



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALouden JA HALLINNON ALA

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA VALOKUVAUSALAN YRITTÄJÄLLE

TEKIJÄ/T:

Veera Rautiainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Veera Rautiainen	
Työn nimi Liiketoimintasuunnitelma valokuvausalan yrittäjälle	
Päiväys 9.5.2021	Sivumäärä/Liitteet 25 + 1
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) X	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli laatia liiketoimintasuunnitelma valokuvausalan yrityksen perustamista suunnittelevalle henkilölle. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää myös yrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen liittyviä asioita. Tavoitteena oli, että tämä opinnäytetyö olisi hyödyllinen apuväline yrityksen perustamista suunnittelevalle henkilölle tulevaisuutta varten ja että laadittua liiketoimintasuunnitelmaa olisi mahdollista käytännössä hyödyntää yritystoiminnan perustamisvaiheessa sekä myös tulevaisuudessa yritystoiminnan käynnistyttyä.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään ensin yrittäjyyttä Suomessa, eri yritysmuotoja sekä yrityksen perustamiseen liittyviä käytännön toimia. Teoriaosassa käydään läpi myös kevytyrittäjyyttä. Teoriaosuuden toinen osa koostuu liiketoimintasuunnitelman merkityksestä ja sen sisällöstä. Työn teoreettinen osuus toteutettiin laadullisena, eli kvalitatiivisena tutkimuksena ja tutkimusmenetelmänä oli kirjallisuuskatsaus. Aineistoa opinnäytetyön teoriaosuuteen haettiin alan kirjallisuudesta ja internetin julkaisuista.</p> <p>Työn toiminnallisessa osuudessa laadittiin perustettavalle valokuvausalan yritykselle liiketoimintasuunnitelma teoriaosuuteen pohjautuen. Liiketoimintasuunnitelmassa on selvitetty kohdeyrityksen liikeidea, missio ja visio, ympäristöanalyysit, tuotteet ja palvelut, kohderyhmät, markkinointikeinot, riskit ja riskienhallintakeinot, rahoituslaskelmat, SWOT-analyysi ja käytännön toimet. Laadittu liiketoimintasuunnitelma on salassa pidettävä liite.</p>	
Avainsanat liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, yrityksen perustaminen	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration	
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration	
Author(s) Veera Rautiainen	
Title of Thesis Business Plan for a New Entrepreneur	
Date 9. May 2021	Pages/Appendices 25 + 1
Client Organisation /Partners X	
<p>Abstract</p> <p>The subject of this thesis was to create a business plan for a new photography company and to also find out how to start a new business in Finland. The aim of this thesis is that the new entrepreneur can utilize this thesis and the business plan when establishing a business and after that too.</p> <p>The theoretical part of the thesis contains information about entrepreneurship, establishing a business in Finland and about business plan and what it consists of. The theoretical part was carried out by qualitative research and the research method used was a literature review. The theoretical part of the thesis is based on related literature and different websites.</p> <p>In the empirical part, a business plan for a new photography company was created. The business plan includes the company's business idea, mission and vision, environment analysis, products and services, target groups, marketing methods, risk management, financing and other practical measures. The business plan is confidential information which is not published.</p>	
<p>Keywords a business plan, entrepreneurship, the establishment of the company</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
1.1	Opinnäytetyön aihe	6
1.2	Opinnäytetyön toteutus	6
1.3	Opinnäytetyön rakenne	6
2	YRITTÄJYYS JA YRITYKSEN PERUSTAMINEN	7
2.1	Yrittäjyys	7
2.2	Yritysmuodon valinta	8
2.3	Kevytyrittäjyys vaihtoehtona yrityksen perustamiselle	9
2.4	Perustamisilmoitus	9
2.5	Alv-velvolliseksi ilmoittautuminen	10
2.6	Ennakkoperintäkisteri ja ennakkoverot	11
2.7	Starttiraha	11
3	YRITYSIDEASTA KOHTI LIIKETOIMINTASUUNNITELMAA	13
3.1	Yritysideasta liikeideaksi	13
3.2	Liiketoimintasuunnitelma	13
3.3	Liiketoimintasuunnitelman sisältö	14
3.3.1	Yrityksen perustiedot	14
3.3.2	Ympäristöanalyysi	15
3.3.3	Tuotteet ja palvelut	15
3.3.4	Asiakkaat ja kohderyhmä	16
3.3.5	Toimialan kilpailutilanne	16
3.3.6	Markkinointi	17
3.3.7	Riskienhallinta	17
3.3.8	Rahoitus	18
3.3.9	SWOT-analyysi	20
3.3.10	Käytännön toimet	21
4	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	22
4.1	Tutkimusmenetelmä	22
4.2	Opinnäytetyöhön liittyvät eettiset ja luotettavuuskysymykset	22
4.3	Opinnäytetyön toteutuksen vaiheet	23
4.4	Toimialan erityispiirteet	23

5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	25
6	OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA POHDINTA.....	27
6.1	Opinnäytetyön tavoitteiden toteutuminen	27
6.2	Haasteet ja havainnoinnit	27

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön aihe

Opinnäytetyön aiheena oli liiketoimintasuunnitelman laatiminen valokuvausalalla mahdollisesti aloit-
tavalle yrittäjälle. Idea opinnäytetyöhön tuli omasta kiinnostuksestani valokuvaamista ja yrittäjyyttä
kohtaan, joten opinnäytetyön aihe oli itselleni todella mielenkiintoinen. Yrityksen perustamista suun-
nittelevalla henkilöllä on ollut jo pidemmän aikaa haaveena perustaa oma yritys ja työllistää itsensä
oman harrastuksensa kautta, joko päätoimisena yrittäjänä tai aluksi sivutoimisena yrittäjänä. Es-
teenä yrityksen perustamiselle on ollut epävarmuus yrittäjyyteen ja yritystoiminnan aloittamiseen
liittyen eikä yritykselle ollut laadittu liiketoimintasuunnitelmaa. Opinnäytetyön tavoitteena onkin sel-
vittää yrittäjyyteen ja yritystoiminnan aloittamiseen liittyviä asioita sekä laatia perustettavalle yrityk-
selle liiketoimintasuunnitelma, jota aloittava yrittäjä voi hyödyntää yritystä perustettaessa sekä myös
liiketoiminnan käynnistymisen jälkeen. Työn merkityksenä on, että laaditusta liiketoimintasuunnitel-
masta olisi konkreettista hyötyä aloittavalle yrittäjälle sekä liiketoimintasuunnitelmaa pystyisi hyö-
dyntämään esimerkiksi starttirahaa hakiessa.

1.2 Opinnäytetyön toteutus

Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena työnä, jonka tuotoksena syntyy liiketoimintasuunnitelma
perustettavalle yritykselle. Työn teoreettinen osuus on toteutettu laadullisena, eli kvalitatiivisena tut-
kimuksena ja tutkimusmenetelmänä on kirjallisuuskatsaus. Tietoperustana teoriaosuuteen on käy-
tetty aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja internetin lähteitä, jotka käsittelevät pääasiassa yrittäjyyttä,
yrityksen perustamista ja liiketoimintasuunnitelmaa.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään aluksi yrittäjyyttä ja yrittäjän ominaisuuksia, eri yritysmuo-
toja Suomessa sekä yrityksen perustamiseen liittyviä käytännön toimia ja valintoja. Teoriaosan toi-
sessa osassa käsitellään hyvän liiketoimintasuunnitelman laatimisen merkitystä ja liiketoimintasuun-
nitelman sisältöä. Tämän jälkeen kuvataan opinnäytetyön toteutuksen vaiheita ja valittua tutkimus-
menetelmää sekä valokuvaustoimialan erityispiirteitä. Toiminnallisen osuuden tuotoksena syntyvä
liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle on salassa pidettävä liite, mutta sen tuloksiin vii-
tataan kappaleessa 5. Liiketoimintasuunnitelma on laadittu teoriaosuuden tietoon pohjautuen liike-
toimintasuunnitelman rungon mukaisesti sekä kirjoittajan omia tietoja hyödyntäen. Lopussa pohdi-
taan yhteenvedon muodossa koko opinnäytetyöprosessia ja opinnäytetyön lopputulosta, sekä mah-
dollisia jatkotutkimus- ja kehittämisideoita.

2 YRITTÄJYYS JA YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Tässä kappaleessa käsitellään yrittäjyyttä ja yrittäjän ominaisuuksia, yritysmuodon valintaa ja Suomessa olevia eri yritysmuotoja, kevytyrittäjyyttä sekä yrityksen perustamistoimia. Lisäksi käsitellään starttirahaa, jota aloittavan yrittäjän on mahdollista hakea ennen yrityksen perustamista yritystoimintansa tueksi.

2.1 Yrittäjyys

Yrityksen perustamisen lähtökohtana on halu ja tahto toimia yrittäjänä. Yrittäjäksi ryhtyminen on tietoinen valinta ja ennen päätöksen tekemistä sitä kannattaa kysytellä ja harkita kunnolla. Ennen yrityksen perustamispäätöstä on myös tarpeen punnita eri vaihtoehtoja ja miettiä omaa soveltuvuuttaan riskinottoon, riskien hallintaan ja itsenäiseen toimintaan. (Holopainen 2021, 12.)

Yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttaa oma tausta, yksilölliset henkilötiedot sekä elämäntilanne. Yrittäjää kuvataan usein ihmisenä, joka hallitsee omaa elämäänsä, sillä itsenäiseltä yrittäjältä vaaditaan hyvää elämänhallintaa ja oma-aloitteisuutta. Yrittäjänä toimiminen vaatii usein myös joustavuutta, sillä yrittäjällä ei ole ennalta määrättyä työaika. Tärkeänä yrittäjäominaisuutena voidaan pitää myös kykyä tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa: yrittäjänä tulee olla aidosti kiinnostunut ihmisistä ja pystyä toimimaan heidän kanssaan. (Peltola 2015, 21–38.) Yrittäjiä pidetään myös rohkeina, sillä yrittäjän on uskallettava ottaa riskejä. Yrittäjälle välttämättöminä piirteinä asiakassuhteissa ja yhteistyökumppaneiden kanssa pidetään lisäksi yhteistyökykyä, ulospäinsuuntautuneisuutta ja täsmällisyyttä. (Yrittäjät.fi)

Yrittäjät.fi verkkosivujen mukaan menestyvällä yrittäjällä on:

- hyvä ammattitaito
- halu itsenäiseen työskentelyyn
- halu ottaa vastuuta ja riskejä
- kyky tehdä tuloksellista työtä
- kyky hakeutua hyödyllisiin verkostosuhteisiin
- perheen tuki

Yrittäjyys on kansantalouden perusta. Tilastokeskuksen Yritysrekisterin mukaan Suomessa oli vuoden 2020 alussa 616 000 yritystä, joista 266 000 olivat osakeyhtiöitä ja yksityisiä elinkeinoharjoittajia oli 218 000. Nämä kaksi yhtiömuotoa muodostavat siis suuren enemmistön Suomessa toimivista yrityksistä. Yrittäjistä 68 % on yksinyrittäjiä (Yrittäjät.fi).

Viimeisin vuosi ja tämänhetkiset poikkeusajat ovat tuoneet omat haasteensa yrityksille. Vuoden 2020 aikana uusia yrityksiä aloitti edelliseen vuoteen nähden vähemmän sekä yrityksiä lopetti enemmän. Tilastokeskuksen mukaan 9 320 yritystä aloitti toimintansa vuoden 2020 heinä–syyskuussa. Aloittaneita yrityksiä oli 7 prosenttia vähemmän kuin vuoden 2019 vastaavana ajankohtana. Määrällisesti aloittaneet yritykset vähenivät noin 700:lla. Vuoden 2020 huhti–kesäkuussa toimintansa lopetti 5 531 yritystä. Lopettaneita yrityksiä oli 13 prosenttia enemmän kuin vuonna 2019 vastaavana ajanjaksona, eli määrällisesti noin 630 lopettanutta yritystä enemmän. (Tilastokeskus.fi 2020.)

2.2 Yritysmuodon valinta

Yritystoimintaa voi harjoittaa monessa juridisessa muodossa ja yritystä perustettaessa on tehtävä valinta yritykselle sopivasta yritysmuodosta (Holopainen 2021, 21.) Yritysmuoto tulee valita yrityksen tarpeiden mukaisesti ja yhtiömuodon valintaa kannattaa miettiä huolellisesti eri näkökulmista. Huomioitavia asioita ovat liiketoiminnan laajuuden ja kasvutavoitteiden lisäksi esimerkiksi päätöksentekoon, pääomatarpeeseen, yrityksen perustajien lukumäärään, vastuuseen, riskeihin ja verotukseen liittyvät asiat. Yhtiömuotoa voi kuitenkin tulevaisuudessa vaihtaa, mikäli alun perin valittu yritysmuoto ei vaikuttaisikaan sopivimmalta, tai mikäli yrityksen toiminnassa tapahtuu oleellisia muutoksia. Suomessa käytössä olevia yritysmuotoja ovat: yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi), avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö sekä osuuskunta. (Yrittäjät.fi 2021.)

Yksityisen elinkeinonharjoittajana toiminimen perustamiseen riittää yksi henkilö, ja toiminimeä perustettaessa ei tarvitse olla minimipääomaa. Yrittäjä tekee itse kaikki yritystoimintaan liittyvät päätökset ja ratkaisut ja myös vastaa itse koko omaisuudellaan kaikista yritystoiminnassa syntyvistä velvoitteista. Toiminimessä yrittäjä saa yrityksen mahdollisesti tuottaman voiton itselleen ja perheensä käyttöön, mutta vastaa yksin myös mahdollisista tappioista ja yrityksen veloista. (Holopainen 2021, 21–23.) Toiminimi on sopiva valinta yritykselle, jonka liikevaihto ei ole kovin suurta tai jolla ei ole tarvetta isoille lainoille, kalliille koneille eikä suurille varastoille (Yrittäjät.fi 2021).

Henkilöyhtiöt, eli avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö vaativat aina vähintään kaksi yhtiömiestä. Avoimessa yhtiössä on vähintään kaksi vastuunalaista yhtiömiestä, ja avoin yhtiö voidaan perustaa pelkän työpanoksen varaan, jolloin rahapanosta, eli pääomaa tarvitse olla. Kommandiittiyhtiössä taas vähintään yhden perustajista on oltava vastuunalainen yhtiömies ja toisen äänetön yhtiömies. Äänetön yhtiömies toimii sijoittajan roolissa yritykselle, ja hänen on suoritettava omaisuuspanos yhtiölle. Vastuunalaiselta yhtiömieheltä riittää kommandiittiyhtiössäkin pelkkä työpanos. Vastuunalainen yhtiömies on yhtiön veloista vastuussa koko henkilökohtaisella omaisuudellaan, mutta äänetön yhtiömies vain sijoittamallaan rahapanoksella. Vastuunalaisilla yhtiömiehillä on oikeus edustaa yhtiötä ja vastata yhtiön toimialaan kuuluvista asioista. Äänettömällä yhtiömiehellä tätä oikeutta ei ole ilman erillistä valtuutusta. Henkilöyhtiöissä yhtiömiehet sopivat keskenään voitonjaon ja tappion perusteista. (Holopainen 2021, 21–23.)

Osakeyhtiön voi perustaa, kun perustajia on useampi henkilö, mutta osakeyhtiön voi perustaa myös yksin. Mikäli osakeyhtiön perustaa vain yksi osakas, niin silloin tarvitaan myös varajäsen hallitukseen varsinaisen jäsenen lisäksi. Osakeyhtiössä osakkaan vastuu rajoittuu yleensä sijoitettuun pääomapanokseen, ellei osakas ole antanut yritykselle henkilökohtaista takausta tai omaisuuttaan luoton vakuudeksi, jolloin osakas on vastuussa toiminnastaan muullakin omaisuudellaan. Yksityinen osakeyhtiö voidaan perustaa ilman osakepääomaa, ja julkisen osakeyhtiöön on sijoitettava vähintään 80 000 euron osakepääoma. Osakeyhtiön perustaminen tapahtuu perustamisasiakirjalla, jossa määritellään yhtiöjärjestys. Osakeyhtiössä voitonjako tapahtuu maksamalla osinkoa osakkaiden omistamille osakkeille. Osakeyhtiön valinta yhtiömuodoksi on järkevää erityisesti, mikäli yrityksellä on tarve suurille investoinneille tai yhtiössä on useampi omistaja, jotka yritys työllistää. Osakeyhtiö on kuitenkin hyvä valinta myös pienimuotoisemmin toimivalle yritykselle. (Holopainen 2021, 21–23; Yrittäjät.fi 2021.)

Osuuskunta on Suomessa harvinaisin yhtiömuoto. Osuuskunnan voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö, ja osuuskunnan perustajista tulee osuuskunnan jäseniä. Liittyesään osuuskuntaan jäsenet maksavat osuusmaksun, joka maksetaan heille takaisin, mikäli he eroavat osuuskunnasta. Osuuskunnan tavoitteena ei ole hankkia voittoa jäsenilleen vaan harjoittaa taloudellista toimintaa jäsenten taloudenpitoon ja elinkeinon tukemiseksi. Osuuskunnan säännöissä voidaan määrätä myös muusta tarkoituksesta, kuten esimerkiksi yhteiskunnallinen tavoite. Osuuskunnan jäsenmäärää tai osuuspääomaa ei ole ennalta laissa määrätty. Osuuskunnan jäsenet käyttävät osuuskunnassa samankaltaista valtaa kuin osakeyhtiössä osakkeenomistajat. (Holopainen 2021, 21–23; Yrittäjät.fi 2021.)

2.3 Kevytyrittäjyys vaihtoehtona yrityksen perustamiselle

Omaa osaamistaan voi myydä myös ilman yrityksen perustamista, ja tätä kutsutaan kevytyrittäjyydeksi. Kevytyrittäjyys ei ole Suomessa juridinen yritysmuoto, eikä kevytyrittäjyyttä tunneta käsitteenä suomalaisessa lainsäädännössä. Kuitenkin kevytyrittäjyys on 2010- luvun aikana eniten kasvussa ollut työn tekemisen muoto. (Rope 2020, 5.) Kevytyrittäjänä omat työt laskutetaan laskutuspalvelun kautta (esim. Ukko.fi tai kassavirtanen.fi) ja laskutuspalvelu hoitaa paperityöt ja muut velvollisuudet kevytyrittäjän puolesta, ja ottaa välistä sopimuksen mukaisen laskutuslaskion (yleensä noin 5 %) ja tilittää kevytyrittäjälle jäävän palkan. Laskutuspalvelu ilmoittaa myös tulorekisteriin maksamansa palkan sekä toimittamansa ennakonpidätyksen määrän. Laskutuspalvelu ei kuitenkaan peri kevytyrittäjän palkasta työeläke- tai työttömyysvakuutusmaksuja, sillä eläkevakuutusyhtiön näkökulmasta kevytyrittäjät ovat YEL:n piiriin kuuluvia yrittäjiä. (Holopainen 2021, 212–213.)

Kevytyrittäjäksi alkaessa ei siis tarvitse tehdä perustamisilmoituksia tai hankkiutua ennakkoperintärekisteriin, vaan voi vain rekisteröityä haluamaansa laskutuspalveluun ja tehdä siellä työnaloitussilmoituksen. Kevytyrittäjyyden aloittaminen on maksutonta. Laskutuspalveluun rekisteröitymisen jälkeen voi luoda laskuja, jotka laskutuspalvelu lähettää eteenpäin asiakkaille. Laskutuspalveluun toimitetaan oma henkilökohtainen verokortti, jotta ennakonpidätys voidaan suorittaa palkasta, kun asiakkaan maksu saapuu. Kevytyrittäjänä omien tuotteiden ja palvelujen hinnoittelussa ja laskutuksessa on huomioitava arvonlisävero, laskutuspalvelun palvelumaksu, sairausvakuutusmaksu, mahdollinen tapaturmavakuutusmaksu, ennakonpidätys verokortin mukaisesti sekä YEL-vakuutusmaksu, mikäli työtulo on vähintään 8 063,57 euroa vuodessa (vuonna 2021) ja työskentely jatkuu vähintään neljän kuukauden ajan. (Holopainen 2021, 212–214.)

Kevytyrittäjyys sopii esimerkiksi opiskelijan ohessa lisätuloja haluavalle tai oman työn ohessa sivutoita tekeville. Kevytyrittäjänä voi rauhassa harjoitella yrittäjämäistä työskentelytapaa, kuten oman osaamisensa markkinointia ja hinnoittelua, sekä kerätä asiakaskuntaa. Laskutuspalveluyrittäjän ei tarvitse pitää omaa kirjanpitoa. (Holopainen 2021, 200.)

2.4 Perustamisilmoitus

Yritystoiminnan aloittaminen Suomessa edellyttää, että yritys antaa perustamisilmoituksen yrityksen rekisteröimistä vasten. Perustamisilmoituksella ilmoitetaan yrityksen nimi ja mahdolliset aputoiminimet, yrityksen toimipaikkakunta, yritysmuoto, yhteystiedot, tilikauden pituus sekä yrityksen päätoi-

miala. Samalla perustamisilmoituksella yrityksen pystyy ilmoittamaan myös kaupparekisteriin ja Verohallinnon rekistereihin. Yleensä elinkeinon harjoittaminen Suomessa ei vaadi erillistä lupaa, mutta jotkut elinkeinotoiminnot on kuitenkin säädetty luvanvaraisiksi ja tällaisessa tapauksessa lupa elinkeinotoiminnan harjoittamiseen on haettava ennen elinkeinotoiminnan aloittamista. (Holopainen 2021, 68.)

Yksityisen elinkeinoharjoittajan ei tarvitse tehdä kirjallista sopimusta tai muuta vastaavaa asiakirjaa ennen toiminnan aloittamista. Toiminimen voi perustaa sähköisesti YTJ-palvelusta löytyvällä perustamisilmoituksella tai paperisella lomakkeella. Sähköisen perustamisilmoituksen käsittely kestää noin kaksi työpäivää, joten toiminimen perustamisprosessi on melko nopea. Uusi yritys saa oman Y-tunnuksen, kun perustamisilmoitus on kirjattu Verohallinnon ja Patentti- ja rekisterihallituksen yhteiseen yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. (Holopainen 2021, 68–69.) Vuonna 2021 sähköinen perustamisilmoitus maksaa 60 euroa ja paperisella ilmoituksella 115 euroa. (Patentti- ja rekisterihallitus 2021.)

Ennen avoimen yhtiön, kommandiittiyhtiön tai osakeyhtiön perustamista on laadittava kirjallinen yhtiösopimus, sekä osakeyhtiötä perustettaessa on laadittava myös perustamissopimus. (Holopainen 2021, 41-44). Avoimen yhtiön sekä kommandiittiyhtiön perustamisilmoitus tulee tehdä paperilomakkeella. Avoimen yhtiön ja kommandiittiyhtiön perustamisilmoituksen käsittelymaksu vuonna 2021 on 240 euroa. (Holopainen 2021, 75-77.) Osakeyhtiön perustamisilmoituksen voi tehdä sähköisesti tai paperilomakkeella. Osakeyhtiön perustaminen sähköisesti YTJ-palvelusta löytyvällä perustamisilmoituksella on kuitenkin mahdollista vain, jos osakepääoma on nolla euroa. Osakeyhtiö, jolla on osakepääomaa, tulee tehdä perustamisilmoitus paperilomakkeella. Vuonna 2021 osakeyhtiön perustamisilmoituksen käsittelymaksu on 275 euroa. (Holopainen 2021, 78-79.)

Avoimen yhtiön, kommandiittiyhtiön sekä osakeyhtiön on aina ennen elinkeinotoiminnan aloittamista tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin (Holopainen 2021, 75-77). Yksityisen elinkeinoharjoittajan ei ole välttämätöntä tehdä ilmoitusta kaupparekisteriin, mutta kaupparekisteriin ilmoittautumalla yksityinen elinkeinoharjoittaja saa nimisuojan yritykselleen sekä voi myös hakea yritysikiinnitystä lainan vakuudeksi. Yksityisen elinkeinoharjoittajana kaupparekisteriin ilmoittautuminen on kuitenkin pakollista, mikäli yksikin seuraavista ehdoista täyttyy: elinkeinoharjoittaja harjoittaa luvanvaraista elinkeinotoimintaa, elinkeinotoimintaa varten on pysyvä toimipaikka, joka on omasta asunnosta erillinen toimitala tai palveluksessa on muitakin henkilöitä kuin yrittäjän aviopuoliso tai alaikäinen lapsi tai lapsenlapsi. (Patentti- ja rekisterihallitus 2020.)

2.5 Alv-velvolliseksi ilmoittautuminen

Arvonlisävero on kulutusvero, joka peritään ostajalta aina, kun tavara tai arvonlisäverollinen palvelu myydään. Myyjä lisää arvonlisäveron tavaran tai palvelun myyntihintaan ja tilittää sen Verohallinnolle. Yritysten välisissä liiketoimissa ostava yritys voi vähentää arvonlisäveron, jonka toinen arvonlisäverovelvollinen on laskuttanut, edellyttäen että tavara tai palvelu on hankittu arvonlisäverollista liiketoimintaa varten. (Holopainen 2021, 84.)

Ilmoittautuminen arvonlisäverovelvollisten rekisteriin on tehtävä ennen liiketoiminnan aloittamista. Ilmoitus tehdään samalla perustamisilmoituksella, jolla annetaan tiedot kaupparekisteriin. Tämän

jälkeen Verohallinto merkitsee yrityksen arvonlisäverovelvollisten rekisteriin. Arvonlisäverovelvollisten rekisteriin merkitsemisen jälkeen yrityksen laskuihin ja muihin verovelvollisten välisiin papereihin tulee merkitä arvonlisäverotunniste, joka kotimaankaupassa tarkoittaa Y-tunnusta. (Holopainen 2021, 85.)

Arvonlisäverovelvollisen tulee oma-aloitteisesti ilmoittaa ja suorittaa arvonlisävero verokauden mukaisesti Verohallinnolle. Arvonlisäveron voi ilmoittaa ja maksaa sähköisesti Oma Vero-asiointipalvelussa. Arvonlisäveron tilittämisessä verokautena voi olla kuukausi, neljännesvuosi tai kalenterivuosi. Verokausi määräytyy liikevaihdon mukaisesti, mutta yritys voi halutessaan valita lyhyemmän verokauden, kuin mitä liikevaihdon perusteella määräytyisi. Aloittava yritys voi myös halutessaan hakeutua pidennettyyn verokauteen ja verokauden pituutta voi muuttaa liikevaihdon kasvaessa. (Holopainen 2021, 85.)

Arvonlisäveron alarajahuojennus on verohelpotus sellaisille yrittäjille ja yrityksille, jotka kuuluvat alv-rekisteriin, mutta joiden tilikauden (12 kk) liikevaihto on alle 30 000 euroa. Yrityksen liikevaihdon ollessa enintään 15 000 euroa, saa yritys alarajahuojennukseen oikeuttavan arvonlisäveron kokonaisuudessa takaisin. Jos yrityksen liikevaihto ylittää 15 000 euroa, mutta jää alle 30 000 euron, niin yritys saa huojennuksena takaisin osan arvonlisäverosta. Jos huojennus on suurempi kuin verokaudelta maksettava vero, saat erotuksen palautuksena. Jos verokaudelta ei tule maksettavaksi veroa, saat palautuksena koko huojennuksen määrän. Alarajahuojennus on verotuksessa huomioitavaa veronalaista tuloa. (Verohallinto 2021.)

2.6 Ennakkoperintärekisteri ja ennakkoverot

Ennakkoveroa maksetaan tuloista, joista ei ole tehty ennakonpidätystä. Ennakkoperintärekisteriin merkitty yritys tarkoittaa, että se tilittää itse työstään saadusta korvauksesta ennakkoverot. Ennakkoperintärekisteriin kuulumisen ei ole pakollista, mutta yleensä palveluja myytäessä ostajan taholta edellytetään ennakkoperintärekisteriin kuulumista. Aloittava yritys voi antaa arvion ensimmäisen tilikautensa liikevaihdosta ja verotettavasta tulosta, jolloin Verohallinto määrää maksettavan ennakkoveron tämän arvion perusteella. Toiminnan käynnistymisen jälkeen arvioon voi hakea muutosta tarvittaessa ja ennakkoverot määräytyvät uudestaan. Yrityksen liikevaihto ja tuotot on kuitenkin pyrittävä arvioimaan mahdollisimman realistisesti, jotta ennakkoverojen määrä ei koidu liian suureksi tai pieneksi. Ennakkoveroja voi kuitenkin täydentää vielä tilikauden päätyttyä lisäennakoilla ja vastaavasti liikaa maksettu ennakkovero palautetaan. (Holopainen 2021, 86–87.)

2.7 Starttiraha

Aloittava yrittäjä voi hakea yrityksen käynnistymisvaiheessa taloudellista tukea TE-toimistolta. Tätä tukea kutsutaan starttirahaksi, ja sitä on mahdollista saada 6–12 ensimmäiselle kuukaudelle. Vuonna 2021 starttirahan määrä on hieman yli 700 euroa kuukaudessa. Starttiraha on tarkoitettu yrittäjän elantoa varten ja se on veronalaista tuloa. (Yrittäjät.fi 2021.)

Starttiraha on haettava ennen yritystoiminnan alkamista. Starttirahan myöntämistä varten tulee tehdä huolellisesti ja hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma ja realistinen budjetti, sekä rahoitus-suunnitelma ja mahdolliset ulkopuolisen rahoituksen rahoituslupaukset tai tarjoukset. Lisäksi TE-

toimistolle on toimitettava verovelkatodistus. Starttirahaa saadakseen on siirryttävä päätoimiseksi yrittäjäksi ja ymmärrettävä mitä yrittäjyys on. Tämän voi todistaa käymällä esimerkiksi yrittäjyyskurssilla tai osoittamalla näyttöä aiemmista yrittäjyysopinnoista ja kokemuksesta yrittäjänä toimimisesta. Starttirahaa haetaan TE-toimiston asiointipalvelussa tai TE-palveluiden sivuilta löytyvällä lomakkeella. Starttiraha on harkinnanvarainen tuki, jota myöntäessä otetaan huomioon esimerkiksi alan kilpailutilanne ja uuden yritystoiminnan tarve kyseisellä paikkakunnalla. (Yrittäjät.fi 2021.)

3 YRITYSIDEASTA KOHTI LIIKETOIMINTASUUNNITELMAA

Tässä kappaleessa käsitellään, mitä vaiheita yrityksen toiminnan suunnittelu sisältää, mitä liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan ja minkä vuoksi liiketoimintasuunnitelman laatiminen on tärkeää uutta yritystä perustettaessa sekä mitä asioita liiketoimintasuunnitelman tulisi sisältää, jotta siitä saa kattavan kuvan yrityksen toiminnan suunnittelusta.

3.1 Yritysideasta liikeideaksi

Yrityksen toiminnan suunnittelu lähtee yritysideasta, jota arvioidaan ja tarkennetaan suhteessa yrityksen toimialaan ja toimintaympäristöön. Yritysideaa tarkastellaan yrityksen omien vahvuuksien ja heikkouksien pohjalta sekä ulkopuolisten uhkien ja mahdollisuuksien valossa. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2018, 28.) Yritysideoiden syntytapoja on monia ja yritysideoita voi löytää melkein mistä tahansa, mutta vain pieni osa niistä osoittautuu oikeasti kannattaviksi. Yritysideaa miettiessä on tärkeää pohtia myös omia yrittäjävalmiuksiaan. (Peltola 2015, 21.)

Yritysideasta kehittyy vähitellen liikeidea. Liikeidea kertoo, miten yritys aikoo käytännössä toteuttaa yritysideansa mukaista liiketoimintaa. Liikeidean ei tarvitse olla mullistava, mutta hyvä liikeidea on kuitenkin omaperäinen ja helposti toteutettava sekä liikeidean tavoitteena on johtaa kannattavaan liiketoimintaan. Liikeidean sisältö kiteytetään usein näin: Mitä? Miten? Kenelle? Liikeideasta siis selviää tuotteet tai palvelut mitä yritys tuottaa sekä strategia, jolla yritys saa tuotteet tai palvelut asiakkaiden tietoisuuteen ja saataville. (Hesso 2015, 24.)

”Mitä” kertoo tuotteen tai palvelun, jota yritys tarjoaa asiakkaan ongelmien ratkaisuun. Tuotteen tai palvelun tulisi aina tyydyttää asiakkaan tarpeet tai olla ratkaisu asiakkaan ongelmaan. ”Kenelle” vastaa siihen, ketkä ovat tuotteen tai palvelun kohderyhmä, eli kenelle tuotetta tai palvelua markkinoidaan. ”Miten” kuvaa yrityksen toimintatapaa, eli kuinka yritys toimii. Pelkän tavaran tai palvelun kuvaus ei siis riitä, vaan liikeideasta tulisi selvittää minkä ongelman tuote tai palvelu ratkaisee, ja mitä paremmin yritys onnistuu kuvaamaan ja viestimään tuotteen tai palvelun sopivuuden hänelle, sitä varmemmin kuluttajasta tulee yrityksen asiakas. Tämän lisäksi on otettava huomioon yrityksen kilpailijat, jotka tuottavat samoja tuotteita tai palveluita, ja mietittävä minkä vuoksi kuluttajat ostaisivat kyseisen tuotteen tai palvelun juuri tältä yritykseltä. (Kananen 2018, 11–12.)

3.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma eli business plan on aloittavalle yrittäjälle ja yrityksille suositeltu suuntaa antava dokumentti, jossa jäsennellysti kuvataan ja selvennetään yrityksen toimintaa, sen laajuutta ja arvioitua kannattavuutta. Liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjän apuna niin yrityksen perustamisessa kuin myöhemmissä vaiheissa yritystoiminnan kehittämisessä. (Suomi.fi, liiketoimintasuunnitelma.) Lisäksi kirjallinen liiketoimintasuunnitelma on oltava laadittuna myös ulkopuolista rahoitusta hakiessa (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 51.).

Aloittavalla yrittäjällä on usein kova kiire ja halu saada yrityksen toiminta nopeasti alulle, mutta kiire voi johtaa helposti kohellukseen ja virheisiin. Yrittäjä saattaa luottaa siihen, että riittää kun kaikki tieto ja näkemys ovat oman pään sisässä. (Puustinen 2006, 59.) Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa pääsee tärkeimpien toimintaan liittyvien asioiden äärelle sekä kyseenalaistamaan ja pohtimaan niitä.

Samalla voi löytää ratkaisuja mahdollisiin aukkokohtiin, joten liiketoimintasuunnitelman laatimiseen kannattaakin paneutua huolellisesti. (Yrityksenperustaminen.net, liiketoimintasuunnitelma)

Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma on tekijänsä näkemys siitä, miten tulevaisuudessa päihitetään kilpailijat, ja luodaan asiakkaalle lisäarvoa tavalla, joka on vaikeasti kopioitavissa. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa yrittäjälle selkiytyy kuva siitä, onko tällä liikeidealla mahdollisuutta menestyä ja olisiko yritystä ylipäättään kannattavaa lähteä perustamaan. (Hesso 2015, 10.) Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma laskelmineen antaa myös ulkopuoliselle taholle sujuvasti käsityksen yrityksen kannattavuudesta ja tulevaisuuden näkymistä. Sen avulla aloittava yrittäjä voi näyttää ennen yritystoiminnan aloittamista, että yrityksellä on perustellut mahdollisuudet menestymiseen. (Uusyrityskeskus, liiketoimintasuunnitelma) Hyvin laaditusta liiketoimintasuunnitelmasta selviääkin se, millaisia mahdollisuuksia, mutta toisaalta myös uhkia tulevalle yritystoiminnalle voi olla odotettavissa.

Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma auttaa hallitsemaan ja ohjaamaan yrityksen päivittäistä toimintaa, päätöksentekoa ja toiminnan kehittämistä. Liiketoimintasuunnitelma kulkee mukana yrityksen toiminnassa myös perustamisen jälkeen, ja sitä on hyvä päivittää säännöllisesti. Sitä siis kannattaa käyttää aktiivisesti apuna yrityksen käytännön toiminnan suunnittelussa ja strategian kehittämisessä, eikä missään nimessä jättää vain arkistoihin pölyttymään. (Ilmoniemi ym. 2009, 51.)

3.3 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelmalle ei ole määritelty virallista runkoa, jota tulisi aina noudattaa, vaan liiketoimintasuunnitelma saa olla tekijänsä näköinen ja myös yrityksen toimiala ja toiminnan laajuus vaikuttaa liiketoimintasuunnitelman sisältöön. Liiketoimintasuunnitelma on lähtökohtaisesti yrittäjälle itselleen suunnattu apuväline, joka ohjaa yrittäjää päätöksenteossa ja johon yrittäjä voi peilata omaa toimintaansa ja tärkeintä on, että yrittäjä itse ymmärtää suunnitelman sisällön. (Puustinen 2006, 60–61.)

Vaikka liiketoimintasuunnitelman rungon voi rakentaa erilaisista palasista, niin on kuitenkin olemassa tiettyjä asioita, jotka olisi hyvä sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan, jotta se antaa kattavan kuvan yrityksen toiminnasta. Usein liiketoimintasuunnitelmasta löytyy ainakin tiivistelmä yrityksen perustiedoista sekä liikeidea, ympäristöanalyysit, yrityksen strategia, tiedot yrityksen tarjoamista tuotteista ja palveluista, asiakkaista ja toimialan kilpailutilanteesta, yritystoimintaan liittyvistä riskeistä, henkilöstötarpeesta, laskelmat ja ennusteet yrityksen taloudesta sekä SWOT-analyysi. Tässä opinnäytetyössä laadittavan liiketoimintasuunnitelman runkoon on valittu sellaiset osat, joiden koen olevan kyseisen toimialan ja yrityksen toiminnan kannalta oleellisia asioita analysoida ja selvittää tarkemmin.

3.3.1 Yrityksen perustiedot

Liiketoimintasuunnitelman sisältöön kuuluu yrityksen perustiedot, kuten yrityksen perustamisvuosi, yhtiömuoto, toimiala ja sijainti sekä liikeidea. Jo toiminnassa olevasta yrityksestä kuvaillaan ja analysoidaan yrityksen sen hetkistä tilaa ja menneisyyttä. Yrityksen perustietojen lisäksi liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä kertoa myös perustietoja yrittäjästä sekä hänen taustastaan ja osaamisestaan. (Viitala & Jylhä 2013, 45.)

Lisäksi kerrotaan yrityksen missio sekä visio. Missiolla tarkoitetaan yrityksen toiminta-ajatusta, eli se kertoo yrityksen olemassaolon syyn ja pyrkii vastaamaan kysymykseen ”miksi yritys on olemassa?”. Yrityksen visiolla tarkoitetaan tulevaisuuden näkymää siitä, millainen yritys on ja mitä halutaan saavuttaa, joten myös yrityksen tulevaisuuden näkymistä voidaan kertoa. (Kananen 2018, 12.)

3.3.2 Ympäristöanalyysit

Jotta yrityksen liiketoiminnasta tulisi kannattavaa, on sen tiedostettava yrityksen ulkoinen ja sisäinen ympäristö. Ulkoisen ympäristöanalyysin tarkoituksena on käydä läpi poliittinen, taloudellinen, sosiaalinen, teknologinen sekä lainsäädännöllinen ympäristö. Lisäksi ulkoiseen ympäristöanalyysiin kuuluu myös kilpailijoiden ja asiakkaiden analysointi. (Hesso 2015, 35.) Yrityksen sisäinen ympäristö on itse yritys ja sisäisen ympäristöanalyysin tarkoituksena on analysoida, miten yritys pystyy vastaamaan toimintaympäristön uhkiin ja mahdollisuuksiin. (Hesso 2015, 61–62.)

PESTEL-malli on paljon käytetty ulkoisen ympäristöanalyysin malli. Ensimmäisenä käydään läpi poliittinen ympäristö ja selvitetään, miten poliittiset päätökset voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan. Erittäisesti finanssipolitiikan painopisteet voivat vaikuttaa suuresti yritysten toimintaan. Suomessa finanssipolitiikan keinoja ovat esimerkiksi verojen nostot tai laskemiset, tulonsiirrot sekä julkisen sektorin investoinnit. Toisena ympäristöanalyysissä analysoidaan taloudellinen ympäristö. Taloudellisessa ympäristöanalyysissä analysoidaan miten erilaiset maailmantilat ja talouden suhdanteet voisivat vaikuttaa omaan yritykseen. Seuraavaksi analysoidaan yrityksen sosiaalista ympäristöä. Sosiaalisen ympäristön analyysissä arvioidaan kohdemarkkinan sosiaalinen rakenne, ja yksityisten kuluttajien kohdalla olisi hyvä analysoida ainakin alueen keskimääräinen tulotaso, koulutustaso sekä asuminen. Neljäntenä analysoidaan teknologinen ympäristö, jonka tavoitteena on analysoida oman yrityksen kilpailuedun kannalta oleellisia ilmiöitä teknologisessa ympäristössä. Viidentenä analysoidaan lainsäädännöllinen ympäristö. Yritystä perustettaessa ja toimintaa kehittäessä on tärkeää selvittää toimiin vaikuttavat lakimuutokset sekä mahdollinen luvanvaraisuus. (Hesso 2015, 36-47.)

Ulkoisen ympäristöanalyysiin kuuluu myös kilpailijoiden ja asiakkaiden analysointi. Yrityksen on tärkeää olla tietoinen siitä, millaisessa kilpailuympäristössä se tulee toimimaan ja mitkä ovat kilpailijoiden kilpailuedut. Asiakasanalyysin tavoitteena on selvittää, mitkä ovat asiakkaille tärkeimpiä palvelun ominaisuuksia, mitä he arvostavat ja mikä tuo heille lisäarvoa. (Hesso 2015, 48-51.)

3.3.3 Tuotteet ja palvelut

Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä esittää yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut sekä kuvata ne mahdollisimman tarkasti. Liiketoimintasuunnitelmaan on hyvä sisällyttää myös tuotteiden ja palveluiden hinnoittelua sekä hinnoittelun perusteita. Tuotteen tai palvelun hinta luo asiakkaalle mielikuvan yrityksestä. Kalliimmalta tuotteelta tai palvelulta odotetaan enemmän kuin halvemmalta. Tuotteen tai palvelun hinnoittelun perusteena ovat laatu, tuotteeseen tai palveluun liittyvät muuttuvat ja kiinteät kustannukset, kilpailijoiden hintataso, markkinatilanne, arvonlisävero sekä yrityksen haluama voittotavoite. Voittotavoitteella tarkoitetaan summaa, jonka yrittäjä tarvitsee oman yksityistaloutensa hoitoon sekä mahdollisten lainojen takaisinmaksuun. (Alikoski ym. 2018, 68–71.)

Palveluyrityksessä palvelun myyntihinta lasketaan kustannusperusteisesti. Palvelun hinnan laskemista määrittäessä tulee tietää, minkä verran työtunteja yrittäjä voi kuukaudessa tekemään. Palvelun hinta lasketaan jakamalla kiinteiden kustannusten ja voittotavoitteen summa suunniteltujen työtuntien lukumäärällä. Palvelujen hinnoittelussa voidaan käyttää hinnoittelutapana myös markkinahinnoittelua, jolla tarkoitetaan sitä, että selvitetään paljonko markkinoilla yleisesti maksetaan vastaavasta palvelusta ja verrataan oman palvelun ominaisuuksia vastaaviin ja sen perusteella hinnoitellaan palvelu markkinahintaiseksi. (Alikoski ym. 2018, 70–71.)

3.3.4 Asiakkaat ja kohderyhmä

Liiketoimintasuunnitelmassa selvitetään ketkä yrityksen asiakkaat ovat ja millainen ostokäyttäytyminen heillä on (Viitala & Jylhä 2013, 44). Tuotteilla tai palveluilla tulee olla kysyntää eli markkinoita, joten yrityksen tulee tietää, kuka tai ketkä ovat yrityksen asiakkaita, sillä se määrittää mille kohderyhmälle yritys kohdistaa markkinointiaan. Asiakas ostaa tuotteita tai palveluita tyydyttääkseen omia tarpeitaan, joten on tärkeää miettiä, mikä on se tarve, jonka oma tuote tai palvelu tulisi tyydyttämään. (Holopainen 2021, 13.) Asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä ovat tarpeen lisäksi esimerkiksi asiakkaan maksukyky, elämäntyyli ja toisten kuluttajien suosituksukset. Asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavat myös kilpailevien yritysten toiminta ja tarjoamat tuotteet sekä palvelut. (Alikoski ym. 2018, 32–33.)

Kohderyhmiä, eli asiakassegmenttejä, määriteltäessä tulee miettiä, kenelle yritys haluaa myydä tuotteitaan tai palveluitaan. Kohdeasiakkaiden ikä, sukupuoli, asuinpaikka, koulutus, perhemuoto, arvot sekä kulutuskäyttäytyminen mietitään, ja näiden pohjalta muodostetaan erilaiset segmentit. Segmentointikriteerejä on monia, mutta tärkeintä on miettiä kyseisen liiketoiminnan kannalta sopiva tapa jakaa mahdolliset asiakkaat toisistaan eroaviin segmentteihin. Segmenttejä voivat olla esimerkiksi lapsiperheet, työikäiset tai opiskelijat. Erilaisten segmenttien muodostamisen jälkeen voidaan valita, mitkä näistä ovat yritykselle tärkein kohderyhmä ja kohdentaa markkinointia sen mukaisesti. (Hesso 2015, 92–95.)

3.3.5 Toimialan kilpailutilanne

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yrityksen kilpailijat, sillä liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa tulee ottaa selvää markkinoilla toimivista kilpailijoista, jotta pystytään määrittelemään yrityksen omat kilpailukeinot. Kilpailijoilla tarkoitetaan samalla toimialalla toimivia yrityksiä, ja kilpailevien yritysten tunnistaminen on tärkeää. Yrityksen olisi pyrittävä tunnistamaan kilpailijoidensa vahvuuksia ja heikkouksia, eli kuinka ne toimivat markkinoilla ja mitkä ovat heidän kilpailuetujaan. Kilpailutilannetta arvioidessa voi selvittää esimerkiksi seuraavia asioita: kuinka paljon markkinoilla on todellisia kilpailijoita, millainen on kilpailijoiden tarjoama tuote- tai palveluvalikoima, minkä kokoisia yrityksiä kilpailijat ovat, missä kilpailevat yritykset sijaitsevat ja mitä keinoja kilpailijat käyttävät markkinoinnissaan. (Alikoski ym. 2019, 35–36.)

Hyvä keino kilpailutilanteen kartoittamiseen on kilpailija-analyysin laatiminen. Kilpailija-analyysin laatimisen avulla pystyy hahmottamaan markkinatilannetta ja arvioimaan oman yrityksen sijoittumista kilpailutilanteessa. Kilpailija-analyysissä määritellään ketä kilpailevat yritykset ovat ja tarkastellaan niiden myynnin kehittymistä viimeisimpinä vuosina, pohditaan kilpailevien yritysten vahvuuksia ja

heikkouksia ja mahdollisia kehityssuuntia sekä arvioidaan kuinka kilpailutilanne tulee muuttumaan seuraavina vuosina. (Peltola 2015, 91–92.)

3.3.6 Markkinointi

Markkinoinnin avulla saavutetaan yrityksen kohderyhmien huomio, eli markkinoinnin tehtävänä on saada yrityksen tuotteet potentiaalisten asiakkaiden tietoisuuteen ja näkyville. Markkinointia suunniteltaessa selvitetään aluksi yrityksen potentiaaliset asiakasryhmät ja pohditaan keinoja, joilla näiden ryhmien huomio voidaan saavuttaa. Markkinoinnissa tulee myös selvittää, mitkä ovat asiakkaiden tarpeet ja pyrkiä selvittämään, onko tarvetta uusille tuotteille tai palveluille, tai miten nykyisiä tuotteita tai palveluita voitaisiin parantaa vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. (Peltola 2015, 46.)

Perinteisen mainonnan, kuten esimerkiksi lehti- tai radiomainonnan merkitys markkinoinnissa pienee jatkuvasti. Internetmainonta ja erityisesti sosiaalisen median markkinointi on kasvanut voimakkaasti viimeisten vuosien aikana. Digimarkkinoinnin vahvuutena on se, että markkinointitoimenpiteiden vaikutus nähdään reaaliaikaisena ja markkinointitoimiin voidaan puuttua, mikäli niissä havaitaan puutteita. Lisäksi digimarkkinoinnin avulla markkinointitoiminnot voidaan kohdistaa erittäin tarkasti halutulle kohderyhmälle. (Kananen 2018, 17–18.) Digimarkkinointi mahdollistaa edullisen ja helposti seurattavan mainonnan toteutuksen pienelläkin budjetilla, sillä yrityksen markkinointibudjetti ei yleensä ole kovin suuri (Hesso 2015, 119.).

Yrityksen voi olla tarpeen laatia liiketoimintasuunnitelman lisäksi myös markkinointisuunnitelma, jossa yksilöidään arvot ja lupaukset, joilla asiakkaiden luottamus voitetaan ja tuote tai palvelu myydään. Markkinointisuunnitelmassa selvitetään laajemmin markkinoinnin kilpailukeinoja, myyntitavoitteita sekä miten markkinointia organisoidaan ja toteutetaan yrityksessä. (Viitala & Jylhä 2013, 45.)

3.3.7 Riskienhallinta

Yritystoimintaan liittyy aina riskejä. Riskit voivat liittyä taloudellisiin ja toiminnallisiin uhkiin sekä turvallisuuteen liittyviin uhkiin. Riskienhallinnalla pyritään tunnistamaan näitä riskejä sekä varautumaan ja ennakoimaan niitä. Riskejä voi olla esimerkiksi koneiden tai laitteiden hajoaminen, yrittäjän sairastuminen tai tuotteen tai palvelun kysynnän vähentyminen. (Viitala & Jylhä 2013, 287.) Riskienhallintakeinojen suunnittelu on tärkeä osa yritystoimintaa, eikä sitä kannata unohtaa yritystä perustettaessa.

Yrityksen riskienhallinta koostuu kolmesta pääalueesta: riskien tunnistaminen, riskien analysointi ja riskienhallintakeinojen määrittäminen. Riskien tunnistamisen tavoitteena on tunnistaa, mitä sellaista voi tapahtua tai ilmetä, jolla voisi olla vaikutusta yrityksen asettamien tavoitteiden saavuttamiseen. Riskejä voidaan jaotella eri ryhmiin, kuten liikeriskit, henkilöriskit ja vahinkoriskit. Riskien tunnistamisen jälkeen riskejä analysoidaan riskianalysillä, jossa selvitetään riskien todennäköisyyttä ja riskin toteutumisen mahdollisia seurauksia ja vaikutuksia. Riskienhallintamenetelmiä ovat riskin välttäminen, riskin pienentäminen, riskin siirtäminen, riskin ottaminen ja riskiin varautuminen. Osa yrityksen riskeistä voi olla sellaisia, joille ei voi eikä kannata tehdä erityisiä riskienhallinnan toimenpiteitä. (Viitala & Jylhä 2013, 287–291.)

3.3.8 Rahoitus

Yrityksen pystyessä pysymisen edellytyksenä on, että yrityksen toiminnan tulee olla kannattavaa. Kannattavalla yritystoiminnalla tarkoitetaan sitä, että myyntituloilla voidaan kattaa yrityksen kulut. Toiminnan kannattavuuden lisäksi yrityksen tulisi olla myös tuottava sekä maksukykyinen, eli pääomaa tulisi jatkuvasti olla käytettävissä yrityksen juoksevien maksujen hoitamista varten. Lisäksi yrityksen tulisi tavoitella tervettä pääomarakennetta pyrkien mahdollisimman suureen oman pääoman osuuteen. (Puustinen 2006, 67.)

Yrityksen taloutta seurataan kassavirran, tuloslaskelman ja taseen pohjalta. Kassavirta kertoo maksuperusteisesti, mikä on yrityksen kassatilanne ja maksuvalmius juuri tällä hetkellä. Tuloslaskelma kertoo, millainen yrityksen tulojen ja menojen välinen suhde on ja kuinka paljon yrityksen tulos tai tappio on. Tase taas kertoo yrityksen rahoituksen tilasta, eli siitä miten yhtiön varallisuus (vastaavaa) on suhteessa yrityksen velkoihin ja omaan pääomaan (vastaavaa). Yrittäjänä on tärkeää osata tulkita näitä kuukausittain tai tilikausittain laadittavia laskelmia, vaikka ne laatisikin tilitoimisto. (Ilmoniemi ym. 2009, 247–248.)

Liiketoimintasuunnitelmassa esitetään tuloslaskelman ja taseen lisäksi myös erilaisia rahoituslaskelmia. Koska uudelta yritykseltä ei ole edes ensimmäisen vuoden osalta tuloslaskelmaa tai tasetta olemassa, niin aloittavan yrittäjän tulisi kuitenkin sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaansa laskelmia yrityksen kannattavuudesta realistisesti odotettavien lukujen pohjalta. (Puustinen 2006, 67.) Kannattavuuslaskelmalla (taulukko 1.) määritellään kaikki yritystoimintaan kuuluvat menot, jolloin saadaan laskettua, kuinka paljon myyntiä tarvitaan, jotta yritys pystyy kattamaan kaikki tulonsa, eli päästään nollatulokseen (Peltola 2015, 131.).

Yrityksen kiinteitä kustannuksia ovat juoksevat kulut, jotka toistuvat riippumatta myynnin määrästä. Näitä kustannuksia ovat esimerkiksi markkinointi, toimitilan vuokra, puhelinkulut ja vakuutukset. Muuttuvilla kuluilla taas tarkoitetaan toiminnan laajuuden mukaan vaihtelevia kuluja, kuten materiaalit ja tarvikkeet. Yrityksen myyntiä ei voi etukäteen tietää, joten siitä on laadittava ennuste, joka kattaa vähintäänkin yrityksen kiinteät ja muuttuvat kulut. Tämän lisäksi voidaan laskea kate, joka kattaa yrittäjän palkkamenot sekä mahdolliset yrityksen kehittämiseen liittyvät kustannukset. (Puustinen 2006, 67–69.)

KANNATTAVUUSLASKELMA	KUUKAUSI	VUOSI
TAVOITETULOS	0,00	0,00
+ yrityslainojen lyhennys		
= NETTOTULOT	0,00	0,00
(+ verot)	0,00	0,00
= RAHOITUSTARVE		
+ yrityslainojen korot		
YHTEENSÄ	0,00	0,00
KIINTEÄT KULUT		
YEL-vakuutus	0,00	0,00
Muut vakuutukset	0,00	0,00
Työntekijöiden palkat	0,00	0,00
Palkkojen sivukustannukset	0,00	0,00
Vuokrat	0,00	0,00
Sähkö	0,00	0,00
Markkinointi	0,00	0,00
Puhelin, internet	0,00	0,00
Matka/autokulut	0,00	0,00
Kirjanpito	0,00	0,00
Toimistokulut	0,00	0,00
Koulutus	0,00	0,00
Jäsenmaksut	0,00	0,00
Muut mahdolliset kulut	0,00	0,00
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	0,00	0,00
MYYNTIKATETARVE	0,00	0,00
+ Ostot		
= LIIKEVAIHTO	0,00	0,00
+ Arvonlisävero		
= KOKONAISMYYNTI/LASKUTUS	0,00	0,00

Taulukko 1. Kannattavuuslaskelma.

Kannattavuuslaskelman lisäksi perustettavasta yrityksestä voidaan esittää liiketoimintasuunnitelmassa laskelma liiketoiminnan aloittamisen vaatimasta rahoituksen tarpeesta laatimalla rahoitustarvelaskelma (Puustinen 2006, 67.). Rahoitustarvelaskelmasta selviää, kuinka paljon rahaa yrityksen perustaminen vaatii. Rahoitustarvelaskelmassa (taulukko 2.) rahan tarpeet muodostuvat investoinneista, käyttöpääomasta sekä vaihto- ja rahoitusomaisuudesta. Yritystoiminnan aloitusvaiheessa yrittäjä tarvitsee rahaa, josta suurin osa menee yritystoiminnassa tarvittavien laitteiden ja koneiden hankintaan, eli investointeihin. Toiminnan käynnistyttyä yrityksen juoksevista menoista aiheutuu käyttöpääoman tarvetta, ja rahoitustarvelaskelmalle käyttöpääoman tarve on hyvä ennakoida muutamien ensimmäisten toimintakuukauden varalle. Näiden lisäksi yrityksellä täytyy olla kassavaroja ylläpitäviä menoeriä varten. Rahan lähteet muodostuvat omasta pääomasta, joka muodostuu yrittäjän

sijoittamasta pääomasta, apporttiomaisuudesta, eli olemassa olevista koneista ja laitteista, sekä rahoituslainoista. Rahan tarpeiden ja rahan lähteiden tulee olla yhtä suuret, jotta voidaan taata rahoituksen riittävyys. (Peltola 2015, 131–132.)

RAHOITUSLASKELMA		
RAHAN TARVE	INVESTOINNIT	Työkalut ja -välineet
		Tietotekniikka
		Toimistotarvikkeet
		Puhelin ja nettiyhteys
		Asennustyöt
		Kalusteet
		Apporttiomaisuus (olemassa olevat koneet, työvälineet ja tarvikkeet)
		Auto
		Perustamismenot
		INVESTOINNIT YHTEENSÄ
		0,00
	KÄYTTÖPÄÄOMA (1–3 KK)	Nettisivut, mainokset
		Toimitilojen vuokrat ja takuuvuokrat
		Laitevuokra/leasing-maksut
		Työntekijöiden palkkamenot
		Yrittäjän oma toimeentulo
		KÄYTTÖPÄÄOMA YHTEENSÄ
		0,00
	VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISUUS	Alkuvarasto
		Kassa
		VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISUUS YHTEENSÄ
		0,00
		RAHAN TARVE YHTEENSÄ
		0,00
RAHAN LÄHTEET	OMA PÄÄOMA	Omat työvälineet (apporttiomaisuus)
		Omat sijoitukset yritykseen
		Pankkilaina
		Muut lainat
		RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ
		0,00
		RAHAN TARVE - RAHAN LÄHTEET = RAHOITUKSEN RIITTÄVYYS
		0,00

Taulukko 2. Rahoitustarvelaskelma.

Erialaisten rahoituslaskelmien tarkoituksena on testata voisiko yrityksen liiketoiminta ylipäättään olla kannattavaa. Laskelmien tuloksena saadaan selkeä kuva yrityksen rahoitussuunnitelmasta, jonka pohjalle yrityksen taloudellinen suunnittelu perustuu. Rahoitussuunnitelman laatiminen on myös ensisijaisen tärkeää, mikäli yrityksellä on tarvetta ulkopuoliselle rahoitukselle. (Puustinen 2006, 67.)

3.3.9 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin avulla voidaan analysoida yritystoimintaa kokonaisuutena. SWOT-analyysi on yksinkertainen väline analysointiin ja se sisältää neljä osa-aluetta: vahvuudet (strengths), heikkoudet

(weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). Vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä seikkoja, ja uhat ja mahdollisuudet kartoittavat yrityksen ulkopuolista tilannetta, esimerkiksi markkinatilanteen muutoksia (Koski & Virtanen 2005, 50).

Analyysin avulla pyritään löytämään yrityksen vahvuudet sekä tunnistamaan heikkoudet, ja löytämään niihin ratkaisuja. Vahvuuksia ja heikkouksia arvioidaan suhteessa kilpailijoihin ja ne ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä, jotka kertovat yrityksen nykyisestä tilasta. Lisäksi pyritään löytämään uusia mahdollisuuksia oman toiminnan, tuotteiden ja palvelujen kehittämiseksi sekä miettimään myös yrityksen uhkia ja riskitekijöitä ja kuinka niitä saisi vähennettyä. Mahdollisuudet ja uhat voivat olla toimintaympäristössä tulevaisuudessa tapahtuvia tekijöitä, joilla on vaikutusta liiketoiminnan onnistumiseen. (Alikoski ym. 2018, 43.) Alla olevassa taulukossa 3. on havainnollistettu SWOT-analyysin nelikenttämalli.

	Positiiviset	Negatiiviset
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet (S)	Heikkoudet (W)
Ulkoinen ympäristö	Mahdollisuudet (O)	Uhat (T)

Taulukko 3. SWOT-analyysi.

3.3.10 Käytännön toimet

Kirjanpitolain mukaan jokainen Suomessa toimiva yritys on kirjanpitovelvollinen. Pienillä yrityksillä kirjanpidon hoitaminen itse voi olla sopiva vaihtoehto, mutta yleisesti kirjanpidon tekeminen kannattaa siirtää tilitoimiston vastuulle, ellei yrittäjällä itsellä ole hyvää kirjanpitolain tuntemusta. Kirjanpidossa tehdyt virheet tai tarvittavien ilmoitusten tekemättä jättämiset voivat koitua kalliiksi yritykselle. Kirjanpito vastuun siirtäminen tilitoimistolle vapauttaa myös yrittäjältä aikaa itse työn tekemiseen. (Yrittäjät.fi 2021.)

Yrityksen sijainnilla ja toimitilojen valinnalla on myös merkitystä yrityksen menestyksen kannalta. Toimitilojen sijaintia miettiessä on hyvä ottaa huomioon esimerkiksi liikenneyhteydet, pysäköinti mahdollisuudet sekä asiakaskunnan sijainti. Toimitilojen valinnassa tulee ottaa huomioon, että ne ovat oman yritystoiminnan ja liikeidean kannalta toimivat. (Peltola 2015, 131.)

4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyössä valittua tutkimusmenetelmää, toiminnallisen opinnäytetyön erityispiirteitä, opinnäytetyön eettisyyttä ja luotettavuutta sekä opinnäytetyön toteutuksen vaiheita. Lisäksi tässä kappaleessa kerrotaan valokuvaustoimialan erityispiirteistä, sillä toimialaan perehtyminen oli tärkeää ennen liiketoimintasuunnitelman laatimista.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusongelma on syntynyt tarpeesta laatia uudelle perustettavalle valokuvausalan yritykselle liiketoimintasuunnitelma. Vastauksena tutkimusongelmaan laaditaan liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuotoksena syntyy liiketoimintasuunnitelma. Toiminnallisella opinnäytetyöllä tarkoitetaan kehittämistyötä, joka voi olla käytännön toiminnan kehittämistä, ohjeistamista, järjestämistä tai järjeistämistä. Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena voi olla esimerkiksi opas, kehittämissuunnitelma tai projekti. Toiminnalliselle opinnäytetyölle on yleensä toimeksiantaja. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9–16.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimuskäytäntöjä käytetään väljemmässä merkityksessä kuin tutkimuksellisissa opinnäytetöissä, mutta keinot tiedon keräämiseen ovat samoja. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 57.) Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksen tulee pohjautua ammattiteorialle ja sen tuntemukselle, joten myös toiminnallisessa opinnäytetyössä tulee olla teoreettinen viitekehys. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 41–42.) Tässä opinnäytetyössä työn teoreettinen viitekehys koostuu yrittäjyydestä, yrityksen perustamistoimista ja liiketoimintasuunnitelman laatimisesta.

Tutkimusmenetelmäksi teoriaosuuteen valikoitui kvalitatiivisista eli laadullisista tutkimusmenetelmistä kirjallisuuskatsaus. Laadullinen tutkimusmenetelmä on hyvä menetelmä erityisesti silloin, kun tutkittavaa aihetta ei entuudestaan tunneta hyvin ja halutaan saada lisää tietoa ja kokonaisvaltaista käsitystä kyseisestä aiheesta. Kirjallisuuskatsauksella tarkoitetaan tutkimuksen osaa, jossa kirjoittaja käy analyttisesti ja arvioiden läpi omaan aiheeseen ja tutkimusongelmiin liittyvää keskeisintä aikaisempaa tutkimusta ja tieteellistä kirjallisuutta ja menetelmän avulla kerää yhteen olemassa olevaa tietoa tietystä aiheesta. (Jyväskylän yliopisto 2020). Kirjallisuuskatsauksen avulla tutkittavasta aiheesta saatiin monipuolisesti lisää tietoa sekä aihetta käsittelevistä aineistoista saatiin rajattua tutkimuksen kannalta oleellimmat asiat tiivistettyyn muotoon. Tuotoksena syntyvä liiketoimintasuunnitelma pohjautuu tähän kirjallisuuskatsauksen avulla hankittuun tietoperustaan sekä lisäksi aineistona liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on käytetty kirjoittajan omia tietoja ja käsitystä aiheesta. Valokuvausalan yrittäjyyteen perehdyttiin lisäksi internetistä löytyvien julkaisujen kautta.

4.2 Opinnäytetyöhön liittyvät eettiset ja luotettavuuskysymykset

Eettisesti hyvän tutkimuksen laatiminen edellyttää, että tutkimuksen teossa noudatetaan hyvää tieteellistä käytäntöä. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu muun muassa, että tutkija noudattaa tutkimuksessaan, tutkimustulosten arvioinnissa ja tutkimustulosten julkaisussa rehellisyyttä, yleistä huolellisuutta ja tarkkuutta sekä avoimuutta. Lisäksi tutkija ottaa työssään muiden tutkijoiden työn ja saavutukset huomioon ja kunnioittaa näiden työtä antamalla heidän työlleen niille kuuluvan arvon

ja merkityksen omassa tutkimuksessaan. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu myös, että tutkimuksen suunnittelu, toteutus ja raportointi on tehty yksityiskohtaisesti ja tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten edellytysten mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 23-24.)

Lähdeaineisto opinnäytetyöhön on haettu nykyaikaisista lähteistä, pääasiassa Savonia ammattikorkeakoulun kirjaston tietokannan aineistoja hyödyntäen. Lähdeaineistoa rajatessa pyrittiin löytämään monipuolisesti erilaisia lähteitä, jotta tieto ei perustu vain yksittäisiin lähteisiin. Sopivien lähdekirjallisuksien valinnassa ja tulkinnassa on käytetty harkintaa, eli lähdekritiikkiä tukemaan tutkimuksen luotettavuutta. Lähteet on merkitty työhön asianmukaisesti ja lähteinä pyrittiin hyödyntämään mahdollisimman tuoreita julkaisuja. Kirjallisuuslähteiden lisäksi opinnäytetyössä on käytetty myös internetilähteitä, sillä erityisesti valokuvausalaan liittyvää kirjallisuutta oli haastavaa löytää.

4.3 Opinnäytetyön toteutuksen vaiheet

Opinnäytetyöprosessi alkoi lähdeaineiston keruulla kirjastosta lainatuista kirjoista sekä internetin materiaaleista ja sen pohjalta tehtiin valinta sopivista lähdeaineistoista. Lähdeluettelo laajentui vielä teoriaosuuden kirjoittamisen aikana. Aluksi tutustuin yrittäjyyttä käsittelevään kirjallisuuteen sekä Suomessa käytössä oleviin yritysmuotoihin. Yritysmuotojen lisäksi selvitin myös kevytyrittäjyyden ominaispiirteitä, sillä kevytyrittäjyys on valokuvaajalle sopiva vaihtoehto ennen oikean yrityksen perustamista. Eri yritysmuotojen ja niiden tunnuspiirteiden selvittämisen jälkeen ja selvitin yrityksen perustamiseen liittyviä toimenpiteitä. Tämän jälkeen perehdyin tarkemmin opinnäytetyön alkuperäiseen aiheeseen, eli liiketoimintasuunnitelmaan ja sen rakenteeseen.

Teoriaosuuden kirjoittamisen jälkeen hyödynsin keräämääni teoriatietoa laatimalla liiketoimintasuunnitelman perustettavalle valokuvausalan yritykselle. Liiketoimintasuunnitelma on laadittu teoriaosuuden rakenteen mukaisesti ja liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on keskitytty niihin asioihin, jotka koin olevan kyseisen yrityksen ja toimialan kannalta ovat tärkeimpiä selvittää ja analysoida. Liiketoimintasuunnitelman laatimisen aikana todettiin, että liiketoimintasuunnitelman lisäksi markkinointisuunnitelman laatiminen yritykselle olisi ollut hyödyllistä, mutta sen laatiminen jätettiin pois ja liiketoimintasuunnitelmassa esitettiin pääpiirteittäin tärkeimmät markkinoinnin kanavat ja keinot kohdeyritykselle.

Tutkimuksen tulos, eli opinnäytetyön tuotoksena syntynyt liiketoimintasuunnitelma on salassa pidettävä liite, mutta sen tuloksia analysoidaan kappaleessa 5. Opinnäytetyön viimeisessä kappaleessa on opinnäytetyöprosessin yhteenveto, jossa pohditaan opinnäytetyön lopputulosta ja tavoitteiden saavuttamista, haasteita sekä pohditaan mahdollisia kehittämis- ja lisätutkimusideoita, joita on noussut esiin opinnäytetyötä laatiessa.

4.4 Toimialan erityispiirteet

Valokuvausalalla työllistyminen on yleisintä oman yrityksen perustamalla. Suomalaiset valokuvausalan yritykset ovat pieniä, yli 90 % vain yhden tai kahden henkilön yrityksiä. Valokuvausalan yritysten liikevaihto on suhteellisen pientä, sillä kolmella yrityksellä neljästä liikevaihto jää alle 100 000 euroa vuodessa. Kansantaloudellisesti valokuvaus ei näin ollen ole kovin merkittävä toimiala. Sen

osuus bruttokansantuotteesta on vain noin 0,03 %. (Valokuvaajaksi.fi 2015.) Valokuvausalalla vaihtoehtona yrityksen perustamiselle on myös kevytyrittäjänä toimiminen etenkin yritystoiminnan alkuvaiheessa.

Valokuvausalan yrittäjä voi olla esimerkiksi henkilökuvaaja, mainoskuvaaja tai tapahtumakuvaaja. Valokuvaajaksi voi kouluttautua opisto-, ammattikorkea- tai yliopistotasolla (Studentum.fi). Valokuvausalalla työskentelee lisäksi myös paljon itseoppineita valokuvaajia, sillä tarjolla olevien koulutusten lisäksi valokuvaamisen ja kuvankäsittelyn opiskeluun löytyy paljon ilmaismateriaalia internetistä ja alan kirjallisuudesta.

Kilpailu valokuvausalalla on kovaa, sillä uusia valokuvaajia tulee alalle vuosittain enemmän kuin mitä töitä olisi tarjolla. Valokuvaajan työ vaatiikin jatkuvaa opiskelua sekä ajankohtaisten suuntausten seuraamista, jotta oma palvelu pysyy kilpailukykyisenä kilpailijoihin nähden. Menestyvänä valokuvaajana tärkeää on löytää oma tyylinsä tuottaa palvelua ja näin erottautua kilpailijoista ja vakiinnuttaa omaa asiakaskuntaansa. (Valokuvaajaksi.fi 2015.) Nykyään valokuvaajilta vaaditaan enemmän persoonallista kuvaustyyliä ja asiakaslähtöisyyttä, sillä yhä useammat asiakkaat haluavat valokuvissa näkyvän perinteisten studiokuvien ja pönöttämisen sijaan heittäytymistä, aitoutta ja persoonallisuutta.

Valokuvaajan ammatin kuvaillaan vaativan oma-aloitteisuutta, hyviä vuorovaikutustaitoja ja halua ylläpitää sekä jatkuvasti kehittää omia kuvan tekemisen taitoja. Lisäksi valokuvaajalta vaaditaan teknisten taitojen ja laitteiden hallintaa sekä kykyä ymmärtää visuaalisia elementtejä kuten valotusta, värejä ja sommittelua. (Studentum.fi)

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä kappaleessa viitataan liitteenä olevaan liiketoimintasuunnitelmaan ja kuvataan liiketoimintasuunnitelman toteuttamista sekä tuloksia. Liiketoimintasuunnitelma kohdeyritykselle laadittiin teoriaosuuden rakenteen mukaisesti ja valokuvausalan liittyviä erityispiirteitä otettiin huomioon liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa.

Aluksi liiketoimintasuunnitelmassa esiteltiin kohdeyrityksen perustiedot, liikeidea, toiminta-ajatus sekä visio. Yrityksen toimialana on valokuvaus ja yritys tulisi toimimaan pääosin Kuopion alueella. Yrityksen nimeä ei ole vielä päätetty, mutta liiketoimintasuunnitelmassa pohdittiin, mitä perusteita nimen valinnassa käytetään. Perustettavan yrityksen yritysmuodoksi valittiin yksityinen elinkeinoharjoittaja, eli toiminimi, sillä se osoittautui sopivimmaksi yritysmuodoksi kohdeyritykselle. Päätökseen yritysmuodosta vaikutti se, että yrityksen perustaa vain yksi henkilö, eikä ulkopuolista työvoimaa ole tarkoitusta hankkia. Lisäksi yrityksellä ei ole suurta ulkopuolisen rahoituksen tarvetta, eikä yritystoimintaa ole tarkoitusta laajentaa merkittävästi. Suuria investointeja ei ole myöskään tarvetta tehdä.

Liiketoimintasuunnitelmassa määriteltiin yrityksen ulkoiset ympäristöanalyysit poliittisesta, taloudellisesta, sosiaalisesta, teknologisesta sekä lainsäädännöllisestä ympäristöstä, joilla voisi olla merkitystä yrityksen toimintaan. Poliittista ja taloudellista ympäristöä analysoitaessa pohdittiin miten finanssipoliittikan keinot tai maailmantaloudessa tapahtuvat muutokset voisivat vaikuttaa yrityksen talouteen ja yksityiskuluttajien ostokäyttäytymiseen. Sosiaalista ympäristöä analysoitiin yksityisten kuluttajien osalta Kuopion kaupungin toimintaympäristöesityksen avulla. Esityksen avulla saatiin tietoa Kuopion alueen väestön koulutustasosta, väestönkasvusta, syntyvyydestä ja työllisyysasteesta. Teknologista ympäristöä analysoitaessa pohdittiin teknologian kehityksen aiheuttamia haasteita valokuvaustoimialalla, kun esimerkiksi järjestelmäkameroiden automaattikuvausominaisuudet sekä älypuhelinien jatkuvasti paremmiksi kehittyvät kamerat mahdollistavat lähes kenelle tahansa mahdollisuuden ottaa laadukkaita kuvia itsestään tai läheisistään, eikä valokuvauspalvelun ostamiselle välttämättä synny tarvetta. Lainsäädännöllistä ympäristöä analysoitaessa pohdittiin tekijänoikeuslain pykälien huomiointien merkitystä valokuvausalan yrittäjänä toimiessa.

Liiketoimintasuunnitelmassa esiteltiin yrityksen tarjoamat valokuvauspalvelut ja laadittiin alustava hinnasto ja avattiin hinnoittelussa käytettyjä perusteita. Palveluiden hinnoittelumenetelmänä käytettiin markkinahinnoittelua toimialalla vallitsevan kovan kilpailutilanteen vuoksi. Alustavan hinnaston hintoihin jätettiin kuitenkin hieman nostovaraa kilpailijoihin nähden, joten yrityksen hinnastoa on toiminnan vakiintumisen jälkeen mahdollista päivittää hieman ylöspäin.

Yrityksen kohdeasiakkaat määriteltiin myös osana liiketoimintasuunnitelmaa ja kohdeasiakkaat jaettiin kahteen eri segmenttiin. Kohdeasiakkaista analysoitiin heidän ostokäyttäytymistään ja mitä he mahdollisesti arvostavat valokuvauspalvelussa. Asiakkaiden määrittelyn ja segmentoinnin jälkeen analysoitiin valokuvausalalla vallitsevaa kilpailutilannetta Kuopion alueella ja laadittiin kilpailija-analyysi kolmesta kilpailevasta yrityksestä. Kilpailevien yritysten taloustietoja ei ollut saatavilla, joten kilpailija-analyysi perustuu kilpailijoiden nettisivujen ja Instagram-tilin tarjoamiin tietoihin yrityksistä.

Liiketoimintasuunnitelman markkinointiosuudessa määriteltiin tärkeimmät markkinointikanavat ja toimenpiteet sekä kohderyhmät, joille markkinointiviestintää pääosin suunnataan. Valokuvausalalla tärkeimpänä markkinointikeinona on ehdottomasti digitaalinen markkinointi, joten se on pääpainona myös kohdeyrityksen markkinoinnissa. Yritykselle luodaan verkkosivut sekä Instagram ja Facebook tilit. Visuaalisesti hyvin toteutetut, mutta kuitenkin selkeät verkkosivut ovat avainasemassa, kun asiakkaat vertailevat eri valokuvaajia ostopäätöstään tehtäessä, joten niihin panostaminen on erityisen tärkeää. Verkkosivuilla pääpainona on valokuvaajan ottamat kuvat eri kuvausvaihtoehdoista. Verkkosivujen lisäksi aktiivisuus sosiaalisessa mediassa on tärkeää. Sosiaalinen media luo valokuvausalan yrittäjille paljon mahdollisuuksia, sillä sosiaalisen median kanavat pyörivät pitkälti kuvien ympärillä. Sosiaalisen median kanavien hyödyntäminen on kannattavaa myös, sillä ne ovat lähtökohtaisesti ilmaisia ja varsinkin Instagramissa näkyvyyden saaminen nykypäivänä on suhteellisen helppoa, kun hyödyntää esimerkiksi yhteistöitä ja arvontoja sekä on itse aktiivinen päivityksissä ja tuo omaa persoonaansa ja ammattitaitoa esille. Sosiaalisen median palveluiden avulla myös viestinnän ja markkinoinnin yhdistäminen on helppoa, sillä kuvien jakamisen lisäksi palveluissa voidaan olla yhteydessä asiakkaiden kanssa reaaliaikaisesti sekä mahdollisesti myös verkostoitua muiden alan toimijoiden kanssa. Markkinointiosuudessa selvitettiin myös myynninedistämisen keinoja sekä asiakaspalvelun laadun merkitystä. Markkinointiosiota laatiessa huomattiin, että kohdeyritykselle olisi tarpeen laatia myös erillinen markkinointisuunnitelma, jonka avulla syvennyttäisiin tarkemmin markkinoinnissa käytettäviin menetelmiin ja niiden seuraamiseen sekä voitaisiin asettaa tavoitteita markkinointitoimenpiteisiin.

Yritystoimintaan liittyviä riskejä ja riskienhallinnan keinoja koskien pohdittiin, millaisia riskejä kohdeyrityksen toimintaan voisi mahdollisesti liittyä. Riskeihin kirjattiin kuvauslaitteiston rikkoutuminen, markkinointiviestinnän epäonnistuminen, palvelun menekin vaihtelu, ammattitaidon riittämättömyys sekä yrittäjän tapaturma. Kaikkien näiden riskien varalle mietittiin ennaltaehkäisevät toimenpiteet sekä mahdolliset vakuutukset riskien varalle.

Rahoitusosiossa perustettavalle yritykselle laadittiin rahoitustarvelaskelma ja kannattavuuslaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle. Kannattavuuslaskelman pohjalta laadittiin myös laskutustavoitelaskelma, jolloin saatiin selvitettyä päivittäinen laskutustavoite sekä myös tuntilaskutustavoite. Näiden lisäksi laadittiin myös esimerkki kuukausimyyntisuunnitelmasta, jossa eriteltiin mitä palveluja tulisi myydä minkäkin verran, jotta kuukausittainen liikevaihtotavoite voitaisiin saavuttaa. Laskelmien perusteella todettiin, että yritystoiminta voisi olla kannattavaa ja yrityksen perustamiseen tarvittavaan rahoitukseen riittäisi hyvin yrittäjän omat sijoitukset yritykseen, eikä ulkopuoliselle rahoitukselle olisi alussa tarvetta.

Lopuksi liiketoimintasuunnitelmaan tehtiin yhteenvedon muodossa SWOT-analyysi, jossa analysoitiin kokonaisvaltaisesti yrityksen toimintaa vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien valossa. Lopussa selvitettiin myös käytännön toimien järjestämistä, joita olivat kirjanpidon järjestäminen, toimitilojen valinnassa huomioitavat seikat, yritystoimintaa varten hankittavat vakuutukset sekä ALV-velvolliseksi ilmoittautuminen.

6 OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA POHDINTA

6.1 Opinnäytetyön tavoitteiden toteutuminen

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia liiketoimintasuunnitelma valokuvausalalla aloittavalle yritykselle sekä selvittää yrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen liittyviä asioita. Opinnäytetyön teoriaosa sisältää tietoa yrittäjyydestä, yritysmuodoista sekä yrityksen perustamiseen liittyvistä toimista ja opinnäytetyön tuotoksena syntyi liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle, joten nämä asetetut tavoitteet saavutettiin. Laadittua liiketoimintasuunnitelmaa pystyisi käytännössä hyödyntämään, mikäli yritys perustetaan.

Liiketoimintasuunnitelma laadittiin valokuvausalan yrityksen toiminnan kannalta tärkeät asiat huomioiden. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa teorian soveltaminen käytäntöön oli ajoittain vaikeaa, sillä pienyrityksen liiketoimintasuunnitelman kannalta tietyt asiat tuntuivat liian teoreettisilta ja turhilta mietittäväksi. Esimerkiksi ulkoisten ympäristöanalyysien laatiminen tuntui aluksi haasteelliselta tämän vuoksi. Olen kuitenkin sitä mieltä, että liiketoimintasuunnitelma on tärkeä työväline aloittavalle yrittäjälle, vaikka kyseessä olisikin pienyritys. Sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” kuvaa mielestäni hyvin liiketoimintasuunnitelman merkitystä. Liiketoimintasuunnitelman tärkeimpänä tavoitteena on selvittää yrittäjälle itselleen, millaista yritystä hän on perustamassa ja kuinka kyseinen liiketoiminta saadaan kannattavaksi. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on tärkeää myös, mikäli uusi yrittäjä haluaa hakea starttirahaa tueksi yritystoiminnan alkuvaiheeseen. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on tärkeää myös mahdollisten ulkopuolisten rahoittajien kannalta, sillä kattavan liiketoimintasuunnitelman avulla rahoittajille voidaan varmistaa liiketoiminnan tulevan olemaan menestyksekkästä.

Tutkimuksen eettisyyteen ja luotettavuuteen liittyen tutkimuksen laatimisessa on noudatettu hyvää tieteellistä käytäntöä. Teoreettisessa viitekehyksessä tietoperustana käytettyihin lähteisiin on tehty asianmukaiset viittaukset tekstissä ja lähdeluettelossa. Tutkimuksen tuloksien julkaisussa noudatetaan tutkimuksen luonteeseen kuuluvaa avoimuutta, sillä vaikka itse liiketoimintasuunnitelma ei ole julkisesti julkaistava osa, on siihen viitattu ja sen tuloksia analysoitu kappaleessa 5. Huomioitavaa on kuitenkin, että laaditun liiketoimintasuunnitelman luotettavuuteen voi vaikuttaa se, että teoriaosuuden tietoperustan ja toimialan erityispiirteisiin tutustumisen lisäksi liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on käytetty apuna kirjoittajan omia tietoja ja käsitystä aiheesta.

6.2 Haasteet ja havainnoinnit

Opinnäytetyöprosessi oli itselleni opettavainen, mutta myös erittäin haastava kokemus. Haastavimmaksi opinnäytetyössä oli työn aloittaminen ja ajankäytön hallinta. Prosessin aikana yllätyin siitä, kuinka paljon aikaa sopivien lähdeaineistojen löytämisessä, kirjallisuuteen syventymisessä ja aineistojen rajaamisessa meni. Kirjallisuuden valinta ja rajaus tuntui haastavalta, sillä yritykseen perustamiseen ja liiketoimintasuunnitelmaan liittyen löytyy paljon aineistoja. Useissa eri lähteissä liiketoimintasuunnitelma laaditaan eri tavalla, riippuen mihin painopisteeseen liiketoimintasuunnitelman laadinta perustuu. Teoriaosuuden rajaamisen jälkeen rakenteesta tuli mielestäni selkeä ja johdonmukainen. Ohjaajaltani saama palaute työn edetessä antoi uusia näkökulmia työlle ja kannusti jatka-

maan, vaikka työn tekeminen tuntui ajoittain uuvuttavalta. Toisaalta haasteeksi koitui myös valokuvausalaa käsittelevien lähdemateriaalien löytäminen, sillä valokuvausalasta ei löytynyt sopivia kirjallisuuslähteitä, mutta internetlähteitä onneksi löytyi, vaikkakin valokuvausalasta ja valokuvausyrittäjyydestä olisin alun perin ajatellut löytäväni enemmän tietoperustaa. Pyrin käyttämään työssäni mahdollisimman uusia lähteitä ja mielestäni onnistuin siinä hyvin. Ainoastaan tutkimusmenetelmää koskevat lähteet olivat melko vanhoja.

Lopulta teoriaosuuden kirjoittamisen jälkeen itse liiketoimintasuunnitelman laatimiseen ei jäänyt niin paljon aikaa kuin olin alun perin suunnitellut, mutta pyrin kuitenkin tekemään liiketoimintasuunnitelmasta mahdollisimman kattavan. Mielestäni aloittava yrittäjä voisi hyödyntää laadittua liiketoimintasuunnitelmaa yritystoimintaa aloittaessaan sekä myös yritystoiminnan käynnistyttyä toiminnan tukena. Liiketoimintasuunnitelmaa on myös mahdollista tulevaisuudessa päivittää ja jalostaa eteenpäin, mikäli yrityksen toiminta ei käynnistyäkään vielä lähitulevaisuudessa.

Opinnäytetyöprosessin aikana oma mielenkiinto ja arvostus yrittäjyyttä kohtaan kasvoi suuresti, sekä tuli pohdittua myös omia yrittäjävalmiuksia ja mietittyä olisiko minusta yrittäjäksi. Myös liiketoimintasuunnitelman laatimisen tärkeys korostui itselle. Kehittämistoimenpiteenä jatkoa ajatellen olisi markkinointisuunnitelman laatiminen kohdeyritykselle. Myös sosiaalisen median hyödyntämisestä markkinointikeinona valokuvausalan yrittäjänä voisi laatia esimerkiksi haastattelututkimuksen ja näin tutkia ilmiötä tarkemmin.

LÄHTEET

- Alikoski, Risto, Hakonen, Marika & Viitasalo, Jari 2018. Yritystoiminnan taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Hesso, Johannes. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakamari.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, Tuulikki. 2021. Yrityksen perustamisopas 2021, Käytännön perustamistoimet. Espoo: Asiatieto T. Holopainen Oy.
- Ilmoniemi, Maija, Järvensivu, Petri, Kyläkallio, Kalle, Parantainen, Jari & Siikavuo, Juha 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Jyväskylän yliopisto 2020. Kirjallisuuskatsaus. Verkkojulkaisu. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/kirjasto/kirjastotuturi/aihehaku-tutkimusprosessissa/aihe-avainkasitteiksi/kirjallisuuskatsaus>. Viitattu 23.2.2021.
- Kananen, Jorma. 2018. Yrittäjän sosiaalisen median strategiaopas. Jyväskylä: Suomen yliopistopaino Oy.
- Patentti- ja rekisterihallitus 2021. Yksityisen elinkeinoharjoittajan perustamisilmoitus. Verkkojulkaisu. Päivitetty 26.2.2021. <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html>. Viitattu 21.3.2021.
- Peltola, Leena. 2015. Liikeideasta liikkeelle. Porvoo: Edita Publishing Oy.
- Puustinen, Terho. 2006. Avain omaan yritykseen. Kirjakas.
- Rope, Timo. 2020. Kevytyrittäjyys työelämän muutoksessa. Tampere: Tammertekniikka.
- Studentum.fi 2021. Median ja kuvallisen ilmaisun perustutkinto. Verkkojulkaisu. <https://www.studentum.fi/koulutukset/ingmanedu-kulttuurialan-ammattiopisto/media-alaan-ja-kuvallisen-ilmaisun-perustutkinto-valokuvaus-133727>. Viitattu 13.2.2021.
- Suomi.fi 2020. Liiketoimintasuunnitelma. Verkkojulkaisu. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/liiketoimintasuunnitelma>. Viitattu 21.2.2021.
- Suomen virallinen tilasto (SVT). Aloittaneet ja lopettaneet yritykset 2020 [verkkojulkaisu]. ISSN=1797-0660. Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu 2021-2-13]. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>
- Uusyrityskeskus 2021. Liiketoimintasuunnitelma. Verkkojulkaisu. <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>. Viitattu 31.1.2021.
- Valokuvaajaksi.fi 2015. Yrityksen perustaminen. Verkkojulkaisu. <http://www.valokuvaajaksi.fi/yritystoiminta/yrityksen-perustaminen/>. Viitattu 13.2.2021.
- Viitala, Riitta & Jylhä, Eila 2013. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Yrityksenperustaminen.net. Liiketoimintasuunnitelma. Verkkojulkaisu. <https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>. Viitattu 31.1.2021.

Yrittäjät.fi. Yrityksen perustamisen opas. Verkkojulkaisu. <https://perustayritys.yrittajat.fi/>. 21.2.2021.

Yrittäjät.fi. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen. Verkkojulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/liiketoimintasuunnitelman-tekeminen>. Viitattu 13.2.2021.