



MITEN YRITTÄJÄ OPPII KÄVELE- MÄÄN PYSTYSSÄ?

Opas ensimmäisiin askeliin

Marika Berg

Opinnäytetyö
Lokakuu 2012
Liiketalouden koulutusoh-
jelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

MARIKA BERG

Miten yrittäjä oppii kävelemään pystyssä?
Opas ensimmäisiin askeliin

Opinnäytetyö 97 sivua, joista liitteitä 8 sivua
Lokakuu 2012

Ajatus yrittäjäpolun ensimmäisistä askeleista syntyi tekijän omasta tarpeesta saada ohjausta uutta uravalintaa tehtäessä. Uravalinnan ohjautuessa yrittäjän ammattiin tulevan yrittäjän on saatava lisävahvistusta valinnalleen. Lisävahvistusta tarjotaan erilaisin yrittäjätestein. Tekijän itse tehdessä testit kaikkein hyödyllisimmäksi osoittautui Finnveran yrittäjätesti. Mitään valmista kaavaa yrittäjäksi ryhtymiseen ei ole olemassa, mutta päätös yrittäjäksi ryhtymiseen helpottuu, kun selvittää itselleen yrittämisen mahdollisuuden omien ominaisuuksien ja taloudellisten realiteettien kautta. Ilman tietoa yrittämisestä hyvä yritysidea saattaa jäädä toteutumatta.

Todellinen henkinen liikkeellelähtö tapahtuu ensimmäisessä yhteydenotossa yrittämisen asiantuntijoihin. Ulkopuolinen taho selkeyttää edelleen yrittäjäksi aikovan ajatuksia. Asiantuntijat ohjaavat ajatuksia objektiivisesti ja realistisesti. Työssä esitellään laajasti erilaisia väyliä, jotka ovat tarpeellisia ennen yrityksen perustamista.

Ensimmäinen toiminnallinen ponnistus on liikeidean saattaminen paperille. Tämä selkeyttää ja kiteyttää yrittämisen tarkoituksen eli miten idealla voidaan saada aikaiseksi kannattavaa liiketoimintaa. Ennen liikeideatyöskentelyä tutkittiin yritysidea, tavoitelli-keideaa, missiota, arvoja ja visiota. Missio ja arvot osoittautuivat tulevan liikeidean kannalta tärkeiksi välineiksi ja niiden luoman hengen tulisi säilyä koko yrityksen elinkaaren ajan. Ne tulevat olemaan ohjaavina tekijöinä strategiseen suunnitteluun.

Varsinaisessa liikeideatyöskentelyssä käytettiin kahta erilaista liikeideamallia, jotka osoittautuivat varsin hyviksi keinoiksi työskentelyyn. Niissä tuleva yrittäjä joutuu todella puntaroimaan omaa ideaansa.

Uuden yrityksen markkinoilletulon haasteellisuutta kuvattiin liikeidean diffuusioajattelulla. Diffuusioiteoriassa käytettävä S-käyrä antaa liikeideatyöskentelyyn näkemystä siitä, miten erityyppiset asiakkaat suhtautuvat markkinoilla uutena toimivaan yritykseen ja sen liikeideaan.

Tulevaisuusaspekti liikeidean suhteen otettiin työssä tarkastelun alle liikeidean elinkaar-iajattelun kautta. Ei riitä, että yrityksellä on yksi liikeidea vaan liikeidea on muuttuva elementti, joka ei kanna loputtomiin. Tästä syystä yrityksellä kannattaa olla monta päällekkäistä yhteensopivaa liikeideaa, jotta yrittäminen olisi menestyksestä ja kestävä. Vaihtoehtoisesti olemassa olevaan liikeideaan on tuotava uusia elementtejä, jotta yritys pysyy kannattavana.

Asiasanat: Yrittäjäyys, yrittäjätetit, liikeidea, liikeideamalli, diffuusio, elinkaari

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

MARIKA BERG

How can an entrepreneur learn to walk bolt upright?
A guidebook for the first steps

Bachelor's thesis 97 pages, appendices 8 pages
October 2012

The idea of the path of the first steps as an entrepreneur was born in the author's own need to get instruction for a new career choice. Career direction towards being an entrepreneur needs confirmation to his career choice. Additional confirmation is provided through various tests. The most useful test proved to be the Finnvera test tested by the tester himself. There is no ready made formula for becoming an entrepreneur, but the decision to become an entrepreneur becomes easier when trying to find out for himself the possibilities of their own characteristics and economic realities. Without the knowledge of entrepreneurship a good business idea can not be implemented.

A real mental departure happens in contacting the entrepreneur experts. An outside party can clarify the thoughts of an entrepreneur. The experts can guide the ideas objectively and realistically. The presentation can have a wide range of channels, which are necessary before starting a business.

The first effort is a functional business idea and is placed on the paper. This is to clarify and crystallize an entrepreneurial idea of how a profitable business can be achieved. Prior to working with the business idea, the business idea was studied, its goal, mission, values and vision. Mission and values turned out to be the future tools of business idea and they should remain firm throughout the life time of the business. They will be the guiding factors in strategic planning.

The actual work of the business idea was used in two different business concept models which proved to be great ways to put it to work. The future entrepreneur has to really weigh the idea on its own.

The challenge of a new company's market entry was described as a diffusion business idea. In the diffusion theory the diffusion S-curve gives the business idea work of knowledge of how the different types of customers think about new business and its concept.

The aspect of the future was taken under a review in business idea through a life cycle approach. It is not enough that the company has one business idea but the idea itself is a variable element that doesn't carry on forever. For this reason, the company should be compatible with many overlapping business ideas, in order to attempt to be successful and sustainable. Alternatively, an existing business idea has new elements, so that the company remains viable.

Key words: enterprise, entrepreneur tests, business idea, model of business idea, diffusion, life cycle

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Yrittäjyyden ja yrittäjien määrittely	6
1.2	Suomalaisten mielikuvat yrittäjyydestä.....	11
2	YRITTÄJÄKSI RYHTYMISEN PROSESSI.....	16
2.1	Perusteet yrittäjäksi ryhtymiseen	16
2.2	Yrittäjäksi ryhtymisen esteet	17
3	YRITTÄJÄOMINAISUUDET	22
3.1	Ideaali yrittäjäpersoona	22
3.2	Yrittäjäominaisuuksien arviointi.....	25
3.3	Yrittäjätestit	25
3.3.1	eRekrytorin yrittäjätesti.....	26
3.3.2	YES-keskuksen yrittäjätesti	27
3.3.3	Finnveran yrittäjätesti	29
4	YRITTÄJÄN POLKU	43
4.1	Yrittäjän sivustot Internetissä	43
4.2	Alkavan yrittäjän palveluverkosto	45
4.2.1	Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.....	45
4.2.2	Muut tahot	47
4.2.3	Työ- ja elinkeinotoimisto	49
4.2.4	Uusyrityskeskukset	50
4.3	Yrittäjäväylät Pirkanmaalla	51
4.3.1	Marssijärjestys.....	55
4.4	Rahoitus.....	56
5	PERUSTAMISIDEASTA LIIKEIDEAAN.....	62
5.1	Missio	63
5.2	Arvot.....	64
5.3	Visio	67
5.4	Liikeidea	68
5.4.1	Liikeideamalli 1	68
5.4.2	Liikeideamalli 2.....	77
5.4.3	Liikeidean diffuusio	78
5.4.4	Liikeidean elinkaari	80
5.4.5	Liiketoimintasuunnitelma	82
6	YHTEENVETO	84
	LÄHTEET	86
	LIITTEET.....	90

Liite 1. eRekrytorin yrittäjätestin tulokset	90
Liite 2. YES Yrittäjätestin tulokset	93
Liite 3. Finnveran yrittäjätestin tulokset	94
Liite 4. Lainalaskelma	97

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön otsikko kuvaa hyvin tämän työn tarkoitusta. Tämä työ on tarkoitettu yrittäjäksi ryhtymistä pohtivalle henkilölle. Lukijaa haastetaan miettimään perusteellisesti ensinnä uravalintaa ja persoonallisia ominaisuuksiaan. Yrittäjäominaisuuksien määrittämiseksi tutustutaan kolmeen erilaiseen yrittäjätettiin, jotka antavat jokainen osaltaan suuntaa pohdinnoille yrittämisen arjesta.

Yhteiskunta tarjoaa yrittäjille paljon sekä asiantuntija- että rahoitusapua. Nämä väylät on hyvä tuntea ennen yrittämisen perustamista. Työssä tutustutaan kaikkiin tärkeisiin tahoihin, joista on hyötyä yrittämisen alkumetreillä.

Liikeideatyöskentely on tärkeä osa yrityksen perustamistoimia. Työskentelyn voi tehdä monella eri tavalla, mutta tuloksen on oltava aina huolellisesti suunniteltu ja realiteetit huomioon ottava.

Liikeidean hiomisen jälkeen alkaa toinen kova urakka eli liiketoimintasuunnitelman työstäminen. Tässä työssä käydään hyvin pintapuolisesti läpi liiketoimintasuunnitelma ja sen osat.

1.1 Yrittäjyyden ja yrittäjien määrittely

Yrittäjyyden määritelmä

Sutinen ja Viklund ovat kirjassaan hakeneet määritelmää sanalle yritys Nykysuomen sanakirjasta. Sanakirjan mukaan ”Yritys on teko, joka onnistuu, epäonnistuu tai on turha.” (Sutinen & Viklund 2005, 34.) Samainen sanakirja esittää yrittämisen terminä seuraavasti: ”Yrittäminen on itsenäistä, taloudellista toimintaa, jonka tulos ei ole etukäteen tiedossa.” (Sutinen & Viklund 2005, 34.) Positiivisemmän kuvan yrittäjyydestä antaa Matti Pelkonen. Hänen mukaansa

Yrittäjyys on ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapa, joka saa yrittäjän henkisine ja aineellisine voimavaroineen järjestäytymään ja toimimaan se-

kä sen yksilöt ja työyhteisöt käyttäytymään tehokkaasti asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. (Pelkonen, Sutisen & Viklundin 2005, 34 mukaan.)

Kaikki kolme määrittelyä kuvaavat realistisesti osin raadollisesti todellista yritystoimintaa.

Yrittäjyyden luokat

Tekesin julkaisussa (2005, 11) yrittäjyys on jaettu neljään eri luokkaan Binksin ja Valen (1990) mukaan, jotka ovat

1. uutta luova yrittäjyys,
2. resursseja uudelleen suuntaava yrittäjyys,
3. resurssien käyttöä tehostava yrittäjyys ja
4. omega-yrittäjyys.

Uutta luova yrittäjyys

Tekesin julkaisussa kuvataan uutta luovan yrityksen uudistavan taloutta tuomalla uutuusarvoa, joka liittyy tuotteeseen, raaka-aineeseen, markkinoihin, prosesseihin, toimintatapoihin tai teollisiin uudelleenjärjestelyihin (Tekes 2005, 11).

Resursseja uudelleen suuntaava yrittäjyys

Yrittäjyys perustuu perusinnovaatioon, jota levitetään eri aloille (Tekes 2005, 11). Kyse on siis jonkun muun kehittämän innovaation kopioinnista. Innovaation levittäminen onnistuneesti vaatii kehittyntä vainua siitä, missä siitä voi saada parhaan mahdollisen tuoton.

Resurssien käyttöä tehostava yrittäjyys

Kun resurssien käyttöä tehostetaan, tehostamisessa pyritään saamaan mahdollisimman suuri tulo olemassa olevista resursseista (Tekes 2005, 11).

Omega-yrittäjyys

Omega-yrittäjyydessä innovatiivisuus näkyy olemassa olevien resurssien uudelleen käytössä (Tekes 2005, 11). Tämä yrittäjyysluokka poikkeaa resursseja uudelleen suuntaavasta yrittäjyydestä siinä, että innovaatioita osataan käyttää toisissa yhteyksissä.

Yrittäjyystyypit

Matti Pelkonen jakaa yrittäjyyden kahteen tyyppiin: sisäinen yrittäjyys ja ulkoinen yrittäjyys (Sutinen & Viklund 2005, 34). Raatikainen (2011, 16) löytää näiden lisäksi vielä kolmannen muodon: omaehtoinen yrittäjyys.

Raatikainen (2011, 16–19) ja Pelkonen (Sutinen & Viklund 2005, 34) kuvaavat sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden samalla tavalla. Yhteenveto määritelmästä ja omaehtoinen yrittäjyys esitetään taulukossa yksi.

TAULUKKO 1. Yrittäjyystyypit

Sisäinen yrittäjyys	Ulkoinen yrittäjyys	Omaehtoinen yrittäjyys
toimintaa yritteliäästi jonkun toisen yrityksen palveluksessa	itsenäistä toimintaa, johon liittyy pienyrityksen omistus ja johtaminen	omien kykyjen käyttämistä itsen työllistämiseen, kuten käsityöläiset ja taiteilijat
yksilön ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapa	yksilö omaa yrittäjäominaisuuksia	yksilön oma kehityskertomus, jonka muodostamiseen voi itse vaikuttaa
innovatiivinen toiminta, joka parantaa työyhteisön menestymistä	tärkeä työllistävä vaikutus	innovatiivisuus ja uskallus tarttua uusiin mahdollisuuksiin

Yrittäjätyyppit

Yrittäjiä voidaan tyypitellä monella eri tavalla. Raatikainen (2011, 26) luonnehtii erilaisia yrittäjätyyppisiä ja jakaa yrittäjätyyppit ensinnä karkeasti kuten alla.

1. Käsityöyrittäjä
 - on yksinyrittäjä tai kuuluu työosuuskuntaan.
2. Perinteinen yrittäjä, liikemiestyyppi
 - pitää tärkeänä voittoa.
 - palkkaa työntekijöitä.
 - osallistuu vähän operatiiviseen toimintaan.
 - haluaa yrityksensä kasvavan.
3. Toimitusjohtajatyypinen yrittäjä
 - hakee toiminnalleen ulkopuolista tunnustusta.

- on ulospäin suuntautunut ja aktiivinen yrittäjäjärjestöissä ja muissa luottamus-tehtävissä.
- on hyvä johtamaan ja delemoimaan.
- omistaa yleensä suuremman yrityksen kuin perinteinen yrittäjä.
- pyrkii laajentamaan yritystään entisestään.

Edelleen Raatikainen (2011, 26,27) jakaa yrittäjät heidän toimintatapojensa mukaan.

1. Yleismies
 - keskittää kaiken vallan itselleen.
 - on joka paikan höylä.
 - arvostaa riippumattomuutta.
 - omistaa yhden henkilön yrityksen.
2. Uudistaja
 - on innovaattori.
3. Organisaattori
 - arvostaa tehokkuutta ja tuottavuutta.
4. Rutiinien taitaja
 - tekee asiat hyväksi havaitulla tavalla.

Sutinen ja Viklund (2005, 43–45) tuovat oman näkökulmansa yrittäjätyyppeihin. He luokittelevat yrittäjätyyppit myös toimintatapojen mukaan, mutta tekevät sen Raatikaista yksityiskohtaisemmin.

1. Yksityisyrittäjät
 - työllistävät itsensä.
2. Tiiminrakentajat
 - työllistävät itsensä lisäksi myös muita.
3. Innovatiiviset pienyrittäjät
 - täydentävät toistensa osaamista.
4. Riippumattomat innovaattorit
 - ovat erikoistuneet kehitystyöhön ja suunnitteluun.
5. Volyyminsaalistajat
 - valtaavat markkinoita yritysostoin.

6. Pääomien niputtajat
 - ovat investointipankkeja ja rahoittajia, jotka harrastavat varojen siirtoa yksityisiltä ja instituutioilta omien laskujensa mukaisiin tuotannollisiin kohteisiin.
7. Liikeidean monistajat
 - ovat franchising-yrittäjiä.
8. Tervehdyttäjät
 - ottavat haltuun kriisiyrityksen, jonka pyrkivät elvyttämään.
9. Havittelijat, keinottelijat
 - liikkuvat laillisuuden rajoilla toiminnassaan.

Yrittäjän hahmotellessa yrittäjäpersoonansa ja sovittaessa sitä perusideaansa hän tyypittää itsensä johonkin edellä mainituista ryhmistä. Tyypittäminen on eräänlaista alustavan strategian tekemistä, koska siinä osaltaan jo valitaan tapa toimia.

Naisyrittäjäisyys

Suomessa naisyrittäjien määrä on noin kolmannes kaikista yrittäjistä (ELY: Naisyrittäjäisyys 2012). Naisyrittäjä on ollut ja on yhä eriarvoisessa asemassa verrattuna miesyrittäjiin. Sutisen ja Viklundin (2005, 43) mukaan suurimmat ongelmat liittyvät perheen ja uran yhdistämiseen.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, myöhemmin ELY-keskus tai ELY, käynnisti vuonna 2010 kehittämishankkeen, joka kehitti naisyrittäjien työhyvinvointia ja liiketoimintaosaamista tukevia palveluita sekä yrittäjien sijaispalvelua (ELY: Naisyrittäjäisyys 2012). Sutisen ja Viklundin (2005, 43) havaitsemaan perheen ja uran yhdistämisongelmaan yritetään tuoda apua sijaispalvelutoiminnan kehittämällä. Sipa eli yrittäjien sijaispalvelutoiminta toimii valtakunnallisesti nimensä mukaan sijaispalvelutyöntekijöiden välitysportaalina (SIPA: Yrittäjien sijaispalvelu 2012). Sijaispalvelu (SIPA: Yrittäjien sijaispalvelu 2012) sekä kouluttaa sijaisia työhönsä että yrittää edistää työntekijän ja työnantajan menestyksekkäitä kohtaamisia. Tämä palvelu on luotu vuonna 2010 alkaen naisyrittäjäisyyden kehittämishankkeen myötä, mutta se palvelee sekä miehiä että naisia.

ELY-keskukset ja Uusyrityskeskukset järjestävät monipuolista yrittäjäyyskoulutusta ja työvoimakoulutusta muun muassa yrityksen perustamisvaiheessa, jota esitellään tar-

kemmin tässä työssä (sivut 46, 47 ja 49, 50). Naisyrittäjien näkökulmasta ELY-keskukset järjestävät maksullisia Ladies' Business School-ohjelmia ja erityyppisiä kehittämisen- ja koulutusohjelmia yritysten eri kehitysvaiheisiin (ELY. LBS 2012).

Yhteiskunta tukee naisyrittäjyyttä myös rahoituksellisesti. Näistä naisyrittäjän eduista kerrotaan tässä työssä luvussa 4.4 (sivut 58, 59).

Naisyrittäjiä varten on olemassa erityisiä yhdistyksiä ja muita tahoja, jotka tukevat naisten yrittäjyyttä. Naisyrittäjyyskeskus on yksi Suomen Uusyrittäjäkeskusten yhdistyksistä ja sen missiona on rohkaista naisia yrittäjyyteen sekä kannustaa ja tukea yrityksiä alkumetreillä (Naisyrittäjyyskeskus 2012). Yrittäjänuorten keskusliitto (2012) ajaa yrittäjänuorten taloudellisia ja yhteiskunnallisia etuja valtakunnallisesti.

1.2 Suomalaisten mielikuvat yrittäjyydestä

Matti Pelkosen (Sutinen & Viklund 2005, 36) 1980-luvun ”Mitä on yrittäjyys” -haastattelututkimuksessa tavalliset suomalaiset arvioivat yrittäjyyttä tutkijan esittämien väittämien avulla. Tutkimuksen mukaan kymmenen eniten pistettä saanutta väittämää olivat vastuun kantaminen, aloitekyky, itsenäisyys, työhalu, tarmokkuus, aktiivisuus, tavoitteellisuus, rohkeus ja menestymisen halu (Sutinen & Viklund 2005, 36).

Kimmo Hyrsky (2001) tuo näkökulmaa yrittäjyyden määritelmään analysoimalla tutkimuksessaan suomalaisten mielikuvia yrittäjyydestä (Tekes 2005, 18). Tutkimuksen mukaan suomalaisten kuva yrittäjyydestä on samalla kielteinen sekä myönteinen. Yrittäjiä pidettiin työteliinä vastuunkantajina, mutta yhtä aikaa härskeinä oman edun tavoittelijoina. Negatiivinen suhtautumistapa on Hyrskyn (2001) mukaan 70-luvun yrittäjyyteen suhtautuvan kielteisen asenneilmaston jäämistöä (Tekes 2005, 18). Suhtautuminen yrittäjäkulttuuriin on kuitenkin muuttumassa, koska asenneilmasto on lämpenemässä tutkimukseen vastanneiden nuorten myönteisen suhtautumisen myötä, päättelee Hyrsky (Tekes 2005, 18).

Finnveran yrittäjätestin johdannon (Finnvera: Yrittäjätesti 2012) käsitellään suomalaisten yleistä mielikuvaa yrittäjyydestä ja yrittäjäpersoonasta. Testin johdannon mu-

kaan on edelleen vallalla käsitys, että yrittäjän tarvitsee olla poikkeuksellinen yksilö menestyäkseen, liikeidean tulee olla ainutlaatuinen ja yrittäjän työpäivät venyvät pitkiksi. Testin johdannossa painotetaan kuitenkin, että ennakkokäsityksistä huolimatta periaatteessa jokainen yksilö voi menestyä yrittäjänä. Toisilla on kuitenkin luontaisesti paremmat edellytykset menestyäkseen (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Tämän pätee oikeastaan jokaisella elämäalueella. Vaikka luontaisia edellytyksiä ei olisikaan, yksilö voi menestyä valitsemallaan uralla ja henkilökohtaisessa elämässään. Joten miten yrittäminen poikkeaisi muista urista niin paljon, että yksilön tarvitsisi olla seppä syntyessään?

Sampo Pankin vuonna 2007 toteutetun tutkimuksen mukaan suomalaiset yrittäjät ovat tyytyväisempiä työhönsä kuin muut suomalaiset keskimäärin (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007). Sampo Pankki sai vastauksia yli 7000 vuonna 2007 tekemäänsä Suureen Suomalaiseen Yrittäjätutkimukseensa. Vastanneista noin 2900 henkilöä toimi päätoimisena yrittäjänä ja loput vastanneista olivat palkansaajia, jotka olivat kiinnostuneita yrittäjyydestä (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007). Tutkimus toteutettiin osin vastauslomakkeen avulla osin puhelinhaastatteluilla vastauslomakkeiden ollessa suurin tiedonkeruumenetelmä.

TAULUKKO 2. Suuri Yrittäjätutkimus 2007 (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007, muokattu)

Ei-yrittäjät:	Yrittäjät:
Kaksi tärkeintä motiivia yrittäjyyttä harkitsevien parissa, kun kyseessä on yrittäjäksi ryhtyminen: <ol style="list-style-type: none"> 1. itsensä ja unelmiensa toteuttaminen 2. työn vapaus ja itsenäisyys 	Kaksi tärkeintä motiivia yrittäjäksi ryhtymiseen: <ol style="list-style-type: none"> 1. työn vapaus ja itsenäisyys 2. itsensä ja unelmiensa toteuttaminen
Tärkeimmät arvot: <ol style="list-style-type: none"> 1. perhe ja koti 2. ystävät ja ihmissuhteet 3. työ 4. harrastukset ja vapaa-aika 5. raha 	Tärkeimmät arvot: <ol style="list-style-type: none"> 1. perhe ja koti 2. ystävät ja ihmissuhteet 3. työ 4. harrastukset ja vapaa-aika 5. raha
Merkittävästi tyytyväisempiä kuin yrittäjät harrastuksiin, ystäviin ja vapaa-aikaan	Merkittävästi tyytymättömämpiä kuin ei-yrittäjät harrastuksiin, ystäviin ja vapaa-aikaan
Tyytymättömämpiä kuin yrittäjät tulotasoon, autoon ja asuntoon	Tyytyväisempiä kuin ei-yrittäjät tulotasoon, autoon ja asuntoon
Eivät koe palkitsevuuden tunteita juuri koskaan	Tuntevat palkitsevuuden tunteita vähintään päivittäin
26 % vastanneista tuntee onnellisuuden tunteita jatkuvasti tai päivittäin	37 % vastanneista tuntee onnellisuuden tunteita jatkuvasti tai päivittäin
14 % vastanneista tunnustaa, että työllä on liian suuri rooli elämässä	25 % vastanneista tunnustaa, että työllä on liian suuri rooli elämässä
32 % vastanneista käyttää alkoholia viikoittain	noin 50 % vastanneista käyttää alkoholia viikoittain
55 % ei liiku omasta mielestään tarpeeksi	67 % ei liiku omasta mielestään tarpeeksi
Syövät km. terveellisemmin kuin yrittäjät	Syövät km. epäterveellisemmin kuin ei-yrittäjät
Heräävät arki-aamuisin km 6.45 ja menevät nukkumaan km. 23.00	Heräävät arki-aamuisin km 6.45 ja menevät nukkumaan km. 23.15

7088 vastaajaa, joista 2888 päätoimista yrittäjää, loput palkansaajia, jotka ovat kiinnostuneita yrittäjyydestä tai harkitsevat yrittäjäksi siirtymistä. 6276 osallistui tutkimukseen vastauslomakkeella, puhelinhaastattelulla 812.

Kaksi tärkeintä motiivia siihen, miksi on lähdetty yrittämään, ovat yrittäjätyön vapaus ja itsenäisyys sekä omien unelmien toteuttaminen (Sampo Pankki & Nero Partners 2007). Nämä motiivit ilmeisesti toteutuvat käytännössä yrittäjän arjessa, sillä ne ovat tutkimuksen mukaan osoittautuneet kaikkein tärkeimmiksi tyytyväisyystekijöiksi. Ei-yrittäjien motiivit yrittäjäksi ryhtymiseen ovat samoilla linjoilla kuin yrittäjien. Yrittäjä kokee myös palkitsevuuden tunnetta lähes päivittäin, kun taas ei-yrittäjistä 40 % ei koe palkitsevuutta juuri koskaan (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007).

Yrittäjät ovat lisäksi tyytyväisempiä ja optimistisempia työn tulevaisuuden näkymistä, kun kyseessä oli

- työn sisältö,
- työn arvostus,
- työn haastavuus,
- työssä jaksaminen,
- urakehitys tai
- asema työelämässä (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007).

Tutkimuksen mukaan työssä jaksamisen suhteen tasan puolet yrittäjistä kertoo pystyvänsä pitämään työn ja vapaa-ajan tasapainossa. Ei-yrittäjistä 14 % kuuluu työnarkomaanien ryhmään ja neljännes yrittäjistä tunnistaa työllään olevan liian suuren roolin elämässä, joten osalle yrittäjistä työssä jaksaminen voi olla heikkoa.

Suuren Suomalaisen Yrittäjätutkimuksen (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007) mukaan ei-yrittäjistä 35 % on harkinnut yrittäjäksi ryhtymistä tärkeimpänä motiivinaan itsensä toteuttaminen. Epävarmuutta yrittäjyyttä harkinneet kokivat erityisesti ansiotasostaan ja yrityksen asiakasmäärän riittävydestä sekä omaisuutensa menettämisestä (Sampo Pankki & Nero Partners: Tiedotteet 2007).

Sampo Pankin & Nero Partnersien tutkimus on tehty vuonna 2007 parhaan nousukauden aikana. Tätä tutkimusta seurasi taantuman aikana tehty Sampo Pankin tutkimus vuodelta 2009.

2000-luvun yrittäjä tekee 47,5-tuntista työviikkoa palkansaajien 40,5 tunnin työviikon sijasta (Sampo Pankki: Tiedotteet 2010). Tämä tarkoittaa vuositasolla yrittäjien tekevän keskimäärin 1,5 kuukautta enemmän töitä kuin palkansaajien. Nais- ja miesyrittäjien työviikon pituus vaihtelee naisten työviikon pituuden ollessa 45 tuntia ja miesten 49,5 tuntia (Sampo Pankki: Tiedotteet 2010). Sampo Pankin (2010) tutkimuksessa on kuitenkin todettu, että pitkä työviikko lisää yrittäjien stressiä vähemmän kuin palkansaajien. Yli 90 % yrittäjistä kuvaa olevansa tyytyväinen elämäänsä ja työhönsä.

Yhteenvedona voidaan todeta, että yrittäjät ovat keskimäärin tyytyväisempiä työhönsä ja elämäänsä. Tyytyväisyys ei kuitenkaan välttämättä siirry vapaa-ajalle, koska yrittäjien työpäivät ovat pidempiä kuin ei-yrittäjien. Vapaa-ajan terveyttä edistävät ja tyytyväisyyttä tuovat harrastukset ja elämäntavat jäävät yrittäjillä vähemmälle huomiolle. Kun

pohditaan yrittäjäksi ryhtymistä, kannattaa pohtia, miten työn ja vapaa-ajan saa balanssiin. Yrittäminen on elämäntapa ja oma valinta, mutta tähän elämäntapaan voi yrittäjän arjen keskellä sisällyttää terveellisiä valintoja. Jaksamisen kannalta pitkäkestoista jaksamista on tuettava antoisalla vapaa-ajalla.

2 YRITTÄJÄKSI RYHTYMISEN PROSESSI

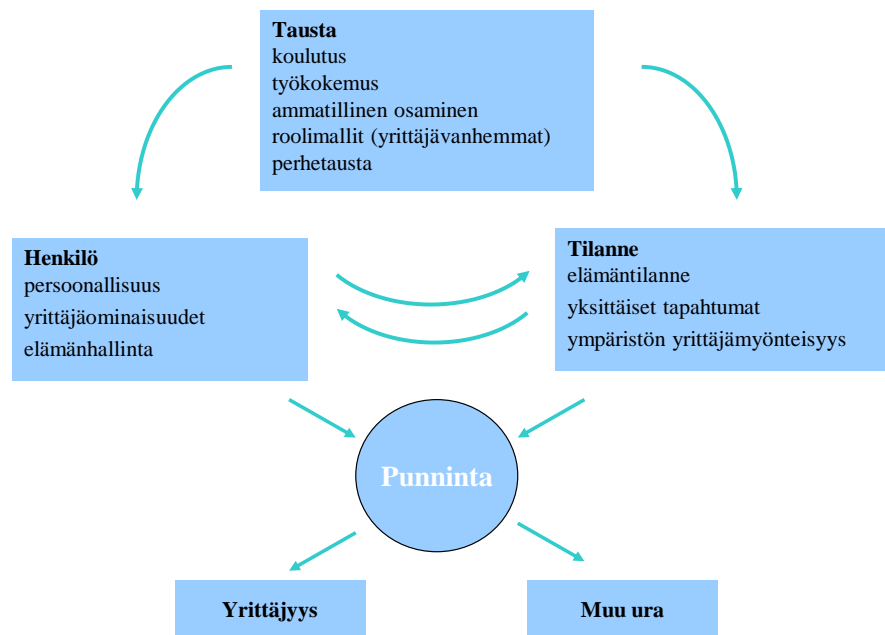
Halu ryhtyä yrittäjäksi ja luopua turvallisesta palkkatyöstä on ensimmäinen askel oman yrityksen perustamisen mahdollisuuteen. Monelle tämä jää ajatuksen tasolle kytemään. Ihminen voi haluta kaikenlaisia asioita, mutta toteuttaakseen jonkun halun, toteutuminen vaatii tahtoa. Jo avioliittolupauksessa kysytään tahdotko, ei haluatko. Tahtotila on edellytys ja välttämättömyys konkretisoida halu toiminnaksi.

2.1 Perusteet yrittäjäksi ryhtymiseen

Jotta yrittäminen olisi terveellä pohjalla, ensisijainen lähtökohta yrityksen perustamiseen pitäisi olla ingressissä mainittu yrittäjän oma halu ja tahto yrittämiseen (Yrityksen perustajan opas 2011 2011, 6). Yrityksen perustajan opas 2011 (2011, 6) pohtii yrityksen perustajan lähtökohtia halun ja tahtotilan lisäksi. Jokaisella yrittäjällä on oma tausta ja omat perusteet yrittämiseen. Esimerkkeinä perusteista Yrityksen perustajan oppaassa (2011, 6) esitetään hyvän liikeidean syntyminen, perheyrityksen jatkaminen, oma sisäinen polte yrittäjyyteen sekä vuosien varrella karttunut erityisosaaminen, jonka hyödyt halutaan muuttaa itselle hyödyksi. Mahdollisen tulevan yrittäjän on hyvä pohtia yrittäjyyden perusteita ennen varsinaista liikkeellelähtöä.

Uravalinta

Yrittäjäksi ryhtyvän on hyvä punnita mahdollisuutta valita palkkatyö tai yrittäjyys. Raatikainen (2011, 22) kokoaa kirjassaan kuvion muotoon prosessin, jossa kuvataan valintatilannetta yrittäjyyden ja muun uran välillä.



KUVIO 1. Uravalinta (Raatikainen 2011, 22)

Uravalinnan ideaalitalanteessa kaikki osa-alueet taustasta, henkilötekijöistä ja elämäntilanteesta lähtien, ovat asettuneet kohdilleen. Tämä mahdollistaa hyvän pohjan valintatilanteelle muun uran ja yrittäjyyden välillä. Raatikainen (2011, 23) painottaa, että päätöstä tehtäessä yrittäjän tavoite tulisi olla yrittäjä eläkeikään asti, sillä omaa yritystä ei voi aloittaa eikä myöskään lopettaa kevyin perustein. Toisaalta yrittäjyyttä ei enää ajatella elämänpituisena projektina, vaan se voi olla ajanjakso, jolloin ansaitsee elantonsa yrittämällä (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012). Yrittäjyyden ei siis tarvitse olla elämänmittainen projekti, kuten Raatikainen kirjassaan väittää. Tämän päivän yhteiskunnassa yksilön uravalinta kestää enää harvoin koko työiän.

2.2 Yrittäjäksi ryhtymisen esteet

Jo aiemmin viitatussa Matti Pelkosen 1980-luvun lopun haastattelututkimuksessa käsitellään myös yrittäjäksi ryhtymisen esteitä. Pelkonen jakaa esteet yleisiin eli yhteiskunnallisiin ja henkilökohtaisiin esteisiin.

TAULUKKO 3. (Pelkonen, Sutisen & Viklundin 2005, 42 mukaan)

Vaikeimmat yleiset eli yhteiskunnalliset esteet	Vaikeimmat henkilökohtaiset esteet
1. rahoitusvaikeudet	1. oman ammattitaidon puutteet
2. verotus	2. rohkeuden puute
3. byrokratia, julkisen vallan paperisota	3. yritystoiminta ei kiinnosta henk.koht.
4. palkan sivukustannukset	4. ei riittävästi kunnianhimoa
5. asiakaspula eli väestöpohjan kapeus	5. ei osaa myydä
6. asioiden hidas käsittely virastoissa	6. ei osaa johtaa
7. ammattityövoiman puute	7. ei kekseliäisyyttä
8. lainsäädäntö yleensä	8. puutteellinen koulutus
9. yrityksen henkilöstön kielteiset asenteet	9. huono esiintyjä
10. henkilöstön alhainen ammattitaito	10. vaikeuksia ihmissuhteissa

Osa yrittäjäksi ryhtymisen esteistä pätee vielä tämän päivän yrittäjyydestä puhuttaessa. Yrityksen perustajan opas –silta yrittäjyyteen (2008, 63) (myöhemmin Yrityksen perustajan opas 2008) kerää yhteen tekijät, jotka on havaittu yhteisiksi tunnusmerkeiksi yrittäjätoiminnan epäonnistumiselle. Nämä syyt ovat osin samoja kuin Matti Pelkosen tutkimuksessa, jota käsiteltiin taulukossa 3.

TAULUKKO 4. 1980-luvun lopun tutkimuksen vertailu vuoden 2008 yritysmaailman todellisuuteen. (Pelkonen, Sutisen & Viklundin 2005, 42 mukaan; Yrityksen perustajan opas 2008, 63, muokattu)

Pelkosen tutkimus 1980-luvun lopulta	Yrityksen perustajan oppaan mukaiset syyt yrityshankkeen epäonnistumiselle
Oman ammattitaidon puutteet	Oman osaamisen puutteellisuus yritystoiminnassa
Puutteellinen koulutus	Lyhyt työkokemus ja/tai liikkeenjohdollisen koulutuksen puute
Ei osaa myydä	Osaaminen rajoittunut pelkästään tuotteen tekemiseen
Ei osaa johtaa	Liikeidean epärealistisuus: kuviteltua ylivoimaista osaamista ei ollut
Ei kekseliäisyyttä	Väärä hinnoittelu, joka perustuu virheelliseen kustannuslaskentaan
Ammattityövoiman puute	
Henkilöstön alhainen ammattitaito	
Rahoitusvaikeudet	Hankkeen pääomatarve liian suuri verrattuna yrittäjän taloudellisiin voimavaroihin
Palkan sivukustannukset	Tulot arvioitu alkuvaiheessa liian suuriksi ja menot liian pieniksi
Rahoitusvaikeudet	
Asiakaspula eli väestöpohjan kapeus	Kilpailijoiden merkityksen aliarvioiminen

Taulukko 4 osoittaa, että suurin osa 1980-luvun lopun mielipidetutkimuksen tekijöistä johtaa vielä vuonna 2008 yrityshankkeen epäonnistumiseen. Suurinta osaa yhteiskunnallisista syistä ei kuitenkaan nimetä yrityshankkeen epäonnistumisen syiksi. Tämä voi johtua siitä, että yrityshankkeen epäonnistumisessa on keskitytty vain yrittäjän henkilökohtaisiin ominaisuuksiin perustuviin syy-yhteyksiin. Toisaalta yhteiskunnalliset syyt ovat osaltaan poistuneet tai ainakin yhteiskunta tukee yrittäjää enemmän kuin 1980-luvulla, kuten tässä työssä tullaan myöhemmin esittämään.

Sutinen ja Viklund (2005 45, 46) puuttuvat edelleen yrittäjän epäonnistumisen syihin alla mainituin kriteerein. Kriteerit perustuvat konkurssiasiantuntija Helsingin kauppa- ja korkeakoulun professori Aatto Prihtin tutkimukseen (Priht, Sutisen & Viklundin mukaan 2005 45, 46).

1. Henkilö ei pysty ylittämään yrittäjäyden kynnystä.
 - Oma osaaminen ei vastaa yritystoiminnan edellyttämää osaamista.
 - Omat rahavarat ovat pienemmät kuin yritystoiminnan edellyttämät rahavarat.
 - Työpanos ja/tai riski kasvaa suuremmaksi kuin toiminnasta saatava tuotto.
2. Yrittäjä tekee alkuvaiheessa virhearviointeja.

- Alkuvaiheen juoksevat menot ja investoinnit ovat liian suuret juokseviin tuloihin nähden.
- 3. Yrityksen toiminta karkaa käsistä - ”lähti hyvin käyntiin, mutta...”.
 - Yrityksen kasvua, kannattavuutta ja vakavaraisuutta ei osata tasapainottaa.
- 4. Lopullinen syy on lähes aina ollut rahoituksen riittämättömyys.**
 - Yrittäjälle sattuu taloudellisia virhearviointeja suhteessa enemmän kuin niihin on varaa.

Prihtin väittämät tukevat edelleen taulukon 4 väittämiä. Erityisesti syinä esitetyt yrittäjän oma osaaminen ja rahoitus painavat edelleen yrityshankkeen epäonnistumista.

Epäonnistuneeseen yrityshankkeeseen etsii syitä myös Yrityksen perustajan opas 2011. Teoksen mukaan seuraavat syyt saattavat torpedoida yrityksen (Yrityksen perustajan opas 2011, 54):

- yrittäjäksi soveltuminen,
- huono liikeidea,
- riittämätön liikevaihto ja taloudellinen suunnittelu,
- kehno tuote tai palvelu,
- kelvoton kirjanpito ja/tai
- muutokseen sopeutumattomuus.

Suomessa on käynnistetty useita yrittäjyyden kehittämishankkeita (Raatikainen 2011, 8). Raatikaisen mukaan (2011, 8) hankkeiden tavoitteena on ennen kaikkea luoda yhteiskuntaan yrittäjämysteisyyttä ja madaltaa kynnyksiä yrittäjäksi ryhtymisessä. Lait ja säädökset vastaavat nykyisin paremmin kuin 1980-luvun lopulla yrittäjien tarpeita ja viranomaiset suhtautuvat kannustavasti yrittäjyyteen ja tarjoavat erilaisia apukeinoja (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012). Hyväksytty tosiasia on, että yrittäjyys on pohja hyvinvointiyhteiskunnalle. Yhteiskunnan myönteistä suhtautumista yrittämiseen perustellaan myöhemmin lisää erilaisten yrittäjiä varten olevien yhteiskunnan tukitoimien esittelyssä.

Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että yrityksen selviäminen kestäväan yrittämiseen johtuu 1980-luvulta tähän päivään asti hyvin pitkälti samoista syistä. Tässä työssä yri-

tään osoittamaan, miten yrittäjä pystyy ehkäisemään oman yrityshankkeensa epäonnistumista nykypäivän Suomessa. Yrityshankkeen onnistuminen riippuu hyvin pitkälti yrittäjästä itsestään. Yhteiskunta on järjestänyt yrittäjää tukevia väyliä, mutta yrittäjän itse on osattava ottaa apu vastaan.

3 YRITTÄJÄOMINAISUUDET

Tässä luvussa listataan ominaisuuksia, jotka kuvaavat yrittäjän persoonallisuutta. Varsinaista yrittäjäpersoonallisuutta ei ole olemassa, vaan jokaisen on mahdollista hankkia yrittämisen pyörittämiseen riittävät tiedot ja taidot (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012). Yritys-Suomen verkkosivuilla todetaan lohduttavasti, että ”Persoonallisuuspiirteitä tärkeämpiä asioita ovat tahtotila, liikeidea ja hyvä tilaisuus” (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012). Yrittämiseen ryhtymistä ja yrityksen hengissä pitämistä kuitenkin helpottaa, jos omaa tiettyjä luonteenpiirteitä vahvan tahtotilan lisäksi. Tämän luvun tarkoituksena on summata yhteen ideaali yrittäjäpersoonaa. Yrittäjäksi ryhtyvä voi listan perusteella päätellä, mitkä ominaisuudet hänestä löytyvät ja missä on parantamisen varaa.

3.1 Ideaali yrittäjäpersoonaa

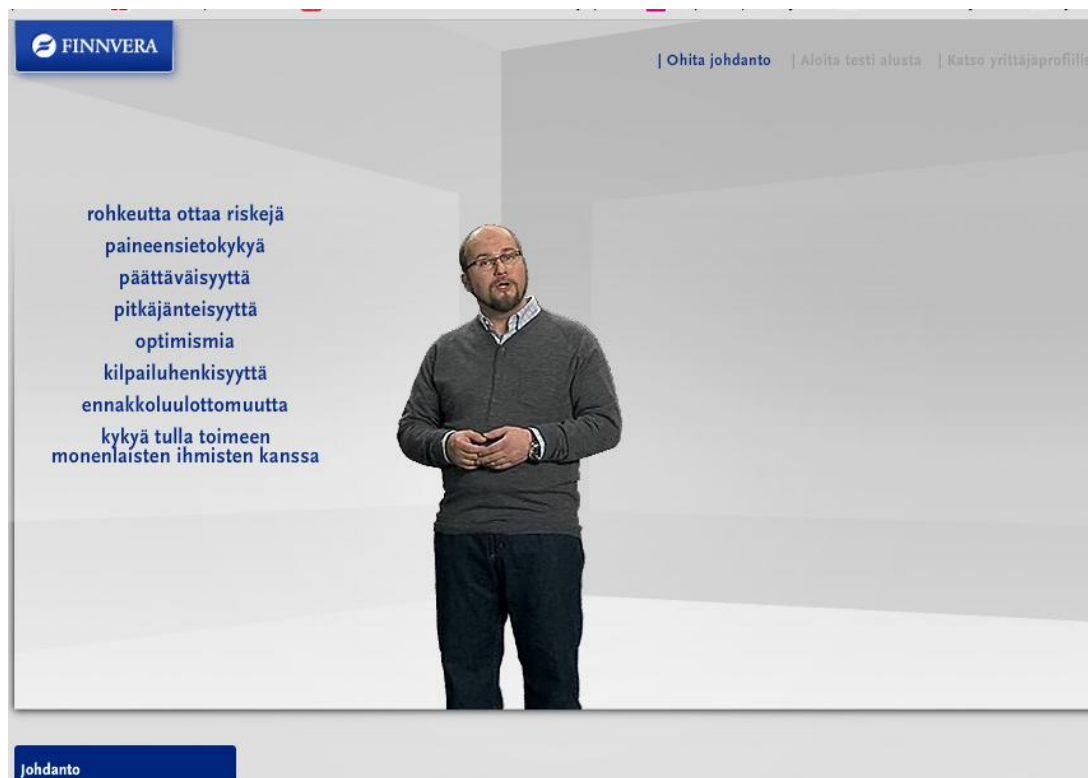
Yrityksen perustajan oppaassa (2008, 18) kuvataan yrittäjän persoonallisuutta seuraavasti:

- into ja luottamus omaan ammattitaitoon ja ideaan,
- tarmokkuus ja suoritushalu,
- voimakas halu onnistua ja päteä,
- itsenäisyys ja oma-aloitteisuus,
- kyky tehdä päätöksiä,
- epävarmuuden sietokyky,
- valmius ottaa harkittuja riskejä ja
- tavoitteellisuus ja pitkäjänteisyys.

Yrityksen perustajan opas 2011 (2011, 7) listaa menestyvien yrittäjien piirteitä. Edellä mainittujen ominaisuuksien lisäksi opas kiinnittää huomiota korkeaan rahan arvostamiseen, organisointitaitoihin, vastuunkantamiseen, tuloksen tekemiseen, yksintyöskentelyyn, yhteistyösuhteiden solmimiseen, joustavuuteen, ratkaisukeskeisyyteen sekä avoimeen ja kyselevään luonteenpiirteeseen.

Raatikainen (2011, 21) lisää yrittäjäominaisuuksien listaan kyvyn tulla toimeen erilaisien ihmisten kanssa, stressinsietokyvyn muutostilanteissa sekä luovuuden ja kekseliäisyyden. Yrittäjän on yritettävä tehdä asioita erilailla kuin muut, jotta erottuu massasta. Yrittäjän halu oppia uutta ja vastaanottaa tietoa pitää yrityksen ajan hermolla. Päivitetyn tiedon lisäksi yrittäjän tarvitsee visioida ja ennustaa tulevaa.

Yritys-Suomen verkkopalvelusivusto (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012) summaa yrittäjäominaisuudet elämäntavaksi, joka vaatii asennetta ja innostusta. Sivustolla esitettävä retorinen kysymys ”Vaikka sinulla olisi riittävästi menestystekijöitä, pystytkö sietämään yrittämiseen liittyvää epävarmuutta stressaantumatta siitä liikaa?” (Yritys-Suomi. Yrityksen perustaminen 2012) haastaa yrittäjää pohtimaan omaa stressinsietokykyään.



KUVA 1. Yrittäjän ominaisuudet (Finnvera: Yrittäjätesti 2012.)

Yhteenveto yrittäjäominaisuuksista



KUVIO 2. Yrittäjäominaisuuksien yhteenveto

3.2 Yrittäjäominaisuuksien arviointi

Yrittäjänä onnistuminen vaatii itsekritiikkiä ja -tutkiskelua. Ennen yrityksen perustamista tulevan yrittäjän kannattaa pohtia persoonaansa suhteessa ideaaliin yrittäjäpersoonaan. Kukaan ei voi olla ideaalimallin mukainen, mutta yrittäjän pitää rehellisesti tunnustaa omat vahvuudet ja heikkoudet sekä miten vahvuuksia voi hyödyntää ja miten heikkouksia pystyy kehittämään toivotumpaan suuntaan. Heikkouksien kehittämisessä ei kannata yrittää liikaa. Vain liiketoimintaa oleellisesti haittaavat heikkoudet tulee minimoida. Heikkouksia voi vahvistaa käyttämällä ulkopuolisia palveluita siinä, missä omien voimavarojen kuluttaminen on turhaa.

Yrittäjäominaisuuksia voi tutkiskella ennen varsinaisen liikeidean syntyä jo perustamisideavaiheessa. Tämä on hyvä tehdä kuvion 1 (sivu 17) mukaisesti henkilökohtaisen urasuunnitelman virittelyssä. Yrityksen perustajan opas (2008, 19) tuo vahvasti esiin yrittäjäominaisuuksien arvioinnin suhteessa perustamisideaan. Opuksen mukaan perustamisidea ja sen ympärille rakentuva yritystoiminta muodostavat ne kriteerit, joita vasten yrittäjäkelpoisuutta tulee arvioida. Näin pystyy luomaan konkreettisemmat puitteet arvioinnille.

Itsetutkiskelu lähtee eri pohjalta toimialan ammattilaisen ja toimialalla kokemattoman uuden yrittäjän näkökulmasta (Yrityksen perustajan opas 2008, 19). On helpompaa ja varmempaa tulla alalle uutena yrittäjänä, jos toimiala ja käytännön työ ovat tuttuja.

3.3 Yrittäjätestit

Internet on pullollaan erilaisia yrittäjätestejä. Tässä luvussa tutustutaan kolmeen hyvin erilaiseen testiin käymällä niiden vaiheet yksityiskohtaisesti läpi. Jotta saataisiin parempi tuntuma testeistä, opinnäytetyön tekijä on tehnyt testit, joiden tulokset ovat näkyvissä liitteissä.

3.3.1 eRekrytorin yrittäjätesti

eRekrytori on eteläpohjalaisten rekrytointikeskusten yhteinen palvelusivusto (eRekrytori 2012). eRekrytori kertoo sivustoillaan, että se tarjoaa apua ja ohjausta tuleville yrittäjille mm. yrittäjyysklubin kautta. Yrittäjyysklubi kokoontuu säännöllisesti pohtimaan liikeideoita, liiketoimintasuunnitelmia ja yrittäjyyttä (eRekrytori 2012).

eRekrytorin yrittäjätesti

eRekrytorin yrittäjäominaisuuksien testin tärkein tehtävä on arvioida yksilön sopivuutta yrittäjänä. Sivusto sanoo valinneensa testiin ominaisuuksia, joita yrittäjillä yleensä tutkimusten mukaan on (eRekrytori 2012). Testattavan yrittäjäominaisuuksia arvioidaan testissä kymmenellä osa-alueella, jotka ovat itseluottamus, epävarmuuden sietokyky, suoritustarve, määrätietoisuus ja pitkäjänteisyys, luovuus, suunnitelmallisuus, omaaloitteisuus, yhteistyökyky, opportunistisuus sekä itsenäisyyden tarve.

Testi koostuu väittämistä, joihin on kaksi valmista vastausvaihtoehtoa, väittämä joko kuvaa persoonallisuutta ja mielipiteitä tai ei kuvaa. Väittämiä on jokaista aiemmin mainittua osa-aluetta kohtaan yhteensä neljä, kolme positiivista ja yksi negatiivinen. Jokainen osa-alue pisteytyy -1:n ja +3:n välillä koko testin skaalan ollessa -10:n ja +30:n välissä. (eRekrytori 2012.)

Testin tekemiseen menee muutama minuutti. Testituloksissa on mainittu ensin kokonaispistemäärä ja sen perusteella arvio yrittäjäominaisuuksien riittävydestä yrittäjäpolulle lähdetessä. Tämän jälkeen tuloksissa kuvataan jokaista osa-aluetta ja kerrotaan osa-alueen kuten esimerkiksi itseluottamuksen määrän tuomista hyöty- ja haittapuolista.

Testin arviointi

Testin väittämät ovat melko mustavalkoisia, koska vastausvaihtoehdoissa on vain kaksi ääripäätä: ominaisuus sopii kuvaamaan testattavaa tai se ei kuvaa häntä. Osassa testin väittämistä on korostettu alleviivauksella, mitä väittämässä halutaan painottaa. Korostetut sanat ovat ”aina ja usein”.

Sana aina poistaa mahdollisuuden spekulointiin ja on hyvin ehdoton. Hyvä esimerkki on väittämä neljä (Vien aina loppuun sen minkä olen aloittanut) (Liite 1). Tämä väittämä houkuttelee vastaamaan, että ominaisuus sopii testattavaan. Sana usein antaa tilaa enemmän, mutta sen tulkinta on henkilöriippuvainen. Väittämät ovat siis jonkin verran tulkinnanvaraisia, mikä saattaa vaikuttaa testin lopputulokseen. Väittämät houkuttavat myös vastaamaan itselle edullisesti, koska väittämistä pystyy päättämään, miten kyseessä oleva väittämä vaikuttaa testin tulokseen. Tämä saattaa vääristää lopputulosta.

Jokaisen testin osa-alueen kuvauksessa perustellaan ominaisuuden tarpeellisuus yrittäjänä toimimisessa sekä avataan tarkemmin ominaisuuden sisältöä. Osa-alueiden kuvauksiin on myös liitetty tietyn ominaisuuden vaikuttavuus johonkin toiseen ominaisuuteen. Vaikuttavuutta toiseen ominaisuuteen kuvataan sanoilla ”ei välttämättä esiinny” ja ”saattaa vähentää”.

Testi on suuntaa antava arvioitaessa henkilön sopivuutta yrittäjäominaisuuksien perusteella yrittäjäksi.

Tämän työn tekijä on itse tehnyt testin (Liite 1).

3.3.2 YES-keskuksen yrittäjätesti

YES-palvelusivusto on sivuston antamien tietojen mukaan (YES 2012) yrittäjäkasvatuksen resurssi opettajille, joka tarjoaa tukipalveluita yrittäjyyskasvatuksen ylläpitoon ja kehittämiseen. YES tekee myös käytännön työtä sekä valtakunnallisesti että paikallisesti kouluissa järjestäen erilaisia tapahtumia, tilaisuuksia ja koulutuksia (YES 2012).

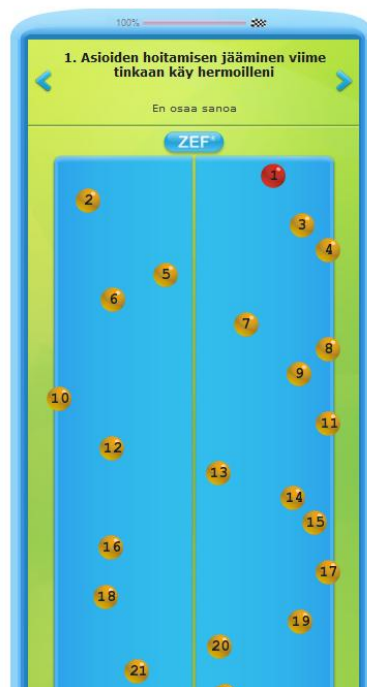
YES yrittäjätesti

Testi on ulkonäköllisesti ja toteuttamistavaltaan hyvin erilainen verrattuna eRekrytorin testiin. Testissä on väittämiä, joita arvioidaan yhdestä kymmeneen jaetulla janalla ääripäiden ollessa eri mieltä ja samaa mieltä.



KUVA 2. Yrittäjätestin mielipidejana (YES 2012)

Testissä on yhteensä 22 väittämää, joissa kartoitetaan mm. testattavan päätöksenteko- ja paineensietokykyä, riskivalmiutta, idearikkautta, sosiaalisuutta, järjestelmällisyyttä ja suunnitelmallisuutta. Lopuksi kysytään demografisia kysymyksiä, kuten ikää, sukupuolta ja statusta yhteiskunnassa. Testin loppusuoralla tietokoneen ruudulla näkyy biljardipöydän omainen laatikko, jossa näkyy eri väittämien vastausten sijainti. (YES 2012.)



KUVA 3. Yrittäjätestin loppuvaihe (YES 2012)

Testin pystyy tekemään muutamassa minuutissa. Testin tulokset johdattavat testin laatijoiden tekemiin yrittäjäpersoonakuvauksiin kuten esimerkiksi visionääri, inspiroija ja holhori. Lisäksi nämä yrittäjäpersoonakuvaukset liitetään kuuluisiin henkilöihin, kuten esimerkiksi visionääri liitetään Walt Disneyhin ja Steve Jobsiin.

Testin arviointi

Testi on hauska tehdä jo pelkästään sen erilaisen graafisen toteutustavan takia. Testin tulokset esitetään kuvaten yrittäjäpersoonaa kuuluisilla ja menestyneillä persoonilla. Yrittäjä voi haaveilla menestyvänsä yhtä hyvin kuin esimerkiksi Walt Disney, mutta perusteina yrittäjäksi ryhtymiseen tämä haave ei riitä. Testi tuottaa tekijälleen lähinnä vain viihdearvoa.

Tämän työn tekijä on itse tehnyt testin (Liite 2).

3.3.3 Finnveran yrittäjätesti

Finnveran yrittäjätestissä on kolme pääosiota. Ensimmäinen osa testaa henkilökohtaisia ominaisuuksia, kuten omat vahvuudet, tiedot ja osaaminen sekä haasteet. Toisessa osassa mennään tavoitteisiin ja resursseihin. Näitä ovat odotukset, ajankäyttö sekä oma talous. Viimeisenä on vuorossa itse yritys ja liikeidea. Tämä osio testaa kysyntää, kilpailijoita ja kassavirtaa. (Finnvera: Yrittäjätesti 2012.)

TAULUKKO 5. Finnveran yrittäjätestin osa-alueet (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

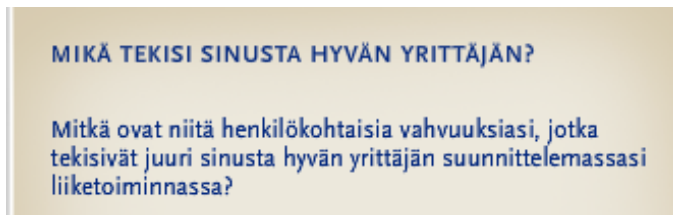
HENKILÖKOHTAISET OMINAISUUDET	TAVOITTEET JA RESURSSIT	YRITYS JA YRITYSIDEA
Omat vahvuutesi	Odotukset	Kysyntä
Tiedot ja osaaminen	Ajankäyttö	Kilpailijat
Haasteet:	Oma talous	Kassavirta
<ul style="list-style-type: none"> - Yrityksen talouteen liittyvät haasteet - Oma jaksaminen, työn ja vapaa-ajan epätasapaino - Yrityksen rahoitusosaaminen ja rahoitus suunnittelu - Toimintaympäristön riittämätön tuntemus - Käytännön kokemuksen puute alalta - Oma talous - Perheeseen liittyvät haasteet - Työntekijöiden lojailuteen liittyvät haasteet 		

Finnveran testi poikkeaa aiemmin mainituista testeistä jo sovelluksena. Koko testin ajan testattavaa ohjaa videokuva miehestä, joka johdattelee aihealueisiin ja antaa tietoiskuja yrittäjyydestä.

Testi on varsin laaja, joten sen tekemiseen kannattaa varata aikaa.

Henkilökohtaiset ominaisuudet

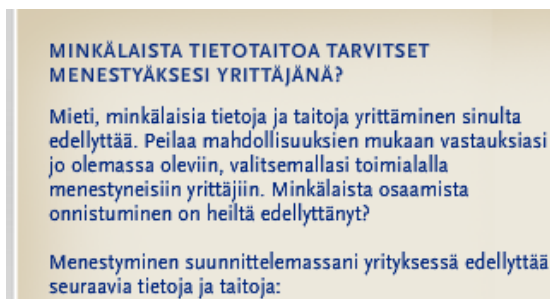
Henkilökohtaiset ominaisuudet osion alussa todetaan (Finnvera: Yrittäjätesti 2012), että ennen omien ominaisuuksien testaamista pitäisi olla jonkinlainen ajatus tulevasta liiketoiminnasta. Kuten aiemmin tässä työssä on todettu (sivu 25), henkilökohtaisia ominaisuuksia tulisi aina peilata oman yrityksen perustamisideaan.



KUVA 4. Kysymys 1 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Tiedot ja osaaminen

Yrittäjän oma ammattitaito todettiin jo aiemmin tässä työssä yhdeksi tekijäksi yrityshankkeen epäonnistumiselle, joten ammattitaidon merkitystä ei pidä väheksyä. Tässä testin osiossa arvioidaan, mitä tietoja ja taitoja valitulla toimialalla menestymiseen tarvitaan. Kuten edellisessä osiossa, tässäkin kartoitetaan osaamista toimialaan nähden. Täähän kysymykseen vastattaessa vaaditaan objektiivisuutta ja kykyä erottaa menestystekijät liiketoiminnan kentällä.



KUVA 5. Kysymys 2 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Toimialalla menestyneiden yrittäjien ominaisuuksia peilataan seuraavassa osassa omiin taitoihin ja tietoihin. Omien tietojen ja taitojen suhteuttaminen antaa kokonaiskuvan siitä, mihin ennen yrittämisen varsinaista aloittamista tulevan yrittäjän tulee kiinnittää huomiota. Tulevan yrittäjän kannattaa jo tässä vaiheessa minimoida tietotaidossa olevat aukot tekemällä tietojen kartoittamissuunnitelma, jota noudattamalla lisätään valmiuksia menestykseen (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Tämä on osa riskienhallintasuunnitelmaa, jonka yrittäjä tekee minimoidakseen epäonnistumisen.

MINKÄLAISTA TIETOTAITOA TARVITSET MENESTYÄKSESI YRITTÄJÄNÄ?

Mieti, minkälaisia tietoja ja taitoja yrittäminen sinulta edellyttää. Peilaa mahdollisuuksien mukaan vastauksiasi jo olemassa oleviin, valitsemallasi toimialalla menestyneisiin yrittäjiin. Minkälaista osaamista onnistuminen on heiltä edellyttänyt?

Menestyminen suunnittelemissani yrityksessä edellyttää seuraavia tietoja ja taitoja:

	OSAAMISENI ON RIITTÄVÄÄ	TARVITSEN HIEMAN LISÄÄ OSAAMISTA	TARVITSEN PALJON LISÄÄ OSAAMISTA
XXXX	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
XXX	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
XXX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KUVA 6. Kysymys 3 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Haasteet

Huolellisella ennakkosuunnittelulla voidaan välttää ikävät yllätykset tai ainakin pienentää niiden aiheuttamia epäsuotuisia vaikutuksia. Riskienhallinnan pääasiallinen tehtävä on auttaa yrittäjää keskittymään olennaiseen (Finnvera: Yrittäjätesti 2012) eli tuloksen tekemiseen.

MITKÄ ASIAT SAATTAISIVAT OSOITTAUTUA YRITTÄJYYDESSÄSI HAASTEELLISIKSI?

Riskienhallinta käynnistyy ennakoinnista. Valitse siksi alla olevista kaikki ne mahdolliset haasteet, joiden voisit kuvitella liittyvän yrittäjyyteesi.

- Yrityksen talouteen liittyvät haasteet
- Oma jaksaminen, työn ja vapaa-ajan epätasapaino
- Yrityksen rahoitusosaaminen ja rahoitussuunnittelu
- Toimintaympäristön riittämätön tuntemus
- Käytännön kokemuksen puute alalta
- Oma talous
- Perheeseen liittyvät haasteet
- Työntekijöiden lojaaliuteen liittyvät haasteet

Muu, mikä:

KUVA 7. Kysymys 4 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Testin haasteet osio on informatiivinen. Kysymyksen 4 (kuva 7) jälkeen testissä kerrotaan yrityksen talouteen liittyvistä haasteista, omasta jaksamisesta, perheen ja työntekijöiden merkityksestä, toimintaympäristön tuntemisesta ja yrittäjän käytännön kokemuksen puutteesta. Testissä ohjataan yrittäjää tutustumaan Internet-sivuihin, joilla autetaan yrittäjää näissä kysymyksissä eteenpäin. Tässä työssä esitellään myöhemmin kanavat, joita myös Finnveran yrittäjätesti suosittaa.

Yrityksen talouteen liittyvät haasteet

Finnveran yrittäjätestin (2012) mukaan taloudellisesti haastavin ajanjakso on yrittämisen ensimmäinen vuosi. Varsinkin aloilla, jotka valmistavat tuotteita, saattaa valmistusprosessi kestää kauan ja asiakas maksaa tuotteen vasta toimituksen yhteydessä. Tähän sitoutuu paljon rahaa, joten kassasta lähtee enemmän rahaa kuin sinne tulee. Tämä pitää ottaa huomioon rahoitussuunnittelussa. On myös aloja, joilla rahavirtaa yritykseen päin alkaa tulla jo ensimmäisestä päivästä lähtien. Näillä aloilla on huomattavasti riskittömämpää aloittaa yrittäminen.

Ennen yrittämisen alkamista pitää miettiä, kuinka paljon on valmis sijoittamaan yritykseen. Jos oma raha ei riitä, on pohdittava ulkopuolisen rahoituksen mahdollisuuksia. Rahoitusta käsitellään tämän työn sivuilla 54-58. Finnveran yrittäjätesti (2012) suosittaa käyttämään ammattilaisia rahoitussuunnittelussa (Finnvera: Yrittäjätesti 2012).

Oma jaksaminen, työn ja vapaa-ajan epätasapaino

Ihmisten ennakkoluuloista yrittämistä kohtaan ehkä yleisin on oma jaksaminen (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Oikea asenne yrittämiseen yrityksen perustamisideasta lähtien auttaa yrittäjää elämänhallinnassa. Riittävä aikataulutus ja ajanhallinta parantavat jaksamista. Omat rajat ja voimavarat tulee tiedostaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa (Finnvera: Yrittäjätesti 2012) mielellään jo uravalintaa tehtäessä.

Yrittäjäpolulle lähdetessä on myös mietittävä, kuinka paljon aikaa haluaa tai pystyy ammatinharjoittamiseen antamaan. Työstä on pakko pystyä irrottautumaan, että jaksaminen olisi kestävä.

Perheeseen liittyvät haasteet

Testissä korostetaan perheen merkitystä yrittäjälle. Koska yrittämisen voidaan katsoa olevan kokonaisvaltaisempi keino elättää itsensä ja mahdollisen perheen kuin palkkatyön, perhe täytyy ottaa huomioon yrittämistä suunniteltaessa. Varsinkin ajankäytön suunnittelussa on otettava huomioon perheen tarpeet. (Finnvera: Yrittäjätesti 2012.)

Työntekijöiden lojaaliuteen liittyvät haasteet

Palkattu henkilöstö tuo uuden ulottuvuuden yrittämiseen. Yrittäjästä tulee henkilöstön esimies, joten häneltä vaaditaan henkilöstöhallinnallista osaamista. On hyvä miettiä etukäteen, mikä sitouttaa ja motivoi työntekijöitä (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Myös yrittäjälle itselleen on tärkeää, että hän pystyy luottamaan henkilöstöönsä, joten henkilöstön ohjaaminen on aina vastavuoroista toimintaa.

Kun ollaan tekemisissä ihmisten kanssa, eteen voi tulla hankaliakin tilanteita (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Jotta niistä selviäisi, etukäteispohdinta toimintatapoihin on hyvä tehdä ajoissa.

Tavoitteet ja resurssit

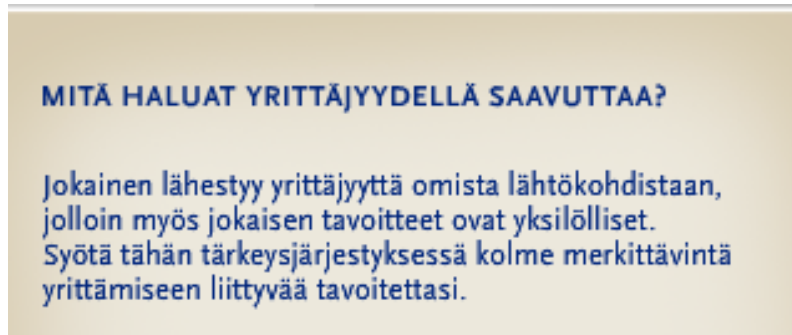
Tämän osion tarkoituksena on saada tuleva yrittäjä pohtimaan, miten tavoitteet on asetettu suhteessa resursseihin. Voiko olemassa olevilla resursseilla saavuttaa tavoitteita vai pitääkö tavoiterimaa hieman alentaa? Jo yrityksen sikiövaiheessa tätä kutsutaan strategiseksi suunnitteluksi. Strategisessa suunnittelussa on oleellista tietää minne haluamme mennä, miten pääsemme sinne ja paljonko se maksaa.

Odotukset

Tavoitteiden asetanta vaikuttaa yritystoiminnassa kaikkeen alkaen yritysmuodon valinnasta. Tavoitteiden asetannassa on otettava huomioon ainakin

- oma taloustilanne,
- käytettävissä olevat resurssit,
- kilpailutilanne,
- henkilökohtaiset ominaisuudet,
- riskinotto kyky ja
- oma osaaminen (Finnvera: Yrittäjätesti 2012).

Kysymykseen viisi vastausta kannatta miettiä tarkasti, koska tätä kysymystä yrittäjä joutuu pohtimaan yrittäjäurallaan jatkuvasti. Kysymyksen vastauksen vaikutukset pakottavat yrittäjän ajattelua realismiin ja objektiivisuuteen.



KUVA 8. Kysymys 5 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Ajankäyttö

Yrittäjällä voi olla vapautta vain, jos hänen yrityksensä menestyy, toteaa pitkän linjan yrittäjä ja kouluttaja Jari Parantainen Uuden yrittäjän käsikirjassa (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 194). Parantainen tarkoittaa menestyksellä sitä, että bisnes tuottaa rahaa. Richard Bransonin mukaan (Pulliainen 2012) bisneksen tarkoitus on vaikuttaa ihmisten elämään positiivisesti ja raha on vain tämän tavoitteen sivutuote. Bransonin omaisuuden arvo on 3,2 miljardia euroa (Pulliainen 2012), joten hänen on helppo ajatella näin. Branson omistaa Virgin konsernin, johon kuuluu 400 yritystä (Pulliainen 2012).

Bisneksen tarkoitus tuottaa rahaa kuulostaa yrittämisen oletusarvolta, mutta Parantainen kyseenalaistaa olettamaa. Parantainen puuttuu yrittäjän ajankäyttöön sanomalla yrittäjän tekevän väärää asioita, jos taloushallinnon toimet yrittäjäarjessa vievät kuukausittaisesta työajasta enemmän kuin viisi prosenttia. Yrittäjän ajankäytön vääristyneisyyttä hän perustelee Yritys Helsingin koulutusten osanottajamäärällä. Jos Yritys Helsinki tarjoaa myynnin tai markkinoinnin koulutusta, osanottajamäärä on vähäinen. Jos taas tarjolla on valmennusta taloushallinnollisissa asioissa, luentotilaisuudet ovat täynnä tietoa janoavia. Parantaisen ajatus kiteytettynä on, että myynti- ja markkinointityötä ei koeta niin tärkeäksi kuin taloushallinnon osaamista. Yritykseen tulee rahaa kuitenkin vain myynnistä. (Ilmoniemi ym. 2009, 194–197).

Finnveran testi nostaa yksittäisistä resursseista tärkeimmäksi ajan (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Vuorokautisen ajan määrään ei voi vaikuttaa, mutta ajankäytön suunnitteluun voi ja pitää kiinnittää huomiota. Yrityksen hoitoon vaadittava aika ja tavoitteiden suhteuttaminen aikaan saattaa olla aloittavalle yrittäjälle haaste. Yrittäjällä voi olla vaikeuksia hahmottaa, kuinka paljon mikäkin toiminto haukkaa käytettävissä olevasta ajasta. Ajankäytön ja tavoitteiden pitää olla oikeassa suhteessa toisiinsa nähden.

Ajankäyttöä voidaan suunnitella ja ennakoida samoin kuten riskienhallinnassa tehdään. Tämäkin on osa strategista suunnittelua. Ajan puutteen riskiä voidaan välttää ja pienentää esim. alentamalla tavoitteita ja ulkoistamalla toimintoja. Riskiä voidaan siirtää ostamalla aikaa eli palkkaamalla tai vuokraamalla työntekijä tai ottamalla yhtiökumppani. Ajankäytön riskin voi myös pitää itsellään, pitää tavoitteista kiinni ja olla valmis luopumaan omasta vapaa-ajastaan. Kaikki nämä vaihtoehdot synnyttävät taas uusia riskejä, joiden vaikuttavuutta on arvioitava huolellisesti

Testissä pyydetään arvioimaan viikkotasolla tuntimäärä, joka kuluu yritystoimintaan (Kuva 9).



KUVA 9. Kysymys 6 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Testissä annetaan viikoittaisen tuntimäärän määrittämisen jälkeen opastusta jatkotoimenpiteiden suunniteltuun. Alla olevassa taulukossa on liitetty suunnitteluun viikkotyötuntimäärän vaikutukset riskeihin ja riskien hallintaan.

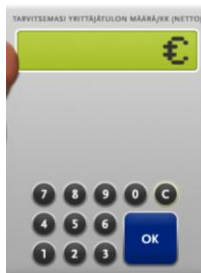
TAULUKKO 6. Viikottaisen ajankäytön vaikutus (Finnvera: Yrittäjätesti 2012, muokattu)

h/vk	Yritystoiminnan muoto	Myynti	Koko	Riskit	Esimerkkejä tarvittavista riskienhallinta suunnitelmista
alle 20	Sivutoiminen	Ei riitä normaaliin tulotasoon	Yhden hengen yritys	Kannattavuus Tavoitteet Ajankäyttö	Ajankäytön hallinta Tavoitteiden selkeys
20-30	Sivutoiminen tai kokopäiväinen	Yksittäinen myyntitapahtuma pitää olla arvoltaan suuri, muuten yritystoiminta kannattaa pitää sivutoimisena	Yhden hengen yritys	Kannattavuus Tavoitteet Ajankäyttö	Ajankäytön hallinta Tavoitteiden selkeys
30-40	Kokopäiväinen	Yrittäjyys turvaa normaalin tulotason	Yhden hengen yritys	Henkilökohtaiset ominaisuudet Kannattavuus	Ammattitaidon ajantasaisuus Ajankäytön hallinta
40-50	Kokopäiväinen	Yrittäjyys turvaa normaalin tulotason	Yhden tai yhden osapäiväisen henkilön yritys	Työntekijän palkat Tarvittava lisätulo palkkakustannuksia varten	Rekrytointisuunnitelma Kannattavuuslaskelmat
50-60	Kokopäiväinen	Yrittäjyys turvaa normaalin tulotason	Aina-kin kahden hengen yritys	Työntekijän palkat Tarvittava lisätulo palkkakustannuksia varten	Rekrytointisuunnitelma
yli 60	Kokopäiväinen	Yrittäjyys turvaa normaalin tulotason	Usean hengen yritys	Työntekijän palkat Tarvittava lisätulo palkkakustannuksia varten	Rekrytointisuunnitelma

Oma talous

Yrityksen alkutaipaleen taloudellinen tilanne näyttää suunnan yrityksen talouden tulevaisuuteen ja sen voikin luokitella riskienkartoituksessa etusijalle. Yrittäjätuloa ei välttämättä alussa tule, mutta päivittäisten kulujen kattamiseen on oltava rahaa eli yrityksen pitää pystyä tuottamaan kassavirtaa heti alusta lähtien, ellei kassavirran vähyteen ole kiinnitetty huomiota rahoitussuunnittelussa.

Ensimmäinen vaihe talouden suunnittelussa on arvio tarvittavan yrittäjätulon määrästä kuukaudessa.



KUVA 10. Kysymys 7. Arvio yrittäjätulon määrästä (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)



KUVA 11. Kysymys 7 osat 1/3, 2/3 ja 3/3 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Kuvan 11 laskelmissa lasketaan konkreettisesti tämänhetkiset tulot ja menot. Vähentämällä tämänhetkisistä tuloista menot, lopputulokseksi tulee tarvittava yritystulo. Tätä tulosta voidaan verrata kuvan 10 arvioon tulevasta yrittäjätulon määrästä. Näin pystytään arvioimaan, miten yrittäminen vaikuttaa omaan talouteen.

Yritys ja yritysidea

Tässä työssä tullaan käsittelemään liikeideaa tarkemmin luvussa 5. Tiivistettynä liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten.

Kysyntä

Ennen kuin pystytään miettimään kysyntää, täytyy määritellä, mikä synnyttää sitä. Toisin sanoen määritellään yrityksen tarjooma. Tarjooma on termi, joka tarkoittaa kaikkea, mitä yritys tarjoaa markkinoilla asiakkailleen tuotteiden sekä palvelujen muodossa.

Myös brändimielikuva liitetään tarjoomaan. (Wikipedia: Tarjooma 2012.)

Tarjooman tulee vastata markkinoiden odotuksia (Finnvera: Yrittäjätesti 2012). Toisin sanoen tarjooman ja asiakkaan saaman hyödyn pitää olla tasapainossa.

<p>YRITYKSEN TARJONTA Mitä tuotteita tai palveluja aiot yrityksesi kautta myydä?</p>		<p>KYSYNTÄ Mieti, miksi asiakkaasi olisivat kiinnostuneita yrityksesi tarjonnasta. Mitä ovat ne hyödyt tai edut, joita asiakkaasi voivat tarjoamistasi tuotteista/palveluista saada?</p>
---	--	---

KUVA 12. Kysymys 8 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Kilpailijat

Pelkkä yksittäisten kilpailijoiden määrittäminen ei riitä vaan pitää ottaa huomioon koko kilpailukenttä. Kysymyksessä yhdeksän ja kymmenen määritetään ensin kilpailijat ja sitten oman yrityksen kilpailuedut. Kilpailijoiden määrittämisessä kannattaa käyttää kriteereitä kuten esimerkiksi

- kilpailijan koko,
- kilpailijan liikevaihto ja

- kilpailijan sijainti.

Kaikkea ja kaikkia vastaan on lähes mahdotonta kilpailla, joten kilpailijoiden rajaaminen on tehtävä aina jollain kriteerillä. Kriteereitä on aina punnittava aloittavan yrityksen oletettuihin kilpailuetuihin.

Kilpailuetujen määrittelemisestä tekee haastavaa se, että yritys ei ole ollut markkinoilla tarjoomansa kanssa, joten varmaa tietoa kilpailueduista on vaikea sanoa. Kilpailuetujen määrittäminen vaatii toimialan tuntemista ja tarkkoja markkina-analyysyjä.

KETKÄ OVAT TÄRKEIMPIÄ KILPAILIJOITASI?

Syötä tähän ne toimijat, jotka ovat tulevan yrityksesi tärkeimpiä kilpailijoita.

MITKÄ OVAT YRITYKSESI KONKREETTISIA KILPAILUETUJA?

Mitkä ovat ne erilaistavat tekijät, jotka saavat sinun yrityksesi nousemaan ohi kilpailijoiden?
Eli miksi asiakas ostaisi juuri sinun tuotteesi/palvelusi?

Laatu

Hinta

Yksilöllisyys

Määrä

Saatavuus

Sovellettavuus

Toimitusehdot

Maksuehdot

Muu syy, mikä:

KUVA 13. Kysymys 9 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Kassavirta

Testin kassavirta osiossa on oletuksena, että yrityksellä on rahaliikennettä. Maksuehtojen määrittely on sopimustyyppi, jossa käy ilmi miten ja milloin kauppahinta maksetaan myyjälle (Taloussanomien 2012). Maksuehtojen määrittelyllä pystytään vaikuttamaan ostovelkojen ja myyntisaatavien tasapainoon ja siten yrityksen kannattavuuteen.

OSTOT		MYYNТИ
<p>Minkälaisilla maksuehdoilla suunnittelet toteuttavasi yrityksesi tarvitsemat materiaali-, raaka-aine- ja muut alihankinnat?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ennakkomaksu <input type="checkbox"/> käteinen (kät. asiakirj. vast.ottamisesta) <input type="checkbox"/> heti tavarán vastaanottamisesta <input type="checkbox"/> tililuotto 30 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> tililuotto 60 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> tililuotto 90 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> 50 % káteisellä, 50 % tililuottona (30/60/90) pv tavarán lähettámisestá 		<p>Minkälaisilla maksuehdoilla tulet myymään yrityksesi tavaroita/palveluja?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ennakkomaksu <input type="checkbox"/> käteinen (kät. asiakirj. vast.ottamisesta) <input type="checkbox"/> heti tavarán vastaanottamisesta <input type="checkbox"/> tililuotto 30 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> tililuotto 60 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> tililuotto 90 pv tavarán lähettámisestá <input type="checkbox"/> 50 % káteisellä, 50 % tililuottona (30/60/90) pv tavarán lähettámisestá

KUVA 14. Kysymys 10 (Finnvera: Yrittäjätesti 2012)

Testin arviointi

Testissä pyritään avaamaan yrittäjäksi haluavan silmät yritysmaailman todellisuuteen, mutta myös kannustetaan mahdollista tulevaa yrittäjää. Testissä ei anneta valmiita vastausvaihtoehtoja vaan testattava joutuu pohtimaan omaa tilannettaan monelta kantilta. Ennen kysymyksiin vastaamista testattavalle kerrotaan tarkasti, mitä tulevalla kysymyksellä ajetaan takaa.

Testi on johdonmukainen kuten esimerkiksi kysymykset 2 ja 3 osoittavat (kuvat 5 ja 6). Kysymyksessä kaksi pyydetään miettimään, mitä tietoja ja taitoja testattava tarvitsee menestyäkseen yrittäjänä valitsemallaan toimialalla. Lisäksi pyydetään miettimään, millaisia toimialalla menestyneet yrittäjät ovat. Kysymyksessä kolme arvioidaan tarvittavaa tietotaitoa verrattuna omaan tietotaitoon. Näin mahdollinen tuleva yrittäjä voi kehittää tietämystään asioissa, jotka eivät kuulu hänen osaamisalueeseensa.

Finnveran yrittäjätesti on hyvin informatiivinen verrattuna kahteen aiemmin esiteltyyn testiin. Testi antaa informaatiota ja kertoo informaatiöväylistä, joihin yrittämistä harkitsevan kannatta ottaa yhteyttä. Nämä väylät auttavat yrittäjää pohtimaan, onko suunniteltu yritystoiminta mahdollinen ja kannattava. Testattavan halu ryhtyä yrittäjäksi punnitaan sillä, että testissä ei anneta valmiita vastauksia vaan kannustetaan ottamaan selvää asioista.

Testin tehtyään testattava saa varmistusta suunnitelmilleen ryhtyä yrittäjäksi. Toisaalta pelkästään tämän testin tekeminen voi saada testattavan näkemään aukkoja suunnitel-

missaan. Jää jokaisen itse päätettäväksi, ovatko nämä aukot liian suuria täytettäviksi ja onko tahto ryhtyä yrittäjäksi tarpeeksi voimakas.

Tämän työn tekijä on itse tehnyt testin (Liite 3).

4 YRITTÄJÄN POLKU

Tämän luvun tarkoitus on helpottaa yrittäjän aloituspolkua kertomalla, mitkä ovat ne tahot, jotka auttavat yrittäjää kulkemaan oikeita reittejä. Luvusta 4.1 saa tietoa kaikkein hyödyllisemmästä Internetin palvelusivustosta, joka on luotu nimenomaan yrittäjiä silmällä pitäen.

4.1 Yrittäjän sivustot Internetissä

Internetissä on paljon tietoa yrittäjäksi aikovalle yrittäjätesteistä liiketoimintasuunnitelmiin. Se on hyvä väylä etsiä tietoa ja selvittää asioita. Internetissä voi kuitenkin olla osin vanhentunutta ja jopa väärää tietoa. Lisäksi tietoa on niin paljon, että alkava yrittäjä saattaa hämmentyä. Saattaa olla, ettei yrittäjä kaiken tietotulvan keskellä enää tiedä, mihin ottaa ensiksi yhteyttä. Internetin paras väylä on Yritys-Suomen portaali, johon on koottu linkit kaikkiin yrittäjän tarvitsemiin sivustoihin.

Yritys-suomi

Yritys-Suomen palvelusivuston nimi kertoo verkkopalvelun tehtävästä. Suomalaisia kannustetaan yritteliäisyyteen ja autetaan menestymään valitsemallaan tiellä Yritys-Suomen palvelujen avulla. Verkkopalvelun pääkohderyhmänä ovat (Yritys-Suomi: Käyttöehdot 2012) pk-yritykset, yrittäjät sekä yrittäjäksi aikovat. Saman sivuston mukaan palvelut on luotu koko yrityksen elinkaarta silmälläpitäen ja koostuvat yritystoiminnan käynnistämisestä, kasvattamisesta, kehittämisestä ja kansainvälistymisestä.

Yritys-Suomen verkkopalvelua koordinoi Työ- ja elinkeinoministeriö ja palvelu yhdistää julkisten asiantuntijaorganisaatioiden osaamisen ja palvelut (Yritys-Suomi: Käyttöehdot 2012). Palveluntarjoajista tärkeimpiä alkavan yrittäjän kannalta ovat:

- Finnvera,
- Finpro,
- Keksintösäätiö,
- Patentti- ja Rekisterihallitus,

- Suomen Teollisuussijoitus,
- TEKES,
- ELY-keskukset ja
- Verohallinto (Yritys-Suomi: Käyttöehdot 2012).

Yritys-Suomen sivuilta löytyy yli tuhat asiointipalvelua yrittäjiä varten (Kovero 2012). Näin ollen kaikki yrittämisen perustamisessa tarvittavat linkit löytyvät samalta sivustolta. Tämä helpottaa tiedonhakua ja nopeuttaa yrityksen käynnistämisen ymmärtämistä konkreettisesti. TEMin hankekoordinaattori Jari Kovero (2012) kertoo, että palvelun henkilökohtaisia asiointimuotoja on tähän mennessä käyttänyt noin 150 000 tiedon janoista ja nettisivujen käyttäjiä on ollut moninkertainen määrä.

Yritys-Suomen verkkopalvelusivusto yrittäjäksi aikoville

Yritys-Suomen verkkopalvelusivuston Yrityksen perustaminen -osion neljä pääkohtaa ovat (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012):

1. harkitseminen ja suunnittelu,
2. käytännön perustamistoimet,
3. uutena yrityksenä toimiminen ja
4. aloittavan yrittäjän muistilista.

YRITYS-SUOMI TIETOA, RAHOITUSTA JA KONTAKTEJA YRITYKSELLESI

Palvelukokonaisuudet | Palveluhakemisto | Asioi verkossa

ETUSIVU | YRITYKSEN PERUSTAMINEN | YRITYKSENÄ TOIMIMINEN | KEHITYMINEN | KANSAINVÄLISTYMINEN

Yrityksen perustaminen Etusivu > Yrityksen perustaminen > Harkitseminen ja suunnittelu

Harkitseminen ja suunnittelu

Harkitseminen ja suunnittelu -osiossa mietitään yrittämisen eri vaihtoehtoja, ideoidaan, tarkastellaan yrittäjältä vaadittavia ominaisuuksia ja pohditaan yrityksen menestymismahdollisuuksia eli kaikkea sitä, mitä alkavan yrittäjän täytyy ottaa huomioon ennen käytännön perustamistoimia.

Muutoksetekijät-video
Miten aloittaa oman unelman toteutus ja ryhtyä yrittäjäksi?

Yrityksen perustamisopas (pdf, 10 Mt)

Yrityksen perustajan opas Keskuskauppakamari (pdf, 2 Mt)

Yrittäjäksi Suomeen -opas (pdf, 1,57 Mt)

2

YRITYS-SUOMI PUEHELINPALVELU
alkaville yrittäjille ja yrityksille
0295 020 500
ma-pe klo 9.00 - 16.00

KUVA 16 (Yritys-Suomi: Yrityksen perustaminen 2012)

4.2 Alkavan yrittäjän palveluverkosto

Suomessa ei jätetä yrittäjää pelkän Internetin tiedon varaan vaan yhteiskunta on järjestänyt yrittäjäksi aikoville paljon tukiverkostoja. Yrittämistä suunnittelevan kannattaa ensin ottaa yhteys alueensa uusyrityskeskukseen tai ELY-keskukseen. Alla esitellään toimijoita, jotka toimivat valtakunnallisesti. Tämän luvun lopussa keskitytään erityisesti Pirkanmaan asiantuntijaverkostoon.

4.2.1 Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus on hyvä apu niin aloittelevalle yrittäjälle kuin jo toimivalle yrittäjälle. ELY-keskukset toimivat yhteistyössä maakunnan liittojen kanssa. Työ- ja elinkeinotoimistot ovat ELY-keskusten alaisia. (ELY-keskukset 2012.)

ELYn kotisivuilla esitellään laajasti yrittäjien neuvontapalveluja. Ammattiapua on tarjolla yrityksen käynnistämiseen, kehittämiseen, vientiin ja kansainvälistymiseen, omistajanvaihdokseen sekä rahoitukseen (ELY-keskukset 2012). Tässä työssä kiinnitetään huomiota erityisesti yrittämistä suunnitteleville ja aloitteleville yrittäjille suunnattuihin palveluihin.

ELYn palveluja yrittäjille kehitetään jatkuvasti. Työ- ja elinkeinoministeriö ja ELY-keskukset ovat aloittaneet pk-yritysten osaamisen kehittämisspalvelujen uudistamistyön. Uudistamistyötä tehdään tuotteistettuihin asiantuntijapalveluihin. Nämä tuotteet otetaan käyttöön vuoden 2014 alusta. (ELY: Uutiset 2012.)

Yritysneuvonta

Yrityksen käynnistämisvaiheen neuvontapalveluita ELYssä ovat:

- yrittäjäominaisuuksien arviointi,
- liikeidean arviointi,
- yrityksen perustamisneuvonta,
- yritysnimen nimiesteneuvonta,
- kaupparekisterimaksut ja –neuvonta,
- keksintöasiamiespalvelut,
- osuuskuntaneuvonta,
- yritysten sijaintineuvonta,
- koulutusneuvonta ja yrittäjäkoulutus,
- perustamisrahoitus,
- työ- ja elinkeinotoimiston starttirahaneuvonta,
- yrityksen sukupolvenvaihdosasiat ja
- ulkomaalaisen yritystoiminnan käynnistäjän neuvonta. (ELY: Yritystoiminta 2012.)

Yrittäjävalmennus

Yrittäjävalmennusta järjestetään alueellisesti ELY-keskuksissa. Valmennukset ovat sisällöltään yrityksen perustamiseen liittyviä koulutuksia. Erikseen on kehitelty vielä yri-

tyskohtaisia tuotteistettuja palveluja, joita voi tilata Yritys-Suomelta. Nämä ohjelmat ovat maksullisia.

- Yritysidean arviointi- ja kehittämisohjelma ProStart
 - o hinta 100€
- Tuote- tai palveluideoiden kaupallistamisasiantuntijaohjelma TuoteStart
 - o hinta 100€
- Liiketoimintasuunnitelman laatimisojelma PK-LTS
 - o hinta kaksipäiväisenä 350€ ja neljäpäiväisenä 700€
- Myynnin ja markkinoinnin asiantuntijaohjelma Myyntiteho
 - o hinta 500€ (ELY: Yritystoiminta2012.)

Kauppa-, patenti- ja rekisterihallituksen palvelut

Osa ELY-keskuksista tarjoaa yrittäjille kaupparekisteripalvelut sekä Patenti- ja rekisterihallituksen peruspalvelut. Jos paikallisen ELYn yhteydessä ei ole näitä palveluita, Yritys-Suomen palvelusivusto auttaa eteenpäin.

Muut palvelut

ELYstä saa esitteitä, oppaita, työkirjoja ja lomakkeita, joiden tarkoitus on auttaa yrittäjää puntaroimaan mahdollisuuksiaan. Sen tiloissa voi itsenäisesti hakea yrittäjyyteen liittyvää tietoa. Hyödyllisiä tietokantoja (ELY: Yritystoiminta 2012) ovat

- kaupparekisterin tietokanta,
- Patenti- ja rekisterihallituksen (PRH) sekä Keksintösäätiön peruspalvelut,
- eri alojen toimialaraportit ja
- kilpailija-, markkina- ja nimiestetutkimukset (Online-KATKA ja CD-KATKA).

4.2.2 Muut tahot

Yrittäjäjärjestöt

Yrittäjäjärjestöt pyrkivät vaikuttamaan yrittäjien asemaan yhteiskunnassa. Elinkeinoelämämme suurin keskusjärjestö on Suomen Yrittäjät. Suomen Yrittäjiin kuuluu 53 toimialajärjestöä, joten tämä verkosto kattaa suurimman osan Suomen elinkeinoelämän toimialoista. (Yrittäjät.fi 2012.)

Suomen Yrittäjien tavoitteena on parantaa yrittäjien asemaa, yrittämisen edellytyksiä sekä rakentaa parempaa yrittäjyyden yhteiskuntaa (Yrittäjät.fi 2012). Suomen Yrittäjien palvelusivuston mukaan pyrkimys on, että menestyvien yritysten ja yrittäjien määrä lisääntyy ja yrittäjien taloudellinen ja sosiaalinen asema paranee.

Suomen Yrittäjät tarjoaa jäsenilleen koulutusta ja verkostoitumisen mahdollisuuksia. Se tarjoaa jäsenilleen monipuolista tietotusta ja neuvontapalveluita Internet-sivustollaan sekä kotiin postitetuilla lehdillä ja tiedotteilla. Neuvontapalvelussa työskentelee sata asiantuntijaa. Neuvontapalveluun voi ottaa yhteyttä puhelimitse ja se on maksutonta. (Yrittäjät.fi 2012.)

Suomen Yrittäjät analysoi yrittäjyyden ja pk-yritysten kannalta keskeisiä asioita tutkimuksin. Tutkimustoiminta on ajankohtaista ja levittää yrittäjätietoutta sekä edunvalvonnallisia asioita (Yrittäjät.fi 2012). Yrittäjät.fi sivustoilta löytyy mm. yritysbarometreja, rahoituskyselyitä ja yrittäjyysilmapiiritutkimuksia.

Kauppakamarit

Keskuskauppakamarin tarkoituksena on varmistaa, että yrittäjien ääni kuuluu, kun yhteiskunnassa tehdään tärkeitä päätöksiä (Kauppakamari 2012). Keskuskauppakamarin ja 19 alueellisen kauppakamarin palvelut kattavat Suomen kaikki toimialat. Yrittäjä saa kauppakamareilta neuvontaa, palveluita ja koulutusta ja kamarit auttavat uusissa liiketoimintamahdollisuuksissa ja kansainvälistymisessä. (Kauppakamari 2012.) Seuraavassa kappaleessa tehdään katsaus Tampereen kauppakamarin toimintaan.

Kauppakamarin jäseneksi liitytään paikallisesti. Tampereella toimii Tampereen kauppakamari, joka palvelee koko Pirkanmaata. Palvelusivustolla sen tehtäviksi luetellaan mm. edunvalvonta, ajankohtaiskoulutus ja HTM-tilintarkastajien hyväksyminen ja valvonta. Kauppakamarin jäsenille on järjestetty myös maksutonta neuvontapalvelua, josta saa apua vero-, työsuhde- ja liikejuridisissa asioissa. Jos puhelimitse annettava maksuton

neuvonta ei riitä, asiantuntijat ohjaavat yrittäjää maksullisiin asiantuntijapalveluihin. (Kauppakamari 2012.)

Vakuutusyhtiöt

Vakuutusyhtiöillä on yritysvarakuutuksiin erikoistuneita vakuutusasiantuntijoita. Moni vakuutusyhtiö tarjoaa yrittäjille riskienhallintaopastusta. Yleensä vakuutusyhtiöltä saa ohjeita, lomakkeita ja muita työkaluja, joihin yrittäjä tutustuu ennen ensimmäistä asiakaskäyntiä. Asiakaskäynnillä yrittäjä ja vakuutusyhtiön asiantuntija paneutuvat asiaan ja kartoittavat riskit sekä tekevät riskienhallintasuunnitelman, jossa määritetään, mitkä vakuutukset ovat välttämättömiä.

Yrityskummit

Aloittava yrittäjä saa halutessaan tukea ja neuvoja mentor-toimintaa järjestäviltä yhdistyksiltä. Pirkanmaalla toimivalta Pirkanmaan Yrityskummit Ry:ltä yrittäjä voi saada keskustelukumppanin, joka sparraa ja valmentaa häntä. Yrityskummit ovat kokeneita yritysjohtajia ja asiantuntijoita, jotka haluavat auttaa ja kehittää yritystoimintaa. (Yrityskummit 2012.)

4.2.3 Työ- ja elinkeinotoimisto

Työ- ja elinkeinotoimisto (myöhemmin TE-toimisto) palvelee yrittäjää koulutus-, rahoitus- ja rekrytointitarpeissa. seuraavassa kappaleessa tutustutaan tarkemmin TE-toimistojen järjestämään koulutukseen ja rahoitukseen.

Koulutus

TE-toimisto auttaa alkavaa yrittäjää alkuun vahvistamalla yrittäjän tietotaitoa. Toimiston nettisivuilta löytyy listaus järjestettävistä työvoimapolitiittisista koulutuksista. Nämä koulutukset ovat kokopäiväisiä ja maksuttomia. Starttirahaa saa työtön työnhakija tai palkkatyöstä yrittäjäksi siirtyvä henkilö. Muut starttirahan myöntämiseen liittyvät ehdot löytyvät TE-toimiston nettisivuilta osoitteesta mol.fi.

MOLin sivustot esittelevät kaksi Tampereella toteutettavaa työvoimapolitiittista yrittäjäkoulutusta. Molemmissa koulutuksissa lähdetään aluksi selvittämään yritysideojen menestymismahdollisuuksia. Koulutuksien tavoitteena on laatia liiketoimintasuunnitelma,

joka olisi mahdollisimman yksityiskohtainen, käytännönläheinen sekä kannattavuutta tutkiva. (MOL 2012.)

1. Valmennusmajakka

Valmennusmajakan koulutus kestää MOLin sivuston mukaan 30 päivää ja tapahtuu sekä lähi- että etäopiskeluna. Aihealueet käsittelevät yritystoiminnan suunnittelua, markkinaselvitystä, yritysmuotoja, yrityksen perustamistoimia, sähköisiä työkaluja, markkinointi- ja myyntitoimenpiteitä sekä yrityksen kannattavuutta. (MOL 2012.)

2. Tampereen Aikuiskoulutuskeskus (myöhemmin TAKK)

TAKKin koulutus voi olla pidempi kuin Valmennusmajakan järjestämä koulutus (MOL). MOLin mukaan edellytyksenä koulutukseen hakeutumiselle on valmis liikeidea ja lyhyt liiketoimintasuunnitelma katsotaan hakijalle eduksi valintavaiheessa. Hakijat valitaan ensin neljän viikon ajaksi peruskoulutukseen, jossa käsitellään mm. yrittäjävalmiuksia, juridiikkaa, yritysmuotoja ja yrittäjän taloutta. (MOL 2012.)

MOLin sivustot kertovat opiskelijan voivan kouluttautua lisää valitsemalla kahdesta eri koulutusväylästä, jotka ovat pikastartti ja yrittäjän ammattitutkinto. Pikastartti-koulutusaika on kuusi viikkoa sisältäen esimerkiksi seuraavia aiheita: taloudellisuuslaskelmat, verotus, yrityksen perustamisen käytännön toimet sekä liiketoimintasuunnitelman ohjaus. (MOL 2012.)

Toisena koulutusvaihtoehtona tarjottu yrittäjän ammattitutkinto on kestoaltaan kahdeksan viikkoa (MOL 2012). Ammattitutkinto on sisällöltään mainituista yrittäjäkoulutuksista kaikkein kattavin, koska tutkinto sisältää muita koulutuksia henkilökohtaisemman ohjauksen. Henkilökohtaisuus tarkoittaa tässä koulutuksessa tarkkojen taloudellisten laskelmien tekoa, yrityksen perustamisasiakirjojen täyttämistä sekä yritystoiminnan toteuttamissuunnitelmaa (MOL 2012).

4.2.4 Uusyrittäjäkeskukset

Uusyrittyskeskusten asiakkaita ovat ne yksityiset ihmiset, joilla ei ole vielä yritystä. Uusyrittyskeskukset toimivat valtakunnallisena yhdistyksenä ja keskuksia on Suomessa 32. Keskusten jäsenet muodostavat varsin kattavan verkoston aloittavaa yrittäjää varten. (Porokka, Tanner & Lepistö 2012.) Uusyrittyskeskuksen jäsenenä on verkostoja kuten kuntia, oppilaitoksia ja yhdistyksiä. Keskuksilla on myös kattava asiantuntijaverkosto, jossa toimii esimerkiksi kirjanpitäjiä, juristeja ja vakuutusasiantuntijoita. (Porokka ym. 2012) Seuraavaksi esitellään tarkemmin Pirkanmaan seudun Uusyrittyskeskus ja sen toiminnot. Toiminnot ja palvelut ovat samoja ja ilmaisia kaikissa Suomen Uusyrittyskeskuksissa.

4.3 Yrittäjäväylät Pirkanmaalla

Pirkanmaalla toteutetaan yhden luukun periaatetta siten, että suurin osa yrittäjien tarvitsemista palveluista on koottu saman katon alle (Porokka ym. 2012). Pirkanmaan ELY-keskuksen rakennuksessa toimii seuraavia yrittäjiä neuvovia tahoja:

- Uusyrittyskeskus Ensimetri,
- Tampereen TE-toimisto,
- Finpro,
- Viestinvaihtopalvelu,
- Keksintöasiamies,
- Verottaja ja
- Osuustoimintakeskus (Porokka ym. 2012)

Pirkanmaan Uusyrittyskeskus

Pirkanmaan Uusyrittyskeskus toimii ELY-keskuksen toimipisteen toisessa kerroksessa. Koska kaikki kerroksen toimijat ovat erikoistuneet yrittämiseen, sitä voidaan nimittää yrittäjien maailmaksi (Porokka ym. 2012). Alla käydään läpi ne toimijat, joita yrittäjä voi tarvita **ennen** yrityksen varsinaista perustamista.

Ensimetri

Pirkanmaan Uusyrittyskeskus on nimetty yrittäjän ensimmäisiä askeleita kuvaavasti Ensimetriksi. Ensimetrin toimipaikkoja on Tampereella, Kangasalla, Lempäälässä, Ylöjär-

vellä, Akaalla, Pirkkalassa, Nokialla, Ikaalisissa, Hämeenkyrössä sekä Orivedellä (Porokka ym. 2012). Porokan ja kumppaneiden (2012) mukaan asuinkunta ja toimipiste eivät ole sidoksissa toisiinsa vaan henkilö voi mennä asioimaan mihin tahansa keskuksista. Vaikka tässä luvussa keskitytään Tampereen Ensimetrin toimintaan, alueen kaikki muutkin keskuksat tuottavat samoja palveluita.

Kuten aikaisemmin on todettu, Uusyrityskeskusten palvelut ovat ilmaisia, joten tulevan yrittäjän on erittäin järkevää hyödyntää niitä. Asiakaskohtaisten käyntikertojen määrä vaihtelee yhdestä kerrasta kuuteen. Osassa tapauksista kahden käyntien välillä saattaa olla kulunut jopa vuosi, jos esimerkiksi henkilön oma tilanne on muuttunut tai vaikkapa koko yritysidea on muuttunut tai kehittynyt. (Porokka ym. 2012)

TAULUKKO 7. Ensimetrin tunnuslukuja vuodelta 2011 (Porokka ym. 2012)

Uudet yritysideoita	2341
Uudet asiakkaat	2386
joista naisia	44 %
Asiakaskäyntejä	3742
Asiantuntijalähetteitä	3797
Starttirahalausuntoja	888
Lausuntoja Finnveralle	165
Ensimetrin kautta perustettuja yrityksiä	895
Ensimetrin kautta perustettujen yritysten markkinaosuus kaikista perustetuista yrityksistä Pirkanmaalla	50 - 60 %

Valtiovallan ja Ensimetrin yhteinen tavoite on kannustaa erityisesti naisia perustamaan yrityksiä positiivisilla sanktioilla (taulukko 9). Porokan ym. mukaan tavoitteena on saada asiakkaiden sukupuolijakauma tasan. Kuten taulukosta 7 voidaan todeta, vuonna 2011 tavoite ei ole aivan toteutunut.

Sen lisäksi, että Pirkanmaalla on tutkittu Ensimetrin kautta perustettujen yritysten markkinaosuutta kaikista Pirkanmaalla perustetuista yrityksistä, on myös tehty tutkimuksia siitä, kuinka kestävä yrittäminen on. Kaikista Pirkanmaalla toimivista yrityksistä noin 60 % on vielä hengissä viiden toimintavuoden jälkeen. Ensimetrin neuvonta-

palvelujen kautta perustetuista yrityksistä on toiminnassa viiden vuoden jälkeen yli 80 %. Tämän prosenttiosuuden mukaan laskettuna vuonna 2016 Ensimetrin kautta perustetuista yrityksistä noin 720 harjoittaisi edelleen yritystoimintaa, jos oletetaan, että tulevien viiden vuoden aikana tilanne pysyisi täysin samana. (Porokka ym. 2012.)

Tavoite

Ensimetrin toiminnalle on asetettu tavoitteita, jotka ohjaavat sen toimintaa. Sen tehtävänä ei ole myydä yrittäjyyttä vaan ohjata yrittäjäksi aikovan henkilön suunnitelmia oikeaan suuntaan yrittäjyyden kannalta. Kaikkein tärkein tavoite on varmistaa, että jokaisen asiakkaan mahdollinen tulevan yritystoiminnan lähtökohta olisi terveellä pohjalla. Tästä syystä neuvonta voi johtaa siihen, että Ensimetrin asiantuntijat eivät puolla yrityksen perustamista eikä suunnitellulla idealla kannata lähteä perustamaan yritystä. Voi olla, että idea tarvitsee vielä jatkokehitystä tai markkinatilanne ei ole oikea idean toteuttamiselle. Yrittäjäksi lähteminen on kuitenkin aina viime kädessä yksilön oma päätös. (Porokka ym. 2012.)

Toisena tavoitteena Ensimetrillä on olla henkilökohtainen, ilmainen ja luotettava asiantuntijaorganisaatio, joka neuvoo asiakkaitaan käytännön tasolla. Kaikilla Ensimetrin asiantuntijoilla on pitkälinen liike-elämän koulutus ja/tai työkokemus. Asiantuntijat eivät kuitenkaan voi tuntea täydellisesti kaikkia toimialoja, mutta kaikilla toimialoilla on tiettyjä samoja lainalaisuuksia yrittäjyydestä puhuttaessa. Jos asiakas tarvitsee spesifiä tietoa jostain toimialasta, Ensimetrin asiantuntijat voivat kirjoittaa lähetteen taholle, joka osaa jakaa ko. toimialasta tarkempaa tietotaitoa. (Porokka ym. 2012.)

Kolmas tavoite on siirtää tietotaitoa tulevalle yrittäjälle pyrkimyksenä saada mahdollisimman elinkelpoista ja pysyvää yritystoimintaa. Aiemmin esitetyn yrityksen toiminnan kestävyuden mittarilla tämä tavoite onkin saavutettu (sivu 51).

Ensimetrin tavoitteeksi voidaan katsoa myös viranomaistoiminnan helpottaminen ja sitä kautta myös virastojen säästötoimien edesauttaminen. Tämä toteutetaan tarjoamalla suurin osa yrittäjien tarvitsemista palveluista saman katon alta. (Porokka ym. 2012.) Tämä säästää oleellisesti sekä viranomaisten aikaa että nopeuttaa tulevan yrittäjän työllistymistä.

Viestinvaihtopalvelu ja Yrityspörssi

Viestinvaihtopalvelun tavoitteena on saada olemassa olevien yritysten myyjät ja mahdolliset ostajat kohtaamaan. Hallitut ja onnistuneet yrityskaupat turvaavat työpaikkoja ja kehittävät pk-yritysten toimintaa (Pirkanmaan Viestinvaihto 2012).

Pirkanmaan viestinvaihto –palvelua hallinnoi Pirkanmaan Yrittäjät ja palvelua tuottaa Ensimetrin kanssa yhteistyössä TREDEA Oy ja Pirkanmaan ELY –keskus. Palvelun kautta toteutuneita yrityskauppoja tehdään Pirkanmaan Viestinvaihto-sivustojen mukaan noin 30 kappaletta vuodessa. (Pirkanmaan Viestinvaihto 2012.)

Toinen väylä ostaa jo toimiva yritys on Pirkanmaan yrityspörssi. Se on osa valtakunnallista Suomen Yrittäjien Yrityspörssiä, joten palvelusivuston kautta myytävät yritykset saavat näkyvyyttä valtakunnallisella tasolla. Jos myytävä tai ostettava yritys on Pirkanmaan Viestinvaihto-palvelun sivustoilla esillä, myös Pirkanmaan Yrityspörssi tarjoaa yritykselle ilmaisen valtakunnallisen näkyvyyden. (Yrityspörssi 2012.)

TE-toimiston yritysneuvonta

TE-toimisto voi myöntää aloittelevalle yrittäjälle starttirahaa, johon paneudutaan luvussa 4.4 (sivu 54, 55). Starttirahan lisäksi yritysneuvonta palvelee yrittäjää rekrytointitarpeissa. Jos jo ennen yrityksen käynnistymistä näyttää siltä, että yrittäjä tarvitsee avukseen työvoimaa, siihen on hyvä varautua hyvissä ajoin.

Finpro

Finpro palvelee yrityksiä, jotka suunnittelevat kansainvälistymistä lähinnä tuontitoiminnan merkeissä (Porokka ym 2012).

Keksintösäätiö

Keksintösäätiön innovaatioasiantuntija arvioi Porokan ja kumppaneiden (2012) mukaan tulevassa liiketoiminnassa käytettävän idean suojaamista. Tähän tarkoitukseen keksintösäätiö on tuotteistanut tuoteväylä-nimisen palvelumuodon. Palvelussa arvioidaan idean mahdollista suojaamistarvetta esimerkiksi patentin tai mallisuojan keinoin. (Porokka ym.2012)

Keksintösäätiön mukaan tuoteväylässä etenevälle idealle tehdään ensiarviointi, joka perustuu lähinnä idean mahdollisuuksiin kannattavan liiketoiminnan synnyttäjänä. Jos idea todetaan toteutuskelpoiseksi, se etenee kehittämisvaiheeseen. Kehittämisvaiheesta idealla on mahdollisuus päätyä yritysaihioksi tai lisensointihankkeeksi. (Keksintösäätiö 2012.)

Tuoteväylän läpäissyt idea saattaa saada keksintösäätiöltä rahoitusta. Rahoituspäätöksen ollessa myönteinen idean tulee olla innovatiivinen ja idean tuotteistuksen pitää sisältää kaupallistumis-, kasvu- ja kansainvälistymismahdollisuuksia (Keksintösäätiö 2012).

Verottaja

Verottaja on muuttumassa rankaisuorganisaatiosta palveluorganisaatioksi (Porokka ym. 2012). Verokarhu tarjoaakin palveluitaan aloittavalle yrittäjälle henkilökohtaisena neuvontana verotusasiantuntijan avulla.

4.3.1 Marssijärjestys

Tässä kappaleessa käydään läpi, miten Ensimetrin prosessi toimii. Alkavan yrittäjän kannattaa edetä alla olevan listan mukaisesti.

1. Yhteydenotto Ensimetriin.
2. Ilmoittautuminen Ensimetrin infotilaisuuteen.
3. Ensimmäisen ajan varaaminen Ensimetrin yritysneuvojalle. Ensimmäisen käynnin tarkoituksena on:
 - käydä läpi liikeidea
 - pohtia asiakkaan yrittäjävalmiuksia
 - ohjata liiketoimintasuunnitelman tekoon
 - pohtia rahoitusta
 - kartoittaa ohjaus- ja asiantuntijatarpeita. (Porokka ym. 2012.)

Jos tullaan siihen tulokseen, että yritysidea on toteutuskelpoinen, tapaamisia sovitaan lisää. Niissä pohditaan konkreettisemmin tulevan yrityksen rahoitusta ja kustannuslas-

kelmia, konkreettisia perustustoimenpiteitä, juridiikkaa ja kirjanpitoa sekä markkinointia ja myyntiä.

4.4 Rahoitus

TE-toimiston starttiraha

TE-toimiston myöntämä starttiraha on suunnattu alkaville yrittäjille. Tarkemmin starttirahassa on kyse yrityksen perustamispäivästä lähtien maksettavasta tuesta.

TE-toimiston sivustoilla kerrotaan, että starttirahan suuruus vaihtelee TE-toimiston harkinnan mukaan perusosan kuitenkin ollessa kaikille sama. Lisäosa on suuruudeltaan enintään 60 % perustuen määrästä (MOL: starttiraha 2012). Starttirahaa maksetaan yrittäjälle korkeintaan 18 kuukautta. MOLin sivustoilla kehoitetaan hakemaan rahoitusta kahdessa jaksossa yhden jakson pituuden ollessa kuusi kuukautta. Jos vielä 12 kuukauden jälkeen todetaan yrityksen tarvitsevan rahoitusta, sitä saatetaan myöntää vielä kuudeksi kuukaudeksi. (MOL: starttiraha 2012.)

TAULUKKO 8. Starttirahan määrä vuonna 2012 (MOL: starttiraha 2012)

PERUSTUKI		
päivä	viikko	kuukausi
31,36	156,8	627,2
LISÄOSA ENIMMILLÄÄN 60 %		
päivä	viikko	kuukausi
18,816	94,08	376,32
KOKO TUKI ENIMMILLÄÄN		
päivä	viikko	kuukausi
50,176	250,88	1003,52

Vaikka MOLin sivustoilla esitetään mahdollisuus starttirahan lisäosaan, käytännössä sitä ei yleensä myönnetä (Lepistö 2012).

Starttiraha on puhtaasti rahallinen yhteiskunnan tukitoiminto yrittäjille, jotka aloittavat yritystoimintaansa. Tärkeimmät edellytykset tuen saamiselle ovat hyväksytysti suoritettu yrittäjäkoulutus sekä Uusyrityskeskuksen lausunto. Lausunnon pitää olla yrittäjän liiketoimintasuunnitelman toteutuskelpoisuutta puoltava (Porokka ym. 2012). Pirkanmaan TE-toimiston yritysneuvoja Jarmo Lepistön (Porokka ym. 2012) mukaan ilman Uusyrityskeskuksen lausuntoa uudelle yrittäjälle ei voida myöntää starttirahaa.

Pankit

Kaikilla pankeilla on yrittäjyyteen erikoistuneita asiantuntijoita sekä yrittäjille tarkoitettuja lainoja. Esimerkiksi Sampo Pankki tarjoaa erilaisia tuotteistettuja rahoitusvaihtoehtoja luotollisista tileistä lainoihin. Pienyrittäjille tarkoitettuja lainoja ovat

1. perinteinen pankkilaina,
2. verkkolimiitti,
3. leasingrahoitus,
4. luotollinen tili,
5. osamaksurahoitus sekä
6. pankkitakaus. (Sampo Pankki: lainat 2012.)

Sampo Pankin sivuilta selviää, että näistä lainavaihtoehtoista verkkolimiitti ja luotollinen tili on tarkoitettu käyttöpääoman ja pienten investointien rahoittamiseen. Leasingrahoitus on irtaimen käyttöomaisuuden pitkäaikaista vuokrausta, jolla rahoitetaan yleensä laitteita ja liikkuvaa kalustoa. Osamaksurahoitus eroaa Leasingrahoituksesta siten, että osamaksurahoituksella maksettu kalusto tulee yrityksen omistukseen rahoitusajan päätyttyä, kun taas Leasing-omaisuus on ainoastaan vuokralla koko sopimusajan. Perinteisellä lainalla voi rahoittaa melkein mitä tahansa hanketta. (Sampo Pankki: lainat 2012.)

Finnvera

Finnvera Oyj on valtiollinen riskirahoitusyhtiö, jonka tarkoituksena ei ole kilpailla pankkitoiminnan kanssa vaan täydentää sitä. Sen antamaa rahoitusta kutsutaan riskirahoitukseksi, koska se ottaa enemmän riskiä lainan annossaan kuin pankki (Porokka ym. 2012).

Finnveralta lainaa saadakseen lainan hakijalla täytyy olla hyvä liiketoimintasuunnitelma sekä uskottava yrittäjä, joka tulee toteuttamaan liiketoimintasuunnitelman mukaista liiketoimintaa. Hakijan/hakijoiden luottotiedot täytyy olla kunnossa. Lisäksi lainaa voi hakea vain, jos paikallinen uusyrityskeskus on kirjoittanut puoltavan lausunnon yritystoiminnan toteuttamiskelpoisuudesta. Näihin lainoihin ei tarvitse olla vakuuksia eikä henkilötakausta. (Porokka ym. 2012). Pankkilainassa tarvitsee olla aina vakuuksia, joilla pankki varmistaa lainan takaisinmaksun. Yleisimmät pankkilainan vakuudet ovat henkilötakaus tai vakuus esimerkiksi jonkun kiinteistön arvon mukaan.

Finnveralla on alkavaa yrittäjää silmällä pitäen kaksi tuotteistettua lainavaihtoehtoa, jotka ovat

1. naisyrittäjälaina ja
2. pienlaina.

TAULUKKO 9. Lainavertailu

Instanssi	Finnvera	Finnvera
Tuote	Naisyrittäjälaina	Pienyrityslaina
Lainaehdot	Naiset enemmistöosakkaita ja yksi naispuolisista osakkaista johtaa yritystä päätoimisesti	Ei sukupuolisidonnainen
	Myönnetään yrityskohtaisesti	Myönnetään yrityskohtaisesti
	Yritys työllistää enintään 5 ihmistä	Yritys työllistää enintään 5 ihmistä
	Luottotiedot kunnossa	Luottotiedot kunnossa
	Liiketoimintasuunnitelma	Liiketoimintasuunnitelma
	Uskottava tekijä/tekijöitä	Uskottava tekijä/tekijöitä
	Uusyrittäjäkeskuksen puoltava lausunto	Uusyrittäjäkeskuksen puoltava lausunto
	Hakija täyspäiväinen yrittäjä	Hakija täyspäiväinen yrittäjä
Maksimimäärä €	35 000 €	35 000 €
Laina-aika vuosia	5 vuotta	5 vuotta
Lyhennysvapaa vuosia	1 vuotta	1 vuotta
Myönnettävä lainaosuus kokonaislainasta %	80 %	80 %
Omarahoitusosuus %	20%, voi olla myös pankkilainaa	20%, voi olla myös pankkilainaa
Korko	Euribor 6kk	Euribor 6kk
Marginaali	1,25	1,75
Muuta		
Instanssi	Pankki	Finnvera
Tuote	Pankkilaina	Pientakausta
Lainaehdot	Ei sukupuolisidonnainen	Ei sukupuolisidonnainen
	Luottotiedot kunnossa	Luottotiedot kunnossa
	Vaatii vakuudet/henkilötakauksen	
Maksimimäärä €	Neuvoteltava pankin kanssa	Neuvoteltava pankin/Finnveran kanssa
Laina-aika vuosia	Neuvoteltava pankin kanssa	Neuvoteltava pankin kanssa
Lyhennysvapaa vuosia	Neuvoteltava pankin kanssa	Neuvoteltava pankin kanssa
Myönnettävä lainaosuus kokonaislainasta %	40 %	60 %
Omarahoitusosuus %	60 %	40 %
Korko	Neuvoteltava pankin kanssa	Neuvoteltava pankin kanssa
Marginaali	Neuvoteltava pankin kanssa	Neuvoteltava pankin kanssa
Muuta	Omaa takausta pitää olla 60 prosenttia tarvittavan pankkilainan määrästä	Finnveran pientakausta voidaan saada 40 prosentin osuudelle tarvittavasta pankkilainamäärästä

Lainojen ominaisuuksia ja eroavaisuuksia tarkastellaan taulukon avulla. Yllä olevassa taulukossa vertaillaan Finnveran lainoja keskenään sekä tuodaan rinnalle Finnveran pientakausta ja pankkilainaa. Jos yrittäjä hakee pankilta lainaa, mutta sillä ei ole pankin vaatimia vakuuksia, voi yrittäjä hakea pankkilainaan pientakausta Finnveralta.

Ehkä tärkein eroavaisuus on rahoituksen kannalta naisyrittäjä- ja pienyrityslainan koron marginaali. Sen lisäksi, että valtiolta kannustaa naisia yrittämään pienemmällä lainamarginaalilla, jo eläkkeellä olevan Finnveran aluejohtaja Seppo Tyynelän mukaan naiset ovat parempia lainanmaksajia. Tyynelä tukee väitettään sillä, että naisyrityslainoista ei tule juurikaan luottotappiota valtiolle. (Tyynelä, Porokan ym. mukaan 2012).

Finnveran mukaan sekä naisyrittäjä- että pienlainaa käytetään toimintaansa aloittavan tai jo toimivan pienen yrityksen rahoitusmuotona toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeissa tai toiminnan kehittämisessä. Lainojen käyttökohteita voivat olla esimerkiksi kone- ja laiteinvestoinnit ja käyttöpääoma. (Finnvera 2012.)

Lainaehdoissa mainittu uusyrityskeskuksen puoltava lausunto tarkoittaa sitä, että uusyrityskeskuksen on todettava lausunnossaan aloittavan yrityksen toiminnan kannattavuus. Kannattavuutta ja muita terveitä ja elinkelpoisia asioita perustellaan myös yrittäjän itsensä laatimassa liiketoimintasuunnitelmassa. Nämä kaksi dokumenttia todistavat Finnveralle yrityksen tulevaa lainan takaisinmaksukykyä.

Liitteen neljä laskelma on yksi esimerkki yrityksen rahoitusmahdollisuudesta. Tässä oletuksena on, että lainanhakijan kokonaisrahantarve on 30 000€, josta Finnvera rahoittaa maksimissaan 80 %. Finnveran lainaosuudeksi jää tässä esimerkissä 24 000 €. Tämän jälkeen tuleva yrittäjä hakee pankkilainaa 6000 €, johon hän hakee Finnveran pientakausta 2400 €. Finnvera antaa siis vakuuden tuolle summalle. Omarahoitusosuus pankkilainasta on siis 3 600, johon lainanhakijalla täytyy olla vakuudet omasta takaa. Huomionarvoista on, että vuoden lyhennysvapaa aiheuttaa lainan kokonaissumman huomattavan lisääntymisen. 24 000 euron laina maksaa vuoden lyhennysvapaalla korokoineen yrittäjälle melkein 32 000 euroa.

Jos yrityksen rahoituslaskelma on sellainen, että yritys tarvitsee Finnveraa rahoittajaksi, Finnveran lainapäätös vaikuttaa myös starttirahaan. Jos Finnveralta tulee negatiivinen lainapäätös eli se ei myönnä yritykselle lainaa, starttirahapäätöstä ei voida tehdä, koska yrityksen rahoitus ei ole tällöin kunnossa ja yritystoiminta ei voi käynnistyä.

5 PERUSTAMISIDEASTA LIIKEIDEAAN

Liikeidean perustana on jokin ajatus, visio, tarve ja/tai intohimo. Ajatus on vielä jokenkin jäsentymätön ja vaatii vielä paljon pureskelua, sylkemistä ja nielemistä tullakseen toteuttamiskelpoiseksi. ”Yrityksen jokainen teko ja sana on viesti”. (Sounio 2011, 60.) Jo yrityksen perustamisvaiheessa kannattaa muistaa Sounion painotus sanalle jokainen. Missio, arvo ja liikeidea sekä strategia käsitetään viesteiksi sekä yrityksen sisällä että sen ulkopuolella.

Perustamisideasta on kohtuullisen pitkä matka varsinaiseen liikeideaan ja liiketoimintasuunnitelmaan. Tässä luvussa seurataan yrityksen kehitystä yritysideaan liikeideaan ja kerrotaan lyhyesti liiketoimintasuunnitelmatyöskentelystä.

Yritysidea ja tavoiteliikeidea

Idea, jonka on mahdollista synnyttää liiketoimintaa, kutsutaan perustamisideaksi tai yritysideaksi. Yrityksen perustajan opas (2008, 24) toteaa, että jo yritysideaavaiheessa tulee olla näkemys siitä, kuinka syntyneen idean avulla voidaan ansaita rahaa.

Yritysideaan hahmottelussa kannattaa käyttää hyväksi oman ideoinnin lisäksi ulkopuolisia tahoja. Apua voi kysyä puolueettomilta tahoilta niin asiantuntijoilta kuin objektiivisen näkemyksen antavalta tuttavalta. Erilaisiin asiantuntijaväyliin on tutustuttu jo tarkemmin tämän työn luvussa neljä (sivut 43–61).

Yritysideoiden syntytavat

Yritysideaalla on hyvin erialaisia syntytapoja tai niiden yhdistelmiä. Yrityksen perustajan opas (2008, 24) toteaa, että yritysideaan syntymiseen tarvitaan joku ulkoinen ärsyke, joka voi olla joko negatiivinen tai positiivinen. Esimerkkeinä negatiivisista ärsykkeistä ovat työttömyysuhka ja viihtymättömyys nykyisessä työssä (Yrityksen perustajan opas 2008, 24). Positiivisena ärsykkeenä voi taas toimia rahoituksen järjestyminen, sopivan toimitalan tai yhteistyökumppanin löytyminen (Yrityksen perustajan opas 2008, 24).

Aina ei tarvitse keksiä pyörää itse, vaan yritysideoita voi esimerkiksi löytää liike-elämän ammattilehdistä (Raatikainen 2011, 23). Internet on myös pullollaan yritys-

ideasivustoja ja –blogeja. Samoista lähteistä voi myös löytyä oivallus markkinaraosta, jonka voi yritysidealtaan täyttää. Myös kouluttautuminen ja toisaalta myös pitkä työkokemus voivat aikaansaada yritysideal synnyn. Vapaa-ajan harrastus tai keksintö voi olla hyvä pohja yritysideal.

Tavoiteliikeidea

Kun yritysidea jäsentyy ja kypsyy, siitä voidaan puhua termillä tavoiteliikeidea. Tavoiteliikeideassa tiedetään jo, mihin ollaan pyrkimässä ja osin millä keinoilla. Tavoiteliikeidean systemaattisen jalostamisen tuloksena syntyy yksityiskohtainen kuvaus yrityksen menestystekijöistä (Yrityksen perustajan opas 2008, 24). Jalostustoiminnan tulosta kutsutaan liikeideaksi.

5.1 Missio

Ennen kuin siirrytään tarkastelemaan yrityksen missiota, arvoja ja visiota, pohditaan hetki niitä kaikkia yhdistävää tekijää. Kaikkein tärkein asia niiden luomisessa on merkityksellisyys. Henkilökunnalla, asiakkailta ja sidosryhmillä on tarve saada tuntee jotain ja olla osa jotain (Sammallahti 2009, 19). Jos yrittäjä onnistuu tällaisen tunnelman luomisessa, se täyttää sidosryhmien tarpeita kokonaisvaltaisesti. Henkilökunta on tärkeässä asemassa hengen luojana. Henkilökunnan tulee olla ylpeä yrityksestä, jonka palveluksessa on ja uskoa ja luottaa yritykseen. Tämä tunne välittyy helposti asiakkaille ja asiakkailta tulee halu olla osa yritystä kuluttajan roolissa.

Missio eli toiminta-ajatus kertoo yrityksen elämäntehtävästä. Yrityksen perustamisopas (2008, 24) määrittelee sen yrityksen ajatukselliseksi perustaksi, toiminnan perussuunnaksi. Teoksen (2008, 24) mukaan mission tulisi vastata kysymyksiin

- mitä varten yritys on markkinoilla,
- mitä markkinoiden tarvetta yrityksen on tarkoitus tyydyttää ja
- kenen tarpeita yritys tyydyttää.

Usein missiot määritellään yrityksissä liian laajoiksi. Liian laajana missio ei ole toiminnallinen (Yrityksen perustamisopas 2008, 24). Toiminnallisuudella tarkoitetaan, että

missio nimenomaan tuo esiin yrityksen **toiminnan** tarkoituksen. Liian suppeana missio saattaa jättää yrityksen kannalta tärkeitä mahdollisuuksia huomiotta (Yrityksen perustamisopas 2008, 24).

Käsitteet tarve ja tarjooma on Yrityksen perustamisoppaan (2008, 24) mukaan tärkeä erottaa toisistaan. Esimerkiksi kahvilan missiota suunniteltaessa toiminnan on tarkoitus tyydyttää tietty tarve. Tuotteen kannalta ajateltuna kahvion elämäntehtävänä on valmistaa asiakkaalle hyvää kahvia ja tarjoilla se asiakkaalle pöytään. Tuotepohjaisessa missiossa ajatellaan, että kahvia tarjoillaan asiakkaalle, jotta tyydytetään asiakkaan mieliteko kahviin. Oikein asetellussa missiossa on kuitenkin kyse paljon muustakin kuin pelkästä tuotteesta. Esimerkiksi Linkosuo on määritellyt missionsa seuraavasti: ”Linkosuo on suomalainen makuelämyksien tarjoaja, joka tuottaa lisäarvoa asiakkailleen ja yhteisökumppaneilleen kannattavasti.” (Linkosuo 2012.) Tässä missiossa tuodaan esille tuote makuelämyksenä ja vastataan kysymyksiin seuraavasti:

1. Mitä varten yritys on markkinoilla?

Tuottaakseen asiakkailleen makuelämyksiä

2. Mitä markkinoiden tarvetta yrityksen on tarkoitus tyydyttää?

Makuelämysten tuottamaa lisäarvoa kannattavasti

Makuelämysten tuottamaa lisäarvoa voidaan tarkastella esimerkiksi yritysasiakkaan näkökulmasta. Yritysasiakas ostaa asiakastapaamiseen wiinereitä kahvion myymälästä. Hän viestittää tällä asiakkaalle, että tapaamiseen on varustauduttu etukäteen ja asiakas otetaan huomioon. Lisäarvon kannattavuus syntyy siitä, että yritysasiakkaan keskittäessä ostoksensa Linkosuolle, hänelle annetaan 10 prosentin alennus tuotteista.

3. Kenen tarpeita yritys tyydyttää?

Asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden.

5.2 Arvot

Sanalla arvo on monta merkitystä. NetMOT-sanakirjan (2012) mukaan sanan arvo yksi merkityksistä on se, minkä perusteella jotakin pidetään merkityksellisenä, hyvänä, arvokkaana sekä mikä on jonkun asian kantavuus. Arvomaailma muodostuu arvojen kokonaisuudesta (NetMOT-sanakirja 2012).

Mitä yritysmaailmassa tarkoitetaan arvoilla? Vastaus tähän kysymykseen vaatii jonkin verran tutkiskelua. Havainnollistettaessa asiaa voidaan lähteä vastaamaan kysymyksiin ensin pelkän arvo sanan määritelmän perusteella. Lähdetään ensin yksilöpohjalta, jotta tämä abstrakti sana avautuu.

Minkä perusteella arvioin, mikä on merkityksellistä?

Minkä perusteella arvioin, mikä on hyvä ja mikä taas huono?

Mitkä asiat kantavat minua eteenpäin kohti tavoitteitani?

Eri teosten mukaan yritysmaailmassa sana arvo saa seuraavia merkityksiä:

1. Yrityksen arvot ohjaavat eettisesti yritystä kohti visiotaan ja ovat luonteeltaan pysyväisiä sekä ohjaavat kaikkea päätöksentekoa ja toimintatapoja (Ahonen, Koskinen, & Romero 2009, 24).
2. Arvot ovat periaatteita, joiden mukaan yritys toimii, joten strategia pitää luoda arvomaailman mukaisesti (Ilmoniemi ym. 2009, 28).

Näiden määritelmien mukaan voidaan avata sanan arvo merkitystä yritysmaailmassa vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

1. Millä keinoilla tuen yrityksestä muotoutuvaa mielikuvaa?
2. Mitkä periaatteet ovat sellaisia, joita voin noudattaa aina yritystä pyörittäessäni?
3. Mikä on toimintatapa, jonka hyväksyn ja jota en missään nimessä hyväksy?
4. Millä tavalla työntekijäni tulee toimia jokapäiväisessä työskentelyssään?

Lisa Sounio pohtii kirjassaan arvojen jalkautumisen vaikeutta ylimmältä johdolta jokaiselle työntekijälle. Arvot ovat valitettavan usein ylimmän johdon kapulakieltä, jonka toiminnallisesta ajatuksesta on vaikea saada otetta (Sounio 2011, 59). Sounio kritisoi

arvojen olevan usein geneerisiä, joten niistä puuttuu henkilökohtaisuutta ja sykähdyttävyyttä (Sounio 2011, 59).

Yrityksien kotisivujen avulla voi päätellä arvojen alkuperästä jotakin. Jotkut yritykset otsikoivat jo sivukartoilleen arvot. Valitettavan usein arvot on lueteltu listana luettelomerkein. Listatut arvot antavat tuntuman, että arvot on kopioitu suoraan yhtiöjärjestyksestä eikä niillä ole toiminnallisuutta. Voi olla, että sana arvo on kärsinyt inflaatiota ja tuntuu vanhahtavalta juuri sen esitystavan takia.

Arvojen esitystapa voi olla sielukas ja konkreettisempi. Usein arvot on sisällytetty kertomuksen omaiseen muotoon historioineen, perusteluineen ja esimerkkeineen. Tämä kerronnallinen tapa avaa näkökulmaa yrityksen maailmaan ja tapaan toimia.

Osa yrittämiseen liittyvistä teoksista on jättänyt kokonaan arvot käsittelemättä esim. Raatikainen 2011, Yrityksen perustamisopas 2010, Sutinen & Viklund 2005 sekä Suomen Uusyrittäjäkeskukset ry 2012. Osassa teoksista on keskitytty pelkkiin yrityksen käynnistämistoimiin (Yrityksen perustamisopas 2010, Uusyrittäjäkeskukset ry 2012), joten konkreettisten toimintojen esittelyyn on annettu sivutilaa. Kuitenkin kaikki teokset käyvät läpi liikeidea, joten arvojen käsittelemiselle olisi ollut tarvetta. Yrityksen arvo-maailman merkitys, siis periaatteita, joihin päätöksenteko ja kaikki toiminta perustuu, ohjaa myös liikeidean määrittelyä.

Seuraavana tutkitaan muutaman esimerkkiyrityksen arvoja.

Linkosuo

Linkosuon arvottaa toimintaansa kotisivuillaan luotettavaksi, jatkuvasti uudistuvaksi, laadusta tinkimättömäksi ja ammattitaitoa arvostavaksi (Linkosuo 2012).

Starbucks

Suurin osa Starbucksin arvoista käsittelee yhteistyökumppaneiden eettisten valintojen tukemista. Starbucksin arvoista on tehty kirjanen, jossa käydään melko tyhjentävästi läpi mikä on yrityksessä hyväksyttävää ja mikä ei. Lisäksi julkaisussa on esimerkkejä siitä, mitä jokaisen yksilön tulisi tehdä, jos huomaa arvojen vastaista toimintaa. (Starbucks 2012.)

Eat&Joy Maatilatori

Eat&Joy Maatilatori on tuonut onnistuneesti arvomaailmansa sen jokapäiväiseen toimintaan. Yritys toivoo välittävänsä toiminnallaan tunnetilaa, joka koostuu yhteisöllisyydestä eli asiakkaiden, pientuottajien, eläinten ja luonnon hyvinvoinnista sekä hyvästä elämänlaadusta ja onnellisuudesta (Eat&Joy Maatilatori 2012). Tunnetilaa välitetään puhtailla pientuottajien ruoalla ja siihen liitetään myös ruoan laatu, joka yrityksen arvojen mukaan määrittää hyvinvoinnin tason (Eat&Joy Maatilatori 2012).

5.3 Visio

Visiolla yritys määrittelee tulevaisuuden tilansa (Raatikainen 2011, 24). Visiota tuetaan yrityksen strategialla eli strategiaprosessissa määritellään, miten haluttuun tulevaisuuden tilaan päästään. Raatikainen (2011, 24) kuvaa hyvää visiota sanoilla selkeä, helposti muistettava, sisäistetty, innostava, innovatiivinen, asiakaskeskeinen, avoin sekä joustava.

Liian ylimalkaisesti määritellyn vision toteutumista on vaikea seurata. Jos visiossa ei ole tarkasti määritelty, mitä täytyy saavuttaa vision toteutumiseksi, strategiaa on hankala luoda. Tiettyä joustavuutta visiossa on kuitenkin hyvä olla, sillä taas liian tiukkaan määritettynä se saattaa jättää huomiotta joitain tärkeitä seikkoja.

Asiakasnäkökulmasta katsoen tämän luvun alussa olevan Raatikaisen määritelmän visiosta voidaan katsoa olevan hieman ontuva. Määritelmä voisinkin kuulua seuraavasti: Visiolla yritys määrittelee asiakkaidensa tulevaisuuden tilan.

Henkilökunnalle tai vaikkapa yksityisyrittäjälle vision täytyy olla innostava, mutta myös realistisesti saavutettavissa. Liian haastava visio kuormittaa yrityksen strategiaa ja viimekädessä näkyy kentällä työuupumuksena. Jos visio pysyy vuodesta toiseen samankaltaisena, henkilökunnan motivaatio kärsii. Visiossa täytyy olla uutuudenarvoa ja sarmää.

5.4 Liikeidea

Liikeidea on yrityksen liiketoiminnan ydin ja vaikuttaa näin ollen oleellisesti koko liike-toimintaan. Liikeidea on koko yritystoiminnan kriittisin piste (Sammallahti 2009). Yri-tyksen perustajan oppaan mukaan (2008, 25) liikeidea kertoo, miten missiota toteutta-malla ansaitaan rahaa kannattavasti. Kun missiossa esitettyihin kysymyksiin ”mihin tarpeeseen” ja ”mitä” lisätään kysymys ”miten”, voidaan puhua liikeideasta (Yrityksen perustajan opas 2008, 25)

Hyvä liikeidea on

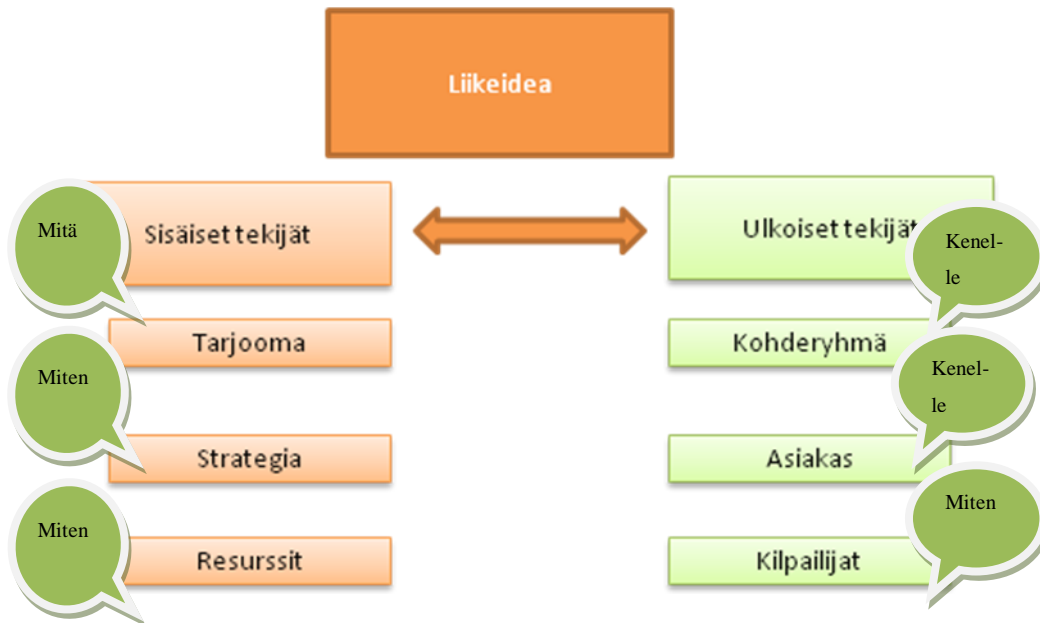
- joustava,
- markkinatilannelähtöinen,
- asiakaslähtöinen,
- kilpailukykyinen,
- innovatiivinen,
- uskottava,
- ajantasainen,
- johdonmukainen ja
- sykehdyttävä.

Liikeideatyöskentelyyn on luotu erilaisia malleja mitä, kenelle ja miten mallin lisäksi. Liikeideamalleissa on kysymys kuitenkin samoista pohdinnoista, mutta pohdinta teh-dään vaihtoehtoisilla tavoilla. Tässä työssä esitellään kaksi liikeideamallia eli kaksi vaihtoehtoista tapaa liikeideatyöskentelylle. On mieltymyskysymys, miten liikeidean pilkkoo pienemmiksi osioiksi. Pääasia, että liikeideatyöskentely tehdään huolellisesti ja harkiten.

5.4.1 Liikeideamalli 1

Lyhyesti määriteltynä liikeidean tarkoitus on vastata kysymyksiin mitä, kenelle ja mi-ten. Kysymykset tuntuvat yksinkertaisilta, mutta niihin vastaaminen ei ole helppoa.

Liikeideaa pitää lähestyä monelta kantilta. Liikeideatyöskentely voidaan aloittaa jakamalla se palasiin ja kohdistamalla kysymykset pienempiin kokonaisuuksiin.



KUVIO 3. Liikeideamalli 1

Liikeidean syntyyn vaikuttavat yrityksessä sisällä olevat asiat ja osa vaikuttavista asioista tulee yrityksen ulkopuolelta. Sisäiset ja ulkoiset asiat vaikuttavat siis yrityksen liiketoiminnan ytimeen, mutta sisäiset ja ulkoiset asiat keskustelevat myös keskenään.

Yritysideasta riippuen tarjooma voi määritellä kohderyhmän tai kohderyhmä tarjooman. Voidaan sanoa, että yritysidea on joko tuotelähtöinen tai markkinalähtöinen. Jos yritysidea on tuotelähtöinen, liikeidea testaa, onko tuotteelle kysyntää. Kysynnän määrittelyn jälkeen voidaan alkaa työstää liikeidea eteenpäin. Mitä hyötyä asiakkaalle on tuotteesta, minkä tarpeen tuote tyydyttää? Vaikka liikkeelle lähdetäisiin tuotepohjalla, liikeidean kaikki osa-alueet tulee ottaa huomioon, muutoin liikeidea jää tyngäksi ja yrityksen liiketoiminnastakin saattaa tulla raajarikkoinen.

Markkinalähtöinen liikeidea tuo esiin markkinaraon. Jokin asiakkaan tarve on jäänyt markkinoilla huomioimatta. Jos yrittäjä löytää oikean tavan hyödyntää markkinarako kannattavasti, on liikeidea markkinalähtöinen.

Liikeideaan vaikuttavia tekijöitä kannattaa edelleen pilkkoa pienemmiksi. Tämä toteutuu tarkentamalla liikeidean muodostamisessa käytettäviä peruskysymyksiä mitä, kenelle ja miten.

Mitä

Mitä-kysymys kohdistuu yrityksen tarjoomaan (kuvio 3). Kysymys sisältää vastauksen peruskysymykseen mitä yritys tarjoaa asiakkailleen? Sanan asiakas voidaan katsoa sisältävän yksittäisen asiakkaan, kohderyhmän, markkinat ja sidosryhmät, jotta näkökulma olisi tarpeeksi laaja. Alla olevissa kappaleissa on kerättyä eri teoksista sanan *mitä* sisältämät kysymykset (Suomen Uusyrittäjäkeskus ry. 2012, 10, 12 ja Yrityksen perustajan opas 2008, 25–27, Yrityksen perustajan opas 2011, 8, 9 ja Sutinen & Viklund 2005, 56,57).

Mitä tuotetaan tai tarjotaan? Ensimmäiseksi kuvataan se asia, mikä on yrityksen ydinliiketoimintaa eli mikä on se asia, jota myymällä yritys saa rahaa. Tarjooma konkretisoituu ja tarkentuu yrittäjälle itselleen, kun sen kuvaa sanoin ja kuvin. Auki kirjoitettu tarjooma auttaa myös ulkopuolista ymmärtämään, mikä on yrityksen liiketoiminnan ydin. Ei riitä, että yrittäjä itse tuntee ja uskoo tarjoomaansa, vaan yrittäjän täytyy saada myös sidosryhmät ymmärtämään tarjooman tarpeellisuus. Sidoryhmillä tarkoitetaan kaikkia niitä ulkoisia verkostoja, joiden kanssa yritys on tekemisissä. Esimerkiksi toimittajien, rahoittajien ja jopa kilpailijoiden voidaan katsoa kuuluvan sidoryhmiin.

Mihin asiakas käyttää tuotetta tai palvelua? Tässä kysymyksessä lähestytään asiakasta. Liikeideassa on tärkeää määritellä tarjooman käyttötarkoitus.

Mitä hyötyä asiakkaalle on yrityksen tuotteista ja palveluista? Toisin sanoen miksi asiakas hankkii tuotteen tai palvelun. Tällä kysymyksellä avataan näköala asiakkaan tarvemaaailmaan. Tuotteen tai palvelun sijoittumista asiakkaan tarvehierarkiaan voidaan selvittää tunnistamalla ensin ihmisen perustarpeet. Abraham Maslow on luonut aiheesta mallin, jota kutsutaan tarvehierarkiaksi. Havainnollisuuden vuoksi se esitetään usein pyramidina, jossa alimpana ovat perustarpeet ja korkeammalla sofistikoituneemmat tarpeet (Wikipedia: Maslow 2012).



KUVIO 4. Maslown tarvehierarkia. (Kuluttajavirasto 2012)

Yrittäjä voi pohtia, mihin tarvehierarkian osa-alueeseen/-alueisiin hänen kehittämänsä tuote tai palvelu sijoittuu. Kahvion perustaja voi ajatella, että hänen tuleva kahvionsa tyydyttää sosiaalisia sekä pitämisen ja arvostuksen tarpeita. Asiakas saattaa arvostaa kahvilakulttuuria ja näin ollen tyydyttää sosiaalisia tarpeitaan käymällä kahvioissa. Kauneushoitolan voidaan sanoa tarjoavan kasvohoitoja ja manikyyriä, mutta kauneushoitola voi määritellä itsensä parempaan elämään tähtäävänä hyvinvointikeskuksena (Sammallahhti 2009, 19).

Kuluttajavirasto kuvaa kotisivuillaan ostomotiivin tarveperusteita (Kuluttajavirasto 2012). Sivuston mukaan kaikki tarpeet eivät johda kuluttamiseen vaan ihmisellä täytyy olla motiivi ostamiseen. Liikeidean täytyykin luoda tai esittää, miksi juuri tämä tuote tai palvelu kannattaa ostaa. Jatkossa tämä on myös markkinoinnin perusta. Voidaan myös pohtia, kuinka hyvin tuote tyydyttää asiakkaan tarpeen? Onko tuotteessa vielä jotain kehitettävää?

Mitä tuotteen tai palvelun ominaisuuksia asiakas arvostaa? Tämä kysymys on hyvä esittää asiakkaan tarvekartoituksen jälkeen. Kun on ensin määritelty mitkä tarpeet tuote tyydyttää, sitten voidaan tarkastella arvostaako asiakas tarpeeksi tuotteen ominaisuuksia maksaakseen siitä yritykselle. Hyvä tuote ei riitä vaan tuotteen täytyy olla sellainen, mistä asiakas on valmis maksamaan yrityksen pyytämän hinnan.

Miten tarjooma eroaa kilpailijoiden tarjoomasta? Tarjoomalla täytyy olla uutuusarvoa, jotta asiakas ensinnäkin huomaa markkinoille tulon. Ei riitä, että yrittäjä itse pitää tuotteen ominaisuuksia uusina vaan asiakkaan kokemus tuotteen uutuudesta on relevantti. On hyvä pohtia onko uutuusarvo riittävä asiakkaan näkökulmasta. Uutuusarvo voi olla hyödyksi markkinoilla kilpailutilanteessa. Asiakkaiden kiinnostuneisuutta voi tavoitella esimerkiksi kilpailijoista poikkeavalla markkinoinnilla ja tavalla toimia.

Kenelle

Kohderyhmän ja asiakkaan (kuvio 3) tarkasteleminen vastaa kysymykseen kenelle. Määrittely on syytä tehdä niin tarkasti kuin mahdollista.

Asiakkaat muodostavat yrityksen kohderyhmän, mutta on tarpeellista tutkiskella asiakasta ja kohderyhmää erikseen. Kuka on se asiakas, joka niin kiinnostunut yrityksestä, että on valmis maksamaan sen tuotteista tai palveluista? Muodostavatko asiakkaat selkeän kohderyhmän? Nämä määrittelyt muodostavat jatkossa pohjan markkinoinnille ja strategiselle suunnittelulle.

Asiakas

Asiakasta määritettäessä voidaan lähteä liikkeelle monesta katsantokannasta. Katsantokannan lähtökohta riippuu siitä onko liikeidea markkinapohjainen vai tuotepohjainen. Jos se on tuotepohjainen, voidaan kysyä, kuka on se asiakas, kenen tarvetta tuote tyydyttää. Jos se on markkinapohjainen eli kysyntäpohjainen, on pohdittava kuka on se asiakas, jonka tarpeita ei kukaan markkinoilla tyydytä. Oli liikeidea sitten markkina- tai tuotepohjainen, katsantokantojen pitää yhdistyä liikeidean kehittyessä toteuttamiskelpoiseksi.

Yritys voi määritellä asiakkaan niin sanotusti ideaaliasiakaspohjalta. Millainen on ideaaliasiakas? Onko ideaaliasiakasta oikeasti olemassa? Tuleeko ideaaliasiakas käyttämään yrityksen tuotteita?

Kohderyhmä

Asiakkaan määrittelyn jälkeen voidaan keskittyä suurempaan kokonaisuuteen eli kohderyhmään. Ideaaliasiakkaita täytyy olla riittävä määrä. Kaikkia prospekteja ei voi eikä

tarvitsekaan miellyttää. Kohderyhmän määrittäminen on tärkeää tulevaisuuden markkinointisuunnitelmissa, jotta mainonta voidaan kohdentaa oikein.

Yrittäjän täytyy tutkia missä prospektit liikkuvat. Tämä vaikuttaa oleellisesti liikepaikan valintaan. On hyvä valita liikepaikka sinne, missä suurin osa prospekteista sijaitsee. Liikepaikan sijainti saattaa muodostua yrityksen kannalta hyvin kriittiseksi. Teollisen alan yrittäjän on hyvä olla siellä mihin toiminta keskittyy. Näin asiakkaan on helppo asioida yrityksessä ja myös halutessaan auditoida yritystä.

Toimialan muiden toimijoiden eli kilpailijoiden sijainti saattaa määrittellä alan uuden yrittäjän liikepaikan. Jos esimerkiksi kaupungin keskustassa kaupan tai kahvilan liikepaikka sijoittuu hiljaiselle kadulle, liikepaikan täytyy olla niin kiinnostava ja puoleensa vetävä, että asiakkaat löytävät sen. Jos taas esimerkiksi kahvila sijoittuu muiden kahviloiden kanssa samalle kadulle, on siitä yrittäjälle enemmän hyötyä kuin haittaa. Asiakkaat on jo totutettu käymään sillä suunnalla kahvilla, joten on todennäköistä, että uusi kahvio saa osan asiakasvirrasta. Liikepaikan löytyminen samalta kadulta, mutta kadun toiselta puolelta, mihin muut saman alan toimijat sijoittuvat, ei välttämättä tuo uudelle toimijalle asiakkaita. Joskus siis kadun ylittäminen voi olla uudelle asiakkaalle ylivoimaista.

Seuraava oleellinen asia on asiakkaiden määrä. Kohderyhmän tulee olla riittävän iso kattaakseen yrityksen haluaman asiakasvolyymien. Jos näyttää siltä, että valittu kohderyhmä on liian pieni, on hyvä peruuttaa ja tarkastella uudelleen, kuka muu kuin nyt valittu asiakas voisi olla kiinnostunut yrityksen tarjoamista palveluista.

Markkinat

Markkinaselvitys on hyvin tärkeää ennen yrityksen käynnistämistä. Markkinaselvitys pitää sisällään ainakin seuraavia asioita:

- Mistä asiakas hankkii tuotteen tällä hetkellä ja mihin hintaan?
- Miksi asiakas ostaisi tuotteen muualta kuin tähän mennessä on ostanut?

Suomen uusyrityskeskusten (2012, 10) mukaan näihin kysymyksiin vastauksen saa parhaimmin pienellä markkinakyselyllä. Aidoimman mahdollisen tuloksen saa suoraan

asiakkaalta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että koko yrityksen suunta määräytyy kyselyn pohjalta. Joskus asiakkaat toimivat irrationaalisesti. Kun heiltä kysytään, voisivatko he ostaa kyseisen tuotteen, he saattavat olla myötämielisiä. Mutta kun todellinen ostotilanne tulee asiakkaan eteen, hän ei välttämättä kuitenkaan osta.

Markkinatilanteen selvittämisessä kannattaa kiinnittää huomiota siihen, onko kysyntää tarpeeksi. Kysyntään vaikuttaa markkinakylläisyys, sillä joillakin aloilla on enemmän tarjontaa kuin kysyntää. Myös oikea-aikainen markkinoilletulo on hyvin tärkeää. Esimerkiksi Nokia teki paljon ennen Applea kosketusnäyttöpuhelimien, mutta se ei vielä silloin kiinnostanut asiakkaita.

Miten

Pelkän tarjooman ja asiakkaiden määrittely ei riitä vaan liikeidean täytyy olla toteuttamiskelpoinen. Toteuttamiskelpoinen liikeidea vaatii resurssien riittävyyttä ja strategia-suunnittelua.

Resurssit

Liikeidean toteuttaminen vaatii yrittäjältä resursseja. Resursseiksi määritellään ne toiminnot, jotka mahdollistavat strategiatyöskentelyn. Yrityksen perustajan opas jakaa resurssit henkisiin voimavaroihin, välineellisiin voimavaroihin ja taloudellisiin voimavaroihin (Yrityksen perustajan opas 2008, 26).

Henkisiin ja taloudellisiin voimavaroihin on tutustuttu tässä työssä jo aiemmin, joten nyt tarkastellaan välineellisten voimavarojen merkitystä. Välineellisillä voimavaroilla tarkoitetaan tässä yhteydessä toimitiloja, laitteita ja koneita (Yrityksen perustajan opas 2008, 26). Ennen yrityksen perustamista yrittäjän on päätettävä, kuinka suuret toimitilat hän tarvitsee ja mitä koneita ja laitteita tarvitaan liiketoimintaa pyörittäessä (Yrityksen perustajan opas 2008, 27). Raaka-aineiden saatavuus on myös hyvä varmistaa useammalta kuin yhdeltä taholta. Ammattitaitoisen työvoiman puute vaarantaa yrityksen menestymismahdollisuuksia, joten ennen yrityksen perustamista kannatta selvittää työvoimatilanne.

Raha on yksi tärkeimmistä perustettavan yrityksen voimavaroista. Tämän kappaleen alussa luetellut resurssit (henkiset ja välineelliset) vaativat riittävää likviditeettiä jo en-

nen yrityksen perustamista. Rahoituksen kannalta kriittinen tilanne ovat hetket, jolloin yrityksen perustamiseen menee rahaa, mutta rahavirtaa ei vielä ole yritykseen suuntaan. Rahoituksen riittävyys riippuu osin yrittäjän valinnoista. Koneiden ja laitteiden hankinnassa voidaan käyttää muitakin tapoja kuin ostaa ne omiksi. Kannattaa miettiä, onko kannattavampaa vuokrata vai ostaa. Sama pätee toimitiloihin. Raaka-aineiden hankinnassa on tärkeää käydä hintaneuvotteluiden lisäksi keskustelua maksuehdoista. Yrittäjän kannalta olisi edullista, jos ostoilla olisi pitkä maksuaika ja myynneillä lyhyt.

Strategia

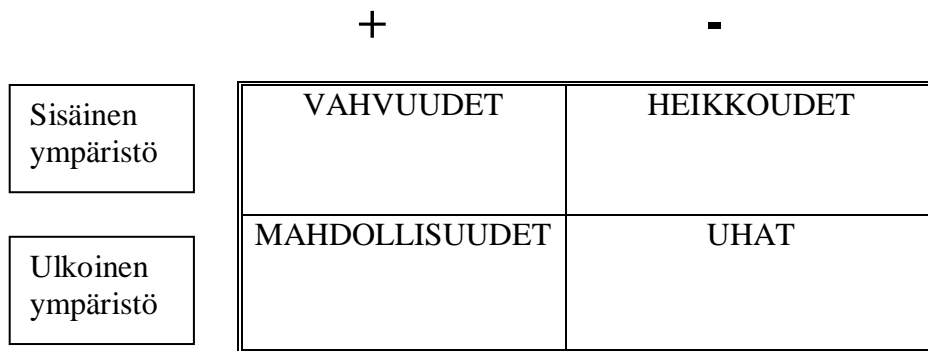
Strategiatyöskentely käyttää hyväkseen resursseja, jotta päästään tavoitetilään. Tässä vaiheessa kuten muissakin liikeidean luomisvaiheissa on hyvä muistuttaa itseään, mitä varten ollaan liikenteessä. Yrityksen tarkoitus on luoda kannattavaa liiketoimintaa valitulla liiketoiminnan alalla. Strategiasuunnittelun joka vaiheessa kannattaa pitää kirkkaana mielessä mitä vastauksia on annettu liikeidean tärkeisiin kysymyksiin mitä, kenelle ja miten.

Strategiaguru Henry Mintzberg on jakanut strategiakäsitykset viiteen osaan:

1. Strategia on tarkoituksellinen suunnitelma yrityksen tulevaisuudesta.
2. Strategia tarkoittaa yrityksen johdonmukaista – vaikka ei aina etukäteen suunniteltua – toimintaa.
3. Strategia on yrityksen valitsema asema markkinoilla.
4. Strategia on näkemys yrityksen tulevaisuuden tilasta.
5. Strategia on liiketaloudellinen juoni. (Sammallahti 2009, 27.)

Liikeideavaiheessa strategiatyöskentely tarkoittaa toimia, jotka antavat suunnan tekemiselle ennen varsinaisen toiminnan aloittamista. Ne operatiiviset toiminnot, jota liikeidea vaatii toteutuakseen pitää näkyä konkreetian tasolla jo liikeideassa. Toimintaa linjataan tietoisesti mission, arvojen, vision ja tavoitellun hengen mukaisesti.

Toiminnan arviointi on hyvä tehdä SWOT-analyysiä apuna käyttäen. SWOT-analyysi muodostuu sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities ja Threats. Tämä nelikenttä on Albert Humphreyn kehittämä menetelmä, jota käytetään strategian laadinnassa ja ongelmien tunnistamisessa (Wikipedia: SWOT 2012).



KUVIO 5. SWOT nelikenttä

SWOT-analyysi kertoo liikeidean, yrittäjän ja yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysin vahvuudet ja heikkoudet kertovat yrityksen sisäisestä tilasta. Vahvuudet ja heikkoudet listaamalla on mietittävä, mitkä heikkouksista voidaan kääntää vahvuuksiksi. Jos yrittäjän osaamisessa on puutteita, heikkous kääntetään vahvuudeksi kouluttautumalla. Tämä heikkous voidaan kääntää vahvuudeksi myös rahalla eli palkkaamalla osaava työntekijä tai ottamalla yhtiökumppani. Tämä on osa aloittavan yrityksen strategiaa.

Ulkoinen ympäristö määrittelee yrityksen mahdollisuudet ja uhat. Ulkoisen ympäristön uhkien luettelointi ei riitä vaan strategiasuunnittelu ottaa kantaa niiden torjumiseen riskienhallinnan suunnittelulla.

Heikkouksien ja uhkien strategiatyöskentelyyn liittyy oleellisesti riskienhallinta. Riskienhallinnan määritelmässä (Pk-yritysten riskienhallinta 2012) sillä tarkoitetaan kaikkea yrityksessä tehtävää toimintaa riskien ja niistä aiheutuvien vahinkojen vähentämiseksi. Konkretian tasolla riskienhallinta on arviointia, suunnittelua ja käytännön tekoja, joka tehdään tietoisesti, ennakoivasti, suunnitelmallisesti sekä järjestelmällisesti (Pk-yritysten riskienhallinta 2012). Tärkeää on myös tehdä jatkuvaa analyysia riskeistä, koska riskeille tyypillistä on muutos. Muutoksella tarkoitetaan sitä, että riski saattaa suurentua, pienentyä tai poistua sekä tilalle saattaa tulla uusia riskejä.

Riskienhallinta aloitetaan jo uuden yrityksen perustamisidea vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa ne tunnistetaan ja arvioidaan. Seuraavaksi mietitään, mitä keinoja on käytet-

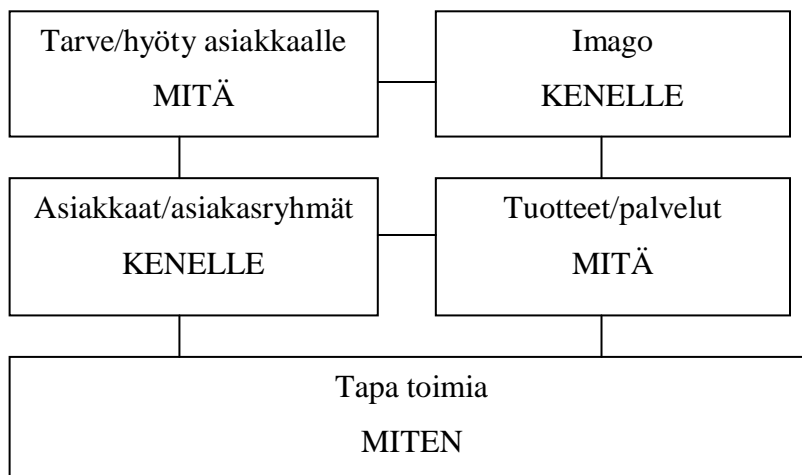
tävänä, jotta riskin mahdollisessa toteutumisvaiheessa sen vaikutus saadaan minimoitua. Riskienhallinta keinoja ovat riskien

1. välttäminen,
2. pienentäminen,
3. siirtäminen ja
4. pitäminen. (Heli Leskinen 2009)

Riskienhallintakeinojen valitseminen on osa yrityksen strategiaa. Strateginen päätös määrittää, millaiset riskit voidaan pitää eli mikä on yrityksen riskinotto-kyky. Jos on mahdollista, riski voidaan välttää poistamalla se kokonaan. Välttämässä pitää puna-roida, kuinka paljon voimavaroja yrityksessä menee sen poistamiseen eli onko riski kannattavaa poistaa vai kannattaako riskiä vain pienentää. Vakuutusten ottaminen tai toiminnon ulkoistaminen ovat hyvin tyypillisiä tapoja siirtää riskejä.

5.4.2 Liikeideamalli 2

Usein käytetty liikeideamalli on Raatikaisen (2011, 39) esittämä kaavio.



KUVIO 6. Liikeideamalli 2 (Raatikainen 2011, 39, muokattu)

Tämä liikeideamalli ei poikkea ollenkaan edellä esitetystä mitä, kenelle, miten -mallista. Yllä olevaan taulukkoon onkin lisätty kysymykset, jotta olisi helpompi hahmottaa työskentelyn samankaltaisuus verrattuna aiemmin esitettyyn liikeidean työstämiseen. Työs-

kentely on hyvä tehdä samassa järjestyksessä kuin mitä, missä, kenelle -mallissa. Ensin siis pohditaan tuotteiden ja palveluiden hyötyä asiakkaalle hänen tarpeidensa kautta. Sitten määritellään asiakas ja viimeiseksi tehdään strategiset valinnat, jotka osoittavat, miten yritys pyrkii päämääräänsä. SWOT-analyysi on hyvä laatia aina liikeideatyöskentelyssä, riippumatta mitä lähestymistapaa liikeideatyöskentelyssä käytetään.

5.4.3 Liikeidean diffuusio

Kahta täysin identtistä yritystä ei varmastikaan ole olemassa. Tuskin kahta samanlaista liikeideaakaan on olemassa. Ainakin yrityksen voimavarat eroavat toisistaan erilaisten yrittäjäpersoonien vuoksi. Liikeidea voi tarkastella innovaationäkökulmasta. Innovaatio tarkoittaa uutta ideaa, palvelua tai tuotetta mahdollisen innovaation omaksujan näkökulmasta (Frank 2005, 2). Innovatiivista on myös esimerkiksi olemassa olevan tuotteen muokkaus niin, että se on omaksujan näkökulmasta uusi.

Innovaation yleistymisen on todettu noudattavan yleensä S-käyrää (Frank 2005, 9). S-käyrää kutsutaan myös diffuusiokäyräksi (Frank 2005, 9). Diffuusiolla tarkoitetaan innovaatioiden näkökulmasta innovaation käyttäjien yhteenlaskettua määrää (Frank 2005, 9). Kyseisen innovaatioiden diffuusioteorian on luonut Evert M. Rogers.

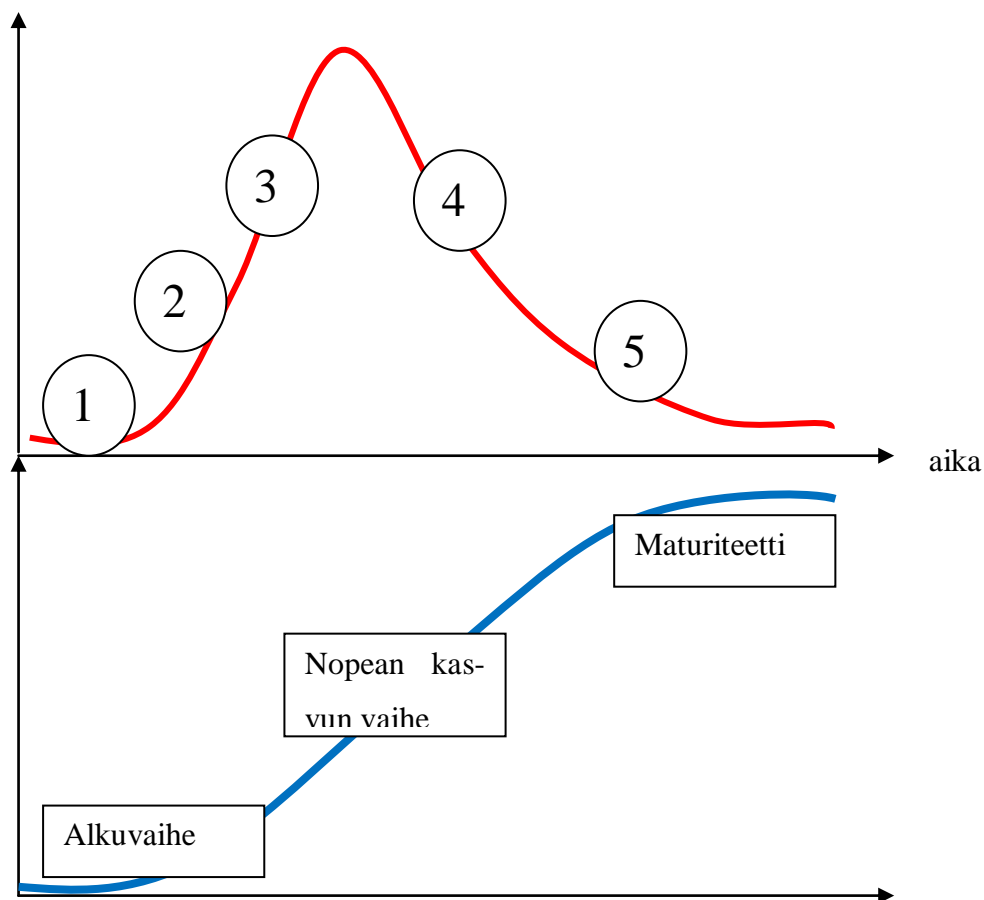
Liikeideassa diffuusion voidaan katsoa tarkoittavan niiden kuluttajien kumulatiivista määrää, jotka ovat liikeidea toteuttavan yrityksen tulevia asiakkaita. S-käyrällä voidaan ennustaa kuluttajien käyttäytymistä. Käyttäytymistä ennustetaan luokittelemalla kuluttajat omaksumisen ja sen kestävyuden mukaan. Tätä ajatusta seuraamalla voidaan päätellä, miten tuleva asiakas suhtautuu ja käyttäytyy uuden liikeidean suhteen. S-käyrän ajallinen aspekti luo perustaa myös liikeidean kantavuuden arvioinnille.

Rogersin S-käyrä kuvaa kronologisesti toisiaan seuraavia omaksujaluokkia ja niiden prosentuaalisia osuuksia. Rogersin teoriassa innovaatioiden omaksujaluokat ja niiden osuudet ryhmästä ovat seuraavat:

1. innovaattorit 2 -3 %,
2. varhaiset omaksijat 10 – 15 %,

3. varhainen enemmistö 30 – 35 %
4. myöhäinen enemmistö 30 – 35 %
5. hitaat omaksujat 10 -20 % (Makkonen 2008, 15).

Alla olevaa kuvio 7 on muotoiltu Rogersin innovaation omaksujaluokittelusta liikeidean kuluttajaluokitteluun. Osuudet ovat S-käyrän innovaatiokuvauksen mukaisia, mutta niitä voidaan käyttää suuntaa antavina myös liikeidean kuluttajaluokkien osuuksien arvioinnissa.



KUVIO 7. Diffuusiokäyrä (Frank 2005, 9, muokattu)

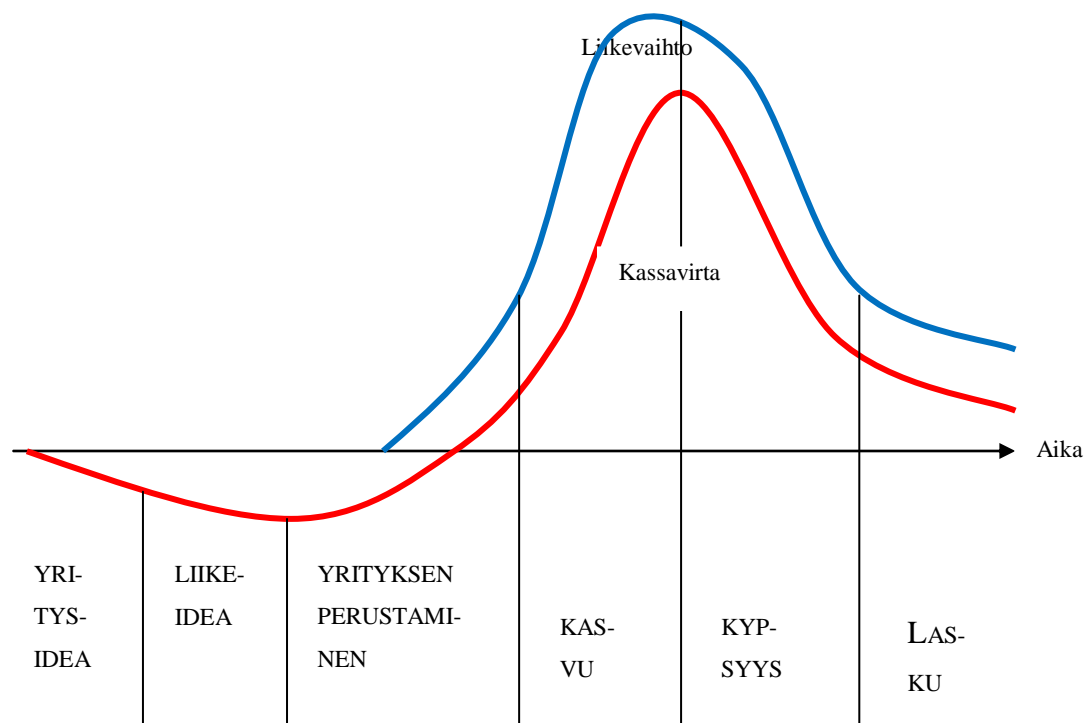
Punaisen janan numerot tarkoittavat sivun 77 mukaisia omaksujaluokkia. S-käyrä ajallinen aspekti muodostuu kolmesta kronologisesta vaiheesta, jotka ovat alkuvaihe, nopean kasvun vaihe ja maturiteettivaihe (Frank 2005, 9). Nämä vaiheet on kuvattu sinisen käyrän avulla. Käyrien analysointia yhdistettäessä voidaan päätellä, että innovaattorit ja varhaiset omaksujat hyväksyvät uuden yrityksen liikeidean ensimmäisinä ja käyttävät yrityksen palveluita. Nämä muodostavat 12–18 % kaikista toiminta-alueen asiakkaista.

Varhainen enemmistö tutustuu liikeideaan ja alkaa käyttää sitä toteuttavan yrityksen palveluita nopean kasvun vaiheessa. Tässä vaiheessa innovaattorit ja varhaiset omaksujat ovat saattaneet jo kiinnostua jostain muusta markkinoille uutena tulevasta yrityksestä. Myöhäinen enemmistö tulee kuvaan, kun liikeidean uutuusarvo on jo vähäinen ja hitaiden omaksujien aikana liikeidea on jo kuolemassa.

S-käyrän eri vaiheita voidaan käyttää liikeidean strategiseen suunnitteluun koko liikeidean elinkaaren aikana. Sen perusteella tunnistetaan erityyppiset kuluttajat liikeidean elinkaaren eri vaiheissa, joten sitä voidaan käyttää mainonnan ja hinnoittelun suunnittelun työkaluna (Frank 2005, 13).

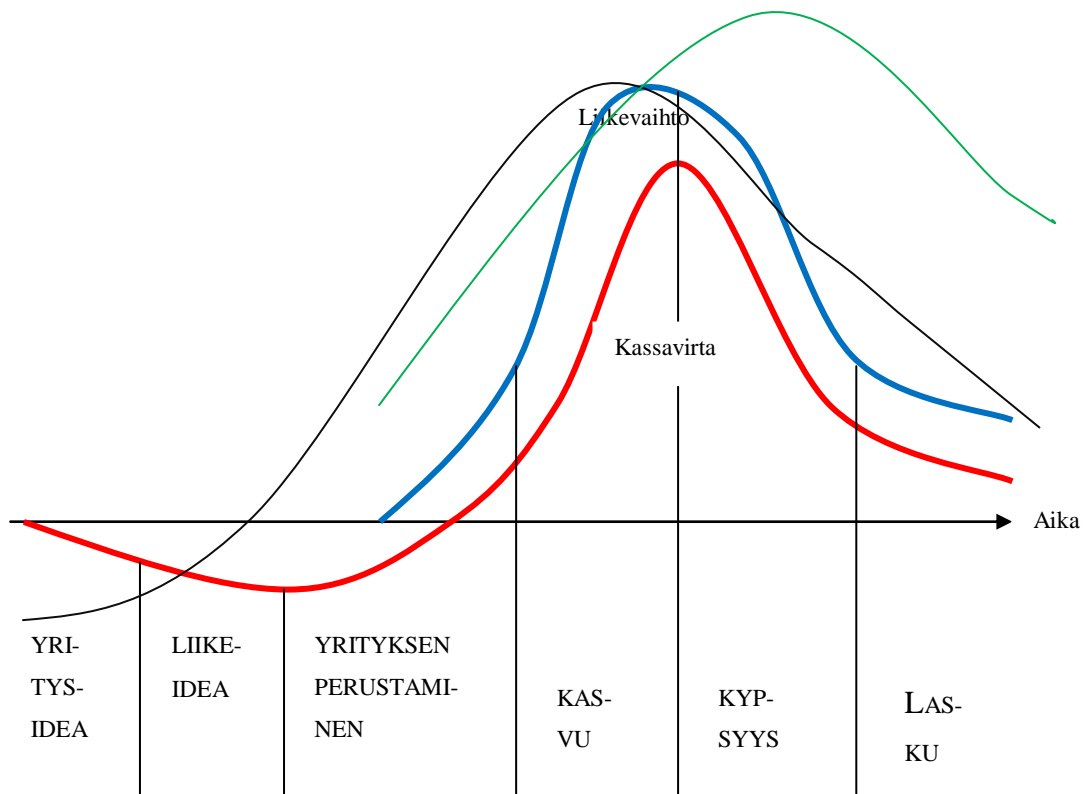
5.4.4 Liikeidean elinkaari

Liike-elämässä ei ole tilannetta, jossa yritys voisi täysin luottaa kannattavuuteensa kestävyteen. Yritys voi ennakoida kannattavuutensa säilymistä liikeidean elinkaariajattelulla. Usein ajatellaan, että vain tuotteilla on elinkaari, mutta tämä pitää paikkansa myös liikeideasta puhuttaessa.



KUVIO 8. Liikeidean elinkaarimalli (Haaga-Helia 2012, muokattu)

Kuviossa 8 tutkitaan yrityksen perustamisvaiheita, kasvua, kypsyyttä ja laskua suhteessa kassavirtaan ja liikevaihtoon. Yritykseen alkaa tulla rahaa vasta yrityksen perustamisen jälkeen. Tähän kuvioon voidaan lisätä liikeideakäyriä kuvion 9 mukaisesti.



KUVIO 9. Uudet liikeideat

Yrityksen toiminnan turvaamiseksi sillä saattaa olla useita eri vaiheessa elinkaartaan olevia liikeideoita (Yrityksen perustajan opas 2008, 25). Näiden liikeideoiden täytyy täydentää ja tukea toisiaan (Yrityksen perustajan opas 2008, 25).

Kuviossa 9 esitetään mustalla käyrällä yrityksen perustamisen tuottamaa liikeideaa. Vihreä viiva kuvaa uuden liikeidean kehittämistä ennen kuin vanha liikeidea on menettänyt markkina-arvonsa

Toisistaan irralliset liikeideat hämmentävät asiakasta ja yrityksestä saattaa tulla epäammattimainen mielikuva. Tällaisia esimerkkejä löytyy markkinoilta valitettavan paljon. Jos yrittäjä toteaa, että pelkän kiinalaisen ruoan tarjoaminen ei riitä, hän tuo rinnalle

perinteiset suomalaiset kahviotuotteet. Asiakkaalle tulee ristiriitainen olo yrityksen tarjoomasta. Kenen tarpeita yritys haluaa tyydyttää, kiinalaisen ruoan ystävien vai perinteisen kahviokuluttajan? Yrittäjän tilanne vaikeutuu myös siksi, että hän ei välttämättä pysty panostamaan molempiin tuoteryhmiin. Tämä voi johtua siitä, että yrittäjän ammattitaito ei riitä. Täysin erilliset liikeideat voivat näin ollen syödä toisiaan imemällä voimavaroja heikompaan osa-alueeseen vahvemman osaamisen kustannuksella. Erillisten liikeideoiden hengissä pitämiseen saattaa mennä taloudellisia voimavaroja, koska leipomotuotteiden ja kiinalaisen ruoan raaka-aineet ovat hyvin erilaisia. Mitä enemmän yrityksessä on raaka-ainevarastoja, sitä enemmän varastot sitovat likviditeettiä.

Toisin kuin missio liikeidea antaa tilaa muutoksille, sillä sen täytyy joustaa ja sitä pitää pystyä muokkaamaan markkinatilanteen, innovaatioiden, kilpailijoiden ja asiakaskäyttäytymisen mukaan. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että liikeidea muuttaisi suuntaansa kuin tuuliviiri. Koska liikeidea on yrityksen ydin, siihen tehtyjen muutosten pitää olla harkittuja ja perusteltuja.

5.4.5 Liiketoimintasuunnitelma

Liikeideatyöskentelyn jälkeen luodaan toiminnallinen liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan liikeidean konkretisointia. Liiketoimintasuunnitelma on yhtä välttämätön yrityksen perustamisessa kuin liikeideakin. Liiketoimintasuunnitelma elää liikeidean tavoin yrityksen eri vaiheiden mukana.

Liikeideasuunnitelmaa tarvitaan yrityksen perustamisvaiheessa erityisesti rahoitusta haettaessa. Kaikki rahoituslaitokset vaativat yrittäjää osoittamaan, miten yrityksen on tarkoitus konkreettisella tavalla luoda kannattavaa liiketoimintaa.

Liiketoimintasuunnitelman osat ovat yrittäjän taustan ja osaamiskartoituksen sekä liikeidean mallintamisen lisäksi:

1. yhtiömuoto ja toiminimi,
2. markkinat ja kilpailijat,
3. riskianalyysi ja henkilöstötarve,

4. rahoituksen järjestäminen,
5. laskelmat,
6. perustamisasiakirjat ja
7. arvio koko yrityshankkeesta ja lähivuosien tavoitteet (Raatikainen 2009, 42).

6 YHTEENVETO

Yrittäjän tärkein piirre on vahva tahtotila menestyä. Omien heikkouksien ja vahvuuksien tunnistaminen on yrittäjäksi aikovalle henkilölle tärkeää. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on pohdittava, miten omat heikkoudet saa käännettyä vahvuuksiksi ja minkä heikkouksien vahvistamiseen kannattaa keskittyä. Yrittäminen ei ole avaruustiedettä, joten periaatteessa jokaisesta meistä voisi tulla yrittäjä. Finnveran yrittäjätestin tekeminen auttaa yrittäjää arvioimaan, onko hänellä mahdollisuuksia menestyäkseen yrittäjänä vai kaipaako joku elämän osa-alue vielä hiontaa ennen uravalintapäätöstä. Yrittäjille järjestetään paljon erilaisia osin maksuttomia yrittäjäkoulutuksia, joiden avulla omat yrittämiseen vaaditut taidot kehittyvät.

Yrittäjäksi aikova saa hankkeelleen paljon maksutonta neuvontaa ja tukea. Internetin Yritys-Suomen palvelusivustoa tutkimalla yrityksen perustamisen prosessin ymmärtäminen helpottuu. Sivusto tarjoaa useita linkkejä erilaisiin asiantuntijaväyliin. Tärkeinä asiantuntijaväylinä toimivat Uusyrityskeskukset, joissa työskentelee yrittäjiä varten yrittämisen asiantuntijoita. Ensimmäinen yhteydenotto kannattaakin tehdä juuri Uusyrityskeskukseen.

On todettu, että yrittäjänä epäonnistumiseen liittyy tavallisesti rahoituksen puute. Rahoituksen riittävyyteen on kiinnitettävä erityistä huomiota jo ennen yrityksen perustamista. Yhteiskunta antaa taloudellisia helpotuksia alkavalle yrittäjälle. Yrittämistä ei kuitenkaan voi rakentaa tukien varaan, vaan rahoitusta täytyy tulla omasta takaa tai osin lainarahana. Rahoituslaskelmien teossa on hyvä käyttää Uusyrityskeskusten alan ammattilaisia.

Liikeidea on yrittäjän ominaisuuksien ja rahoituksen kanssa liiketoiminnan tärkein perusta. Liikeideatyöskentely on tehtävä perusteellisesti aikaa säästämättä asiantuntijoita apuna käyttäen. Uusyrityskeskusten asiantuntijoiden tarkoitus on arvioida aloittavien yrittäjien liikeideoiden liiketoimintamahdollisuuksia. Ilman Uusyrityskeskusten asiantuntijoiden puoltavaa lausuntoa liikeidean liiketoimintamahdollisuudesta yrittäjä ei voi saada rahoitusta Finnveralta eikä myöskään aloittelevalle yrittäjälle tarkoitettua starttirahaa.

Liikeidean perustana ovat missio, arvot ja visio. Nämä luovat yritystoiminnalle pohjan sekä aatteellisesti että toiminnallisesti. Missiota voidaan sanoa yrityksen elämäntehtäväksi, joka säilyy yrityksen ajatuksellisena voimana koko sen elinkaaren ajan. Arvot ohjaavat toimintaa kokonaisvaltaisesti yrityksessä. Visio antaa yritykselle tavoitesuunnan. Liikeidea kertoo, miten missiopohjalla arvoja noudattamalla saavutetaan visio.

Yrityksen perimmäinen tarkoitus on harjoittaa kannattavaa liiketoimintaa mahdollisimman kestävästi. Kestävyys saavutetaan hyvällä liikeideatyöskentelyllä myös yrityksen ollessa käynnissä. Liikeidealla on elinkaari ja tätä elinkaarta pitää pyrkiä joko pidentämään uusilla innovaatiolla tai antaa liikeidean hiipua. Kun liikeidea on kannattavuutensa huipulla, päätös innovoinnista tai täysin uuden vanhaan yhteensopivan liikeidean luomisesta pitää olla jo tehtynä.

LÄHTEET

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark.

Eat&Joy Maatilatori. Luettu 9.9.2012.

<http://eatandjoy.fi/arvot>

ELY-keskukset. Luettu 28.8.2012.

<http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/Sivut/default.aspx>

ELY. LBS. Luettu 28.8.2012.

[http://www.ely-](http://www.ely-kes-)

[kes-](http://www.ely-kes-)

[kus.fi/fi/ELYkeskukset/uudenmaanely/Ajankohtaista/tapahtumat/Documents/LBS%20s11%20Uusimaa%20printti.pdf](http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/uudenmaanely/Ajankohtaista/tapahtumat/Documents/LBS%20s11%20Uusimaa%20printti.pdf)

ELY. Naisyrittäjyys. Luettu 28.8.2012.

[http://www.ely-](http://www.ely-kes-)

[kes-](http://www.ely-kes-)

[kus.fi/fi/Elinkeinottojoasaaminenjakulttuuri/Yritystoiminta/naisyrittajyys/Sivut/default.aspx](http://www.ely-keskus.fi/fi/Elinkeinottojoasaaminenjakulttuuri/Yritystoiminta/naisyrittajyys/Sivut/default.aspx)

ELY. Uutiset. Luettu 22.9.2012.

[http://www.ely-](http://www.ely-kes-)

[kes-](http://www.ely-kes-)

[kus.fi/fi/uutiset/uutiset_etusivu/Sivut/Pkyritystenkehittamispalvelujauudistetaan.aspx](http://www.ely-keskus.fi/fi/uutiset/uutiset_etusivu/Sivut/Pkyritystenkehittamispalvelujauudistetaan.aspx)

ELY. Yritystoiminta. Luettu 28.8.2012.

[http://www.ely-](http://www.ely-keskus.fi/fi/Elinkeinottojoasaaminenjakulttuuri/Yritystoiminta/Sivut/default.aspx)

[keskus.fi/fi/Elinkeinottojoasaaminenjakulttuuri/Yritystoiminta/Sivut/default.aspx](http://www.ely-keskus.fi/fi/Elinkeinottojoasaaminenjakulttuuri/Yritystoiminta/Sivut/default.aspx)

eRekrytori. Luettu 30.8.2012.

<http://www.erekrytori.net/etusivu.php?t=1>

Finnvera. Luettu 24.9.2012.

<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat>

Finnvera. Yrittäjätesti. Luettu 30.8.2012.

<http://finnvera2.alkuvoima.com/yritystestit/>

Frank, L. 2005. Jyväskylän yliopisto, Elektroninen liiketoiminta. Elektronisen liiketoiminnan keskeisiä kysymyksiä: Innovaatioiden diffuusio. Pdf. Päivitetty 17.12.2005. Tulostettu 18.9.2012.

http://www.cs.jyu.fi/el/tjta236_05/Luennot/Luento12.pdf

Haaga-Helia. Innovaatiot ja tuotteistaminen. Luettu 19.9.2012.

[http://myy.haaga-](http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus(tuotokuvaus)/kehitys.php)

[helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus\(tuotokuvaus\)/kehitys.php](http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus(tuotokuvaus)/kehitys.php)

Heli Leskinen. 2009. Talousohjaus. H-V1210 toteutukset 2004 ja 2005. Tampereen Ammattikorkeakoulu.

Ilmoniemi, M., Järvensivu P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.

Kauppakamari. Luettu 25.9.2012.

<http://kauppakamari.fi/http://kauppakamari.fi/>

Keksintösäätiö. Luettu 23.9.2012.

<http://www.keksintosaatio.fi/Suomi/Tuotevayla/Tuotevayla-palvelu/>

Kovero, J. TEM Hankekoordinaattori. Video. Miten aloittaa oman unelman toteutus ja ryhtyä yrittäjäksi? Luettu 28.8.2012.

<http://video.fi.msn.com/watch/video/miten-aloittaa-oman-unelman-toteutus-ja-ryhtya-yrittajaksi/>

Kuluttajavirasto. Luettu 11.9.2012.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/tarpeet-ja-motiivit/>

Lepistö, J. Yritysneuvoja Tampereen TE-toimisto 2012. Orientointi. Luento 23.10.2012. Tampere: TAKK.

Linkosuo. Arvot ja visio. Luettu 7.9.2012.

http://www.linkosuo.fi/linkosuo/arvot_ja_visio.html

Linkosuo. Luettu 9.9.2012.

http://www.linkosuo.fi/linkosuo/arvot_ja_visio.html

Makkonen, J. 2008. Organisatorisen innovaation omaksuminen. Lappeenrannan Teknillinen Yliopisto. Kauppateellinen tiedekunta. Kauppätieteiden kandidaatintutkielma.

MOL. Luettu 23.9.2012.

<http://www.mol.fi/koulutukset/>

MOL starttiraha. Luettu 23.9.2012.

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Naisyrittäjyyskeskus. Luettu 28.8.2012.

<http://www.naisyrittajyyskeskus.fi>

NetMOT-sanakirja. Luettu 9.9.2012

<https://intra.tamk.fi/portal/group/tamk1/netmot-sanakirja>

Pirkanmaan Viestinvaihto. Luettu 23.9.2012.

<http://www.pirkanmaanviestinvaihto.fi/>

Pk-yritysten riskienhallinta. Luettu 5.9.2012.

<http://www.pk-rh.com/index.html>

Porokka, T. Yritysneuvoja Ensimetri, Tanner, J. Yritysneuvoja Ensimetri & Lepistö, J. Yritysneuvoja Tampereen TE-toimisto 2012. Minustako Yrittäjä? –Infot. Luento. Informaatiotilaisuus 18.9.2012. Tampere: Pirkanmaan ELY-keskus.

Pulliainen, M. 2012. Seikkailija, joka lensi 6000 kilometriä ohi maalin. Aamulehti 12.9.2012, A12.

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita.

Sampo Pankki. Lainat. Luettu 25.9.2012.

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysasiakkaat/Pieniyritys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Laina.aspx>

Sampo Pankki & Nero Partners 2007. Tiedotteet. Sampo Pankin tutkimus kertoo: Yrittäjä arvostaa vapautta. Julkaistu 13.9.2007. Luettu 19.9.2012.

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/TietoaSampoPankista/media/Tiedotteet/Tiedotearkisto/Pages/20070913.aspx>

Sampo Pankki 2010. Tiedotteet. Yrittäjä tekee päivää pidempää työviikkoa. Julkaistu 19.1.2010. Luettu 19.9.2012.

http://www.sampopankki.fi/fi-fi/TietoaSampoPankista/media/Tiedotteet/Pages/20100119_Yrittaja_tutkimus.aspx

SIPA. Yrittäjien sijaispalvelu. Luettu 28.8.2012.

<http://www.sipa.fi/>

Sounio, L. 2011. Brändikäs. Liettua: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Starbucks. Luettu 9.9.2012.

<http://www.starbucks.com/about-us/company-information/business-ethics-and-compliance>

Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2012. Perustamisopas Alkavalle yrittäjälle. PDF. Tulostettu 6.9.2012

<http://uusyrityskeskus.fi/liiketoiminnan-aloittaminen>

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

Taloussanomat. Luettu 5.9.2012.

<http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/>

Tekes. Life Works Consulting Oy. 2005. Liiketoimintaosaamisen lähtökohdat – Innovaatiivinen ja verkostomainen yrittäjäyys. Tulostettu 29.8.2012.

http://www.tekes.fi/fi/community/Etusivu/307/Haku/383?tf_query=liiketoimintaosaamisen+1%C3%A4ht%C3%B6kohdat

TEM. Luettu 25.9.2012.

<http://www.tem.fi>

Tilastokeskus. Luettu 25.9.2012.

<http://www.stat.fi/>

Valmennusmajakka. Luettu 23.9.2012.

<http://www.valmennusmajakka.fi/index.php?page=koulutukset>

YES. Yrittäjätesti. Luettu 30.8.2012.

<http://www.yes-keskus.fi/>

Yrittäjänäisten keskusliitto. Luettu 28.8.2012.

<http://www.yrittajanaiset.fi/>

Yrittäjät.fi. Luettu 25.9.2012

<http://www.yrittajat.fi>

Yrityksen perustajan opas 2011. 2011. Helsinki: Keskuskauppakamarin Palvelu Oy.

Yrityksen perustajan opas - silta yrittäjyyteen. 2008. 14. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. 2010. 19. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Yrityskummit. Luettu 25.9.2012.

www.yrityskummit.fi

Yrityspörssi. Luettu 23.9.2012.

<http://www.yritysporssi.fi/pirkanmaa/>

Yritys-Suomi. Käyttöehdot. Luettu 28.8.2012.

<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/kayttoehdot>

Yritys-Suomi. Yrityksen perustaminen. Luettu 28.8.2012.

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/palvelupolun-askel?pp=polku_Yrityksen_perustaminen&ppa=palp_Harkitseminen_ja_suunnittelu

Wikipedia. Maslow. Luettu 11.9.2012.

http://fi.wikipedia.org/wiki/Maslow%E2%80%99n_tarvehierarkia

Wikipedia. SWOT. Luettu 11.9.2012.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Swot>

Wikipedia. Tarjooma. Luettu 5.9.2012.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Tarjooma>

LIITTEET

Liite 1. eRekrytorin yrittäjätestin tulokset

<http://www.erekrytori.net/etusivu.php?t=1>

Testin tekijä: Marika Berg

Päivämäärä 30.8.2012

1 (3)

Yrittäjäominaisuuksien testaus

Tämän yrittäjäominaisuuksien testin keskeisin tarkoitus on antaa tietoa niistä ominaisuuksista, joita tutkimusten mukaan yrittäjillä yleensä on. Osa näistä ominaisuuksista on yrittäjän toiminnalle välttämättömiä, osa hyödyllisiä ja jotkin ominaisuudet liiaksi painottuneina jopa haitallisia. Mikäli vastaat lomakkeen kysymyksiin "rehellisesti" on sinulla mahdollisuus saada arvio myös omista yrittäjäominaisuuksistasi sekä kokonaisuutena että osa-alueittain.

Alla on lueteltu joukko väittämiä, jotka liittyvät sekä henkilökohtaisiin ominaisuuksiisi että erilaisiin mielipiteisiisi. Arvioi sopiiko kyseinen väittämä mielestäsi sinuun tai ei. Merkkää vasemmanpuoleinen ruutu, mikäli väittämä ei sovi ja vastaavasti oikeanpuoleinen ruutu jos se sopii. Tarkoituksena on, että luet kysymykset numeroidussa järjestyksessä ja vastaat nopeasti ensimmäisen reaktion mukaan.

	ei sovi	sopii
1. Pidän yleensä oman kantani ristiriita ja väittelytilanteissa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
2. Tunnen oloni <u>hvin vaivautuneeksi</u> jos kaikki asiat eivät ole järjestyksessä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Pyrin kaikissa tomissani <u>aina</u> mahdollisimman hyvään tulokseen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
4. Vien <u>aina</u> loppuun sen minkä olen aloittanut	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
5. En tyydy tavanomaisiin ratkaisuihin vaan etsin uusia vaihtoehtoja	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
6. Suunnittelen työt <u>aina</u> perinpohjaisesti ennen kuin ryhdyn toimeen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
7. Odotan yleensä muiden tekemän aloitteen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Teen mielelläni töitä yhdessä muiden kanssa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
9. Suhtaudun uusiin asioihin aina epäilevästi	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Haluan tehdä itsenäistä työtä, jossa kukaan ei sanele päätöksiäni	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
11. En luota omaan arvostelukykyyne, haen usein tukea muilta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Epävarmuus tulevaisuudesta ei lamaannuta toimintakykyäni	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
13. Minulla on korkeat henkilökohtaiset tavoitteet	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
14. Tiedän mitä tahdon	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
15. Ajattelen <u>usein</u> eri tavoin kuin muut	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
16. Virheet voidaan parhaiten välttää etukäteissuunnittelulla	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
17. Olen oman onneni seppä	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
18. Saavutan hyviä tuloksia toimiessani yhteistyössä muiden kanssa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
19. Tartun innolla ja ennakkoluulottomasti uusiin asioihin	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
20. En halua, että tekemisiini puututaan - teen itse päätökseni	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Luotan omaan ammattiosaamiseeni täydellisesti	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Teen usein erilaisia laskelmia ja suunnitelmia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
27. Tuskastun kun asioita ei saada hoidetuksi	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
28. Yhteistyön tekeminen sitoo liikaa käsiäni - toimin mielummin yksin	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. Mielessäni liikkuu <u>usein</u> erilaisia liikeideoita	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
30. Riippumattomuus muiden edesottamuksista on minulle tärkeää	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. Otan harvoin vastaan neuvoja muilta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. En kiihdy enkä hermostu nopeasti tiukoissakaan tilanteissa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
33. Riittää, kun työnteolla elätän itseni	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
34. Minulla on paljon erilaisia hankkeita meneillään ja niiden kesken on vaikea valita	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. En pahemmin tuhlaa aikaani uusien ratkaisujen etsimiseen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
36. Tekeminen on tärkeämpää kuin suunnittelu	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
37. Menestyminen edellyttää <u>aina</u> omaa aktiivista toimintaa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
38. Työnteko on mielestäni <u>aina</u> yhteistyötä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. En useinkaan anna hyvän tilaisuuden mennä sivu suun	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
40. Olen valmis tinkimään itsenäisyydestäni, jos tilanne niin vaatii	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

2 (3)

Oma-aloitteisuus

Oma-aloitteisuus on myös eräs yrittäjyyden kulmakivi. Yrittäjän on oltava oma-aloitteinen, koska kukaan muu ei tee yrittäjän työtä hänen puolestaan. Lisäksi työ on vaihtelevaa ja sellainen henkilö, joka viihtyy parhaiten pelkästään tietyn tyyppistä työtä tehden ei menesty yrittäjänä. Yrittäjän tulee tarttua epämiellyttäviinkin tehtäviin tarvittaessa. Oma-aloitteisuus on myös itsekuria.

Henkilökohtainen pistemääräsi 3.

Yhteistyökyky

Yhteistyökyky ei välttämättä kuulu toimivienkaan yrittäjien ominaisuuksiin. Yritysten ja yrittäjien yhteistyö on kuitenkin noussut yhä merkittävämmäksi kilpailutekijäksi nykypäivän kireissä monitaitoisuutta vaativissa kilpailutilanteissa. Yhteistyökyky ei välttämättä esiinny aitona suuren itsenäisyyden tarpeen ja itseluottamuksen kanssa.

Henkilökohtainen pistemääräsi 2.

Opportunistisuus

Opportunistisuus on ominaisuus, joka 'panelee yrittäjän tarttumaan mahdollisuuksiin'. Tämä ominaisuus onkin usein kynnyksellä yrittäjäksi ryhtymiselle. Ellei opportunistisuutta ilmene henkilössä lainkaan, on todennäköistä, ettei hän koskaan ryhdy yrittäjäksi.

Henkilökohtainen pistemääräsi 3.

Itsenäisyyden tarve

Monilla yrittäjillä 'halu olla oman itsensä herra' on tutkimuksissa osoittautunut keskeisemmäksi yrityksen perustamismotiiviksi. Pienelle käsityöläisyrittäjälle lähes täydellinen eristäytyminen voi olla mahdollista, mutta tavoitetasoltaan vähänkin korkeammat yritystoiminnot eivät tällaisista erittäytymistä salli. Yrittäjän on oltava avoin ja yhteistyökykyinen. Korkea itsenäisyyden tarve ja korkea yhteistyökyky eivät voi olla saman henkilön ominaisuuksia. Itsenäisyyden tarve on tässä testissä pisteytetty kuitenkin muuttakin osa-alueet, mutta sen pisteytys saattaisi olla myös päinvastainen.

Henkilökohtainen pistemääräsi 1.

Epävarmuuden sietokyky

Epävarmuuden sietokyky on ominaisuus, joka pitää yrittäjän pään kylmänä silloin kun hänen tulee tehdä päätöksiä ja 'elää' riskipelossa ja kaikin tavoin epävarmoissa tilanteissa. Mikäli epävarmuuden sietokyky on heikko (-1), harkitsevat varmasti pitkään yrityksen perustamista. Hyvä epävarmuuden sietokyky saattaa pienentää suunnitelmallisuutta.

Henkilökohtainen pistemääräsi 2.

Suoritusarve

Menestyvien yrittäjien keskeisimmäksi ominaisuudeksi mainitaan usein suoritusarve. Suoritusarve 'pakottaa' yrittäjän näyttämään, saavuttamaan ja olemaan parempi kuin muut. Suuri suoritusarve saattaa vähentää suunnitelmallisuutta ja yhteistyökykyä.

Henkilökohtainen pistemääräsi 2.

Määrätietoisuus

Yrittäjän on pystyttävä valitsemaan käytössään olevista vaihtoehdoista ja mahdollisuuksista sellainen liiketoiminnallinen kombinaatio, jonka toteuttamiseen hänellä on riittävästi resursseja. Määrätietoisuus on ominaisuus, joka edesauttaa tätä valintaa ja toimimista valitun päämäärän mukaisesti.

Henkilökohtainen pistemääräsi 3.

Luovuus

Luovuus on ominaisuus, jota yhä useampi menestyvä yrittäjä tarvitsee. Luovuus auttaa yrittäjää löytämään sen tarvittavan erilaisuuden, jolla erottua tavanomaisista kilpailijoistaan. Luovuus ja määrätietoisuus tai suunnitelmallisuus eivät välttämättä ole saman henkilön ominaisuuksia.

Henkilökohtainen pistemääräsi 2.

Suunnitelmallisuus

Yrittäjät ovat usein näkijöitä ja tekijöitä. Yrittäjillä on näkemys - visio - siitä minkälainen liikeidea on kannattava ja yrittäjät elävät vahvasti 'tekemisen' täyttämässä arkipäivässä. Visio ja tekeminen eivät aina välttämättä kohtaa toisiaan. Tarvitaan suunnitelmallisuutta ja suunnitelmia siitä, miten arkipäivän työ saataisiin mahdollisimman hyvin toimimaan vision tai päämäärän saavuttamisen hyväksi. Suunnitelmallisuus ei välttämättä esiinny samassa henkilössä esimerkiksi luovuuden kanssa.

Henkilökohtainen pistemääräsi 2.

3 (3)

Yrittäjän ominaisuustestin avain

Testissä tutkitaan kymmentä yrittäjyyteen liittyvää osa-aluetta:

1. Itseluottamus
2. Epävarmuuden sietokyky
3. Suoritustarve
4. Määrätietoisuus, pitkäjänteisyys
5. Luovuus
6. Suunnitelmallisuus
7. Oma-aloitteisuus
8. Yhteistyökyky
9. Opportunistisuus
10. Itsenäisyyden tarve

Jokaisesta osa-alueesta voi saada pisteitä -1 ja +3:n välillä. Eli jokaista osa-aluetta mittaa 3 positiivista ja yksi negatiivinen väittämä. Koko testin skaala on siis -10 ja +30 välillä.

Pistemääräsi: 21.

Kokonaistestin tulkinta on seuraava:

Sinulla on riittävästi yrittäjän työssä tarvittavia ominaisuuksia, olennaista on se, miten ominaisuudet ovat jakautuneet keskenään.

Maksimipistemäärä ei siten välttämättä kuvaa sitä, että henkilö olisi yrittäjäominaisuuksiltaan huippuluokkaa. Tämä johtuu siitä, että monet ominaisuudet ovat käytännössä vastakkaisia ja on syytä olettaa, että ne eivät voi toteutua samassa henkilössä. Tämän vuoksi osa-alueittain analyysi on vähintäänkin yhtä tärkeä kuin kokonaisanalyysi.

Seuraavassa lyhyt kuvaus osa-alueista ja avain henkilökohtainen pistemääräsi.

Itseluottamus

Itseluottamus on tärkeä yrittäjän ominaisuus, koska epäilijöitä aina riittää. Yrittäjä joutuu usein itse tukemaan itseään ja aikomiaan hankkeita. Liika itseluottamus voi lähennellä härkäpäisyyttä, joka johtaa turhaan 'läpi harmaan kiven' -mentaliteettiin. Korkea itseluottamus voi pienentää suunnitelmallisuutta ja yhteistyökykyä.

Henkilökohtainen pistemääräsi 1.

Liite 2. YES Yrittäjätestin tulokset

<http://www.yes-keskus.fi/>

Testin tekijä: Marika Berg

Päivämäärä 30.8.2012



Visionääri suosii joustavaa, spontaania ja muuttuvaa ympäristöä. Hän on muutoksen analyttinen suunnittelija. Hän on kekseliäs ja luova; nopea ja neuvokas; hyvä monissa asioissa.

Visionääriin ihanneorganisaatio antaa todella paljon itsenäisyyttä ja korostaa uusia asioita, luovaa kokeilua, suoraa keskustelua ja ajatusten vaihtamista.

Visionäärille muutos on juuri sitä, mitä elämä on. Hän toivottaa sen tervetulleeksi, mutta saattaa joskus jättää huomioimatta käytännön toteutuksen tarpeen.

Visionääri kommunikoi ajattelemalla ääneen. Pääasialliset välineet ovat keskustelu ja väittely. Hän on itsevarma ja vauhdikas esiintyjä julkisesti mutta ei välttämättä niin hyvä kuuntelija ja saattaa keskeyttää harkitsemattomasti.

Visionääri nauttii työstä, joka vaatii häneltä kykyä käsitellä asioita luovasti ja analyttisesti. Hän voi tuntea itsensä tylsistyneeksi, jos uusia projekteja ei ole näköpiirissä. Visionääri hakeutuu usein tiede- tai teknologia-aloille. Hän voi myös olla yrittäjä, markkinoija, professori tai mikä tahansa, joka kiinnostaa häntä.

Visionääri voi toimia itse kehittämiensä tuotteiden valmistuksessa ja myynnissä. Yleinen yrittäjätyyppi erityisesti itsenäisesti omaan innovaatioonsa perustuvassa yritystoiminnassa.

Lähes joka kymmenes visionääri toimii yrittäjänä.

Visionäärejä ovat mm. Walt Disney, Winston Churchill, Socrates, Voltaire ja Karl Popper.

Myös Applen Steve Jobs oli visionääri.

Liite 3. Finnveran yrittäjätestin tulokset

<http://finnvera2.alkuvoima.com/yrittajatesti/>

Testin tekijä: Marika Berg

Päivämäärä 20.9.2012

1 (3)

SULJE

Yrittäjäprofiili

TULOSTA

OMAT YRITTÄJÄVAHVUUTESI

LUOVA, TARMOKAS, SOSIAALISESTI LAHJAKAS, LUOTTAVAINEN OMAAN IDEAAN NÄHDEN, PITKÄJÄNTEINEN, TAVOITTEELLINEN

MENESTYKSEEN TARVITTAVA OSAAMINEN

OSAAMISENI ON RIITTÄVÄÄ: VAHVAA JA MÄÄRÄTIEOISTA VETÄJÄÄ, ENNAKOINTIKYKYÄ JA RISKINOTTOVALMIUTTA
TARVITSEN HIEMAN LISÄÄ OSAAMISTA: YRITTÄJÄTAITOJA, AMMATTITAITOJA VALITULLA TOIMIALALLA, KÄYTÄNNÖN
KOKEMUSTA TOIMIALALTA
TARVITSEN PALJON LISÄÄ OSAAMISTA: ERIKOISTUNUTTA AMMATTITAITOJA

Riittävä osaaminen on yksi keskeisimmistä yrittäjyyden menestystekijöistä. Sinun kannattaakin laatia määrätietoinen, tarvittaessa jopa viikkotasolle ulottuva tietojen kartuttamissuunnitelma. Kun nyt tiedät, millä alueilla tarvitset lisää tietoa ja osaamista, voit tehdä tarkan suunnitelman siitä, kuinka käytännössä tulet lisäämään valmiuksiasi menestykseen.

Tietoa yrittämiseen liittyvistä asioista saat esimerkiksi näiltä toimijoilta, eikä myöskään verkostoitumisen voimaa kannata unohtaa. Oman toimialasi menestyneiltä yrittäjiltä voi olla paljon opittavaa.

www.yrityssuomi.fi | www.te-keskus.fi | www.uusyrytyskeskus.fi | www.yrittajat.fi

MERKITTÄVIMMÄT HAASTEESI MATKALLA MENESTYKSEEN

YRITYKSEN TALOUTEEN LIITTYVÄT HAASTEET

Nyrkkisääntö on, että aloittavan yrityksen ensimmäinen vuosi on enemmän tai vähemmän heikkotuloinen. Yrityksen toiminnan saaminen täyteen vauhtiin ja jalansijan löytäminen markkinoilta ottaa aina oman aikansa. Kiinteitä kuluja on kuitenkin usein runsaasti, yrityksen perustamiskulut mukaan lukien. Tästä syystä tarvitset riittävästi omaa pääomaa, ja mahdollisesti myös ulkopuolista rahoitusta.

Mieti ensin, kuinka paljon olet todella valmis investoimaan omaa rahaa yritykseesi. Tämän jälkeen on aika arvioida kuinka paljon tarvitset ulkopuolista rahoitusta. Ja ennen kaikkea: mistä voit rahoitusta hankkia?

Rahoitusta tarjoavat esimerkiksi nämä toimijat:

www.nordea.fi | www.osuuspankki.fi | www.sampo.fi | www.aktia.fi | www.optia.fi | www.saastopankki.fi | www.alandsbanken.fi
www.tapiola.fi | www.paikallisosuuspankit.fi | www.tekes.fi | www.sitra.fi | www.finnvera.fi | www.veraventure.fi

Saadaksesi ulkopuolista rahoitusta eli lainaa saatat tarvita vakuuksia. Kartoita nämä vakuudet jo varhaisessa vaiheessa ja mieti, haluatko sitoa niitä yritykseesi. Mieti myös, mikä on oikea ja tasapainoinen oman ja vieraan pääoman suhde. Tämä suhde määrittää yrityksesi vakavaraisuuden.

OMA JAKSAMINEN, TYÖN JA VAPAA-AJAN EPÄTASAPAINO

Yrittäjyyteen liittyy monia ennakkoluuloja. Ehkä yleisin ihmisiä etukäteen huolestuttava asia on oma jaksaminen. Tärkeintä on mitoitaa tarvittavat voimavarat realistisesti jo ennalta ja varautua yrityksen alkuvaiheeseen oikealla asenteella.

Mieti, miksi olet perustamassa yritystä. Onko kyseessä pitkäaikainen haave, vai näetkö tilaisuuden tai markkinaraon jonka voit hyödyntää? Mieti myös, mitkä tekijät motivoivat sinua yrittämään.

Pohdi, oletko arvioinut riittävän hyvin ajalliset ja muut uhraukset, joita ideasi toteuttaminen vaatii. Löytyykö sinulle tarvittaessa tuurajia? Ja entä jos hyvästä suunnittelusta huolimatta aika loppuu: ovatko ajanhallinnan ja stressinsiedon taitosi kunnossa? Yrittäjä tarvitsee optimismia, mutta omat voimavarat ja rajat on hyvä tiedostaa jo aikaisessa vaiheessa, etteivät paineet pääse yllättämään.

Pohdi myös jo tässä vaiheessa, miten irroitaudut säännöllisesti työstä ja arjesta. Perhe, ystävät, harrastukset ja matkat virkistävät – kunhan töistä malittaa vapaahetkien ajaksi irroittautua kokonaan.

YRITYKSEN RAHOITUSOSAAMINEN JA RAHOITUSSUUNNITTELU

Pääsääntöisesti voidaan sanoa, että rahoitussuunnittelu kannattaa suosiolla jättää ammattilaisille – ellei juuri se sitten satu olemaan erityisosaamistasi. Toimiva yhteistyöverkosto on laki-, vero- ja kirjanpitoasioissa enemmän kuin paikallaan.

Lisätietoja saat vaikkapa täältä:

www.yrityssuomi.fi

OMA TALOUS

Ensimmäinen vuosi on yrittäjälle monesti vaikea, sillä tulot yritystoiminnasta kertyvät hitaasti ja pienistä puroista. Varaudu haasteisiin jo ennalta ja selvitä, mitä yrittäminen merkitsee koko perheen toimeentulolle. On myös hyvä miettiä etukäteen, mistä olet tarvittaessa valmis luopumaan.

Käy tarkkaan läpi tämänhetkinen taloudellinen tilanteesi: mikä on nykyisten velkojesi suhde varallisuuteesi, ja mitä lisäpanostuksia yrityksen perustaminen tulee vaatimaan.

MUU, MIKÄ: - AMMATTITAITOISEN HENKILÖKUNNAN JA SIIJAISTEN LÖYTYMINEN
- KOHDERYHMÄ JA YRITYS EIVÄT LÖYDÄ TOISIAAN
- KORKEAT KIIINTEÄT KUSTANNUKSET
- LIIKEPAIKAN OIKEA SIIJOITTUMINEN
- RAHOITUS EI RIITÄ

Tarkista, onko tästä aiheesta lisätietoa täällä:

www.finpro.fi

TAVOITTEESI YRITTÄJÄNÄ

OMAN PALKAN TURVAAMINEN, OMAN UNELMAN TOTEUTTAMINEN, TYÖSSÄ VIIHTYMINEN

VIIKOTTAINEN TYÖAIKA, JONKA YRITYKSESI HOITO TULEE SINULTA VAATIMAAN

Arviosi mukaan yrityksesi hoitoon kuluu korkeintaan yli **60 TUNTIA VIIKOSSA**. Tämä merkitsee ajankäytöllisesti sitä, että tarvitset useita työntekijöitä. Kahden hengenkin voimin toimiminen saattaa johtaa pidemmän päälle loppuunpalamiseen, joten henkilöstöresurssit kannattaa mitoitaa oikein jo hyvissä ajoin. Rekrytointisuunnittelun tueksi on syytä tehdä tarkat laskelmat siitä, mitä ulkopuolisten työntekijöiden palkkaaminen maksaa – eli paljonko tulet tarvitsemaan lisämyyntiä.

TARVITSEMASI KUUKAUSITTAINEN YRITTÄJÄTULO (NETTO)

1350 EURO/KK

Yrittäjyyden alkutaipaleeseen liittyy usein runsaasti kuluja, ja voi kestää jonkin aikaa ennen kuin yritys alkaa tuottaa konkreettista yrittäjätuloa.

Samaan aikaan tarvitset kuitenkin rahaa päivittäiseen elämiseen. Siksi tarvitsemasi yrittäjätulon määrä kannattaa arvioida

AIKA, JONKA KULUESSA YRITYKSESI ALKAA TUOTTAA TARVITSEMAASI YRITTÄJÄTULO

Suunnitelmiasi mukaan yrityksesi alkaa tuottaa yrittäjätuloa eli palkkaa **KUUDEN KUUKAUDEN** päästä.

Tämä tarkoittaa sitä, että selviytyäksesi pakollisista kiinteistä kuluista käyttöpääomarahoitukseksi tulisi riittää kattamaan kuuden kuukauden tarpeet. Voit parantaa kassatilannetta jos saat ostoillesi pidemmän maksuajan, ja pystyt vastaavasti antamaan asiakkaillesi lyhyemmän maksuajan.

3 (3)

YRITYKSESI TARJONTA	ASIAKKAIDEN SAAMA HYÖTY
<p>NAUTINNOLLISIA KAHVILAHETKIÄ ERITYISRUOKAVALION NOUDATTAJILLE SUOLAISIA JA MAKEITA HERKKUJA</p>	<p>ASIAKAS EI SAA KYSEISTÄ PALVELUA JA TUOTTEITA MUUALTA TAI SAA SITÄ VAILLINAISENA ASIAKAS VOI LUOTTAVAISESTI SYÖDÄ KAIKKEA KAHVION TARJONNASTA VAIKKA HÄNELLÄ ON ERIKOISRUOKAVALIO ASIAKKAALLE RÄÄTÄLÖIDÄÄN TUOTTEET PALVELU JA TUOTTEET OVAT HELPOSTI SAAVUTETTAVISSA</p>
YRITYKSESI TÄRKEIMMÄT KILPAILIJAT	
<p>RAVINTOLAT JA LOUNASKAHVILAT, JOILLA ON RUOKALISTOILLAAN TAI PYSTYY TILAAMAAN LISTAN ULKOPUOLELTA KYSEISIÄ TUOTTEITA KAUPAT, JOTKA LISÄÄVÄT ERITYISRUOKAVALIOTUOTTEIDEN TARJONTAA RAVINTOLAT JA LOUNASKAHVILAT, JOTKA PYSTYVÄT TARJOAMAAN VHH- JA GLUTEENITTOMIA TUOTTEITA HALVEMPAAN HINTAAN KAHVILAT, JOISSA ERITYISRUOKAVALIOINEN IHMINEN KÄY EI-ERITYISRUOKAVALIOISEN IHMISEN KANSSA</p>	
<p>Tarkastele koti- ja ulkomaisia kilpailijoitasi: mitkä toimijat ovat merkittäviä, ja mitkä vähemmän merkittäviä. Analysoi myös kilpailijakenttää kokonaisuudessaan: koostuuko se monesta pienestä vai harvoista suurista toimijoista? Jos kilpailukenttä</p>	
<p>www.finpro.fi</p>	
YRITYKSESI TÄRKEIMMÄT KILPAILUTEKIJÄT	
<p>LAATU YKSILÖLLISYYS SAATAVUUS SOVELLETTAVUUS ERIKOISTUMINEN</p>	
KASSAVIRTA	
<p>EHDOT, JOILLA SUORITAT OSTOT: KÄTEINEN (KÄT. ASIAKIRJ. VAST.OTTAMISESTA) HETI TAVARAN VASTAANOTTAMISESTA TILILUOTTO 30 PV TAVARAN LÄHETTÄMISESTÄ 50 % KÄTEISELLÄ, 50 % TILILUOTTONA (30/60/90) PV TAVARAN LÄHETTÄMISESTÄ</p>	<p>EHDOT, JOILLA MYYT YRITYKSESI TUOTTEITA/PALVELUJA: KÄTEINEN (KÄT. ASIAKIRJ. VAST.OTTAMISESTA) HETI TAVARAN VASTAANOTTAMISESTA</p>
<p>Kassavirran kannalta olennaista on, että ostovelat ja myyntisaatavat ovat mahdollisuuksien mukaan tasapainossa. Jos näyttää siltä että myyntisaatavat eräytyisivät toistuvasti ostovelkoja myöhemmin, tulee tämä ottaa huomioon yrityksen käyttöpääoman tarvetta määriteltäessä. Muuten yritysesi saattaa pahimmassa tapauksessa ajautua rahoitusvaikeuksiin.</p>	

Lainalaskuri (ottaa ylimääräiset maksut huomioon)

	Syötä arvot
Lainasumma	€ 24 000,00
Vuotuinen korko	2,198%
Laina-aika vuosina	4
Laina-ajan alkamispäivämäärä	1.4.2013
Valinnaiset ylimääräiset lyhennykset	

Ohjeet

Laina-aika voi olla 1–30 vuotta.

Jos ylimääräiset lyhennykset ovat eri suuruisia, lisää ne alla olevaan taulukkoon.

Lasketut kuukausilyhennykset	€ 522,76
Lyhennysten määrä	48
Todellinen lyhennysten määrä	60
Ennakkolyhennyksiä yhteensä	€ -
Korot yhteensä	€ 1 619,98

Numero	Lyhennyksen päivä	Alkusaldo	Laskettu lyhen- nys	Ylimääräinen lyhen- nys	Lyhen- nys yhteensä	Lainan määrä	Korko	Loppusaldo
1	1.4.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
2	1.5.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
3	1.6.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
4	1.7.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
5	1.8.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
6	1.9.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
7	1.10.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
8	1.11.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
9	1.12.2013	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
10	1.1.2014	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
11	1.2.2014	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
12	1.3.2014	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 43,96	€ -	€ 43,96	€ 24 000,00
13	1.4.2014	€ 24 000,00	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 478,80	€ 43,96	€ 23 521,20
14	1.5.2014	€ 23 521,20	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 479,68	€ 43,08	€ 23 041,52
15	1.6.2014	€ 23 041,52	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 480,56	€ 42,20	€ 22 560,97
16	1.7.2014	€ 22 560,97	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 481,44	€ 41,32	€ 22 079,53
17	1.8.2014	€ 22 079,53	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 482,32	€ 40,44	€ 21 597,22
18	1.9.2014	€ 21 597,22	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 483,20	€ 39,56	€ 21 114,02
19	1.10.2014	€ 21 114,02	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 484,09	€ 38,67	€ 20 629,93
20	1.11.2014	€ 20 629,93	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 484,97	€ 37,79	€ 20 144,96
21	1.12.2014	€ 20 144,96	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 485,86	€ 36,90	€ 19 659,10
22	1.1.2015	€ 19 659,10	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 486,75	€ 36,01	€ 19 172,35
23	1.2.2015	€ 19 172,35	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 487,64	€ 35,12	€ 18 684,70
24	1.3.2015	€ 18 684,70	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 488,54	€ 34,22	€ 18 196,17
25	1.4.2015	€ 18 196,17	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 489,43	€ 33,33	€ 17 706,74
26	1.5.2015	€ 17 706,74	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 490,33	€ 32,43	€ 17 216,41
27	1.6.2015	€ 17 216,41	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 491,22	€ 31,53	€ 16 725,19
28	1.7.2015	€ 16 725,19	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 492,12	€ 30,63	€ 16 233,06
29	1.8.2015	€ 16 233,06	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 493,03	€ 29,73	€ 15 740,04
30	1.9.2015	€ 15 740,04	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 493,93	€ 28,83	€ 15 246,11
31	1.10.2015	€ 15 246,11	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 494,83	€ 27,93	€ 14 751,27
32	1.11.2015	€ 14 751,27	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 495,74	€ 27,02	€ 14 255,53
33	1.12.2015	€ 14 255,53	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 496,65	€ 26,11	€ 13 758,89
34	1.1.2016	€ 13 758,89	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 497,56	€ 25,20	€ 13 261,33
35	1.2.2016	€ 13 261,33	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 498,47	€ 24,29	€ 12 762,86
36	1.3.2016	€ 12 762,86	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 499,38	€ 23,38	€ 12 263,48
37	1.4.2016	€ 12 263,48	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 500,30	€ 22,46	€ 11 763,18
38	1.5.2016	€ 11 763,18	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 501,21	€ 21,55	€ 11 261,97
39	1.6.2016	€ 11 261,97	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 502,13	€ 20,63	€ 10 759,83
40	1.7.2016	€ 10 759,83	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 503,05	€ 19,71	€ 10 256,78
41	1.8.2016	€ 10 256,78	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 503,97	€ 18,79	€ 9 752,81
42	1.9.2016	€ 9 752,81	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 504,90	€ 17,86	€ 9 247,92
43	1.10.2016	€ 9 247,92	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 505,82	€ 16,94	€ 8 742,10
44	1.11.2016	€ 8 742,10	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 506,75	€ 16,01	€ 8 235,35
45	1.12.2016	€ 8 235,35	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 507,68	€ 15,08	€ 7 727,67
46	1.1.2017	€ 7 727,67	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 508,60	€ 14,15	€ 7 219,07
47	1.2.2017	€ 7 219,07	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 509,54	€ 13,22	€ 6 709,53
48	1.3.2017	€ 6 709,53	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 510,47	€ 12,29	€ 6 199,06
49	1.4.2017	€ 6 199,06	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 511,40	€ 11,35	€ 5 687,66
50	1.5.2017	€ 5 687,66	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 512,34	€ 10,42	€ 5 175,32
51	1.6.2017	€ 5 175,32	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 513,28	€ 9,48	€ 4 662,04
52	1.7.2017	€ 4 662,04	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 514,22	€ 8,54	€ 4 147,81
53	1.8.2017	€ 4 147,81	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 515,16	€ 7,60	€ 3 632,65
54	1.9.2017	€ 3 632,65	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 516,11	€ 6,65	€ 3 116,55
55	1.10.2017	€ 3 116,55	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 517,05	€ 5,71	€ 2 599,50
56	1.11.2017	€ 2 599,50	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 518,00	€ 4,76	€ 2 081,50
57	1.12.2017	€ 2 081,50	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 518,95	€ 3,81	€ 1 562,55
58	1.1.2018	€ 1 562,55	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 519,90	€ 2,86	€ 1 042,65
59	1.2.2018	€ 1 042,65	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 520,85	€ 1,91	€ 521,80
60	1.3.2018	€ 521,80	€ 522,76	€ -	€ 522,76	€ 521,80	€ 0,96	€ 0,00