

Kuinka suuri vaikutus Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on uu- sien yritysten menestymiseen

Pilvi Rinneaho

Opinnäytetyö
Kesäkuu 2020
Liiketalouden ala
Tradenomi (AMK), liiketalous



jamk.fi

Jyväskylän ammattikorkeakoulu
JAMK University of Applied Sciences

Tekijä(t) Rinneaho, Pilvi	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Kesäkuu 2020
	Sivumäärä 67	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Kuinka suuri vaikutus Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on uusien yritysten menestymiseen		
Tutkinto-ohjelma Liiketalous		
Työn ohjaaja(t) Ojanperä, Riku		
Toimeksiantaja(t) Keski-Suomen Uusyrityskeskus		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka suuri vaikutus Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on ollut uusien yritysten menestymiseen. Tutkimus tehtiin määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena, ja tutkimusote oli vertaileva. Tutkimuksessa tarkasteltiin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden osakeyhtiöiden menestystä, sekä verrattiin näiden yritysten menestystä sellaisten keski-suomalaisien yritysten menestymiseen, jotka eivät ole Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet. Arvoja tarkasteltiin vuosilta 2015–2019.</p> <p>Teoriaosuudessa perehdyttiin yrittäjyyteen, yritystoimintaan Suomessa, yrityksen menestystekijöihin, yrityksen epäonnistumisten aiheuttajiin ja menestymisen mittareihin. Menestymistä tutkittiin mittaamalla yritysten taloudellista menestystä ja toiminnan laajuutta.</p> <p>Tutkimuksessa kävi ilmi, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat pärjänneet keskimäärin hyvin. Yritysten kannattavuudessa, vakavaraisuudessa ja maksuvalmiudessa on tapahtunut myönteistä kehitystä, minkä lisäksi yritysten toiminnan laajuus on ollut keskimäärin kasvussa.</p> <p>Yritysten taloudellisen menestymisen kasvu on ollut kaikilla käytetyillä mittareilla suurempaa kuin vertaisryhmällä, minkä lisäksi myös liikevaihdon kasvu on ollut suurempaa. Henkilöstömäärän kasvu oli ainoa mittari, jossa kasvu on ollut pienempää kuin vertaisryhmällä. Yhteenvetona voidaan siis todeta, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on ollut positiivinen vaikutus yritysten menestymiseen.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Osakeyhtiö, pk-yritys, menestystekijät, yrittäjyys, yritystoiminta, tunnusluvut		
Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Rinneaho, Pilvi	Type of publication Bachelor's thesis	Date June 2020
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 67	Permission for web publication: x
Title of publication The significance of the Central Finland New Business Center services for the success of new companies		
Degree programme Business Administration		
Supervisor(s) Ojanperä, Riku		
Assigned by Keski-Suomen Uusyrityskeskus		
Abstract <p>The purpose of the thesis was to find out how much the services of the Central Finland New Business Center (Keski-Suomen Uusyrityskeskus) have impacted the success of new companies. The study was conducted as a quantitative study and the research approach was comparative. The research examined the success of limited companies that have used the services of the Central Finland New Business Center and compared the success of these companies with the companies in Central Finland that have not used the services. The review period was 2015—2019.</p> <p>The theory part of the thesis focused on entrepreneurship, entrepreneurship in Finland, the success factors of the company, the causes of the company failures and the indicators of success. Success was researched by measuring the financial performance of the companies and the scale of their operations.</p> <p>The study showed that companies that have used the services of the Central Finland New Business Center have performed well on average. There has been a positive development in the profitability, solvency and liquidity of the companies, and the scale of companies' operation has been growing on average.</p> <p>The growth in the financial success of the companies has been higher than in the peer group with all the applied indicators. Furthermore, the turnover growth has also been higher than in the peer group. The increase in the number of employees was the only indicator where the growth has been lower than in the peer group. In summary, the services of the Central Finland New Business Center have had a positive effect on the success of the companies.</p>		
Keywords/tags (subjects) limited company, small and medium enterprises, success factor, entrepreneurship, statistic		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Tutkimusasetelma	5
3	Yrittäjyys	10
3.1	Syitä yrittäjäksi ryhtymiselle.....	10
3.2	Yrityksen perustamiseen vaikuttavat tekijät.....	11
3.3	Kansantalouden ja yrittäjyyden välinen yhteys.....	12
3.4	Yritystoiminta Suomessa.....	14
4	Yritystoiminnan menestys- ja uhkatekijät	17
4.1	Kasvun tavoittelu	17
4.2	Menestystekijät yritysten alku- ja kasvuvaiheessa.....	18
4.3	Yrittäjän ominaisuuksien vaikutus yrityksen menestymiseen	21
4.4	Kilpailijoista erottautuminen menestystekijänä	22
4.5	Yritystoiminnan epäonnistuminen	23
5	Menestymisen mittarit	26
5.1	Taloudellisten toimintaedellytysten mittarit	26
5.2	Toiminnan laajuuden mittarit.....	28
5.3	Tehokkuuden mittarit	29
6	Uudelle yrittäjälle saatavilla olevat palvelut ja apu	30
7	Tutkimustulokset	32
7.1	Tutkimuksen toteutus	32
7.2	Yritysten taloudellinen menestys	34
7.3	Yritysten toiminnan laajuus.....	48
8	Yhteenveto ja johtopäätökset	56
8.1	Taloudellinen menestyminen.....	56
8.2	Yritysten toiminnan laajuus.....	59
8.3	Johtopäätökset	59

9 Pohdinta	62
Lähteet	64

Kuviot

Kuvio 1. Kansantalouden kiertokulkumalli rahavirroin	13
Kuvio 2. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Suomessa.....	15
Kuvio 3. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Keski-Suomessa	16
Kuvio 4. 1. ryhmän liikevoitto-%.....	35
Kuvio 5. Yritysten liikevoittoprosentti ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	36
Kuvio 6. Molempien ryhmien liikevoitto-% ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	37
Kuvio 7. Käyttökate vuosina 2016—2019	38
Kuvio 8. Yritysten ensimmäinen ja viimeisin käyttökate-%	39
Kuvio 9. Molempien ryhmien ensimmäinen ja viimeisin käyttökate-%	39
Kuvio 10. 1.ryhmän omavaraisuusaste	41
Kuvio 11. Yritysten omavaraisuusaste ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	41
Kuvio 12. Molempien ryhmien omavaraisuusaste ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	43
Kuvio 13. Molempien ryhmien omavaraisuusaste luokkien mukaan	44
Kuvio 14. 1. ryhmän current ratio ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden mukaan	46
Kuvio 15. Molempien ryhmien current ratio ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	47
Kuvio 16. Yritysten liikevaihto vuosina 2015-2019.....	49
Kuvio 17. Yritysten liikevaihto ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	50
Kuvio 18. Molempien ryhmien liikevaihto ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	50
Kuvio 19. 1.ryhmän liikevaihdon kasvu-% vuosina 2016-2019	51
Kuvio 20. 1. ryhmän liikevaihdon kasvu-% ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	52

Kuvio 21. Molempien ryhmien liikevaihdon kasvu-% ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	52
Kuvio 22. Yritysten henkilöstömäärä ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena .	54
Kuvio 23. 1. ryhmän henkilöstömäärän muutos luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	54
Kuvio 24. Molempien ryhmien henkilöstömäärä ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	55
Kuvio 25. Molempien ryhmien henkilöstömäärän muutos luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	56

Taulukot

Taulukko 1. Quick ration ja current ration arviointikriteerit	27
Taulukko 2. 1. ryhmän liikevoitto-% tunnuslukuja	34
Taulukko 3. 1. ryhmän käyttökate	37
Taulukko 4. 1. ryhmän omavaraisuusaste	40
Taulukko 5. 1. ryhmän omavaraisuusaste ryhmittäin	42
Taulukko 6. Yritysten omavaraisuus luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	43
Taulukko 7. 1. ryhmän current ratio vuosina 2016–2019.....	45
Taulukko 8. 1.ryhmän current ratio arvoluokkien mukaan 2016-2019.....	45
Taulukko 9. 1. ryhmän current ratio arvoluokkien mukaan ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	47
Taulukko 10. Molempien ryhmien current ratio luokkien mukaan ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena	48
Taulukko 11. Yritysten liikevaihto vuosina 2015–2019	49
Taulukko 12. 1. ryhmän henkilöstön määrä.....	53

1 Johdanto

Ensimmäiset vuodet ovat kriittisiä yritysten menestymisen kannalta. Uusia yrityksiä perustetaan jatkuvalla tahdilla, mutta tahti lopettaneissa yrityksissä on myös kova. Kilpailu yritysten välillä on kovaa, jolloin erottautuminen on tärkeää. Yritysten menestymiseen vaikuttaakin moni eri tekijä, niin sisäiset kuin ulkoisetkin. Joskus myös puhtaalla tuurillakin voi olla osuutta asiaan. Yrittäjyys on nimensäkin mukaisesti yrittämistä ja yrittämiseen kuuluu aina myös riskit. Yritykset kohtaavatkin monenlaisia haasteita ja kriisejä toimintansa aikana, ja menestymisen kannalta merkittävää onkin, kuinka näissä tilanteissa toimitaan.

Yrityksillä on erilaisia tavoitteita menestymiselle ja kasvulle. Joidenkin päämääränä on laajentaa toimintaa ja kasvattaa yrityksen taloudellista menestystä mahdollisimman suureksi, jotkut tähtäävät pieneen, hallittuun kasvuun, ja joillakin puolestaan tavoitteena ei ole kasvu, vaan vakaan ja kannattavan yritystoiminnan pyörittäminen ja itsensä elättäminen sillä riittää. Yritys voi olla menestynyt ja kannattava vaikka kasvua ei olisikaan. Yritysten menestymistä voidaan tarkastella taloudellisen menestymisen, toiminnan laajuuden ja tehokkuuden kautta.

Yrityksillä on tärkeä rooli kansantalouden pyörittämisessä ja uusia yrittäjiä pyritäänkin auttamaan erilaisten palvelujen avulla. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Keski-Suomen Uusyrityskeskus. Uusyrityskeskusten ideana on auttaa yrittäjiä yritysten perustamisessa. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Keski-Suomen Uusyrityskeskusten palveluita käyttäneiden yritysten menestymistä sekä sitä, kuinka suuri vaikutus Keski-Suomen Uusyrityskeskusten palveluilla on ollut yritysten menestymiseen. Yritysten menestymistä on tarkasteltu taloudellisen menestymisen ja toiminnan laajuuden kautta. Tutkimus on rajattu osakeyhtiöihin, sillä osakeyhtiölaki velvoittaa osakeyhtiöitä julkaisemaan yrityksen keskeisimmät tunnusluvut, joten niiden tiedot olivat saatavilla tutkimusta varten.

Tutkimus antaa toimeksiantajalle arvokasta tietoa siitä, kuinka heidän palveluitaan käyttäneet yritykset ovat pärjänneet ja millainen vaikutus heidän työllään on ollut

yrittäjien menestymiseen. Tutkimus saattaa myös rohkaista uusia yrittäjiä hyödyntämään saatavilla olevia neuvontapalveluita.

2 Tutkimusasetelma

Tutkimusote ja menetelmät

Tutkimukset voivat olla joko laadullisia tai määrällisiä. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus eroaa laadullisesta eli kvalitatiivisesta tutkimuksesta esimerkiksi sillä, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkittava ilmiö tunnetaan, toisin kuin laadullisessa tutkimuksessa (Kananen 2014, 133). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusaineistot ovat yleensä myös suurempia kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään vastaamaan esimerkiksi kysymyksiin ”miksi?” ja ”miten?”, kun taas kvantitatiivisessa etsitään vastauksia esimerkiksi missä- ja kuinka paljon -tyylisiin kysymyksiin. (Holopainen & Pulkkinen 2002, 21.) Kvantitatiivinen tutkimus pitää aina sisällään mittaamista. Siinä voidaan mitata erilaisten asioiden lisäksi myös näiden asioiden välisiä määriä ja suhteita. (Kananen 2014, 136.) Kvantitatiivinen tutkimus perustuukin muuttujiin ja niiden välisiin suhteisiin (mts. 140). Laadullisessa tutkimuksessa mittaaminen ei ole mahdollista, sillä siinä ei tunneta tutkittavaa ilmiötä eikä näin ollen tiedetä mitä mitattaisiin (mts. 136). Jotta voidaan mitata, pitää tutkimuksen alussa määrittää mittarit, joilla sitten mitataan haluttuja muuttujia (mts. 140).

Määrällinen tutkimus voi olla joko selittävää, kuvaavaa, kartoittavaa, vertailevaa tai ennustavaa (Vilkkä 2007, 19). Vertailevaan tutkimukseen kuuluu yleensä hypoteesin asettaminen ennen tutkimusta (mts. 21). Määrällisessä tutkimuksessa on tapana myös tutkia tutkittavan asian kausaalisuhteita ja selittää niitä. Kausaalisuhteet tarkoittavat syy-seuraussuhteita. Pelkästään se että havaitaan, että tutkittavien asioiden välillä on yhteys, ei riitä määrällisessä tutkimuksessa. Määrällisissä tutkimuksissa tulee mitata myös sitä, kuinka paljon tutkittavat asiat vaikuttavat toisiinsa. (Mts. 23.)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty määrällistä, vertailevaa tutkimusta. Tutkimuksessa on tutkittu yritysten menestymistä vuosina 2015–2019, sekä yritysten ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välistä eroa. Tutkimuksessa on verrattu yrityksiä jotka ovat

käyttäneet Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita sellaisiin yrityksiin, jotka eivät ole kyseisiä palveluita käyttäneet. Ensimmäisenä hypoteesina on, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten taloudellinen menestyminen ja toiminnan laajuus ovat olleet keskimäärin kasvussa. Toisena hypoteesina on, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat menestyneet paremmin kuin sellaiset yritykset, jotka eivät ole kyseisiä palveluita hyödyntäneet. Hypoteesit perustuvat siihen oletukseen, että uudet yrittäjät tarvitsevat yleensä kokemuksen puutteen vuoksi apua ja neuvoa yrityksen perustamiseen ja pyörittämiseen liittyvissä asioissa, jolloin myös sellaiset yritykset, jotka ovat neuvonpalveluita hyödyntäneet, ovat pärjänneet myös paremmin.

Tutkimus on rajattu osakeyhtiöihin, sillä osakeyhtiölaki velvoittaa osakeyhtiöitä julkaisemaan liiketoimintansa tunnusluvut vuosittain, jolloin niistä on mahdollista hakea tietoa netistä. Yrityksistä on kerätty tietoa vuosilta 2015–2019 jotta voidaan seurata kuinka tunnusluvut ovat kehittyneet ensimmäisten vuosien aikana. Tutkimuksen kohteena olevat yritykset ovat perustettu vuonna 2015 tai sen jälkeen. Yritysten tiedot on kerätty Fonectan Finder-palvelusta.

Tutkimusongelma ja -kysymykset

Kvantitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelman määrittely, johon sitten lähdetään etsimään vastausta tai ratkaisua. Jotta tutkimusongelma voidaan ratkaista, täytyy sitä varten kerätä tietoa. Tutkimusongelman määrittelyn jälkeen vuorossa onkin tarvittavan tiedon määrittäminen. (Kananen 2008, 11.)

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, kuinka Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat menestyneet ja kuinka suuri vaikutus Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on ollut yritysten menestymiseen. Tutkimuskysymyksinä toimivat seuraavat kysymykset:

Kuinka Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat pärjänneet taloudellista menestymistä ja toiminnan laajuutta kuvaavilla mittareilla?

Kuinka suuri ero on Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten ja yritysten, jotka eivät ole Keski-Suomen palveluita käyttäneet, välillä yritysten taloudellisen menestymisen ja toiminnan laajuutta kuvaavilla mittareilla?

Aineistonkeruumenetelmä

Määrällisessä tutkimuksessa tyypillisimpiä aineistonkeruumenetelmiä ovat kyselyt, haastattelut ja havainnointi. Aineistoa voi myös kerätä valmiista rekistereistä, kuten tilastokeskuksen tilastoista. Määrällisessä tutkimuksessa voi hyödyntää monia eri aineistoja. Aineistojen tulee olla kuitenkin muutettavissa mitattavaan muotoon. (Vilka 2007, 30–31.) Tutkittavaa otosta muodostaessa täytyy ensimmäisenä määritellä populaatio, eli kohderyhmä, jota tutkitaan. Kokonaistutkimuksessa mittaukseen otetaan mukaan kaikki kohderyhmän tilastoyksiköt. Otantatutkimuksessa puolestaan muodostetaan kohderyhmää edustava otos. Otoksen tavoitteena on olla pienoiskuva koko populaatiosta. Otoksoon suuruuteen vaikuttaa perusjoukko sekä budjetti. Mitä moninainen perusjoukko on, eli mitä suurempi on hajonta muuttujien välillä, sitä suurempi myös otoksen tulisi olla. Otoksoon kasvattaminen parantaa yleensä myös tulosten luotettavuutta. (Kananen 2008, 70–71.)

Otantamenetelmät voidaan jakaa ei-todennäköisyysotoksiin ja todennäköisyysotoksiin. Todennäköisyysotanta tarkoittaa sitä, että kaikilla perusjoukon yksiköillä on yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi otokseen. Jotta todennäköisyysotannan voisi suorittaa, tulee saatavilla olla luettelo tai rekisteri perusjoukon yksiköistä. Ei-todennäköisyyteen perustuvat otannat voidaan jakaa harkinnanvaraiseen otantaan, kiintiöpöimintaan ja mukavuusotantaan. Todennäköisyyteen perustuva otanta voidaan puolestaan jakaa yksinkertaiseen satunnaisotantaan, systemaattiseen otantaan, ositettuun otantaan ja ryväotantaan. (Kananen 2008, 73–76.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin aineistonkeruumenetelmänä aineiston keräämistä valmiista rekistereistä. Sen avulla saatiin kerättyä kattavasti tietoa yritysten tunnusluvuista, jotka kuvaavat yritysten menestymistä. Perusjoukkona toimi vuosina 2015–2017 perustetut keskisuomalaiset osakeyhtiöt, sekä Keski-Suomen Uusyrityskeskus-

sen palveluita käyttäneet osakeyhtiöt. Lista Keski-Suomen palveluita käyttäneistä yrityksistä saatiin suoraan toimeksiantajalta, ja sen koko oli 387 havaintoyksikköä. Vertaisryhmä koostettiin ositetulla satunnaisotannalla. Yritykset jaettiin ryhmiin perustamisvuoden mukaan, jotta saataisiin samaa luokkaa oleva hajautuminen vuosien välillä, mitä Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten listasakin oli. Tämän jälkeen valittiin satunnaisotannalla yksiköt. Listasta tarkastettiin, ettei joukossa ollut samoja yrityksiä, jotka olisivat Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet ajalla 2015–2017. Keski-Suomeen on perustettu vuosina 2014–2016 noin 1 170–1 200 uutta yritystä per vuosi. Vuosina 2014–2016 perustettiin yhteensä noin 3 500 uutta yritystä. (Tilastokeskuksen Px-Web-tietokannat.) Vuodelta 2017 ei löytynyt tietoja. Otoskooksi valikoitui 373 yritystä, eli vähän reilu 30 % vuosittaisesta määrästä ja noin 10 % kaikista vuosien 2014–2016 perustettujen yritysten määrästä.

Analyysimenetelmät ja tutkimustulosten esittäminen

Tulosten analysointiin on monta keinoa. Analysointikeinon valintaan vaikuttaa se, mitä mittareita tutkimuksessa on käytetty ja mitkä ovat mittaustasot. Analysointimenetelmän valintaan vaikuttaa myös tutkimusongelma, sekä tutkittavan ilmiön teoreettiset taustaoletukset. Jos tutkimusongelma rajoittuu pelkkään kuvailuun, niin kuin yleensä opinnäytetöissä on, riittää analyysimenetelmäksi silloin aineiston rakennetta kuvaavat tunnusluvut, ristiintaulukointi ja riippuvuusanalyysit. (Kananen 2008, 51.)

Ryhmiä välistä eroa voidaan tutkia kahden riippumattoman otoksen vertailulla. Jos keskiarvot poikkeavat selvästi toisistaan, voidaan todeta, että tutkittavalla tekijällä x on ollut vaikutusta tuloksiin. Pienet erot voivat kuitenkin johtua otantavirheestä. Kahden riippumattoman otoksen tutkimiseen voidaan käyttää kahden riippumattoman otoksen t -testiä. Jos t -testillä saatu p -arvo on alle 0,05, voidaan eroa pitää tilastollisesti merkittävänä. T -testiä tehdessä tulee valita, tehdäänkö yhtä suurten vai erisuurten varianssien testi. Yhtä suurten varianssien testi sopii silloin, kun ryhmien varianssit ovat lähes yhtä suuret. Jos taas ryhmien varianssien yhtäsuuruutta ei voida olettaa, käytetään erisuurten varianssien testiä. Jos ei ole varma, kumpi pitäisi valita, kannattaa testi suorittaa erisuurten varianssien testinä. T -testiä tehdessä täytyy

myös valita, käytetäänkö kaksisuuntaista vai yksisuuntaista testiä. Jos kumman tahansa ryhmän keskiarvo voi olla toista suurempi, tulee käyttää kaksisuuntaista testiä. Jos etukäteen ajateltuna ainoastaan toisen ryhmän keskiarvo voi olla suurempi, käytetään yksisuuntaista testiä. (Kahden riippumattoman otoksen vertailu 2019.)

Kahden riippuvan otoksen testi on kyseessä silloin, kun otoksina toimii samat havaintoyksiköt. Myös tässä testissä tarkastellaan keskiarvojen eroavaisuutta. P-arvo selvitetään kahden riippuvan otoksen t-testillä. Myös tässä ylärajana p-arvolle on 0,05, jotta tuloksia voidaan pitää tilastollisesti merkittävänä ja testiä tehdessä valitaan joko kaksi- tai yksisuuntainen testi. Sekä kahden riippumattoman, että kahden riippuvan otoksen t-testin suorittamiseksi otoskoon tulisi olla vähintään 30. (Kahden riippuvan otoksen vertailu 2019.) Tutkimustuloksia voi esittää esimerkiksi suorien jakaumien ja ristiintaulukoinnin avulla (Kananen 2008, 41,44). Tässä opinnäytetyössä tuloksia on tarkasteltu t-testin, keskihajonnan, keskiarvojen ja mediaanien avulla.

Tutkimuksen luotettavuuden varmistaminen

Kun lähdetään tekemään tutkimusta, kuuluu siihen oleellisena osana myös tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin tarkastelu. Tutkimuksen tulee olla validiteetti, eli siinä on mitattu tutkimusongelman kannalta oikeaa asiaa, sekä reliabiliteetti, eli mittaustulosten tulee olla pysyviä, jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana. (Kananen 2014, 137.)

Jotta tutkimus olisi validiteetti, tulee siinä käyttää oikeita mittareita ja tutkimusmenetelmää. Validiteetti voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksessa käytetyn prosessin järjestelmällistä luotettavuutta. Ulkoinen validiteetti tarkoittaa puolestaan sitä, että tutkimustulokset ovat yleistämiskelpoiset, eli otos vastaa perusjoukkoa. (Kananen 2008, 83–84.)

Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa siis sitä, että mittaustulokset pysyisivät samana, vaikka tutkimus suoritettaisiin uudestaan. Reliabiliteetti poistaa siis sen mahdollisuuden, että tutkimustulokset johtuisivat pelkästä sattumasta. Opinnäytetyössä reliabiliteetin todentamiseen riittää, että tutkimuksen vaiheet on dokumentoitu ja ratkaisut perusteltu. (Kananen 2008, 79.)

3 Yrittäjyys

Yrittäjyydellä on olemassa monia eri määritelmiä. Yrittäjyyttä voi kuvata esimerkiksi siten, että se on tilaisuuksien havaitsemista, tunnistamista ja niiden hyödyntämistä. Yrittäjyyteen liittyy myös taloudellisen hyödyn tavoittelemisen. (Möttönen 2019, 15.)

3.1 Syitä yrittäjäksi ryhtymiselle

Tekijät, jotka saavat ihmiset ryhtymään yrittäjäksi, voidaan jakaa kolmeen pääryhmään, joita ovat yrittäjän yleiset taustatekijät, henkilötekijät ja henkilön elämäntilanne. Yleisillä taustatekijöillä tarkoitetaan yrittäjän aikaisempaa työkokemusta, sosiaalista taustaa ja tietoisuutta yrittäjyydestä. Uudella yrittäjällä voi olla vahva käsitys yrittäjyydestä esimerkiksi vanhempien yrittäjätaustan kautta. Tutkimukset ovatkin osoittaneet, että vanhempien yrittäjyydellä on suuri vaikutus yrittäjäksi ryhtymiseen. Myös yrittäjäksi ryhtyvän edellinen työkokemus vaikuttaa yrityksen perustamiseen, sillä yritystoiminta voi olla esimerkiksi jatkoa harjoitetulle palkkatyölle. (Yrittäjäksi ryhtyminen n.d.)

Henkilötekijöillä tarkoitetaan puolestaan yrittäjän luonteenpiirteitä ja henkilökohtaisia ominaisuuksia. Esimerkiksi henkilön usko siihen, että hän pystyy vaikuttamaan omaan menestykseensä, henkilön itseluottamus ja usko omiin kykyihin vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen. Yksi yleinen luonteenpiirre yrittäjillä on halu hallita asioita. Yrittäjät ovat usein myös suoriutumishaluisia, eli haluavat kehittyä jatkuvasti ja saavuttaa aiempaa parempia tuloksia. Halu itsenäiseen työskentelyyn, riippumattomuuteen ja sosiaalisuus ovat myös syitä yrittäjäksi ryhtymiseen. (Yrittäjäksi ryhtyminen n.d.)

Tilannetekijöillä tarkoitetaan puolestaan elämäntilannetta, jossa yrittäjäksi aikova elää. Tilannetekijät voivat olla joko positiivisia tai negatiivisia. Positiivisia tilannetekijöitä ovat esimerkiksi mahdollisuus hyödyntää omaa erikoisosaamistaan yrityksen perustamisessa sekä yhteiskunnan tarjoamat edellytykset ja apu, kuten starttiraha ja neuvontapalvelut. Myös sattumalla on monesti osaa yrityksen perustamisessa. Yrittäjäksi

aikovalle saattaa sattumalta avautua hyvä tilaisuus oman yrityksen perustamiseen. Negatiivisia, yrittäjäksi ajavia tilannetekijöitä voi puolestaan olla esimerkiksi työttömyyden pelko tai työttömyys, etenemismahdollisuuksien puute töissä, viihtymättömyys nykyisissä työtehtävissä ja sopeutumattomuus alaisena olemiseen. (Mt.)

3.2 Yrityksen perustamiseen vaikuttavat tekijät

Yrityksen perustamiseen vaikuttavat tekijät voidaan jakaa neljään osioon, joita ovat henkilökohtainen tilanneikkuna, yhteiskunnan tilanneikkuna, markkina- ja mahdollisuusikkuna, sekä henkilökohtaiset ominaisuudet ja taustat (Lehti ym. 2007, 39). Henkilökohtainen ikkuna pitää sisällään perhetilanteen, taloudellisen tilanteen, muut henkilökohtaiset tilanteet sekä markkinoiden muodostamat mahdollisuudet. Perhetilannetekijät eli se, onko yrittäjäksi haluava perheellinen vai asuuko yksin, onko lapsia, onko puolisoa työpaikkaa ja muut vastaavat tekijät voivat vaikuttaa yrityspäätökseen sekä positiivisesti, että negatiivisesti. Taloudellinen tilanne asettaa panokset siihen, kuinka tärkeää yritystoiminnassa onnistuminen on elintulon kannalta. Muihin henkilökohtaisiin tilanteisiin lukeutuvat esimerkiksi erilaiset muutostilanteet elämässä, kuten muutto, työttömyys tai ero, jotka saattavat vaikuttaa päätökseen yrittäjäksi ryhtymiselle. Nämä kaikki tekijät voivat toimia joko kannustavina tai rajoittavina tekijöinä yritystoiminnan perustamiselle. (Lehti ym. 2007, 42.)

Yhteiskunnalliseen tilanneikkunaan kuuluu puolestaan työllisyystilanne, verotustilanne, taloudellinen tilanne, lainsäädännöllinentilanne ja arvotilanne, jotka voivat joko houkutella yrityksen perustamiseen tai luoda painetta sille. Esimerkiksi työllisyystilanne voi aiheuttaa painetta yrittäjäksi ryhtymiselle, jos henkilölle ei ole sopivia töitä tarjolla tai mahdollisuuksia siihen. (Mts. 46.)

Markkinat muodostavat mahdollisuusikkunan. Markkinalähtöinen yritysidea tarkoittaa sitä, että joku havaitsee jonkun kuluttajien tarpeen, jonka täyttääkseen hän perustaa yrityksen. Henkilö voi esimerkiksi huomata, että hänen kaupungissaan ei ole yhtään kenkäkauppaa, vaikka kysyntää sille olisikin, joten hän päättää perustaa kenkäkaupan alueelle. Yrittäjälähtöinen yritystoiminta puolestaan tarkoittaa sitä, että

henkilö perustaa yrityksen omien mielenkiinnonkohteidensa ja osaamisensa perusteella. Jotta yritys voisi menestyä, tulee itse yritystoiminnan olla markkinaperusteinen, eli tuotteella tulisi olla tarpeeksi kysyntäperustaa markkinoilla. Uutta yritystä perustaessa tulisikin pohtia, onko kysyntäperustaa riittävästi, jotta yritystoiminnan pyörittäminen olisi kannattavaa. Mahdollisuusikkunaan kuuluu myös vallitsevan kilpailutilanteen arvioiminen, eli onko yrityksellä mahdollisuuksia kilpailla muiden yritysten kanssa niin, että se saisi riittävän kokoisen siivun markkinoista, jolloin toiminta olisi tuottavaa. Kannattaa myös pohtia, kattaako mahdolliset tulot menot, eli olisiko liiketoiminta taloudellisesti kannattavaa. Mahdollisuusikkunaan liittyy myös yrittäjän taloudelliset resurssit ja yrityksen toiminnalliset resurssit (Mts. 42–44.)

Henkilökohtaiset ominaisuudet ja taustat pitävät sisällään mm. iän, sukupuolen, koulutuksen, työkokemuksen, persoonallisuuspiirteet, arvoperustan, sekä asennemaailman. Myös nämä tekijät voivat vaikuttaa yrityksen perustamisen kannattavuuteen. (Mts. 40–41.)

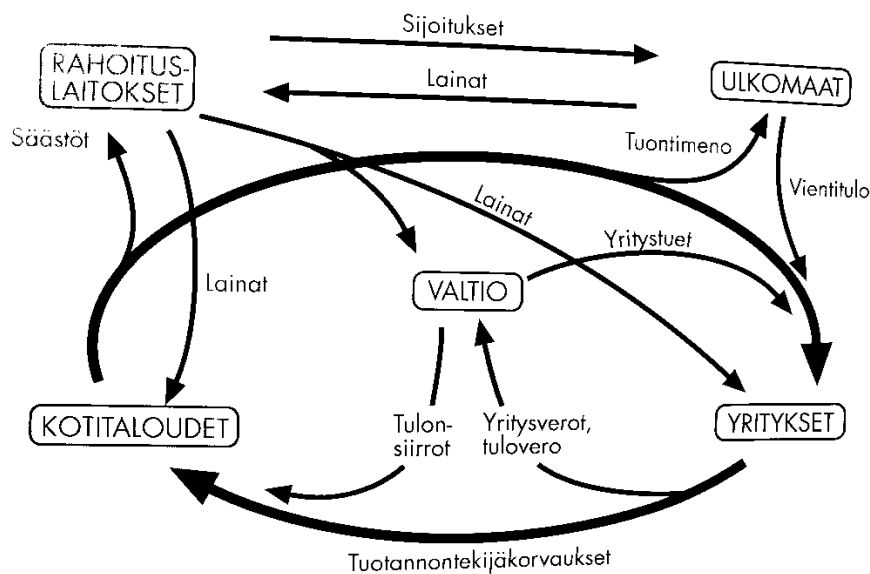
3.3 Kansantalouden ja yrittäjyyden välinen yhteys

Kansantalouden perussektorit jaetaan viiteen ryhmään, joita ovat kotitaloudet, yritykset, julkinen sektori, rahoituslaitokset ja ulkomaat. Kotitaloudet muodostavat pienimmän päätöksentekoyksikön koko kansantaloudesta. Kotitaloudet pitävät sisällään työvoiman, pääoman, maa-alueet ja raaka-aineet sekä yrittäjyyden, joista voidaan käyttää yhteisnimitystä ”tuotannontekijät”. Yritykset tarvitsevat näitä tuotannontekijöitä toimiakseen. Yritykset puolestaan tarjoavat kotitaloussektoreille heidän tarvitsemiaan hyödykkeitä. (Miettinen ym. 1998, 16–17.)

Julkisen sektorin rooli kansantalouden kiertokulussa on olla tasapainoittajana kansantaloudessa. Julkinen sektori saa tulonsa veroina kotitalouksilta ja yrityksiltä, ja se käyttää tulonsa julkisten palvelujen tuottamiseen ja investointeihin, josta kotitaloudet ja yritykset hyötyvät. Rahalaitoksien tehtävänä taas on toimia rahoituspalveluiden välittäjänä eri sektorien välillä. Kotitaloudet tallettavat osan rahoista tililleen eli eivät käytä kaikkea heti, ja rahoituslaitokset lainaavat näitä säästöjä yrityssektoreille,

jotta yritykset voisivat tehdä investointeja. Rahoituslaitoksina toimii yleensä pankit. (Mts. 16–17.)

Myös ulkomailla on oma roolinsa kansantalouden kiertokulussa. Ulkomaat vastaavat vienti- ja tuontikysyntään sekä toimivat sijoituskohteina ja vieraan pääoman lähteinä. Kaikki nämä kansantalouden muodostavat eri ryhmät vaikuttavat toisiinsa muodostaen kansantalouden kiertokulkumallin, kuten kuviosta 1 voidaan nähdä. (Mts. 17–18.)



Kuvio 1. Kansantalouden kiertokulkumalli rahavirroin (Miettinen ym.1998, 18)

Yritysten rooli kansantaloudessa on tärkeä, sillä yrityssektori pitää huolen kansantalouden palvelukyvyistä. Yrityssektorilla on tärkeä rooli rahavirran kulussa, sillä raha toimii ikään kuin koko kansantalouden moottorina ja yritykset pitävät tämän moottorin käynnissä ja liikkeellä. Yritysten menestyminen siis vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka nopeasti raha liikkuu. Jos yrityssektori ei toimi kunnolla ja yritysten rahavirta on heikkoa, hidastuu koko kansantalouden rahan liikkuvuus, jolloin käytettävissä olevasta rahasta on puutetta. (Parkkinen 1999, 16–17.) Kansantaloudessa tapahtuu jatkuvasti muutoksia, joita pyritään ennustamaan etukäteen. Taloudellisen kasvun mittarina käytetään yleensä BKT:ta, eli bruttokansantuotetta. (Miettinen ym. 1998, 69–70.)

Kansantalouden tilanne Suomessa

Siinä missä suomalainen yritystoiminta vaikuttaa maamme elintasoon, vaikuttaa myös elintaso yritysten tulokseen. Esimerkiksi suomalaisten yritysten menestyminen maailmalla parantaa Suomen yleistä taloustilannetta ja yleinen taloustilanne taas näkyy ihmisten ostokäyttäytymisessä, mikä puolestaan vaikuttaa yritysten menestymiseen. Talouden kehittymistä voidaan mitata eri mittareilla, joita ovat BKT, työttömyys- ja työllistymisaste sekä hintaindeksi. (Viitala & Jylhä 2006, 14–15.) Suomen BKT on ollut kasvussa vuosina 2015–2019. Vuonna 2019 BKT (€/asukas) oli 43 484. Myös kotitalouksien velkaantumisaste on ollut kasvussa. (Kansantalous 2020.) Työllisyys- ja työttömyysasteessa on paljon vaihtelua eri vuosien välillä, mutta työllisyysaste on keskimäärin ollut kasvussa (Työllisyys kasvoi, työttömyys laski vuoden takaiseen verrattuna, 2019).

Vaikka kansantalous onkin ollut kasvussa, on kasvu hidastunut vuoden 2016 jälkeen (Kansantalous 2020), minkä myötä myös pk-yritysten suhdanneodotukset ovat laskeutuneet. Odotukset liikevaihdon kasvusta on myös hidastunut, samoin odotukset henkilökunnan määrästä. (Pk-yritysbarometri syyskuu 2019, 4.)

3.4 Yritystoiminta Suomessa

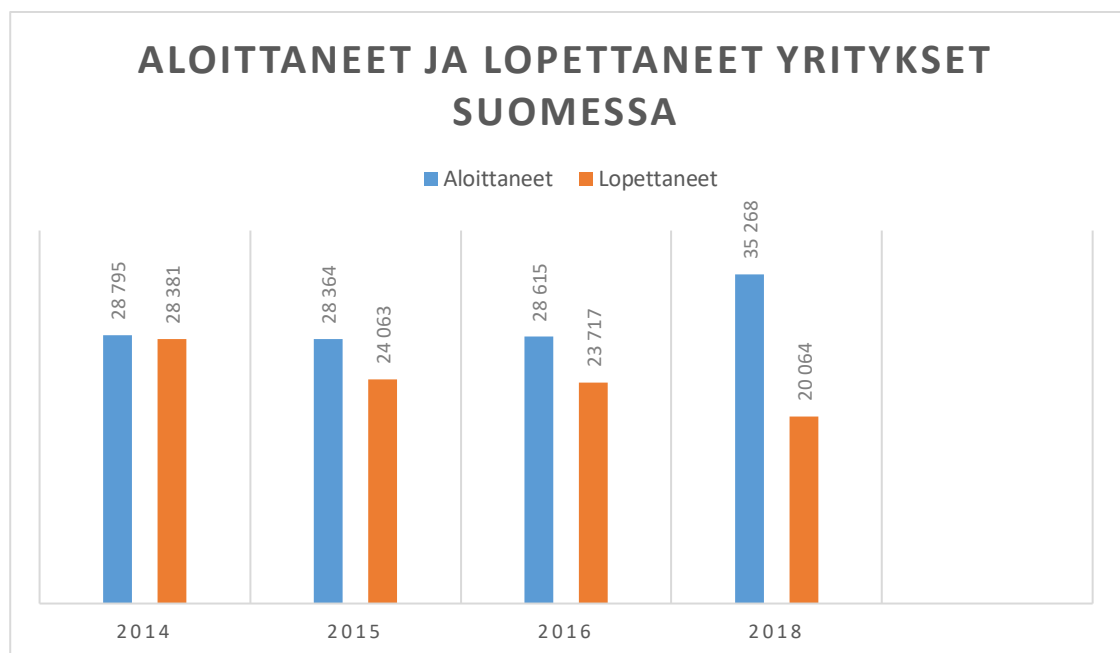
Suomessa on vähän vajaa 300 000 yritystä, pois lukien maa-, metsä- ja kalatalouden. Yritysten määrä on ollut keskimäärin kasvussa vuodesta 1995 lähtien. (Yrittäjyystilastot 2018, 2-3.) Keski-Suomessa sijaitsevia yrityksiä on noin 19 000 (Tilastokeskuksen PxWeb tietokannat). Suurin osa suomalaisista yrityksistä on pk-yrityksiä (Pk-yritysten rooli suomessa n.d. 1). Yrityksistä suurin osa, 93 %, on alle kymmenen henkilön yrityksiä, eli mikroyrityksiä. Suuryritysten osuus on vain 0,2 %. Pienyritysten osuus (henkilöstö 10–49) on vähän vajaa 6 % ja keskisuurten yritysten osuus (henkilöstömäärä 50–249) on noin 1 %. Yksinyrittäjyys on yleisin yrittäjyydenmuoto, sillä 71 % yrittäjistä on yksinyrittäjiä. (Yrittäjyystilastot 2018, 2, 8.)

Yritysmuodoista yleisin on toiminimi. Esimerkiksi vuonna 2019 noin 49 % perusteista yrityksistä oli toiminimellä toimivia. Toiseksi yleisin yritysmuoto on osakeyhtiö, joiden osuus uusista yrityksistä oli vuonna 2019 42 %. Osuuskunnan osuus on pienin, noin 1 %. Myös kommandiittiyhtiöiden (3 %) ja avoimien yhtiöiden (2 %) osuus on

pieni. (Yritysmuodot, 2019.) Osakeyhtiö on siis yleisin valinta silloin, kun perustajia on useita. Osakeyhtiön voi kuitenkin perustaa myös yksin. Osakeyhtiön valinta on kannattavaa varsinkin silloin, kun on tarvetta suurelle pääomalle. Vähimmäismäärä sijoitettavalle pääomalle on 2 500 euroa. Osakkaan vastuu osakeyhtiössä rajoittuu hänen sijoittamaansa pääomaan. (Raatikainen 2012, 75–76.)

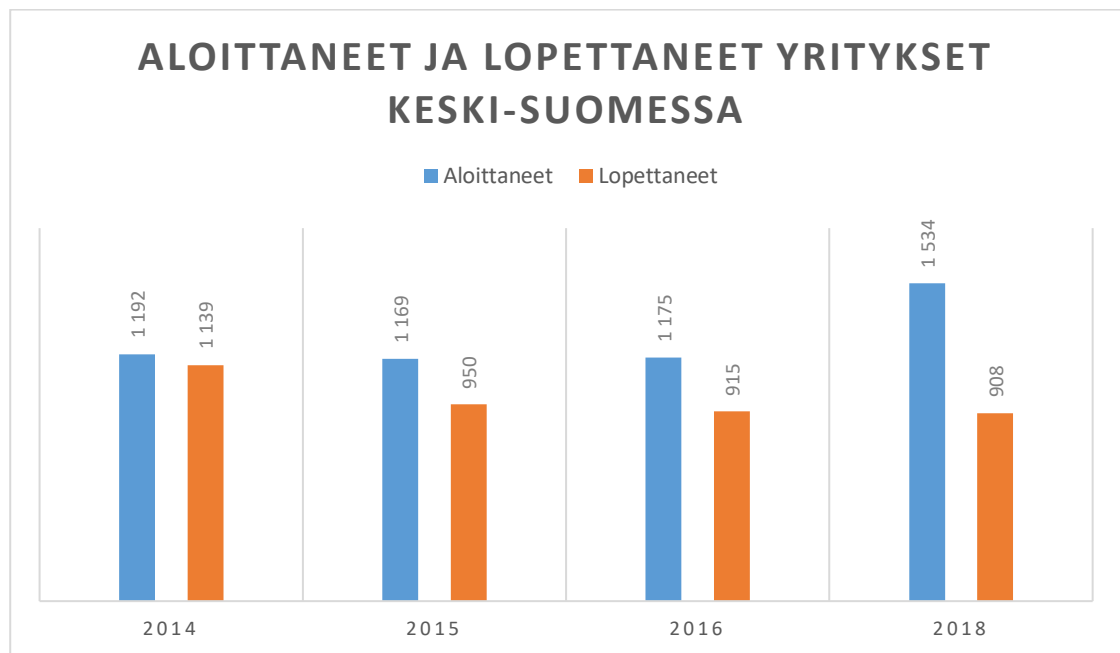
Uusien ja lopetettujen yritysten määrä Suomessa

Kuten kuviosta 1 voidaan nähdä, Suomessa aloittaa vuosittain noin 25 000–35 000 uutta yritystä. Lopettaneiden yritysten määrä puolestaan on noin 20 000–28 000 vuosittain. Aloittaneiden yritysten määrä on ollut hienoisessa kasvussa vuosina 2015–2018, kun taas lopettaneiden yritysten määrä on ollut hieman laskussa vuosina 2014–2018. Kuvioissa 2 ja 3 nähtävien kuvioiden tiedot on koottu Tilastokeskuksen tietokannan avulla.



Kuvio 2. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Suomessa (Tilastokeskuksen PxWeb tietokannat)

Kuten kuviosta 3 voidaan nähdä, on suunta ollut samanlainen myös Keski-Suomen tasolla tarkasteltuna, eli uusien yritysten määrä on ollut vuosina 2015–2018 kasvussa ja lopettaneiden yritysten määrä puolestaan laskussa. Aloittaneiden yritysten määrä on ollut noin 1 169–1 534 ja lopettaneiden yritysten määrä noin 908–1 139.



Kuvio 3. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Keski-Suomessa (Tilastokeskuksen PxWeb-tietokannat)

Pk-yritykset Suomessa

Pk-yritys tarkoittaa pientä- ja keskisuurta yritystä, jolla on alle 250 työntekijää ja jonka liikevaihto on korkeintaan 50 miljoonaa euroa ja taseen loppusumma korkeintaan 43 miljoonaa (PK-yritys n.d.). Kuten aiemmin mainittiin, on alle 10 hengen yritysten osuus kaikista Suomen yrityksistä noin 93 %, pois lukien maa-, metsä- ja kalatalouden yritykset. Yli puolet Suomen yritystoiminnan synnyttämästä bruttokansantuotteesta syntyy pk-yritystoiminnasta (Viitala & Jylhä 2006, 15). Suurimmalla osalla (57 %) Keski-Suomalaisista pk-yrityksistä liikevaihto on alle 0,2 miljoonaa euroa ja suurin osa yrityksistä toimii palvelualalla. (Pk-yritysbarometri syksy 2019, 6)

Vuoden 2019 barometrin mukaan pk-yritykset kokivat suurimman kehittämistarpeen olevan markkinointi ja myynti (49 % koko Suomi, 54 % Keski-Suomi). Pahimmaksi ulkopuoliseksi esteeksi koettiin työvoiman saatavuus, yleinen taloustilanne ja kilpailutilanne (15 %). Keski-Suomen tasolla kilpailutilanne koettiin muita suuremmaksi esteeksi (21 %) ja toisena tuli yritystoiminnan sääntely (14 %). (Pk-

yritysbarometri syksy 2019, 19–20.) Vuoden 2016 barometrissa esiin nousi myös resurssitekijät (Pk-yritysbarometri, syksy 2016, 18) ja vuoden 2018 barometrissa kustannustaso (Pk-yritysbarometri syksy 2018, 16) Yrityksistä 87 %:lla ei ollut ollut maksuvaikeuksia viimeisen kolmen kuukauden aikana (Keski-Suomen yrityksistä 85 %), eikä suurimmalla osalla yrityksistä (61–65 %) ollut ollut tarvetta rahoituksen hankinnalle viimeisimmän vuoden aikana. (Pk-barometri syksy 2019, 19–21.) Vastaukset olivat vuosina 2015–2019 suunnilleen samaa luokkaa.

Pk-yritysten kasvuhakuisuus

Yritysten kasvuhakuisuus voidaan jakaa eri luokkiin, joita ovat voimakkaasti kasvuhakuiset, kasvuhakuiset, asemansa säilyttäjät, ei kasvutavoitteiset ja toimintansa lopettaneet. Vuonna 2019 voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten osuus oli 9 %, kasvuhakuisten yritysten osuus 34 %, asemansa säilyttäjien osuus 29 %, ei kasvutavoitteellisten yritysten osuus 25 % ja toimintansa lopettaneiden yritysten osuus 4 %. Keski-Suomessa voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten osuus oli 8 %, kasvuhakuisten yritysten osuus 30 %, asemansa säilyttäjien osuus, ei kasvutavoitteisten yritysten osuus 26 % ja toimintansa lopettaneiden yritysten osuus 5 %. (Pk-yritysbarometri, syksy 2019, 12.) Jakautuneisuus on ollut samaa luokkaa myös muinakin vuosina.

4 Yritystoiminnan menestys- ja uhkatekijät

Yrityksen menestyminen on monen tekijän summa ja siihen liittyy niin ulkoiset, kuin sisäisetkin tekijät.

4.1 Kasvun tavoittelu

Yrittäjien kokemus ja aikaisempi tausta, yrittäjien käytössä olevat verkostot, innovatiivisuus ja yrityksen sijaitseminen kasvukeskuksessa vaikuttavat yrityksen kasvuun ja menestymiseen positiivisesti. Yksi suurimmista yritysten kasvun taustalla olevista tekijöistä on yrittäjien kasvuhakuisuus ja kasvutavoitteet. (Nuorten kasvavien yritysten

merkitys, menestystekijät ja yritystukien rooli kasvun ajurina 2015, 31–32.) Kaikki yritykset eivät kuitenkaan ole kasvuhakuisia, vaan joillekin riittää se, että yrityksellä menee tasaisen vahvasti ja että yrittäjä elättää itsensä yrityksen avulla. Jos tähtää korkeaan kasvuun, täytyy monesti olla valmis ottamaan myös riskejä. Yritystoiminta voi olla kuitenkin ihan menestyvää ja kannattavaa ilman kasvuakin. Kasvu ei siis ole tae kannattavasta liiketoiminnasta ja menestymisestä. (Heikinheimo 2014, 48–49.) Kannattavan liiketoiminnan raja on se, että yrityksen tulot pitkällä aikavälillä tarkasteltuna ovat isommat kuin menot (Raatikainen 2012, 130).

Kasvuun kuitenkin monesti kannustetaan. Kasvusta on monia hyötyjä ja kasvu monesti myös ennakoi menestymistä pidemmällä aikavälillä. Kasvu saattaa esimerkiksi auttaa yritystä selviytymään lamasta ja ajaa yritystä kehittämään liiketoimintaansa ja uusiutumaan. Kasvua mitatessa tulee kuitenkin ottaa huomioon, että kasvun suuruuteen liittyy myös toimiala. (Heikinheimo 2014, 48–49.)

Uusilla yrityksillä tulosten kasvuvauhti on ensimmäisinä vuosina monesti hidasta, vaikka yritystoiminta olisikin kannattavaa. Syy tähän on se, että uuden yrityksen on rahoitettava omaa toimintaansa ja kasvuaan omalla kassavirralla, minkä lisäksi alkuvaiheeseen liittyy paljon investointeja. Alussa yrityksellä on paljon menoja, kun täytyy tehdä alkuhankinnat, minkä lisäksi virheitä sattuu herkemmin mitä myöhemmissä vaiheissa, mikä saattaa tuoda taloudellisia menoja. (Strang 2000, 31–32.)

4.2 Menestystekijät yritysten alku- ja kasvuvaiheessa

Yrityksen elinkaarissa on perinteisen ajattelumallin mukaan neljä vaihetta, joita ovat syntymä, kasvu, kypsyys ja lasku. Kyseinen elinkaarimalli voidaan kuvata s-muotoisena käyränä. Yritys kohtaa monesti alussa monenlaisia alkuvaiheuksia, joiden jälkeen vasta yrityksen menestyminen ja laajeneminen lähtee kasvuun. Kasvun jälkeen yrityksen uhkana on toiminnan byrokratisoituminen ja jämähtäminen paikoilleen, jolloin yritys joko uudistaa toimintaansa, tai sen menestyminen hiipuu. (Viitala & Jylhä 2007, 32.) Yrityksen tulisi luoda jatkuvasti uusia elinkaaria menestyäkseen (Mts. 35).

Alkuvaihe on erittäin kriittinen yrityksen menestymisen kannalta. Moni uusi yritys lopettaakin toimintansa jo alkuvaiheessa, jo ensimmäisten vuosien aikana. Alkuvaiheessa yrittäjä kohtaa monia haasteita, joita ovat uusien asioiden opetteleminen, alkuvaiheen rahalliset investoinnit sekä paineet saada asiakkaita ja tulovirtaa mahdollisimman nopeasti. (Strang 2000, 32–33.) Yrittäjällä ei ole vielä alussa tietoa siitä, mitä mieltä asiakkaat tuotteista tai palvelusta on, joten virheiden mahdollisuus on suurempi (Strang 2000, 31). Tästä alkuvaiheesta, jossa yrittäjä kohtaa monia haasteita ja moni yritys lopettaakin toimintansa, käytetään nimitystä kuolemanlaakso (mts. 32–33.) Perustamisvaiheessa menestymisen uhkana olevia kriittisiä tekijöitä ovat esimerkiksi se, että yrittäjä menettää kontrollin eikä kuuntele, yrittäjän sitoutuminen on hävinnyt, yrittäjä tekee ennenaikaisia päätöksiä, tulee virheitä, sekä se, että yrittäjällä ei ole tukiverkostoa (esimerkiksi perhe ei tue yrittäjää). Menestymisen kannalta tärkeää on siis yrittäjän sitoutuminen, kuuntelemisen ja oppimisen taito, päätösten varkaa harkinta ja tukeva tukiverkosto. (Strang, 33.)

Yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle ideasta, josta syntyy yritysidea. Yritysidea muotoutuu puolestaan liikeidea, josta laaditaan liiketoimintasuunnitelma. (Raatikainen 2012, 38.) On helpompaa keksiä idea sen mukaan, että löytää ensin tarpeen, johon keksii ratkaisun, kuin keksiä idea ja yrittää löytää sille sen jälkeen potentiaalisia markkinoita. Idean löytääkseen tulee olla luova ja avoin. (Severance 1998, 27–28.) Liikeidea kannattaa testata mahdollisimman paljon jo varhaisessa vaiheessa, jotta siitä saataisiin muokattua mahdollisimman toimiva ja menestyvä. Vaikka perusteellinen suunnittelu onkin tärkeää, on tärkeämpää päästä näkemään ja kokeilemaan ideaa käytännössä, jotta nähdään, miten se toimii ja mitä mieltä mahdolliset asiakkaat siitä olisivat. (Saarelainen 2013, 87.) Hyvä liikeidea on yksinkertainen, toteuttamiskelpoinen, yhteensopiva yrittäjän tavoitteiden ja ihmisluonnon kanssa, se kehittää nykytilannetta, tuottaa tulosta ja aika on sopiva sille. Valittu liiketoiminta tulisi olla sellainen, josta yrittäjä on aidosti kiinnostunut, hänellä on osaamista, tietoa ja kokemusta kyseisestä aiheesta ja sille on kysyntää. (Severance 1998, 31–33.) Koska kilpailu on kovaa, tulisi idean olla myös erottuva. Mitä erottuvampi tuote tai palvelu on, sitä helpompi sitä on myydä. (Woods 2011, 21.)

Alkuvaiheessa tulee myös määrittää yritykselle nimi. Yrityksen nimen valinta voi vaikuttaa yrityksen menestymiseen, koska nimi on merkittävä tekijä ja väline markkinoinnissa. Nimen tulisi olla iskevä ja kuvaava. Ihanteellinen on sellainen nimi, joka ytimekkäästi tuo esille yrityksen idean, yrityksen toteuttamisen muodon sekä jotain itse yrittäjästä. (Parkkinen 1999, 114–115.) Alkuvaiheessa tärkeää on myös panostaa tunnettavuuden parantamiseen ja uusien asiakassuhteiden solmimiseen (Viitala & Jylhä 2007, 34). Alkuvaiheessa on tärkeää määritellä tuotteet hyvin sekä tunnistaa todelliset asiakkaiden tarpeet, jotta voidaan varmistua siitä, että tuotteella on kysyntää (Strang 2000, 30–31).

Koska yksi yleinen syy yrityksen epäonnistumiselle on rahoituksen puute (Sutinen & Viklund 2007, 46), on rahaan liittyvät suunnitelmat ja kartoitukset tärkeitä yrityksen menestymisen kannalta. Yrityksen rahoitus koostuu tulorahoituksesta (päivittaiset tulot, joista on vähennetty päivittaiset menot) sekä pääomarahoituksesta. Pääomarahoitusta jaetaan omaan- ja vieraaseen pääomaan (Sutinen & Viklund 2007, 97) ja vieras pääoma voidaan jakaa edelleen lyhyt- ja pitkäaikaiseen pääomaan (Raatikainen 2012, 118). Oma rahoitus muodostuu rahasta, omaisuudesta, osakkeiden sijoittamista rahoista, avustuksista ja ulkopuolisista pääomasijoituksista. Ulkopuolinen rahoitus muodostuu puolestaan pankkilainasta, vakuutusyhtiöiden sijoitusluotoista, rahoitusyhtiöiden rahoitusmuodoista, julkisista tuista, EU:n tarjoamista rahoitusmahdollisuuksista ja kansainvälisestä rahoituslaitoksesta. (Raatikainen 2012, 119.) Yritysten rahoitustarve syntyy siitä, että liiketoiminnassa muodostuu ensin menoja ja sitten vasta tuloja. Rahoituksen tarve voi syntyä esimerkiksi investoinneista, käyttöpääoman tarpeesta, kannattamattomasta liiketoiminnasta, ostovelosta ja rästeistä sekä ennakoimattomista tilanteista. (Sutinen & Viklund 2007, 95–96.)

Kasvuvaiheessa yrityksen toiminta on jo vakiintuneempaa ja alkuvaiheen kassavirtaongelmat vähentyneet. Painopiste tuotteen tai palvelun hionnasta siirtyy myyntiin. (Strang 2000, 33–34.) Kasvuvaiheessa keskeistä on panostaa tuotteiden saatavuuteen ja laatuun sekä saatujen asiakassuhteiden säilyttämiseen (Viitala & Jylhä 2007, 34–35). Kypsyysvaiheessa puolestaan tärkeää olisi uudistaa toimintaa, pyrkiä säilyttämään kannattavuus ja markkina-asema. Jatkuva kehittyminen onkin menestymisen

kannalta tärkeää kaikille yrityksille, myös ei-kasvuhakuisille pienille yrityksille. (Viitala & Jylhä 2007, 34–35.)

4.3 Yrittäjän ominaisuuksien vaikutus yrityksen menestymiseen

Yrittäjällä tulisi olla tiettyjä ominaisuuksia, jotta toimivan ja menestyvän yrityksen perustaminen ja pyörittäminen olisi mahdollista. Viitalan (2006, 43) mukaan uudella yrittäjällä tulisi olla ainakin substanssi- ja liiketoimintaosaamista sekä yrittäjähenkisyyttä, kun hän lähtee luomaan uutta liiketoimintaa. Yrittäjäksi aikovan tulisi kehittää myös asiakas- ja markkinointiosaamistaan ja muita vuorovaikutustaitoja, talousosaamistaan, ajanhallintaa sekä tuotekehitys-, innovointi- ja tuotanto-osaamistaan. Myös tuoteosaaminen on tärkeää. (Mts. 43.)

Varsinkin pienissä yrityksissä yrityksen palvelu ja toiminta personoituu yrittäjään, jolloin korostuu yrittäjän vuorovaikutustaidot, esimerkiksi miten hän kohtaa asiakkaat ja osaa ottaa heidät huomioon ja miten hän omalla persoonallaan ja käytöksellään pystyy vaikuttamaan asiakkaan mielikuviin yrityksistä ja tätä myöten myös asiakkaan ostopäätöksiin (mts. 44). Vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä asiakkaan kohtaamisen ja erilaisten yhteysverkostojen luomisen ja ylläpitämisen lisäksi myös henkilöstöjohtamisen kannalta, sillä yrittäjä, jonka tavoitteena on työllistää yrityksessään myös muita ihmisiä itsensä lisäksi, tarvitsee kykyä johtaa ihmisiä. Koska kilpailu on nykypäivänä kovaa yritysten välillä, tulee uuden yrittäjän olla myös valmis ja kyvykäs luomaan erilaisia kilpailuetuja, joilla erottautua tarjonnasta, sekä nähdä potentiaalisia markkinarakoja. (Mts. 44.)

Edellä mainittujen taitojen, kuten markkinointiosaamisen ja hyvien vuorovaikutustaitojen lisäksi yrittäjää auttaa toimivan, menestyvän ja kehittyvän yrityksen pyörittämisessä myös rohkeus tarttua tarjottuihin tilaisuuksiin, paineensietokyky, itsensä kehittäminen, sekä jatkuva oppiminen. Oman osaamisen ja toiminnan kehittämisen apuna toimii mm. asiakaspalaute. (Mts. 44.) Menestysyrittäjyyteen liitetyjä ominaisuuksia ovat myös mm. positiivisuus, määrätietoisuus, loogisuus, lannistumattomuus, pitkäjänteisyys, joustavuus ja aktiivisuus (Lehti ym. 2007, 207–210).

Onnistuneeseen yrittäjyyteen vaikuttavat tekijät voidaan jakaa myös viiteen eri maailmaan, joita ovat osaamismaailma, tuloksetkomaailma, kilpailumaailma, vaikuttamismaailma ja jaksamismaailma. Osaamismaailma pitää sisällään sekä oman toimialan tuntemisen ja osaamisen, että liiketoimintaosaamisen. Tuloksetkomaailma syntyy siitä, että yrittäjä ymmärtää tuloksen teon tärkeyden ja sen, että sellaisia asioita, jotka eivät edistä taloudellista tuloksellisuutta, ei kannata tehdä. Kilpailumaailman keskiössä taas on yrittäjän halu jatkuvaan kehittämiseen. Yrittäjä ymmärtää, että pärjätäkseen kilpailussa hänen on kehitettävä ja uudistettava toimintaansa jatkuvasti. Vaikuttamismaailma tuo esille puolestaan eri sidosryhmiin vaikuttamisen tärkeyden. Yrittäjän tulee siis vaikuttaa positiivisesti sidosryhmiin eli asiakkaisiin, pankinjohtajaan, henkilöstöön ja yhteistyökumppaneihin, jotta he olisivat uskollisia yritykselle, motivoituneita ja haluavat tehdä yhteistyötä yrityksen kanssa. Viidentenä ulottuvuutena on jaksamismaailma. Yrittäjällä tulee siis olla voimavaroja pyörittää yritystoimintaa, sillä kyseessä on kestävyyslaji, jossa yksittäisten ponnistusten sijaan tärkeää on pitkäjänteinen panostaminen. (Lehti ym. 2007, 206.)

4.4 Kilpailijoista erottautuminen menestystekijänä

Yrityksen menestymiseen vaikuttaa myös sen kyky erottautua kilpailijoista. Yritys voi pyrkiä erottautumaan kilpailijoista markkinoinnin ja markkinointiviestien, kohderyhmävalinnan, tuoteratkaisujen, hinnoittelun, jakelukanavien ja henkilökohtaisen myyntityön avulla (Miettinen ym. 1998, 103–169). Strategian avulla yritys pyrkii luomaan kilpailuetuja kilpailijoihin nähden (Hesso 2015, 78).

Kilpailuetua voidaan tavoitella esimerkiksi kustannuspainotteisella fokuksella sekä differointipainotteisella fokuksella. Yrityksen, joka haluaa erottua kilpailijoista ja menestyä kustannusjohtajuusstrategian avulla, tulee analysoida tarkasti kustannusten aiheuttajat ja minimoida kustannukset siten, ettei asiakkaan kokema lisäarvo heikkene. Kustannusjohtaja pystyy siis erottumaan kilpailijoista sillä, että myy tuotteitaan tai palvelujaan kilpailijoihin halvemmalla hinnalla luoden samalla lisäarvoa asiakkaalle. Hintakilpailussa pärjätäkseen yrityksellä tulisi olla operatiiviseen tehokkuuteen pohjautuva strategia sekä vahva kassa, jotta se pystyy laskemaan hintoja kilpailijoiden hintoja alemmaksi. Muutoin hintakilpailu voi koitua yrityksen kohtaloksi, sillä

pienenevät katteet ilman että kustannusrakenne muuttuu, voivat viedä yrityksen konkurssiin. Kustannusjohtajuuden kilpailuetua luo mm. oppiminen ja rutiinit, tuotantoteknologia, innovaatiot, tuotteen tai palvelun rakenne ja standardisointi, tuotantotekijöiden kustannusten minimointi, kapasiteetin käytön optimointi sekä henkilöstön pätevyys ja tehokkuus. (Hesso 2015, 78–80.)

Hinnan lisäksi yritys voi erottua kilpailijoista ja luoda menestystä fokuoitumisen, eli erikoistumisen avulla. Fokusoitustrategiassa tärkeää on analysoida ulkoinen ympäristö ja varsinkin kilpailijat tarkkaan. Kun kilpailijat tunnetaan hyvin, pystyy yritys paremmin differoimaan tuotteensa tai palvelunsa. Budjettia laatiessa tulee yrityksellä olla selvillä, mitkä ovat ne tekijät, joihin yritys haluaa fokuoida ja rahallisesti panostaa. Sisäisen ympäristön analysoiminen on siis myös hyvin tärkeää, sillä esimerkiksi yrityksen arvoketjun määrittelemisen avulla yritystä löytämään ne kohdat, joihin panostamalla se luo asiakkaalleen lisäarvoa. (Hesso 2015, 82–83.) Operatiiviseen tehokkuuteen panostava yritys siis panostaa enemmän kustannustehokkaaseen tuotantoprosessiin luodakseen yritykselle lisäarvoa ja fokuoitustrategian valinneet yritykset puolestaan asiakkaiden tarpeisiin ja kohderyhmien syvälliseen ymmärtämiseen (Mts. 94).

4.5 Yritystoiminnan epäonnistuminen

Syitä yritystoiminnan lopettamiselle on monia. Joskus yritystoiminta epäonnistuu niin pahoin, että yritys joutuu konkurssiin ja lopettaminen on ainoa vaihtoehto. Tutkimuksista on käynyt ilmi, että noin puolet aloittelevista yrityksistä päättää toimintansa viiden vuoden kuluessa, ja jopa 70 % kymmenen vuoden sisällä. Aloittelevan yrityksen ja korkeaa kasvua tavoittelevan startup-yrityksen välillä on eroa eloonjäämisprosentin suhteen, sillä sellaiset yritykset, jotka tähtäävät korkeaan kasvuun, epäonnistuvat todennäköisemmin kuin yritykset, joilla on tavoitteena maltillinen kasvu. (Väisänen 2019, 22.)

Yleisimpiä syitä epäonnistumiselle on markkinoiden ja kysynnän puute, rahojen loppuminen, väärä tiimi, kilpailijoiden varjoon jääminen, hinnoittelu- ja kustannusongelmat, huono tuote, ongelmat liiketoimintamallissa, keho markkinointi, asiakkaiden

laiminlyönti, sekä tuotteen tai palvelun vääräaikaisuus (Väisänen 2019, 22). Suurin syy yritysten epäonnistumiselle on markkinoiden puute. Vaikka yrityksessä olisi kuinka osaavaa henkilökuntaa, taitoa, ahkeraa yrittämistä ja paljon pääomaa, ei yritys kykene menestymään, ellei tuotteelle tai palvelulle ole kysyntää, eli markkinoita. (Väisänen 2019, 21.) Koska markkinoiden ja kysynnän puuttuminen on suurin uusien yritysten epäonnistumisien aiheuttaja, on yritykselle ensiarvoisen tärkeää tehdä perusteellista työtä alkuvaiheessa tuotteen ja palvelun kehittämisen ja markkinapotentiaalin selvittämisen suhteen. Yritysten tulisikin testata tuotettaan ja palveluitaan prototyypillä ja selvittää näin ollen ihmisten kiinnostusta ja tyytyväisyyttä sitä kohtaan. Palautetta on tärkeä saada, joten uuden yrittäjän kannattaisi keskustella ideoitaan alkuvaiheessa mahdollisimman monen kanssa näkökulmien ja mielipiteiden saamiseksi. Myös liian korkeat tavoitteet voivat koitua yrityksen kohtaloksi. Tutkimukset ovat osoittaneet, että sellaiset yritykset, jotka tavoittelevat korkeaa kasvua, lopettavat toimintansa todennäköisemmin, kuin yritykset, joiden kasvatavoitteet ovat maltilliset. (Väisänen 2019, 22–23.)

Koska yrityksen toiminta kiteytyy liikeideaan, voi sen suhteen tehtävät virheliikkeet ja -arviot johtaa koko yrityksen epäonnistumiseen ja konkurssiin. Liikeidean osien epätasapainon lisäksi menestymisen tielle saattaa nousta joko liian vähäinen tai liiallinen erikoistuminen, sekä liikeidean rajallinen elinkaari. Yrityksen epäonnistumiseen saattaa johtaa myös se, että aika on yksinkertaisesti väärä kyseiselle liikeidealle. (Raatikainen 2012, 172–173.) Muita mahdollisia syitä epäonnistuneelle yritystoiminnalle on hinnan merkityksen ali- tai yliarvioiminen, yrityksen huono sijainti, liian suuret lupaukset mainonnassa, epäonnistunut yritystoiminnan tiedottaminen, yrittäjän rohkeuden puute, sekä kilpailijoiden aliarvioiminen (Raatikainen 2012, 172–173).

Sutinen ja Viklundin (2007) mukaan konkurssiasiantuntija Aatto Prihti listaa neljä yleistä syytä yritystoiminnan epäonnistumiselle. Ensimmäinen syy on se, että yrittäjä ei pysty ylittämään kriittisiä yrittämiseen liittyviä kynnyksiä. Ensimmäinen kynnyksensä liittyen on se, että yrittäjän osaaminen ei ole yritystoiminnan edellyttämällä tasolla. Yrittäjällä voi olla hyvät taidot sen asian harjoittamisessa, mitä yritys tarjoaa, mutta liiketoiminnallinen osaaminen on heikko. Yrittäjä ei hallitse esimerkiksi myyntiä, kirjanpitoa ja rahoitustoimintoja riittävän hyvin. (Sutinen & Viklund 2007, 45–46.)

Toinen kynnyks on se, että yrittäjän rahavarat ovat pienemmät kuin mitä yrityksen pyörittämiseen vaadittaisiin. Rahat loppuvat siis kesken eikä yrittäjällä ole varaa tehdä tarvittavia investointeja. Yrityksen perustamiseen liittyvät alkuinvestoinnit ovat yleensä suuria, minkä vuoksi jotkut yritykset joutuvat lopettamaan toimintansa heti alussa. (Sutinen & Viklund 2007, 45–46.) Myös liiallinen velka on yksi yrityksen perustamisen sudenkuopista (Raatikainen 2012, 173). Kolmas kynnyks on se, että yritykseen käytettävä työpanos tai riski kasvaa suuremmaksi kuin hyöty, mitä yrityksestä saa. Tämä on yleensä pienten yritysten ongelma. Vaikka yritystoiminta olisikin toimivaa ja yritys saisi asiakkaita, voi tuotot silti jäädä sen verran pieniksi, että yrittäjän ei ole kannattavaa tai yrittäjällä ei ole halua jatkaa enää yrityksen pyörittämistä. (Sutinen & Viklund 2007, 45–46.)

Toinen tyypillinen syy yritystoiminnan epäonnistumiselle on alkuvaiheessa tehtävät virhearvioinnit. Yrittäjä saattaa arvioida esimerkiksi hankintamenot alhaisemmaksi mitä ne todellisuudessa on, mikä puolestaan saattaa aiheuttaa rahallisia vaikeuksia. (Sutinen & Viklund 2007, 46.) Alkuvaiheessa tehtäviä mahdollisia virhearviointeja on myös esimerkiksi markkinatiedoista johdetut väärät johtopäätökset ja liikeidean eri osien epätasapaino (Raatikainen 2012, 172–173).

Kolmas syy liittyy myös virhearviointeihin sen suhteen, että kasvua, kannattavuutta ja vakavaraisuutta ei osata suhteuttaa toisiinsa. Jos yrityksen kasvu on liian nopeaa, voi tulla vaikeuksia rahoittaa tämä kasvu, mikäli tuotot eivät ole nousseet samassa suhteessa. (Sutinen & Viklund 2007, 46.) Yritystoiminta voi kariutua myös liian suurien riskien ottamiseen (Raatikainen 2012, 173).

Prihtin listaama neljäs syy yritystoiminnan epäonnistumiselle kiteyttää aikaisemmat. Prihtin mukaan lopullinen syy epäonnistumiselle on yleensä rahoituksen riittämättömyys. Virheiden tekeminen on yleistä ja niitä tapahtuu varsinkin silloin, kun jokin asia on uusi ja tietoa ei ole ehtinyt kertyä vielä niin paljoa. Yrittäjän rahalliset resurssit määrittävät sen, kuinka paljon hänellä on varaa virheisiin. Yhteenvetona voi siis pitää, että yritystoiminnan loppuminen on yleensä seurausta siitä, että virheitä on tehty enemmän, kuin mitä olisi varaa. (Sutinen & Viklund, 46.)

5 Menestymisen mittarit

Yrityksen menestymistä voidaan tarkastella esimerkiksi mittaamalla taloudellisia toimintaedellytyksiä, toiminnan laajuutta ja tehokkuutta (Tunnuslukuopas n.d.).

5.1 Taloudellisten toimintaedellytysten mittarit

Taloudellista menestymistä voidaan mitata seuraamalla kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta (Tunnuslukuopas n.d.). Kannattavuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksen tulot ovat isommat kuin menot, eli yrityksen toiminta on kannattavaa. Kannattavuutta voidaan kuvata esimerkiksi mittaamalla sijoitetun pääoman tuotto prosenttia, oman pääoman tuotto prosenttia, liikevoittoprosenttia tai nettotulos prosenttia. (Vilkkumaa 2010, 46–47.) Myös käyttökate-% toimii kannattavuuden mittarina. Käyttökate pitää sisällään yrityksen liiketuloksen, poistot ja arvonalentumiset. Käyttökateprosentti lasketaan seuraavalla kaavalla = $100 * \text{käyttökate} / \text{liikevaihto}$. Käyttökateprosentille ei ole asetettu ohjearvoja, sillä se on niin toimialasta ja pääomarakenteesta riippuvainen. Käyttökateeseen vaikuttaa toimialan kilpailutilanne, sekä toiminnan luonne. Käyttökateen vertailukelpoisuutta heikentää myös se, että siihen vaikuttaa myös se, onko yritys vuokrannut vai omistaako se tuotantovälineensä. Yrityksellä, joka vuokraa tuotantovälineensä, saattaa olla matalammat kate-luvut. (Käyttökate-%, n.d.)

Liikevoittoprosentti kertoo sen, kuinka paljon tuottoa on suhteessa liikevaihtoon, eli kuinka paljon yritykselle jää rahaa liikevaihdosta, kun siitä on vähennetty toimintaan liittyvät kulut ja poistot. Toimialalla on myös liikevoittoprosentin suuruuteen melko suuri vaikutus, mikä on hyvä ottaa huomioon vertailussa. Koska tunnusluku on niin toimialasidonnainen, ei sille voida asettaa mitään ohjeellisia tavoitearvoja. (Vilkkumaa 2010, 47.)

Vakavaraisuutta mittaa puolestaan se, kuinka suuri osa koko yrityksen käytössä olevasta varallisuudesta on yrityksen omaa rahaa, eli omaa pääomaa ja kuinka suuri osa on vierasta pääomaa. Suuri pääoma takaa yritykselle yleensä enemmän päätösvaltaa,

sillä vieraan pääoman tarjoamat tahot voivat asettaa erilaisia velvoitteita ja vaatimuksia yrityksille. Vakavaraisuus tuo myös turvaa vaikeiden aikojen varalle. (Vilkkumaa 2010, 50). Vakavaraisuus tarkoittaa siis sitä, että yrityksen velat eivät ole suuremmat kuin tuotto-odotukset, eli yritys on kykenevä suoriutumaan lainojensa lyhenyksistä ja muista menoistaan (Raatikainen 2012, 130). Vakavaraisuuden yleinen tunnusluku on omavaraisuusaste, joka lasketaan jakamalla taseen osoittama oma pääoma taseen loppusummalla. Tavoitteellisena arvona pidetään 50 %. Tyydyttävä arvo on silloin, kun se on 40–50 % ja heikkona silloin kun arvo on alle 40 %. Omavaraisuusaste on hyvä mittari yrityksiä vertailtaessa, sillä se ei ole riippuvainen toimialasta. (Vilkkumaa 2010, 50.) Omavaraisuusasteeseen vaikuttaa yleensä yritysten ikä, sillä uusi yritys on monesti velkaantuneempi, kuin yritykset, jotka ovat olleet toiminnassa jo pidempään (Omavaraisuusaste-%, n.d.). Yritys pärjää myös matalalla omavaraisuusasteella, jos sen kannattavuus on kohtuullisella tasolla ja vakaa, eikä suuria tappioita synny (Omavaraisuusaste-%, n.d.).

Maksuvalmius kuvaa yrityksen kyvykkyyttä suorittaa maksunsa ajallaan. Sitä voidaan mitata quick ratio- ja current ratio -tunnuslukujen avulla. Current ratio eroaa quick rationista sillä, että current ratiossa otetaan huomioon myös vaihto-omaisuus laskelmissa. Maksuvalmius ei ole toimialariippuvainen. (Vilkkumaa 2010, 48–50.) Quick ratio ja Current ratio arviointikriteerit on esitelty taulukossa 1.

Taulukko 1. Quick ratio ja current ratio arviointikriteerit (Sutinen & Viklund 2007, 231)

	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	Heikko
Quick ratio	0,9-	0,6-0,8	0,3-0,5	alle 0,3
Current ratio	1,6-	1,2-1,5	0,9-1,1	alle 0,9

5.2 Toiminnan laajuuden mittarit

Toiminnan laajuutta voidaan tarkastella mittaamalla liikevaihtoa, bruttotulosta, laskutusta, liikevaihdon kasvuprosenttia, jalostusarvoa ja jalostusarvoprosenttia, taseen loppusummaa, käyttöomaisuusinvestointia ja henkilöstömäärää (Tunnuslukuopas, n.d.) Liikevaihto tarkoittaa yrityksen myyntituottoja, joista on vähennetty alennukset ja arvonnlisävero (Liikevaihto n.d.). Liikevaihdon lisäksi yksi merkittävä toiminnan laajuuden mittari on henkilöstömäärä. Yrityksillä saattaa vaihdella laskentatapa osa-aikaisten ja määräaikaisten henkilöiden laskennassa, minkä lisäksi yrityksiä vertaillaessa pitäisi ottaa huomioon se, että yritys on voinut ostaa henkilöstöpalveluita ulkopuolisinä palveluina, jolloin näitä työntekijöitä ei ole laskettu henkilöstön lukumäärään. (Henkilöstömäärä n.d.)

Bruttotulos lasketaan seuraavalla kaavalla = Liikevaihto +/- varastojen muutos + valmistus omaan käyttöön + liiketoiminnan muut tuotot – materiaalit ja palvelut. Bruttotulos toiminnan laajuuden mittarina saattaa tosin olla hieman harhaanjohtava, sillä sellaisilla yrityksillä, joilla on iso ero liikevaihdossa, voi olla sama bruttotulos. Bruttotulos ei siis paljasta suoraan yrityksen kokoa tai laajuutta. (Bruttotulos n.d.)

Liikevaihdon kasvuprosentti mittaa sitä, kuinka paljon yrityksen liiketoiminta on kasvanut. Kyseisellä mittarilla voidaan arvioida esimerkiksi yrityksen saavuttamaa myyntimenestystä, mutta täytyy muistaa, että lukuun saattaa vaikuttaa myös esimerkiksi yritysrakenteessa tapahtuneet muutokset sekä konserniyhtiöiden väliset liiketoimintasiirrot. Kun vertailee yritysten liikevaihdon kasvuprosenttia tulee ottaa huomioon, että niihin vaikuttaa paljon kyseisten toimialojen kehitys. Vähimmäismääränä liikevaihtoprosentille voidaan pitää vuotuisen inflaation suuruutta, sillä jos luku jää alle inflaation lukujen, ei yrityksessä ole tapahtunut reaalista kasvua. (Liikevaihdon kasvu-% n.d.)

Jalostusarvo mittaa lisäarvoa, jonka yrityksen hankkimat palvelut ja tavarat ovat tuottaneet. Mitä korkeampi jalostusarvo on, sitä suurempi yleensä myös yrityksen kannattavuus ja toiminnan tehokkuus on. Myös jalostusarvon suuruus vaihtelee paljon eri toimialojen välillä. Jalostusarvon ei tarvitse välttämättä olla kovin suuri, sillä jo

pienelläkin arvolla on paljon vaikutusta yrityksen menestymiseen. Jalostusarvo lasketaan seuraavalla laskukaavalla: liiketulos – käyttöomaisuuden myyntivoitot + poistot + henkilöstökulut. Jalostusarvoprosentti lasketaan seuraavasti: $100 * \text{jalostusarvo} / \text{liikevaihto}$. (Jalostusarvo ja jalostusarvo-% n.d.)

Taseen loppusumma kertoo sen, kuinka paljon yrityksessä on pääomaa. Se tarkoittaa siis yhtiön oman ja vieraan pääoman summaa. Kun yrityksen toiminta laajenee, kasvaa myös pääoman määrä. Myös tämä mittari on toimialakohtainen. (Taseen loppusumma n.d.)

Käyttöomaisuusinvestoinnit pitävät sisällään kaikki sellaiset yrityksen tuotannontekijöiden hankinnat, jotka ovat pitkävaikutteisia, kuten koneet ja kalusteet. Nettomääräiset investoinnit voidaan laskea tehtyjen poistojen, sekä taseen muutosten avulla. Tehdyt investoinnit merkitään yrityksen rahoituslaskelmiin. (Käyttöomaisuusinvestoinnit n.d.)

5.3 Tehokkuuden mittarit

Tehokkuuden mittaaminen voidaan jakaa henkilötehokkuuden ja pääoman käytön tehokkuuden mittaamiseen. Henkilöstötehokkuutta voidaan mitata laskemalla liikevaihdon, liiketuloksen, nettotuloksen, jalostusarvon ja henkilöstökulujen määrä (jokainen erikseen) jaettuna henkilöstön määrällä. Pääomantehokkuutta voidaan puolestaan mitata tarkastelemalla käyttöpääomaproosenttia, nettokäyttöpääomaproosenttia, vaihto-omaisuuden kiertoaikaa, myyntisaamisten kiertoaikaa, ostovelkojen kiertoaikaa ja pääoman kiertonopeutta. (Tunnuslukuopas n.d.) Laskukaavat ovat seuraavat:

$\text{Liikevaihto} / \text{henkilö} = \text{liikevaihto (12 kk)} / \text{henkilöstömäärä keskimäärin}$ (Liikevaihto/henkilö n.d.)

$\text{Liiketulos} / \text{henkilö} = \text{liiketulos (12 kk)} / \text{henkilöstömäärä keskimäärin}$ (Liiketulos/henkilö n.d.)

Nettotulos / henkilö = nettotulos (12 kk) / henkilöstömäärä keskimäärin tilikauden aikana (nettotulos/henkilö n.d.)

Jalostusarvo / henkilö = jalostusarvo (12 kk) / henkilöstömäärä keskimäärin tilikauden aikana (jalostusarvo/henkilöstökulut n.d.)

Henkilöstökulut / henkilö (vuodessa) = henkilöstökulut (12 kk) / henkilöstön määrä keskimäärin (henkilöstökulut/henkilöstö n.d.)

Yritysten lukuja ei voi suoraan verrata toisiinsa, sillä kuten aiemmin tuli ilmi, yritys voi ostaa henkilöstöpalveluita myös ulkopuolisina palveluina, jolloin henkilöstömäärä ei ole aivan todenmukainen. Henkilöstöluvut voivat myös sisältää esimerkiksi lomautettuja henkilöitä, mikä myös saattaa vääristää hieman tulosta. Tuloksiin saattaa vaikuttaa myös se, että yrityksillä on erilaisia tapoja merkata osa-aikaiset ja määräaikaiset työntekijät. (Liikevaihto/henkilö n.d.)

6 Uudelle yrittäjälle saatavilla olevat palvelut ja apu

Kuten aiemmin tuli ilmi, on yrittäjyys tärkeää kansantalouden kannalta, koska uudet yrittäjät luovat uusia taloudellisia mahdollisuuksia, tuovat uusia ideoita markkinoille sekä kilpailevat muiden markkinoilla toimivien yritysten kanssa (Maliranta ym. 2018, 10). Kasvuyritykset myös työllistävät ihmisiä, jolloin uusia työpaikkoja syntyy ja työllisyystilanne paranee (mts. 14). Kansantaloudenkin kannalta on siis tärkeää tukea uusia yrityksiä.

Uudelle yrittäjälle on tarjolla Suomessa erilaisia neuvonta- ja koulutuspalveluita. Uusi yrittäjä voi hakea apua esimerkiksi Suomi.fi:n yrityspalvelusta, ELY-keskusten (elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten) palveluista, työ- ja elinkeinotoimistojen palveluista, uusyrityskeskuksista, ProAgrian yrityspalveluista sekä kehitysyhtiöistä. Apua on saatavilla niin puhelimen välityksellä, internetissä olevien asiointipalveluiden kautta, kuin kasvokkainkin. Palveluista saa neuvoa laidasta laitaan yrityksen toimin-

taa koskevista asioista, kuten tietoa rahoituksen hakemisesta, lupa-asioista ja verotuksesta, sekä apua esimerkiksi yrityksen lähtötilanteen kartoitukseen, nykytilan analysointiin, sekä erilaisia konsultointipalveluita. (Holopainen 2019, 14–19.) Yrittäjän on mahdollista myös osallistua erilaisiin koulutuksiin, kuten TE-toimiston järjestämään uravalmennukseen (mts. 16). Yrittäjä voi hakea myös taloudellista apua, kuten starttirahaa (Holopainen 2019, 17). Uuden yrityksen rahoitusmuotoja on myös yrityksen kehittämisavustus ja Finnveran lainat (mts. 201).

Uusyrityskeskus

Suomen Uusyrityskeskus ry on yksityisen ja julkisen sektorin yhteistyönä toimiva järjestö. Se auttaa uusia yrittäjiä yrityksen perustamisessa. Yhdistyksen tavoitteena onkin edistää uusien yritysten syntymistä Suomessa. Elinkeinoelämä perusti yhdistyksen vuonna 1989. Yhdistys koostuu 30 eri alueilla sijaitsevasta Uusyrityskeskuksesta. (Tietoa yhdistyksestä n.d.) Uusyrityskeskusten tavoitteena on muun muassa vähentää uusien yrittäjien epäonnistumisen riskiä, auttaa alkuun elinkelpoisia yrityksiä, hyödyntää verkostomaista toimintaa, sekä siirtää pidempään yrittäjinä toimineiden henkilöiden osaamista uusille yrittäjille. Palvelut ovat maksuttomia.

Uusyrityskeskukset auttavat esimerkiksi yritysidean arvioinnissa ja liikeidean kehittämisessä, yritysmuodon valinnassa, markkinoinnissa ja mainonnassa, myynnissä ja hinnoittelussa, verkostoitumisessa, kannattavuuslaskelmien kanssa, sekä lupa- ja ilmoitusasioiden selvittämisessä. Sen lisäksi, että yrittäjä saa neuvoja Uusyrityskeskuksen yritysneuvojilta, voidaan hänet tarpeen vaatiessa lähettää eri alojen asiantuntijoiden luokse, mikä on myös yrittäjälle ilmaista. Uusyrityskeskuksen verkostossa on 1500 eri alojen asiantuntijaa. Asiantuntijoista löytyy esimerkiksi tilitoimistoja, pankkeja, vakuutusyhtiöitä, mainostoimistoja ja lakiasiantuntijoita. (Asiantuntijaverkosto n.d.) Jokaisella eri paikkakunnalla sijaitsevalla Uusyrityskeskuksella on omat toimintatapansa, eivätkä kaikki ole siis identtisiä keskenään (Pinomäki 2019).

Keski-Suomen Uusyrityskeskus

Keski-Suomen Uusyrityskeskus aloitti toimintansa viisi vuotta yhdistyksen perustamisen jälkeen, eli joulukuussa 1994. Keski-Suomen Uusyrityskeskuksella on 5 työntekijää ja asiakkaita vuositasolla noin 900. Yhteydenottoja tulee vuodessa noin 1 500, mutta osa karsiutuu ideanapin jälkeen pois. (Pinomäki 2019.) Uusyrityskeskuksen arvoja on yrittäjyys, asiakaslähtöisyys, kumppanuus, luottamuksellisuus, laillisuus, eettisyys, verkostomaisuus ja avoimuus (Arvot n.d.). Keski-Suomen Uusyrityskeskuksen tarjoamia neuvontapalveluita ovat ideanappi, ideaklinikka, infot ja koulutukset, sekä henkilökohtainen neuvonta (Neuvontapalvelut n.d.).

Jyväskylän Uusyrityskeskuksen toiminta on tällä hetkellä Uusyrityskeskuksista tehokkainta, minkä lisäksi he pärjäävät myös laadussa hyvin. Syy, mikä tekee Jyväskylän Uusyrityskeskuksen toiminnasta tehokkaampaa kuin muiden Uusyrityskeskusten on se, että alun perusjuttuja käydään läpi ryhmämuodossa ja yrittäjä osallistuu alussa useampaan vaiheeseen. Yrittäjän kanssa ei siis sovita heti henkilökohtaista tapaamis-aikaa, vaan yrittäjälle suositellaan osallistumista ideaklinikkaan ja yrittäjäksi-infoon, joihin osallistuu samaan aikaan myös muita yrittäjiä. Vasta tämän jälkeen on henkilökohtaisen neuvonnan vuoro. Henkilökohtainen neuvonta on tällöin tehokkaampaa, kun yrittäjä on hionut omaa ideaansa ja saanut keskustella siitä muiden yrittäjien kanssa ja kuullut asiantuntijan näkemyksiä yrittämisestä. (Pinomäki 2019.) Myös muut Uusyrityskeskukset ovat olleet kiinnostuneita ostamaan Keski-Suomen Uusyrityskeskukselta ideanapin ja ideaklinikan mallin, mutta koska toimintatavan muuttaminen on kuitenkin aina iso prosessi, voi uuden toimintatavan käyttöönottoon mennä aikaa (Pinomäki 2019).

7 Tutkimustulokset

7.1 Tutkimuksen toteutus

Tässä tutkimuksessa käytetty lista Keski-Suomen Uusyrityskeskuksen palveluita käyttäneistä yrityksistä saatiin suoraan toimeksiantajalta. Listassa oli 387 osakeyhtiötä, jotka on perustettu vuosina 2015–2017. Vertaisryhmän koko oli 373 osakeyhtiötä. Vertaisryhmä koostettiin hakemalla yrityksiä Suomen yritysrekisteristä, jossa haun sai

rajattua keskisuomalaisiin osakeyhtiöihin. Y-tunnuksen alun perusteella saatiin rajattu yritykset vuosina 2015–2017 perustettuihin yrityksiin.

Tunnuslukuja on tarkasteltu ensin Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten osalta eri vuositasoilla. Mittareiksi valittiin sellaiset mittarit, jotka kuvaavat yritysten menestymistä ja joista oli tiedot saatavilla. Koska yritykset vaihtelivat eri vuosien osalta hieman (esimerkiksi joiltain yrityksiltä löytyi tieto vain vuosilta 2015–2018 ja joiltain 2017–2019, joltain vain yhdeltä vuodelta ja niin edelleen, jolloin vuosien välillä oli vaihtuvuutta yrityksissä) on yritysten osalta tarkasteltu vuositason lisäksi myös eroa yritysten ilmoittaman ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden mukaan (jolloin vertailussa täsmälleen samat yritykset). Vuosien välistä eroa ei pystynyt tutkimaan t-testin avulla, sillä kyseessä ei ollut kokonaan toisistaan riippuvaiset otokset, mutta ei myöskään toisistaan riippumattomat otokset.

Sen jälkeen kun tunnuslukuja on tarkasteltu Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen asiakaina toimivien yritysten osalta, verrattiin tuloksia vertaisryhmään. Tarkasteltaessa muutoksia Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten mittareissa, on muutosten tilastollista merkittävyyttä tutkittu kahden riippuvaisen ryhmän t-testillä. Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten, sekä vertaisryhmän välisiä erojen tutkimisessa ei käytetty t-testiä, sillä muutoksia vertaillessa olisi pitänyt laskea yritysten muutosprosentti, eikä se onnistunut negatiivisten arvojen takia. Lukujakaan ei voinut suoraan verrata toisiinsa, sillä suurin osa mittareista on toimialasta riippuvaisia, mikä vaikuttaa arvoihin.

Yritysten tehokkuuden tarkastelu jätettiin tutkimuksesta pois, sillä tehokkuutta olisi ollut hankala mitata, kun henkilöstömäärän ilmoittaneiden yritysten osuus jäi melko pieneksi, ja henkilöstömäärä oli monella yrityksellä 0 tai 1. Yrityksillä on voinut olla myös ulkopuolista työvoimaa, jota ei ole laskettu henkilöstöön mukaan, mikä olisi voinut vääristää tuloksia. Pääoman tehokkuuttakaan ei voitu tarkastella, sillä yritysten pääoman tehokkuutta mittaavia tunnuslukuja ei ollut saatavilla.

Jotta tutkimustuloksia olisi selkeämpi esittää, on tutkittavista ryhmistä käytetty lyhennystä. Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten ryhmästä on käytetty nimikettä 1. ryhmä ja vertailuryhmästä, eli sellaisista yrityksistä, jotka eivät ole Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet, on käytetty nimikettä 2. ryhmä.

7.2 Yritysten taloudellinen menestys

Yritysten taloudellista menestystä mitattiin tarkastelemalla kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta. Kannattavuutta tarkasteltiin tutkimalla liikevoittoprosentin muutoksia ja käyttökateprosenttia, vakavaraisuutta tarkastelemalla omavaraisuusastetta ja maksuvalmiutta current ratio -tunnusluvun avulla.

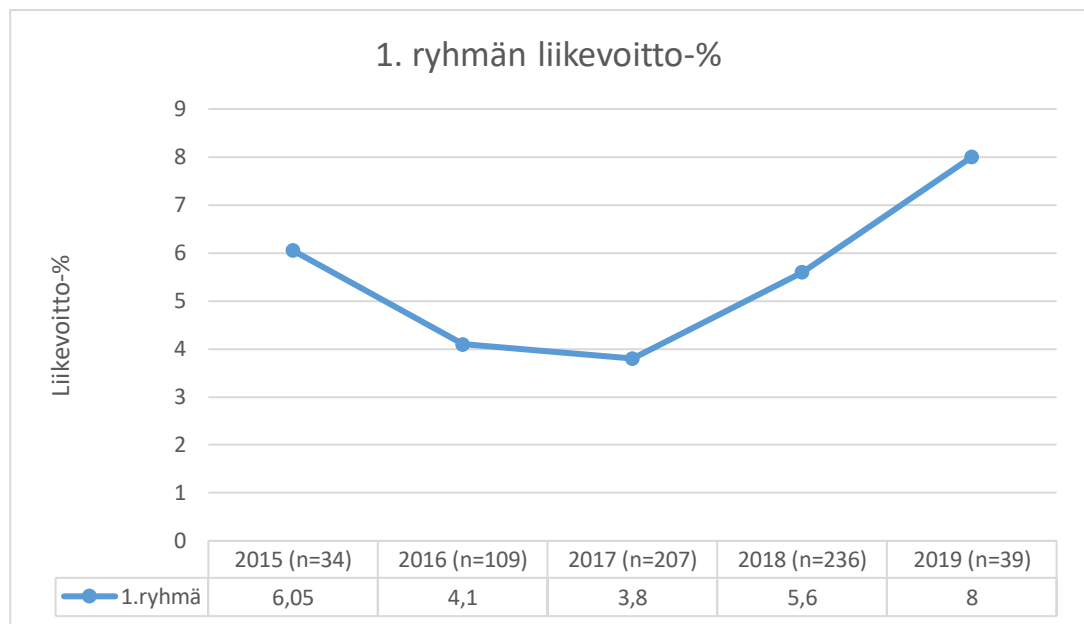
Kannattavuus

Kuten taulukossa 2 näkyy, on yritysten liikevoitto-% arvojen välillä melko paljon hajontaa. Koska hajonta on niin suurta, on liikevoittoprosentin osalta tarkasteltu keskiarvon sijaan mediaanilukuja. Pienimmillään liikevoittoprosentti on ollut -650 % ja korkeimmillaan 203 %. Keskimääräinen liikevoittoprosentti on ollut 3,8–8 %. Puolet arvoista on asettunut vuonna 2015 -1,1 % ja 18,45 % väliin, vuonna 2016 arvojen -9,2 % ja 11,8 % väliin, vuonna 2017 arvojen -7,1 % ja 3,8 % väliin, vuonna 2018 arvojen -3,03 % ja 15,88 % väliin ja vuonna 2019 arvojen 3,8 % ja 13 % väliin.

Taulukko 2. 1. ryhmän liikevoitto-% tunnuslukuja

	2015	2016	2017	2018	2019
n	34	109	207	236	39
keskiarvo	-10,54	-10,11	-6,87	0,18	8,54
keskihajonta	89,86	79,54	56,06	46,2	19,16
pienin arvo	-500	-650	-512,5	-466,7	-55,6
suurin arvo	80	203	95,7	100	53,5
mediaani	6,05	4,1	3,8	5,6	8
alaneljännes	-1,1	-9,2	-7,1	-3,03	3,8
yläneljännes	18,45	11,8	13	15,88	13

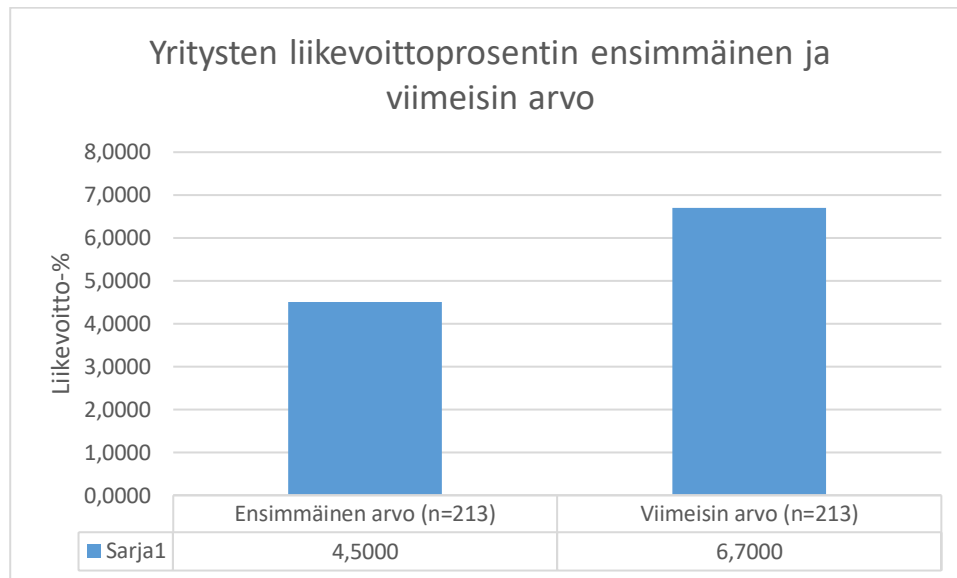
Kuviossa 4 on kaavion avulla havainnollistettu liikevoittoprosentin muutosta vuosina 2015–2019. Kuvioista nähdään, että Keski-Suomen Uusyrityskeskuksen palveluita käyttäneiden yritysten liikevoittoprosentti on keksimäärin ollut laskussa ensimmäisten kolmen vuoden aikana, mutta kääntynyt nousuun vuosina 2017–2019. Vuosien 2015 ja 2016 välillä eroa on ollut 1,95 prosenttiyksikkö, eli liikevoittoprosentti on laskenut noin 32 %. Vuosien 2016 ja 2017 välillä laskua on ollut 0,3 prosenttiyksikkö, eli liikevoittoprosentti on laskenut noin 7 %. Vuosien 2017 ja 2018 välillä liikevoittoprosentti on kasvanut 1,8 prosenttiyksikköä, eli noin 47 %. Vuosien 2018 ja 2019 välillä kasvua on ollut 2,4 prosenttiyksikköä, eli noin 43 %. Vuosien 2015 ja 2019 välillä muutosta on ollut 1,95 prosenttiyksikköä, eli liikevoittoprosentti on ollut vuonna 2019 noin 32 % suurempi kuin vuonna 2015.



Kuvio 4. 1. ryhmän liikevoitto-%

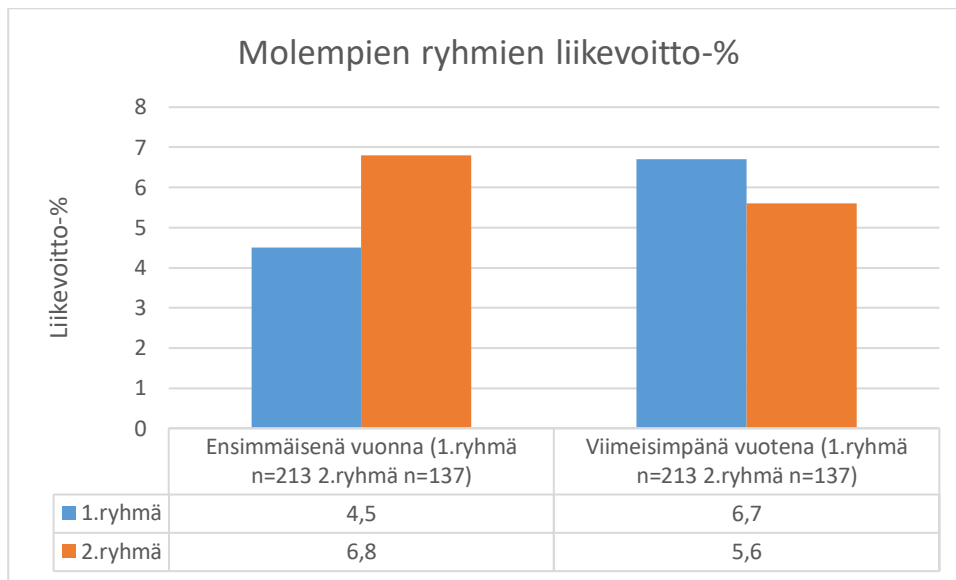
Kuviossa 5 on kuvattu yritysten liikevoitto-%:n mediaanit mitattuna yritysten ensimmäisen ilmoitetun vuoden ja viimeisimmän ilmoitetun vuoden perusteella. Yritysten liikevoitto-% heidän ensimmäisenä vuotenaan oli mediaanin mukaan 4,50 % ja viimeisimmän ilmoitetun vuoden mukaan 6,70 %. Eroa oli 2,20 prosenttiyksikköä, eli liikevoitto-% oli kasvanut 48,89 %. Ensimmäisenä vuotena puolet arvoista olivat välillä -

0,1–14,2 % ja viimeisimpänä vuotena -1,3–15,75 % välillä. Keskihajonta oli ensimmäisenä vuotena noin 80,93 ja viimeisimpänä vuotena 50,02. Keskiarvon mukaan yritysten liikevoitto-% oli niiden ensimmäisenä vuotenaan keskimäärin -10,9 % ja viimeisimpänä vuotenaan 0,128 %. Kasvua on siis keskiarvojen mukaan ollut 11,028 prosenttiyksikköä. Ero ei ole kuitenkaan tilastollisesti merkitsevä, sillä $p=0,059$; 2-suuntainen.



Kuvio 5. Yritysten liikevoittoprosentti ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Kuviossa 6 on kuvattu sekä 1. ryhmän, että 2. ryhmän liikevoitto-%:en mediaanit yritysten ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden osalta. Koska, kuten aiemmin mainittiin, että liikevoitto-% on toimialakohtainen, ei mediaanien suuruutta kannatta verrata ryhmien välillä, vaan liikevoittoprosentin muutosta. Kuvioista nähdään, että 1. ryhmän mediaani on ollut kasvanut 2,2 prosenttiyksikköä, eli 48,89 % ja 2. ryhmän puolestaan laskenut 1,2 prosenttiyksikköä, eli 17,65 %. 1. ryhmän yrityksistä 120:lla, eli 56,60 %:lla oli liikevoittoprosentti kasvanut ja 92:lla, eli 43,40 %:lla laskenut, mikä myös osoittaa sen, että hajonta ollut melko suurta. 2. ryhmällä puolestaan 70:llä, eli 51,09 %:lla yrityksistä liikevoittoprosentti oli kasvanut, ja yrityksistä 66:lla, eli 48,18 %:lla laskenut. Jakautuneisuus oli siis melko samanlaista, mutta 1. ryhmällä yritysten, jotka ovat onnistuneet kasvattamaan liikevoittoprosenttiaan, osuus on ollut hieman suurempi.



Kuvio 6. Molempien ryhmien liikevoitto-% ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Käyttökate

Taulukossa 3 on esitetty Keski-Suomen Uusyrityskeskuksen palveluita käyttäneiden yritysten käyttökate. Myös tässä keskihajonta on ollut melko suurta kaikkien vuosien osalta. Vuonna 2015 n=22, joten se on jätetty tarkastelun ulkopuolelle.

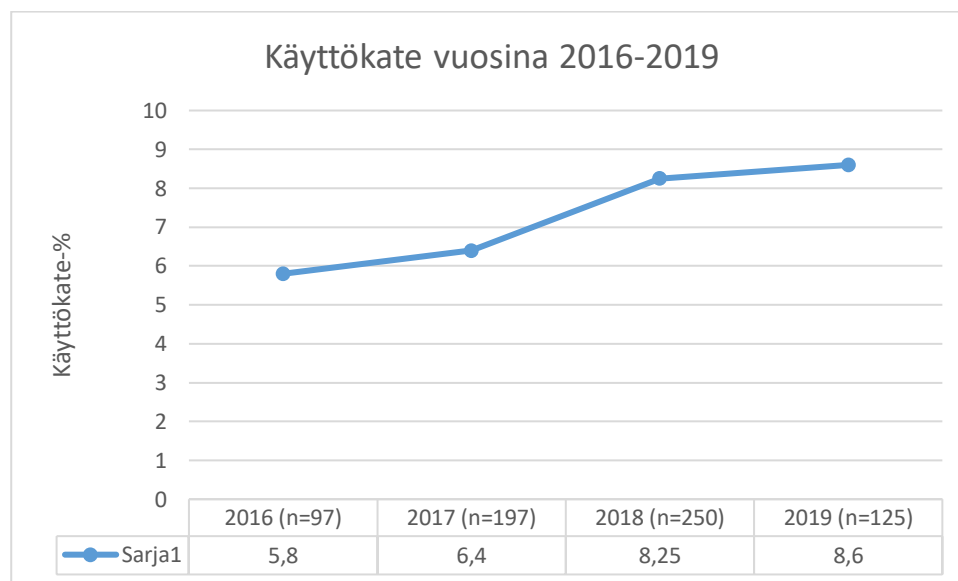
Taulukko 3. 1. ryhmän käyttökate

	2016	2017	2018	2019
n	97	197	240	125
keskiarvo	-3,2732	-1,67817	4,449167	12,1016
keskihajonta	72,79969	54,04349	44,64185	33,41802
pienin arvo	-650	-462,5	-433,3	-120
suurin arvo	71,4	86,7	100	300
mediaani	5,8	6,4	8,25	8,6
alaneljännes	-3,85	-1,8	0	3,85
yläneljännes	14	16,2	19,15	18,2

Kuten taulukosta nähdään, on käyttökate keskimäärin ollut kasvussa vuosina 2016–2019 keskiarvojen ja mediaanien mukaan. Muutosta vuosien 2016 ja 2017 välillä oli mediaanin mukaan 0,6 prosenttiyksikköä, eli käyttökate oli noussut 10,34 %. Vuosien

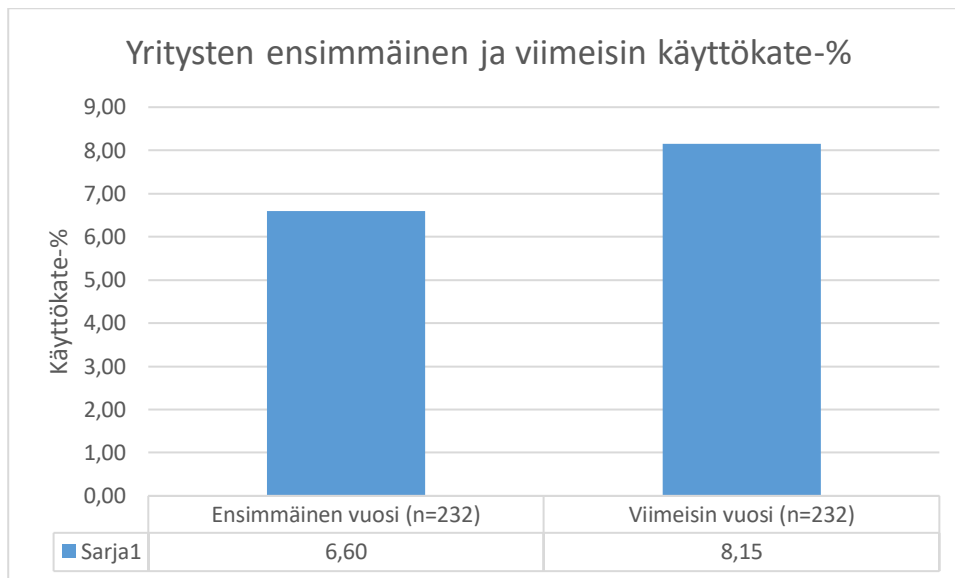
2017 ja 2018 välillä oli eroa 1,85 prosenttiyksikköä, eli käyttökate oli noussut 28,91 %. Vuosien 2019 ja 2018 välillä eroa oli 0,35 prosenttiyksikköä, eli käyttökate oli noussut 4,24 %. Pienimmillään käyttökate on ollut -650 % ja suurimmillaan 300 %. Vuonna 2015 puolet käyttökatearvoista oli -3,85 % - 14 % välillä, vuonna 2016 arvojen -1,8 % ja 16,2 % välillä, vuonna 2017 arvojen 0 % ja 19,15 % välillä ja vuonna 2019 arvojen 3,85 % ja 18,2 % välillä.

Kuviossa 7 on vielä kuvattu graafisesti käyttökateiden muutos vuosina 2015–2019. Kuten kuvasta nähdään, on kasvu ollut melko tasaista.



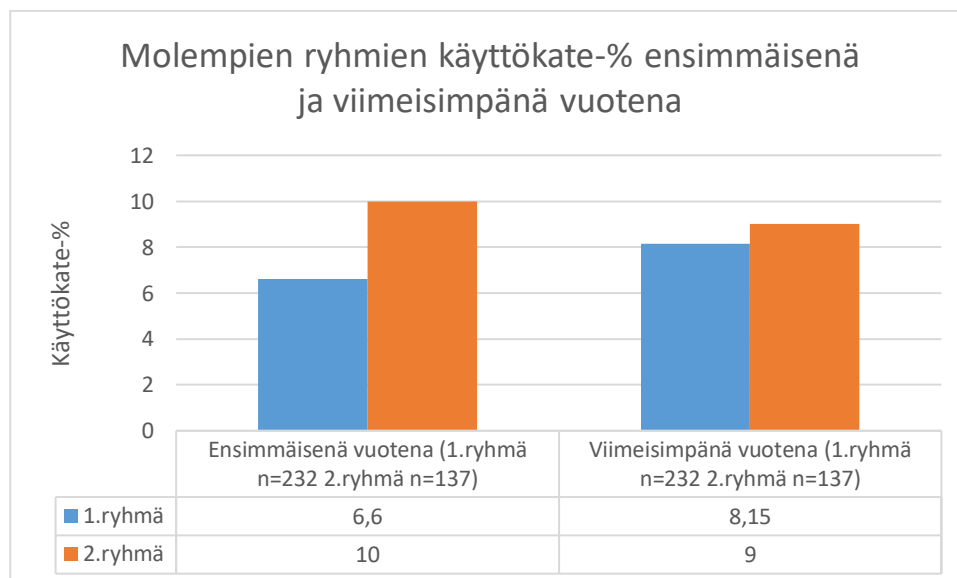
Kuvio 7. Käyttökate vuosina 2016–2019

Kuviossa 8 on kuvattu yritysten ensimmäinen ja viimeisin käyttökate-% (mediaani). Kuten kuviosta nähdään, on käyttökate-% ollut keskimäärin kasvussa. Eroa oli 1,55 prosenttiyksikköä, eli käyttökate-% oli kasvanut keskimäärin 23,48 %. Muutos on tilastollisesti merkitsevä, sillä $p=0,038$; 2-suuntainen.



Kuvio 8. Yritysten ensimmäinen ja viimeisin käyttökate-%

Kuviossa 9 on kuvattu molempien ryhmien käyttökate-%:en mediaanit yritysten ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä. Kuten kuviosta huomataan, on 1. ryhmän käyttökate-% ollut kasvussa 1,55 prosenttiyksikköä, eli käyttökate on noussut keskimäärin 23,48 %. 2. ryhmän käyttökate-% puolestaan ollut laskussa 1 prosenttiyksikön verran, eli se on laskenut 10 %.



Kuvio 9. Molempien ryhmien ensimmäinen ja viimeisin käyttökate-%

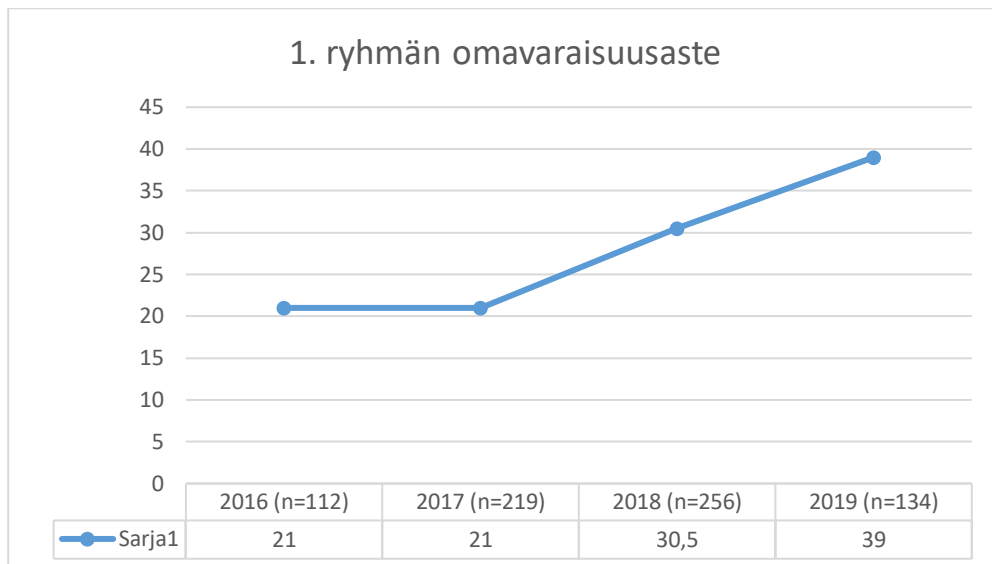
Vakavaraisuus

Taulukossa 4 näkyy Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten omavaraisuusasteen muutos vuosina 2016–2019. Koska vuoden 2015 kappalemäärä jäi alle kolmenkymmenen ($n=27$), ei sen vuoden tuloksia otettu huomioon omavaraisuutta tutkittaessa. Taulukosta nähdään, että keskihajonta on melko suurta (127,1–870,6 yksikköä), minkä vuoksi myös omavaraisuusastetta tulkitaan keskiarvon sijaan mediaanien avulla. Pienimmillään omavaraisuusaste on ollut 10 000 % ja suurimmillaan 100 %. Vuonna 2016 puolet arvoista asettui välille -2,75–60, vuonna 2017 välille 0–60, vuonna 2018 välille 2–65 ja vuonna 2019 6,75–69.

Taulukko 4. 1. ryhmän omavaraisuusaste

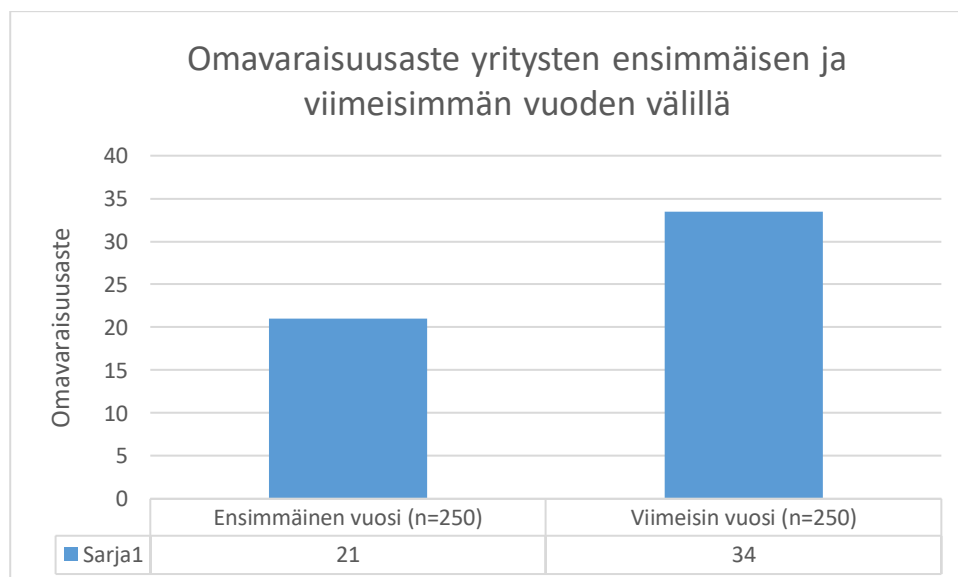
	2016	2017	2018	2019
n	112	219	256	134
keskiarvo	5,85	-95,78	-24,14	-62,56
keskihajonta	127,1	977,48	629,79	870,64
pienin arvo	-1050	-10 000	-10 000	-10 000
suurin arvo	100	100	100	100
mediaani	21	21	30,5	39
alaneljännes	-2,75	0	2	6,75
yläneljännes	60	60	65	69

Kuten kuviosta 10 nähdään, on omavaraisuusaste ollut kasvussa vuosina 2017–2019. Vuosina 2016–2017 omavaraisuusaste on pysynyt keskimäärin samansuuruisena (21 %), vuosina 2017–2018 omavaraisuusaste on noussut 9,5 prosenttiyksikköä, eli noin 45 %. Vuodesta 2018 vuoteen 2019 omavaraisuusaste on noussut 8,5 prosenttiyksikköä, eli noin 28 %. Omavaraisuusaste on noussut vuodesta 2016 vuoteen 2019 18 prosenttiyksikköä, eli noin 85 %.



Kuvio 10. 1.ryhmän omavaraisuusaste

Kuviossa 11 on kuvattu yritysten omavaraisuusaste ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden osalta. Omavaraisuusaste on noussut keskimäärin 13 prosenttiyksikköä, eli kasvua on ollut 61,90 %. Ero ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä ei ollut kuitenkaan tilastollisesti merkitsevä, sillä $p=0,424$; 2-suuntainen.



Kuvio 11. Yritysten omavaraisuusaste ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Kuten aiemmin tuli ilmi, liittyy omavaraisuusasteeseen raja-arvoja, joiden mukaan määritellään, onko saavutettu tavoitteellinen arvo, vai onko tulos heikko. Arvo, joka on 50 tai yli, on tavoitteellinen, 40–49 välillä oleva arvo tyydyttävä ja alle 40 menevä

arvo heikko (Vilkkumaa 2010, 50). Taulukossa 5 on Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten osuus näiden omavaraisuusluokkien mukaan jaoteltuna.

Taulukko 5. 1. ryhmän omavaraisuusaste ryhmittäin

	2016	2017	2018	2019
Arvo 50 tai yli	30,36 % (n=34)	30,73 % (n=67)	35,69 % (n=91)	42,54 % (n=57)
Arvo 40-49	4,46 % (n=5)	8,26 % (n=18)	7,48 % (n=20)	6,72 % (n=9)
Arvo alle 40	65,18 % (n=73)	61,01 % (n=133)	56,47 % (n=144)	50,75 % (n=68)
Yht.	100 % (N=112)	100 % (N=218)	100 % (N=255)	100 % (N=134)

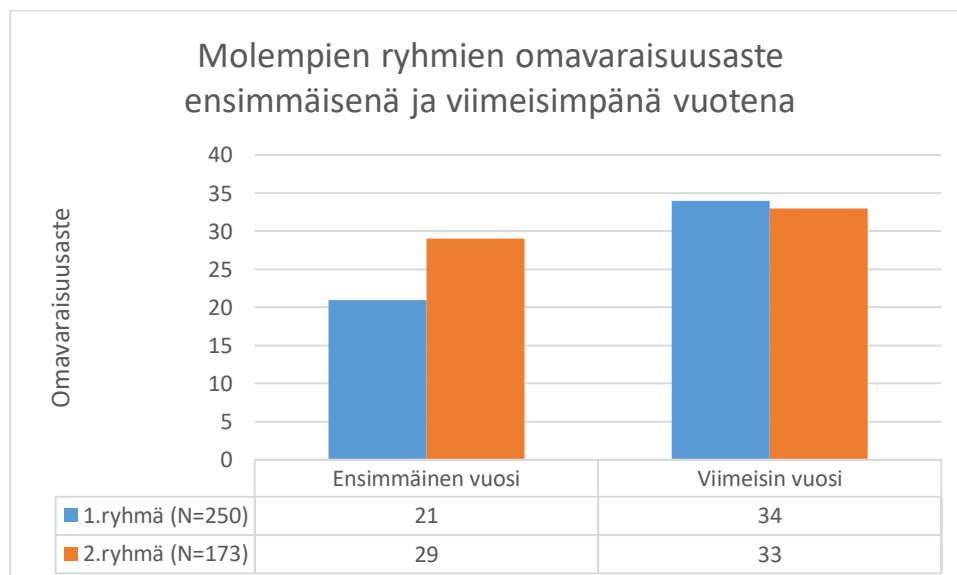
Kuten taulukosta nähdään, on yritysten omavaraisuusaste ollut suurimmaksi osaksi joko tavoitteellisella tai heikolla tasolla vuosina 2016–2019. Jakauma on ollut jokaisena vuotena melko samanlainen. Jokaisena vuotena suurimmalla osalla yrityksistä on ollut omavaraisuusaste heikolla tasolla. Heikolla tasolla olevien yritysten määrä on kuitenkin laskenut vuosien 2016 ja 2019 välillä, ja tavoitteellisella tasolla olevien yritysten osuus on puolestaan kasvanut. Tavoitteellisella tasolla olevien yritysten osuus on kasvanut vuosien 2016 ja 2019 välillä 30,36 prosentista 42,54 prosenttiin. Kasvua on ollut siis 12,18 prosenttiyksikköä, eli 40 %. Heikolla tasolla olevien yritysten osuus on puolestaan laskenut noin 22 %.

Taulukossa 6 on kuvattu yritysten osuus omavaraisuusluokissa yritysten ilmoittaman ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden osalta. Tavoitteellisella tasolla olevien yritysten määrä on noussut 42,86 % ja heikolla tasolla olevien yritysten osuus laskenut 17,68 %.

Taulukko 6. Yritysten omavaraisuus luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

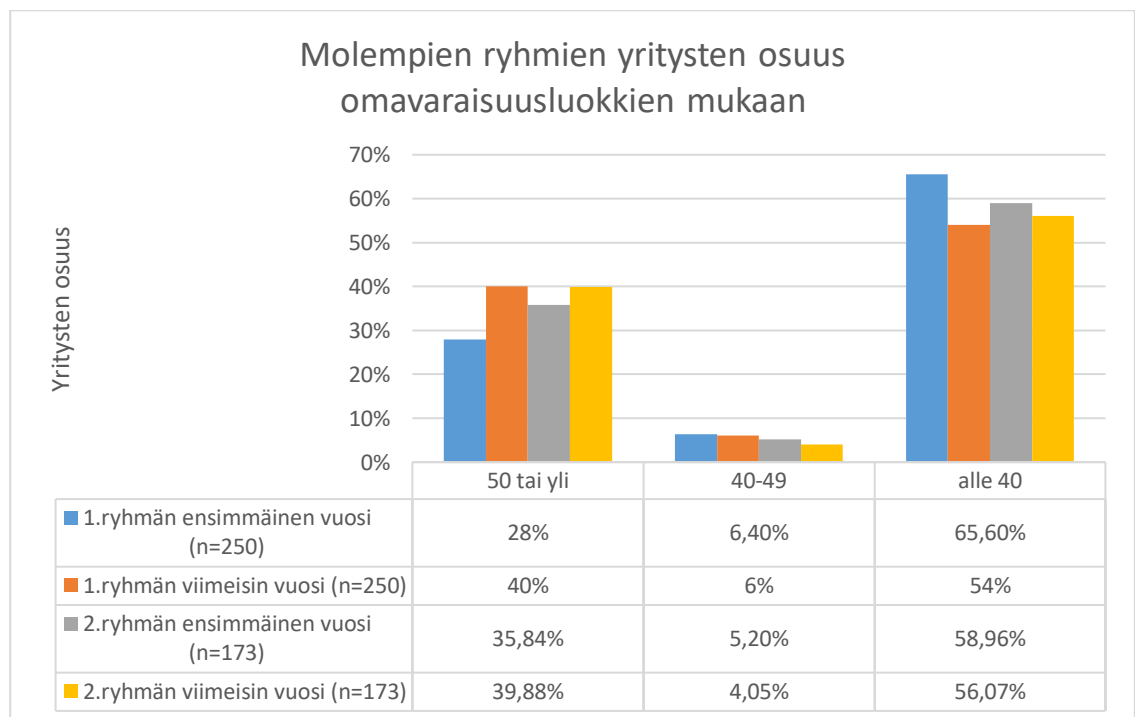
	Ensimmäinen vuosi	Viimeisin vuosi
Arvo 50 tai yli	70 (28 %)	100 (40 %)
Arvo 40-49	16 (6,40 %)	15 (6 %)
Arvo alle 40	164 (65,60 %)	135 (54 %)
Yht.	250 (100 %)	250 (100 %)

Kuviossa 12 on kuvattu molempien ryhmien omavaraisuusasteen mediaani yritysten ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena. Kuvioista nähdään, että 2. ryhmän omavaraisuusaste on ollut ensimmäisenä vuotena 8 prosenttiyksikköä, eli 38,10 %, suurempi kuin 1. ryhmällä. Yritysten viimeisimpänä vuotena on kuitenkin 1.ryhmän omavaraisuusaste ollut korkeampi, sillä se on 1 prosenttiyksikköä, eli 3,03 % prosenttia suurempi kuin 2. ryhmällä. Kuten kuvioista nähdään, on 1. ryhmän omavaraisuus kasvanut 13 prosenttiyksikköä, eli 61,90 %. 2.ryhmän omavaraisuusaste on puolestaan laskenut 4 prosenttiyksikköä eli 13,79 %.



Kuvio 12. Molempien ryhmien omavaraisuusaste ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Kuviosta 13 nähdään molempien ryhmien yritysten osuus eri omavaraisuusluokissa. Molemmissa ryhmissä tavoitteellisella olevien yritysten osuus kasvanut ja heikolla tasolla olevien yritysten osuus laskenut. 1. ryhmällä muutos on ollut suurempaa, sillä tavoitteellisella tasolla olevien yritysten osuus on kasvanut 42,86 % ja 2. ryhmällä 11,27 %, jolloin 1. ryhmän kasvu on ollut siis 280,30 % suurempi kuin 2. ryhmällä. Heikolla tasolla olevien yritysten osuus on 1. ryhmällä laskenut 17,68 % ja 2. ryhmällä laskua oli 4,90 %. 1. ryhmällä lasku oli siis 260,82 % suurempi kuin 2. ryhmällä.



Kuvio 13. Molempien ryhmien omavaraisuusaste luokkien mukaan

Maksuvalmius

Kuten taulukosta 7 nähdään, on Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten current ration keskiarvot olleet vuositasolla hieman laskussa. Vuotta 2015 ei ole otettu huomioon, sillä n=28. Kuviosta nähdään, että vuonna 2016 keskiarvo on ollut suurin, johon saattaa vaikuttaa se, että sinä vuonna on ollut muutama poikkeuksellisen korkea arvo (korkeimmillaan 57), jotka ovat nostaneet keskiarvoa. Vuositasolla verrattuna vuonna 2019 on ollut suurin arvo matalimmillaan (14). Mediaaneja vertaillen huomataan, että current ratio on ollut hieman laskussa vuosina 2016–2018, mutta noussut vuonna 2019 taas samalle tasolle kuin vuonna 2016 (1,7000). Vuonna 2016 puolet arvoista ovat asettuneet välille 1,00–2,95, vuonna

2017 välille 1,00–2,80, vuonna 2018 välille 1,00–2,90 ja vuonna 2019 välille 0,95–3,00.

Taulukko 7. 1. ryhmän current ratio vuosina 2016–2019

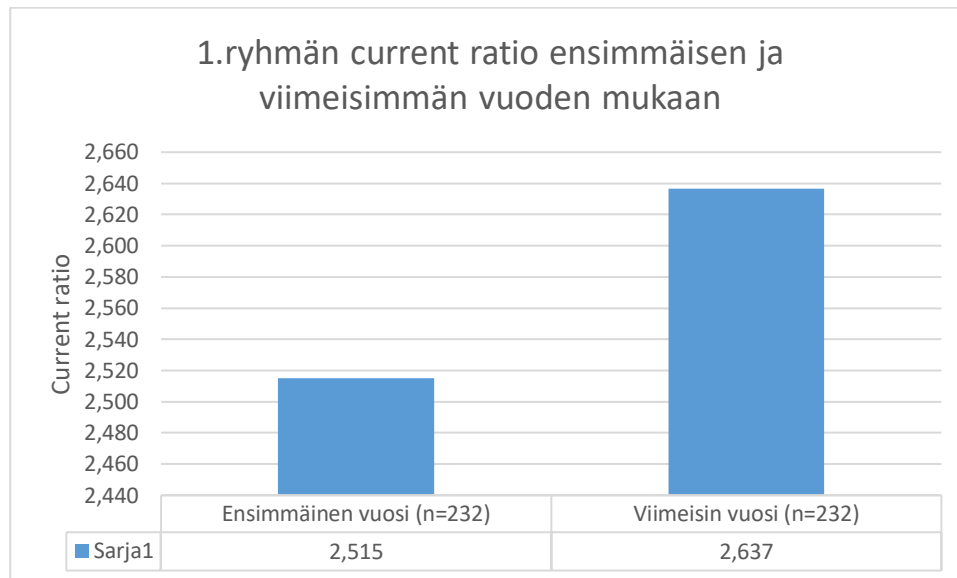
	2016	2017	2018	2019
n	100	198	234	121
ka	2,9240	2,6091	2,6722	2,4777
mediaani	1,7000	1,5000	1,6500	1,7000
keskihajonta	6,0670	4,5822	3,7986	2,4613
suurin arvo	57,0000	50,9000	34,0000	14,0000
pienin arvo	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
yläneljännes	2,9500	2,8000	2,9000	3,0000
alaneljännes	1,0000	1,0000	1,0000	0,9500

Taulukosta 8 nähdään, että keskimäärin yrityksistä suurimmalla osalla current ratio on ollut tavoitteellisella tasolla (arvo 1,6 tai yli). Näiden yritysten osuus on vaihdellut 49,49 prosentista 55 prosenttiin. Suurimmillaan se on ollut vuonna 2016 ja matalimmillaan 2017. Jokaisena vuotena 0,9–1,1 luokkaan menevien yritysten osuus ollut pienin, paitsi vuonna 2019 se ollut samansuuruinen kuin 1,2–1,5 luokkaan menevillä yrityksillä (12,40 %). 0,9–1,1 luokkaan menevien yritysten osuus on ollut korkeimmillaan vuonna 2019 ja matalammillaan vuonna 2016 (9 %). 1,2–1,5 luokkaan menevien yritysten osuus on ollut suurimmillaan vuonna 2017 (18,69 %) ja pienimmillään 2019 (12,40 %). Alle 0,9 luokkaan menevien yritysten osuus on hieman laskenut vuosien varrella. Suurimmillaan se on ollut vuonna 2016 (22 %) ja pienimmillään vuonna 2018 (20,51 %). Vuodesta 2018 vuoteen 2019 se oli taas laskenut hieman, mutta vain 0,15 prosenttiyksikköä.

Taulukko 8. 1.ryhmän current ratio arvoluokkien mukaan 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
1,6 tai yli	55 (55 %)	98 (49,49 %)	123 (52,56 %)	66 (54,55 %)
1,2-1,5	14 (14 %)	37 (18,69 %)	36 (15,38 %)	15 (12,40 %)
0,9-1,1	9 (9 %)	22 (11,11 %)	27 (11,54 %)	15 (12,40 %)
alle 0,9	22 (22 %)	41 (20,71 %)	48 (20,51 %)	25 (20,66 %)
Yht.	100 (100 %)	198 (100 %)	234 (100 %)	121 (100 %)

Yrityksistä 232 oli ilmoittanut current ration vähintään kahdelta vuodelta. Kuviossa 14 on kuvattu Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten current ratio yritysten ilmoittamana ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena. Kuviossa näkyy arvojen keskiarvot. Kuten kuvioista huomataan, on yritysten current ratio kasvanut 0,122 yksikköä, eli 4,85 % ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä. Ero ei ole kuitenkaan tilastollisesti merkitsevää, sillä $p=0,66$; 2-suuntainen.



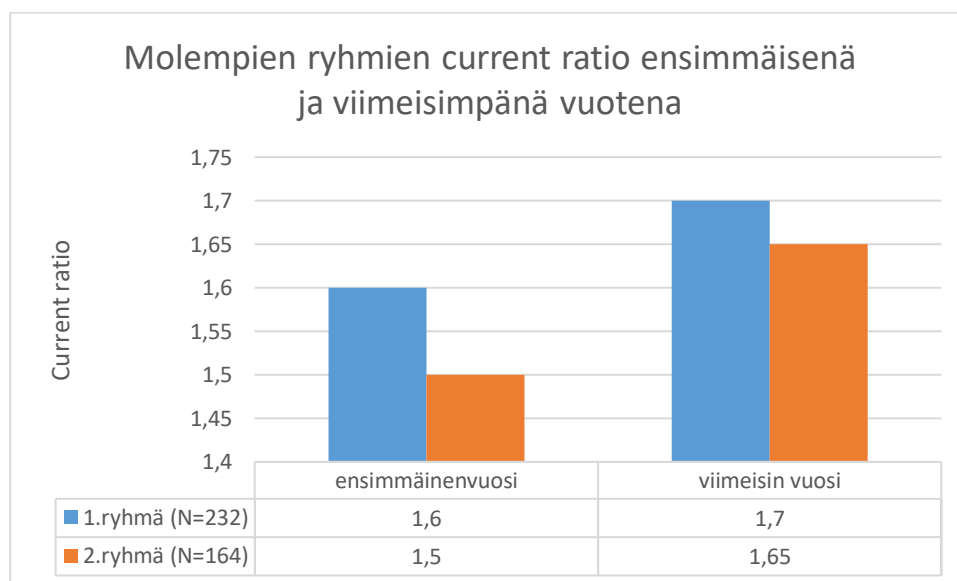
Kuvio 14. 1. ryhmän current ratio ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden mukaan

Taulukossa 9 on jaoteltu yritykset vielä niiden ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotenaan current ratio- luokkien mukaan. Kuten taulukosta nähdään, on yritysten, joiden current ratio on ollut 0,9 tai yli, osuus kasvanut viidellä, eli 2,71 %:lla. Myös sellaisten yritysten osuus, joiden current ratio on ollut alle 0,3 on noussut kolmella yrityksellä, eli 25 %:lla. Yritysten, joiden current ratio on ollut 0,3—0,5 osuus on laskenut neljällä yrityksellä, eli 23,53 %:lla ja sellaisten yritysten, joiden current ratio on ollut 0,6—0,8 määrä on laskenut neljällä yrityksellä, eli 22,22 %:lla. Kumpanakin vuotena yritysten, joiden current ratio on ollut 0,9 tai yli, osuus ollut selkeästi suurin (79,74—81,90 %).

Taulukko 9. 1. ryhmän current ratio arvoluokkien mukaan ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

	Ensimmäisenä vuotena (N=232)	Viimeisimpänä vuotena (N=232)
0,9 tai yli	185 (79,74 %)	190 (81,90 %)
0,6-0,8	18 (7,76 %)	14 (6,03 %)
0,3-0,5	17 (7,33 %)	13 (5,60 %)
alle 0,3	12 (5,17 %)	15 (6,47 %)
yht.	232 (100%)	232 (100 %)

Koska 2. ryhmän yritysten current ratio -arvoissa oli niin paljon hajontaa, on seuraavassa kuviossa (kuvio 15) verrattu ryhmien mediaaneja keskenään. Kuten kuviosta nähdään, on 1. ryhmän current ratio ollut keskimäärin korkeampi kuin 2. ryhmällä. Ensimmäisenä vuotena eroa on ollut 0,1 yksikköä, eli 6,67 % ja viimeisimpänä vuotena 1. ryhmän current ratio on ollut keskimäärin 0,05 yksikköä, eli 3 % suurempi kuin vertaisryhmällä. Ero on kuitenkin tasoittunut vuosien välillä.



Kuvio 15. Molempien ryhmien current ratio ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Taulukossa 10 on tarkasteltu vielä ryhmien välisiä eroja current ratio- luokkien välillä. Kuten taulukosta nähdään, on sellaisten yritysten osuus, joiden current ratio arvo on ollut 0,9 tai yli, ollut 1.ryhmällä kasvussa ja 2. ryhmällä laskussa. Kuten aiemmin mainittiin, on 1. ryhmällä kasvua ollut 2,71 %:lla, kun taas 2. ryhmällä laskua on taulukon

mukaan ollut 3,03 %. Molemmilla ryhmillä sellaisten yritysten, joiden current ratio on ollut alle 0,3, osuus on kasvanut. 2. ryhmällä kasvua on ollut 225 % ja 1. ryhmällä 25 %. 2.ryhmässä kasvu sellaisten yritysten määrässä, joiden current ratio on ollut heikolla tasolla (alle 0,3), on ollut siis 800 % suurempaa kuin 1. ryhmässä.

Taulukko 10. Molempien ryhmien current ratio luokkien mukaan ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

	1.ryhmän ensimmäinen vuosi	2.ryhmän ensimmäinen vuosi	1.ryhmän viimeisin vuosi	2.ryhmän viimeisin vuosi
0,9 tai yli	79,74% (n=185)	80,49% (n=132)	81,9% (n=190)	78,66% (n=129)
0,6-0,8	7,76% (n=18)	7,32% (n=12)	6,03% (n=14)	5,49% (n=9)
0,3-0,5	7,33% (n=17)	9,76% (n=16)	5,6% (n=13)	7,93% (n=13)
alle 0,3	5,17% (n=12)	2,44% (n=4)	6,47% (n=15)	7,93% (n=13)
yht.	100 % (N=232)	100 % (N=164)	100 % (N=232)	100 % (N=164)

7.3 Yritysten toiminnan laajuus

Yritysten toiminnan laajuuden kehittymistä vertailtiin tutkimalla liikevaihtoa, liikevaihdon kasvuprosenttia ja henkilöstömäärää.

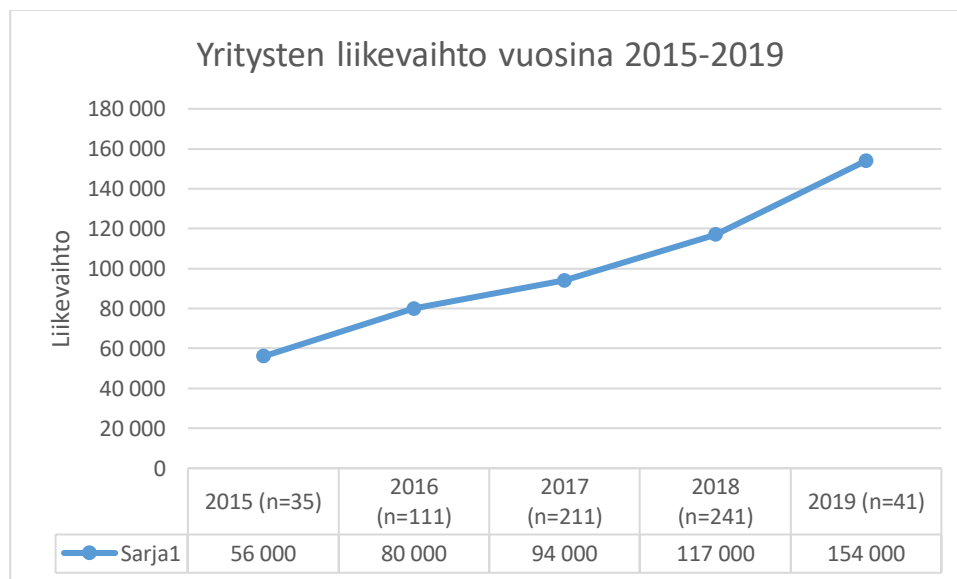
Liikevaihto

Taulukosta 11 nähdään, että yritysten liikevaihto niin keskiarvoina, kuin mediaaninakin mitattuna on ollut kasvussa. Pienimmillään liikevaihto on ollut -95 000 ja suurimmillaan 6 100 000. Hajontaa on ollut melko paljon. Vuonna 2015 puolet yritysten liikevaihdoista asettui välille 18 000–110 000, vuonna 2016 välille 32 000–183 000, vuonna 2017 välille 31 000–217 000, vuonna 2018 välille 46 500–248 000 ja vuonna 2019 välille 58 000–315 000.

Taulukko 11. Yritysten liikevaihto vuosina 2015–2019

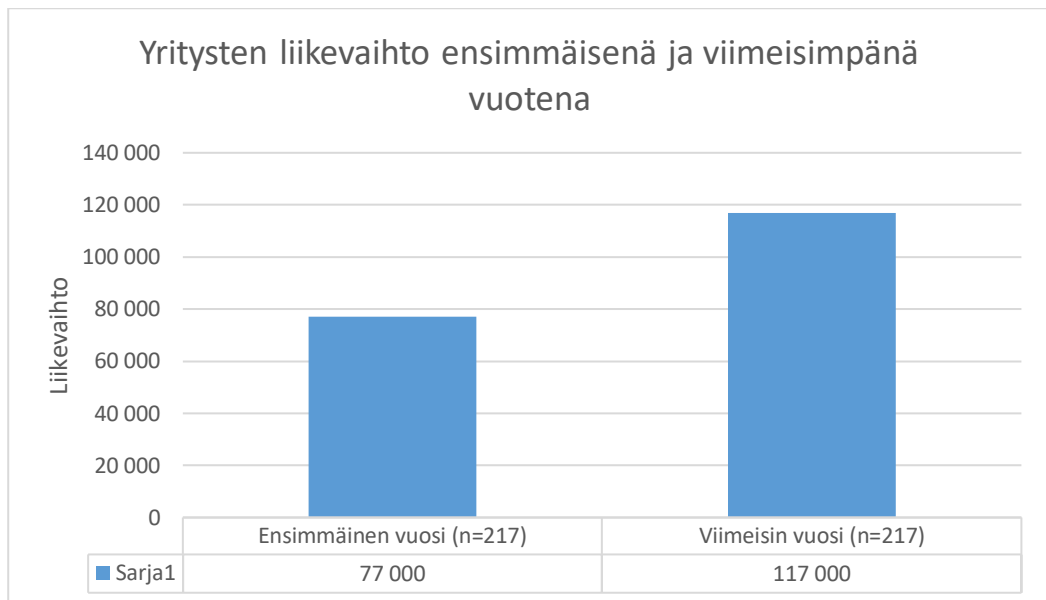
	2015	2016	2017	2018	2019
n	35	111	211	241	41
keskiarvo	148 000	194 324	217 573	264 651	267 171
keskihajonta	366 369	448 258	482 505	580 393	432 235
pienin arvo	0	3 000	-95 000	-49 000	11 000
suurin arvo	2 200 000	4 300 000	5 900 000	6 100 000	2 700 000
mediaani	56 000	80 000	94 000	117 000	154 000
alaneljännes	18000	32000	31000	46500	58000
yläneljännes	110000	183000	217000	248500	315500

Kuviossa 16 on esitetty graafisesti yritysten liikevaihdon muutos vuosina 2015–2019. Kuviossa näkyvät arvot ovat mediaaneja. Kuten kuviosta nähdään, on liikevaihto keskimäärin kasvanut vuosien 2015–2019 välillä. Vuodesta 2015 vuoteen 2016 liikevaihto on kasvanut 42,86 %, vuosien 2016 ja 2017 välillä 17,50 %, vuosien 2017 ja 2018 välillä 24,47 % ja vuosien 2018 ja 2019 välillä 31,62 %.



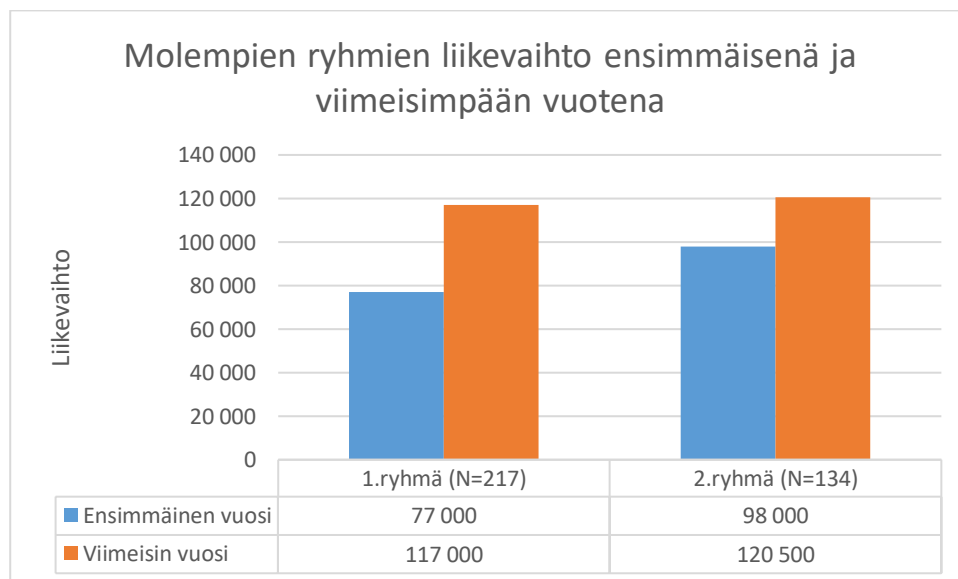
Kuvio 16. Yritysten liikevaihto vuosina 2015-2019

Kuviossa 17 on kuvattu yritysten liikevaihtoa niiden ensimmäisenä ja viimeisimpänä ilmoitettuna vuotena. Esitetyt luvut ovat mediaaneja. Kuten kuviosta nähdään, on kasvua ollut. Liikevaihto on kasvanut keskimäärin 51,95 %. Muutos on ollut tilastollisesti merkittävä, sillä $p=0,000$; 2-suuntainen.



Kuvio 17. Yritysten liikevaihto ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

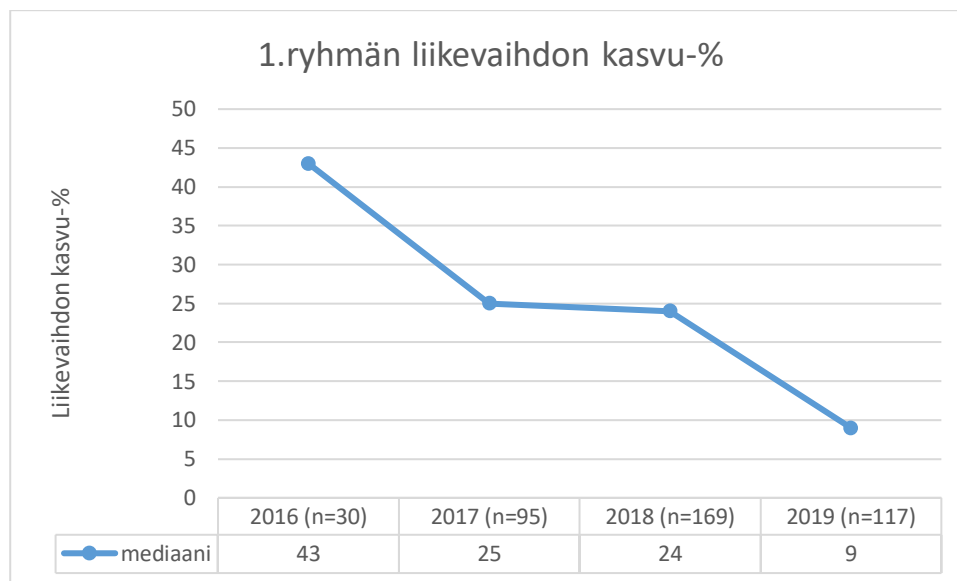
Kuviossa 18 on kuvattu molempien ryhmien liikevaihto ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena. Kuten kuviosta nähdään, on vertaisryhmän liikevaihto kasvanut vähemmän mitä Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä. 2. ryhmän liikevaihto kasvoi 22,45 %, eli Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden liikevaihto kasvoi 29,5 prosenttiyksikköä, eli 131,40 % prosenttia enemmän kuin vertaisryhmällä.



Kuvio 18. Molempien ryhmien liikevaihto ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

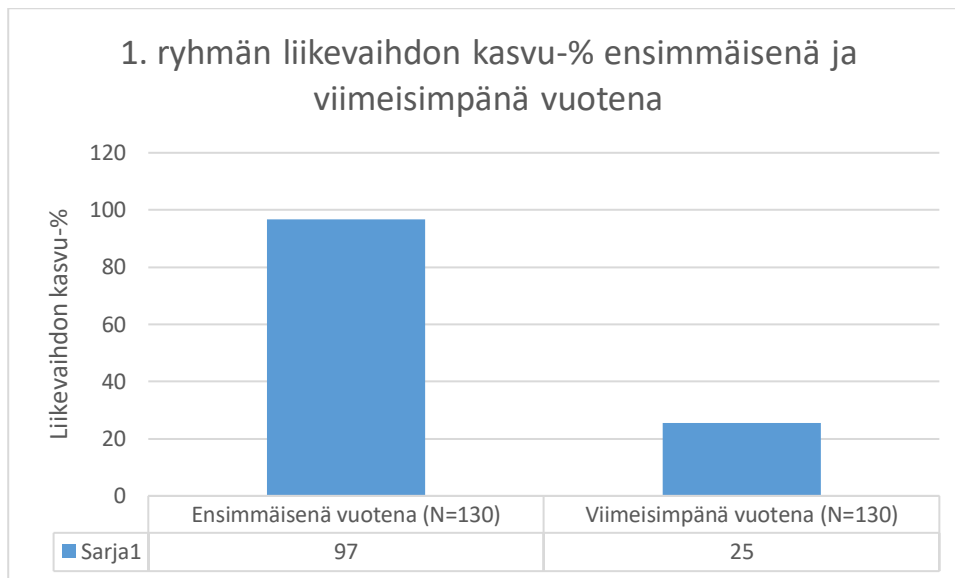
Liikevaihdon kasvu-%

Kuviossa 19 on kuvattu 1. ryhmän liikevaihdon kasvu-% vuosina 2016–2019. Kuviosta nähdään, että liikevaihdon kasvu-% on laskussa, mutta on kuitenkin pysytellyt kokonollan yläpuolella, eli liikevaihto on ollut keskimäärin kasvussa. Vuosien 2017 ja 2016 välinen ero oli 18 yksikköä, eli liikevaihdon kasvu-% oli vuonna 2017 41,86 % pienempi kuin vuonna 2016. Vuonna 2018 liikevaihdon kasvu-% oli 4 % pienempi kuin edellisenä vuonna ja vuoden 2019 liikevaihdon kasvu-% oli 62,50 % pienempi kuin vuonna 2018.



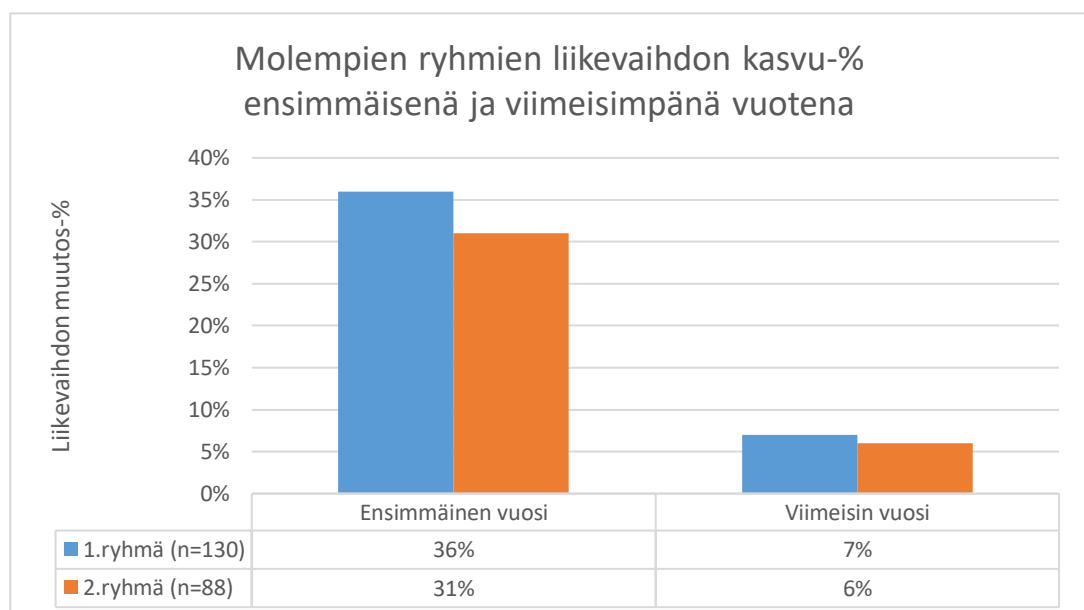
Kuvio 19. 1.ryhmän liikevaihdon kasvu-% vuosina 2016-2019

Yrityksistä 130 oli ilmoittanut liikevaihdon kasvuprosentin vähintään kahdelta vuodelta. Kuviossa 20 on kuvattu 1. ryhmän liikevaihdon kasvu-% ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden osalta. Kuten kuviosta nähdään, on liikevaihdon kasvu-% pienentynyt vuosien välillä. Yritysten keskiarvoinen liikevaihdon kasvu-% oli heidän ensimmäisen vuotensa jälkeen 97 %, kun taas viimeisimpänä vuotenaan liikevaihto oli kasvanut keskimäärin 25 % edellisvuodesta. Ero on tilastollisesti merkitsevä, sillä $p=0,0036$; 2-suuntainen.



Kuvio 20. 1. ryhmän liikevaihdon kasvu-% ensimmäisenä ja viimeisenä vuotena

Kuviossa 21 on kuvattu molempien ryhmien liikevaihdon kasvu-% (mediaanit). Kuten kuvioista nähdään, on molempien liikevaihdon kasvu-% ollut paljon matalampi viimeisenä vuonna, kuin mitä se on ollut alussa, eli yritysten liikevaihdon kasvu on keskimäärin hidastunut. 1. ryhmän liikevaihdon kasvu-% on laskenut 29 prosenttiyksikköä, eli 80,56 % ja 2. ryhmällä 25 prosenttiyksikköä yritysten, eli 80,65 %. 2. ryhmän liikevaihdon kasvu-% oli laskenut siis 0,11 % enemmän kuin 1. ryhmällä, eli muutos on ollut ryhmillä aika lailla sama.



Kuvio 21. Molempien ryhmien liikevaihdon kasvu-% ensimmäisenä ja viimeisenä vuotena

Henkilöstömäärä

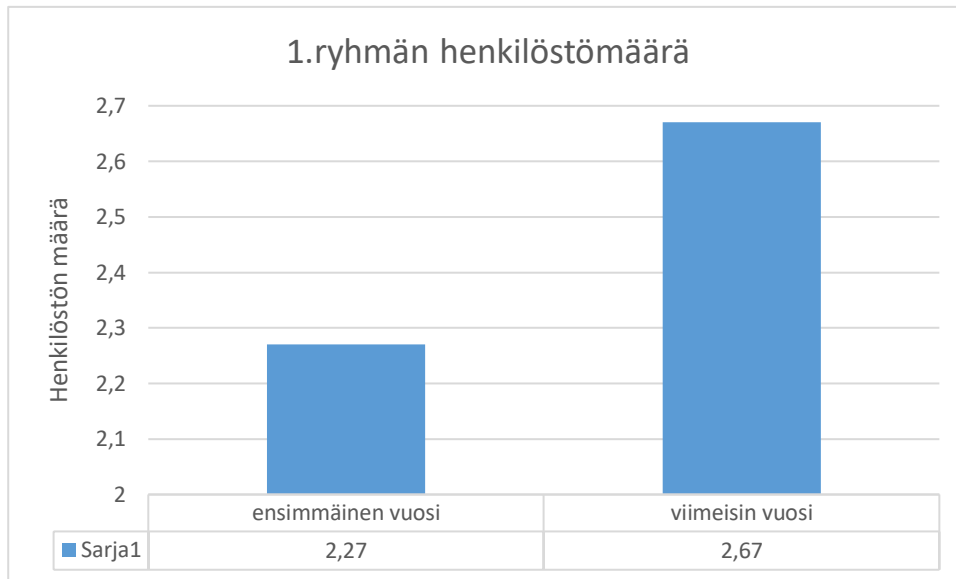
Taulukossa 12 on 1. ryhmän henkilöstömäärä vuosina 2016–2018. Koska vuosien 2016 ja 2019 osalta n-luku jäi alle 30, ei niitä otettu huomioon analysoinnissa.

Henkilöstömäärä oli vuonna 2017 15,01 % suurempi kuin vuonna 2016. Vuodesta 2017 vuoteen 2019 henkilöstömäärä oli kasvanut 15,29 %. Pienimmään henkilöstömäärä on ollut nollassa ja suurimmillaan 31.

Taulukko 12. 1. ryhmän henkilöstön määrä

	2016	2017	2018
n	64	115	133
keskiarvo	2,109375	2,426087	2,796992
keskihajonta	1,572391	2,199055	3,538742
pienin arvo	0	1	0
suurin arvo	7	12	31
mediaani	2	2	2
alaneljännes	1	1	1
yläneljännes	2,75	3	3

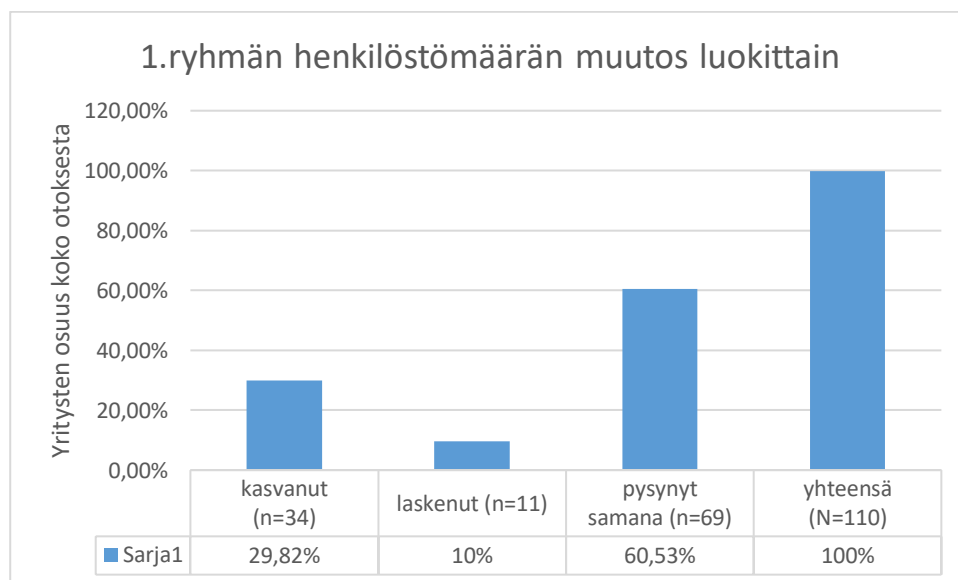
Yrityksistä 114 oli ilmoittanut henkilöstömäärän vähintään kahdelta vuodelta. Kuvi-
ossa 22 näkyy yritysten keskimääräinen henkilöstömäärä näillä yrityksillä. Henkilöstö-
määrä oli kasvanut 0,40 yksikköä, eli 17,62 %. Keskihajonta oli ensimmäisenä vuo-
tena noin 1,86 ja toisena vuotena 2,53. Pienimmillään henkilöstömäärä on ollut nol-
lassa ja suurimmillaan 15. Ero on tilastollisesti merkitsevä, sillä $p=0,008$; 2-suuntai-
nen.



Kuvio 22. Yritysten henkilöstömäärä ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

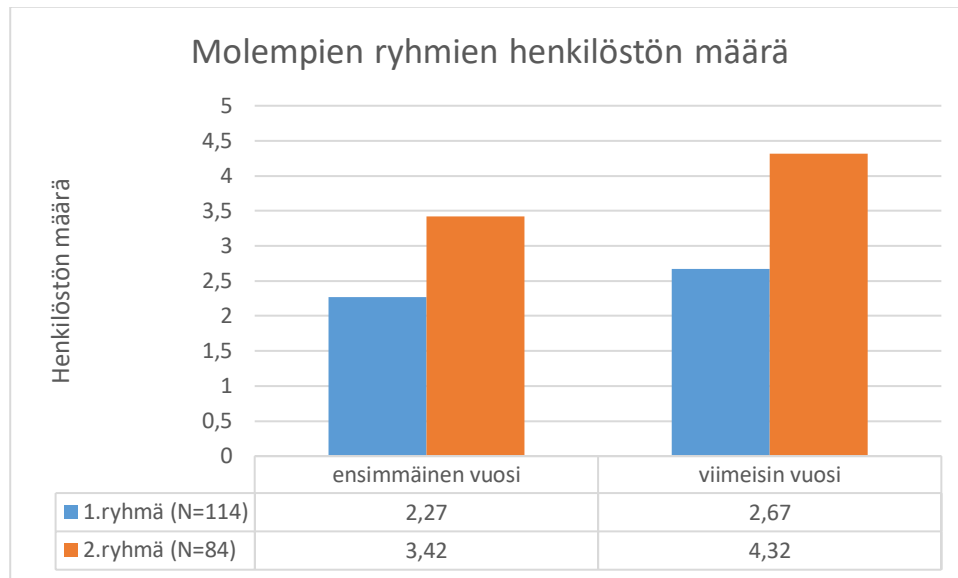
Kuviossa 23 näkyy 1. ryhmän henkilöstömäärän osuus eri luokkien mukaan.

Suurimmalla osalla yrityksistä henkilöstömäärä oli pysynyt samana (60,53 %). Toiseksi suurin osuus oli kasvaneilla yrityksillä (29,82 %). Yritysten, joiden henkilöstömäärä oli laskenut, osuus oli 10 %.



Kuvio 23. 1. ryhmän henkilöstömäärän muutos luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

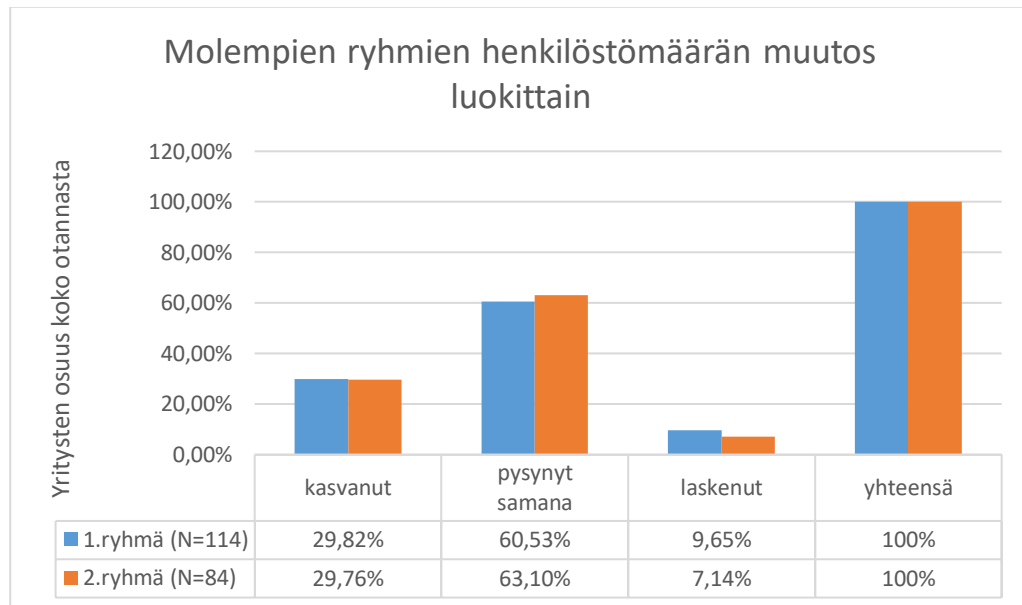
Kuviossa 24 näkyy molempien ryhmien henkilöstön määrä yritysten ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena. Kuten kuviosta nähdään, on molempien henkilöstömäärä kasvanut. 1. ryhmän henkilöstömäärä kasvoi 17,62 % ja 2. ryhmän 26,32 %.



Kuvio 24. Molempien ryhmien henkilöstömäärä ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

Kuviossa 25 on kuvattu molempien ryhmien henkilöstömäärän osuus luokiteltuna eri ryhmiin. Kuten kuviosta nähdään, ovat erot ryhmien välillä pieniä. Sellaisten yritysten osuus, joiden henkilöstömäärä oli kasvanut, oli 1. ryhmällä 0,20 % suurempi kuin 2. ryhmällä, eli eroa ei juurikaan ollut. Yritysten osuus, joiden henkilöstömäärä oli pysy-

nyt samana, oli 2. ryhmällä 2,57 prosenttiyksikköä, eli 4,52 % suurempi kuin 1. ryhmällä. Sellaisten yritysten osuus, joiden henkilöstömäärä oli laskenut, oli 1. ryhmällä hieman suurempi. Eroa oli 2,51 prosenttiyksikköä, eli 35,15 %.



Kuvio 25. Molempien ryhmien henkilöstömäärän muutos luokittain ensimmäisenä ja viimeisimpänä vuotena

8 Yhteenveto ja johtopäätökset

Keski-Suomen Uusyrittäjäkeskuksen palveluita käyttäneiden yritykset ovat menestyneet keskimäärin hyvin.

8.1 Taloudellinen menestyminen

Kannattavuus

Keski-Suomen Uusyrittäjäkeskuksen palveluita käyttäneiden yritysten kannattavuus on ollut keskimäärin hyvällä tasolla. Yritysten taloudellinen menestyminen on ollut kasvussa. Kun tutkittiin yritysten kannattavuutta niin huomattiin, että sekä yritysten liikevoittoprosentit, että käyttökate on ollut kasvussa. Liikevoittoprosentit on mediaanien mukaan olleet plussan puolella, eli yritykset ovat keskimäärin tehneet voittoa

liiketoiminnallaan. Suurimmalla osalla yrityksistä (noin 57 %:lla) liikevoittoprosentti oli kasvanut ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä. Liikevoittoprosentti oli kasvanut vuositasolla verrattuna sekä myös yritysten ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä. Eroa ei kuitenkaan voida pitää tilastollisesti merkittävänä, sillä p-luku oli suurempi kuin 0,05.

Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen yritykset olivat pärjänneet paremmin kannattavuuden saralla kuin vertaisryhmä, sillä vertaisryhmässä yritysten liikevoittoprosentti ja käyttökate oli keskimäärin laskenut yrityksillä niiden ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä, eikä niiden yritysten osuus, joiden liikevoittoprosentti oli ollut kasvussa, ollut yhtä suuri kuin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä.

Vakavaraisuus

Myös yritysten vakavaraisuudessa on tapahtunut positiivista kehitystä. Yritysten omavaraisuusaste on ollut keskimäärin heikolla tasolla molemmissa ryhmissä, mutta Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten omavaraisuusaste on kuitenkin kasvanut vuosien 2016 ja 2019 välillä. Myös verratessa yritysten ilmoittamaa ensimmäistä ja viimeisintä vuotta huomattiin kasvua tapahtuneen. Kasvu oli melko suurta, noin 62 %. Kuitenkin p-luku oli suurempi kuin 0,05, eli eroa ei voida pitää tilastollisesti merkitsevänä. Tavoitteellisella omavaraisuusasteella olevien yritysten määrä kasvoi niin vuositasolla, kuin myös yritysten ensimmäistä ja viimeisintä vuotta verratessa ja heikolla omavaraisuusasteella olevien yritysten määrä puolestaan laski. Kehitys on siis ollut positiivista, vaikka luvut ovatkin olleet keskimäärin heikolla tasolla.

Myös vertaisryhmässä suurimmalla osalla yrityksistä oli omavaraisuusaste ollut heikolla tasolla. Kun verrattiin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneitä yrityksiä vertaisryhmään, huomattiin, että omavaraisuusasteen kehitys on ollut vertaisryhmässä heikompaa kuin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä. Yritysten ensimmäistä ja viimeisintä vuotta verratessa huomattiin, että yritysten ensimmäisenä vuotena omavaraisuusaste on ollut keskimäärin suurempi vertaisryhmässä, mutta viimeisimpänä vuotena tilanne oli toisinpäin, jolloin

vertaisryhmän omavaraisuusaste oli heikompi kuin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä. Eron huomasi myös omavaraisuusluokkia vertaillen, sillä vaikka myös vertaisryhmässä tavoitteellisella tasolla olevien yritysten määrä oli noussut ja heikolla tasolla olevien yritysten määrä laskenut, on muutos ollut pienempää kuin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneille yrityksillä.

Maksuvalmius

Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten maksuvalmius on ollut keskimäärin hyvällä tasolla. Yritysten current ratioiden keskiarvo on ollut noin 2,7, eli current ratio on ollut keskimäärin tavoitteellisella tasolla. Arvot ovat hieman vaihdelleet vuosien välillä, eikä niissä ole ollut selkeää kasvua tai laskua kumpaankin suuntaan. Pienimmillään omavaraisuusaste oli mediaanien mukaan vuonna 2017 ja suurimmillaan vuosina 2016 ja 2019. Suurimmat arvot poikkesivat paljon keskiarvoista ja mediaanista, sillä korkeimmillaan current ratio on ollut 57. Yritysten ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä on ollut kasvua hieman, noin 5 %.

Hyvällä current ration -arvotasolla olevien yritysten osuus on ollut jokaisena vuotena noin 50 %. Heikolla tasolla olevien yritysten osuus on ollut noin 21 %, tyydyttävällä tasolla olevien yritysten osuus on vaihdellut noin 12–19 % välillä ja välttävällä tasolla olevien yritysten osuus on vaihdellut 9–12 % välillä. Yritysten ensimmäistä ja viimeistä vuotta verratessa huomattiin, että hyvällä tasolla olevien yritysten määrä on ollut suuri molemmissa, noin 80–82 %. Hyvällä tasolla olevien yritysten osuus on hieman kasvanut, mutta myös heikolla tasolla olevien yritysten osuus on noussut. Jakautuneisuus hyvän ja heikon tason välillä on siis hieman voimistunut, ja tyydyttävällä ja välttävällä tasolla olevien yritysten määrä hieman vähentynyt.

Kun verrattiin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneitä yrityksiä vertaisryhmään, huomattiin, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä current ratio on ollut keskimäärin hieman korkeampi kuin vertaisryhmällä, vaikkakin molemmilla ryhmillä maksuvalmius on ollut keskimäärin hyvällä tasolla. Kun verrattiin yritysten muutosta niiden ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä, huomattiin, että hyvällä tasolla olevien yritysten määrä on ollut ensimmäisenä

vuotena vertaisryhmällä korkeampi, mutta viimeisimpänä vuotena matalampi. Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten hyvällä current ratio -tasolla olevien yritysten määrä on siis kasvanut, ja vertaisryhmällä puolestaan laskenut. Molemmilla ryhmillä heikolla tasolle olevien yritysten määrä on kasvanut.

8.2 Yritysten toiminnan laajuus

Yritysten toiminnan laajuus on ollut keskimäärin kasvussa. Yritysten liikevaihdossa sekä henkilöstömäärässä on molemmissa tapahtunut kasvua. Yritysten liikevaihdossa on tapahtunut selvää kasvua niin vuositasolla, kuin myös yritysten ensimmäistä ja viimeisintä vuotta verratessa. Yritysten liikevaihto oli kasvanut keskimäärin noin 52 %, mikä oli tilastollisestikin merkittävää. Yritysten liikevaihdon kasvu on ollut paljon suurempaa kuin vertaisryhmässä.

Liikevaihdon kasvu-% on ollut vuosina 2016–2019 plussan puolella. Kasvuprosentin suuruus on kuitenkin pienentynyt vuosien varrella, eli kasvu on hieman hidastunut. Tämä selittyy sillä, että yleensä yritysten alkuvaiheessa kasvu on suurempaa, ja se hidastuu sitten kun toiminta vakiintuu. Muutos on ollut samanlaista myös vertaisryhmällä.

Yritysten henkilöstömäärässä on myös tapahtunut kasvua vuosien välillä. Yritysten keskimääräinen henkilöstön määrä oli noin 2–3 henkilöä. Vuosien välisen kasvun lisäksi myös yritysten ensimmäistä ja viimeisintä vuotta verratessa henkilöstömäärä oli kasvanut noin 18 %. Kasvu on ollut tilastollisesti merkitsevää. Suurimmalla osalla yrityksistä henkilöstömäärä oli pysynyt samana ensimmäisen ja viimeisimmän vuoden välillä. Vain 10 prosentilla yrityksistä oli laskenut henkilöstömäärä. Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä henkilöstömäärän kasvu on ollut kuitenkin pienempää kuin vertaisryhmällä.

8.3 Johtopäätökset

Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet osakeyhtiöt ovat pärjänneet keskimäärin hyvin. Mittareiden tunnusluvut ovat olleet keskimäärin hyvällä tasolla,

omavaraisuutta lukuun ottamatta, vaikkakin myönteistä kehitystä siinäkin on tapahtunut. Kuten aiemmin todettiin, voi matala omavaraisuusaste selittyä yrityksen nuorella iällä, sillä omavaraisuusaste yleensä paranee yrityksen ollessa pidempään toiminnassa (Omavaraisuus-%, n.d.). Yritysten taloudellinen menestyminen on myös ollut keskimääräisesti kasvussa ja yritysten toiminta laajentunut.

Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset pärjäsivät taloudellisen menestymisen suhteen vertailussa vertaisryhmää paremmin, eli siitä voidaan päätellä, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen neuvontapalvelut ovat vaikuttaneet yritysten taloudelliseen menestymiseen positiivisesti. Toiminnan laajuutta mitatessa Keski-Suomen Uusyrityskeskus pärjasi liikevaihdon kasvua mitatessa paremmin kuin vertaisryhmä, mutta liikevaihdon kasvuprosenttien muutoksissa ei ollut ryhmien välillä juurikaan eroa. Henkilöstömäärän kasvu oli Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä pienempää. Tästä voidaan siis päätellä, että Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen neuvontapalveluiden käyttö on vaikuttanut osittain yritysten toiminnan laajentumiseen positiivisesti.

Vaikka menestymisen kasvu on ollut Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä suurempaa, ovat keskimääräiset arvojen suuruudet vaihdelleet ryhmien välillä ja vertaisryhmällä on ollut joillakin mittareilla mitattuna korkeammat arvot kuin Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneillä yrityksillä. Koska suurin osa mittareista on toimialariippuvaisia, ei lukuja voida kuitenkaan verrata keskenään, eli ne jätettiin tulosten tarkastelun ulkopuolelle. Vertaisryhmän otantajoukossa on voinut olla siis enemmän sellaisten alojen yrityksiä, joissa on keskimäärin korkeammat arvot eri mittareilla.

Kuten aiemmin todettiin, on kansantalouden tilanteella myös vaikutus yritysten menestymiseen (Viitala & Jylhä 2006, 14–15). Vaikka Suomen BKT onkin ollut kasvussa vuosina 2015–2019, on kasvu kuitenkin hidastunut vuoden 2016 jälkeen (Kansantalous 2020), mikä on saattanut vaikuttaa negatiivisesti yrittäjien haluun laajentaa yritystoimintaansa. Vuoden 2019 pk-yritysbarometrin mukaan yrittäjät kokivatkin yhdeksi pahimmaksi ulkopuoliseksi esteeksi yleisen taloustilanteen (Pk-barometri, syksy

2019, 19–21). Eli jos Suomen BKT:n kasvu ei olisi kääntynyt laskuun, olisi yritysten kasvu saattanut olla suurempaa.

Kuten aiemmin todettiin, on kokemuksen puutteen vuoksi alussa tehtävät virhearvioinnit tyypillisiä ja ne vaikuttavat yrityksen menestymiseen (Sutinen & Viklund 2007, 46). Tämä on varmaan suurin syy siihen, miksi Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat pärjänneet niin hyvin ja vertaisryhmää paremmin. Uusyrityskeskus nimittäin tarjoaa tukea ja asiantuntijuutta sellaisilla osa-alueilla, jotka yrittäjälle saattaa olla vielä hieman vieraita kokemuksen puutteen vuoksi, ja pienentää näin ollen yrittäjien tekemien virheiden määrää. Yritysten menestymiseen vaikuttaa toki myös moni sellainen asia, joihin neuvontapalvelut eivät pysty vaikuttamaan, kuten yrittäjän yrittäjähenkisyys, rohkeus ja paineensietokyky (Viitala & Jylhä 2006, 44), sekä yleinen talouden tilanne (mts. 14–15).

Tuloksia tarkastellessa kannattaa ottaa huomioon, että vaikka vertaisryhmän yritykset eivät olekaan Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet, ovat ne voineet hyödyntää joitain muita neuvontapalveluita tai saaneet apua jostain muualta. Yrittäjillä on voinut olla myös enemmän aikaisempaa kokemusta yrityksen pyörittämisestä, jolloin he eivät ole kokeneet tarvetta neuvontapalveluiden käytölle. Vertaisryhmän yrittäjillä on siis voinut olla valmiiksi paremmat lähtökohdat yrityksen perustamiselle, mitä Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen asiakkailta, joten Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluilla on voinut olla suurempikin vaikutus yritysten menestymiseen, mitä tutkimuksen luvut osoittavat.

Toiminnan laajuutta tarkastellessa tulee ottaa huomioon, että toiminnan laajeneminen on yleensä suurinta alkuvaiheessa ja tasaantuu siitä sitten vuosien saatossa. Muutosprosentit siis yleensä pienenevät ajan myötä. Täytyy myös muistaa, ettei kasvu ole tae yrityksen menestymiselle ja että kaikki yritykset eivät aina tähtää toiminnan laajentamiseen ja kasvuun. Yritys voi olla myös menestyvä ja kannattava, vaikka kasvua ei juurikaan olisi. Esimerkiksi vuonna 2019 keskisuomalaisista yrityksistä 38 % oli voimakkaasti kasvuhakuisia tai kasvuhakuisia (Pk-yritysbarometri, syyskuu 2018, 12)

9 Pohdinta

Tutkimuksen avulla saatiin melko kattava kuva yritysten menestymisestä sekä havaittiin eroja Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten ja sellaisten yritysten välillä, jotka eivät ole Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet. Jälkikäteen mietittynä vertaisryhmän koon olisi pitänyt olla suurempi, jotta saataisiin varmempia tuloksia. Alussa otoskokoä miettiessä en osannut ottaa huomioon, kuinka paljon otoskoko pienenisi sen myötä, että kaikista yrityksistä ei tietoa löydy, tai että tietoa löytyy vain yhdeltä vuodelta, jolloin muutosta ei voinut mitata. Tunnuslukujen tarkastelussa olisi ollut hyvä ottaa huomioon toimiala, mutta koska hajonta niissä oli niin suurta, olisi havaintoyksiköiden määrä jäänyt liian pieneksi. Myös yritysten tehokkuus jouduttiin jättämään tutkimuksen ulkopuolelle, koska niin moni yritys oli jättänyt ilmoittamatta henkilöstön määrän, ja moni oli ilmoittanut henkilöstömääräksi nollan ja muita tehokkuuden tunnuslukuja ei ollut saatavilla.

Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen eri vaiheet dokumentoitiin ja perusteltiin, jotta tutkimus olisi luotettava. Tutkimus voitaisiin siis toteuttaa tarvittaessa uudestaan. Tutkimuskysymyksiinä toimi ” Kuinka Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneet yritykset ovat pärjänneet taloudellista menestymistä ja toiminnan laajuutta kuvaavilla mittareilla?” ja ”Kuinka suuri ero on Keski-Suomen Uusyrityskeskukseen palveluita käyttäneiden yritysten ja yritysten, jotka eivät ole Keski-Suomen palveluita käyttäneet, välillä yritysten taloudellisen menestymisen ja toiminnan laajuutta kuvaavien mittareiden arvoilla?”. Tutkimus vastasi näihin kysymyksiin, eli voidaan todeta, että tutkimuksessa tutkittiin tutkimusongelman kannalta oikeita asioita. Myös hypoteesit osoitettiin paikkaansa pitäväksi.

Tutkimuksen onnistuminen

Tutkimuksen aihe saatiin toimeksiantajalta. Vertaisryhmän koostaminen meinasi tuottaa alussa vaikeuksia, sillä oli haastavaa löytää sellaista tietokantaa, josta saisi haettua yrityksiä niin, että tulokset voitaisiin rajata keskisuomalaisiin yrityksiin, pk-yrityksiin ja vuoden 2014 jälkeen perustettuihin yrityksiin. Teorian kirjoittamisen

myötä myös tutkittavia mittareita valikoitui lisää, mikä lisäsi työn määrää, kun yrityslistat piti käydä uudestaan läpi, kun tietojen kerääminen oli aloitettu jo ennen kuin teoriaan oli kunnolla perehdytty.

Yritysten menestymisestä löytyi tietoa monelta eri mittarilta, mikä mahdollisti kattavan kokonaisuuden muodostamisen. Yritysten toiminnan laajuudesta ja taloudellisesta menestymisestä saatiin siis kattavasti tietoa, useita eri mittareita hyödyntäen. Yrityksistä löytyi tietoa vaihtelevasti ja varsinkin vuosina 2017 perustetuista yrityksistä löytyi tietoa monelta yritykseltä tiedot ainoastaan yhdeltä vuodelta.

Vaikka eroja ryhmien välisissä keskiarvoissa olikin, jäi p-luku keskimäärin yli 0,05 arvon, eli tilastollista merkitsevyyttä ei voitu monessa kohtaa todentaa. Uskoisin että lukujen suuri hajonta, eli keskihajonta, on vaikuttanut myös siihen, että p-luku on jäänyt keskiverroin niin korkeaksi.

Jatkotutkimusideat

Olisi mielenkiintoinen tutkimusaihe tutkia miten Keski-Suomen Uusyrittäjäkeskuksen ideanappi ja ideaklinikka ovat vaikuttaneet yritysten menestymiseen. Nyt kun on tiedossa se, miten Keski-Suomen Uusyrittäjäkeskuksen palveluita käyttäneet yritykset ovat pärjänneet, voisi tuloksia verrata muiden Uusyrittäjäkeskusten palveluita käyttäneisiin yrityksiin. Onko tulokset samaa luokkaa vai löytyykö ryhmien välillä eroja? Ja jos eroja löytyy, niin millä mittareilla ja kuinka suurilla? Tutkimukseen voisi yhdistää myös yrittäjien haastattelun. Tutkimukseen voisi haastatella erikseen sellaisia yrittäjiä, joiden yrityksen toiminta on kasvanut, niitä, joiden toiminta on pysynyt samana sekä niitä, joiden toiminta on heikentynyt. Miten he itse kokevat, että millä tekijöillä on ollut eniten vaikutusta menestymiseen tai epäonnistumiseen. Tavoittelevatko he kasvua vai eivät, ja miksi?

Erillisenä tutkimuksena voisi myös tutkia yritysten menestymistä toimialat huomioon ottaen. Silloin saatuja arvoja voisi analysoida muutosprosenttien lisäksi. Olisi myös mielenkiintoista nähdä, kuinka paljon eroa toimialojen välillä todellisuudessa onkaan, ja miten mahdolliset erot näkyvät eri mittareilla. Otokokojen pitäisi tosin olla silloin

paljon suuremmat, jotta jokaiseen toimialaan tulisi tarpeeksi havaintoyksikköjä, jotta tuloksia voitaisiin pitää luotettavina.

Lähteet

Arvot. N.d. Keski-Suomen Uusyrityskeskus. Viitattu 30.9.2019. <https://ksuyk.fi/arvot>.

Asiantuntijaverkosto. N.d. Uusyrityskeskus. Viitattu 14.5.2020. <https://www.uusyrityskeskus.fi/yritysneuvonta/asiantuntijaverkosto/>

Bruttotulos. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/bruttotulos>.

Heikinheimo, P. 2014. Yrityksestä menestystarina. Helsinki: Suomen Liikekirjat 2014.

Henkilöstömäärä. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/henkilostomaara>.

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2. uud. painos. Helsinki: Kauppakamari.

Holopainen, T. 2019. Yrityksen perustamisopas: käytännön perustamistoimet. Espoo: Asiatieto.

Jalostusarvo ja jalostusarvo-%. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/jalostusarvo-ja-jalostusarvo-prosentti>.

Kahden riippumattoman otoksen vertailu. 2019. Akin menetelmäblogi. Viitattu 2.5.2020. <https://tilastoapu.wordpress.com/2012/02/10/kahden-riippumattoman-otoksen-vertailu/>.

Kahden riippuvan otoksen vertailu. 2019. Akin menetelmä blogi. Viitattu 17.5.2020. <https://tilastoapu.wordpress.com/2012/02/14/kahden-riippuvan-otoksen-vertailu/>

Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kansantalous. 2020. Tilastokeskus. Viitattu 3.5.2020. https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous.html.

Käyttökate-%. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 14.5.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/kayttokate-prosentti>

Käyttöomaisuusinvestoinnit. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/kayttoomaisuusinvestoinnit>.

Lehti, E., Rope, T. & Pyykkö, M. 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän. Perusyrittäjästä superyrittäjäksi. Helsinki: WSOYpro.

Liikevaihdon kasvu-%. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/liikevaihdon-kasvu-prosentti>.

Liikevaihto. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 20.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/toiminnan-laajuus/liikevaihto>.

Maliranta, M., Pajarinen, M. & Rouvinen, P. 2018. Startupit kansantaloudessa. Helsinki: taloustieto.

Miettinen, A., Sutinen, M., Diiov, P. & Vornanen, J. 1998. Pk-yrittäjän menestystekijät. Kuopio: Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu.

Möttönen, T. 2019. Yrittäjät Suomessa – Elinkeinovapaudesta yrittäjyysyhteiskuntaan. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Neuvontapalvelut. N.d. Keski-Suomen Uusyrityskeskus. Viitattu 14.5.2020. <https://ksuyk.fi/neuvontapalvelut>

Nuorten kasvavien yritysten merkitys, menestystekijät ja yritystukien rooli kasvun ajurina. 2015. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 14.11.2019. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75023/TEM-jul_10_2015_web_12032015.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Omavaraisuusaste-%. N.d. Tunnuslukuopas. Alma Talent. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/vakavaraisuus/omavaraisuusaste-prosentti>

Parkkinen, K. 1999. Yrittämisestä ammatti? Helsinki: Edita.

Pinomäki, T. 2019. Keski-Suomen Uusyrityskeskuksen toimitusjohtaja. Jyväskylän kaupunki. Haastattelu 29.10.2019.

PK-yritys. N.d. Tilastokeskus. Käsitteet. WWW-sivu. Viitattu 13.11.2019. https://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html.

Pk-yritysbarometri syksy 2019. Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj, työ- ja elinkeinoministeriö. Pdf-tiedosto. Viitattu 14.11.2019. https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pk_barometri_syksy2019.pdf.

Pk-yritysbarometri, syksy 2016. Alueraportti, Keski-Suomi. Yrittäjät. Pdf-tiedosto. Viitattu 17.5.2020. https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/aluera-portti_keski_suomi_syksy2016.pdf

Pk-yritysbarometri syksy 2018. Alueraportti, Keski-Suomi. Yrittäjät. Pdf-tiedosto. Viitattu 17.5.2020. https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/aluera-portti_keski_suomi_syksy2018.pdf

Pk-yritysten rooli Suomessa. N.d. Suomen Yrittäjät. Pdf-tiedosto. Viitattu 22.2.2020. <https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pkyritystrooli.pdf>.

Raatikainen, L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. 9. uud.painos. Helsinki: Edita.

Severance, T. 1998. Business start-up guide. 2. painos. Oceanside (CA): Tycoon Publishing.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2007. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. 11. painos. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Strang, L. 2000. Yritystoiminnan uhkatekijät. Helsinki: Kauppakaari.

Taseen loppusumma. N.d. Tunnukseluopas. Alma Talent. WWW-sivu. Viitattu 16.2.2020. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnusluopas/toiminnan-laa-juus/taseen-loppusumma>.

Tietoa yhdistyksestä. N.d. Uusyrityskeskus. WWW-sivu. Viitattu 13.11.2019. <https://www.uusyrityskeskus.fi/suk-ry/tietoa-yhdistyksesta/>.

Tilastokeskuksen PxWeb-tietokannat. N.d. WWW-sivu. Viitattu 14.12.2019. http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__yri__aly/stat-fin_aly_pxt_11yq.px/.

Toimintamalli. N.d. Keski-Suomen Uusyrityskeskus. WWW-sivu. Viitattu 30.9.2019. <https://ksuyk.fi/toimintamalli>.

Tunnusluopas. N.d. Alma Talent Tietopalvelut. WWW-sivu. Viitattu 13.11.2019. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnusluopas>.

Työllisyys kasvoi, työttömyys laski vuoden takaiseen verrattuna. 2019. Tilastokeskus. Viitattu 14.12.2019. https://www.stat.fi/til/tyti/2019/09/tyti_2019_09_2019-10-22_tie_001_fi.html.

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

Vilkkua, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Pdf. Viitattu 12.4.2020. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Vilkkumaa, M. 2010. Yrityksen menestyksen mittarit. Helsinki: Yrityskirjat.

Väisänen, K. 2019. Väärää yrittämistä. Helsinki: Talent.

Woods, C. 2011. Brilliant Start-Up. 2. painos. New Jersey: FT Press.

Yrittäjyys Suomessa. 2019. Yrittäjät. Viitattu 13.11.2019. <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363>.

Yrittäjyystilastot. 2018. Yrittäjät. Pdf. Viitattu 17.5.2020. https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/yrittajyystilastot_2020.pdf

Yrittäjäksi ryhtyminen. N.d. Yritystoiminta. Viitattu 23.11.2019. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/yrittaejaeksi-ryhtyminen>.

Yritysmuodot. 2019. Yritä.fi. Viitattu 23.11.2019. <https://www.yritä.fi/yritysmuodot>.

