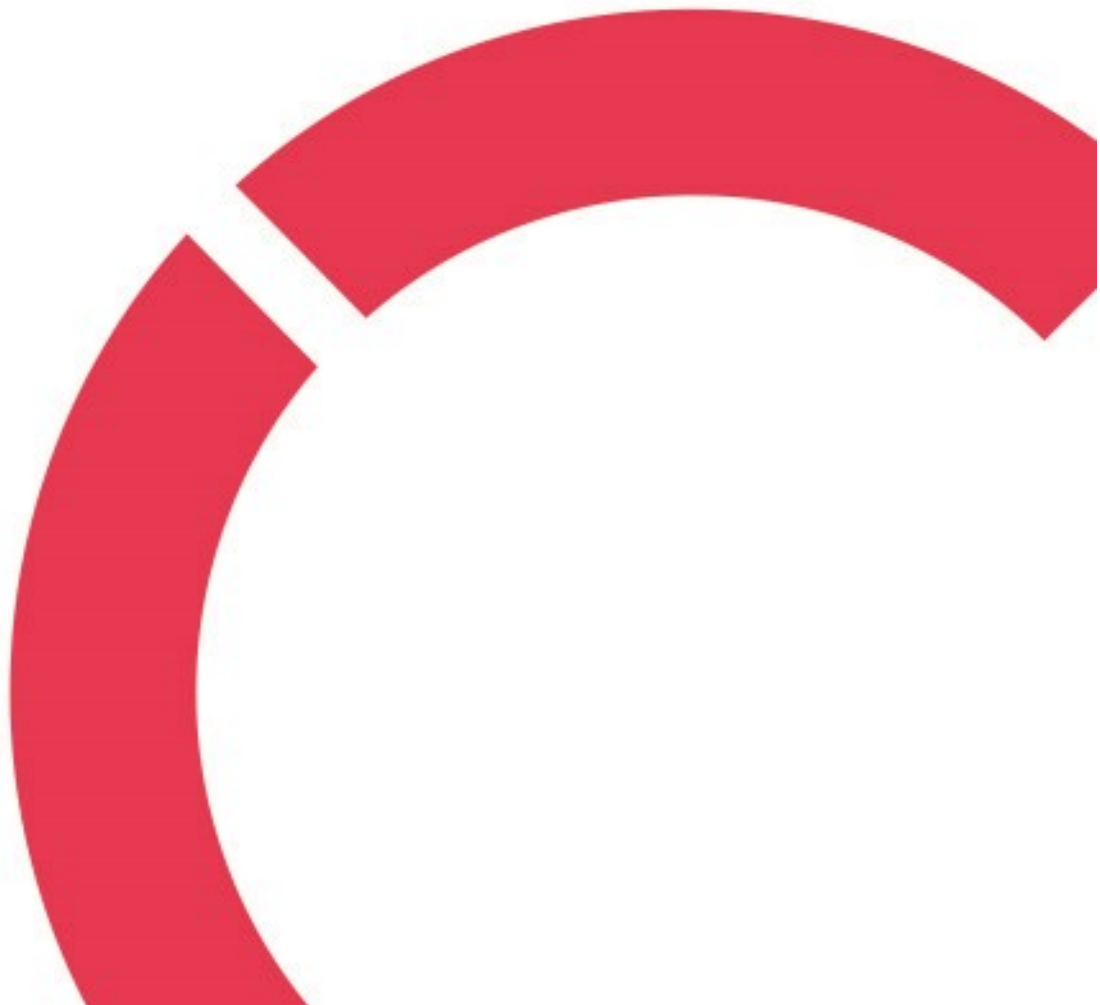


**Janette Päivärinta**

**LIIKETOIMINTASUUNNITELMA VERKOSSA TOIMIVALLE ELÄ-  
MÄNTAITOVALMENNUKSEN YRITYKSELLE**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutus  
Joulukuu 2023**



<b>Centria-ammattikorkeakoulu</b>	<b>Aika</b> Joulukuu 2023	<b>Tekijä/tekijät</b> Janette Päivärinta
<b>Koulutus</b> Tradenomi		<input checked="" type="checkbox"/> AMK  <input type="checkbox"/> YAMK
<b>Työn nimi</b> Liiketoimintasuunnitelma verkossa toimivalle elämäntaitovalmennuksen yritykselle		
<b>Työn ohjaaja</b> Ann-Christine Johnsson		<b>Sivumäärä</b> 28
<b>Työelämäohjaaja</b>		
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda selkeä ja helposti luettavissa oleva liiketoimintasuunnitelma verkossa toimivalle elämäntaitovalmennuksen yritykselle. Tässä työssä keskityttiin edellä mainitun tulevan yrityksen kannalta oleellisempiin yrittämiseen liittyviin asioihin.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelmassa käsiteltiin sitä, mikä liikeidea on, verrataan osakeyhtiötä sekä toimimisyrittäjyyttä toisiinsa sekä mietittiin mitkä ovat yrittäjyyden vaatimukset. Suunnitelmassa esiteltiin myös tuotteet, mahdolliset asiakkaat ja markkinointi, jolla saadaan yritykselle asiakkailta. Olennaisena osana oli myös markkinoiden ja kilpailijoiden hahmottaminen, miten taloushallinto yrityksessä hoidetaan ja mitkä laskelmat ovat tarpeellisia liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa sekä mitä ne pitävät sisällään.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena työnä. Tutkimus koostui kirjallisuuskatsauksesta ja käytännön osiosta. Opinnäytetyön tuloksena saatiin valmis liiketoimintasuunnitelma verkossa toimivalle elämäntaitovalmennuksen yritykselle, jota yrittäjä voi halutessaan hyödyntää yritystä perustettaessa.</p>		
<b>Asiasanat</b> liikeidea, liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, yrityksen perustaminen		

## ABSTRACT

<b>Centria University of Applied Sciences</b>	<b>Date</b> December 2023	<b>Author</b> Janette Päivärinta
<b>Degree programme</b> Bachelor of Business Administration		
<b>Name of thesis</b> Business plan for an online life coaching company		
<b>Centria supervisor</b> Ann-Christine Johnsson		<b>Pages</b> 28
<b>Instructor representing commissioning institution or company</b>		
<p>The aim of the thesis was to create a clear and easy to read business plan for an online life coaching company. In this study, the focus was on the essential aspects related to the entrepreneurship for the aforementioned future business.</p> <p>The business plan covered what the business idea is in general, compared the differences between limited liability company (LLC) and sole proprietorship and considered the requirements of entrepreneurship. The plan also outlined the products, potential customers, and marketing strategies to attract clients to the company. An integral part of the plan was also to understand the market and competitors, and how financial management is handled in the company. What calculations are required when creating a business plan, are also issues that were discussed.</p> <p>The thesis was carried out as a practical project. The study consisted of a literature review and a practical part. As a result of the thesis, a complete business plan for an online life coaching company was produced, which the entrepreneur can utilize when establishing a business if desired.</p>		
<b>Key words</b> business idea, business plan, entrepreneurship, starting a business		

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO.....</b>	<b>1</b>
<b>2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....</b>	<b>2</b>
<b>3 YRITTÄJYYS.....</b>	<b>4</b>
3.1 Miksi yrittäjäksi.....	4
3.2 Yrittäjän ominaisuudet.....	5
3.3 Yksin vai yhdessä.....	5
<b>4 LIIKEIDEA JA YRITYSMUOTO .....</b>	<b>6</b>
4.1 Yritysmuodot.....	6
4.2 Osakeyhtiö vai toiminimi.....	6
<b>5 SWOT-ANALYYSI .....</b>	<b>8</b>
<b>6 TUOTTEET JA PALVELUT.....</b>	<b>10</b>
6.1 Digitaaliset tuotteet .....	10
6.2 Hinnoittelu .....	10
6.3 Verkkokauppa.....	11
<b>7 ASIAKKAAT JA MARKKINOINTI .....</b>	<b>12</b>
7.1 Yrityksen sidosryhmät.....	12
7.2 Vastuullisuus.....	13
7.3 Mainonta .....	13
7.4 Digitaalinen mainonta.....	13
<b>8 MARKKINAT JA KILPAILIJAT .....</b>	<b>15</b>
<b>9 TALOUSHALLINTO JA SOPIMUKSET .....</b>	<b>16</b>
9.1 Kirjanpito.....	16
9.2 Toiminimen kirjanpito.....	16
9.3 Ulkoistettu vai itse tehty kirjanpito .....	17
<b>10 LASKELMAT .....</b>	<b>18</b>
10.1 Rahoituslaskelma.....	18
10.2 Kannattavuuslaskelma.....	18
10.3 Myyntilaskelma .....	19
10.4 Kassavirtalaskelma .....	19
<b>11 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKEISET TULOKSET .....</b>	<b>20</b>
11.1 Yrittäjäyys.....	20
11.2 Liikeidea ja yritysmuoto .....	21
11.3 SWOT-analyysi.....	21
11.4 Tuotteet ja palvelut .....	22
11.5 Asiakkaat ja markkinointi.....	22
11.6 Markkinat ja kilpailijat .....	23

11.7	Taloushallinto ja sopimukset.....	23
11.8	Laskelmat.....	23
12	POHDINTA.....	25
LÄHTEET	.....	26
LIITTEET		
KUVIOT		
KUVIO 1.	SWOT-analyysi.....	9

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa tarpeellista tietoa liiketoimintasuunnitelman tekemiselle. Liiketoimintasuunnitelma auttaa tulevaa yrittäjää ymmärtämään omaa liikeideaansa paremmin, ja se mahdollistaa myös rahoituksen hakemisen. Työssä painotetaan asioita, jotka ovat verkossa toimivalle elämäntaitovalmennusyrityksen kannalta oleellisia, mutta se pitää myös sisällään yleishyödyllistä tietoa liiketoimintasuunnitelmasta myös muille toimialoille pyrkiville. Opinnäytetyö on jaettu kahteen osaan, josta ensimmäisessä käydään läpi liiketoimintasuunnitelman sisältö ja toisessa osassa käydään tulevan verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen näkökulmasta liiketoimintasuunnitelma läpi. Liiketoimintasuunnitelmaan on laadittu myös taloussuunnitelma Uusyrityskeskuksen sivuilta ladattavaan Excel-pohjaan, jossa käydään läpi rahoitustarve, toimintakustannukset, myyntiennuste ja kassabudjetti. Tulevan yrityksen taloussuunnitelma sekä virallinen liiketoimintasuunnitelma on määritelty salaisiksi.

Liiketoimintasuunnitelma opinnäytetyönä laaditaan tulevan yrittäjän kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan. Tuleva yrittäjä on haaveilut omasta yrityksestä jo vuosikymmenen, mutta häneltä on puuttunut liikeidea. Liikeidean syntyminen vei oman aikansa ja vaati uusien asioiden kokeilua ja omien kiinnostuksen kohteiden pohdintaa. Kiinnostus psykologiaa ja itsensä kehittämistä kohtaan johti elämäntaitovalmennuksen koulutukseen, sieltä valmistumiseen ja yritysideoiden syntymiseen. Opinnäytetyön tekeminen liiketoimintasuunnitelmasta verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen pohjalta tulee auttamaan tulevaa yrittäjää perustamaan yrityksen ja ottamaan huomioon kaikki mahdolliset asiat, jotta yritys tulee menestymään.

## 2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma tehdään tulevalle tai jo olemassa olevalle yritykselle (Hesso 2015, 12). Sen tarkoitus on kertoa, mitä askelia on otettava perustettaessa yritystä, onko se kannattavaa sekä auttamaan kehittämään yritystoimintaa myöhemmässä vaiheessa. Liiketoimintasuunnitelma ei ole välttämätön, mutta jos yrityksellä on tarkoituksena hakea starttirahaa tai rahoitusta, on se oltava. Vaikka ajatuksena ei olisikaan ulkopuolelta tulevan rahoituksen hankkiminen yritykselle on liiketoimintasuunnitelman laatimisesta paljon hyötyä itse yrittäjälle, koska se auttaa ennakoimaan ja tekemään tarpeellisia muutoksia hyvissä ajoin. Näiden lisäksi se myös auttaa ymmärtämään syvällisemmin liikeideaa ja mitä kaikkea on otettava huomioon. Liiketoimintasuunnitelmaa on myös mahdollistaa muuttaa myöhemmässä vaiheessa oman yrityksen kannalta hyödylliseen muotoon ja näin se voi toimia vielä pitkään yritystoiminnan kehittämisen työvälineenä. (Uusyrityskeskus 2023a, 24–26.)

Liiketoimintasuunnitelma kertoo sen laatijan näkökulmasta, miten hän tulee tulevaisuudessa erottumaan kilpailijoistaan ja mitä arvoa hän antaa mahdollisille asiakkaille (Hesso 2015, 10). Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä tulee ottaa huomioon, että mitkä seikat erityisesti oman liiketoiminnan kannalta ovat oleellisia ja perehtyä niihin syvemmin. Kun yritys luodaan, on kaikkien yrityksen perustajien tavoitteena menestyminen. Liiketoimintasuunnitelmassa on tavoitteita, joita yritys pyrkii saavuttamaan. Yrityksellä tulee olla visio, jota kohti mennä, jotta menestyminen voi tapahtua. (Hesso 2015, 12.)

Uusyrityskeskuksen (2023b) mukaan liiketoimintasuunnitelmassa käsitellään seuraavat asiat:

- yrityksen perustiedot
- liikeidea
- yrittäjän osaaminen
- SWOT-analyysi
- tuotteet ja palvelut
- asiakkaat
- markkinat ja kilpailijat
- myynti ja markkinointi
- liiketoiminnan tavoitteet
- riskien hallinta
- taloushallinto ja sopimukset

- rahoituslaskelma
- kannattavuuslaskelma
- myyntilaskelma
- kassavirtalaskelma.

Liiketoimintasuunnitelmassa saatetaan painottaa eri asioita riippuen yrityksestä ja sen toimialasta.



### 3 YRITTÄJYYS

Yrittäjyys mahdollistaa arvojen mukaisen omalla tavalla tehtävän työn tekemisen. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on syytä tarkkailla kriittisesti sitä, että onko juuri itsestä yrittäjäksi. Yrittäjäksi ryhtymistä tukee tietyt luonteen piirteet, ominaisuudet ja elämäntilanne, jotka edesauttavat ja mahdollistavat yritystä menestymään. Yrittäjäksi ryhdyttäessä on myös hyvä ymmärtää siihen liittyvät riskit. (Uusyrityskeskus 2023a, 8.)

Suomen yrittäjien nettisivustolta löytyy yrittäjätesti, joka antaa vastauksen siihen minkälainen yrittäjä itse olisi (Suomen yrittäjät 2023a). Myös Uusyrityskeskuksen sivuilta löytyy yrittäjäyyspeli, joka kertoo minkälaisia vahvuuksia ja heikkouksia itsellä olisi yrittäjänä. Pelissä käydään myös läpi omia yrittäjävalmiuksia markkinoinnin, byrokratian, yrityksen perustan ja liikeidean osalta. (Uusyrityskeskus 2023c.)

Yrittäjyyttä voi harjoittaa tavalla, joka sopii parhaiten omaan elämäntilanteeseen. Henkilö voi toimia päätoimisena tai sivutoimisena yrittäjänä. Nämä eroavat toisistaan niin, että sivutoimisella yrittäjällä saattaa olla sivutoimisen yrityksen lisäksi muita tulonlähteitä, jotka määrittelevät muut tulonlähteet päätoimisiksi tuloiksi. Sivutoiminen yrittäjyys kannattaa erityisesti silloin kun haluaa kokeilla voisiko liiketoiminta olla kannattavaa myös suuremmassa mittakaavassa. (Uusyrityskeskus 2023a, 8.)

#### 3.1 Miksi yrittäjäksi

Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on tärkeää kysyä itseltään, että miksi juuri minä haluan yrittäjäksi ja mikä minua motivoi yrittämään (Järvinen 2020, luku ”Ihmisestä perustajaksi”, kappale ”Miksi perustat yrityksen?”). Yrittäjäksi ryhtymisen myötä on otettava huomioon, että se eroaa hyvinkin paljon palkkatöissä olemisesta. Tulot voivat olla epäsäännölliset, välillä töitä voi joutua tekemään huomattavasti enemmän kuin palkkatyössä ja yrittäjällä on paljon enemmän vastuuta. Toisaalta yrittäjän työ on monipuolista ja siinä on vapaus johtaa itse haluamallaan tavalla ja asettaa haluamansa tavoitteet. (Osaava yrittäjä 2021.)

### 3.2 Yrittäjän ominaisuudet

Yrittäjän ominaisuuksiin kuuluu tietoa, mitä välttämättä muilla ei ole liittyen esimerkiksi asiantuntijuuteen tai muihin liiketoiminnan kannalta oleellisiin tietoihin. Aallon harjalla oleminen muutoksista muun muassa teknologiassa, kuluttajakäyttäytymisessä ja lainsäädännössä voivat olla asioita, jotka edesauttavat tulevaa yritystä. Tärkeää tietoa kertyy myös aiemmista työsuhteista esimerkiksi siellä olleiden ongelmien kautta ja miten niitä voitaisiin mahdollisesti ratkaista. Tietoa on myös vahva ammatillinen osaaminen, henkilökohtaiset suhteet ja verkostot, joita hyödyntämällä yrittäjä on etulyöntiasemassa verrattuna sellaiseen, jolla suhteita tai verkostoja ei ole. Hyvä ominaisuus yrittäjäksi haluavalle on ihmissuhdetaidot ja ymmärrys psykologiasta, sillä ne taidot ovat avainasemassa tuotteita myydessä. Itseltä tulisikin kysyä, että onko minulla jotain sellaista osaamista, tietoa tai suhteita ja verkostoja mitä kovin monella ei ole, mitä voisin hyödyntää omaa yritystä perustettaessa.

(Järvinen 2020, luku ”Ihmisestä perustajaksi”, kappale ”Onko sinusta perustajaksi?”.)

Muita yrittäjämäisiä piirteitä on mahdollisuuksien näkeminen riskien sijasta, itsevarmuus, sitkeys, epävarmuuden ja stressin sietäminen ja kyky ottaa vastuuta. Optimismi on myös asia, joka yhdistetään yrittäjyyteen, mutta se ei ole pelkästään hyvästä, sillä jos omaa liiketoimintaansa ei tarkkaile tarpeeksi kriittisesti voi se johtaa epäonnistumiseen. Sen takia myös liiketoimintasuunnitelma auttaa tarkastelemaan, että onko yrityksen perustaminen todella kannattavaa. On tärkeää osata pyytää apua, jos ei ole varma asioista ja hakea tietoa oikeista paikoista. Kukaan ei tule kysymään, että onko sopiva yrittäjäksi, vaan siitä on huolehdittava itse. Näiden asioiden pohtiminen voi myös nostaa esiin omia heikkouksia, mutta se antaa vain mahdollisuuden kehittää itseänsä niillä osa-alueilla, jotka tuottavat haasteita. (Järvinen 2020, luku ”Ihmisestä perustajaksi”, kappale ”Onko sinusta perustajaksi?”.)

### 3.3 Yksin vai yhdessä

Kun tekee valintaa, perustaako yrityksen yksin vai yhdessä, asiaa kannattaa tarkastella siitä näkökulmasta, löytyykö itseltä tarvittavaa taitoa ja tietoa tehdä kaikkea. Olisiko hyvä olla kumppani, joka täydentäisi osaamisella jotain sellaista mitä itseltä ei löydy. (Järvinen 2020, luku ”Ihmisestä perustajaksi”, kappale ”Onko sinusta perustajaksi?”). Toisaalta eriävät mielipiteet yhtiökumppanin kanssa voi aiheuttaa eripuraa kuten myös jos roolit eivät ole selvät tai muuten tehtävät ovat epäselvät. Yksin yrittäessä päätösvalta on täysin itsellä. (Pyykkö 2011, 24.)

## 4 LIIKEIDEA JA YRITYSMUOTO

Liikeidea kertoo, miten yritys toimii käytännössä ja miten se aikoo tuottaa rahaa. Hyvä liikeidea on omaperäinen, helposti toteutettavissa sekä eroaa kilpailijoista. Liikeidean keskeisimmät kysymykset ovat mitä, kenelle ja miten. Eli mitä yritys tulee tarjoamaan asiakkaille, ketä nuo asiakkaat ovat sekä miten tuote tai palvelu tuotetaan ja tarjotaan asiakkaalle. Liikeideaa voi kehittää ja sen muotoa voi muuttaa tarpeen vaatiessa. (Suomi.fi 2021.)

### 4.1 Yritysmuodot

Suomessa yritysmuotona käytetään yleisimmin toiminimeä, osakeyhtiötä, osuuskuntaa, avointa yhtiötä tai kommandiittiyhtiötä. Yleisimmät ovat toiminimi ja osakeyhtiö. Ennen oman yritysmuodon valintaa tulisi miettiä kuinka monta perustajaa yrityksellä tulee olemaan, onko pääoman tarvetta ja mikä on sen saatavuus, kenellä on vastuu ja kuka vastaa päätöksenteosta, mikä on toiminnan joustavuus ja jatkuvuus, entä rahoittajien suhtautuminen sekä voitonjako ja tappion kattaminen. (Uusyrittyskeskus 2023a, 40.)

### 4.2 Osakeyhtiö vai toiminimi

Tulevan yrityksen kannalta verrataan osakeyhtiötä sekä toiminimeä toisiinsa. Kummassakin yhtiömuodossa on mahdollista perustaa yritys yksin, mahdollisuus palkata työntekijöitä, eikä osakepääomaa tarvita. Ylin päättävä elin ja lakisääteiset toimitelimet on toiminimessä yrittäjä itse. Osakeyhtiössä ylin päättävä elin on yhtiökokouksessa osakkeenomistajat ja lakisääteinen toimitelin on hallitus, jossa on vähintään yksi varsinainen jäsen ja yksi varajäsen. Yrittäjän sitoumuksista toiminimiyrittäjän vastuu on yrittäjällä ja osakeyhtiössä se on osakkeenomistajilla sijoittamansa pääoman määrällä. (Uusyrittyskeskus 2023a, 41.)

Edellä mainittujen asioiden pohjalta ei ole siis merkitystä, onko tulevan yrityksen yhtiömuoto toiminimi vai osakeyhtiö, mutta on muistettava asioita, joita kannattaa ottaa huomioon ennen lopullista päätöstä. Toiminimiyrittäjä vastaa omaisuudellaan yrityksen sitoumuksista, joten siinä on olemassa henkilökohtainen riski. Toisin kun osakeyhtiössä yrittäjä vastaa pelkästään pääomalla, jonka on sijoittanut

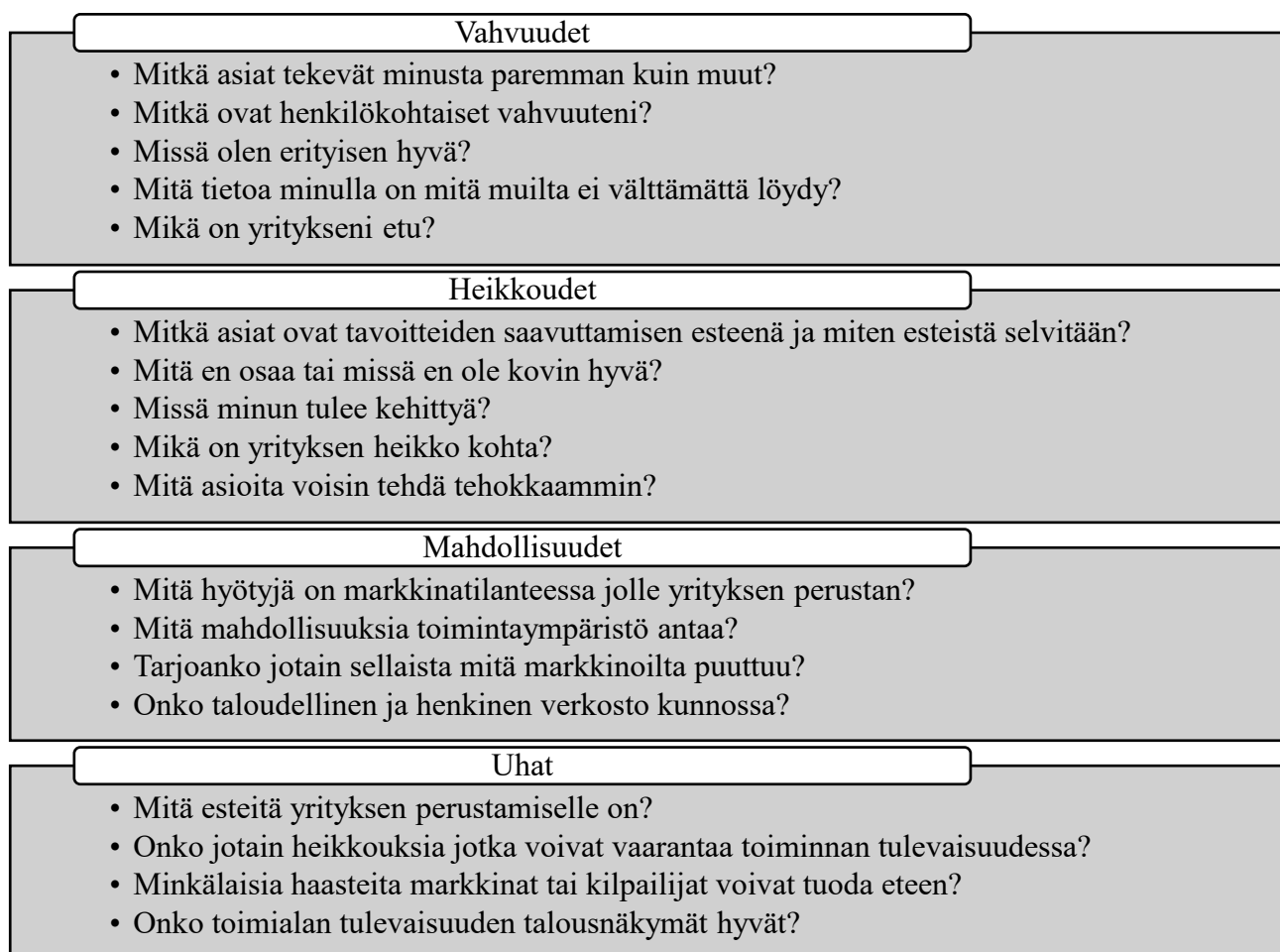
yhtiöön. Toki osakeyhtiö ei ole täysin riskitön, jos on takaamassa yhtiölle ottamia lainoja. Toiminimiyrittäjänä ei makseta itselleen palkkaa vaan palkanmaksu tapahtuu yksityisnostoina. Osakeyhtiössä puolestaan nostetaan palkkaa ja siitä tehdään ennakonpidätykset. Toiminimellä yksityisnostot ovat yksinkertaisempi prosessi kuin osakeyhtiössä palkan maksu. Toiminimi on helppo perustaa, sekä lopettaa ja sen voi halutessaan myöhemmässä vaiheessa muuttaa osakeyhtiöksi. Osakeyhtiön perustaminen vie hieman enemmän aikaa ja siinä tulee ottaa huomioon enemmän hallinnollisia asioita sekä sen lopettaminen tapahtuu käräjäoikeuden kautta konkurssimenettelyllä tai selvitystilamenettelyllä. Se on hitaampaa ja vie rahaa. (Uusyrityskeskus 2023a, 40–42.)

Toisaalta osakeyhtiö voi olla kannattavampi, jos kertyy jatkuvasti voittoa. Jos liikkuvat rahasummat kasvavat isoiksi on osakeyhtiö turvallisempi, koska osakeyhtiön osakas vastaa riskeistä pelkästään sillä summalla, jonka on sijoittanut yhtiöön. Osakeyhtiö on silloin myös toiminimeä parempi valinta, jos yritystoimintaa halutaan laajentaa osakkailla, sijoittajilla tai työntekijöillä. Usein myös osakeyhtiönä toimiva yritys on uskottavampi kuin toiminimi, sillä toiminimiyrittäjäyys nähdään usein pienimuotoisena liiketoimintana verrattuna osakeyhtiön toimintaan. (Aavasmäki 2023.)

## 5 SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysi eli nelikenttäanalyysi tulee englannin kielen sanoista Strengths (Vahvuudet), Weaknesses (Heikkoudet), Opportunities (Mahdollisuudet) ja Threats (Uhat). Se on kehitetty Yhdysvalloissa 1960-luvulla ja sitä pidetään yhtenä merkittävimmistä strategiatyökaluista liikejohdolle, mutta se soveltuu myös moneen muuhun yhteyteen. Jotta yrityksestä voidaan laatia SWOT-analyysi, tulee analyysin laatijalla olla tarpeeksi syvällistä tietoa yrityksen toiminnasta, ettei analyysi koostu pelkästään itsestään selvistä asioista. (Vuorinen 2013.)

SWOT-analyysi (KUVIO 1) auttaa arvioimaan yrityksen mahdollisuuksia, mitkä ovat yrityksen uhat ja miten niihin voidaan varautua. Analyysi kertoo mikä yrityksen tavoite on ja miten sinne päästään, sekä mitkä asiat ovat yrityksen kannalta tarpeettomia. Se kertoo myös, että missä asioissa yritys on hyvä ja missä asioissa olisi kehitettävää. Yrityksen koko ja toimiala voi vaikuttaa siihen, että mitä asioita SWOT-analyysissä painotetaan. (Holvi 2023.)



KUVIO 1. SWOT-analyysi (Holvi 2023; Åkerberg 2017, 63)

SWOT-analyysissä vahvuudet sekä heikkoudet tarkastelevat yrityksen sisäisiä asioita, ja sitä voidaan kutsua myös yrityksen sisäiseksi ympäristöanalyysiksi. Olisi tärkeää tarkastella asioita eri näkökulmista ja kertoa rehellisesti vahvuuksista ja heikkouksista. Jos asioita ei oteta kunnolla huomioon, se voi johtaa epäonnistumiseen. Mahdollisuudet ja uhat puolestaan tarkastelevat yrityksen ulkoisia asioita ja näihin ei voida vaikuttaa, muuta kuin varautumalla eri tilanteisiin. Ulkoisia asioita voi olla muun muassa muutokset yhteiskunnassa, vaihtelu markkinatilanteessa sekä kilpailijoiden toimet, jotka voivat haastaa omaa yritystoimintaa. (Holvi 2023.)

## 6 TUOTTEET JA PALVELUT

Seuraavaksi tulisikin miettiä oman yrityksen tuotteet ja palvelut (Uusyrityskeskus 2023b). Tuote nähdään yleensä fyysisenä tuotteena, mutta se voi myös olla palvelu. Tuotetta tai palvelua mietittäessä tulee olla kohderyhmä, jonka tarpeita ollaan täyttämässä tuotteella. Jokaisen tuotteen kohdalla olisi hyvä miettiä, että mikä on tuotteen nimi, mitä tuote pitää sisällään, mitä lisäarvoa se tuo asiakkaalle, miksi se luo lisäarvoa asiakkaalle ja miten sitä tulevaisuudessa pitäisi kehittää. (Hesso 2015, 110–113.) Yrittäjän tuotteen tunnettavuus mahdollistaa sen turvallisuuden takaamisen kuluttajille. Tukesin sivuilla on mahdollista tehdä Tunnen tuotteeni -tunti, joka kertoo itse yrittäjälle, mutta myös halutessa kuluttajille, että toiminta on vastuullista ja että yrittäjä tuntee tuotteet, joita myy. (Tukes 2023.)

### 6.1 Digitaaliset tuotteet

Digitaaliset tuotteet mahdollistavat asiakkaiden helpomman tavoittamisen ja yrityksen kasvamisen. Jotta digitaalinen tuote saadaan luotua, tulee tehdä ensiksi päätös siitä, että aikoo tehdä digitaalisen tuotteen. Seuraavaksi valitaan tuotteen aihe ja sitten itse tuote. Erilaisia digitaalisia tuotteita ovat esimerkiksi e-kirjat, audio-ohjelmat, webinaarit, verkkokurssit, jäsenyyssivustot sekä sovellukset. Kun tuote on valittu, aloitetaan sen tekeminen. Viimeisenä vaiheena on itse tuotteen myynti sekä verkossa tapahtuva mainonta. (Mattila 2019.) Digitaalisten tuotteiden markkinointiin ja mainontaan syvennyttään paremmin kappaleessa 7. Asiakkaat ja markkinointi.

### 6.2 Hinnoittelu

Kun itse tuote tai palvelu on mietitty huolella, on syytä alkaa tarkastelemaan hintaa. Jotta yritys menestyy, on sen tehtävä tuotteillaan voittoa. Liiketoimintasuunnitelman näkökulmasta hinnoittelumenetelmät ovat yleensä katetuottohinnoittelu, omakustannusperusteinen hinnoittelu tai markkinapohjainen hinnoittelu. (Hesso 2015, 113–114.) Jokaisen tulisi miettiä oman yrityksensä ja tuotteidensa näkökulmasta paras hinnoittelumenetelmä. Kun tuotteen tai palvelun hinta on tiedossa, arvioidaan myyntiä sen perusteella, että kuinka suurta myyntiä tavoitellaan millekin ajanjaksolle. Mitä se voisi olla esimerkiksi päivässä, viikossa, kuukaudessa tai vuodessa. Myyntiä voidaan arvioida euromääräisesti, asiakasmää-

rän mukaan, tuotteiden kappalemäärän tai palveluiden tuntimäärän perusteella. Missä tuotteita ja palveluita myydään, on myös oleellinen kysymys, kun mietitään fyysisiä tuotteita ja palveluita. (Uusyrittäjäkeskus 2023b.)

### **6.3 Verkkokauppa**

Vuonna 2020 verkkokaupat alkoivat kasvaa koronapandemian seurauksena, mutta kasvu ei taantunut, siitä huolimatta, vaikka fyysisesti olisikin voinut mennä ostamaan tuotteita taas kaupasta. Nuoret käyttävät verkkokauppoja vanhempaa sukupolvea enemmän. Syy siihen miksi ihmiset ostavat verkkokaupasta on helppous. Hinnalla sekä valikoimalla, mutta myös ajan säästöllä on vaikutuksia siihen, miksi verkkokauppaa suositaan. (Paytrail 2023.) Kun verkkokauppaa alkaa rakentamaan tulee itse tuotteiden lisäksi miettiä verkkokaupan ulkonäkö asiakkaan näkökulmasta, jotta asiakkaan on helppoa liikkua sivustolla. Lisäksi kannattaa hyödyntää muita kanavia myynnin tehostamisessa. Nykyään on useita eri vaihtoehtoja, joista voi valita omalle yrityksellensä parhaat kanavat. Verkkokauppapohjia on myös useita, joita vertailemalla voi löytyä omalle yritykselleen sekä omaan yrittäjyyteen sopiva pohja. Ennen lopullisen päätöksen tekemistä, kannattaa eri pohjia kokeilla, sillä useasti niissä on ilmaiset kokeilujaksot. (Suomen yrittäjät 2021, 4–11.)



## 7 ASIAKKAAT JA MARKKINOINTI

Markkinointi kertoo yrityksestä, sen tuotteista tai palveluista, sekä sen, miten erotutaan kilpailijoista. Jotta asiakassuhteista tulisi pitkäkestoisia ja kannattavia, tulee yrittäjällä olla osaamista ja ymmärrystä markkinoinnista. Tuotteet tai palvelut sekä markkinointi tulisi rakentaa sellaisiksi, että asiakas kokee saavansa niistä enemmän lisäarvoa kuin kilpailijalta ostettaessa. Yrittäjän tulee osata ajatella ja toimia asiakkaan näkökulmasta. Mikä juuri hänen tuotteissaan tai palveluissaan on sellaista mikä saisi asiakkaan ostamaan. Erilaisia kumppaneita kannattaa hyödyntää tekemällä yhteistöitä. Markkinointi on laaja-alainen ja välttämätön yrityksen toimintaan liittyvä osa, jossa tulee osata ottaa huomioon monta eri vaihetta ja asiaa. Markkinoinnin osaamisalueita on markkinoinnin johtamisosaaminen, markkinointiympäristön ja asiakkuuksien hallinta, kilpailukeinojen ja tarjonnan hallinta, verkostojen ja suhteiden hallinta sekä arvon tuottaminen asiakkaalle sekä viestintä. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1.)

### 7.1 Yrityksen sidosryhmät

Yrityksellä on eri sidosryhmiä, jotka vaikuttavat toimintaan. Markkinoinnin kannalta tärkein sidosryhmä on asiakkaat. Tämän takia olisi hyvin tärkeä miettiä tarkkaan oma asiakaskunta, jonka ostokäyttäytymiseen ja tarpeisiin on tutustuttu mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Nykyään tuotteiden kehittäminen on asiakaslähtöistä, jotta tuote on houkutteleva ja tuotteen saatavuus hyvä. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1, kappale 1.1.) Voisi myös ajatella, että joissain tuotteissa hyvä saatavuus ei ole aina hyvästä, vaan tietty määrä tuotteita tai jos tuote on vain tietyn ajan myynnissä voi kannustaa asiakasta ostamaan tuotteen nyt, ennen kuin se loppuu tai poistuu myynnistä.

On tärkeää kuunnella asiakasta ja saada hänet ostamaan useamman kerran. Yritykselle tulee halvemmaksi pitää yllä vanhoja asiakassuhteita kuin hankkia uusia. Hyvän asiakassuhteen ylläpitäminen mahdollistaa myös, että saadaan uusia asiakkaita, kun pitkäaikainen asiakas suosittelee yrityksen tuotteita tai palveluita eteenpäin. Hyvät asiakassuhteet viestivät myös muille sidosryhmille yrityksen toiminnasta. Asiakkaiden lisäksi yrityksellä tulee olla laaja verkosto tahoihin, joista se voi olla riippuvainen tai joiden kanssa se tulee olemaan vuorovaikutuksessa kuten alihankkijat, tavarantoimittajat, viranomaiset ja media. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1, kappale 1.1.)

## 7.2 Vastuullisuus

Markkinoinnin kannalta on nykyaikana tärkeitä ottaa huomioon vastuullisuus, lainsäädännön ja säästösten lisäksi. Yrityksen yhteiskuntavastuun osatekijöitä ovat taloudellinen vastuu, ympäristövastuu ja sosiaalinen vastuu. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu kannattavuus, kilpailukyky ja toiminnan tehokkuus. Ympäristövastuuseen kuuluu luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, tehokas ja säästävä luonnonvarojen käyttö sekä toiminnot ilmastonmuutoksen torjumiselle. Puolestaan sosiaaliseen vastuuseen kuuluu, että toiminta on avointa, huolehditaan henkilöstön osaamisesta ja hyvinvoinnista, huolehditaan tuoteturvallisuudesta ja kuluttajasuojasta, tehdään yhteistyötä lähiympäristön ja yritysverkoston kanssa, noudatetaan hyviä toimintatapoja sekä tuetaan hyödyllisiä toimintoja. Vastuullinen toiminta voi parantaa yrityksen kilpailukykyä. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1, kappale 1.1.)

## 7.3 Mainonta

Oman yritystoiminnan kannalta tulee miettiä, mikä on juuri omalle yritykselle paras paikka mainostaa omia tuotteitaan tai palveluita. Se missä kannattaa myydä määritellään sen perusteella, että kenelle tuotteita tai palveluita ollaan myymässä sekä missä mahdolliset asiakkaat sijaitsevat. Yhä enemmän ostopäätökset tehdään omatoimisesti hyödyntäen internetiä, verkostoja, blogeja, arvosteluja ja asiakastarinoita. Sen sijaan että mahdolliselle asiakkaalle tuputetaan tuotetta tai palvelua tulisi lähtökohtana olla se, että miten asiakasta voisi auttaa löytämään mahdolliseen ongelmaansa ratkaisu. (Uusyrityskeskus 2023a, 60–61.) Muita mainonnan keinoja on ilmoitus lehdessä, televisio-, radio-, elokuva, video-, tapahtuma-, ulko- ja suoramainonta. Mainonta kannattaa keskittää sinne missä omat asiakkaat ovat. (Sanoma 2023.)

## 7.4 Digitaalinen mainonta

Yhä enenevässä määrin yritysten kaupankäynti siirtyy verkkoon. Jotta saa mahdollisimman paljon näkyvyyttä verkossa, kannattaa hakukonenäkyvyys hoitaa kuntoon ja pitää se myös ajan tasalla. Digitaalisessa mainonnassa kannattaa hyödyntää myös tuttuutta. Sosiaalinen media mahdollistaa tänä päivänä sen, että jokaisen on mahdollista tutustua yrittäjään sosiaalisen median takana. Ihmiset ostavat mieluummin tutulta kuin tuntemattomalta. Digitaalinen mainonta on mahdollista eri sosiaalisen median kanavissa. Kannattaa kuitenkin keskittyä sellaisiin kanaviin mitä tietää omien asiakkaiden käyttävän.

Kannattaa myös miettiä mihin kanavaan tuote sopii, mitkä ovat omat vahvuudet esimerkiksi kirjoittaminen, puhuminen, valokuvaus jne. sekä mihin itsellä on teknisiä taitoja. Digitaalisen mainonnan kanavia ovat mm. Facebook, X (Twitter ennen), blogi, podcast, Youtube, Instagram, LinkedIn ja Snapchat. Kanavista kannattaa valita kaksi tai kolme, joihin panostaa. Digitaalisessa mainonnassa tulee myös ottaa huomioon visuaalisuus, minkälainen tyyli on, käytetäänkö mieluummin tekstiä vai kuvaa sekä mitä värejä hyödynnetään. (Koivumäki & Korteso 2019, 18–25.)

## 8 MARKKINAT JA KILPAILIJAT

Alkavan yrittäjän on selvitettävä toimialansa markkinat sekä tehtävä kilpailija-analyysi. Markkinaselvitys kertoo minkälainen markkinatilanne tulevalla yrityksellä tulee olemaan. Markkinaselvitys auttaa hahmottamaan toimialan nykytilannetta, mutta antaa myös tärkeää tietoa tulevaisuuden kannalta.

Markkinaselvitys on mahdollista tehdä itse, jolloin siinä tulee ottaa huomioon asiakkaiden tarpeet sekä kilpailutilanne, mutta sen voi myös ulkoistaa asiantuntijalle, joka tekee selvityksen yrittäjän puolesta. Markkinaselvitys antaa erityisesti alkavalle yritykselle tärkeää tietoa siitä, että miten se voi asettua hyvään asemaan markkinoilla. Markkinaselvitystä voi käyttää myös tukena yritystoiminnan laajentamisessa uudelle markkina-alueelle sekä rahoitusneuvotteluissa. (Suomi.fi 2019b.) Markkinaselvityksessä käy ilmi, missä tuotteita myydään maantieteellisesti, kuinka paljon markkinoilla on asiakkaita, minkä verran asiakkaan keskimääräisesti ostavat ja mitkä ovat asiakkaan toiveet ja vaatimukset tuotteen suhteen (Suomi.fi 2019b; Uusyrityskeskus 2023b).

Kilpailija-analyysi auttaa yrittäjää hahmottamaan, että miten kilpailijat toimivat ja miten oma toiminta eroaa kilpailijoista luoden sopivan markkinaraon. Kilpailija-analyysin avulla saadaan selville pahimmat kilpailijat, heidän tavoitteensa, strategiansa ja tapansa reagoida muutoksiin. Kun on tutustunut perusteellisesti kilpailijoihin, löydetään oman yrityksen kannalta ne tärkeimmät vahvuudet ja kehityskohdet menestykseen. Kilpailija-analyysiä kannattaa hyödyntää myös yritystoiminnan myöhemmissä vaiheissa, jotta pysyy jatkuvasti ajan tasalla kilpailijoista ja heidän toimintatavoistaan. (Suomi.fi 2019a.) Kilpailija-analyysissä käy ilmi ketkä ovat yrityksen pahimmat kilpailijat, miten erottua kilpailijoista, mitä vahvuuksia ja heikkouksia yrityksellä on verrattuna kilpailijoihin, tuoko yritys markkinoille jotain sellaista mitä siellä ei vielä ole ja miksi asiakas ostaisi sinulta kilpailijoiden sijasta (Suomi.fi 2019a; Uusyrityskeskus 2023b).

## 9 TALOUSHALLINTO JA SOPIMUKSET

Yrityksen taloushallinto sekä sopimusasiat tulee olla kunnossa. Taloushallinto pitää sisällään yrityksen rahaliikenteeseen liittyvät asiat kuten kirjanpidon, osto- ja myyntilaskut sekä palkanlaskennan. Taloushallinnon tehtävänä on tuottaa tärkeää tietoa yrityksen tilasta ja tulevaisuudesta yrittäjälle, mutta samalla siitä on hyötyä mahdollisille yrityksen rahoittajille sekä muille tahoille. (Suomen yrittäjät 2023b.) Sopimukset puolestaan kertovat sopimuskumppaneiden välisistä oikeuksista ja velvollisuuksista. Sopimus pystytään tekemään kirjallisena tai suullisena, mutta suullisen sopimuksen kanssa kannattaa olla varovainen sillä riitatilanteissa on vaikea todistaa sopimuksen sisältöä. (Hietala, Järvensivu, Kaivanto & Kyläkallio 2021, luku 2, kappale ”Sopimusten sitovuus”.) Kannattaa siis miettiä tarkkaan, että mitkä sopimukset ovat oman toimialan sekä määräysten kannalta hyvä laatia. Kun sopimusasiat ovat kunnossa, voidaan välttyä ongelmilta. (Vasek 2022.)

### 9.1 Kirjanpito

Kaikki yritykset ovat kirjanpitovelvollisia, kirjanpidon laajuus vain vaihtelee eri yrityskokojen mukaan. Kirjanpito mahdollistaa menneen toiminnan analysoimisen ja tulevaisuuden suunnittelun. (Suomen yrittäjät 2023b.) Kirjanpito pitää sisällään tuloslaskelman, joka kertoo yrityksen tuloksellisuudesta ja taseen, joka puolestaan kertoo vakavarallisuudesta ja maksuvalmiudesta. Yrityksen verotus pohjautuu myös kirjanpitoon. Osakeyhtiöiden tilinpäätökset julkaistaan Kaupparekisterissä, jolloin se on kaikkien halukkaiden saatavilla. Yhtiöt, joiden ei tarvitse lakisääteisesti ilmoittaa tilinpäätöstietoja voivat joutua sen ilmoittamaan tilanteissa, joissa hakevat rahoitusta. Kirjanpitoa pidetään käytännössä niin, että kun jotain ostetaan tai myydään, kutsutaan sitä liiketapahtumaksi. Jokainen liiketapahtuma dokumentoidaan tositteeseen, jossa yksityiskohtaisesti kuvataan, mitä on ostettu, myyty tai maksettu. Tositteen perusteella suoritetaan kirjaukset kirjanpitoon ja nämä kirjaukset puolestaan muodostavat tilinpäätöksen tiedot. (Taloushallintoliitto 2023.)

### 9.2 Toiminimen kirjanpito

Toiminimiyrittäjiä koskee poikkeus, jolloin voidaan tehdä yhdenkertaista kirjanpitoa. Yhdenkertainen kirjanpidossa liiketapahtumat merkataan pelkästään yhdelle tilille. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa

taas liiketapahtuman merkataan kahdelle eri tilille. Yhdenkertainen kirjanpito on helpompaa kuin kahdenkertainen kirjanpito. Jotta toiminimiyrittäjä pystyy tekemään yhdenkertaista kirjanpitoa, saa korkeintaan yksi seuraavista asioista täytyä: taseen loppusumma 100 000 euroa tai liikevaihto tai vastaava tuotto yli 200 000 euroa tai yrityksessä työskentelee yli kolme henkilöä. Yhdenkertaisessa kirjanpidossa tulee liiketapahtumina näkyä kaikki maksetut menot, korot, verot, saadut tulot ja tavaroiden ja palveluiden oma käyttö. (Yrityksenperustaminen 2023.)

### **9.3 Ulkoistettu vai itse tehty kirjanpito**

Ensisijaisesti suositellaan ulkoistamaan kirjanpito, jolloin aika jää itse työn tekemiselle. Itse tehdyssä kirjanpidossa on omat haasteensa ja se vaatii monenlaista taitoa prosenttilaskuista verotusasioihin, puhumattakaan lainsäädännöstä. Kun kirjanpito on ulkoistettu voi yrityksen talouteen liittyvissä mieltä askarruttavissa asioissa vaivatta kysyä kirjanpitäjältä, miten tulisi toimia. Jos kuitenkin on päättänyt tehdä itse oman kirjanpitonsa, on se suhteellisen vaivatonta silloin kun yrittäjäyys on sivutoimista tai kirjanpidon tapahtumat toistuvat samanlaisina. Netistä löytyy toiminimiyrittäjälle helppokäyttöisiä pohjia kirjanpidon tekemiselle. Itsenäisesti tehty kirjanpito syventää myös ymmärrystä yrityksen taloushallinnosta. (Yrityksenperustaminen 2023.) Huomioon kannattaa myös ottaa se asia, että vaikka kirjanpidon olisikin ulkoistanut on yrittäjä vastuussa kirjanpitoaineistojen oikeellisuudesta. On myös hyvä tuntee kirjanpitolain lisäksi kirjanpidon perusasiat, jotta ymmärtää paremmin yrityksen taloutta. (Räsänen 2022.)

## 10 LASKELMAT

Liiketoimintasuunnitelman oleellisena osana on rahoitus-, kannattavuus-, myynti- ja kassavirtalaskelmat (Uusyrityskeskus 2023b). Laskelmat antavat hyödyllisiä tietoja yrittäjälle. Vaikka liiketoimintasuunnitelman laskelmat eivät ole pakollisia voidaan ne vaatia ulkopuolista rahoitusta haettaessa. (Suomi.fi 2022.)

### 10.1 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelma tulee tehdä, kun haetaan ulkopuolista rahoitusta yritykselle, mukaan lukien starttirahan hakeminen. Rahoituslaskelma kertoo kuinka paljon yrityksen perustaminen tulee maksamaan ja miten se tullaan rahoittamaan. (Suomen yrittäjät 2023c.) Rahoituslaskelma tulee myös laatia tilinpäätökseen, jos kyseessä on suuryritys tai merkittävä yhteisö, jolloin rahoituslaskelmista on käytävä ilmi liiketoiminnan, investointien ja rahoituksen rahavirrat (Koski 2017, 87). Rahoituslaskelmassa tulisi käydä läpi kuinka paljon alkuinvestointeihin ja palkkoihin sekä muihin kuluihin tulee menemään rahaa. Voitonjako, lainanlyhennykset ja satunnaiset kulut tulee myös ottaa huomioon. Rahoituksena voidaan käyttää omaa tai vierasta pääoma tai molempia. Jos oman yrityksen rahoituslaskelmien tekeminen tuntuu haastavalta kannattaa sen laatimiseen pyytää apua sitä tarjoavilta tahoilta. (Suomi.fi 2022.)

### 10.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelma, joka kulkee myös nimellä budjetti, kertoo arvion tuloista ja menoista (Suomen yrittäjät 2023d). Se kertoo kuinka paljon tulisi myydä, millä hinnalla ja millä aikavälillä, jotta toiminta olisi kannattavaa. Kannattavuuslaskelman laatimisessa kannattaa miettiä sitä mikä on tavoiteltu tulos eli kuinka paljon tarvitaan rahaa, jotta liiketoiminta on kannattavaa. Tavoiteltuihin tuloksiin lisätään kiinteät kulut, jotka pitää sisällään yleensä vuokran, palkat ja muut kiinteät kulut. Lopuksi lasketaan mukaan muuttuvat kulut, jotka ovat tuotteiden valmistuskulut. Tavoitellun tuloksen, kiinteiden kulujen ja muuttuvien kulujen summa kertoo kuinka paljon myyntiä tulisi olla, jotta kulut katetaan. Kannattavuuslaskelman laatimisessa on myös se hyvä puoli, että se kertoo hyvissä ajoin, jos yritystoiminta meinaa muuttua kannattamattomaksi. (Suomi.fi 2022.)

### 10.3 Myyntilaskelma

Myyntilaskelma kertoo mitä myydään, millä hinnalla ja kuinka paljon (Suomen yrittäjät 2023e). Tuotteen hinta määrittelee yrityksen tuoton sekä voiton. Hinta tulisi miettiä tarkkaan, sillä tuotteen liian korkea hinta voi aiheuttaa sen, ettei kysyntää ole riittävästi ja toisaalta liian alhainen hinta voi aiheuttaa sen, ettei tuotot riitä kattamaan kustannuksia. Sopiva hinta mahdollistaa kannattavuuden tavoitteiden mukaan ja auttaa kasvussa. Hinnoittelussa tulee ottaa huomioon tuotteiden kustannukset, kysyntä ja kilpailijat. (Viitala 2013, luku 18, kappale ”Kannattavuus”.) Myyntilaskelmaa laskiessa tulee muistaa ottaa huomioon myös myyntikate (Suomen yrittäjät 2023e). Hinnoittelun tulisi tapahtua niin että tuotteessa on yritykselle sopiva kate. Kate tai katetuotto muodostuu, kun tuotteen myyntihinnasta vähennetään ne kustannukset mitä menee tuotteen valmistukseen. (Viitala 2013, luku 18, kappale ”Kannattavuus”.)

### 10.4 Kassavirtalaskelma

Kassavirtalaskelma kertoo puolestaan yrityksen todellisen maksuvalmiuden, eli paljonko on myytävä, jotta katetaan kulut ja maksut (Visma 2023). Kassavirtalaskelmaa voidaan hyödyntää myös optimaalisen kasvunopeuden analysoimiseen ilman yrityksen maksuvalmiuden vaarantumista, sillä se kertoo kuinka paljon kustannuksia saa tulla yritykselle. Se mahdollistaa hallitun kasvun, ilman turhia kriisejä. Kassavirtalaskelma mahdollistaa myös myynnin ohjauksen oikeaan suuntaan sekä myynti- ja hintavariaatioiden vaikutukset maksuvalmiuden tiedostamiseen sekä auttaa budjetin teossa. (Koski 2017, 94–101.)



## 11 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKEISET TULOKSET

Tässä osiossa käydään tulevan verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen liiketoimintasuunnitelmaa läpi siltä osin, ettei paljasteta mitään mikä voisi myöhemmässä vaiheessa haitata yritystoimintaa. Tämä osio ei sisällä tulevan yrityksen virallista liiketoimintasuunnitelmaa, vaan antaa hieman osviittaa siitä mitä se pitää sisällään.

### 11.1 Yrittäjyys

Tulevan verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen pohjalta päätoiminen yrittäjyys sopii parhaiten liikeideaan sekä yrittäjän omaan elämäntilanteeseen. Tilanne voisi olla hyvin erilainen, jos yrittäjällä olisi muita pääomatuloja, jolloin voisi olla mahdollisuus lähteä liikkeelle sivutoimimisena yrittäjänä, kokeilla miltä yrittäjänä oleminen tuntuu ja siirtyä hiljalleen päätoimiseksi yrittäjäksi.

Tuleva yrittäjä on harkinnut yrittäjyyttä jo pitkään ja tietää mitä asioita yrittäjällä saattaa olla vastassa. Vaikka kuinka yrittäisi varautua mahdollisiin vastoinkäymisiin, ei voi koskaan olla täysin varma siitä mitä eteen tulee. Liiallinen vastoinkäymisten tai epäonnistumisten miettiminen voi myös johtaa siihen, ettei uskalla lähteä yrittäjäksi. Vaikka riskit on hyvä tiedostaa ei tule unohtaa, että ilman virheitä ei voi oppia uutta ja jos ei ikinä yritä ei voi myöskään onnistua.

Tuleva yrittäjä on ollut työelämässä jo useamman vuoden ja tietää minkälaista palkkatyön tekeminen on, melko helppoa ja stressitöntä, riippuen tietysti työnkuvasta. Tuleva yrittäjä kaipaa haasteita, mutta kaikista tärkeimpänä on elää omien arvojen mukaista elämää jonka yrittäjyys mahdollistaa. Omien arvojen mukaan eläminen ja työskentely tekee myös elämästä mielekkäämpää. Tuleva yrittäjä ymmärtää myös, ettei yrittäjyys ole pelkkää ruusuilla tanssimista, mutta näkee että yrittäjyyden huonot puolet ovat varsin pieniä verrattuna siihen mitä yrittäjyys antaa.

Tuleva yrittäjä on tiennyt jo ihan alusta alkaen, että haluaa ryhtyä yrittäjäksi yksin. Hänen yksi tärkeimmistä arvoistaan on vapaus päättää asioista itse, vaikka tiedostaa hyvin, että välillä voi tulla eteen epävarmoja tilanteita, joissa kaipaasi jonkun toisen mielipidettä taikka vahvistusta päätöksen tueksi. Onneksi tulevalla yrittäjällä on kuitenkin vahva tukijoukko taustalla, jotka ovat varmasti apuna, jos jokin päätös askarruttaa. Apua voi myös saada muilta yrittäjiltä ja oman alueen uusyrityskeskukselta. Verkostoja tullaan varmasti hyödyntämään myös yrittäjyyteen liittyvissä asioissa.

## 11.2 Liikeidea ja yritysmuoto

Tuleva yrittäjä ei ollut täysin varma aloittaessaan liiketoimintasuunnitelman tekoa, että tuleeko yrityksestä toiminimi vai osakeyhtiö. Toiminimeä ja osakeyhtiötä vertaillessa tuleva yrittäjä päätyi toiminimiyrittäjyyteen, vaikka ennen liiketoimintasuunnitelman tekemistä osakeyhtiö oli vahvempi vaihtoehto. Tulevan yrittäjän syyt toiminimen valintaan oli, että sen hallinnointi on yksinkertaisempaa ja yrityksen voi helposti muuttaa myöhemmin osakeyhtiöksi. Vaikka toiminimessä henkilökohtainen taloudellinen riski on suurempi kuin osakeyhtiössä ei sitä nähdä ongelmana tulevassa yrityksessä, sillä yrityksen toiminta ei vaadi suurta rahallista panosta. Toiminimi on myös helpompi lopettaa kuin osakeyhtiö, jos jossain vaiheessa tulee tunne, ettei yrittäjyys ole itseä varten, vaikka tuleva yrittäjä vahvasti epäilee, että näin tulisi käymään. Toiminimen valintaan vaikutti myös se, että osakeyhtiön tavoin yritykseen on mahdollista palkata työntekijöitä myöhemmässä vaiheessa. Osakeyhtiössä olisi myös enemmän hallinnollista työtä, mistä tuleva yrittäjä ei erityisemmin perusta, joten siltä osin toiminimi on tulevan yrittäjän kannalta paras vaihtoehto tähän elämäntilanteeseen.

## 11.3 SWOT-analyysi

Liiketoimintasuunnitelma verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen kannalta SWOT-analyysissä tulee huomioida enemmän itse yrittäjän vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia, vaikka on tärkeää ottaa huomioon myös itse yritys. Sisäisissä vahvuuksissa tulee ennen kaikkea miettiä, että mitkä ovat tulevan yrittäjän vahvuudet, osaamiset, tieto sekä persoonallisuuden piirteet, jotka tukevat yritystä ja samalla erottaa muista. Tulevan yrittäjän vahvuuksia on jo hyvin pitkään jatkunut kiinnostus omaa toimialaa sekä yrittäjyyttä kohtaan. Kiinnostuksen myötä on kertynyt paljon tietoa, jota voidaan hyödyntää siihen, että saadaan näkyvyyttä erityisesti sosiaalisessa mediassa. Toimialalla, jolla yritys tulee toimimaan, voi yritys hukkua kaiken muun sekaan ja sen takia tuleekin panostaa persoonallisuuteen. Tulevan yrittäjän heikkouksia voi olla yrittäjän henkilökohtaisten uskomusten ja pelkojen vaikutus sekä yleinen jaksaminen. Myös ajoittainen motivaation puute voi olla hidaste, mutta tuleva yrittäjä on tietoisesti työskennellyt sen eteen, ettei motivaation puute ole esteenä töiden tekemättä jättämiselle.

Ulkoisista asioista mahdollisuudet yrityksen kannalta ovat markkinoiden mahdollisuudet, siitä näkökulmasta, että tuodaan markkinoille jotain sellaista mitä siellä ei vielä ole ja hyödynnetään vuosien

saatossa kertyneitä verkostoja. Samoin jatkuva kysynnän kasvu sekä ihmisten kiinnostus aihetta kohtaan avaa mahdollisuuksia. Uhat puolestaan voivat olla kilpailun kovuus näkyvyyden näkökulmasta. Miten koko ajan kasvavassa sosiaalisessa mediassa voi saada näkyvyyttä sekä miten pysyä ajan tasalla eri sovelluksissa käytettävissä algoritmeista. Tähän tarvitaan ajantasaista tietoa ja jatkuvaa itsensä kouluttamista. Nopeasti muuttuvan maailman perässä on pysyttävä ja tehtävä tarvittaessa muutoksia. Toisaalta liiallinenkin kehitys voi olla huonosta, etenkin jos se näkyy paljon asiakkaille. Asiakkaat voivat väsyä jatkuvaan muutokseen ja sen takia on löydettävä omalle yritykselle sopiva tahti kasvaa ja kehittyä, pitäen kuitenkin kiinni punaisesta langasta joka yritystoimintaa johtaa.

#### **11.4 Tuotteet ja palvelut**

Verkossa toimivan elämäntaito- ja valmennusyrityksen kannalta tuotteet tulee olemaan digitaalisia palveluita sekä tuotteita, tietyille asiakasryhmälle suunnattuja. Jokaisen tuotteen ja palvelun kohdalla on mietitty sen nimi, sisältö, sen tuoma lisäarvo ja miten sitä voi mahdollisesti tulevaisuudessa kehittää. Tuotteiden ja palveluiden osalta on helpompaa miettiä hinnoittelu niihin menneen ajan ja realististen myyntitavoitteiden näkökulmasta. Verkossa toimiville verkkovalmennuksille myynti tapahtuu täysin verkossa, eikä näin ollen palveluille tai tuotteille tarvita fyysistä liiketilaa. Lisäksi on mietitty verkkokauppapohja, joka on yrityksen, että tulevan yrittäjän osaamisen kannalta paras mahdollinen.

#### **11.5 Asiakkaat ja markkinointi**

Verkossa toimivan elämäntaito- ja valmennusyrityksen näkökulmasta asiakkaat löytyvät verkosta. Verkkovalmennuksen sisältö on laadittu tietyn kysymyksen pohjalta niin että verkkovalmennuksen jälkeen asiakas saa vastauksen kysymykseensä. Markkinoinnin keinona käytetään sitä, että annetaan asiakkaalle tietoa, joka herättää mielenkiinnon ja houkuttaa hänet tuotteen luokse. Sidosryhmiä tulee olemaan verkkovalmennuksia ostavat asiakkaat, mutta myös media, jota tullaan hyödyntämään paljon markkinoinnissa. Sosiaalisen median sovelluksista tullaan hyödyntämään muun muassa Instagramia, Youtubea, Tiktokia sekä podcastia.

Vastuullisuus tulee myös huomioida toiminnassa niin, että se on kannattavaa, kilpailukykyistä ja tehokasta. Vaikka yrityksellä ei ole fyysisiä tuotteita voi ympäristöä kohtaan toimia vastuullisesti vähentämällä datan käyttöä ja näin ollen sähkötuotannon päästöjä. Sosiaalinen vastuu verkkovalmennuksia tarjoavan yrityksen näkökulmasta ovat yrittäjän hyvinvoinnista ja osaamisesta huolehtiminen, koska

muita työntekijöitä yrityksellä ei ole sen alkuvaiheessa. Sen lisäksi sosiaaliseen vastuuseen kuuluu yleisesti asiallinen ja toisia kunnioittavat toimintatavat.

## **11.6 Markkinat ja kilpailijat**

Tulevan yrityksen kannalta markkinaselvitys ja kilpailija-analyysin tekeminen on hyvin tärkeitä prosesseja. Verkkovalmennuksia on tänä päivänä yhä enenevässä määrin ja kilpailu on kovaa, jotta saa omat tuotteet ja palvelut näkyville mahdollisille asiakkaille. Vaikka kysyntä kasvaa verkkovalmennusten osalta, kasvaa myös verkkovalmennusten määrä. Sen takia on erityisen tärkeää luoda jotain ainutlaatuista mikä erottaa tulevan yrityksen muista kilpailijoista. Elämäntaitovalmennus pitää sisällään paljon asiaa, mutta kun keskittyy vain tiettyyn osa-alueeseen ja karsitaan kaikki turha pois, on mahdollisten asiakkaiden helpompi löytää tuotteiden luokse.

## **11.7 Taloushallinto ja sopimukset**

Tulevan yrittäjän ajatuksena on lähteä liikkeelle toiminimellä ja yhdenkertaisella kirjanpidolla. Myöhemmässä vaiheessa kun yritys kasvaa ja tarve vaatii tai kun yritys muuttuu osakeyhtiöksi, siirrytään kahdenkertaiseen kirjanpitoon ja se ulkoistetaan, vaikka tulevalta yrittäjältä löytyisikin taito tehdä kahdenkertaista kirjanpitoa. Osakeyhtiön kirjanpidon tekeminen tulee viemään enemmän aikaa ja tuo aika käytetään mieluummin itse työn tekemiseen.

## **11.8 Laskelmat**

Tulevalle yritykselle tehdään rahoitus-, kannattavuus-, myynti- ja kassavirtalaskelmat Uusyrityskeskuksen taloussuunnitelmapohjaa hyödyntäen. Yritystoiminnan kannalta ei ole tarpeen hakea mitään muuta ulkoista rahoitusta kuin starttiraha. Verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen rahoituslaskelmassa ei ole juurikaan rahoitustarvetta, sillä yrityksellä ei tule olemaan erillisiä toimitiloja ja tarvittavat koneet ja kalusteet löytyvät yrittäjältä entuudestaan. Ainut rahoitustarve yrityksen alkuvaiheessa voi olla käyttöpääoman tarve, jota tarpeen vaatiessa tullaan rahoittamaan lainalla tai yrittäjän omalla pääomasijoituksella. Vaikka toiminimiyrityksessä palkkaa ei makseta yrittäjälle, on se siitä huolimatta otettu huomioon laskelmissa, jotta saadaan selville todelliset henkilöstökulut. Laskelmissa

on otettu myös huomioon YEL-maksu, muut henkilösivukulut, atk-laitteet ja ohjelmistot, tieto- ja raha-liikenteen kulut sekä yrityksen perustamisen rekisteröintimaksu. Myyntilaskelmissa on käyty jokaisen tuotteen kohdalta hinnat läpi per yksikkö ja myyntimäärä vuodessa. Taloussuunnitelmapohja täyttää osan tiedoista automattisesti aiemmin täytettyjen tietojen pohjalta kassavirtalaskelmaan. Muutamien korjausten ja lukujen lisäämisen jälkeen kassavirtalaskelmat kertovat kuukasitasolla vuoden 2024 tulot ja menot. Loppujen lopuksi laskelmat kertovat, että liiketoiminta on kannattavaa.

## 12 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tuloksena saatiin laadittua liiketoimintasuunnitelma verkossa toimivalle elämäntaitovalmennuksen yritykselle. Liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi tietoa yrittäjyydestä, liikeideasta ja yritysmuodoista, SWOT-analyysistä, tuotteista ja palveluista, asiakkaista ja markkinoinnista, markkinoista ja kilpailijoista, taloushallinnosta ja yritykseen liittyvistä sopimuksista sekä laskelmista. Laskelmissa käydään läpi niin rahoitus-, kannattavuus-, myynti- että kassavirtalaskelmat. Laskelmien ansiosta tiedetään yrityksen perustamiseen tarvittava rahamäärä ja että yritystoiminta on kannattavaa.

Tämä työ on jaettu kahteen osaan, jossa ensimmäisessä osassa käydään läpi teorian tasolla mitä kaikkea liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään. Toisessa osassa syvennyttään liiketoimintasuunnitelman laatimisen verkossa toimivan elämäntaitovalmennusyrityksen näkökulmasta. Ensimmäisen osan teoriaosuus auttoi hahmottamaan tulevaa yritystä ja ymmärtämään asioita, joita tulee ottaa huomioon yritystä perustettaessa. Teoriaosuus myös antoi vastauksia asioihin, jotka olivat vielä epäselviä tulevan yrityksen kannalta. Opinnäytetyön lähteinä käytettiin kirjallisuutta, artikkeleita ja verkkosivuja, jotka olivat ajantasaisia ja suurimmaksi osaksi lähiaikoina julkaistuja.

Liiketoimintasuunnitelma voi itsessään pitää sisällään paljon erilaista tietoa liittyen yritykseen ja toimialaan, sen takia tulevan yrityksen kannalta on tästä opinnäytetyöstä poistettu virallinen liiketoimintasuunnitelma sekä laskelmat salassa pidettävyyden vuoksi. Oleelliset asiat on esitetty tässä opinnäytetyössä ja aiheen kannalta epärelevantit asiat on jätetty pois.

## LÄHTEET

- Aavasmäki, J. 2023. *Toiminimi osakeyhtiöksi – miksi, milloin ja miten?* Saatavissa: <https://www.ac-countor.com/fi/finland/artikla/toiminimi-osakeyhtioksi>. Viitattu 31.10.2023.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. 19., uudistettu painos. Helsinki: Edita. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.79739?sid=3206313873>. Viitattu 18.10.2023.
- Hesso, J. 2015. *Hyvä liiketoimintasuunnitelma*. 2. uud. p. Helsinki: Kauppakamari. Saatavissa: [https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/hyva-liiketoimintasuunnitelma-2015#kohta:1\(\(20\)Johdanto\(:Kirjan\(\(20\)rakenne\(\(20](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/hyva-liiketoimintasuunnitelma-2015#kohta:1((20)Johdanto(:Kirjan((20)rakenne((20). Viitattu 14.10.2023.
- Hietala, H., Järvensivu, P., Kaivanto, K. & Kyläkallio, K. 2021. *Yrityksen asiakirja- ja sopimusopas*. [6., uudistettu painos]. Helsinki: Alma Talent Oy. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.79444?sid=3211360656>. Viitattu 19.10.2023.
- Holvi. 2023. *Mikä on SWOT-analyysi?* Saatavissa: <https://www.holvi.com/fi/holvipedia/yrityksen-voimavarat/swot-matriisi/>. Viitattu 17.10.2023.
- Järvinen, M. & Kari, M. 2020. *Yritä, erehdy, onnistu: Helppo opas yrittäjyyteen*. Helsingissä: Kustannusosakeyhtiö Otava. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.79583?sid=3157274172>. Viitattu 16.10.2023.
- Koivumäki, A. & Kortesoja, K. 2019. *Sata faktaa myynnistä*. Helsinki: Alma Talent. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.78148?sid=3203823564>. Viitattu 23.10.2023.
- Koski, T. 2017. *Pk-yrityksen strateginen talousjohtaminen*. 2. painos. [Helsinki]: Kauppakamari. Saatavissa: [https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/pk-yrityksen-strateginen-talousjohtaminen-2017#kohta:4\(\(20\)Kassavirtalaskelman\(\(20\)k\(\(e4\)ytt\(\(f6\)\(\(20\)osana\(\(20\)johtamista:\(4.1\(\(20\)Rahoituslaskelman\(\(20\)ja\(\(20\)kassavirtalaskelman\(\(20\)esitt\(\(e4\)minen](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/pk-yrityksen-strateginen-talousjohtaminen-2017#kohta:4((20)Kassavirtalaskelman((20)k((e4)ytt((f6)((20)osana((20)johtamista:(4.1((20)Rahoituslaskelman((20)ja((20)kassavirtalaskelman((20)esitt((e4)minen). Viitattu 19.10.2023.
- Mattila, P. 2019. *Digitaalisten tuotteiden ABC: minkä tuotteen tekisin seuraavaksi*. Saatavissa: <https://www.campwire.com/blogi/digitaalisten-tuotteiden-abc-minka-tuotteen-tekisin-seuraavaksi>. Viitattu 23.10.2023.
- Osaava yrittäjä. 2021. *Yrittäjäksi ryhtyminen. Millaista on olla yrittäjä?* Saatavilla: <https://www.osaa-vayrittaja.fi/yrityks%20A4jyys/yrityks%20A4j%20A4ksi-ryhtyminen>. Viitattu 16.10.2023.
- Paytrail. 2023. *Verkkokauppa Suomessa 2023*. Saatavissa: <https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2023?hsCtaTracking=f5b91749-4e49-4979-90a8-aed846189d55%7C6c95243a-95df-48b1-8084-61fa38576087>. Viitattu 23.10.2023.
- Pyykkö, M. 2011. *Minustako yrittäjä?* Helsinki: Talentum Media. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.70083?sid=3200887827>. Viitattu 16.10.2023.
- Räsänen, J. 2022. *Kirjanpitolaki lyhyesti – ainakin nämä asiat yrittäjän pitää tietää*. Procountor. Saatavissa: <https://procountor.fi/blogi/kirjanpitolaki/>. Viitattu 19.10.2023.

Suomi.fi. 2022. *Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-rahoitus-ja-tuet/rahoituksen-suunnittelu/opas/aloittavan-yrityksen-rahoitus/rahoitus-ja-kannattavuuslaskelmat>. Viitattu 24.10.2023.

Suomi.fi. 2021. *Liikeidea*. Saatavilla: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/liikeidea>. Viitattu 16.10.2023.

Suomi.fi. 2019a. *Kilpailija-analyysi*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/kilpailija-analyysi>. Viitattu 18.10.2023.

Suomi.fi. 2019b. *Markkinaselvitys*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/markkinaselvitys>. Viitattu 18.10.2023.

Taloushallintoliitto. 2023. *Mitä on kirjanpito ja miksi sitä pidetään?* Saatavissa: <https://taloushallinto.fi/tietopankki/kirjanpidon-abc/mita-on-kirjanpito-ja-miksi-sita-pidetaan/>. Viitattu 19.10.2023.

Tukes. 2023. *Tunnen tuotteeni*. Saatavissa: <https://tukes.fi/tunnentuotteeni>. Viitattu 17.10.2023.

Uusyrityskeskus. 2023a. *Perustamisopas alkavalle yrittäjälle*. Saatavissa: [https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2023/02/Uusyrityskeskus\\_Perustamisopas\\_alkavalle\\_yrittajalle\\_2023.pdf?liana\\_pv=e0db7107777275418b729e81e9810d1f](https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2023/02/Uusyrityskeskus_Perustamisopas_alkavalle_yrittajalle_2023.pdf?liana_pv=e0db7107777275418b729e81e9810d1f). Viitattu 12.10.2023.

Uusyrityskeskus. 2023b. *Liiketoimintasuunnitelma*. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>. Viitattu 14.10.2023.

Uusyrityskeskus. 2023c. *Yrittäjyysspel*. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/apua-yrittajyyteen/yritysjyyspeli/>. Viitattu 15.10.2023.

Vasek. 2022. *Yrityksen sopimukset kannattaa räätälöidä oman alan ja yritystoiminnan tarpeet huomioiden*. Saatavissa: <https://www.vasek.fi/vaasanseudun-kehitys-oy-vasek/viestinta/uutiset/yrityksen-sopimukset-kannattaa-raataloida-oman-alan-ja-yritystoiminnan-tarpeet-huomioiden>. Viitattu 19.10.2023.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. *Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta*. 6. uud. p. Helsinki: Edita. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.70243?sid=3242603598>. Viitattu 25.10.2023.

Visma. 2023. *Kassavirtalaskelma - Mikä on kassavirtalaskelma?* Saatavissa: <https://www.visma.fi/epasseli/kirjanpidon-sanakirja/k/kassavirtalaskelma/>. Viitattu 19.10.2023.

Vuorinen, T. 2013. *Strategiakirja: 20 työkalua*. Helsinki: Talentum. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.72971?sid=3203452035>. Viitattu 17.10.2023.

Suomen yrittäjät. 2023a. *Yrittäjätesti*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yritytajaksi-ryhtyminen/yritytajatesti/>. Viitattu 15.10.2023.

Suomen yrittäjät. 2023b. *Taloushallinto*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/verot-ja-talous/taloushallinto/>. Viitattu 19.10.2023.



Suomen yrittäjät. 2023c. *Rahoituslaskelma*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/rahoitus/rahoituslaskelma/>. Viitattu 19.10.2023.

Suomen yrittäjät. 2023d. *Kannattavuuslaskelma*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/rahoitus/kannattavuuslaskelma/>. Viitattu 19.10.2023.

Suomen yrittäjät. 2023e. *Liiketoimintasuunnitelma*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yrittajaksi-ryhtyminen/liiketoimintasuunnitelma/>. Viitattu 19.10.2023.

Suomen yrittäjät. 2021. *Pikaopas: näin käynnistät verkkomyynnin*. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/opaat/nain-kaynnistat-verkkomyynnin/> Viitattu 23.10.2023.

Yrityksen perustaminen. 2023. *Toiminimen kirjanpito itse*. Saatavissa: <https://yrityksen-perustaminen.net/toiminimen-kirjanpito-itse/>. Viitattu 19.10.2023.

Åkerberg, P. 2017. *Budjetointi 2020-luvulla*. 1. painos. Helsinki: Alma. Saatavissa: <https://centria.finna.fi/Record/colibri.74946?sid=3203452035>. Viitattu 17.10.2023.