

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Kauneudenhoitoalan yritykselle

Kangas Elisa

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutus
Tradenomi

2021

Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi (AMK)

Tekijä	Elisa Kangas	Vuosi	2021
Ohjaaja	Tia Lämsä		
Työn nimi	Liiketoimintasuunnitelma kauneudenhoitoalan yritykselle		
Sivu- ja liitesivumäärä	42 + 4		

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on rakentaa toimiva liiketoimintasuunnitelma aloittavalle kauneudenhoitoalan yrittäjälle. Opinnäytetyöllä ei ollut ulkopuolista toimeksiantajaa, vaan liiketoimintasuunnitelma tulevaisuudessa henkilökohtaiseen käyttöön. Opinnäytetyön tarkoituksena on rakentaa kannattava ja täsmällinen liiketoiminta ripsiteknikolle. Suunnitelman tuloksena syntyi liiketoimintasuunnitelma.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena työnä. Menetelmäosuudessa kerron laadullisesta, teoreettisesta sekä toiminnallisesta tutkimuksesta, joita tässä työssä on hyödynnetty. Tutkimusaineisto on kerätty teoreettisella pohjalla, jotta on voitu tehdä havaintoja yrittäjyydestä ja siihen liittyvistä aiheista. Teoreettinen viitekehys perustuu liiketoimintaan ja sen menestymiseen.

Tärkeimpinä osa-alueina tämän opinnäytetyön onnistumisen kannalta olivat yhtiömuotojen kartoittaminen, yrittäjyyteen liittyvät asiat kuten visio, strategia, arvot sekä liikeidean pohtiminen ja mitä kaikkea se pitää sisällään. Tutkin suosittua nelikenttämenetelmää eli SWOT-analyysia, joka on tunnettu apuväline liiketoiminnassa. Selvitin myös markkinointi- ja taloussuunnitelman muodostamista liiketoimintasuunnitelmaani, koska nämä kaksi ovat tärkeitä tuloksen muodostajia yrittäjälle. Viimeisenä analysoin verotuksen vaikutusta liiketoimintaan, erityisesti koskien valitsemaani yhtiömuotoa.

Työn loppuosasta löytyy osio missä kerron, miten hyödynsin teoreettista pohjaa liiketoimintasuunnitelmaa (Liite 1) laatiessani. Viimeisessä osuudessa käyn konkreettisesti läpi, miten aloin hahmottelemaan liiketoimintaan liittyviä aihealueita. Havainnollistan mitä kaikkea otin huomioon liiketoimintasuunnitelmaa tehdessäni.

Avainsanat

Liiketoimintasuunnitelma, kauneudenhoitoala, ripsiteknikko

Business Administration
Bachelor of Business Administration

Author	Elisa Kangas	Year	2021
Supervisor	Tia Lämsä		
Subject of thesis	Business plan for professional lash technician		
Number of pages	42 + 4		

This functional thesis has been implemented for personal use. The goal is to develop a profitable and relevant business as a start-up entrepreneur in the beauty care industry. In the company, the aim is to work as a lash technician.

The research methods are qualitative and theoretical. To collect information, reliable sources on the internet and in the library were studied. The source material used in the study is central to entrepreneurship. In the theoretical framework of the thesis, the main concepts are business and business success.

This thesis covers topics related to the business plan such as company forms, company vision, strategy and values. In addition, the business idea for the business plan and the internationally known SWOT-analysis were studied. The formation of a marketing plan and a financial plan are the main result generators for the entrepreneur and therefore were also included in the study. Finally, the impact of taxation on business and, in particular, the importance of taxation in the corporate form were analyzed.

The thesis includes a section including an explanation on how the theoretical basis was utilized when preparing the business plan. This section concretely goes through how outlining the business-related topic areas was carried out. All that had to be taken into account, when making the business plan, is illustrated. The result of the work was a business plan for a novice eyelash technician.

Key words

Business plan, beauty care, eyelash technician

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Aiheen esittely	6
1.2	Tavoitteet ja rajaukset.....	7
2	MENETELMÄT	9
2.1	Teoreettinen tutkimus	9
2.2	Laadullinen tutkimus	9
2.3	Toiminnallinen tutkimus	10
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	11
3.1	Liikeidea.....	11
3.2	Visio, strategia ja arvot.....	11
3.3	Yrittäjyys	12
3.4	Yritysmuodot.....	13
3.4.1	Osakeyhtiö	14
3.4.2	Kommandiittiyhtiö	15
3.4.3	Avoin yhtiö.....	15
3.4.4	Osuuskunta	16
3.4.5	Toiminimi.....	16
3.5	Toiminimen perustaminen.....	17
3.6	Riskianalyysi	18
3.6.1	Riskien tunnistaminen	19
3.6.2	SWOT-analyysi	19
3.7	Markkinointisuunnitelma	21
3.8	Taloussuunnitelma.....	22
3.9	Talouden tunnusluvut.....	23
3.10	Hinnoittelu.....	23
3.11	Verotuksen perusteet	24
3.12	Toiminimen verotus	25
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KAUNEUDENHOITOALAN YRITYKSELLE	
	27	
4.1	Liikeidea.....	27
4.2	Yritysmuodon valinta.....	27

4.3	SWOT-analyysi.....	28
4.4	Markkinointisuunnitelma	28
4.5	Taloussuunnitelma.....	29
5	POHDINTA.....	31
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET	37

1 JOHDANTO

1.1 Aiheen esittely

Ripsienpidennykset rantautuivat Suomeen 2010-luvun tienoilla ja ovat siitä asti kasvattaneet suosiotaan ihmisten keskuudessa. Katsetta korostavat ja arkea helpottavat ripsienpidennykset ovat tähän päivään mennessä ilahduttaneet ihmisiä ympäri maailmaa ja jatkavat suosiotaan. Ripsienpidennyksillä saa helposti huolitellun ulkonäön, ilman että tarvitsee käyttää varsinaisesti kosmetiikkaa. Ripsienpidennysten vaivattomuus on varmasti yksi vaikuttavimmista tekijöistä pidennysten suosiossa.

Ripsienpidennyksiä tehtäessä synteettinen ripsikuitu kiinnitetään luonnonripsen tyveen niille tarkoitetulla liimalla. Pidennysten tekeminen on pikkutarkkaa työtä ja vain koulutettu ripsiteknikko pystyy asianmukaiseen lopputulokseen. Koulutettu ripsiteknikko voi työskennellä kauneudenhoitoalan ammattilaisena joko työntekijänä kyseisen alan yrityksessä tai itse perustamassaan yrityksessä toiminimellä. Itselleni tulevaisuuden haaveena on perustaa oma yritys kyseiselle toimialalle, jonka vuoksi olen valinnut tämän myös aiheeksi opinnäytetyölleni. Paikkakunnallani tekijöitä on paljon ja kilpailu on kovaa, tästä syystä liiketoimintasuunnitelma täytyy olla tarkkaan harkittu ja viimeistä piirtoa myöten viilattu.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena projektina, sillä aiheeseen perehtymisen lisäksi rakensin tulevalle yritykselleni liiketoimintasuunnitelman. Työväni tutkin yritystoimintaa, sen mahdollisia yritysmuotoja sekä arvoja ja strategiaa. Teoreettisena pohjana kävin läpi mm. yrityksen verotukseen ja hinnoitteluun liittyviä asioita ja näin lisäsin tietämystäni aiheeseen entistä syvemmin. Opinnäytetyön tuloksena valmistui ripsiteknikon liiketoimintasuunnitelma (Liite 1), joka on luotu tekemäni tutkimuksen perusteella.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys kallistuu toimivan liiketoiminnan rakentamiseen ja tarkastelin tehokasta liiketoimintaa oman paikkakuntani mahdollisuuksien mukaan. Opinnäytetyöni tutkimuskysymykset ovat: Millainen on hyvä kauneudenhoitoalan liiketoimintasuunnitelma? Mitä liiketoimintasuunnitelma sisältää?

Vastaukset näihin kysymyksiin sain lukemastani kirjallisuudesta, jota käytin hyödykseni teoreettista viitekehystä rakentaessani.

Opinnäytetyöni pohjautuu liiketoimintasuunnitelman tekemiseen. Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjyyteen astuvalle tekijälle hyödyllinen työkalu. Tekemällä liiketoimintasuunnitelman henkilö valmistautuu yrittäjyyteen oppimalla keskeisimpiä asioita aiheesta sekä vakuuttaa mahdolliset rahoittajat siitä, että toimialaan ja liiketoimintaan on perehdytty. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on huolellisesti tehtyä analysointia tulevan yrityksen taloudesta, liikeideasta, riskeistä ja strategiasta. Liiketoimintasuunnitelma siis vastaa kysymyksiin mitä, miten, kenelle ja miksi? (Hesso 2015, 10, 13.)

Opinnäytetyöni toteutetaan Lapin ammattikorkeakoulun ohjeistuksen mukaan. Tutkimukseni tuotos tulee henkilökohtaiseen käyttöön, joten kriittisyys tässä työssä on vahvassa osassa. Olen lähteissäni käyttänyt rehellistä ja luotettavaa tietoa, jotta tuleva yritykseni tulee olemaan mahdollisimman validi. Työni lähdemateriaalia on runsaasti, jotta tutkimuksessani on enemmän näkökulmia aihealueisiin liittyen. Näin voidaan varmistua siitä, että liiketoimintasuunnitelmaa varten on kerätty aineistoa eri perspektiiveistä. (Hiltunen 2009.)

1.2 Tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia kattava liiketoimintasuunnitelma kauneudenhoitoalan yrittäjälle. Tarkoituksena on tutkia palvelun kannattavuutta sekä toiminnallisuutta. Toiveena on päästä käyttämään liiketoimintasuunnitelmaa hyväksi tulevaisuudessa, kun yritystoiminnan perustaminen tulee itselleni ajankohtaiseksi.

Tavoitteenani on oppia rakentamaan toimiva liiketoimintasuunnitelma ja ymmärtää mitä kaikkea se pitää sisällään. Erityisesti minua kiinnosti liiketoiminnalleni sopivan yhtiömuodon valinta. Vertailun kohteiksi valitsin Suomen suosituimmat yhtiömuodot ja tutkin niihin liittyviä yksityiskohtia yleisellä tasolla. Suomessa verokohtelu on riippuvaista yhtiömuodosta (Kukkonen & Walden 2020, 28–30), joten koin tärkeäksi pohjustaa verotusta valitsemani yhtiömuodon mukaan.

Rajasin opinnäytetyön aiheista toimintaympäristön laajan analysoinnin pois, sillä koin rajaamisen auttavan minua pitämään opinnäytetyöni ytimekkäänä pakettina.

Toimintaympäristön pois jättäminen tästä tutkimuksesta oli myös perusteltua, koska tarkkaa ajankohtaa yrityksen perustamiselle ei vielä ole. Kilpailuasetelmat ja asiakastarpeet muuttuvat markkinoilla jatkuvasti, joten koin tämän olevan vielä tällä hetkellä tarpeetonta. Rajasin myös talouslaskelmat pois liiketoimintasuunnitelmastani, koska ajatuksena on pitää yritystoiminta pienenä, sillä aloitan sen sivutoimisena yrittäjä päivätyön ohessa. Tulevaisuudessa, jos yritystoiminta alkaa kasvaa, ja alan tehdä töitä täyspäiväisenä yrittäjänä tulee tarpeelliseksi myös kulujen laskeminen ja tarkan taloussuunnitelman tekeminen.

2 MENETELMÄT

2.1 Teoreettinen tutkimus

Työssäni käytin teoreettista tutkimusta, koska sillä pystyin havainnollistamaan yritystoimintaa ja sen perustamisen vaiheita. Tutkin esimerkiksi yritysmuotoja ja löysin paljon uutta tietoa, joka auttoi minua työni kartoittamisessa. Johtopäätöksien pohjalta sain luotua täsmällisen kuvan yrittäjyydestä. Valitsemassani tutkimusasetelmassa on tutkittava aineisto, josta tein tiedon pohjalta empiirisesti perusteltuja tulkintoja siitä, mitä yritystoiminta on ja mitä kaikkea sen perustaminen vaatii. (Alasuutari 2011.)

Teoreettisessa tutkimuksessa on vain epäsuoraa yhteyttä fyysiseen todellisuuteen tai inhimilliseen käytäntöön. Tätä tutkimusta kutsutaan myös ”nojatuolitutkimukseksi”, koska tähän ei tarvita muuta kuin aineisto ja työrauha. Menetelmän vaatii havaintoaineistot, kirjallisuutta, tutkimuksia ja tilastoja. Tyypillisintä tällaisessa menetelmässä on teorioiden pohjalla olevan maailmankatsomuksen tutkiminen, erilaisten teorioiden yhteen sulattaminen ja teorialhalkeamien paikantaminen. Kyse on siis kokonaisuudessaan siitä, että tutkija ei tee itse uusia havaintoja, vaan tulkitsee nykyisiä ja muiden tekemiä havaintoja. (Malmberg 2014, 62–63.)

2.2 Laadullinen tutkimus

Käytin työssäni laadullisen tutkimuksen keinoja, sillä keräsin tutkimukseeni tietoja yritystoiminnasta, joita pystyin analysoimaan ja tällä tavoin pohjustamaan omaa liiketoimintasuunnitelmaani. Eri perspektiiveillä sain tutkimukseen näkökulmia ja mielikuvia, jolloin pystyin luomaan hyvälaatuisen ja toimivan lopputuloksen. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuskysymyksiä pystytään havainnoimaan tarkemmin, kuin esimerkiksi määrällisessä tutkimuksessa. (Alasuutari 2011.) Tämän tutkimusmenetelmän tunnistaa siitä, että se pitää sisällään yhden johtokysymyksen: Mitä merkityksiä tutkimuksessa tutkitaan? Kokeileva asenne tuo tähän menetelmään tietynlaista vapautta. Mielikuvituksen rajaton käyttö auttaa uudenlaisen työskentelytavan löytämisessä. Tätä voi edistää esimerkiksi käsittelemällä tutkittavaa asiaa eri kulmasta. (Vilka 2021.)

Laadullista tutkimusta voi kuvata prosessiksi. Jos laadullisessa tutkimuksessa aineiston kerääjä on tutkija itse, niin näkökulmat ja tulkinnat voidaan katsoa kehittyvän tarkastelijan ajatuksissa tutkimusprosessin kuluessa. Tätä kutsutaan tutkimustoiminnan ymmärtämiseksi, joka on myös itsessään oppimistapahtuma. Toinen syy, minkä takia tätä menetelmää voi kutsua prosessiksi on vaiheiden epä määräisyys. Laadullisessa tutkimuksessa etenemisen vaiheet eivät ole aina enakoitavissa, vaan esimerkiksi aineistonkeruuseen liittyvät ratkaisut voivat muodostua asteittain tutkimuksen edistyttyä. (Aaltola ym. 2018.)

2.3 Toiminnallinen tutkimus

Toiminnallisessa opinnäytetyössä syntyy konkreettinen lopputuote. Tässä tapauksessa lopputulokseksi rakentui aloittavan ripsiteknikon liiketoimintasuunnitelma. Pääkohtina toiminnallisessa tutkimuksessa on vuorovaikutus, tarkastelu erilaisista näkökulmista, palaute ja sen vastaanottaminen. (Salonen 2013, 6.) Mitä enemmän tutkimuksessa on käytetty subjektiivisia kokemuksia, niin sitä luotettavampaa ja vakuuttavampaa teksti on. (Vilkkä & Airaksinen 2004a, 12.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tuotteen toteutustapaan kuuluu tutkimuksellinen selvittäminen. Liiketoimintasuunnitelmani kannalta tämä oli erinomainen tapo ottaa selvää yritystoiminnan kulmakivistä ja hyödyntää tietoa yritystoiminnan hahmottamiseen. Toteutustavassa tiedon keräämisen keinot ovat samat kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä, mutta väljemmässä mittakaavassa. Tutkimus on lähinnä selvitys, johon käytetään tiedonhankintaa apuvälineenä. (Vilkkä & Airaksinen 2004b, 56–57.)

3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

3.1 Liikeidea

Liikeidea on laaja analyysi yrityksen toiminta-ajatuksista. Lyhyesti liikeidea vastaa kysymykseen, miten yritys aikoo harjoittaa toiminta-ajatuksen mukaista liiketoimintaa. Liikeidean voi kiteyttää ytimekkäästi vastaamalla näihin kysymyksiin: Mitä, miten ja kenelle? Liikeidea tulee osaksi lopullista liiketoimintasuunnitelmaa. Ensimmäiseen kysymykseen vastatakseen tulee suunnitelmaan kirjoittaa ymmärrettävästi palvelut tai tuotteet mitä halutaan alkaa kaupata, näin rahoittajat ja asiakkaat pääsevät jyvälle niiden lisäarvopotentiaalista. Sen jälkeen käsitellään kysymys, miten. Kerrotaan keinot, joilla palvelut tai tuotteet saadaan asiakkaan tietoisuuteen ja ostettavaksi, toisin sanoen tämä on osa strategiaa. Viimeiseksi hahmotellaan, ketkä ovat palvelulle tai tuotteelle kohdistettu asiakaskunta. (Hesso 2015, 24–26.)

Toimialan kehitysvaiheilla on myös vaikutusta yrityksiin. Omaa yritystä perustaessa pitää tiedostaa oman toimialan kehitysvaihe. Liikeidean pitää olla sovitettuna sen hetkisiin olosuhteisiin. Jos konsepti on esimerkiksi laajenevan tai kehittyvän toimialan trendi, niin on olemassa todella hyvä mahdollisuus suurempaan toimintaan. Mikäli kyseinen toimiala on heikkenevällä pohjalla, niin tulee yrittäjän pohtia riittääkö liikeidea menestyvään liiketoimintaan. (Siecki & Härkönen 2020, 103.)

3.2 Visio, strategia ja arvot

Yritysten liikeidea tutkittaessa esiin nousee monissa tapauksissa visio, strategia ja arvot. Vaikka työelämässä moni asia selittyy työelämäntaitojen hallinnalla, niin näillä kolmella on ratkaiseva osuus yrityksen toimivuuden suhteen. Visio, strategia ja arvot takaavat liiketoiminnan jatkuvuuden sekä menestymisen. Nämä kolme asiaa tulisi määrittää liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa. (Aarnikoivu 2010, 96.)

Visio auttaa yrittäjää hahmottamaan pitkän tähtäimen suunnitelmat. Käsitys siitä minne ollaan menossa ja minne halutaan päästä. Tämä toimii myös motivaattorina ihmiselle, kun luo itselleen kiintopisteen johonkin jaksaa sen eteen tehdä töitä eri lailla. Unelmia pitää olla ja ne saavat olla jopa absurdin tuntuista. Esimerkiksi scifikirjallisuudessa on ollut paljon kuviteltuja asioita ja niitä on myöhemmin pystytty toteuttamaan. (Pyykkö 2011, 41.)

Strategia-termiä voi käyttää monissa eri tarkoituksissa. Joissakin tapauksissa sitä kuvataan asemana asiakkaiden mielessä esimerkiksi ”hyvä-mutta-kallis” ajatuksella. Toisaalta se voi olla myös keino parantaa omaa asemaa, kilpailijoiden harhautusta tai jopa kilpailun välttelyä. Strategia voi myös tarkoittaa tietynlaista näkemystä yrityksestä. Lisäksi puhutaan, että yrityksellä on kokonaisstrategia, joka määrittää ulkoisia uhkia ja sisäisiä kehittämisalueita ja vahvuuksia. Kaiken tämän lisäksi varsinaisen toiminnan strategioita tarvitaan esim. rahoitus-, logistiikka- ja markkinointistrategioissa. (Pyykkö 2011, 225.) Strategia on siis tie visioon, mutta tiessäkin voi olla mutkia ja haarautuvia polkuja ennen kuin tavoitteeseen päästään.

Arvot ovat yrityksen ohjenuoria. Nämä ovat kolmas tärkeä organisaation perusrakenteisiin kuuluva osa. Nämä johdattavat yritystä liiketoiminnan keskellä eettisesti oikeaan suuntaan. Arvot eivät kuitenkaan ikinä ohjaa itse liiketoimintaa, vaan ihmisiä liiketoiminnassa. (Luukka 2019, 205.) Arvojen tarpeen huomaa tilanteessa, kun toimii niin sanotusti bisneksen sokaisemana. Arvot auttavat suunnistamaan vaikeissa tilanteissa pettämättä kuitenkaan omia periaatteitaan. (Pyykkö 2011, 79.)

3.3 Yrittäjyys

Yrittäjyys on täynnä mahdollisuuksia toteuttaa itseään uudella tavalla. Ammattiharjoittajalla on tilaisuus toimia täysin oman luovuuden ja innovaation puitteissa. Yrittäjänä onkin huomattavasti enemmän vapauksia kuin normaali palkkatyöläisillä. Hyvänä esimerkkinä toimii vapaus valita omat työnsä; voi tehdä juuri sitä, mikä itseään inspiroi. Motivaatioteorian mukaan motivaatiot jaetaan kahteen osaan negatiiviseen ja positiiviseen. Negatiivinen motivaatio tarkoittaa sitä, että

asioita pitää tehdä toisen pakottamana tai jonkun tahdosta. Positiivinen motivaatio taas tarkoittaa sitä, että yrittäjä saa tehdä asiat oma-aloitteisesti, omalla tavallaan. (Sekki & Niemi 2016.)

Yrittäjyydessä on paljon positiivisia asioita, mutta tietysti kaikella on aina myös kääntöpuolensa. Lukemattomat mahdollisuudet voivat aiheuttaa ideameren, johon kuka tahansa voi hukkua. Riskienhallinta on iso osa yrittäjän arkea, sillä ikinä ei voi tietää mitä tapahtuu seuraavaksi. Yrittäjien ”vapaudet” muuttavat muotoaan, kun kuvaan astuu aikataulutuksen tärkeys, sillä töiden itsemääräämisoikeus vaihtelee asiakasvirtojen mukaan. Töitä tehdään joinain kuukausina niin paljon kuin ehditään ja toisena hetkenä voi olla työttömyyden rajamailla. (Lassila 2020.)

Viime vuosina yrittäjyyteen koskevien säännöstelyjen määrä on kasvanut kansainvälisellä tasolla, jonka vaikutukset näkyvät myös Suomessa. EU:n harjoittamasta sääntelystä johtuen myös Suomen lainsäädäntöön on tullut suorasti tai epäsuorasti muutoksia. Tämän takia lainsäädäntöön vaikuttamisesta sekä lainvalmistelun seuraamisesta on tullut liiketoiminnan harjoittajille haastavampaa. Yrittäjän toimintaympäristöön kuuluu myös lainsäädäntö. Jotta uudet haasteet eivät olisi uhka liiketoiminnalle, tulee yrittäjän kääntää toimintaympäristön muutokset kilpailueduksi. Esimerkiksi toimintaympäristön muuttuessa esiin nousee mahdollisuus uudenlaiseen liiketoimintamalliin ja sitä kautta voi saada itselleen kilpailuetua. (Hoppu, Hoppu & Hoppu 2020, 17.)

Kaikki nämä edellä mainitut huomioon ottaen yrittäjyyteen ryhtyessä on tärkeää tehdä liiketoimintasuunnitelma. Hyvä liiketoimintasuunnitelma auttaa saamaan rahoitusta, strategisia kontakteja, kilpailuetua ja lisäämään yrittäjän itsetuottamusta. Tämän avulla myydään yritys yleisölle ja annetaan yritykselle suunta mitä kohti mennä. Näin luodaan yritykselle liiketoimintamallia, analysoidaan riskejä ja hahmotellaan hinnoittelua. Liiketoimintasuunnitelmalla varmistetaan yrittäjyyden jatkuvuus ja pysyvyys. (Inc 2003.)

3.4 Yritysmuodot

Yrittäjyyden ensimmäinen iso askel on yritysmuodon valinta. Suomessa yrityksen perustaminen ei ole kovinkaan haastavaa ja sen huomaa tilastollisesti yrittäjyyden suosiossa. (Hietala, Järvensivu, Kaivanto & Kyläkallio 2020.) Tällä hetkellä

Suomessa toimii noin 600 000 yritystä. Suosituimmat yritysmuodot ovat: toiminimi, osuuskunta, osakeyhtiö, avoin yhtiö sekä kommandiittiyhtiö. Suurimmat näistä kuitenkin ovat toiminimi ja osakeyhtiö. Alta löytyy havainnollistava taulukko, josta voi nähdä kuinka paljon Suomen kaupparekisterissä on vuonna 2021 ilmoitettuja yritysmuotoja (Taulukko 1). (Yritysten lukumäärä kaupparekisterissä 2021.)

Taulukko 1. Vuonna 2021 kaupparekisteriin ilmoitetut säätiöt sekä aatteelliset yhdistykset, joilla on pysyvä toimipaikka tai vähintään yksi alainen (Yritysten lukumäärät kaupparekisterissä 2021).

Yritysmuoto	Osakeyhtiö	Toiminimi	Kommandiittiyhtiö	Avoin yhtiö	Osuuskunta
4.1.2021	261 316	227 712	25 411	8 903	3 541

Yritysmuodon valinnassa on tietysti paljon asioita mihin pitää ja kannattaakin kiinnittää huomiota, sillä yhtiömuodon valinta on kauaskantoinen päätös. Tälle päätökselle ei ole olemassa yleispätevää mallia, mutta on linjauksia mitä tulee harkita päätöksen teossa. Perustettaessa yritystä täytyy pohtia mitkä ovat yrityksen tarpeet ja siihen liittyvät tekijät. Yritysmuodon valinnassa vaikuttavat tekijät ovat mm. osallistujien lukumäärä, vastuu yrityksen veloista ja päätöksistä, toiminnan laajuus sekä joustavuus ja voitonjako. (Hietala ym. 2020.)

3.4.1 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö on Suomessa yksi suosituimmista yritysmuodoista. Osakeyhtiö on yleensä keskisuurten ja suuryritysten yritysten valitsema yhtiömuoto, mutta se sopii myös pienimuotoisempaan yritystoimintaan. Perustajia kyseisellä yhtiöllä voi olla yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. (Hoppu ym. 2020, 347–350.) Osakeyhtiötä perustaessa osakepääoma vaihtelee. Julkisessa osakeyhtiössä vähimmäisosakepääoma on 80 000 euroa ja yksityisessä osakeyhtiössä 2 500 euroa. (Osakeyhtiölaki 624/2006 1. luku 3§.)

Osakeyhtiö perustetaan kirjallisella perustamissopimuksella, johon tulee osakkeenomistajien allekirjoitukset. Perustamissopimukseen jokainen osakkeenomistaja merkitsee myös omien osakkeiden määrä, tätä ei voi enää jälkikäteen peruuttaa, kun osakkeet ovat merkitty, ellei toisin sovita. (Osakeyhtiölaki 624/2006 2. luku 1§.) Kaikki osakkeenomistajat ovat vastuussa yhtiön veloista ja muista sitoumuksista vain sijoittamallaan pääomalla, ellei ole yhtiö ole erikseen määrännyt lisämaksuja. (Hietala ym. 2020.)

3.4.2 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä vaaditaan vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka ovat vastuunalainen ja toinen niin sanottu äänetön yhtiömies. Tämän yhtiön asioita voi hoitaa vain vastuunalainen yhtiömies, jolle on annettu oikeus edustaa yhtiötä. (Hoppu ym. 2020, 346.) Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole valtuuksia edustaa yhtiötä, ottaa vastaan haastetta, eikä muuta tiedoksiantoa, ellei niin ole erikseen sovittu. (Laki avoimesta yhtiöstä ja kommandiittiyhtiöstä 29.4.1988/389 7. luku 5§.)

Kommandiittiyhtiössä vastuunalainen yhtiömies on se, joka vastaa yhtiöstä henkilökohtaisella omaisuudellaan. Äänetön yhtiömies on taas sijoittanut perustamisvaiheessa yhtiöön pääomapanoksen ja vastaa yhtiöstä vain sillä panoksellaan. Kommandiittiyhtiön tuottaessa voittoa, tästä voitosta otetaan ensimmäisenä yhtiösopimuksen mukaan laaditun äänettömän yhtiömiehen pääomapanoksesta laskettu voitto-osuus. Tämän jälkeen vastuunalainen yhtiömies saa loppuosan voitosta. (Hoppu ym. 2020, 346.)

3.4.3 Avoin yhtiö

Avoimen yhtiön voi perustaa vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka harjoittavat elinkeinotoimintaa taloudellisen tarkoituksen saavuttamiseksi. Tämän yhtiön oikeushenkilöillä on velvoitteita sekä oikeuksia, tunnusomaisia velvollisuuksia ovat esimerkiksi se, että yhtiömiehet vastaavat avoimen yhtiön sitoumuksista henkilökohtaisella omaisuudellaan. (Hoppu ym. 2020, 343.)

Avoimessa yhtiössä on mahdollisuus maksaa palkkaa yhtiömiehille, mutta niistä on maksettava työnantajakustannuksia, joten yksityisottoina tämä tulee yhtiölle

halvemmaksi (Hietala ym. 2020). Voitonjako tässä yhtiömuodossa koostuu yhtiömiehen asettamasta panoksesta, joka lasketaan korkolain mukaisesti tilikauden voitosta. Jos tilikaudelta ei ole tullut tarpeeksi voittoa, niin tässä tapauksessa voitto jaetaan sanottujen panosten suuruuden mukaisessa suhteessa. Kun voitosta on tehty 1 monumentin mukainen osuus, niin loppuosa voitosta tai tappiostakin jaetaan tasan yhtiömiesten kesken. (Laki avoimesta yhtiöstä ja kommandiittiyhtiöstä 29.4.1988/389 2. luku 9§)

3.4.4 Osuuskunta

Osuuskunnalla ei ole selkeästi aseteltua jäsenmäärää, osuuksien lukumäärää, eikä osuuspääomaa vaan ne ovat vaihtuvia (Osuuskuntalaki 421/2013 1. luku 3§). Osuuskunnan perimmäisenä tarkoituksena on elinkeinon harjoittaminen siten, että yhtiön jäsenet käyttävät osuuskunnan tarjoamia palveluita, tai tytäryhteisönsä tarjoamia hyötyjä hyväkseen. Osuuskunnalla täytyy olla hallitus ja yhtiöllä voi olla myös toimitusjohtaja ja hallintoneuvosto. Toimitusjohtajan tehtäviin kuuluisi osuuskunnan juoksevan hallinnon hoitaminen hallituksen ohjeistuksen mukaan, tätä kutsutaan yleistoimivallaksi. (Hietala ym. 2020.)

Osuuskunnan jäsenet ja muut omistajat eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa yhtiön veloista. Kuitenkin yhtiön sääntöissä voidaan erikseen määrätä, että jäsenen täytyy ottaa useita osuuksia tai osakkeita. Kokouksessa voidaan sääntöjen pohjalta tehdä myös päätös, että osuuskunnan toiminnan aikana ilmenneeseen tarpeeseen peritään ylimääräisiä maksuja. Lisäksi konkurssitapauksessa on voitu tehdä säännös, mikä velvoittaa jäsenet maksamaan osuuskunnan velat, jos osuuskunnan omat varat eivät riitä, tätä kutsutaan lisämaksuvelvollisuudeksi. (Hoppu ym. 2020, 412.)

3.4.5 Toiminimi

Toiminimi, toisin sanoen yksityinen elinkeinon harjoittaja. Toiminimi yhtiömuotona poikkeaa muista yleisistä yhtiömuodoista, niin että tässä luonnollinen henkilö harjoittaa yritystoimintaa ammatinharjoittajana. Kyseisessä yhtiössä yrittäjä ei ole erillinen tekijä, vaan henkilö, joka ilmoittaa valtiolle harjoittavansa elinkeinoa ja on liittynyt rekistereihin ja saa käyttöönsä y-tunnuksen. Yksityisliikkeellä ei ole

erityisesti mitään hallintoelimiä, vaan harjoittaja tekee itsenäisesti yritystä koskevat päätökset ja kantaa kaiken vastuun yrityksen velvoitteista. (Hietala ym. 2020.)

Yksityinen elinkeinonharjoittaja voi vapaasti käyttää liiketoimintansa rahavaroja yksityiskäyttöön, mutta liiketoiminnassa kulkeva varallisuus pitää olla kirjanpidon perusteella erotettavissa yksityisestä varallisuudesta (Hietala ym. 2020; Hoppu ym. 2020, 342). Yksityisliikkeen harjoittaja on vastuussa yrityksensä puolesta tekemistään sitoumuksista kaikella varallisuudellaan, eli yritystuloksen sekä henkilökohtaisten varojen osalta (Hoppu ym. 2020, 342).

Tutkiessani yleisimpiä yritysmuotoja sain paljon informaatiota yhtiöiden perusteista. Hahmotellessani omaa liiketoimintaa ripsiteknikkona tulini päätelmään, että tässä tapauksessa paras yhtiömuoto minulle on toiminimi. Aloittaessani yritystoimintaa ajatus on lähteä pienellä mittakaavalla liikkeelle ja tarkoitus on työllistää vain itseni. Aloittavana ripsiteknikkona liiketoimintani tulee aluksi olemaan kohtuullista, joten tässäkin tapauksessa yksityinen elinkeinonharjoittaja sopii toimenkuvaan. Tätä suunnitelmaa tukee se, että yksityisen elinkeinonharjoittaja voi perustaa yrityksen yksin, sekä tämä yhtiömuoto sopii henkilölle, jonka liiketoiminta tulee olemaan kohtalaisen pientä (Suomi.fi 2021).

3.5 Toiminimen perustaminen

Muihin yritysmuotoihin verrattuna toiminimen perustaminen on yksinkertaista. Perustamisilmoitus tehdään kaupparekisteriin, jolloin yksinoikeus yritystoiminnan nimeen varmistuu, kyseisen perustamisilmoituksen käsittelymaksu on 60 €. Yrittäjä saa käyttöönsä Y-tunnuksen, kun perustamisilmoitus on kirjattu Yritystietojärjestelmään. (Patentti- ja rekisterihallitus 2021.) Perustamisilmoituksen jälkeen haetaan tarvittavat luvat elinkeinonharjoittamiseen, jos kyseessä oleva toimiala sitä vaatii. Kauneudenhoitoalalla tehdään kirjallinen ilmoitus terveystarkastajalle, joka tulee ennen toiminnan aloittamista tarkastamaan toimipaikan ja hyväksymään tilan käyttöönoton (Merentniemi & Ylönen 2009, 130).

Toiminimeä perustettaessa tulee ilmoittautua arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, jos tilikauden liikevaihto on ylittää 15 000 €. Tämän jälkeen yrittäjä ilmoittautuu ennakkoperintärekisteriin ja tekee ennakkoverohakemuksen. Yrittäjä voi tehdä nämä kaksi asiaa myös jo perustamislomakkeessa. Tapauksessa, jossa

toiminimiyrittäjä tulee työllistämään vain itsensä yrittäjän ei tarvitse ilmoittautua työnantajarekisteriin, mutta muissa tapauksissa se on välttämättömyys. Toiminimiyrittäjä huolehtii yrittäjän eläkevakuutuksesta, sillä se on lakisääteisesti pakollinen. (Holopainen 2019, 55–58.)

Toiminimen perustamisvaiheessa tulee perehtyä kirjanpitoon, sillä Suomessa jokainen yritys on kirjanpitovelvollinen. Kirjanpidon päätehtävä on pitää yksityistalous ja elinkeinotoiminta erillään. (Merentniemi & Ylönen 2009, 140.) Normaalisti yritykset pitävä kaksinkertaista kirjanpitoa eli kaikista liiketapahtumista merkaataan rahan lähde sekä rahan käyttö aineistoon. Poikkeuksena yrittäjä saa käyttää yksinkertaista kirjanpitoa, jos korkeintaan yksi seuraavista ehdoista täyttyy: liikevaihto tai sitä vastaava tuotto 200 000 €, taseen loppusumma 100 000 € tai palveluksessa on keskimäärin 3 henkilöä. Yksinkertaisessa kirjanpidossa merkaataan liiketapahtumina maksetut menot, saadut tulot, verot ja korot. Tavaroiden sekä palveluiden oma käyttö merkitään liiketapahtumina kirjanpitoon maksupeerusteisesti. (Holopainen 2019, 188–189.)

3.6 Riskianalyysi

Riskit ovat aina kytköksissä yritystoimintaan. Ennen yritystoiminnan aloittamista yrittäjän tulee olla tietoinen oman toimialansa taloudellisista ja toiminnallisista uhista. Liiketoimintasuunnitelmaan luonnostellaan yrityksen riskianalyysia. Tässä analyysissä käydään läpi riskienhallintaa, joka on jatkuvaa strategista toimintaa, jolla pyritään varmistamista toiminnan jatkuvuus sekä ennakoimaan mahdolliset uhat. Tiedostamalla todennäköisiä uhkia, niitä voidaan vähentää tai niistä aiheutuvia vahinkoja voidaan minimoida. (Viitala & Jylhä, 2013.)

Riskienhallinnassa olennaista on tiedostaa ongelmia ja haasteita mitä voi tulla eteen, ennen kuin ne ovat oikeastaan olemassa. Mitä vähemmän yrittäjällä on kokemusta esimerkiksi toimialasta, niin sitä vaikeampaa riskejä on tunnistaa, joten tutustuminen toimintaympäristöön on olennaista. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa yrittäjä tutkii riskejä ja niiden avulla tekee päätöksen, onko valmis laittamaan omaisuutensa esimerkiksi lainojen vakuudeksi. (Salonen 2017, 92, 136–138.)

3.6.1 Riskien tunnistaminen

Riskien tunnistaminen on aina subjektiivinen tulkinta analysoitavaa yritystä kohtaan. Tulkintoja varten on olemassa yleiseen käyttöön sopivia tarkastuslistoja. Näiden avulla yrittäjä pystyy analysoimaan yritystoiminnan riskejä. Kuitenkin ammatinharjoittajan tulee muistaa, ettei mikään valmis muistilista ole riskienhallinnassa universaali ja aukoton kaava. Vaan sen täytyy olla tilannesidonnainen tulkinta liiketoiminnasta. (Luoma 2018, 505–507.)

Riskien tunnistamisvaiheessa edellytys on analysoida kriittisesti koko liiketoiminta. Mitä kaikkea voi tapahtua? Ja miksi se tapahtuu ja mitä siitä voi seurata? Tulipaloriskit, avainhenkilön sairastuminen sekä varojen loppuminen ovat tavallisia esimerkkejä liiketoiminnan riskeistä. Yksi tärkeä osa riskien tunnistamisessa on myös se, että kaikkia riskejä ei voi välttää. Näissä tilanteissa tulee suunnitella, miten vahingon sattuessa menetellään ja kuinka sen seurauksia voi pienentää. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry 2021a.)

Riskejä tulee tarkastella useasta eri suunnasta, jotta yrittäjä pystyy näkemään mahdollisimman isolla mittakaavalla kaikki mahdolliset uhat. Riskit liittyvät laajasti jokaiseen liiketoiminnan yksityiskohtaan. Riskejä voidaan jakaa moniin eri luokkiin, jolloin ne ovat parhaiten tunnistettavissa. (Merentniemi & Ylönen 2009, 10–13.) Operatiiviset riskit ovat seuraamus jostain tapahtuneesta tai päinvastoin prosessin riittämättömyydestä. Nämä riskit ovat yritykselle välittömien tai välillisten vahinkojen seuraamus. Taloudelliset riskit liittyvät yrityksen vakavaraisuuteen, maksuvalmiuteen ja muihin pääomien vaihteluihin. Taloudelliset riskit johtuvat yleensä korkojen muutoksista, valuuttakurssien vaihteluista tai muista talouteen liittyvistä muutoksista kuten verotuksesta. (Suomen riskienhallintayhdistys ry 2021c.)

3.6.2 SWOT-analyysi

Liiketoimintasuunnitelmassa laaditaan SWOT-analyysi. Se on heikkouksien, vahvuuksien, mahdollisuuksien ja uhkien tarkastelua organisaation näkökulmasta. Tätä toimintoa voi käyttää monissa eri tarkoituksissa ja tärkeää on osata rajata arvioitava kohde tarpeiden mukaan. Aiheita voi olla esimerkiksi oman yrityksen toiminta, palvelu, kilpailukyky, tätä voi myös käyttää tarpeen vaatiessa kilpailijan

toiminnan ja kilpailukyvyn analysointiin. SWOT-analyysille on tehty taulukkomainen kuvio, joka helpottaa hahmottamaan aihealueita (Kuvio 1). Täyttämällä nelikenttäistä alustaa voi tunnistaa vahvuuksia, heikkouksia ja uhkia. (Lindroos & Lohivesi 2010, 219.)



Kuvio 1. SWOT-analyysialusta (Lindroos & Lohivesi 2010, 220)

Toimivan ja hyödyllisen strategiatyökalun takaa perusteellinen pohjatyö. Havainnollistavia pohdintoja, jotka auttavat strategisten valintojen ja toimintasuunnitelmien tekemiseen. Kun nelikenttäalueeseen saadaan tarpeeksi selkeä tutkimus, niin hioutuu tehokas strategia. (Vuorinen 2013, 94.) Analyysin jälkeen on hyvä käydä jokainen ruutu läpi ja miettiä konkreettisesti toimintaratkaisut, mitkä ovat tulleet ilmi. Vahvuuksia tulee hyödyntää ja vahvistaa. Heikkouksia ei voi hävittää kokonaan, mutta niiden vaikutuksia voi heikentää. Mahdollisuuksia voi resurssien mukaan hyödyntää niin paljon, kun voi. Ja viimeisenä uhkien selkeä tiedostaminen, jotta nämä riskit eivät tule yllätyksenä. (Suomen riskienhallintayhdistys ry 2021b.)

3.7 Markkinointisuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelmaan liitetään myös markkinointisuunnitelma, näin se saadaan osaksi liiketoiminnan tavoitteita, asiakkuuden hallintaa sekä myyntiä. Markkinoinnin tulee olla tarkkaan määriteltyä ja systemaattista. Markkinointisuunnitelmassa tulee määritellä kohderyhmät, markkinoinnin tavoitteet, niin pitkällä kuin lyhyellä aikavälillä ja mitä investointeja markkinointiin tarvitaan. Lisäksi tulisi pohdita miten pystyisi lisäämään asiakasuskollisuutta sekä löytämään lisää asiakkaita liiketoiminnan tukemiseksi. (Viita 2020.)

Markkinointisuunnitelmaa tehdessä tulee ymmärtää, että oma tuote ei ole kaikille mahdollisille asiakkaille juuri se, mitä he hakevat. Eli oikein kohdennettu markkinointi vahvistaa tuotteen arvoa, koska hyödyke menee sopivalle asiakkaalle. Suunnitelmassa käsitellään myös konkreettista myyntiä esimerkiksi, millä tavoin myydään tuote hankintaa tekeväälle asiakkaalle, jotta hänestä saataisiin pysyvä asiakas. Näin voitaisiin varmistaa sitoutunutta ja tyytyväistä asiakaskuntaa. (Keronen & Tanni 2017, 18.) Markkinointisuunnitelmassa päämäärä tulisi olla kerta-luontoisen asiakkaan edistymisen kanta-asiakkaaksi, jonka jälkeen suosittelijaksi. Tätä kutsutaan myös asiakassuhteiden investoinniksi. (Viitala & Jylhä 2013.)

Palvelu on nykypäivänä suuressa osassa markkinointia ja se tulisi sisällyttää markkinointisuunnitelmaan. Palvelutapahtumaan on panostettava koko ajan enemmän ja enemmän. Kun palvelutapahtuma on jäänyt positiivisena mieleen, on yrittäjä onnistunut jättämään asiakkaan mieleen syvemmän muistijäljen. Teot jäävät syvästi mieleen ja antavat uutta elämyksellisyyttä, mitä asiakkaat voivat tulla hakemaan uudestaan. (Kalliomäki 2014, 49–50.)

Palveluiden markkinoinnin voi jakaa kahteen osaan markkinointisuunnitelmassa, ulkoiseen markkinointiin sekä vuorovaikutteiseen markkinointiin. Ulkoisessa markkinoissa asiakkaille viestitään lupauksia ja luodaan odotuksia lehtien ja sosiaalisen median kautta. Myöhemmin ne lupaukset mitä on luvattu, täytyy lunastaa markkinoinnin toisessa osassa eli vuorovaikutteisessa markkinoinnissa. Aiheettomilla lupauksilla ei saada rakennettua pitkäkestoisia asiakassuhteita. Palvelun laatuun vaikuttaa vahvasti asiakkaan ja yrittäjän välinen vuorovaikutus eli miten palvelun tarjoaja onnistuu viestinnässään. Parhaimmassa tapauksessa

palvelu vaihtuu kokemukseksi, jota voi jälkikäteen muistella ja kertoa positiivisena asiana eteenpäin. Tiivistettynä voidaan todeta, että jos markkinointisuunnitelman toteutuksessa onnistutaan, niin liiketoiminta markkinoi itseään eteenpäin. (Isohookana 2007, 70–71.)

3.8 Taloussuunnitelma

Talouden suunnittelu on kokonaisvaltainen suunnitelma, joka tehdään perusteellisesti kuukausikohtaisesti. Tulot ja menot ovat harvoissa tapauksissa täysin samat kuukausittain, joten se on otettava vahvasti huomioon järjestelyissä. Tällä tavoin voidaan välttyä arvaamattomilta ja ikäviltä yllätyksiltä. (Kuluttajaliitto 2021.) Yrityksen tärkein ehto on terve talous. Taloudelliset tiedot antavat yrittäjälle merkittäviä työkaluja liiketoiminnan takaamiseksi ja sen edistämiseksi. (Viitala & Jylhä 2013.)

Laskentatoimi tuottaa yritykselle tietoa, jolloin talouden suunnittelu on yrittäjällä helpommin ohjailtavissa. Tällä välineellä saadaan vertailukelpoisia ja yhteismittalaisia laskentatoimen tuloksia. Rahoituksenhallintaa ja sitä kautta laskentatoimea tarvitaan likviditeetin riittävyyden määrittämiseksi. Yrityksen toiminnan tuloksellisuudesta, voidaan havaita millä tasolla kannattavuuden kehitys on lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Tämä on siis ensisijaisen tärkeää, kun liiketoimintaa aletaan kartoittaa. (Pellinen 2017.)

Yrityksen talouden suunnittelussa tärkeimmät tekijät ovat kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus. Kun liiketoimintasuunnitelmassa käydään nämä tekijät läpi, niin yrityksen sidosryhmille annetaan parempi käsitys yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Esimerkiksi yrityksen rahoittajille tämä tieto on välttämätön. Tärkein näistä on kannattavuus, sen avulla saadaan tietää liiketoiminnan perusta. Maksuvalmius antaa kuvaa yrityksen käytettävissä olevasta varallisuudesta, eli likviditeetistä. Ja vakavaraisuus ilmaisee yrityksen velkaantuneisuudesta. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa nämä kolme asiaa ovat avaintekijöitä. (Merentniemi & Ylönen 2009, 68–71.)

3.9 Talouden tunnusluvut

Talouden tunnuslukujen tarkoituksena on analysoida yrityksen sen hetkistä taloudellista asemaa sekä sen suoritusta. Tunnusluvut ovat apuvälineitä tilinpäätösinformaation tulkitsemiseksi. Ne tekevät tilinpäätöksessä olevat luvut vertailukelpoisiksi joko edellisiin vuosiin tai kilpaileviin yrityksiin. Rahamääräisistä tilinpäätöksistä ei voida saada suoraa informaatiota taloudesta, vaan tunnusluvut auttavat tuottamaan lukuja mitä voi analysoida. (Seppänen 2011.)

Kannattavuus on yritysten yleisimpiä asioita mitä tunnusluvuilla halutaan analysoida (Seppänen 2011). Tämä on yrityksen tärkein ehto, jos kannattavuus on hauras niin toiminta ei ole vakaalla pohjalla. Heikko kannattavuus tarkoittaa sitä, että yritys tekee tappiota ja kuluttaa omaa pääomaansa. (Alma Talent 2021.)

Vakiintuneimpia tunnuslukuja kannattavuuden mittaamiseen yrittäjillä ovat käyttökateprosentti ja myyntikateprosentti. Käyttökateprosentti mittaa kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää korkoihin, veroihin, poistoihin ja voiton jakoon käytettäväksi. Myyntikateprosentilla selvitetään kuinka paljon liikevaihdosta jää jäljelle muiden kustannusten kuluihin, kun siitä vähennetään tuotteiden valmistuksessa aiheutuneet muuttuvat kustannukset. (Viitala & Jylhä 2013.)

Tunnuslukujen analysointi ja niiden pohjalta tehtävien johtopäätösten tulkintaan tarvitaan aina yrityksen strategian ja toimialan tuntemista. Tunnusluvuilla saatavat tiedot toimivat ohjenuorana analyysin tekijälle. Esimerkiksi kannattavuuden tunnusluvuista käyttökate- ja myyntikateprosentilla ei ole yleispätevää ohjearvoa, vaan ne antavat analysoijalle vertailuarvoisia tunnuslukuja. (Seppänen 2011.)

3.10 Hinnoittelu

Yrittäjän yksi merkittävimmistä päätöksistä on hinnoittelu. Toiminnasta saadaan kannattavaa vain silloin kun myyntituotot ohittavat kustannukset. Myyntihinnan vaikutus yrityksen myyntimäärään sekä tuottoihin on yksiselitteinen. Tämän takia on tärkeää, että yrittäjä määrittää myynnin rakennetta, löytää ihanteellisen myyntihinnan, sekä analysoi tuotteiden parannettavuus mahdollisuuksia. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2017, 212–213.)

Siekkinen ja Niemi uskovat (2016) monen yrittäjän joutuneen lopettamaan toimintansa alkuvaiheen vääränlaisen hinnoittelun vuoksi. Useimmiten tällaiset virheet johtuvat siitä, että yrittäjät eivät hahmota tarpeeksi hyvin myyntiin ja valmistukseen liittyviä kustannuksia. Varsinkin oman työnajalle ei osata laskea tarpeeksi arvoa ja se huomataan myöhäisessä vaiheessa, jolloin yrityksellä on jo kannattavuusongelmia.

Palveluiden hinnoittelussa voidaan käyttää viittä eri porrasta, jotka auttavat prosessissa. Ensimmäinen porras on tuotantokustannusten laskeminen, eli kuinka paljon palvelun tuottaminen kustantaa itse yrittäjälle. Toisena on oman arvon ankkurointi, tässä kohtaa pitää päätellä kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita palvelusta maksamaan. Tämän jälkeen, kun tiedetään paljonko palvelu kustantaa ja paljonko asiakas on siitä valmis maksamaan, niin hinta sijoittuu näiden kahden tekijän väliin. Neljäntenä portaana on palvelun hinnan lopullinen asettaminen. Ja viimeisenä vaiheena on koemyynti, jolloin katsotaan kohtaako asiakkaan ja yrittäjän näkemykset hinnasta. (Apunen 2020, 191–193.)

Hintaa määrittäessä tasapainoillaan kysynnän, kilpailijoiden hintojen sekä oman tuotteen kustannusten välillä. Toisinaan hinta määritellään markkinoiden perusteella, johon jälkikäteen sovitetaan kustannukset. Joskus lähtökohdaksi asetetaan haluttu voittotavoite, eli valmistuskustannuksiin lisätään prosentuaalinen kate mitä tavoitellaan. Yleisimmin hinta määritellään näiden kahden välimuodolla, joka perustuu tavoitekustannuslaskentaan. Tässä menetelmässä lähtökohtana on markkinoilla oleva hinta, josta vähennetään voittotavoite. Tällä kaavalla muodostetaan sallittu tuotantokustannusten hinta. (Viitala & Jylhä 2013.)

3.11 Verotuksen perusteet

Jokainen, joka harjoittaa liiketoimintaa on verovelvollinen. Yrittäjän tulee maksaa veroa liiketoiminnalla tekemästään voitosta. Kaikki yrittäjän tulot eivät ole veronalaisia, eivätkä kaikki kulut ole vähennyskelpoisia. (Holopainen 2019, 167.) Yrityksen verotusmääritteet perustuvat lakeihin ja verotuksen yksityiskohdat laaditaan aina sen organisaation tilinpäätöksen pohjalta (Jormakka, Koivusalo, Lappalainen & Niskanen 2009, 105).

Liiketoiminnan verokohtelu riippuu yritysmuodosta ja siinä on merkittäviä poikkeamia. Verotuksessa vaikuttaa yrityksen toiminnan luonteen harjoittaminen, eli mitkä ovat yrityksen tulonlähteet. Ratkaisevia tekijöitä verotuksessa on myös osakkaiden lukumäärä, sitoutuvien pääomien tarve ja toiminnan riskisyys. (Kukkonen & Walden 2020, 28–30.) Yhtiömuotoja voidaan verottaa jopa kolmen eri verolain mukaan: tuloverolain, elinkeinoverolain tai maatilatalouden tuloverolain perusteella (Kukkonen & Walden, 2020, 30).

Suomessa palveluiden ja tuotteiden myyntiin kuuluu välillinen kulutusvero, eli arvonlisävero. Arvonlisävero velvollisia ovat kaikki, joiden liiketoiminnassa tapahtuu palveluiden tai tavaroiden myyntiä. Tämä vero ei jää kuitenkaan myyjän maksettavaksi, vaan kuluttajan. Arvonlisävero sisällytetään tuotteen tai palvelun hintaan, jolloin kuluttaja maksaa sen ostotapahtuman yhteydessä. Veronkertaantumisen estämiseksi on luotu vähennysoikeus, jolloin yritys perii arvonlisäyksen katteena ostajalta. (Jormakka ym. 2009,78.)

3.12 Toiminimen verotus

Toiminimen liiketoiminnasta saatava tulo verotetaan yrittäjän henkilökohtaisena tulona. Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla liiketoiminnan tulot jaetaan kahteen osa-alueeseen pääomatuloihin sekä ansiotuloihin. Tämä toimii melkein samallailla, kuin luonnollisen henkilön verotus, mutta yrittäjä saa tehdä omasta verotettavasta tulosta 5 %:n yrittäjävähennyksen. Tämä vähennys on elinkeinonharjoittajalle verotonta tuloa. (Holopainen 2019, 167.)

Toiminimen pääomatulo määritellään laskentaperusteen avulla. Ensimmäinen vaihtoehto on, että yrittäjän pääomatulo-osuudesta lasketaan 20 %:n vuotuinen tuotto ja tästä luvusta jäävä osuus on ansiotuloa. Toinen vaihtoehto yrittäjälle on valita 10 %:n vuotuinen tuotto laskentaperusteelle, mutta tämä vaatimus on tehtävä ennen verotuksen päättymistä. (Jormakka ym. 2009,108.) Tällä pienemällä osuudella yrittäjä voi vähentää liiketoimintansa verorasitusta siinä vaiheessa missä tulot ovat vähäisemmät (Merentniemi & Ylönen 2009, 56).

Yksityisen elinkeinonharjoittajan verovelvollisuus on riippuvaista myynnin määrästä. Vaikka kyseessä olisi selkeä myynnillinen tapahtuma tavaroiden tai palve-

luiden osalta, niin arvonlisäverolaissa on saneltuna myynnille euromääräinen alaraja. (Nyrhinen, Hyttinen & Lamppu 2019, 51.) Vuonna 2020 arvonlisäverolaissa määriteltiin tilikauden liikevaihdon enimmäismääräksi 15 000 euroa, jolloin tämän alle jäävä liikevaihto ei ole verovelvollista, ellei erikseen oman ilmoituksen perusteella ole merkitty verovelvolliseksi. Laki tuli voimaan 1.1.2021 jolloin sitä alettiin soveltamaan. (Arvonlisäverolaki 1501/1993 2.luku 3§.)

Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla on mahdollisuus hakeutua vapaaehtoisesti verovelvolliseksi, vaikka liikevaihto olisi alarajan kohdalla. Tämä mahdollistaa tuotteiden tai palveluiden myymisen toiselle verovelvolliselle, ilman veron kertaantumista. Toiminimen vapaaehtoisuuden myötä tulee hänen maksaa lähtökohtaisesti jokaisesta arvonlisäveronalaisesta myynnistä huolimatta siitä, että liikevaihto jää vähimmäismäärän alle. Pienyrittäjien kasvun helpottamiseksi on mahdollistettu verohuojennus. Tämä huojennus on nimenomaan niille yrittäjille, jotka ovat ilmoittautuneet vapaaehtoisesti verovelvolliseksi. Toiminimen liikevaihdon jäädessä alle 15 000 euron, saa hän tilikaudelta tilitetyn veron takaisin alarajahuojennuksena. Muissa tapauksissa tähän on määriteltynä Arvonlisäveron alarajahuojennus -kaavat, joita voi verrata tilikauden tulokseen. (Nyrhinen ym. 2019, 54–55.)

4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KAUNEUDENHOITOALAN YRITYKSELLE

4.1 Liikeidea

Liiketoimintasuunnitelman (Liite 1) rakentaminen lähti käyntiin liikeideasta. Liikeidean muodostuminen alkaa kysymyksistä mitä, miten ja kenelle (Hesso 2015, 18). Aluksi lähdin rajaamaan palveluita ja tuotteita mitä haluan myydä, ettei liiketoimintani perimmäinen ajatus vain unohtuisi tai lähtisi laajenemaan liiaksi. Lisäksi on tärkeää, että mahdollisilla rahoittajilla on helppo ymmärtää mitä palveluita yrityksessäni tulen myymään. (Hesso 2015, 25).

Selvitin strategiaani ripsiteknikkona, koska toimiala on ollut viime vuosina kehitysvaiheessa. Siekkisen ja Härkösen (2020,103) mukaan liikeidean tulee olla aina sovitettuna sen hetkiseen olosuhteeseen, joten miettiessäni strategiaa se auttoi minua hahmottamaan, miten pääsen suunnittelemaani tavoitteeseen. Strategian lomassa pohdin yritykseni visiota ja arvoja, jotta minulla on yritystoiminnassani selkeät sävelet siitä, miten toimin, enkä niin sanotusti kulje bisneksen sokaisemana (Pyykkö 2011, 79).

Strategia, visio ja arvot ovat kolme asiaa, jotka toimivan liiketoiminnan perustana (Aarnikoivu 2010, 96). Yrityksen arvoiksi valitsin: asiakasta varten, uudistuminen sekä ympäristöystävällisyys. Tahdon asiakkaiden tulevan luokseni, niin että he tietävät, että voivat tulla rauhoittumaan arjen keskellä, tai kertomaan oman elämänsä iloista tai suruista. Pyrin uudistumaan mahdollisimman paljon, esimerkiksi kouluttaudun aina mahdollisuuksien mukaan, sekä pyrin siihen, että käytän ensisijaisesti tuotteita mitkä edistävät ympäristöystävällisyyttä. Visiona näen yritykseni tulevaisuudessa: Asiakkaiden luotto rentoutumispaikka, jonne on ihana tulla. Strategiani on toimia asiakas edellä ja antaa heille sen mitä tulevat hoidolla hakeamaan, oli se sitten juttelukaveria tai pienen hetken rentoutumista.

4.2 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodon valinta on yrityksen perustamisen avaintekijöitä ja se on kauaskantoinen päätös, mikä tulee tehdä huolella tulevaisuutta ajatellen (Hietala ym.

2020). Yritysmuotoa päättäessä lähdin liikkeelle etsimällä tietoa Suomen suosituimmista yhtiömuodoista. Pohdin oman yritykseni tulevia tarpeita, toiminnan laajuutta sekä sitä, että olen perustamassa yritystä yksin. Suurin vaikuttava tekijä yhtiömuodon valinnassa oli se, että kannan itse vastuun yhtiön veloista sekä päätöksistä.

Yhtiömuodon valinnassa tulin lopputulokseen, että juuri minulle tulevana yrittäjänä sopivin yhtiömuoto on toiminimi. Tässä yhtiömuodossa yrityksen pystyi perustamaan yksin sekä päätöksen teko on täysin itsenäistä (Hietala ym. 2020). Päätökseeni vaikutti myös isossa osassa se, että liiketoimintani tulee olemaan kohtuullista, joten tarpeisiini ei sovellu suurenmittakaavan yhtiömuoto (Suomi.fi 2021).

4.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysiä rakentaessani tukeuduin Onnistu strategiassa -teoksessa olevaan nelikenttätaulukoon. Taulukkoa täyttäessäni kävin tulevan yritykseni heikoudet, vahvuudet, mahdollisuudet ja uhat tarkasteltuna organisaation näkökulmasta.

SWOT-analyysissä kävin konkreettisesti läpi nelikenttätaulukon pykälät. Heikkouksien ja uhkien kohdalla painotin myös mielessäni, miten kyseisissä tapauksissa voisi toimia. Uhkia ja heikkouksia tiedostamalla niiden ikäviä seurauksia voi mahdollisesti pienentää ja jopa ennaltaehkäistä. (Suomen riskienhallintayhdistys ry 2021b.) SWOT-analyysin hyödyt tulevat näkyviin esimerkiksi tilanteessa, jossa yrittäjä sairastuu ja asiakkaan on kuitenkin saatava palvelunsa tai tilanteessa, kun tarvittavilla tuotteilla ilmenee esim. saatavuus ongelmia.

4.4 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelmaa luodessani selvitin kohderyhmäni, jotta en turhaan haaskaisi resursseja tavoitellessani myös niitä ihmisiä, joiden intresseihin ripsienpidennykset eivät kuulu. Perustelen valintani Kerosen ja Tannin Sisältöstrategia: asiakaslähtöisyydellä tulosta -teoksen (2017) perusteella. Suunnittelin mihin so-

siaalisen median alustoihin luon yritykselleni profiilin ja mistä saan mahdollisimman sitoutunutta asiakaskuntaa. Ajattelin, että Instagram ja Facebook ovat sopivia paikkoja tehdä toiminimelle oma käyttäjätunnus, lisäksi perustan yritykselleni nettisivut. Käytän kyseisiä alustoja portfoliotyyppisesti laittamalla töideni tuloksista kuvia, jotta asiakkaat näkevät työni jäljen ja vakuuttuvat ammattitaidostani.

Kalliomäen (2014, 49) mukaan palvelu on nykyisin suuressa osassa markkinointia. Tämän vuoksi pohdin myös strategiaa palvelun osalta. Voisin antaa mahdollisille asiakkaille hyödykkeitä, jotta he saisivat palvelukokemuksen tuntumaan ainutlaatuiselta esim. asiakas saa mukaansa ripsiharjan jokaisen palvelun yhteydessä. Lisäksi jokaiseen palveluun kuuluu asiakkaan henkilökohtainen konsultointi, sekä yksilölliset hoito-ohjeet, jolloin asiakas tuntee itsensä arvostetuksi. Koen, että itsensä arvostetuksi tunteva asiakas on merkittävä osa markkinointia, sillä todennäköisemmin hän kertoo positiivisesta kokemuksestaan eteenpäin.

4.5 Taloussuunnitelma

Varsinaista taloussuunnitelmaa en opinnäytetyössäni tehnyt, koska toimintani tulee olemaan aluksi hyvin pientä. Tulen toimimaan sivutoimisena yrittäjänä päivätyöni ohella, joten kaikki taloussuunnitelman laskelmat eivät olleet tarvittavia. Alkuinvestointeja olen tehnyt vuosien varrella ja minulla on todella kattavasti välineitä ripsiteknikkona toimimiseen.

Laskentatoimen avulla tulen kuukausikohtaisesti tarkastelemaan yritykseni kuluja, kun toiminta virallisesti alkaa. Tällä tavoin pystyn mitätöimään yllättäviä menoja (Kuluttajaliitto 2021). Toiminimi yrittäjänä minulla tulee olemaan yritykseni kanssa samat varat, joten tulen tarkkailemaan yritykseni taloutta kokonaan erillisenä henkilökohtaisista varoistani (Hoppu ym. 2020, 342). Tulkittessani yrityksen taloutta aion käyttää käyttökateprosenttia sekä myyntikateprosenttia, jotta minulla on koko ajan käsitys siitä kuinka paljon liikevaihdosta jää muihin menoihin (Viitala & Jylhä 2013).

Harkitsin hinnanmääräytymistä Viitalan ja Jylhän teoksessa kerrotun tavoite kustannuslaskennan mukaan (2013). Katsoin markkinoilla olevia hintoja ja tein niistä yhteenvetona keskiarvon. Tätä keskiarvoa vertasin omaan voittotavoitteeseeni ja

sen avulla sain laskettua itselleni tuotantokustannusten hinnan, joka määrää sen, kuinka paljon saan käyttää varallisuutta niin sanottuun tuotantoon.

5 POHDINTA

Opin aihettani tutkiessa, että yrityksen perustaminen ja sen pyörittäminen ei ole koskaan yksinkertaista. Yrittäjyydenmatkan aikana tulee huomioida monenlaisia asioita ja ongelmana on, ettei kaikkea hyvistäkään suunnitelmista huolimatta pysty ennalta arvaamaan. Koen kuitenkin, että yrityksen perustamisessa olevat riskit ovat vaivan arvoisia ihmiselle, joka kaipaa itsenäisyyttä ja vapautta arkeensa. Rakentamalla toimivan liiketoimintasuunnitelman on vaivattomampaa lähteä toteuttamaan unelmaa yrittäjyydestä ja päästä kokemaan sen tarjoama vapaus. Kun suunnitelma on tarkkaan harkittu ja riskit kartoitettu on yrityksellä paremmat mahdollisuudet menestymiseen.

Koin onnistuneeni opinnäytetyössä asianmukaisesti luotettavuuden suhteen. Tutkin monia eri lähteitä työni toteutuksen aikana, joten sain kerättyä paljon tietoa aiheista, jonka jälkeen pystyin vertaamaan niiden totuudenmukaisuutta. Analysoin netistä löytämiäni artikkeleita, aiheiden kirjallisuutta sekä vertasin niitä Suomessa virallisesti toimiviin konserneihin esimerkiksi Suomen Riskienhallintayhdistys ja Suomen lainsäädäntöihin.

Koen saavuttaneeni opinnäytetyölle asettamani tavoitteet hyvin. Perehdyin yritysmuotoihin voidakseni todeta itselle sopivimman yhtiömuodon ja tulen varmasti ennen pitkään käyttämään tietojani hyväksi, jos ajankohtaiseksi tulee yritystoiminnan laajentaminen ja yhtiömuodon muuttaminen. Uskon vahvasti, että tulevaisuudessa tulen käyttämään rakentamaani liiketoimintasuunnitelmaa aloittaessani unelmaani kohti yrittäjyyttä. Lisäksi tekemäni tutkimus auttaa minua varmasti tielläni yrittäjänä, vaikka realistisesti ajateltuna olen varma, että minulla on siitä vielä paljon opittavaa, ja odotan mitä tulevaisuudella on minulle tarjottavana.

Haastavana koin opinnäytetyötä tehdessäni lakien soveltamisen sekä verokohdelun ymmärtämisen. Molemmat ovat hankalalukuista tekstiä, jota oli haastavaa tutkia ja analysoida. Minulla ei henkilökohtaisesti ole kokemusta yrittäjyydestä ja mielestäni tein oikean ratkaisun aloittamalla tämän projektin teoriaan perehtymisellä. Teoria auttoi minua ymmärtämään liiketoimintasuunnitelman merkityksen ja mistä palasista sitä lähdetään alun alkaen rakentamaan.

Opin tämän prosessin aikana paljon yrittäjyydestä kokonaisuutena, sekä liiketoimintasuunnitelman tärkeyden. Koen myöskin, että sain paljon tärkeää tietoa tutkimuksen tekemisestä ja erilaisista opinnäytetyön menetelmistä. Omasta mielestäni sain vastauksen kysymyksiini: Millainen on hyvä kauneushoitoalan liiketoimintasuunnitelma ja mitä se sisältää.

Kehitysideaksi jää toimintaympäristön perinpohjainen tutkiminen. Olisin halunnut panostaa vielä enemmän toimintaympäristön tarkasteluun esim. sijainnin, mahdollisten yhteistyökumppaneiden sekä materiaalihankintojen häiriöiden vaikutuksista liiketoimintaan. Toiseksi kehitysideaksi jää taloussuunnitelman kattava toteuttaminen. Olisi ollut mielenkiintoista tehdä yksityiskohtainen taloussuunnitelma, mutta koska liiketoimintani ei tule olemaan aluksi kovinkaan suurta, en kokenut tarvitsevani sitä. Ajalla, jonka säästin taloussuunnitelman tekemisestä, pystyin keskittämään aikani paremmin esimerkiksi yrityksen verotuksen tutkimiseen, joka on tällä hetkellä minulle tarpeellisempi.

Kaiken kaikkiaan koen opinnäytetyöprosessin onnistuneen. Uskon, että kaikella tiedolla, jota olen oppinut matkan varrella, on minulle valtavasti hyötyä tulevaisuudessa.

LÄHTEET

Aaltola, K., Collin, K., Eskola, J., Heikkinen, H., Herkama, S., Hänninen, V., Immonen, K., Kiviniemi, K., Laajalahti, A., Laine, T., Lilja, N., Metsämuuronen, J., Moilanen, P., Niikko, A., Paloniemi, S., Rajala, R., Räihä, P., Suoranta, J. & Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Jyväskylä: PS-kustannus. Uudistettu ja täydennetty painos. E-kirja. Viitattu 4.5.2021 <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524518758>, Ellibs

Aarnikoivu, H. 2010. Työelämätaidot: menesty ja voi hyvin. Helsinki: WSOYpro. E-kirja. Viitattu 16.3.2021 <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ez.la-pinamk.fi/teos/GAEBIXCTDG#/kohta:7/piste:b192>, Verkkokirjahylly Alma Talent

Alasuutari, A. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Viitattu 19.3.2021 <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517685030>, Ellibs

Alma Talent 2021. Tunnuslukuopas. Viitattu 28.4.2021. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas>

Apunen, A. 2020. Haastajasta hittipalveluksi. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 13.4.2021 [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.la-pinamk.fi/teos/gahbixdteb#kohta:haastajasta\(\(20\)hittipalveluksi/piste:t2](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.la-pinamk.fi/teos/gahbixdteb#kohta:haastajasta((20)hittipalveluksi/piste:t2), Verkkokirjahylly Alma Talent

Arvonlisäverolaki 30.12.1993/1501

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakamari. Uudistettu painos. E-kirja. Viitattu 30.4.2021 [https://kauppakamaritieto-fi.ez.la-pinamk.fi/ammattikirjasto/teos/hyva-liiketoimintasuunnitelma-2015#kohta:Hyv\(\(e4\)\)\(\(20\)liiketoimintasuunnitelma](https://kauppakamaritieto-fi.ez.la-pinamk.fi/ammattikirjasto/teos/hyva-liiketoimintasuunnitelma-2015#kohta:Hyv((e4))((20)liiketoimintasuunnitelma), Kauppakamaritieto

Hietala, H., Järvensivu, P., Kaivanto, K. & Kyläkallio, K. 2020. Yrityksen asiakirja- ja sopimusopas. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 26.4.2021 [https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/GABBXXBTABBEE#kohta:YRITYKSEN\(\(20\)ASIAKIRJA-\(\(20\)JA\(\(20\)SOPIMUSOPAS/piste:tI2E](https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/GABBXXBTABBEE#kohta:YRITYKSEN((20)ASIAKIRJA-((20)JA((20)SOPIMUSOPAS/piste:tI2E), Verkkokirjahylly Alma Talent

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. Graduryhmä 18.2.2009. http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reliabiliteetti.pdf

Holopainen, T. 2019. Yrityksen perustamisopas. 28. Uudistettu painos. Turenki: Asiatieto Oy

Hoppu, E., Hoppu, K. & Hoppu, K. 2020. Kauppa- ja varallisuus oikeuden pääpiirteet. 17., uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 26.4.2021 [https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/CADBCXETEB#kohta:KAUPPA-\(\(20\)JA\(\(20\)VARALLISUUSOIKEUDEN\(\(20\)P\(\(c4\)\)\(\(c4\)PIIRTEET\(\(20\)](https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/CADBCXETEB#kohta:KAUPPA-((20)JA((20)VARALLISUUSOIKEUDEN((20)P((c4))((c4)PIIRTEET((20)), Verkkokirjahylly Alma Talent

Inc 2003. Building a Business Plan, Section by Section. Viitattu 20.4.2021 https://www.inc.com/guides/write_biz_plan/20660.html

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 28.4.2021 <https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/FAGBIXC-TDG#/kohta:2/piste:b425>, Verkkokirjahylly Alma Talent

Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J. & Niskanen, M. 2009. Laskenta-
toimi. Helsinki: Edita Publishing

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 15.4.2021 [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/eac-bexdteb#kohta:tarinallistaminen\(\(20\)/piste:b5](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/eac-bexdteb#kohta:tarinallistaminen((20)/piste:b5), Verkkokirjahylly Alma Talent

Keronen, K. & Tanni, K. 2017. Sisältöstrategia: asiakaslähtöisyydestä tulosta. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 14.4.2021 [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/cacbcxdteb#/kohta:sis\(\(c4\)lt\(\(d6\)strategia\(\(20\)/piste:b4](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/cacbcxdteb#/kohta:sis((c4)lt((d6)strategia((20)/piste:b4), Verkkokirjahylly Alma Talent

Kukkonen, M. & Walden, R. 2020. Elinkeinoverolaki käytännössä. Uudistettu painos. Liettua: BALTO print.

Kuluttajaliitto 2021. Taloussuunnitelma. Viitattu 19.4.2021 <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/taloussuunnitelma/>

Laki avoimesta yhtiöstä ja kommandiittiyhtiöstä 29.4.1988/389

Laki elinkeinotulon verottamisesta 24.6.1968/360

Laki elinkeinotulon verottamisesta 31.12.1992/1539

Lassila, E. 2020. Palkkatöistä yrittäjäksi - tämä kaikki muuttui. Rahamedia 2.5.2020. Viitattu 5.4.2021 <https://rahamedia.fi/palkkatoista-yrittajaksi-tama-kaikki-muuttui/>

Leppiniemi, J. 2004. Yrittäjän verokirja. Helsinki: Tietosykli

Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2010. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOYpro. Viitattu 17.3.2021 <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/iaj-bhxctdg#kohta:220>, Verkkokirjahylly Alma Talent

Luoma, T. 2018. Osaava omistaja. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 30.4.2021 [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/CAG-BEXDTEB#kohta:Osaava\(\(20\)omistaja/piste:t3HI](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/CAG-BEXDTEB#kohta:Osaava((20)omistaja/piste:t3HI), Verkkokirjahylly Alma Talent

Luukka, P. 2019. Yrityskulttuuri on kuningas. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 27.4.2021 [https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/HAG-BFXDTEB?_ga=2.266630478.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#avaa%20ja%20n%C3%A4yt%C3%A4/kohta:\(\(20\)Yrityskulttuuri\(\(20\)on\(\(20\)kuningas/piste:t32](https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/HAG-BFXDTEB?_ga=2.266630478.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#avaa%20ja%20n%C3%A4yt%C3%A4/kohta:((20)Yrityskulttuuri((20)on((20)kuningas/piste:t32), Verkkokirjahylly Alma Talent

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava

Nyrhinen, R., Hyttinen, P. & Lamppu, K. 2019. Arvonlisäverotus käytännössä. 12., uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 29.4.2021 [https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/DAHBFXDTEB#kohta:ARVONLIS\(\(c4\)VEROTUS\(\(20\)k\(\(e4\)yt\(\(e4\)nn\(\(f6\)ss\(\(e4\)\(\(20\)/piste:b10](https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/DAHBFXDTEB#kohta:ARVONLIS((c4)VEROTUS((20)k((e4)yt((e4)nn((f6)ss((e4)((20)/piste:b10), Verkkokirjahylly Alma Talent

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624

Osuuskuntalaki 421/2013

Patentti- ja rekisterihallitus 2021. Yksityisen elinkeinonharjoittajan (toiminimiyrittäjän) perustamisilmoitus. Viitattu 11.5.2021 <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html>

Pellinen, J. 2017. Talousjohtaminen. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 19.4.2021 <https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/JACBXXB-TABDE#avaa%20ja%20n%C3%A4yt%C3%A4/piste:b4>, Verkkokirjahylly Alma Talent

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro. E-kirja. Viitattu 16.3.2021 <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/daibhxcdg#kohta:2>, Verkkokirjahylly Alma Talent

Salonen, E. 2017. Intuitio ja tunteet. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 27.4.2021 [https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/hah-bbxdtdeb?_ga=2.175052002.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#/historiaan:https\(://\(//verkkokirjahylly.almatalent.fi\(/etusivu\(23\)uusimmat\(/haku\(:riskienhallinta\(/hakutoiminto\(:bk/kohta:intuitio\(\(20\)ja\(\(20\)tunteet\(\(20\), Verkkokirjahylly Alma Talent](https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/hah-bbxdtdeb?_ga=2.175052002.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#/historiaan:https(://(//verkkokirjahylly.almatalent.fi(/etusivu(23)uusimmat(/haku(:riskienhallinta(/hakutoiminto(:bk/kohta:intuitio((20)ja((20)tunteet((20), Verkkokirjahylly Alma Talent)

Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen oppinäytetyöhön. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 6.4.2021 <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>

Seppänen, H. 2011. Yrityksen analysointi ja tilinpäätös. Helsinki:Helsingin seudun kauppakamari. E-kirja. Viitattu 28.4.2021. [https://kauppakamaritieto-fi.ez.lapinamk.fi/ammattikirjasto/teos/yrityksen_analysointi_ja_tilinpaaatos#kohta:Yrityksen\(\(20\)analysointi\(\(20\)ja\(\(20\)tilinp\(\(e4\)\(\(e4\)t\(\(f6\)s](https://kauppakamaritieto-fi.ez.lapinamk.fi/ammattikirjasto/teos/yrityksen_analysointi_ja_tilinpaaatos#kohta:Yrityksen((20)analysointi((20)ja((20)tilinp((e4)((e4)t((f6)s), Kauppakamaritieto

Sieki, A. & Härkönen, O. 2020. Kevyt yrittäjyys – opas sivutoimiseen yrittäjyyteen. Helsinki: Kamari Oy. E-kirja. Viitattu 13.4.2021 [https://kauppakamaritieto-fi.ez.lapinamk.fi/ammattikirjasto/teos/kevytyrittajyys-2020#kohta:Kevytyritt\(\(e4\)jyys\(\(20\)-\(\(20\)opas\(\(20\)sivutoimiseen\(\(20\)yrity\(\(e4\)jyyteen, Kauppakamaritieto](https://kauppakamaritieto-fi.ez.lapinamk.fi/ammattikirjasto/teos/kevytyrittajyys-2020#kohta:Kevytyritt((e4)jyys((20)-((20)opas((20)sivutoimiseen((20)yrity((e4)jyyteen, Kauppakamaritieto)

Sieki, A. & Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä. Helsinki: Talentum Pro. E-kirja. Viitattu 5.4.2021 [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/iagbhxcdteb#avaa%20ja%20n%C3%A4yt%C3%A4/kohta:menesty\(\(20\)yrity\(\(c4\)j\(\(c4\)n\(\(c4\)\(\(20\), Verkkokirjahylly Alma Talent](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/iagbhxcdteb#avaa%20ja%20n%C3%A4yt%C3%A4/kohta:menesty((20)yrity((c4)j((c4)n((c4)((20), Verkkokirjahylly Alma Talent)

Suomen Riskienhallintayhdistys ry 2021a. Riskienhallintaprosessi. Viitattu 30.4.2021 <https://pk-rh.fi/riskienhallintaprosessi.html>

Suomen riskienhallintayhdistys ry 2021b. Nelikenttäanalyysi - SWOT. Viitattu 14.4.2021 <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Suomen riskienhallintayhdistys ry 2021c. Riskien luokittelu. Viitattu 11.5.2021 <https://pk-rh.fi/riskien-luokittelu.html>

Suomi.fi 2021. Yritysmuodot vertailussa. Viitattu 26.4.2021 <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yritysmuodon-valinta/yritysmuodot-vertailussa>

Viita, H. 2020. Arvoa liiketoimintaan. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Viitattu 27.4.2021 [https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/JAJ-BBXETEB?_ga=2.171203808.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#kohta:Toinen\(\(20\)kvartaali/piste:t2o](https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/JAJ-BBXETEB?_ga=2.171203808.1918044277.1619426238-1354439983.1619426238#kohta:Toinen((20)kvartaali/piste:t2o), Verkkokirjahylly Alma Talent

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita. E-kirja. Viitattu 27.4.2021 <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789513764128>, Ellibs

Vilka, H. & Airaksinen, A. 2004a. Toiminnallisen opinnäytetyön ohjaajan käsikirja. Helsinki: Tammi

Vilka, H. & Airaksinen, A. 2004b. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Viitattu 19.3.2021 <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701731>, Ellibs

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja – 20 työkalua. Helsinki: Talentum. E-kirja. Viitattu 13.4.2021 [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/cac-bexdteb#kohta:strategiakirja\(\(20\)-\(\(20\)20\(\(20\)ty\(\(d6\)kalua\(\(20\)/piste:b1522](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ez.lapinamk.fi/teos/cac-bexdteb#kohta:strategiakirja((20)-((20)20((20)ty((d6)kalua((20)/piste:b1522), Verkkokirjahylly Alma Talent

Yritysten lukumäärät kaupparekisterissä 2021. Helsinki: Patentti- ja rekisterihallitus. Viitattu 5.4.2021 <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/lkm.html>

LIITTEET

Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma Leat čáppis

Liite 1 1(9)

Liiketoimintasuunnitelma



Liite 1 2(9)
LIIKEIDEA

Liikeideani on kauneudenhoitoalalla toimiva yritys, joka tarjoaa ripsienpidennyksiä yksityisasiakkaille. Ajatuksena on toimia ripsitekniikkona päivätyön ohella sivutoimisena yrittäjänä. Yritys tulee toimimaan Rovaniemellä ja toimitilat ovat kotini yhteydessä, erillisessä huoneessa, joka toimii ripsistudiona. Tulen yrityksessäni tekemään ripsienpidennyksiä ja palveluihini kuuluu klassiset-, volyyymi- ja hybridiripsienpidennykset. Lisäksi myyn myös ripsille tarkoitettuja tuotteita esim. pesuaineita. Yritykseni tarvitsee ripsien tekemiseen tarvittavat välineet esim. ripsikuidut ja ripsiliiman, ja ne tilaan kauneudenhoitoalalla toimivasta tukusta.

Yritykseni tulee olemaan paikka, minne voi paeta hetkeksi arjen hälinää ja saada omaa aikaa muutamaksi tunniksi. Rauhoittuminen ja miellyttävä kauneudenhoitohetki ovat yritykseni kantava teema.

Yrittäjyyden vapaus sekä itsenäinen päätösten teko vetää puoleensa ja siksi haaveilen yrittäjyydestä. Valmistun Liiketalouden koulutusohjelmasta Tradenomiksi, joten yrittäjyyteen liittyviä kursseja olen käynyt sitäkin kautta. Lisäksi olen luonteeltani määrätietoinen ja periksi-antamaton. Minulla ei ole aiempaa kokemusta yrittäjyydestä, mutta luonteeni auttaa minua puskemaan läpi haastavinakin aikoina. Olen kouluttautunut ripsienpidennysammattilainen, koulutukseni olen käynyt tunnetussa Suomalaisessa ripsienpidennyskoulutusyrityksessä.

Uskon, että kysyntä alalla ei tule laskemaan, mutta se voi kuitenkin muuttua ja kehittyä asiakkaiden tarpeiden mukaan. Pyrin vastaamaan asiakkaideni tarpeisiin esimerkiksi pitämällä ammattitaitonayllä kouluttautumalla ja pysymällä ajan hermolla esim. välineistä ja materiaaleista.

Ripsiammattilaisena menestymisen avain on edellyttää eettisesti oikeita työskentelytapoja. Eettisiin työskentelytapoihin luetaan vaitiolovelvollisuus asiakkaan henkilökohtaisista asioista, totuudenmukaisen kuvan antaminen lopputuloksesta ja asiakkaiden opastaminen. Koen, että muiden alanammattilaisten mustamaalaaminen on täysin pois suljettua.

Liite 1 3(9)

TOIMINIMEN PERUSTAMINEN

Perustaessani toiminimeä tulen ensimmäiseksi varmistamaan onko nimiehdotukseni vielä vapaa. Teen perustamisilmoituksen kaupparekisteriin, jolloin saan varmuuden yritystoimintani nimeen. Ennen nimen varmistumista en tee mitään viimeistelyjä mainoksiin yms., koska nimi voidaan mahdollisesti vielä evätä. Samalla ilmoitaudun ennakkoperintärekisteriin ja teen ennakkoverohakemuksen.

Kun yritystoimintani on varmistunut, teen hakemuksen terveystarkastajalle tulevasta liiketoiminnastani. Terveystarkastaja tulee arvioimaan toimitilani, jonka jälkeen tilan käyttöönotto voidaan hyväksyä. Tämän jälkeen ilmoitaudun vapaaehtoisesti verovelvolliseksi, vaikka liikevaihtoni ei todennäköisesti tule ylittämään sallittua rajaa. Näin mahdollistan palveluiden myymisen myös toiselle verovelvolliselle, veron kertaantumisen välttämiseksi. Viimeiseksi huolehdin yrittäjän eläkevakuutuksesta.

KILPAILU

Vastaavanlaisia yrityksiä löytyy paikkakunnaltani useita, ja kilpailu tulee olemaan kovaa. Kuitenkin uskon asiakaskuntaa riittävän minullekin, koska alalla ei ole ollut merkittävää laskua viimeisten vuosien aikana.

Ripsienpidennyksien tekoa ei valvota esim. pakollisena kouluttautumisena, joten minun kilpailuetuni on hyvä koulutus. Olen kouluttanut luotettavan ja Suomessa tunnetun yrityksen kautta, joten asiakkaat voivat luottaa tekemiseeni ja aioin tuoda sitä ilmi myös markkinoinnissani.

Liite 1 4(9)
RISKIT

Riskinä voi olla kauneustrendin ja nimenomaan ripsienpidennysten ohi meneminen. Luonnollisuus on alkanut ottamaan tilaa kauneustrendeissä, joten koen sen yhdeksi varteenotettavaksi riskitekijäksi. Kuitenkin ripsienpidennyksiä pystytään tekemään monelta eri tekniikalla, jolloin myös luonnollisuutta tavoittelevalle asiakkaalle löytyy miellyttävä vaihtoehto.

Asiakasriskinä ovat tyytymättömät asiakkaat. Jokaisen asiakkaan ripset ovat yksilölliset ja ripsien pysyvyysongelmat eivät ole koskaan yksiselitteisiä. Esimerkiksi luonnonripsien vaihtuvuusväli voi olla todella nopea, jolloin ripset tippuvat niiden mukana nopeasti tai ripsiliiman kanssa käytetään tiedostamatta öljypohjaisia ihonhoitotuotteita, jolloin se vaikuttaa negatiivisesti pysyvyyteen. Tässä vain kaksi esimerkkiä monista vaihtoehtoista.

Riskien minimoimiseksi jokaisen asiakkaan kohdalla on tehtävä kattava kartoitus asioista, jotka ovat mahdollisia esteitä ripsienpidennysten asentamiselle. Tulen luomaan jokaisesta asiakkaastani asiakaskortin, jonne kirjaan ylös tärkeät tiedot asiakkaan allergioista, aiemmista kokemuksista ja tiedot tuotteista, joita tälle on käytetty. Jos asiakas on aiemmin saanut allergisen reaktion, on tärkeää tehdä herkkyyttesti 48 tuntia ennen asennusta, käyttäen liimaa, joka ei sisällä yleisimmin herkistymistä aiheuttavia aineita. Asiakkaalle on myös hyvä selventää luonnonripsien uusiutuminen pääpiirteittäin, sillä näin asiakas ymmärtää, miksi ripsiä täytyy huoltaa tietyin aikaväleillä, eikä se johdu esim. väärin tehdyistä ripsistä.

Taloudellisena riskinä näen veroriskit. Olen tutkinut verotusta huolellisesti, mutta muutoksia verotussäännöksiin tulee alati, jolloin minun täytyy yrittäjänä pysyä ajan hermolla erilaisista muutoksista verotus koskien. Yksityisyrittäjänä minun tulee olla tietoinen mahdollisista muutoksista verotukseeni liittyen, joten minun tulee olla selvillä verotuksen lainsäädännöstä ja olla valmis reagoimaan muutoksiin riittävän nopeasti. Toisena taloudellisena riskinä on liika velkaantuminen, vaikka kohdallani yrittäjyys on sivutoimista ja olen päätoimisesti palkkatyössä, silti on olemassa riski velkaantumisasasteen noususta.

Yksityisyrittäjänä oma ajanhallinta nousee myös riskianalyysissä esiin. Tulen pyörittämään toimintaani yksin, joten ajankäyttö tulee suunnitella mahdollisimman tarkasti. Huonoon ajankäyttöön kytkeytyy monia riskejä. Minun on pystyttävä erottamaan asiakkaisiin ja palvelun valmisteluun kuluva aika, muutoin asiakkaat joutuvat odottamaan ja palvelunlaatu kärsii. Kirjanpitoon liittyvät toimenpiteet yrittäjyyden alkutaipaleella tulen hoitamaan itse, joten aikataulutus on välttämätöntä myös sen osalta. Jos talouden analysointiin ei saa kytkeytyä riittävästi aikaa, voi kirjanpidon täsmällisyys rappeutua ja velkaantumisen riski kasvaa.

Liite 1 5(9)

Kaiken tämän yhdistelyssä piilee myös riski sillä, jos en ota huomioon koko kokonaisuutta ei aikani yksinkertaisesti riitä kaikkeen. Näen myös riskin oman jaksamisen suhteen, sillä yrittäjänä minulla ei ole ns. varaa loppuun palamiseen. Ajanhallinta on merkityksellistä oman hyvinvoinnin kannalta ja lisäksi se auttaa uupumuksen ennaltaehkäisyyn.

SWOT-ANALYYSI

<p>Sisäiset vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Periksiantamattomuus - Määrätietoisuus - Riskinsietokyky - Koulutus - Nuorekkuus 	<p>Sisäiset heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ei kokemusta yrittäjyydestä - Yksin yrittämisen riski - Uusi tulokas markkinoilla - Yrittäjän sairastuminen
<p>Ulkoiset mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kysynnän lisääntyminen - Asiakkaille mahdollisuus ilta-aikoihin - Kilpailijoiden kanssa verkostoituminen 	<p>Ulkoiset uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kilpailijoiden kokemus - Talouden taantuman vaikutus asiakkaiden tarpeeseen - Tuotteiden/välineiden saatavuus ongelmat

Liite 1 6(9)

TUOTTEET/PALVELUT

<p>Tuote/palvelu 1:</p> <p>Uudet klassiset ripsienpidennykset/huolto</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Pidennykset, missä asiakkaan jokaiseen ripseen kiinnitetään yksi ripsikuitu. Lopputuloksesta tulee luonnollinen lopputulos.</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Kustannustehokas palvelu asiakkaalle, joka haluaa luonnollisen lopputuloksen.</p>

<p>Tuote/palvelu 2:</p> <p>Uudet volyyymi ripsienpidennykset/huolto</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Pidennykset, missä asiakkaan jokaiseen ripseen kiinnitetään ripsikuitukimppu - tyyppinen volyymiviuhka. Lopputuloksesta tulee erittäin näyttävä.</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Kustannustehokas palvelu asiakkaalle, joka haluaa näyttävän lopputuloksen.</p>

<p>Tuote/palvelu 3:</p> <p>Uudet hybridi ripsienpidennykset/huolto</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Pidennykset, missä asiakkaan joka toiseen ripseen kiinnitetään volyymiviuhka ja joka toiseen klassinen ripsikuitu. Lopputuloksesta tulee luonnollinen mutta tuuhea.</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Kustannustehokas palvelu asiakkaalle, joka haluaa luonnollisen tuuhean lopputuloksen.</p>

Liite 1 7(9)

HINNOITTELU

Materiaalikustannukset yhtä asiakasta kohden ovat keskimäärin 1–2 euron luokkaa. Asiakas maksaa pääasiassa ammattitaidosta ja ajasta, joka käytetään ripsien toteuttamiseen. Ammatilainen tekee kokonaisen setin ripsiä 1,5–2 tunnissa ja huollon noin 1 tunnissa. Tekemilläni ripsillä suositushinta uusille ripsille on n. 120–140 euroa.

Toimipisteeni tulee olemaan kotona erillisessä huoneessa, joten laskin ”yrittäjälle” toimipaikan vuokran. Vuokraosuuteen liittyvät kustannukset jaoin käyttöasteen mukaan. Laskin myös sähkön ja veden kulutuksen taloudessa ja jaoin sen osuuksiin. Taloudessa asuu kaksi henkilöä, joten laskin mukaan kolmannen henkilön, joka edustaa ”yrittäjää” ja jaoin kustannuksia kolmeen osaan, sekä tein osittaisia vähennyksiä, koska yrittäjän käyttöaste huoneelle on suhteellisen pieni.

Ripsihuollon hinnoitteluun on olemassa useita eri käytäntöjä. Tulen hinnoittelemaan ripsienhuollon kuluneen huoltovälin mukaan 2, 3 ja 4 viikon ripsihuoltoihin. Koen, että huoltovälihinnoittelun mukaan asiakasta voi motivoida käymään huollossa useammin. Huoltojen hinnat tulevat vaihtelevaan 50–90 euron välillä.

Tarjoan ripsille myös pikahuoltoja, johon asiakas voi tulla esimerkiksi ennen juhlatilaisuutta. Pikahuoltoon asiakas voi tulla, jos edellisestä huollosta on maksimissaan 2 viikkoa aikaa.

Teen myös lisämyyntiä ja asiakas voi ostaa minulta mukaan ripsien kotihoitoon tarvittavat välineet kuten ripsienpesuun sopivat aineet.

Liite 1 8(9)

MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ

Yritykseni tuottaa ripsienpidennyspalveluita yksityisasiakkaille. Tulen mainostamaan yritystäni mahdollisimman monessa erilaisessa sosiaalisen median kanavassa. Alustavasti otan käyttöön Instagramin ja Facebookin, sillä ne ovat ilmaisia ja suurin osa kohderyhmästäni käyttää niitä päivittäin.

Yritykselleni teen myös viralliset nettisivut, jotta asiakkaila on helppo löytää tietoa yrityksestäni. Sivuille kokoan tietoa, johon lukeutuu mm. palvelu- ja tuotehinnasto, yrityksen osoite ja käytössä olevat tuotteet. Lisäksi sivuilta löytyy tietoa yleisellä tasolla koskien yritykseni arvoja, visiota ja strategiaa. Koen, että mitä avoimemmin kerron liiketoiminnastani, sitä paremmat mahdollisuudet asiakkaila on saada totuudenmukainen kuva minusta ja yrityksestäni sekä tehdä päätös siitä haluavatko he käyttää juuri minun palveluitani. Koen, että kattavista nettisivuista on myös kilpailuetua, sillä olen huomannut, ettei kaikilla paikkakuntani yrittäjillä ole nettisivuja. Henkilökohtaisesti koen, että nettisivut antavat ammattimaisen kuvan yrittäjästä ja se auttaa asiakkaita löytämään tiedon, vaikkei tämä käyttäisi sosiaalista mediaa.

Pääasiassa asiakkaat tavoittavat minut sosiaalisen median kautta ja nettisivujen kautta, asiakasmäärät ovat sen verran pieniä, että myös ajanvaraus onnistuu sitä kautta. Luon yritykselleni Instagram ja Facebook –tilit. Päivitän sosiaalista mediaa tasaisesti kuvilla, joissa näkyy tekemiäni ripsiä eli sivut toimivat myös portfolionani. Pidän positiivisen ja rauhoittavan yleisilmeen sosiaalisessa mediassani ja pidän huolen, että sama seesteinen tunnelma jatkuu myös paikan päällä studiossa. Ripsihuollon kuuluu olla rauhoittava ja miellyttävä kauneudenhoitohetki.

Saadakseni lisää näkyvyyttä ja seuraajia alan itse omalla tililläni seuraamaan kuntani muita kauneudenhoitoalan yrityksiä, jolloin asiakkaat voivat löytää minut myös sitä kautta. Aluksi järjestän myös arvontoja, sillä olen huomannut itse sen toimivaksi seurattessani muita aloittelevia yrittäjiä.

Kohderyhmääni ovat lähtökohtaisesti naiset, nuorista vanhoihin. Ikä ei ole este ripsienpidennyksille, mutta itse olen rajannut alaikäiset pois ja teen ripsiä vain 18-vuotta täyttäneille aikuisille. Näiden lisäksi kohderyhmäni henkilöt ovat todennäköisesti työssäkäyviä ihmisiä, jotka tykkäävät huolehtia omasta ulkonäöstään eli käyttävät todennäköisesti muitakin kauneudenhoitoalan palveluita. Kuitenkin kohderyhmääni sisältyy myös opiskelijat ja eläkeläiset, jotka ovat valmiita käyttämään rahaa kauneudenhoitoon. En kohdenna kuitenkaan markkinointia erityisesti naisille, vaikka koen, että he ovat suurin kohderyhmäni. Uskon, että tulevaisuudessa asiakkaiksi nousee myös miehiä ja muita sukupuolia, jolloin toivotan kaikki tervetulleeksi yritykseeni.

Liite 1 9(9)

TALOUSSUUNNITELMA

Varsinaista taloussuunnitelmaa ja lukuja en yritykselleni laskenut, sillä en tarvitse yritystoiminnan aloittamiseen starttirahaa tai lainaa. Yritykseni ei tarvitse erillisiä toimitiloja ja olen käynyt tarvittavat koulutukset jo aiemmin, joten niihin ei tarvitse enää sijoittaa rahaa. Olen vuosien varrella hankkinut tarvittavat välineet esim. asiakassängyn, satulatuolin ja ilmankostuttimen. Lisäksi koulutuksen ohessa sain käyttööni aloituspaketin, joka sisälsi tarvittavat välineet ripsienpidennysten tekemiseen esim. ripsikuidut, ripsiliimat ja pinsetit.

Kulut yritystoiminnallani tulevat olemaan todella pienet, koska päivätyöni ohella ehdin tehdä vain tietyn määrän asiakkaita. Olen laskeutunut, että kuukaudessa pystyn ottamaan vastaan maksimissaan 10 asiakasta. Jos liiketoiminta lähtee kasvamaan ja päätän alkaa täyspäiväiseksi yrittäjäksi, tulee kulujen laskeminen ja tarkan taloussuunnitelman tekeminen ajankohtaiseksi.

Suomessa kirjanpito ei ole vapaaehtoista vaan jokainen yritys on kirjanpitovelvollinen, lisäksi haluan pitää yksityistalouteni ja elinkeinotoiminnan erillään. Oman yritystoimintani mittakaava on alussa suhteellisen pientä, joten sovellan yksinkertaista kirjanpitoa. Liiketoimintani ei tule ylittämään yksinkertaisen kirjanpidon rajoja, joten se on minulle kaikkein sopivin vaihtoehto. Koulutukseni pohjalta pystyn vastaamaan itse kirjanpidosta, mutta tulevaisuudessa, jos liiketoimintani kasvaa palkkaan ulkopuolisen kirjanpitäjän.