



Yrittänyttä ei laiteta

Oman yrityksen perustaminen ja markkinointi

Vilma Niskala

Kulttuurialan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2013

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU, Kulttuuriala

Koulutusohjelma:	Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä:	Vilma Niskala
Opinnäytetyön nimi:	Yrittänyttä ei laiteta. Oman yrityksen perustaminen ja markkinointi
Sivuja (joista liitesivuja):	40 (0)
Päiväys:	
Opinnäytetyön ohjaaja:	Panu Pohjola
<p>Opinnäytetyöni aiheena on oman yrityksen perustaminen ja markkinointi. Tavoitteenani on selvittää mitä oman yrityksen perustaminen vaatii ja miten omaa tuotetta voi markkinoida.</p> <p>Teoriaosiossa käsittelemän yrityksen perustamiseen liittyvät perusasiat liikeideasta alkaen. Pyrin käsittelemään nämä käsitteet tiiviisti, mutta niin että lukija ymmärtää ne päällisin puolin. Lähdemateriaalina olen käyttänyt alan kirjallisuutta ja päivitettyä tietoa on haettu Internetistä. Taustamateriaalia on niin runsaasti ja ne täydentävät toisiaan, että katsoin parhaimmaksi referoida lähteiden tiedot tiiviiksi kappaleiksi.</p> <p>Kolmannessa kappaleessa teen kuvitteellisen alustavan liiketoimintasuunnitelman, jossa pohdin millaisen yrityksen perustaisin juuri nyt ja miksi. Suunnitelma perustuu teoriakappaleessa käytettyyn materiaaliin.</p> <p>Tavoitteenani on paitsi perehtyä oman yrityksen perustamiseen myös kirjoittaa oppimani pohjalta alustava mutta mahdollisimman realistinen liiketoimintasuunnitelma ja arvioida, että onko yrittäminen omalla kohdallani kannattavaa.</p>	
Asiasanat: yksityisyritys, yritysmuodot, yrittäjäyys, markkinointi	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Media studies

Degree programme:	Degree Programme in Media
Author:	Vilma Niskala
Thesis title:	Nothing Ventured, Nothing Gained. Establishing and marketing one's own business enterprise
Pages (of which appendixes):	40 (0)
Date:	
Thesis instructor:	Panu Pohjola
<p>My thesis topic is establishing and marketing one's own business. My aim is to find out that what is needed when establishing a business and how can I market my own product.</p> <p>In the theory chapter I deal with the essentials of establishing a company starting from the business idea. All terms are discussed in as a compact form as possible, however not jeopardizing the intelligibility of the concepts. As a source material I used business books and I also received updated information from the Internet. There was plenty of complementary material available, and this thesis includes summaries of these materials in compact chapters.</p> <p>The third chapter focuses on providing an imaginary draft business plan where I discuss the views of what kind of a company I would establish right now and the reasons for establishing such a company. The business plan is based on the material dealt with in the theory chapter.</p> <p>In addition to familiarizing myself with the process of establishing my own business, my priority is to write a draft business plan which is as realistic as possible. In addition, I also estimate if the option of entrepreneurship is a profitable option for me.</p>	
Case words: corporation, company forms, entrepreneurship, marketing	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1 JOHDANTO	5
2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN.....	6
2.1 MIKSI YRITTÄJÄKSI?	6
2.2 YRITYSIDEASTA LIIKETOIMINTASUUNNITELMAKSI	7
2.3 YRITYSMUODOT	8
2.3.1 SOSIAALITURVASTA	11
2.3.1.1 VAKUUTUKSET	12
2.4 NIMI YRITYKSELLE.....	13
2.4.1 YRITYKSEN REKISTERÖINTI.....	14
2.4.1.1 Y-TUNNUS	15
2.4.2 APUTOIMINIMET.....	15
2.4.3 TAVARAMERKKI	16
2.5 RAHA, RAHA.....	17
2.5.1 STARTTIRAHA.....	17
2.5.2 VEROTUS.....	18
2.5.2.1 ALV.....	19
2.5.3 KIRJANPITO	20
2.6 MARKKINOINTI	21
3 IHAN OMA YRITYS - MITEN MINÄ SEN TEKISIN	24
3.1 ALUSTAVA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	25
3.1.1 MARKKINOINTI.....	27
3.1.2 KUSTANNUKSET	29
3.1.3 RISKIEN KARTOITUS.....	32
3.2 OMAN LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN KRIITTINEN TARKASTELU ..	33
4 POHDINTA.....	38
LÄHTEET	40

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on oman yrityksen perustaminen. Opinnäytetyössäni tutkin miten tämä prosessi käytännössä etenee ja mitä kaikkea se vaatii. Aihe kiinnostaa, sillä olen jonkin aikaa harkinnut oman toiminimen perustamista. Pyrin käsittelemään opinnäytetyössäni erilaisia yritysmuotoja ja kartoittamaan siten onko toiminimenä työskenteleminen sittenkään paras vaihtoehto vai löytyykö sopivampi yritysmuoto esimerkiksi osuuskuntatoiminnasta.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa erittelen mikä on yritys, mitä yritysmuotoja on olemassa ja miten ne eroavat toisistaan. Käsitelen opinnäytetyössä yritystoiminnan peruskäsitteet. Opinnäytetyöni on tarkoitus olla tiivistelmä oman yrityksen perustajalle, joten käsitelen asiat vain pintapuolisesti. Käytössäni on useita lähteitä, joista pyrin tekemään referaatteja. Mielestäni yksittäiset lähdemateriaalit suhtautuvat yrittäjyyteen liian puolueellisesti ja positiivisesti, jolloin useiden lähteiden tiedonjyväsiä yhdistämällä voin käsitellä tietoa neutraalisti ja myös kriittisesti. Lähteinäni käytän muun muassa ELY-keskusta sekä luotettavia lähdekirjoja, joista tärkeimpänä mainitsen Oma yritykseni – kirjan, jota käytetään opetusmateriaalina yrittäjäkoulutuksissa. Alan kirjallisuus kuitenkin vanhenee nopeaan tahtiin, joten käytän tukena myös esimerkiksi Verohallituksen ja Yritys-Suomen nettisivuja, jotta opinnäytetyöni on vuonna 2013 ajan tasalla.

Olen leikitellyt ajatuksella perustaa oma yritys opintojen jälkeen, mutta perustamisen kohtalo selviää oikeastaan vasta valmistumisen jälkeen, kun näkee mitä tulevaisuus tuo tullessaan. Hyödynnän tutkimaani aineistoa tekemällä teoriaosuudessa hypoteettisen liiketoimintasuunnitelman itselleni. Leikittelen siis ajatuksella, että perustan yrityksen juuri nyt tällä tietotaustalla, jonka olen opinnäytetyötä tehdessä saanut. Tämä tarkoittaa, että pohdin ja perustelen mikä olisi esimerkiksi minulle sopivin yritysmuoto ja arvioimalla kannattaako omalla kohdallani yrittäminen sittenkään. En kuitenkaan tee teoriaosuuteen alueellisia laskelmia, sillä en näe sitä ajankohtaisena tai tarpeellisena tässä vaiheessa jo senkin takia, että asuin- ja opiskelupaikkani ovat eri maakunnissa. Opinnäytetyötä varten valmistuva alustava liiketoimintasuunnitelma on kuitenkin oiva työkalu, kun koulun jälkeen alan jälleen miettiä ja jossitella tulevaisuuttani. Tai leikkikalua, josta voi ottaa ainakin opikseen.

2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Yrityksen voi perustaa itse, ostaa jo olemassa olevan yrityksen tai perustaa liikkeen valmiilla liiketoimintamallilla eli franchising-sopimuksella.

Yritystä perustaessa tulee tarkkaan arvioida esimerkiksi taloudelliset riskit, kestäkö pää ja hermot tulevaa vastuuta sekä mahdollisesti pitkiä päiviä ja onko kykeneväinen taloudellisesti kannattavaan itsenäiseen päätöksentekoon ja järjestelmällisyyteen. Lisäksi yrittäjän sosiaaliturvaetuudet tai niiden puuttuminen tulee tarkistaa ennen yrittäjäksi alkamista, ettei mahdollisen työttömyyden, konkurssin tai muun katastrofin uhatessa jää tyhjän päälle.

Yrityksen perustaminen kaikessa yksinkertaisuudessaan on vain lakipykälää, paperia ja eri suuntiin liikkuvaa rahaa. Yrityksen menestyksekkääseen toimintaan kuitenkin tarvitaan toimivan liikeidean ja tehokkaan markkinoinnin lisäksi myös ripaus onnea ja tervettä maalaisjärkeä.

2.1 Miksi yrittäjäksi?

Yrittäminen koetaan elinikäiseksi urakaksi ja 1990-luvun lama on myös vaikuttanut ihmisten mielikuviin yrittämisestä ja yrittäjistä. Nykyisin lakisäädäntö on kuitenkin muuttunut niin, että yrittäminen on mahdollista toteuttaa aikaisempaa helpommin. Halutessaan oman yrityksen voi perustaa lyhyemmäksi aikaa, ikään kuin kokeiluna. On mahdollista kokeilla myös sivutoimista yrittäjyyttä esimerkiksi koulun ohella, mutta myöhemmin siirryttäessä kokoaikaiseksi yrittäjäksi todennäköisesti jää ilman starttirahoja. Yrittäjäksi voi ryhtyä myös tiiminä erilaisten yhtiömuotojen ansiosta, jolloin vastuu ei ole vain itsellä. Yrittäjäksi voi ryhtyä kuka tahansa Suomen kansalainen, lukuun ottamatta holhouksen alaisena tai konkurssissa olevia henkilöitä.

Ihmisiä ajaa yrittäjiksi esimerkiksi halu tarjota jotain tiettyjä tuotteita palveluita tai tuotteita, tyytymättömyys omaan palkkatyöhön, oman asuinkunnan palvelutarjonta tai oma koulutustausta. Yrittäjäksi aikovalla on hyvä olla monipuolista osaamista omalta alaltaan, esimerkiksi vahva alan harrastuspohja on yrittäjälle hyvä pohja yritystoimintaan.

Ei ole olemassa varsinaista kaikille yrittäjille yhtenäistä ”yrittäjän ominaisuutta”, vaan yrittäjältä vaaditaan erilaisia kykyjä ja piirteitä, sen mukaan minkä yritysalan töissä hän työskentelee. Tunnusomaisia piirteitä yrittäjille kuitenkin ovat muun muassa, yritteliäisyys, energisyys, sosiaalisuus ja kyky arvioida tulevaa kehitystä. Lisäksi yrittäjältä vaaditaan kykyä hoitaa talousasioita, sillä suurin osa konkursseista on vältettävissä tunnollisella kirjanpidolla ja realistisella ajattelulla.

(Yritys-Suomi 2013, hakupäivä 14.8.2013; Konsultia 2010, 8; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 9-17.)

2.2 Yritysideasta liiketoimintasuunnitelmaksi

Yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle luonnollisesti yritysideasta. Tämä tarkoittaa, sitä että tuleva yrittäjä keksii tuotteen tai palvelun, jota hän tahtoo myydä. Liikeidea voi perustua esimerkiksi uuteen tuotteeseen, tuotteen valmistustapaan tai palveluiden kehittämiseen. Idean myötä tuleva yrittäjä alkaa tehdä liiketoimintasuunnitelmaa, joka on siis kuvaus liiketoiminnasta. Ennen liikesuunnitelman kirjoittamista on tärkeää selvittää itselleen liikeidean ja toiminta-ajatuksen erot. Liikeidea kertoo, että mikä on yrityksen toimiala, kun taas toiminta-ajatus kertoo että mitä, miten ja kenelle myydään. Liiketoimintasuunnitelmasta ilmenee muun muassa yrittäjän oma osaaminen, yrityksen tarjoamat tuotteet tai palvelut, millaiset markkinat tai kysyntä tarjotuilla tuotteilla on ja laskelmat investointikuluista, tulevista kuluista ja kannattavuuslaskelma. Liiketoimintasuunnitelma voidaankin pitää yrityksen käsikirjana. Liiketoiminnan rahoittajat vaativat aina liiketoimintasuunnitelman, jotta he voivat arvioida rahoitusta hakevan yrityksen liiketoimintaedellytyksiä.

Yrityksen perustamista suunnitellessa tulee myös tarkistaa, että mille tahoille yrityksen perustamisesta tulee ilmoittaa. Näitä ovat esimerkiksi Patentti- ja rekisterihallitus sekä verohallinto. Erityisen tärkeää on tarkistaa, että onko suunniteltu palvelutarjonta luvanvaraista. Luvanvaraisesti toimivia yrityksiä ovat muun muassa matkatoimistot, apteekit, perintätoimistot, alkoholin myyjät ja maahantuojat, vartiointiyritykset sekä kiinteistövälitysfirmit.

Idea pyöritellessä tulee myös suunnitella jo valmiiksi markkinointia, toiminimeä, liiketoimintasopimuksia ja liiketiloja. Näiden pohjalta on helppo lähteä kirjoittamaan kunnon liiketoimintasuunnitelmaa ja sen avulla lähestyä mahdollisia rahoittajia.

(Yritys-Suomi 2013, hakupäivä 14.8.2013; Konsultia 2010, 9; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 62; Rikkinen 1996, 14-21.)

2.3 Yritysmuodot

Suomessa on mahdollisuus valita oma yritysmuotonsa eri vaihtoehdoista. Yritykset jaetaan yhtiömuodon mukaisesti kahteen ryhmään eli henkilö- ja pääomayrityksiin. Henkilöyrityksiä ovat toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. Pääomayrityksiä ovat osakeyhtiö ja osuuskunta. Tiivistettynä ero henkilö- ja pääomayritysten erolla on selkeä: Henkilöyhtiöstä ja sen riskeistä on vastuussa ihminen, pääomayrityksessä yritys vastaa itsestään.

Yksityinen elinkeinoharjoittaja ei ole yhtiö, vaan hän toimii omissa nimissään. Tällaisena voi pitää esimerkiksi freelancerin työtä tai satunnaista asiantuntijana toimimista. Yksityisen elinkeinoharjoittajan ei tarvitse rekisteröidä yritystään, sillä hän työskentelee omalla henkilökohtaisella verokortillaan. Elinkeinoharjoittaja on, jos ei työskentele kiinteässä toimipisteessä, hänellä ei ole palkattua henkilökuntaa eikä hän harjoita luvanvaraista elinkeinoa. Yksityisellä elinkeinoharjoittajalla ei ole kuitenkaan suojaa yrityksensä nimelle eikä hänellä ole mahdollista saada luottoa yritysikiinnitystä vastaan.

Toiminimellä toimiva yrittäjä toimii yksin ja hän tekee kaikki yrityksen toimintaan liittyvät päätökset yksin. Häntä kutsutaan tapausmukaisesti joko ammatin- tai liikkeenharjoittajaksi. Jos yrittäjällä ei ole kiinteää toimipistettä tai liiketilaa hän on ammatinharjoittaja. Liikkeenharjoittajalla on toimitilat. Toiminimellä toimivaa yrittäjä vastaa riskeistä henkilökohtaisella omaisuudellaan. Ammatinharjoittajalle riittää yksinkertainen verotus, kun taas liikkeenharjoittajalla on kaksinkertainen verotus. Yksinkertainen verotus tarkoittaa sitä, että yrittäjä maksaa veroja vain tuloistaan. Kaksinkertainen verotus tarkoittaa sitä, että yrittäjää verotetaan hänen pääoma- ja ansiotuloistaan erikseen. Yrittäjä ei saa palkkaa, vaan varat omaan käyttöön siirretään yrityksen tililtä yrittäjän omalle tilille yksityisnostoina.

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö. Osakeyhtiön rekisteröidäkseen yhtiön on tehtävä perustusasiakirjat. Osakeyhtiö voi olla yksityinen tai julkinen. Julkisen osakeyhtiön osakkeilla saa tehdä julkista kauppaa. Yksityinen osakeyhtiö ei voi listautua pörssiin ennen kuin on rekisteröitynyt julkiseksi osakeyhtiöksi. Yksityisen osakeyhtiön osakepääoma 2500 euroa, julkisella 80.000 euroa. Osakeyhtiössä päätökset tekevät yhtiökokous, hallitus ja toimitusjohtaja. Osakeyhtiötä ei voi lakkauttaa vapaamuotoisesti, vaan se on hoidettava selvitystilan, konkurssin, sulautumisen tai jakautumisen kautta. Selvityksessä tutkitaan yhtiön varallisuus ja jollei se riitä velkojen maksuun, asetetaan yhtiö konkurssiin. Osakeyhtiön jäsenet vastaavat mahdollisesta konkurssista vain yhtiöön sijoitetulla pääomallaan. Kuitenkin yhtiön jäsenet voivat joutua henkilökohtaiseen vastuuseen, jos ovat olleet takaamassa yrityksen lainoja tai keränneet velkaa yhtiölle. Myös osakeyhtiön hallitus ja johto voivat joissain tapauksissa joutua henkilökohtaiseen vastuuseen, jos konkurssi aiheuttaa osakkeenomistajille tai velkojille vahinkoa. Osakeyhtiön jäsenet voivat saada palkkaa työpanoksensa mukaisesti sekä osinkotuloja yrityksen tuotosta.

Osuuskuntatoiminnassa on luokiteltu laajasti eri alojen osuuskuntia, mutta tässä opinäytetyössä käsittelen vain työosuuskuntaa. Työosuuskunnan perustamiseen tarvitaan vähintään kolme ihmistä. Oikeusministeriö on tosin tehnyt lakialoitteen, jonka ehdotuksen mukaan osuuskunnan perustamiseen riittäisi vain yksi ihminen, mutta laki tulisi voimaan aikaisintaan alkuvuonna 2014 (Oikeusministeriö 2013, Osuuskuntalaki). Jos osakkaita on yli seitsemän, kohdellaan heitä yksityishenkilöinä, muussa tapauksessa yrittäjinä. Osuuskunnalla ei ole olemassa vähimmäisosuuspääomaa, mutta osakkailta vaaditaan henkilökohtainen osuusmaksu jonka summa määritellään yhtiön perustamis-papereissa. Osuuskunnassa kaikki osakkaat ovat vastuussa vain osuusmaksunsa verran. Osuuskuntaa edustaa hallitus ja jokapäiväistä hallintoa voi johtaa toimitusjohtaja, kuitenkin jokaisella osakkaalla on kokouksissa käytettävissä yksi ääni. Työosuuskunnan tarkoituksena ei ole tuottaa suurta voittoa vaan työllistää osakkaansa. Mahdollinen voitto jaetaan osakkaiden kesken perustamisasiakirjoissa määritellyllä tavalla. Lisäksi tulosta voidaan jakaa lisäpalkkoina tilikauden aikana työtä tehneille osakkaille.

Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi henkilöä, jotka ovat yhtiöstä vastuussa. Avoin yhtiö ei tarvitse aloittamiseen alkupääomaa, mutta yhtiön vastuuhenkilö-

löt ovat koko henkilökohtaisella omaisuudellaan vastuussa yhtiöstä. Yhtiön päätökset tekevät yrityksen vastuuhenkilöt joko yksin tai yhdessä. Avoimen yhtiön vastuuhenkilöt sopivat keskenään voiton ja tappion jakautumisesta, käytännössä siis he voivat nostaa itselleen kohtuullista palkkaa yksityisnostoina. Yhtiön tulos jaetaan yhtiömiesten kesken, jonka jälkeen jokaista yhtiömiestä verotetaan erikseen kuten yksityistä elinkeinoharjoittajaa, osa tuloista siis verotetaan pääomatuloina ja osa ansiotuloina.

Kommandiittiyhtiötä perustaessa tarvitaan vähintään yksi vastuunalainen ja yksi äänetön yhtiömies. Kommandiittiyhtiöllä ei ole virallista vähimmäisalkupääomamäärää, mutta äänettömältä yhtiömieheltä vaaditaan rahallinen panos. Kommandiittiyhtiöstä vastuussa olevilta henkilöiltä riittää taas pelkkä työpanos. Päätökset tekevät yhtiöstä vastuussa olevat henkilöt, jotka myös vastaavat yrityksestä henkilökohtaisesti koko omaisuudellaan. Äänetön yhtiömies vastaa riskeistä vain yhtiöön panostamallaan rahasummalla. Kuten avoimessa yhtiömuodossa, myös kommandiittiyhtiössä voiton ja tappion jakautuminen päätetään yhtiön vastuuhenkilöiden kesken. Vastuuhenkilöt voivat siis nostaa itselleen kohtuullista palkkaa yhtiön tililtä yksityisnostoina. Äänetön yhtiömies voi saada rahaa vain yhtiön voitto-osuudesta. Yhtiön tulos jaetaan vastuussa olevien yhtiömiesten kesken, jonka jälkeen heitä verotetaan samalla tavalla kuin yksityistä elinkeinoharjoittajaa.

Franchising-yritys on kahden eri yrityksen välinen sopimus pitkäikäisestä yhteistyöstä. Franchising-yrityksen perustaja on yleensä itsenäinen yrittäjä, jolle franchising-ketjun omistajayritys luovuttaa oikeuden käyttää ketjun liikeideaa. Tällaisia franchising-ketjuja ovat muun muassa Kotipizza ja H&M. Valmiin konseptin perustaminen ja markkinointi on huomattavasti helpompaa. Valmiista konseptista huolimatta yrittäjän on tehtävä huolellinen liiketoimintasuunnitelma ja huomioitava, että hän on suuresta taustaketjusta huolimatta samassa asemassa kuin muutkin yksityisyrittäjät.

(Patentti- ja rekisterihallitus 2013, hakupäivä 29.8.2013; Yritys-Suomi 2013, hakupäivä 29.8.2013; Verohallinto 2013, hakupäivä 29.8.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 40-62.)

2.3.1 Sosiaaliturvasta

Yrittäjyys on aina riskialtista. Suurimpana vaarana on se, että yrittäjälle ei riitäkään työtä. Tämän takia tuleekin ottaa huomioon, että minkälaista sosiaaliturvaa on tarjolla yrittäjälle. Yrittäjäksi määritellään 18-67-vuotias henkilö, joka on liikkeen- tai ammatinharjoittaja, avoimen yhtiön yhtiömies, kommandiittiyhtiön vastuunalainen yhtiömies tai osakeyhtiön johtavassa asemassa oleva henkilö, joka omistaa yksin 30 prosenttia tai perheenjäsenten kanssa 50 prosenttia yrityksen osakkeista tai osakkeiden tuottamasta äänimäärästä. Osuuskunnassa henkilö luokitellaan yrittäjäksi, jos hänellä on yli 15 prosentin osuus yrityksen osakkeista, muutoin hän on yksityishenkilö.

Yrittäjän on lain mukaan hankittava itselleen yrittäjän eläkevakuutus. Eläkevakuutuksen lisäksi yrittäjä voi liittyä yrittäjäkassaan ja siten taata itselleen työttömyyden varalle päivärahaa. Ansiosidonnainen päiväraha määräytyy sen mukaisesti millainen yrittäjä-eläkevakuutus yrittäjällä on. Saadaksesen yrittäjäkassasta työttömyyspäivärahaa on yrittäjän kuitenkin oltava täysin työtön ja täytettävä yrittäjäkassan työssäoloehto, eli hänen on tullut olla työttömyyskassan maksava jäsen vähintään 18 kuukautta. Yrittäjän tulisi-kin liittyä työttömyyskassaan kuukauden sisällä toimintansa aloittamisesta, jolloin hän voi saada työssäoloehtoon parhaimmillaan kuuden kuukauden edun. Näin toimimalla pakollinen työssäoloehto saattaa täytyä jo 12 kuukaudessa. Sairaus- ja äitiyslomalla työssäoloaikaa ei kerry. Työttömyyskassaan ei voi liittyä jos tulot ovat alle 8520 euroa vuodessa tai työssäoloehto ei täyty. Jos yritystoiminta on loppunut ennen 18 kuukauden määräaika, voi yrittäjä saada Kelan päivärahaa.

Yrittäjä voidaan luokitella työttömäksi, kun hän on joko myynyt yrityksen, lopettanut sen toiminnan tai yrityksen toiminta on todistetusti ollut keskeytyneenä vähintään neljän kuukauden ajan. Jos yrittäjä on myynyt yrityksen, mahdollinen myyntivoitto määrittee, että milloin päivärahaa voi saada.

Sairauspäivärahaa yrittäjät voivat saada Kelan kautta, heillä on siihen sama oikeus kuin muillakin henkilöillä. Sairaspäivärahaa maksetaan omavastuupäivien jälkeen maksimissaan 300 päivältä. Jos yrittäjän sairaus aiheuttaa kuitenkin vielä 30 työskentelypäivän jälkeen työkyvyttömyyttä, voi Kela maksaa sairaspäivärahaa 50 lisäpäivältä. Yrittäjän

omavastuu-aika sairaustuessa on neljä päivää, joista yksi lasketaan sairastumispäiväksi, näiltä neljältä päivältä ei voi saada sairaspäivärahaa.

Yrittäjällä on mahdollisuus saada osasairauspäivärahaa, jos hän kykenee tekemään työtään osa-aikaisesti. Osasairauspäivärahaa voidaan myöntää heti omavastuuajan jälkeen tai sairauspäivärahan jatkoksi ja sitä maksetaan 12-72 arkipäivää. Osasairauspäivärahaa saadakseen yrittäjän työkyvyn tulee olla alentunut 40-60 prosenttia. Jos yrittäjä osasairauspäivärahan saantiaikana kuitenkin sairastuu niin, että sairaus kestää vähintään kymmenen päivää, siirtyy hän takaisin sairauspäivärahaan. Sairauspäivärahan suuruus määräytyy yrittäjän eläkevakuutuksen mukaan. Myös vanhempainpäivärahat määräytyvät eläkevakuutuksen ja sairausvakuutuksen mukaisesti.

(Yritys-Suomi 2013, hakupäivä 8.9.2013; Kela 2013, hakupäivä 8.9.2013; Yrittäjät.fi 2013, hakupäivä 8.9.2013.)

2.3.1.1 Vakuutukset

Yrittäjän on lain mukaan otettava yrittäjätoimintansa ajalle yrittäjän eläkelain (YEL) mukainen vakuutus. Yrittäjäeläkevakuutus on hankittava eläkevakuutusyhtiöltä puolen vuoden sisällä yritystoiminnan alkaessa, jos yrittäjä täyttää yrittäjän kriteerit ja yrittäjätoiminta on jatkunut yhtäjaksoisesti vähintään neljä kuukautta. Yrittäjäeläkevakuutus tulee hankkia, jos yrittäjän vuositulot ovat vähintään 7303,99 euroa vuodessa. Eläkevakuutus tarjoaa yrittäjälle paitsi vanhuuseläkkeen myös mahdollisuuden saada ammatillista kuntoutusta, jos yrittäjän työkyky heikkenee sekä turvan työkyvyttömyyden varalle. Vakuutus mahdollistaa yrittäjälle mahdollisuuden jäädä myös osa-aikaeläkkeelle. Yrittäjän tulot määrittelevät, että millainen eläkevakuutus hänen tulee ottaa, halutessaan yrittäjä voi korottaa eläkettään hankkimalla suuremman eläkevakuutuksen. Pienimmilläänkin yrittäjäeläkemaksut maksavat noin sata euroa kuukaudessa.

Yrityksen toimialasta riippuu, että onko yrityksen otettava myös muita lakisääteisiä vakuutuksia. Muita mahdollisia pakollisia vakuutuksia ovat liikenne-, potilas- ja ympäristövakuutukset. Lisäksi yrittäjän on lain mukaisesti vakuutettava mahdolliset työntekijänsä työntekijän eläkelain (TYEL) ja tapaturmavakuutuslain mukaisesti.

Yrittäjä voi ottaa myös vapaaehtoisia vakuutuksia, joilla voi turvata joko yksityis- tai työelämässään tapahtuvat käänteet. Yrittäjä voi ottaa itselleen yrittäjän tapaturmavakuutuksen, joka kattaa työ- ja vapaa-aikana tapahtuvat tapaturmat ja ammattitaudit. Yrittäjän kannattaa ehdottomasti ottaa itselleen myös omaisuusvakuutus, jolla voi turvata työkalut ja liiketilat esimerkiksi varkauksilta. Yrittäjille on tarjolla myös oikeusturva- ja vastuuvakuutukset sekä ehkä tärkeimpänä keskeytysvakuutukset, joilla voi kattaa liiketoiminnan keskeytymisestä johtuvia kuluja.

(Yritys-Suomi 2013, hakupäivä 8.9.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 62; Rikkinen 1996.)

2.4 Nimi yritykselle

Yrityksen on rekisteröitävä yrityksensä nimi kaupparekisteriin, poikkeuksen tässä muodostavat elinkeinoharjoittajat joiden ei tarvitse rekisteröidä nimeään. Nimen rekisteröiminen antaa yrittäjälle yksinoikeuden käyttää nimeä maanlaajuisesti. Nimeä olisi suositeltavaa jatkossa käyttää samassa muodossa, jolla se on rekisteriin merkitty jotta asiakkaat ja yhteistyökumppanit löytävät yrityksen helpommin. Tämä myös auttaa välttämään oikeuksien loukkaamista jo olemassa oleviin toiminimiin tai tavaramerkkeihin. Mitä persoonallisempi rekisteröity nimi on, sitä voimakkaamman suojan se saa. Yrityksen nimi rekisteröidään Patentti- ja rekisterihallituksen kautta.

Nimeämisessä tulee muistaa, että jo olemassa olevien yritysten nimioikeuksia ei saa loukata ja nimessä ei saa käyttää yleisiä rekisteröityjä lyhenteitä (esimerkiksi SOS) ja nimen kirjoitusasussa tulisi mieluiten noudattaa suomen kielen oikeinkirjoitussääntöjä.

Yrityksen nimeämiseen kannattaa käyttää aikaa, sillä persoonallinen nimi jää helpommin asiakkaalle mieleen. Yritystä nimitessä kannattaa harkita, että liittäkö nimeen alueen nimen jossa aikoo toimia, mitä palveluja yritys tarjoaa ja aikooko yritys toimia kansainvälisesti. Yleisenä ohjeena on, että pitkät ja hankalat nimet tulisi suosiolla unohtaa. Kuitenkin tämäkin on harkinnanvaraista, sillä tällaiset poikkeuksellisen erikoiset nimet jäävät asiakkaan mieleen, vaikka hän ei sitä osaisikaan kirjoittaa tai lausua. Tästä paras esimerkki on Sallassa toiminut Äteritsiputeritsipuolilautatsi-baari. Baari sai nimensä, kun baarin perustaja koetti rekisteröidä baarilleen nimeä mutta kaikki hänen pohtimansa

nimet olivat käytössä. Lopulta hän päätti laittaa baarin nimeksi juuri tuon sanahirviön, jonka ansiosta baari tulikin tunnetuksi ympäri Suomea.

Useimmiten pienet yritykset liittävät yrityksensä nimeen oman sukunimensä. Tämä kuitenkin edellyttää, että jos yrityksen nimi on T:mi Mäkelä, niin yrityksessä myös työskentelee henkilö jonka sukunimi on Mäkelä. Etunimiä yrityksen nimissä saa kuitenkin käyttää aivan vapaasti, eli vaikka yrityksen nimi olisi Kallen Kuvaamo, ei yrityksessä tarvitse työskennellä Kallea. Kuitenkin nämä tavallisilla nimillä toimivat yritykset menevät helposti ohi korvien, joten yrityksen nimeämisessä persoonallisuus on valttia. (Patentti- ja rekisterihallitus 2013, hakupäivä 13.8.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 82.)

2.4.1 Yrityksen rekisteröinti

Valitusta yritysmuodosta riippuu, että millaiset perustamisasiakirjat se tarvitsee tullakseen virallisesti perustetuksi. Perustamispapereista käy ilmi esimerkiksi yhtiön nimi, perustamiskokouksen päivä, mahdollinen osakkaiden sovittu alkupääoma, säännöt ja niin edelleen. Ainoastaan toiminimeä perustaessa ei tarvitse tehdä erillisiä perustamiskirjoja.

Yrityksen toimialasta riippuu, että tarvitseeko yrittäjä erillislupia perustaessaan yrityksen. Tällaisia erillislupien alla toimivia liikkeitä ovat muun muassa autokoulut ja sairaankuljetusyksiköt. Jos yrittäjä harjoittaa luvanvaraista toimintaa, on siitä tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Yksityinen elinkeinoharjoittaja on velvollinen tekemään ilmoituksen niissä tapauksissa, jos hän toimii erillisessä liiketilassa tai käyttää ulkopuolista henkilökuntaa.

Ennen kuin yritys voi harjoittaa liiketoimintaa, on yrittäjän tehtävä yrityksen ilmoitus kaupparekisteriin. Näin yritys saa Y-tunnuksen, josta tunnistetaan toimivaksi yritykseksi. Yrityksen perustamisesta menee tieto Patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisteriosioon, ELY-keskuksille, maistraatteihin ja rekisteritoimistoihin.

Ennen liiketoiminnan aloittamista on yrittäjän myös toimitettava alueensa verottajalle arvonnäveroilmoitus ja ennakkoperintärekisteri. Yrittäjän tulee tutustua oman yhtiömuotonsa verotukseen ja sen perusteisiin hyvissä ajoin.

(Konsultia 2010, 38; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 67-76.)

2.4.1.1 Y-tunnus

Y-tunnus eli Yritys- ja yhteisötunnus on yrityksen tai yhteisön yksilöimiseen käytetty viranomaisten myöntämä tunnus. Y-tunnus on vuodesta 2001 korvannut ennen käytössä olleet kaupparekisterinumeron, säätiörekisterinumeron ja LY-tunnuksen. Y-tunnuksia hallinnoidaan Patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) ja verohallinnon yhteisesti ylläpitämässä Yritys- ja yhteisötietojärjestelmässä, YTJ:ssä. Y-tunnuksessa on seitsemän numeroa, väliviiva ja tarkistusmerkki eli se on muotoa 1234567-8.

Uusi yritys saa Y-tunnuksen heti, kun yrityksen jättämä perustamisilmoitus kirjataan yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Y-tunnuksen saaminen on merkki siitä, että yritys on rekisteröity arvonnäverollisten rekisteriin ja on näin toimintakelpoinen. Kuitenkaan pelkästä Y-tunnuksesta ei voi päätellä, että onko yritystä rekisteröity, vaan tieto pitää aina erikseen tarkistaa rekisteriviranomaisilta.

(Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2013, hakupäivä 24.7.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 85.)

2.4.2 Aputoiminimet

Kaupparekisteriin merkitty elinkeinoharjoittaja voi harjoittaa yritystoimintaa myös aputoiminimen tai -nimien kautta. Jos yritykseen palveluihin kuuluu useampia eri osa-alueita, voidaan nämä eritellä omien aputoiminimien avulla. Esimerkiksi, jos tuotantoyhtiö tarjoaisi myös käännös- ja tulkkauspalveluita, voisi tuotantoyhtiö toimia nimellä Tuotanto-Araska Oy ja tarjota aputoiminimellä Tulkki-Araska käännöspalveluita. Jos yritys on esimerkiksi valokuvaamoketju, aputoiminimien avulla voidaan vaikkapa paikallistaa yritykset. Esimerkiksi, jos Kuvaamo Oy lähtisi laajentamaan toimintaansa eri kaupunkeihin, voisivat uudet aputoiminimet olla Kemin Kuvaamo, Perähikiän Kuva-

mo, Lappeenrannan kuvaamo ja niin edelleen. Aputoiminimissä ei saa olla yhtiömuodon tunnusta.

(Patentti- ja rekisterihallitus 2013, hakupäivä 4.8.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 82.)

2.4.3 Tavaramerkki

Kirjallisissa lähteissä ei puhuta tavaramerkkiasioista, joka kuitenkin mielestäni on oleellinen asia kun lähdetään perustamaan yritystä. Tavara- tai tuotemerkki eli logo toimii yrityksen tunnisteena yrityksen valmistamissa tuotteissa, palveluissa ja papereissa. Jokaisella rekisteröidyllä yrityksellä on toiminimioikeus eli oikeus käyttää omaa nimeään papereissaan, mutta saadakseen yksinoikeuden tavaramerkkiinsä on se rekisteröitävä erikseen. Tällöin yrityksellä on yksinoikeus käyttää merkkiä Suomessa tarjoamiensa palveluiden tunnisteena ja kieltää muita tahoja käyttämästä kyseistä merkkiä omissa palveluissaan.

Tavaramerkit rekisteröidään omiin luokkiinsa. Suomessa on 45 tavaramerkkiluokkaa, joista esimerkiksi luokkaan 25 kuuluvat vaatteet ja luokkaan 30 elintarvikkeet. Yhden tavaramerkin voi luokitella kaikkiaan kolmeen eri luokkaan.

Tavaramerkkiä suunnitellessa tärkeää on merkin yksilöllisyys, jolloin sen voi tunnistaa muiden yritysten tarjoamista tuotteista. Tavaramerkin rekisteröintihakemus voidaan hylätä, jos se on liian lähellä jonkun muun palvelun tuottajan rekisteröityä tavaramerkkiä. Tavaramerkki voi olla esimerkiksi graafisesti esitettävä kuvio (IKEA, Olvi) tai äänimerkki (Jäätelöauto). Tavaramerkki ei saa olla tuotetta kuvaileva, eli jos rekisteröitäisiin ämpäri, jonka tavaramerkki on ”Ämpäri” rajoittaisi se muiden ämpärikauppioiden markkinointimahdollisuuksia. On olemassa myös kuvioita ja sanoja, joita ei voida rekisteröidä tavaramerkiksi juuri niiden tavallisuuden takia. Lisäksi tavaramerkin rekisteröintiin on olemassa muitakin kriteereitä, esimerkiksi tavaramerkin nimeksi ei voi antaa rekisteröityä kasvilajin lajinimeä. Tavaramerkki tulee suunnitella huolellisesti, koska merkkiä ei voida vaihtaa muutoin kuin uudella hakemuksella.

(Patentti- ja rekisterihallitus 2013, hakupäivä 13.8.2013.)

2.5 Raha, raha..

Yrityksen toiminta perustuu rahalle, sen hankinnalle ja liikuttamiselle. Alussa pakollisia kuluja ovat muun muassa mahdolliset osakkuusmaksut, rekisteröimismaksut, vakuutukset ja liiketiloihin liittyvät kustannukset. Jatkossa rahaa menee veroihin, vakuutuksiin, yrityskassan jäsenmaksuihin, kalustoon, tiloihin, pankin kuukausimaksuihin, palkkoihin, taas veroihin..

2.5.1 Starttiraha

Aloitteleville tai toimintaansa laajentaville yrittäjille on tarjolla erilaisia tukirahoituksia, jotka vaihtelevat yrittäjän sukupuolen, maakunnan, vuodenajan ja yrityksen toimialan mukaan. Pääasialliset tukimuodot ovat kuitenkin starttiraha, investointituki, työllistämistuki ja kehittämisavustus.

Aloittava yrittäjä voi saada starttirahaa. Tämän ehtoina on, että yrittäjäksi alkava henkilö toimii yrittäjänä kokopäiväisesti ja hänellä ei ole muita tuloja. Starttiraha voidaan jättää myöntämättä, jos palkkatyöstä siirrytään saman alan yrittäjäksi tai yritys arvioidaan niin kannattavaksi, että se elättää yrittäjän heti. Yritys ei saa aloittaa toimintaansa ennen starttirahan myöntämispäätöstä ja toiminnan on alettava viimeistään kolmen kuukauden kuluessa päätöksen tekemisestä. Esimerkiksi jos yritystoiminnan on aloittanut osa-aikaisena opiskelujen ohessa ja valmistuttuaan on siirtymässä kokopäiväiseksi, ei yrittäjä voi saada starttirahaa.

Aloittaessaan tai myöhemmin laajentaessaan toimintaansa yrittäjä voi saada yrityksen investointitukea. Investointituen avulla yrittäjä voi hankkia uutta kalustoa liiketoimintaansa varten. Investointituki ei kata hankintojen ostokuluja kokonaan, vaan se korvaa hyväksytyistä hankintakuluista maksimissaan 35 prosenttia.

Yrityksen käynnistämistuki eli työllistämistuki auttaa yrittäjää uusien työntekijöiden palkkakustannuksissa. Työllistämistukea maksetaan maksimissaan 24 kuukautta ja 50 prosenttia palkasta. Työllistymistuen voi jakaa korkeintaan neljän työntekijän kesken, kunhan tukikuukausien yhteenlaskettu määrä ei ylitä 24 kuukautta. Lisäksi työntekijöi-

den pitää olla töissä toistaiseksi voimassa olevalla sopimuksella ja viikkotunteja on ker-
ryttävä vähintään 25.

Jos yrittäjällä on voittoa tavoittelematon yritys, voi hän hankkia hankkeelleen toimin-
taympäristön kehittämisavustusta. Toimintaympäristön kehittämisavustusta voi saada
vain, jos hankkeella on merkittävä vaikutus alueen yritysten perustamiseen, kehittämi-
seen ja laajentamiseen ja sitä tulee hakea jo ennen hankkeen aloittamista. Tällä avustuk-
sella voi kattaa hankkeen kuluista maksimissaan 80 prosenttia.

Näitä tukia mainostetaan ilmaisena rahana, jota jaellaan ilomielin kaikille yrittäjille.
Kuitenkin tukien saamisen ehdot ovat tiukkoja ja tukirahamarkkinoinnissa ei tulla mai-
ninneeksi rahoituksen ehtoja: Yrityksen on tukirahoilla tehtävistä hankinnoista makset-
tava itse vähintään 25 prosenttia. Lisäksi yritystoiminnan tulisi jatkua minimissään kol-
me vuotta viimeisen tukimaksupäivän jälkeen. Jos yritys menee konkurssiin tai päättää
toimintansa jostain muusta syystä, on vaarana tukien osittainen tai kokonaan tapahtuva
takaisinperintä. Aloilla joilla kalusto vanhenee noin vuodessa, on myös huomattava että
vanhentunutta kalustoa ei saa myydä, luovuttaa tai hävittää ennen kolmen vuoden mää-
rääjan täyttymistä. Tämä onkin syy, että miksi tiettyjen alojen yrittäjät suosivat enem-
män henkilökohtaisia pankkilainoja kuin valtion tai muiden tahojen tarjoamia tukiraho-
ja.

(Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2013, hakupäivä 8.10.2013; Yritys-Suomi
2013, hakupäivä 8.10.2013, Yritystulkki 2013, hakupäivä 8.10.2013.)

2.5.2 Verotus

Ammatinharjoittajan verotus on yksikertainen, kun taas muiden yritysmuotojen yrittäjil-
lä verotus on kaksinkertaista. Kaksinkertainen verotus tarkoittaa sitä, että yrittäjää vero-
tetaan hänen pääoma- ja ansiotuloistaan erikseen. Ammatinharjoittaja maksaa vain an-
siotuloistaan.

Pääomayritykset (osakeyhtiö ja osuuskunta) maksavat yhteisöveroa, sen osuus vähen-
ysten jälkeisestä tuloksesta on 24,5 prosenttia. Yhteisöveron lisäksi pääomayritykset

maksavat myös pääomaveroa. Myös pääomayritysten yrittäjiä verotetaan kaksinkertaisesti.

Yritys maksaa veroja vain, jos sen tulos on plussan puolella. Jos tulos on tappiollinen, lyhennetään maksut myöhemmin tulevien tilikausien voitoista.

Yrityksen verotuksessa voidaan vähennyksinä huomioida muun muassa työmatkat, työskentelytilat ja niiden vuokrat tai yhtiövastikkeet, kalustohankinnat ja yrityksen lainalyhennykset. Lisäksi myös yrittäjäeläkemaksut voidaan vähentää verotuksessa kokonaisuudessaan.

(Verohallinto 2013, hakupäivä 30.9.2013.)

2.5.2.1 ALV

ALV eli arvonlisävero on kulutusvero, jonka myyjä sisällyttää tavaran tai palvelun myyntihintaan. Suomessa on kolme arvonlisäveroluokkaa. Tällä hetkellä yleisin arvonlisäveroluokka on 24 prosenttia, johon kuuluu useimmat tavarat ja palvelut. Ruokien ja rehujen ALV on 14 prosenttia ja lääkkeiden, kulttuuripalveluiden ja tilattujen lehtien ALV on 10 prosenttia. Arvonlisävelvollisia ovat kaikki, jotka liiketoiminnan muodossa harjoittavat tavaroiden tai palveluiden myyntiä.

Yrittäjien välisessä kaupassa arvonlisävero on vain välillinen vero. Toisin sanoen, yrittäjä saa vähentää arvonlisäveron, jonka toinen yrittäjä on laskuttanut häneltä, jos tavaraa tai palvelua käytetään yrityksen liiketoiminnassa. Yksityisen media-alan toiminimen toiminnassa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi kalustohankintoja. Jos kuitenkin omasta yrityksestä ostaa kalustoa omaan henkilökohtaiseen käyttöön, on siitä maksettava ALV normaalisti.

Verottajalle maksettava arvonlisäveron määrä muotoutuu yrityksen ostamien ja myymien palveluiden arvonlisäveron erotuksesta. Jos yritys on myynyt enemmän tuotteita ja palveluita, kuin mitä se on ostanut, yrityksen pitää maksaa verottajalle ylijäänyt osuus. Jos yritys taas on ostanut enemmän kuin myynyt, verottaja maksaa erotuksen yritykselle. Siten arvonlisävero ei ole yrittäjälle voittoa, vaan kaikki kuuluu suoraan verottajalle.

Jos yrityksen liikevaihto jää alle 8500 euron tilikauden aikana (12kk), yrityksen ei tarvitse ilmoittautua arvonlisävelvolliseksi. Jos yrityksen liikevaihto on 8500-22500 euron välillä, on yrityksellä mahdollisuus saada huojennusta verottajalle takaisin maksettavasta arvonlisäverosta. Tällöin verottaja voi jättää huomioimatta yrityksen osto- ja myyntikuluja, kuitenkin sillä ehdolla että yritys ei saa huojennuksen myötä arvonlisäveropalautuksia.

(Verohallinto 2013, hakupäivä 24.7.2013; Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2013, hakupäivä 24.7.2013; Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 73.)

2.5.3 Kirjanpito

Laki määrää, että jokainen liike- tai ammattitoimintaa harjoittava taho on kirjanpitovelvollinen. Kirjanpitovelvollisen on pidettävä kaksinkertaista kirjanpitoa, lukuun ottamatta ammatinharjoittajaa. Kaksinkertaisessa näkyvät tulot sekä menot, ammatinharjoittajan kirjanpidossa vain menot. Kirjanpitoa voi tehdä käsin tai koneellisesti, sen voi tehdä joko itse tai antaa erillisen kirjanpitäjän hoitaa sen, esimerkiksi tilitoimiston kautta.

Tiedot on kirjattava sekä aika- että asiajärjestyksessä. Aikajärjestyksessä tapahtuva kirjanpito on peruskirjanpitoa ja asiajärjestyksessä tapahtuva on pääkirjanpitoa. Kirjanpidosta tulee käydä ilmi yhtiön kaikki rahaliikenne, mistä raha on tullut ja mihin se on mennyt. Tämän vuoksi joka ikinen yrityksen osto- ja myyntikuitti tulisi säilyttää. Tällä tavoin voidaan pitää henkilökohtainen ja yrityksen varallisuus erillään.

Kirjanpidon avulla saadaan tilinpäätös, jonka perusteella nähdään miten yritys on menestynyt edellisellä tilikaudella ja verrata tuloksia aiempiin. Tilinpäätöksen avulla voidaan tehdä suunnitelmia yrityksen kasvusta, taloudesta ja kannattavuudesta. Esimerkiksi luotonantajat tekevät päätöksiään tilinpäätösten perusteella.

(Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi & Puttonen 2004, 11-17; Tomperi 2002, 202-221.)

2.6 Markkinointi

Yhdellä sanalla sanottuna markkinointi on huomiohakuisuutta. Markkinoinnin tarkoituksena on saada yritykselle ja sen tarjoamille tuotteille tai palveluille näkyvyyttä. Markkinoinnissa on kuitenkin tärkeää erottaa markkinoinnin ja myynnin ero: Ei ole mitään väliä, että miten suosittu yritys on, jos sen suosio ei kuitenkaan näy myyntituoloissa.

Asiakkaan maailmaa ympäröi monta eri häiriötekijää, kuten televisio, Internet ja musiikki. Näiden häiriötekijöiden vuoksi mainoksen pitää olla massasta erottuva, lyhyt ja tehokas. Tämän vuoksi yritykset suosivat useimmiten sloganeita (Elämä on!) ja ärsyttäviä rallatuksia (Pullava), jotka jäävät asiakkaan mieleen. Nämä sloganit parhaimmillaan löytävät tiensä ihmisten arkielämään vaikkapa hauskana heittona kaverille ja siten mainos kiertää ihmiseltä ihmiselle – ilmaiseksi. Mainosten tulee olla jollain tasolla ärsyttäviä, tällöin asiakkaan huomio kiinnittyy siihen. Liika ärsyttävyys kuitenkin myös voi karkottaa asiakkaan ja saada hänet ostamaan kilpailevan yrityksen tuotteen. Lisäksi mieleen jäävä mainos jää osaksi tuotetta, jolloin ihmiset muistavat tuotteen sijaan mainoksen (esimerkiksi Zalando). Vaihtoehtoisesti mainos voi olla myös täysin mitäänsanomaton, jolloin asiakas unohtaa sen tulleen uutisvirrassa. Näin asiakas pikkuhiljaa altistuu tälle ja tämän mainostetun tuotteen kohdatessaan hän näkeekin tutun tuotteen. Tällainen alitajuntaan kohdistuva mainonta voi olla jopa tehokkaampi, kun asiakas muistaakin mainoksen sijaan itse tuotteen.

Vaikka mainos millä tahansa tavalla tehty ja maailman myyvin ja tehokkain, ei asiakas välttämättä siltikään kiinnostu mainostetusta tuotteesta jos hän kokee, ettei tee tuotteella yhtään mitään. Tämän vuoksi markkinointia kohdistetaan tietyille asiakasryhmille, jolloin huomioidaan muun muassa, että onko tuote tarkoitettu vain elämän tiettyyn vaiheeseen (esimerkiksi lapsen odotus), tietyille ikäryhmälle tai sukupuolelle (Robin-lehti) ja milloin ja miten potentiaalisin kohderyhmä olisi parhaiten tavoitettavissa. Esimerkiksi eristysvillan mainostaminen Aku Ankassa tai ripsivärin markkinointi Top Gearissa olisi ajan ja rahan tuhlausta, sillä näiden kanavien kautta löytyvät mahdolliset asiakkaat ovat liian harvassa.

Markkinoinnin välineenä on useimmiten tv, radio, Internet ja lehdet. Mainoksia näkee kaduilla ja pelloilla. Internetissä voi maksaa hakukoneille, että yritys on hakutuloksissa ensimmäisenä tai televisio-mainoksia voi näyttää tiettyyn kellonaikaan, jolloin kohde-ryhmä on television ääressä. Lisäksi on yleisölle huomaamattomampia markkinointipaikkoja, jotka sulautuvat normaaliin arkeen tai tiettyyn elämänvaiheeseen. Sähköyhtiön asiakas voi saada alennuksia Heurekaan tai halvempia kylpyläviikonloppuja Edenissä. Äitiyspakkaus on myös yrityksille markkinointiväline. Äitiyspakkauksia myönnetään joka vuosi noin 40.000 kappaletta ja sen sisältö kilpailutetaan vuosittain. Pakkauksesta tuoreet vanhemmat saavat käsiinsä tiettyjen yhtiöiden tuotteita, tutustuvat niihin ja ostavat niitä myöhemminkin, koska tuote on heille tuttu.

Mainonnassa laatu korvaa määrän. Harvempi mutta harkittu mainos saa asiakkaan tuntemaan, että yritys ajattelee asiakasta. Juuri tämän vuoksi sähköpostiin tuleva roskaposti innostaa niin harvan ihmisen ostamaan esimerkiksi Viagraa, sillä asiakas tietää olevansa vain kirjainsarja roskapostirobotin listoilla. Toki spämmirobotit ovat kehittyneet ja osaavat myös personoida tarjouksensa: ”Vilma, puhtia laihduttamiseen”, ”Ms. Niskala, you won 1.000.000 dollars”. Kuitenkin tällainen kylmä lähestyminen sähköpostin kautta ei lämmitä asiakasta. Markkinointi personoidulla kirjepostilla tuntuu asiakkaasta paljon henkilökohtaisemmalta, vaikka kaikkiin maailman koteihin menisi sama viesti. Havainto, että kirjeessä on vastaanottajan nimi ja vieläpä oikein kirjoitettuna herättää heti tunteen, että yritys on jaksanut nähdä edes vähän vaivaa asiakkaidensa vuoksi. Personoitu kirjeposti on myös erinomainen tapa pitää asiakassuhteita yllä, esimerkiksi synnyinseuduillani asuessa silloinen optikkoni lähetti asiakkailleen joka vuosi asiakkailleen joulukortit. Tämä joulukortti oli mielestäni lämmin ja hienostunut tapa markkinoida omaa yritystään ja ylläpitää asiakassuhteita.

(Kela.fi 2013, hakupäivä 1.10.2013; Kaufman 2010, 81-105; Dahlén 2006, 77-89)

Brändi on mielikuva yrityksestä tai tuotteesta, se kertoo tuotteen tai palvelun laadusta ja sen asiakkaiden uskollisuudesta. Maailman suurimpia ja tunnetuimpia brändejä ovat McDonald's, Apple ja Coca-Cola. Tällä hetkellä Suomen kuumimpia brändejä on Rovion kehittämä Angry Birds.

Brändi on sitä arvokkaampi, mitä tunnetumpi tuote on. Parhaimmillaan itse tuote voi olla niin ainutlaatuinen, nerokkaasti rakennettu tai nerokkaan typerä, että se herättää kuluttajien keskuudessa mielenkiintoa ja siten myy itse itseään. Esimerkiksi Angry

Birdsin ei tarvitse enää itse markkinoida itseään, sillä yritykset lähestyvät Roviota ja maksavat sille, että saavat käyttää Angry Birdsiä omien tuotteidensa mainostuksessa.

Brändi voi kehittyä myös tietyn tuoteryhmän ympärille. Esimerkiksi kaikkiin maastoautoihin voidaan yhdistää mielikuva vapaudesta ja mahdollisuus seikkailla missä tahansa maastossa. Lähes poikkeuksetta kaikissa ripsivärimainoksissa painotetaan, että miten juuri tämä tuote tekee ripsistä tuuheammat ja käyttäjästä seksikkäämmän.

Brändin ylläpitämisessä tapahtuvat virheet voivat olla yritykselle kohtalokkaita. Virhe voi johtua esimerkiksi vahingosta, tuotteen valheellisesta markkinoinnista tai tuotteen loukkaavuudesta. Nämä voivat johtaa brändin heikkenemiseen tai jopa tuhoutumiseen. Tyypillisiä esimerkkejä vahingosta johtuviin brändin heikkenemisiin ovat lento-onnettomuudet, sillä onnettomuuden sattuessa tapahtuma kostautuu myös lentoyhtiöiden ja lentokoneen valmistajien brändeihin, kun asiakkaat alkavat välttämään näitä yhtiöitä. Asiakkaan luottamus palautuu vasta pitkän ajan kuluttua, vaikka yhtiö olisikin syytön onnettomuuteen. Myös tuotteen nimeäminen saattaa aiheuttaa kolhuja tuotteen brändiin, esimerkiksi Nokian Lumia –puhelin herätti kohua, sillä sana lumia tarkoittaa espanjankielissä maissa huoraa. Umbro tarjosi aikoinaan Euroopan markkinoille Zyklon –juoksukengät, huomioimatta että ne liitettäisiin Zyklon B –nimiseen myrkykaasuun, jota Natsi-Saksassa käytettiin juutalaisten tappamiseen keskitysleireillä. Ei ole siis ihme, että brändien kehittämiseen ja ylläpitoon käytetään valtavia rahasummia.

(Kela.fi 2013, hakupäivä 1.10.2013; Wikipedia 2013, hakupäivä 12.10.2013; Kaufman 2010, 81-105; Dahlén 2006, 77-89.)

3 IHAN OMA YRITYS - MITEN MINÄ SEN TEKISIN

Tässä kappaleessa jossittelen ja sen pohjalle kirjoitan hypoteettisen liiketoimintasuunnitelman. En kirjoita sitä viralliseen muotoon, sillä opinnäytetyötä varten myös haluan perustella ratkaisuni.

Taustana kerron, että olen toiminut harrastuspohjalla oman rekisteröimättömän yritysnimen alla alkuvuodesta 2013 asti eli käytännössä olen siis yksityinen elinkeinoharjoittaja. Tarkoitukseni on tulevaisuudessa ainakin rekisteröidä nimi itselleni jollain tasolla. Koulusta valmistumisen jälkeen tulevaisuus kertoo, että jatkanko toimintaa edelleen vain harrastuksena vai alanko toimia yrittäjänä täysipäiväisesti. Tähän vaikuttavat siis omat tulevat työt muiden yritysten palveluksessa ja se, että minne muutan tai olen muuttamatta seuraavaksi. Opinnäytetyötä varten kuitenkin kirjoitan sillä hypoteettisen liiketoimintasuunnitelman oletuksella, että toiminnasta tulisi ammatti eikä huvi. Koska tuleva asuinkuntani on opinnäytetyön hetkellä auki, en voi tehdä vielä tehdä tarkkoja alueellisia suunnitelmia toiminnalleni.

Rekisteröimätön yritysnimeni on The Rotten Bone Productions. Nimen takana ei ole varsinaista tarinaa, pyörittelin erilaisia vaihtoehtoja, yksi vaihtoehtoista oli The Howling Owl Production. Halusin itselleni nimen, joka on persoonallinen, kansainvälinen ja jota on hauska pyöritellä suussa. Tuotantonimikkeenä särähtää korvaan ja luo mielikuvia splatter-elokuvista, joka taas sopii omaan tyyliini. Pyrin kuitenkin pitämään toimintani laaja-alaisena, jolloin tuottamani teokset eivät ole vain sitä splatteria. Tuotantonimikkeen kehittelin, kun totesin hankkiutuneeni vapaa-ajallani sen verran usein tuottajan roolissa eri tuotantoihin. Koin parhaaksi lähteä tekemään kaikki yhdellä tuotantonimellä, varsinkin kun tuotantoyhtiöitä ei näissä pientuotannoissa ole ollut käytössä. Näin kaikki täysin erilliset teokset voi yhdistää samaan tekijäryhmään.

Tällä hetkellä teen kenttätutkimusta yhteistyökumppaneista. Haen henkilöitä, joiden kanssa kemiat toimivat, joiden ammattitaito vastaa laatutavoitteitani ja jotka näen luottavina yhteistyökumppaneina.

3.1 Alustava liiketoimintasuunnitelma

Minua kiinnostaa perustaa media-alan yritys. Yritys tarjoaisi media-alan palveluita, kuten paikallismainontaa, tapahtumataltointia ja videokuvausta. Kohderyhmänä olisivat yrityksen toiminta-alueella olevat yrittäjät, yksityishenkilöt sekä valtakunnalliset alueellisia media-alan palveluita tarvitsevat yritykset ja yhteisöt.

Alun perin ajatuksenani oli ryhtyä toimimaan toiminimenä. Opinnäytetyön teoriaosaa kirjoittaessa ja ohimennen tuttuja yrittäjien kanssa puhuttuani olen kuitenkin luopunut ajatuksesta perustaa toiminimi. Minulla työskentelee tuttuja, ystäviä ja sukulaisia eri aloilla yksityisyrittäjinä ja heiltä kaikilta olen saanut saman kommentin: ”Yksityisyrittäminen on tehty hankalaksi”. Kritiikkiä on annettu muun muassa verotuksesta ja sosiaaliturvasta. Teoriamateriaaliin tutustuttuani totesin olevani liian mukavuuden- ja turvallisuudenhaluinen, että olisin valmis laittamaan koko elämäni ja omaisuuttani kiinni vain työhön. Konkurssi ei sinänsä pelota, enemmän vastenmielisyyttä aiheuttaa yksin työskentely. Vaikka media-alan työajat ovatkin mitä ovat, haluan myös joskus mennä kotiin ja viettää vapaa-aikaa. Lisäksi varsinkin naisena koen olevani yksityisyrittäjänä heikommassa asemassa kuin miehet. Naisilla on kuitenkin toisinaan tapana hankkia lapsia, jolloin riesana ovat äitiyslomat ja lasten flunssat, joiden vuoksi yritys saattaa menettää töitä ja sen vuoksi mennä konkurssiin. Lisäksi äitiyslomat luokitellaan sairauslomiksi, joka ei kerrytä yrittäjän työssäoloaikaa. Työssäoloaika puolestaan vaikuttaa eläkkeen ja työttömyyskorvauksen määrään.

Näiden edellä mainittujen syiden vuoksi olen yritysvaihtoehtoista päätenyt työsuus-kuntaan. Tämä yritysmuoto kiinnostaa siksi, että yli seitsemällä osakkaalla henkilökoh-tainen talouteni pysyy turvattuna, pikku flunssa ei vaikuta tuloihin liikaa ja useammalla henkilöllä on laajempi suhdeverkosto, jolloin mahdollisuus työllistyä eri projekteihin paranee. Paremman työllistymisen myötä on yrityksellä mahdollista jäädä enemmän voitolle ja tehdä uusia kalustohankintoja ja saada paremman kaluston myötä parempia keikkoja. Ensisijainen pyrkimys olisi kuitenkin saada tehtyä kalustohankinnat omilla varoilla, sillä projektiluonteisen työn vuoksi pankkilainat ovat riski ja valtion tarjoamat investointirahoitukset ovat anteeksiantamattomia, jos yritys ei menestykään odotetulla tavalla. Työsuusunkunta kiinnostaa myös siinä mielessä, että osuus-kunnilta ei odoteta

voittoa missään vaiheessa, kun taas muiden yritysmuotojen odotetaan alkavan tuottaa ja löytää oma markkinapaikkansa kahden tai kolmen vuoden kuluessa perustamisesta. Koen hitaan kasvun olevan turvallisempi vaihtoehto, sillä pääoman myötä samalla kerääntyy lisää ammattiosaamista ja uusia asiakassuhteita. Liian nopeasti suuruudenhullujen suunnitelmien toteuttaminen voi johtaa siihen, että yrityksen elinkaari on tähdenlennon kaltainen.

Työosuuskuntani osakkaat olisivat henkilöitä, joilla on olemassa toisen tai kolmannen asteen media-alan koulutus. Työosuuskunnan tarkoituksena olisi tarjota työkeikkoja osakkailleen. Laskutus tapahtuisi työosuuskunnan kautta, jolloin osuuskunnalle menevä pieni osuus menee kalustohankintoihin ja yrityksen pakollisiin kuluihin, kuten vakuutusmaksuihin. Osakkaita tulisi olla lisäksi vähintään seitsemän, jolloin kukaan ei olisi yksityisyrittäjän asemassa. Osakkaiden osaaminen rajautuisi pääasiassa ohjaukseen, käsikirjoitukseen, kuvaamiseen, äänittämiseen ja leikkaamiseen, jolloin asiakkaalle voisi tarjota esimerkiksi tapahtumataltointia, pientuotantoja kuten musiikkivideoita ja väkeä suurempiinkin tuotantoihin. Siksi arvioinkin, että kahdeksasta osakkaasta vähintään kahden tulee hallita videokuvaus, kahden äänityöt ja yhden tulisi hallita videokuvan editointi. Teknisen osaamisen lisäksi joukossa tulisi olla yksi selkeä ohjaajapersoona, vähintään kaksi valaisun hallitsevaa henkilöä ja tietenkin vähintään yksi tuottaja. Toimintaa aloitettaessa on kuitenkin suotavaa, että osakkailla on kuitenkin tekniikan eri osa-alueilta perusasiat hallussa, jotta tarvittaessa voi tehdä kahta pienempää keikkaa päällekkäin. Lisäksi yhden henkilön tulisi vastata osuuskunnan rahaliikenteestä ja hoitaa kirjanpitoa. Osuuskunnalla tulee myös olla johtokunta, jonka vastuulla osuuskunnan toiminta on.

Media-alalla työmarkkinat ovat suhdesidonnaisia. Projekteihin otetaan töihin tuttuja kasvoja tai näiden suosittelemia henkilöitä. Hyvän ohjaaja voi suositella hyvää apulaisohjaajaa, hyvä kuvaaja voi suositella hyvää valaisijaa. Näenkin laajan suhdeverkon tärkeänä. Tämän vuoksi haluan saada yritykseen töihin eri alojen osaajia, esimerkiksi henkilöitä joilla on suhteet tekniselle toteutuspuolelle, jolloin taas itse voin keskittyä verkostoitumaan lisää eri tahoihin rahoituksen ja markkinoinnin näkökulmasta. Tavoitteena olisi luoda sellainen työosuuskunta, josta löytyisi tarvittaessa vaikka kokoillan elokuvan tekijäryhmä vain muutamalla sähköpostiviestillä jolloin omalla tahollani voisin keskittyä hankkimaan rahoitusta.

Suuret elokuvatuotannot ovat pitkälti suurten tuotantoyhtiöiden hallussa. Media-alalla palveluille on kysyntää lähinnä pientuotannoissa, pääasiassa päivittäismainonnassa. Tämä on tietenkin alue- ja kausisidonnaista, paikallismainokset ovat kysytympiä esimerkiksi jääkiekon MM-kisojen aikaan kuin juhannuksena. Lisäksi harrastusseuroilla, firmojen avajaisissa ja yksityisihmisten juhlissa kuten häissä on kysyntää tapahtumataltioonille. Tapahtumataltiointeja on ympäri vuoden ja ne ovat yleensä suhteellisen simppeleitä keikkoja, joten näillä keikoilla on mahdollista ainakin elättää kuvaaja. Pienen media-alan yrityksen tulisi ottaa huomioon myös muut alueen tarjoamat mahdollisuudet. Esimerkiksi helsinkiläiselle tuotantoyhtiölle tulee halvemmaksi ostaa lappilaisen kuvaajan kuvaama pätkä revontulista, kuin lähettää heidän oma kuvaajansa kuukaudeksi Ylläkselle odottelemaan revontulia. Päivittäismainonnalla, tapahtumataltioonilla ja alueellisen edun käyttämisellä on mahdollista lähteä kasvattamaan yrityksen näkyvyyttä ja taloutta. Lisäksi hinnoittelussa tulisi käyttää järkeä, oman työn hintaa ei saisi laskea niin että jää tappiolle, eikä myöskään pyytää hintaa liikaa. Revontulivideosta on turha pyytää hirveitä omaisuuksia, kun niitä voivat tarjota useammatkin alueen kuvaajat halvemmalla. Mutta jos taas hallussa on esimerkiksi video jalallisesta vaskitsasta, on tällaisesta varaa pyytääkin isompaa summaa. Hyvällä työn laadulla ja inhimillisellä hinnoittelulla yhteistyö on myös tulevaisuudessa mahdollista.

3.1.1 Markkinointi

Media-alalla pienen yrityksen tai osuuskunnan työ on enemmän itse yrityksen markkinointia kuin taiteen tekemistä. Ilman markkinointia ei ole asiakkaita, ilman asiakkaita ei ole töitä ja ilman töitä ei ole tuloja. Saadut työt tulee tehdä asiakkaan toiveiden mukaisesti, joten omaa taiteellista näkemystä ei pääse työssä kovin paljoa toteuttamaan. Markkinoidessa tulee muistaa, että läheskään jokaiseen markkinointiviestiin ei tule myöntyvää vastausta eikä tätä tulisi kostaa palveluista kieltäytyvälle asiakkaalle.

Media-alan yrityksen markkinointi poikkeaa esimerkiksi kenkien markkinoinnista. Tuotantoyhtiön ei kannata kuluttaa rahaa mainostaakseen itseään ja palvelujaan tienvarsi-kyltteinä tai televisiossa, sillä heidän asiakkaansa löytävät heidät muita reittejä.

Yrityksen tuleekin rajata oma kohderyhmänsä ja kohdistaa markkinointi näille. Toimintaa aloittaessa tulisi aluksi markkinoida omaa yritystään lähettämälle paikallisille yrityksille mainos toiminnan alkamisesta, kuvaus yrityksen palveluista sekä tietenkin yrityksen yhteystiedot. Hieman myöhemmin tulisi lähestyä potentiaalisia yrityksiä henkilökohtaisesti ja tarjota heille mainossopimusta.

Tapahtumataltiointimarkkinointi tulee kohdistaa myös eri osa-alueille. Tavalliset kuluttajat löytävät yhteyden lehdistä, Internetistä ja puskaradiosta. Järjestöt ja seurat löytävät yhteyden myös samoja reittejä, mutta kohdistaisin näille tahoille myös suoramainontaa. Samoin kuin päivittäismainonnassa, kohdistettaisiin alueen seuroille ja yrityksille ja muille tahoille ilmoitus yrityksen perustamisesta ja tarjolla olevista palveluksista. Myös esimerkiksi alueen seurakuntien tiloihin voi mahdollisesti jättää ilmoituksia tapahtumataltioinneista, jolloin voi päästä taltioimaan häitä, ristiäisiä tai muita perhetapahtumia. Yleensä myös yritystä perustaessa paikallislehdet tekevät pieniä artikkeleita, joten haastattelupyynnöstä ei tulisi ikinä kieltäytyä varsinkaan alussa, sillä tämä on ilmaista mainosta joka jaetaan yleensä useampaan tuhanteen kotiin.

Työosuuskuntaa ajatellen tavoitteenani olisi saada laajat yhteistyökontaktit, joten tarjoaisin yrityksen palveluja myös suoraan eri medioille. Täten medioilla on mahdollisuus saada alueella joku tapahtumapaikalle välittömästi, jos heidän omat aluetoimittajansa eivät ole siihen kykeneviä tai ovat liian kaukana. Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi erilaiset suuronnettomuudet, katastrofit tai muut nopeasti tapahtuvat asiat. Asiakas voi joko itse tilata aineiston tai yritys voi myydä ne asiakkaalle suoraan. Jos yrityksen tai kuvaajan sijainti sattuu olemaan sopiva, on mahdollisuus tarjota myös keikkoja medialle pidemmällä varoitusajalla. Nämä ovat tilanteita, jossa lähin aluetoimittaja on sen verran kaukana, että ulkopuoliselta ostettu materiaali tulee halvemmaksi kuin oman toimittajan lähettäminen alueelle.

Nyt eletään niin vahvaa sosiaalisen median ja Internetin aikakautta, että selkeisiin nettisivuihin ja sosiaaliseen mediaan tulee panostaa. Esimerkiksi Facebook-markkinointi on nyt suosittua sen ilmaisuuden ja laajuuden takia. Näen nämä sosiaalisen median markkinointiväylät ihan kohtuullisina markkinointitapoina, se on halpaa ja yhdellä työkäyksellä useampi taho näkee yrityksen uutisvirrassa. Ensisijaisesti kuitenkin panostaisin yrityksen omiin nettisivuihin, sillä Google tarjoaa tuloksina ensimmäisenä yrityksen

kotisivuja eikä Facebook-sivuja. Sekä kotisivujen että sosiaalisessa mediassa olevien yrityssivujen tulisi kuitenkin olla selkeät ja kertomalla yrityksestä ja sen palveluista. Yrityksellä tulee olla yhtenäinen graafinen ilme, joka näkyisi virtuaalisessa ja paperisessa markkinoinnissa. Lisäksi yritykselle tulisi suunnitella selkeä logo, joka näkyisi yrityksen sopimuksissa, laskuissa ja tuottamissa tuotteissa, esimerkiksi häätallenteiden kansissa.

3.1.2 Kustannukset

Työosuuskunnan perustamisilmoituksen käsittelymaksu on 380 euroa, joka maksetaan Patentti- ja rekisterihallitukselle. Yhtiötä varten tulee avata myös yritystili, avausmaksu riippuu yrityksen rahaliikenteen määrästä ja pankista, jonne tili avataan. Yritystilin kuukausimaksut vaihtelevat myös pankin, rahaliikenteen määrän ja tiliin kuuluvien oheispalveluiden myötä. Vuodessa pankkimaksuihin menee noin 300 eurosta jopa 1800 euroon. Yritystileihin en ole tutustunut sen tarkemmin, joten arvioin hinnaksi 1000 euroa vuodessa.

Työosuuskunnan toimintaa varten myös jonkinlainen peruskalusto olisi suositeltava investointi. Tähän kuuluu pieni valokalusto oheistarpeineen, HD-laatuinen kamera ja lustoineen, äänikalustoa, editointilaitteet äänelle ja kuvalle, editointisoftat, tallennusvälineet, muuta kuvaustarpeista kuten johtoja sekä toimistotarvikeita. Kaluston tulisi olla peruslaatuista, joka ei vanhene ominaisuuksiensa puolesta heti. Välineistön hankintaan sijoittaisin noin 10.000 euroa, tällä tulisi hankkia vain välttämättömin kalusto. Näen oman peruskaluston hankkimisen pidemmällä tähtäimellä kannattavampana kuin vuokrauksen, sillä vuokrauksen hinta näkyisi aina tulevaisuudessa omien palvelujen hinnoissa. Hankittavan kaluston määrä riippuu tietenkin lähimmän vuokrafirman sijainnista, silti pientä kalustoa kuten sandbageja, refloja ja johtoja tulisi olla omasta takaa vaikka vuokraamo olisi seinän takana. Tällaisia välineitä vuokraamalla saattaa menettää vuodessa enemmän rahaa kuin omistamalla ne itse, esimerkiksi yksi pieni sandbag maksaa uutena noin 25 euroa. Vuokrafirmojen päivätaksa sandbageista on noin viisi euroa ja niitä tarvitaan yleensä kerralla useampi. Oma kalustoa käyttämällä hinnoittelu voi olla kiinteämpi ja kilpailukykyisempi ja kaluston maksettua itsensä takaisin kaikki tuotto on voittoa. Erikoisempaa kalustoa voi sitten vuokrata tarpeen mukaan, sillä kamerat kehittä-

tyvät niin nopeasti, ettei kannata käyttää tuhansia euroa leluun, jota saattaa tulla käyttä-neeksi vain muutaman kerran. Paljon tilaa vievä, lähes tarpeeton valokalusto tai dolly nostaisi vain turhaan säilytystilan sekä vakuutusten hintoja ja tämä tarkoittaisi osuuskunnalle suurempia menoja.

Kaluston myötä tarvitaan myös säilytystilat ja vakuutukset, kuten varkausvakuutuksen. Vakuutusten määrä riippuu myös yrityksen liikevaihdosta. Osuuskunnan vakuutusten vuosihinnaksi arvioin noin 2500 euroa vuodessa. Arvio perustuu vakuutusyhtiöiden julkisiin tietoihin.

Kaluston käytön suhteen tulee olla tiukat rajat, sitä ei käytetä henkilökohtaisiin projekteihin vaan kaikki kaluston käyttö tapahtuu osuuskunnan projekteiden puitteissa. Jos kuitenkin kalustoa hajoaa osakkaan henkilökohtaisessa käytössä tai töissä kaluston huolimattoman käsittelyn takia, on osakas velvollinen korvaamaan vahingot henkilökohtaisesti. Tämä erottelu on tärkeä, jotta vakuutusasioissa ei tule epäselvyyksiä ja jotta osuuskunta ei joudu maksajaksi jonkun henkilökohtaisen tunaroinnin takia.

Yrityksen perustaminen tulisi kalusto-ostoksineen, perustamismaksuineen ja 25 prosentin lisäarviolla maksamaan noin 13.000 euroa. Tähän tulisi lisäksi vuosimaksuja 25 prosentin lisäkuluarvioineen kaikkiaan noin 4400 euroa. Tämä tarkoittaisi, että ensimmäisenä vuotena kuluja olisi noin 17.400 euroa. Jos yrityksen tavoitteena on ensimmäisenä toimintavuotena kattaa kaluston hankintakulut, vuosimaksut ja verot, tulisi sen tienata vähintään noin 24.000 euroa. Lisäksi tulisi maksaa osakkaiden mahdolliset palkkiot, jolloin tuloksen pitäisi olla noin kaksinkertainen. Investointituilla olisi mahdollista säästää muutamia tuhansia euroja, mutta niiden riskit epäilyttävät. Järkevintä on koettaa jakaa suurimmat hankinnat parille ensimmäiselle vuodelle, jolloin tuloilla pystyy kattamaan menot. Tulevina vuosina kulut kuitenkin olisivat pienemmät, sillä kaikkea kalustoa ei tarvitse uusia vuosittain, kuten lamppujen jalustoja. Vuosittaisten kalustohankintojen määrän arvioisin 5000 euroa, jolla voi tarvittaessa päivittää tai korjata peruskalustoa. Tähän taas lisätään vuosittaiset pankki- ja vakuutusmaksut 3500 euroa sekä juoksevia kuluja 25 prosenttia, olisi vuosittain menoja noin 11.100 euroa. Jotta tulos ei menisi miinukselle verojen jälkeen, olisi tuloja oltava vähintään 18.000 euroa. Osakkaiden palkkiot nostaisivat summan jälleen noin kaksinkertaiseksi.

Edellä olevilla laskelmilla osuuskunta pyörisi lähes +/-0 -periaatteella. Käytännössä tämä riittäisi, jos tarkoituksena on vain työllistää osakkaita. Yrityksen tulee kuitenkin laskea tulokseen lisäksi itse määräämänsä kateprosentti, jos tarkoituksena on kasvattaa reilummin osuuskunnan pääomaa tulevaisuuden sijoituksia tai hankintoja varten. Yrityksen tavoitteet ja tavoitteiden myötä mahdollinen kateprosentti tai sen puuttuminen tuleekin päättää perustamiskokouksessa kaikkien osakkaiden kanssa yhdessä. Joka tapauksessa on todennäköistä, että kolmena ensimmäisenä vuotena osuuskunta ei saa voittoa.

Hinnoittelua on valitettavasti tässä vaiheessa vielä vaikea arvioida. Häävideon arvioisin 150-600 euron välille, kun taas tapahtumataltioinnit alkaisivat 500 eurosta ja mainokset tuhannesta eurosta. Hintoihin tulee lisätä myös arvonlisäveroa 24 prosenttia. Kaikki hinnat kuitenkin riippuvat tilaajasta ja tilauksen laajuudesta. Hintoihin tulee myös sisällyttää mahdollinen kateprosentti, matkat, esituotannon, kuvausten ja jälkityön kesto sekä työntekijöiden määrä, jotta työstä ei jäisi tappiolle. Osakkaiden palkkiot olisivat pääasiassa ammattiliiton eli Temen mukaisia, mutta palkkiotkin tulee suhteuttaa työn laajuuteen. Jos ensimmäisenä haluaa päästä vähintään 24.000 euron tuloihin, olisi tehtävä esimerkiksi vähintään 24 mainosta vuodessa eli kaksi mainosta kuukaudessa tai 48 tapahtumataltointia vuodessa. Nämäkin tulisi hinnoitella siten, ettei verojen ja muiden maksujen jälkeen jäisi tappiolle.

Aloituspääoma kertyisi osakkailta kerättäviltä osuusmaksuilla, jonka summa määräytyisi osakkaiden määrän mukaisesti. Osuusmaksun tulisi olla kuitenkin kohtuullinen, ettei sen maksaminen aiheuttaisi osakkaalle liian suurta taloudellista ahdinkoa. Osuusmaksuilla on mahdollista rahoittaa yhteiseen työskentelyyn tulevan kaluston hankkimista ja yrityksen perustamista ilman suuria henkilökohtaisia pankkilainoja tai investointitukia. Todennäköisesti osuuskunnan perustamisvaiheessa tulee ottaa silti ottaa henkilökohtainen pankkilaina, mutta osuusmaksujen jälkeen henkilökohtaisen pankkilainan määrä olisi tuhansia euroja pienempi jolloin myös pankkilainan ottajalle henkilökohtaiset riskit ovat pienemmät.

Tarkoituksena on saada yritys tuottamaan niin, että aluksi aloitusmaksut palautuvat takaisin yritykselle ja jäävät säästöön ja että osuusmaksu voidaan palauttaa osakkaalle, jos tämä päättyy eroamaan työosuuskunnasta. Tämän jälkeen yritys tulisi saada tuottamaan

niin, että yrityksen omilla tuotoilla voi kattaa lainan takaisinmaksut, kalustohankinnat, vakuutusmaksut ja muut kulut.

3.1.3 Riskien kartoitus

Suomen Elokuvasäätiön (SES) listalla on vuonna 2013 kaikkiaan 173 tuotantoyhtiötä, jotka tarjoavat palveluita videokuvauksesta animaatioihin. Lisäksi Suomessa on todennäköisesti noin parisataa pienempää tuotantoyhtiötä, jonka lisäksi Suomesta löytyy vielä lukuisia freelancereita, ammatinharjoittajia, toiminimiä ja muita yksityisiä tekijöitä. Alalla on siis tarjontaa runsaasti ja sen lisäksi amatööritekijät ovat polkeneet hinnat alas, jolloin ammattilaiset ovat joutuneet laskemaan omia hintojaan. Tämän vuoksi töitä joutuu tekemään lähes tappiolla. Työn tulisi kuitenkin olla taloudellisesti ja henkisesti sen verran palkitsevaa, että osakas kokee työn mieleiseksi.

Pienillä paikkakunnilla työskennellessä työtä ei ole kovin paljoa, jolloin tulisikin keskittyä suuriin asutuskeskuksiin. Yleensä pienemmillä asutusalueilla ei ole kuitenkaan kilpailua, jolloin työn voi hinnoitella hieman suuremmaksi. Kuitenkaan työn hintaa ei voi nostaa liikaa, sillä se karkottaisi asiakkaat. Jos alueella on ylitarjontaa, tulisi harkita onko yrityksestä mahdollista saada kannattavaa.

Aloittavana ja suhteellisen kokemattomana yrityksenä on vaara, ettei osakkaiden ammattitaito riitä tilattujen palvelujen tarjoamiseen. Osakas voi irtisanoutua lisäkoulutuksen, perhetilanteen, terveydentilan tai henkilökohtaisen taloudellisen tilanteen vuoksi. Varsinkin iältään nuorilla osakkailla tämän riski on hieman suurempi, sillä he saattavat herkemmin vaihtaa kokonaan toiselle alalle tai nuorella saattaa olla epärealistiset odotukset palkasta tai työmarkkinoista. Osuuskunnan toimitusjohtajan tulisi hallita hyvät neuvottelu- ja sovittelukeinot, jos osakas on lähdössä osuuskunnasta riitatilanteen vuoksi. Mahdolliset osakkaiden keskinäiset riidat eivät saa näkyä asiakkaiden edessä työskennellessä.

Osuuskuntatoiminnassa yrityksen varallisuuden tulisi olla vakaalla pohjalla, jotta yritys ei kaadu yhden osakkaan poistumiseen. Siksi yrityksellä tulisikin olla pesämuna, jota ei alussa tuhlata edes kalustohankintoihin. Varsinkin toimintaa aloittaessa koko osuuskun-

ta saattaa kaatua, jos tekee yhden ylimääräisen hankinnan. Hankintojen tulee olla perusteltuja. Kaluston huollossa ja käsittelyssä tulee olla huolellinen, sillä osuuskunnalla ei voi jatkuvasti neuvotella vakuutusyhtiön kanssa korvauksista. Osakkaiden on sitouduttava kaluston oikeaoppiseen käsittelyyn. Sama käsittely koskee sekä omaa että vuokrakalustoa, kalustoa vuokraavat firmat voivat laittaa yrityksen mustalle listalleen, jos heidän kalustoaan särkyä tai häviää jatkuvasti saman yrityksen käytössä.

Osuuskunnan tuottamien mainosten ja taltioiden on oltava laadukkaita, sillä yksikin huonosti toteutettu tuotanto vaikuttaa yrityksen maineeseen. Asiakas voi kokea työn jäljen huonoksi, vaikka sisältö olisikin teknisesti oikeaoppinen. Tällöin on pyrittävä tekemään kompromissi asiakkaan kanssa. Jos kuitenkin asiakkaan kanssa ei päästä yhteisymmärrykseen, on kannattavinta irtisanoutua koko tuotannosta. Osuuskunnan maineen ylläpitäminen on myös jokaisen osakkaan vastuulla, sillä yhden osakkaan mo- ka voi vaikuttaa koko yrityksen maineeseen.

Mahdollisten erimielisyyksien ja palkkioiden maksujen epäselvyyksien vuoksi töitä ei tehdä ilman kirjallisia sopimuksia. Sopimukset tulee tehdä sekä osakkaiden että asiak- kaiden kanssa ennen töiden alkua. Sopimuksen yleiset ehdot tulee tarkastuttaa, jotta sopimus on laillinen. Tuotantokohtaiset sopimusehdot on neuvoteltava asiakkaan kans- sa. Yrityksen omat mahdolliset yhteistyösopimukset tulisi pitää yrityssalaisuuksina, joten tuleekin päättää miten paljon sopimuskuvioista kerrotaan osuuskunnan johtoryh- män ulkopuolisille osakkaille.

Oman kaluston hankinta jakaa mielipiteet. Tämän vuoksi pitäisinkin sekä yrityksen ta- kia että oman mielenkiinnon vuoksi kirjata tuotannoissa käytetyistä kalustoista ja laski- sin kaksi hintaa: Todelliset kulut ja arvio vuokrahinnoilla. Tällöin olisi mahdollista ver- tailla vuokrakaluston ja oman peruskaluston kannattavuutta ja tehdä sen pohjalta pitkän tähtäimen säästöjä.

3.2 Oman liiketoimintasuunnitelman kriittinen tarkastelu

Edellä olevan liiketoimintasuunnitelman koen nykyisillä tiedoillani olevan hyvä alku mahdolliselle yrittäjän uralle. Liiketoimintasuunnitelmani ei kuitenkaan ole lähelläkään

täydellistä. Erityisen paljon minua häiritsee alueellisten laskelmien puuttuminen, vaikka niiden tekemättä jättämisen koenkin olevan perusteltua. Kustannusarviot ovat todella suuripiirteisiä, joten todellisia kuluja on vaikea arvioida ilman tarkkoja hintoja. En kuitenkaan tähän halunnut listata tarkkaa kalustolistaa, koska kalusto ja hinnasto muuttuvat jatkuvasti, mutta kalustohankintojen kokonaishinta pysyy arviolta aina samana.

Liiketoimintasuunnitelmastani puuttuvat yrityksen taloudelliset tavoitteet, itse tietysti toivon voittoa mahdollisimman paljon ja mahdollisimman helposti, mutta lopullinen tavoite olisi kiinni myös yhtiökumppaneista.

En itse pysty arvioimaan omaa liiketoimintasuunnitelmaani täysin objektiivisesti, joten pyysin opinnäytetyöprosessistani täysin ulkopuolista henkilöä arvioimaan liiketoimintasuunnitelmani. Yritysasiantuntija Hannu Kalapudas Lapin ELY-keskuksesta kommentoi edellä olevaa liiketoimintasuunnitelmaani sähköpostitse seuraavasti:

”Kirjoittamasi teksti liiketoimintasuunnitelmasta kerronnalliseen tai novellimaiseen muotoon on mielenkiintoinen. Missään ei ole sanottu, että liiketoimintasuunnitelmaa ei voisi kirjoittaa, kuten sinä olet tehnyt. Suunnitelma on miellyttävä ja helppo lukea ja se etenee jouhevasti sekä sisältää pääpiirteissään liiketoimintasuunnitelman tärkeät osat alueet. Tietysti liiketoimintasuunnitelman pääasiallinen käyttötarkoitus ratkaisee sen muodon. Yksityiset rahoittajat luultavasti arvostavat tehokasta ja nopeaa esitystä tuotteen, palvelun ja liikeidean pääkohdista enemmän kuin perinpohjaista ja laajaa kuvailevaa esitystä.

Arvioit suunnitelmassasi omat resurssisi ja ominaisuutesi aika suppeasti ja yleisesti. Tämä on syytä tehdä perusteellisesti ja myös kaikkien perustajien osalta. Haluat edetä varovaisesti, mikä lienee viisasta. Kuitenkin mukavuudenhaluisuus ja turvallisuudenhaluisuus eivät voi olla perusteena esim. yritysmuodon valinnalle. Monilla sivustoilla on hyvä testausympäristö omien yrittäjäominaisuuksien ja liikeideansa jäsentämiseen sekä testaukseen. Näitä kannattaa käyttää hyväksi hypoteettisenkin lts:n laadinnassa (ks. www.yrityssuomi.fi, www.finnvera.fi) ja yleisten lähtökohtien selvittelyssä sekä yritysmuodon valinnassa.

Yleinen oletus yksityisyrittämisen hankaluudesta ja että se johtuisi esim. byrokratiasta ja verotuksesta, ei selity näillä tekijöillä. Tällä varmaankin tarkoitetaan sitä, että yritys-toiminta ei ole riittävän kannattavaa tai yritys ei saa riittävästi maksavia asiakkaita, mikä on aivan erilainen ”hankaluus” ja käy selville suunnitelmasasi myöhemmin (markkinointi, kustannukset) ja on luettavissa työsi ”rivien välistä” monessa kohtaa. Markkinoinnissa kannattaa huomioida, että yrityksen tunnetuksi tekeminen voi olla pitkäkin prosessi.

Suunnitelmasi on hypoteettinen ja kertomistasi syistä sitä ei ole paikallistettu mihinkään. Kuitenkin ainakin markkinatilanne ja kilpailutilanne tulee ja voidaan selvittää tarkemmin esim. toimialan kohdalla – media-alan yrityksen toimintaympäristö on aivan erilainen Lapissa, Oulussa tai Helsingin alueella.

Päädyt suunnitelmassa yritysmuotona työosuuskuntaan, koska henkilökohtaiset riskit olisivat pienet, työllistymismahdollisuudet projekteihin paranisivat, yritys jäisi enemmän voitolle(?), toisaalta osuuskunnan ei tarvitsisi tuottaa ”voittoa missään vaiheessa”, ammattiosaamista voisi kartuttaa ja luoda paremmin verkostoa ja asiakassuhteita. Näitä perusteluja tulisi tarkastella kriittisemmin. Verkostoitumiseen osuuskunta lienee hyvä ja osuuskunta tarjoaa ehkä riskittömämmän vaihtoehdon yrittämiseen, mutta vastapainona on runsaasti ”haittapuolia”. Uskottavuus asiakkaiden ja rahoittajien silmissä? Kuka kantaa kokonaisvastuun? Tuottotavoite on itse asiassa suurempi, koska jakajia on paljon jne. Osuuskunnan perustaminen kokeilumielessä ei ole järkevää.

Liiketoimintasuunnitelmassa käsittelet jonkin verran myös tuotetta ja tuotantoteknologiaa. Alaa kovin tarkkaan tuntematta suunnitteluvaiheessa olevan yrityksen on syytä tarkkaan selvittää asiakastarve ja keskittyä sitten siihen potentiaalisimpaan. Suurien tuotantojen tai esim. elokuvatuotantojen tavoittelu ei liene kovinkaan järkevää – kuten olet todennutkin. On syytä tarkkaan selvittää alan tilanne perehtymällä jo tehtyihin selvityksiin, kehittämishankkeisiin ja yksinkertaisesti perin pohjin selvittää jo toimivat yritykset, toimintatapa ja heidän asiakkaansa. Esim. Lapissa toimii useita pieniä media-alan yrityksiä ja käsittääkseni Lapissa edellytyksiä alalle luovat ensi sijassa matkailu, luonto, eksotiikka jne.

Liiketoimintasuunnitelmassa käsittelet perustamiskalustoa eli tarvittavia investointeja ja niihin tarvittavaa pääomantarvetta eli rahoitusta, tavoiteltavaa liikevaihtoa ja saatavaa tuottoa (0-tulos) tekstiin sijoitettuna lukuarvoina. Periaatteessa ”laskenta” etenee oikein. Kuitenkin ajatellen kuinka tärkeitä talousasiat ovat yritystoiminnassa, oikeat laskelmat on syytä esittää tarkemmin. Lts:n minimilaskelmia ovat pääomantarve ja sen rahoitus, käyttökate- ja myyntikatetarve, vaikka pyritäänkin +/- 0 –tulokseen. Koska tuottojen oletetaan kertyvän pienistä puroista (erilaisia kuvauksia, tuotantoja esim. yrityksille, yksityisille jne.) tarvitaan eriteltyt tuotelaskelmat. Keskeinen kustannus suunnitellulla toimintatavalla on palkkakustannus, joka on syytä asettaa ja laskea eri tuotteille mahdollisimman tarkasti. Sama koskee asetettavia myyntitavoitteita ja hintoja eri tuotannoille. Mitenkään muuten kuin laskelmilla, ei päästä edes teoreettisesti selville siitä, voidaanko tehdyillä arvioilla kattaa palkkakulut ja paljonko hintoihin pitää lisätä katetta, jotta voidaan kattaa yritystoiminnassa aina syntyviä kiinteitä kustannuksia. Luonnollisesti tietyt tuoteryhmät tulevat menestymään paremmin ja toiset odotettua huonommin. Etukäteen ei kenelläkään ole edellytyksiä ryhtyä suunnitellun media-alan yrityksen liiketoiminnan tulevan menestyksen ennustajaksi. Laskelmilla saadaan ainakin suuntaa ja perustajat ovat myös itse paremmin tietoisia menestymisen mahdollisuuksista ja epäonnistumisen riskeistä.

Lopuksi lts:ään olisi syytä tehdä analyysi nelikenttänä, jossa tarkastellaan yrityksen/liikeidean sisäisiä vahvuuksia, sisäisiä heikkouksia, ulkoisia mahdollisuuksia ja ulkoisia uhkatekijöitä. Hyvään liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu myös pohdiskelu yrityksen- ja tuoteideaa puoltavien tekijöiden sekä yritys-idean onnistumista heikentävien tekijöiden osalta. Kaiken tämän jälkeen päästäänkin tekemään strategisia päätöksiä yrityksen perustamisesta, yritys-ideasta luopumisesta. Tuloksena voi olla myös päätös, että joidenkin asioiden osalta tarvitaan vielä jatkokehittelyä. Lopuksi on suunnitelmaan syytä sisällyttää operatiiviset tai käytännön toimenpiteet miten edetään. Mielestäni liiketoimintasuunnitelmasi jää näiltä ratkaisevilta osiltaan kesken. Suositeltavaa on aina testata tai pyytää asiantuntijalausuntoja liiketoimintasuunnitelmasta tai käyttää ulkopuolista apua liiketoiminnan kehittelyyn, parhaita asiantuntijoita ovat saman alan yritykset tai toimialaan perehtyneet ihmiset.” (Kalapudas 19.11.2013, sähköpostiviesti.)

Siis tiivistettynä tämä Kalaputaan palaute tarkoittaa, että liiketoimintasuunnitelmani kaipaa paitsi selkeämpää ilmaisumuotoa myös vielä tarkempia laskelmia, alueellista

tarkennusta ja varsinaiset perustamissuunnitelmat. Jos yritysmuodoksi tulisi osuuskunta, tulisi myös muiden osakkaiden olla selvillä, jolloin ryhmän osaamisalueet ovat konkreettisesti selvillä ja jolloin pystyy kirjaamaan mahdolliset puutteet ja uhat ylös. Olen tässä Kalaputaan kanssa samaa mieltä.

Uskon että jos juuri nyt lähtisin yrittäjäksi, hankkiutuisin ensiksi jonkinlaiseen yrittäjäkoulutukseen ja vasta sen jälkeen kirjoittaisin uudelleen liiketoimintasuunnitelmaa. Tällöin olisi paremmat lähtökohdat lähteä kirjoittamaan toimivaa liiketoimintasuunnitelmaa, kun on selkeästi osoitettu että mikä on yrittäjyydessä ensisijaista.

4 POHDINTA

Aloin kirjoittaa opinnäytetyötä tietämättä yrittäjyydestä käytännössä yhtään mitään. Minua houkutteli lähteä yrittäjäksi ja perustaa oma toiminimi. Kuitenkin opinnäytetyöprosessin myötä tämä ajatus alkoi karista, kun aiheeseen pääsi tutustumaan kunnolla.

Pintapuolisesti yrittäjyydestä annetaan mielikuvia, joissa elämä on päivänpaistetta ja yrittäjyys onnistuu aina. Mitä enemmän yrittäjyyteen alkaa perehtyä, sitä synkemmäksi mielikuvat muuttuvat. Yksityishenkilöllä on riskialtista alkaa yksityisyrittäjäksi, jolle yrityksen menestys ole varma. On huomioitava, että yrityksen tuloksesta menee osa esimerkiksi eläkevakuutusmaksuihin ja itse yrityksen ylläpitokustannuksiin sekä toimintaa aloittaessa tulee sijoittaa rahaa kalustoon ja muuhun oheistarpeistoon. Starttirahojen avulla on mahdollista kustantaa osa hankinnoista, mutta yrittäjä on auttamatta pulassa jos unohtaa tehdä maksajatahoille säännöllisen raportin toiminnastaan. Pariksi päiväksi ei kannata sairastua nuhaan, sillä silloin ei saa rahaa asiakkailtaan eikä Kelalta. Naisyrittäjä on heikommassa asemassa kuin mies, sillä mahdollisen äitiysloman voi menettää asiakkaita muille tahoille.

Teoriakappaleen opiskelun ja kirjoittamisen jälkeen mielikuvani yrittämisestä olivat todella negatiiviset. Kirjoittamani hypoteettinen liiketoimintasuunnitelma oli haasteena mielenkiintoinen ja pakotti ajattelemaan yrittäjyyttä myös positiiviselta kannalta: ”Miten ja miksi minä tekisin sen näin?”. Liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisprosessi oli opettavaista, sillä tämä laittoi pohtimaan itselle parhaita vaihtoehtoja ja analysoimaan, että miksi tämä olisi paras vaihtoehto. Kuitenkaan mitään ei voi listata parhaaksi vaihtoehdoksi, sillä yrittäjyys ja yritysmuoto riippuvat liikeideasta ja itse yrittäjästä. Lisäksi saman alan yrittäjien keskuudessa on koulukuntaeroja, jolloin pintapuolisesti samanlaiset yritykset voivat toimia täysin eri tavoin esimerkiksi kaluston omistamisen tai vuokraamisen suhteen. Jokainen yritys ja yrittäjä on siten yksittäistapaus.

Media-alalla yrityksen perustamista suunnitellessa tulisi pohtia kysymystä ”Taide vai raha?”. Yrittäjyyttä harkitsevan pitäisi päättää, että haluaako ensisijaisesti tehdä taidetta vai rahaa. Yleensä taiteella ei tehdä rahaa, rahaa tehdään pikemminkin mielikuvituksettomassa päivittäismainonnassa. Lisäksi yrittäjän työ on enemmän oman yrityksen markkinointia kuin taiteenluontia, joten taide tulisi jättää pikemminkin vapaa-ajan har-

rastukseksi. Yksityisyrittäjällä ei välttämättä vapaa-aikaa ole, jolloin ennen yrityksen perustamista tulisi pohtia myös kysymystä ”Minä vai raha?”. Yksityisyrittäjyyttä harkitsevan pitäisi miettiä onko hän valmis laittamaan työn ja rahan itsensä, oman vapaa-aikansa ja mahdollisesti myös ihmissuhteidensa edelle. Vaikka varsinainen työaika olisi ohi, voi edessä olla koko yön kestävä kirjanpitoselvitys, nippu laskuja maksettavana tai muuta vastaavaa. Yrittäjyys ei katso vuorokaudenaikaa, vaan raportit on tehtävä ajallaan vaikka sitten pyhäpäivinä tai aamuneljältä jollei niitä muulloin ehdi tehdä.

Miten on omien yrittäjyysshaaveideni laita nyt opinnäytetyöprosessin loppuvaiheilla? Nyt tässä kirjoitushetkellä olo on todella ristiriitainen. Jos sanotaan suoraan, niin tunnen oloni huijatuksi, kun yrittäjyysmarkkinoinnissa on alun perin annettu yltiöpositiivisia mielikuvia yrittäjyydestä. Toisaalta kaikesta tähän mennessä opitusta huolimatta takaraivossa kytee ajatus, että entäpä jos sittenkin. Kuitenkin tämän opinnäytetyöprosessin aikana olen päätenyt siihen, että ainakaan vielä ei ole minun aikani yrittäjänä. Suomessa on niin paljon valmiita media-alan yrityksiä, että voin pyrkiä työllistämään itseni ensisijaisesti niissä. Juuri nyt annan mieluummin muiden surra eläkevakuutusten maksuista ja keskityn mieluummin työskentelemään muiden palveluksessa ja saamaan lisää kokemusta media-alan työelämästä. Yrittäjyyttä voin harkita taas vuosien päästä, jolloin on saanut nähdä että menestyykö sitä edes tavallisena duunarina.

LÄHTEET

- Brand Failure. Wikipedia 2013. Hakupäivä 12.10.2013. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Brand_failure>.
- Dahlén, Micael 2006. Markkinoijan yhdeksän käskyä. Helsinki: WSOYpro.
- Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2013. Hakupäivä 8.10.2013. <<http://www.elykeskus.fi/fi/web/ely/rahoitus5#.UkgczT-Xcuk>>.
- Ikonen, Raimo & Savikko, Ritva & Ikonen, Jutta 2010. Oman yrityksen perustaminen. (OYP). Porvoo: Konsultia.
- Kalapudas, Hannu, yritysasiantuntija, Lapin ELY-keskus. Re: Opinnäytetyö. Sähköpostiviesti vilma.niskala@edu.token.fi 19.11.2013.
- Kallio, Juhani & Ripatti, Erika & Tanni Katri 2008. Oma yritykseni. Tampere: TAT-Palvelu Oy.
- Kaufman, Josh 2010. The Personal MBA. Lontoo: Portfolio Penguin.
- Kela 2013. Hakupäivä 1.10.2013. <<http://www.kela.fi/tuotteiden-hankinta>>.
- Kinnunen, Juha & Laitinen, Erkki K. & Laitinen, Teija & Leppiniemi, Jarmo & Puttonen, Vesa 2004. Mitä on yrityksen taloushallinto? Keuruu: KY-Palvelu Oy.
- Oikeusministeriö 2013. Hakupäivä 29.8.2013. <<http://oikeusministerio.fi/fi/index/valmiisteilla/lakihankkeet/yhtiooikeus/osuuskuntalainsaadannonuudistaminenmuunyeisola-insaadannonkehitystavastaavasti.html>>.
- Patentti- ja rekisterihallitus 2013. Hakupäivä 4.8.2013. <www.prh.fi>.
- Rikkinen, Lasse 1996. Löydä oma yritysideo. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Tomperi, Soile 2002. Käytännön kirjanpito. Helsinki: Edita.
- Verohallinto 2013. Hakupäivä 24.7.2013. <http://vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat>.
- Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2013. Hakupäivä 24.7.2013. <<http://www.ytj.fi/mikaon-y-tunnus>>.
- Yritys-Suomi 2013. Hakupäivät 14.8.2013 & 29.8.2013 & 8.9.2013 & 8.10.2013. <<http://www.yrityssuomi.fi/yrityksen-perustaminen>>.
- Yritystulkki 2013. Hakupäivä 8.10.2013. <http://yritystulkki.agileus.fi/files/yt_rahoitus_oulu.pdf>.