suunniteltu kohderyhmä valmis maksamaan tarpeeksi palvelusta nuoren ikänsä takia. Tutkimuksen toisessa osassa toteutettiin asiakaskysely kuudelle potentiaaliselle asiakkaalla kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Voisi kuitenkin olla perusteltua toteuttaa toinen asiakaskysely kvantitatiivisella kyselylomakemenetelmällä ja suuremmalla otoksella, jotta saataisiin selkeät kyllä-ei vastaukset siitä, ostaisiko asiakas palvelua vai ei ja mihin hintaan.

Sähköinen liiketoiminta ei automaattisesti ole avain yrityksen menestykseen. Tätä mieltä olivat molemmat tutkimukseen haastatelluista asiantuntijoista. Sähköisessä liiketoiminnassa avaintekijänä on oikein kohdennettu markkinointi, jotta kohderyhmä löytää palvelun luokse. Tässä tulee kiinnittää paljon huomiota jo teoriaosuudessakin mainittuun hakukoneoptimointiin. Oheiseen kuvioon 5 on koottu asiantuntijoiden haastatteluiden tulokset.



Kuvio 5. Asiantuntijoiden haastattelun yhteenveto

Palveluntarve

Tutkimuksessa käytyjen haastatteluiden perusteella voidaan sanoa, että työnhaku on tänäpäivänä monikanavaista ja työnhakuprosessiin voi mennä jonkin verran aikaa työhakemuksen lähettämisestä työpaikan varmistumiseen. Kuviossa 6 on vedetty yhteen johtopäätökset työnhakukonsultoinnin tarpeesta.

Teemassa kaksi nousi selkeästi esille, että työhakemuksen ja CV:n tekeminen koetaan haastavana, joskin CV:n kokoaminen on vastaajista hieman helpompaa. Tästä voidaan päätellä, että kohderyhmällä voisi olla tarvetta saada apua työhakemuksen tekoon sekä työnhakuprosessiin yleensäkin. Useampi vastaajista myös sanoi, että toivoisi työhakemuksen tekemisen lisäksi apua työhaastatteluun valmistautumiseen.

Haastatelluista viisi oli sitä mieltä, että heille voisi olla parasta saada apu kasvotusten keskustelemalla. Tästä taas voidaan vetää johtopäätös, että sähköiselle työnhakukonsultointipalvelulle ei välttämättä ole niin suurta kysyntää, joten yrityksen haasteeksi voi muodostua ajatus täysin verkossa toimivasta palvelusta. Toisaalta yritys voisi harkita reaaliaikaista kommunikointia asiakkaiden kanssa verkkopalvelussa.

Teemassa kolme nousi esille se, että asiantuntijalta toivottaisiin yksilöllisiä vinkkejä siihen, miten omasta työhakemuksesta saisi hiottua juuri tiettyyn

paikkaan sopivan ja miten se aloitetaan kiinnostavasti. Haastatteluiden perusteella ei saatu selkeää kuvaa siitä, mikä palvelun hinta voisi olla, koska vastaukset erosivat toisistaan niin merkittävästi. Tästä voidaan päätellä, että tämänkaltainen palvelu on vielä niin uutta, ettei sitä ole helppo hinnoitella, eikä myöskään ole takeita, että palvelua ostettaisiin.

Teemassa neljä selvitettiin tarvetta sosiaalisen median, erityisesti LinkedIn-palvelun neuvonnalle. Vastausten perusteella voidaan päätellä, ettei LinkedIn-palvelua käytetä kovin aktiivisesti ainakaan liiketaloudesta valmistuvien opiskelijoiden keskuudessa ja ainakaan sitä kautta ei vielä etsitä töitä. Haastatteluiden perusteella ei voida tehdä sellaista johtopäätöstä, että sosiaalisen median konsultoinnilla olisi tutkimuksessa asetetun kohderyhmän keskuudessa kysyntää, vaan kysyntä on melko epävarmalla pohjalla. Yritystoiminta kannattaa ehkäpä rakentaa mieluummin työhakemuskonsultoinnin varaan, minkä lisäksi voi tarjota some-konsultointia.



Kuvio 6. Haastattelun tulosten yhteenveto

4.6 Luotettavuuden arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan reliabiliteetilla ja validiteetilla.

Tutkimus voidaan katsoa reliabeliksi, mikäli se on toistettavissa

samanlaisin tuloksin esimerkiksi tutkijan tai tutkimuskerran vaihtuessa. Tutkimus on puolestaan validi, mikäli valitulla tutkimusmenetelmällä saadaan selvitettyä sitä, mitä tutkimuksessa oli tarkoitus selvittää. (Hirsjärvi ym. 2007, 227)

Tässä työssä on kerrottu avoimesti tutkimuksen toteuttamisesta vaihe vaiheelta ja tutkimuskysymykset on mietitty huolellisesti tutkimuksen tavoitetta tukeviksi. Käytetyt lähteet ja tutkimusmenetelmät on perusteltu. Tutkimukseen haastateltavat tahot valittiin heille asetettujen, perusteltujen kriteerien perusteella ja teemahaastattelurungon johdonmukaisuutta testattiin ennen varsinaisen tutkimuksen suorittamista. Tutkimustuloksiin on liitetty haastateltujen suoria lainauksia, koska näin lukijalle on selvempää, minkä pohjalta tulkintaa ja johtopäätöksiä tehdään. Johtopäätöksissä on pyritty välttämään liikaa yleistämistä, koska haastateltavien mielipiteet saattavat vaihdella eri tutkimuskerroilla.

Tutkimusaineistoa sekä tutkimuksen toistettavuutta voidaan pitää luotettavana. Tutkimuksen reliabiliutta tukee se, että teemahaastatteluista saadut tulokset olivat melko samansuuntaisia keskenään ja tukivat osittain myös teoriaa. Työstä saatiin vastauksia ennalta määriteltyihin tutkimuskysymyksiin, joten sitä voidaan pitää myös validina. Haastatteluiden avulla saatiin selville niitä asioita, joihin vastauksia haluttiin. Vastauksista löytyi myös selkeitä yhteneväisyyksiä niin asiantuntijoiden kuin potentiaalisten asiakkaiden kesken.

Kehitysehdotuksia perustettavalle yritykselle tuli tutkimuksen aikana esille muutamia. Liikeidean toteutuskelpoisuutta on hyvä kartoittaa vielä lisää tekemällä suuremmalle joukolle lomakekysely palveluntarpeen kartoittamiseksi. Kommunikointia asiakkaiden kanssa tulee myös miettiä lisää, koska haastatteluiden perusteella ihmiset haluavat keskustella työhausta mieluiten kasvokkain. Yritys voisi myös miettiä työhaastatteluvalmennusta osana liiketoimintaansa, koska tutkimuksen haastatteluiden perusteella sille voisi olla tarvetta.

Jatkotutkimusmahdollisuutena on esimerkiksi yrityksen kannattavuuden tutkiminen sekä verkkosivujen ja –kaupan perustaminen. Lisäksi tutkimus voitaisiin toteuttaa kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä, mikä mahdollistaisi suuremman otoksen. Tällä menetelmällä voitaisiin saada selkeämmät kyllä/ei-vastaukset palveluntarpeesta.

5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia verkossa toimivan, sivutoimisen konsultointiyrityksen perustamista sekä palveluntarvetta. Tutkijan henkilökohtaisena tavoitteena oli saada tietoa yrityksen perustamista varten sekä selvittää, olisiko hänen liikeidealleen työnhakukonsultoinnista kysyntää.

Raportin teoriaosuudessa perehdyttiin työnhakuprosessiin sekä konsultointialaan ja kartoitettiin, mitä tulee ottaa huomioon perustettaessa sivutoimista yritystä. Tutkimuksen empiirisen osion tavoitteena oli selvittää liikeidean toteutuskelpoisuutta sekä palvelun tarvetta. Liikeideasta haastateltiin yrityksen perustamisen asiantuntijoita ja tarvekartoitus tehtiin haastatteleamalla Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden valmistumassa olevia opiskelijoita. Yritysasiantuntijoita haastatteleamalla oli tarkoitus saada näkemystä siitä, mitä vielä tulisi huomioida yrityksen perustamiseen liittyen.

Tutkimustuloksista ilmeni, että sivutoiminen yrittäminen voi olla hyvä vaihtoehto, jos liiketoiminta on pienehköä ja halutaan saada lisätuloja esimerkiksi palkkatyön ohella. Yritysmuotoa kannattaa muun muassa verotuksellisista syistä pohtia huolella. Sähköinen liiketoiminta ei takaa yrityksen menestymistä ja jos yritys toimii verkossa, on hakukonenäkyvyyteen panostettava asiakkaiden saamiseksi.

Työnhakukonsultoinnille on tutkimustulosten perusteella mahdollisesti tarvetta. Työhakemuksen yksilöllistämiseen ja itsensä kuvailemiseen kaivataan apua. Myös työhaastatteluihin valmentavalle palvelulle voisi tutkimustulosten perusteella olla kysyntää. Perustettavan yrityksen kohdalla kannattaisikin vielä ehkä harkita palveluvalikoimaa sekä sitä, toimiiko yritys täysin verkossa ja miten se kommunikoi asiakkaidensa kanssa.

LÄHTEET

Painetut:

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Holopainen, T. 2015. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. 24. uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Hoppe, T. & Laine, T. 2014. Työnhakuopas: mitä, miten, missä? Helsinki: Talentum.

Kattelus, R., Tammeaid, M. & Jokinen, T. 2002. Uraopas: omasta urastaan kiinnostuneille. Primacarrera.

Peltola, L. 2015. Liikeideasta liikkeelle. 10. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Rope, T. 2006. Menesty konsulttina. 2006. Talentum Media Oy.

Tokola, P. & Hyyppä, H. 2004. Konsultaatiotyön perusteita. Painettu EU:ssa.

Elektroniset:

Ensimetri. 2015. Opas sivutoimiyrittäjälle. [Viitattu 24.5.2015] Saatavissa: http://www.ensimetri.fi/uploads/L00002019_SivutoimiyrittajanOpas_verkko.pdf

Heikkilä, S. 2014. Rekrytointitutkimus 2014: Miten työpaikkoja haetaan tulevaisuudessa? Duunitori. [viitattu 1.11.2015] Saatavissa: <http://tyoelama.duunitori.fi/rekrytointitutkimus-2014/>

Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Elo. 2014. Kenen pitää ottaa YEL-vakuutus? [viitattu 23.8.2015] Saatavissa: <http://www.elo.fi/yritykset/yel-vakuutus/kenelle>

Koivikko, K. 2013a. Osakeyhtiön perustamistoimet ja yhtiömuodon sääntely. [viitattu 1.11.2015] Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/osakeyhtio/>

Koivikko, K. 2013b. Yrityksen perustamisen vaiheet. [viitattu 7.6.2015]

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

Koivikko, K. 2013c. Rahoitussuunnittelu. [viitattu 7.6.2015] Saatavissa:

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

Koivikko, K. 2013d. Yritystutkimusneuvottelukunnan lomakkeita. [viitattu

7.6.2015] Saatavissa: [http://www.yrittajat.fi/fi-](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/rahoitussuunnittelu/lomakkeita/)

[FI/minustakoyrittaja/rahoitussuunnittelu/lomakkeita/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/rahoitussuunnittelu/lomakkeita/)

LAMK. 2013. "Lamkissa yhteishaussa tarjolla noin tuhat aloituspaikkaa"

[viitattu 30.6.2015] Saatavissa:

<http://www.lamk.fi/ajankohtaista/Sivut/Lamkissa-yhteishaussa-tarjolla-noin-tuhat-aloituspaikkaa.aspx>

LAMK. 2015. "Lahden ammattikorkeakoulusta keväällä 2015 valmistuneet"

[viitattu 30.6.2015] Saatavissa:

<http://www.lamk.fi/ajankohtaista/Sivut/Lahden-ammattikorkeakoulusta-kevaalla-2015-valmistuneet.aspx>

Lith, P. 2010. Yrittäjäksi palkkatyön tai eläkkeen ohella [viitattu 26.8.2015]

Saatavissa: http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art_2010-11-10_005.html?s=0#1

Mikkola, K. 2011. Sähköinen liiketoiminta, e-business. [viitattu 5.10.2015]

Saatavissa: <http://www.liiketoiminta.info/wp-content/uploads/2011/04/Haaga-Helia-S%C3%A4hk%C3%B6inen-Liiketoiminta-19042011-20042011-opiskelijat.pdf>

Remes, M. 2015. Harkitsetko sivutoimista yrittäjyyttä? Toimi Näin. Oma aika-lehti 5.3.2015. [viitattu 15.10.2015] Saatavissa:

<http://www.omaikalehti.fi/tyoelama/harkitsetko-sivutoimista-yrittajyytta-toimi-nain>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. [viitattu 19.8.2015] Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen. Työ ja elinkeinoministeriön julkaisuja 30/2014. [viitattu 4.9.2015] Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/40889/30_2014_TEM_katsaus_suomalaisen_tyon_tulevaisuuteen_25082014.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. Työnhakuvalmennus. [viitattu 7.6.2015]

Saatavissa: [http://www.te-](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonhaki/jalle/tukea_tyollistymiseen/tyonhakuvalmennus/index.html)

[palvelut.fi/te/fi/tyonhaki/jalle/tukea_tyollistymiseen/tyonhakuvalmennus/index.html](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonhaki/jalle/tukea_tyollistymiseen/tyonhakuvalmennus/index.html)

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Työnhaku webinaarit. [viitattu 14.7.2015]

Saatavissa: <http://toimistot.te-palvelut.fi/webinaarit>

Uranus. 2013. Näin keksitään toimiva yrityksen nimi. [viitattu 7.6.2015]

Saatavissa: <http://www.uranus.fi/tyonhaku/yrityksen-perustaminen/hainkeksitaan-toimiva-yrityksen-nimi/>

Uusyrityskeskus. 2015 Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2015 [viitattu 9.5.2015] Saatavissa:

http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/SUK_opas_2015_web.pdf

Virsta virtual statistics. 2015. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot.

Tilastokeskus.[viitattu 27.8.2015] Saatavissa:

<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

webopas.net@gmail.com. 2015. Verkkokaupan perustaminen. [viitattu

27.8.2015] Saatavissa: <http://www.webopas.net/verkkokauppa.html>

Yritys-Suomi. 2015a. Verkkoliiketoiminta. [viitattu 27.8.2015] Saatavissa:

<https://www.yrityssuomi.fi/verkkoliiketoiminta>

Yritys-Suomi. 2015b. Yritysmuodot. [viitattu 6.6.2015] Saatavissa:
<https://www.yrityssuomi.fi/yritysmuodot>

LIIKTEET

LIIITE 1. Haastattelupyyntö asiantuntijoille

Hei,

Olen Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden alan opiskelija ja teen opinnäytetyötä aiheesta ”Työnhakukonsultointia verkossa”. Opinnäytetyöni tarkoitus on selvittää, mitä asioita tulee ottaa huomioon perustettaessa sivutoimista, verkossa toimivaa työnhakukonsultointiyritystä, onko palvelulle tarvetta ja voisiko ideaa vielä kehittää. Opinnäytetyöni tutkimusosassa haastattelen yrityksen perustamisen asiantuntijoita koskien liikeideaani sekä potentiaalisia asiakkaita selvittääkseni palveluntarvetta.

Tässä ensin yrityksen liikeidean kuvaus ja sen jälkeen muutamia kysymyksiä, joihin toivon teiltä vastausta. Voitte vastata suoraan kysymysten perään ja lähettää minulle vastaukset sähköpostilla takaisin. Kiitos yhteistyöstä!

Haastateltavat pysyvät opinnäytetyössä anonyymeinä.

Perustettava yritys:

Sivutoiminen konsulttiyritys, joka tarjoaa työnhakukonsultointia sähköisesti.

Liikeidea:

Markkinoilta puuttuu verkkokauppa, josta voisi ostaa ”valmiin” työhakemuksen tai CV:n. Tarjoamme sekä valmiiksi aseteltua CV- ja työhakemus pohjaa että tiettyä työpaikkaa varten työnhakijalle räätälöityä työhakemusta sekä CV:tä. Valmiissa pohjassa ideana on, että työnhakija saa kunnan ohjeet sen täyttämiseen ja voi jatkossa työtä hakiessaan aina hyödyntää pohjaa ja neuvoja.

Yrityksen kohderyhmänä ovat aluksi nuoret aikuiset, jotka ovat mahdollisesti juuri valmistumassa ja hakemassa sen takia töitä. Kohderyhmä rajataan aluksi tähän, koska yrittäjät haluavat saada kokemusta tuottamalla palvelua aluksi oman ikäiselle kohderyhmälle, jonka voidaan olettaa olevan melko samanlaisessa elämäntilanteessa työnhaun suhteen, jotta yritys voi palvella heitä parhaalla mahdollisella tavalla.

Yritys ei tarvitse erillistä liiketilaa, vaan sitä pyöritetään sivutoimisesti yrittäjien palkkatyön ohessa heidän kotoa käsin. Työvälineinä käytetään kannettavia tietokoneita ja tiedostojen tallennus hoidetaan Dropboxin kautta. Toiminta aloitetaan pienimuotoisesti, suuria mainostuksia ei tehdä. Markkinointi tapahtuu aluksi facebookin kautta luomalla sinne yritykselle sivut. Myös verkkosivut tehdään heti ja niiden yhteyteen avataan verkkokauppa myytävillä tuotteilla. Verkkosivujen avaaminen ei ole suuri rahallinen panostus, mutta hyvien verkkosivujen avulla saadaan hakukoneosumia ja tätä kautta kävijöitä sivuille.

Kysymykset asiantuntijoille:

1. Miten mielestänne sivutoiminen yrittäminen toimii työn ohella?
2. Miltä liikeidea mielestänne vaikuttaa ja mitä kehitettävää siinä mahdollisesti on?
3. Mitä mielestänne on hyvä ottaa huomioon aloittaessa sähköistä liiketoimintaa?

LIITE 2. Teemahaastattelurunko potentiaalisille asiakkaille

1. Haastateltavan taustaa kartoittavat kysymykset

Minkä ikäinen olet?

Kerro työkokemuksestasi?

Millainen on työtilanteesi tällä hetkellä?

Kauan olet hakenut töitä tai kuinka kauan hakuprosessi kesti viimeksi kun hait töitä?

Mitä kautta sait viimeisimmän työpaikkasi? (esim. harjoittelun, suhteiden, perinteisesti työhakemuksen lähettämällä)

2. Ajatukset työnhausta

Millaisena koet työnhakuprosessin?

Millaisena koet työhakemuksen ja CV:n tekemisen?

Missä työnhakuun liittyvässä asiassa erityisesti kaipaisit ammattilaisen apua ja neuvoja?

Miten haluaisit, että ammattilainen auttaisi sinua edellä mainitsemassasi asiassa?

3. Palveluntarve: työhakemus ja CV

Minkälaista apua haluaisit saada työhakemuksen ja CV:n tekemiseen?

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan palvelusta, jossa asiantuntija hioisi hakemuksesi ja CV:n kuntoon tiettyä työpaikkaa varten?

4. Palveluntarve: sosiaalisen median profiilit

Käytätkö LinkedIn-palvelua tai muuta samantyyppistä työnhakuun ja verkostoitumiseen tähtäävää palvelua? Jos niin mitä? Jos et, niin miksi?

Minkälaista apua haluaisit saada sosiaalisen median profiilisi päivittämiseen?

Koetko, että ammattilaisen avusta olisi itsellesi hyötyä profiilin muokkauksessa?

Minkä verran olisit valmis maksamaan palvelusta, jossa ammattilainen päivittäisi LinkedIn-profiilisi ja neuvoisi sinua palvelun käytössä?