

**Eveliina Haukipuro**

**YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIKETOIMINTA-  
SUUNNITELMAN LAATIMINEN**

**Case-yrityksenä muotivaateliike**

**Opinnäytetyö**

**KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU**

**Liiketalous**

**Joulukuu 2010**

## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Ylivieskan yksikkö Haapajärven toimipiste	<b>Aika</b> Joulukuu 2010	<b>Tekijä</b> Eveliina Haukipuro
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous		
<b>Työn nimi</b> Yrityksen perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen Case-yrityksenä muotivaateliike		
<b>Työn ohjaaja</b> Eija Lappalainen	<b>Sivumäärä</b> 71 + 4	
<b>Työelämäohjaaja</b> Mira Haukipuro		
<p>Opinnäytetyö tehtiin yrityksen perustamisesta kiinnostuneelle naiselle, joka on suunnitellut perustavansa muotivaatealan yrityksen Haapavedelle. Työn tavoitteena oli tarjota toimeksiantajalle yrityksen perustamiseen tarvittavaa tietoa yrityksen perustamista varten, jotta aloittavan yrittäjän olisi helpompi edetä sitten todellisessa yrityksen perustamisprosessissa. Tavoitteena oli myös tutkia perustettavan yrityksen menestymisen mahdollisuuksia sekä tarvetta Haapavedellä.</p> <p>Opinnäytetyön kehitystehtävä jakautui kahteen osaan. Ensimmäisenä tehtävänä työllä oli laatia liiketoimintasuunnitelma perustamislaskelmineen niiden suunnitelmien pohjalta, jotka aloittavalla yrittäjällä oli aloitettavasta toiminnasta. Toisena tehtävänä työllä oli kartoittaa muotivaateliikkeen tarvetta Haapavedellä.</p> <p>Työ käsittelee yrityksen perustamisprosessia sekä siinä huomioon otettavia asioita. Teoriaosuus käydään läpi teoriamuotoisena sekä muotivaateyrityksen kannalta pohdittuna. Tämä aihealue auttaa aloittavaa yrittäjää parhaiten yrityksen perustamisprosessissa, koska yritystä ei ole vielä perustettu ja yrittäjä tarvitsee tietoa laajemmalla aihealueella kuin pelkästään yksittäiseltä osa-alueelta.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelma toteutettiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa kooten se Finnveran rungon mukaan. Muotivaateliikkeen tarpeellisuus kartoitettiin pienenä kohderyhmälle suunnattuna kyselytutkimuksena Haapaveden kadulla. Kyselytutkimuksesta saadut tiedot koottiin ja analysoitiin käyttäen apuna Microsoft Office Excel -ohjelmaa.</p> <p>Tulosten perusteella voidaan sanoa, että muotivaateliike olisi tarpeellinen Haapavedellä. Lisäksi alustavan liiketoimintasuunnitelman ja laskelmien mukaan myös sen toiminta voisi olla kannattavaa.</p>		

### Asiasanat

Yrityksen perustaminen, perustamisprosessi, liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys

**ABSTRACT**

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b>	<b>Date</b> December 2010	<b>Author</b> Eveliina Haukipuro
<b>Degree programme</b> Business Administration		
<b>Name of thesis</b> Establishing a Business and a Preparation of a Business Plan As a Case-Company a Fashion Clothing Store		
<b>Instructor</b> Eija Lappalainen		<b>Pages</b> 71 + 4
<b>Supervisor</b> Mira Haukipuro		
<p>This thesis was made for a woman, who is interested in establishing a business. She has planned to set up a fashion clothing business in Haapavesi. The target of the thesis was to offer her information on how to found a company, so that it would be easier for the new entrepreneur to progress on the real process of starting a company. Another target was to find out the demand for the company and the possibility for its success in Haapavesi.</p> <p>This thesis had two aims. The first one was to write a business plan with calculations of the costs of establishing the business. The second one was to investigate the demand for a fashion clothing store.</p> <p>This thesis studies the process of establishing a company and things which have to be taken into account in that. The theoretical section is reviewed both theoretically and from the point of view of the case company. This theme area will best help the client in the process of establishing a company, because the company has not been established yet and the client needs information on a wider theme area than just on one narrow field.</p> <p>The business plan was written in close co-operation with the client by building it up according to Finnvera's frame of reference. The demand for a fashion clothing company was investigated with the help of a small inquiry which was directed to the target group. The information gained by the inquiry was collected together and analysed by using a Microsoft Excel –program.</p> <p>On the basis of the results it can be said that a fashion clothing company would be necessary in Haapavesi. In addition to that, according to the preliminary business plan and calculations, the operations of the company could be profitable.</p>		
<b>Key words</b> Entrepreneurship, business plan, founding of a company, foundation process		

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**  
**KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja tehtävät	2
1.2 Opinnäytetyön tausta ja merkitys	2
1.3 Opinnäytetyön rakenne ja aihealue	3
<b>2 PERUSTAMISPROSESSI JA LIIKETOIMINNAN ALOITTAMINEN</b>	<b>5</b>
2.1 Perustamisideasta liikeideaksi	6
2.2 Yrittäjäominaisuudet ja -osaaminen	8
2.3 Yritysmuodon valinta	11
2.3.1 Perustajien lukumäärä ja asema	12
2.3.2 Pääoman tarve	13
2.3.3 Vastuu ja yritysrisi	14
2.3.4 Toiminnan joustavuus	15
2.3.5 Toiminnan jatkuvuus ja laajenemismahdollisuudet	16
2.3.6 Verotus	16
2.3.7 Voiton ja tappion jakaminen, palkanmaksu	19
2.4 Rahoitus	20
2.4.1 Rahoituksen tarpeen kartoittaminen	21
2.4.2 Rahoitusmuodot	22
2.4.3 Avustukset ja tuet	27
2.5 Taloushallinnon järjestäminen ja käytännön perustamistoimet	30
2.5.1 Kirjanpito ja tilintarkastus	30
2.5.2 Arvonlisäverotus	33
2.5.3 Vakuutukset ja muut pakolliset maksut	34
2.5.4 Ilmoitukset viranomaisille	36
<b>3 MARKKINOINNIN KEINOT</b>	<b>37</b>
3.1 Sisäiset ja ulkoiset markkinoinnin keinot	37
3.2 Kilpailukeinot	39
3.2.1 Tuote	39
3.2.2 Hinta	40
3.2.3 Saatavuus	41
3.2.4 Viestintä	42
<b>4 YRITYSTOIMINNAN KANNATTAVUUS</b>	<b>44</b>
4.1 Alkuinvestoinnit	45
4.2 Toiminnan aiheuttamat kulut	45
4.3 Myyntikatetarve	46
4.4 Tulossuunnittelu	48
<b>5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA</b>	<b>51</b>

<b>6 TUTKIMUSMENETELMÄT</b>	<b>54</b>
<b>6.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä</b>	<b>54</b>
<b>6.2 Lomakekysely</b>	<b>55</b>
6.2.1 Kohdejoukko, aineiston keruu ja analysointimenetelmät	56
6.2.2 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	56
<b>6.3 Liiketoimintasuunnitelman laatiminen</b>	<b>58</b>
<b>7 LOMAKEKYSelyn TUTKIMUSTULOKSET</b>	<b>59</b>
7.1 Vastajien taustatiedot	59
7.2 Muotivaateliikkeen tarpeellisuus	59
7.3 Ostopäätökseen vaikuttavat sekä liikkeessä merkittävät tekijät	62
7.4 Vapaa sana aiheeseen liittyen (toiveet ja odotukset)	64
7.5 Kohdejoukon suhtautuminen tutkittavaan aiheeseen	64
<b>8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA</b>	<b>65</b>
7.1 Liiketoimintasuunnitelman sekä perustamis- ja kannattavuuslaskelmien arviointi	65
7.2 Muotivaateliikkeen tarpeellisuuden arviointi	66
7.3 Opinnäytetyön onnistumisen arviointi	67
<b>LÄHTEET</b>	<b>69</b>
<b>LIITTEET</b>	

## KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Sivu

KUVIO 1. Viitekehys: Yrityksen perustamisprosessin vaiheet	5
KUVIO 2. Liikeidean kuvaaminen	6
KUVIO 3. Yrittäjyyden päätösprosessi	11
KUVIO 4. Yritysmuodot	12
KUVIO 5. Rahoituksen virrat ja muodot	22
KUVIO 6. Markkinointiprosessi	38
KUVIO 7. Taloustavoitteet	44
KUVIO 8. Yrityksen toiminnan lohkot	52
KUVIO 9. Liiketoimintasuunnitelma ja sen vaiheet	53
KUVIO 10. Vastaajien taustatiedot	59
KUVIO 11. Yleiskuva Haapaveden muotivaatetarjonnasta	60
KUVIO 12. Vaatteiden hankintapaikka	60
KUVIO 13. Toive muotivaateliikkeestä Haapavedelle	61
KUVIO 14. Asiointi mahdollisessa muotivaateliikkeessä	61
KUVIO 15. Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät asteikolla 1–5 sekä 1–3.	62
KUVIO 16. Merkittävät tekijät asioitaessa muotivaateliikkeessä asteikolla 1–5 sekä 1–3.	63
TAULUKKO 1. Rahoituksen tarve	29
TAULUKKO 2. Verollisen myyntihinnan laskeminen	41
TAULUKKO 3. Käyttöomaisuuden investointilaskelma	45
TAULUKKO 4. Käyttöpääoman tarvelaskelma 2kk	46
TAULUKKO 5. Rahoitustarve	46
TAULUKKO 6. Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle	48
TAULUKKO 7. Alustava tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle	50

## 1 JOHDANTO

Jokainen meistä on omalla tavallaan yrittäjä. Toinen voi perustaa yrityksen ja joku toinen taas toimia yrittäjämäisesti. (Raatikainen 2001, 8.) Ulkoinen yrittäjäyys eli yrittäjäyys ammattina ja työnä on tärkeää yhteiskunnan hyvinvoinnille. Se on Suomessa yksi tärkeimmistä talouskasvun, kilpailukyvyn ja työllisyyden tekijöistä. On siis tärkeää, että uusia yrityksiä perustetaan jatkuvasti lisää ja vanhoille löydetään jatkajia.

Valtaosassa maailmaa yrittäjäyttä pidetään hyvin merkittävänä ja sitä on pyritty tukemaan eri tavoin. Oli yritys sitten suuri tai pieni, kannattavana se on yhteiskunnallemme tärkeä ja tukee talouskasvua. Yrittäjäyttä onkin sanottu yhdeksi talouskasvun moottoriksi. Tuemmalla yrityksiä esimerkiksi yrityksen perustamisen aloitusvaiheessa tai kehitysvaiheessa, pyritään luomaan lisää uusia yrityksiä tai luomaan halukkuutta olemassa olevien yritysten toiminnan laajentamiseen. Myös hallituksen politiikkaohjelmassa tavoitteeksi on asetettu, että yrittäjäyshalukkuutta pyrittäisiin lisäämään ja olemassa olevia yrityksiä laajenemaan ja kasvattamaan toimintaansa. Tätä pyritään edistämään monin eri keinoin, esimerkiksi lisäämällä yritystietoutta ja -kasvatusta ammatillisissa koulutuksissa, vakinaistamalla starttirahajärjestelmää, rohkaisemalla naisyrittäjäyteen sekä keventämällä yritysten verorasitusta.

Tilastokeskuksen mukaan Suomessa on kaikkiaan 263 001 yritystä, kun maa-, metsä- ja kalataloutta ei oteta huomioon. Yrityssektori on pienyritysvaltaista Suomessa sekä muualla EU-alueella. Suomessa alle 10 hengen yrityksiä eli mikroyrityksiä on 94,4 prosenttia kaikista yrityksistä. (Tilastokeskus 2010.) Pienten ja keskisuurten yritysten merkitys onkin viime aikoina kasvanut ja ymmärrys niiden merkityksestä yhteiskunnallemme parantunut. Osittain tämä johtuu siitä, että taustalla on huoli työllisyydestä eli suuryrityksiin ei enää synny uusia työpaikkoja entiseen tapaan.

Yrityksen perustamiseen liittyy runsaasti asioita, joita aloittavan yrittäjän tulisi tietää ja ottaa huomioon yritystä perustettaessa. Jokaisen aloittavan yrittäjän tulisi olla selvillä myös siitä, mitä kaikkea yrityksen perustaminen tulee vaatimaan häneltä ja mahdolliselta liikekumppanilta. Kun asiat on huolella suunniteltu, valmiiksi hyvin arvioitu ja pohdittu, on yrittäjän helpompi lähteä liikkeelle yrityksen perustamisprosessissa. Näin voidaan myös välttää etukäteen monia epäonnistumisen riskejä.

## 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja tehtävät

Opinnäytetyön tavoitteena on auttaa aloittavaa yrittäjää yrityksen perustamisprosessin eri vaiheissa eli tarjota yrityksen perustamiseen tarvittavaa tietoa ja käytännön ohjeita kokoamalla tiivis paketti yrityksen perustamiseen liittyvistä asioista yrityksen perustamista varten. Tavoitteena on myös tutkia perustettavan muotivaateliikkeen menestymisen mahdollisuuksia sekä tarvetta Haapavedellä.

Opinnäytetyön tehtävä jakautuu kahteen osaan. Ensimmäisenä tehtävänä työllä on laatia liiketoimintasuunnitelma perustamis- ja kannattavuuslaskelmineen, joiden perusteelle pyritään arvioimaan yrityksen menestymisen mahdollisuuksia Haapavedellä. Perustamis- ja kannattavuuslaskelmien avulla pyritään saamaan selville, kuinka paljon yrityksen perustaminen tulee vaatimaan pääomaa sekä selvittämään alustavien tietojen pohjalta, kannattaako yrityksen lähteä markkinoille. Liiketoimintasuunnitelma laaditaan osaksi teoriaosuuden pohjalta sekä tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Sitä ei julkaista, koska se tulee olemaan salainen toimeksiantajan pyynnöstä. Liiketoimintasuunnitelman avulla voidaan selventää ja tarkentaa yrittäjän näkemyksiä aloitettavasta toiminnasta. Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat sekä liiketoimintasuunnitelma tulevat olemaan alustavia suunnitelmia, joi- ta aloittava yrittäjä tulee korjaamaan tarpeen mukaan suunnitelmien edistyessä. Todelliset laskelmat tullaan tekemään myöhemmin asiantuntijoita apuna käyttäen.

Opinnäytetyön toisena tehtävänä on muotivaateliikkeen tarpeen arvioiminen Haapavedellä; eli tarvitsevatko mahdolliset asiakkaat eli kohderyhmä edellä mainittua liikettä paikkakunnallaan Haapavedellä. Muotivaateliikkeen tarpeellisuus kartoitetaan pienellä kohderyhmälle suunnatulla kyselytutkimuksella. Sen perusteella pyritään arvioimaan yrityksen tarpeellisuutta paikkakunnalla sekä toiveita ja odotuksia kohderyhmän näkökulmasta.

## 1.2 Opinnäytetyön tausta ja merkitys

Opinnäytetyön toimeksiantajana on yrityksen perustamista suunnitteleva 25-vuotias nainen, jonka suurena haaveena on perustaa muotivaatealan yritys kotipaikkakunnalleen Haapavedelle. Innostuin itse myös asiasta ja idea eteni opinnäytetyöksi asti. Perustamisajatus on lähtenyt liikkeelle halusta ja tahdosta oman yrityksen perustamiseen, halusta toteuttaa



itseään, olla riippumaton ja toimita itsenäisesti. Lisäksi siihen ovat vaikuttaneet liikeidea sekä huono alan markkinatilanne Haapavedellä. Yritystä ei ole vielä perustettu, vaan hanke on edennyt suunnittelutasolla. Olemme myös toimeksiantajani kanssa vierailleet yrityshautomossa keskustelemassa asiantuntijoiden kanssa asian eteenpäin ajamiseksi. On tärkeää suunnitella hyvin, jotta on helpompi edetä sitten todellisessa yrityksen perustamisprosessissa ja tällä tavalla voidaan välttyä myös ikäviltä seuraamuksilta. Jos opinnäytetyön tulokset osoittavat, että yritystoiminta olisi kannattavaa, tarkoituksena olisi perustaa yritys vuoden tai kahden vuoden päästä. Tämä riippuu tietenkin vielä liiketiloista, rahoituksen saamisesta ja muista tekijöistä. Yritystä ei kuitenkaan perusteta suoraan opinnäytetyön tietojen pohjalta, koska esimerkiksi perustamislaskelmien suhteen tulokset ja laskelmat ovat alustavia, joihin tarvitaan avuksi asiantuntijoita ennen todellisen yrityksen perustamista.

Työn merkitys toimeksiantajalle on suuri, koska on tärkeää tuntea yrityksen perustamisprosessi ja siinä huomioon otettavat asiat mahdollisimman hyvin. Koko työ on kaiken kaikkiaan tärkeä apuväline toimeksiantajalle ensisijaisesti arvioitaessa yrityksen toiminnan kannattavuutta Haapavedellä. Uskon opinnäytetyöstä olevan hyötyä paljon myös minulle itselleni, koska tulen varmasti oppimaan paljon asioita yrityksen perustamisesta ja siihen liittyvistä asioista. Myös oma asenteeni yrityksen perustamista kohtaan on muuttunut, eikä se enää ole itsellenikään se kaikista viimeisin vaihtoehto työllistää ja toteuttaa itse itseään.

### **1.3 Opinnäytetyön rakenne ja aihealue**

Opinnäytetyön teoriaosio jakautuu neljään teorialukuun. Se käsittelee lähinnä yrityksen perustamisprosessia ja siihen liittyviä ja huomioon otettavia asioita kuten liikeidea, yrittäjäominaisuuksia, yritysmuodon valintaa, rahoitusta sekä taloushallinnon järjestämistä, verovoitteita ja käytännön perustamistoimia. Toisessa luvussa käydään läpi yrityksen markkinoinnin keinoja. Kolmannessa teorialuvussa käydään lyhyesti yrityksen kannattavuutta läpi, jossa ovat mukana yrityksen perustamislaskelmat. Tämä luku liitettiin mukaan sen takia, että liiketoimintasuunnitelma ei sisällä kaikkia perustettavan yrityksen laskelmia, joista toimeksiantajan on hyvä tietää. Lisäksi yrityksen perustamislaskelmista rahoituslaskelmaa tarvitaan avuksi käytäessä läpi ensimmäisessä luvussa olevaa rahoitus-osiota. Lopuksi kerrotaan tiivistetysti liiketoimintasuunnitelmasta, joka liittyy myös perustamisprosessiin.

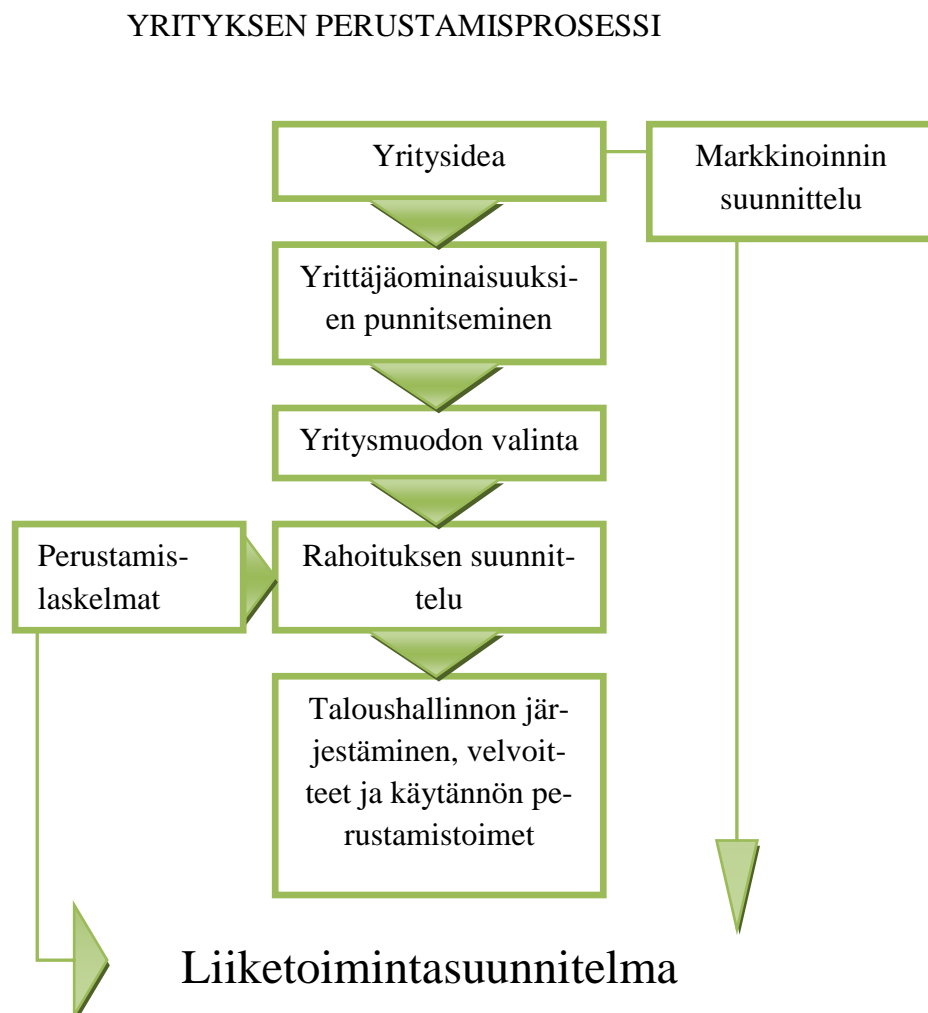
Teoriaosuus käydään läpi siten, että asiat käydään ensin läpi teoriassa ja sen jälkeen niitä pohditaan perustettavan yrityksen eli muotivaateliikkeen näkökulmasta. Ensimmäisessä luvussa on esitettyä niin sanottu viitekehys, jonka mukaan opinnäytetyö etenee aihealueittain alusta loppuun, eli lähes samalla tavalla kuin yrityksen perustamisprosessi. Opinnäytetyössä haluan keskittyä juuri tähän aihealueeseen, koska uskon sen auttavan toimeksiantajaa yrityksen perustamisprosessin eri vaiheissa.

Koska yritystä ei ole vielä perustettu, kannattaa mieluummin paneutua juuri perustamisprosessin läpikäymiseen ja menestymisen arvioimiseen kokonaisuudessaan, jotta tärkeät asiat tulevat tulevalle yrittäjällä huomioiduiksi mahdollisimman hyvin. Jos opinnäytetyössä paneuduttaisiin ainoastaan johonkin yrityksen perustamisessa kuuluvaan osa-alueeseen, kuten yrityksen taloushallintoon tai markkinointiin, ei siitä luultavasti olisi aloittavalle yrittäjälle hyötyä kuin juuri kyseisillä osa-alueilla. Juuri ennen yrityksen perustamista on myös ehdottoman tärkeää tietää ja arvioida yrityksen kannattavuutta ja menestymistä oikein, jotta ollaan selvillä, kannattaako koko yritystä edes perustaa.

## 2 PERUSTAMISPROSESSI JA LIKETOIMINNAN ALOITTAMINEN

Yrityksen perustamispäätöksen tekemiseen liittyy hyvin monta eri vaihetta, jotka voidaan laittaa esimerkiksi aikajärjestykseen. Tällaisen suunnitellun järjestyksen avulla on helpompi seurata, mitä milloinkin ja missäkin yrityksen perustamisvaiheessa ja sen suunnittelussa olisi tehtävä. (Raatikainen 2001, 46.)

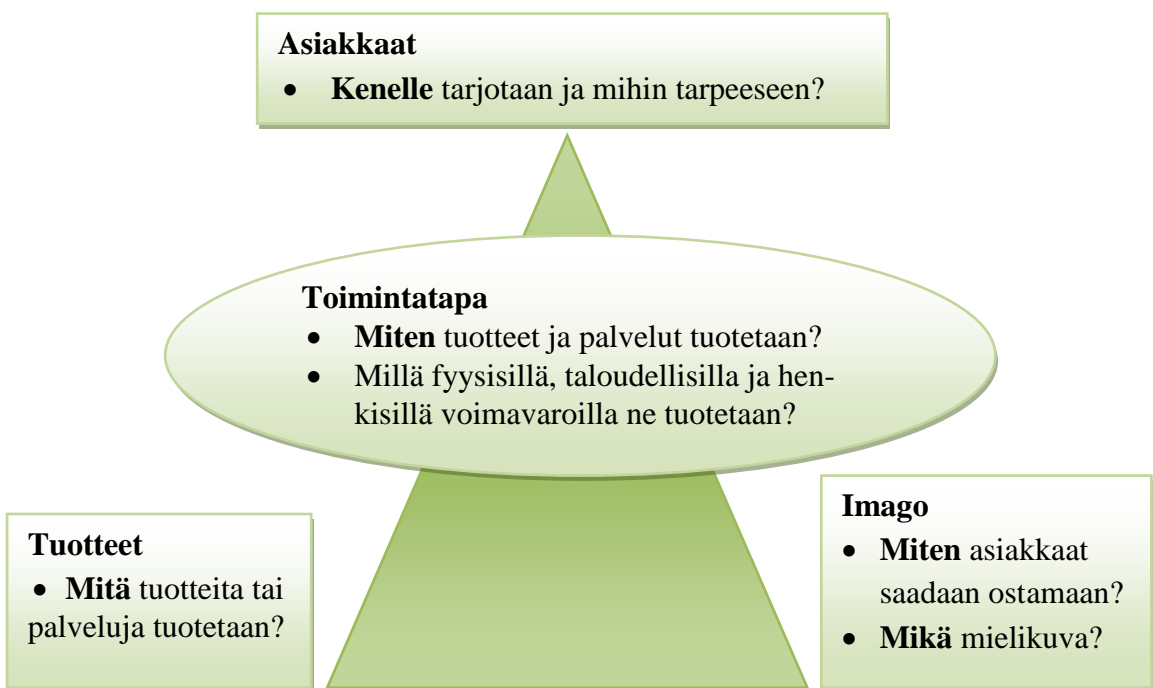
Kuviossa 1. on kuvattu, kuinka yrityksen perustamisprosessi voisi edetä vaihe vaiheelta. Kuvio on opinnäytetyön viitekehys ja se kuvaa sitä, kuinka perustamisprosessin lisäksi myös opinnäytetyö etenee alkaen yritysideoista ja päättyen liiketoimintasuunnitelmaan.



KUVIO 1. Viitekehys: Yrityksen perustamisprosessin vaiheet

## 2.1 Perustamisideasta liikeideaksi

Ajatus yrityksen perustamisesta lähtee usein liikkeelle perustamisideasta eli toiminta-ajatukselta, joka vähitellen kehittyy todellisiksi suunnitelmiksi ja laskelmiksi. Toiminta-ajatus on yrityksen ajatuksellinen perusta ja sen tulisi vastata kysymykseen, mitä varten yritys on markkinoilla. Perustamisidea kypsyy vähitellen ja vaiheittain liikeideaksi. (Holopainen & Levonen 2003, 21.) Liikeidea tarvitaan aina liiketoiminnan pohjaksi (Uusyrittyskeskukset 2010, 8). Liikeidea määrittelee sen, kuinka toiminta-ajatukselta tulisi toteuttaa, jotta saataisiin aikaan kannattavaa toimintaa eli menestystä tietyllä toiminta-alalla. Se vastaa kysymyksiin ”Mihin tarpeeseen”, ”Mitä” ja ”Miten” eli toisin sanoen liikeidea sisältää markkinat, tuotteet/palvelut sekä organisaatio/voimavarat. (Holopainen & Levonen 2003, 22–23.) Liikeidea voidaan kuvata kuviossa 2. esitetyn kolmion muodossa.



KUVIO 2. Liikeidean kuvaaminen (Viitala & Jylhä 2008, 52)

Liikeidea kuvaa yrityksen jotain etua suhteessa muihin kilpaileviin yrityksiin. Se voi olla esimerkiksi jotain ylivoimaista osaamista tai ainutlaatuista ominaisuutta tuotteessa tai yrityksessä. Jotta se olisi toimiva, sen eri osien (markkinat, tuotteet ja palvelut sekä organisaatio) on oltava yhteensopivia toistensa kanssa. Liikeidea kehittyy vaiheittain ja myöhemmässä vaiheessa se voi muuttuakin uusien ideoiden myötä. (Holopainen & Levonen 2003, 22–23.) Yleisin tapa ryhtyä yrittäjäksi, on perustaa yritys oman idean pohjalta. Muita tapo-

ja ovat esimerkiksi perheyrityksen jatkaminen tai yritysosto, joissa molemmissa yritystoiminta aloitetaan valmiimmalta pohjalta. (Viitala & Jylhä 2008, 46.)

Vaikka liikeidea ratkaisee yrittäjän menestymisen, ei sen Puustisen (2004, 41–47) mukaan tarvitse olla mullistava, riittää kunhan se vain toimii. Joskus riittää, että yrittäjä menee mukaan markkinoille ja tyydyttää asiakkaiden tarpeita. Hyvä keksintö tai mullistava idea taas antaa yrittäjälle kilpailuedun. Se voi liittyä esimerkiksi laatuun, sijaintiin, rahoitukseen, raaka-aineisiin tai halpaan hintaan. Tällöin uuden mullistavan idean keksiessään yrittäjän ei useinkaan tarvitse ponnistella menestyksen eteen kohtuuttomasti. (Puustinen 2004, 41–47.) Ennen aloittamista yrittäjän tulisi pystyä arvioimaan, voiko hänen ideansa selviytyä kilpailussa (Viitala & Jylhä 2001, 39). Kun tehdään muistiinpanoja, arvioita ja analyyseja, asioista tulee konkreettisempia, joten niiden realistisuutta ja toteuttamismahdollisuuksia on helpompi arvioida (Holopainen & Levonen 2006, 33).

Aloittavan yrittäjän toiminta-ajatuksena on perustaa muotivaateliike Haapavedelle ja tarjota asiakkaille tuotteita lähempänä heitä. Ajatus lähti liikkeelle markkinaraosta eli siitä, että Haapavedellä ei tällä hetkellä ole tarjota asukkailleen muotivaatteita, vaan he joutuvat ostamaan ne ulkopaikkakunnilta. Perustamisajatus on kehittynyt ja muodostunut liikeideaksi, jota toimeksiantaja on muotoillut uusien ideoiden myötä sekä kohderyhmän tarpeiden mukaiseksi.

Liikeidea on esitetty tiivistettynä kokonaisuutena kaavion muotoon liitteessä 5. Samassa liitteessä liikeideaa arvioidaan SWOT-analyysin kautta. SWOT-analyysi tarkoittaa nelikenttämallia. Sana SWOT on lyhenne sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Viitalan ja Jylhän (2001, 47) mukaan SWOT on hyvin kuvaava ja käyttökelpoinen keino analysoida yrityksen liikeideaa. Sitä voidaan käyttää myös yrityksen muissa yhteyksissä kuten yritystä kehitettäessä sekä monissa muissa tilanne-analyysien teon yhteyksissä. (Viitala & Jylhä 2001, 47.) Liikeideaa arvioidaan yksityiskohtaisemmin ja laajemmin liiketoimintasuunnitelmassa.

## 2.2 Yrittäjäominaisuudet ja -osaaminen

Yrittäjäksi voidaan ryhtyä monistakin eri syistä ja motiivit voivat olla hyvin erilaisia. Toinen haluaa itsenäisyyttä ja riippumattomuutta kun taas joku toinen voi haluta toteuttaa itseään ja omia ideoitaan. Jollekin on tärkeää määrätä itse toiminnastaan ja aikatauluistaan, kun jollekin se voi olla työttömyyteen tai perheyrityksen jatkamiseen liittyvä tekijä. (Holopainen & Levonen 2006, 15.) Aina kuitenkin yrittäjäksi ryhtymisen tulisi olla tietoinen valinta ja taustalla tulisi olla oma halu ja tahto toimia yrittäjänä (Keskuskaupakamari 2007, 7; Holopainen & Levonen 2006, 15). Halu ja tahto toimia yrittäjänä eivät kuitenkaan yksin riitä, vaan lisäksi tarvitaan muita yrittäjän tehtävässä tarvittavia ominaisuuksia (Holopainen & Levonen 2006, 15). Tämä johtuu siitä, että yrityksen perustaminen ja yrittäjänä oleminen vaatii paljon henkisiä ja aineellisia ponnistuksia, joista tulisi selviytyä (Keskuskaupakamari 2007, 7). Aina hyvätkään yrittäjäominaisuudet eivät takaa menestystä yrittäjänä, mutta parhaimmillaan ne takaavat edellytykset ja valmiuden menestyä (Holopainen & Levonen 2006, 16).

Yrittäjäpersoonaa tulisi aina tarkastella kokonaisuutena, johon liittyy sekä yrittämistä haittaavia että sitä edistäviä tekijöitä eli ominaisuuksia. Nämä ominaisuudet aloittavan yrittäjän tulisi tunnistaa itsessään, jotta voidaan arvioida, onko yrittäjäksi aikovalla luontaisia edellytyksiä menestymiseen yrittäjänä. Ominaisuudet tulee myös ottaa huomioon yritystoiminnassa. (Holopainen & Levonen 2006, 16–17.) Ei ole olemassa vain yhtä hyvää yrittäjäpersoonallisuutta, jonka tiedettäisiin menestyvän ammatissaan. Voidaan vain kartoittaa joukko ominaisuuksia, jotka on todettu positiivisiksi ja menestymisen varmistajaksi yrittäjän ammatissa. Tällaisia hyvään yrittäjään liitettäviä ominaisuuksia ovat esimerkiksi seuraavat:

- luovuus
- into, itseluottamus sekä usko omaan ammattitaitoon ja ideaan
- voimakas halu onnistua ja toteuttaa itseä
- itsenäisyys ja oma-aloitteisuus
- päätöksentekokyky
- epävarmuuden sieto ja stressinsietokyky
- tavoitteellisuus, tarmokkuus ja pitkäjänteisyys

- ulospäinsuuntautuneisuus, kommunikointikykyisyys ja vakuuttavuus
- valmius ottaa harkittuja riskejä
- halu toimia tuloksellisesti ja pärjätä kilpailussa
- halu oppia jatkuvasti uutta
- organisointikyky
- tahto motivoida, kannustaa ja tukea henkilöstöä.

(Jokela & Anneberg 1995, 50; Viitala & Jylhä 2006, 39; Holopainen & Levonen 2006, 16.)

Edellä mainittuja ominaisuuksia ei tietenkään kenelläkään ole kaikkia, vaan lista on pikemminkin tavoitekehikko. Jokainen voi pyrkiä kehittämään jatkuvasti omaa osaamistaan ja yrittäjäpersoonallisuuttaan. (Jokela & Anneberg 1995, 50.) Yrittäjäksi aikovan kannattaa yrittäjyyttä suunnitellessaan tutkiskella itseään ja miettiä yrittäjäksi ryhtymisen syitä. Holopaisen ja Levosen (2006, 17) mukaan yrittäjäksi ryhtyvän kannattaa käyttää apuna erilaisia työkaluja ja testejä, joiden avulla voidaan arvioida sopivuutta yrittäjäksi. (Holopainen & Levonen 2006, 17.) Tällaisia testejä ja työkaluja löytyy esimerkiksi Internetistä tai yrityksen perustamiseen liittyvästä kirjallisuudesta.

Aloittavan yrittäjän eli toimeksiantajan motiivina on halu toteuttaa itseään, olla riippumaton sekä toimia itsenäisesti. Häneltä löytyy halua ja tahtoa toimia yrittäjänä, mikä on tärkeää yrityksen menestymisen kannalta, jotta mielenkiinto sekä innostus säilyvät ja tuleva työ ei tule olemaan pakonomaista. Oman työnsä lisäksi toimeksiantajani on toiminut eri tuotteiden esittelijänä eli konsulttina sekä tiiminvetäjänä useiden vuosien ajan. Tämä antaa viitteitä siihen, että hänellä on halua tehdä myyntityötä. Hänellä on myös omassa lähipiirissään yrittäjiä, joten yrittäminen ei ole hänelle uusi ja outo asia. Näin hän on saanut läheltä nähdä, mitä yrittäminen voi olla ja mitä se tulee vaatimaan häneltä.

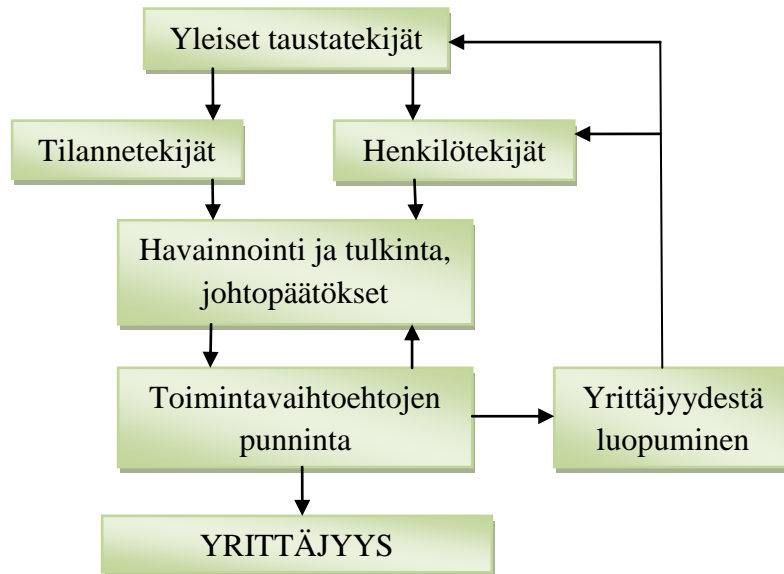
Toimeksiantaja testasi osoitteessa [www.yrityssuomi.fi](http://www.yrityssuomi.fi) -olevan sivuston luonnetestin avulla, soveltuvatko hänen luonteenpiirteensä yrittäjänä toimimiseen. Testissä oli kaiken kaikkiaan 56 kysymystä, jotka liittyivät henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja erilaisiin mielipiteisiin. Testissä keskityttiin kolmeen yrittäjyyden kannalta tärkeään osa-alueeseen, joita ovat suoriutumistarve, innovatiivisuus sekä riskinotto. Toimeksiantaja suoriutumismotivaatio on testin mukaan 12/16, joka on yrittäjien keskiarvoa (10,6/16) korkeampi. Innovatiivisuutta koskevissa kysymyksissä hän sai pistemäärän 15/20, mikä on myös yli keskiarvon

(13,45/20). Riskinotossa hän on hieman varovaisempi ja harkitsevampi, mutta tässäkin hän ylitti yrittäjien keskiarvon (7,3/20) hänen saadessaan pistemääräksi 11/20. Näiden tulosten perusteella voidaan siis sanoa, että toimeksiantajasta olisi yrittäjäksi. Tarkemmat tulokset ja analysoinnit yrittäjättestistä ovat liitteessä 1.

Yrittäjäksi ryhtyminen on monimutkainen tapahtumasarja, johon vaikuttavat kolme perustekijää: henkilötekijät, yrittäjän taustatekijät sekä henkilön elämäntilanne. Henkilötekijöitä ovat esimerkiksi vahva tunne oman elämän hallinnassa sekä korkea suoriutumistarve. Henkilötekijät ovat siis luonteenpiirteet ja -ominaisuudet, joita käytiin läpi myös aiemmin. Yleisiä taustatekijöitä ovat esimerkiksi kokemus yrittäjyydestä tai yrittäjän rooliin samastuminen sekä perhetausta. Tilannetekijöitä ovat taas työntävät ja vetävät tekijät. Työntäviä tekijöitä ovat esimerkiksi työttömyys ja vetäviä tekijöitä yhteiskunnan rahallinen tuki eli starttiraha. (Sutinen & Viklund 2005, 38–40.)

Yrittäjäksi ryhtyvän on hyvä ottaa huomioon yrittäjäominaisuuksien lisäksi myös kaikki edellisessä kappaleessa mainitut tekijät, jotka vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen. Nämä tekijät vaikuttavat jollain tapaa siihen, miten yrittäminen tulee onnistumaan. Esimerkiksi jos jokin tekijä osoittautuu yrittämisen kannalta esteeksi tai haitaksi, kannattaa sitä pohtia ennen kuin tekee ratkaisuja yrittämisen kannalta suuntaan tai toiseen. Asiat, joita ei ole otettu huomioon ennen yrittäjäksi ryhtymistä, kuten esimerkiksi raskas elämäntilanne, voivat ne koitua yrittämisen rinnalla rasitteeksi ja samalla yrityksen kohtaloksi. Kuviossa 3. on esitetty yrittäjyyden päätösprosessi, joka kuvaa sitä, minkä yrittäjyyttä harkitseva käy läpi. Tuloksena hän joko perustaa yrityksen tai luopuu ajatuksesta.

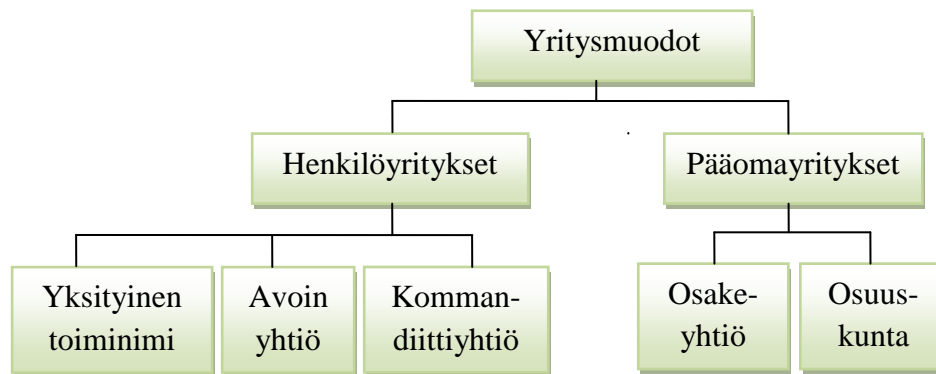




KUVIO 3. Yrittäjyyden päätösprosessi (Sutinen 1998, 45)

### 2.3 Yritysmuodon valinta

Yritystoimintaa voidaan harjoittaa monella eri tavalla sekä monessa eri juridisessa muodossa. Kun yritystä ryhdytään perustamaan, kannattaa harkita tarkkaan, mikä yritysmuoto on sopivin ja tarkoituksenmukaisin, koska valinta vaikuttaa paljon yrityksen tulevaan toimintaan ja sen onnistumiseen. (Työvoima- ja elinkeinokeskus 2009, 20; Keskuskauppa-mari 2007, 13.) Kaikki yritykset ovat jollain tavalla erilaisia ja toimivat eri tavalla, joten niitä ei voida pakottaa siten samanlaisiin oikeudellisiin raameihinkaan. Tämän vuoksi on olemassa erilaisia yritysmuotoja, jotka vastaisivat erityyppisiä yritystilanteita paremmin. Yritysmuodoilla tarkoitetaan jotain yrityksen juridista muotoa, joita ovat henkilöyritykset ja pääomayritykset. Henkilöyrityksiä ovat yksityinen toiminimi eli yksityisyrittäjä, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. Pääomayrityksiä ovat osakeyhtiö ja osuuskunta. (Isokangas & Kinkki 2003, 180–181.) Kuviossa 4. kuvataan, kuinka yritysmuodot jakautuvat henkilöyri-tyksiin ja pääomayrityksiin.



KUVIO 4. Yritysmuodot (Viitala & Jylhä 2001, 56)

Yritysmuoto on yleensä vapaasti valittavissa, mutta sen valintaan vaikuttavat kuitenkin monet eri tekijät. Näitä ovat esimerkiksi yrityksen perustajien lukumäärä, pääoman tarve, toiminnan laajuus ja verotus. (Finnvera.) Näissä tekijöissä on eroja eri yritysmuotojen välillä, koska yrittäjän ja yrityksen sekä myös yrityksen ja yhteiskunnan väliset oikeudet ja velvollisuudet on järjestetty hieman eri tavalla. Yritysmuodon valintaan liittyviä asioita ja kysymyksiä kannattaa miettiä aina tarkemmin alan asiantuntijoiden kanssa ennen lopullista yritysmuodon päätöksen tekoa (Keskuskauppakamari 2007, 13.) Esimerkiksi yrityshauto- moista saa tämän päätöksen tekemiseen asiantuntevaa apua.

### 2.3.1 Perustajien lukumäärä ja asema

Yksityinen toiminimi tarkoittaa sellaista yritystoimintaa, jossa ainoastaan yksi henkilö harjoittaa liiketoimintaa ja hän voi vapaasti päättää yritystään koskevista asioista. Avoimessa yhtiössä eli kauppayhtiössä yksityisyrittäjä saa ottaa itselleen yhden tai useampia yhtiökumppaneita, jolloin yrittäjien lukumäärä on vähintään kaksi. Avoimessa yhtiössä yhtiökumppanit ovat tasavertaisessa asemassa keskenään eli hallitsevat yhtiötä yhdessä. Myös kommandiittiyhtiössä on vähintään kaksi perustajaa, mutta yhtiömiehiä on kahdenlaisia. Toisen yhtiömiehen on oltava vastuunalainen ja toisen äänetön. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole oikeutta osallistua päätöksentekoon yhtiössä, vaan se tapahtuu vastuunalaisen yhtiömiesten kesken. (Isokangas & Kinkki 2003, 182–187.) Edellä mainitut yhtiömuodot ovat henkilöyrityksiä.

Pääomayrityksiin kuuluvat osakeyhtiö ja osuuskunta. Osakeyhtiöitä voidaan kutsua osakeyhtiöiksi tai julkisiksi osakeyhtiöiksi riippuen niihin sijoitetusta osakepääomasta. Julkiset osakeyhtiöt ovat osakeyhtiöitä, joissa omistajien sijoittama pääoma on yli 80 000 euroa ja jotka ovat julkisen kaupankäynnin kohteena eli joiden osakkeilla käydään kauppaa pörssissä. Osakeyhtiöllä taas osakepääoma on vähintään 2 500 euroa. (Viitala & Jylhä 2006, 66.) Osakeyhtiön perustajia voi olla yksi tai useampia (Isokangas & Kinkki 2003, 188). Perustaja voi olla joko luonnollinen tai juridinen henkilö. Osakeyhtiön perustaja/perustajat ovat osakkeenomistajia. Osakkeenomistajien valtaoikeudet osakeyhtiössä riippuvat heidän osakkeenomistuksensa sisällöstä ja määrästä. Mitä enemmän osakkeenomistaja on sijoittanut yhtiöön, sitä suurempi valtaoikeus hänellä on äänioikeuden kautta. (Villa, Ossa & Saarnilehto 2007, 60–61.)

Osakeyhtiön ylin päättävä elin on yhtiökokous, joka valitsee hallituksen tekemään yhtiön toimintaan liittyviä päätöksiä. Hallitus voi valita toimitusjohtajan, joka on yleensä lähes kaikissa osakeyhtiöissä. Osakepääoman ollessa yli 80 000 euroa, yrityksessä on oltava toimitusjohtaja. Jos yhtiön on perustanut vain yksi henkilö, on hän ainoa osakas, ainoa hallituksen varsinainen jäsen sekä toimitusjohtaja. (Viitala & Jylhä 2006, 66; Isokangas & Kinkki 2003, 190.)

### **2.3.2 Pääoman tarve**

Pääoman tarve on yhteydessä yrityksen toiminnan laatuun sekä laajuuteen (Holopainen & Levonen 2006, 171). Onhan sanomattakin selvää, että esimerkiksi teollista toimintaa aloittava yrityksen pääoman tarve on ihan toinen kuin jonkin pienen yrityksen, kuten esimerkiksi parturin tai hierojan.

Yksityinen toiminimi tulee kysymykseen niissä tapauksissa, joissa pääoman tarve on suhteellisen vähäinen (Holopainen & Levonen 2006, 171). Myöskään laki ei vaadi toiminimeltä euroakaan pääomaa (Puustinen 2004, 99). Henkilöyhtiöistä avoimelle ja kommandiittiyhtiölle ei ole ollut tarvetta asettaa pääoman vähimmäisvaatimuksia. Tämä johtuu siitä, että avoimen yhtiön yhtiömiehet ja kommandiittiyhtiön vastuunalaiset yhtiömiehet ovat henkilökohtaisessa vastuussa pääomasta ja sen pysyvyydestä. (Villa ym. 2007, 25.) Äänettömien yhtiömiesten vuoksi kommandiittiyhtiössä oman pääoman hankkiminen on helpompaa,

koska äänettömät yhtiömiehet sijoittavat yritykseen pääomia (Isokangas & Kinkki 2003, 186). Mitä enemmän yritys tarvitsee pääomaa yrityksen perustamisvaiheessa, sitä todennäköisemmin yritysmuodoksi valitaan osakeyhtiö (Holopainen & Levonen 2006, 171). Osakeyhtiöllä on laissa määrätty vähimmäispääoma, joka on yksityisellä yhtiöllä 2 500 euroa (Villa ym. 2007, 60, 121).

### **2.3.3 Vastuu ja yritysriski**

Yksityisessä toiminimessä vastuu kuuluu yrittäjälle, joten yrittäjä vastaa koko henkilökoh-  
taisella ja yritykseen kuuluvalla omaisuudellaan yritystoiminnassa syntyneistä velvoitteista  
kuten veloista ja sitoumuksista (Jokela & Anneberg 1995, 165; Vesalainen, Försti, Niemi-  
nen, Soini & Viitala 1996, 111). Kaikki liikettä koskevat sitoumukset ja oikeustoimet, joita  
liikkeenomistaja tekee elinkeinotoiminnassaan, tehdään hänen omissa nimissään ja ne sito-  
vat häntä itseään. Yrittäjä voi kuitenkin valtuuttaa toisen henkilön toimimaan puolestaan,  
mutta se tulee tehdä valtuutusta koskevien yleisten periaatteiden ja säännösten mukaan.  
Yksityisen elinkeinoharjoittajan vastuu koskee myös elinkeinotoiminnassa aiheutetun va-  
hingin korvaamista. (Villa ym. 2007, 21–22.) Yksityisen elinkeinoharjoittajan vastuu  
kohdistuu siis lähes samalla tavalla kuin kenellä tahansa yksityisellä henkilöllä omaisuu-  
teen, eri oikeustoimiin, vahingin korvauksiin ja niin edelleen.

Yksityisen toiminimen lisäksi vastuu on suuri myös avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyh-  
tiössä vastuunalaisten yhtiömiesten kohdalla (Holopainen & Levonen 2006, 171). Samoin  
kuin yksityisessä toiminimessä myös avoimessa yhtiössä yrittäjät eli kaikki yhtiömiehet  
vastaavat henkilökohtaisesti yhtiön kaikista veloista ja sitoumuksista niiden täyteen mää-  
rään asti (Puustinen 2004, 100). Kun avoimessa yhtiössä kaikki yhtiömiehet ovat vastuus-  
sa, kommandiittiyhtiössä vastuunalaiset yhtiömiehet ovat vastuunalaisia eli he ovat vas-  
tuussa kuten avoimen yhtiön yhtiömiehet. Kommandiittiyhtiön äänettömien yhtiömiesten  
vastuu taas on rajattua. Heidän vastuu yhtiön veloista ulottuu vain heidän yhtiöpanoksensa  
määrään, jonka he ovat sijoittaneet yhtiöön. Äänettömän yhtiömiehen vastuu on siis rinnas-  
tettavissa osakeyhtiön osakkeenomistajan vastuuseen yhtiön velvoitteista. (Villa ym. 2007,  
42–43.)

Koska osakeyhtiö on osakkeenomistajista erillinen oikeushenkilö, osakeyhtiön oikeudet ovat erillään osakkeenomistajien oikeuksista ja velvollisuuksista. Osakeyhtiön osakkaiden vastuu yhtiön velvoitteista on siis rajoitettua. (Villa ym. 2007, 58.) Usein se rajoittuu osakkaan yhtiöön sijoittamaansa osakepääoman määrään, ellei mitään henkilökohtaisia takauksia ole annettu yhtiön puolesta. Varsinkin alkuaikoina osakeyhtiön perustaja joutuu kuitenkin kiinnittämään omaa omaisuuttaan yrityksen luottojen vakuudeksi sekä antamaan henkilökohtaisia takauksia. (Jokela & Anneberg 1995, 165.) Osakeyhtiömuotoisen liiketoiminnan tulisi ainakin teoriassa kannustaa riskinottoon, koska konkurssissa yrittäjä menettää ainoastaan siihen sijoittamansa pääoman, ellei hän ole taannut yrityksen velkoja omalla henkilökohtaisella omaisuudellaan (Puustinen 2004, 102).

### 2.3.4 Toiminnan joustavuus

Toiminnan joustavuudella tarkoitetaan sitä, miten eri asiat ja päätökset yrityksessä hoidetaan sekä kuinka sujuvaa ja nopeaa päätöksenteko ja ratkaisut ovat. Tässä tapauksessa yksityinen toiminimi on parhaassa asemassa, koska yrittäjä tekee päätökset ja ratkaisut itse ja siten päätösten tekeminen on nopeaa. Toisaalta myös avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyhtiössä päätöksenteko on helppoa, koska päätöksenteko ei välttämättä edellytä kuin yhtä henkilöä, koska kullakin yhtiömiehellä on vapaa päätöksenteko-oikeus (pois lukien äänettömät yhtiömiehet kommandiittiyhtiössä). Päätöksenteko on hitaampaa osakeyhtiössä, koska lakimääräinen, pakollinen byrokratia vie oman aikansa. Osakeyhtiössä päätöksenteon vastuu myös jakautuu useammalle taholle asian luonteesta riippuen. Eli asioista voivat päättää joko yhtiökokous, hallitus tai toimitusjohtaja, riippuen päätettävästä asiasta. (Holopainen & Levonen 2006, 171–172; Jokela & Anneberg 1995, 165.)

Ylintä päätösvaltaa osakeyhtiössä käyttää yhtiökokous, johon voivat osallistua kaikki osakkeiden omistajat. Yhtiökokouksessa päätökset tehdään osakkaiden omistussuhteiden mukaan. Käytännön tasolla yhtiön toiminnoista ja hallinnosta vastaa taas yhtiökokouksen valitsema hallitus. Alinta tasoa edustaa hallituksen valitsema toimitusjohtaja, joka päättää juoksevista asioista hallituksen antamien valtuuksien rajoissa. (Vesalainen ym. 1996, 112.) Toisaalta vaikka osakeyhtiössä päätöksenteko jakautuu useammalle taholle ja se vie enemmän aikaa, päätöksenteko on varmasti asiantuntevaa ja tehdään hyvin harkiten, joten varmasti myös ratkaisut ovat sen mukaisia.

### 2.3.5 Toiminnan jatkuvuus ja laajenemismahdollisuudet

Yrityksen ja sen toiminnan jatkuvuuden kannalta katsottuna, yksityinen toiminimi on kaikkein hankalin ja haavoittuvin. Hankalin tilanne syntyy silloin, kun esimerkiksi yrittäjäomistaja kuolee odottamatta tai sukupolvenvaihdosta ei ole valmisteltu. (Holopainen & Levonen 2006, 172; Jokela & Anneberg 1995, 165.) Myös yrityksen myyminen ja sukupolvenvaihdos on hankalampaa kuin muissa yritysmuodoissa. Yksityisyrittäjästä ei voi myydä itse yrityksenä, vaan kauppaa käydään yritykseen sisältyvästä irtaimistosta tai kiinteästä omaisuudesta. Sukupolvenvaihdoskin on suunniteltava hyvin jo etukäteen ja mahdollisista veroseuraamuksista otettava selvä hyvissä ajoin ennen kaupan tekoa. (Isokangas & Kinkki 2003, 183.) Yksityinen toiminimi on harvoin yrityksen lopullinen yhtiömuoto eli myöhemmässä vaiheessa se useissa tapauksissa tulee tarpeelliseksi muuttaa johonkin muuhun yritysmuotoon (Vesalainen ym. 1996, 111). Tämä voi olla seurausta yrityksen laajentumisesta esimerkiksi taloudellisten resurssien tai henkilöstötarpeen vuoksi (Isokangas & Kinkki 2003, 183).

Avoin yhtiö sopii hyvin yksityisyrittäjän seuraavaksi vaihtoehdoksi hänen laajentaessaan liiketoimintaansa ja etsiessään uusia resursseja yrityksensä toimintaan. Jos avoimen yhtiön tai kommandiittiyhtiön kohdalla taas olisi sukupolvenvaihdos, onnistuu se helposti vapaa-omistajalleen irtainta omaisuutta. (Isokangas & Kinkki 2003, 186.) Yhtiömiesten vaihtuessa henkilöyhtiöissä tai sukupolvenvaihdoksessa yhtiömiesten osuus voidaan luovuttaa edelleen, mikäli siitä on yhtiösopimuksessa jo sovittu tai muut yhtiömiehet antavat siihen suostumuksensa (Jokela & Anneberg, 1995, 165). Osakeyhtiö on laajentumisen ja jatkuvuuden kannalta parhain ja edullisin yritysmuoto monissa eri tapauksissa. Esimerkiksi pääomarahoituksen saantimahdollisuudet laajennettaessa yritystoimintaa eivät ole niin rajoitetut kuin esimerkiksi henkilöyhtiöillä. (Holopainen & Levonen 2006, 172.)

### 2.3.6 Verotus

Verotuksessa yrityksiä kohdellaan eri tavoin riippuen valitusta yritysmuodosta. Siksi onkin syytä pohtia tarkkaan, mikä yritysmuoto olisi omalle toiminnalle se kaikkein edullisin vaihtoehto. (Holopainen & Levonen 2006, 174.) Vaikka suuria veroetuja ei enää voi hank-

kia yrityksen verotuksen yhdenmukaistumisen takia, yrityksen verotus on kuitenkin yksi ratkaisevimmista seikoista valittaessa sopivaa yritysmuotoa (Jokela & Anneberg 1995, 166).

Yritys siis joutuu maksamaan tuloistaan veroa, aivan kuten tavallinen työntekijäkin. Holopaisen ja Levosen (2006, 174) mukaan maksettavat verot ovat joko välillisiä tai välittömiä veroja. Välittömät verot ovat sellaisia, jotka jäävät lopullisesti veronmaksajan rasitukseksi. Niitä ovat esimerkiksi valtiolle maksettavat tulovero, perintö- ja lahjavero, varainsiirtovero, kunnalle suoritettava kunnallisvero sekä kirkolle maksettava kirkollisvero. Välilliset verot ovat sellaisia, joissa verovelvollinen eli esimerkiksi yritys toimii vain veron perijänä ja tilittäjänä valtiolle ja näin lopullinen verorasitus siirtyy tuotteiden hintojen mukana muiden kannettavaksi. Välillisiä veroja ovat esimerkiksi arvonlisävero, valmistevero sekä tulli. (Holopainen & Levonen 2006, 174.) Arvonlisäverosta kerrotaan myöhemmin luvussa 2.5.2 Arvonlisäverotus.

Yritysmuotoa valittaessa merkitystä on ennen kaikkea välittömillä veroilla, joista tärkeimmät ovat valtiolle maksettava tulovero ja kunnalle tulojen perusteella maksettava kunnallisvero. Yrityksen verorasituksen lisäksi täytyy ottaa huomioon myös omistajan verorasitus. (Holopainen & Levonen 2006, 174.)

**Yksityisen elinkeinonharjoittajan** verotettava tulo muodostuu yrityksen tuloksen mukaan. Tulos (veronalainen tulos vähennettynä vähennyskelpoisilla menoilla) jaetaan elinkeinonharjoittajan henkilökohtaiseksi pääoma- ja ansiotuloksi elinkeinotoimintaan kuuluvan nettovarallisuuden perusteella. Nettovarallisuus saadaan vähentämällä elinkeinotoimintaan kuuluvista veronalaisista varoista velat. Nettovarallisuuteen lisätään 30 prosenttia yrityksen tilikauden aikana maksetuista palkoista. Pääomatuloa on elinkeinotoimintaan kuuluvalla nettovarallisuudelle laskettu 20 prosentin vuotuinen tuotto. (Holopainen & Levonen 2006, 176–177.)

Ansiotuloa taas on loppuosa yrityksen tuloksesta. Jos yrityksen tulos on pieni, kannattaa yrityksen vaatia verotuksessa, että pääomatulo lasketaan 10 prosentin tuottona, johon sillä on oikeus. (Holopainen & Levonen 2006, 177). Vero pääomatulosta on aina 28 prosenttia kun taas ansiotulosta maksetaan valtionveroa progressiivisen veroasteikon mukaan. Progressiivinen veroasteikko tarkoittaa sitä, että veroprosentti nousee tulon noustessa. Vuonna

2010 valtionveroa ei mene lainkaan jos tulos on alle 15 200 euroa. Kunnallisverotuksessa ansiotulon tulovero määräytyy kotikunnan tuloveroprosentin perusteella ja kirkollisveroa oman seurakunnan tuloveroprosentin mukaan. Lisäksi yrittäjälle määräytyy maksettavaksi YEL-työtulon perusteella 1,47 %:n sairaanhoitomaksu ja 1,05 %:n päivärahamaksu. (Verohallinto 2010.) YEL-työtulosta on tarkempaa tietoa myöhemmässä luvussa 2.5.3 Vakuumukset ja muut pakolliset maksut. Pääomatulo-osuus voidaan laskea esimerkiksi seuraavasti tilikauden ollessa 12 kuukautta, tuloksen ollessa tältä ajalta esimerkiksi 50 000 euroa:

$$20\% * 1(= 12kk / 12kk) * 50000 = 10000 \text{ euroa pääomatuloa.}$$

Pääomatulo lisätään elinkeinonharjoittajan muihin mahdollisiin pääomatuloihin ja yrityksestä saatu ansiotulo muihin ansiotuloihin ja verotus hoituu kuten muidenkin yksityishenkilöiden kohdalla. Yksityinen elinkeinonharjoittaja ei siis voi hajauttaa tulojaan niin, että ne verotettaisiin osittain yrityksessä ja osittain hänen henkilökohtaisena tulonaan. (Holopainen & Levonen 2006, 176–177.)

**Avoimen ja kommandiittiyhtiön** kohdalla vahvistettu verotettava tulo ja varallisuus jaetaan verotettavaksi yhtiömiesten tulona ja varallisuutena eli tavallaan itse yhtiötä ei veroteta. Yhtiö on kuitenkin verotettavan tulon ja varallisuuden laskentasubjekti ja näin ollen sen on tehtävä oma veroilmoituksensa. Koska molempien yhtiöiden toiminta muodostaa erillisen tulolähteen ja laskentayksikön, yhtiöiden tuloon kohdistuvat vähennykset saadaan vähentää vain yhtiön tuloista, ei osakkaan henkilökohtaisista tuloista. (Holopainen & Levonen 2006, 178.) Niiden osuuksien mukaan, jotka osakkailla on yhtymän tuloihin ja varoihin, tapahtuu yhtiölle vahvistetun tulon ja varallisuuden jakaminen verotettavaksi osakkailla. Osuudet on ilmaistu yhtiösopimuksessa. (Holopainen & Levonen 2006, 178.) Samoin kuin yksityisen elinkeinonharjoittajan kohdalla, myös avoimen yhtiön ja kommandiittiyhtiön kohdalla tulos jaetaan pääoma- ja ansiotuloon samalla tavalla. Myös vero pääomatulosta ja ansiotulosta lasketaan samalla tavalla. (Holopainen & Levonen 2006, 178–179.)

**Osakeyhtiössä** taas yhtiön toiminnan tuottama tulos ja sen nimissä hankittu omaisuus ovat yhtiön tuloa ja omaisuutta. Nämä eivät ole osakkaan palkkatuloa eivätkä siten vaikuta osakkaan verotukseen. Ainoastaan poikkeustapauksessa tai yhden miehen yhtiössä tietty tulo voidaan katsoa henkilökohtaiseksi eikä yhtiön tuloksi. (Holopainen & Levonen 2006, 180.) Osakeyhtiön tuloverokanta on suhteellinen. Tämä tarkoittaa, että se on määrätyn pro-



sentin suuruinen. Tällä hetkellä osakeyhtiöt maksavat tuloksestaan veroa 26 prosenttia. Valtio tilittää tämän osuuden valtiolle, kunnille ja seurakunnille. (Holopainen & Levonen 2006, 180.)

Ei-julkisista osakeyhtiöistä saadut osingot ovat saajalleen verovapaata tuloa siihen määrään asti, joka vastaa osakkeiden matemaattiselle arvolle (yhtiön nettovarallisuus jaettuna osakkeiden lukumäärä) laskettua 9 prosentin tuottoa (9 % nettovarallisuudesta). Tällaisilla verovapailla osingoilla on enimmäismäärä, joka on verovelvollisella 90 000 euroa. Tämän rajan ylittävältä osalta osingoista 70 prosenttia luetaan saajalleen pääomatuloina verotettavaksi. (Villa ym. 2007, 242–243.)

Yritys joutuu maksamaan veronsa tilikauden kuluessa etukäteen arvion perusteella tai siten edellisen tilikauden verotettavan tulon perusteella. Tätä arviota kysytään jo ennakkopereintärekisteriin ilmoittauduttaessa. Verottaja laskee tästä arviosta veron määrän ja lähettää postin kautta ennakkoveroliput sekä tilillepanokortit, joilla vero maksetaan. Koska ennen toiminnan aloittamista on usein hyvin vaikeaa tehdä arviota verotettavasta tulosta, on järkevää ensin arvioida summa niin hyvin kuin mahdollista ja sen jälkeen tarkentaa muutamaa toimintakuukauden jälkeen arviota verottajalle, jolloin yrittäjä saa uudet maksulaput. Tilikauden päätyttyä annetaan veroilmoitus verottajalle, jonka perusteella vero tasataan ja erotus on joko veronpalautusta tai lisäveroa. (Uusyrittäjäkeskukset 2010, 20.)

### **2.3.7 Voiton ja tappion jakaminen sekä palkanmaksu**

Yksityisessä toiminimessä elinkeinonharjoittaja saa itselleen yrityksen tuottaman voiton, mutta joutuu toisaalta myös kantamaan yksin yrityksen tappion (Holopainen & Levonen 2006, 172). Yksityinen elinkeinonharjoittaja ei maksa palkkaa itselleen, vaan hänen elinkeinotoiminnastaan saamat tulot ovat hänen omia tulojaan ja siten hän voi käyttää vapaasti niitä myös yksityistaloudessaan. Varojen siirtäminen yksityistalouteen eli palkan nosto tapahtuu yksityisnostoina. Elinkeinonharjoittajan on tästä huolimatta pidettävä elinkeinotoiminnastaan kirjaa, mutta yksityistaloudessa ja yritystoiminnassa käytettävää omaisuutta ei tarvitse erotella niiden kirjanpidollisesta erillisyydestä huolimatta. (Villa ym. 2007, 21–22.)

Avoimessa yhtiössä sekä voitot että tappiot jaetaan yhtiömiesten kesken tasan. Tästä tulisi olla sovittu jo yhtiösopimuksessa. Kommandiittiyhtiön kohdalla taas yhtiön tuottamasta voitosta maksetaan ensin voitto-osuudet äänettömille yhtiömiehille. Se, millä perusteella ja kuinka laskentatapa määräytyy, on oltava määräys yhtiösopimuksessa. Sen jälkeen vastuunalaiset yhtiömiehet joko jakavat voiton tai kattavat tappion samalla tavalla kuin avoimen yhtiön yhtiömiehet. (Holopainen & Levonen 2006, 172.) Henkilöyhtiöissä yhtiö voi maksaa palkkaa yhtiömiehelle, jos tämä työskentelee yhtiössä. Varoja voi ottaa myös yksityisottoina. Palkanmaksua välttämällä säästytään palkan sivukulujen suorittamiselta. Toisaalta kannattaa huomioida, että runsaat yksityisotot pienentävät yrityksen nettovarallisuutta, jolloin pääomatulo-osuus pienenee. (YritysTULKKI 2/2010.)

Osakeyhtiön voitoista ja tappioista vastaa osakeyhtiö itse. Voitonjako tapahtuu osakeyhtiössä maksamalla osakkaille osinkoa. (Jokela & Anneberg 1995, 166.) Osakeyhtiö voi maksaa myös palkkaa osakkaalleen siinä tapauksessa, jos osakas työskentelee yhtiössä. Maksetun palkan tulee olla kohtuullinen työpanokseen nähden. (Holopainen & Levonen 2006, 180.)

Sopivin ja luonnollisin yhtiömuoto perustettavalle vaatealan yritykselle on yksityinen toimintayhtiö. Yhtiömuodon valintaan vaikuttavat suuresti määrin yksin yrittäjäksi ryhtyminen sekä vapaa päätöksentekooikeus yritystä koskevissa asioissa. Myöhemmässä vaiheessa jos yrittäjä haluaa itselleen liikekumppanin, yritysmuotoa on muutettava. Tällöin valinta kannattaisi tehdä osakeyhtiön ja avoimen tai kommandiittiyhtiön väliltä. Toiminimen lisäksi näitä yhtiömuotoja käsiteltiin äsken tekstikappaleessa laajemmin juuri sen takia, että muista yhtiömuodoista on yrittäjän hyvä olla tässä vaiheessa jo perillä, koska yhtiömuodon muuttaminen voi tulla ajankohtaiseksi hyvinkin pian yritystoiminnan aloittamisen jälkeen. Julkinen osakeyhtiö ja osuuskunta jätettiin pois tarkastelusta, koska ne eivät tule olemaan missään vaiheessa yrityksen yhtiömuotona. Yhtiömuodon muuttamisen yhteydessä kannattaa käyttää asiantuntijoiden apua, jotta oikea ja paras yritysmuoto tulee valituksi.

## **2.4 Rahoitus**

Toimintaa aloitettaessa yritys tarvitsee aina rahaa toimiakseen, koska yrityksen aloitusvaiheessa liiketoiminnassa syntyy menoja ennen kuin tuloja alkaa kertyä. Rahoitustarve on si-

tä suurempi, mitä suurempi aikaväli on tulojen ja menojen välillä. Samaten ovat yrityksen volyymit: mitä suurempia ne ovat, sitä enemmän rahoitusta tarvitaan. Yritykselle voi syntyä rahoitustarpeita myös muista syistä. Niitä voivat olla esimerkiksi investoinnit, käyttöpääoman tarve, kannattamaton toiminta, syntyneiden ostovelkojen ja muiden rästierien hoito sekä ennakoimattomat tilanteet kuten tarjoutunut hyvä ostotilaisuus. (Sutinen & Viklund 2005, 96.) Lisäksi tulee ottaa huomioon yrittäjän oma niukka eläminen ainakin 6–12 kuukautta yritystoiminnan aloittamisen jälkeen, varsinkin jos muita tuloja ei ole (Lehtipuro, Kangasaho & Niemelä 1999, 91).

Yritystoiminnan aloittamisesta alkaa tulla kuluja lähes heti, kun yrittäjä on päättänyt perustaa yrityksen. Kuluja syntyy lähes koko ajan, mutta ensimmäisiä myyntituloja yrittäjä saa odottaa joskus jopa puolikin vuotta. Kassavirran viiveeseen täytyy varautua ja suunnitelmat kannattaa tehdä sen mukaisesti. Aloittavan yrittäjän on laskettava tarkkaan, paljonko alkupääomaa tarvitaan esimerkiksi laitteisiin ja kalustoon sekä käyttöpääomaksi eli yrityksen juokseviin kuluihin. Tämän jälkeen kun kulut ovat tiedossa, voi yrittäjä ruveta vasta suunnittelemaan rahoituksen hankintaa ja vaihtoehtoja. (Meretniemi & Ylönen 2009, 76.)

#### **2.4.1 Rahoituksen tarpeen kartoittaminen**

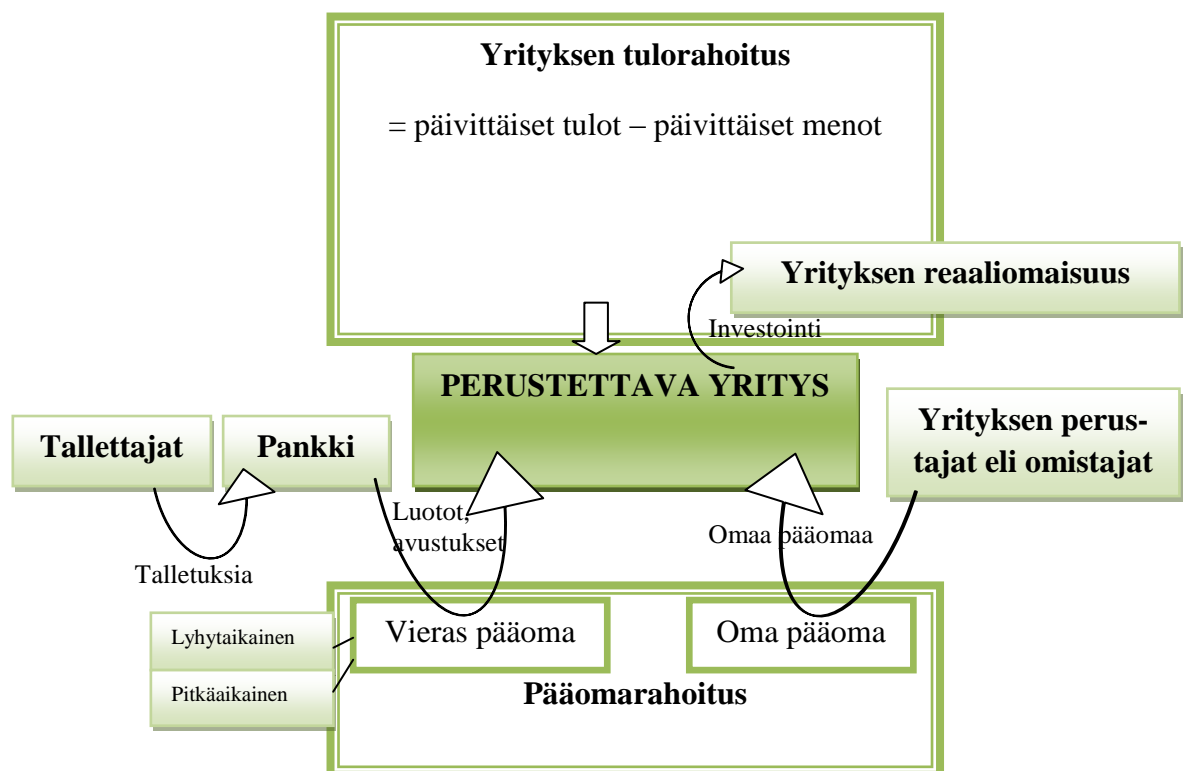
Jotta yritystoiminta pääsisi kunnolla käyntiin ja toiminnasta voisi tulla kannattavaa, ennen yrityksen perustamista sen rahoitustarve tulisi kartoittaa ja suunnitella mahdollisimman perusteellisesti (Lehtipuro ym. 1999, 91). Rahoituksen suunnittelussa keskeistä on arvioida, kuinka suuren lainamäärän vuotuiset korot ja lyhennykset yritys kykenee hoitamaan ennakoitulla tulorahoituksellaan. Kun tulorahoitus ylittää selkeästi budjetoidut lainojen hoitomenot, ovat suunnitelmat terveellä pohjalla toiminnan jatkuvuuden suhteen. On tärkeää tehdä myös seuranta kassavirran riittävydestä. Pitkävaikutteiset menot, kuten esimerkiksi koneet ja pysyvä käyttöpääoma, tulee mahdollisuuksien mukaan rahoittaa pitkäaikaisilla luotoilla tai pääomalla. Kausiluonteisen käyttöpääoman rahoitukseen soveltuu esimerkiksi shekkituliluotto. (Vesalainen ym. 1996, 77.)

Rahoitussuunnitelmaa tehtäessä on ensin tehtävä kannattavuuslaskelmia. On laskettava, kuinka paljon tarvitaan alkupääomaa käyttöomaisuuteen eli esimerkiksi koneisiin ja kalustoon sekä käyttöpääomaksi alkuvaiheen juoksevien kulujen kattamiseen. Kun kulut ovat

selvillä, suunnitellaan rahoituksen hankinta. On mietittävä, riittävätkö omat rahat ja tarvitaanko vierasta pääomaa sekä onko yrityksen aloittamiseen saatavissa vastikkeetonta rahoitusta kuten yritystukia. Kannattaa myös miettiä, onko yrittäjäksi ryhtyvällä omia vakuuksia ja onko niitä valmis laittamaan yritystoiminnan vakuudeksi. (Lehtipuro ym. 1999, 92.)

## 2.4.2 Rahoitusmuodot

Yrityksen perustajilla ei yritystä perustettaessa ole useinkaan itsellään kaikkea tarvittavaa alkupääomaa, jolloin joudutaan kääntymään ulkopuolisten sijoittajien puoleen (Niskanen & Niskanen 2000, 8). Miltei aina tarvitaan ulkopuolista rahoitusta, jota yritys saa rahoitusmarkkinoilta. Rahoitusmarkkinoiden tehtävänä on juuri kanavoida rahoitusta sellaisilta talousyksiköiltä, joilla sitä on, sellaisille, joilla sitä ei ole. Eli käytännössä rahoitusmarkkinoiden tehtävänä on saattaa rahan tarvitsijat ja rahoittajat yhteen. (Isokangas & Kinkki 2003, 95.) Rahoitusmarkkinat toimivat erilaisten instituutioiden olemassaolon kautta, joita ovat esimerkiksi pankit (Niskanen & Niskanen 2000, 9). Kuviossa 5. on esitettyä yrityksen perustamiseen liittyvät rahoituksen virrat ja muodot.



KUVIO 5. Rahoituksen virrat ja muodot (mukaillen Sutinen & Viklund 2005, 98)

Yritys joutuu tekemään rahoituspäätöksen eli päätöksen, millaisia rahanlähteitä käytetään rahoitukseen (Niskanen & Niskanen 2000, 9). Tulorahoitus on yrityksen itse aikaansaamaa rahaa ja tietysti luonnollinen rahoituksen muoto yritykselle. Tulorahoituksen on nähty mahdollistavan johdolle tietynlaista liikkumavapautta omistajilta saatuun pääomarahoitukseen verrattuna. Tulorahoituksesta katetaan investoinnit (myös käyttöpääoma) sekä lainojen lyhennykset. (Sutinen & Viklund 2005, 98.)

Pääomarahoitus jakautuu omaan pääomaan ja vieraaseen pääomaan (Sutinen & Viklund 2005, 98). Rahoitusta suunniteltaessa on syytä pyrkiä löytämään kaikki mahdolliset oman rahoituksen lähteet, koska yritystoiminnalle on paljon helpompi löytää ulkopuolista rahoitusta mitä suurempi on oman rahoituksen osuus (Meretniemi & Ylönen 2009, 78). Se on myös tärkeää siitä syystä, että se lisää rahoittajien uskottavuutta hankkeeseen (Työvoimaja elinkeinokeskus 2006, 125). Omalla pääomalla on merkittäviä etuja verrattuna vieraaseen pääomaan, koska omasta pääomasta ei makseta esimerkiksi korkoa, eikä sitä tarvitse lyhentää (Meretniemi & Ylönen 2009, 78). Omaksi pääomaksi voidaan lukea rahan lisäksi myös laitteiden tai muun käyttöomaisuuden muodossa tapahtuneet sijoitukset yhtiöön (Keskuskaupakamari 2007, 23).

Yhtiökumppanin löytäminen helpottaa usein alkupääoman löytämistä. Lisäksi jos yhtiökumppaneita on useita, vastuu omasta rahoituksesta jakaantuu useammalle henkilölle. Osakeyhtiöiden kohdalla osakaspanoksen ohella osakkaat voivat antaa yritykselle myös lainaa, joka maksetaan yleensä takaisin yrityksen päästyä kunnolla käyntiin. Tällöin kaikki pääomasijoituksiin sekä valta- ja vastuusuhteisiin liittyvät asiat ja ehdot kannattaa määritellä perustamisvaiheessa ja tehdä kirjalliset sopimukset, jotta välttyään erimielisyyksiltä. (Keskuskaupakamari 2007, 23.) Eräs muu omarahoituksen muoto on sekin, kun jotkut aloittavat yrittäjät saavat vähemmän muodollisia eli henkilökohtaisia lainoja, esimerkiksi perheenjäseniltään tai sukulaisiltaan (Meretniemi & Ylönen 2009, 78). Oman pääomanehtoista rahaa ovat myös yritystoimintaan saatavat mahdolliset avustukset (Keskuskaupakamari 2007, 23).

Vierasta pääomaa on yleensä totuttu kutsumaan velaksi. Se voi olla lyhyt- tai pitkäaikaista. Lyhyt- ja pitkäaikaisen lainan ero johtuu irtisanomis- ja takaisinmaksuajoista eli jos takaisinmaksu-aika on alle vuoden mittainen, puhutaan lyhytaikaisesta vieraasta pääomasta. Vieraan pääoman hinta ilmaistaan korkona ja se hinnoitellaan pankeissa asiakassuhteen pe-

rusteella, koska rahoittajalla tai sijoittajalla on oma tuottovaatimuksensa. Yleiseen korkotasoon vaikuttavat markkinatilanne ja muun muassa Euroopan keskuspankin EU-alueen korko- ja inflaatiotasoon sekä kulutuskysyntään vaikuttamaan pyrkivät toimenpiteet. Korkotaso on riippuvainen myös koko maailmantalouden tilanteesta. Korkotaso ja pankin marginaali kertovat suurimman osan rahoituksen kustannuksista. Laskennallisesti joudutaan aina selvittämään rahan todellinen hinta vuosikoroksi muutettuna ja näin voidaan todeta tietyn luoton todellinen kustannus. (Sutinen & Viklund 2005, 103–105.)

Vieras pääoma sisältää paljon erilaisia rahoitusmuotoja, jotka eroavat toisistaan yrityksen ja rahoittajan suhteita sääteleviltä ehdoiltaan (Sutinen & Viklund 2005, 98). Yleisin vieraan pääoman lähde on pankkilaina, johon vaaditaan lähes poikkeuksetta vakuudet, jotka voivat olla takauksia tai reaaliomaisuutta. Turvaavana vakuutena ei pidetä henkilötakausta. Jos vakuuksia ei ole, yleensä lainan korko nousee tai lainaa ei saa. Pankit edellyttävät hyvin perusteltua ja täsmällistä liiketoimintasuunnitelmaa laskelmineen. Lisäksi yrittäjän oman talouden on oltava kunnossa, jotta rahoitusta olisi mahdollista saada. (Meretniemi & Ylönen 2009, 78.) Pankki kiinnittää myös huomiota yrityksen liikeideaan, johdon kyvykkyyteen, omistajien kyvykkyyteen, toimialaan, kilpailijoihin, asemaan markkinoilla, yritykseen kohdistuviin riskeihin, liikeriskeihin, rahoitusriskeihin, taserakenteeseen sekä tilinpäätösanalyysiin (Keskuskauppakamari 2007, 23). Pankin myöntämä laina-aika on yleensä vuodesta viiteen vuoteen, mutta pidempiäkin laina-aikoja on mahdollista saada. Osa vuosista voi myös olla lyhennysvapaita. (Meretniemi & Ylönen 2009, 78.)

Myös vakuutusyhtiöt myöntävät yrityksille rahoitusta. Vakuutusyhtiöt ovat yrityksille merkittävä lainanmyöntämistaho, joilla rahoitustoiminta on hieman samanlaista kuin pankeilla. Vakuutusyhtiöiden merkittävyys perustuu paljon työeläkemaksujen takaisinlainaukseen maksuja suorittaneille yrityksille. Vakuutusyhtiöillä on tarjottavana myös muita sijoituslainoja yrityksille. Lisäksi ne osallistuvat joukkovelkakirjalainojen merkintöihin. Pankkien ja vakuutusyhtiöiden lisäksi luottoa yrityksille myöntävät myös esimerkiksi Finnvera Oyj sekä TEKES, jotka ovat valtion ja kuntien erityisrahoituslaitoksia. Niiden merkitys on suuri varsinkin pienten ja aloittavien yritysten sekä teknologiahankkeiden rahoituksessa. (Niskanen & Niskanen 2000, 26.)

Finnvera Oyj on valtion omistama erityisrahoituslaitos, joka toimii yhteistyössä muiden rahoittajien kanssa yrityksen eri kehitysvaiheissa. Finnvera rahoittaa ja kehittää esimerkiksi

pieniä ja keskisuuria yrityksiä lähes kaikilta toimialoilta lukuun ottamatta varsinaista maataloutta, metsätaloutta ja rakennusliiketoiminnan perustajaurakointia. Finnvera parantaa yrityksen rahoitusmahdollisuuksia lainoin ja takauksin sekä pääomasijoitus- ja vienninrahoituspalveluin. (Holopainen 2010, 174; Lehtipuro ym. 1999, 100; Keskuskauppakamari 2007 vai keskuskauppakamari kuten lapussa, 27.) Lainoja ja takauksia myönnetään pääsääntöisesti vain sellaisille tahoille, joilla on henkilökohtainen talous kunnossa sekä yritystoiminta täyttää kannattavan liiketoiminnan edellytykset (Lehtipuro ym. 1999, 100).

Finnveran yksi pienille yrityksille tarkoitettu laina on pienlaina, joka voidaan myöntää enintään viisi henkeä työllistäville yrityksille. Lainaa myönnetään esimerkiksi yrityksen liiketoimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin tai muihin toiminnan aloittamis- ja laajennuskustannushankkeisiin. Pienlainan määrä voi olla enintään 35 000 euroa laina-ajan ollessa viisi vuotta. Ensimmäinen vuosi on lyhennyksistä vapaata. Lainan korkoon sisältyy valtion korkotuki eli tämä mahdollistaa edullisemmän koron lainalle. Henkilöyhtiöissä yhtiömiehet vastaavat lainasta henkilökohtaisesti kun taas osakeyhtiöissä osakkaat antavat vakuudeksi omavelkaisen yleistakauksen, joka on yleensä lainan suuruinen. (Holopainen & Levonen 2006, 111.)

Toinen Finnveran tarjoama laina on yrittäjälaina, joka on tarkoitettu uuden yrityksen perustamiseen, jo toiminnassa olevan yrityksen osakkeiden ostamiseen tai osakepääoman korottamiseen. Se on siis tarkoitettu osakeyhtiön osakkaalle tai avoimen yhtiön yhtiömiehelle tai kommandiittiyhtiön vastuunalaiselle yhtiömiehelle. Hakijalta edellytetään osallistumista yrityksen toimintaan täysipäiväisesti sekä hänen tulee saada toimeentulonsa yrityksestä. Yrittäjälaina on henkilökohtainen laina ja se voidaan myöntää useammalle saman yrityksen perustajalle tai osakkaalle. Lainan määrä voi olla enintään 85 000 euroa ja sen saajan omarahoitusosuus on vähintään 20 prosenttia ja yrittäjälainan osuus enintään 80 prosenttia. Lainaaika on enintään kahdeksan vuotta, joista kolme voi olla lyhennysvapaata. Lainan korko on yleistä korkotasoa matalampi. Luotonsaaja vastaa lainasta henkilökohtaisesti. (Holopainen & Levonen 2006, 111.)

Naisyrittäjälaina on myös Finnveran tarjoama yrittäjälaina, joka on henkilökohtainen. Se on tarkoitettu toimintansa aloittavalle yritykselle tai jo toimivalle yritykselle, jossa naiset ovat enemmistöosakkaina ja joka työllistää enintään viisi henkilöä. Lainan saannin edellytyksenä on, että yritystä johtaa myös nainen. Naisyrittäjälainaa myönnetään yrityksen liike-

toimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin sekä muihin aloittamis- ja laajennuskustannuksiin tai yrityksen kehittämiseen. Laina voi olla enintään 35 000 euroa, jonka laina-aika on viisi vuotta ensimmäisen vuoden ollessa lyhennysvapaa. (Holopainen & Levonen 2006, 110.) Finnveran mukaan lainan viitekorkona on kuuden kuukauden euribor-korko. (Finnvera 6/2010.) Korkoon sisältyy valtion korkotuki, jolloin lainan korko on edullisempi. Henkilöyhtiöiden yhtiömiehet vastaavat lainasta henkilökohtaisesti kun taas osakeyhtiön osakkaat antavat vakuudeksi omavelkaisen takauksen, joka on yleensä lainan suuruinen. (Holopainen & Levonen 2006, 110.)

Finnveralla on tarjota myös muita lainoja, joita ovat esimerkiksi investointi- ja käyttöpääomalaina, kehittämislaina, pääomalaina ja ympäristölaina erilaisiin tarkoituksiin. Nämä lainat ovat tarkoitettu enemmänkin esimerkiksi yrityksen kehittämiseen liittyvien investointien ja käyttöpääoman rahoitukseen sekä nopeasti kehittyvien ja kansainvälistyvien yritysten rahoitukseen. (Holopainen & Levonen 2006, 110–111.)

Finnveralla on myös tarjota takauksia, joka tarkoittaa sitä, että takaussitoumuksen antaja menee velallisen puolesta vastuuseen velan maksamisesta velkojalle (Holopainen & Levonen 2006, 101). Finnveran pientakaus auttaa yritystä lainan saannissa. Pientakaus on tarkoitettu perustettavalle tai enintään 49 henkilöä työllistävälle yritykselle. Takaus perustuu Finnveran ja pankkien väliseen sopimukseen, joka mahdollistaa pienyritysten rahoituksen. Pientakauksen voi saada luoton vakuudeksi, kun yrittäjä esittää hakemuksen Finnveran kanssa yhteistyötä tekeväälle pankille. Tämän jälkeen pankki arvioi hankkeen toimintaedellytykset ja luotto on sen jälkeen nostettavissa. Edellytyksinä on riittävä omarahoitusosuus ja kannattava liiketoiminta sekä yrityksen ja vastuuhenkilöiden luottotietojen on oltava kunnossa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 80.) Finnveran takausosuus on enintään 50 000 euroa ja lisäksi se voi olla enintään 50 prosenttia myönnetystä käyttöpääomaluotosta. Taattavan luoton laina-aika on enintään 12 vuotta ja pientakauksen voimassaoloaika enintään 10 vuotta. Lisäksi takauksella on takausprovisio, joka on 2 prosenttia takauksen määrästä. (Holopainen & Levonen 2006, 114.)

Finnveralla on myös tarjota takauksia, joita ovat pientakauksen lisäksi esimerkiksi Finnveratakaus, ympäristötakaus, vientitakaukset ja vientitakuut. Nämä takaukset on tarkoitettu lähinnä esimerkiksi kansainvälistyville yrityksille sekä innovatiivisille ja kasvuhakuisille yrityksille. (Holopainen & Levonen 2006, 114–116.)



### 2.4.3 Avustukset ja tuet

Eri tahot tukevat ja rohkaisevat yritystoimintaa, mikä on osa elinkeino- ja talouspolitiikkaa. Uusien yritysten syntyminen nimittäin on keino parantaa työllisyyttä sekä maan kilpailukykyä esimerkiksi. Myös aluepoliittisesti yritysten tukeminen on useimmiten perusteltua, koska sillä tavalla pyritään tasaamaan hyvinvointia teollisuuskeskusten ja muun Suomen välillä. Avustuksia myönnetään lähinnä kolmenlaiseen eri tarkoitukseen: (1) aloittaville yrittäjille ja yrityksille käynnistämävaiheen vaikeuksien välttämiseksi, (2) aluepoliittisin perustein alueellisen tasapainon säilyttämiseksi valtakunnassa sekä (3) uusien innovaatioiden ja tuotekehityksen tukemiseksi. (Sutinen & Viklund 2005, 127.)

Starttiraha on yksi tukemisen muoto. Holopaisen ja Levosen (2006, 151) mukaan starttirahaa voidaan myöntää aloittavalle yrittäjälle hänen toimeentulonsa turvaamiseksi yritystoiminnan käynnistysvaiheessa. Starttiraha on suunnattu työttömille työnhakijoille ja muille yrittäjäksi ryhtyville. (Holopainen & Levonen 2006, 151.)

Starttirahan saamisen edellytyksiä ovat

- hyvä liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma
- rahoitussuunnitelma
- realistinen kannattavuuslaskelma
- henkilön soveltuminen yrittäjäksi
- yrittäjäkokemus tai –koulutus
- yritystä ei ole perustettu ennen tuen myöntämistä
- yritystoiminta ei ilmeisesti käynnistyisi ilman starttirahaa
- starttirahan myöntäminen ei vääristä kilpailua alalla
- hakija ei saa samaan aikaan muuta valtionapua omiin palkkakustannuksiin (Meretniemi & Ylönen 2009, 83).

Starttirahaa voidaan maksaa enintään 18 kuukaudelta ja yleensä se myönnetään kuudeksi kuukaudeksi. Kuuden kuukauden jälkeen voidaan myöntää tapauskohtaisesti harkinnan perusteella tukea vielä ajaksi, jonka yrittäjänä ryhtyvän toimeentulon turvaamiselle arvioidaan olevan tarvetta, kuitenkin enintään kahdesti kuuden kuukauden ajan. Ennen starttirahan jatkopäätöstä tehdään aina välitarkastus, jolloin arvioidaan starttirahan saajan tarve asiantuntijoiden käyttämiseen sekä uuden starttirahaselvityksen laatimistarve. Välitarkas-

tuksen perusteella arvioidaan myös, onko liiketoiminta käynnistynyt esitetyn liiketoimintasuunnitelman mukaisesti sekä turvaako yritystoiminnasta saatu tuotto jo tässä vaiheessa riittävän toimeentulon yritystoiminnasta. Näiden seikkojen perusteella arvioidaan jatkorahoituksen tarve, jaksotus sekä kesto. Starttirahaa voidaan myöntää samaan yritykseen useammallekin henkilölle, joilla on määräämisvalta yritystoiminnassa. Starttirahaa maksetaan niiltä päiviltä, joina yrittäjä työskentelee yrityksessään, mutta kuitenkin enintään viideltä päivältä viikossa. Päivää kohden starttirahaa voidaan myöntää työllistämistuen verran eli 25,63 euroa päivässä (vuonna 2010) korotettuna enintään 60 % lisäosalla, joka on 41,01 euroa päivässä (vuonna 2010). Kuukaudessa starttirahaa voidaan taas maksaa keskimäärin noin 551–882 euroa. (Holopainen 2010, 192.)

Starttirahaa myöntää työ- ja elinkeinotoimisto, jossa hakijan on oltava joko työttömänä työnhakijana tai henkilöasiakkaana. Lisätietoja starttirahan hakemisesta saa työ- ja elinkeinotoimistosta ja työhallinnon internetsivuilta [www.mol.fi](http://www.mol.fi). Hakulomakkeita saa valtioneuvoston lomakepalvelusta osoitteesta [www.suomi.fi/asiointi](http://www.suomi.fi/asiointi) tai elinkeinotoimistoista. (Holopainen 2010, 193.)

Työ- ja elinkeinokeskukset eli TE-keskukset myöntävät myös muita tukia. TE-keskuksesta saattaa saada tukea esimerkiksi palkka- ja markkinointikustannuksiin. Joissakin tapauksissa ehtona tuen saamiselle saattaa olla, että yritys on sijoittunut yrityshautomoon. (Meretniemi & Ylönen 2009, 84.) Yrityshautomot tarjoavat uudelle yritykselle monenlaisia palveluita, kuten tiloja ja neuvontapalveluita (Iloniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 60). Ehtona tuen saamiselle on myös se, että starttirahaa ei ole haettu. TE-keskuksista voi saada myös muita avustuksia, joita ovat esimerkiksi tuki työntekijän palkkamenoihin, investointituki, yrityksen kehittämistuki, messuavustukset, toimintaympäristön kehittämistuki, kuljetustuki ja niin edelleen. (Meretniemi & Ylönen 2009, 84–85.)

Taulukossa 1. on laskettuna rahan tarve eli rahoituslaskelma. Sen mukaan investoinneista ja käyttöpääomasta muodostuu kustannusylitysvarauksen kanssa 24 776, 40 euroa. Tämän verran yrittäjän siis tulisi ainakin ottaa lainaa, jotta kulut tulisivat peitettyä. Luvussa 4 Yritystoiminnan kannattavuus on selvitetty tarkemmin, mistä investoinnit ja käyttöpääoma tulee muodostumaan. Seuraava taulukko löytyy myös sieltä.

TAULUKKO 1. Rahoituksen tarve

Investoinnit	13 000 €
Käyttöpääoma	32 266,33 €
Kustannusylitysvaraus 10 %	4526,63 €
Rahan tarve yhteensä	<b>49 792,96 €</b>

Aloittavalla yrittäjällä on yritystoimintaan omia sijoituksia rahana 8 000, mutta tämä summa säästetään pahan päivän varalle yrityksen pankkitilille. Vierasta pääomaa tarvitaan laskelmien mukaan pyöristettynä 50 000 euroa, joka tullaan mahdollisuuksien ja alustavien suunnitelmien mukaan hakemaan pankista sekä Finnveralta. Pankista otettavaksi vieraaksi pääomaksi paras vaihtoehto olisi pankin velkakirjalaina, joka olisi 30 000 euroa. Lainaajaksi halutaan neuvotella mahdollisimman pitkää aikaa, vähintään viittä vuotta. Laskelmissa kannattaa ottaa huomioon lainan markkinakorko sekä pankin perimä korkomarginaali. Takaukseksi pyydetään Finnveran pientakausta, joka on puolet lainan määrästä eli 15 000 euroa, ja josta on maksettava Finnveralle provisiota kaksi prosenttia eli 600 euroa. Lopuille 15 000 eurolle yrittäjä voi taata henkilökohtaisena takauksena molemmat autonsa. Jos Finnveran pientakausta ei saada, takaaja etsitään yrittäjän lähisukulaisista.

Lopuille 20 000 eurolle haetaan Finnveralta naisyrittäjälainaa. Naisyrittäjälainaan kuuluu valtion korkotuki, jolloin korko on pankkien normaalikorkoa edullisempi. Laina-aika on yleensä viisi vuotta, jolloin lainan takaisinmaksuaikakin on riittävä. Yrittäjä joutuu takamaan naisyrittäjälainan henkilökohtaisesti, jona käytetään yrittäjän henkilökohtaista 20 000 euron arvoista omaisuutta. Lisäksi yrittäjä anoo työ- ja elinkeinotoimistolta starttirahaa. Tähän hänellä on mahdollisuus, koska hän on suorittamassa yrittäjätutkintoa.

Lisäksi jos yrityksen rahan tarve vaihtelee, kannattaa yrityksen ottaa käyttöön luotollinen shekkitili. Sutisen ja Viklundin mukaan sitä käytetään lyhytaikaisen rahoitustarpeen vaihteluiden kattamiseksi. Joustavuuden vuoksi shekkitili on pitkällä aikavälillä pankkilainaa edullisempi rahoitusmuoto erityisesti lyhytaikaisten rahan tarpeen vaihtelujen tasoittajana. (Sutinen & Viklund 2005, 108.)

## 2.5 Taloushallinnon järjestäminen ja käytännön perustamistoimet

### 2.5.1 Kirjanpito ja tilinpäätös

Jokainen, joka harjoittaa liiketoimintaa tai ammattitoimintaa Suomessa on kirjanpitovelvollinen. Kirjanpito muodostuu yrityksen tuotoista, kuluista, omaisuudesta, omista varoista sekä veloista. Tuottojen ja kulujen erotuksesta lasketaan yrityksen kannattavuus eli tulos. Yrityksen omaisuuden, omien varojen ja velkojen perusteella lasketaan yrityksen taloudellinen asema, maksuvalmius sekä vakavaraisuus. (Holopainen 2010, 144.) Nämä tunnusluvut ohjaavat yritystä siihen suuntaan, että yrittäjä voi ansaita entistä enemmän. Tuloksen perusteella lasketaan sitten yrityksen verot. (Puustinen 2004, 215.)

Yrityksen kirjanpito on aina pidettävä ajan tasalla. Juoksevaan eli tilikauden aikana tehtävään kirjanpitoon on tehtävä määräajassa yritystoiminnan menot, tulot ja rahoitustapahtumat. Käteisrahalla tapahtunut maksu on siis kirjattava viivytyksettä päiväkohtaisesti. Muut kirjaukset kuten tiliotteilla näkyvät maksuliikkeet sekä menot ja tulot, voidaan tehdä kuukausikohtaisesti, kuitenkin viimeistään neljän kuukauden kuluessa kalenterikuukauden päättymisestä. (Työvoima- ja elinkeinokeskus 2006, 114–115.) Arvonlisäverovelvollisen kohdalla jokaisen kuukauden kirjanpito täytyy tehdä kuukauden ja 12 päivän kuluessa, jotta kirjanpidosta saataisiin tiedot veron tilittämistä ja sähköistä ilmoittamista varten. Sellaiset yritykset, joiden liikevaihto on enintään 25 000 euroa, voivat ilmoittaa ja maksaa arvonlisäverot vain kerran vuodessa eli seuraavan vuoden helmikuun 28. päivä. Yritykset, joiden liikevaihto on enintään 50 000 euroa, voivat puolestaan käyttää neljännesvuosi-ilmoitusta ja maksumenettelyä. (Taloushallintoliitto ry 2009.)

Yrityksen pankkitilin tiliotteet ovat hyvää kirjanpitomateriaalia. Tiliotteella olevalla maksupahtumatiedolla voidaan kirjata velka maksetuksi tai saaminen saaduksi, mutta niistä näkyy vain miten raha on liikkunut, ei kaikkea, kuten mitä, kenelle ja milloin on myyty tai ostettu. Tämän vuoksi tositteiksi kirjanpitoa varten tarvitaan kopiot kaikista laskuista, koska pelkästään tiliotteet eivät kelpaa tositteeksi kulujen ja tuottojen maksuperusteiseen kirjaamiseen ilman siihen liitettyä myyntijäljennöstä tai esimerkiksi myyntilaskujen jäljennöstä. Myös muut sähköiset sekä paperiset aineistot on syytä säilyttää kirjanpitoa varten. Tällaisia ovat esimerkiksi rahtikirjat, kokouksien pöytäkirjat, kuitit käteis- ja korttimaksuista,

sopimukset, liikekirjeet, oikeuden päätökset, tiliotiedostot, tiedosto lähetetyistä laskuista ja niin edelleen. Paperitositteet kannattaa järjestää aikajärjestykseen sekä lajitella laatunsa mukaan juokseviin numerosarjoihin eri mappeihin ja kansioihin kirjanpitoa varten. (Talouhallintoliitto ry 2009.)

Kaikki liiketapahtumia kuvaavat tositteet tulee koota ja säilyttää. Kun asioidaan esimerkiksi eri yritysten, asiakkaiden ja pankkien kanssa, on kaikki asioinnista syntyneet paperit ja tiedostot säilytettävä. Tositteiden tulee olla alkuperäisiä, selkeitä ja pysyvällä tavalla tehtyjä sekä niistä on tultava ilmi liiketapahtuma. Tositteet tulee olla osoitettu kirjanpitovelvolliselle ja niistä tulee ilmetä antajan nimi ja osoite. Suomessa tilikauden tositteita on säilytettävä vähintään kuusi vuotta. Muita säilytettäviä tositteita, kuten tasekirjoja, tase-erittelyjä ja muita kirjanpitokirjoja tulee säilyttää vähintään 10 vuotta. (Talouhallintoliitto ry 2009.)

Suomalaisen yrityksen on tehtävä tilit selviksi eli laskea lopputulos tilinpäätöksessä ainakin kerran vuodessa. Tilinpäätös tehdään aina tilikaudelta, jonka pituus on yleensä 12 kuukautta, mutta jonka pituus voi vaihdella sen alle tai yli, kuitenkin korkeintaan 18 kuukauteen saakka. Tilinpäätös muodostuu tuloksesta ja taseesta. Tase antaa kuvan yrityksen varallisuusasemasta eli velkojen ja varojen suhteesta. Tuloslaskelma kuvaa yrityksen tuloksen muodostumista eli tuloja ja kuluja tietyllä ajanjaksolla. (Puustinen 2004, 217.)

Kirjanpitoon on olemassa tarkat lait, määräykset ja yleisesti hyväksytyt laskentaperiaatteet ja oletukset, joita noudattamalla kirjanpidosta tulee luotettava. Esimerkiksi yrityksen tulee valita käyttääkö se menojen ja tulojen kirjaamisessa suoriteperusteista vai maksuperusteista kirjanpitoa. Myös tilinpäätöstä koskevat useat määräykset ja muodollisuuksiin liittyvät vaatimukset. Esimerkiksi tilinpäätös on laadittava valmiiksi neljän kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Lisäksi tilinpäätöksessä tulee noudattaa suoriteperustetta, jonka mukaan tavaran tai palvelun luovutuspäivämäärä ratkaisee sen, mille tilikaudelle tulo tai meno kirjataan. Tilinpäätöksestä on laadittava aina myös tasekirja ja tase-erittelyt. (Talouhallintoliitto ry 2009.)

Tililuettelo on luettelo käytettävistä kirjanpidon tileistä, joiden määrä valitaan sen mukaan, miten tarkkaan tulot ja menot halutaan eritellä. Kuitenkin niin, että tileistä saadaan muokattua virallisen tilinpäätöksen tuloslaskelma ja tase niin kuin asetus vaatii. Myös monet tilin-

päätöksessä annettavat liitetiedot vaativat tiettyjä asioita seurattavaksi omilla tileillään. Esimerkiksi veroilmoituksen täyttämiseksi tarvitaan kirjanpidosta tietoja, joita on kaikkein selvintä seurata omilla tileillään. Tili sisältää kaksipuolisen asetelman, jonka oikeaa puolta kutsutaan kreditiksi eli veloituksiksi ja oikeaa puolta debetiksi eli hyvitykseksi. Tilillä on myös nimi ja sille kirjattavat tapahtumat ovat sisällöltään samoja. Tilin sisältöä voidaan muuttaa vain erityisestä syystä. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa rahamäärä on vietävä vähintään kahdelle tilille, eli se syötetään jonkin tilin debet-puolelle ja jonkin toisen tilin kredit-puolelle. Sitten kun kassatiliin lisätään rahaa, se viedään debet-puolelle ja vähennys tehdään kredit-puolelle. Puhuttaessa tilin saldosta, tarkoitetaan tilille kirjattujen debet- ja kredit-vienneistä syntyvää erotusta. Viennillä tarkoitetaan debet- tai kredit-puolelle kirjattua rahamäärää. Kun pidetään kahdenkertaista kirjanpitoa, tehdään yhdestä tositteesta vähintään kaksi vientiä, usein enemmänkin (Talouhallintoliitto ry 2009).

Ammatinharjoittajan ei tarvitse pitää kahdenkertaista kirjanpitoa, vaan he voivat pitää vain yhdenkertaista. Ammatinharjoittajien on kuitenkin pidettävä kirjaa tuloista, menoista, koroista ja veroista sekä lisäksi tavaroiden ja palveluiden omasta käyttöön otosta. Ammatinharjoittajilla tilikauden pituus on yksi kalenterivuosi. Heidän ei välttämättä tarvitse edes laatia tasetta, vaan se voidaan korvata esimerkiksi tilikauden päättyessä tehdyllä tilinpäätöksellä, johon on sisällytetty luettelo vaihto-omaisuudesta, pysyvistä vastaavista ja saamisista sekä veloista ja varauksista. (Keskuskauppakamari 2007, 33.)

Muotivaateliikkeen aloittavalla yrittäjällä ei ole riittävää ja tarvittavaa taitoa hoitaa kirjanpitoaan itse eikä hänellä ole siihen riittävästi aikaa, joten hänen kannattaa jättää se ammatilaisen hoidettavaksi. Perusasioista kannattaa kuitenkin ottaa selvää, koska yrittäjä on kuitenkin viime kädessä vastuussa kirjanpidosta. Tähän saa usein neuvoa ja opastusta tilitoimistoilta tai sieltä, mistä oman kirjanpitäjensä lopulta valitsee. Aloittavan yrittäjän kannattaa kiinnittää erityistä huomiota myös kirjanpitäjän valintaan, koska kirjanpitäjän on oltava ammattitaitoinen, jotta kaikki toimii hyvin. Yrittäjän kannattaakin pyytää esimerkiksi tarjouksia muutamilta tilitoimistoilta ja verrata niitä toisiinsa sekä kysellä muilta yrittäjiltä kokemuksia kirjanpitäjistä ja tilitoimistoista.

## 2.5.2 Arvonlisäverotus

Verojärjestelmässä puhutaan välittömästä verotuksesta ja välillisestä verotuksesta, joista välitön verotus kohdistuu suoraan tuloina saatuihin ansioihin tai yritystoiminnan vuosittaiseen verotettavaan tulokseen (Iloniemi ym. 2009, 304). Välittömästä verotuksesta kerrottiin aiemmin luvussa 2.3. Yritysmuodon valinta, kohdassa 2.3.6 Verotus. Iloniemen ym. (2009, 304, 339) mukaan välillinen verotus puolestaan kohdistuu kulutukseen tai omistamisen verottamiseen, joista suurimpana verolajina on arvonlisävero. Henkilö tai yhteisö, joka myy ja ostaa tai valmistaa tuotteita tai palveluja on Suomessa verovelvollinen suorittamaan arvonlisäveroa hyödykkeiden myynnistä maassamme. Poikkeuksena on kuitenkin yritys, jonka liikevaihto on enintään 8 500 euroa 12 kuukauden tilikaudelta, jolloin se ei ole verovelvollinen. Liikevaihdon ollessa 8501–22 500 euron välillä, yritys voi saada tällöin huojennuksen arvonlisäverosta. Muita välillisiä veroja ja maksuja ovat kiinteistövero, energiaverot, jätemaksut, polttoaineverot, alkoholiverot sekä muut haittaverot. (Iloniemi ym. 2009, 304, 339.)

Arvonlisävero on kaikkeen kulutukseen kohdistuva vero, jonka saajana on valtio. Arvonlisävero on kulutusvero, jonka maksaa tuotteen tai palvelun lopullinen kuluttaja. Kuluttajat eivät kuitenkaan sitä itse tilitä valtiolle, vaan hyödykkeen vaihdantaketjussa olevat verovelvolliset yrittäjät. Vero siis sisällytetään lopulliseen myyntihintaan, niin että vaihdantaketjussa oleva yritys lisää tilitettävän veron määrän oman katteensa päälle. Tämä tarkoittaa lyhyesti sitä, että vero lisätään myyntihinnan nettoarvoon. Arvonlisävero ei kertaannu, vaan yrittäjä saa vähentää hankkimansa hyödykkeen sisältämän veron myydyin tuotteen verosta. Verokannan osoittama lisäosuus maksetaan valtiolle itsekontrolloidusti kuukausittain. (Iloniemi ym. 2009, 333.)

Yritysten käydessä kauppaa keskenään, arvonlisäveroa ei tarvitse maksaa, vaan ostaja voi vähentää laskustaan arvonlisäveron, jos toinen arvonlisäverovelvollinen laskuttaa sitä häneltä. Edellytyksenä tälle on, että ostettua tavaraa käytetään arvonlisäverollisessa liiketoiminnassa. Jos esimerkiksi tavaraa otetaan yritykseltä yrittäjän omaan tai henkilökunnan käyttöön, tulee siitä tällöin maksaa arvonlisäveroa normaalisti. Yrityksen tehdessä tarjouksia, niiden laatimisessa kannattaa ottaa huomioon, että tavaroiden ja palveluiden myynti on pääasiassa arvonlisäverovelvollista toimintaa. Yleensä tarjous kuitenkin laaditaan ilman

arvonlisäveroa, mutta tarjoukseen lisätään aina huomautus, että hintoihin lisätään arvonlisävero. (Verohallinto 2010.)

Suomessa yleisin käytetty verokanta tavaroiden ja palveluiden osalta on tällä hetkellä 23 prosenttia. Alhaisemmat verokannat ovat 13 prosenttia, jota käytetään ruokatarvikkeissa, rehuissa sekä ravintola- ja ateriapalvelut. Kirjoista, lääkkeistä, liikuntapalveluista, elokuvanäytöksistä, henkilökuljetuksista, majoituspalveluista, kulttuuri- ja viihdetilaisuuksista ja kampaamo- ja palveluista käytetään yhdeksän prosentin arvonlisäverokantaa. Laissa on tyhjentävästi esitetty, mitkä tavarat, tuotteet ja palvelut kuuluvat minkäkin verokannan alle. (Iloniemi ym. 2009, 336; Verohallinto 2010.) Kaikki muotivaatteet kuuluvat yleisen verokannan alle, joka on tällä hetkellä 23 prosenttia.

Verohallinto tulee lähettämään yrityksen perustamisilmoituksen rekisteröinnin jälkeen yrittäjälle valvontailmoituslomakkeen sekä ohjeet lomakkeen täyttämistä ja maksua varten. Valvontailmoitus on annettava joka kalenterikuukausi siitä huolimatta, vaikka toiminta olisi tilapäisesti keskeytynyt tai arvonlisävero jäisi negatiiviseksi eli kuukauden myyntiin sisältynyt vero olisi kuukauden ostoihin sisältynyttä veroa pienempi. (Verohallinto 2010.) Toimeksiantajan kannattaa olla tietoinen arvonlisäverotusta koskevista asioista, koska hänen velvollisuutenaan tulevana yrittäjänä on tuntee sitä koskeva lainsäädäntö. Vaikka yrittäjä ei itse välttämättä tilittäisikään arvonlisäveroa valtiolle, vaan tilitoimisto voi tulla tekemään sen hänen puolestaan, näistä asioista on aina hyvä olla perillä.

### **2.5.3 Vakuutukset ja muut pakolliset maksut**

Yritystoimintaan kuuluu sekä pakollisia että vapaaehtoisia vakuutuksia ja maksuja. Vakuutukset voidaan jakaa yritystä, yrittäjää ja työntekijää koskeviin vakuutuksiin. Yritystoimintaa varten otettavat vakuutukset ovat verotuksessa vähennyskelpoisia. Yrittäjän kannattaa aina miettiä tarkkaan, mitä vapaaehtoisia vakuutuksia sen kannattaa ottaa ja mitä vakuuttaa. Esimerkiksi omaisuutta ja toimintaa varten otettavien vakuutusten määrä ja sisältö kannattaa miettiä kunnolla, jotta vakuutusturva olisi järkevä ja tarpeeksi laaja. (Meretniemi & Ylönen 2009, 88–89.)



Yrittäjään kohdistuvista vakuutuksista yrittäjän on otettava itselleen lakisääteinen eläkevakuutus, jonka muotona on usein yrittäjäeläkevakuutus eli YEL (Yrittäjät 2010). Se turvaa yrittäjän toimeentulon silloin, kun yrittäjä esimerkiksi jää eläkkeelle tai joutuu työkyvyttömäksi tai työttömäksi (Meretniemi & Ylönen 2009, 92). Eläkevakuutuksen suuruus on 21,2 prosenttia alle 53-vuotiailta (vuonna 2010), mutta jonka suuruus ensimmäisen kerran aloittaville yrittäjille on 25 prosenttia vähemmän eli 15,9 prosenttia vahvistetusta yrittäjän palkasta 48 kuukauden ajan (vuonna 2010). Yrittäjän palkka on yrittäjän vuosityötulo, jonka yrittäjä itse on arvioinut tehdyn työn mukaan. YEL-maksu ei vaikuta vain tulevaisuudessa eläkkeen määrään, vaan se vaikuttaa yrittäjän työttömyysturvan rajaan sekä äitiyspäivärahaan. Eli jos YEL-työtulo on pieni, laskee se myös esimerkiksi äitiyspäivärahan määrää. Arvioitujen työtulojen jäädessä alle 6775,60 euroa, ei YEL-maksua ole välttämättä maksaa. (Uusyrittäjäkeskukset 2010, 25–26.)

Toinen lakisääteinen vakuutus on sairausvakuutus, joka antaa taloudellista turvaa yrittäjälle jos hän sairastuu. Lyhytaikaisen sairastumisen ajalta maksetaan sairausajan päivärahaa, joka korvaa sairastumisen ajalta aiheutunutta ansion menetystä. Sairausajan päivärahan suuruus määräytyy YEL -työtulon pohjalta. Vakuutus korvaa myös esimerkiksi hoitokuluja. Lisäksi yrittäjän kannattaa ottaa itselleen tapaturmavakuutus, joka on yrittäjälle vapaaehtoinen, mutta todella hyödyllinen. Tapaturmavakuutuksen perusteena on myös yrittäjän YEL -vuosituloansio. (Meretniemi & Ylönen 2009, 94–95.)

Jos yrittäjä ottaa yritykseensä työntekijöitä, on yrittäjän huolehdittava kaikille työntekijöille työeläkevakuutus eli TEL tai TaEL, riippuen työsuhteesta. Tämän lisäksi yrittäjän eli työnantajan on otettava työntekijöilleen lakisääteinen tapaturmavakuutus, jonka yhteyteen kuuluvat myös työttömyysvakuutusmaksu sekä ryhmähenkivakuutus. (Lehtipuro ym. 1999, 173–174.) Lisäksi työntekijöillä tulee olla sairausvakuutus, joka lasketaan prosentteina kunnallisverotuksessa verotettavasta tulosta eli joka sisältyy ennakonpidätysprosenttiin. (Meretniemi & Ylönen 2009, 97.)

Yrittäjyyteen kuuluu myös riskien ottaminen. Joitakin riskejä voidaan ehkäistä esimerkiksi ottamalla vapaaehtoisia yritystä koskevia vakuutuksia. Vakuutuksien ottaminen on kannattavaa, koska liiketoiminta muodostaa aina taloudellisen menetyksen mahdollisuuden. Vahinkoriskejä voivat aiheuttaa esimerkiksi huonot kaupat, tulipalot, tulvat, vesijohtojen särkyminen, konevahingot, asiakkaiden vahingonkorvausvaatimukset, murtautujat, ryöstäjät

ja vakoilijat. Liikeriskejä voivat olla esimerkiksi avainhenkilön äkillinen kuolema tai sairastuminen ja markkina-alueilla tapahtuvat äkilliset muutokset. (Jokela & Anneberg 1995, 236–238.) Eräitä tärkeimpiä yritystä koskevia vakuutuksia ovat vahinkovakuutus, vastuuvakuutus, tuotevastuuvakuutus, keskeytysvakuutus sekä oikeusturvavakuutus (Meretniemi & Ylönen 2009, 90–91).

Aloittavan muotivaateliikkeen yrittäjän kannattaa pyytää tarjouksia useilta eri vakuutusyhtiöiltä ja perehtyä vakuutusehtoihin huolellisesti. Näistä asioista voi keskustella myös yritysvakuuttamisen asiantuntijoiden kanssa, jotta kaikki tärkeät asiat vakuuttamisessa tulisi otettua huomioon. Yrittäjän ei kannata vakuuttaa kaikkea mahdollista, koska vakuuttaminen on kallista, vaan kaikki se, mikä voisi olla tarpeellista ja vaikuttaa taloudellisesti suuressi yrityksen toimintaan jonkin vahingon sattuessa.

#### **2.5.4 Ilmoitukset viranomaisille**

Yksityinen elinkeinonharjoittaja, jolla on pysyvä toimipaikka, on velvollinen tekemään perustamisilmoituksen elinkeinotoiminnan aloittamisesta kaupparekisteriin (Holopainen & Levonen 2006, 214). Samalla perusilmoituslomakkeella voi hakeutua kaupparekisteriin, arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Perusilmoitus tulee tehdä ennen yritystoiminnan aloittamista. Perustamisilmoituksen eli Y3-lomakkeen voi tulostaa yritys- ja yhteisötietojärjestelmän sivuilta osoitteesta [www.ytj.fi](http://www.ytj.fi). (Patentti- ja rekisterihallitus 2010.) Kyseisen lomakkeen perusosa (1/3) löytyy liitteestä 2. Kaupparekisterin mukaan Y-tunnuksen saa, kun ilmoitus on tehty. Käsittelymaksu kyseiselle ilmoitukselle on 75 euroa, joka on maksettava etukäteen (Patentti- ja rekisterihallitus 2010). Maksuohjeet löytyvät patentti- ja rekisterihallituksen sivulta osoitteesta [www.prh.fi](http://www.prh.fi) kohdasta kaupparekisteri, yksityinen elinkeinonharjoittaja, perustaminen ja maksu-ohjeet.

### 3 MARKKINOINNIN KEINOT

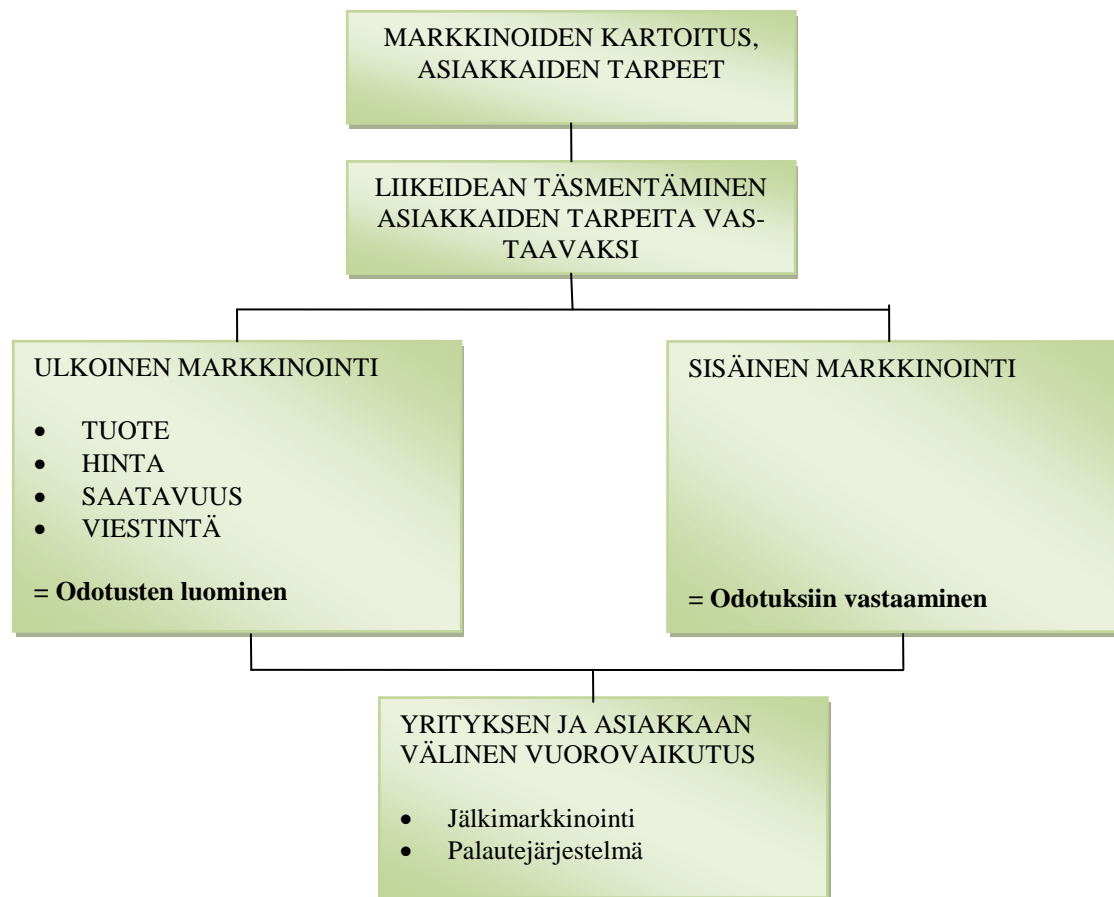
Jotta yritys saisi tuloja toimintansa pyörittämiseen, on sen oltava yhteydessä myyntimarkkinoihin ja myytävä asiakkaille tuotteita tai palveluita. Yrityksen olisi kuitenkin ensin analysoitava markkinoiden tarpeet ja toiseksi valmistettava juuri sellaisia tuotteita, joille olisi kysyntää, jotta sillä olisi mahdollisuus onnistua toiminnassaan. Näiden ennakoimiseen yrityksellä tulee olla riittäviä resursseja. Yrityksellä on olemassa sidosryhmiä, joita ovat kaikki tahot, joiden kanssa yritys toimii. Sidoryhmät määrittävät yrityksen resurssit ja tätä kautta myös yrityksen menestymisen rajat. Tämän, oman asemansa sekä kokonaistavoitteen takia sidoryhmäsuhteita tulisi osata hyödyntää ja ohjata oikeaan suuntaan mahdollisimman hyvin. Yksi sidoryhmäsuhte muodostuu myyntimarkkinoista, josta yleensä huolehtii markkinointihenkilö tai -osasto tai yrittäjä itse. (Isokangas & Kinkki 2003, 194.)

Vuosikymmenten aikana on ollut erilaisia markkinointinäkemymiä, joissa markkinointi on suuntautunut kussakin vaiheessa eri tekijöihin, kuten tuotantoon, myyntiin, kysyntään ja asiakkaisiin. Kun elintaso, koulutustaso ja ostovoima kasvoivat, alkoivat asiakkaat haluta parempaa laatua ja yksilöllisempiä tuotteita, jolloin yritykset joutuivat markkinoinnissa kiinnittämään entistä enemmän huomiota asiakkaiden tarpeisiin. Puhutaan siis asiakas-suuntaisesta markkinoinnista, jossa tärkein suhde on asiakassuhde. Keskeisintä markkinoinnissa on nykyään siis tuntea asiakkaiden tarpeet ja ostokäyttäytyminen mahdollisimman hyvin, kartoittaa millaisille tuotteille olisi kysyntää ja tyydyttää heidän tarpeensa yrityksen tarjoamalla tuotteilla. (Isokangas & Kinkki 2003, 195–196.)

#### 3.1 Sisäiset ja ulkoiset markkinoinnin vaikutuskeinot

Yrityksellä on sekä sisäisiä että ulkoisia keinoja, joilla se voi vaikuttaa asiakkaisiin toimissaan markkinoilla. Sisäiset keinot lähtevät yrityksen sisältä päätöksentekojen yhteydessä. Näitä ovat esimerkiksi tuotantoprosessiin, hinnoitteluun, jakeluun ja tiedottamiseen liittyvät asiat. Ulkoisia tekijöitä ovat esimerkiksi toimialan kilpailutilanne, taloudellinen ympäristö, poliittinen ja oikeudellinen ympäristö sekä kulttuuri- ja sosiaalinen ympäristö. Jotta ulkoihin tekijöihin voitaisiin vaikuttaa, on ympäristöä ja sen muutoksia seurattava, ennakoitava ja hallittava. Näin voidaan varmistaa osaltaan yrityksen menestyminen. (Isokangas & Kinkki 2003, 196.)

Yrityksen keinot voidaan siis jakaa sisäisen ja ulkoisen markkinoinnin keinoihin. Ulkoinen markkinointi palvelee asiakkaita ja sen perusteella yritys joutuu määrittelemään mitä myydään, millä hinnalla ja millä saatavuusratkaisuilla. Ulkoinen markkinointi sisältää myös myyntityön, mainonnan sekä myynnin edistämisen. Sen perimmäisenä tarkoituksena on hankkia yritykselle asiakkaita. Sisäisen markkinoinnin tarkoituksena on saada hankitut asiakkaat pysymään tyytyväisinä kanta-asiakkaina, saada henkilökunta ymmärtämään asiakaskeskeisyyden merkitys ja sitä kautta huolehtimaan asiakkaan tyytyväisyydestä myös kaupan jälkeen. Tällä tavalla saadaan aikaan myös lisämyyntiä huolehtimalla asiakkaiden tyytyväisyydestä jatkossa. (Isokangas & Kinkki 2003, 196–197.) Kuviossa 6. on esitetty markkinointiprosessin vaiheet.



KUVIO 6. Markkinointiprosessi (Isokangas & Kinkki 2003, 197)

## 3.2 Yrityksen kilpailukeinot

Tekijät, joiden avulla yritys pystyy vaikuttamaan esimerkiksi potentiaalisiin asiakkaisiin, ovat tuote (product), hinta (price), saatavuus (place) ja viestintä (promotion). Näitä voidaan siis kutsua yrityksen perinteisiksi kilpailutekijöiksi eli neljäksi P:ksi. Lisäksi kilpailukeinoiksi voidaan myös mainita henkilöstö (people) sekä toimintatavat (politics), jolloin voidaan puhua kaiken kaikkiaan kuudesta P:stä. Yritys voi käyttää kilpailukeinoja yhdistelmänä harkintansa ja suunnitelmiansa mukaisesti, jolloin niistä syntyy markkinointimix eli kilpailukeinojen yhdistelmä. Tämän yhdistelmän avulla pyritään sitten saavuttamaan hyvin valittu asiakaskohderyhmä ja sitä kautta myös kannattava toiminta. (Isokangas & Kinkki 2003, 198–199.)

### 3.2.1 Tuote

Muut markkinoinnin kilpailukeinot perustuvat yrityksen tuotepäätöksiin, koska tuote on kaikista tärkein kilpailukeino. Jos tuotepäätökset ovat virheellisiä, ei niitä voi muillakaan kilpailukeinoilla korjata. Vain kannattavat tuotteet takaavat toiminnan jatkuvuuden. Tuote on se, mitä yritys myy ja asiakas ostaa. Asiakas ei osta vain pelkkää aineellista eli fyysistä tuotetta, vaan ratkaisuja omiin tarpeisiinsa ja ongelmiinsa. Yritys taas pyrkii löytämään asiakkaan ongelmiin ratkaisuja sekä tyydyttämään heidän tarpeitaan sekä fyysisellä tuotteella että siihen liitetyillä osilla eli aineettomilla osilla. Näitä fyysiseen tuotteeseen liitettyjä osia ovat esimerkiksi mielikuvat tuotteesta, pakkaus, tuotenimi, tavaramerkki, ulkoasu, tuotokuva sekä avustavat osat (käyttöohjeet, huolto jne.). (Isokangas & Kinkki 2003, 199–200.)

Tuote on siis aineellisten ja aineettomien ominaisuuksien muodostama kokonaisuus eli tuotepaketti, joka muodostuu tuotteen eri osista, joita ovat ydintuote, lisäedut sekä mielikuvatuote. Tuotteen ydin koostuu asiakkaan saamasta hyödystä, jonka yritys myy perustuotteena. Tämän lisäksi yritys voi tarjota lisäetuja, kuten takuun, huollon tai ilmaiset lisävarusteet. Mielikuvatuotetta yritys rakentaa markkinoinnin avulla niin, että se olisi kohderyhmän mielestä imagoltaan mahdollisimman houkutteleva. (Opetushallitus.)

### 3.2.2 Hinta

Hinta on keskeinen kilpailukeino, jonka muutoksiin sekä asiakkaat että kilpailijat reagoivat herkästi. Vaikka muiden kilpailutekijöiden merkitys onkin kasvanut, on hinta silti yksi tärkeimmistä asioista, joka määrittää yrityksen markkinaosuuden ja kannattavuuden. Hinta aiheuttaa tuloja muiden kilpailukeinojen saadessa aikaan kustannuksia. Hinta on tuotteen arvon mittari ja muodostaja. Yrityksen käyttäessä hintaa kilpailukeinona, tulee sen määrittellä perushinta, hinnan muutokset, porrastukset, alennukset ja maksuajankohta. (Opetushallitus.)

Tuotteen pitäisi kattaa kaikki sen aiheuttamat kustannukset, jotka johtuvat tuotteiden hankinnasta tai valmistamisesta, jakelusta ja markkinoinnista. Tuotteesta saadaan myyntituloja, jotka ovat riippuvaisia myyntihinnasta ja myynnin määrästä. Myyntimäärä taas riippuu siitä hinnasta, mikä tuotteelle on asetettu. Hintaan vaikuttavat tuotteesta aiheutuneet kustannukset, tuotteen elinkaaren vaihe, yrityspolitiikka, kilpailutilanne, kysyntä ja valittu segmentti. (Isokangas & Kinkki 2003, 208.)

Tuotteesta aiheutuvat kokonaiskustannukset koostuvat välittömistä ja välillisistä kustannuksista. Välittömiä kustannuksia ovat raaka-aineet ja valmistavan henkilökunnan palkkakustannukset tai tuotteiden hankintakustannukset. Välillisiä kustannuksia ovat vakuutukset, yrittäjän palkka sekä lainan korot. Näiden kustannusten lisäksi tuotteesta saatavan hinnan on myös peitettävä välilliset ja välittömät verot. Välillisiä veroja ovat esimerkiksi mahdolliset valmisteverot sekä arvonlisävero. Välittömiä veroja on esimerkiksi tulovero. (Isokangas & Kinkki 2003, 209.)

Sopivaa hintaa laskettaessa ja etsittäessä voidaan käyttää erilaisia hinnoittelumenetelmiä, joita voidaan yhdistellä tai käyttää vain tiettyä menetelmää. Niitä ovat kilpailusuuntautunut hinnoittelu, kysyntäsuuntautunut hinnoittelu ja kustannuspohjainen hinnoittelu. Kilpailusuuntaisessa hinnoittelussa hintoja verrataan kilpailijoiden hintoihin. Kysyntäsuuntautuneessa hinnoittelussa hinta vaihtelee kysynnän mukaan. (Opetushallitus.) Kustannuspohjaisia hinnoitteluja ovat omakustannushinnoittelu sekä katetuottohinnoittelu. Omakustannushinnoittelu tarkoittaa sitä, että tuotteelle kohdistetaan kaikki yritykselle aiheutuneet muutuvat ja kiinteät kustannukset. (Isokangas & Kinkki 2003, 209.)

Katetuottohinnoittelussa selvitetään muuttuvat kustannukset ja siihen lisätään etukäteen laskettu katetuottotavoite. Katetuotto saadaan myyntitulojen ja muuttuvien kustannusten erotuksesta. Se ilmoittaa, paljonko myyntituloista jää kattamaan kiinteitä kustannuksia muuttuvien kulujen jälkeen. Tuotteen hinta voidaan siis laskea katetuottohinnoittelun avulla seuraavasti:  $\text{Hinta} = 100 \times \frac{\text{muuttuvat kustannukset}}{100 - \text{katetuotto prosentti}}$ . (Isokangas & Kinkki 2003, 212–213.) Varsinainen katetuottolaskelma on taulukon 2. mukainen.

TAULUKKO 2. Verollisen myyntihinnan laskeminen (Isokangas & Kinkki 2003, 213)

Muuttuvat kustannukset
+ Katetuottotavoite
= Myyntihinta ilman alv
+ arvonlisävero
= <b>Verollinen myyntihinta</b>

### 3.2.3 Saatavuus

Saatavuus on yksi markkinoinnin keskeinen käsite. Se on kilpailukeino, jonka tarkoituksena on saattaa oikea tuote asiakkaalle oikeassa paikassa mahdollisimman edullisesti ja helposti. Saatavuuteen liittyvien jakelupäätöksiin tavoitteena on poistaa ostamisen esteitä. Yrityksen on päätettävä, millä keinoilla tai mitä jakelutietä käyttämällä tuote saadaan asiakkaan ulottuville. Tällöin voidaan valita kahdesta päävaihtoehdosta. Ensimmäinen vaihtoehto on tuotteen toimittaminen itse asiakkaalle (suora jakelu), jolloin yritys myy itse tuotteen asiakkaalle. Toinen vaihtoehto on tuotteen välittäminen asiakkaalle ulkopuolisen välittäjän kautta (epäsuora jakelu). Samalla tuotteella voi myös olla eri jakelutieratkaisuja. Jakelutie on samalla markkinointikanava, joka muodostuu itsenäisten yritysten ketjusta, jonka kautta tuote myydään. Markkinointikanavaan kuuluvat valmistaja, lopullinen asiakas sekä kaikki ne yritykset, jotka omistavat tuotteen jossain ketjun vaiheessa. Jakelutien lisäksi saatavuuteen kuuluu myös kuljetus sekä varastointi, jolloin puhutaan fyysisestä jakelusta. (Isokangas & Kinkki 2003, 217.)

### 3.2.4 Viestintä

Ei riitä, että on olemassa tuote, joka on suunniteltu kohderyhmää varten, oikein hinnoiteltu ja asiakkaan ulottuvilla, jos asiakas ei tiedä näin olevan. Ilman viestintää tätä tietoa ei voida saada asiakkaan tietoisuuteen. Keinoja, joilla yritys voi viestiä asiakkaalle, ovat henkilökohtainen myyntityö, joka on henkilökohtaista vaikuttamista sekä myyntituki, joka on välineellistä vaikuttamista ja tukea myyntityölle. Myyntitukeen kuuluvat mainonta, menekinedistäminen sekä suhde- ja tiedotustoiminta. Kun yritys valitsee viestintäkeinoja, tärkeää on huomioida se, miten mikäkin keino pystyy välittämään parhaiten tiedon oikealle kohderyhmälle. (Isokangas & Kinkki 2003, 219.)

Markkinointiviestinnän tarkoituksena on pyrkiä vaikuttamaan kohdejoukkoonsa. Sen avulla pyritään tuomaan asiakkaille tietoa tuotteesta ja yrityksestä ja poistamaan tietämättömyyttä. Tarkoituksena on myös vaikuttaa asenteisiin, esimerkiksi luomalla, muuttamalla ja vahvistamalla mielikuvia tuotteesta ja yrityksestä. Myös käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan, jotta kohderyhmä saisi toimintaimpulssin. Tiivistettynä markkinointiviestinnällä halutaan saada potentiaalinen ostaja huomaamaan tuote, tuntemaan tuotetta kohtaan kiinnostusta, haluamaan tuote ja viimein ostamaan se itselleen. (Isokangas & Kinkki 2003, 221–222.)

**Henkilökohtainen myyntityö** on sellaista vuorovaikutusta myyjän ja asiakkaan välillä, joka tapahtuu kasvokkain. Sen tavoitteena on esitellä tuotetta, vastata kysymyksiin ja saada aikaan myyntiä. Henkilökohtaisen myyntityön etuja ovat henkilökohtainen kontakti sekä asiakassuhteiden kehittäminen. Henkilökohtainen myyntityö voi alkaa jo ennen asiakkaan kohtaamista esimerkiksi valmistautumalla neuvotteluun. Lisäksi se ei myöskään aina pääty kaupantekoon, vaan yrittäjän voi jälkimarkkinoida tuotetta varmistaakseen asiakkaan tyytyväisyys ja asiakassuhteen jatkuminen. **Mainonnan** tavoitteena on edistää yrityksen ja tuotteen tunnettuutta, rakentaa haluttua mielikuvaa ja saada aikaan myyntiä. Se on usein massaviestintää, jonka merkittävimmät mainosvälineet ovat lehdet eli ilmoittelumainonta, televisiomainonta, radiomainonta, elokuvamainonta, ulko- ja liikennemainonta, verkkomainonta sekä suoramainonta. Lisäksi mainonta voi tapahtua myymälässä ja messujen yhteydessä esimerkiksi esittelyin, videoin ja mainostauluin. Myös tuotepakkaus on eräänlainen mainos. (Opetushallitus.)



**Myynninedistäminen** tukee myyntityötä ja mainontaa. Sillä pyritään lisäämään jälleenmyyjien myyntihalukkuutta ja lopullisten asiakkaiden ostohalukkuutta. Myynninedistäminen, joka on suunnattu kuluttajille, tapahtuu usein näytteiden, ilmaisten kokeilujen, kuponkien, kilpailujen, palkintojen, lahjojen, maistiaisten ja tuote-esittelyiden avulla. **Suhdetoiminnan** avulla pyritään saamaan yrityksen eri sidosryhmät suhtautumaan yritykseen ja sen tuotteisiin mahdollisimman myönteisesti. Suhdetoimintaa ovat esimerkiksi lehdistösuhteiden hoitaminen, yrityksen liittyvistä uutisista tiedottaminen, ilmaisen julkisuuden saaminen ja suhteiden vaaliminen julkiseen sektoriin. (Opetushallitus.)

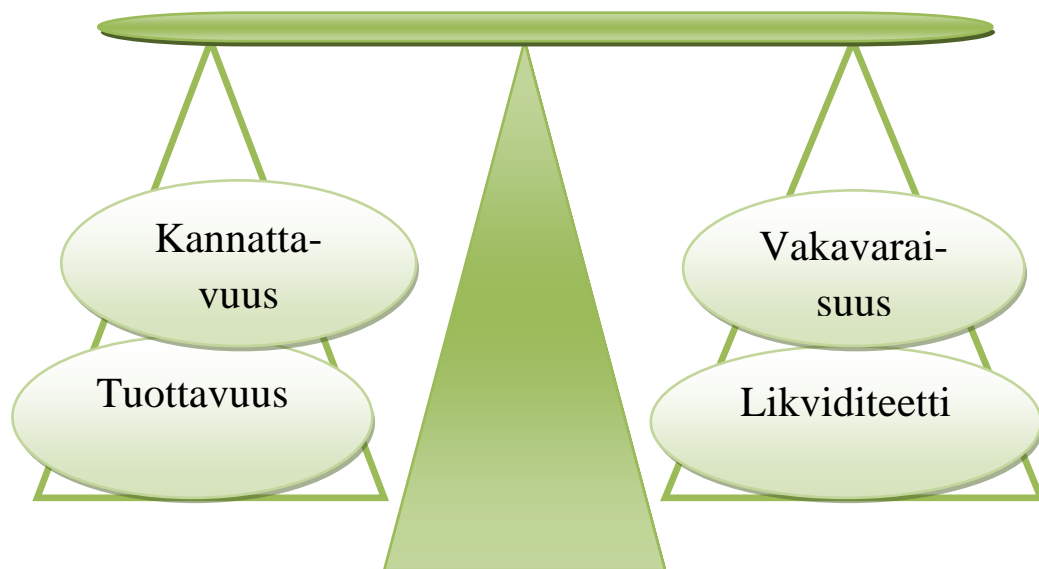
**Suoramarkkinointia** ovat esimerkiksi uudet viestintävälineet kuten sähköposti, Internet ja tekstiviestit. Niiden avulla on helppoa ja edullista olla suoraan yhteydessä asiakkaaseen ja niiden käyttö onkin lisääntynyt paljon. Suoramarkkinointi on vuorovaikutteista markkinointia, jonka ideana on nykyisten asiakassuhteiden kehittäminen ja hyödyntäminen. Siinä voidaan käyttää hyväksi myös suoramarkkinointikirjeitä, postimyyntiluetteloita ja puhelimitse tapahtuvaa markkinointia. Usein suoramarkkinointia varten tarvitaan asiakastietokantaa, jotta asiakkaaseen voidaan ottaa yhteyttä. (Opetushallitus.)

#### 4 YRITYSTOIMINNAN KANNATTAVUUS

Jotta yritystoiminta olisi kannattavaa ja se menestyisi markkinoilla, on yritystoiminnan tuottojen oltava pitkällä aikavälillä kustannuksia suuremmat. Lisäksi jos yrityksen toiminnan halutaan olevan tuottavaa, on yrityksen oltava kilpailukykyinen, jotta se voisi paremmin täyttää sidosryhmien vaatimukset. Tässä tuottavuudella tarkoitetaan tuotoksen suhdetta sen aikaansaamiseksi tarvittuun panokseen. Sitä voidaan mitata esimerkiksi myyntinä per päivä tai asiakkaiden määränä per päivä. Tuottavuuteen voidaan usein vaikuttaa sitä pienentämällä tai suurentamalla. Kuitenkaan aina hyvä tuottavuus ei kerro, että yritys olisi kannattava jos esimerkiksi tuotteiden hintapoliittiset päätökset ovat virheellisiä. (Raatikainen 2001, 102.)

Yritystoiminnassa täytyy myös muistaa, että yrityksen tulisi olla vakavarainen, eli että se ei ole ottanut liikaa lainaa suhteessa sen tuotto-odotuksiin, koska sen on kyettävä lyhentämään lainansa, maksamaan niistä syntyvät korot sekä huolehtimaan muista päivittäisistä menoista. Käytettävissä olevaa rahaa nimitetään likviditeetiksi. (Raatikainen 2001, 102.)

Kuviossa 8. kuvataan äsken mainitut kannattavuuden käsitteet, jotka ovat yrityksen taloudellisia tavoitteita. Näiden ollessa tasapainossa keskenään, voidaan sanoa, että yritystoiminta on kannattavaa.



KUVIO 7. Taloustavoitteet (Raatikainen 2001, 103)

#### 4.1 Alkuinvestoinnit

Yritystoiminnan alussa yritys yleensä aina tarvitsee toiminnassaan koneita, laitteita ja toimitiloja eli käyttöomaisuutta, joita kutsutaan investoinneiksi. Esimerkiksi toimitilat eivät aina ole juuri sellaisessa kunnossa, että ne soveltuisivat juuri aloitettavaa liiketoimintaa varten, joten usein liiketiloja joudutaan kunnostamaan ja korjaamaan. Myös koneita ja laitteita hankittaessa kannattaa muistaa, että vaikka käytettyjä saa halvalla, ne voivat kuitenkin olla laadultaan ja toiminnoiltaan eri luokkaa kuin uudet. (Raatikainen 2001, 103–104.) Taulukossa 3. lasketaan käyttöomaisuuden investointilaskelma eli arviot investointikustannuksista. Investoinneille löytyy laskelma liitteestä 3., jossa on selvitetty tarkemmin, mistä tarvikkeista investoinnit tulevat koostumaan.

TAULUKKO 3. Käyttöomaisuuden investointilaskelma

<b>Liiketilat</b>	Liiketilojen muutostyöt	3 000 €
<b>Koneet ja laitteet</b>	Tietokoneet, oheislaitteet, ohjelmistot	2 000 €
	Puhelin	200 €
	Kassajärjestelmä, maksupäätteet ym.	2 000 €
<b>Irtaimisto ja sisustus</b>	Toimistokalusteet	600 €
	Toimistotarvikkeet	200 €
	Vaatetangot ja -hyllyt, peilit ym.	5 000 €
<b>Yhteensä</b>	<b>13 000 €</b>	
	Kustannusylitysvaraus 10 %	1 300 €
<b>Investoinnit yhteensä</b>	<b>14 300 €</b>	

#### 4.2 Toiminnan aiheuttamat kulut

Yrityksen juoksevista kuluista syntyy käyttöpääoman tarve, jonka luovat esimerkiksi yrityksen perustamiskulut, vuokrat, palkat, henkilösivukulut, vakuutusmaksut, tavaroiden hankinta, ostovelat, myyntisaamiset, markkinointikulut ja yrittäjän oma eläminen. Käyttöpääoman tarve tulisi ennakoida 2-3 ensimmäisen toimintakuukauden ajalle. (Raatikainen 2001, 105–106.) Yrityksen alkuvarasto on saatu laskemalla siten, että yritykseen hankittaisiin noin 100 eri tuotetta, joista kullakin tuotteella olisi 12 kokoa. Jos tuotteen keskihinta olisi 25 euroa (sis. alv), niin alkuvaraston kooksi saadaan 25 000 euroa (sis. alv). Toimeksiantajan tulee laskea alkuvaraston koko kuitenkin vielä itse huolellisesti, siten, että suunnitellen kaikki hankittavat tuotteet tulisivat laskelmaan mukaan, jolloin vasta voidaan tietää

todellinen alkuvaraston koko. Taulukossa 4. lasketaan yrityksen käyttöpääoman tarvelaskelma kahden ensimmäisen toimintakuukauden ajalle.

TAULUKKO 4. Käyttöpääoman tarvelaskelma 2kk

<b>Yrityksen perustamiskulut</b>	Toiminimen rekisteröinti	75 €
<b>Markkinointi</b>	Ikkunateippaukset	350 €
	Mainokset lehdissä	1000 €
	Muu mainosmateriaali	500 €
<b>Alkuvarasto</b>	Vaatteet ym.	25 000 €
<b>Vuokrat</b>	Liiketilän vuokra 2kk	2 400 €
<b>Palkat</b>	Yksityisottoina 2kk	2000 €
	Sivukulut (YEL 21,20 %) ale 25 %, joten <b>15,9 %</b> :n mukaan 48kk	318 €
<b>Yleiskustannukset</b>	Yrityksen vakuutukset	100 €
	Yrittäjän vakuutukset	33,33 €
	Sähkökulut	100 €
	Puhelinkulut	80 €
	Tietoliikennekulut	50 €
	Toimistokulut	60 €
	Kirjanpitokulut	200 €
<b>Yhteensä</b>		<b>32 266,33€</b>
	Kustannusylitysvaraus 10 %	3226,63 €
<b>Käyttöpääoma yhteensä</b>		<b>35 492, 96 €</b>

Edellä esitettyjen investointi- ja käyttöpääomalaskelman avulla selvitetään se, mitä toiminnan käynnistäminen tulee maksamaan, eli rahoitustarve, joka esitetään taulukossa 5.

TAULUKKO 5. Rahoitustarve

Investoinnit	13 000 €
Käyttöpääoma	32 266, 33 €
Kustannusylitysvaraus 10 %	4526, 63 €
Rahan tarve yhteensä	<b>49 792, 96 €</b>

### 4.3 Myyntikatetarve

Muita tärkeitä laskelmia ovat katetarvelaskelma sekä tulossuunnittelu. Myyntikatetarvelaskelmalla halutaan selvittää, kuinka paljon tuotteita tulisi myydä, että saavutettaisiin ainakin

nollatulokset eli ei siis voittoa eikä tappiota. (Raatikainen 2001, 109.) Seuraavaksi esitetään suunnitelma sekä sen jälkeen laskelma, millä aloittava yrittäjä voisi päästä ainakin nollatulokseen ensimmäisenä toimintavuotenaan. Yritys lyhentäisi suunnitelman mukaisesti pankista ottamaansa tasaerä- eli annuiteettilainaa 6 000 euroa vuodessa korkojen ollessa noin kuusi prosenttia riippuen korkojen kehityksestä. Korkoa olisi maksettava ensimmäisenä vuotena  $30\,000\text{ €} * 6\% * 360\text{pv}/100 * 360 = 1800$  euroa. Alussa maksuerä sisältää luonnollisesti enemmän korkoa, mutta lainan lyhentyessä myös koron osuus pienenee.

Naisyrittäjälainan kohdalla ensimmäinen vuosi on lyhennysvapaa, joten ensimmäisen vuoden aikana lyhennetään pelkästään pankista saatua lainaa. Vuokrat 12 kuukaudelta olisivat 14 400 euroa ja yrittäjän yksityisotot olisivat 12 000 euroa vuodessa. Toimeksiantaja pyrkii tekemään nostoja yrityksestä mahdollisimman vähän ensimmäisenä vuotena ja tulemaan toimeen pienillä nostoilla sekä aloittavan yrittäjän starttirahalla, jota hän tulee saamaan 551–882 euroa kuukautta kohden. YEL-maksua tulisi maksaa 21,2 prosenttia palkasta, mutta ensimmäisen kerran aloittavalle yrittäjälle se on 25 prosenttia vähemmän eli 15,9 prosenttia 48 kuukauden ajan, joten sen suuruus on 1908 euroa ensimmäisen vuoden aikana. Yrittäjän tapaturmavakuutukseen sekä yrityksen vakuutuksiin menisi vuodessa noin 800 euroa. Yritystoiminnan markkinointiin menisi aloituskampanjan aikaan 1850 euroa, kun yritystä halutaan tuoda julkisuuteen. Markkinointikulut kuitenkin tasaantuisivat tämän jälkeen 500 euron kuukausitasolle ja markkinointikuluista tulisi ensimmäiselle toimintavuodelle tällöin yhteensä 6850 euroa.

TAULUKKO 6. Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle

Minimitulostavoite		+/- 0 €
Lainojen lyhennykset		6 000 €
<b>Rahoitustulostarve</b>		<b>6 000 €</b>
Lainojen korot	n. 6 %	1 800 €
<b>Käyttökätketarve</b>		<b>7 800 €</b>
Vuokrat		14 400 €
Palkat	Yksityisnostot	12 000 €
Sivukulut	YEL (15,9 %)	1908 €
Kirjanpitokulut		1 200 €
Muut kiinteät kulut	Vakuutukset	800 €
	Markkinointi	6 850 €
	Puhelin	960 €
	Sähkö	1 200 €
	Tietoliikenne	600 €
<b>Muut kiinteät kulut yhteensä</b>		<b>10 410 €</b>
Yhteensä		47 718 €
<b>Myyntikatetarve</b>		<b>47 718 €</b>

Laskelman mukaan yrityksen olisi pystyttävä myymään tuotteita ainakin 47 718 euron edestä muuttuvien kulujen (tuotehankinnat) jälkeen, jotta toiminta olisi kannattavaa.

#### 4.4 Tulossuunnittelu

Perustettavan yrityksen tulossuunnittelu ja laskelmat ovat alustavia. Niitä yrittäjän tulee muuttaa saatuaan selville hinnoittelumenetelmän, jota hän tulee käyttämään sekä halutun katteen. Tämän jälkeen voidaan paremmin laskea valitun katteen tai hinnan perusteella myös muuttuvat kustannukset eli vaatetilauksiin menevät summat. Alustavat laskelmat on laskettu tämän vuoksi arvioidun myynnin perusteella ja katetuottohinnoittelun avulla. Lah-tisen ja Isoviidan (1998, 188–189) mukaan katetuottohinnoittelua käyttävät monet suoma-laiset yritykset. Tuotteista kertyvän myyntituoton on katettava kaikki muuttuvat ja kiinteät kustannukset, jotta toiminta olisi kannattavaa. Katetavoite ilmaistaan prosentteina myynti-hinnasta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 188–189.)

Yrityksen myyntiä voidaan arvioida asiakkaiden määrän ja heidän ostoksiensa perusteella. Jos asiakkaan keskiostos olisi 30 euroa ja tunnissa kävisi keskimäärin 3 maksavaa asiakas-

ta, niin päivässä kävisi noin 24 asiakasta. Näin voidaan laskea, että viikossa kävisi keskimäärin 120 asiakasta arkisin liikkeen ollessa auki 8 tuntia päivässä ja lauantaisin 15 asiakasta liikkeen ollessa silloin auki 5 tuntia, eli yhteensä 135 asiakasta viikon aikana. Kuukaudessa kävisi noin 540 asiakasta (laskettu 4 vkoa/kk) riippuen kuukauden pituudesta. Ensimmäisen toimintavuoden myynti olisi 194 400 euroa, kun kävisi 6480 asiakasta keskiostoksen ollessa 30 euroa.

Yritys pyrkii saamaan myytyä kaikki myyntiin ostamansa tuotteet, mutta käytännössä tämä tuskin on mahdollista ainakaan ilman alennusmyyntejä. Oletetaan, että yritys saa myytyä 70 % tuotteistaan normaaliin hintaan ja 30 % alennusmyyntien avulla. Tällöin  $194\,400\text{ €} * 0,70 = 136\,080\text{ €}$  eli normaalihintaisista tuotteista saataisiin myyntiä 136 080 euroa. Puolestaan alennustuotteista, joita jäisi 30 % eli 58 320 euron arvosta ja joka myydään keskimäärin määrin 40 %:n alennuksella, saadaan myyntiä 34 992 euroa. Koko myynti on tällöin yhteensä  $136\,080\text{ €} + 34\,992\text{ €} = 171\,072\text{ euroa}$ .

Perustettavan yrityksen kate olisi alustavien suunnitelmien mukaan keskimäärin 52 prosenttia. Tällä katteella saadaan katettua yrityksen kiinteät kulut kohtuullisesti sekä rahoituskustannukset ja palkat ja jäljelle jää vielä varoja seuraavien ostojen hankintaan. Kateprosentin laskemisessa on otettu huomioon myös toisen lainan takaisinmaksu ensimmäisen vuoden jälkeen. Kateprosentin avulla voidaan laskea, paljonko myynnistä kertyy katetta.  $171\,072\text{ €} * 0,52 = 88\,957,44\text{ €}$ . euroa. Myynnistä siis 88 957,44 euroa on katetta, josta on vähennettävä vielä muuttuvat kulut ja loppuosa menee kiinteiden kulujen kattamiseen. Loppuosa eli  $171\,072\text{ €} - 88\,957,44\text{ €} = 82\,114,56\text{ euroa}$  on muuttuvia kustannuksia eli vaateilauksiin menevä summa. Raatikaisen (2001, 111) mukaan muuttuvat kustannukset ovat siis kustannuksia, jotka muuttuvat myynnin suhteessa eli tässä tapauksessa muuttuvilla kustannuksilla tarkoitetaan vaatteiden ja muiden myytävien tuotteiden ostomenoja. Kiinteät kulut ovat kustannuksia, jotka pysyvät samana, vaikka myynnin määrä vaihtelisi. Kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi vuokra ja kuukausipalkat. (Raatikainen 2001, 111.)

Kun arvonlisävero sisältyy ostohintaan, lasketaan valtiolle tilitettävä arvonlisävero 23 % katetuottotavoitteesta (Lahtinen & Isoviita 1998, 189). Tämä on siis toisin sanoen myynnin arvonlisäveron ja ostojen arvonlisäveron erotus. Yrityksen katetuottotavoite on 52 % eli 88 957,44 euroa, joka kerrotaan arvonlisäveroprosentilla 23. Valtiolle tilitettävä arvonlisävero on siten  $88\,957,44 * 23 / 123 = 16\,634,31\text{ €}$ . Sama tulos saadaan, kun myynnin

alv:sta vähennetään ostojen alv. Edellisten laskelmien perusteella laaditaan vielä tulosuunnitelma ensimmäiselle toimintavuodelle, joka on esitetty taulukossa 7.

TAULUKKO 7. Alustava tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle

Myyntitulot		171 072 €
<b>LIKEVAIHTO</b>		<b>171 072 €</b>
Muuttuvat kulut		82 114,56 €
<b>Katetuottotavoite</b>		<b>88 957,44</b>
Tilitettävä alv		16 632,31 €
<b>MYYNTIKATE</b>		72 325,13 €
Kiinteät kulut	- palkat + sivukulut	13 908 €
	- vuokrat	14 400 €
	- muut kiinteät kulut	10 410 €
Kiinteät kulut yhteensä		38 718 €
<b>KÄYTTÖKATE</b>		33 605,13 €
-korot ja muuta rahoituskulut		1 800 €
<b>RAHOITUSTULOS</b>		31 805,13 €
-lainojen lyhennykset		6 000 €
<b>TOIMINNALLINEN NETTOTULOS</b>		25 805,13 € €
+/- Muut tuotot/kulut		
<b>TULOS (ennen veroja)</b>		<b>25 805,13 €</b>

Yksityisen elinkeinonharjoittajan ollessa kyseessä, tulos jaetaan yrittäjän pääoma- ja ansio-tuloksi, joiden perusteella voidaan laskea todellisten verojen määrä. Tulos (ennen veroja) vähennettynä todellisilla veroilla, saadaan tilikauden tulos (verojen jälkeen). Jos halutaan tietää tilikauden lopullinen vero, todellisista veroista on vähennettävä tilikauden aikana maksetut ennakoverot.

Lisäksi on vielä muistettava, että tulos johtuu aiemmin tehdyistä myyntiarvioista. Ennakoon on vaikea määrittellä myynnin määrää, koska todellista asiakkaiden määrää yrityksessä ei voi tietää eikä myöskään heidän ostotensa määrää, vaan ne on arvioitava.



## 5 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

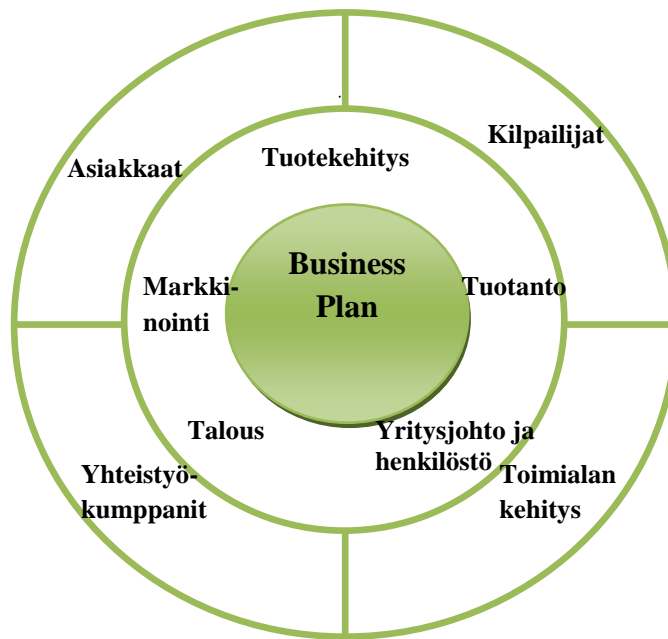
Tässä opinnäytetyössä on käyty läpi liikeidea, yrittäjältä edellytettäviä ominaisuuksia ja osaamista sekä muita liiketoimintaan liittyviä asioita, jotta voitaisiin arvioida yrittäjän valmiuksia ja edellytyksiä ryhtyä yrittäjäksi. Lisäksi on käyty läpi monia yrityksen perustamisprosessiin liittyviä asioita. Nämä tiedot ovat pohjana liiketoimintasuunnitelman laatimiselle, joka kootaan kirjalliseen muotoon.

Kirjallinen liiketoimintasuunnitelma on tärkeä työkalu yrittäjälle ja hänen sidosryhmilleen sekä yrityksen perustamisvaiheessa että tulevaisuudessa. Holopaisen ja Levosen mukaan kirjalliseen muotoon saatetut ajatukset pakottavat miettimään asioita riittävän tarkasti jo etukäteen, jolloin ennalta odottamattomille yllätyksille jää vähemmän tilaa. Lisäksi tavoitteiden muotoon kirjattu suunnitelma ohjaa myös yrittäjän toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi. (Holopainen & Levonen 2006, 51.)

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen johtamisen ja hoidon käsikirjoitus eli sen keskeisin tarkoitus on toimia yrityksen johdon työkaluna liiketoimintaa suunniteltaessa ja toteutettaessa. Tiivistettynä liiketoimintasuunnitelma sisältää suunnitellun yritystoiminnan keskeiset periaatteet ja ratkaisut. Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan käyttää myös välineenä pääoman saantiin, koska esimerkiksi rahoittajat tarvitsevat vakuuksia uskottavasta liiketoiminnasta. Lisäksi sitä voidaan käyttää avainhenkilöitä rekrytoitaessa, yrityksen toiminnan laajenemis- ja kansainvälistymisoperaatioissa sekä asiakassuhteiden luomisessa. (Jokela & Anneberg 1995, 91.)

Aloittavan yrityksen ja jo olemassa olevan yrityksen liiketoimintasuunnitteluprosessit poikkeavat toisistaan. Alkavan yrityksen suunnittelussa keskitytään ennemminkin liikeidean rajaamiseen sekä omien voimavarojen ja resurssien erittelyyn kun taas toimivan yrityksen liiketoiminnan suunnittelu etenee yrityksen nykyisen sisäisen toiminnan ja toimintaympäristön analyysien kautta tavoitteiden ja liiketoimintastrategioiden määrittämiseen. (Isokangas & Kinkki 2003, 233.) Tällä tavalla kun yrityksen toimintaa suunnitellaan liiketoimintasuunnitelman muodossa tarpeeksi ja huolellisesti sekä arvioidaan tulevaisuutta, yleensä tällaisilla yrityksillä on myös parempi menestys. Hyvällä liiketoiminnan suunnittelulla tulee otettua myös kaikki yritystoiminnan kannalta keskeiset osa-alueet huomioon eivätkä ne jää huomiotta.

Yrityksen toiminta muodostuu erilaisista osa-alueista, joita voidaan kuvata erilaisin lohkojen, jotka täydentävät ja tukevat toisiaan. Yrityksen menestyminen edellyttää, että näitä lohkoja kehitetään määrätietoisesti siten, että kehittämissuunta on samansuuntainen muiden toimintojen kanssa. Eri toiminnan lohkot voidaan esittää ympyräkaaviona, jotka ovat tiivistetty liiketoimintasuunnitelmassa kirjalliseen muotoon. (Finnvera Oyj, Ruuska, Karjalainen & Johnsson 2001, 5.)



KUVIO 8. Yrityksen toiminnan lohkot (Finnvera Oyj ym. 2001, 5)

Lähtökohta suunnitelmassa on markkinakeskeinen ja näin liiketoimintasuunnitelman laatiminen edellyttää huomion suuntaamista myös yrityksen ulkopuolelle, koska kilpailijoista ja markkinoista tarvitaan tietoa. Näkemyksen selkiytyttyä toimintaympäristöstä ja sen muutoksista, yrityksen tavoitteet ja strategia suhteutetaan siihen. (Finnvera Oyj ym. 2001, 5.) Yrityksen liiketoimintasuunnitelmia varten on olemassa valmiita runkoja ja ohjeita liiketoimintasuunnitelman kirjoittamista varten. Aloittavan yrittäjän eli toimeksiantajan liiketoimintasuunnitelma on koottu Finnveran valmiin rungon mukaan, joka on nähtävissä kuviossa 9.

## Liiketoimintasuunnitelma

1. Tiivistelmä
2. Lähtökohtatilanne
3. Toimintaympäristö ja sen kehitysnäkymät
4. Visio ja päätavoitteet
5. Liikeidea ja strategia
6. Markkinointisuunnitelma
7. Tuotekehityssuunnitelma
8. Tuotantosuunnitelma
9. Henkilöstösuunnitelma
10. Taloussuunnitelma
11. Riskien arviointi

KUVIO 9. Liiketoimintasuunnitelma ja sen vaiheet (Finnvera Oyj, ym. 2001)

## 6 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 6.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää sekä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa joitakin asioita ei siis voi yksinkertaisella tavalla mitata määrällisesti kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa, vaan on käytettävä laadullista tutkimusta, joka on arvioivaa, luovaa ja kuvailuvaa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään siis tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti eli tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jossa aineisto kootaan luonnollisista ja todellisista tilanteista. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006, 151–152.) Analyysin pääpaino on kvalitatiivisessa tutkimuksessa numeeristen arvioiden sijaan mielipiteiden sekä niiden syiden ja seurausten pohdinnassa, eli tehdään johtopäätöksiä esimerkiksi haastatteluun pohjautuvasta aineistosta (Taloustutkimus 2007).

Kvantitatiivinen tutkimus puolestaan perustuu kohteen kuvaukseen sekä tulkitsemiseen tilastojen ja numeroiden avulla. Siinä ollaan kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta ja numeerisiin tuloksiin perustuvasta ilmiön selittämisestä. Johtopäätökset voidaan tehdä esimerkiksi prosenttijakaumien ja keskiarvojen pohjalta. (Hirsjärvi ym. 2006, 130–131.)

Yleisimmät kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, havainnointi ja eri dokumentteihin perustuva tieto, joita voidaan käyttää vaihtoehtoisesti, rinnan tai eri tavoin yhdisteltynä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71). Kvantitatiivisissa tutkimuksissa aineistonkeruumenetelminä käytetään yleensä esimerkiksi erilaisia kyselyitä, haastatteluja tai dokumentteja (Hirsjärvi ym. 2006, 181). Tässä opinnäytetyössä käytetään aineistonkeruumenetelminä lomakekyselyä, jonka avulla tutkitaan muotivaateliikkeen tarpeellisuutta Haapavedellä. Kyselytutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Toinen menetelmä on arvioida liiketoimintasuunnitelman ja siihen liitettyjen laskelmien avulla muotivaateliikkeen menestymisen mahdollisuuksia, jossa käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää.

## 6.2 Lomakekysely

Lomakekyselyn tehtävänä oli siis saada selville muotivaateliikkeen tarpeellisuus Haapavedellä eli tarvitseeko valittu kohderyhmä kyseistä yritystä paikkakunnalla. Toisena tehtävänä ja tarkoituksena lomakekyselyllä oli saada myös tietoa siitä, millaisesta muotivaateliikkeestä ja tuotteista kohderyhmä olisi etupäässä kiinnostuneita ja mitä ominaisuuksia ja asioita he pitävät niissä tärkeinä.

Tutkimusta varten laadittiin lyhyt kahden sivun mittainen lomakekysely, jossa oli yhteensä yhdeksän kysymystä. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä eli kysymyksiin oli rastitettava paras vaihtoehto valmiista vaihtoehdoista. Näin siksi, että haastattelutilanteessa ei menisi kovin kauan aikaa ja lomakkeen täyttäjät osaisivat näin ottaa paremmin huomioon kaikki tarvittavat asiat esimerkiksi tuotteisiin kiinnitettävissä ominaisuuksissa. Jos olisi kysytty avoimilla kysymyksillä mielipiteitä eri asioista, henkilöt eivät välttämättä olisi osanneet ottaa kaikkia asioita lomakekyselytilanteessa huomioon ja saatujen tietojen määrä olisi voinut jäädä puutteelliseksi.

Neljän ensimmäisen kysymyksen avulla oli tarkoitus saada selville yrityksen tarpeellisuus. Kysymyksessä 1 kysyttiin yleiskuvaa Haapaveden muotivaatetarjonnasta. Kysymyksessä 2 kysyttiin ostavatko he vaatteensa Haapavedeltä vai ulkopaikkakunnista. Kysymyksessä 3 tiedusteltiin toivoisivatko he paikkakunnalla olevan muotivaateliikkeen ja kysymyksessä 4 kysyttiin, että kävisivätkö he siellä jos Haapavedellä sellainen olisi. Kahden seuraavan kysymyksen avulla oli tarkoitus selvittää, mitä tekijöitä he pitävät tuotteissa ja liikkeessä tärkeinä. Kysymyksessä 5 siis kysyttiin, mitkä asiat ja ominaisuudet vaatteissa vaikuttavat ostopäätökseen. Kysymyksessä 6 taas haluttiin saada selville, millä asioilla on merkitystä heidän asioidessa liikkeessä. Seuraavaksi lomakkeessa oli tyhjiä rivejä, joilla lomakkeen täyttäjä voi halutessaan esittää kommenttejaan eli vapaan sanan aiheeseen liittyen, esimerkiksi toiveita ja odotuksia muotivaateliikkeeltä. Kolmessa viimeisessä kysymyksessä eli kysymyksissä 7, 8 ja 9 kysyttiin vastaajien taustatietoja eli sukupuolta, ikää sekä asuinpaikkakuntaa.

Kyselylomakkeesta pyrittiin laatimaan mahdollisimman selkeä, lyhyt sekä helppo täyttää. Näin siksi, että kysely toteutettiin katukyselynä, jossa vastaantulevia ihmisiä kehoitettiin täyttämään lomake. Lisäksi katukysely vei aikaa sen verran, että laajemman kyselyn toteut-

taminen olisi ollut työlästä ja aikaa vievää jo sen takia, että samaan aikaan lomakkeita ei voitu aina jakaa kerrallaan kuin yhdelle henkilölle täytettäväksi. Tällä tavalla saatiin kuitenkin olennaisimmat ja tärkeimmät vastaukset tutkimuksen tarkoituksen kannalta. Tutkimuslomake laadittiin Microsoft Office Word -ohjelman avulla tulostaen ne paperiversioiksi. Lomake löytyy opinnäytetyön liitteestä 4.

### **6.2.1 Kohdejoukko, aineiston keruu ja analysointimenetelmät**

Tutkimuksen kohdejoukkona olivat perustettavan muotivaateliikkeen kohderyhmään kuuluvat henkilöt eli nuoret sekä nuorekkaat aikuiset. Opinnäytetyöntekijä suoritti lomakekyselyn tästä kohdejoukosta 50 henkilölle, jotka tulivat vastaan Haapaveden kadulla. Vastaantulevista henkilöistä arvioitiin iän sekä ulkoisen vaikutelman eli lähinnä pukeutumisen perusteella yrityksen kohderyhmään kuuluvuus.

Lomakkeiden tiedot koottiin ja syötettiin Microsoft Office Excel –ohjelmaan, jonka avulla pystyttiin paremmin mittaamaan tuloksia. Tuloksien analysoinnissa käytettiin prosenttija-kaumia sekä keskiarvoja, jotka esitettiin pääasiassa kuvioina. Prosenttien ja keskiarvojen perusteella voitiin arvioida mitä mieltä kohdejoukko on mistäkin asiasta ja pitävätkö he liikettä tarpeellisena. Näiden lisäksi yhtenä analysointimenetelmänä käytettiin myös sanallisia arviointeja ja pohdintoja, koska lomakkeessa oli myös avoin kysymys ja samalla lomaketta täyttäessään henkilöt ilmaisivat mielipiteitään muotivaateliikkeestä sekä sen tarpeesta.

### **6.2.2 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys**

Tutkimusten arvioinneissa käytetään käsitteitä, joita ovat luotettavuus ja pätevyys eli reli-aabelius ja validius. Nämä termit kuuluvat yleensä kvantitatiiviseen tutkimukseen ja niiden käyttöä pyritään välttämään joissakin kvalitatiivisissa tutkimuksissa. Kuitenkin kaikkien tutkimusten luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi jollain tavoin arvioida, vaikka painotukset ovatkin kvantitatiivisessa ja kvalitatiivisessa tutkimuksessa erilaiset eikä niissä voida arvioida tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä samalla tavalla. Reliaabelius tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta eli sitä, että toistettaessa tutkimus saadaan samat tulokset. Tut-

kimuksen ei siis saisi antaa sattumanvaraisia tuloksia. Validiteetti merkitsee puolestaan tutkimuksen pätevyyttä eli sitä, että tutkimuksessa tutkitaan sitä, mitä on tarkoituskin tutkia. Esimerkiksi vastaajan on ymmärrettävä kysymys samalla tavalla kuin tutkijan. (Hirsjärvi ym. 2006, 216–217.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei pyritä yleistettävyyteen. Tutkimuksen aineisto kootaan sieltä, missä tutkimuksen kohteena oleva ilmiö esiintyy. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa olennaista on validiteetin eli pätevyyden, paikkansapitävyyden tai oikeellisuuden esille tuleminen. (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1994, 100–103.)

Lomakekyselyn luotettavuutta ja pätevyyttä testattiin lomakekyselyn osalta koevastaajilla ennen varsinaisen kyselyn toteuttamista todelliselle kohdejoukolle. Koevastaajien avulla pyrittiin selvittämään, oliko laadittu lomake sekä sen sisältö ymmärrettävä ja selkeä. Koevastaajien mielestä lomakkeen kysymykset sekä valittavat vaihtoehdot olivat ymmärrettäviä ja selkeitä eikä lomakkeen täyttämässä ilmennyt ongelmia.

Lomakekyselyn validiteetti oli hyvä, koska tutkimuksen kysymykset vastasivat tutkittavaa asiaa. Kysymysten avulla saatiin vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joihin haluttiin eli muotivaateliikkeen tarpeellisuuteen sekä asioihin, jotka vaikuttavat heidän ostopäätöksiinsä ja asioihin, joilla on merkitystä itse liikkeen kannalta. Kaikkiin kysymyksiin saatiin vastaukset eikä kukaan ollut jättänyt yhteenkään kysymykseen vastaamatta. Ainoastaan kysymyslomakkeen vapaan sanan kohdalla oli monen lomakkeen kohdalla jätetty vastaamatta, mutta useat olivat vastanneet tähänkin. Kyselyn vastausprosentti oli 100 %, koska kyselytutkimus toteutettiin katuhaastatteluna, jolloin haastattelijalla oli suuri vaikutus saamaansa vastausprosenttiin. Kyselylomakkeita oli vain 50 kpl, joten tämä on kohderyhmän kokoon nähden pieni osa, mikä voi heikentää validiteettia. Tällä määrällä kuitenkin uskotaan saavan tarvittavaa tietoa liikkeen tarpeellisuudesta ja muista tutkittavista asioista.

Lomakekyselyn reliabiliteettia edisti se, että kysymykset olivat yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä. Lisäksi opinnäytetyön tekijä eli lomakekyselyn toteuttaja pyysi vastaajia ennen lomakkeen täyttämistä ilmoittamaan jos epäselvyyksiä ilmenisi, mutta jokainen vastaaja ymmärsi kysymykset ilman avun tarvetta. Tiedot tallennettiin kyselylomakkeilta huolella tietojärjestelmään, jossa niitä myöhemmin arvioidaan. Tallennetut tulokset tarkastettiin vielä tallennuksen jälkeen, jotta tulokset on syötetty varmasti oikein. Reliabiliteettia puo-

lestaan heikensi kyselytutkimuksen toteutustapa katuhaastatteluna siltä osin, että joillakin ihmisillä oli kiire, joten tällaiset ihmiset eivät välttämättä ole täysin keskittyneet lomakkeen täyttämiseen. Myös melua ja muita häiriötekijöitä esiintyi välillä taustalla, mikä on saattanut häiritä joitakin lomakkeen täyttäjiä. Kuitenkin myös näiden tekijöiden kohdalla reliabiliteetin oletetaan olevan hyvä, koska lomake oli nopea ja helppo täytettävä.

### **6.3 Liiketoimintasuunnitelman laatiminen**

Vaikka liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena onkin olla oppaana yrityksen perustamisvaiheessa ja tulevaisuudessa, olla ohjaamassa yrittäjän toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi sekä olla apuna rahoituksen saamisessa, voidaan liiketoimintasuunnitelman ja siihen liitettyjen laskelmien avulla arvioida yrityksen toiminnan menestymisen mahdollisuuksia.

Liiketoimintasuunnitelma koottiin Finnveran rungon mukaan yhdessä toimeksiantajan kanssa käyttäen apuna teoriaosuutta. Liiketoimintasuunnitelma sisältää tiivistelmän, lähtökohtatilanteen, toimintaympäristön ja sen kehitysnäkymät, vision ja päätavoitteet, liikeidean ja strategian, markkinointisuunnitelman, tuotekehityssuunnitelman, tuotantosuunnitelman, henkilöstösuunnitelman, taloussuunnitelman laskelmineen sekä riskien arvioinnin. Näitä liiketoimintasuunnitelmassa olevia asioita tullaan pohtimaan sanallisesti. Liiketoimintasuunnitelma laadittiin Microsoft Office Word -ohjelman avulla ja siitä tuli 25 sivua pitkä.

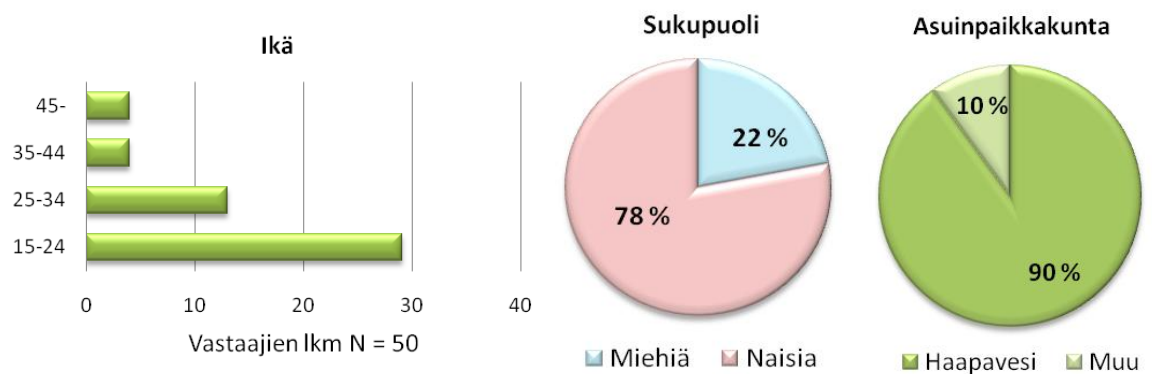


## 7 LOMEKEKYSELYN TUTKIMUSTULOKSET

Opinnäytetyön toisena tehtävänä oli tutkia lomakekyselyn avulla muotivaateliikkeen tarpeellisuutta, selvittää kohdejoukolle merkitseviä asioita ostopäätöksessä ja liikkeessä sekä saada tietoon heidän toiveitaan ja odotuksiaan perustettavan yrityksen suhteen.

### 7.1 Vastaajien taustatiedot

Lomakekyselytutkimuksen taustatietoina kysyttiin vastaajan sukupuolta, ikää ja asuinpaikkakuntaa. Vastausten perusteella 78 % vastaajista oli naisia ja 22 % miehiä. Ikä kysyttiin avoimena kysymyksenä, jolloin vastaajat antoivat tarkan ikänsä. Ikä jaettiin myöhemmin ikäjakaumiin, jotta voitiin paremmin erottaa eri ikäryhmät taulukon muodossa. Vastaajien keski-ikä oli 25 vuotta. Myös asuinpaikkakuntaa kysyttiin avoimena kysymyksenä. Vastausten perusteella 90 % vastaajista oli haapavetisiä ja loput 10 % ulkopaikkakuntalaisia. Kuviossa 10. esitetään vastaajien taustatiedot eri kuvioiden muodossa.

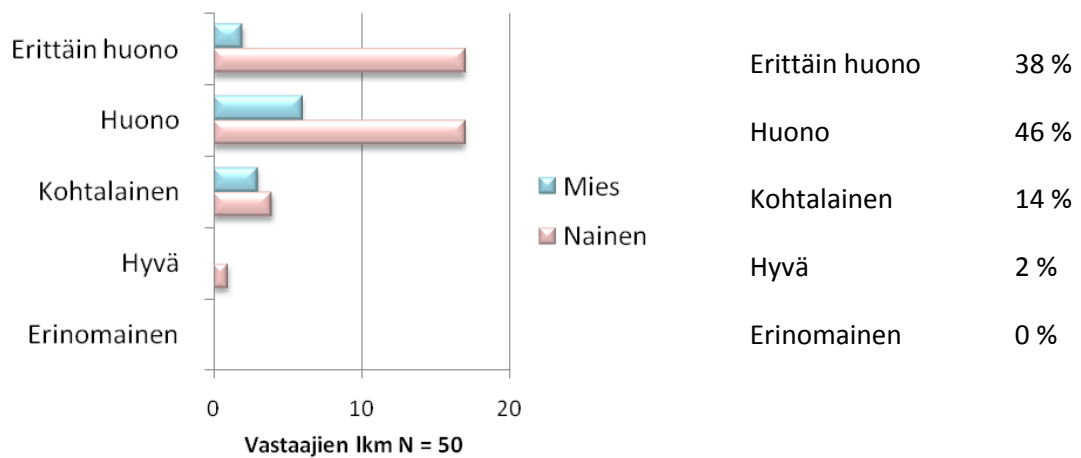


KUVIO 10. Vastaajien taustatiedot

### 7.2 Muotivaateliikkeen tarpeellisuus

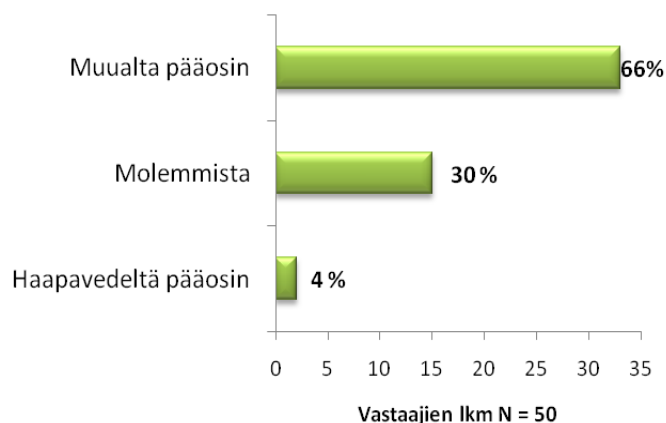
Muotivaateliikkeen tarpeellisuus pyrittiin saamaan selville kysymysten 1, 2, 3 ja 4 avulla. Kysymyksessä 1. kysyttiin yleiskuvaa Haapaveden muotivaatetarjonnasta. Kuviossa 11. nähdään vastaukset kysymykseen miesten ja naisten osalta erikseen havainnollistettuna,

koska heidän vastauksensa erosivat aika reilusti toisistaan. Kuvion vieressä on myös vastaukset prosentteina kaikkien vastanneiden kesken ilmaistuna.



KUVIO 11. Yleiskuva Haapaveden muotivaatetarjonnasta.

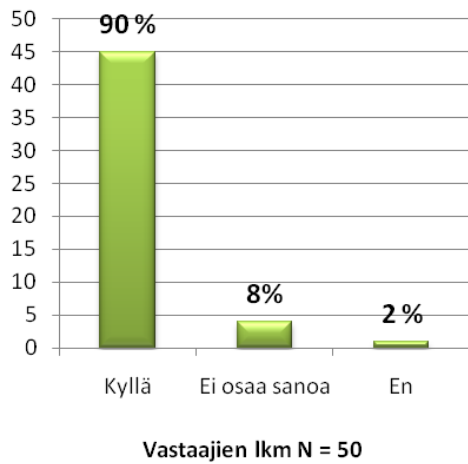
Kysymyksessä 2. kysyttiin, ostavatko vastaajat vaatteensa Haapavedeltä vai ulkopaikkakunnista. Vastausten perusteella haapavetisistä 66 % ostaa vaatteensa pääosin muualta kuin Haapavedeltä, 30 % molemmista ja 4 % pääosin Haapavedeltä. Muualla kuin Haapavedellä asuvista 80 % ostaa vaatteensa pääosin muualta kuin Haapavedeltä, 20 % heistä ostaa molemmista ja 0 % pääasiassa Haapavedeltä. Kuvio 12. havainnollistaa kaikkien vastanneiden tuloksia siitä, mistä he vaatteensa ostavat.



KUVIO 12. Vaatteiden hankintapaikka

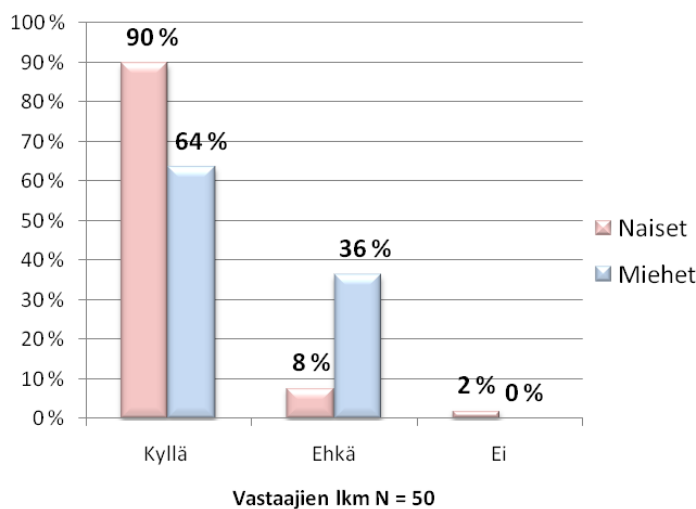
Kysymyksessä 3. kysyttiin, toivoisivatko vastaajat Haapavedellä olevan muotivaateliikettä. Eroja miesten ja naisten vastausten välillä ei ollut, kuten ei myöskään haapavetisten ja ul-

kopaikkakuntalaisten antamien vastausten välillä. Ainoastaan yksi vastaajista ei toivonut paikkakunnalle liikettä. Kuviossa 13. voidaan siis kuvata kaikkien vastanneiden tuloksia.



KUVIO 13. Toive muotivaateliikkeestä Haapavedelle

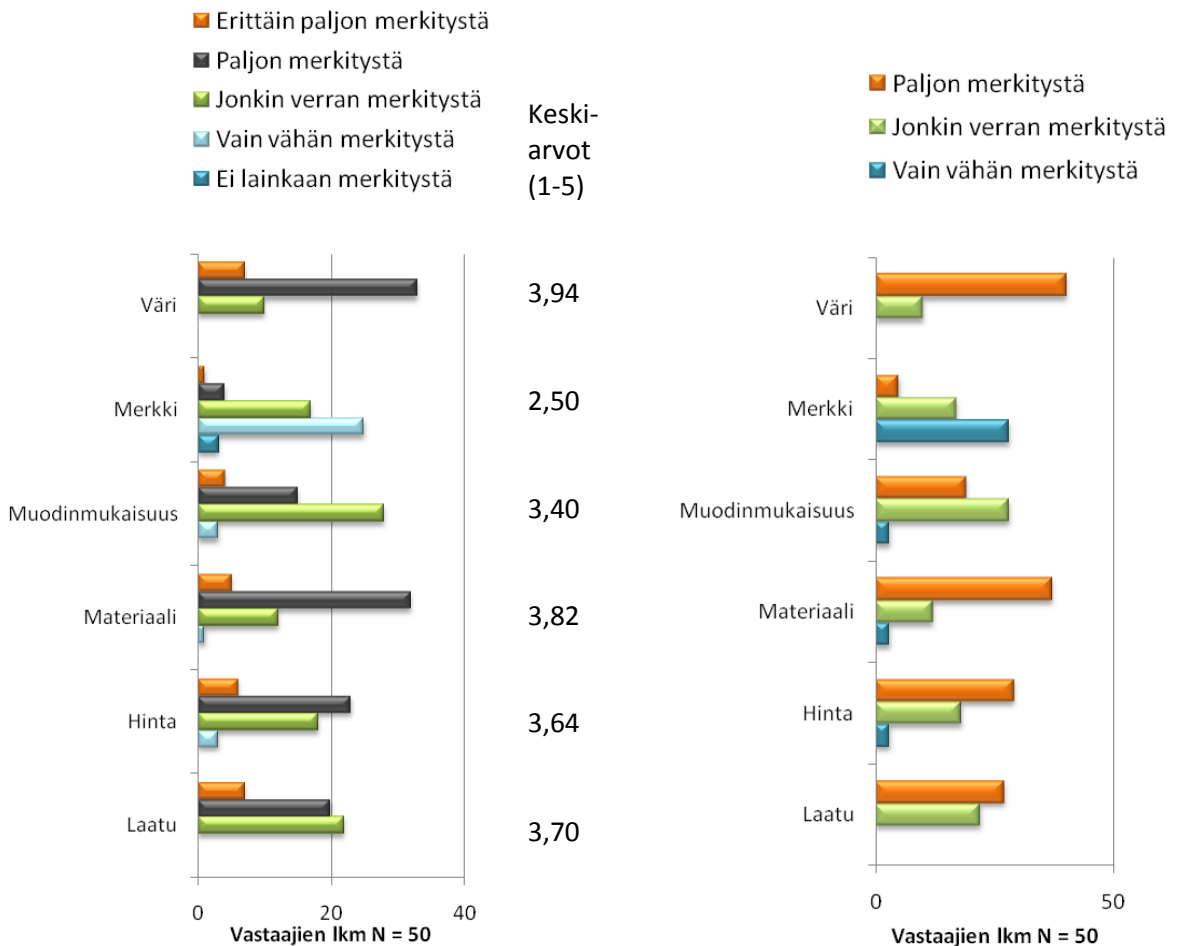
Kysymyksessä 4. kysyttiin, kävisivätkö vastaajat muotivaateliikkeessä, jos sellainen olisi Haapavedellä. Kaikkien vastaajien perusteella 84 % vastasi kyllä, 14 % vastasi ehkä ja 2 % ei. Tämän kysymyksen kohdalla oli melko suuri ero miesten ja naisten vastausten välillä, joten niitä tarkastellaan erikseen kuvion muodossa. Ulkopaikkakuntalaisista 40 % vastasi kyllä, 60 % vastasi ehkä ja 0 % ei. Kuviossa 14. nähdään kaikkien vastanneiden tulos jaettuna erikseen miesten ja naisten osuuksiin.



KUVIO 14. Asiointi mahdollisessa muotivaateliikkeessä

### 7.3 Ostopäätökseen vaikuttavat ja liikkeessä merkittävät tekijät

Tutkimuksella pyrittiin saamaan myös selville kohdejoukon ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät, sekä tekijät, joilla on merkitystä asioidessa muotivaateliikkeessä. Kysymyksessä 5. kysyttiin, mitkä asiat vaatteissa vaikuttavat ostopäätökseen, jonka jälkeen esitettiin kuusi tuotteisiin liittyvää asiaa tai ominaisuutta, joihin vastaajan tuli valita kyseisen asian merkityksellisyys asteikolla 1–5. Vastauksissa ei ilmennyt suuria eroja eri ikäryhmien eikä sukupuolten välillä, joten vastauksia voidaan tarkastella kaikkien vastanneiden kesken. Seuraavassa kuviossa 15. on esitetty, mitkä asiat tuotteissa vaikuttavat minkäkin verran vastaajien ostopäätökseen. Taulukon vieressä on myös ilmoitettuna keskiarvot kullekin ominaisuudelle asteikolla 1–5.

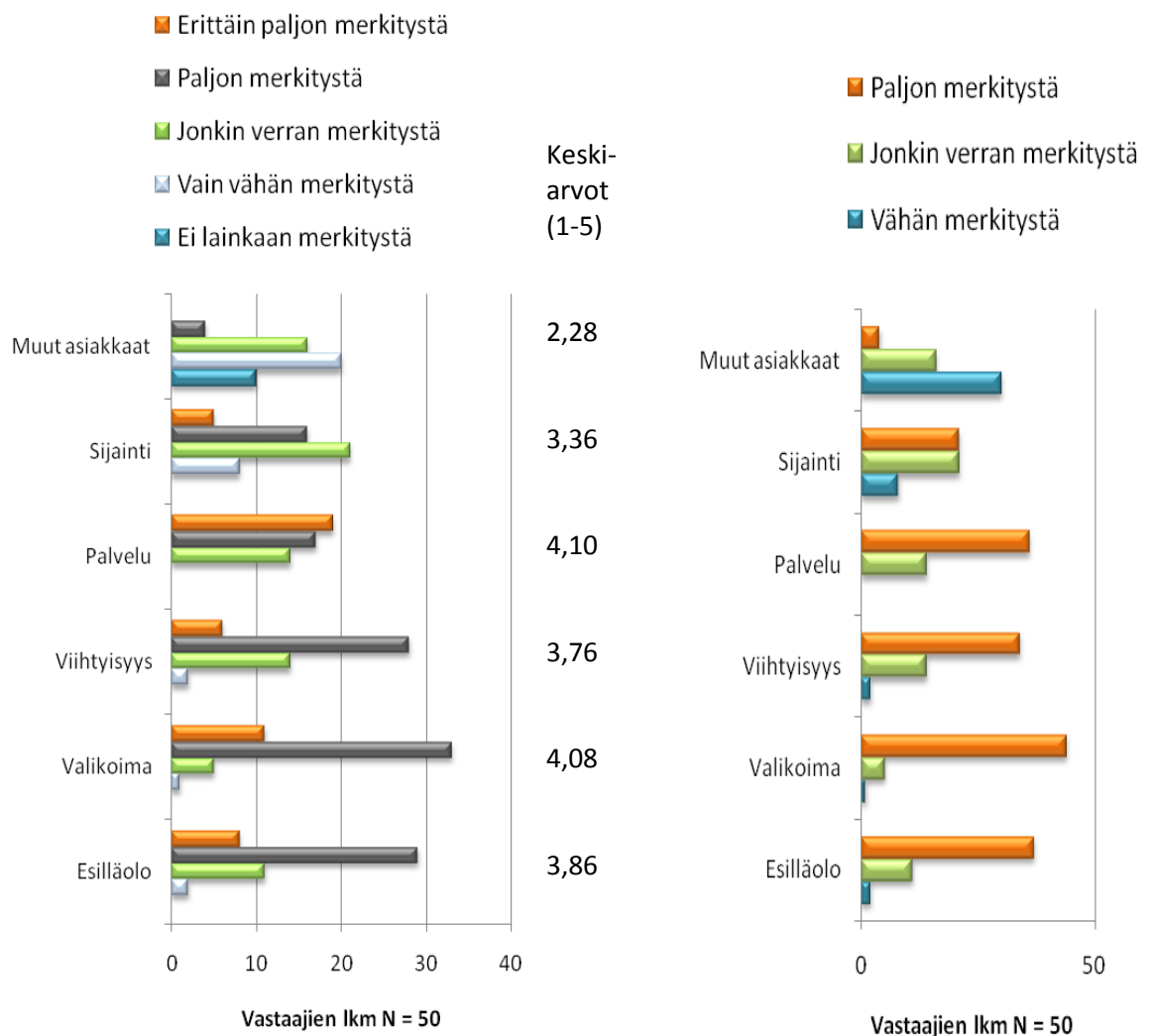


KUVIO 15. Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät asteikolla 1–5 sekä 1–3.

Kuvion 15. vasemmalla puolella olevasta kuvioista ei saada tarkkaa kuvaa siitä, mitkä ostopäätökseen vaikuttavat tekijät vaikuttavat toisia enemmän ja mitkä ovat niiden väliset erot.

Tämän vuoksi vieressä oikealla on toinen asteikko, joka on tiivistetty yhdistämällä asteikot 5 ja 4 sekä 2 ja 1. Näin asteikko 1–5 saadaan tiivistettyä 1–3 asteikoksi, josta voidaan erottaa jo hieman paremmin, mitkä ovat kaikkein merkittävimpiä tekijöitä vastaajien mielestä tehtäessä ostopäätöksiä.

Kysymyksessä 6. kysyttiin, millä asioilla on merkitystä asioidessa muotivaateliikkeessä. Lomakkeessa esitettiin kuusi eri asiaa, joihin tuli valita myös merkityksellisyys asteikolla 1–5. Myöskään tämän kysymyksen kohdalla ei ollut suuria eroja, jotka olisivat olleet iästä tai sukupuolesta riippuvaisia, joten seuraavassa kuviossa 16. tarkastellaan kaikkien vastaajien tuloksia.



KUVIO 16. Merkittävät tekijät asioitaessa muotivaateliikkeessä asteikolla 1–5 sekä 1–3.

#### **7.4 Vapaa sana aiheeseen liittyen (toiveet ja odotukset)**

Muutammat vastaajat vastasivat vapaaseen sanaan esittäen toiveita ja odotuksia tai muuta halumaansa perustettavalta muotivaateliikkeeltä. Moni toivoi, että liikkeen tulisi olla sellainen, jossa olisi runsaasti valikoimaa ja valinnanvaraa, hinta-laatusuhde kohdallaan, hyvä palvelu sekä myös kokoja isommille tytöille. Lisäksi liikkeen toivottiin olevan viihtyisä ja ajan tasalla oleva, jossa tuotteet vaihtelevat. Muutama toivoi myös monenlaisia merkkivaatteita.

#### **7.5 Kohdejoukon suhtautuminen tutkittavaan aiheeseen**

Kohdejoukko otti lomakekyselyn positiivisesti vastaan. Useat sanoivat, että olisi todella hieno juttu, jos Haapavedelle saataisiin hyvä muotivaateliike, kun sitä on niin paljon ja kauan odotettukin. Varsinkin nuoret tytöt olivat innoissaan ja sen huomasi jo heidän ilmeistään. Muutammat sanoivat, ettei heillä olisi aikaa lomakekyselyn täyttämiseen, mutta kuultuaan aiheesta ja lomakekyselyn tarkoituksesta, he täyttivät sen jälkeen mielellään lomakkeen. He myös kiittelivät sitä, että lomake oli ollut helppo ja nopea täytettävä.

## **8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA**

Opinnäytetyössä on käyty läpi yrityksen perustamisprosessia, liiketoimintasuunnitelmaa sekä perustamis- ja kannattavuuslaskelmia teoreettisesti sekä perustettavan yrityksen pohjalta. Opinnäytetyön tuloksena ovat siis ohjeistukset toimeksiantajalle yrityksen perustamista varten sekä liiketoimintasuunnitelma, alustavat perustamis- ja kannattavuuslaskelmat sekä lomakekyselyn tulokset yrityksen tarpeellisuudesta, ostopäätöksiin sekä liikkeessä asioimiseen vaikuttavista tekijöistä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli auttaa aloittavaa yrittäjää yrityksen perustamisprosessin eri vaiheissa tarjoamalla tietoa ja käytännön ohjeita yrityksen perustamista varten. Aloittava yrittäjä oli tyytyväinen, kun sai haluamaansa tietoa ja ohjeistuksia yrityksen perustamiseen, joten perustamisosiota voidaan pitää onnistuneena. Näin yrityksen perustaminen on hänelle helpompaa, kun samasta paketista löytyy perustamistoimiin tarvittava tieto ja käytännön ohjeet.

### **8.1 Liiketoimintasuunnitelman sekä perustamis- ja kannattavuuslaskelmien arviointi**

Liiketoimintasuunnitelma laadittiin toimeksiantajalla valmiina olevien suunnitelmien pohjalta. Liiketoimintasuunnitelma on kuitenkin alustava versio, koska toimeksiantaja ei ollut vielä suunnitellut tarkkaan kaikkia yrityksen perustamiseen liittyviä osa-alueita, kuten markkinointia sekä tuotteiden hinnoittelua. Aloittava yrittäjä on kuitenkin lopputulokseen tyytyväinen. Alustavaan liiketoimintasuunnitelmaan hän voi täydentää puuttuvia osioita suunnitelmien edistyttyä. Työn toisena tehtävänä oli lomahaastattelu, josta saatujen tietojen pohjalta toimeksiantaja voi tulla muuttamaan liiketoimintasuunnitelman joitakin osia kohderyhmän tarpeita vastaaviksi jos kyselyn vastaukset osoittavat, että alustavat suunnitelmat poikkeavat kohderyhmän tarpeista ja toiveista.

Työn tehtävänä oli tutkia muotivaateliikkeen menestymisen mahdollisuuksia liiketoimintasuunnitelman sekä perustamislaskelmien avulla. Opinnäytetyön tekijä arvelee yrityksen menestymisen ja kannattavuuden olevan kiinni kohderyhmän koosta eli asiakkaiden määrästä, ostotiheyksistä ja kokonaisymyynistä. Haapavesi on pieni kaupunki, joten myös kohderyhmän koko on suhteellisen pieni, mikä voi heikentää menestymistä. Toinen menes-

tystä heikentävä tekijä on alhainen omavaraisuus, jolloin rahoitusta joudutaan ottamaan enemmän, ja velat joudutaan maksamaan korkojen kanssa takaisin tiettyä aikana.

Yritys voisi kuitenkin tästä huolimatta tulla menestymään, jos sen liikeidea on hyvä ja se pystyy vastaamaan kohderyhmän tarpeisiin eli esimerkiksi sellaisiin tarpeisiin, jotka tulivat esille kohderyhmälle suunnatussa kyselytutkimuksessa. Jos yritys pystyy toteuttamaan suunnittelemaansa liikeidea ja jos se on kannattava, voi yritys tulla menestymään ja saada lisäksi markkinoinnin avulla asiakkaita myös lähipaikkakunnista. Tällä hetkellä menestymistä edistäviä tekijöitä ovat markkinarako eli kilpailijoiden vähyys paikkakunnalla, hyvät yrittäjäominaisuudet ja liikeidea. Lopullisen arvion liikeidean toteuttamiskelpoisuudesta sekä arviosta tulee tekemään asiantuntijat. Kuitenkin loppujen lopuksi menestyminen voidaan tulla näkemään vasta todellisen yrityksen perustamisen jälkeen, koska siihen vaikuttavat niin monet tekijät.

Perustamis- ja kannattavuuslaskelmat ovat tässä vaiheessa vain arvioita, koska on hyvin vaikea arvioida esimerkiksi todellisten kustannusten sekä myynnin määrää. Laskelmat laadittiin kuitenkin huolellisesti ja pyrittiin löytämään todellisuutta vastaavia lukuja esimerkiksi investoinneille laskelmalla kaikki mahdolliset kustannusten aiheuttajat yhteen. Esimerkiksi laskelmissa oleva kateprosentti on arvioitu luku, koska toimeksiantaja ei ole vielä ehtinyt käymään hinnoitteluun liittyviä menetelmiä ja laskelmia läpi. Kateprosentti on kuitenkin arvioitu sellaiseksi, joka kattaa yrityksen kulut ja menot kohtalaisesti. Hinnoitteluasiat ja siitä johtuvat katteet on syytä käydä läpi asiantuntijoita apuna käyttäen, jotta saataisiin valittua oikea hinnoittelumenetelmä ja oikea kate tuotteille, koska hinnoittelu on yksi kannattavuuden peruskivi. Yksinomaan nämä laskelmat olisivat tarvinneet toisen opinnäytetyön aiheen, jotta laskelmissa oltaisiin päästy todellisuutta lähellä oleviin lukemiin. Kuitenkin alustavien laskelmien perusteella voidaan sanoa, että yritystoiminta olisi kannattavaa, koska tuotot ovat suuremmat kuin kulut.

## **8.2 Muotivaateliikkeen tarpeellisuuden arviointi**

Kyselytutkimuksen vastausten perusteella voidaan sanoa, että muotivaateliikettä pidetään tarpeellisena Haapavedellä. Tämä saadaan selville siitä, että suurin osa kohdejoukosta eli 66 % vastanneista ostaa nykyisin vaatteensa ulkopaikkakunnista. Lisäksi kaikista vastan-



neista 90 % toivoo muotivaateliikettä paikkakunnalle ja 84 % kävisi siellä ostoksilla ja loput 14 % kävisi ehkä ja 2 % ei kävisi. Vastauksista selvisi, että naiset toivovat hieman miehiä enemmän muotivaateliikettä paikkakunnalle ja kävisivät siellä ostoksilla. Myös ulkopaikkakuntalaisten vastauksista ilmeni, että hekin toivovat muotivaateliikettä Haapavedelle ja suurin osa heistä kävisi siellä ehkä ostoksilla. Myös vapaan sanan perusteella voidaan sanoa, että kohdejoukko kaipaa alan liikettä paikkakunnalle ja näin ollen pitää sitä tarpeellisena.

Ostopäätöksiin liittyvistä tekijöistä merkittävimpänä pidettiin ennen kaikkea vaatteiden väriä ja materiaalia. Seuraavaksi tärkeänä pidettiin laatua ja sekä hintaa ja näiden jälkeen muodinmukaisuutta. Vähiten merkittävimpänä pidettiin vaatteiden merkkiä. Itse muotivaateliikkeessä kohdejoukko puolestaan piti merkittävimpinä asioina hyvää palvelua ja valikoiman runsautta. Tämän jälkeen toiseksi tärkeimpinä olivat liikkeen viihtyisyys sekä tuotteiden esilläolo. Liikkeen sijainnilla ei kohderyhmän vastausten perusteella ollut hirveästi merkitystä ja vähiten oli muiden asiakkaiden läsnäololla.

### **8.3 Opinnäytetyön onnistumisen arviointi**

Opinnäytetyön tavoitteena oli tarjota toimeksiantajalle yrityksen perustamiseen tarvittavaa tietoa ja käytännön ohjeita sekä saada selville muotivaateliikkeen tarpeellisuus. Työn tehtävinä oli laatia liiketoimintasuunnitelma yrityksen perustamista varten perustamislaskelmineen sekä tutkia muotivaateliikkeen tarpeellisuutta Haapavedellä. Nämä tavoitteet ja tehtävät pidin mielessä koko opinnäytetyöprosessin ajan, jotta työstä saatiin paremmin myös tavoitteita vastaava kokonaisuus.

Opinnäytetyössä on käyty läpi yrityksen perustamisprosessia teoreettisesti sekä muotivaateliikkeen kannalta arvioiden. Lisäksi toimeksiantajan tietojen pohjalta koottiin liiketoimintasuunnitelma sekä teetettiin lomakekysely koskien pääasiassa muotivaateliikkeen tarpeellisuutta. Koska yritystä ei ole perustettu opinnäytetyön teon aikana, ei voida tarkkaan sanoa, kuinka paljon opinnäytetyöstä tulee olemaan käytännössä hyötyä yrityksen perustamisessa. Voidaan vain sanoa, että se on apuna ja selventää yrittäjän käsityksiä perustettavasta yrityksestä. Toimeksiantaja on ollut tyytyväinen saamiinsa tietoihin ja tuloksiin. Näin ollen opinnäytetyö on vastannut sille asetettuihin tavoitteisiin ja tehtäviin suhteellisen hy-

vin, vaikka liiketoimintasuunnitelma ja perustamislaskelmat jäivätkin alustaviksi suunnitelmiksi tarvittavan tiedon puutteen vuoksi. Tästä toimeksiantajan on hyvä kuitenkin jatkaa suunnitelmiaan, kun hänellä on nyt tarvittava tieto yrityksen tarpeellisuudesta sekä hänen tähänastiset ajatuksensa koottuna liiketoimintasuunnitelman muotoon.

Mielestäni teoriaosuus on riittävän laaja ja se tukee hyvin myös empiiristä tutkimusta. Teoriaosuus koostui yrityksen perustamisprosessista kokonaisuudessaan, jossa tuli lähes kaikki perustamisprosessiin kuuluvat asiat tiivistettynä esille. Sitä kirjoittaessa huomasin, mitä kaikkea aloittavan yrittäjän on otettava huomioon yrityksen perustamisprosessin aikana ja mitä se sisältää.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyö on minulle itselleni opettanut todella paljon. Se on ollut haastava sen laajan aihealueen käsittelemisen ja monen tutkimustehtävän vuoksi. Olen kuitenkin tyytyväinen suoriuduttuani kohtalaisesti koko prosessista. Vaikka opinnäytetyöstä on hyötyä toimeksiantajalle, on siitä hyötyä myös minulle itselleni, koska opin paljon lisää aihealueesta sekä koko tutkimusprosessista. Opinnäytetyön teko vaati runsasta tiedon hankintaa, pitkäjänteisyyttä, huolellisuutta sekä ajan käytön suunnittelua.

## LÄHTEET

- Finnvera. Liiketoiminnan aloittaminen. Löydä oikea yritysmuoto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnvera.fi/fin/Liiketoiminnan-aloitus/Tee-ideastasi-totta/Loeydae-oi-kea-yritysmuoto>. Luettu 15.7.2010.
- Finnvera. 6/2010. Naisyrittäjälaina. Www-dokumentti. Saatavissa: [www.finnvera.fi/fin/content/download/.../Naisyrittäjälaina\\_netti\\_0610.pdf](http://www.finnvera.fi/fin/content/download/.../Naisyrittäjälaina_netti_0610.pdf). Luettu 20.10.2010.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. 12.painos. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, T. 2010. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. 19. painos. Helsinki: Edita.
- Holopainen, T. & Levonen, A-L. 2003. Yrityksen perustajan opas. 12. painos. Helsinki: Edita.
- Holopainen, T. & Levonen, A-L. 2006. Yrityksen perustajan opas. Silta yrittäjyyteen. 13. painos. Helsinki: Edita.
- Iloniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Isokangas, J. & Kinkki, S. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Basic Business Operations. 1.–2. painos. Vantaa: WSOY
- Jokela, P. & Anneberg, M. 1995. Yrittäjyys – ammatti ja tulevaisuus. 1.–2. painos. WSOY
- Keskuskauppakamari. 2007. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Keskuskauppakamarin Palvelu Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Jyväskylä: Gummerus.
- Lehtipuro, K., Kangasaho, E. & Niemelä, T. 1999. Uskalla sinäkin. Käytännön tietoa yrittäjäksi aikovalle. Keuruu: Otava.
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava.
- Niskanen, J. & Niskanen, M. 2000. Yritysrahoitus. Helsinki: Edita.
- Opetushallitus. Yrittäjyysväylä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=299>. Luettu 6.11.2010.
- Patentti- ja rekisterihallitus. 2010. Kaupparekisteri. Yksityisen elinkeinonharjoittajan perusilmoitus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html>. Luettu 21.9.2010.

Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otava.

Raatikainen, L. 2001. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita.

Ruuska, M., Karjalainen, L. & Johnsson, R. 2001. Miten laaditaan hyvä Liiketoiminta-suunnitelma Business Plan. 5. painos. Kuopio: Finnvera Oyj.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Opas yrittäjille, yrityksen perustamista suunnitteleville sekä yrittäjätutkintoon valmistautuville. 10. painos. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

Sutinen, M. 1998. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Helsinki: Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu.

Syrjälä, L., Ahonen, S., Syrjäläinen, E. & Saari, S. 1994. Laadullisen tutkimuksen työtapa-ja. Helsinki: Kirjayhtymä.

Taloushallintoliitto ry. 2009. Kirjanpidon ABC – eli mitä jokaisen pitäisi tietää kirjanpi-dosta. Www-dokumentti. Saatavissa:  
[http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon\\_abc/](http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/). Luettu 15.10.2010.

Taloustutkimus Oy. 2007. Tiedonkeruuratkaisut ja monitilaajatutkimukset. Kvalitatiivinen tutkimus. Www-dokumentti. Saatavissa:  
[http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet\\_ja\\_palvelut/tiedonkeruuratkaisut\\_ja\\_monitila/kvalitatiivinen\\_tutkimus/](http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/). Luettu 28.10.2010.

Tilastokeskus. 2010. Yritykset. Www-dokumentti. Saatavissa:  
[http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk\\_yritykset.html](http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html). Luettu 10.4.2010.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. painos. Hel-sinki: Tammi.

T&E (Työvoima- ja elinkeinokeskus). 2006. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perus-tamistoimet. 16. painos. Helsinki: Edita.

T&E (Työvoima- ja elinkeinokeskus). 2009. Yrityksen perustaminen. Käytännön perusta-mistoimet. 18. painos. Helsinki: Edita.

Uusyrittäjäkeskukset. 2008. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Www-dokumentti. Saata-vissa: [www.naisyrittajyyskeskus.fi/doc/Perustamisopas\\_2010.pdf](http://www.naisyrittajyyskeskus.fi/doc/Perustamisopas_2010.pdf). Luettu 10.4.2010.

Verohallinto. 2010. Aloittavan yrittäjän kysymyksiä arvonlisäverosta. Arvonlisäverotus/Aloittava yrittäjä. Vero-ohjeet. Www-dokumentti. Saatavissa:  
[http://www.vero.fi/?article=2481&domain=VERO\\_MAIN&path=5,40&language=FIN](http://www.vero.fi/?article=2481&domain=VERO_MAIN&path=5,40&language=FIN). Luettu 16.10.2010.

Vero-ohjeet. Yksityinen elinkeinonharjoittaja/Tuloverotus. Verohallinto. Www-doku-mentti. Saatavissa:  
[http://www.vero.fi/?article=3229&domain=VERO\\_MAIN&path=5,40,89,91&language=FIN](http://www.vero.fi/?article=3229&domain=VERO_MAIN&path=5,40,89,91&language=FIN). Luettu 5.8.2010.

Vesalainen, J., Försti, Y., Nieminen, P., Soini, M. & Viitala, J. 1996. Aloitanko oman? Tietoa yrittämisestä ja yrityksen perustamisesta. Jyväskylä: Gummerus.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2008. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 1.–3. painos. Helsinki: Edita.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2001. Menestyvä yritys. Liiketoimintaosaamisen perusteet. Helsinki: Edita.

Villa, S., Ossa, J. & Saarnilehto A. 2007. Yritysmuodot. Toiminta, rahoitus ja verotus. Helsinki: WSOYpro.

YritysTULKKI. 2/2010. YT9 Yrityksen perustaminen. Www-dokumentti. Saatavissa: [www.jdc.fi/filebank/14690-YT9\\_Perustaminen\\_KSK\\_2010-2.pdf](http://www.jdc.fi/filebank/14690-YT9_Perustaminen_KSK_2010-2.pdf) . Luettu 5.8.2010.

Yrittäjät. 2010. Työnantajan ABC. Työeläkevakuutusmaksut. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/tyonantajamaksut/tarkeitalukuja/>. Luettu 2.10.2010

Yrittäjät. Yrittäjyys Suomessa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fiFI/suomenyrittajat/yrittajyys Suomessa/>. Luettu 20.7.2010.

## LUONNETESTIN TULOKSET

### 1. RISKINOTTO

Luonnetestin riskinotto –kysymysten maksimipistemäärä on 20 ja minimipistemäärä 0. Toimeksiantajan pistemäärä oli 11.

Mitä korkeampi pistemäärä on, sitä enemmän

- henkilö on taipuvainen ”pelaamiseen”, mahdollisuuksien ja tilaisuuksien koetteluun
- henkilö on halukas saattamaan itsensä tilanteisiin, joiden lopputulokset ovat epävarmoja.
- henkilö nauttii seikkailuista, jotka sisältävät vaaroja - henkilö suhtautuu näihin vaaroihin verrattain piittaamattomasti
- henkilö ottaa riskejä
- henkilöä kuvaavat seuraavat ominaisuudet, uhkarohkea, uskalias, kiihkeä, urhea, varomaton, hätäinen, yritteliäs

Vajaan viidensadan suomalaisen yrittäjän keskimääräinen riskinotto –pistemäärä oli 7,3. Yrittäjien alhaisin pistemäärä oli nolla ja korkein yhdeksäntoista. Naisyrittäjillä pistemäärä oli keskiarvona 7,2 ja miehillä 7,4. Kasvusuuntautuneiden yrittäjien pistemäärä oli muita huomattavasti korkeampi.

Yrittäjien saamat alhaiset pistemäärät kuvaavat tosiasiaa, että yrittäjät yleensä ottavat kohtuullisia ja laskelmoituja riskejä. Yrittäjäriski usein näyttää ulkopuolisesta hyvinkin korkealta, mutta yrittäjä itse ei koe sitä sellaisena. Tämä johtuu siitä, että hänellä on päätöstilanteesta yleensä enemmän tietoa ja/tai sellaista tietoa mitä muilla ei ole. Tieto toimii tapana hallita riskejä.

### 2. INNOVATIIVISUUS

Luonnetestin innovatiivisuus –kysymysten maksimipistemäärä on 20 ja minimipistemäärä 0. Toimeksiantajan pistemäärä oli 15.

Mitä korkeampi pistemäärä on, sitä enemmän

- henkilöä voidaan kuvata luovaksi ja kekseliääksi yksilöksi
- henkilö on kykenevä omaperäiseen ajatteluun
- henkilö on motivoitunut kehittämään uusia ratkaisuja ongelmiin
- henkilö arvostaa uusia ideoita
- henkilö pitää improvisoinnista
- henkilöä kuvaavat seuraavat ominaisuudet: kekseliäs, omaperäinen, innovatiivinen, tuoteliias, mielikuvituksellinen

Vajaan viidensadan suomalaisen yrittäjän keskimääräinen innovatiivisuus –pistemäärä oli 13,45. Yrittäjien alhaisin pistemäärä oli yksi ja korkein kaksikymmentä. Naisyrittäjillä pistemäärä oli keskiarvona 13,7 ja miehillä puolestaan 13,2. Kasvusuuntautuneiden yrittäjien ja liiketoimintasuunnittelua harjoittavien yrittäjien pistemäärä oli muita huomattavasti korkeampi.

### 3. SUORIUTUMISMOTIVAATIO

Luonnetestin suoriutumismotivaatio –kysymysten maksimipistemäärä on 16 ja minimipistemäärä 0. Toimeksiantajan pistemäärä oli 12.

Mitä korkeampi pistemäärä on, sitä enemmän

- henkilö pyrkii suorittamaan vaikeita tehtäviä
- henkilö pyrkii ylläpitämään omassa toiminnassaan korkeaa vaatimustasoa
- henkilö pyrkii työskentelemään etäistenkin tavoitteiden eteen
- henkilö on kilpailunhaluinen
- henkilö on valmis laittamaan itsensä likoon saavuttaakseen erinomaisia tuloksia
- henkilöä kuvaavat seuraavat ominaisuudet: aikaansaapa, osaava, ahkera, utterta, työteliäs, tarkoituksellinen, ”saavuttaja”, ”pyrkivä”, tavoitteellinen, tuottelias, kunnianhimoinen, kilpailullinen, neuvokas

Vajaan viidensadan suomalaisen yrittäjän keskimääräinen suoriutumismotivaatio - pistemäärä tällä testillä oli 10,6. Yrittäjien alhaisin pistemäärä oli neljä ja korkein kuusi-toista. Naisyrittäjillä pistemäärä oli keskiarvona 10,4 ja miehillä puolestaan 10,7. Kasvusuuntautuneiden yrittäjien ja liiketoimintasuunnittelua harjoittavien yrittäjien pistemäärä oli muita huomattavasti korkeampi.

Suoriutumismotivaatio on ehkä tärkein yrittäjäpiirre. Motivaatio on ”energia” ja yrittäjyydessä korkea sisäinen elämänhallinta antaa sille suunnan. Motivaatioviritteiseen toimintaan yrittäjällä liittyy läheisesti innovatiivisuus. Riskinotto piirre liittyy taas läheisesti epävarmuuden sietämiseen.

Viranomaisen merkintöjä



**PERUSTAMISILMOITUS**  
Yksityinen elinkeinonharjoittaja

**Y3** Lomakkeella voitte ilmoittautua tai hakeutua kaupparekisteriin, arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennako-perintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Ilmoittakaa tällä lomakkeella myös ennakon määräämistä koskevat tiedot. Lähettäkää lomake osoitteella: PRH - VEROHALLINTO, Yritystietojärjestelmä, PL 2000, 00231 HELSINKI

<b>Yrityksen nimi</b>	
Toiminimi	
2. Nimivaihtoehto	3. Nimivaihtoehto

<b>Kotipaikka (Kunta, josta toimintaa johdetaan)</b>

<b>Muut mahdolliset toiminimet (Täyttäkää tarvittaessa)</b>	
Rinnakkaistoiminimet (Toiminimen vieraskieliset käännökset)	
Aputoiminimi	Aputoiminimellä harjoitettava toimialan osa
Aputoiminimi	Aputoiminimellä harjoitettava toimialan osa

<b>Elinkeinonharjoittajan henkilötiedot</b>		
Elinkeinonharjoittajan täydellinen nimi		
Henkilötunnus	Kieli <input type="checkbox"/> suomi <input type="checkbox"/> ruotsi	Kansalaisuus
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka

<b>Yrityksen yhteystiedot (Yleiseen käyttöön tarkoitetut yhteystiedot, jotka ovat julkisia)</b>		
Yrityksen postiosoite (katu/tie,talon nro, porras, huoneiston nro tai postilokero)	Postinumero	Postitoimipaikka
Yrityksen käyntiosoite (katu/tie,talon nro, porras, huoneiston nro)	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelin	Matkapuhelin	Faksi
Sähköposti	Kotisivun www-osoite	

<b>Tilikausi</b>	
Tilikausi (pv.kk - pv.kk)	Ensimmäisen tilikauden alkamis- ja päättymispäivä (pv.kk.vvvv - pv.kk.vvvv)

<b>Elinkeinonharjoittaja ilmoittautuu seuraaviin rekistereihin:</b>		
<input type="checkbox"/> kaupparekisteriin (mukaan kuitti käsittelymaksusta)	<input type="checkbox"/> ennakkoperintärekisteriin	<input type="checkbox"/> Verohallinnon vakuutusmaksuverovelvollisten rekisteriin
<input type="checkbox"/> arvonlisäverovelvollisten rekisteriin	<input type="checkbox"/> työnantajarekisteriin	<input type="checkbox"/> yritys- ja yhteisötunnusta varten



## INVESTOINNIT

<b>Liiketilat</b>	Liiketilöjen muutostyöt	3 000 €
<b>Koneet ja laitteet</b>	Tietokoneet, oheislaitteet, ohjelmistot	2 000 €
	Puhelin	200 €
	Kassajärjestelmä, maksupäätteet ym.	2 000 €
<b>Irtaimisto ja sisustus</b>	Toimistokalusteet	600 €
	Toimistotarvikkeet	200 €
	Vaatetangot ja -hyllyt, peilit ym.	5 000 €
<b>Yhteensä</b>	<b>13 000 €</b>	
	Kustannusylitysvaraus 10 %	1 300 €
<b>Investoinnit yhteensä</b>	<b>14 300 €</b>	

**Liiketilöjen muutostyöt**

Liiketilat tulevat olemaan kohtalaisen uudet jos Haapavedellä on silloin olemassa jo liikekeskus, josta tilat saadaan vuokrattua. Näin ollen suurempia korjaustöitä ei tarvitse tehdä. Lisäksi tilöjen halutaan olevan valoisat ja avarat, jolloin vaatteet erottuvat hyvin. Tämän vuoksi liiketilat eivät kaippaa kuin pientä sisustusta.

Muutostyöt tulevat koostumaan pääasiassa:

Kassapöytä  
Sovituskopit  
 = 3 000 €

**Vaatehyllyt, peilit, nuket, tangot jne.**

6 kpl peiliä = 300 €  
 8 kpl tankoripustinta/rekkiä = 1200 €  
 5 kpl pöytähyllyä = 500 €  
 4 kpl vaatetorsoja = 400 €  
 15 kpl seinähyllyjä = 500 €  
10 kpl pitkiä seinätankoja = 1000 €  
 = 3900 €

Mutta kun tarvitaan vielä sisustukseen liittyviä tarvikkeita ym., niin pyöristetään summa 5000 euroon.

# KYSELYTUTKIMUS KOSKIEN MUOTIVAATELIIKKEEN TARPEELLISUUTTA HAAPAVEDELLÄ

Keskipohtanmaan AMK:n liiketalouden opiskelija tutkii opinnäytetyössään muotivaateliikkeen tarpeellisuutta sekä sen toiminnan kannattavuutta Haapavedellä. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on selvittää, olisiko Haapavedelle kannattavaa perustaa alan liike ja tarvitsevatko paikkakuntalaiset kysystä liikettä sekä sen tarjoamia tuotteita paikkakunnallaan Haapavedellä. Tutkimuksen avulla halutaan myös selvittää asiakkaiden odotuksia sekä omia mielipiteitä mahdollisen liikkeen sekä tuotteiden suhteen, esimerkiksi millaisista vaatteista mahdolliset asiakkaat ja kohderyhmä olisivat kiinnostuneita, kävisivätkö he liikkeessä ostoksilla jos Haapavedellä sellainen joskus olisi sekä mitkä tekijät vaikuttavat asiakkaiden valintoihin ja ostopäätöksiin.

Opinnäytetyön tekijä on valinnut sinut satunnaisesti Haapaveden asukkaista. Tutkimus on tehty henkilöille, jotka kuuluvat mahdolliseen kohderyhmään eli nuorille sekä nuorekkaille aikuisille. Vastauksesi ovat tärkeitä arvioitaessa muotivaateliikkeen menestymisen mahdollisuuksia paikkakunnalla.

**Ystävällisin terveisin *Opinnäytetyön tekijä sekä toimeksiantaja***

Rastita omaa mielipidettäsi kuvaava vaihtoehto ja vastaa kirjallisesti avoimiin kysymyksiin.

## 1. Yleiskuvananne Haapaveden muotivaatetarjonnasta.

- Erinomainen.....  5  
 Hyvä .....  4  
 Kohtalainen.....  3  
 Huono.....  2  
 Erittäin huono.....  1

## 2. Ostatteko vaatteenne Haapavedeltä vai ulkopaikkakunnista?

- Haapavedeltä pääosin.....  3  
 Molemmista.....  2  
 Muualta pääosin.....  1

## 3. Toivoisittekö paikkakunnalla olevan muotivaateliikkeen?

- Kyllä.....  3  
 En osaa sanoa.....  2  
 En.....  1

## 4. Kävisittekö ostoksilla muotivaateliikkeessä, jos sellainen olisi Haapavedellä?

- Kyllä.....  3  
 Ehkä.....  2  
 En.....  1

5. Mitkä asiat vaatteissa vaikuttavat ostopäätökseenne? (yksi rasti joka riville)

	Ei lainaan merkitystä	Vain vähän merkitystä	Jonkin verran merkitystä	Paljon merkitystä	Erittäin paljon merkitystä
Laatu.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hinta.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Materiaali.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Muodinmukaisuus.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Merkki.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Väri.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

6. Entä millä asioilla on merkitystä asioidessanne muotivaateliikkeessä? (yksi rasti joka riville)

	Ei lainkaan merkitystä	Vain vähän merkitystä	Jonkin verran merkitystä	Paljon merkitystä	Erittäin paljon merkitystä
Vaatteiden esilläolo.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Valikoiman runsaus.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sisätilan viihtyisyys.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Asiakaspalveluhenkisyys.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Liikkeen sijainti.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Muiden asiakkaiden läsnäolo.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Vapaa sana aiheeseen liittyen (esim. mitä odotuksia/toiveita teillä on muotivaateliikkeeltä?):

---



---



---

**Taustatietoja.**

7. Sukupuolenne:

Nainen.....   
 Mies.....

8. Ikänne: \_\_\_\_\_ vuotta

9. Asuinpaikkakuntanne: \_\_\_\_\_

**Kiitämme vastauksistanne!**