

Opinnäytetyö (AMK)

Tietojenkäsittelyn koulutus

2022

Anna Huhtanen

# SIVUTOIMISEN YRITYKSEN PERUSTAMINEN

– painopisteenä digitaalinen markkinointi



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn koulutus

2022 | 44 sivua

Anna Huhtanen

## Sivutoimisen yrityksen perustaminen

- painopisteenä digitaalinen markkinointi

Sivutoiminen yrittäminen on kasvattanut suosiotaan. Enenevässä määrin ihmiset perustavat sivutoimisia yrityksiä, joita hoitavat päivätyönsä ohella. Digitaalinen markkinointi on nykypäivänä hyvä keino tavoittaa asiakkaita, sillä ihmiset kuluttavat paljon aikaa erilaisten älylaitteiden äärellä.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi yksityishenkilö. Hänen suunnitelmansa oli perustaa yritys, jossa hän pääsee hyödyntämään luovaa osaamistaan graafisena suunnittelijana.

Työn tavoitteena oli perustaa toimeksiantajalle sivutoiminen yritys. Toimeksiantona selvitettiin yksinyrittävälle sopivat yritysmuodot. Toimeksiantaja halusi keskittyä yrityksessään digitaaliseen markkinointiin, joten työssä selvitettiin digitaalisen markkinoinnin mahdollisuudet keskittyen sosiaaliseen mediaan ja nettisivuihin.

Opinnäytetyön tavoitteissa onnistuttiin. Toimeksiantaja löysi sopivan yritysmuodon ja valitsi yritysmuodokseen kevytyrittäjyyden Y-tunnuksella. Hänen yrityksensä Instagram-tiliä päivitettiin tavoittamaan enemmän käyttäjiä. Lisäksi hänelle perustettiin omat WordPress-pohjaiset verkkosivut. Toimeksiantajasta tuli virallisesti sivutoiminen yrittäjä.

Asiasanat:

yrittäjyys, sivutoimisuus, kevytyrittäjyys, markkinointi

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business Information Technology

2022 | 44 pages

Anna Huhtanen

## Setting up a part-time business

- with focus on digital marketing

Being a part-time entrepreneur has become increasingly popular. More and more people start businesses, which they run alongside their day jobs. Digital marketing is an effective mean of reaching potential customers nowadays since people are spending most of their time around smart devices.

The client of this thesis was working full-time and wanted to gain more income from a part-time business. They wanted to set up a side business where they could utilize their creative skills as a graphic designer.

The aim of this thesis was to set up a business for the client. Proper business forms for registering as a private entrepreneur were found. One of the tasks was to explore the possibilities for digital marketing with a focus on social media and websites.

The goals of this thesis were reached. The client chose their business form to be proprietorship with a business ID. Their Instagram-profile was set up to reach more users. The client also acquired their own website for the business, which was built up by using WordPress-service. The client became an official part-time entrepreneur.

Keywords:

entrepreneurship, part-time, light entrepreneurship, marketing

# Sisältö

<b>1 Johdanto</b>	<b>6</b>
<b>2 Yrittäjyys Suomessa</b>	<b>8</b>
2.1 Yleisesti yrittäjyydestä	8
2.2 Yrittäjän lakisääteiset velvoitteet	9
2.3 Yritystoiminnan perustaminen	10
<b>3 Sivutoiminen yrittäjyys</b>	<b>11</b>
3.1 Harrastuksesta ansiotulo	11
3.2 Vaikutus muihin tuloihin	12
<b>4 Erilaiset yritysmuodot</b>	<b>13</b>
4.1 Toiminimi	13
4.2 Kevytyrittäjyys	14
4.3 Osakeyhtiö	16
<b>5 Yrityksen markkinointi ja brändäys</b>	<b>18</b>
5.1 Yleisesti markkinoinnista	18
5.2 Digitaalinen markkinointi	19
5.3 Brändäys	20
<b>6 Sosiaalisen median merkitys markkinoinnissa</b>	<b>22</b>
6.1 Sosiaalisen median määritelmä	22
6.2 Sosiaalinen media markkinoinnissa	23
6.3 Markkinointi Instagramissa	24
<b>7 Nettisivujen merkitys yritykselle</b>	<b>26</b>
7.1 Nettisivujen luominen	26
7.2 Nettisivujen merkitys myynnissä ja markkinoinnissa	27
<b>8 Case: harrastuksesta sivutoiminen yritys</b>	<b>29</b>
8.1 Yrityksen liiketoimintasuunnitelma	29
8.2 Yritysmuodon valinta	30

8.3 Markkinointi ja brändäys	32
8.4 Sosiaalinen media	33
8.5 Nettisivujen perustaminen	34
8.6 Nettisivujen laatiminen	36
<b>9 Johtopäätökset</b>	<b>39</b>
<b>Lähteet</b>	<b>41</b>

## **Kuvat**

Kuva 1. Vertailu eri kevytyrittäjyyden muotojen ja toiminimen välillä.	31
Kuva 2. Nettisivut niiden suunnitteluvaiheessa.	37
Kuva 3. Sivuston etusivu.	38

## **Taulukot**

Taulukko 1. Eri laskutuspalveluiden palvelumaksuprosentit (Accountor Group 2022d).	15
Taulukko 2. Vertailu eri verkkoisännöintipalveluista.	35

# 1 Johdanto

Yrittäjäksi ryhtyminen on kasvava trendi. On ennustettu, että 2030-luvun loppuun mennessä 60 % suomalaisista työntekijöistä toimii joko yrittäjinä tai freelance-reina. Loput 40 % toimivat palkansaajina. Todennäköistä on, että jatkossa yrittäjyyden ja palkkatyön yhdistäminen yleistyy. Ihmiset tekevät töitä sekä palkansaajina että yrittäjinä. (Sekki & Härkönen 2020, 9.)

Opinnäytetyön aiheena on sivutoimisen yritystoiminnan perustaminen. Toimeksiantajana toimii yksityishenkilö, joka on suunnitellut sivutoimisen yritystoiminnan perustamista pitkään. Hänellä on vakituinen päivätyö, josta saa pääasiallisen tulonsa. Hän on kuitenkin kiinnostunut saamaan lisää ansiotuloja sivutoimisen yritystoiminnan kautta.

Opinnäytetyön aluksi kartoitetaan toimeksiantajalle sopiva yritysmuoto. Kartoitus tehdään haastattelemalla toimeksiantajaa. Kartoituksen pohjana toimii myös toimeksiantajan laatima liiketoimintasuunnitelma. Vertailua tehdään eri yritysmuodoista, jotka sopisivat juuri sivutoimiselle yrittäjälle. Yritysmuodon valinnan jälkeen toimeksiantajalle tullaan perustamaan yritys.

Opinnäytetyössä tutkitaan markkinointia ja brändäystä, joita on syytä pohtia tarkasti yritystoimintaa perustettaessa. Painopisteenä on digitaalinen markkinointi. Työssä perehdytäänkin siihen, mikä on sosiaalisen median ja nettisivujen merkitys markkinoinnissa. Toimeksiantaja on kiinnostunut hyödyntämään etenkin sosiaalista mediaa markkinoinnissaan, joten hänelle laaditaan suunnitelma sitä varten. Opinnäytetyön toiminnallisen osion lopuksi toimeksiantajan yritykselle laaditaan WordPress-pohjaiset nettisivut, jotka toimivat sosiaalisen median ohella yrityksen digitaalisen markkinoinnin kanavana.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytetään toimeksiantajan avointa haastattelua. Muita menetelmiä ovat dokumenttianalyysi sekä vertaisarviointi. Dokumentteina hyödynnetään aiheeseen liittyviä nettisivuja ja -artikkeleita, kirjallisuutta sekä toimeksiantajan laatimaa liiketoimintasuunnitelmaa. Vertaisarviointia

tehdään vertaamalla toimeksiantajan sosiaalisen median tiliä vastaaviin toimijoihin.

Aihe opinnäytetyölle syntyi toimeksiantajan tarpeesta, mutta myös omasta kiinnostuksestani aiheeseen. Tulevaisuudessa kirjoittajan suunnitelmissa on perustaa oma it-alan yritys, todennäköisesti juuri sivutoimisena. Opinnäytetyön loppuvuorossa pohditaan yrittäjyyden merkitystä kirjoittajalle ja sitä, miten opinnäytetyöstä saadut tulokset vaikuttavat kirjoittajan omiin suunnitelmiin.

## 2 Yrittäjyys Suomessa

Mitä yrittäjyys on? Yrittäjänä toimimisella tarkoitetaan sitä, kun henkilö omalla lii-  
keideallaan ja työskentelyllään elättää itsensä. Yrittäjä ei työskentele toisen hen-  
kilön alaisuudessa, vaan itselleen. Verraten palkkatyöhön, yrittäjänä toimiessaan  
ihminen on vastuussa itse palkanmaksusta, eläketurvasta ja muista tärkeistä va-  
kuutuksista. (Suomen Yrittäjät 2022a.)

Tässä luvussa kerrotaan yleisesti yrittäjyydestä. Lisäksi kerrotaan tarkemmin yrit-  
täjyyteen kuuluvista vastuista ja velvollisuuksista.

### 2.1 Yleisesti yrittäjyydestä

Vuoden 2022 alussa Suomessa kaupparekisteriin oli kirjattu 641 619 yritystä. Yri-  
tysten määrä on ollut nousussa: patentti- ja rekisterikeskuksen tilaston mukaan  
yritysten määrä on kasvanut vuosittain. Esimerkiksi verraten vuoteen 2018, jolloin  
vuoden alussa rekisteriin oli kirjattu 608 486 yritystä. (Patentti- ja rekisterihallitus  
2022.)

Huomioitavaa on kuitenkin se, että esimerkiksi kaikkien toiminimellä toimivien  
yrittäjien ei ole välttämätöntä rekisteröityä kaupparekisteriin. Kaupparekisteriin tu-  
lee kirjautua, mikäli yritystoiminnalla on oma erillinen toimipaikka, yritys harjoittaa  
luvanvaraista toimintaa ja sillä on vähintään yksi työntekijä. (Patentti- ja rekisteri-  
hallitus 2022.) Tästä johtuen yritysten ja yrittäjien määrä on edellä mainittua lukua  
varmasti suurempi.

Jokaiselle perustetulle yritykselle tai yhteisölle määritellään oma tunnus. Tun-  
nusta kutsutaan nimellä yritys- ja yhteisötunnus, eli Y-tunnus. Tunnuksessa on  
seitsemän numeroa, väliviiva ja tarkistusmerkki. Tunnuksia käytetään yritysten  
yksilöimiseen toisistaan. Y-tunnuksen saadakseen ei tarvitse olla ilmoittautunut  
edellä mainittuun kaupparekisteriin tai Verohallinnon rekisteriin. Mikäli yritys on  
kuitenkin kirjattu esimerkiksi kaupparekisteriin, tulee Y-tunnus olla näkyvillä kai-  
kissa yrityksen toiminnassa. (Patentti- ja rekisterihallitus ja verohallinto 2022.)

## 2.2 Yrittäjän lakisääteiset velvoitteet

Yritystoimintaa perustaessa on tärkeää selvittää ja huolehtia kaikista yritystoimintaa koskevista velvoitteista. Ennen yritystoiminnan aloittamista tulee huomioida tarvittavat luvat kuntoon. Yritystoiminnan aloittamisen jälkeen tulee vastuulle erityisesti tiettyjen verojen maksamisesta huolehtiminen.

Yritystoiminnan aloittaakseen voi olla velvollinen hankkimaan toiminnalleen erityisluvan. Aloja, joihin erityslupia tarvitaan, ovat esimerkiksi elintarvikeala sekä sosiaali- ja terveystila. Lupia myönnetään usein vain määräajaksi ja ne voidaan myös peruuttaa, mikäli yrittäjä toimii määräysten vastaisesti. Tärkeää on myös huomata esimerkiksi tekijänoikeuksia koskevat säännökset. Yritystoiminnassaan ei saa hyödyntää esimerkiksi musiikkia tai taidetta ilman, että huolehtii niistä maksettavista korvauksista ja luvista. (Sekki & Härkönen, 2020, 91–93.)

Yrittäjä maksaa verottajalle etukäteen saatavista tuloistaan ennakkoveroa. Veron määrä määräytyy yrityksen tulojen mukaisesti. Uusi yrittäjä arvioi ensimmäisen vuoden tulonsa ja tämän mukaan ennakkoveroa verotetaan. Ensimmäisen vuoden jälkeen ennakkovero määräytyy viimeksi päättyneen verotuksen perusteella. (Verohallinto 2022a.)

Mikäli yrittäjällä on työntekijöitä, tulee hänen huolehtia palkanmaksajan velvollisuuksista. Hänen tulee huolehtia ennakonpidätyksistä, sairausvakuutusmaksuista ja työntekijöiden työeläkevakuutuksista. Hänen tulee ilmoittaa tulorekisteriin vaaditut tiedot maksetuista palkoista. (Sekki & Härkönen, 2020, 94.)

Jokaisen yrittäjän tulee huolehtia yrittäjän eläkevakuutuksesta, eli YEL-vakuutuksesta. Vakuutus on pakollinen, mikäli yrittäjä on 18–69-vuotias, yritystoiminta on jatkunut vähintään neljä kuukautta ja yrittäjä arvioi tienäävänsä tai on jo tienannut yritystoiminnallaan yli määritellyn tuloalarajan. Mikäli uuden yrittäjän tulot eivät ylitä alarajaa, voi hän hakea vapautusta YEL-maksusta. (Sekki & Härkönen, 2020, 95–96.) Vuonna 2022 YEL-työtuloraja on 8 261,71 € (Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Elo 2022).

### 2.3 Yritystoiminnan perustaminen

Miten yritystoiminta aloitetaan? Yritystoiminnan perustamiseen tarvitaan hyvä idea, huolellinen suunnitteleminen ja sen jälkeen suunnitelman toteuttaminen.

Jotta yritystoimintaa voidaan aloittaa, tulee siihen olla jokin idea. Ajatus yrityksestä voi syntyä hetkessä tai se voi olla pitkän pohdinnan tuotos. Toisaalta yritystä ei tarvitse aloittaa nollostakaan: yritystoiminnan voi aloittaa esimerkiksi yrityskaupan kautta. Tällöin jo olemassa oleva yritys ostetaan sen nykyiseltä omistajalta ja toimintaa jatketaan siitä mihin edellinen omistaja jäi. (Viitala & Jylhä 2013.)

Hyvän idean saatuaan tulevan yrittäjän tulee laatia liiketoimintasuunnitelma yritykselleen. Liiketoimintasuunnitelmassa kerrotaan yrityksen liikeidea, tavoitteet ja päämäärät sekä strategia tavoitteiden saavuttamiseen. Suunnitelmassa tulisi käydä läpi yrityksen markkinat, kilpailijat ja asiakaskohderyhmä. (Viitala & Jylhä 2013.)

Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjälle tärkeä työväline yritysidean suunnittelussa, mutta sillä voi olla myös taloudellista merkitystä. Mikäli yrittäjä haluaa yrityksen aloittamiseen starttirahaa, tulee hänen esittää starttirahaa myöntävälle viranomaiselle liiketoimintasuunnitelma. Yritystoimintaa suunnitellessaan yrittäjä onkin tärkeää suunnitella miten yritystoiminta tullaan rahoittamaan. (Viitala & Jylhä 2013.)

Idean ja suunnittelun jälkeen tulevan yrittäjän tulee miettiä itselleen sopiva yritysmuoto. Yritysmuodon valinnassa tulee huomioida muun muassa yritystoiminnan laajuutta ja vastuunkantokysymyksiä. (Viitala & Jylhä 2013.) Eri yritysmuotoja käsitellään tarkemmin luvussa 4.

Yritys voidaan perustaa yritysmuodon valinnan jälkeen. Usein yrityksen perustaminen onnistuu vain netissä täytettävän ilmoituksen kautta (Accountor Group 2022c). Perustaessa yritystä yrittäjän tulee huolehtia mahdollisten erityislupien ja vakuutusten järjestämisestä. Lisäksi hänen tulee tehdä mahdollinen ilmoitus kaupparekisteriin. (Viitala & Jylhä 2013.) Näistä lakisääteisistä velvoitteista kerrottiin tarkemmin luvussa 2.2.

### 3 Sivutoiminen yrittäjyys

Sivutoimisella yrittäjyydellä tarkoitetaan tilannetta, jossa yrittäjä tienaa vain osan kaikista tuloistaan yrityksellään. Päätoiminen tulo tulee muualta, esimerkiksi palkkatöistä. (Accountor Group 2022a.)

Nykyajan työsuhteet ovat usein määräaikaisia tai projektiluonteisia. Monelle sivutoiminen yrittäjyys tuokin mahdollisuuden saada lisää ansiotuloja palkkatulojen rinnalle. Suomessa katsotaan olevan sivutoimisesti työskenteleviä yrittäjiä kymmeniä tuhansia. (Esa 2021.)

#### 3.1 Harrastuksesta ansiotulo

Sivutoiminen yrittäjyys sopii erilaisiin elämäntilanteisiin. Osa-aikaisesti työskentelevä henkilö voi hyödyntää omia taitojaan ja harrastuksiaan ja saada niistä lisää ansiotuloja. (Esa 2021.) Sivutoiminen yritys voikin olla jotain täysin muuta, mistä yrittäjä saa päätoimisen tulonsa. Sivutoiminen yritystoiminta voi pohjautua esimerkiksi yrittäjän harrastukseen tai mielenkiinnon kohteisiin. Ajatus oman harrastuksen hyödyntämisestä ja laajentamisesta ansiotulojen lähteeksi voi tuntua liian riskialttiilta, joten sen toimivuutta voi testata aluksi sivutoimisen yrityksen kautta. (Lehikoinen 2021, 23.) It-alan ammattilainen voisi esimerkiksi sivutoimisessa yritystoiminnassaan maalata tauluja tai leipoa kakkuja.

Sivutoiminen yrittäjyys antaa uudelle yrittäjälle mahdollisuuden kokeilla uutta yritysidea suhteellisen turvallisesti. Yrittäjä voi sivutoimisen yrityksensä kautta saada selville, olisiko hänen töilleen kysyntää markkinoilla. Aina on kuitenkin mahdollisuus, että sivutoimisen yritystoiminnan tuotteilla ja palveluilla on paljonkin kysyntää. Toiminta voi laajentua ja muuttua jopa yrittäjän päätoimiseksi tuloksi. (Lehikoinen 2021, 22.)

Mikäli sivutoiminen yritys ei kannata, voi sen halutessaan päättää ilman, että menettää täysin tulojaan. Yrityksen kannattavuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksen

tulos on positiivinen. Tulos lasketaan vähentämällä yrityksen tuotoista sen kustannukset. (Sekki & Härkönen 2020, 45.)

### 3.2 Vaikutus muihin tuloihin

Lehikoinen (2021, 16–17) mainitsee kirjassaan, että sivutoimisella yritystoiminnalla ihminen voi luoda itselleen helpotusta taloudellisesti. Sivutoiminen yritystoiminta voi toimia turvana, mikäli päätoiminen tulo, esimerkiksi palkkatyön kautta, katkeaa. Ihminen ei putoa täysin taloudellisesti tyhjän päälle, kun sivutoiminen yritys tuottaa tuloja. (Lehikoinen 2021, 16–17.)

Tärkeää on kuitenkin huomioida se, että palkkatyössä oleva on mahdollisesti velvollinen kertomaan omalle työnantajalleen sivutoimisen yrittäjyyden suunnitelmistaan. Oma työnantaja voi työsopimuksessaan kieltää mahdollisuuden sivutoimiseen yrittäjyyteen. Tällainen tilanne on esimerkiksi sellainen, jossa yrittäjä olisi perustamassa työnantajan kanssa kilpailevan, saman alan yrityksen. (Accountor Group 2022a.)

Sivutoimista yrittäjyyttä voivat harjoittaa muutkin kuin palkkatyössä käyvät, kuten esimerkiksi työttömät ja opiskelijat. Työttömyysetuutta saavan tulee huomioida yrittäjyyden vaikutus työttömyysturvaan. Yritystoiminnan alkaessa TE-toimisto tekee selvityksen siitä, toimiiko henkilö yrityksessään pää- vai sivutoimisesti. Päätoimisesti yrittäjänä toimiva henkilö ei ole oikeutettu työttömyysturvaan. Sivutoimisesti toimivalla on oikeus työttömyysturvaan, mutta yritystoiminnalla ansaitut tulot huomioidaan maksettavan työttömyysturvan määrässä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022.)

Myös opiskelija voi perustaa sivutoimisen yritystoiminnan. Opintotukea nostavan opiskelijan tulee kuitenkin huomioida Kelan määrittämät tulorajat. Kela huomioi kaikki opiskelijan bruttotulot, näin ollen myös yritystoiminnasta saadut tulot. Vuonna 2022 opiskelijan vuosituloraja on 10 440 €, mikäli opiskelija nostaa opintotukea vuoden jokaisena kuukautena. Pääasiallisen lukuvuoden, 9 kuukauden, aikana tuloraja on 15 630 €. Mikäli tuloraja ylittyy, perii Kela maksettua opintotukea takaisin 7,5 %:n korolla. (Kansaneläkelaitos 2022.)

## 4 Erilaiset yritysmuodot

Suomessa yrityksen voi perustaa monella eri tavalla, sillä mahdollisia yritysmuotoja on useita. Suomessa suosituimpia yritysmuotoja ovat osakeyhtiö, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osuuskunta sekä toiminimi. Uusimpana ja suositaan kasvattavana vaihtoehtona on kevytyrittäjäyys. (Accountor Group 2022c.)

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on perustamassa sivutoimista yritystoimintaa yksin. Hänen uusi yritystoimintansa olisi aluksi hyvin pienimuotoista ja tulisi olla hoidettavissa päivätyön ohella. Sekki ja Härkönen (2020, 70) toteavat kirjassaan, että ehdottomasti suosituimmat yritysmuodot sivutoimiseen yrittäjyyteen ovat kevytyrittäjäyys, toiminimi ja osakeyhtiö. Muita vaihtoehtoja, kuten kommandiittiyhtiötä tai osuuskuntaa, on mahdoton ajatella, sillä niiden perustamiseen tarvitaan henkilöitä enemmän kuin yksi. (Sekki & Härkönen 2020, 70.)

### 4.1 Toiminimi

Toiminimi on puhekielessä vakiintunut termi puhuttaessa yksityisestä elinkeinoharjoittajasta. Virallisesti toiminimellä tarkoitetaan kuitenkin henkilön, yrityksen tai organisaation nimeä, jota elinkeinotoiminnassa käytetään. Esimerkiksi jokaisella osakeyhtiöllä tai avoimella yhtiöllä on oma toiminimi. (Futuredu Oy 2022.) Tässä opinnäytetyössä toiminimestä puhuttaessa tarkoitetaan kuitenkin yksityistä elinkeinoharjoittajaa.

Toiminimellä tarkoitetaan elinkeinotoimintaa harjoittavaa, luonnollista henkilöä. Lain silmin toiminimellä toimivalla yrittäjällä ei ole erillistä yritystä, vaan toiminimi ja yrittäjä ovat sama asia. Juridisesti yrityksen ja yrittäjän ollessa sama asia, vastaa yrittäjä yritystoiminnastaan omalla henkilökohtaisella omaisuudellaan. Tilanne on erilainen verraten esimerkiksi osakeyhtiön toimintaan. (Futuredu Oy 2022.) Osakeyhtiön riskien ja vastuunjaosta lisää luvussa 4.3.

Vuoden 2022 alussa toiminimellä, eli yksityisenä elinkeinoharjoittajana toimi 237 564 henkilöä. Yritysmuotona toiminimi olikin toiseksi suosituin kaikista

muodoista. (Patentti- ja rekisterihallitus 2022.) Tilastossa tulee kuitenkin huomioida se, että tilastoon on kirjattu vain kaupparekisteriin kirjautuneet yritykset.

Toiminimi on yritysmuoto yksin yrittävälle henkilölle. Toiminimen perustaminen on nopeaa ja ei lähtökohtaisesti maksa sen perustajalle mitään. Mikäli toiminimi tulee kirjata kaupparekisteriin, maksaa rekisteröinti 60 euroa vuonna 2022. (Accountor Group 2022b.) Kaupparekisteriin ilmoittautumisen ehdoista kerrottiin luvussa 2.1.

Toiminimen perustaja on vastuussa omasta työstään yksin ja on vastuussa muun muassa kirjanpidosta itse, ellei ulkoista sitä ulkoiselle kirjanpitotoimistolle. Toiminimellä toimivalta yritykseltä vaaditaan yksinkertainen kirjanpito kaksinkertaisen kirjanpidon sijaan. Yksinkertaisella kirjanpidolla tarkoitetaan lähtökohtaisesti vain tulojen ja menojen kirjaamista ylös. (Kurjenniemi 2018.)

Toiminimen tulot huomioidaan verotuksessa yrittäjän omina ansio- ja pääomatuloina. Verotuksessa huomioidaan yritystoiminnassa saatujen tulojen lisäksi yrittäjän muut ansiotulot, kuten palkkatulot. Mikäli tulot nousevat, nousee myös verotettava veroprosentti. Yritystoiminnan ja siitä saatavien tulojen kasvaessa yrittäjän voikin olla parempi miettiä yritysmuodon vaihtamista osakeyhtiöön, jossa verotus tapahtuu eri tavalla. Toisaalta mikäli yritystoiminnan tulot jäävät pieniksi, voi yrittäjä vaatia niiden huomioimista vain ansiotuloina ja saada siitä suurimman verotuksellisen hyödyn. (Accountor Group 2022b.)

## 4.2 Kevytyrittäjäyys

Kevytyrittäjäyys on nimensä mukaisesti kevyt vaihtoehto yrittäjyydelle. Termi ”kevytyrittäjäyys” ei ole laissa määritelty, vaan se on muodostunut laskutuspalveluiden markkinoinnin kautta. Yritysmuodosta käytetäänkin montaa eri termiä, mutta kevytyrittäjäyys on termeistä vakiintunut eniten käytetyksi. (Accountor Group 2022d.)

Kevytyrittäjäydydellä tarkoitetaan yrittäjyyttä, jonka toiminta on yrittäjämäistä, mutta asiakkaiden laskutus hoituu kolmannen osapuolen, laskutuspalvelun, kautta.

Laskutuspalvelu maksaa yrittäjälle työsuorituksen palkkana. (Sekki & Härkönen 2020, 28.)

Kevytyrittäjä solmii sopimuksen laskutuspalveluita tarjoavan yrityksen kanssa. Laskutuspalvelu hoitaa yrittäjän puolesta kaiken kirjanpitoon, verotukseen ja byrokraatiaan liittyvät toimenpiteet. Yrittäjä voi vain keskittyä tekemään työtään ja kirjaamaan laskutettavat työt laskutuspalvelun järjestelmään. (Accountor Group 2022d.)

Rekisteröityessään laskutuspalvelun asiakkaaksi yrittäjältä ei yleensä peritä rekisteröintimaksua. Laskutuspalvelu kuitenkin ottaa palveluitaan vastaan tietyn prosenttiosuuden yrittäjän laskutettavista tuloista. Laskutuspalveluiden perimissä osuuksissa on eroja, kuten yllä esitetystä taulukosta on havaittavissa (Taulukko 1). Taulukko on suunta antava, sillä palvelumaksun hintaan vaikuttavat myös laskutuspalvelun mahdolliset alennukset ja lisämaksut. Pienin palvelumaksuprosentti ei näin ollen suoraan viittaa edullisimpaan laskutuspalveluun. (Accountor Group 2022d.)

Taulukko 1. Eri laskutuspalveluiden palvelumaksuprosentit (Accountor Group 2022d).

Laskutuspalvelu	Palvelumaksu alussa
Pooli	5%
Talenom Kevytyrittäjä	2%
4eze	3,6%
Free-Kevytyrittäjä	4%
Odeal	5%
Eezy	7%
Omapaja	7%
Ukko.fi	5%
Toimipiste.fi	5%

Kevytyrittäjä ei lähtökohtaisesti toimi Y-tunnuksella, vaan toimii ikään kuin palkansaajana laskutuspalvelulle. Kevytyrittäjä on kuitenkin velvollinen maksamaan YEL-maksuja siinä missä muutkin yrittäjät, mikäli hänen tulonsa nousevat yli määritellyn YEL-tulorajan. (Accountor Group 2022d.)

Osa laskutuspalveluista tarjoaa kuitenkin myös palvelumuotoa, jossa kevytyrittäjä voi saada itselleen myös Y-tunnuksen. Tällaista palvelumuotoa tarjoavat muun muassa Ukko.fi, Free.fi sekä OP-pankki. (Accountor Group 2022d.)

Y-tunnuksellinen kevytyrittäjä on oikeutettu muun muassa arvonlisäveron alarajajuoennukseen. Tällä tarkoitetaan sitä, että yrityksen tulojen jäädessä tietyn rajan alle, voi se hakea vapautusta arvonlisäverojen maksuista. Vuonna 2022 alaraja yrityksen liikevaihdolle oli 15 000 euroa. (Verohallinto 2022b.). Kevytyrittäjä voi siis saada taloudellisia kevennyksiä Y-tunnuksen avulla.

### 4.3 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö on tilaston mukaan Suomessa suosituin tapa harjoittaa yrittäjyyttä. Vuoden 2022 alussa Suomessa oli rekisteröitynä yli 262 000 osakeyhtiötä (Patentti- ja rekisterihallitus 2022).

Osakeyhtiön nimestä on jo pääteltävissä yritysmuodon perimmäinen toimintatapa, eli osakkeet. Yhtiön omistus jakautuu osakkeisiin, joita osakkeenomistajat voivat halutessaan myydä ja siirtää toisille osakkaille. Osakeyhtiön tuotoista osakkaat voivat nostaa itselleen palkkaa. (Accountor Group 2022e.)

Osakeyhtiö on toimiva yritysmuodon vaihtoehto myös yksinyrittävälle henkilölle, sillä sitä voi olla perustamassa yksi tai useampi henkilö. Ennen vuotta 2019 osakeyhtiöltä vaadittiin perustettaessa vähintään 2500 euron alkupääomaa. Laki muuttui kuitenkin heinäkuussa 2019 ja muutoksen yhteydessä alkupääoman vaatuksesta luovuttiin. (Suomen Yrittäjät 2022b.)

Osakeyhtiöllä täytyy olla nimetty hallitus. Se huolehtii yrityksen hallinnosta ja kaikesta toiminnasta. Mikäli yrityksen on perustanut yksin, tulee hallituksessa olla

perustajansa lisäksi yksi varajäsen. Varajäsen vaaditaan, mikäli hallitukseen kuuluu alle kolme henkilöä. (Accountor Group 2022e.)

Yhtiön tulee järjestää vuosittain yhtiökokous, jossa muun muassa vahvistetaan tilinpäätös, päätetään yhtiön voittojen käytöstä ja mahdollisesti nimetään hallituksen jäsenet. Hallitus voi valita yhtiölle toimitusjohtajan, joka vastaa esimerkiksi toiminnan johtamisesta ja henkilöstöasioiden huolehtimisesta. Hallitus määrittelee itse toimitusjohtajan tarkemmat tehtävät. Toimitusjohtajan nimeäminen ei kuitenkaan ole osakeyhtiössä pakollista. (Accountor Group 2022e.)

Verraten toiminimeen, jossa yrittäjä vastaa yrityksestä henkilökohtaisella omaisuudellaan, osakeyhtiön omistajat eivät ole vastuussa yrityksestä vastaavalla tavalla omalla henkilökohtaisella omaisuudellaan. Esimerkiksi mikäli yritys päättyy konkurssiin, menettävät omistajat vain yritykseensä sijoittamansa pääoman. Poikkeuksena kuitenkin esimerkiksi tilanteet, jossa osakas on taannut yhtiön lainaa henkilökohtaisesti. (Accountor Group 2022e.) Konkurssilla tarkoitetaan tilannetta, jossa yrityksen toimintaa ei saada enää kannattavaksi ja yritys on pysyvästi maksukyvytön. Yrityksen omaisuus ei ole enää yrityksen omistajan hallinnassa, vaan se jaetaan nimetyn konkurssipesänhoitajan kautta yrityksen velkojille. (Digija väestötietovirasto 2021.)

Kirjanpito tulee tehdä osakeyhtiössä kahdenkertaisena. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa tulee ilmaista se, mistä raha on otettu ja minne se on laitettu. (Kurjenieniemi 2018.) Yhtiölle tulee myös valita tilintarkastaja, mikäli yhtiön edeltäneellä tilikaudella taseen loppusumma on yli 100 000 euroa, liikevaihto ylittää 200 000 euroa tai yhtiön palveluksessa on yli kolme henkilöä. Mikäli kaksi edellä mainituista ehdoista ei täyty, ei tilintarkastajan nimittäminen ole pakollista. (Accountor Group 2022e.)

## 5 Yrityksen markkinointi ja brändäys

Opinnäytetyössä selvitetään toimeksiantajalle asioita, joita yrittäjäksi ryhtyvän tulisi ottaa huomioon markkinoinnissa ja brändin luomisessa. Seuraavissa luvuissa esitellään tarkemmin, mitä tarkoitetaan markkinoinnilla ja brändäyksellä. Luvussa 5.2 käsitellään digitaalista markkinointia.

### 5.1 Yleisesti markkinoinnista

Markkinoinnilla tarkoitetaan taktisia toimenpiteitä yrityksen asiakkaiden tavoittamiseksi ja tuotteiden saamiseksi kaupaksi. Suomen kielen termillä ”käydä markkinoilla” onkin tarkoitettu tilaisuutta, jossa myyjä ja asiakas tapaavat ja käyvät kauppaa. (Bergström & Leppänen 2021.)

Suomessa kuluttajille suunnattua markkinointia valvoo kuluttajansuojalaki. Lain avulla kuluttajia halutaan suojella epäasialliselta virheelliseltä markkinoinnilta. Lain mukaan markkinoinnin tulee olla tunnistettavaa ja avointa, se ei saa johtaa kuluttajaa harhaan. Piilomainonta on kiellettyä. (Kuluttajaliitto 2022.)

Markkinoinnilla on tärkeä merkitys yrityksen liiketoiminnassa. Markkinoinnin tarkoituksena on esitellä omaa osaamistaan ja tuotteitaan. Markkinoinnin avulla yrittäjä voi erottua kilpailijoista ja antaa asiakkaille syitä, miksi valita juuri hänen tuotteensa kilpailijan sijaan. Markkinoinnin avulla osoitetaan se, miten yrityksen tarjoamalla tuotteella tai palvelulla tyydytetään asiakkaan tarpeet. (Bergström & Leppänen 2021.)

Markkinoinnin merkitys yritystoiminnan liiketoiminnassa on muuttunut vuosien varrella. Markkinointia ajateltiin aiemmin vain tuotantosuuntaisesti. Tuotantosuuntaisella markkinoinnilla tarkoitetaan tilannetta, jossa tuotteita oli tarjolla paljon ja kilpailijoita ei ollut. Koska tuote kävi kaupaksi joka tapauksessa kysynnän ollessa tarjontaa suurempi, ei varsinaista markkinointia tarvinnut tehdä. Tänä päivänä tuotantosuuntainen toiminta näkyy edelleen esimerkiksi terveydenhuollossa ja lasten päivähoidossa. (Bergström & Leppänen 2021.)

Vuosien muutokset ovat päätyneet siihen, että nykyinen markkinointi on hyvin asiakaskeskeinen. Tuotantosuurtaisen toiminnan sijaan toiminta alkoi muuttua kysyntäsuuntaiseksi. Tällä toiminnalla tarkoitetaan sitä, että erilaisilla kysely- ja markkinointitutkimuksilla yritykset selvittävät asiakkaiden ongelmia, tarpeita ja toiveita. (Bergström & Leppänen 2021.) Tuntemalla yrityksen asiakkaat ja heidän ongelmansa, voidaan yrityksen tuotteita ja palveluita kehittää paremmin. Vastamalla asiakkaan tarpeisiin parannetaan asiakkaiden sitoutuneisuutta ja halukkuutta ostaa yrityksen tuotteita ja palveluita. (Lehikoinen 2021, 151.)

Markkinoinnissa on yleistä ajatella yrityksen ja asiakkaan välistä yhteyttä suhteena. Asiakassuhdetta tulee vaalia, jotta asiakas saadaan ostamaan yrityksen tuotteita uudelleen. Asiakkaan kanssa tulee käydä vuoropuhelua, eikä ajatella markkinoinnin olevan vain yksisuuntaista keskustelua. Bergström ja Leppänen (2021) kertovat kirjassaan, että yrityksille tulee usein halvemmaksi huolehtia jo olemassa olevista asiakassuhteista sen sijaan, että panostaisivat markkinointia täysin uusiin ja ennestään tuntemattomiin asiakkaisiin. (Bergström & Leppänen 2021.)

Nykyään tärkeinä arvoina pidetään vastuullisuutta ja yhteisöllisyyttä. Mikäli yritys pystyy osoittamaan vastuullisuutensa, voi se saada huomattavan kilpailuedun. Vastuutaan voi osoittaa esimerkiksi taloudellisesti, ympäristöllisesti tai sosiaalisesti. (Bergström & Leppänen 2021.)

## 5.2 Digitaalinen markkinointi

Digitaalisella markkinoinnilla tarkoitetaan markkinointia, joka tapahtuu digitaalisia alustoja hyödyntämällä. Alustoilla tarkoitetaan esimerkiksi verkkosivuja, sosiaalista mediaa ja mobiilisovelluksia. Toisin sanoen digitaalinen markkinointi on markkinointia, joka tapahtuu internetin avulla ja elektronisia laitteita käyttäen. (Lahtinen ym. 2022, 17.)

Mihin digitaalisen markkinoinnin tehokkuus perustuu? Nykyään ihmiset viettävät enemmän aikaansa internetin ja digilaitteiden äärellä. Ihmisiä tavoitetaan näin ollen digitaalisen markkinoinnin avulla erittäin hyvin.

Tavoitettavuuden lisäksi digimarkkinoinnin eduiksi luetaan muun muassa sen mahdollistaminen pienellä budjetilla sekä markkinoinnin tuloksien mitattavuus. Tulosten kautta yritys saa selville asiakkaiden mieltymyksiä ja voi kohdentaa mainontaa entistä paremmin. (Digitaalinenmarkkinointi.info 2022.)

Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto ja Mero (2022, 20) määrittelevät kirjassaan digitaalisen markkinoinnin kehityksen kulkeneen kolmessa aallossa. Ensimmäinen aalto kattaa kehityksen 1990-luvulta, jolloin tietokoneet ja matkapuhelimet kehittyivät vauhdilla. Aallon aikana syntyivät ensimmäiset verkkokaupat, kuten Amazon ja eBay. Toinen aalto syntyi 2000-luvun puolivälissä, jolloin sosiaalinen media alkoi kehittyä. Aallon aikana syntyivät nykypäivän suuret sosiaalisen median kanavat, kuten Facebook ja Instagram. (Lahtinen ym. 2022, 20–22.)

Viimeisin, kolmas aalto, katsotaan alkaneen vuotena 2015, jolloin internetin käyttö alkoi siirtyä tietokoneista enemmän mobiililaitteille. Sosiaalisen median alustoiden merkitys markkinoinnissa kasvoi runsaasti. (Lahtinen ym. 2022, 23.) Lisää sosiaalisen median merkityksestä yrityksen markkinoinnissa puhutaan luvussa 6.2.

Vaikuttajamarkkinointi on yksi merkittävimmistä sosiaalisen median markkinointiväylistä. Vaikuttajamarkkinoinnissa mainoskanavana toimii yksittäinen henkilö tai mahdollisesti suurempi ryhmittymä. Tällainen yksittäinen henkilö, toisin sanoen vaikuttaja, voi olla esimerkiksi bloggaaja, urheilija tai poliitikko, joka toimii aktiivisesti sosiaalisessa mediassa. Keskeistä on, että vaikuttajalla on suuri yleisö seuraamassa hänen sosiaalista mediaansa. Vaikuttajamarkkinointi perustuu siihen, että vaikuttajan suuri yleisö on kiinnostunut kuulemaan vaikuttajan mieltymyksiä ja suositteluja eri tuotteista. Vaikuttajan suosittelemia tuotteita ja palveluita ostetaan itsekin, sillä vaikuttajan mielipiteeseen luotetaan. (Otavamedia Oy 2021.)

### 5.3 Brändäys

Brändillä tarkoitetaan käsitystä tai mielikuvaa, joka asiakkaalle syntyy yrityksestä. Marina Vahtola (2020) määrittelee brändi-termin kirjassaan seuraavasti: ”Brändi

on yritys, yhteisö, henkilö, tuote tai palvelu, jolle on syntynyt tai jolle on luotu myönteinen tunnettuus. Brändi muodostaa identiteetin, joka voi luoda lisäarvoa sekä vahvistaa käyttäjänsä identiteettiä”. Brändäyksellä tarkoitetaan toimenpiteitä, joilla saadaan yrityksestä syntyvä mielikuva halutun laiseksi. (Vahtola 2020.)

Asiakkaan kuva yrityksen brändistä voi vahvistua tai heikentyä asiakaskokemusten myötä. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan tapahtumaa, jossa asiakas ja yrityksen tuote tai palvelu kohtaavat. Kohtaaminen voi tapahtua fyysisesti tai myös digitaalisesti, esimerkiksi internetin välityksellä. Mikäli asiakas kokee asiakaskokemuksen positiivisena kokemuksena, vahvistaa se hänen kuvaansa yrityksen brändistä. Positiivinen asiakaskokemus voi johtaa parhaimmillaan pitkäaikaiseen asiakkuuteen. Toisaalta mikäli kokemus jää negatiiviseksi, menetetään yhden asiakkaan lisäksi mahdollisesti muita asiakkaita, jotka kuulevat huonosta kokemuksesta tältä ensimmäiseltä asiakkaalta. (Vahtola 2020.)

Aloittavan yrittäjän kannattaa miettiä omaa brändiään yritystä perustettaessa. Miksi asiakas haluaisi ostaa juuri kyseisen yrityksen tuotteita? Minkälaisia mielikuvia haluat asiakkaissasi herättää? (Suomen Uusyrityskeskukset ry 2021.) Jo yrityksen nimeä valitessa yrittäjä tulee vaikuttamaan myös yrityksensä brändikuvaan, sillä nimi on yksi mielikuvan antaja asiakkaalle. Uuden yrittäjän tulee miettiä myös tarkoin yrityksensä logoa, värimaailmaa ja sävyä, jolla kommunikoi asiakkaiden kanssa. (Lehikoinen 2021, 149.)

## 6 Sosiaalisen median merkitys markkinoinnissa

Luvussa 5.2. käytiin läpi digitaalista markkinointia. Digitaalisen markkinoinnin suurimpia kenttiä on sosiaalinen media palveluineen. Tässä luvussa käydään läpi sosiaalisen median määritelmä ja sen merkitys markkinoinnissa.

Opinnäytetyön toimeksiantajan sivutoimisen yritystoiminnan alaa on graafinen suunnittelu ja kuvittaminen, joten hän on erityisen kiinnostunut sosiaalisen median kuvapalveluiden tarjoamista mahdollisuuksista. Tästä johtuen luvussa 6.3 käydään vielä tarkemmin läpi kuvapalvelu Instagramin tarjoamat mahdollisuudet markkinoinnissa.

### 6.1 Sosiaalisen median määritelmä

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan internetin palveluiden ja sovellusten kautta tapahtuvaa ihmisten, eli käyttäjien, välistä kommunikaatiota sekä omaa sisällöntuotantoa. Sosiaalisessa mediassa käyttäjät käyvät keskenään keskustelua ja jakavat informaatiota. Yksittäinen käyttäjä voi jakaa omaa sisältöään, kuten tekstiä tai kuvia. Muut käyttäjät voivat tykätä, kommentoida tai jakaa eteenpäin näitä sisältöjä. (Hintikka, K.A. n.d.)

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2021 70 % suomalaisista käytti sosiaalista mediaa. Ikäryhmittäin sosiaalisen median käytössä oli kuitenkin eroja. Siinä missä 16–24-vuotiaissa 94 % käyttää sosiaalista mediaa, on vastaava luku 75–89-vuotiaissa vain 22 %. Sosiaalisen median käyttö painottuukin eniten nuorelle ikäpolvelle. (Valtari 2022.)

Sosiaalinen media koostuu monesta eri kanavasta, eli palvelusta. Uusia sosiaalisen median palveluntarjoajia tulee runsaasti markkinoille ja toisaalta moni palvelu katoaa niiden suosion hiipuessa. Yleisimpiä sosiaalisen median kanavia ovat muun muassa Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ja TikTok. (Virtanen 2020, 15.)

## 6.2 Sosiaalinen media markkinoinnissa

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2021 vähintään 10 henkeä työllistävästä yrityksestä 79% hyödynsi sosiaalista mediaa työssään. Eri aloista eniten sosiaalista mediaa hyödynsivät majoitus- ja ravitsemisalalan sekä informaatio- ja viestintäalan yritykset. Tilastojen mukaan mitä suurempi yritys oli kyseessä, sitä todennäköisemmin he käyttivät sosiaalista mediaa. (Valtari 2022.)

Azedani on listannut kirjassaan (Azedani 2015, 36–38) syitä sille, miksi yritysten kannattaisi panostaa sosiaalisessa mediassa markkinointiin. Sosiaalinen media tavoittaa paljon ihmisiä, sillä ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa päivittäin. Sosiaalinen media on helposti ihmisten saatavilla älypuhelimien kautta. Lisäksi sosiaalisessa mediassa markkinointi on lähtökohtaisesti yrityksille täysin ilmaista. Toisaalta yrityksen tulisi panostaa sosiaalisen median päivityksiinsä aikaa, joka on itsessään sekin arvokasta yritykselle. (Azedani 2015, 36–38.)

Sosiaalisen median palveluista on mahdollisuus myös saada arvokasta tietoa yrityksen mediaa seuraavista henkilöistä. Esimerkiksi Facebookista on mahdollista saada selville tiedot seuraajien iästä, sukupuolesta ja sijainnista. Tällöin markkinointiakin voidaan kohdentaa vielä tarkemmin kohderyhmälle sopivammaksi. (Muurinen 2022.)

Tärkeää sosiaalisessa mediassa markkinoinnille on oikean kanavan valitseminen. Yritykselle ei ole tarpeellista olla aktiivinen jokaisessa suosituimmassa sosiaalisen median kanavassa, vaan keskittyä yksittäisiin kanaviin. Valinta kannattaa tehdä miettien sitä, millaista sisältöä haluaa sosiaaliseen mediaansa jakaa. Mikäli yritys haluaa keskittyä vain kuvien tai videoiden jakamiseen, voisi oikea vaihtoehto olla esimerkiksi Instagram. Mikäli yritys haluaa ottaa asioihin kantaa tekstin muodossa, voisi valinta olla Twitter. Yksi suosituimmista markkinoinnin kanavista on sekä kuvat, tekstit ja videot yhdistävä Facebook. (Azedani 2015, 85–87.)

### 6.3 Markkinointi Instagramissa

Instagram on sosiaalisen median palvelu, jonka painopisteenä on kuvien ja videoiden jakaminen. Palvelussa käyttäjät voivat ladata omia kuviaan sekä seurata muiden käyttäjien profiileja. Kuten sosiaaliseen mediaan kuuluu, myös Instagramissa voi julkaisuihin reagoida ja niitä voi jakaa eteenpäin. Reagoiminen tapahtuu kommentoimalla julkaisua tai tykkäämällä siitä painamalla pientä sydänpainiketta. (Meta 2022b.)

Jokaiselle Instagramiin rekisteröityneelle käyttäjälle muodostuu palveluun oma profiili. Omalta profiilisivultaan käyttäjä löytää kaikki palveluun lataamansa julkaisut. Profiiliin voi jokainen lisätä kaikille käyttäjille näkyvän elämänkerran, eli biografian. Biografiaan ei kuitenkaan ole tarkoitus kirjoittaa koko varsinaista elämänkertaa, vaan sallittu merkkimäärä on 150. (Meta 2022c.)

Julkaistujen kuvien tai videoiden yhteyteen lisätään usein saateteksti, jossa voidaan kertoa julkaisusta enemmän. Tekstin yhteyteen käyttäjä voi lisätä myös avainsanoja eli hashtageja. Avainsana muodostuu #-merkistä sekä sanasta, josta kuva kertoo. Näiden avainsanojen avulla ihmiset voivat helposti löytää oman mielenkiinnon kohteena olevia kuvia, sillä kuvapalvelusta voi hakea tiettyjä kuvia avainsanojen avulla. Instagramissa on myös mahdollista jakaa tarinoita kuvien tai videoiden muodossa. tarinat ovat nähtävillä tilin seuraajille 24 tunnin ajan, jonka jälkeen ne poistuvat palvelusta automaattisesti. Tarinoiden kautta käyttäjä voi myös osallistaa omia seuraajiaan, laatimalla esimerkiksi erilaisia kyselyjä tai visoja. (Virtanen 2020, 23-27.)

Instagramin profiiliin voi määrittää yritystiliksi. Yritystilin ominaisuuden eroavat tavallisen käyttäjän tilistä, sillä yritystilin on tarkoitus auttaa yritystä samaan lisää asiakkaita. Yritystiliin pystyy lisäämään painikkeen yhteydenotolle sekä jakamaan helposti yrityksen sijainnin. Lisäksi tärkeä yritystilin ominaisuus on tilin seuraajien raportointi. Yritys saa tietoonsa tiedot niistä kävijöistä, jotka seuraavat tiliiä. Käyttäjistä saa tietoa esimerkiksi heidän iästään ja kotikaupungistaan. Lisäksi dataa saadaan siitä, milloin käyttäjät ovat aktiivisimmillaan. Yrityksen

kannattaakin hyödyntää näitä aktiivisuusaikoja, jotta heidän julkaisunsa saisi mahdollisimman paljon näkyvyyttä. (Laaksonen 2022.)

## 7 Nettisivujen merkitys yritykselle

Nettisivulla tarkoitetaan yhtä maailmanlaajuisen verkon eli internetin osaa. Nettisivu (verkkosivu tai www-sivu) on yksi tapa informaation jakamiseen internetin välityksellä. Käyttäjät voivat lukea nettisivuja selainohjelman avulla. Suosituimpia selaimia ovat esimerkiksi Chrome, Safari ja Firefox. Jokaisella nettisivulla on oma osoitteensa, jota kutsutaan URL-osoitteeksi. Näiden yksilöityjen osoitteiden avulla käyttäjät löytävät tiensä haluamiinsa nettisivuihin. (Robbins 2018b, 21-24.)

### 7.1 Nettisivujen luominen

Kuka tahansa voi halutessaan perustaa itselleen omat nettisivut. Niiden perustaminen ei aina edellytä tietoteknistä osaamista. Markkinoilla on palveluntarjoajia, joiden kautta nettisivut voi saada itselleen nopeasti ja vaivatta.

Nettisivujen perustana toimivat HTML-tiedostot. Nämä tiedostot sisältävät HTML-kieltä, joiden avulla nettisivuille saadaan tekstiä ja rakenteita. HTML-tiedoston lisäksi nettisivujen pohjana ovat sivuston tyyliä määrittävät CSS-tiedostot sekä toiminnallisuutta antavat JavaScript-tiedostot. (Robbins 2018b, 27-31.)

Jokaisella nettisivulla on oma verkkotunnuksensa, eli domain. Verkkotunnuksella tarkoitetaan yksilöllistä osoitetta, joka yleensä on sivuston tai yrityksen nimi. Verkkotunnus päättyy muutaman kirjaimen päätteeseen, kuten "com" tai "net". Verkkotunnuksen viitata myös maatunnukseen, esimerkiksi Suomen maatunnus on "fi". Verkkotunnuksen voi rekisteröidä palveluntarjoajalta, joka tarjoaa verkkotunusten rekisteröintiä. (Robbins 2018a, 1–3.)

Nettisivujen laatiminen ei välttämättä vaadi kuitenkaan edellä mainittujen HTML- tai CSS-kielten osaamista. Käyttäjille on tarjolla palveluita, joiden avulla nettisivujen rakentaminen on tehty erittäin helpoksi. Yksi tällainen palveluntarjoaja on WordPress. WordPressin avulla käyttäjä voi keskittyä sisällön ja ulkoasun

muokkaamiseen raahaa ja pudota-menetelmällä. Käyttäjän ei tarvitse miettiä sivuston ohjelmointia ollenkaan. (Lahtinen ym. 2022, 167.)

Jotta nettisivu olisi muiden ihmisten nähtävillä, tulee se ladata palvelimelle. Palvelimella tarkoitetaan tietokonetta tai ohjelmistoa, joka jakaa nettisivuja muiden käyttäjien nettiselaimille. Nettisivut voi perustaa omalle palvelimelleen palvelinohjelmiston kautta. (Robbins 2018a, 4.)

Mikäli nettisivuja ei halua perustaa omalle palvelimelle, voi palvelintilaa hankkia eri palveluntarjoajilta (Robbins 2018a, 4). Yksi vaihtoehto yrityksen nettisivuja perustaessa on webhotelli-palvelu. Tällaisella palvelulla tarkoitetaan pakettia, jossa palvelun tilaaja saa käyttöönsä palveluntarjoajan palvelimelta kotisivut ja sähköpostin omalla verkkotunnuksella. Myös oman verkkotunnuksen voi tarvittaessa tilata webhotelli-palvelun yhteydessä. (Hostingpalvelu n.d.)

Palvelimen tarjoajia on markkinoilla paljon ja niiden välillä kannattaa tehdä vertailua. Eroa on niin hinnoissa kuin asiakaspalvelun tarjoamissa palveluissa. Lisäksi asiakkaan kannattaa miettiä, mitä vaatimuksia hänellä on sivujen ominaisuuksista. Palvelimissa voi olla eroja esimerkiksi siinä, kuinka nopeaa liikennöinti sivustolla on tai kuinka paljon materiaalia sivustolle on mahdollista ladata. (Robbins 2018a, 5–8.)

## 7.2 Nettisivujen merkitys myynnissä ja markkinoinnissa

Nettisivut ovat yrittäjälle sosiaalisen median lisäksi toinen tapa tavoittaa asiakkaita. Tässä luvussa käydään läpi, mitä yrityksen nettisivuilla olisi hyvä olla ja mikä nettisivujen merkitys on myynnissä ja markkinoinnissa.

Yrityksen nettisivut sisältävät yrityksen tuotteiden esittelyä ja mahdollisesti niiden verkkokauppaa. Sivuilta on tärkeää löytyä yrityksen yhteystiedot niin asiakkaille, kuin mahdollisille sijoittajille tai yhteistyökumppaneille. Edellä mainittuja sijoittajia voisi kiinnostaa yrityksen referenssit, eli esittely aiemmista töistä ja asiakkaista. Sivuilla voi olla yrityksen kannanottoja ajankohtaisiin asioihin esimerkiksi

blogitekstien muodossa. Sivustolta voidaan ohjata linkkien avulla yrityksen eri sosiaalisen median kanaviin. (Lahtinen ym. 2022, 161.)

Yritysten nettisivut ovat nousseet merkittäväksi tekijäksi ihmisten kuluttamisessa. Kuluttajien ostopäätökset ja hankinnat tapahtuvat enenevässä määrin digitaalisia kanavia pitkin. Yrityksen nettisivuilla voikin olla merkitystä sille, päätyykö asiakas ostamaan yrityksen tuotteita. Huonosti hoidetut nettisivut voivat antaa yrityksestä epäluotettavan kuvan ja ostopäätöstä ei mahdollisesti tapahdu. (Lahtinen ym. 2022, 162.)

Yksi tärkeimmistä asioista, jota nettisivuja laatiessa tulee huomioida, on hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization). Käyttäjät hyödyntävät internetin hakukoneita etsiessään haluamaansa tuotetta. Hakukoneoptimoinnilla yritys voikin parantaa omien sivujensa näkyvyyttä ja todennäköisyyttä sille, että sivut nousevat käyttäjien hakutuloksiin. (Azedani 2015, 23.)

Miksi yritys tarvitsisi nettisivut toimivan sosiaalisen median lisäksi? Nettisivujen hyvänä puolena on niiden pysyvyys ja luotettavuus. Nettisivut ovat yrityksen omassa hallinnassa, kun taas sosiaalinen media on lopulta ulkoisen palvelun hallinnassa. Sosiaalisen median palvelut voivat kaatua tai menettää suosiotaan nopeasti. Nettisivujen sisältöä ei rajoiteta ulkopuolelta eikä siellä markkinointi maksa yritykselle ylimääräistä. (Azedani 2015, 24.)

## 8 Case: harrastuksesta sivutoiminen yritys

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii yksityishenkilö, joka on kiinnostunut oman sivutoimisen yrityksen aloittamisesta. Päätoimisesti hän toimii palkkatöissä, mutta haluaisi saada lisää ansiotuloja sivutoimisella yritystoiminnalla. Hänen ideomansa sivutoimisen yrityksensä ala on graafinen suunnittelu ja kuvittaminen.

Toimeksiantona oli selvittää toimeksiantajalle eroavaisuudet erilaisten yritysmuotojen välillä, jotta hän voi tehdä päätöksen tulevan yrityksensä muodosta. Toimeksiantajan tarpeet yritysmuodosta perustuivat haastatteluun ja yrittäjän laatimaan liiketoimintasuunnitelmaan. Yritysmuodon valinnan jälkeen hänen markkinointiaan suunniteltiin keskittyen digitaaliseen markkinointiin, erityisesti sosiaaliseen mediaan sekä nettisivuihin. Tässä luvussa käydään läpi tarkemmin toimeksiannon vaiheita.

### 8.1 Yrityksen liiketoimintasuunnitelma

Toimeksiantaja oli laatinut ennen opinnäytetyön toimeksiantoa yritystoiminnalleen liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelmassaan toimeksiantaja käsittelee yrityksen perustiedot, liiketoiminnan idean ja tavoitteet. Hän kuvailee yrityksensä tarjoamia tuotteita ja palveluita sekä niiden asiakkaita.

Liiketoiminnan ideana on kuvittajana toimiminen. Yrityksen tuottamaa materiaalia voidaan käyttää esimerkiksi markkinoinnissa tai viestinnässä. Toimeksiantaja nimittää asiakkaikseen yritykset, jotka haluavat esimerkiksi visuaalista ilmettä oman yrityksensä markkinointiin tai kuvitusta erilaisiin alustoihin. Lisäksi asiakkaina voi olla yksittäiset kuluttajat tarvittaessa.

Yritystoiminnan heikkouksia ja vahvuuksia toimeksiantaja käsittelee SWOT-analyysin avulla. SWOT-analyysillä tarkoitetaan yritystoiminnan analysointimenetelmää. SWOT-lyhennys tulee englanninkielisistä termeistä strength (vahvuus), weakness (heikkous), opportunity (mahdollisuus) ja threat (uhka). (Suomen riskienhallintayhdistys ry 2022.) Yritystoiminnan vahvuudeksi toimeksiantaja

nimeää omat henkilökohtaiset kykynsä: mielikuvituksellisuus, täsmällisyys ja asiakasmyönteinen ajattelutapa. Heikkoudekseen hän nimeää tietämättömyytensä siitä, miten erottua kilpailijoista paremmin. Yrityksensä mahdollisuuksiksi toimeksiantaja nimeää nykypäivän median painottumisen digitaaliseen muotoon. Uhkana hän kokee kovan kilpailun alalla.

Liiketoiminnan tavoitteisiin toimeksiantaja määrittelee jalansijan hakemisen markkinoilta sekä media-alan tarpeiden tunnustelun. Hän haluaa kerryttää kokemustaan ja saada aluksi hillitysti projekteja. Maantieteellisesti hän nimeää markkinoikseen Suomen, ei ulkomaita.

## 8.2 Yritysmuodon valinta

Haastattelun sekä liiketoimintasuunnitelman pohjalta toimeksiantajan kanssa pohdittiin mahdollisuuksia eri yritysmuotojen väliltä. Toimeksiantajalla oli aiempaa tietämystä eri yritysmuodoista. Hän ymmärsi hyvin pienten ja suurten yritysten eroavaisuudet ja miten yrityksen koko tulisi huomioida yritysmuodon valinnassa. Hän tiesi tulevan yritystoimintansa olevan pienimuotoista, joten vaihtoehdoissa huomioitiin vain yksinyrittäjälle sopivia vaihtoehtoja. Näin ollen vaihtoehdoista karsittiin pois yritysmuodot, jotka eivät sovi yksinyrittävälle: avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö ja osuuskunta.

Vaikka osakeyhtiötä voi olla perustamassa vain yksikin henkilö, karsiutui se mahdollisena vaihtoehtona pois enimmäkseen sen byrokraattisuuden vuoksi. Osakeyhtiön byrokratia tuo mukanaan ylimääräistä työtä esimerkiksi vuosittaisten yhtiökokousten osalta. Toimeksiantaja halusi yritystoiminnan olevan mahdollisimman helposti hoidettavissa päivätyön ohella. Mahdollisista vaihtoehdoista jäivät karsimisen jälkeen jäljelle toiminimi ja kevytyrittäjäyys.

Toimeksiantajalle esiteltiin sekä kevytyrittäjäyden että toiminimen ominaisuudet vertailun avulla. Lisäksi kävimme vaihtoehtona mahdollisuuden toimia kevytyrittäjänä Y-tunnuksella. (Kuva 1)

Kevytyrittäjyys	Ky Y-tunnuksella	Toiminimi
Helppoa: kirjaa laskut palveluun, laskutusyritys hoitaa kaiken muun	Y-tunnuksen rekisteröinnin hoitaa laskutuspalvelu.	Rekisteröiminen 0€
Laskutusfirma ottaa osuuden tuloista	OP-palvelussa maksut vain tehdyistä töistä, ei KK-maksua.	Ei kuukausittaisia kuluja, mikäli kirjanpito hoituu itse
Et saa huojennuksia verotuksesta, ALV-alarajasta	Y-tunnuksen kautta verovähennykset mahdollisia.	ALV-alarajahuojennus: <u>alvit</u> takaisin, mikäli tulot alle 15000€
	Laskutusfirma hoitaa kaiken kirjanpidon.	Verotuksesta voi vähentää hankinnat
	Laskutusfirma ottaa osuuden tuloista	Laskut ja kirjanpito tulee hoitaa itse
	Ukko.fi palvelumaksu 20€/kk (kun töitä tulee)	

Kuva 1. Vertailu eri kevytyrittäjyyden muotojen ja toiminimen välillä.

Eroavaisuudet toiminimen ja kevytyrittäjyyden välillä oli selkeä jakaa: halutaanko sivubisneksestä optimoida jokainen euro vai halutaanko aloittaa kevyesti ja päästä yritystoiminnassaan helpolla.

Toiminimellä toimiminen voi olla taloudellisesti edukkaampaa, kun laskutuspalveluille ei tarvitse maksaa osuutta tuloista. Toiminimen mukana tulee Y-tunnus, jonka kautta aloittava yrittäjä voi saada muun muassa kevennyksiä ALV-maksuihin. Toiminimellä toimiminen vaatii kuitenkin taitoa hoitaa kirjanpito ja muu tarvittava byrokratia yksin. (Accountor Group 2022b.)

Kevytyrittäjyydessä yrittäjän taloudelliset asiat hoituvat helposti laskutuspalvelun kautta. Kevytyrittäjä kirjautuu vain laskutuspalvelun sivuille ja rekisteröi laskunsa tiedot, laskutuspalvelu hoitaa loput. Helppoudesta joutuu kuitenkin maksamaan, sillä yrittäjä joutuu antamaan korvaukseksi siivun tuloistaan laskutuspalvelulle. (Accountor Group 2022d.)

Kolmantena vertailussa oli kevytyrittäjyys Y-tunnuksella. Tällöin toimeksiantaja saisi kevytyrittäjyyden helppouden ja Y-tunnuksen tuomat rahalliset hyödyt. Kevytyrittäjyyttä Y-tunnuksella tarjoavista palveluista toimeksiantajalle esiteltiin Ukko.fi sekä OP Kevytyrittäjä. OP Kevytyrittäjä tarjoaa kevytyrittäjälle palvelua, jossa se hoitaa kaiken paperityön yrittäjän puolesta. Palvelumaksuna toimi myynnistä veloitettava 5% + alv osuus. Muita kuluja palvelulla ei ole. (OP Kevytyrittäjä n.d.) Ukko.fi tarjoaa Toiminimi-palvelua, jossa se hoitaa kirjanpidon ja

laskutuksen kiinteällä kuukausihinnalla. Hinta määräytyy kertyneen liikevaihdon mukaan ja minimissään hinta on 20 € kuukaudessa. (Ukko.fi n.d.)

Toimeksiantajalla on koulutusta kirjanpidosta, joten hän ei kokenut sitä itselleen haasteeksi. Rahojen optimoinnin sijaan hän arvosti enemmän sitä, että saisi raholleen vastinetta laskutuspalveluilta. Laskutuspalvelut antaisivat juuri sitä helpoutta, jota hän yritystoiminnaltaan kaipaa.

Toimeksiantaja päätyi valitsemaan hänelle esitetyistä vaihtoehdoista kevytyrittäjyyden Y-tunnuksella. Hän koki tämän olevan hänelle sopiva vaihtoehto sen vattomuuden takia: laskutuspalvelu hoitaa kirjanpidon ja muut byrokraatit hänen puolestaan. Lisäksi toimeksiantaja koki Y-tunnuksen antavan vaikuttavamman kuvan yrityksestä. Hän voisi myös halutessaan lopettaa laskutuspalvelun käytön, ja hänelle jäisi Y-tunnus edelleen käyttöön. Lisäksi Y-tunnus toisi mukanaan muun muassa alarajahuojennuksen alv-maksuihin.

Toimeksiantaja valitsi laskutuspalvelukseen OP Kevytyrittäjyyden. Valinta OP Kevytyrittäjyyden ja Ukko.fi välillä tehtiin sen perusteella, että yritystoiminnan aluksi OP Kevytyrittäjäys laskutusmenetelmä tulisi toimeksiantajalle edullisemmaksi.

### 8.3 Markkinointi ja brändäys

Liiketoimintasuunnitelmassaan toimeksiantaja käy läpi yrityksensä markkinointia. Hän painottaa markkinoinnin kohdentuvan sosiaaliseen mediaan, jossa yrityksen töitä voi esitellä helposti. Muut markkinointikanavat, kuten televisio- tai radiomaiannon, hän kokee hankaliksi itselleen muun muassa niiden kustannuksen vuoksi. Yrityksen mainosten jakaminen esimerkiksi kauppojen ilmoitustauluille tuntuu myös hänen mielestään vaihtoehdolta, joka ei sovellu nykyaikaan. Hän kokee tavoittavansa asiakkaansa juuri sosiaalisen median kautta, koska ihmiset viettävät sosiaalisen median parissa suurimman osan ajastaan.

Palveluitaan ja tuotteitaan hän tulee liiketoimintasuunnitelman mukaan myymään verkkosivuston kautta. Hän kokee verkkosivuston antavan Y-tunnuksen tavoin

yritykselle vakuuttavuutta. Verkkosivuaan hän pystyy mainostamaan edellä mainitun sosiaalisen median kautta.

Toimeksiantajaa haastateltiin tulevan yrityksensä brändistä. Kysyttäessä millaisen mielikuvan hän yrityksestään haluaa antaa, hän mainitsee sanat heittäytyvyys, tarkkuus ja huolellisuus. Hän haluaa tuoda markkinoille jotain uutta ja heittäytyisikin mielellään erilaisiin toimeksiantoihin. Hän haluaa, että yrityksestä saisi kuvan huolellisesta ja pedanttisesta työtavasta. Hän kuitenkin kokee erittäin tärkeäksi niin sanotun taiteilijan vapauden. Vaikka hän haluaa tehdä työnsä erittäin tarkasti ja asiakkaan toiveita kuunnellen, hän haluaa pitää huolta siitä, että hänellä on taiteilijana vapaus toteuttaa taidettaan omalla tavallaan.

#### 8.4 Sosiaalinen media

Alkuhaastattelussa toimeksiantaja koki parhaaksi sosiaalisen median kanavakseen Instagram-palvelun. Ajatus perustui Instagram-palvelun perimmäiseen ideaan, joka on kuvien ja videoiden esittely. Myös Facebook oli toimeksiantajaa kiinnostava alusta. Muita sosiaalisen median kanavia, kuten Twitteriä, toimeksiantaja ei kokenut tarvitsevänsä. Opinnäytetyön osalta päätettiin keskittyä toimeksiantajan Instagram-tilin kehittämiseen.

Toimeksiantaja oli perustanut ennen opinnäytetyön toimeksiantoa yritystoimintaansa varten tilin Instagramiin. Tilillä oli muutama seuraaja ja seurattava. Julkaisuja toimeksiantaja oli tehnyt kymmenisen kappaletta niin, että puolet julkaisuista oli ladattu profiiliin profiilin luomispäivänä, loput kuvista satunnaisesti noin viikon välein. Kuvissa toimeksiantaja ei ollut käyttänyt aihetunnisteita tai muutenkaan kertonut kuvistaan lisätietoa kuvateksteissä.

Instagramin kehittämistä varten hyödynnettiin Azedanin (2015, 52–57) esittelemää suunnitelmaa sosiaalista mediaa varten. Yrityksen tili oli hyvä muuttaa yritystiliksi, jotta toimeksiantaja saisi tietoonsa mitattavaa tilastotietoa tilistään ja seuraajistaan. Instagramin elämäkertaan toimeksiantajan olisi hyvä liittää yrityksen yhteystiedot, toimiala ja muita oleellisia tietoja. Linkki yrityksen nettisivuille tultaisiin lisäämään esille. Instagram-tilin profiilikuva todettiin myös tärkeäksi, sillä

sen pitäisi kuvastaa hyvin yritystä. Kuviin olisi hyvä liittää asiasanoja, jotta kuvat tavoittaisivat enemmän ihmisiä. (Azedani 2015, 52–57.)

Suunnitelman mukaan julkaisuja olisi hyvä suunnitella ja aikatauluttaa etukäteen. Suunnitelmassa suositeltiin kuvien julkaisua kahden viikon välein. (Azedani 2015, 54.) Toimeksiantaja oli tyytyväinen kahden viikon välein tapahtuvaan julkaisutahtiin, mutta julkaisu voisi tapahtua myös jopa viikon välein.

Osana sosiaalisen median merkityksen selvittämistä tehtiin myös vertailua yrityksen mahdollisten kilpailijoiden Instagram-tileihin. Vertailua tehtiin tileihin, joissa oli seuraajia muutamasta sadasta muutamiin tuhansiin. Vertailutileissä toistui sama kaava: profiiliin elämäkerrasta löytyi nopeasti käyttäjän yritystiedot ja yhteydenottokanavat. Julkaisutahdilla ja seuraajien määrällä ei havaittu suoraa yhteyttä. Yhdellä vertailutilillä oli vain muutama sata seuraajaa monen vuoden ajalta, kun taas toisella oli tuhansia seuraajia, vaikka tili oli ollut käytössä vain muutaman kuukauden. Toimeksiantajan kanssa todettiin mahdollisuus myös sille, että Instagram-palvelun seuraajamäärät voivat olla myös sattumasta kiinni.

## 8.5 Nettisivujen perustaminen

Sosiaalisen median lisäksi toimeksiantaja oli kiinnostunut omien nettisivujen perustamisesta. Hän koki nettisivujen antavan hänen yritystoiminnastaan vakuuttavan kuvan. Liiketoimintasuunnitelmassaan hän mainitsi nettisivujen olevan hänen töidensä myyntikanava.

Nettisivuilta toimeksiantaja halusi mahdollisuutta esitellä töitään kuvien kautta. Lisäksi toimeksiantaja oli kiinnostunut mahdollisuudesta ylläpitää nettisivuilla blogia, jossa hän voisi kertoa esimerkiksi taustatarinoita töistään.

Toimeksiantajalla ei ollut aiempaa kokemusta nettisivujen laatimisesta tai päivityksestä. WordPress oli hänelle ennestään tuttu palvelu, mutta hän ei ollut käyttänyt sitä itse omiin tarpeisiin. WordPress-palvelu koettiin hänelle hyväksi vaihtoehdoksi sen helpon käytettävyyden vuoksi. Hän voisi ylläpitää nettisivuja jatkossa itsenäisesti. Nettisivujen perustaksi valittiin näin ollen WordPress-palvelu.

Toimeksiantajalle selvitettiin, mitä mahdollisuuksia hänellä oli nettisivujen laatimiseksi. Mahdollisuuksista oman virtuaalipalvelimen järjestäminen karsittiin pois, koska toimeksiantajalla ei ollut taitoja tähän. Vaihtoehtoista parhaimmaksi osoitettiin webhotelli, jonka kautta WordPress-sivut luodaan yrittäjälle ja niitä voidaan myös tarvittaessa päivittää palvelun kautta. Webhotelli-palvelun kautta hän saa myös halutessaan yritykselle oman sähköpostipalvelimen.

Toimeksiantajalle tehtiin vertailu eri verkkosisäntöpalveluiden välillä (Taulukko 2). Palveluiden vertailussa oli kriteereinä palvelun hinta sekä levytilan ja mahdollisen liikennöinnin määrä. Lisäksi palveluista selvitettiin niiden SSL-suojaus sekä se, onko asiakaspalvelun kielenä suomi. Jokaisesta vertailusta palvelusta jälkimmäiset edellä mainitut vaatimukset täyttyivät.

Taulukko 2. Vertailu eri verkkosisäntöpalveluista.

Hosting-palvelu	Hinta	SSL	Asiakaspalvelu suomeksi	Levytilaa/Liikenne
hostaan	10,23€/kk (SmartWP + domain, ei sisällä alv)	kyllä	kyllä	5GB/50GB
Zoner	16€/kk (WP-Cloud starter, sis. domain, ei sisällä alv)	kyllä	kyllä	25GT/1000GT
Hostingpalvelu	12,75€/kk (WP1 + domain, ei sisällä alv)	kyllä	kyllä	6GT/80GT
Shellit	14,72€/kk (WP Perus + domain, ei sisällä alv)	kyllä	kyllä	15GT/1000GT

Toimeksiantaja päätyi valitsemaan vaihtoehtoista hostaan-palveluntarjoajan. Valintaan vaikutti ensisijaisesti palvelun hinta. Hostaan-palvelun tarjoaman palvelun levytila ja liikennöinti koettiin riittäväksi toimeksiantajan tarpeisiin.

## 8.6 Nettisivujen laatiminen

Verkkosännöintipalvelun valinnan jälkeen toimeksiantajan nettisivuja alettiin laatia. WordPress-palvelussa nettisivuja voi muodostaa laatimalla sisältöä artikkelien tai sivujen avulla. Artikkeleja käytetään esimerkiksi blogi- tai uutisjulkaisuissa. Sivuja käytetään staattisen sisällön julkaisemiseen. Staattisella sisällöllä tarkoitetaan sisältöä, johon ei tehdä aktiivisesti muutoksia. (Vittaniemi n.d.)

Toimeksiantajalla oli muutama vaatimus, jotka sivulta tulisi löytyä. Hän halusi sivuille portfolion, jossa voisi esitellä töitään. Lisäksi sivuilta tuli löytyä helposti toimeksiantajan yhteystiedot. Toimeksiantaja halusi sivuille myös mahdollisuuden blogin kirjoittamiseen. Edellä mainituille sivuille tulisi päästä navigoimaan selkeästä valikosta, joka sijaitsisi sivuston yläosassa.

Toimeksiantaja kävi läpi esimerkkien kautta haluamaansa tyyliä sivustolle. Hän halusi sivuille värikkyyttä erityisesti kuvien muodossa. Värimaailmaltaan sivu voisi muuten olla pelkistetty. Hän halusi sivuston etusivulla olevan nähtävillä tiivistetysti muun muassa viimeisimmät blogikirjoitukset. Sivuston etusivun tulisi kuitenkin olla helposti käytettävä, joten materiaalia etusivulle ei saisi laittaa liikaa.

Ennen varsinaisten sivujen laatimista sivuille haluttiin laatia näkymä, josta sivuston vierailijalle selviäisi sivustojen olevan työn alla. (Kuva 2) Sivuille laitettiin linkki yrityksen Instagram-sivuille.



Kuva 2. Nettisivut niiden suunnitteluvaiheessa.

Sivustolle laadittiin toimeksiantajan toiveesta neljä alisivua: etusivu, blogi, portfolio sekä yhteydenotto. Blogi muodostettiin hyödyntämällä WordPressin artikkelis sisältötyyppiä. Muuten sivusto koostui WordPressin sivu-sisältötyypistä, sillä sivuston sisältöön ei ole tulossa julkaisun jälkeen suuria muutoksia.

Värimaailma oli hillitty. Sivuston etusivun yläosaan asetettiin yrityksen logo sekä nimi. Navigointivalikkoon asetettiin linkit alisivuille. (Kuva 3)



Kuva 3. Sivuston etusivu.

Sivustoille saatiin toimivat etusivu ja vaaditut alisivut. Toimeksiantajan haluamia kuvia ei ollut sivujen ensimmäistä versiota laatiessa vielä käytettävissä, mutta ne lisättäisiin sivuille myöhemmin. Nettisivujen muokkaus jatkuu vielä tämän toimeksiannon jälkeen.

Toimeksiantajalle laadittiin ohjeistus sekä verkkosisäntöpalveluun että WordPressin käyttöön. Ohjeiden avulla toimeksiantaja voi hallinnoida verkkosivujensa tilaa ja muun muassa lisätä nettisivujen blogiin uusia tekstejä tai lisätä portfolioonsa uusia kuvia.

## 9 Johtopäätökset

Sivutoiminen yrittäjyys on suhteellisen riskitön vaihtoehto, mikäli kaipaa päätoimisen työnsä oheen lisätuloja. Riskittömyys syntyy siitä, että päätoimesta saa pääasiallisen tulon. Sivubisneksen kautta voi hyödyntää omia taitojaan ja saada siitä palkkio.

Opinnäytetyön päätavoitteena ollut yritystoiminnan perustaminen onnistui. Toimeksiantaja perusti yritystoiminnan OP Kevytyrittäjyys -palvelun avulla. Palvelun kautta hän sai kaipaamaansa helppoutta ja lisäksi hän sai yritykselleen Y-tunnuksen. Toimeksiantaja koki Y-tunnuksella olevan paljon merkitystä: hän olisi konkreettisesti yrittäjä.

Toimeksiantaja halusi yrityksellensä näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Opinnäytetyössä keskityttiin toimivan yritystilin luomiseen Instagram-palveluun. Siellä toimeksiantaja muutti aiemmin olemassa olevan tilinsä yritystiliksi, jotta saisi käyttöönsä yrittäjälle hyödylliset tilastot profiiliin vierailijoista. Toimeksiantaja hyödynsi opinnäytetyön kautta saamia tietoja täydentäen Instagram-profiilinsa elämäkerran ja lisäämällä aihetunnisteita julkaisuihin.

Toimeksiantajalle laadittiin myös nettisivut. Sivut luotiin WordPress-pohjaisiksi, jotta toimeksiantaja voisi hallinnoida niitä itse tulevaisuudessa. Sivusto laadittiin toimeksiantajan suunnitelmien mukaiseksi. Toimeksiannon päätteeksi sivusto oli perustettu, mutta ei vielä julkaistu. Toimeksiantaja halusi vielä hankkia enemmän materiaalia sivuille, jotta ne voitaisiin julkaista virallisesti. Lopuksi hänelle luovutettiin ohjeet, joiden avulla hän voi hallinnoida sivuja itsenäisesti.

Opinnäytetyön prosessi sujui odotusten mukaisesti. Suurilta ongelmilta vältyttiin ja yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui hyvin. Vaikka toimeksiantajalle annettiin ohjeet itsenäiseen toimimiseen nettisivujen parissa, autan häntä vielä toimeksiannon jälkeen tarvittaessa.

Opinnäytetyön prosessin aikana pohdin paljon myös omaa suhtautumistani yrittäjyyteen. Yrittäminen on tuntunut aiemmin itselleni todella vieraalta ajatukselta, enkä kokenut sen olevan itselleni mahdollinen vaihtoehto tulonlähteenä.

Perheessäni tai lähipiirissäni ei ole ollut yrittäjiä, joten oma kokemukseni yrittäjyydestä on jäänyt todella pieneksi malliesimerkkien puuttuessa.

Kiinnostukseni yrittäjyyteen on kuitenkin kasvanut vahvasti nykyisten opintojen myötä. Tätä opinnäytetyötä tehdessäni suhtautumiseni yrittäjyyteen muuttui vielä entisestään ja siitä tulikin potentiaalinen vaihtoehto tulevaisuuden uralla. Yrittäjänä toimiakseen minun ei tarvitse heittäytyä ja perustaa suurta it-alan osakeyhtiötä kylmiltään. Voin aloittaa pienin askelin, vaikka kevytyrittäjänä ja kasvattaa omaa yritystäni hiljalleen. Yritystoiminnan suunnitteleminen on todella tärkeää, mutta hyvän idean tullessa vastaan tulee tarttua tilaisuuteen.

Tämän opinnäytetyön tekemisen jälkeen olen sitä mieltä, että yritystoiminnan aloittaminen on erittäin helppoa eikä se vaadi aluksi paljoakaan sijoittamista. Olen vahvasti sitä mieltä, että aion perustaa oman sivutoimisen yritykseni jonain päivänä.

## Lähteet

Accountor Group 2022a. Sivutoiminen yrittäjä. Viitattu 24.3.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/sivutoiminen-yrittaja/>

Accountor Group 2022b. Toiminimen perustaminen. Viitattu 14.3.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/toiminimen-perustaminen/>

Accountor Group 2022c. Yritysmuodot. Viitattu 14.3.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/yritysmuodot/>

Accountor Group 2022d. Kevytyrittäjyys. Viitattu 16.3.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/kevytyrittajyys/>

Accountor Group 2022e. Osakeyhtiön perustaminen. Viitattu 19.4.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/osakeyhtion-perustaminen/>

Azedani, Z., 2015. Pikaopas some-markkinointiin. Helsinki: Zakisome.

Bergström, S. & Leppänen, A., 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Digi- ja väestötietovirasto 2021. Konkurssimenettely. Viitattu 19.4.2022. <https://www.suomi.fi/yritykselle/muutokset-ja-kriisitilanteet/yritystoiminnan-lopettaminen/opas/konkurssi/konkurssimenettely>

Digitaalinenmarkkinointi.info 2022. Digitaalinen markkinointi. Viitattu 2.5.2022. <https://digitaalinenmarkkinointi.info/>

Esa, M., 2021. Houkutteleeko yrittäjyys? Kymmenet tuhannet kokeilevat sivutoimimisena. Y-Studio.fi. Viitattu 18.4.2022. <https://y-studio.fi/yrityksen-perustaminen/minustako-yrittaja/houkutteleeko-yrittajyys-kymmenet-tuhannet-kokeilevat-sivutoimimisena/>

Futuredu Oy 2022. Toiminimi lyhyesti. Viitattu 18.4.2022. <https://xn--yrit-ooa.fi/toiminimi>

Hintikka, K.A, n.d. Sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 4.4.2022. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>

Hostingpalvelu n.d. Mikä on webhotelli? Viitattu 2.5.2022. <https://www.hostingpalvelu.fi/webhotellit/mika-on-webhotelli/>

Kansaneläkelaitos 2022. Opiskelijan omat tulot. Viitattu 18.4.2022. <https://www.kela.fi/opintotuki-omat-tulot>

Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Elo 2022. YEL-vakuuttaminen 2022. Viitattu 24.3.2022. <https://www.elo.fi/fi-fi/yrittaja/yel-vakuuttaminen/>

Kuluttajaliitto 2022. Markkinointi ja mainonta. Viitattu 19.4.2022. <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/markkinointi-ja-mainonta/>

Kurjenniemi, E., 2018. Kahdenkertainen vs. yhdenkertainen kirjanpito. Viitattu 19.4.2022. <https://www.visma.fi/blog/kahdenkertainen-vs-yhdenkertainen-kirjanpito/>

Laaksonen, K. 2022. Instagram yrityskäytössä – ota hyödylliset ominaisuudet haltuun. Kuulu Oy. Viitattu 25.4.2022. <https://www.kuulu.fi/blogi/instagram-yrityskaytossa-ota-hyodylliset-ominaisuudet-haltuun/>

Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H. & Mero, J., 2022. Digimarkkinointi. Helsinki: Alma Talent.

Lehikoinen, M., 2021. Sivubisnes. Turenki: Otava.

Meta 2022a. Nyt on tilaisuutesi hyödyntää vuoden 2022 Instagram-trendejä. Viitattu 19.4.2022. <https://business.instagram.com/blog/instagram-trends-report-small-businesses-2022>

Meta 2022b. Mikä on Instagram? Viitattu 25.4.2022. [https://fi-fi.facebook.com/help/instagram/424737657584573/?helpref=search&query=instagram&search\\_session\\_id=5e6b06447a352610366f47131f5ab670&sr=10](https://fi-fi.facebook.com/help/instagram/424737657584573/?helpref=search&query=instagram&search_session_id=5e6b06447a352610366f47131f5ab670&sr=10)

Meta 2022c. Oma profiili. Viitattu 25.4.2022. <https://www.facebook.com/help/instagram/788388387972460>

Muurinen, J. 2022. Facebook-analytiikka – mitä tietoa sieltä saa? Kuulu Oy. Viitattu 4.4.2022. <https://www.kuulu.fi/blogi/facebook-analytiikka-ja-tilastot/>

OP Kevytyrittäjä n.d. Siirry kevyempään yrittäjyyteen. Viitattu 24.3.2022. <https://op-kevytyrittaja.fi/>

Otavamedia Oy 2021. Vaikuttajamarkkinointi. Viitattu 2.5.2022. <https://yrityksille.otavamedia.fi/mainostajan-ratkaisut/vaikuttajamarkkinointi/>

Patentti- ja rekisterihallitus 2022. Yritysten lukumäärät kaupparekisterissä. Viitattu 16.3.2022. <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/lkm.html>

Patentti- ja rekisterihallitus ja verohallinto 2022. Y-tunnus. Viitattu 24.3.2022. <https://www.ytj.fi/index/y-tunnus.html>

Robbins, J. 2018a. Getting your pages on the web. Viitattu 6.5.2022. Saatavilla [https://learningwebdesign.com/articles/LWD5\\_Hosting.pdf](https://learningwebdesign.com/articles/LWD5_Hosting.pdf)

Robbins, J., 2018b. Learning Web Design. Sebastopol: O'Reilly Media.

Sekki, A. & Härkönen, O., 2020. Kevytyrittäjäyys. Helsinki: Kauppakamari.

Suomen riskienhallintayhdistys ry 2022. Nelikenttäanalyysi – SWOT. Viitattu 24.3.2022. <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Suomen Uusyrityskeskukset ry 2021. Perustamisopas aloittavalle yrittäjälle 2021. Viitattu 4.4.2022. Saatavilla <https://uusyrityskeskus.fi/apua-yrittajyyteen/perustamisopas/>

Suomen Yrittäjät 2022a. Mitä yrittäjäyys on? Viitattu 14.3.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yrittajaksi-ryhtyminen/mita-yrittajyyys-on/>

Suomen Yrittäjät 2022b. Osakeyhtiö. Viitattu 16.3.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yrittajaksi-ryhtyminen/yritysmuodot/osakeyhtiö/>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2022. Yrittäjän ja omassa työssä työllistyvän työttömyysturva. Viitattu 18.4.2022. <https://www.te-palvelut.fi/tyonhakijalle/jos-jaat-tyottomaksi/tyottomyysturva/yrittaja-tyottomyysturva>

Ukko.fi n.d. Toiminimen kirjanpidon hinta. Viitattu 2.5.2022. <https://www.ukko.fi/toiminimiyrityksyy/hinnasto/>

Vahtola, M., 2020. Intohimona brändit. Jyväskylä: Docenco Oy.

Valtari, M., 2022. Sosiaalinen media Suomessa 2022. LM Someco. Viitattu 4.4.2022. <https://lmsomeco.fi/blogi/sosiaalinen-media-suomessa/>

Verohallinto 2022a. Ennakkovero – yritysasiakkaat. Viitattu 24.3.2022. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/ennakkovero/>

Verohallinto 2022b. Arvonlisäveron alarajahuojennus. Viitattu 17.5.2022. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/alarajahuojennus/>

Viitala, R. & Jylhä, E., 2013. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita.

Virtanen, S., 2020. Somemarkkinoinnin työkirja. Helsinki: Kauppakamari.

Vittaniemi, N. n.d. Mitä eroa on sivuilla ja artikkeleilla? WP-Opas. Viitattu 17.5.2022. <https://wpopas.fi/mita-eroa-on-sivuilla-ja-artikkeleilla/>