

# Pienen rakennusyrityksen perustaminen



Hämeen ammattikorkeakoulu, Rakennusmestarin koulutusohjema

Kevät, 2019

Eemeli Haataja

## Rakennusmestarin koulutusohjema

Visamäki

---

<b>Tekijä</b>	Eemeli Haataja	<b>Vuosi</b> 2019
<b>Työn nimi</b>	Pienen rakennusyrityksen perustaminen	
<b>Työn ohjaaja</b>	Jari Mustonen	

---

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoite oli luoda ohjepaketti osakeyhtiön perustamisesta rakennusalalle sekä teoreettinen runko liiketoimintasuunnitelmalle. Opinnäytetyö alkoi työn taustojen ja tavoitteiden selvittämisellä. Seuraavaksi perehdyttiin osakeyhtiön yhtiömuotona sekä käytiin osakeyhtiön perustaminen vaihe vaiheelta läpi. Osakeyhtiön perustaminen on nopein perustaa verkossa ytj.fi-sivuston kautta. Palvelu muodostaa yritykselle perustamissopimuksen ja yhtiöjärjestyksen.

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen perustamisvaiheessa tärkeä apuväline, jolla selvitetään yrityksen kannattavuutta sekä menestymisen mahdollisuuksia. Liiketoimintasuunnitelmassa käydään yrityksen liikeidea huolellisesti läpi ja ongelmakohdat sekä riskit selvitetään. Työssä käsiteltiin myös monesti hankalana pidettyä tilaajavastuulakia. Tilaajavastuulain tarkoitus on torjua harmaata taloutta ja siihen kuuluu erilaisia asiakirjoja, mitä tilaajan pitää urakoitsijoista selvittää. Tämän työn tuloksena luotiin liiketoimintasuunnitelma perustettavalle rakennusalan yritykselle (sallattu).

Osakeyhtiö on loistava yhtiömuoto myös pienyritykselle, vaikka perustajia olisi vain yksi. Yrityksen perustaminen onnistuu muutamassa tunnissa, liiketoimintasuunnitelmaan kannattaa sen sijaan käyttää aikaa. Liikeidean ei tarvitse olla erityinen, riittää että se toimii ja kaikki on suunniteltu hyvin.

**Avainsanat** liiketoimintasuunnitelma, osakeyhtiö, rakennusala, tilaajavastuu

**Sivut** 31 sivua, joista liitteitä 5 sivua

Degree Programme in Construction Management  
 Visamäki

---

<b>Author</b>	Eemeli Haataja	<b>Year</b> 2019
<b>Subject</b>	Setting up a small construction company	
<b>Supervisor</b>	Jari Mustonen	

---

#### ABSTRACT

The aim of this Bachelor's thesis was to create a guide for the establishment of a limited company in the construction industry. Another aim was to create a theoretical framework for a business plan.

A limited company as a company form was first introduced. In addition, the setting up of a limited company was presented in stages. Setting up of a limited company online is the fastest way using the website ytj.fi (The Business Information System). This service provides the Articles of Association for the company.

A business plan is an important tool during the start-up phase to determine the profitability of a company and the potential for success. The business plan deals with the business idea of the company and discusses the risks. The Act on the Contractor's Obligations and Liability often considered challenging was also examined. The purpose of the Act is to prevent the grey economy. It includes a wide variety of documents about contractors that the client needs to find out.

As a result of the thesis, a business plan was drawn up for a construction company to be established in the future. A limited company is also recommended for a small company, even if there were only one founder. Instead of spending much time on founding a company, the focus should be on making the business plan. A good business plan works and it contains comprehensive knowledge of the needed topics.

**Keywords** business plan, limited company, construction sector, Contractor's Obligations Act

**Pages** 31 pages including appendices 5 pages

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	4
2	OSAKEYHTIÖN PERUSTAMINEN .....	5
2.1	YLEISTÄ OSAKEYHTIÖISTÄ .....	5
2.2	Yhtiöjärjestys ja yhtiön hallinto.....	5
2.3	YTJ.....	6
3	PIENEN RAKENNUSLIIKKEEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	7
3.1	Liikeideasta liiketoimintasuunnitelmaksi .....	7
3.2	Palvelu .....	8
3.3	Asiakkaat .....	9
3.4	Yrityksen toiminimi ja toimintatapa.....	9
3.5	Markkinointi .....	10
3.5.1	Internet markkinointikanavana .....	11
3.5.2	Verkostot ja luodut suhteet .....	11
3.5.3	Yrityksen imago .....	12
3.6	Kilpailijat .....	12
3.7	Yritystoiminnan riskit .....	12
3.7.1	Henkilöriskit.....	13
3.7.2	Liike- ja omaisuusriskit .....	13
3.7.3	Muut riskit .....	13
3.7.4	Riskien arviointi ja SWOT-analyysi .....	14
3.7.5	Riskeihin varautuminen .....	14
3.8	Uuden yrityksen kulurakenne .....	15
3.8.1	Henkilöstökulut .....	15
3.8.2	Hallinnon kulut .....	15
3.8.3	Muut yrityksen kulut .....	16
4	TILAAJAVASTUU PIENESSÄ RAKENNUSLIIKKEESSÄ.....	16
4.1	MIKÄ ON TILAAJAVASTUU? .....	16
4.2	YRITTÄJÄ ILMAN TYÖNTEKIJÖITÄ.....	17
5	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA HAATAJA OY.....	18
6	YHTEENVETO .....	18
	LÄHTEET .....	20

## 1 JOHDANTO

Suomessa pieniä rakennusliikkeitä on paljon ja uusia perustetaan jatkuvasti lisää. Monet pienet rakennusliikkeet perustetaan yhden miehen toimesta toiminimiyhtiömuodolla. Nykyään osakeyhtiön voi perustaa yksikin henkilö ja mielestäni se on parempi vaihtoehto, koska siinä ei ole koko oma omaisuus pelissä ja Oy liikkeen nimessä tuo jo yritykselle arvokkuutta. Tarkoitukseni tässä opinnäytetyössä on käydä läpi, mitä tarkoittaa osakeyhtiö yhtiömuotona ja miten osakeyhtiö käytännössä perustetaan. Aion myös selvittää vaihe vaiheelta, miten liiketoimintasuunnitelma yritykselle luodaan ja mitä haasteita tilaajavastuulaki tuo yritykselle.

Itse olen aina ollut yrittäjähenkkinen ja vaihtoehtona valmistumisen jälkeen voisi olla oman yrityksen perustaminen. Tämän työn tilaajana on siis tekijä itse, mutta toivon siitä olevan hyötyä monille, jotka aikovat pienen rakennusliikkeen perustaa. Yrittäjäksi ryhtyminen vaatii rohkeutta, koska yleensä aina kun puhutaan yrityksen perustamisesta, puhutaan myös riskeistä. Riskit siis tiedostetaan hyvin, mutta mahdollisuuksista puhutaan harvoin. Toisin kuin kuvitellaan, yrittäjän ei tarvitse olla yli-ihminen. Liikeideankaan ei tarvitse olla uusi tai omaperäinen, riittää kun se toimii. Menestyvä yrittäjä ansaitsee moninkertaisesti palkansaajaan verrattuna ja nauttii vapaudesta, josta palkansaajana voi vain haaveilla. Rakennusalalla on tällä hetkellä vielä hyvä rakennusbuumi ja tämä on paras aika perustaa yritys, koska töitä riittää.

## 2 OSAKEYHTIÖN PERUSTAMINEN

### 2.1 YLEISTÄ OSAKEYHTIÖISTÄ

Osakeyhtiö on Suomessa yleisin käytetyistä yhtiömuodoista. Se on tyypillinen keskisuurten ja suurten yritysten yhtiömuoto, mutta se soveltuu varsin hyvin myös pienimuotoiseen yritystoimintaan. Osakkeenomistajat vastaavat yhtiön velvoitteista ainoastaan sijoittamansa pääoman verran, joten osakeyhtiötä kutsutaankin pääomayhtiöksi. Yrityksen omistusosuus ja päätäntävalta määritellään osakkeiden lukumäärän mukaan. Osakeyhtiö ei ole henkilöyhtiö koska yhtiö voi ottaa velkoja ja sitoumuksia ilman, että niistä on kukaan henkilökohtaisesti vastuussa. Osakeyhtiön velkojen vakuudeksi on mahdollista kuitenkin käyttää henkilökohtaista omaisuutta. Osakkeenomistajien riski koostuukin lähinnä mahdollisesta yhtiöön sijoitetusta pääomasta. Yhtiön osakkaat voivat olla sekä sijoittaja-osakkaita että työhön osallistuvia. Yhtiöön voi myöhemmin ottaa uusia osakkaita tai niitä voi jäädä pois. (Suomen yrittäjät n.d)

Osakeyhtiön perustaminen maksaa verkossa 330 €. Lisäksi osakeyhtiöön vaaditaan vähintään 2500 € osakepääoma, joka voidaan maksaa yhtiön tilille tai sijoittamalla yhtiöön rahanarvoista tavaraa ns. apporttiomaisuutta esimerkiksi työkaluja tai auto. Yrittäjä voi maksaa itsellensä kohdullista palkkaa sekä lisäksi mahdollisesta liikevoitosta voidaan maksaa osinkoja, joiden verotus on palkkatuloa maltillisempaa. Varat voidaan myös säilyttää yrityksessä, jolloin maksetaan voitosta yhteisöveroa. Tämä verotusmuoto on myös henkilökohtaista verotusta maltillisempaa. (Futuru Oy n.d)

### 2.2 Yhtiöjärjestys ja yhtiön hallinto

Osakeyhtiön ainoa pakollinen toimielin on hallitus. Hallituksessa tulee olla yhdestä viiteen varsinaista jäsentä, jollei yhtiöjärjestyksessä muuta määrätä. Eli osakeyhtiö voidaan perustaa kokonaisuudessaan yhden varsinaisen henkilön toimesta (Minilex n.d). Hallitukseen tarvitsee kuitenkin nimetä yksi ulkopuolinen, äänetön yhtiön varajäsen, jos hallitukseen on nimetty alle kolme jäsentä. Yhtiöjärjestys on sisällytettävä joko perustamissopimukseen tai sen liitteeksi. Osakepääoma jaetaan osakkeisiin esimerkiksi 10 kpl eli 250 €/kpl. Nämä osakkeenomistajat merkitsevät, maksavat ja omistavat. Osakepääoma maksetaan yhtiön pankkitilille ja sitä voi sen jälkeen käyttää yhtiön menoihin. Osakkeet tuottavat omistajilleen äänioikeuden yhtiökokouksessa ja äänimäärä jakautuu omistettavien osakkeiden määrästä. Yhtiökokous on yhtiön ylin päättävä elin. Yhtiökokous valitsee myös hallituksen, joka voi nimittää toimitusjohtajan. Pienissä yrityksissä osakkaat ja hallitus on käytännössä sama asia. Huomioitavaa on että, vajaavaltainen tai konkurssissa oleva henkilö ei saa olla yhtiön pe-

rustajana, hallituksessa eikä toimitusjohtajana. Myöskään ilman suomalaista henkilötunnusta ja henkilökohtaisia verkkopankkitunnuksia ei henkilö voi toimia näissä rooleissa. (Yrityssuomi n.d)

## 2.3 YTJ

Osakeyhtiö on helppo perustaa sähköisesti PHR:n ja Verohallinnon yhteisessä palvelussa, johon pääsee ytj.fi-sivuston kautta. Palvelu luo yritykselle perustamissopimuksen ja yhtiöjärjestyksen. Yrityksen perustamisilmoituksesta peritään kaupparekisterissä käsittelymaksu, joka maksetaan allekirjoituksen yhteydessä. Sähköinen ilmoitus on halvempi (330 €) kuin paperinen (380 €).

”Sähköinen perustamisilmoitus voidaan tehdä, jos seuraavat ehdot täyttyvät:

- Yhtiölle riittää vakiomuotoinen yhtiöjärjestys.
- Osakkeet maksetaan perustettavan yhtiön pankkitilille.
- Merkintähinta merkitään kokonaan osakepääomaan.
- Osakkeenmerkitsijät ja hallituksen jäsenet ovat täysi-ikäisiä ja heillä sekä mahdollisilla toimitusjohtajalla ja tilintarkastajalla on suomalainen henkilötunnus ja henkilökohtaiset verkkopankkitunnukset tai mobiilivarmenne tai sirullinen henkilökortti (HST-kortti).
- Mahdollisilla prokuristeilla ja edustamiseen oikeutetuilla henkilöillä on suomalainen henkilötunnus.” (YTJ n.d)

Osakeyhtiön sähköistä perustamista varten ilmoitetaan osakeyhtiön toiminimi, toimiala, tilikausi, kotipaikka sekä mahdolliset aputoiminimet ja niiden toimialat. Mahdollisesta aputoiminimestä peritään erillinen 65 euron käsittelymaksu. Yrityksen tuleva organisaatio käydään läpi eli osakkeenomistajien, hallituksen jäsenten ja mahdollisen toimitusjohtajan nimet sekä henkilötunnukset. Myös mahdollisten tilintarkastajien, prokuristien tai edustamiseen oikeutettujen henkilöiden nimet ja henkilötunnukset tarvitaan. Kun sähköiset allekirjoitukset on tehty ja ilmoituksen käsittelymaksu (330 €) on maksettu, saadaan osakeyhtiölle Y-tunnus sekä ilmoituksen kirjausnumero.

Perustamisen jälkeen yritykselle avataan pankkitili, jolle osakepääoma maksetaan. Kun tämä on tehty, tarvitsee hallituksen jäsenten sekä mahdollisen toimitusjohtajan allekirjoittaa palvelussa osakepääoman maksamista koskeva vakuutus. Tilintarkastajan tarvitsee myös allekirjoittaa oma todistus. Jos yrityksellä ei ole tilintarkastajaa, tarvitsee liittää muu selvitys osakepääoman maksusta, esimerkiksi tiliote tai kuitti maksusta pdf-, doc- tai docx-muodossa. Yrityksen rekisteröintipäätökset saat yleensä 3-4 viikon kuluttua perustamisilmoituksen antamisesta ja tämän jälkeen yritys voi alkaa laskuttaa.

Yrityksen tulee ilmoittautua perustamisen jälkeen arvonlisäverolliseksi, jos liikevaihto ylittää tilikaudessa 10 000 euroa. Yritys tarvitsee myös ilmoittaa aina ennakoperintärekisteriin, jos kyseessä ei ole selvästi harastustoiminta. Säännöllisesti palkkoja maksavan yrityksen tulee kuukausittain ilmoittaa lisäksi verottajalle palkoista, veronpidätyksistä ja sairausvakuutusmaksuista. Tilitoimistot huolehtivat yleensä näistä, jos sellainen on yrityksellä käytössä. (YTJ n.d)

### 3 PIENEN RAKENNUSLIIKKEEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

#### 3.1 Liikeideasta liiketoimintasuunnitelmaksi

Yritystoiminnan synnyn ytimenä on idea, jolla voi ansaita rahaa ja tehdä samalla jotain mielenkiintoista tai haastavaa. Yritysidea voi syntyä sattumalta esimerkiksi uuden toimintatavan oivalluksena. Se voi myös hioutua vuosien pohdinnan tuloksena, esimerkiksi pitkään rakennustöitä tehnyt ammattilainen perustaa oman rakennusfirman. Yritysideasta kehittyy vähitellen liikeidea, jota jokaisen yrityksen perustajan on analysoitava laatimalla liiketoimintasuunnitelma.

##### Liiketoimintasuunnitelman vaiheet



Kuva 1. Liiketoimintasuunnitelman vaiheet (Onnistu yrittäjänä n.d)

Liiketoimintasuunnitelma syventää ja laajentaa liikeidean yrityksen visioksi ja strategiaksi (Kuva 1). Suunnitelma esittelee resurssit, tavoitteet ja keinot. Se arvioi myös kilpailutilannetta, rahoitusta sekä uhkia. Aikajänne ulottuu yrityksen perustamisesta lähitulevaisuuteen, 3–5 vuoden päähän. Tavoitteena on saada resurssit, aika ja tavoitteet tasapainoon. Suunnitelman pituudeksi riittää 4–5 sivua ja pari sivua ranskalaisia viivojakin on tyhjää parempi. Jos kirjoittaminen tuntuu ylivoimaisen raskaalta, netistä löytyy myös valmiita liiketoimintasuunnitelma pohjia, joissa on kysymyksiä ja vastauksista syntyy liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunni-



telma laaditaan ennen kaikkea yrittäjää itseään varten, mutta myös mahdolliset yrityksen rahoittajat ovat siitä kiinnostuneita. Erityisesti sitä tarvitaan haettaessa pankkilainaa, starttirahaa tai muita tukia. Kirjallinen liiketoimintasuunnitelma on tärkeä työkalu yrittäjälle yrityksen perustamisvaiheessa sekä sitä voidaan päivittää myöhemmin yrityksen kehitystä miettiessä. (Puustinen 2006 59–60)

Liikeideassa on kyse siitä, miten yritys aikoo toteuttaa toiminta-ajatuksen mukaista liiketoimintaa. Liikeidean ydinkysymyksiä ovat:

- Mitä tavaroita tai palveluja yritys myy?
- Ketkä ovat näiden tuotteiden potentiaalisia ostajia?
- Kuinka nämä asiakkaat tavoitetaan? (Meretniemi & Ylönen 2009 19)

Olipa lähtökohtana yrittäjyydelle sitten oma ammattiosaaminen, halu itsenäisiin ratkaisuihin tai hyvän tilaisuuden ilmaantuminen, kannattaa aluksi miettiä omat vahvuudet yrittäjänä kyseisellä toimialalla. Onko yrityksen perustajalla minkä verran osaamista ja kokemusta toimialasta sekä onko olemassa mahdollisia verkostoja, joilla päästäisiin alkuun? Liiketoimintasuunnitelman tekemisen alkuvaiheessa kerätään myös tietoa asiakkaista, kilpailijoista ja muusta toimintaympäristöstä. On hyvä ryhmitellä ja yhdistellä aineistoa tarpeen mukaan ja tehdä suunnitelmasta luonnos, vaikka ranskalaisilla viivoilla. Luonnosvaiheessa sekä myös puhtaaksikirjoituksen jälkeen on hyvä olla joku ulkopuolinen tarkastamaan tuotos, mahdollisten tyylin ja kielen puutteet. Muodollisesti siisti paketti tarjoaa viimeistellyn kuvan koko projektista. Siihen kannattaa lisätä myös kansilehti ja sisällysluettelo. Tiivistelmä tulee luonnollisesti liiketoimintasuunnitelman alkuun, mutta se kannattaa tehdä viimeiseksi.

### 3.2 Palvelu

Yrityksen mahdollisuus hankkia tuloja perustuu kysyntään eli asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden tyydyttämiseen sekä ongelmien ratkaisuun.

- Minkälaisia rakentamispalveluja yritys tarjoaa ja mikä on yrityksen ydinosaaminen?
- Vastaako se asiakkaiden tarpeita ja minkälaista hyötyä siitä on asiakkaalle?
- Onko tarkoitus erikoistua vai toimia kokonaisvaltaisena palveluntarjoajana?
- Mikä on alan markkinatilanne tällä hetkellä?

Kysyntää on se, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita ostamaan tiettyä palvelua. Paljonko he ovat valmiita maksamaan ostamastaan palvelusta, on toinen tärkeä tekijä. Volyymin eli riittävää myyntimäärää tai pitkäaikaisia työkohteita on tärkeää saada riittävän kannattavuuden ylläpitoon.

Vaikka onnistuisi pitämään hintatason korkealla, pienehkö kysyntä tapaa kannattavuuden. Usein yrittäjällä on yrityksen perustamisvaiheessa tiedossa joitakin töitä heti alkuun. Ensimmäisten työkeikkojen ohessa on kuitenkin alettava hankkimaan seuraavia, jotta päästään töiden jatku-  
moon ja yritystoiminta pysyy kannattavana. (Meretniemi & Ylönen 2009 26)

### 3.3 Asiakkaat

Tässä kohdassa yrittäjän täytyy pohtia, ketkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakkaat ja asiakasryhmät. Tämän jälkeen tulisi pohtia, millaisia yrityksen asiakkaat ovat, missä ne sijaitsevat, mitkä heidän tarpeensa ovat ja miten heidät tavoittaa. Lisäksi voi miettiä miten asiakkaat suhtautuvat jo alalla oleviin vastaaviin palveluihin. Asiakaskartoituksella voidaan löytää osto-voimaltaan ja kulutustottumuksiltaan kannattavimmat asiakkaat, joihin markkinointi ja myyntitoimet kohdistetaan. Asiakkaiden tyytyväisyydestä kannattaa huolehtia, koska se tuo yritykselle pitkäaikaisia kanta-asiakkaita, jotka varmistavat yrityksen jatkuvan perustulon tulevaisuudessa.

- Ketkä ovat yrityksen asiakkaita ja minkälainen on tyypillinen asiakas?
- Millaisia ovat yrityksen asiakasryhmät? Esimerkiksi vaikuttaako kuluttaja-asiakkailla ikä, tulotaso, ammatti, perhetyyppi tai harrastukset? Entä vaikuttako muilla yritysasiakkailla oma toimiala, erityisosaamisen puute tai resurssipula?
- Ketkä asiakkaat ovat tärkeimpiä?
- Millä perusteella mahdollinen asiakas tekee ostopäätöksensä ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat?
- Miksi heidän pitäisi valita juuri kyseinen yritys?
- Saako asiakas jotakin hyötyä tai lisäarvoa, kun valitsee kyseisen yrityksen palvelun? (Meretniemi & Ylönen 2009 27)

### 3.4 Yrityksen toiminimi ja toimintatapa

Toiminimeä yritykselle mietittäessä on otettava huomioon muutama asia. Nimi on todella tärkeä osa yrityksen markkinointia ja mielikuvan luomista asiakkaalle. Nimi toistuu kaikessa: yrityksen logossa, nettisivuilla, käyntikortissa, laskuissa, markkinointimateriaaleissa ja ihmisten puheissa. Hyvä nimi vie asiakkaan ajatukset yrityksen toimintaan, tehtävään, laatuun tai mittakaavaan. Nimeä kannattaa pohtia pitkään, sillä hyvä nimi jää ihmisten mieleen ja pysyy siellä pitkään. Sitä kannattaa lähteä pohtimaan siitä, mitä nimellä haluaa viestiä ja kenelle. Mitä kilpailijoiden nimet viestivät, ja miten niistä pitäisi erottua.

Lopullisen päätöksen nimestä tekee PHR, joka tarkastaa onko samalla tai läheisellä toimialalla nimi, johon yrityksen nimi voi sekaantua. Tämän takia kannattaa keksiä kolme erilaista nimivaihtoehtoa, jos ensimmäinen ei

kelpaa. Alustavan tarkastuksen voi tehdä PHR:n nimipalvelussa. Kirjoittamalla nimivaihtoehdon, saa listan olemassa olevista yrityksistä, joiden nimi on lähimpänä omaa yritystä. Jos samanniminen yritys löytyy, täytyy keksiä uusi nimi tai muuttaa sitä hieman. (Ilmoniemi ym. 2009 371-373)

Yrityksen toimintatapa on mietittävä siten, että se sopii yrityksen palveluihin sekä kaavailluille markkinoille. Myöskin tarvitsee varmistaa, että tapa toimittaa palvelut asiakkaalle vastaa laadultaan ja tasoltaan suunniteltua imagoa. Asiakkaat myöskin odottavat tietynalan yrityksiltä tiettyä palvelua sekä hintatasoa.

- Miten yrityksen markkinointi hoidetaan?
  - Minkälaisella organisaatiolla yritys toimii?
  - Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät arvot, joita noudatetaan?
  - Miten myynti hoidetaan ja palvelut toteutetaan?
  - Miten yritys erottuu kilpailijoistaan?
  - Miten yrityksen talousasiat hoidetaan?
  - Mitkä ovat yrityksen taloudelliset, henkiset ja fyysiset voimavarat?
- (Meretniemi & Ylönen 2009 28)

Yrityksen organisaation koko vaikuttaa aika paljon yrityksen aloitukseen ja se on hyvä miettiä huolella etukäteen. Jos perustajia on useampia, voidaan vastuuta jakaa esimerkiksi siten, että toinen vastaa itse työntekopuolesta alalla ja toinen taas hallinnosta ja kirjanpidosta. Tästä syystä rakennusalan yritystä perustettaessa ei ole huono ajatus ottaa yhtiökumppaniksi esimerkiksi liiketaloutta tai markkinointia hallitseva henkilö. Myös työntekijämäärä kannattaa miettiä siten, että resurssit riittävät tuleviin töihin. Ja myös, että onko heihin ylipäättään varaa vai onko vuokratyövoiman palkkaaminen halvempi ja riskittävämpi vaihtoehto aluksi. Jos taas yrittäjä on koulutukseltaan tai osaamiseltaan rakennusmestari tai insinööriänsä voi töitä hoitaa projektinjohtourakoiden tyyliä ja käyttää pelkästään alihankintaa ja keskittyä itse suunnitteluun, valvontaan ja urakoiden laskemiseen.

### 3.5 Markkinointi

Markkinoinnin tehtävänä on saada aikaan myyntitulosta ja sitä kautta parantaa yrityksen kannattavuutta. Sen tarkoituksena on myös herättää asiakkaisissa ostohalukkuutta, erottaa yritys muista samankaltaisista sekä myöskin luoda ja ylläpitää kanta-asiakassuhteita. (Yritys-Suomi n.d.)

Perusmoka aloittavalla yrittäjällä on unohtaa markkinointi. Erinomainen yritysideaakaan ei riitä, jos asiakas ei tiedä yrityksestä mitään. Markkinointia aletaan suunnittelemaan käytettävissä olevan budjetin mukaan. Usein aloittavassa yrityksessä budjetin pienuus rajaa pois suurimman osan pe-

rinteisistä markkinointimenetelmistä. Markkinointisuunnitelmassa haetaan yritykselle parhaat ja toimivimmat markkinointitavat. Sen täytyy kuitenkin olla linjassa yrityksen toimintaan. (Suomen yrittäjät n.d)

Aloittavalle yritykselle hyviä markkinointimenetelmiä ovat

- Erottavat ja visuaaliset mutta myös selkeät WWW-sivut.
- Aktiivinen toiminta sosiaalisessa mediassa.
- Yrittäjän omat verkostot sekä aikaisemmin luodut suhteet.
- Laadukas työnjälki ja asiallinen käytös.
- Autojen ja toimitilojen mainosteippaukset sekä työvaatteiden painatukset.
- Sponsorointi.

### 3.5.1 Internet markkinointikanavana

WWW-sivuilla tavoittaa varsin hyvin valitsemansa kohderyhmät. Internetin hakukoneisiin on mahdollista suhteellisen pienellä sijoituksella saada oman yrityksen nettisivujen näkyvyyttä. Yritys on hyvin tavoitettavissa niin ajallisesti kuin alueellisestikin. Yrityksen nettisivujen tulisi kuvastaa yritystä sekä sen tarjoamia palveluja. Nettisivut voivat olla potentiaalisen asiakkaan ainoa kosketus yritykseen ja siksi on tärkeää tehdä vaikutus kävijään, antaa positiivinen mielikuva ja erottua kilpailijoista. Sivuille on hyvä tehdä yhteydenottoaavake, johon asiakas voi jättää tarjouspyynnön. Myös referenssejä kuvina ja videoina kannattaa laittaa, josta asiakkaalle voi näyttää aikaisempia töitä ja ne kruunaavat sivuston. Nykyään on myös tärkeää, että sivusto toimii mobiililaitteella. Täytyy muistaa huolehtia, että sivut pysyvät ajan tasalla. (Pokis Web-suunnittelu n.d)

On hyvä liittyä esimerkiksi Google My Business -palveluun. Tätä kautta pääsee alkuun ja pystyy luomaan yrityksen profiilin Google-hakuun. Kannattaa tutustua Google AdWordsiin, minkä avulla voi ohjata hakutuloksia suoraan yrityksen nettisivulle. Tutustua voi myös dataohjautuvaan markkinointiin mikä tarkoittaa asiakkaan profilointiin, käyttäytymiseen ja internetin jättämiin jälkiin perustuvaa kohdennettua markkinointia.

Sosiaalisen media kautta sana yrityksestä saadaan leviämään, kun perustetaan yritykselle esimerkiksi Facebook-sivut. Siellä omille postauksille voi myös ostaa lisänäkyvyyttä. Sivulle on hyvä päivittää jotain mielenkiintoista säännöllisesti. Tähän markkinointikanavaan kannattaa panostaa ja hoitaa se hyvin, sillä siellä ovat nykypäivänä kaikki. (Suomen yrittäjät n.d)

### 3.5.2 Verkostot ja luodut suhteet

Aloittavan yrityksen kustannustehokas tapa markkinoida omaa yritystä on verkostoitua ja luoda suhteita. Aikaisemmin luodut suhteet auttavat

huomattavasti aloittavan yrityksen menestystä. Verkostoituminen oikeiden henkilöiden kanssa lisää mahdollisia tulevia asiakkaita. Verkostoituminen myös muiden saman alan yritysten kanssa mahdollistaa yhteistyön tekemisen. Alaan liittyvät messut ja tapahtumat sekä ovat juuri sellaisia, missä voidaan verkostoitua potentiaalisten yritysten ja asiakkaiden kanssa. Myös erilaisiin alan yhdistyksiin ja järjestöihin kannattaa liittyä. (Ilmoniemi ym. 2009 63)

### 3.5.3 Yrityksen imago

Laadukas työ ja asiallinen käytös on yritykselle ilmainen markkinointimenetelmä, tyytyväinen asiakas kertoo yrityksestä positiivisesti muille mahdollisille asiakkaille. Tyytyväinen asiakas onkin siksi yrityksen paras mainos. ”Tyytyväinen asiakas kertoo tyytyväisyydestä kolmelle henkilölle, tyytymätön asiakas kertoo yhdelletoista henkilölle (3/1-sääntö).” (Anttila, Iltanen, 2004, 51.)

Siisti työauto jossa on yrityksen mainosteipit, on yrityksen liikkuva mainos joka huomataan helposti. Siisteissä työvaatteissa liikkuva yrityksen työntekijä toimii osaltaan yrityksen mainostajana, kunhan käytös on yrityksen standardien mukaista. Kun nämä helposti toteutettavat asiat ovat kunnossa, luovat ne mielikuvan yrityksen muustakin laadusta. Yrityksen logoa tai mainosta voi tuoda esiin myös osallistumalla esimerkiksi paikallisen harrastejoukkueen sponsoriksi ja saada siten pelipaitoihin nimeä näkyviin. Tämä pienikin panostus tuo yritykselle positiivista henkeä ja tunnettavuutta omalla alueellaan.

## 3.6 Kilpailijat

Yrittäjän kannattaa tutustua yrityksen kilpailijoihin ja heidän palveluihinsa. Kilpailija-analyysiä tehtäessä kannattaa erotella näistä erikseen yrityksen pahimmat kilpailijat ja arvioida niiden vahvuuksia ja heikkouksia. Lisäksi voidaan pohtia eri kilpailijoiden toimintatapoja, markkinaosuuksia ja heidän käyttämiä kilpailukeinoja. Kilpailijoiden hintataso ja markkinointitavat toimialalla on hyödyllistä selvittää.

- Mikä on alan kilpailutilanne tällä hetkellä?
- Ketkä ovat pahimmat kilpailijat ja missä ne sijaitsevat?
- Mitkä ovat kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet?
- Minkälaisia markkinointikeinoja yritykset käyttävät ja miten kilpailijayritykset erottuvat toisistaan? (Meretniemi & Ylönen 2009 31)

## 3.7 Yritystoiminnan riskit

Yritystoimintaan liittyy monenlaisia riskejä ja siksi on tärkeää listata ne, jotta ne tunnistetaan ja niihin varaudutaan etukäteen. Riskienhallinta

aloitetaan riskien tunnistamisella, koska tuntemattomiin riskeihin ei voida varautua mitenkään.

### 3.7.1 Henkilöriskit

Henkilöriskit ovat yrityksen henkilöstöön ja yrittäjään itseensä kohdistuvia riskitekijöitä. Yrittäjä itse on suurin riskien aiheuttaja yrityksessä. Yrittäjän pitäisikin jopa henkilökuntaansa huolellisemmin hoitaa omat työ- ja vapaa-ajan turvallisuusaasiensa siten, ettei riski realisoituisi. Oman terveyden ohella muutkin siviilielämän tilanteet voivat muodostaa riskitekijän. Lopun yritystoiminnasta voi tehdä esimerkiksi avioero, jos avioehtosopimukseen ei ole rajattu yrityksen varallisuutta ulkopuolelle. Lainsäädäntömme mukaan kummallakin on oikeus puoleen omaisuuden avioeron sattuessa. Kuolemantapauksessa toinen aviopuoliso perii toisen omaisuutta avioehdosta huolimatta.

Tyypillisiä henkilöriskejä ovat tapaturmat ja sairastumiset. Henkilöriskeihin kuuluvat myös työvoiman saatavuuteen ja pysyvyyteen liittyvät ongelmat. Esimerkkinä tästä, väärät henkilövalinnat työntekijää palkattaessa, tärkeän työntekijän menettäminen, ammattitaitoisen työvoiman saatavuus, ammattitaidon vanheneminen, henkilö- ja työsuheriidat ja niistä johtuvan työilmapiirin huononeminen. (Jadelcons Oy n.d)

### 3.7.2 Liike- ja omaisuusriskit

Liikeriskejä on jokaisessa yritystoiminnassa. Tällaisilla tarkoitetaan esimerkiksi kysynnän laskua, kilpailun kiristymistä, ostohintojen nousua jne. Maksuvalmiuden loppuminen, luottotappioriski ja riski korkojen noususta ovat liikeriskejä. Sopimusriskit johtuvat epäselvistä tai suullisista sopimuksista tai viivästyksistä ja muista sopimusrikkomuksista. Omaisuusriskit taas kohdistuvat yrityksen omaisuuteen kuten rakennuksiin ja koneisiin. Omaisuusriskejä ovat tulipalo, vuotoriski, koneiden rikkoutuminen tai kuljetusriski. Myös yrityksen joutuminen varkauden, murron, ryöstön, ilkivallan tai petoksen uhriksi. (Aaltonen n.d)

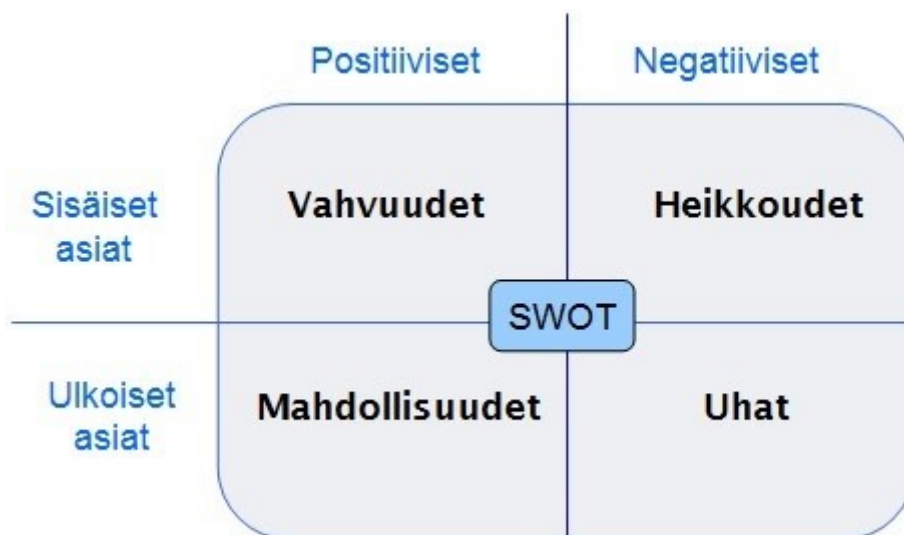
### 3.7.3 Muut riskit

Työn keskeytymisriskit tulipalon sattuessa, materiaalitoimituksien vaikeuksissa tai jonkun yrityksen toiminnan kannalta välttämättömän ulkopuolisen toiminnan keskeytymisen vuoksi. Jos yrityksen toiminta on riippuvainen jostain ulkopuolisesta toimijasta esimerkiksi tärkeästä asiakkaasta, tavarantoimittajasta, alihankkijasta tai muusta yhteistyökumppanista tai vuokranantajasta, muodostaa tämä riippuvuusriskin. Tietoriskit ovat kyseessä, jos yrityksen tärkeitä tietoja tuhoutuu tai esimerkiksi tietokonevirus aiheuttaa vahinkoa. (Aaltonen n.d)

### 3.7.4 Riskien arviointi ja SWOT-analyysi

Riskikartoituksen jälkeen arvioidaan riskien todennäköisyyttä kyseisessä yrityksessä sekä niiden vaikutuksia yritykselle toteutuessaan. Omaisuus- ja henkilöriskeissä on hyvä turvautua kattaviin vakuutuksiin, jolloin saadaan ainakin taloudellinen haitta minimoitua vahingon sattuessa. Yrityksen toiminnan vastuuvakuutus on tarpeen isommissa kohteissa sekä toimihenkilöiden vastuuvakuutus esimerkiksi vastaavan työnjohtajan pessteissä. Vastuuvakuutuksilla varmistetaan yrityksen toiminnan jatkuminen vakavan vahingon sattuessa. Riskien kartoittamisessa pitää olla mielessä mahdollisesta yrittäjätaitojen puuttumisesta johtuvat riskit, joita pystyy minimoimaan perehtymällä asiaan sekä oppimalla virheistään. Riskin todennäköisyys on usein kääntäen verrannollinen riskin vakavuuteen, joten vakavuuden kasvaessa todennäköisyys yleensä laskee. Eli pieniä vahinkoja sattuu useammin ja menetykset yritykselle ovat pienempiä. Lisäksi pienten vahinkojen ennustaminen on helpompaa. (Aaltonen n.d)

Yrityshankkeen vahvuuksia ja heikkouksia voi arvioida niin kutsutulla SWOT-analyysillä (kuva 2). SWOT on käyttökelpoinen ja hyvin yleinen väline liikeidean ja yrityksen toimintaympäristön kriittiseen arviointiin. Analyysi esitetään siten, että vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä. Mahdollisuudet ja uhat sitten taas ovat yrityksen ulkopuolisia ja tulevaisuudessa mahdollisesti tapahtuvia tekijöitä. Tärkeintä analyysia tehdessä on realismisuus, vain siten testiä pystyy pitämään luotettavana. (Aaltonen n.d)



Kuva 2. SWOT-analyysi nelikenttä. (Suomen riskienhallintayhdistys ry n.d)

### 3.7.5 Riskeihin varautuminen

Kun riskit ovat tiedossa ja niiden todennäköisyydet ja seurausten vakavuudet on mietitty, aletaan suunnittelemaan toimenpiteitä riskeihin varautumiseksi. Riskien hallintakeinoja ovat:

- Riskien pienentäminen eli esimerkiksi vahingontorjunta ja työsuojelutoimenpiteet sekä varautumissuunnitelma.
- Riskien hajauttaminen eli esimerkiksi yhden ison asiakkaan sijasta hankkii useita pieniä, jolloin yhden asiakkaan menettämisestä aiheutuva riski pienenee.
- Riskien välttäminen on ensisijainen riskinhallintakeino silloin kun riskin vakavuus on suuri.
- Riskien siirtäminen eli esimerkiksi siirretään vakuutusyhtiölle isoimpia riskejä vakuutusten avulla tai yritys siirtää riskejä sopimuksella toiselle yritykselle.
- Riskien pitäminen omalla vastuulla eli yleensä pienet riskit esimerkiksi vähäiset kuljetusvauriot, ilkivallanteot ja rikkoutumiset yms. (Aaltonen n.d)

### 3.8 Uuden yrityksen kulurakenne

#### 3.8.1 Henkilöstökulut

Yritykselle aiheutuu palkkamenoja, kun se työllistää. Palkkojen maksun lisäksi se tuo erilaisia henkilösivukuluja. Näitä ovat esimerkiksi:

- työeläkemaksut, muut vakuutusmaksut
- sosiaaliturvamaksu
- sairaus- ym. poissaolokorvaus työntekijälle
- kesälomakorvaus
- koulutus- ja kurssikulut, hallintokulut
- sosiaalililat ja työntekijän vaatetus.

Henkilösivukulujen määrän arvioidaan olevan keskimäärin 50 %, mutta rakennusalalla saa työntekijän tuntipalkan kertoa luvulla 1,65 jotta päästään lähemmäksi oikeaa. Tämä johtuu enimmäkseen siitä, että rakennusmiesten tapaturmavakuutusmaksut ovat yritykselle kalliimpia, koska alalla sattuu enemmän tapaturmia. (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen, Siikavuo 2009 265)

#### 3.8.2 Hallinnon kulut

Hallintoon kuuluvia kuluja ovat esimerkiksi:

- puhelin
- tietoliikenneyhteydet
- pankki- ja postikulut
- kokous- ja neuvottelukulut sekä oman organisaation koulutus
- ammattikirjallisuus- ja lehdet sekä suunnitteluohjelmat ja tietokannat
- atk- ja toimistotarvikkeet



- jäsenmaksut
- yrityksen vakuutukset
- ulkopuoliset palvelut kuten kirjanpito, tilintarkastus, vartiointi yms. (Ilmoniemi ym. 2009 266)

### 3.8.3 Muut yrityksen kulut

Muita yrityksen kuluja ovat mainoskulut, edustuskulut, matka- ja kuljetuskulut, toimitilakulut sekä kaluston pienhankinta. Mainoskuluja ovat esimerkiksi käyntikorttien teettäminen, nettisivujen teko ja mainostamisen kustannukset. Edustuskuluja yritykselle tulee pr-toiminnasta sekä yrityksen ulkopuolisiin henkilöihin kohdistuva vieraanvaraisuus. Matka- ja kuljetuskustannuksia ovat kilometrikorvaukset ja päivärahat, hotellikustannukset, rahtikulut, pakkauskulut, pysäköinti sekä matkat julkisilla kuluneuvoilla. Myös messumatkat ja kuljetusmatkat lasketaan tähän. Toimitilakuluja ovat mm. siivous, jätehuolto ja kierrätys, pienet kunnostustyöt sekä sähkö, vesi ja turvallisuus eli vartiointi ja hälytys. Alle 850 euroa maksavat erät kuten kahvinkeitin, akut, valaisimet sekä työkalut ovat taas kaluston pienhankintakuluja. (Ilmoniemi ym. 2009 266)

## 4 TILAAJAVASTUUN PIENESSÄ RAKENNUSLIIKKEESSÄ

### 4.1 MIKÄ ON TILAAJAVASTUUN?

Vuoden 2007 alusta tuli voimaan tilaajavastuulaki.

"Tämän lain tarkoituksena on edistää yritysten välistä tasavertaista kilpailua ja työehtojen noudattamista sekä luoda yrityksille ja julkisoikeudellisille yhteisöille edellytyksiä varmistaa, että niiden kanssa vuokratyöstä tai alihankinnoista sopimuksia tekevät yritykset täyttävät sopimuspuolina ja työnantajina lakisääteiset velvoitteensa." (Kuluttajasuoja 1233/2006, 1§.)

Tilaajavastuulailla pyritään siis torjumaan harmaata taloutta sekä estämään sellaisten alihankkijoiden käyttö, jotka eivät huolehdi velvoitteistaan yhteiskuntaa kohtaan. Tilaajavastuulaki on virallisesti laki tilaajan selvitysvelvollisuudesta ja vastuuta ulkopuolista työvoimaa käytettäessä. Laki tuli voimaan vuoden 2007 alusta ja sitä tiukennettiin vuonna 2012. Tilaajan on tänä päivänä lain mukaan pyydettävä ja alihankkijan annettava laissa luetellut selvitykset toiminnastaan ja näitä selvityksiä kutsutaan tilaajavastuusiakirjoiksi. Lakia sovelletaan sellaisen työn tilaajaan, joka käyttää vuokratyöntekijöitä tai alihankintasopimukseen perustuvaa työvoimaa. Vaatimuksena kuitenkin on se, että sopimuksen arvo ylittää ilman arvonlisäveroa 9 000 euroa tai että työ kestää pidempään kuin 10 päivää. Eli muutaman päivän pintaremontissa ei tarvitse huolehtia tilaajavastuulain velvoitteista. (Työsuojeluhallinto n.d)

”Tilaajavastuulaki edellyttää erilaisten selvitysten tekemistä. Laki edellyttää tilaajaa tarkistamaan enintään kolme kuukautta vanhat tiedot ja selvitykset, joita ovat:

- selvitykset ennakonperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja arvonlisävelvollisten rekisteriin kuulumisesta
- kaupparekisteriote
- selvitykset verovelasta
- selvitykset työntekijöiden eläkevakuutuksesta ja eläkemaksujen maksamisesta
- selvitys työhön sovellettavasta työehtosopimuksesta tai keskeisistä työehdoista
- selvitys työterveyshuollon järjestämisestä
- rakennusalalla myös selvitys lakisääteisen tapaturmavakuutuksen ottamisesta.

Selvitykset ja todistukset tulee säilyttää vähintään kaksi vuotta sopimusta koskevan työn päättymisestä. Mikäli sopimus kestää yli 12 kuukautta, tulee tilaajavastuutiedot selvittää uudelleen aina 12 kuukauden välein. Myös tilaajan sopimuskumppanilla on omat velvoitteensa, sillä laki edellyttää häntä toimittamaan pyydettyvät selvitykset.” (Suomen tilaajavastuu Oy n.d)

Tilaajavastuulakia valvoo Suomessa Etelä-Suomen aluehallintovirasto eli AVI. AVI:n 1790:stä tilaajavastuutarkastuksesta ja tarkastetuista kohteista vuonna 2016 oli hoitanut asiat kuntoon moitteitta vain kolmannes. Tietoisuus tämän lain velvoitteista on kyllä kasvanut, mutta siltikin toimintaohjeita jouduttiin antamaan yrityksille muun muassa selvityksien tarkastuksesta ennen sopimuksen tekoa, ulkomaalaisten sopimuskumppanien selvityksen sisällöstä, sekä selvitysten säilyttämisestä ja kelpoisuusajasta. Laiminlyöntimaksu voidaan määrätä velvoitteiden hoitamatta jättämisestä, joka voi olla suuruudeltaan vähintään 2000 euroa ja enimmillään 65 000 euroa. (Työ- ja elinkeinoministeriö n.d)

## 4.2 YRITTÄJÄ ILMAN TYÖNTEKIJÖITÄ

Kun yrityksellä on yksikin työntekijä kirjoilla, tilaajavastuulaki määrää edellä mainitut selvitykset tehtäväksi. Jos yrittäjä on ainoa työntekijä yrityksessä, jää osa selvityksistä pois, mutta se noudattaa muuten samaa kaavaa. Selvityksistä jää tällöin pois:

- selvitykset työntekijöiden eläkevakuutuksesta ja eläkemaksujen maksamisesta
- selvitys työhön sovellettavasta työehtosopimuksesta tai keskeisistä työehdoista
- selvitys työterveyshuollon järjestämisestä
- rakennusalalla myös selvitys lakisääteisen tapaturmavakuutuksen ottamisesta.

Yrittäjällä on oltava oma tapaturmavakuutus rakennusalalla työskennellessä. Työterveyshuolto on yrittäjälle vapaaehtoista mutta suositeltavaa. Yrittäjä maksaa omaa eläkettään minkä verran haluaa ja siitä ei tarvitse toimittaa selvitystä. (Rakennusteollisuus n.d)

## 5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA HAATAJA OY

Tässä kohdassa esitellään Haataja Oy:n liiketoimintasuunnitelma, joka sisältää luottamuksellista aineistoa eikä siten ole julkisessa opinnäytetyössä esillä.

## 6 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia ohjepaketti osakeyhtiön perustamisesta rakennusalalle sekä luoda teoreettinen runko liiketoimintasuunnitelmalle. Opinnäytetyössä on käyty läpi osakeyhtiön perustaminen vaiheittain. Muut yhtiömuodot rajattiin tarkoituksella pois tästä työstä, jotta kokonaisuus pysyisi selkeänä. Työssä selvitettiin myös epäselvänä ja monesti hankalana pidettyä tilaajavastuulakia. Liiketoimintasuunnitelmaa varten kerätty tietopaketti toimi hyvänä pohjana oman yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan, joka oli myös tämän työn toinen tavoite.

Osakeyhtiön perustamisprosessi kuulosti ja tuntui todella monimutkaiselta ja haastavalta, mutta varsinkin yhden henkilön toimesta perustettuna se ei sitä ole. Valmiit pohjat löytyvät esimerkiksi yhtiökokouksiin ja muihin osakeyhtiön lakipohjaisiin osioihin ja jos ei muita yhtiömiehiä ole kuin yrittäjä, päätökset kirjataan hyvin yksinkertaisesti yhdellä lauseella pöytäkirjoihin. Osakeyhtiön perustamisprosessi onnistuu valmiin liiketoimintasuunnitelman teon jälkeen yhdessä päivässä. YTJ.fi-sivuston kautta yrityksen konkreettinen perustaminen vie aikaa noin tunnin, samalla hoi-tuu yrityksen yhtiöjärjestys. Tämän jälkeen voidaan avata yrityksen pankkitili, jonne osakepääoma maksetaan. Y-tunnuksen saamisen jälkeen yritys voi jo alkaa laskuttaa.

Liiketoimintasuunnitelma on tärkeää tehdä, vaikkei ulkopuolista rahoitusta aiokaan hakea. Sen tarkoituksena on täsmentää, analysoida ja perustella liikeideaa ja siinä käydään kattavasti läpi myös yrityksen kompas-tuskivet ja niitä voi tarvittaessa vielä hioa. Liikeidean ei tarvitse olla loistava, omaperäinen tai ainutlaatuinen. Riittää että se toimii ja yritys menestyy. Pieniä rakennusliikkeitä on paljon ja kilpailijoista erottuminen korostuu tiukassa kilpailussa. Hyviä keinoja siihen on tarjota laajempaa kokonaisuutta kuin kilpailijat. Rakennusliike voi esimerkiksi tarjota lvi- ja si-sustussuunnittelua ja teetättää nämä alihankkijoilla. Kaikkea ei tarvitse

siis osata itse, mutta asiakkaalle pitää pystyä tarjoamaan laajempia kokonaisuuksia kuin mitä kilpailijoilla on tarjolla, jotta erottuu positiivisesti markkinoilla. Tämän vuoksi verkostoituminen on avainsana ja se takaa laajempien palvelukokonaisuuksien hallintaa.

Markkinointi sanana oli minulle ja lukemani perusteella monille yrittäjillekin kuvitteellisesti pelkästään mainontaa tarkoittava sana. Opinnäytetyön aikana on tullut selväksi, että mainonta on todella pieni osa markkinointia. Kaikenlainen yrityksen asiallinen edustaminen sekä se, että pitää yrityksen nimeä ja mainetta yllä joka tilanteessa on osa markkinointia. Lehtimainonta sekä muut perinteiset mainokset ovat mielestäni historiaa ja pitäisikin keskittyä enemmän suoramarkkinointiin, joka toimii nopeammin ja paremmin kohderyhmään ja on sitä paitsi monesti edullisempää kuin kalliit lehtimainokset. Markkinointi on muuttunut koko ajan enemmän myös sosiaaliseen mediaan ja on tärkeää perehtyä aiheeseen ja ottaa some haltuun ja ylläpitää sitä. Jos vähänkään löytyy kirjoitustaitoa niin esimerkiksi blogien kirjoittaminen yrityksen nimellä on nykyajan markkinointia. Esimerkiksi säännöllinen tietoisku-tyyppinen teksti jostakin rakentamiseen liittyvästä aiheesta levittää sanaa ja lisää yhteydenottoja ilman aggressiivista mainostamista.

Pienen rakennusyrityksen perustaminen oli opinnäytetyöaiheena erittäin mielenkiintoinen. Ennen työn aloitusta en tiennyt osakeyhtiöstä juuri mitään ja liiketoimintasuunnitelma harjoitustehtäväkin jäi aika alkeelliselle tasolle muutama vuosi sitten. Opinnäytetyöprosessin aikana on tullut suurempi kipinä yrittäjyydestä ja kun tietotaito on aiheesta nyt kattava, on aikaisempi epävarmuus oman yrityksen perustamisesta hävinnyt. Tämän prosessin haasteena oli se, ettei aikaa tietojen etsimiselle ja kirjoittamiselle oikein löytynyt ja työ keskeytyi useita kertoja tekijän elämäntilanteen ja työkiireiden vuoksi. Lopulta työstä saatiin kuitenkin kattava kokonaisuus, josta varmasti on hyötyä rakennusliikkeen perustajille. Omaan liiketoimintasuunnitelmaani sain työn ansiosta monipuolisemman katsantokannan.

## LÄHTEET

- Aaltonen, t n.d. Haettu 8.10.2018 osoitteesta  
<http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/yrityksen-riskienhallinta>
- Anttila M. & Iltanen K., 2004. Markkinointi. 1.–2. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Futuredu Oy n.d. Haettu 1.1.2019 osoitteesta  
<https://yritä.fi/yritysmuodot>
- Holopainen, T. 2015. Yrityksen perustamisopas. Porvoo. Bookwell Oy.
- Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Kariston Kirjapaino Oy
- Jadelcons Oy n.d. Haettu 8.10.2018 osoitteesta  
[https://www.yritystulkki.fi/application/files/6714/9121/4074/YT1\\_LTS\\_Laatisopas\\_KOSEK.pdf](https://www.yritystulkki.fi/application/files/6714/9121/4074/YT1_LTS_Laatisopas_KOSEK.pdf)
- Kuluttajansuoja n.d 1233/2006, 1§. Haettu 23.5.2018 osoitteesta  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20061233>
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Onnistu yrittäjänä n.d. Haettu 1.2.2019 osoitteesta  
<https://www.onnistuyrittajana.fi/ohje-yrityksen-perustaminen>
- Pokis Web-suunnittelu n.d. Haettu 4.11.2018 osoitteesta  
[www.pokis.fi](http://www.pokis.fi)
- Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. Kirjakas.
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Rakennusteollisuus n.d. Haettu 23.5.2018 osoitteesta  
<https://www.rakennusteollisuus.fi/Tietoa-alasta/Harmaan-talouden-torjunta/Tilaajavastuulaki/>
- Suomen riskienhallintayhdistys Ry n.d. Haettu 30.1.2019 osoitteesta  
<https://www.pk-rh.fi/tools/swot.html>
- Suomen yrittäjät n.d. Haettu 18.4.2018 osoitteesta

<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta>

Työ- ja elinkeinoministeriö n.d. Haettu 23.5.2018 osoitteesta  
<http://tem.fi/tilaajavastuu>

Työsuojeluhallinto n.d. Haettu 23.5.2018 osoitteesta  
<http://www.tyosuojelu.fi/harmaa-talous/tilaajavastuu>

Yrityssuomi n.d. Haettu 28.11.2018 osoitteesta  
<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/osakeyhtio>