



Aloittavan yrittäjän haasteet ja pelot

Noora Savonen

OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2022

Liiketalouden koulutusohjelma
Projektijohtaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Projektijohtaminen

SAVONEN, NOORA:

Aloittavan yrittäjän haasteet ja pelot

Opinnäytetyö 95 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Huhtikuu 2022

Idea opinnäytetyöhön syntyi omasta halusta lähteä vielä joskus yrittäjäksi. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi pienyrittäjiä sekä yrittäjäksi pyrkiviä palveleva JES Tools. Työn tavoitteena oli tuoda ilmi yrittäjyydestä haaveilevien sekä enintään vuoden verran yrittäneiden kokemia haasteita sekä halukkuutta lisäkoulutukseen, minkä pohjalta toimeksiantajayritys voi kehittää palveluitaan. Työn tarkoituksena oli täten kvantitatiivista kyselytutkimusta hyödyntäen selvittää yrittäjäksi haluavien pelkoja ja haasteita, sekä heidän mahdollista halua käyttää resursseja itsensä ja yrityksensä kehitystyöhön. Tarkoituksena oli luoda informatiivinen työ, josta yrittäjyydestä haaveilevat saavat rohkeutta ja olennaista tietoa yrityksen perustamiseen.

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan yrittäjyyttä yleisesti Suomessa, minkä jälkeen käydään läpi aloittavan yrittäjän kannalta oleellisia asioita ikään kuin tarkastuslistan omaisesti. Työn empiirinen osuus toteutettiin määrällisenä kyselytutkimuksena, jossa oli myös avoimia kysymyksiä tulosten syventämiseksi. Tutkimus toteutettiin anonymisti verkkokyselynä, ja sitä jaettiin useissa yrittäjille suunnatuissa Facebook-ryhmissä, eri koulutuskanavissa ja omassa sekä toimeksiantajan sosiaalisen median kanavissa. Vastauksia kyselyyn kertyi yhteensä 138 kappaletta, mutta kaikki näistä eivät tulleet tutkimuksen kohderyhmältä, joten lopulta työssä hyödynnettiin 111 vastausta. Aineistoa analysointiin tilasto-ohjelman avulla.

Tutkimustuloksista ilmeni suurimman osan vastaajista olevan mahdollisesti valmiita kehittämään toimintaa maksullisen kurssin avulla. Tutkimuksen avulla saatiin myös selville, että yleisin vastaaja olisi valmis käyttämään itsensä kouluttamiseen 1–2 tuntia viikossa, ja maksaisi tällaisesta kurssista 100 euroa. Kaikkein haastavimmaksi yrittäjyydessä koettiin asiakashankinta, yritystoiminnan aloittaminen, verotus sekä taloudellinen epävarmuus. Avointen kysymysten myötä saatiin myös paljon vinkkejä yrittäjyhteisön houkuttelevuuden lisäämiseen. Tulokset vastasivat teoreettisessa viitekehyksessä läpi käytyjä asioita.

Asiasanat: yrittäjyys, yritystoiminnan aloittaminen, haasteet

ABSTRACT

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

SAVONEN, NOORA:
Challenges and Fears of Entrepreneurship

Bachelor's thesis 95 pages, appendices 6 pages
April 2022

The idea for this thesis came from writer's own desire to become an entrepreneur one day. This thesis was commissioned by JES Tools that helps small entrepreneurs as well as those who would like to become entrepreneurs. The purpose of the thesis was to identify the challenges experienced by those who dream of entrepreneurship and who have been self-employed for a year or less and their desire for further education. Based on it, the client company can develop its services.

The objective was to encourage those who are dreaming of entrepreneurship and help them understand the issues involved in starting a business. The purpose of this thesis was to identify the fears and challenges of those who want to become entrepreneurs, and their potential willingness to use resources to develop themselves and their businesses. The purpose was likewise to create an informative thesis which could help those who dream about starting a business.

The theoretical section focuses on entrepreneurship in Finland, followed by a checklist of the essentials for a new entrepreneur. The empirical part was carried out as a quantitative survey which was shared in several industry Facebook groups and other channels. Altogether 138 people responded to the online survey, but only 111 were in the target group, so the results were analyzed based on their responses. The data was analyzed by using a statistical software.

The survey showed that majority of participants were potentially willing to educate themselves on a paid course. The survey revealed that the most common respondent would be willing to spend 1-2 hours per a week for education and would pay a maximum of 100 € for a course. The most challenging aspects of entrepreneurship were customer acquisition, starting a business, taxation and financial uncertainty. The open-ended questions also provided many tips on how to make the entrepreneurial community more attractive.

Key words: entrepreneurship, starting a business, challenges

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Työn tausta, tavoitteet ja rakenne	6
1.2	Toimeksiantajan esittely	8
2	YRITTÄJYYS	9
2.1	Miksi yrittää?	10
2.2	Minustako yrittäjä?	11
2.2.1	Yksin vai yhdessä?	14
2.3	Yritysmuodot	16
2.3.1	Kevytyrittäjä	16
2.3.2	Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi	17
2.3.3	Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö	19
2.3.4	Osakeyhtiö	20
2.3.5	Osuuskunta	21
3	YRITYSTOIMINNAN ALOITTAMINEN	23
3.1	Liiketoimintasuunnitelma	24
3.2	Liikeidea, miten keksiä?	25
3.2.1	Muut vaihtoehdot	28
3.3	Osaamisen ja resurssien kuvaus	29
3.4	Tuotteen tai palvelun kuvaus ja hinnoittelu	30
3.5	Asiakkaat	33
3.6	Toimiala ja kilpailu	35
3.7	Markkinointi ja myynti	36
3.8	Riskit	40
3.9	Rahoitus	42
3.9.1	Starttiraha	43
3.9.2	Palkkatuki	44
3.10	Luvat ja ilmoitukset	45
3.11	Ilmoitus kaupparekisteriin ja verottajalle	46
3.12	Vakuutukset ja työttömyysturva	48
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	50
4.1	Tutkimusmenetelmä	50
4.2	Kyselylomakkeen luonti ja toteutus	51
4.3	Vastaajien taustatiedot	53
4.4	Koetut haasteet	56
4.5	Kouluttautuminen ja kehittäminen	71
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	77

5.1 Johtopäätökset.....	77
5.2 Pohdinta ja itsearviointi	78
LÄHTEET	82
LIITTEET.....	90
Liite 1. Kyselylomake	90
Liite 2. Aloittavan yrittäjän tarkistuslista	95

1 JOHDANTO

Yrittäjyys kasvattaa suosiotaan jatkuvasti, ja yhä useammat pohtivat sitä vaihtoehtona palkkatöille. Esimerkiksi Opiskelijasta yrittäjäksi -tutkimuksessa (2019, 7) opiskelijat kertoivat yrittäjähaluuden syntyneen mahdollisuudesta päättää itsenäisesti työstä, yrittäjyyden arvostuksesta, työn palkitsevuudesta sekä mahdollisuudesta toteuttaa itseään. Monille juuri yrittäjyyden tuoma vapaus ja sen mahdollistama päätäntävalta omasta elämästä on avainsyy yrittäjäksi lähtemiseen.

Vuonna 2020 Suomessa oli 368 949 yritystä, kun ei huomioida maa-, metsä- eikä kalatalouksia. Näistä mikroyrityksiä eli alle kymmenen hengen yrityksiä oli 94 %, kun taas yli 250 hengen suuryrityksiä oli vain 0,2 %. Yritykset työllistivät yhteensä 1,5 miljoonaa henkeä. (Tilastokeskus 2021.). Yrittäjien keski-ikä on korkea; reilu kolmannes (35 %) yrittäjistä on 55–74-vuotiaita, kun taas alle 35-vuotiaita yrittäjiä on vain 15 % yrittäjistä. (Sutela & Pärnänen 2018, 19–20) Ikärakenteen vuoksi Suomessa jää monia tuhansia yrittäjiä eläkkeelle pian, joten uusia yrittäjiä tarvitaan täyttämään yrityskatoa ja jatkamaan eläköityvien yritystoimintaa (Peltola 2015, 11).

Vuonna 2021 perustettiin yli 40 000 yritystä, kun vastaava luku vuonna 2020 oli vajaat 38 500 (Patentti- ja rekisterihallitus 2022.) Yrittäjät Suomessa -tutkimuksen (2017) mukaan enemmistö päätyy yrittäjäksi omasta halusta tai ikään kuin sattumalta eteen tulleeseen tilanteeseen tarttumalla, jolloin yrittäjyys on näyttäytynyt varteenotettavalta vaihtoehdolta (Sutela & Pärnänen 2018, 43–44.?)

1.1 Työn tausta, tavoitteet ja rakenne

Aihe opinnäytetyöhön syntyi omasta kiinnostuksesta lähteä vielä jokin päivä yrittäjäksi. Osin on tuntunut, ettei yrittäjyydestä tiedä paljoa, kun ei ole syntynyt yrittäjäperheeseen. Kun Laitinen (2015, 40) tutki erään korkeakoulun liiketalouden opiskelijoiden näkökulmia yrittäjyyteen, yli kaksi kolmasosaa (70 % vastaajista) olisi halunnut tietää mitä tulee ottaa huomioon yritystä aloittaessa ja kuinka saada liikeideasta toimiva yritys, mutta myös noin kolme neljäsosaa halusi tietää kuinka

yrittöisyyttä aloitetaan. Tästä inspiroituneena halusin tutkia nimenomaan yrittäjäksi aikovia ja heidän pelkoja, minkä myötä opinnäytetyöni tarjoaisi neuvoja sekä vertaistukea yrittäjyydestä haaveileville. Yrittäjyydestä ei ole tehty paljoa opinnäytetöitä, joten aihe on senkin puolesta tervetullut.

Työn tavoitteena on tuoda ilmi yrittäjyydestä haaveilevien sekä enintään vuoden verran yrittäneiden kokemia haasteita, mutta myös heidän halukkuuttansa lisäkouluttautumiseen. Vastausten pohjalta toimeksiantajayritys voi kehittää palvelutarjontaansa, ja tutkittavat puolestaan saavat lievitettyä pelkojaan. Työn tarkoituksena on täten kvantitatiivista verkkokyselytutkimusta hyödyntäen selvittää yrittäjäksi haluavien pelkoja ja haasteita, sekä heidän mahdollista halua käyttää resursseja itsensä ja yrityksensä kehitystyöhön. Kysely toteutettiin kvantitatiivisena, koska kvalitatiivinen tutkimus ei olisi ollut yhtä hyödyllinen toimeksiantajayritykselle heiltä jo löytyvän tiedon takia. Tutkimusta tullaan jakamaan erilaisissa sosiaalisen median kanavissa. Tutkimuksen kohderyhmää ovat yrittäjyydestä haaveilevat sekä enintään vuoden verran yrittäjänä toimineet. Tarkoituksena on luoda informatiivinen työ, josta yrittäjyydestä haaveilevat saavat rohkeutta ja olennaista tietoa yrityksen perustamiseen. Näitä asioita lähdetään selvittämään seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

- Mitkä ovat yrittäjäksi aikovan suurimmat haasteet ja pelot?
- Ovatko yrittäjiksi aikovat valmiita käyttämään aikaa ja rahaa lisäkouluttautumiseen?

Luvussa kaksi käydään läpi yrittäjyyttä Suomessa sekä henkilöiden valmiutta lähteä yrittäjäksi. Kun oma soveltuvuus yrittäjäksi on todettu, käydään luvussa kolme läpi asioita, joita tulee pohtia ennen yrityksen perustamista. Luku kolme toimii myös eräänlaisena tarkistuslistana yrittäjyyteen. Teoreettinen osuus on laaja, jotta kenenkään yrittäjäksi lähteminen ei jäisi ainakaan tiedonpuutteesta kiinni. Teoreettisesta osasta on koostettu tiivistetty tarkistuslista, joka on helppo ottaa itselle talteen. Tämä produkti löytyy liitteestä 2. Neljäs luku on empiiristä osaa, jossa kerrotaan tarkemmin tutkimusmenetelmästä ja kyselylomakkeesta, suoritetaan kyselytutkimus sekä analysoidaan siitä saadut tulokset. Tulosten analysoinnin tueksi on luotu visuaalisia kuvioita havainnollistamaan tuloksia.

1.2 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii JES Tools, jonka missiona on mullistaa tapa menestyä yrittäjänä. JES Toolsin takana seisovat kolme yrittäjää, jotka haluavat tarjota yrittäjille ja yrittäjäksi haluaville työkaluja, joiden avulla luoda menestystä omalla tyylillä ja nauttia matkasta. He uskovat, että kun yrittäjä keskittyy vain kaikkein tärkeimpään, menestys rakentuu siinä samalla. Oikeiden työkalujen myötä yrittäjä voi paremmin, elämä on vapaampaa ja liiketoiminta tuloksekkaampaa ilman loppuun palamista tai vuosia kestävästä jatkailusta. (JES Tools n.d.b.)

JES Tools tarjoaa erilaisia yksittäin ostettavia boxeja yritystoiminnan tueksi, mutta myös Menesty yrittäjänä -jäsenyyden, jonka voi ostaa vuodeksi tai kuukaudeksi kerrallaan. Näiden lisäksi JES Toolsin sivuilta löytyy kaikille avoin keskusteluryhmä, jossa voi kysyä apua tai keskustella ajankohtaisista asioista. (JES Tools n.d.a.) Menesty yrittäjänä -jäsenyys puolestaan sisältää kaikki JES Toolsin digituotteet, eli muun muassa kaikki boxit, työkirjat, valmispohjat, yhteisön ja menestyneiden yrittäjien vinkkejä, minkä lisäksi jäsenille järjestetään inspiroivia tapahtumia ja he pääsevät myös mentorointiryhmään. Jäsenyys on rakennettu erityisesti seuraavia osa-alueita silmällä pitäen:

1. voimavarat, jotta yrittäjä jaksaa kulkea kohti tavoitteitaan
2. kannattavuus, jotta yritystoiminta on kannattavaa
3. toimintatavat, jotta voi kehittyä yrittäjänä.

JES Toolsin väki kehottaa sijoittamaan omaan ja yrityksen kehittymiseen, sillä jäsenmaksun saa hyvässä tapauksessa itselleen moninkertaisena takaisin uusien oivallusten kera. (JES Tools n.d.c.)

2 YRITTÄJYYS

Yrittäjyys ei tarkoita vain yrityksen omistamista, vaan yrittäjyys on myös ajattelu- ja toimintatapa. Oma yritys on merkki ulkoisesta yrittäjyydestä, kun taas sisäinen yrittäjyys tarkoittaa yksilön yrittäjämäistä toimintatapaa, jolloin on halua kehittää itseä ja työnantajaorganisaatiota jatkuvasti sekä työskennellä ratkaisukeskeisesti. Tällainen innovatiivinen asenne ja toiminta parantavat useasti työntekijän omaa motivaatiota, mutta saa myös paljon kiitosta työnantajalta. (Peltola 2015, 16–19.) Sisäistä yrittäjyyttä ylläpitääkseen työntekijöitä haastetaan ratkaisemaan ongelmia itse, eikä heille tarjota valmiita vastauksia. Tärkeää on myös osoittaa luottamusta heitä kohtaan antamalla vastuuta työtehtävissä sekä vapautta omien työaikojen ja -tapojen määrittämiseen. (Huttunen 2020.) Omaehtoinen yrittäjyys puolestaan tarkoittaa kokonaisvaltaista yrittäjämäistä asennetta, ja se edellyttää halua vaikuttaa omaan tulevaisuuteen sekä vastuunottoa omasta toiminnasta (YES-verkosto n.d).

Yrittäjyyden tavoitteena on tuottava liiketoiminta, jota voi olla jo olemassa olevien tarpeiden tyydyttäminen tai tarpeellisten palveluiden tarjoaminen. Yrittäjyyden avulla voi myös rakentaa itselleen mieluisan arjen valitsemalla mieluisimmat työtehtävät tarjolla olevasta vaihtoehdoista. Perusyrittämiseksi katsotaan perinteinen elinkeinoharjoittaminen sekä yksityisyrittäminen, joille yhteistä on tunnettu toimiala ja markkina, ja joiden käyttäytyminen on jo tiedossa. Tällaiset yritykset perustetaan usein pankista saatavan yrityslainan ja starttirahan avulla. Perusyrittämisen lisäksi on innovaatioyrityksiä, jolloin innovaation myötä syntyy uudenlainen tarve ja markkina, joita ei ole ennen ollut, tai vaihtoehtoisesti voidaan myös ratkaista ongelma kilpailijoita paremmin luomalla uniikki ratkaisu tai konsepti. Innovaatioyritysten liiketoiminta ja kehitystyö vaatii usein yrityslainan lisäksi myös yksityisrahoittajia. Riskit ovat suuret, mutta niin ovat mahdollisuudetkin. (Holvi n.d.)

2.1 Miksi yrittää?

Viime kädessä motivaatiotekijät yrittäjäksi lähtemisessä ovat henkilökohtaisia ja subjektiivisia, vaikka itse edellytykset olisivat objektiivisesti arvioitavissa (Järvinen & Kari 2017, 31). Käydäänpä näitä hieman läpi. Yksiselitteisin syy on raha, jonka voi jakaa kahteen eri näkökulmaan: toimeentuloon ja vaurastumiseen. Toimeentuloa voidaan tarkastella esimerkiksi luovien alojen yksinyrittäjien eli esimerkiksi valokuvaajien, esiintyjien ja suunnittelijoiden näkökulmasta. He todennäköisimmin yrittävät, koska työnantajat eivät pysty tarjoamaan heille kokopäiväistä työtä, mutta samaan aikaan heidän on haastavaa taistella työnantajia vastaan, jos työ edellyttää kalliita laitteita, isoa myyntitiimiä tai vuosien asiakassuhteita. Jos taas yrityksen perustaminen on mielessä vain koska oman alan töitä ei ole löytynyt, kannattaa harkita erittäin tarkkaan, sillä ehkä asiakkaita ei vain ole riittävästi. Vaurastuminen onkin mielenkiintoisempi tavoite, sillä vain harva yksinyrittäjä pystyy tuntuvasti vaurastumaan. Kasvuyritykset houkuttelevat ostajia ja kannattavat osakeyhtiöt maksavat osinkoja, mutta menestystarinoiden taustalla onkin usein tiimi, joka on tavoitellut nimenomaan kasvua ja onnistunut ajoituksessa sekä toteutuksessa täydellisesti. Rahaa tärkeämpää monille yrittäjille ovat omat valinnat niin tavoitteiden, työtovereiden kuin työtapojen parissa, mutta myös vapaus ja vastuu itselleen. Yhtenä motivaatiotekijänä nähdään myös maailman ja kulutuskäytäntöjen muuttaminen, mutta siihen tarvitaan yrityksen lisäksi maksavia asiakkaita, jotta yrittäminen olisi viisaampaa kuin järjestötoiminnassa mukana oleminen. Viimeisimpänä, mutta yhtenä merkittävimpana motivaatiotekijänä toimii intohimo, jota rinnastetaan suoraan yritystoiminnassa onnistumiseen. (Järvinen & Kari 2017, 31–36).

Yrittäjäksi voi päätyä eri asetelmien johdattelemana. Yhtenä asetelmana toimivat vahvat taustatekijät, jolloin yrittäjien tapa elää ja työllistää itsensä on tullut tutuksi perheessä tai lähipiirissä toimivien yrittäjien kautta, ja täten yrittäjäyys on ollut luontainen valinta. (Rajala 2020, 43.) Tällaisia henkilöitä Lehti, Rope ja Pyykkö (2007, 13) kutsuvat yrittäjäksi syntyneiksi, ja heihin lukeutuu myös henkilöt, jotka eivät ole syntyneet yrittäjäperheeseen, mutta joilla on ollut sisäinen polte yrittäjäyteen ja halu lähteä yrittäjäksi niin pian kuin mahdollista. Toisena asetelmana toimivat jonkin henkilötekijän eli kiinnostuksen kohteen, yksilöllisen ominaisuuden tai

osaamisen myötä yrittäjäksi ajautuneet, joista esimerkkinä toimii syntyneen innovaation toteuttaminen tai harrastuksen pohjalta yrittäjäksi lähteminen (Lehti ym. 2007, 17; Rajala 2020, 43.) Rajala (2020, 43) jakaa yrittäjäksi ajautuneet henkilökijöiden lisäksi elämäntilanteeseen liittyviin tekijöihin, jotka edistävät matkaa kohti yrittäjyyttä joko innoittaen tai pakottaen siihen. Pakkoyrittäjyydessä elämäntilanne tai työt eivät jätä vaihtoehtoja, jolloin ainoana ratkaisuna nähdään yrittäjyys (Rajala 2020, 45). Lehti ym. (2007, 19) listaavat yrittäjäksi joutuneiden syiksi muun muassa ikärasismien työpaikoilla, asuinpaikkakunnalla sopivien töiden puuttumisen ja luovien alojen hankalan työtilanteen, jolloin irtonaisista töistä on taloudellisesti kannattavampaa tehdä yrittäjänä. Vaikka pakkoyrittäjyys luokin negatiivisen mielikuvan, se saattaa olla hyvinkin käänne elämässä. (Rajala 2020, 45.).

Yhä enenevässä määrin ihmiset haluavat lähteä yrittäjiksi, ja yhtenä syynä tähän voidaan pitää nuorempien sukupolvien halua vaikuttaa työn tekemiseen ja sisältöön. Toinen syy on tietoinen suuntautuminen yrittäjyyteen esimerkiksi kouluttautumalla yrittäjyysopinnoilla, seuraamalla ajankohtaisia asioita ja valmentamalla itseään monilla tavoin tietämättä sen tarkempaa suuntaa tulevaisuuden yritykselle. Tätä näkökulmaa tukevat myös lisääntyneet oppilaitosten tarjoamat yrittäjyysopinnot, joista osassa niistä voi perustaa jopa oikealla rahalla toimivan yrityksen. (Rajala 2020, 45.)

2.2 Minustako yrittäjä?

Joka vuosi monet ihmiset jättävät palkkatyönsä ryhtyäkseen yrittäjiksi - jotkut onnistuneesti, toiset epäonnistuneesti. Yrittäjäksi lähtemiseen motivoi usein halu päättää omasta tulevaisuudesta ja halu olla itsensä pomo, mutta yrittäjäksi haluavan tulee myös tiedostaa yrittäjyyden mukana tulevat vastuut, sillä kaoottista tilannetta ei kukaan yrittäjän puolesta korjaa. (Lesonsky 2004, 12–15.) Pitkän linjan yrittäjä ja yrityssparraaja Katja Rajala (2020, 44) listaa motivaatiotekijöiksi palkkatyöstä irrottautumiseen aidon halun tehdä asioita paremmin ja tuottaa parempia palveluita. Vastuu ja sitoutuminen on kuitenkin paljon laaja-alaisempaa yrittäjänä kuin työntekijänä, eikä yrittäjä voi irtisanoa itseään yrityksestään, vaan tällöin yritys on lopetettava tai myytävä (Rajala 2020, 50).

Yrittäjyyttä harkitessa tulee pohtia, millaisen yrityksen haluaa ja millaiseksi itse haluaa tai ei halua muuttua matkalla. Yrittäjyys tulee väistämättä muuttamaan yrittäjää suuntaan tai toiseen, vaikka yritys olisi tehty oman arvopohjan mukaisesti. Täydellistä yhtäläisyyttä omien ja yrityksen arvojen välille ei välttämättä saa luotua, mutta arvot eivät missään nimessä voi olla täysin ristiriidassa, sillä ihmiset harvoin pystyvät myymään menestyksekkäästi sellaista, johon eivät itse usko tai jollaista eivät koe oikeudenmukaiseksi. (Pyykkö 2011, 75, 77–79).

Yrittäjänä toimimiseen ja yrittäjyyteen liitetään usein tietynlaisia ominaisuuksia, kuten rohkeus, sinnikkyys, kunnianhimo, innostuneisuus, sitoutuneisuus, ratkaisukeskeisyys ja itseohjautuvuus. Yhdeltä ihmiseltä ei tarvitse löytyä kaikkia edellä mainittuja luonteenpiirteitä, vaan tärkeintä on tiedostaa itsestä löytyvät vahvuudet yrittäjänä toimimiseen ja kehittää niitä, joita uskoo tarvitsevänsä omassa yritystoiminnassaan. (Ståhlberg 2021, 56–57, 189) Rajalan (2020, 47) mukaan oleellista onkin löytää sopiva toimiala ja kehittää sellainen yritys, jossa pystyy hyödyntämään mahdollisimman paljon omia vahvuuksia. Heikkouksia puolestaan voi paikata ostamalla puuttuvaa osaamista, tai esimerkiksi huonon muistin tueksi voi kirjoittaa muistilappuja. Tulee myös muistaa, että kukaan ei osaa kaikkea. Epäonnistumiset opettavat mitä tarvitaan menestykseen, eikä epäonnistumisia auta pelätä, koska niiltä ei voi välttyä. (Morris 2008, 4–5.) Yrittäjävuran aikana tulee todennäköisesti kohtaamaan huonoimman sekä parhaimman version itsestään, molemmat ääripäät mahdollisesti jopa saman päivän aikana (Priestley 2018, 4).

Yrittäjyys vaatii aikaa ja omistautumista sekä vahvaa uskoa omaan ideaan muiden yrittäessä horjuttaa sitä. Yrittäjän on siedettävä epävarmuutta ja samanaikaisesti uskottava omaan tekemiseen niin paljon, ettei epäilevien tai kateellisten kommentit horjuta toimintaa. Epävarmuus kuitenkin kuuluu liiketoiminnan harjoittamiseen, ja yritystoiminnan myötä saattaa herätä täysin uudenlaisia pelkoja, jotka voivat liittyä esimerkiksi omaan maineeseen, jaksamiseen tai toimeentuloon. (Rajala 2020, 154; Ståhlberg 2021, 166, 189.) Töitä saatetaan tehdä keskimäärin 50 tuntia viikossa, vaikka yrittäjänä ei työtunteja lasketa eikä lomaa kaikissa tapauksissa pidetä. (Ståhlberg 2021, 56–57, 189.) Noin neljännes yksinyrittäjäkyselyyn (2019, 3) vastanneista ilmoitti tekevänsä keskimäärin yli 50 tuntia viikossa töitä, mikä osoittaa edeltävän väitteen todeksi. Yksinyrittäjäkyselyn

(2019, 19) perusteella myös yli neljä viikkoa lomaa pitäviä ja alle viikon verran lomailevia on sama määrä, eli joka viides vastaajista.

Rajala (2020, 48) kertookin yrittäjien tuskailevan riittämättömän ajan kanssa, kun työpäivien ja arjen askareiden jälkeen ei jää aikaa muulle. Yrittäjien työaika ei ole lainsäädännössä määritetty, ja yrittäjän työaika tarkoittaakin jokaisella yrittäjällä eri asiaa. Monet yrittäjät tekevät myös iltaisin ja viikonloppuisin töitä, ja työt ovat puheenaiheena kavereiden sekä puolison kanssa keskustellessa. Tällöin töihin käytetty aika kasvaa huomaamatta valtavaksi, ja se alkaa helposti vaikuttamaan muihin elämän osa-alueisiin. (Lehti, Rope & Pyykkö 2007, 24). Lesonsky (2004, 13) lisää yrittäjyyden olevan haastavaa myös ilman lähipiirin eli perheen tukea ja ymmärrystä, sillä yrittäjän täytyy joskus tehdä ajallisia uhrauksia liiketoiminnan menestymisen eteen. Perheen tuen merkitystä puoltaa myös yrittäjä ja vaikuttaja Sara Parikka (2021, 125), joka kertoo, ettei olisi uskaltanut lähteä yrittäjäksi ilman läheisten kannustusta ja tukea.

Jääskeläinen (2015, 12) listaakin hieman kärjistetyksi yrittämisen tarkoittavan stressiä, kiirettä, yksinäisiä öitä, taloudellista ahdinkoa, voimattomuutta, pelkoa, kipua ja valtavaa väsymystä. Perään hän kuitenkin kirjoittaa yrittämisen voivan olla kokemuksena elämän pahin painajainen tai upein elämys, riippuen vain siitä, miten hyvin onnistuu. Yrittäjäksi ei kannata lähteä ajatuksella, että Suomessa rikkastuu helposti yrittäjänä, vaan yrittäjyys kannattaa, koska se on ainoa tapa ottaa vastuuta itsestä, perheestä sekä tulevaisuudesta. (Jääskeläinen 2015, 13, 248.)

Yrittäjät Suomessa -tutkimuksesta (2017) selvisi yrittäjiä huolestuttavan oma jakaminen, kun töitä oli liikaa mutta aikaa oli vähän (Sutela & Pärnänen 2017, 56). Yrittäjän työtehtävät ovat monipuoliset eikä yrittäjille ole määritelty toimenkuvaa lainsäädännössä, mikä käytännössä tarkoittaa yrittäjälle kuuluvan yrityksen kaikki tehtävät, ellei joitain toimia ole ulkoistettu tai palkattu työntekijöitä niitä hoitamaan. Yrittäjän päätehtävänä on kuitenkin saada yritys menestymään, joten tulee miettiä, mihin kaikkeen yrittäjän energiaa ja aikaa kannattaa käyttää parhaan lopputuloksen saamiseksi. Pienyrittäjät lähtökohtaisesti palkkaavat ensimmäisen työntekijän silloin, kun yrittäjän oma aika tai osaaminen ei riitä työtehtävien suorittamiseen (Lehti ym. 2007, 23.)

Innostus ja tekemisen polte, tai liika työ ja jatkuva yrityksen puolesta uhrautuminen saattavat polttaa yrittäjän loppuun, jolloin hyvästä itsensä johtamisesta olisi ollut apua (Lehti ym. 2007, 25). Kaiken perustana toimii yrittäjän itsetuntemus, on tunnistettava omat heikkoudet ja vahvuudet, kuin myös oma osaaminen ja se, mihin tarvitsee hankkia lisäapua. Yrittäjän hyvinvointi heijastuu suoraan yrityksen toimintaan niin hyvässä kuin pahassa, ja toisinaan on hyvä pysähtyä pohtimaan omia arvoja ja asettamaan rajoja elämän eri roolien välille. Yrittäjällä ei ole pomoa, jonka puoleen kääntyä työtaakan ollessa liian iso, vaan yrittäjän on vain jaksettava. Sairaslomiakaan ei niin vain pidetä yksityiselämän isoista kriiseistä huolimatta, sillä työt on hoidettava. (Rajala 2020, 49–50.) Tätä tukee myös yksinyrittäjäkyselyn (2019) tulokset, joiden mukaan vain viidennes (26 %) yksinyrittäjistä ei ollut harjoittanut yritystoimintaa sairaana viimeisen vuoden aikana. Pienyrittäjä joutuukin usein palkkaamaan sijaisen itselleen, tai puolestaan itse toimia sijaisena työntekijöilleen heidän ollessa lomalla tai sairauslomalla (Lehti ym. 2007, 25). Yksinyrittäjäkyselyssä (2019) kuitenkin selvisi, ettei kolme neljäsosalla (74 %) vastaajista ollut tiedossa ketään sijaista oman sairauden ajaksi.

Myöskään yrittäjän vuosilomia ei säätele mikään laki, vaan yrittäjällä on vapaus päättää milloin ja miten pitkän loman hän pitää, mutta tärkeintä yrittäjän jaksamisen kannalta on, että lomaa tulee pidettyä (Lehti ym. 2007, 25). Yritystoiminta syökin herkästi henkilökohtaista elämää. Kun yrityksellä on iso kasvuvauhti käynnissä tai vastoin käymisiä kertyy kasoittain, ei yrittäjällä jää aikaa eikä voimia yksityiselämän ylläpitoon ja omaan hyvinvointiin. (Rajala 2020, 49, 213–214.) On kuitenkin muistettava, että rohkeutta on myöntää tarvitsevansa apua. Avun pyytäminen ei tee yrittäjästä yhtään huonompaa tai heikompa, kaikilla on omat yksilölliset rajat, eikä yrittäjänkään tarvitse yrittää tai jaksaa määräänsä enempää.

2.2.1 Yksin vai yhdessä?

Yksi tärkeimmistä päätöksistä yrittäjäksi lähtemisessä on, yrittääkö yksin vai yhdessä. Jos päätyy näistä jälkimmäiseen, seuraa toinen tärkeä kysymys: kenestä yhtiökumppani? (Järvinen & Kari 2017, 39). Rajala (2020, 45) ohjeistaa miettimään tarkkaan, mikä sopii itselle ja millainen kokoonpano sopii edistämään omaa lii-

keideaa. Yksin yrittämistä voi harkita, jos oma osaaminen, verkostot ja taloudellinen pääoma ovat riittäviä liiketoiminnan käynnistämiseen, muussa tapauksessa yhteisyrittäjyys voi olla hyvä vaihtoehto. Yksinyrittäjien ei tarvitse neuvotella tuotosten tai työtehtävien jaosta eikä päätöksenteosta, mutta kaikesta vastaaminen saattaa kostautua hankalissa tilanteissa, kun ei ole ketään kokemassa asioita samalla tavalla. Yhtiökumppanin kanssa voi sen sijaan jakaa surut ja ilot, ja verstaistuki auttaa etenemään monissa haastavissa tilanteissa. Tärkein näkökulma asiaan löytyy kuitenkin omista tavoista ja tarpeista, sillä monet työskentelevät mieluummin yhdessä kuin yksin, jolloin ideat lentelevät helpommin eikä suuria päätöksiä tarvitse tehdä yksin. (Järvinen & Kari 2017, 40–42.)

Kuka sitten on sopiva yhtiökumppani? Luova yrittäjä Laura Paananen (2019) vertailee yhtiökumppanin löytämistä puolison löytämiseen, sillä molemmat ovat haastavia löytää. Jotkut kokevat yksinyrittämisen liian raskaaksi ja haluavat ehdottomasti rinnalleen yhtiökumppanin, joka voi olla niin perheenjäsen, kaveri, kumppani, tuttu tai tuntematonkin (Rajala 2020, 45). Ystävät ja perheenjäsenet mitä todennäköisemmin jakavat samat arvot ja asenteet, joten he ovat myös sitoutuneempia, mikä ilmenee toisen työn arvostuksena, tiimin vakautena sekä nopeampina päätöksinä (Järvinen & Kari 2017, 43). On kuitenkin hyvä tiedostaa, etteivät kumppani tai hyvä ystävä välttämättä ole parhaita vaihtoehtoja yhtiökumppaniksi, vaikkakin joillekin sellainen järjestely sopii hyvin (Rajala 2020, 45.) Paananen (2019) varoittaaakin ystävyysyhteisen muuttuvan yhteisen yrityksen myötä, ja etenkin yhteisen ajan töiden ulkopuolella vähenevän. Riskinä on myös ystävyysyhteisen menettäminen, jos palautekulttuuri ei ole avointa ja virheitä annetaan helpommin anteeksi, minkä myötä yrityksellä alkaa mennä huonosti (Litonjua 2020).

Perustajajäsenten samankaltaisuus voi olla myös taakka, sillä samat sosiaaliset verkostot ja vastaavanlainen osaaminen eivät rikastuta työympäristöä samalla tavalla kuin esimerkiksi tuntemattoman kanssa yrittäminen. Vaikka tuntemattomista koostuva tiimi tekee päätöksiä mahdollisesti hitaammin, se tasoittaa yksilöiden eroavaisuuksia ja antaa tilaa uusille mahdollisuuksille. Kaikkein tärkeintä yhtiökumppanien valinnassa on kuitenkin toimivat henkilökemiat ja yhteinen toimintakulttuuri, ilman niitä ei yritystä kannata perustaa. Yhtiökumppanin soveltuvuutta voi testata liikeideaa kehittäessä ja testatessa sekä ensimmäistä asiakasta

hankkiessa ennen yrityksen perustamista. Jos testausvaiheessa tulee jo konflikteja, niitä tulee väistämättä eteen myös yrityksen perustamisen jälkeen. On myös pidettävä mielessä pahin mahdollinen skenaario, jossa riitautuminen yhtiökumppanin kanssa johtaa yrityksen ja ystävien, mahdollisesti myös oman omaisuuden menettämiseen. (Järvinen & Kari 2017, 43–44.)

Yhteisyrittäjyydessä on mietittävä kuinka määrittää omistusosuudet, sillä 50/50-periaatteella päätöksenteko voi koitua hankalaksi, jos omistajat ovat eri mieltä jostakin asiasta. Asiaa ei myöskään helpota 49/51-omistussuhde, sillä riitatilanteessa toinen jyrää mielipiteellään omistusoikeuden myötä tulleen päätöksentekovallan avulla, ja loppupeleissä se jättää toiseen omistajaan henkisen jäljen. Täten roolit tuleekin jakaa niin, että toisella on esimerkiksi vetäjän ja uusien asioiden kehittäjän rooli, kun taas toinen voi hoitaa toimistotyöt ja taloushallinnon, ja huolehtii terveestä skeptisyydestä siten, että maanläheinen arkirealismi pysyy päätöksenteossa mukana. (Lehti, Rope & Pyykkö 2007, 103–104.) Yhteisyrittäjyydessä onkin erittäin tärkeää käydä läpi kaikkien roolit, vastuut ja valtuudet, kuin myös odotukset yritystoiminnalle, jotta kaikilla on yhteinen päämäärä. Heti alkuun on suositeltavaa tehdä selkeät osakassopimukset, sillä se on varmin tapa välttää osakkaiden väliset riidat. (Pyykkö 2011, 24; Rajala 2020, 46.) Osakassopimuksen sisältöä on avattu osakeyhtiötä käsittelevässä kappaleessa 2.3.4.

2.3 Yritysmuodot

Yksi tärkeimmistä päätöksistä yrittäjäksi lähtiessä on yritysmuodon valinta. Se vaikuttaa verotukseen, mutta myös henkilökohtaiseen vastuuseen, vaadittavaan paperityön määrään sekä mahdollisuuteen nostaa yrityksestä rahaa omaan käyttöön. Yritysmuodon valinta on täten tehtävä viisaasti omat tarpeet huomioiden. Yritysmuotoa on mahdollista vaihtaa tilanteiden muuttuessa. (Lesonsky 2004, 118.) Seuraavaksi käydään läpi eri yritysmuodot ja niiden tärkeimpiä eroavaisuuksia.

2.3.1 Kevytyrittäjäyys

Kevytyrittäjyys on uusi, joustava työmuoto, joka mahdollistaa yrittäjämäisen toiminnan helposti ilman toiminimeä, ja usein myös ilman y-tunnusta. Kevytyrittäjä laskuttaa tekemästään työstä yksityishenkilönä, ja työ sopii esimerkiksi palkkatyön oheen. Kevytyrittäjyys ei kuitenkaan sovi esimerkiksi tavaralla käytävään kauppaan tai suuria investointeja vaativaan yritystoimintaan. (Nordea n.d.)

Parikka (2020, 131) toteaa kevytyrittäjyyden olevan riskitön tapa testata liikeideaa ja sen kannattavuutta. Kevytyrittäjyys ei itseasiassa edes ole varsinaisesti yritysmuoto, mutta se sopii erityisesti oman osaamisen myyntiin ja on joustava vaihtoehto yrityksen perustamiselle. Kevytyrittäjyys voikin toimia polkuna varsinaiseen yrittäjyyteen. Kevytyrittäjä on palkansaajan ja yrittäjän välimaastossa tarjoamalla palvelun ja tekeällä työn, mutta valitsemansa laskutuspalvelu lähettää laskun ja huolehtii muut selvitykset ja tilitykset. Kevytyrittäjän ei siis tarvitse murehtia laskutuksesta, veroilmoituksista, vakuutuksista eikä kirjanpidosta, vaan voi keskittyä itse palvelun tuottamiseen ja myyntiin. Joillakin kevytyrittäjillä on Y-tunnus, mutta kaupparekisteriin ei yritystä merkitä. (Rajala 2020, 18–19).

Käytännössä siis kevytyrittäjä tekee tarjoamansa työn, kirjaa sen laskutuspalvelun sivuille ja laatii laskun asiakkaalle. Asiakkaan maksusuorituksen jälkeen kevytyrittäjälle tilitetään palkka, josta laskutuspalvelu on pidättänyt ennakonpidätyksen eli verojen osuuden, sosiaaliturvamaksun ja muut lakisääteiset maksut sekä mahdollisen tapaturmavakuutusmaksun. Näiden lisäksi laskutuspalvelu vähentää vielä oman osuutensa, joka on useimmiten noin viisi prosenttia laskun arvonnäköisestä summasta. Laskutuspalveluissa on kuitenkin eroja, joten niihin tulee tutustua huolella ennen lopullista valintaa. (Accountor 2021b.)

Kevytyrittäjyys sopii mainiosti sivutoimiseen liiketoimintaan, oman yritysideoita testaamiseen tai tilanteeseen, jossa työkeikkoja tulee satunnaisesti. Toiminimiyrittäjyyttä kannattaa kuitenkin lähteä harkitsemaan, jos työtä on tarjolla säännöllisesti, sillä toiminimiyrittäjyyden rahanarvoiset edut näkyvät nopeasti. (Accountor 2021b.)

2.3.2 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi

Helppo, nopea ja edullinen tapa alkaa yrittäjäksi on toiminimen perustaminen, eli yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi lähteminen. Toiminimi on Suomen suosituin tapa alkaa yrittäjäksi, ja se sopii niin sivu- kuin päätoimisellekin yrittäjälle. Toiminimiyrittäjyyttä kannattaa harkita, mikäli liiketoiminta perustuu pääosin vain omaan työpanokseen, pääomaa ei tarvita paljoa yritystoiminnan starttaamiseen, yrittäminen on pienekköä eikä suunnitelmissa ole yritystoiminnan laajenemista lähiaikoina. Yritysmuodon vaihtaminen osakeyhtiöksi onnistuu kuitenkin helposti, mutta muutosta ei kannata tehdä ilman todellista tarvetta, sillä toiminimi on verotuksellisesti edullisempi keino yrittää. (Accountor 2021c.) Toiminimiyrittäjänä voi tehdä erilaisia vähennyksiä, jotka pienentävät verotettavaa tulosta. Vähennettäviä kuluja ovat muun muassa yrittäjävähennys, työeläkevakuutus, autokulut, työmatkakulut, edustusmenot, työtilan vuokra ja työhuonevähennys, poistot sekä pienhankinnat (Vero 2020).

Toiminimiyrittäjän on liityttävä kaupparekisteriin, jos liiketoiminta on luvanvaraista eli siihen tarvitaan edes yksi viranomaislupa, liiketoiminta vaatii erillisen liiketilan tai työntekijöitä oman perheen ulkopuolelta. Vaikka mikään edellä mainituista ei toteutuisi, toiminimen rekisteröiminen ja sille nimisuojan saaminen edellyttävää kaupparekisteri-ilmoitusta. Rekisteröimisen myötä kukaan ei pysty rekisteröimään omaa yritystään vastaavan nimiseksi. (Accountor 2021c.) Toiminimen perustamisilmoitus kaupparekisteriin kustantaa 60 euroa sähköisesti tehtynä, paperisena puolestaan 115 euroa (Patentti- ja rekisterihallitus 2022).

Toiminimiyrittäjä ei voi maksaa palkkaa itselleen, vaan tekee yksityisottoja, eli ottaa rahaa toiminimen tililtä omaan käyttöön. Yksityisottoja ei merkitä kirjanpitoon eivätkä ne ole tilikauden kuluja, minkä myötä ne eivät vaikuta myöskään toiminimen verotettavaan yritystuloon. Ottoja tehdessä on kuitenkin huomioitava yrityksen maksukyky, sillä rahaa on jäätävä myös tulevien maksujen ja verojen maksamiseen. (Yritä.fi 2022b.)

2.3.3 Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö

Kevyimmät yritysmuodot toiminimen jälkeen ovat avoin yhtiö (AY) ja kommandiittiyhtiö (KY), jotka molemmat ovat henkilöyhtiöitä, mutta eroavat toiminimestä erityisesti siten, että perustajia täytyy olla enemmän kuin yksi (Yritä.fi 2022c). Yhtiöiden perustamiseen siis vaaditaan vähintään kaksi yhtiömiestä, joiden yhtiösopimukseen liiketoiminta perustuu. Yhtiömiehinä voivat toimia luonnollisten henkilöiden lisäksi myös yhteisöt, kuten muut yritykset, mitkä kaikki henkilökohtaisella omaisuudellaan vastaavat sekä omasta että muiden yhtiömiesten puolesta yhtiön veloista. (Yrityksen perustaminen.net n.d.) Erona näissä yhtiöissä on se, että kommandiittiyhtiössä toinen perustaja on äänetön yhtiömies, joka ei lähtökohtaisesti osallistu päätöksentekoon eikä vastaa henkilökohtaisesti yhtiön veloista ja sitoumuksista muutoin kuin yritykseen sijoittamallaan varallisuudella, toisin kuin vastuunalainen yhtiömies, joka käytännössä hallinnoi yritystä ja on vastuussa sen veloista koko omaisuudellaan. (Yritä.fi 2022c.) Kommandiittiyhtiön etu onkin juuri äänettömän yhtiömiehen rooli, joka mahdollistaa yritykseen sijoittamisen ilman vastuuta yrityksestä, ja täten kommandiittiyhtiö on hyvä yritysmuoto silloin, kun liiketoiminta on pientä, mutta sijoittajalle on tarvetta. Molemmat yhtiömuodot sopivat puolison tai perheenjäsenten kanssa perustettavaksi, mutta avoimen yhtiön miinuspuolena on, ettei omaa osuutta voi myydä eteenpäin. (Laitinen, Kopakkala & Kylmä 2020.)

Koska avoimessa yhtiössä kaikki yhtiömiehet ja kommandiittiyhtiössä vastuunalaiset yhtiömiehet ovat vastuussa myös toisten yhtiömiesten tekemistä sitoumuksista, kasvaa yhtiömiesten rahallinen henkilökohtainen riski. Täten näiden yhtiöiden perustaminen vaatii suurta luottamusta ja vankkaa yhteistyötä, eikä edes yhtiöstä eroaminen vapauta yhtiömiesaikana syntyneistä vastuista. Siksi kannattaakin aina tehdä huolella määritelty yhtiösopimus, joka määrittää kunkin vastuut ja velvoitteet. (Yritä.fi 2022c; Yrityksen perustaminen.net n.d.)

Sekä avoimessa yhtiössä että kommandiittiyhtiössä on mahdollista nostaa itselle palkkaa tai tehdä yksityisottoja, verollisesti järkevin tapa tulee laskea tapauskohtaisesti (Suomi.fi 2021b). Yhtiöiden rekisteröiminen tulee tehdä paperilomakkeilla ja on hieman kalliimpaa kuin toiminimen rekisteröiminen, mutta on silti maltilliset

240 euroa (Patentti- ja rekisterihallitus 2022). Avoin yhtiö ei tarvitse alkupääomaa, eikä kommandiittiyhtiöllekään ole määritelty vähimmäispääomaa, mutta äänettömän yhtiömiehen tulee sijoittaa yritykseen yhtiösopimuksessa määritelty rahamäärä. (Suomi.fi 2021b.)

2.3.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön perustaminen vaatii tiettyjen asioiden ymmärtämistä, mutta se on siltikin Suomen yleisin yritysmuoto. Toiminimiä perustetaan vuosittain määrällisesti enemmän, mutta niitä myös lopetetaan osakeyhtiöitä enemmän. Osakeyhtiö koostuu nimensä mukaan osakkeista, joiden mukaan yhtiön omistus jakaantuu, ja juuri siksi se sopii myös usean omistajan yritysmuodoksi. Osakeyhtiö voi olla Oy eli yksityinen, jolloin osakkeista ei käydä avointa kauppaa tai Oyj eli julkinen, jolloin kuka tahansa -myös yritys- voi ostaa osakkeita ja tulla kyseisen yhtiön omistajaksi. (Yritä.fi 2022a.) Osakeyhtiön suosio perustuukin osin siihen, että omistus, riskit sekä päätäntävalta ovat osakkeiden avulla jaettavissa (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma 2020).

Osakeyhtiö on siis hyvä valinta, kun perustajia on useampi kuin yksi, yrityksellä on työntekijöitä tai aiheena on toiminnan laajentaminen ulkomaille, sillä ulkomailta osakeyhtiöitä arvostetaan ja pidetään luotettavana. Osakeyhtiön voi perustaa myös yksin, mutta tällöin laki vaatii hallitukseen vähintään yhden varajäsenen, vaikkakin varajäsen vaaditaan aina silloin, kun hallitukseen kuuluu alle kolme jäsentä. Toiminimiyrittäjyydestä eroten osakeyhtiössä yrittäjän ja yrityksen talous on erillä toisistaan, jolloin yrittäjä voi siirtää taloudellista vastuuta itseltään yritykselle, koska yrittäjä vastaa toiminnastaan vain osakkeisiin käyttämällä pääomalla eikä omaisuudellaan. (OP-media n.d.)

Osakeyhtiö syntyy kaupparekisteriin rekisteröitymällä. Rekisteröitymistä varten on tehtävä perustamisilmoitus, johon liitetään yhtiöjärjestys. Näiden lisäksi osakassopimus kannattaa tehdä, vaikka se ei pakollinen olekaan. (Uusyrittäjäkeskus n.d.a). Verkossa perustamisilmoituksen tekeminen maksaa 240 euroa, kun taas paperi-ilmoituksena 380 euroa (Patentti- ja rekisterihallitus 2022). Vuodesta 2019 alkaen on osakeyhtiön voinut perustaa täysin ilman osakepääomaa, eikä täten

osakepääomalla ole enää vähimmäismäärää. Y-tunnuksen saa yrityksen rekisteröinnin jälkeen ja on siten valmis toteuttamaan liiketoimintaa. (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma 2020).

Osakassopimus kannattaa tehdä, kun yhtiössä on enemmän kuin yksi osakkeenomistaja ja etenkin, jos omistussuhde on 50/50. Osakassopimus on sopimusoidellinen asiakirja, jossa voidaan sopia yhtiön omistuksesta, rahoituksesta, työn- ja voitonjaosta, kilpailukiellosta, osakkaiden taloudellisista eduista, osakkeiden kohtalosta omistajan irtautumistilanteessa tai kuolemantapauksessa ja niin edelleen. (Holopainen, E. 2021, 46; Uusyrittäjäkeskus n.d.a) Osakassopimusta voidaan tarvittaessa muuttaa, mutta perustamisvaiheen yhteydessä huolellisesti laadittu sopimus on varmin keino välttää osakkaiden riitoja ja varmistaa, että kaikki toimivat samoin säännöin yrityksen hyväksi (Yrityspörssi n.d.a) Sopimus on haastava tehdä, sillä sen pitäisi toimia niin yrityksen alkutaipaleella kuin myös myöhemmin yhtiön elinkaaren aikana, ja usein sen laatimiseen onkin suositeltavaa käyttää asianajajaa apuna (Silen 2020).

Osakkaat voivat maksaa itselleen palkkaa, osinkoa ja luontoisetuja, mutta osinkoa voi maksaa vain yhtiön jakokelpoisista varoista, eikä se saa vaarantaa yhtiön maksukykyä. Maksettu palkka, luontoisedut ja muut ansiotulot täytyy ilmoittaa tulorekisteriin, kuin myös verovapaat ja veronalaiset kustannusten korvaukset. Osingon, tai osingon ja palkan nostaminen saattaa olla edullisempaa yrittäjälle kuin pelkän palkan, koska listaamattoman yhtiön osinkotuotot verotetaan pääomatuloveroprosentin mukaan, ja jos jaettavan osingon määrä on yli kahdeksan prosenttia yrityksen nettovarallisuudesta, osingon veronalainen osuus verotetaan ansiotulona. (Suomen Yrittäjät n.d.d.) Parikka (2021, 133) kehottaakin jo osakeyhtiön perustamisvaiheessa konsultoimaan kirjanpitäjää, sillä he osaavat auttaa verosuunnittelussa ja kirjanpidossa tarpeen vaatiessa.

2.3.5 Osuuskunta

Osuuskunta sopii yritysmuodoksi silloin, kun jäsenet eivät halua ottaa taloudellista riskiä, työpanos vaihtelee, jäsenten liikkuvuus on suurta tai jäsenet haluavat pysyä ansiosidonnaisen päivärahaoikeuden piirissä, mutta tällöin yhtiössä tule

olla vähintään seitsemän jäsentä. Kynnys osuuskuntaan liittymiseen on matala, sillä vain osuusmaksu vaaditaan, eivätkä jäsenet ole henkilökohtaisessa vastuussa osuuskunnan velvoitteista ja yhtiöstä voi erota kirjallisella ilmoituksella. (Yritystulkki n.d.) Jäsen vastaa osuuskunnan velvoitteista vain osuuskuntaan sijoittamallaan rahasummalla eli osuusmaksulla, jonka maksamisen jälkeen pääsee hyödyntämään osuuskunnan tuottamia tai hankkimia palveluita. Osuuskunnan omistaa ja päätösvaltaa käyttää jäsenet. (Suomen yrittäjät n.d.c.)

Yhtiömuotona osuuskunta on Suomen harvinaisin, vaikkakin suurin osa suomalaisista on jonkin osuuskunnan, esimerkiksi osuuspankin tai osuuskaupan jäsen. Osuuskunnan tarkoituksena on tarjota palveluita jäsenilleen, minkä lisäksi sillä voidaan pyrkiä saamaan tuottoa jäsenille, mutta tavoite voi olla yhteiskunnallinenkin. (Bisnes.fi n.d.) Osuuskunnan voi perustaa yksi tai useampi henkilö, säätiö, yhteisö tai muu oikeushenkilö, ja useimmiten osuuskunnassa onkin useampi perustaja. Kaikkia osakkaita ei kuitenkaan välttämättä mielletä yrittäjiksi. Osuuskunta on monilla tavoin samankaltainen kuin osakeyhtiö, eikä sen perustamiseen tarvita alkupääomaa. (Suomen yrittäjät n.d.c.) Perustamisilmoitusta ei osuuskunnan ole mahdollista tehdä sähköisenä, vaan se tulee tehdä paperisena hintaan 380 euroa. (Patentti- ja rekisterihallitus 2022)

3 YRITYSTOIMINNAN ALOITTAMINEN

Yrittäjyyspäättös on ensimmäinen riski, jonka jokainen yrittäjäksi lähtevä kohtaa, ja tämän päätöksen tekemiseen kuluu joillakin useita vuosia (Rajala 202, 152). Monilla on halua lähteä yrittäjäksi, mutta uskomukset ja odotukset tulevasta vaikuttavat päätöksentekoon (Pyykkö 2011, 70; Jääskeläinen 2015, 248). Yrittäjyys sisältää enemmän riskejä kuin palkkatyö, ja tästä syystä monilla ei riitä uskallus lähteä yrittäjäksi. Pelkona voi olla epäonnistuminen, konkurssi, siitä koituva häpeä ja elämän köyhyys. Määräänsä enempää yrittäjyyteen ei kuitenkaan voi valmistautua, on vain uskallettava hypätä, sillä ilman hyppyä ei voi tietää kantavatko siivet yrittäjänä. (Rajala 2020, 152–153, 202.) Ennen yrityksen perustamista ei voi tietää kaikesta kaikkea, mutta kun epävarmuudesta huolimatta päättää yrittää, on lopputulemana joko onnistuminen tai epäonnistuminen. Ilman yrittämistä ei kuitenkaan voi onnistua. (Järvinen & Kari 2017, 56.)

Täysipäiväisen yrittämisen sijaan voi harkita myös sivutoimista yrittäjyyttä palkkatyön ohella. Digitaalisen markkinoinnin pioneerit Katja Presnal sekä Candice Brathwaite (2021, 33) rohkaisevat kuitenkin lähtemään kokopäiväiseksi yrittäjäksi, sillä palkkatyöstä ja sivutoimisesta yrittämisestä ansaitun rahan voisi ansaita vähemmälläkin ajalla. Jatkuva kiireellisen elämän ihannoiti ja ympäri vuorokauden sosiaalisessa mediassa myyvät ja samalla palkkatyötä tekevät yrittäjät luovat painetta muillekin toimia näin, vaikka todellisuudessa voisi käyttää työajan tehokkaammin ja samalla ansaita enemmän rahaa (Presnal & Brathwaite 2021, 33).

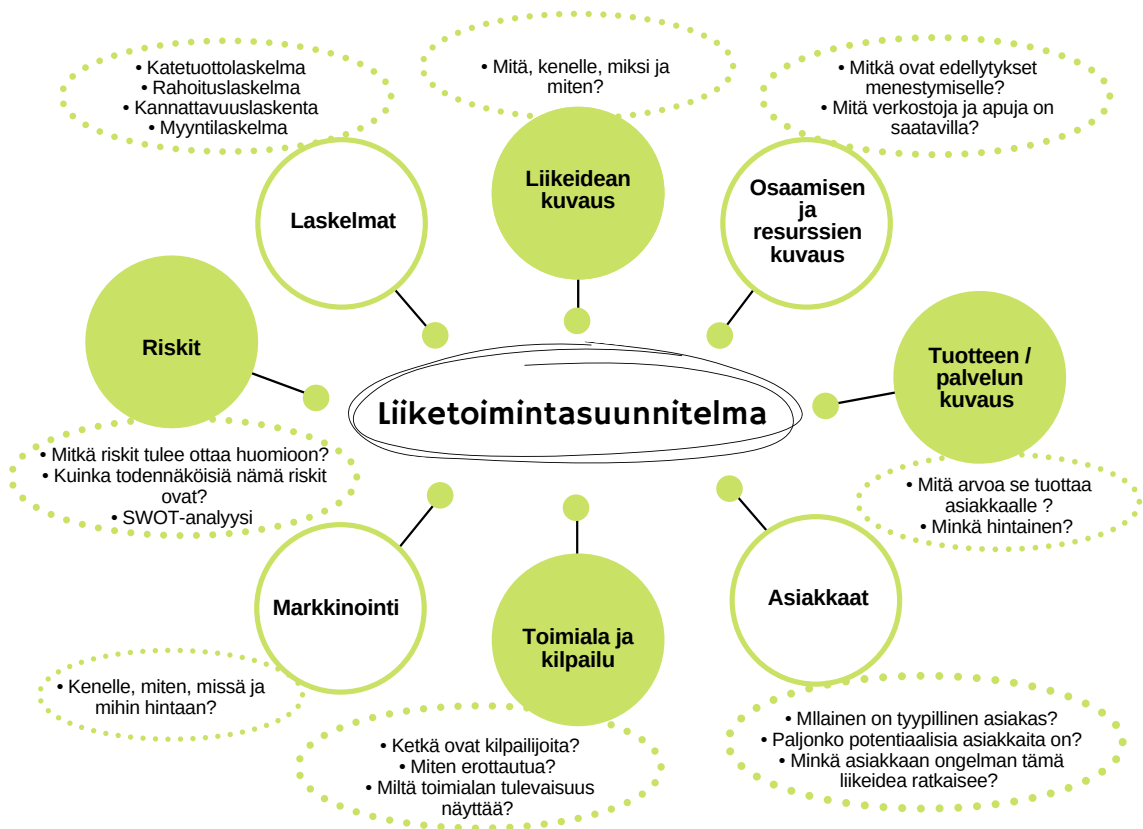
Tehokkuuteen liittyy myös eräänlainen perfektionismi, nimittäin asioiden pitkittyminen johtuu usein täydellisyyteen pyrkimisestä, kun asetetaan suuria vaatimuksia eikä koskaan saada aikaan valmista Tehdään tuntikausia työtä ja korjauksia, koska mikään aiemmista ei ole ollut riittävän hyvä. Ensin etsitään parasta liikeideaa, sitten luodaan täydellistä prototyyppiä. Sen jälkeen hiotaan täydellistä myyntipuhetta yhteistyökumppaneille ja sijoittajille, ja lopulta saadaan muka täydellinen tuote käsiin, mutta olisiko vähempikin riittänyt? Kaikesta ei edes tule täydellistä, vaikka kuinka yrittäisi. Ennemmin tai myöhemmin olisi ymmärrettävä laitaa työlle piste ja lakata hiomasta yksityiskohtia, sillä täydellisyydentavoittelu es-

tää viemästä asioita loppuun. Emme voi tehdä kaikkea 100-prosenttisen täydellisesti. 80 % ei ole riittävän hyvä, vaan se on tie menestykseen. 80 % on saavutettavissa oleva tavoite, jolloin saa aikaan valmista ja tuottavuus kasvaa, jolloin asioissa pääsee eteenpäin. (Stordalen 2019, 33, 38–39, 44–45.)

3.1 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen suunniteltua toimintaa kuvaava dokumentti, joka oikein käytettynä kulkee mukana koko liiketoiminnan alkuvaiheen. Liiketoimintasuunnitelma tehdään siis itselle ohjenuoraksi ja selkeyttäjäksi, mutta myös sijoittajatahoille, lainanantajille sekä viranomaisille eri avustuksia haettaessa. (Rihtamo 2019, 1.) Liiketoimintasuunnitelma on usein edellytys rahoituksen saamiseksi, ja se vaaditaan myös starttirahahakemukseen. Vaikka aikomuksena ei ole tehdä vaikutusta rahoittajiin, kannattaa suunnitelma silti tehdä, sillä se auttaa tarkastelemaan toimintaa eri näkökulmista ja minimoi riskejä. (Laitinen 2021.)

Liiketoimintasuunnitelma kokoaa yhteen tiedostoon kuvauksen liikeideasta ja yrityksen toimintaedellytyksistä (Laitinen 2021). Käytännössä yrittäjä siis kertoo kaiken siitä, mitä hän on myymässä, kenelle hän on myymässä, millä resursseilla hän aikoo kaiken tämän tehdä, sekä antaa taloudellisen arvion siitä, miten tämä kaikki onnistuu (Rihtamo 2019, 1). Viime vuosina myös Business Model Canvas-niminen työkalu on nostanut suosiotaan liiketoiminnan suunnittelussa, ja se onkin useimmiten yksinkertainen tiivistelmä liiketoimintasuunnitelmasta. Perinteinen liiketoimintasuunnitelma saattaa tuntua ajan haaskaukselta, mutta maksaa itsensä takaisin yritystoiminnan käynnistyttyä. (Laitinen 2021.) Yrityksen perustaminen on helppoa, mutta sen kannattavaksi saaminen voi vaatia paljonkin työtä, joten liiketoimintasuunnitelma kannattaa tehdä huolella. Suomessa on monia yrittäjille suunnattuja neuvontapalveluita, jotka auttavat yritystoiminnan käynnistämisessä ja arvioivat liiketoimintasuunnitelmia. (Rajala 2017, 17.) Kuviossa 1 näkyy liiketoimintasuunnitelmaan kuuluvia osa-alueita apukysymyksineen, minkä mukaisesti asioita käydään läpi seuraavissa kappaleissa.



KUVIO 1. Liiketoimintasuunnitelman pääpointit apukysymyksineen. (mukaillen Rihtamo 2019, 7; Laitinen 2021)

3.2 Liikeidea, miten keksiä?

Koko yritystoiminnan ydin on liikeidea, joka voi pohjautua esimerkiksi omaan ammattiin, harrastukseen tai osaamiseen, jonka kaupallistamisessa näkee potentiaalia kannattavaksi liiketoiminnaksi (Ståhlberg 2021, 35). Hyvä yritysidea perustuu yrittäjän osaamiseen sekä markkinoiden kysyntään, ja tarjoaakin yleensä ratkaisun johonkin ongelmaan tai tarpeeseen. Idea voi olla yksinkertainen, mutta sen toteuttamisen tulisi olla sen verran uniikki, ettei sitä helposti voi kopioida. Muussa tapauksessa kannattaa ideaa vielä hioa. (Presnal & Brathwaite 2021, 74, 81; Uusyrityskeskus 2022.)

Vaikka täysin uuden liikeidean keksiminen olisikin hienoa, se ei kuitenkaan ole edellytys menestymiselle. (Liljeroos n.d.) Uusyrityskeskus (2022) myös varoittaa uuden idean sisältävän usein eniten riskejä ja sille rahoituksen saaminen saattaa olla aluksi vaikeaa. Sen lisäksi, että voi keksiä jotain aivan uutta, voi keksiä myös

uuden tavan tehdä jo keksittyjä asioita (Ståhlberg 2021, 36). Jo keksittyjä liikeideoita kannattaa katsoa eri näkökulmista, sillä saman idean ympärille pystyy mahdollisesti rakentamaan uudenlaisen liiketoimintamallin, tai sitä voi tarjota täysin eri kohderyhmälle kuin muut tai itse edes aluksi ajatteli, ja juuri omannäköisen kohderyhmän löytäminen onkin tärkeää. (Presnal & Brathwaite 2021, 78, 87.)

Kestävän liiketoimintamallin löytäminen vaatii usein idean testaamista ja kehittämistä palautteen pohjalta (Järvinen & Kari 2017, 81). Liikeideaa kehittäessä on hyvä huomioida kaikki mielipiteet, mutta ei kuitenkaan auta luottaa sokeasti kaikkeen mitä ihmiset sanoo, eikä perhettä tai ystäviä kannata pitää tärkeimpänä tiedonlähteenä, sillä he eivät välttämättä uskalla antaa asianmukaista ja rakentavaa palautetta, ja saattavat olla jopa liiankin kriittisiä (Presnal & Brathwaite 2021, 84–85). Myös Rajala (2020, 202) varoittaa juuri lähipiiristä löytyvän ne ideoiden alas ampujat, jolloin on itse pyrittävä löytämään puolueettomia näkökulmia. Oma idea tulee muistaa tarkastella aina ulkopuolisen kriittisin silmin, koska tuotteen tai palvelun tulee olla sellainen, josta myös muut ovat valmiita maksamaa ja siksi liikeidea on oltava valmis muokkaaman asiakkaiden kysynnän ja tarpeiden mukaan. (Uusyrityskeskus 2022.) Ilman perinpohjaista testausta ja kehittämistä voi yritys tulla perustetuksi väärin oletusten varaan (Järvinen & Kari 2017, 81).

Olipa yritysidea millainen tahansa, tulee päästä kiinni sen ytimeen ja pitää se kirkkaana mielessä lainoja ja muita tukitoimia haettaessa. Yritysidean kirkastamiseksi on ideaa tärkeä pyöritellä monesta suunnasta, sillä mitä syvemmälle yritysideoon ytimeen pääsee, sitä parempi. Tämän vuoksi omista ajatuksista kannattaa keskustella eri tahojen, eli esimerkiksi potentiaalisten asiakkaiden, yritysneuvojien ja aihepiirin asiantuntijoiden kanssa. (Ståhlberg 2021, 35, 37; Liljeroos n.d.) Jos aikeena on perustaa yritys, jolla on esimerkiksi fyysinen, vakituinen kauppapaikka, kannattaa omaa ajattelua avartaakseen keskustella sellaisten yrittäjien kanssa, joilla on myöskin fyysinen liiketila, sillä heillä on varmasti paljon tietoa ja hyviä vinkkejä, joita ei välttämättä olisi tullut edes ajatelleeksi (Pyykkö 2011, 35).

Mikäli minkäänlaista liikeidea ei vielä ole, voi sitä lähteä pohtimaan arjessa ärsyttävien ja aikaa vievien asioiden pohjalta tai tekemällä kyselytutkimuksen pienelle kohderyhmälle jostain heitä koskevasta asiasta ja suurimmista haasteista

sen ympärillä. Idea voi syntyä myös tutkimalla olemassa olevia työympäristöjä: kuinka tehdä työstä tehokkaampaa, kuinka saada työntekijöistä parempia ja sitoutuneempia, miten saada tuotteita tarjolle eri markkinoille, voisiko tuotetta tai palvelua kehittää paremmaksi tai voisiko jotakin prosessia käyttää myös toisella toimialalla? Trendejä analysoimalla ja nopealla toiminnalla voi myöskin rakentaa liiketoimintaa pinnalla olevia tuotteita ja palveluita tarjoamalla. (Huber 2018.) Pelkästään trendikkään alan löytäminen ei kuitenkaan kannata pitkälle, vaan yrittäjäksi pyrkivän on valittava oman osaamisen ja intohimon mukainen ala, sillä näitä molempia tullaan koettelemaan yrittäjäpolun aikana (Rajala 2020, 202).

Jotta yrityksen voi taata menestyvän myös pitkällä tulevaisuudessa, tulee määritellä pitkän aikavälin visio eli se realistinen tavoite, joka yrityksen on toivottavaa saavuttaa. Visio on perinteisesti monen vuoden päässä oleva tavoite, joka muistuttaa päivittäin suunnasta ja siitä, miksi tehdä paljon töitä. (Presnal & Brathwaite 2021, 90.) Laitinen (2021) kehottaa muotoilemaan vision yhteen yksinkertaiseen ja selkeään virkkeeseen, joka on helppo muistaa ja ymmärtää, sillä sen tulisi tulla selkärangasta heti kysyttäessä. Siinä missä visio kuvaa tulevaisuutta, missio kuvaa nykytilaa (Presnal & Brathwaite 2021, 90). Yritysjohdaja Tero Puranen (2021) kertoo mission olevan ikään kuin yksinkertainen toiminta-ajatus, eli vastaa kysymyksiin *miksi* yritys on olemassa ja mikä on yrityksen voimassaolon syy.

Yrityksen toiminta-ajatusta lähdetään laajentamaan mitä, kuka ja miten -kysymyksillä. *Mitä*-kysymys määrittää tarjoaman, eli mitä tuotteita tai palveluja on tarkoitus myydä. Kysymyksellä *kenelle* määritellään kohderyhmä, kenelle tuotetta tai palvelua myydään? Kun kohderyhmä on määritelty, voi suunnitella tarkemmin minkälaisia tuotteita tai palveluja kannattaa tarjota, mihin hintaan ja minkä kanavien kautta. (Presnal & Brathwaite 2021, 90–91.) *Miten*-kysymyksellä puolestaan määritellään yrityksen strategiaa: miten tavoitteet, idean päämäärät ja lopulta myös visio saavutetaan? Miten kaikki toteutetaan? (Pyykkö 2011, 43.) Kysymys auttaa valitsemaan parhaat tavat toimia yrityksen arvojen mukaisesti, sillä joka päiväisen toiminnan tulisi viedä kohti pitkäaikaisia tavoitteita. Päätöksenteko on helppoa, kun päätökset tekee arvomaailman huomioon ottaen ja pitää tavoitteet kirkkaana mielessä. Kun miksi, mitä ja kuka -kysymyksiin on huolella määritetty vastaukset, on helpompaa arvioida idean potentiaali. Ne auttavat luomaan myös

etenemissuunnitelman ja avaimet menestykseen. (Presnal & Brathwaite 2021, 90–92).

3.2.1 Muut vaihtoehdot

Yrittäjäksi voi ryhtyä perustamalla uuden yrityksen, mutta myös ostamalla olemassa olevan yrityksen tai lähtemällä osakkaaksi yritykseen (Rajala 2020, 17). Oman liikeidean kehittäminen erottautuvaksi saattaa olla haastavaa, ja valmiin yrityskonseptin edut puhuvat puolestaan (Pyykkö 2011, 27). Tästä johtuen yrittäjyydestä haaveilevan kannattaa harkita yrityksen ostamista, sillä se on paljon riskittävämpi vaihtoehto verrattuna uuden yrityksen perustamiseen (Koivikko 2017; Yrityspörssi n.d.b). Finnveran rahoituspäällikön Elisa Sipposen (2017) mukaan Finnveran tilastojen (2011–2017) perusteella omistajaa vaihtaneista yrityksistä on yhä 81,5 prosenttia toiminnassa viiden vuoden jälkeen.

Tällä hetkellä on paljon myynnissä olevia yrityksiä, koska suuret ikäluokat jäävät eläkkeelle, eikä yrityksille aina löydy jatkajaa perhepiiristä eikä yritystä välttämättä haluta lopettaa. (Rajala 2020, 17.) Mika Kuismanen, Petri Malinen & Sampo Seppänen (2022) ovat Suomen Yrittäjien, Finnvera Oyj:n sekä työ- ja elinkeinoministeriön edustajina tuottaneet yhteisesti raportin, jonka PK-yritysbarometrin mukaan omistajanvaihdos on kahden seuraavan vuoden aikana suunnitteilla 15 % yrityksistä, mikä käytännössä tarkoittaa noin 40 000 pientä ja keskisuurta yritystä (Kuismanen, Malinen & Seppänen 2022, 40). Uusyrityskeskus (2022) kuitenkin muistuttaa, että vaikka valmiin yrityksen mukana tulee usein asiakkaita ja sen myötä liikevaihtoa, mikään ei estä heitä siirtymästä muiden tuotteiden tai palvelujen ääreen. Oletettavasti kuitenkin kassavirtaa on heti ensimmäisestä päivästä alkaen, ja tulevan kassavirran ennustaminen on helpompaa, kun tietää miten yrityksellä on aiemmin mennyt. Ostettua yritystä pääsee myös kehittämään nopeasti omaan suuntaan, kun toimintamalli ja kassavirta ovat jo olemassa, eikä yrityksen alkuvaiheisiin mene aikaa. (Yrityspörssi n.d.b.)

Franchising-yrittäjyys on myöskin potentiaalinen vaihtoehto, jolloin kehitetty, testattu ja menestynyt konsepti on vain sopimuksen päässä. (Uusyrityskeskus

2022). Franchising-yrittäjyys tai muutoin onnistuneeksi osoittautunut ketjukonsepti tuo mukanaan valmiita rakenteita sekä parhaita käytäntöjä ja toimintamalleja. Huomionarvoista kuitenkin on, ettei tietyssä paikassa menestyvä konsepti välttämättä menesty suoraan toisaalla. Ketjuyrittäjillä on kuitenkin usein etua uusasiakashankinnassa, sillä potentiaaliset asiakkaat saattavat tuntea hyvämaineisen yrityksen jo entuudestaan, kun taas uuden yrityksen täytyy aloittaa kaikki nollasta. Harkitessa ketjuyrittäjyyttä tulee selvittää yrityksen kateperustaa, pelisääntöjä, kysyntää, voitonjakoa ja monia muita asioita, ei siis auta suin päin lähteä valmiin idean perään tutustumatta alaan ja yrityksen toimintaan ollenkaan. (Pyykkö 2011, 27–30.)

3.3 Osaamisen ja resurssien kuvaus

Liikeidea perustuu usein yrittäjän osaamiseen, ja yrityksen tärkein resurssi onkin yrittäjä itse, mikä tarkoittaa sitä, että yrittäjän täytyy niin fyysisesti kuin henkisestikin voida hyvin (Jääskeläinen 2015, 137). Rihtamo (2019, 7) kehottaa liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä pohtimaan omasta koulutus- ja työhistoriasta sekä osaamisesta koostuvaa yhdistelmää, joka luo edellytykset perustettavan yrityksen menestymiselle. Uusyrityskeskus (2022) suosittelee tunnistamaan kuitenkin myös kehittämistä vaativat osa-alueet. Maailman parhaat yrittäjätiedot eivät nimittäin takaa maailman parasta yritystoimintaa. Usein yrittäjällä on sellaista sisältö- ja substanssietoa tai alan erityisosaamista, josta koko liiketoiminnassa on kyse, mutta vastaavasti kuitenkin liiketoiminta- tai yritysosaaminen on heikompi alue. Tällaisissa tilanteissa tulee pohtia missä määrin yrittäjävalmiuksia kannattaa lähteä vahvistamaan tai puolestaan missä määrin erityisosaamista tulee syventää. Joitakin asioita, kuten kirjanpidon voi ja usein myös kannattaa ulkoistaa, kun taas strateginen puoli on haastavaa, ellei jopa mahdotonta ulkoistaa. (Pyykkö 2011, 62–63.)

Yrittäjillä on usein alan tutkinto suoritettu, mutta sen lisäksi tarvitaan ajanmukaista tietoa sekä näkemystä ja kokemusta alalta. Esimerkiksi asiantuntija ei voi ikinä olla täysin valmis, mutta työkokemuksen ja koulutuksen kautta saatu tietämys riittää pohjaksi. Sen päälle voi opiskella jatkuvasti uutta tarpeellista tietoa, ja

menestyäkseen onkin jatkuvasti laajennettava asiantuntijuutta. (Ståhlerg 2021, 43.)

Tutkinnon puute ei myöskään tarkoita, etteikö voisi menestyä yrittäjänä, Suomessa on monia menestyviä kouluttautumattomia yrittäjiä. Kouluttautuminen kuitenkin edesauttaa menestymistä ja luo joillekin asiakkaille luotettavuutta, sillä erityisesti vanhemmat ikäluokat arvostavat käytyä korkeakoulututkintoa ja pitävät sitä eräänä statusarvona. Koulutus tarjoaa myös analyttistä tukea intuition lisäksi ja systematisoi tiedonhakua, eikä tällä tarkoiteta vain korkeakoulututkintoa. (Sekki & Niemi 2016, 30.) Yrittäjille on tarjolla paljon erilaisia koulutusväyliä korkeakoulujen ulkopuolella esimerkiksi erilaisten kurssien merkeissä, eikä niiden merkitystä kannata aliarvioida. Pienelläkin osaamisen päivittämisellä tai kehittämisellä voi olla yllättävän suuri positiivinen vaikutus liike-elämässä. (Sekki & Niemi 2016, 30–31; Rajala 2020, 18)

Osaamisen lisäksi verkostot ovat tärkeitä, ja Parikka (2021, 138) rohkaiseekin laittamaan viestiä alan huipuille ja pyytämään heitä kahville tai lounaalle, sillä mitä enemmän on tietoa ja ymmärrystä alasta, sitä parempi mahdollisuus on onnistua. Useimmat yrittäjät kertovat mielellään urastaan ja auttavat muita eteenpäin, mahdollisesti jopa mentoroivat (Parikka 2021, 138). Verkostojen luominen vaatii aikaa, mutta verkostoihin kannattaa panostaa. Verkostoja kannattaa luoda myös yli toimialojen, sillä monesti uudet ideat ja mahdollisuudet avautuvat eri osaajien yhteistyöllä. (Rajala 2020, 142.) Monipuolisesta verkostosta löytyy helposti apua tilanteeseen kuin tilanteeseen, ja yhteistyöt voivat tarkoittaa lisämyyntiä, resursien jakoa tai jopa uusia liiketoimintamahdollisuuksia (Sekki & Niemi 2016, 261; Ståhlberg 2021, 105). Yhteistöistä kannattaa aina laatia huolellisesti sopimus ja allekirjoittaa se vasta, kun kaikki sopimuskohdat on ymmärretty (Parikka 2021, 143).

3.4 Tuotteen tai palvelun kuvaus ja hinnoittelu

Yrittäjällä itsellään saattaa olla selkeä kuva palvelustaan, mutta sisällön rajaamisen tulee olla selkeää myös asiakkaalle. Monesti ei ymmärretä tai muisteta avata kaikkea, mitä palveluun kuuluu, ja sitten ihmetellään, kun ei myyntiä tule. Yrittäjän

tulee siis rajata huolella tuotteeseen tai palveluun kuuluvat ja kuulumattomat asiat, ja tehdä ne selväksi myös asiakkaille. On myös hyvä kertoa mitä lisäarvoa kyseinen palvelu tai tuote tuo asiakkaalle sekä mitä ainutlaatuisia tai erinomaista siinä on. Näiden lisäksi kannattaa pohtia tarjoaman heikkouksia, sillä niiden tunnistaminen on erittäin tärkeää etenkin sijoittajien näkökulmasta. (Rihtamo 2019, 7.)

Arvolupaus on yrityksen lupaus arvosta, jonka sen palvelu tai tuote tuottaa asiakkaalle. Hyvä arvolupaus kertoo, kenelle tuote tai palvelu on suunnattu, ja miksi heidän tulisi ostaa palvelu tai tuote juuri kyseiseltä yritykseltä. Mitä merkittävämistä hyödyistä on kyse, sitä kiinnostuneempia asiakkaat ovat. On kuitenkin pidettävä huoli, että tuotteet ja palvelut todella täyttävät annetun arvolupauksen. Arvolupausta voidaan kutsua myös hissipuheeksi, jolloin sen on oltava tarpeeksi laaja kertomaan yritystoiminnasta, mutta tarpeeksi tiivis kerrottavaksi muutaman kerrosvälin hissimatalla. (Järvinen & Kari 2017, 92, 96.)

Yksi aloittavan yrittäjän tärkeimmistä ja vaikeimmista päätöksistä on oman työn hinnoittelu (Heinämaa 2021). Yleinen virhe on alihinnoittelu, jonka myötä yritystoiminta saattaa aluksi tuntua menestyksekkäältä, mutta työmäärä on valtava verrattuna saman tuloluokan kilpailijoihin, jotka ovat osanneet hinnoitella työnsä oikein (Jääskeläinen 2015, 18.) Hintoja on myös vaikea lähteä nostamaan, jos ne on aluksi asetettu reilusti riman alle (Ståhlberg 2021, 44–45). Siksi on tärkeää asettaa hinnat heti asianmukaiselle tasolle, ja tällöin on myös varaa tehdä esimerkiksi tarjouskampanjoita, joilla laskea hintaa hetkellisesti alaspäin (Heinämaa 2021; Ståhlberg 2021, 45). Alennuksien kanssa on kuitenkin oltava tarkkana, sillä ne pienentävät suoraan yrittäjän katetta (Olshin 2019).

Presnal & Brathwaite (2021, 101) vinkkaavat alle viiden prosentin hintamuutosten olevan lähes huomaamattomia, joten jos hinnannousulle tulee tarve esimerkiksi kokemuksen karttuessa tai suuren kysynnän myötä, on parempi nostaa hintoja hiljalleen kuin kerralla kunnolla. Olshin (2019) suosittelee myös nostamaan hintoja vuosittain indeksikorotuksen (2–3 %) mukaisesti, jottei yrittäjän tulo pienene vuosittain. Hinnat tarkoittavat kuitenkin muutakin kuin pelkkiä numeroita, sillä hinnoittelutapa on myös heijastus yrityksen identiteetistä. Hinnoittelustrategian tulee olla harkittu ja tietoinen valinta, jossa huomioidaan yrityksen identiteetti,

brändi sekä taloudellinen vakaus. (Heaslip 2021) Hintaa pidetään yhtenä tärkeimmistä laatusignaaleista, sillä mitä kalliimpi tuote on, sitä laadukkaampi sen oletetaan olevan (Jääskeläinen 2015, 61).

Hinnoittelua aletaan miettimään yritystoiminnan kulujen kautta. Yritys voi tehdä voittoa vain, kun kaikki kulut on laskettu ja myyntihintaan on lisätty sopivan kokoinen kate, joten laskutushintojen tulee sisältää kaikki liiketoiminnan kulut. (Heinämaa 2021.) Kuluihin tulee huomioida tuotteen tai palvelun tuottamiseen vaadittujen materiaalien ja ajankäytön lisäksi kaikki erilaiset sivukulut, joita ovat muun muassa vakuutukset, eläkemaksut, toimitilan vuokra, hankinnat, markkinointi, matkakulut sekä tietenkin verot. Kulujen lisäksi tulee miettiä sopivan kokoinen kate, jolla kustantaa kouluttautuminen ja sairastuminen, mutta myös normaali eläminen niin arjessa kuin lomallakin (Heinämaa 2021; Koivupuro 2021.)

Asiantuntijapalvelun hinnoittelu onkin sitten mutkikkaampaa, koska ei ole tuotantokustannuksia huomioitavana, vaan tällöin tietopääomalle tulee määrittää hinta. Aloittelevat yrittäjät eivät yleensä luota paljoo omiin taitoihinsa, ja siksi laittavat edulliset hinnat. Asiantuntijapalvelua ostavat ovat kuitenkin usein varsin hintatietoisia ja aistivat liian alhaiset hinnat epävarmuutena, minkä myötä asiakkaat pysyvät poissa. Oikean hinnan määrittämiseksi on suositeltavaa vertailla lähellä olevien palveluntarjoajien hintoja, ja heiltä voi saada myös osviittaa tuotteistamiseen. (Ståhlberg 2021, 44–45.) Sekki ja Niemi (2016, 150) kuitenkin huomauttavat, ettei omia hintoja voi perustaa vain kilpailijoiden hintoihin, vaan yrittäjän on tunnettava omien tuotteiden kate rakenne. Asiantuntijapalveluita tarjotessa on huomioitava myös itsenäinen aika, joka menee asiakkaaseen tapaamisen ulkopuolella. Jos asiakas ostaa esimerkiksi kolmen tunnin konsultaation, saattaa todellinen työaika olla viisi tuntia. (Ståhlberg 2021, 46.) Asiakasta ei kuitenkaan välttämättä kiinnosta kuinka monta tuntia yrittäjältä kuluu, vaan miten yrittäjä ratkaisee asiakkaan ongelman ja mitä arvoa se luo. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jos yrittäjä on taitava työssään ja työn arvon pystyy perustelemaan hyvin, voi rohkeasti pyytää korkeampaa hintaa, koska asiakas maksaa enemmän lisäarvosta kuin toisen henkilön työtunneista. (Koivupuro 2021.) Asiantuntijapalvelua tarjoavan on täten tunnistettava, mitä asiakas pitää tärkeänä ja kuinka paljon tämä on palvelusta valmis maksamaan (Ståhlberg 2021, 46–47).

Koivupuro (2021) nostaa esimerkiksi yrittäjän, joka tarjoaa asiantuntijatyönä verkkosivujen luomista. Verkkosivujen avulla tavoittaa uusia asiakkaita, ne tukevat myyntiä ja täten kasvattavat asiakasyrityksen tulosta. Tällöin yritysasiakas saa huomattavaa lisäarvoa yritykselleen, ja työtä tarjoavalla yrittäjällä on perusteet korkeammalle hinnoittelulle. (Koivupuro 2021.) Sanotaan, että hinta on sopiva, kun sekä asiakas että palveluntarjoaja ovat siihen tyytyväisiä (Ohlsin 2019; Ståhlberg 2021, 47).

3.5 Asiakkaat

Asiakkaiden hankinta aloitetaan miettimällä omaa unelma-asiakasta ja keinoja hänenlaisten sitouttamiseksi (Parikka 2021, 137). Todennäköisesti jo liikeideaa keksittäessä on mielessä jonkinlainen ihanneasiakas, mutta sen huolellinen määrittely auttaa luomaan brändin, kehittämään tuotteita sekä oivaltamaan sopivat markkinointitavat ja -kanavat kohdeyleisölle. (Presnal & Brathwaite 2021, 157–158). Kun tuotetta tai palvelua on kehitetty nimenomaan unelma-asiakasta ajatellen, on heitä myös helpompi saada asiakkaaksi ja siksi mitä tarkemmin unelma-asiakkaan pystyy määrittelemään, sitä parempi. (Brooks 2019; Altschuler 2021).

Jos ihanneasiakkaana toimii yritys, voi ihanneprofiilia lähteä rakentamaan esimerkiksi asiakasyrityksen koon, toimialan, työntekijöiden määrän ja väestörakenteen, sijainnin, liikevaihdon, toimialan ja tarjonnan näkökulmasta. (Altschuler 2021.) Yksityishenkilön toimiessa ihanneasiakkaana, profiilia lähdetään muodostamaan demografisten tekijöiden pohjalta, eli esimerkiksi sukupuolen, iän, koulutuksen, siviilisäädyn ja lasten lukumäärän pohjalta, mutta myös psykografisten tekijöiden avulla, jolloin pohditaan ihanneasiakkaan asenteita, mielenkiinnonkohteita, arvoja ja elämäntapaa. (Fulmer 2021.) Kuinka tarkkaan asiakasryhmä tulisi sitten rajata? Maksavien asiakkaiden määrä voi jäädä liian pieneksi, jos asiakasryhmä rajataan liian tarkasti, mutta liian väljästi rajattu segmentti puolestaan joutaa helposti arvolupaukseen, joka puhuttelee vähän kaikkia, mutta ei ketään riittävästi (Järvinen & Kari 2017, 89). Edes maailman paras idea tai tuote ei myy, jos asiakkaalla ei ole kiinnostusta tai rahaa maksaa siitä (Pyykkö 2011, 34).

Eriyisesti yrittäjyyden alkutaipaleella yritys henkilöityy herkästi yrittäjään, ja siksi ensimmäisen asiakkaan saaminen voi olla hankalaa (Pyykkö 2011, 324; Parikka 2021, 137). Tätä puoltaa myös yrityskonsultti ja yrittäjä Janne Jääskeläinen (2015, 17–18) ja jatkaa, että työtä saa tehdä melko paljon ennen ensimmäisen laskun kirjoittamista. Yritys lähteekin heti alusta alkaen parempaan suuntaan, jos tiedossa on ensimmäisen laskun maksaja. Ensimmäinen asiakas määrittelee myös pitkälti yrityksen suunnan, sillä ensimmäisen asiakkaan pohjalta syntyy tapa palvella seuraavia asiakkaita. (Jääskeläinen 2015, 17–18.) Kun sukulaiset ja parhaat kaverit eli niin sanotusti testiasiakkaat on hyödynnetty, on aika löytää ensimmäiset ulkopuoliset asiakkaat (Papinniemi & Pohjanmaa 2021).

Juuri määritelty ihanneasiakas auttaa määrittelemään paikat, joissa kohderyhmän potentiaaliset asiakkaat liikkuvat, nimittäin sosiaaliseen mediaan julkaistu ilmoitus omasta yritystoiminnasta harvoin riittää, vaan tarvitaan suoraa yhteydenottoa kaupan saamiseksi. (Papinniemi & Pohjanmaa 2021.) Parikka (2021, 137) suosittelee seuraamaan erilaisia sosiaalisen median kanavia ja tilejä havaitakseen parannusehdotuksia ja tarjotakseen ratkaisuja suoraan, sillä kaikki yrittäjät tai yritysten työntekijät eivät välttämättä ehdi itse pohtia kaikkia mahdollisuuksia. Valmiiseen ideaan on helppo tarttua, ja kun työ tehdään hyvin, saattaa syntyä pidempiaikainenkin yhteistyö (Parikka 201, 137). Lähestyä voi esimerkiksi Facebookissa, Instagramissa tai LinkedInissä viestillä, henkilöille soittamalla, laittamalla sähköpostia tai kaupungilla nähdessä hihasta nykäisemällä. Koska uudella yrityksellä ei vielä ole arvosteluja nähtävillä, tulee yrittäjän myyntitilanteessa osoittaa tuntevansa palvelunsa tai tuotteensa, ja niistä on osattava kertoa mahdollisimman paljon asiantuntevasti. (Papinniemi & Pohjanmaa 2021.) Parikka (2021, 137) suosittelee kirjoittamaan etukäteen ylös projektiin liittyviä tärkeitä asioita, jolloin kovan jännityksen alla tärkeät asiat eivät pääse unohtumaan.

Kun asiakkaita lopulta saa, ei asiakassuhteita auta pitää itsestäänselvyytenä, vaan suhteita tulee myös ylläpitää esimerkiksi pienillä muistamisilla. Asiakkaiden saaminen tuo mukaan tietysti myös asiakaspalautteet, joiden seassa on väistämättä kritiikkiäkin. Tärkeintä kuitenkin on tilanteen hoitaminen asianmukaisella tavalla siten, että asiakkaalle jää hyvä kuva yrityksestä. (Parikka 2021, 53, 140–

141.) Kaikki yrittäjät tulevat kohtaamaan kritiikkiä uransa aikana, joten siihen kannattaa varautua jo etukäteen. Vaikka kritiikki voi tuntua aluksi pahalta, kannattaa siitä oppia ja yrittää kääntää se voitoksi. (Sykes 2017.)

3.6 Toimiala ja kilpailu

Yrittäjän tulee kertoa liiketoimintasuunnitelmassaan toimialansa näkymistä ja kilpailusta osoittaakseen ymmärtäneensä toimintansa. Markkinat ja kysyntä muuttuvat koko ajan, ja siksi toimialan tulevaisuutta tulee tarkastella lyhyellä sekä pitkällä aikavälillä; riittääkö toimialalle kysyntää vielä vuosien päästä, vai tulisiko toimintaa mukauttaa? (Rihtamo 2019, 7.) Yrittäjän tehtävä on pysyä ajan tasalla alalla tapahtuvista muutoksista, kuten teknologiamuutoksista tai uusista säädöksistä, ettei liikeidea ikään kuin vanhene tai rahantulo lopu yllättäen (Jääskeläinen 2015, 20).

Tärkeä osa yrityksen perustamista on kilpailijakartoitus, jossa otetaan selvää kilpailijoista sekä heidän heikkouksista ja vahvuuksista (Rihtamo 2019, 7, Presnal & Brathwaite 2021, 86). Yli 20 vuotta yrittäjänä toiminut ja muita yrittäjiä aktiivisesti tukeva Janne Puurunen (2022, 14:12) kuitenkin varoittaa ajattelemasta kaikkia hiemankaan samankaltaisia toimijoita kilpailijoina. Esimerkiksi kaikki autotyypit eivät kilpaile keskenään, sillä urheiluauto ja maastoauto vastaavat eri tarpeisiin ja niillä on eri kohderyhmä. (Puurunen 2022, 14:25). Jääskeläinen (2015, 32) avartaa, ettei kilpailijoiden tarvitse olla täysin samankaltaisia oman yrityksen kanssa, sillä kilpailijoita voi löytyä jopa eri alalta. Esimerkiksi elokuvavuokraamoiden pahimpia kilpailijoita eivät ole elokuvateatterit, vaan erilaiset suoratoisto- ja verkkopalvelut (Jääskeläinen 2015,32).

Menestyneiden kilpailijoiden kohdalla on syytä miettiä menestyksen syitä, ja mitä he tekevät erityisen hyvin, kun taas vähemmän menestyneiden kohdalla on hyvä pohtia parannusehdotuksia heidän toiminnallensa, ja poimia samalla hyviä vinkkejä omaan liiketoimintaan. Kartoittamalla muiden toimintaa on helpompi varmistaa oman yrityksen erottautuminen kilpailijoista. (Presnal & Brathwaite 2021, 86).

Presnal ja Brathwaite (2021, 67) vinkkaavat luvussa 3.8. käytävän SWOT-analyysin olevan hyvä apu erottautumistekijöiden tunnistamiseen, sillä analyysissa verrataan itseä ja liikeideaa toimintaympäristöön. Erottautuminen ei aina riipu rahasta, vaan useimmiten kekseliäisyydestä. Erottautua voi esimerkiksi erikoisella logolla tai mieleenpainuvalla arvolupauksella. Myös iskevä slogan, ovelat mainoskampanjat, pakkauksen ulkomuoto ja toimivuus sekä lisäarvopalvelut ovat hyviä erottautumiskeinoja. Vaikka lisäarvopalvelut ovat nykyään arkipäivää monille yrityksille, tuo esimerkiksi taloyhtiöstä löytyvä yhteiskäyttöauto merkittävää lisäarvoa ihmisille, jotka eivät autoa omista. (Sekki & Niemi 2016, 74–76.)

Asiakkaalle luotava arvo voidaan karkeasti jakaa neljään kategoriaan – taloudelliseen, toiminnalliseen, symboliseen sekä emotionaaliseen arvoon. Ensimmäinen näistä on hintakeskeinen, jolloin tavoitellaan mahdollisimman pientä taloudellista uhrausta asiakkaalta eli tarjotaan edullisinta hintaa kilpailijoihin verrattuna. Kilpailunäkökulmasta kuitenkin helpoin kopioitava arvo on juuri taloudellinen. Toiminnallinen arvo muodostuu asiakkaan säästämien ajan ja vaivan myötä, mutta asiakkaan tulee myös lähtökohtaisesti saada haluamansa laatutason tuote. Toiminnallinen arvo on helposti kopioitavissa, sitä on usein myös vaikea ylläpitää tai jalostaa suuremmaksi. Toiminnallista arvoa luovat esimerkiksi ensiluokkaiset autot. Symbolinen arvo korostaa yhteenkuuluvuuden tunnetta muiden palvelun tai tuotteen käyttäjien kanssa, ja liittyy usein mielikuviin tai brändeihin. Oleellista onkin yrityksen edustamien asioiden merkitys asiakkaalle ja se, toimiiko asiakas arvojensa mukaisesti sekä millaisen mielikuvan hän tahtoo luoda itsestään. Emotionaalinen arvo puolestaan perustuu asiakaskokemukseen, sen luomaan mielihyvään ja personointiin. Tämä arvo toimii kilpailuetuna merkityksellisten kokemusten ja odotusten ylittämisen myötä. (Löytänä & Korhonen 2014, 18–21; Perälähti 2020; Rintamäki 2021.) Useimmiten asiakkaan perimmäistä syytä yrityksen valinnalle ei voi tietää, mutta rohkeasti kysymällä sekin saattaa selvitä. (Jääskeläinen 2015, 19–20.)

3.7 Markkinointi ja myynti

Monille yrittäjille markkinointi on iso kompastuskivi, etenkin jos siitä ei ole minäkäänlaista kokemusta entuudestaan. Potentiaaliset asiakkaat eivät kuitenkaan

tiedä yrityksen olemassaolosta tai sen palveluista ilman markkinointia, jonka avulla lisätään tietoisuutta ja houkuttelevuutta yritykselle. (Ståhlberg 2021, 131.) Tietoisuus ei tosin tarkoita suoraan kaupantekoa, vaan myös arvolupauksen tulee puhutella ostajaa. Jos arvolupaus ja asiakkaan tarve kohtaavat, on kaupanteko todennäköisempää. (Järvinen & Kari 2017, 92.)

Brändäyksen ja markkinoinnin perusta on yrityksen nimi. Nimen tulee erottua muista ja sen tulisi jäädä helposti mieleen. (Mäkilä 2018). Nimeä pohtiessa on myös hyvä varmistaa samalla nimellä olevan verkko-osoitteen eli domain-tunnuksen olevan vapaana, sillä yrityksen on suotavaa löytyä tutulla nimellä kaikista mahdollisista kanavista. Jos yrityksen viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään muuta kuin rekisteröityä nimeä, joku muu saattaa rekisteröidä tämän kutsumanimen itselleen, jolloin sen käyttö on lopetettava. (Kovalainen 2018.)

Nykypäivänä verkkosivut ja sosiaalinen media ovat avainasemassa näkyvyyden takaamiseksi, eikä niiden tärkeyttä voi korostaa liikaa. Monet päättävät vilkaista esimerkiksi yrityksen Instagramiin ennen kuin menevät yrityksen verkkosivuille, eikä yrityksen kotisivut enää välttämättä ole se ensimmäinen paikka, josta yritystä käydään katsomassa (Parikka 2021, 120.) Sosiaalista mediaa kannattaa hyödyntää myös ennakkomarkkinoinnissa, eli markkinoinnissa, jota tehdään jo ennen kuin yritystoiminta on varsinaisesti edes käynnistynyt (Ahola 2019).

Palveluiden haku on siirtynyt oikeastaan kokonaan verkkoon, joten toimivat ja informatiiviset kotisivut ovat erittäin tärkeitä. Sivujen analytiikkaa on hyvä ymmärtää, jotta sivuista saadaan toimivat. Työkalujen avulla on mahdollista selvittää mistä asiakkaat tulevat, kauanko he sivuilla viihtyvät ja missä siellä liikkuvat. (Waltari 2021.) Jääskeläinen (2015, 39) suosittelee myös yritysblogia osaksi nettisivuja, nimittäin blogin avulla on helppo markkinoida yrityksen palveluja ja osaamista. Jotta ihmiset löytävät uuden yrityksen tai sen sivut internetin syövereistä, on hakukoneoptimoinnin oltava kunnossa. Hakukoneoptimoinnilla Google nostaa yrityksen verkkosivut korkealle oikeilla hakusanoilla haettaessa. Tämä kuitenkin vie aikaa, ja uuden yrityksen on saatava asiakkaita jo ennen hyvää Google-näkyvyyttä. (Suojanen n.d.) Yksi merkittävistä asioista on myös liiketilan sijainti, mikäli yritystoiminta liiketilan vaatii. Liikepaikka kannattaa etsiä hyvin kulkuyhteyk-

sien päästä läheltä potentiaalisia asiakkaita. Kun liiketila on hankittu, kyltti liiketilan edessä ja valotaulu tai ikkunateippaukset lisäävät näkyvyyttä paljon. (Ahola 2019.)

Loppupeleissä markkinointitapoja ja -kanavia on valtavasti eikä kaikkia tarvitse hyödyntää, vaan kannattaa keskittyä niihin alustoihin, joita oma asiakaskunta käyttää. Tällöin kannattaa keskittyä luomaan niille kanaville mielenkiintoista ja houkuttelevaa sisältöä, joita on myös helppo jakaa, jolloin päivitykset parhaimmassa tapauksessa lähtevät leviämään tuoden uusia potentiaalisia asiakkaita vaikutuspiiriin. Sosiaalisen median voima on monille aloitteleville yrittäjille kullan arvoista, ja se on myös kustannustehokas tapa tuoda omaa yritystä esille. Kekseliäät kampanjat eri kanavissa voivat olla jopa ratkaisevassa roolissa asiakkuuksien suhteen. Kun asiakaskunnan tarpeet tunnistaa, on heidät helpompi löytää ja tehdä heihin vaikutus. (Ståhlberg 2021, 132.) Jos kohderyhmänä on vanhempi väestö, sosiaalisen median sijasta kannattaneekin markkinoida lehdissä ja esimerkiksi radiossa. Etenkin paikallislehdet tekevät mielellään juttuja paikallisista yrityksistä, ja mainoslehtiset on helppo tiputtaa postilaatikoihin tai viedä kauppojen tai urheilukeskusten ilmoitusseinille, kunhan lupa on kysytty. Näiden lisäksi ei auta unohtaa käyntikortteja, messuja, puskaradiota tai painettuja työasuja. (Ahola 2019.)

Sosiaalisessa mediassa on myös varjopuolensa, nimittäin siellä asiat leviävät hetkessä ja maineen voi menettää silmänräpäyksessä. Yrittäjä tekee työtä maineellaan, ja hyvän maineen rakentaminen on vaikeaa, joten sitä ei halua pilata. (Pyykkö 2011, 324; Sekki & Niemi 2016, 272.) Yrittäjän kannattaakin seurata kirjoittelua toiminnastaan ja tarvittaessa puuttua asiaan ajoissa, jolloin vahinko saadaan minimoitua. Mainintojen seuraamiseen on olemassa myös työkalu, joka lähettää sähköpostiin tiedon maininnasta lähes reaaliajassa. (Sekki & Niemi 2016, 272.)

Markkinoinnin avuksi on hyvä luoda markkinointikalenteri, jolloin budjetti ja tarvittava aika on helpommin hahmotettavissa. Markkinointikalenteriin voi merkitä esimerkiksi yhden blogikirjoituksen viikkoon, yhden kuukausittaisen uutiskirjeen, 200 euroa maksettua mainontaa kuukaudessa sekä kolme erikoistapahtumaa

vuoteen. Erikoistapahtumia voivat olla esimerkiksi messut ja seminaarit. (Jääskeläinen 2015, 41–42.) Markkinointisuunnitelma auttaa varautumaan hyvissä ajoin myös tuleviin sesonkeihin ja suunnittelemaan niihin sopivaa mainontaa etukäteen (Waltari 2021). Pienyritysten markkinointikustannuksia voi miettiä yrityksen liikevaihdon myötä. Kovaa kasvua hakevien yritysten markkinointibudjetti saattaa olla jopa 10 % vuosittaisesta liikevaihdosta, mutta pienten ja keskisuurien yritysten tyypillinen investointi on noin 2–5 % välillä. (Waltari 2021)

Markkinointi on onnistunut, kun asiakas on halukas ostamaan. Uusasiakashankintaan vaaditaan enemmän myyntityötä kuin vanhoille asiakkaille, joten asiakassuhteita tulee myös ylläpitää. Uusasiakashankinta on kuitenkin välttämätön vaihe yrityksen elinkaarissa. (Jääskeläinen 2015, 52.) Uuden asiakkaan lähestyessä yritystä voidaan olla melkein varmoja, että asiakkaalla on jo joitakin välillisiä kohtaamisia ja mielikuvia yrityksestä, koska asiakkaat ovat kulkeneet ostopolusta jo suurimman osan ennen kuin kohtaavat yrityksen myyjän (Löytänä & Korkiakoski 2014, 105). B2B-myyntissä myyntitilanne voi tapahtuma suorana tilauksena, asiakkaan tarjouspyyntönä tai yrityksen tarjouksena. (Jääskeläinen 2015, 52).

Aloittavana yrittäjänä kannattaa muistaa, ettei asiakkaan ensimmäinen kielteinen vastaus ole ehdoton ei. Usein *ei* tarkoittaaakin oikeasti *ehkä, jos tilanne muuttuu*, jolloin yrittäjän on selvitettävä miten tilanteen tulisi muuttua. Kun asiakas antaa ymmärtää, että päätös on melkein tehty, kannattaa vielä yhden kerran yrittää vaikuttaa päätökseen. Kaupanteon ollessa kesken on tärkeää pitää oma yritys asiakkaan mielessä, ja pyytää asiakasta esimerkiksi lounaalle tämän varmistamiseksi. (Jääskeläinen 2015, 65–66.) Asiat kannattaa tehdä helpoksi asiakkaalle, eli tarjoa selkeitä kokonaisuuksia ja kiinteitä summia, sekä kerro avoimesti mitä milläkin hinnalla saa. Tärkeää on myös vakuuttaa asiakas juuri omasta ammattitaidosta ja kiinnostuksesta tehdä yhteistyötä. (Parikka 2021, 140–141.)

Asiakkaat arvostavat yrityksiä, joissa aidosti ajatellaan heidän parasta esimerkiksi suosittelemalla toisen yrityksen palveluita tai hyväksi havaittuja työkaluja vastaamaan muihin asiakkaan ongelmiin ja haasteisiin, vaikka suositteleva yritys ei siitä suoraan hyötyisikään. Tällainen toiminta lisää asiakkaan luottamusta suositteluun yritykseen ja halua tehdä yhteistyötä kyseisen yrityksen kanssa vastaisuudessakin. (Jääskeläinen 2015, 18–20.)

3.8 Riskit

Yrityksen perustamiseen liittyy aina riski. Yrittäjä sijoittaa uuteen liiketoimintaansa suuren määrän omaa aikaa ja rahaa tietämättä etukäteen, tuleeko saamaan näitä sijoituksia koskaan yrityksestä takaisin. (Ståhlberg 2021, 166.) Aloittavan yrittäjän on hyvä pohtia kuvaako turvallisuudenhakuisuus vai riskirajoilla eläminen enemmän omaa persoonaa. Riskinottokyvyn lisäksi tulee pohtia riskien kantokykyä. Joskus kantokyvyn ajatellaan olevan paljon todellista suurempi, jolloin totuus valkenee vasta asioiden ollessa jo huonosti. (Rajala 2020, 153–154.)

Järvinen ja Kari (2017, 49) puolestaan korostavat perustajan riskiottokyvyn sijaan kykyä riskinhallintaan. Kykyä tunnistaa riskit, niiden todennäköisyys ja toteutuessaan niiden vaikutukset. Riskejä ei niin vain hyväksyä, vaan kannattaa pohtia voisiko riskejä jakaa tai siirtää, tai onko olemassa keinoja niiden pienentämiseen. On myös pohdittava käyvätkö riskit liian suuriksi suunnitellulla perustajatiimillä, sillä liiallinen riskinotto halvaannuttaa yrittäjän. Tällöin yrittäjä alkaa välttelemään riskejä sen sijaan, että kohtaisi ne uudelle yritykselle ominaisella tavalla. Tällöin ajatusmaailmaa ohjaa pelko ja puolestaan mahdollisuudet unohtuvat. (Järvinen & Kari 2017, 49–50.) Myös Rajala (2020, 155) suosittelee ennaltaehkäisemään riskejä käyttäen apuna riskianalyysia, ja muistuttaa ennakoinnin olevan tärkeää myös myöhemmissä yritystoiminnan vaiheissa.

Yritystoiminnan luonteesta ja yritysmuodosta riippuen riskien määrä ja suuruus vaihtelevat, mutta monta asiaa voidaan ennaltaehkäistä ja ratkaista ennakoimalla. (Rajala 2020, 155.) Morris (2008, 131) suosittelee lähestymään riskejä järjestelmällisesti seuraavasti:

1. tunnista riskit
2. arvioi niitä laadullisesta ja määrällisestä näkökulmasta
3. keskity niihin, jotka toteutuessaan suurentavat kustannuksia tai huonontavat toimintakykyä
4. vähennä näiden riskien todennäköisyyttä
5. vähennä näiden riskin vaikutuksia riskien toteutumisen varalle
6. laadi toipumissuunnitelma riskien toteutumisen jälkeiselle ajalle.

Yritystoiminnan riskejä ovat muun muassa liike-, sopimus-, vastuu-, tuote-, ympäristö-, tietoturva- ja rikosriskit. Riskit voidaan jakaa myös taloudellisiin, strategiaan ja operatiivisiin riskeihin sekä vahinkoriskeihin. Vahinkoriskit tarkoittavat omaisuus-, henkilö- ja toimintariskejä. (Uusyrittyskeskus 2022.) Yksi riskienhallinnan keino on vakuuttaminen, mutta kaikkea ei voi vakuuttaa, joten muitakin keinoja on löydettävä (Morris 2008, 133; Rajala 2020, 154). Konkreettisia esimerkkejä eri tasoista riskeistä on merkittävän asiakkaan menettäminen, henkilökunnan jäsenen irtisanoutuminen tai menehtyminen, koko yritystoiminnan keskeytyminen IT-vian vuoksi, varastetuksi tuleminen, liiketilan tai varaston tuhoutuminen tulipalossa (Morris 2008, 132). Rajala (2020, 154) kuitenkin muistuttaa, ettei kaikkeen voi mitenkään varautua, eivätkä yrittäjät mitenkään voineet ennustaa esimerkiksi koronaviruksen aiheuttamaa poikkeustilaa, minkä myötä monet yritykset joutuivat ongelmiin ja jopa lopettamaan yritystoimintansa.

Yksi tehokkaimmista ja yksinkertaisimmista menetelmistä yrityksen arvioinnin avuksi on nelikenttäanalyysi eli SWOT-analyysi, joka on kokoelma yrityksen vahvuuksista (strengths), heikkouksista (weaknesses), mahdollisuuksista (opportunities) sekä uhista (threats) (Schooley 2021). SWOT-analyysi sopii erityisesti yritystoiminnan perustamiseen ja kasvattamiseen. Sitä on suositeltavaa päivittää myös myöhemmin, sillä tilanteet muuttuvat, ja siten myös liiketoimintaa saattaa olla tarpeen mukauttaa (Schooley 2021). Analyysia käytetään myös päätöksenteon välineenä ja apuna strategisten suunnitelmien tekemiseen (Speth 2015, 1). Analyysi näyttää tärkeimmät alueet, joilla yritys toimii optimaalisesti, mutta myös toiminnot, jotka vaativat mukauttamista. Sen avulla voi löytää tapoja parantaa tai poistaa yrityksen heikkouksia ja puolestaan hyödyntää sen vahvuuksia (Schooley 2021; Presnal & Brathwaite 2021, 94).

Kuvion 2 mukaisesti analyysi laaditaan yleensä neljään sarakkeeseen jaettuun taulukkoon, jossa kukin vaikuttava elementti luetellaan vertailua varten (Schooley 2021). Nelikentän yläosan vahvuudet (S) ja heikkoudet (W) viittaavat sisäisiin tekijöihin, jotka ovat käytettävissä olevia resursseja ja kokemuksia, joita yritys voi hallita (Speth 2015, 24; Presnal & Brathwaite 2021, 93). Esimerkkinä sisäisistä tekijöistä mainittakoon taloudelliset ja fyysiset resurssit, henkilöstöresurssit, im-

materiaalioikeudet ja nykyiset prosessit (Schooley 2021). Ulkoiset tekijät eli mahdollisuudet (O) ja uhat (T) puolestaan ovat asioita, joita ei yleensä itse voi hallita, kuten markkina- ja taloustilanne, muuttuvat asiakastarpeet, kilpailuympäristö sekä erilaiset sääntelyt. (Speth 2015, 24; Schooley 2021).



KUVIO 2. SWOT-analyysi (mukaillen Speth 2015, 4–5; Uusyrityskeskus 2022)

Kun SWOT-analyysi on täytetty huolellisesti ja kaikki sisäiset sekä ulkoiset tekijät on tunnistettu, alkaa päätöksentekovaihe. (Speth 2015, 17). Analyysin pohjalta tulee laatia strategioita, jotka nopeuttavat päätöksentekoa. Strategioiden on myös tarkoitus keskittyä vahvuuksien ja mahdollisuuksien hyödyntämiseen heikkouksien ja uhkien voittamiseksi. (Schooley 2021.)

3.9 Rahoitus

Liiketoimintasuunnitelman laskelmien avulla selvitetään muun muassa kuinka paljon yritystoiminnan käynnistäminen maksaa, paljonko toiminnasta syntyy kuluja sekä miten rahoittaa liiketoimintaa. Täten liiketoimintasuunnitelmaan sisältyy ainakin myynti- rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat. Rahoituslaskelmassa huomioidaan kaikki yrityksen perustamiseen vaadittavat investoinnit ja käyttömenot.

Rahälähteiden on katettava rahoitustarpeet, joten vieraalle pääomalle eli esimerkiksi pankkilainalle voi tulla tarve. Kannattavuuslaskelmalla puolestaan selvitetään tavoitemyynnin suuruus, jotta yritystoiminta on kannattavaa. Myyntilaskelmassa tarkennetaan kannattavuuslaskelman minimilaskutavoitetta jakamalla se eri tuotteiden ja asiakkaiden kesken. Ja jotta pankkitilillä on aina rahaa laskujen maksamiseen, hyödynnetään kassavirtalaskelmaa. (Uusyrittäjäkeskus 2022)

Yrittäjän on varmistettava yrityksen rahoitus perustamis- ja käynnistämisvaiheeseen omalla pääomalla tai ulkopuolisella rahoituksella (ELY-keskus n.d.). Rahoitusta yritykselle voi hakea pankeilta, rahoitus- ja vakuutusyhtiöiltä sekä muilta rahoittajilta. Jos yritykseltä puuttuu pankin edellyttämiä vakuuksia, voi Finnveran osittainen alkutakaus olla ratkaisu rahoituksen saamiseen. Tarvittaessa voi hyödyntää myös pääomasijoittajia ja enkelisijoittajia rahoittajina sekä asiantuntijoina. (Suomi.fi 2021a.)

Aloittavan yrittäjän on mahdollista saada myös erilaisia tukia, joiden tarkoituksena on turvata toimeentuloa ja siten mahdollistaa yrittäjäksi lähteminen. Tukien saamiseen vaikuttavat muun muassa toimiala sekä yrityksen sijainti, sillä tietynlaisissa toimintaympäristöissä voi olla jo useita samaa liikeideaa hyödyntäviä tai samoja tuotteita myyviä yrityksiä, eikä esimerkiksi starttiraha saa aiheutua kilpailuetua. Mikäli toimintaympäristönä on maaseutu, voi hakea maaseudun yritysrahoitusta, jolla tuetaan maaseudun elinvoimaa lisääviä yrityksiä ja investointeja. (Accountor 2021a.) Näiden lisäksi erilaisia tukia ja avustuksia myöntävät muun muassa ELY-keskus ja Business Finland (suomi.fi 2021a). Kun yritystoiminta on lähtenyt liikkeelle ja apukäsille tulee tarve, voi hakea palkkatukea työntekijän palkkakulujen kattamiseen. (Accountor 2021a.)

3.9.1 Starttiraha

Starttiraha on aloittavalle yrittäjälle tarkoitettu toimeentulotuki yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen ajalle. Starttiraha ei täten ole varsinainen rahoituslähde, ja se maksetaan yrittäjän omalle tilille. Tuki on tarkoitettu vain yrittäjän omiin elinkustannuksiin ja on ennakonpidätyksen alaista verotettavaa tuloa. Tuen myöntää Työ- ja elinkeinotoimisto eli TE-palvelut, josta tukea on haettava

hyvissä ajoin ennen yritystoiminnan aloittamista, sillä tuen edellytyksenä on yritystoiminnan aloittaminen vasta tuen myöntämisen jälkeen. (Eisto 2019.)

Starttirahan määrä vuonna 2021 on 33,78 € päivältä ja sitä maksetaan vain niiltä päiviltä, kun yrittäjä työskentelee yrityksessään, kuitenkin enintään viideltä päivältä kalenteriviikossa. Tuki myönnetään kuudeksi kuukaudeksi kerrallaan, normaalisti enimmäiskeston ollessa 12 kuukautta. Koronapandemian vuoksi enimmäiskesto on pidennetty väliaikaisesti 18 kuukauteen, jolloin tukea voi saada koko ajaksi, mikäli siihen on koronapandemiasta johtuva syy ja yritys on aloitettu vuonna 2020 starttirahaa hyödyntäen. Tuen jatkohakemus tulee jättää TE-toimistolle ennen edellisen jakson päättymistä. Enimmäiskesto koskeva lakimuutos on voimassa 31.12.2021 asti, eivätkä vuonna 2021 aloittaneet yrittäjät kuulu pidennetyn starttirahakauden piiriin. (TE-palvelut n.d.d.)

Tukea voidaan myöntää sivutoimiyrittäjälle, joka laajentaa yritystoiminnan päätoimiseksi tai henkilölle, joka ryhtyy päätoimiseksi yrittäjäksi esimerkiksi opiskelun tai palkkatyön jälkeen. Myös työtön työnhakija voi saada starttirahaa lähtiesään yrittäjäksi. Ennen tuen myöntämistä TE-toimisto pohtii myös yrittäjäksi haluavan valmiuksia ryhtyä yrittäjäksi, yrityksen mahdollisuuksia kannattavaan toimintaan sekä tuen tarpeellisuutta yrittäjän toimeentulon kannalta. Starttirahaa ei myönnetä, mikäli kyseessä on jokin muu kuin päätoiminen yrittäjäyys, yritystoiminta on aloitettu ennen päätöstä starttirahan myöntämisestä, yritystoiminnan arvioidaan tarjoavan kohtuullista toimeentuloa heti yrityksen alkutaipaleella tai yrittäjäksi haluava saa jo jotain muuta toimeentuloa takaavaa etuutta. (Eisto 2019; TE-palvelut n.d.d)

3.9.2 Palkkatuki

Kun yritystoiminta on lähtenyt käyntiin, saattaa tulla tarve palkata ensimmäinen työntekijä. Vuokatyöyrityksen, toiminimen tai laskutuspalvelun kautta työskentelevät henkilöt ovat tietysti vaihtoehto, mutta oman työntekijän palkkaamiseen kannustaa palkkatuki, jota voi hakea kustannuksia pienentämään. (Accountor 2021a.) Myös palkkatukea haetaan TE-toimistosta, ja se on tarkoitettu sellaisten

työttömien työnhakijoiden työllistämiseksi, joilla on puutteita ammatillisessa osaamisessa, työnhakijalla on vamma tai sairaus mikä hankaloittaa työntekoa tai työnhakija on yli 60-vuotias ja ollut työttömänä vähintään vuoden. Tuki maksetaan työnantajalle ja on veronalaista tuloa. (TE-palvelut n.d.b.; TE-palvelut n.d.c.) Palkkatuen määrä on enimmillään 30–50 % palkkauskustannuksista riippuen palkkatuen myöntämisen syystä, ja tukea voi saada enintään vuoden ajalle (TE-palvelut n.d.a)

Myös oppisopimuskoulutuksella voi löytää ensimmäisen työntekijän yritykseen, ja myös tähän tarkoitukseen saa palkkatukea. Koska oppisopimusten kestot vaihtelevat, niin tekee myös palkkatuki. Tukea voi saada koko jaksolle, jos aiemmin mainitut ehdot täyttyvät. Oppisopimuskoulutuksessa palkkatukiprosentit ovat samat kuin muillakin tuen avulla rekrytoituilla, jos tuki on myönnetty työttömyyden takia, mutta ensimmäisen vuoden jälkeen palkkatukea saa enintään 30 %. Mikäli palkkaamisen taustalla on vamma tai sairaus, tuki voi olla jopa 50 % palkkauskustannuksista koko oppisopimusjakson ajan. (Accountor 2021a.)

3.10 Luvat ja ilmoitukset

Yritystä perustaessa on selvitettävä huolellisesti tarvittavat luvat, ilmoitukset ja rekisteröinnit. Joillakin toimialoilla on erityisiä velvoitteita, nimittäin jotkin ilmoitukset tulee tehdä säännöllisesti tai uusia tietyn ajan kuluttua, mutta kaikki kuitenkin riippuu yrityksen toimialasta. (Suomi.fi n.d.a.) Suomessa on elinkeinovapaus, eli elinkeinon harjoittaminen ei yleensä edellytä viranomaisen lupaa. Jotkin elinkeinot on kuitenkin säädetty luvanvaraisiksi, joten oman alan luvanvaraisuus tulee selvittää aina ennen yrityksen perustamista. (Uusyrittäjäkeskus n.d.b.)

Luvanvaraiset elinkeinot ovat sellaisia, joita on haluttu säännellä laeilla ja valvoa eri viranomaisten toimesta yleisen turvallisuuden takaamiseksi (Norja 2021). Luvilla varmistetaan, että yrittäjät ovat alansa ammattilaisia ja suorittaneet tarvittavat pätevyudet. Tiettyjen toimialojen yrittäjiä sekä yrityksiä myös valvotaan jatkuvasti palvelun tai tuotteiden laadun sekä turvallisuuden varmistamiseksi. Luvanvaraisia elinkeinoja ovat muun muassa lähes kaikki terveydenhuollon toimialat, ajoneuvon katsastus ja korjaus, alkoholin anniskelu ja myynti, asianajopalvelut,

vartiointipalvelut ja niin edelleen. Oman toimialan luvanvaraisuus kannattaa tarkistaa Suomi.fi-palvelusta (Koskinen 2017; Norja 2021).

Luvanvaraista elinkeinoa harjoittaakseen on saatava lupa yritystoimintaan ja ilmoitettava myönnetystä luvasta kaupparekisteriin – ilman lupaa ei luvanvaraista elinkeinotoimintaa voi harjoittaa. (Koskinen 2017.) Kun luvat hakee jo ennen yrityksen perustamista, menee tieto myönnetyistä luvista kaupparekisteriin ilmaiseksi perustamisilmoituksen liitteenä. Jos luvan hakee vasta yrityksen perustamisen jälkeen, tulee ne lisätä jälkikäteen kaupparekisteriin, mistä koituu lisämaksuja. (Norja 2021.) Lupien hakeminen on usein maksullista, ja niitä myöntävät eri viranomaiset toimialasta riippuen. Joillakin aloilla saatetaan vaatia usean eri viranomaisen lupa, sillä esimerkiksi ravintolatoiminnassa tarvitaan muun muassa hygienia- ja anniskelupassi, alkoholin anniskelulupa sekä ilmoitukset pelastuslaitokselle, terveystarkastajalle ja rakennusvalvontaan. (Uusyrittäjäkeskus n.d.b)

Ilmoituksenvaraisessa elinkeinotoiminnassa tulee tehdä viranomaisille ilmoitus elinkeinotoiminnan aloittamisesta, vaikka varsinaista lupaa siihen ei vaadittaisikaan. Ilmoitusvelvollisuus on muun muassa lääkäreillä, fysioterapeuteilla, kiinteistönvälittäjillä, kauneudenhoitoalalla sekä matkailu- ja ravintola-alalla. (Koskinen 2017.)

Jokaisen yrittäjän on otettava huomioon myös immateriaalioikeudet (Immaterial Property Rights, IPR). Jos yritystoiminnassa käytetään tekijänoikeuden suojamaa aineistoa, eli soitetaan esimerkiksi taustamusiikkia asiakastiloissa, tarvitaan siihen asianmukainen lupa, jonka tarve perustuu tekijänoikeuslakiin. (Suomen Yrittäjät n.d.b.) Luvan saaminen edellyttää yleensä käytännössä tietyn maksun suorittamista oikeudenhaltijalle (Koskinen 2017).

3.11 Ilmoitus kaupparekisteriin ja verottajalle

Perustamisilmoituksessa ilmoitetaan yrityksen nimi, aputoiminimet, kotipaikka, rekisteröinti, yhteystiedot, päätoimiala sekä tilikausi. Yhteystietoja täyttäessä kannattaa pitää mielessä, että tiedot ovat julkisia, eli esimerkiksi puhelinnumeroa

tai sähköpostia ei kannata ilmoitukseen syöttää, ellei halua jatkuvia yhteydenottoja erilaisilta myyjiltä. Täten yhteystietoihin onkin suositeltavaa laittaa vain postiosoite. Lomakkeella on erikseen lisätietojen antaja -kohta, johon voi laittaa myös tarkempia tietoja, sillä tämän kohdan tiedot päätyvät vain viranomaisten käyttöön. Tilikausi on yleisimmin kalenterivuosi, sillä myös verottaja toimii kalenterivuoden mukaisesti. (Rihtamo 2019.)

Perustamisilmoituksen yhteydessä voi hakeutua Verohallinnon ylläpitämiin rekistereihin (Verohallinto 2021a). Esimerkiksi kaupparekisteri on virallinen ja julkinen rekisteri Suomen yrityksistä (Heinämaa 2020). Muista rekistereistä poiketen kaupparekisteriin rekisteröityminen on maksullista, ja hinta vaihtelee yritysmuodosta riippuen, kuten yritysmuotoja käsittelevässä kappaleessa 2.3 todettiin. (Suomi.fi 2021c). Useimmiten kaupparekisteriin liittyminen on pakollista, mutta poikkeuksen tekevät toiminimiyrittäjät, jotka eivät harjoita luvanvaraista toimintaa, palkkaa työntekijöitä tai tarvitse erillistä liiketilaa. Kaikkien toiminimiyrittäjienkin on kuitenkin suositeltavaa liittyä kaupparekisteriin tiettyjen etujen, kuten yrityksen nimen suojauksen sekä rekisterin tuoman uskottavuuden saamiseksi. (Heinämaa 2020.)

Ennakonperintärekisteriin kuulumisen puolestaan kertoo, että yritys on hoitanut verovelvoitteen eli sille kuuluvat verot oikein ja ajallaan. Verohallinto voi siis poistaa yrityksen rekisteristä, jos laiminlyö verojen maksua tai toimii vilpillisesti ilmoituksissa. Ennakonperintärekisteriin kuulumisen on myös kotitalousvähennyksen edellytys, ja rekisteriin kuuluessa ei asiakkaan tarvitse toimittaa ennakonpidätystä, vaan tällöin yrittäjä hoitaa verojen maksun ennakoveroina eli tuloveroina. (Verohallinto 2021b.)

Myös arvonlisäverorekisteriin on liityttävä, jos liikevaihto ylittää 15 000 euroa (Verohallinto 2021b). Tämä tarkoittaa sitä, että alle 15 000 euron vuosittaisesta liikevaihtoa tekevä yrittäjä voi laskuttaa asiakasta ilman arvonlisäveroa. Yli 15 000 euron vuosittaisella liikevaihdolla tulee kuitenkin olla alv-rekisterissä, mutta alle 30 000 euron liikevaihdolla on oikeutettu arvonlisäveron alarajahuojennukseen, jolloin y-tunnuksella varustettu yrittäjä saa puolet maksetuista arvonlisäveroista takaisin. (Accountor 2021b.) Arvonlisäverorekisteriin kuuluessa voi liiketoimintaa varten tehdyistä hankinnoista vähentää arvonlisäveron (Verohallinto 2021b).

Työnantajarekisteriin puolestaan tulee ilmoittautua, jos toimii säännöllisenä työnantajana. Yritys ei ole säännöllinen työnantaja, jos palveluksessa on vain yksi työntekijä tai enintään viisi työntekijää, joiden työsuhte kestää alle kalenterivuoden. (Verohallinto 2021a.)

3.12 Vakuutukset ja työttömyysturva

Yrittäjän on huolehdittava eläkevakuutuksen sekä muiden yritystoimintansa vaatimien vakuutusten ottamisesta (Koskinen 2017). Pakollinen vakuutus itsensä työllistäjälle on yrittäjän eläkevakuutus eli YEL-vakuutus, jonka ennakonpidätysprosenttiin sisältyy myös sairausvakuutusmaksu, joten sitä ei tarvitse erikseen maksaa. Vakuutusmaksu maksetaan veron mukana verottajalle. Työeläkevakuutus turvaa toimeentulon työttömyyden, ikääntymisen ja liiketoiminnan vähentyessä tai päättyessä sairauden takia. Joillakin aloilla on YEL-vakuutuksen lisäksi muita pakollisia vakuutuksia. (Kaasinen 2021) Mikäli yrittäjä toimii työnantajana, on pakollisena myös työntekijän eläkevakuutus eli TyEL-vakuutus sekä työtapa-turvavakuutus (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma 2021).

Pakollisissa vakuutuksissa korvaukset ovat yleensä elinikäisiä, kun taas vapaaehtoisissa korvaus maksetaan usein kertaluontoisesti tai korvausaika on lyhyt. Vapaaehtoiset vakuutukset täydentävät lakisääteistä turvaa, ja niillä voi suojata joko yritystä tai itseään erilaisilta riskeiltä. (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma 2021.) Kaasinen (2021) listaa vapaaehtoisia vakuutuksia olevan henkilö-vakuutukset niin yrittäjälle kuin työntekijöille, vastuuvakuutus, omaisuusvakuutus, oikeusturvavakuutus kuin keskeytysvakuutuskin. Holopainen Erkki (2021) suosittelee yrittäjän tapaturmavakuutusta, koska yrittäjälle sattunut tapaturma voi laittaa yritystoiminnan tauolle. Jos sattuneen tapaturman takia joutuu sairauslomalle, saa suurempaa päivärahaa kuin YEL:in perusteella maksettava päiväraha, tai jos käy erittäin huonosti eikä töihin voi enää palata, saa tapaturmaeläkettä (Holopainen, E. 2021).

Holopainen Erkki (2021) suosittelee myös yrityksen vastuu- ja oikeusturvavakuutusta. Vastuuvakuutus korvaa toiselle tapahtuneen vahingon, ja vastuuvakuu-

tuksen edellyttäminen asiakkaan toimesta onkin yleistä esimerkiksi rakennusalalla, koska tällöin vahingon sattuessa yritys pystyy vastaamaan aiheuttamiinsa vahingoista. Oikeusturvavakuutus puolestaan tukee riita- ja rikostilanteissa, jolloin vakuutus korvaa asianajo- ja oikeudenkäyntikuluja. (Holopainen, E. 2021.)

Riskien minimoimiseksi on hyvä liittyä myös yrittäjille suunnattuun työttömyyskassaan heti kun YEL-työtulot ylittävät määritellyn alarajan, joka vuonna 2022 on 13 573 euroa. Työttömäksi jäädessä YEL-työtulo ratkaisee kassasta saatavan ansiopäivärahan suuruuden. Kassaan kuuluminen ei kuitenkaan ole pakollista, työttömyysetuutta saa myös Kelasta. (Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen 2022.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa käydään läpi työn empiirinen osa. Aluksi tarkastellaan tutkimusmenetelmän valintaa sekä kyselylomakkeen luontia ja tutkimuksen toteutustapaa, minkä jälkeen analysoidaan tutkimustuloksia. Tutkimustulosten analysoinnin tueksi on luotu kuvioita, jotka havainnollistava saatuja lukuja.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Kun tutkimusongelma on ilmennyt, päätetään sen pohjalta tutkimusprosessin tutkimusote eli lähestymistapa, jolla työ kirjoitetaan. Tutkimusotteen perusjaottelu menee laadullisen eli kvalitatiivisen sekä määrällisen eli kvantitatiivisen jaon mukaan. Valinta on perusteltava, jolloin kirjoittaja osoittaa hallitsevansa tutkimusprosessin vaiheet. (Kananen 2015, 66–67.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa otanta on pieni, ja sen avulla pyritään ymmärtämään tutkimuskohteiden käyttäytymisen ja päätösten syitä esimerkiksi haastatteluja käyttämällä. Kvantitatiivista tutkimusta voidaan puolestaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi, jolla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, ja sillä saadaan usein kartoitettua nykytilanne. Se edellyttää riittävän suurta otosta yleistämisen vuoksi, ja tutkimus toteutetaan useimmiten kyselynä, jota on helppo jakaa otokseen kuululle. (Heikkilä 2017, 15, 17.)

Tämä tutkimus on toteutettu määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena, koska tarkoituksena on selvittää yleisimpiä yrittäjyydestä haaveilevien kokemia haasteita ja esteitä yrittäjäksi lähtemisessä. Pyrkimyksenä on siis selvittää, mitkä ovat yleisimpiä pelkoja asiaan liittyen, eikä niinkään paneutua syihin näiden pelkojen takana. Osin päätökseen vaikutti myös toimeksiantajayritys, nimittäin laadullisen tutkimuksen tuoma lisäarvo olisi jäänyt minimaaliseksi heiltä jo löytyvän tiedon takia.

Kananen (2015, 199) kertoo teoreettisen osan ohjaavan empiiristä osaa. Teoreettisena viitekehyksenä voidaan pitää aineistoa, joka on jo aiemmin tutkittavan asian tiimoilta kirjoitettu. Viitekehystä kirjoittaessa on siis perehdyttävä laajasti aiempiin tietolähteisiin, ja aiempia tutkimustuloksia kannattaakin hyödyntää myös

omien tutkimustuloksien tukena, se nimittäin lisää tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. (Kananen, 199–200.) Luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä, validiteetilla ja reliabiliteetilla. Validiteetti kuvaa sitä, onko tutkimuksessa onnistuttu mittaamaan sitä mitä oli tarkoituskin mitata. Validiteetti varmistetaan huolellisella suunnittelulla ja tiedonkeruulla. Kyselytutkimuksissa tähän vaikuttaa onnistuneiden kysymysten määrittäminen, eli voidaanko näiden kysymysten avulla saada tutkimusongelma ratkaistua. Reliabiliteetilla puolestaan mitataan kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, eli reliabiliteettia voidaan mitata toistettavilla tutkimuksilla, ja jos tulokset ovat samankaltaisia, ovat tulokset reliaabeleja. Luotettavuuden kannalta on tärkeää, että otos on tarpeeksi suuri ja edustava, vastauksia on paljon ja kysymykset kattavat kokonaisuudessaan tutkimusongelman asioita. (Heikkilä 2017, 27, 176–178.)

4.2 Kyselylomakkeen luonti ja toteutus

Kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja suunnitellessa on tiedettävä mihin ongelmaan halutaan vastauksia ja kuinka tarkkoja vastausten tulisi olla, nimittäin samaa asiaa voidaan kysyä monella eri tavalla ja eri tarkkuudella. (Heikkilä 2017, 45). Kysymystyyppejä on kaksi: avoin ja suljettu eli strukturoitu kysymys. Avoimessa kysymyksessä ei ole vastausvaihtoehtoja, vaan vastaaja voi vapaasti kirjoittaa haluamansa vastauksen. Strukturoiduissa kysymyksissä puolestaan on vastausvaihtoehdot, ja vastaaja valitsee niistä sopivimman. (Kananen 2015, 203–204.) Heikkilä (2017, 49) lisää vielä strukturoidun kysymyksen olevan dikotominen, jos vastausvaihtoehtoja on vain kaksi, kun taas monivalintakysymys on kyseessä silloin, kun vastaaja voi valita useita vaihtoehtoja. Sekamuotoisissa kysymyksissä on yhdistetty edellä mainitut kaksi kysymystyyppiä, jolloin useimpien vastausvaihtoehtoihin lisätään myös *Muu, mikä?* Tällöin vastaajalla on mahdollisuus vastata jotakin vastausvaihtoehtojen ulkopuolelta. (Heikkilä 2017, 50.)

Tämä kyselytutkimus tehtiin Tampereen ammattikorkeakoulun E-lomakejärjestelmällä, koska sieltä vastaukset oli mahdollista siirtää suoraan IBM SPSS statistics 28 -ohjelmaan, jolloin käsittelyvirheiden mahdollisuutta saatiin pienennettyä. Lomakkeen kysymykset muodostettiin teoreettisen osan pohjalta. Kyselylomake si-

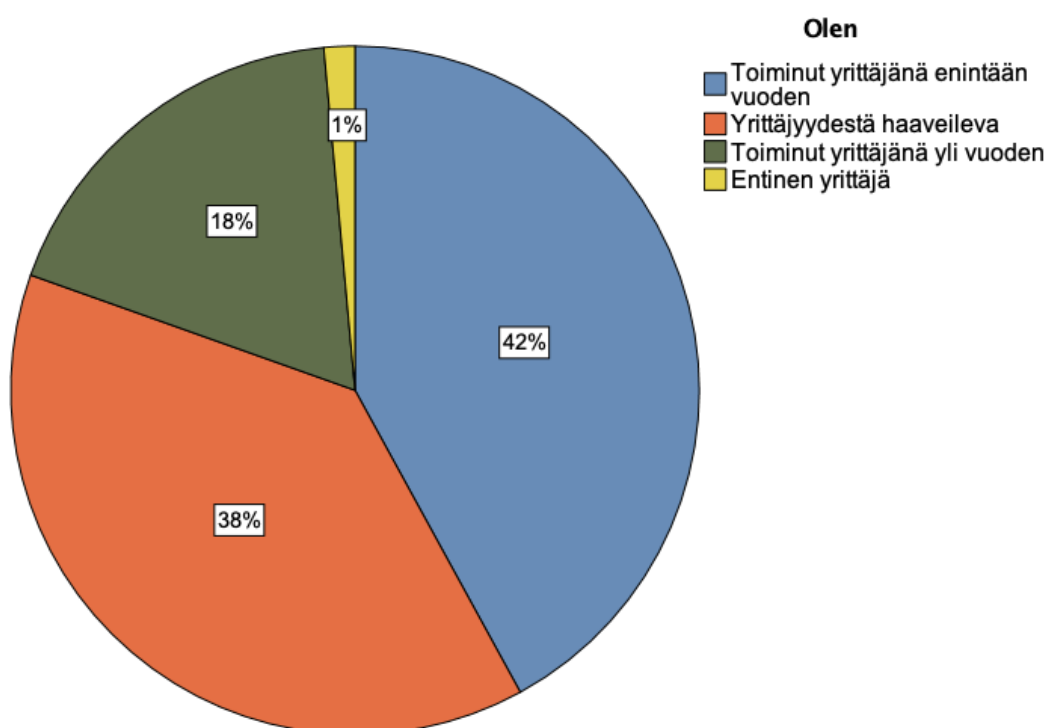
sälsi enimmäkseen sekamuotoisia kysymyksiä, mutta myös strukturoituja monivalintakysymyksiä. Sekamuotoisia kysymyksiä oli paljon, koska yrittäjyys on laaja aihe, ja osin syiden ymmärtäminenkin tuli kyseeseen. Kysely oli jaettu neljään osaan liitteen 1 mukaisesti. Ensimmäisessä osassa kartoitettiin vastaajan taustatietoja, toisessa osassa puolestaan selvitettiin vastaajien kokemia haasteita yrittäjyyden alkutaipaleella, ja kolmannessa osassa selvitettiin vastaajien mielenkiintoa kehittää itseään hyödyntäen maksullisia kursseja. Neljännessä osiossa oli yksi avoin kysymys, jossa pyydettiin palautetta kyselystä tai vaihtoehtoisesti sai kertoa omia ajatuksia yrittäjyydestä ja kannustaa yrittäjäksi aikovia.

Haasteita koskeva ensimmäinen monivalintakysymyskokonaisuus oli toteutettu käyttäen Likertin 5-portaista järjestysasteikkoa. Likertin asteikko on yleisesti käytetty asenneasteikko, jossa vastausääripäinä toimivat useimmiten ”täysin samaa mieltä” sekä ”täysin eri mieltä”. (Heikkilä 2017, 51.) Vastausvaihtoehtona oli myös ”en osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa”, koska yrittäjyydestä haaveilevat eivät välttämättä olleet ottaneet vielä askeleita kohti yrittäjyyttä. Tiedossa kuitenkin oli myös Heikkilän (2017, 49) huomioima haitta tällaisessa vastausvaihtoehdossa, nimittäin vaihtoehto ”en osaa sanoa” voi houkuttaa, jos vastaaja ei jaksaa miettiä asiaa tai haluaa päästä nopeasti kyselystä eroon. Kyselylomakkeen joitakin kysymyksiä oli selkeytetty sulkeilla liitteen 1 mukaisesti, ja yksityiskohtaisempi läpikäynti löytyy tämän työn teoriaosuudesta.

Kyselyä jaettiin monipuolisesti eri verkkokanavissa, jotta kysely tavoittaisi mahdollisimman laajan otannan ympäri Suomea. Kyselyyn haluttiin vastauksia yrittäjyydestä haaveilevilta sekä enintään vuoden verran yrittäneiltä. Kyselyä levitettiin kahdessatoista yrittäjille suunnatussa Facebook-ryhmässä, muutamissa eri koulutuskanavissa sekä omissa ja toimeksiantajan sosiaalisen median kanavissa. Facebook-ryhmissä julkaisemiseen oli aina pyydetty lupa ylläpidolta. Suurin ryhmä oli Naisyrittäjät, johon kuuluu 63 tuhatta jäsentä. Kyselyn kohderyhmä osoittautui haastavaksi saavuttaa, ja vastauksia tuli lopulta 138 kappaletta. Kyselyn levittämisen mahdollisuutta kysyttiin myös muutamilta suurilta kohderyhmän kanssa toimivilta yrityksiltä ja yhdistyksiltä, mutta tuloksetta.

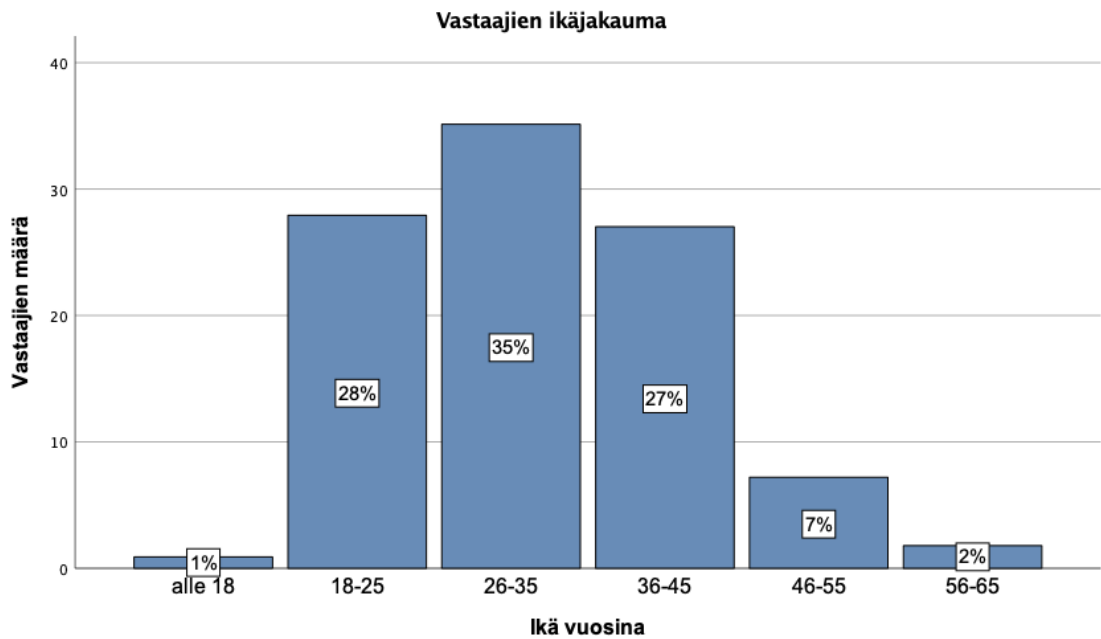
4.3 Vastaajien taustatiedot

Ensimmäisessä kyselylomakkeen vaiheessa kysyttiin vastaajien taustatietoja, koska helpot kysymykset alussa herättävät mielenkiintoa kyselyä kohtaan. (Heikkilä 2017, 47.) Ensimmäisenä kartoitettiin vastaajien yrittäjäkokemusta. Kuvio 3 voidaan huomata, että vajaa viidennes (18 %) kyselyyn vastanneista eivät olleet kohderyhmää, eikä täten heidän vastauksiansa huomioida tulosten analysoinnissa. Positiivista oli, että yrittäjyydestä haaveilevia sekä enintään vuoden verran yrittäneitä oli lähes saman verran (42 % ja 38 %).



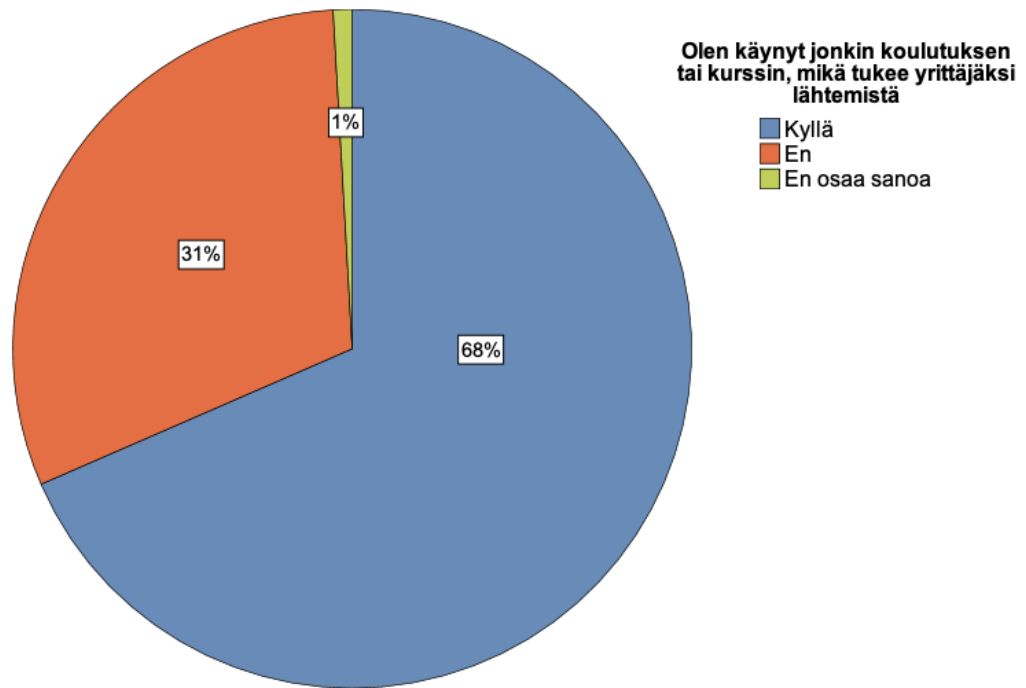
KUVIO 3. Vastaajien yrittäjäkokemus (N=138)

Kun vastauksissa huomioidaan vain kyselyn kohderyhmään kuuluvat, on vastaajia yhteensä 111. Kuvion 4 mukaan näistä reilu kolmannes (35 %) oli iältään 26–35-vuotiaita, ja kaikkinsa yli puolet (64 %) vastaajista oli alle 35-vuotiaita. Vain vajaa kymmenes (9 %) vastaajista oli yli 46-vuotiaita, eikä yli 65-vuotiaita vastaajia ollut yhtäkään, vaikka myös heidän ikäryhmällensä oli oma vastausvaihtoehto.



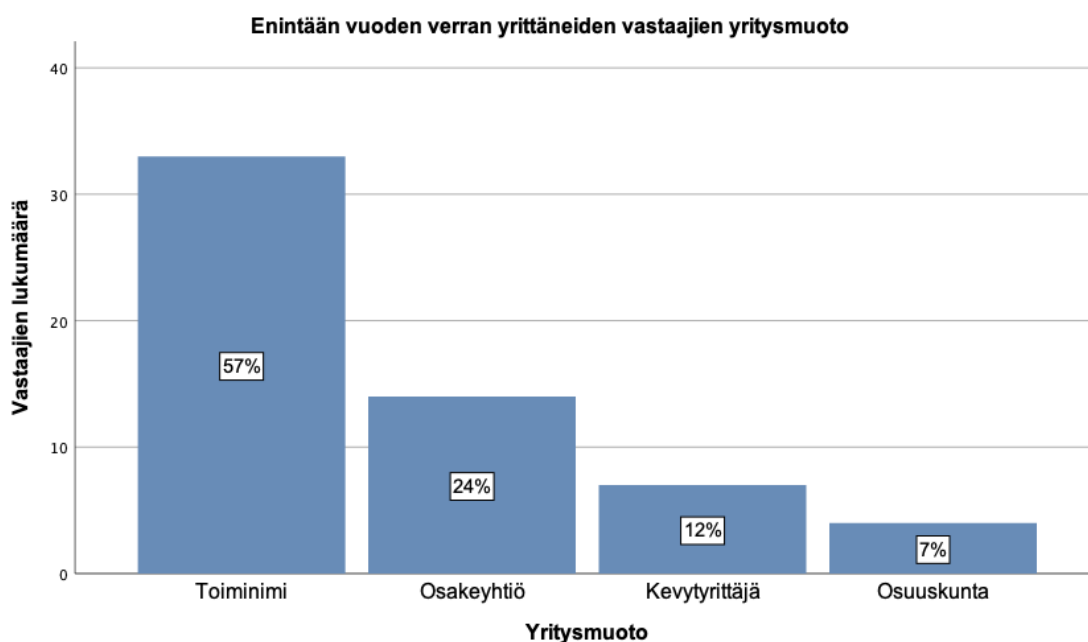
KUVIO 4. Vastaajien ikäjakauma (N=111)

Seuraavana kyselyssä kartoitettiin mahdollista yrittäjyyttä tukevaa koulutustautustaa. Kuvion 5 mukaisesti suurimmalla osalla (68 %) vastaajista oli käytynä jokin tällainen koulutus tai kurssi, kun taas noin kolmannes (31 %) vastaajista ei ainakaan toistaiseksi ollut kouluttautunut yrittäjyyttä tukevalla tavalla. Kuten kappaleessa 3.3. todettiin, ei koulutus tarkoita automaattisesti korkeakoulua, vaan myös yrittäjille suunnatut kurssit ovat merkittäviä oman ammattitaidon lisäämiseksi (Sekki & Niemi 2016, 30–31), ja siksi myös kurssit ovat sisällytettyinä tähän kysymykseen.



KUVIO 5. Vastaajien yrittäjyyttä tukeva koulutustausta (N=111)

Kuvio 6 puolestaan osoittaa jo yrittäjäksi lähteneiden, mutta enintään vuoden verran yrittäneiden vastaajien yritysmuodot. Yli puolet (57 %) vastaajista olivat toimimiyrittäjiä, kun taas joka neljännellä (24 %) oli osakeyhtiö. Kevytyrittäjiä oli reilu kymmenes (12 %) vastaajista, mikä osoittaa kevytyrittäjyyden olevan varteenotettava vaihtoehto yrittäjyydestä haaveileville. Tätä tukee myös Kevytyrittäjyys-kyselyn (2021) tulos, joka kertoo yli 1000 kevytyrittäjästä jopa kolmanneksen (31 %) olevan melko uusia, eli alle puoli vuotta kevytyrittäjänä toimineita. Vastauksista pienin osuus (7 %) tuli osuuskuntaan kuuluvilta. Kysely ei tavoittanut yhtäkään yrittäjää kommandiittiyhtiöstä eikä avoimesta yhtiöstä.



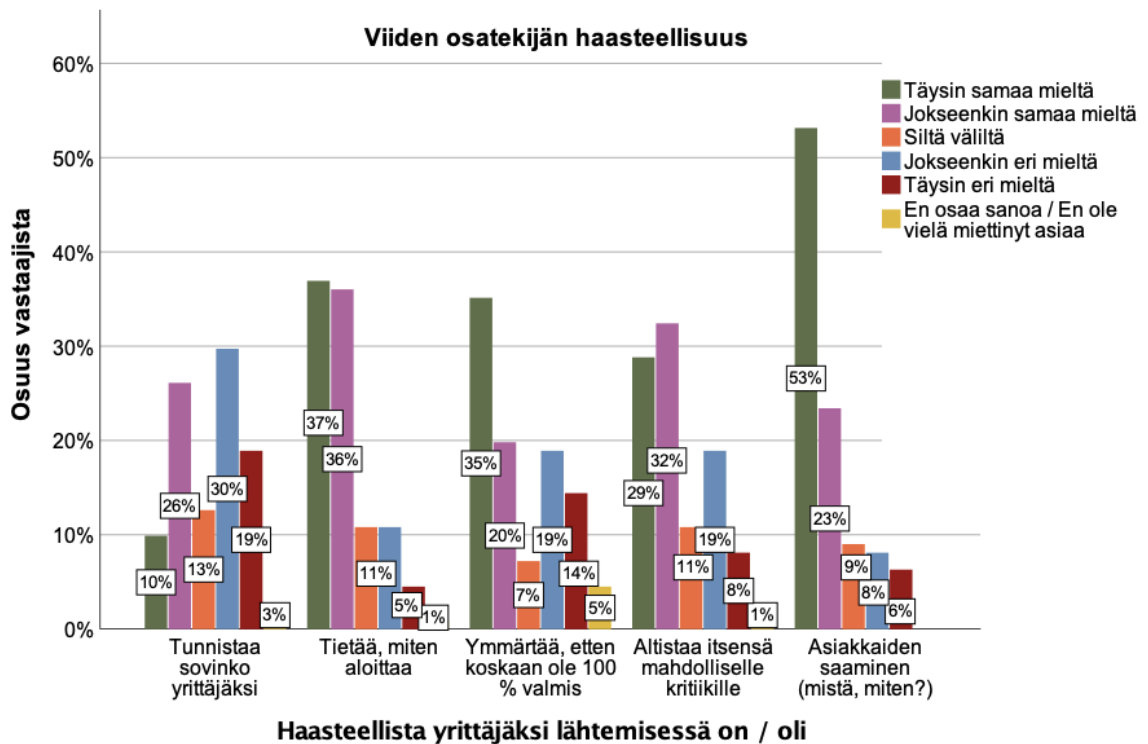
KUVIO 6. Enintään vuoden verran yrittäneiden vastaajien yritysmuoto (N=58)

4.4 Koetut haasteet

Kyselyn toisessa osassa selvitettiin haasteita yrittäjyyden alkutaipaleella. Osa aloitettiin Likertin asteikkoa hyödyntäen 25 väitteen kokonaisuudella. Kaikissa väittämissä oli sama vastausasteikko, joten useampia väitteitä on yhdistetty seuraaviin kuvioihin. Kuvioista 7 voidaan heti huomata vastaajien kokeneen asiakkaiden hankinnan kaikista hankalimmaksi asiaksi. Täysin samaa mieltä väitteen kanssa oli jopa yli puolet (53 %) kaikista vastaajista, ja noin joka neljäs (23 %) oli jokseenkin samaa mieltä, eli kaikkina neljä viidesosaa (76 %) vastaajista piti asiakashankintaa haastavana. Eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä oli vain joka seitsemäs (14 %).

Kahden prosenttiyksikön kokonaiserolla toiseksi haastavimmaksi asiaksi osoitettiin tiedon puute yritystoiminnan aloittamisesta. Tämän väitteen kanssa täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä oli selvä enemmistö (73 %) vastaajista. Vain noin joka viides (15 %) koki tietotason olevan tai olleen riittävä yrityksen perustamiseen, koska olivat asiasta jokseenkin tai täysin eri mieltä.

Kolme viidesosaa (61 %) koki itsensä altistamisen kritiikille vaikeaksi, kun taas joka kolmannes vastaajista (27 %) ei kokenut kritiikkiä ongelmalliseksi. Kuten kappaleessa 3.5. todettiin, ei kritiikiltä voi välttyä, joten sen saamiseen kannattaa jo asennoitua ja nähdä kritiikit ennemminkin mahdollisuutena. Joka kymmenes (11 %) vastaaja jäi vastausvaihtoehtojen väliin, ja on ilmeisesti tietoinen tulevasta kritiikistä, mutta sen saaminen ei herätä erityisiä tunteita.



KUVIO 7. Vastaajien kokema haasteellisuus viiden osatekijän osalta (N=111)

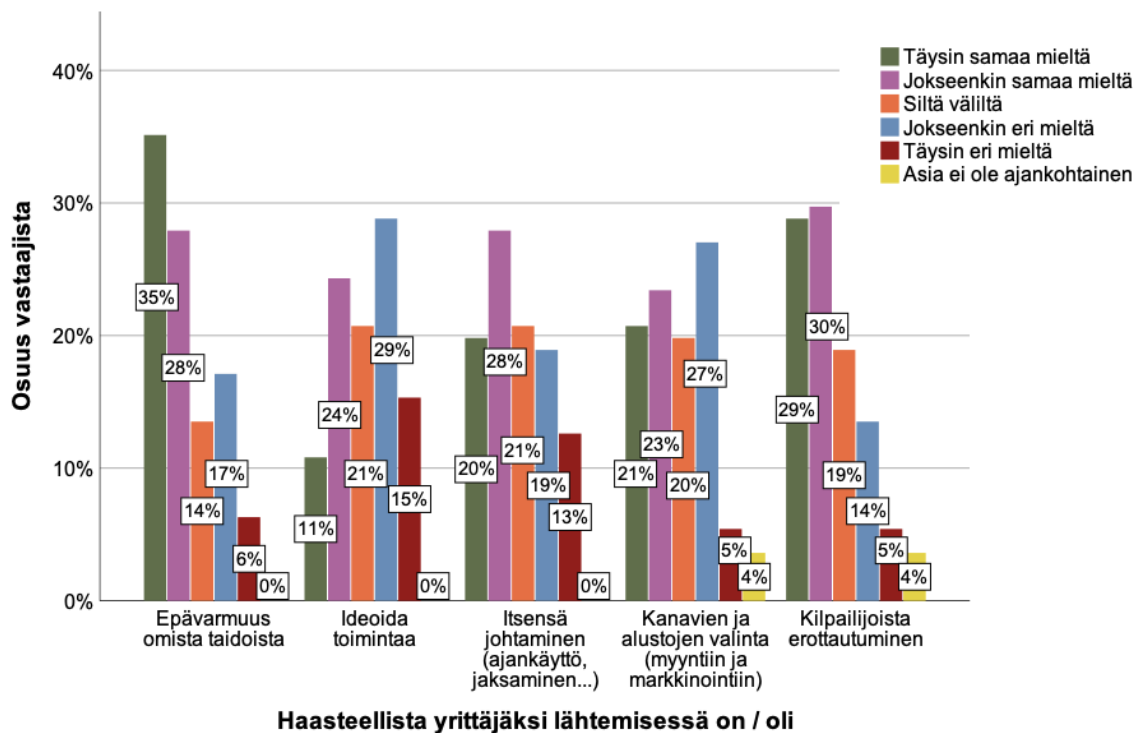
Yrityksen aloittamiseen liittyvä väite keskeneräisyyden hyväksymisestä on myös ollut samaistuttava, sillä myös sen kanssa jokseenkin tai täysin samaa mieltä on ollut yli puolet (55 %) vastaajista, mutta kuitenkin samaan aikaan kolmannes (33 %) vastaajista ei ole kokenut asiaa ongelmalliseksi. Tämä väite keräsi myös kuviossa 7 esiintyvistä osatekijöistä eniten (5 %) *en osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa* -vastauksia. Kaikki eivät välttämättä ole miettineet asiaa tältä kantilta, tai yrittäjyydestä haaveilevat ovat saattaneet jäädä suunnitteluvaiheeseen jumiin toimimisen sijaan kuten Rajala (2020) varoitti kolmannessa kappaleessa.

Tasaisimmin vastaukset jakautuivat, kun selvitettiin haasteita tunnistaa vastaajien soveltuvuutta yrittäjiksi. Ääripäävastaukset eivät olleet kovin suosittuja, nimittäin viidennes vastaajista (19 %) oli täysin varmoja soveltuvuudestaan yrittäjäksi,

kun taas joka kymmenes (10 %) koki asian erittäin haastavana. Jokseenkin haasteelliseksi asian koki neljännes (26 %), mutta suurin piirtein sama määrä (30 %) vastaajia koki asian myös jokseenkin helpoksi. Reilu kymmenes vastaajista (13 %) jäi näiden välimaastoon.

Seuraavissa osatekijöissä vastaukset jakoutuivat paljon tasaisemmin. Haastavimmaksi kuviossa 8 erottuu epävarmuus omista taidoista, nimittäin reilu kolmannes (35 %) samaistui epävarmuuteen täysin, ja reilu neljäsosa (28 %) samaistui jokseenkin, eli yhteensä kolme viidesosaa (63 %) vastaajista ei jossakin määrin luottanut taitoihinsa. Joka neljäs (24 %) kuitenkin uskoi täysin tai jokseenkin taitoihinsa. Yli puolet (59 %) vastaajista pitivät myös kilpailijoista erottautumista vaikeana, ja täysin tai jokseenkin eri mieltä oli vain viidennes (19 %) vastaajista.

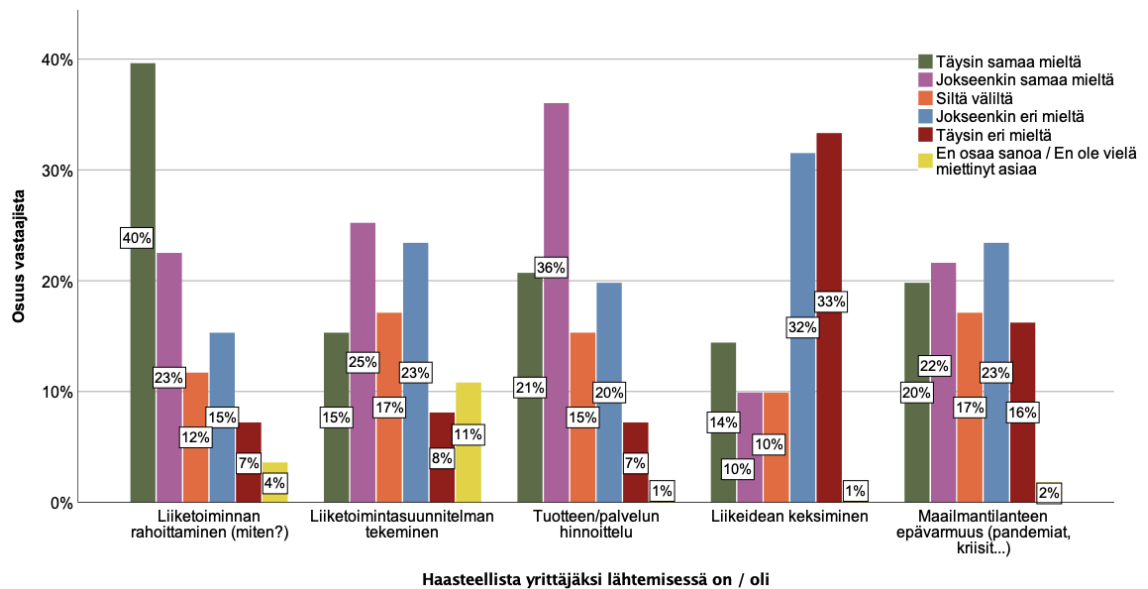
Toiminnan ideoimisen koki helpoksi hieman alle puolet (44 %) vastaajista, kun taas reilu kolmannes (35 %) on kokenut ideointiprosessin haastavaksi. Viidennes (20 %) vastaajista koki ideoinnin neutraaliksi. Toinen hyvin tasaisesti mielipiteitä jakanut väite oli itsensä johtamisen haasteellisuus. Viidesosa vastaajista oli joko täysin samaa mieltä (21 %) tai jokseenkin erimieltä (19 %) asiasta, mutta joka viides (21 %) reagoi myös neutraalisti. Eniten tutkittavat kokivat itsensä johtamisen olevan jokseenkin vaikeaa (28 %), ja vain reilu kymmenes (13 %) koki tämän helpoksi.



KUVIO 8. Vastaajien kokema haasteellisuus viiden osatekijän osalta (N=111)

Myös väite myynti- ja markkinointikanavien valinnan haasteellisuudesta markkinoinnissa jakoi mielipiteitä hyvinkin tasaisesti. Suurin osa (27 %) vastasi olevansa jokseenkin eri mieltä, mutta vain neljän prosenttiyksikön erolla toiseksi suurin (23 %) äänijakauma meni jokseenkin samaa mieltä olleille. Joka viidennes puolestaan oli täysin samaa mieltä (21 %) tai koki asian neutraalisti (20 %). Ainoastaan pieni osa (5 %) koki kanavavalinnat helpoiksi. Täten haastavaksi tai edes osin haastavaksi kanavien valinnan koki lähes puolet (44 %). Kappaleessa 3.7. todettiin myös kanavavaihtoehtoja olevan valtavasti ja käytiin läpi oman asiakasryhmän tuntemisen merkitystä kanavavalinnoissa.

Kuviossa 9 vähiten samaistuttava väite oli liikeidean keksimisen vaikeus, nimittäin jopa kaksi kolmasosaa (65 %) sanoi sen olleen edes jokseenkin helppoa, ja vain joka neljäs (24 %) vastaajista on kokenut sen kanssa jonkinlaisia haasteita. Liikeidean puuttuminen on kuitenkin pahimmillaan este yrittäjäksi lähtemisessä, ja siksi sen keksimistä ja vaihtoehtoisia keinoja on käsitelty kappaleessa 3.2.



KUVIO 9. Vastaajien kokema haasteellisuus viiden osatekijän osalta (N=111)

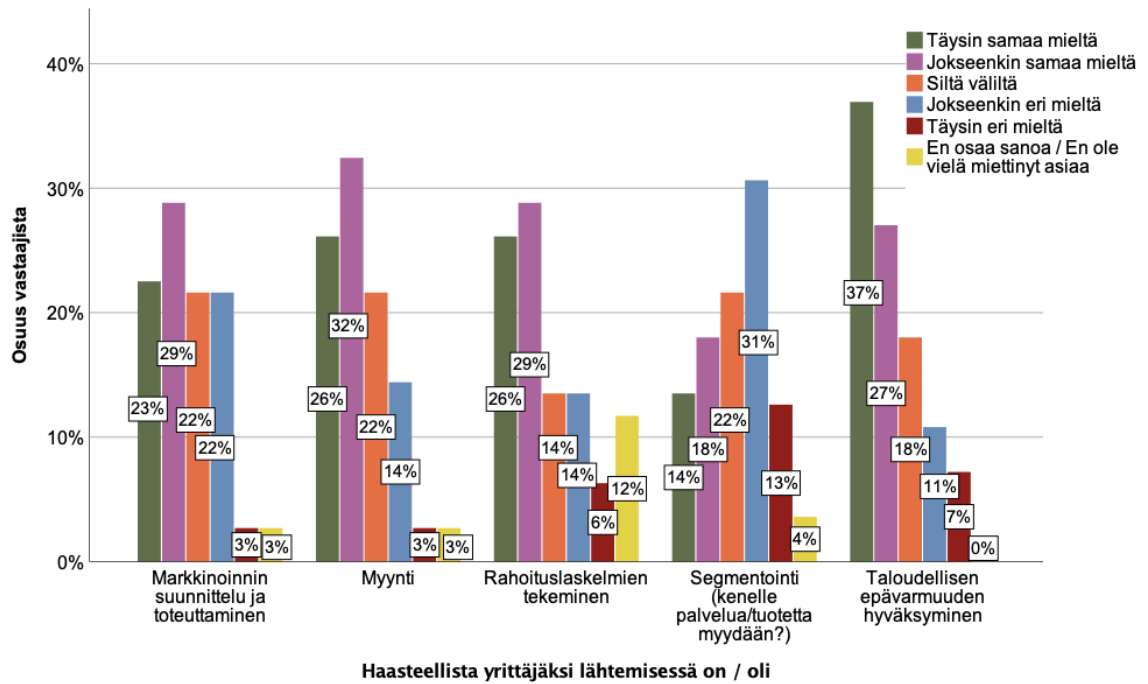
Liikeideasta päästään sujuvasti seuraavaan väittämään, joka koski liiketoimintasuunnitelman tekemistä, ja onpa tämän opinnäytetyön runkokin tehty pitkälti tukemaan liiketoimintasuunnitelman tekoa. Tämä väite keräsi eniten *en osaa sanoa tai en ole vielä miettinyt asiaa* -vastauksia (11 %). Noin neljännes (25 %) oli kokenut liiketoimintasuunnitelman tekemisen jokseenkin haastavaksi, mutta miltei sama määrä vastaajia (23 %) oli ollut myös jokseenkin eri mieltä asiasta. Haastavaksi liiketoimintasuunnitelman teon koki reilu kymmenes (15 %), kun taas helpoksi alta kymmenes (8 %). Mikäli suunnitelman teko tuntuu haastavalta, on apua tarjolla kattavasti eri palveluissa, kuten kappaleessa 3.1. kävi ilmi.

Kaikkein tasaisimmin äännet jakautuivat maailmantilanteen epävarmuuden kohdalla. Kysymys oli hyvinkin ajankohtainen, koska maailmalla oli jo jonkin aikaa pyörinyt pandemia, joka myös Suomessa laittoi monia yrittäjiä lopettamaan toimintansa tai keksimään uusia tapoja toteuttaa liiketoimintaa. Neljä viidesosaa (81 %) vastauksista jakautui tasaisesti samaa mieltä (20 %), jokseenkin samaa mieltä (22 %), jokseenkin eri mieltä (23 %) ja täysin eri mieltä (16 %) vastanneiden kesken. Loppu viidesosa (19 %) jakaantui siltä väliltä (17 %) ja en osaa sanoa tai en ole vielä miettinyt asiaa (2 %) vastauksiin. Kolmen prosenttiyksikön erolla vastaajista suurin osa (44 %) kallistui täysin tai jokseenkin samaa mieltä -väittämiin, eli kokivat maailmantilanteen epävarmuuden jossakin määrin haasteelliseksi.

Tuotteen tai palvelun hinnoittelu puolestaan jakoi taas ääniä, nimittäin yli puolet (57 %) sanoivat sen olleen vaikeaa. Jokseenkin eri mieltä väitteen kanssa oli viidennes (20 %) vastaajista, ja helpoksi hinnoittelun koki vain alle kymmenes (7 %). Haastavimmaksi osoittautui liiketoiminnan rahoittaminen, nimittäin kaksi viidesosaa (40 %) oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, ja neljännes (23 %) jonkin verran samaa mieltä, eli yhteensä jopa reilut kolme viidesosaa (63 %) ovat kamppailleet rahoituksen kanssa. Vaikuttaisi siltä, että rahoitusvaihtoehtoja ja -esimerkkejä voisi olla esillä enemmän, nimittäin vain reilu viidennes (22 %) oli väitteen kanssa edes jonkin verran eri mieltä.

Kun kuviossa 8 vajaa kaksi kolmasosaa (63 %) olivat kokeneet rahoituksen haastavaksi, on myös kuviossa 10 esiintyvä väite rahoituslaskelmien haasteellisuudesta ollut hyvinkin samaistuttava yli puolelle (55 %) vastaajista. Vähemmän vaikeaksi rahoituslaskelmien teon oli kokenut vain viidennes (19 %) vastaajista, ja kantaansa ei osannut sanoa noin kymmenes (12 %) vastaajista.

Kaikkein haastavimmaksi kuviossa 9 osoittautui kuitenkin taloudellisen epävarmuuden hyväksyminen, mikä lähes väistämättä on edessä uudella yrittäjällä. Jopa reilu kolmannes (37 %) vastaajista oli täysin samaa mieltä väitteen kanssa, ja kaikkienensa yli kolme viidesosaa (64 %) pitää taloudellisen epävarmuuden hyväksymistä jollakin tasolla vaikeana. Viidennes (18 %) koki asian neutraaliksi, ja sama määrä (18 %) koki tämän olevan helppoa.



KUVIO 10. Vastaajien kokemus haasteellisuus viiden osatekijän osalta (N=111)

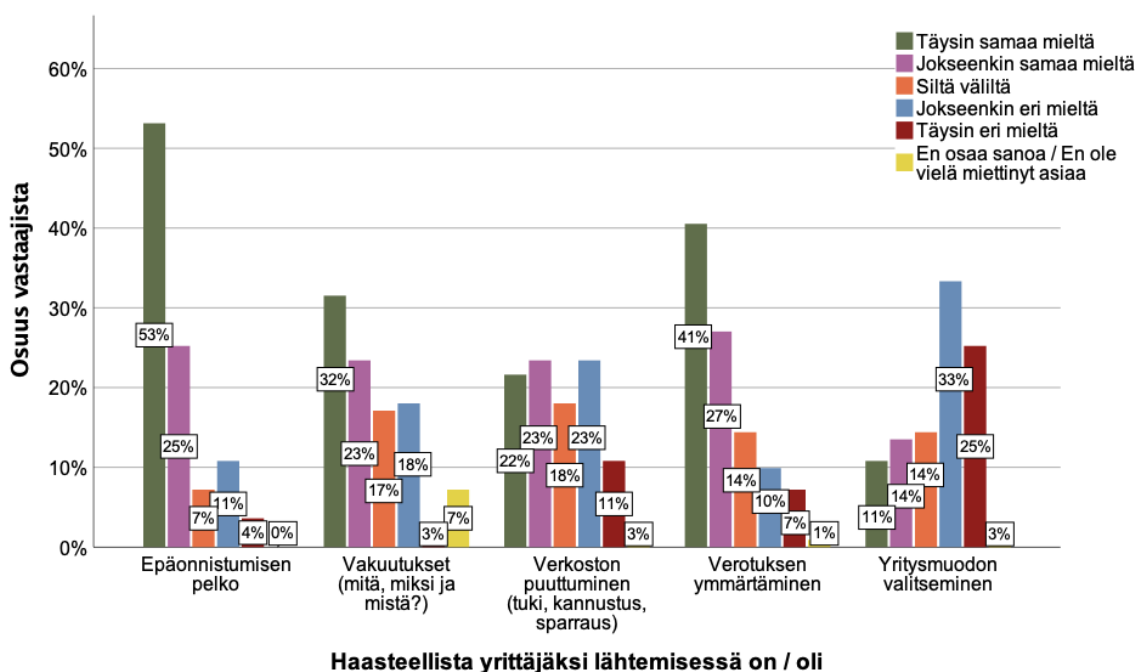
Myös myynti osoittautui hankalaksi, nimittäin hieman alta kolme viidesosaa (58 %) sanoi sen olevan haastavaa (26 %) tai jokseenkin haastavaa (32 %). Jokseenkin eri mieltä asiasta oli reilu kymmenes (14 %), mutta helpoksi kokivat vain harvat (3 %). Markkinoinnin suunnittelu ja toteuttaminen puolestaan osoittautui haastavaksi noin neljännekselle (23 %), ja jokseenkin haastavaa se oli hieman alta kolmannekselle (29 %). Tähän liittyen tuli myös tarkentava kommentti, jossa sanottiin erityisesti kaikkien sosiaalisen median kanavien aloittamisen ja niiden linkittämisen olevan haastavaa. Jokseenkin eri mieltä markkinoinnin haasteellisuudesta oli viidennes (22 %) vastaajista, ja vain pieni osa (3 %) koki markkinoinnin helpoksi. Segmentointi on puolestaan koettu helpoksi, nimittäin joka kolmas (31 %) oli jokseenkin eri mieltä segmentoinnin haasteellisuudesta, ja reilu kymmenes (13 %) täysin eri mieltä. Erittäin haasteelliseksi segmentoinnin koki reilu kymmenes (14 %) ja jokseenkin haastavaksi noin joka viidennes (18 %).

Ylivoimaisesti haasteellisimmaksi kuviossa 11 osoittautui epäonnistumisen pelko. Tähän samaistui täysin yli puolet (53 %) ja jokseenkin joka neljäs (25 %) vastaajista eli kaikkienensa yli kolme neljäsosaa (78 %) vastaajista. Tämä väite keräsi yhdessä kuvioista 6 löytyvän väitteen kanssa keskeneräisyydestä vähiten

siltä väliltä -vastauksia, nimittäin vain alle kymmenes (7 %) päätyi tähän vaihtoehtoon. Jokseenkin eri mieltä väitteestä oli vain kymmenes (11 %) vastaajista, ja täysin eri mieltä oli vain harvat (4 %) vastaajista.

Yli puolet vastaajista (55 %) kokivat myös vakuutusasiat hankaliksi, kun taas jokseenkin eri mieltä oli alta viidennes (18 %). Helpoksi vakuutusasiat koki vain pieni osa (3 %). Alle kymmenes (7 %) ei osannut ottaa kantaa tai eivät olleet vielä ehtineet miettiä asiaa.

Verkostojen puuttuminen mietitytti hieman alta puolia (45 %) vastaajista, kun taas joka kolmas (34 %) vastaajista ei kokenut tuen, kannustuksen tai sparrauksen puuttumista vaikeana asiana. vastaajista myös kommentoi, että vaikka verkostot olisivat kunnossa, on niitä vaikea hyödyntää ilman hyväksikäytön tunnetta.



KUVIO 11. Vastaajien kokema haasteellisuus viiden osatekijän osalta (N=111)

Verotuksen ymmärtäminen osoittautui myös hyvinkin haasteelliseksi, nimittäin kaksi viidesosaa (41 %) vastaajista sanoi olevansa väitteen kanssa täysin samaa mieltä. Jokseenkin samaa mieltä oli reilu neljäsosa (27 %) vastaajista, kun taas jokseenkin eri mieltä haasteellisuudesta oli vajaa neljäsosa (23 %). Helppoa verotusasiat olivat alle kymmenykselle (7 %) vastaajista.

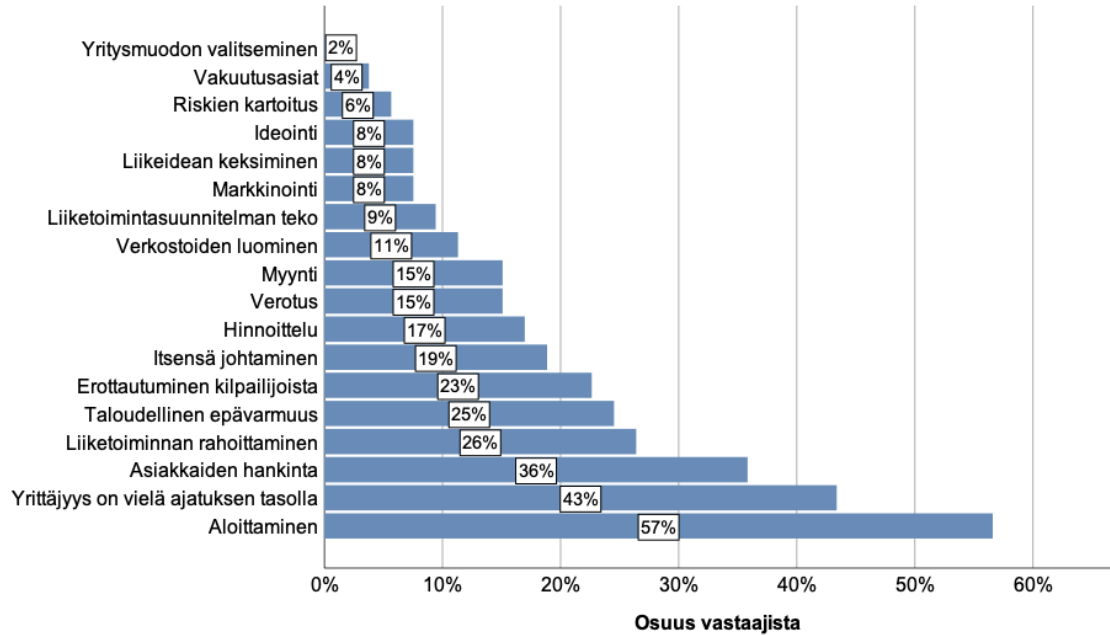
Väitepatteristossa viimeisenä oli väite yritysmuodon valitsemisen haasteellisuu-
desta, johon neljännes (25 %) vastaajista samastui edes jonkin verran. Jokseen-
kin tai täysin eri mieltä väitteen kanssa oli yli puolet (58 %). Kuten yritysmuotoja
käsittelyssä kappaleessa 2.3 todettiin, voi yritysmuotoa vaihtaa, joten siitä ei
auta stressata liikaa.

Lopussa oli vielä *jokin muu, mikä* -kohta, johon oli mahdollista kertoa haastavaksi
koetusta asiasta. Osa näistä vastauksista käytiin läpi kuvioissa esiintyvien väit-
teiden ohella, mutta lisäksi eräs vastaaja koki ongelmia sopivan liiketilan löytämi-
sestä. Harmillista on, että toisinaan hyviä liiketiloja ei meinaa löytyä, mutta näihin
ei harmillisesti voi vaikuttaa itse. Myös byrokratian ymmärtäminen ja kirjanpidon
itse tekeminen koettiin haasteellisiksi, ja niihin toivottiin apuja.

Kyselytutkimuksessa pyydettiin jokaista vastaajaa valitsemaan myös neljä vai-
keinta ja neljä helpointa asiaa yrittäjyyden alkutaipaleella. Näiden pohjalta luodut
kuviot saattavat hieman erota toisistaan vastausvaihtoehtojen osalta, koska ku-
vioissa ei näy tilan optimoinnin vuoksi vaihtoehtoja, joita kukaan ei valinnut. Mo-
lemmissa kysymyksissä oli kuitenkin tarjolla samat vastausvaihtoehdot.

Kuviossa 12 näkyy, mitkä asiat yrittäjyydestä haaveilevat kokivat eniten haasteel-
liseksi. Miltei puolet (43 %) näistä kertoivat, etteivät ole vielä ottaneet askelia kohti
yrittäjyyttä, vaan ovat edelleen ajatuksen tasolla. Kun tämä jätetään huomiotta,
oli yrittäjäksi aikovien mielestä aloittaminen (57 %), asiakashankinta (36 %), lii-
ketoiminnan rahoittaminen (26 %) sekä taloudellisen epävarmuuden sietäminen
(25 %) vaikeimmaksi koettuja asioita. Näiden perässä tuli kilpailijoista erottautu-
minen (23 %), itsensä johtaminen (19 %) sekä hinnoittelu (17 %).

Yrittäjyydestä haaveilevien vaikeimmaksi kokemat asiat

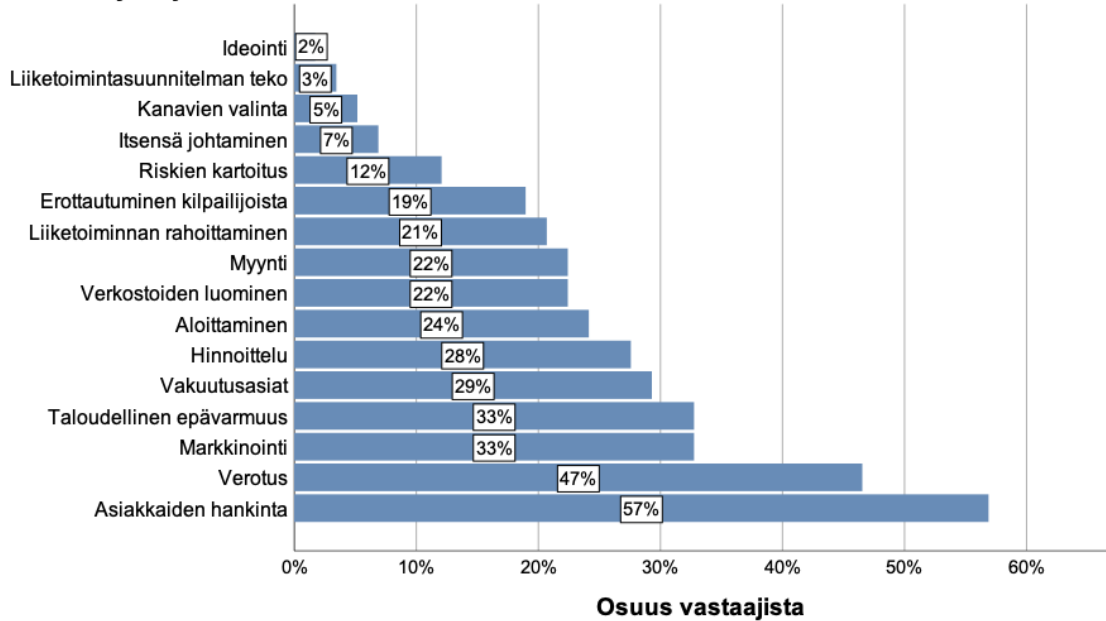


KUVIO 12. Yrittäjyydestä haaveilevien vaikeimmiksi kokemat asiat (N=53)

Tulokset eroavat hieman Suomen yrittäjien sekä Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiön Otuksen Opiskelijasta yrittäjäksi -tutkimuksen (2019, 9–10) tuloksista, koska korkeakouluopiskelijat olivat kokeneet suurimmaksi esteeksi yrittäjyydelle taloudelliset riskit (77 %), kun taas tässä tutkimuksessa tämä koettiin viidenneksi haastavimmaksi asiaksi. Vielä suurempi ero tulee kuitenkin liikeidean keksimisen kohdalla, koska opiskelijat olivat määrittäneet sen kolmanneksi suurimmaksi (66 %) esteeksi, kun taas tämän tutkimuksen vastaajien keskuudessa se oli ollut yksiä helpoimpia asioita, ja olikin täten vasta 14. vaikeimpana (8 %) listalla. Tutkimuksissa on kuitenkin ollut erilaiset kohderyhmät, joten tulokset eivät ole suoraan verrannollisia.

Vastaavasti asiaa kysyttiin myös yrittäjiltä, jotka ovat toimineet yrittäjinä enintään vuoden verran. Kuviosta 13 huomataan välittömästi tuloksien jakaantuneen paljon tasaisemmin kuin yrittäjäksi aikovilla. Yrittäjät kokivat selvästi haastavimmaksi asiakashankinnan (57 %), jota seurasi verotus (47 %), markkinointi (33 %) sekä taloudellinen epävarmuus (33 %). Täten ainoastaan asiakashankinta oli koettu molemmissa ryhmissä yhdeksi haastavimmista asioista yrittäjyyden alkutai-paleella.

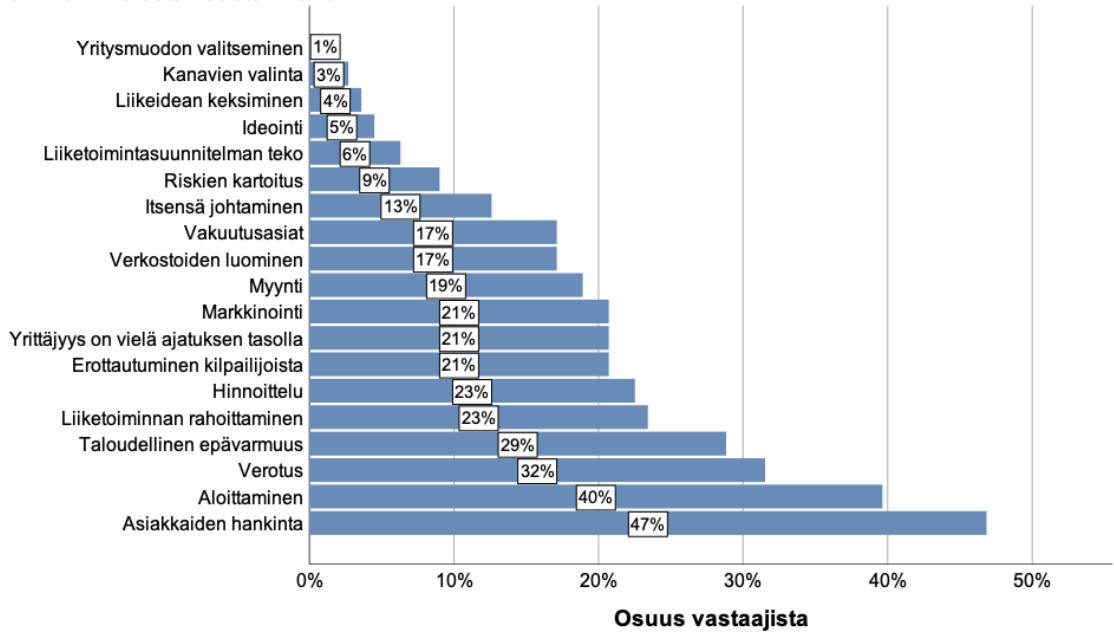
Tuoreiden yrittäjien haasteellisimmaksi kokemat asiat



KUVIO 13. Alle vuoden verran yrittäneiden haasteellisimmaksi kokemat asiat. (N=58)

Kun yhdistetään alle vuoden verran yrittäneiden sekä yrittäjyydestä haaveilevien tulokset, syntyy kuvion 14 mukainen vastausjakauma. Tästä on nopeasti nähtävillä, että kaikkein hankalimmaksi koettiin asiakashankinta, sillä sen valitsi miltei puolet (47 %) vastaajista. Toiseksi haasteellisimmaksi (40 %) kaikkien toimesta koettiin aloittaminen, vaikka se ei jo yrittäjänä toimineiden listauksessa kovin korkealle noussut, mutta yrittäjyydestä haaveilevilla se puolestaan oli kaikkein vaikeimmaksi valittu. Verotus oli kolmanneksi haastavin (32 %), ja neljänneksi vaikeimmaksi asiaksi (29 %) oli koettu taloudellisen epävarmuuden hyväksyminen.

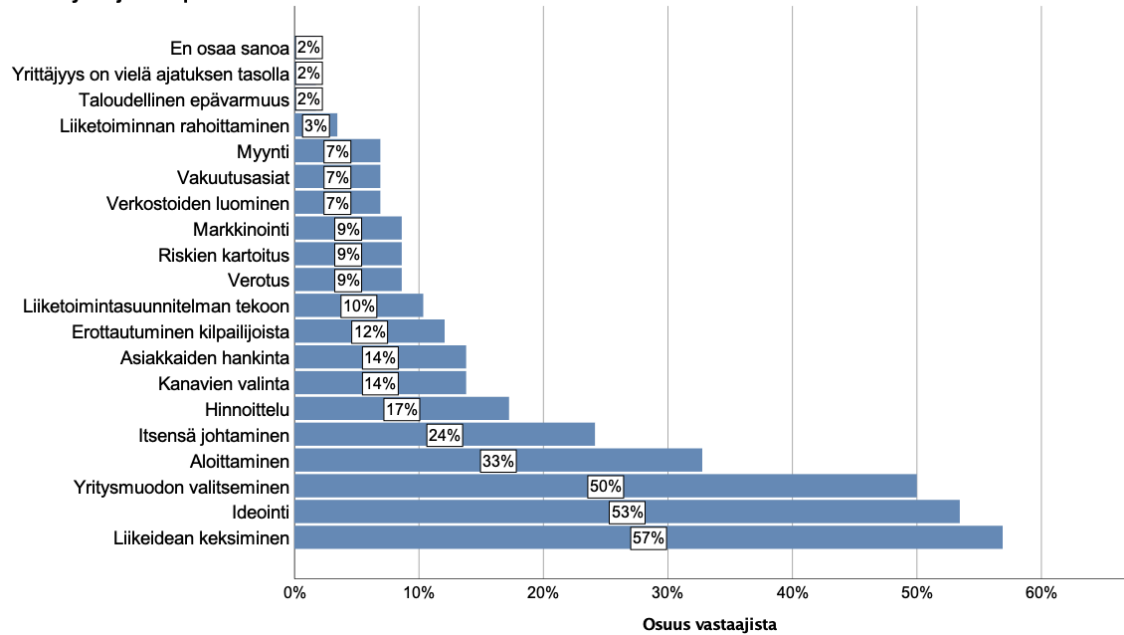
Kaikkien mielestä haastavinta oli



KUVIO 14. Yhteenveto molempien vastaajaryhmien tuloksista (N=111)

Kun vaikeimmiksi koetut asiat oli selvitetty, tutkittiin seuraavaksi helpoimmaksi koettuja asioita. Kaikkein helpoimmiksi asioiksi yrittäjänä toimineet kokivat kuvion 15 mukaisesti liikeidean keksimisen (57 %), toiminnan ideoinnin (53 %), yritysmuodon valitsemisen (50 %) sekä aloittamisen (33 %), vaikkakin edeltävän kuvion mukaan aloittaminen oli ollut yksi haastavimmista asioista noin joka neljäs (28 %) mielestä. Viidenneksi haastavimmaksi on koettu itsensä johtaminen (24 %) ja kuudentena on hinnoittelu (17 %).

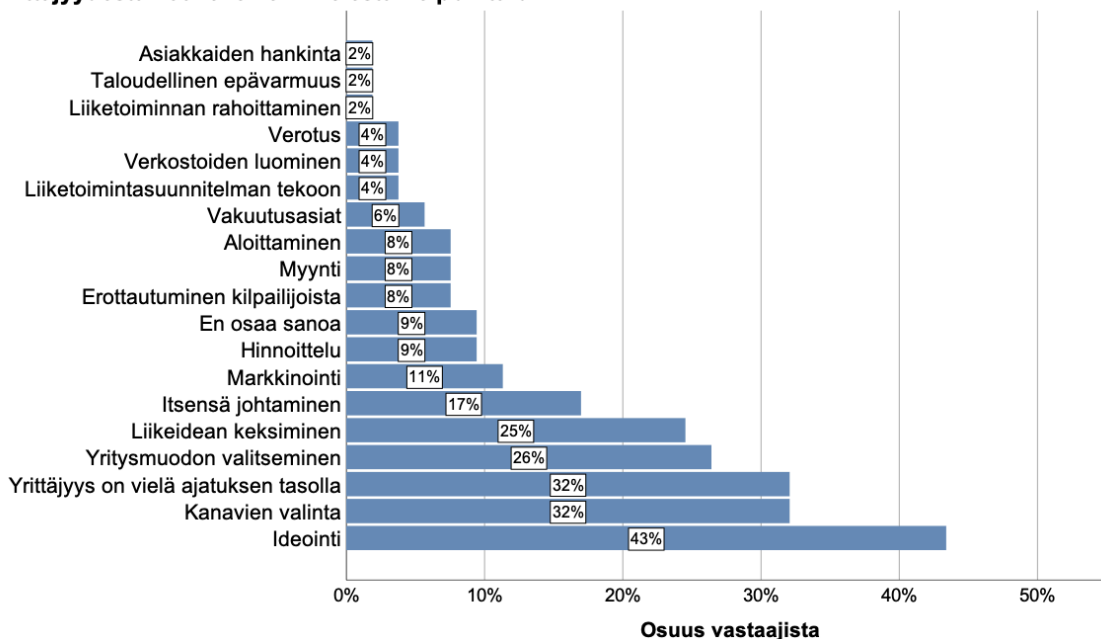
Uusien yrittäjien helpoimmaksi kokemat asiat



KUVIO 15. Alle vuoden verran yrittäneiden helpoimmaksi kokemat asiat (N=58)

Kuviosta 16 puolestaan huomataan jälleen kolmanneksen (33 %) yrittäjyydestä haaveilevista kertoneen, etteivät ole vielä edistäneet matkaansa yrittäjänä, vaan yrittäjyys on ollut ajatuksen tasolla. Mikäli tätä vastausvaihtoehtoa ei huomioida, ovat yrittäjäksi aikovat kokeneet helpoimmaksi ideoinnin (43 %), kanavien valinnan (32 %), yritysmuodon valitsemisen (26 %) sekä liikeidean keksimisen (25 %). Viidentenä myös yrittäjäksi aikovilla oli itsensä johtaminen (17 %), mutta kuudentena yrittäjistä poiketen markkinointi (11 %).

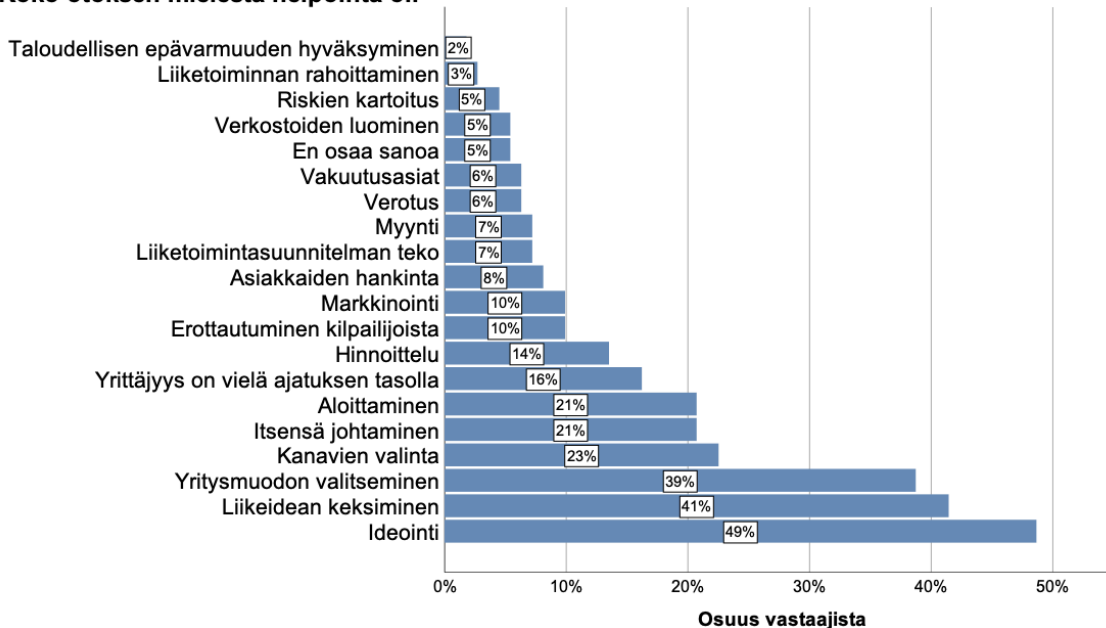
Yrittäjyydestä haaveilevien mielestä helpointa oli



KUVIO 16. Yrittäjiksi pyrkivien helpoimmaksi kokemat osa-alueet (N=53)

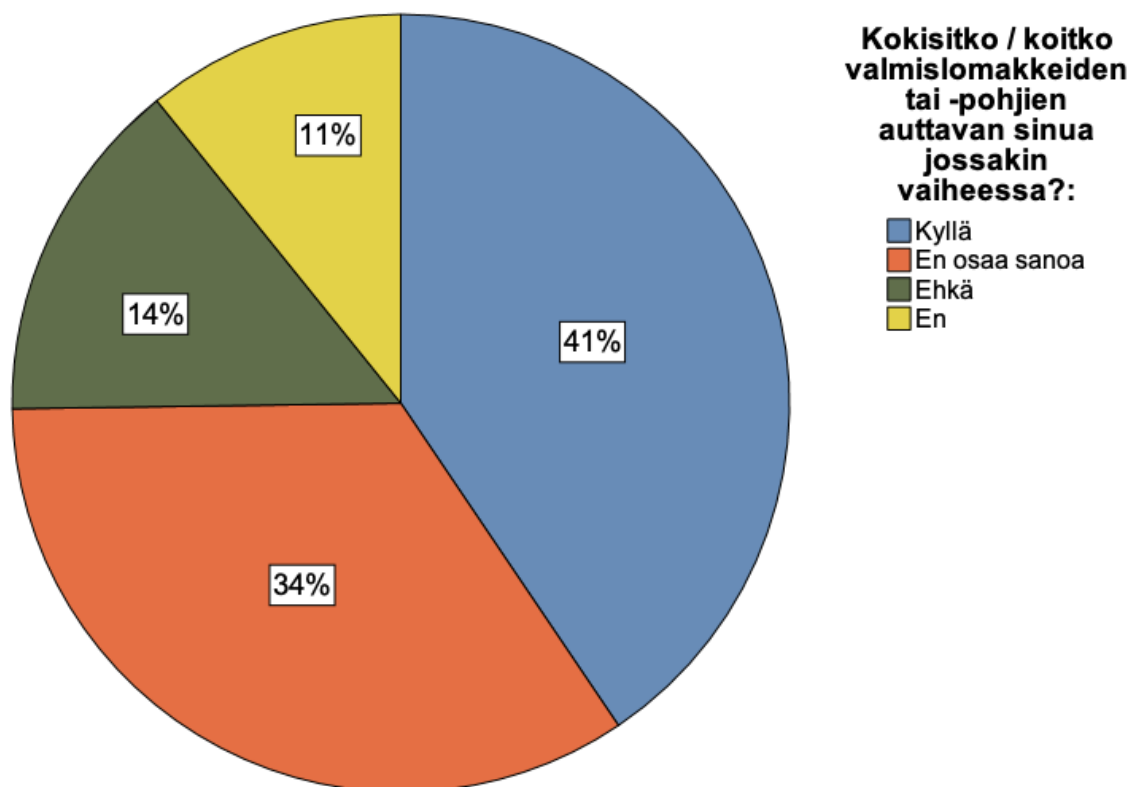
Kun kyselyyn vastanneiden vastaukset kootaan yhteen kuvioon kuvion 17 mukaisesti, voidaan tutkittavien todeta kokeneen ylivoimaisesti helpoimmaksi toiminnan ideoinnin (49 %). Tätä seurasivat liikeidean keksiminen (41 %) sekä yritysmuodon valitseminen (39 %). Neljäntenä oli kanavien valinta (23 %), mutta siihen oli jo monen prosenttiyksikön ero verrattuna helpoimmaksi koettuihin asioihin.

Koko otoksen mielestä helpointa oli



KUVIO 17. Yhteenveto molempien vastaajaryhmien tuloksista (N=111)

Haasteet-osion viimeisellä kysymyksellä selvitettiin, voisivatko valmislomakkeet ja -pohjat helpottaa työtä yritystoiminnan alkutaipaleella. Kuvion 18 mukaisesti kaksi viidesosaa (41 %) vastaajista koki valmislomakkeiden auttavan jossakin vaiheessa. Reilu kymmenes (14 %) koki näiden mahdollisesti helpottavan työtä, kun taas reilu kolmannes (34 %) ei osannut ottaa kantaa asiaan. Kysymyksen ohessa oli avoin kenttä, johon oli mahdollista kertoa milloin lomakkeista tai pohjista on tai olisi ollut hyötyä. Jopa 17 henkilöä kirjoitti avoimeen kenttään liiketoimintasuunnitelmapohjan olevan hyödyllinen, mutta myös erilaiset rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat keräsivät vastauksia. Idean jäsentelyyn ja oman kirjanpidon tekemiseen hyödynnettävät pohjat olisivat myös tulleet tarpeeseen. Useat sanoivat myös kaiken avun tulevan tarpeeseen, sillä alkumetreillä ollaan hyvin epävarmoja omasta tekemisestä ja siitä, että kaikki tarvittava on tullut huomioitua.

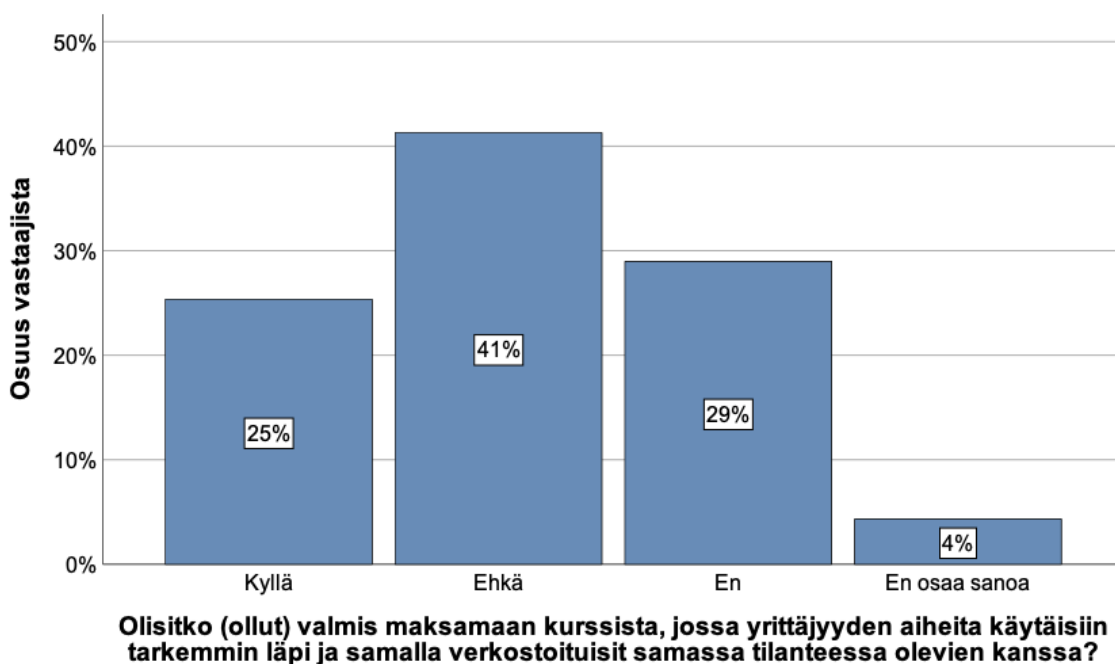


KUVIO 18. Valmislomakkeiden ja -pohjien mahdollinen hyödyntäminen (N=111)

4.5 Kouluttautuminen ja kehittäminen

Kyselyn viimeisessä osassa kartoitettiin vastaajien halua itsensä kouluttamiseen niin ajallisesti kuin rahallisestikin toimeksiantajayrityksen näkökulmasta. Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin tutkittavien kiinnostusta kurssiin, jossa käsiteltäisiin yrittäjyyden asioita laajasti, ja samalla pystyisi verkostoitumaan samassa tilanteessa olevien kurssilaisten kanssa. Kuviosta 19 nähdään, että kursseille voisi olla kysyntää, nimittäin neljännes (25 %) vastaajista ilmaisi kiinnostuksensa, ja kaksi viidesosaa (41 %) kertoi mahdollisesti olevansa kiinnostunut. Kielteisen vastauksen suoraan antoi vajaa kolmannes (29 %) vastaajista.

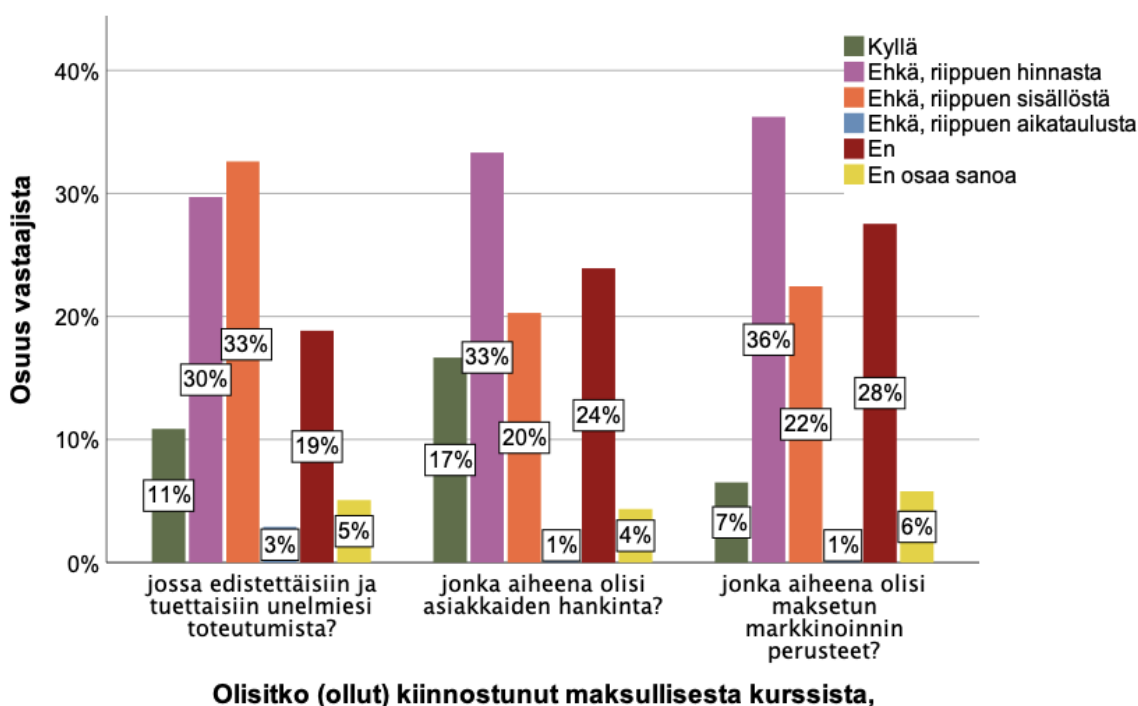
Kielteisen vastauksen antaneet perustelivat valintaa ilmaisen tiedon olemassaololla, eli he eivät nähneet tarpeelliseksi maksaa tiedosta, kun sitä voi itsekin etsiä tai käydä yrittäjyyden ammattitutkinnon. Ne, jotka olisivat kurssista valmiita maksamaan, toivoivat personoitua läpikäymistä sekä todellista syventymistä aiheeseen. Tämän kuitenkin jotkut näkivät ongelmana, ja toivoivat tällaisen kurssin olevan suunnattu jollekin tietylle alalle, jotta todellinen aiheeseen syventyminen on mahdollista. Toiminnan toivottiin olevan myös ohjattua ja käytännöllistä, mikä voisi toteutua esimerkiksi perustamalla yritykset osana kurssia, jolloin saisi jatkuvasti ajankohtaista neuvoa sekä tukea. Jotkut kuitenkin kokivat tällaiselle kurssille osallistumisen kynnyksen liian korkeaksi kokemuksen puutteen vuoksi, vaikka samaan aikaan kurssin uskotaan tuovan varmuutta tekemiseen.



KUVIO 19. Kiinnostus yleisesti yrittäjyyttä koskevaan kurssiin (N=111)

Tämän jälkeen lähdettiin selvittämään kiinnostusta spesifimmeille kursseille, joita voisivat olla yrittäjyyteen liittyvien unelmien tukeminen ja edistäminen, asiakashankinta sekä maksetun markkinoinnin perusteet. Kuviosta 20 nähdään ehkä-vastauksen olleen melko suosittu, jolloin kannanotto asiaan on riippuvainen kurssin hinnasta, sisällöstä tai aikataulusta. Näistä hinta näyttää olleen vaikuttavin tekijä valinnassa. Jopa kaksi kolmasosaa (63 %) vastaajista voisi olla kiinnostunut kurssista, jossa tuettaisiin ja edistettäisiin yrittäjyyteen liittyviä unelmia, jos hinta ja kurssisisältö vastaisivat odotuksia. Kielteisen vastaukseen (11 %) perusteluna oli muun muassa se, että yritystoiminnan aloittaminen vaatii paljon investointeja sekä perustamiskuluja ilman kurssiejakin. Myös omalla selkeällä visiolla perusteltiin valintaa, sillä avulle ei nähdä tarvetta.

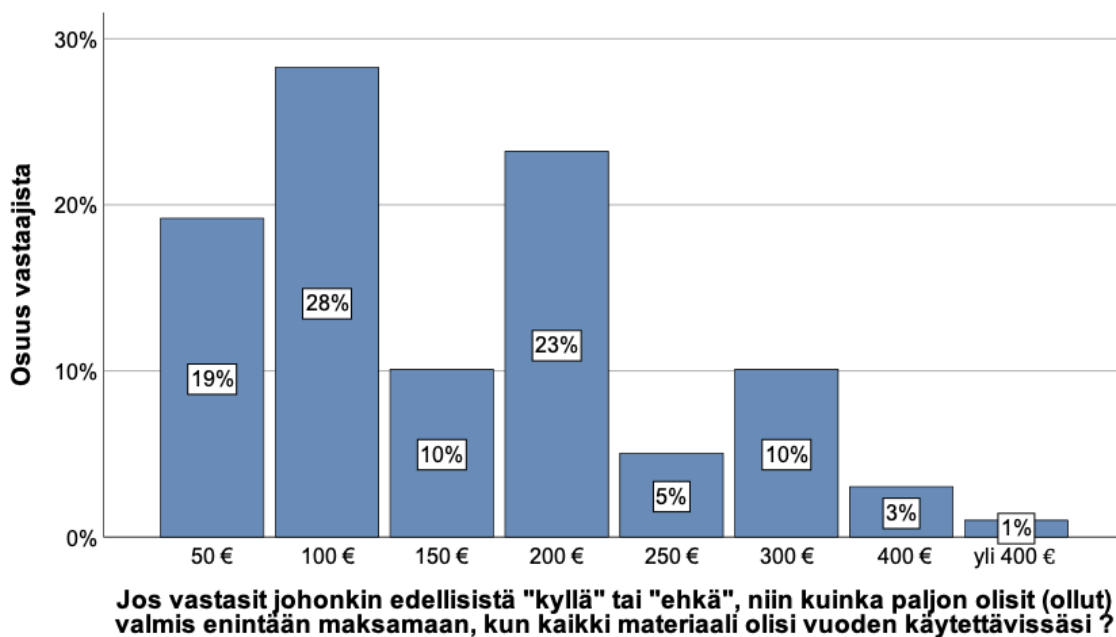
Eniten selkeää kiinnostusta herätti kurssi asiakashankintaan liittyen, sillä hieman alle viidennes (17 %) ilmoitti olevansa kiinnostunut. Tämän lisäksi reilu puolet (53 %) vastaajista ilmoitti mahdollisesti olevansa kiinnostunut, riippuen kuitenkin kurssin hinnasta tai sisällöstä. Tällaiselta kurssilta toivottiin neuvoja tietynlaisten yritysten asiakashankintaan, eikä kaikkea yleistä. Toiveena oli myös nimenomaan sellaiset kokemuksen tuomat vinkit, jollaisia ei verkosta löydy.



KUVIO 20. Kiinnostus erilaisia kursseja kohtaan (N=111)

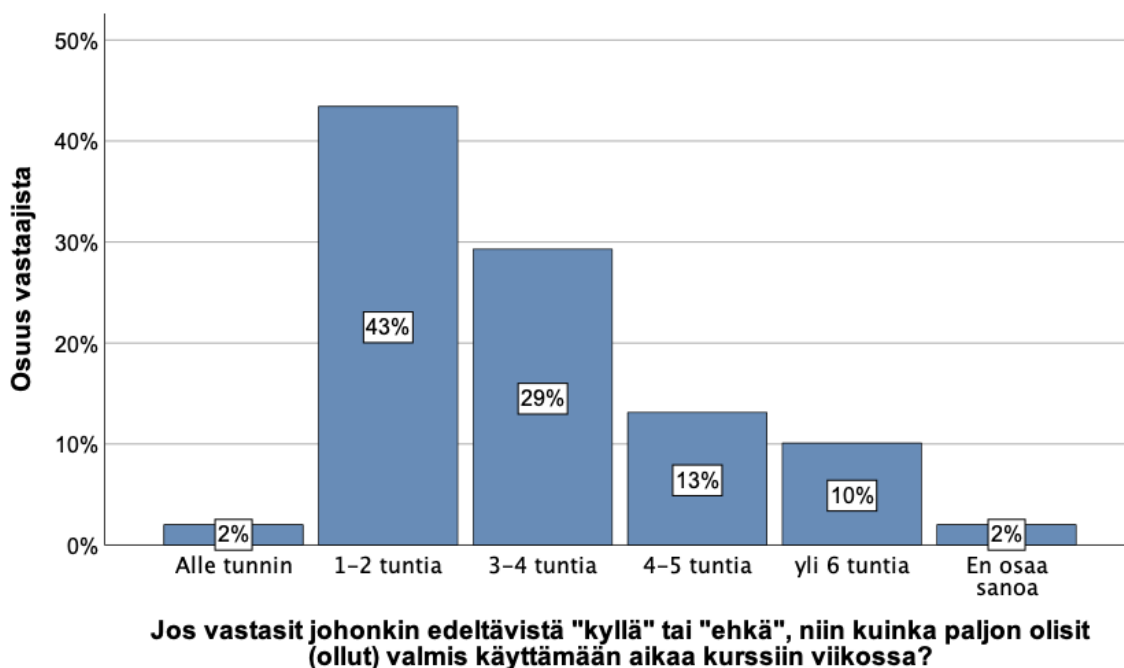
Selkeästi vähiten kiinnostusta keräsi maksetun markkinoinnin perusteet, nimittäin hieman alle kolmannes (28 %) kertoi, ettei ole kiinnostunut kyseisestä kurssista. Tätä useammat perustelivat aiheen ajankohdattomuudella, mutta jälleen myös hinnalla, kun ilmaiseksikin tietoa on saatavilla. Samaan aikaan miltei kolme viidesosaa (58 %) voisi olla kiinnostunut kurssista sisällöstä tai hinnasta riippuen. Suoraan kiinnostuksensa ilmaisi vajaa kymmenes (7 %).

Kun erilaisiin kursseihin liittyvä kiinnostus oli saatu kartoitettua, lähdettiin selvittämään, paljonko kursseista oltaisiin valmiita maksamaan. Kuvio 21 selviää, että suurin vastauskertymä tuli sadan euron kohdalle, mikä tarkoittaa reilu neljänneksen (28 %) vastaajista pitävän sadan euron hintarajaa maksimina. Alta neljännes (23 %) piti puolestaan 200 euroa hintakattona, kun taas yli 200 euroa oli valmiita maksamaan viidennes (19 %) kysymykseen vastanneista. Huomionarvoista kuitenkin on, että enintään 50 euroa olisi valmis maksamaan myöskin viidennes (19 %) vastaajista. Alhaista hintaa perusteltiin uuden yrityksen tuottamattomuudella ja kustannustehokkailla valinnoilla. Hinta kuitenkin koettiin vaikeaksi arvioida, koska ei ollut tarkempaa tietoa kurssin sisällöstä, laajuudesta tai muustakaan. Mitä enemmän personoitua sisältöä ja henkilökohtaista apua olisi tarjolla, sitä enemmän kurssista oltaisiin valmiita maksamaan.



KUVIO 21. Rahallinen panostus kurssille (N=99)

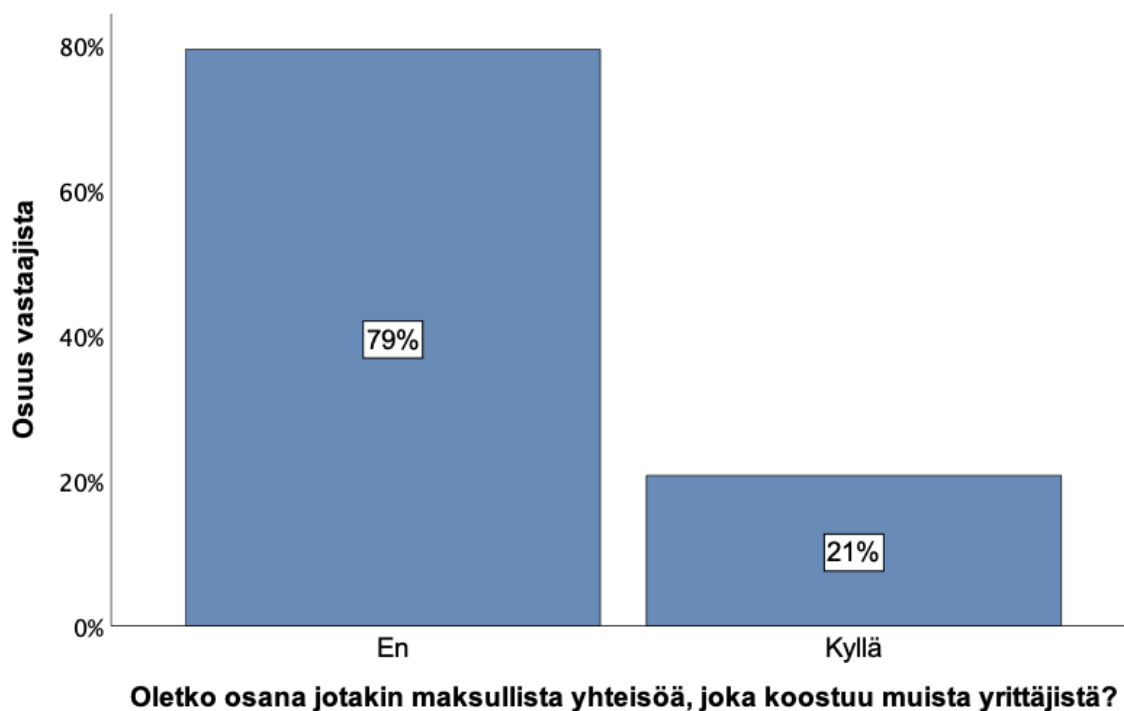
Seuraavaksi tutkittiin, kuinka paljon vastaajat olisivat valmiita käyttämään aikaansa itsensä ja yrityksensä kehittämiseen viikossa kuvion 22 mukaisilla tuloksilla. Suurin osa, eli lähes puolet (43 %) olisivat valmiita käyttämään 1–2 tuntia, ja vain muutamat (2 %) alle tunnin viikossa. Myös 3–4 tuntia viikossa keräsi kannatusta hieman vajaa kolmannekselta (29 %) vastaajista, kun taas 4–5 tuntia olisi valmiita käyttämään enää reilu kymmenes (13 %) vastaajista. Joka kymmenes (10 %) olisi valmis käyttämään yli kuusi tuntia itsensä ja yrityksen kehittämiseen. Osa vastaajista toivoi kurssin olevan johdettu ja laitto siksi alhaisen tuntimäärän, että varmasti ehtisi osallistumaan kaikkeen. Ajanpuutteeseen vedoten muutamat olivat myös jättäneet ilmaisematta mielipiteensä aiempiin kysymyksiin, koska eivät halua maksaa kursseista, joihin eivät ehtisi perehtymään kunnolla.



KUVIO 22. Ajallinen panostus kurssiin viikossa (N=99)

Viimeisimpänä selvitettiin yrittäjien kuulumista johonkin yrittäjäyhteisöön, koska kuten todettu aiemmin, ovat verkostot merkittävässä roolissa yrittäjillä. Kyselyyn vastanneista kuitenkin vain alle neljännes (21 %) oli osana jotakin maksullista yhteisöä, mikä tarkoittaa, ettei yli kolme neljäsosaa (79 %) ole osana yhteisöä kuvion 23 mukaan.

Kysymyksen ohessa oli kohta, johon sai kertoa mikä saisi liittyä maksulliseen verkostoon. Vastauksissa korostui edun saaminen uusien asiakkaiden tai yhteistyökumppaneiden muodossa, ja tieto siitä, että yhteisö todella maksaisi itsensä takaisin. Tämän myötä myös saman tyyliset yrittäjät yhteisössä lisäävät intoa liittyä mukaan, koska tällöin asioihin pystyisi samaistumaan helpommin, ja myös saamaan sekä antamaan vertaistukea. Tämä ei kuitenkaan poista toivetta mentoreista sekä aktiivisesta ylläpitäjästä. Näiden lisäksi yhteisön tulisi olla laaja sekä laadukas, eli siellä tulisi olla myös vaikutusvaltaisia ihmisiä mukana. Yhteisöjä tulisi myös markkinoida ja tuoda selkeästi esille hyödyt verkostoon kuulumisesta.



KUVIO 23. Jo yrittävien vastaajien kuuluminen yhteisöihin (N=58)

Kyselylomakkeen lopussa oli vielä avoin kenttä, johon sai kirjoittaa palautetta tai vaikka kannustusviestejä yrittäjyydestä haaveileville. Eräs kirjoitti suurimman esteen yrittäjäksi lähtemiseen olevan uskalluksen ja itseluottamuksen puute, ja siksi vaikka tietoa on yleisellä tasolla saatavilla valtavasti, voisi yrityksen aloittamiseen liittyvä step by step -kurssi tulla tarpeeseen. Tätä puolsi vastaaja, joka näkisi yrittäjyyskurssin toimivan hyvin samankaltaisesti kuin koulussa toimitaan, eli olisi välitavoitteita, joissa tehdyistä suunnitelmista ja toiminnasta saisi rehellistä mutta kannustavaa palautetta. Useammat toivoivat myös erilaisia toimialoittain olevia ryhmiä, koska tällöin saisi tietoa juuri itseä koskevista asioista, eikä tällaisista spesifimpiä kursseja tahdo löytyä. Kursseihin liittyen tuli myös kehitysidea, nimittäin markkinointiin ja myyntiin liittyviä kursseja on tarjolla valtavasti, mutta esimerkiksi kirjanpidon tiiviskurssille sekä kerralla ostettavalle ohjelmalle tai pohjalle olisi varmasti kysyntää, mutta tällaista ei ole tarjolla. Kirjanpidon ymmärtäminen voisi auttaa myös oman taloudellisen tilanteen hallintaan, sillä tätäkin kammokuttiin ja osin myös pelättiin pandemian keskellä. Tiivistettynä vapaan kentän kannustukset voisi tiivistää siten, että vaikka pelottaakin, aina kannattaa yrittää, sillä ilman yrittämistä ei voi onnistua.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

5.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tuli vastata kysymyksiin yrittäjäksi lähtevien haasteista ja peloista, sekä halusta käyttää aikaa ja rahaa itsensä sekä yrityksensä kehittämiseen. Opinnäytetyön empiirisenä osana tehty kyselytutkimus keräsi 111 analysoitavaksi soveltuvaa vastausta, joiden pohjalta tutkimusongelma voitiin ratkaista. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma erosi täysin johdannossa todetusta yrittäjien ikähajonnasta. Yrittäjät Suomessa -tutkimuksen mukaan vuonna 2017 suurin ikäryhmä on ollut 55–74-vuotiaat (35 %) ja puolestaan alle 35-vuotiaita oli reilu kymmenes (15 %) (Sutela & Pärnänen 2018,19–20), kun taas tässä tutkimuksessa yli 55-vuotiaita oli vain 2 % vastaajista, ja alle 35-vuotiaita puolestaan selkeä enemmistö kahdella kolmasosalla (64 %) vastaajista. Vastaajien iät eroavat reilusti myös Yrittäjyystutkimuksesta (2021), jossa eniten vastaajia asettui 45–55-ikävuoden väliin. Luvut eivät tietenkään ole täysin verrattavissa, koska tämä tutkimus kattoi niin yrittäjyydestä haaveilevat kuin myös enintään vuoden verran yrittäneet, kun taas nuo aiemmat tutkimukset koski kaikkia yrittäjiä. Jo pelkästään tutkimuksen ikärakenne osoittaa, että yrittäjyys kiinnostaa nuorta väestöä. Vastaajista yli kaksi kolmasosaa (66 %) olivat käyneet jonkin yrittäjyyttä tukevan kurssin tai koulutuksen, joten vastaus korreloi täysin yksinyrittäjäkyselyn (2019) vastaajiin, joista yli puolet (53 %) oli korkeakoulututkinnon käyneitä.

Yrittäjyyskyselyn (2021) perusteella yrittäjät kokevat vaikeimmiksi asiakashankinnan ja myyntityön, mutta myös markkinoinnin sekä oman tuotteen tai palvelun tuotteistamisen. Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa puolestaan selvisi, että haasteellisimmaksi yrittäjyydestä haaveilevat sekä enintään vuoden verran yrittäjänä toimineet kokivat asiakashankinnan, aloittamisen ylipäänsä, verotuksen sekä taloudellisen epävarmuuden hyväksymisen. Täten ainoastaan asiakashankinta korostui molemmissa tutkimuksissa, mutta se oli molemmissa koettu kaikkein vaikeimmaksi asiaksi, mikä vahvistaa monien yrittäjien painivan asiakashankinnan kanssa. Aloittamisen tueksi puolestaan tein tarkistuslistan, joka löytyy 2. liitteestä. Produktin voi esimerkiksi tulostaa jääkapin oveen, josta tehtäväälistaa

on helppo katsoa. Produkti tehtiin laajan teoreettisen osan tueksi, jolloin teoreettiseen osaan voi tarvittaessa palata, mutta tarkistuslista toimii muistuttajana tärkeimmistä asioista yrittäjyyden alkuvaiheessa.

Toisena tehtävänä oli selvittää kohderyhmän halua käyttää resurssejaan itsensä sekä yrityksensä kehittämiseen. Näitä koskevat kysymykset eivät olleet kyselyssä pakollisia, mutta siltikin lähes kaikki vastasivat niihin. Yli puolet vastaajista kertoivat olevansa kiinnostuneita maksullisista kursseista sisällöstä riippuen. Selvisi myös, että yli puolet vastaajista olisivat valmiita maksamaan itsensä kouluttamisesta alle 200 euroa, vaikka kaikki koulutusmateriaali olisi vuoden ajan vapaasti käytettävissä. Vastausta ei kuitenkaan voida pitää absoluuttisena totuutena, sillä hinnan arviointi osoittautui hankalaksi ilman tarkempaa tietoa siitä, mitä sillä rahalla oikeastaan saisi. Kun selvitettiin ajallista panostusta, oli sävelet selkeämpiä. Lähes puolet olisivat valmiita käyttämään 1–2 tuntia kouluttautumiseen viikossa, mutta joka kolmas vastasi 3–4 tunnin oleva sopiva määrä ajankäytännöllisesti.

Jos kyselylomakkeen suosituimpien vastausten pohjalta luotaisiin yleistettävä profiili yrittäjyyden alkutaipaleella olevasta henkilöstä, olisi hän 26–35-vuotias toimimisyrittäjyydestä haaveileva. Hän olisi käynyt jonkin koulutuksen tai kurssin, joka tukee yrittäjäksi lähtemistä, mutta olisi silti mahdollisesti valmis kehittämään itseään sekä yritystään lisäksi maksullisella kurssilla, joka veisi aikaa 1–2 tuntia viikossa ja maksaisi enintään 100 euroa. Haastavimmaksi hän kokisi yritystoiminnan aloittamisen, asiakashankinnan, verotuksen sekä taloudellisen epävarmuuden hyväksymisen. Tämän takia kurssivalinnaksi osoittautuisi asiakashankinnan kurssi.

5.2 Pohdinta ja itsearviointi

Opinnäytetyöprojekti osoittautui aikaa vieväksi ja osin haastavaksikin projektiksi, joka oli opettavainen etenkin ajanhallinnan sekä itseni johtamisen näkökulmasta. Ymmärsin, että voin nyt kokeilla miltä tuntuu yrittäjän vapaus sen suhteen, ettei kukaan ole määräämässä työaikoja tai kertomassa mitä pitää tehdä, vaan kaikki on itseni varassa. Tässä olisi ollut parantamisen varaa, nimittäin työn valmiiksi

saattaminen kesti lopulta todella pitkään. Oivalsin projektin aikana, että yrittäjät tosiaan voivat tehdä töitä yötä vasten, jos työ luistaa paremmin ilta-aikaan kuin aamulla, eli kaikkien ei tarvitse olla tehokkaimmillaan aamukahdeksalta. Tämän ajatuksen oivaltaminen vauhditti työn edistämistä.

Projektin alkuvaiheen huono suunnittelu kostautui työn edetessä, jolloin hyvin tehdystä opinnäytetyösuunnitelmasta olisi varmasti ollut apua. Aihepiirin rajausta olisi kannattanut miettiä vielä, mutta toisaalta tämän tyyppisiä tutkimuksia en löytänyt yhtä tutkimusta enempää, ja siinäkin tutkittiin hieman eri asioita paljon suppeammin. Teoreettisen viitekehyksen myötä sain kuitenkin kattavan tietopaketin yrittäjyyteen, ja onnekseni olin löytänyt paljon tuoretta kirjallisuutta, joka lisäsi teorian luotettavuutta. Lähteinä toimivat pääasiassa alle viisi vuotta vanhat teokset. Tässäkin ajassa yrittäjyyden eri muodot ovat ottaneet valtavia harppauksia eteenpäin, joten ajankohtaisten teosten löytäminen oli tärkeää.

Empiirisen osan kyselytutkimuksen tekoa olisi kannattanut jättää myöhäisemmälle, nimittäin tein kyselylomakkeen koko projektin alkuvaiheessa, jolloin minulla ei vielä ollut täyttä käsitystä tulevasta opinnäytetyöstä. Jo heti alkukartoituskysymyksissä tekisin nyt muutoksen koulutuksesta ja kursseista kysyttäessä, nimittäin tämä määritelmä olisi tullut kirjoittaa auki, eikä jättää täysin vastaajan määriteltäväksi. Heti tämän jälkeen selvitetään yritysmuotoa, jossa olisi tullut antaa mahdollisuus valita useampi vaihtoehto, nimittäin tuoreellakin yrittäjällä voi olla useampi yritys. Alkukartoituksessa olisi kannattanut kysyä myös onko toiminta päätoimista vai sivutoimista, nimittäin tämäkin vaikuttaa koettuihin haasteisiin ja pelkoihin. Näiden lisäksi inhimillinen virhe oli tapahtunut vastausvaihtoehtojen määrittämisessä, kun selvitettiin vastaajien ajankäytöllistä investointia itsensä lisäkouluttamiseen, sillä vastausvälit olivat erehdyksessä eri kokoisia.

Tutkimustuloksissa osin yllätti maailmantilanteen epävarmuuden vaikutus, nimittäin äänet jakautuivat hyvin tasaisesti tämän kysymyksen kohdalla. Vastauksiin varmastikin vaikutti jo pitkään yritysten toimintaa vaikeuttanut koronatilanne, joten vastaukset olisivat voineet olla hyvinkin erilaiset muutama vuosi sitten. Maailmantilanteet kuitenkin muuttuvat jatkuvasti, ja jos nyt tämän pohdinnan kirjoitushetkellä olisi lähdetty toteuttamaan tutkimusta, olisi vastaukset varmastikin olleet

jälleen erilaiset, nimittäin Euroopassa käynnissä olevan sodan myötä raaka-aineiden ja tuotantotarvikkeiden saatavuus heikkenee. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma ei varsinaisesti yllättänyt, mutta oli hienoa huomata nuorten kiinnostuksen yrittäjyyttä kohtaan olevan korkea.

Tutkimus ja tulosten analysointi toteutettiin hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti puolueettomasti ja luottamuksellisesti. Validiteettia pyrittiin luomaan tarkoin määritellyillä kysymyksillä, joiden avulla tutkimusongelma selvisi. Kysely ei kuitenkaan ollut täysin validi, nimittäin kevytyrittäjät eivät kohtaa toiminnassaan samoja velvoitteita kuin muut yrittäjät. Kevytyrittäjät haluttiin kuitenkin ottaa tutkimukseen mukaan, koska kevytyrittäjyys yleistyy jatkuvasti. Tutkimustuloksia verrattiin aiemmin tehtyihin tutkimuksiin reliabiliteetin varmistamiseksi. Tulokset eivät kuitenkaan täysin vastanneet, koska tämän opinnäytetyön kohderyhmä oli laajempi, jolloin tietynlainen vastaajaporukka ei päässyt ohjailemaan vastauksia.

Saatujen tulosten pohjalta voitiin vastata tutkimusongelmiin, joten kyselylomake oli onnistunut. Vastauksia voidaan hyödyntää aloittelevien yrittäjien auttamisessa ja tukemisessa suuren muutoksen edessä. Avoimet vastaukset antoivat arvokasta lisätietoa kipeisiin kohtiin, ja näiden pohjalta on helppoa lähteä rakentamaan esimerkiksi aloittaville yrittäjille suunnattua kurssia, kun tiedossa on hankalimmaksi koetut asiat.

Työn ja projektin sisältö elivät matkan varrella. Kaikkinensa olen tyytyväinen opinnäytetyöhön, vaikka tavoitteenani ei ollut tehdä siitä sadan sivun mittaista. Tästä syystä myös kvantitatiivisen tutkimuksen tueksi suunniteltu muutamien tuoreiden yrittäjien haastattelu laadullisen näkökulman lisäämiseksi oli jätettävä pois, koska tämä olisi venyttänyt opinnäytetyötä tarpeettoman pitkäksi.

Pettynyt olen kyselytutkimuksen alhaiseen vastaajamäärään, mutta vaikka kysely saavutti todella monia ihmisiä, vain harvat vaivautuivat vastaamaan. Jonkin arvonnan järjestäminen vastaajien kesken olisi saattanut lisätä vastausmotivaatiota. Ymmärrän kuitenkin, että otoksen rajaaminen yrittäjyydestä haaveileviin ja enintään vuoden verran yrittäneisiin oli tiukka raja, ja näin jälkikäteen ajateltuna olisi yrittäneiden rajan voinut asettaa kahden vuoden kohdalle, jolloin kohdatut haasteet olisivat varmasti vielä olleet kirkkaana mielessä. Pientä vastaajamäärää

kuitenkin onneksi kompensoi useat kommentit, joita oli jätetty avoimiin laatikoihin, joten sain mukaan myös laadullista näkökulmaa ja asioita sai tarkennettua. Tutkimus osoitti, että yrittäjäksi aikovat kokevat tarvitsevansa apua joidenkin osa-alueiden ymmärtämiseen, ja jotkut kokivat myös koko alkuprosessin ajan saatavilla olevan tuen olevan tärkeää. Uskon, että toimeksiantajayritys sai täten arvokasta tietoa kurssien ja yhteisön kehittämiseen.

Jatkotutkimusaiheita yrittäjyyteen liittyen voisi olla erilaisista lisäkoulutuksista ja -kurseista tai yrittäjäyhteisöistä saadun konkreettisen hyödyn todentaminen. Toinen mielenkiintoinen voisi olla toiminnallinen opinnäyte, jonka produktina syntyisi uuden yrittäjän asiakashankintaa ohjeistava kirjanen. Tämä siksi, että asiakashankinta koettiin tässä tutkimuksessa kahdella eri tavalla mitattuna haastavimmaksi asiaksi. Tätä opinnäytetyötä puolestaan voisi toistaa esimerkiksi 1–4 vuotta yrittäneillä ja taas 4–8 vuotta yrittäneillä, jolloin haasteiden kehittymistä yrittäjyystaipaleen aikana voisi seurata.

LÄHTEET

Accountor. 2021a. Aloittavan yrittäjän tuet – mitä tukia aloitteleva yrittäjä voi saada? Artikkel. Julkaistu 14.04.2021. Luettu 10.9.2021 <https://www.accountor.com/fi/finland/artikla/aloittavan-yrittajan-tuet>

Accountor. 2021b. Kevytyrittäjäyys vai toiminimi – mitkä asiat vaikuttavat valintaan? Artikkel. Julkaistu 10.06.2021. Luettu 26.1.2022. <https://www.accountor.com/fi/finland/artikla/kevytyrittajyyys-vai-toiminimi-mitka-asiat-vaikuttavat-valintaan>

Accountor. 2021c. Toiminimen perustaminen verkossa – näin se käytännössä tapahtuu. Blogi. Julkaistu 15.3.2021. Luettu 21.9.2021. <https://www.accountor.com/fi/finland/blogi/toiminimen-perustaminen-verkossa#mika-on-toiminimi>

Ahola, K. 2018. Markkinointi: vinkit aloittavalle yrittäjälle. Asiantuntijablogi. Julkaistu 13.5.2019. Luettu 24.4.2022. <https://www.mandaatti.fi/fi/blogi/markkinointi-vinkit-aloittavalle-yrittajalle>

Altschuler, M. 2021. Ultimate Guide: How to Create Your Ideal Customer Profile and Target Them. Artikkel. Julkaistu 6.1.2021. Luettu 13.1.2022. <https://www.saleshacker.com/ideal-customer-profile/>

Brooks, J. 2016. How to Identify Your Dream Client/Customer and Why. Blogi. Julkaistu 30.7.2019. Luettu 12.1.2022. <https://www.jacquelinbrooks.com/blog/2019/7/30/how-to-identify-your-dream-clientcustomer-and-why>

Eisto, S. 2019. Mikä starttiraha on ja kuka sitä voi hakea? Yleisiä kysymyksiä ja vastauksia. Julkaistu 26.4.2019. Luettu 10.9.2021. <https://www.op-media.fi/yrittajyyys/yrityksen-perustaminen/mika-starttiraha-on-ja-kuka-sita-voi-hakea-yleisia-kysymyksiä-ja-vastauksia/>

ELY-keskus. n.d. Yrityksen perustaminen – rahoitus. Luettu 23.4.2022. <https://www.ely-keskus.fi/rahoitus5>

Fulmer, C. 2021. How to Create an Ideal Customer Profile (the Ultimate Guide). Blogi. Luettu 14.1.2022. <https://www.goldenvineyardbranding.com/blog/ideal-customer-profile/>

Heaslip, E. 2021. 7 Smart Pricing Strategies to Attract Customers. Julkaistu 17.11.2021. Luettu 18.3.2022. <https://www.uschamber.com/co/run/finance/pricing-strategies-for-your-business>

Heikkilä, T. 2017. Tilastollinen tutkimus. 9.painos. E-kirja. Vaatii käyttöoikeuden. Helsinki: Edita Publishing. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6495-1>

Heinämaa, T. 2020. Mihin rekistereihin uuden yrittäjän tulisi liittyä? Artikkel. Julkaistu 2.11.2020. Luettu 3.3.2022. <https://ilona.works/yrityksen-perustaminen/mihin-rekistereihin-yritys-ilmoitetaan/#/>

Heinämaa, T. 2021. Tuotteen tai palvelun hinnoittelu - vinkit aloittavalle yrittäjälle. Artikkel. Julkaistu 23.3.2021. Luettu 21.3.2022. <https://ilona.works/talous-hallinto-laskutus/tuotteen-tai-palvelun-hinnoittelu/#/>

Holopainen, E. 2021. 3+1 vakuutusta, jotka jokaisen aloittavan yrittäjän kannattaa ottaa. Asiantuntijablogi. Julkaistu 17.6.2021. Luettu 24.4.2022. <https://www.pohjantahti.fi/blogit/aloittavan-yrittajan-vakuutukset/>

Holopainen, T. 2021. Yrityksen perustamisopas. Turenki: Hansaprint Oy.

Holvi. Mitä yrittäjyys on? Luettu 13.9.2021. <https://www.holvi.com/fi/holvi-pedia/yrittajyys/>

Huber, L. 2018. 19 Fresh Ways to Find a Business Idea. Julkaistu 17.7.2018. Luettu 2.2.2022. <https://entrepreneurshandbook.co/19-fresh-ways-to-find-a-business-idea-d52c115d6419>

Huttunen, K. 2020. Minustako yrittäjä? Julkaistu 10.9.2020. Luettu 13.9.2021. <https://www.zoner.fi/minustako-yrittaja/>

Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. 2022. Yrittäjän työttömyys. Luettu 24.4.2022. https://www.ilmarinen.fi/yrittaja/yrittajan-sosiaaliturva-ja-elake/yrittajan-sosiaaliturva/yrittajan-tyottomyysturva/?gclid=Cj0KCQjwma6TBhDIARIsA-OKuANzIVNGONDYy-QHtuG8kAbnJS4g_oETKA2e_1ejfmT9Nhw1ShKOYI80aAi7OEALw_wcB

JES Tools. n.d.a. Etusivu. Verkkosivu. Luettu 29.1.2022. <https://www.jes-tools.com>

JES Tools. n.d.b. Meistä. Verkkosivu. Luettu 29.1.2022. <https://www.jes-tools.com/meista>

JES Tools. n.d.c. Menesty yrittäjänä -jäsenyys. Verkkosivu. Luettu 29.1.2022. <https://www.jestools.com/jasenyys>

Jääskeläinen, J. 2015. Älä yritä! 1. painos. E-kirja. Vaatii käyttöoikeuden. Helsinki: Kauppakamari. [https://kauppakamaritieto.fi/ammattikirjasto/teos/ala-yrita-2015#kohta:\(\(c4\)\)\(\(e4\)\)\(\(20\)yrit\(\(e4\)\)!](https://kauppakamaritieto.fi/ammattikirjasto/teos/ala-yrita-2015#kohta:((c4))((e4))((20)yrit((e4))!)

Kaasinen, A. 2021. Yrittäjän vakuutukset – mitä pitää vakuuttaa? Artikkel. Julkaistu 21.9.2021. Luettu 24.4.2022. <https://www.ilmarinen.fi/tietoa-ilmarinesa/ajankohtaista/blogit-ja-artikkelit/2021/yrittajan-vakuutukset/>

Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma. 2021. Mitä vakuutuksia yrittäjä tarvitsee? Aloittavan yrittäjän pakolliset ja suositeltavat vakuutukset. Artikkel. Julkaistu 14.4.2021. Luettu 24.4.2022. <https://www.varma.fi/ajankohtaista/uutiset-ja-artikkelit/artikkelit/2021-q2/mita-vakuutuksia-yrittaja-tarvitsee-aloittavan-yrittajan-pakolliset-ja-suositeltavat-vakuutukset/>

Kevytyrittäjyys. 2021. Tutkimusraportti. Luettu 4.4.2022. <https://uusityo.fi/wp-content/uploads/2021/05/Kevytyrittajyys-2021.pdf>

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Koivikko, K. 2017. Yrityskauppa onnistuu kovalla prosentilla. Uutinen. Julkaistu 15.09.2017. Luettu 15.3.2022. <https://www.finnvera.fi/finnvera/uutishuone/uutiset/yrityskauppa-onnistuu-kovalla-prosentilla>

Koivupuro, E-R. 2021. Aloitteleva yrittäjä, näin hinnoittelet työsi ja lasket tunti-palkan. Blogi. Julkaistu 15.1.2021. Luettu 21.3.2022. <https://blog.holvi.com/fi/aloitteleva-yrittaja-ja-hinnoittelu-nain-hinnoittelet-tyosi>

Koskinen, I. 2017. Yritystoiminnan luvat ja lisenssit. Asiantuntijablogi. Julkaistu 10.11.2017. Luettu 2.3.2022. <https://blog.holvi.com/fi/luvat-ja-lisenssit-yritystoi-minnassa#luvanvarainen-elinkeinotoiminta>

Kovalainen, S. 2018. Yrittäjä, mikä on nimesi arvo? Blogi. Päivitetty 12.9.2018. Luettu 22.4.2022. <https://www.kauppalehti.fi/kumppaniblogit/bisneksen-uusi-muoto/yrittaja-mika-on-nimesi-arvo/811ecee3d15-55de-a9df-e92728251a03>

Kuismanen, K., Malinen, P. & Seppänen, S. 2022. Pk-yritysbarometri - kevät 2022. Tutkimusraportti. Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj & työ- ja elinkeinoministeriö. Julkaistu 14.2.2022. Luettu 15.3.2022. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2022/02/SY_pk-barometri_kevat2022.pdf

Laitinen, K. 2015. Yrittäjäyys liiketalouden opinnoissa – Tutkimus Metropolian liiketalouden koulutusohjelman opiskelijoille. Liiketalouden koulutusohjelma. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Luettu 24.4.2022. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015111716661>

Laitinen, S., Kopakkala O. & Kylmä, S. 2020. Yritysmuodot vertailussa – katso mikä yritysmuoto sopii sinulle parhaiten. Julkaistu 29.9.2020. Luettu 28.1.2022. <https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/yritysmuodot/>

Laitinen, S. 2021. Liiketoimintasuunnitelma pohjana toiminnan aloittamiselle – Mieti nämä kuntoon ensin! Julkaistu 31.11.2021. Luettu 9.3.2022. <https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/liiketoimintasuunnitelma-pohjana-toiminnan-aloittamiselle/>

Lehti E., Rope T. & Pyykkö M. 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän: perusyrittäjästä superyrittäjäksi. Helsinki: WSOY pro.

Lesonsky, R. 2004. Start your own business: the only start-up book you'll ever need. 3rd edition. Irvine (Calif): Entrepreneur Press.

Liljeroos, H. n.d. Miten löytää ensimmäinen kannattava liikeidea? Artikkel. Luettu 31.1.2022. <https://www.digivallankumous.fi/kannattava-liikeidea/>

Litonjua, E. 2020. Should you start a business with a friend? Pros, cons and key questions. Blogi. Julkaistu 4.9.2020. Luettu 9.12.2021. <https://keap.com/business-success-blog/networking/should-you-start-a-business-with-a-friend-pros-cons-and-key-questions>

Löytänä J. & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi: rohkeus + rakkaus = raha. Helsinki: Talentum.

Morris, M. 2008. Starting a Successful Business: start up and grow your own company. 6th edition. London: Kogan Page.

Mäkilä, P. 2018. Mistä hyvä nimi yritykselle? Muista pari sääntöä. Julkaistu 8.3.2018. Luettu 24.4.2022. <https://y-studio.fi/yrityksen-perustaminen/minus-tako-yrittaja/mista-hyva-nimi-yritykselle-muista-pari-saantoa/>

Nordea. n.d. Laskuta ilman yritystä – kevytyrittäjäys. Verkkosivu. Luettu 26.1.2022. <https://www.nordea.fi/yritysassiakkaat/yrityksesi/yrityksen-perustaminen/nordea-kevytyrittajyyys.html>

Norja, R. 2021. Luvanvaraiset toimialat. Verkkosivu. Julkaistu 5.7.2021. Luettu 21.3.2022. <https://www.ukko.fi/yrittajyysskoulu/luvanvaraiset-toimialat/>

Olshin, S. 2019. Hinnankorotus. blogi. Julkaistu 6.12.2019. Luettu 21.3.2022. <https://mitesbisnekset.fi/hinnankorotus>

Opiskelijasta yrittäjäksi. 2019. Suomen Yrittäjät sekä Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiö Otus. Tutkimusraportti. Luettu 16.4.2022. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/opiskelijasta_yrittajaksi_2019.pdf

Paananen, L. 2019. Yksin(äinen) yrittäjä? Blogi. Julkaistu 8.10.2019. Luettu 17.11.2021. <https://www.laurapaananen.com/2019/10/08/yksinainen-yrittaja/>

Papinniemi, A. & Pohjanmaa, A. 2021. Se ensimmäinen asiakas. Artikkel. Julkaistu 28.4.2021. Luettu 10.11.2021. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/se-ensimmainen-asiakas/>

Parikka, S. 2021. Itse tehty: opas omannäköiseen työelämään. Helsinki: WSOY

Patentti- ja rekisterihallitus. 2022. Kaupparekisteri-ilmoitusten käsittelymaksuhinnasto. Luettu 24.1.2022. <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/hinnasto/kasittelymaksut.html>

Patentti- ja rekisterihallitus. n.d. Osuuskunta. Luettu 26.1.2022. <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/muutyrittajyyksmuodot/osuuskunta.html>

Patentti- ja rekisterihallitus. 2022. Rekisteröityjen uusien yritysten lukumäärät yritysmuodoittain kaupparekisterissä. Luettu 23.4.2022. <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/rekisteroidytyritykset.html>

Peltola, L. 2015. Ideasta liikkeelle. 10. uudistettu painos. Porvoo: Edita Publishing Oy

Perälähti, M. 2020. Asiakasarvosta kilpailuetua. Taloustutkimus. Julkaistu 8.10.2020. Luettu 10.11.2021. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/asiakasarvosta-kilpailuetua.html>

Presnal, K., Brathwaite, C. 2021. Big Rich Money – Miten tehdä yrittäjän unelmista kannattavaa liiketoimintaa. Presnal, K. (toim. & suom.) Helsinki: Basam Books Oy.

Priestley, D. 2018. Entrepreneur Revolution: How to Develop Your Entrepreneurial Mindset and Start a Business That Works. E-kirja. Vaatii käyttöoikeuden. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated. <https://learning.oreilly.com/library/view/entrepreneur-revolution-2nd/9780857087829/c04.xhtml>

Puranen, T. 2021. Missio, visio, strategia ja omistajan tahtotila. Artikkel. Päivitetty 22.9.2021. Luettu 10.3.2022. <https://ammattijohtaja.fi/missio-visio-strategia-ja-omistajan-tahtotila/>

Puurunen, J. 2022. Kilpailijakartoitus oman yritystoiminnan kehittäjänä. Onnistuubi. Podcast. Julkaistu 6.3.2022. Kuunneltu 23.3.2022. <https://open.spotify.com/episode/3nCQOM40wSfxblQ2QbpgNk?si=6935b6859e954c6f>

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro Oy.

Rajala, K. 2020. Yrittäjän syke: yrittäjänä elämisen taito. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Rihtamo, V. 2019. Yrittäjyys ja yritystoiminta 1: Yrityksen perustaminen. Asiantuntijaluento. Julkaistu 31.10.2019. Katsottu 4.3.2022. Vaatii käyttöoikeuden. <https://app.eduhouse.fi/palvelu/koulutukset/98353-yrittajyys-ja-yritystoiminta-1-yrityksen-perustaminen>

Rihtamo, V. 2019. Yrittäjyys ja yritystoiminta 7: Liiketoimintasuunnitelma. Asiantuntijaluento. Julkaistu 23.10.2019. Katsottu 9.3.2022. Vaatii käyttöoikeuden. <https://app.eduhouse.fi/palvelu/koulutukset/98415-yrittajyys-ja-yritystoiminta-7-liiketoimintasuunnitelma>

Rintamäki, T. 2021. Asiakasarvo ja digiajan ostoperusteet. Kauppätieteellinen yhdistys. Julkaistu 29.4.2021. Luettu 10.11.2021. <https://www.kauppätieteellinenyhdistys.fi/asiakasarvo-ja-digiajan-ostoperusteet/>

Schooley, S. 2021. SWOT-analysis: What It Is and When to Use It. Artikkel. Päivitetty 1.12.2021. Luettu 16.2.2022. <https://www.businessnews-daily.com/4245-swot-analysis.html>

Sekki, A. & Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä – 68 käytännön ohjetta. Helsinki: Talentum Pro.

Silen, M. 2020. Osakassopimus. Artikkel. Julkaistu 15.7.2020. Luettu 24.1.2022. <https://helsinki.chamber.fi/osakassopimus/>

Sipponen, E. 2017. Pk-yrityskauppojen menestystekijät ja sudenkuopat: viitekehys omistajanvaihdoksen haasteiden tunnistamiseksi. Tietojohtaminen ja johtajuus. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Pro gradu -tutkielma. Luettu 3.3.2022. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2017103150442>

Stordalen, P. 2019. Vihdoinkin maanantaina! – 10 ohjetta uljaaseen arkeen ja tavoitteiden saavuttamiseen. Lustig, E. (suom) Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava

Ståhlberg, L. 2021. Kohti omannäköistä yrittäjyyttä. Helsinki: Basam Books Oy.

Suojanen, J. n.d. Uuden yrityksen markkinointi. Blogi. Luettu 30.3.2022.

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/uuden-yrityksen-markkinointi>

Suomen yrittäjät. n.d. Muut luvat ja ilmoitukset. Luettu 3.3.2022.

<https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/lupa-asiat-ja-ilmoitukset/muut-luvat-ja-ilmoitukset/>

Suomen yrittäjät. n.d.a Osuuskunta. Luettu 24.1.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/yritysmuodot/osuuskunta/>

Suomen yrittäjät n.d. b? Palkanmaksu yrittäjälle. Luettu 26.1.2022.

<https://www.yrittajat.fi/tietopankki/verot-ja-talous/talouhallinto/palkanmaksu-yrittajalle/>

Suomen Yrittäjät. n.d. c? Yrittäjyys Suomessa. Luettu 7.9.2021.

<https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363>

Suomi.fi. 2021a. Yrityksen perustamisvaiheen rahoitus. Päivitetty 28.12.2021.

Luettu 25.4.2022. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-rahoitus-ja-tuet/rahoituksen-suunnittelu/opas/aloittavan-yrityksen-rahoitus/yrityksen-perustamisvaiheen-rahoitus>

Suomi.fi. 2021b. Yritysmuodot vertailussa. Luettu 28.1.2022.

<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yritysmuodon-valinta/yritysmuodot-vertailussa>

Suomi.fi. 2021c. Yrityksen rekisteröinti. Luettu 23.4.2022.

<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yritysmuodon-valinta/yrityksen-rekisterointi>

Suomi.fi. n.d.a. Luvat ja veloitteet. Luettu 2.3.2022. <https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/luvat-ja-veloitteet>

Speth, C. 2015. SWOT analysis. Probert, C. (engl.) Namur: Lemaitre Publishing.

Sutela H. & Pärnänen A. 2018. Yrittäjät Suomessa 2017. Tutkimusraportti. Tilastokeskus.

https://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym_201700_2018_21465_net_p2.pdf

Sykes, T. 2017. 5 Ways to Deal with Critics. Artikkel. Julkaistu 7.7.2017. Luettu

24.4.2022. <https://www.entrepreneur.com/article/295159>

TE-palvelut. Palkkatuen kesto ja määrä. Verkkosivu. Luettu 10.9.2021.

<https://www.te-palvelut.fi/fi/tyonantajalle/loyda-tyontekija/palkkatuki/palkkatuki-kesto>

TE-palvelut. Palkkatukea voivat saada. Verkkosivu. Luettu 10.9.2021.
<https://www.te-palvelut.fi/tyonantajalle/loyda-tyontekija/palkkatuki/palkkatuki-ehdot>

TE-palvelut. Palkkatuki on tarkoitettu. Verkkosivu. Luettu 10.9.2021.
<https://www.te-palvelut.fi/tyonhajokijalle/tukea-tyollistymiseen/tyollisty-palkka-tuella/palkkatuki-tarkoitettu>

TE-palvelut. Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki. Verkkosivu. Luettu 10.9.2021.
<https://www.te-palvelut.fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan-yrittajan-palvelut/starttiraha>

Tilastokeskus. 2021. Yritykset toimialoittain ja henkilöstön suuruusluokittain 2013–2020. Tilastotietokanta. Päivitetty 16.12.2021. Luettu 23.4.2022.
https://pxweb2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yrti/stat-fin_yrti_pxt_11qe.px

Uusyrittyskeskus. 2022. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Opas. Luettu 3.2.2022. <https://uusyrittyskeskus.fi/wp-content/uploads/2022/02/Uusyrittyskeskus-Perustamisopas-alkavalle-yrittajalle-2022.pdf>

Uusyrittyskeskus. n.d.a Osakeyhtiön perustaminen. Luettu 24.1.2022.
<https://uusyrittyskeskus.fi/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/osakeyhtion-perustaminen/>

Uusyrittyskeskus. n.d.b. Yrityksen perustamisen luvat – Tarvitseeko yrityksesi luvan, ilmoituksen tai rekisteröinnin? Luettu 2.3.2022. <https://uusyrittyskeskus.fi/yrityksen-perustaminen/yrityksen-perustamisen-luvat/>

Verro. 2020. Mitä liikkeen- tai ammatinharjoittaja voi vähentää verotuksessa. Verkkosivu. Päivitetty 14.1.2020. Luettu 27.1.2022. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/vahennykset/>

Verohallinto. 2021a. Työnantajarekisteri. Verkkosivu. Päivitetty 17.8.2021. Luettu 24.4.2022. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/yritys-tyonantajana/tyonantajarekisteri/>

Verohallinto 2021b. Uusi yrittäjä – yrityksen perustaminen ja rekisteröinti. YouTube-video. Julkaistu 20.1.2021. Katsottu 24.4.2022. <https://www.youtube.com/watch?v=1IUEc0W9gqg&list=PLTSxsSRI7QAGGTt82t9Bec9Q03WiNiLR>

Waltari, M. 2021. Pienen ja aloittavan yrityksen markkinointi: näin mainonta auttaa asiakashankinnassa. Artikkelit. Julkaistu 28.6.2021. Luettu 30.3.2022.
<https://www.markkinointirouta.fi/ajassa/artikkelit/pienen-ja-aloittavan-yrityksen-markkinointi-nain-mainonta-auttaa-asiakashankinnassa>

YES-verkosto. Yrittäjyyskasvatuksen käsitteitä. Verkkosivu. Luettu 12.9.2021.
<https://yesverkosto.fi/yes/mita-yritytjyyskasvatus-on/yritytjyyskasvatuksen-kasitteita>

Yksinyrittäjäkysely. 2019. Tutkimusraportti. Suomen Yrittäjät. Luettu 24.4.2022. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/yksinyrittajakysely_2019_0.pdf

Yrittäjyystudkimus. 2021. Tutkimusraportti. Pro Growth Consulting Oy. Luettu 24.4.2022. <https://www.progrowth.fi/wp-content/uploads/2021/04/Yrittajyystudkimus-2021.pdf>

Yrityksen perustaminen. n.d. Avoimen yhtiön perustaminen. Verkkosivu. Luettu 23.9.2021. <https://yrityksen-perustaminen.net/avoin-yhtio/>

Yrityspörssi. n.d.a. Osakassopimus – kaikki mitä sinun tulee tietää. Blogi. Luettu 24.1.2022. <https://www.yritysporssi.fi/blogi/osakassopimus-kaikki-mita-sinun-tulee-tietaa-827>

Yrityspörssi n.d.b, Viisi hyvää syytä ostaa yritys. Blogi. Luettu 15.3.2022. <https://www.yritysporssi.fi/blogi/viisi-hyvaa-syyta-ostaa-yritys-652>

Yritystulkki. n.d. Osuuskunta. Verkkosivu. Luettu 26.1.2022. <https://www.yritystulkki.fi/fi/alue/pyhanta/aloitava-yrittaja/yhtiomuodot/osuuskunta/>

Yritä.fi. 2022a. Osakeyhtiö lyhyesti. Verkkosivu. Päivitetty 7.1.2022. Luettu 19.1.2022. <https://yritä.fi/osakeyhtio>

Yritä.fi. 2022b. Toiminimen verotus ja arvonlisävero. Verkkosivu. Päivitetty 7.1.2022. Luettu 27.1.2022. <https://yritä.fi/toiminimen-verotus-tuloverotus-ja-arvonlisaverotus>

Yritä.fi. 2022c. Yritysmuodot. Verkkosivu. Päivitetty 7.1.2022. Luettu 28.1.2022. <https://yritä.fi/yritysmuodot>

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

1(5)

Yrittäjäksi lähtemisen haasteet

Hei kaikki yrittäjäksi haluavat tai enintään vuoden verran yrittäjänä toimineet!

Kyselyn tavoitteena on kartoittaa yrittäjäksi pyrkivien haasteita ja hidasteita matkalla kohti yrittäjyyttä. Kyselyllä pyritään myös selvittämään, kuinka paljon yrittäjäksi haluavat ovat valmiita panostamaan itsensä lisäkouluttamiseen. Olen Noora Savonen Tampereen ammattikorkeakoulusta ja toteutan kyselyn osana liiketalouden opintojen lopputyötä JES Toolsin toimissa toimeksiantajana. JES Toolsin missiona on mullistaa tapa menestyä yrittäjänä.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5-10 minuuttia. Toivon, että käyt kysymykset ajatuksella läpi ja vastaat niihin rehellisesti. Tulokset käsitellään anonymisti kokonaistuloksina. Huomioithan, että jos olet yrittäjyydestä haaveileva, vastaat nykytilanteen mukaan ja jos olet jo yrittäjä, vastaat kysymyksiin takautuvasti.

Kysymyksiä liittyen tutkimukseen voit laittaa sähköpostilla osoitteeseen noora.savonen@tuni.fi.

Lämmin kiitos jo etukäteen kyselyyn käyttämästäsi ajasta, arvostan vastaustasi.

Taustatiedot

Olen *	--Valitse tästä--
Ikä *	--Valitse tästä--
Olen käynyt jonkin koulutuksen tai kurssin, mikä tukee yrittäjäksi lähtemistä *	--Valitse tästä--
Yritysmuoto	Kevytyrittäjä

Haasteet

Haasteellista yrittäjäksi lähtemisessä on/oli

- | | |
|--|--|
| * tunnistaa, sovinko yrittäjäksi | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Joka väliä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * tietää, miten aloittaa | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * ymmärtää, etten koskaan ole 100 % valmis | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * altistaa itsensä mahdolliselle kritiikille | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * asiakkaiden saaminen (mistä, miten?) | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä |

- | | |
|--|--|
| * epäonnistumisen pelko | <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
<input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * epävarmuus omista taidoista | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * ideoida toimintaa | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * itsensä johtaminen (ajankäyttö, jaksaminen...) | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * kanavien ja alustojen valinta (myyntiin ja markkinointiin) | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * kilpailijoista erottautuminen | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * liiketoiminnan rahoittaminen (miten?) | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * liiketoimintasuunnitelman tekeminen | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * tuotteen/palvelun hinnoittelu | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * liikeidean keksiminen | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä
<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä
<input type="radio"/> Täysin eri mieltä
<input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa |
| * maailmantilanteen epävarmuus (pandemiat, kriisit...) | <input type="radio"/> Samaa mieltä
<input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä
<input type="radio"/> Siltä väliltä |

* markkinoinnin suunnittelu ja toteuttaminen	<input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa <input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* myynti	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* rahoituslaskelmien tekeminen	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* segmentointi (kenelle palvelua/tuotetta myydään?)	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* taloudellisen epävarmuuden hyväksyminen	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* vakuutukset (mitä, miksi ja mistä?)	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* verkoston puuttuminen (tuki, kannustus, sparraus)	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* verotuksen ymmärtäminen	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa
* yritysmuodon valitseminen	<input type="radio"/> Samaa mieltä <input type="radio"/> Jokseenkin samaa mieltä <input type="radio"/> Siltä väliltä <input type="radio"/> Jokseenkin eri mieltä <input type="radio"/> Täysin eri mieltä <input type="radio"/> En osaa sanoa / en ole vielä miettinyt asiaa

Jokin muu, mikä?

Vaikeinta yrittäjyyden alkutaipaleella on/oli (valitse enintään neljä) *

- Aloittaminen
- Asiakkaiden hankinta
- Erottautuminen kilpailijoista
- Hinnoittelu
- Ideointi
- Itsensä johtaminen

4(5)

- Kanavien valinta
- Liikeidean keksiminen
- Liiketoiminnan rahoittaminen
- Liiketoimintasuunnitelman teko
- Markkinointi
- Myynti
- Riskien kartoitus
- Taloudellinen epävarmuus
- Vakuutusasiat
- Verotus
- Verkostoiden luominen
- Yritysmuodon valitseminen
- Yrittäjyys on vielä ajatuksen tasolla, en ole vielä edistänyt matkaani yrittäjänä
- En osaa sanoa

Helpointa yrittäjyyden alkutaipaleella on/oli (valitse enintään neljä) *

- Aloittaminen
- Asiakkaiden hankinta
- Erottautuminen kilpailijoista
- Hinnoittelu
- Ideointi
- Itsensä johtaminen
- Kanavien valinta
- Liikeidean keksiminen
- Liiketoiminnan rahoittaminen
- Liiketoimintasuunnitelman teko
- Markkinointi
- Myynti
- Riskien kartoitus
- Taloudellinen epävarmuus
- Vakuutusasiat
- Verotus
- Verkostoiden luominen
- Yritysmuodon valitseminen
- Yrittäjyys on vielä ajatuksen tasolla, en ole vielä edistänyt matkaani yrittäjänä
- En osaa sanoa

Kokisitko / koitko valmislomakkeiden tai -pohjien auttavan sinua jossakin vaiheessa?

- * Kyllä
- Ehkä
- En
- En osaa sanoa

Jos vastasit "kyllä" tai "ehkä", milloin olisit kokenut valmislomakkeen- tai pohjan hyödylliseksi?

Kouluttautuminen

Olisitko (tai olisitko ollut) valmis maksamaan kurssista, jossa yrittäjyyden aiheita käytäisiin tarkemmin läpi ja samalla verkostoituisit samassa tilanteessa olevien kanssa?

- * Kyllä
- Ehkä
- En
- En osaa sanoa

Perustele halutessasi

Olisitko (tai olisitko ollut) kiinnostunut maksullisesta kurssista,

- * jossa edistettäisiin ja tuettaisiin unelmiesi toteutumista? Kyllä
- Ehkä, riippuen hinnasta
- Ehkä, riippuen sisällöstä
- Ehkä, riippuen aikataulusta
- En
- En osaa sanoa

Perustele halutessasi

- * jonka aiheena asiakkaiden hankinta? Kyllä
- Ehkä, riippuen hinnasta
- Ehkä, riippuen sisällöstä
- Ehkä, riippuen aikataulusta
- En
- En osaa sanoa

* jonka aiheena maksetun markkinoinnin perusteet?

Perustele halutessasi

Kyllä
 Ehkä, riippuen hinnasta
 Ehkä, riippuen sisällöstä
 Ehkä, riippuen aikataulusta
 En
 En osaa sanoa

Perustele halutessasi

Jos vastasit johonkin edellisistä "kyllä" tai "ehkä", niin kuinka paljon olisit (ollut) valmis maksamaan, jos kaikki materiaali (videot, tietoisikut, tehtävät, viestittelyalusta yms) olisi vuoden käytettävissäsi?

- max 50 €
 max 100 €
 max 150 €
 max 200 €
 max 250 €
 max 300 €
 max 350 €
 max 400 €
 yli 400 €

Perustele halutessasi

Jos vastasit johonkin edellisistä "kyllä" tai "ehkä", niin kuinka paljon olisit (ollut) valmis käyttämään aikaa kurssiin viikossa?

- alle tunnin
 1-2 tuntia
 3-4 tuntia
 4-5 tuntia
 6-7 tuntia
 7-8 tuntia
 8-10 tuntia
 yli 10 tuntia
 En osaa sanoa

Perustele halutessasi

Oletko osana jotakin maksullista yhteisöä, joka koostuu muista yrittäjistä?

- * Kyllä
 En

Jos vastasit en, mikä saisi sinut liittymään osaksi yhteisöä?

Vapaa sana

Voit antaa palautetta kyselystä tai kertoa, jos jokin tärkeä näkökulma jäi huomiotta. Voit myös vapaasti kertoa mietteitä yrittäjyydestä tai tsempata yrittäjistä haaveilevia lähtemään kohti unelmia.

Tietojen lähetys

Tallenna

Iso kiitos vastauksesta ja antoisaa loppuvuotta!

Tarkistuslista

- Oma soveltuminen yrittäjäksi
- Yritysidean jalostaminen liikeideaksi
- Liiketoimintasuunnitelma
- Yhtiömuodon valitseminen
- Tarvittavat laskelmat
- Starttirahahakemus
- Muu rahoitus
- Luvanvaraisuus
- Yrityksen nimi
- Kaupparekisteri-ilmoitus
- Ilmoitus verottajalle
- Vakuutukset ja työttömyysturva
- Tarvittaessa toimitila ja kirjanpitäjä