

**Anna Hernesniemi**

**YRITYKSEN PERUSTAMINEN**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Toukokuu 2017**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Centria-ammattikorkeakoulu</b>	<b>Aika</b> Toukokuu 2017	<b>Tekijä/tekijät</b> Anna Hernesniemi
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous		
<b>Työn nimi</b> YRITYKSEN PERUSTAMINEN		
<b>Työn ohjaaja</b> Jorma Saloniemi	<b>Sivumäärä</b> 35 + 1	
<b>Työelämäohjaaja</b>		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli käydä läpi yrityksen perustamisen vaiheita. Tutkimus toi esille yrittäjien ajatuksia ja kokemuksia yrittämisestä. Yrittäjien esille tuomat neuvot toimivat myös apuna uudelle yrittäjälle. Tutkimuksessa käytetyt kysymykset liittyivät tämän opinnäytetyön teoriaosuuteen.</p> <p>Työn teoriaosuudessa käydään ensiksi läpi yrittäjän piirteitä ja minkälaista yrittäminen on Suomessa. Läpikäytyjä aiheita ovat yrittäjien lukumäärä, yritysmuotojen jakautuminen ja yrittämisen monet muodot. Tämän jälkeen tarkasteltiin yritysidea ja sen muuttumista liikeideaksi. Liikeideaa tarkasteltiin syvemmin analysoimalla sen makroympäristöä.</p> <p>Seuraavaksi käsiteltiin strategiaa käsitteenä sekä sen tärkeyttä yrityksessä. Esille nostettiin muutama klassinen strategiamalli, joita tutkittiin syvemmin. Tämän jälkeen siirryttiin rahoitukseen ja sen saamiseen. Käytännön perustamistoimia tarkasteltiin syvemmin käymällä läpi yritysmuotoja ja yrityksen perustamiseen liittyviä ilmoituksia.</p> <p>Teoriaosuuden jälkeen siirryttiin käsittelemään opinnäytetyön empiiristä osuutta. Tutkimus toteutettiin haastatteluna puolistrukturoidusti. Haastateltavat olivat yrittäjiä ja heitä oli yhteensä neljä. Haastattelut nauhoitettiin ja niiden pohjalta analysoitiin vastauksia. Kysymykset koskivat yrittämistä, perustamistoimia ja tulevaisuuden näkymiä.</p> <p>Haastattelujen myötä todettiin yrittäjien kokevan yrittämisen kannattavaksi ja kannustivat uusia yrittäjiä kokeilemaan yrittämistä. Kannustavuus Suomessa yrittäjiä kohtaan koettiin vähäksi.</p>		
<b>Asiasanat</b> Rahoitus, strategia, yrittäjä, yrittäminen, yritysmuoto		

**ABSTRACT**

<b>Centria University of Applied Sciences</b>	<b>Date</b> May 2017	<b>Author</b> Anna Hernesniemi
<b>Degree programme</b> Business Administration		
<b>Name of thesis</b> SETTING UP A COMPANY		
<b>Instructor</b> Jorma Saloniemi	<b>Pages</b> 35 + 1	
<b>Supervisor</b>		
<p>The purpose of this thesis was to go through the steps of starting a company. The purpose was to clearly describe the different steps of starting a company and the facts to consider. The research revealed entrepreneurs' thoughts and knowledge about entrepreneurship. The tips that entrepreneurs brought up also assist a new entrepreneur. The questions used in this research were linked with the theoretical part of this thesis.</p> <p>The theoretical part of this thesis first dealt with entrepreneurial features and what it is like to be an entrepreneur in Finland. The subjects covered were the number of entrepreneurs, different corporate forms and different ways to be an entrepreneur. After this the company idea and its forming into a business idea were discussed. The business idea was looked into more closely by analyzing its macro environment.</p> <p>Next, strategy as a concept and its importance in a company were discussed. A few classic strategic planning models were brought up and they were inspected more deeply. After this came funding and getting it. Practical actions of establishing a company were looked into by going through company forms and establishing company related notifications.</p> <p>The thesis empirical research was operated as a semi-structured interview. Interviewees were all entrepreneurs and there were four of them. Interviews were recorded and answers were analyzed based on the recordings. The questions were about entrepreneurship, establishing operations and future views.</p> <p>The research results were that entrepreneurs experienced entrepreneurship worthwhile and encouraged new entrepreneurs to try. Encouragement towards entrepreneurs was considered low in Finland.</p>		

<p><b>Key words</b> Company form, entrepreneur, entrepreneurship, financing, strategy</p>
---

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

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
<b>2 YRITYS JA YRITTÄJYYS</b> .....	<b>2</b>
2.1 Yrittäjän piirteet .....	2
2.2 Yrittäjyys Suomessa .....	3
<b>3 YRITYSIDEA JA LIIKEIDEA</b> .....	<b>5</b>
3.1 Yritysideasta liikeideaan .....	5
3.2 Liikeidean analysoiminen ja arviointi .....	6
<b>4 STRATEGIA</b> .....	<b>9</b>
<b>5 RAHOITUS</b> .....	<b>11</b>
<b>6 KÄYTÄNNÖN PERUSTAMISTOIMET</b> .....	<b>12</b>
6.1 Yritysmuodon valinta .....	12
6.1.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja .....	12
6.1.2 Avoin yhtiö .....	13
6.1.3 Kommandiittiyhtiö .....	14
6.1.4 Osakeyhtiö .....	14
6.1.5 Osuuskunta .....	15
6.2 Perustamiseen liittyvät ilmoitukset .....	16
<b>7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA KULKU</b> .....	<b>18</b>
7.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä .....	18
7.2 Tutkimuksen tavoite ja toteutus .....	19
7.3 Yritysten esittely .....	20
<b>8 TUTKIMUKSEN TULOKSET</b> .....	<b>21</b>
8.1 Mitä yrittäjän piirteitä näet itsessäsi? .....	21
8.2 Mitä yrittäjyys merkitsee sinulle? .....	22
8.3 Minkälaista yrittäminen on Suomessa? .....	23
8.4 Mistä liikeidea lähti liikkeelle? .....	24
8.5 Miten analysoit omia mahdollisuuksiasi markkinoilla? .....	24
8.6 Minkälaisia strategioita käytät menestyäksesi markkinoilla? .....	25
8.7 Oliko rahoituksen suunnittelu ja saaminen helppoa/hankalaa? .....	26
8.8 Millä perusteella valitsit yritysmuodon? .....	27
8.9 Millaiseksi koit ilmoitusten tekemisen viranomaisille? .....	28
8.10 Millaiset tulevaisuudennäkymät näet yrityksellesi? .....	28
8.11 Mitä ovat tulevaisuuden haasteet? .....	29
8.12 Mitä neuvoja antaisit uudelle yrittäjälle? .....	30
<b>9 POHDINTA</b> .....	<b>32</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>34</b>

## **LIITTEET**

### **KUVIOT**

KUVIO 1. Viiden voiman malli.....	7
KUVIO 2. Yritysmuodot.....	12

## 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan yrityksen perustamisen vaiheita. Tarkoituksena on ensin luoda selkeä teoriapohja yrityksen perustamiseen liittyvistä aihealueista. Tätä teoriaosuutta käytän apuna rakentaessani työn tutkimusosuutta. Idea opinnäytetyöhön lähti halusta tutustua syvemmin yrittäjien arkeen ja heidän kokemuksiinsa. Ajatuksen pohjalla oli myös mahdollisuus tuoda yrittäjien neuvoja uusien yrittäjien saataville.

Työ jakaantuu teoriaosuuteen ja tutkimusosuuteen. Teoriaosuus käy läpi tärkeimmät aiheet, mitä uuden yrittäjän tulee ottaa huomioon ideansa toteuttamisessa. Teoriassa käydään lyhyesti läpi yrittäjän kuvailu, jonka jälkeen siirrytään kuvailemaan yrittämistä Suomessa. Tarkempaa tarkastelu on yritysidean, liikeidean ja strategian osalta. Pyrin tuomaan esille näiden tärkeyden ja sen, kuinka yrittäjä voi hyväksikäyttää mainittuja malleja omiin tarkoituksiinsa. Myös yrittäjälle tärkeät rahoituksen lähteet ja käytännön perustamistoimet käydään läpi tässä työssä. Rahoituksen lähteet käsitellään yksitellen tuoden esille erilaisia mahdollisuuksia. Käytännön perustamistoimissa tarkastellaan yritysmuodon valintaa ja viranomaisille toimitettavia ilmoituksia. Apuna teoriaosuuden rakentamisessa olen käyttänyt alan kirjallisuutta ja internetlähteitä. Pyrin silti käyttämään mahdollisimman maanläheistä lähestymistapaa aiheeseen.

Tutkimusosuudessa on käytetty apuna teoriassa läpikäytyjä aiheita. Tutkimus rakentuu haastatteluista ja haastattelujen läpikäynneistä. Haastattelua varten loin 12 kysymystä, joihin haastateltavat saivat vastata vapaasti. Kysymykset käsittelevät yrityksen perustamista, tulevaisuuden näkymiä ja neuvoja uudelle yrittäjälle. Tässä tutkimuksessa oli mukana yhteensä neljä yrittäjää, jotka olivat olleet yrittäjinä puolesta vuodesta yli 30 vuoteen. Haastattelujen tarkoituksena oli tuoda esille yrittäjien henkilökohtaisia kokemuksia matkan varrelta ja antaa heille mahdollisuus tuoda esiin ajatuksia yrittämisestä. Keskeisimpinä kysymyksinä tässä opinnäytetyössä ovat yrittämisen kannattavuus, haasteet ja yrittäjän arki yrittäjien näkökulmasta.

## 2 YRITYS JA YRITTÄJYYS

Yrittäjyys on moniulotteinen ilmiö ja sitä voidaan tutkia eri näkökulmista. Seuraavat neljä näkökulmaa toimivat esimerkkeinä. Yksi näkökulma on yrittäjyyden yritystoimintana tai liiketoimintana tarkastelu, jolloin huomioidaan esimerkiksi liikeidea, innovatiivisuus, mahdollisuudet, tuotteiden kehittyminen, kansainvälistyminen ja kasvustrategia. Yksilön näkökulmasta tarkasteltaessa kiinnitetään huomio yrittäjän ominaisuuksiin, yrittäjyysasenteisiin, kehittymiseen ja yrittäjäksi alkamiseen. Kolmantena näkökulmana toimii yritystoiminnan muotojen ja organisoitapojen tarkastelu, jolloin huomioidaan esimerkiksi sosiaalinen yrittäjyys, yksinyrittäjyys ja sisäinen yrittäjyys. Toimintaympäristö näkökulmassa taas tarkastellaan yrittäjyyden vaikutusta yhteiskunnassa, sen vaihtelua alueittain ja verkostoitumista. (Viitala & Jylhä 2011, 36.)

Yrittäjyys on ammatinvalinnan lisäksi elämäntapa, joka vaikuttaa yrittäjän koko elämään. Ihmisten puheiden mukaan yrittäjyys on esimerkiksi jonkin tekemistä, itselle töiden etsimistä, palkan ansaitsemista omasta työstään, vastuunottamista omasta työstään, suunnittelua ja organisoitua, itsensä ohjaamista ja kovaa työn tekemistä. Yrittäjyys on siis oikean tilaisuuden näkemistä, oma-aloitteellisuutta, riskien ottamista, tietotaitoa, itsenäisyyttä ja periksi antamattomuutta. Kyrön [1997] mukaan yrittäjyys jaetaan kolmeen ulottuvuuteen: ulkoinen yrittäjyys, sisäinen yrittäjyys ja omaehtoinen yrittäjyys. Ulkoinen yrittäminen on oman yritystoiminnan johtamista. Sisäinen yrittäjyys on toisen palveluksessa tapahtuvaa yrittäjämäistä toimintaa, kun taas omaehtoinen yrittäjyys on käyttäytymistä yritteliäästi. Omaehtoisesta yrittäjyydestä käytetään myös nimeä yrittävyys. (Viitala & Jylhä 2011, 36–37.)

### 2.1 Yrittäjän piirteet

Yrittäminen vaatii yrittäjämäistä persoonallisuutta. Näitä ominaisuuksia ovat varmuus ja luottamus itseensä ja taitoihinsa, päätöksentekokyky, voima suorittamiseen, onnistumisen tarve, oma-aloitteisuus, itsenäinen toimiminen, epävarmuudessa elämisen sieto, riskien otto ja tavoitteellisuus. Vaikka ominaisuudet ovat kohdallaan, se ei ole taatua menestyksestä yrityselämässä. Yrittäjän täytyy löytää harmonia oman persoonansa ja yritysideaan väliltä. (Holopainen & Levonen 2001, 16–17.) Muita yrittäjämäisiä piirteitä ovat halu toteuttaa itseään, vapauden kaipuu ja vastuun ottaminen elämästään. Silti on mahdollista sanoa, millaiset piirteet luovat täydellisen yrittäjän. Kiltti yrittäjä on helposti hyväksikäytettävissä

ja hänelle irtisanominen voi olla mahdotonta. Hyvä asiakaspalvelijaluonne taas voi pärjätä hyvin kohteliaisuudellaan ja lupausten ja aikataulujen pitämisellä. (Vahtera 2011, 22–25.)

Joidenkin näkökulmien mukaan yrittäjäksi valikoidutaan. Tällöin synnynnäiset ominaisuudet, tilannetekijät ja opitut asiat vaikuttavat yrittäjyydessä kasvamiseen. Pienemmässä yrityksessä yritys personoituu yrittäjään. Yrittäjä tekee työtä omalla persoonallisuudellaan ja yrityksensä nimissä, jolloin ihmisten oikeanlainen kohtaaminen on tärkeää. Se, miten yrittäjä kohtaa asiakkaan, vaikuttaa menestykseen. Käytännössä yrittäjällä on kykyä hahmottaa kokonaisuuksia, nähdä markkinoiden tarpeet, johtaa, neuvotella, myydä ja halua kilpailuun. Kaikki nämä kyvyt ovat yrittäjän liikemiestaitoja. (Viitala & Jylhä 2011, 43–44.)

## 2.2 Yrittäjyys Suomessa

Vuonna 2016 kaupparekisteriin oli merkitty 2007 yritystä enemmän kuin vuonna 2015. Vuonna 2016 yrityksiä oli rekisteröity 30 765, kun taas edellisvuonna määrä oli 28 749 yritystä. Suosituin yritysmuoto on yksityinen elinkeinonharjoittaja, joita rekisteröitiin 14 527 kappaletta. Yritysten kasvu on sijoittunut suurimmaksi osaksi Uudellemaalle, jossa perustettiin jopa 12 334 yritystä. Se on noin 40 prosenttia kaikista Suomessa vuonna 2016 perustetuista yrityksistä. (Patentti- ja rekisterihallitus 2017.)

EU:ssa yli 99 prosenttia yrityksistä on pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Suomessa luku on hieman pienempi. Noin 40 prosenttia on työnantajayrityksiä, jotka työllistävät perheen ulkopuolelta vähintään yhden henkilön. (Viitala & Jylhä 2011, 13.) Vuonna 2013 98,9 prosenttia yrityksistä työllisti alle 50 työntekijää. Näistä on mikroyrityksiä 93,4 prosenttia, pienyrityksiä 5,5 prosenttia ja suuryrityksiä 0,2 prosenttia. Tyypillisiä mikroyrityksiä ovat muun muassa kotitalouspalvelut ja moottoriajoneuvoihin liittyvä toiminta. Teollisuudessa taas toimii esimerkiksi erilaisia metallia ja papereita valmistavia suuryrityksiä, joiden liikevaihto on suurempaa ja yrityksiä on markkinoilla huomattavasti vähemmän. (Viitala & Jylhä 2011, 14; Yrittäjät 2015.) Suomessa suuryritykset ovat usein perhe- ja sukuyhtiöitä, osuuskuntia, listayhtiöitä, muiden yritysten omistamia tai ulkomaalaisomisteisia. Suurimpia ja tunnetuimpia perheyrityksiä ovat esimerkiksi Kone, Ahlstrom ja Sanoma-WSOY. Suomen valtio on myös omistajana myös suuryrityksissä, kuten Finnair, Alko ja Fortum. (Kinkki & Isokangas 2002, 65.)



Suomessa yrittäminen on usein yksin yrittämistä. Yleensä yksinyrittäjäyys on toimintaa yrityksen alkutaipaleella, josta yritystä aletaan laajentaa. Silti monelle riittää yksinyrittäjäyys, ja kiinnostusta laajentamiseen ei ole erinäisistä syistä. Joillekin yksinyrittäminen riittää ja se kattaa elämisen kulut, kun taas toiselle yksinyrittäjäyys voi olla pakenemista palkkatyöstä. Suomessa toimii paljon perheyrittäjiä, jotka kattavat noin 80–85 prosenttia yrityksistä. Perheyrittäjällä tarkoitetaan esimerkiksi perheessä tai sukulaisien kesken tapahtuvaa yrittämistä. Tällaisessa yrityksessä voivat toimia keskenään vaikkapa serkkuset tai sisarukset. Perheyrittäjät ovat siis merkittävässä asemassa Suomen talouselämässä sekä työllistäjänä. (Viitala & Jylhä 2011, 19–20.)

Franchising-toiminnalla tarkoitetaan asiakas- tai ketjuyrittäjäyttä. Suomessa toimintaa on esimerkiksi henkilöstönvuokrausalalla, sijoituspalveluneuvonnassa sekä leipomoissa. Mahdollisesti Suomeen tuodaan myös koulutusketjuja ja asiantuntijapalveluketjuja. Franchising-toiminnan ideana on ostaa franchising-idea sen antajalta, ja näin yrittäjä saa käyttöönsä valmiin tuotteen tai palvelun. Positiivista tällaisessa yrittämisessä on sen pienempi riski, koska noin 95 prosenttia yrittäjistä toimii vielä viiden vuoden päästä. Kielteisempänä puolena pidetään taas pientä toimintavapautta ja suurta hintaa. (Viitala & Jylhä 2011, 22–23.) Suomalaisia franchising-yrityksiä ovat esimerkiksi R-kioski, Hesburger ja Kotipizza. Suomessa toimivia ulkomaalaisia franchising-yrityksiä taas ovat esimerkiksi Subway ja McDonald's. (Franchise News 2014.)

Muita yrittämisen mahdollisia erityismuotoja ovat esimerkiksi kulttuuriyrittäjäyys, suoramyynti ja verkostomarkkinointi ja uusosuuskuntatoiminta. Kulttuuriyrittäjäydessä on kyse oman ammattitaidon ja osaamisen käyttämisestä liiketoiminnassa. Kulttuuriyrittäjäyttä voi olla esimerkiksi käsi- ja taideteollisuus tai elämysmatkailu. Suoramyynti ja verkostomarkkinointi ovat saaneet myös jalansijaa Suomesta. Tunnetuin brändi Tupperware saapui USA:sta ja sillä on edelleen vahva asema. Mahdollisia toteutustapoja ovat muun muassa ovelta-ovelle myynti ja kotikutsut. Uusosuuskunnalla taas tarkoitetaan yhdessä yrittämistä. Yhdessä voivat yrittää esimerkiksi työttömät tai vaikka käsityöläiset. (Viitala & Jylhä 2011, 23–24.)

### 3 YRITYSIDEA JA LIIKEIDEA

#### 3.1 Yritysideasta liikeideaan

Yritysidea voi tulla etsinnän tuloksena tai muuten vain satunnaisena ideana. Useimmiten uusi idea on peräisin samalta toimialalta, jossa henkilö on aikaisemmin työskennellyt. Uudet keksinnöt ovat harvinaisempia, ja useimmiten vanhat keksinnöt saavat uusia ulottuvuuksia uuden yrittäjän myötä. Nämä uudet ideat pyrkivät parantamaan vanhaa, jo keksittyä keksintöä. Idean keksiminen ottaa aikaa ja sen eteen on valmistauduttava tekemään töitä. Mahdollisia idealähteitä voivat olla kirjallisuus ja lehdet omalta toimialalta. Messut, näyttelyt ja myös kilpailijoiden tuotteiden ja palveluiden tarkkailu voi auttaa kypsyttämään omaa ideaa pidemmälle. Joillekin taas patenttien ja keksintöjen selailu voi auttaa etenemisessä. (Holopainen & Levonen 2001, 20–21.)

Yrittäjä havaitsee markkinaraon, jota kukaan muu ei ole vielä osannut käyttää hyödykseen. Mahdollisesti jokin tuote tai palvelu on työstettävissä uudeksi ideaksi. Tämä tuo yrittäjälle mahdollisuuden tarjonnan erilaistamiseen eli toisin sanoen differoitumiseen. Erilaistaminen voi liittyä tuotteeseen, palveluun, ainutkertaiseen henkilökuntaan tai imagoon. Yritysideat jaetaan tuote-, palvelu-, markkina-, valmistus- ja taitoideoihin. (Viitala & Jylhä 2011, 46.) Reittejä yritysidean keksimiseen on monia, ja kun idea tuntuu lopulliselta, voidaan siirtyä yritysideasta liikeideaan suunnitteluun. Liikeidea on aluksi kuvitelma ja tulevaisuuden tavoite, jota kohti ideaa työstämällä pyritään. Tärkeintä tässä vaiheessa on, että yrittäjällä on näkemys, miten hän ansaitsee rahaa yrityksellään. (Holopainen & Levonen 2001, 20–21.)

Toiminta-ajatus ja liikeidea kulkevat rinnakkain. Toiminta-ajatus määrittää suuntaa ajatuksen tasolla ja kertoo syyn, miksi yritys on markkinoilla. Toiminta-ajatus vastaa kysymyksiin kenelle, mitä ja mihin tarpeeseen. On kuitenkin tärkeää, että toiminta-ajatus ei ole liian laaja tai päinvastoin liian tiivistetty. Tällaisessa tilanteessa yrityksen mahdollisuudet ja suunnittelu kärsivät. Liikeidea taas liittyy toiminta-ajatuksen siten, että se täsmentää toiminta-ajatuksen muuttamisen rahaksi ja varmistaa tulevaisuuden kannattavuuden. Liikeidea vastaa kysymykseen ”miten”. Liikeidea pitää sisällään suunnitelman markkinoista, tuotteista ja palveluista sekä organisaatiosta. Kaiken kaikkiaan liikeidea sisältää yrityksen vahvuuksia verrattaessa kilpailijoihin. Tällaisia vahvuuksia voivat olla esimerkiksi parempi alan osaaminen, jokin uniikki palvelu tai tavara, jonka vain tämä yritys omistaa. Liikeideakaan ei välttämättä kestä koko yrityksen elinaikaa. Liikeidea täytyy elää hetkessä ja muuttua maailman mukana. Ihmisten tarpeet on otettava huomioon ja se, miten nämä tarpeet tulevat tulevaisuudessa muuttumaan. Yrityksellä voi olla

myös monta liikeideaa samanaikaisesti ja nämä liikeideat ovat toistensa tukena ja apuna. Yrityksen ei pidä tyytyä yhteen ainoaan ideaan, vaan sen täytyy etsiä uusia ideoita korvaamaan vanhoja. (Holopainen & Levonen 2001, 21–23.)

### **3.2 Liikeidean analysoiminen ja arviointi**

Liikeidean eri osia on hyvä analysoida eri näkökulmista, jotta saadaan laajempi käsitys yrityksen mahdollisuuksista. Ympäristöä voidaan analysoida niin ulkoisesti kuin sisäisesti. Ulkoista makroympäristön analysointia voidaan tehdä esimerkiksi poliittisesta ympäristöstä, taloudellisesta ympäristöstä, sosiaalisesta ympäristöstä, teknologisesta ympäristöstä ja lainsäädännöllisestä ympäristöstä. (Hesso 2013, 35.)

Poliittisen ympäristön analysointi on poliittisten päätösten seuranta ja analysointia. Mahdollisuuksia uudelle yrittäjälle voi tuoda esimerkiksi yhteistyö julkisen sektorin kanssa. Vanhuspalvelulaki luo mahdollisuuksia kotihoidon alalle tai vaikka kotihoidontuen muutos voisi vaikuttaa lastenhoitopalveluiden suunnitelmiin suuresti. Taloudellinen ympäristö on jossain määrin linkittynyt poliittiseen ympäristöön. Taloudellisen ympäristön analysoinnissa on kyse tulevaisuuden maailmantilojen ennustamisesta, ja siitä miten ne tulevat mahdollisesti vaikuttamaan omaan yritykseen. Maailmantaloudella on yhteys kotimaan markkinatilaan ja vaikutukset voivat olla yllättävän radikaaleja. Esimerkiksi yhteen sektoriin, vaikka autokauppaan, keskittynyt yritys voi kokea maailmantalouden muutokset voimakkaasti liiketoiminnassaan. (Hesso 2013, 36–38.)

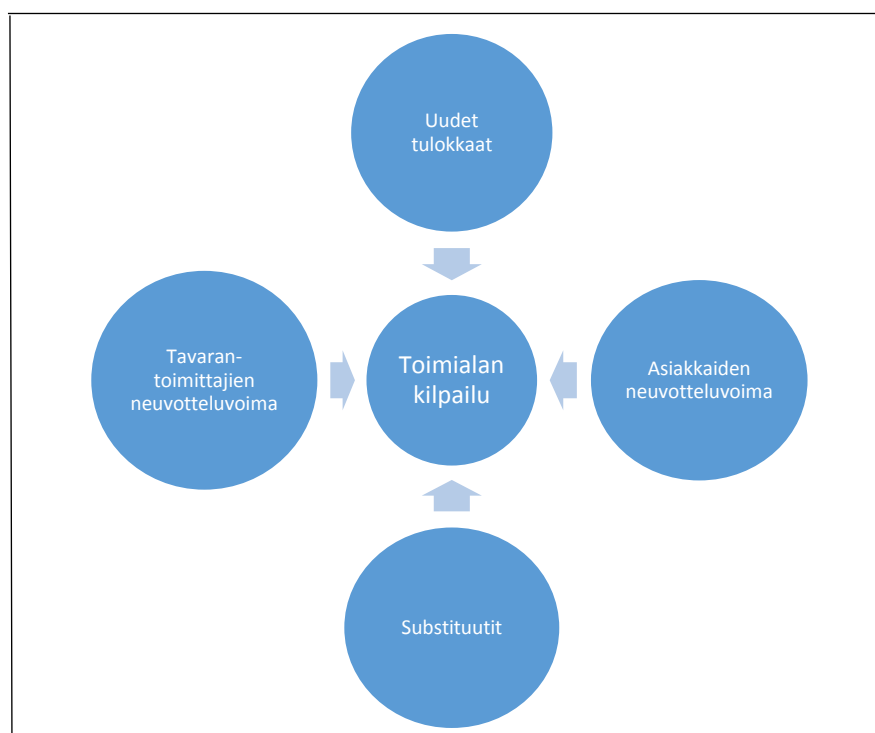
Sosiaalinen ympäristö on jatkuvassa muutoksessa. Kun yrityksellä on käsitys sosiaalisesta ympäristöstä, sen on helpompi ymmärtää kohderyhmänsä tarpeita ja sitä, minkä perusteella nämä muodostuvat. Analysoimalla kaupungin asuinalueiden sosiaalista rakennetta voidaan saada selville koulutustaso, kotitalouksien koko tai vaikka keski-ikä. Näistä tiedoista voidaan jo vetää monia johtopäätöksiä. Esimerkiksi jos alueella asuu paljon eläkeikäisiä, voidaan olettaa heidän olevan otollinen kohderyhmä fysioterapiaan. Y-sukupolven katsotaan olevan liberaalimpi kuin edeltävä sukupolvi. Heille saattaa olla paljon tärkeämpää yrityksen ekologisuus ja se, toteuttaako yritys omaa arvomaailmaansa luvatusi. Yrityksen välinpitämättömyys saattaa myös päätyä helposti sosiaaliseen mediaan Y-sukupolven edustajan toimesta. (Hesso 2013, 39–42.)

Teknologisen ympäristön analysoiminen on tärkeää, koska matkapuhelimet, tabletit ja muut tekniset laitteet ovat lähes jokaisen ulottuvilla. Teknologisista ilmiöistä on hyvä pysyä ajan tasalla, koska niitä

voidaan käyttää hyödyksi oman strategian luomisessa. Teknologiaa on jo hyödynnetty esimerkiksi terveydenhoitoalalla sykkeen seuraamiseen ja hätänappeihin. Y-sukupolvi on otollinen kohderyhmä mobiilisovelluksien käyttäjiksi. He käyttävät palveluita yhä enemmän mobiiliapplikaatioiden kautta ja jakavat esimerkiksi urheilusuorituksiaan netissä muiden nähtäville. (Hesso 2013, 43–44.)

Lainsäädännöllinen ympäristö voi tuoda mahdollisuuksia yrittämiseen ja jopa vauhdittaa yrityksen alkuun. Esimerkiksi verovähennyksedut vaikuttivat kotipalveluyritysten kasvuun, ja sosiaali- ja terveysalan palveluista ei välttämättä tarvitse maksaa ollenkaan arvonlisäveroä. Tällaiset lainmuutokset antavat vauhtia aloittamiseen, mutta on muistettava mahdolliset tulevaisuuden muutokset. Kun yritystä alkaa perustamaan, on syytä tarkistaa luvanvaraisuus ja lakisidonnaisuudet. (Hesso 2013, 45–46.)

Yrittäjälle on erityisen tärkeää tuntea kilpailijansa. Kilpailun muodot voivat vaihtua tiheään, ja siksi tulevaa on entistä vaikeampi ennustaa. Porterin (1985) viiden voiman työkalun avulla yrittäjä voi tarkastella oman toimialansa kilpailudynamiikkaa. Tällä mallilla voidaan hahmottaa pääpiirteittäin strategisen bisnesalueen kilpailutilanne, jonka jälkeen voidaan helpommin analysoida yksittäisiä kilpailijoita. (Hesso 2013, 46–47.)



KUVIO 1. Viiden voiman malli. (Mukaiillen Hesso 2013, 48)

Porterin (1985) viiden voiman malli koostuu uusista tulokkaista, asiakkaiden neuvotteluvoimasta, substituuteista, tavarantoimittajien neuvotteluvoimasta ja toimialan kilpailusta. Uudet tulokkaat tarkoittavat tässä tapauksessa uusia yrittäjiä toimialalla, joiden kanssa yrittäjä kilpailee. Asiakkaiden neuvotteluvoima kuvaa asiakkaiden mahdollisuutta vertailla tuotteita, neuvottelumahdollisuuksia ja valtaa. Substituitit kuvaavat korvaavia tuotteita, jotka yrittäjä voi kokea uhaksi. Tavarantoimittajien neuvotteluvoimalla tarkoitetaan toimittajien vaikutusvaltaa. Näillä viidellä kilpailutekijällä voidaan määritellä kannattavuus, koska ne vaikuttavat hintoihin, kustannuksiin ja investointeihin. (Porter 1985, 18–19.)

Kun siirrytään analysoimaan yksittäisiä kilpailijoita tarkemmin, niitä tarkastellaan Pirttilän [2000] mukaan miettimällä, mihin kilpailija kykenee, miten se toimii, missä se vaikuttaa ja mihin se pyrkii. Analyysiprosessi alkaa määrittelemällä, miksi tarvitsemme tätä tietoa. Kun tiedontarve on määritelty, voidaan siirtyä hankkimaan itse tietoa. Tiedon joukosta poimitaan oleelliset asiat, joiden pohjalta rakennetaan analyysi. Analyysin tulokseksi seurauksena tietoa voidaan alkaa jakaa. (Hesso 2013, 48–49.)

Kun makroympäristö ja kilpailutilanne on analysoitu, siirrytään asiakasanalyysin pariin. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa yrittäjä kuvaa asiakkaan hyödyn ostaessaan tai valitessaan yrityksen palvelun. Kuvaamiseen voidaan käyttää laskelmia, kuvioita ja sanallista kertomista. Tässä selvityksessä olisi myös tuotava esille, miten yrittäjä toteuttaa palvelut ja valmistuksen sekä rahoittaa ne niin, että saa niistä voittoa. Asiakasanalyysissä käsitellään toimialan todellisen ja potentiaalisen kysynnän analysointia, kertaostomäärien analysointia sekä ostokäyttäytymisen analysointia. (Hesso 2013, 49–50.)

Sisäinen ympäristö tarkoittaa itse yritystä. Sisäiseen ympäristöön voivat kuulua esimerkiksi ihmiset, järjestelmät ja fyysiset resurssit. Kun sisäistä ympäristöä analysoidaan, tarkoituksena on ymmärtää rakennetta. Analysointi tuo yritykselle tietoa, mihin kannattaa panostaa kilpailuedun näkökulmasta. Sisäisen ympäristön analyysi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: organisaation kokonaistehokkuutta mittaaviin analyysihin, toiminto- ja prosessikohtaisiin analyysihin ja taloudellisiin analyysihin. (Hesso 2013, 55–56.) Onnistuneet analyysit mahdollistavat lisäarvon tuottamisen asiakkaille (Hesso 2013, 68).

## 4 STRATEGIA

Strategia tarkoittaa periaatteita, joita yritys käyttää menestymiseen asiakasmarkkinoilla ja kilpailussa. Strategiatyöhön sisältyy strategian määrittely ja myös sen toteuttaminen. Strategisia päätöksiä voivat olla esimerkiksi investoinnit, tuotekehitys ja verkostot. Strategiaa on määritelty eri tavoin, ja muun muassa sen on sanottu olevan yrityksen suunta tai keinovalikoima. Strategiassa voidaan käyttää monenlaisia käsitteitä ja yleisimpiä ovat arvot, missio, visio, strateginen asemointi, päämäärät ja tavoitteet. Arvot kertovat, mikä on yritykselle tärkeää. Missio tai toiminta-ajatus kertoo, miksi yritys on olemassa, kun taas visio on tulevaisuuden näkymä. Päämäärät saavutetaan tavoitteiden kautta ja yhteen päämäärään voi sisältyä useita tavoitteita. Strateginen asemointi taas liittyy yrityksen asemaan markkinoilla. (Viitala & Jylhä 2011, 69–70.) Strategiassa siis käytetään hyväksi liiketoimintasuunnitelman analyysejä, joiden avulla pyritään löytämään kilpailuetu. Strategia toimii kilpailuetujen yhdistäjänä, jonka avulla suunnataan kohti visiota. (Hesso 2013, 76.)

Strategiassa on kolme tasoa: yritysstrategia, liiketoimintastrategia ja operatiivinen strategia. Yritysstrategia määrittelee ne liiketoiminnat, joissa yritys haluaa olla osallisena. Liiketoiminta-alueita myös karjetaan tarvittaessa. Liiketoimintastrategiassa on kyse kilpailusta, kilpailuedun rakentamisesta ja kilpailukyvyyn varmistamisesta. Kilpailuedulla tarkoitetaan paremmuutta verrattaessa kilpailijoihin. Operatiivisia strategioita ovat taas muun muassa markkinointistrategia ja asiakaspalvelustrategia. Nämä strategiat luodaan, jotta kilpailustrategiat saadaan toteutetuksi. Kun yrityksen strategioita tarkastellaan, niitä katsotaan kahdesta näkökulmasta. Teknis-rationalistinen näkemys tutkii aluksi markkinoita pyrkien löytämään mahdollisuuksia. Kun oikea optimaalinen mahdollisuus on löydetty, organisaatio rakennetaan uuden strategian ympärille. Resurssiperustainen strategia puolestaan nojautuu yrityksen resursseihin ja niiden pohjalta rakennettuun strategiaan. Yleensä yrityksen strategia löytyy näiden kahden väliltä. (Viitala & Jylhä 2011, 71–72.)

Arvoketju on kuvaus siitä, miten yrityksen tarjonta koetaan arvoksi ja hyödyksi. Asiakkaat arvostavat erilaisia asioita ja siksi Treacy ja Wierseman [1995] ovat jakaneet asiakkaat kolmeen ryhmään. Ensimmäiselle ryhmälle tärkeintä on tekninen paremmuus, toiselle ryhmälle luotettavuus ja kolmannelle yksilöllisten tarpeiden täyttäminen. Yritys pyrkii siis noudattamaan strategiaansa ja olemaan arvoperiaatteen paras tarjoaja asiakkaalle. (Viitala & Jylhä 2011, 73–74.)

Kilpailustrategiassa vallitsevat edelleen voimakkaana Porterin (1985) perusstrategiat: kustannustehokkuus, differointi ja fokusointi. Kustannustehokkuusstrategiassa yritys pyrkii alhaisempiin kustannuksiin kuin muut. Tällainen yritys haluaa saavuttaa suuren toimintakentän ja tuotteita toimitetaan laajoille asiakasryhmille. Kustannukset saadaan alas, kun markkinat ovat suuremmat. Suuret markkinat johtavat suurempaan valmistukseen, joka puolestaan mahdollistaa yksikkökustannuksien laskemisen. Kustannukset myös vähenevät, kun opitaan tehokkaampia tapoja. Hinta on yksi kilpailukeino, kun hallussa on suurempi markkinaosuus. (Viitala & Jylhä 2011, 75; Porter 1985, 26.)

Differoinnissa keskeisessä osassa ovat asiakkaan yksilölliset tarpeet ja laatu. Yleensä tällaisen tuotteen tai palvelun hinta on korkea. Yrityksellä ei yleensä ole kilpailukykyä massamarkkinoilla ja siksi se pyrkii ainutlaatuisuuteen. Yrityksen menestyksen ratkaisevin tekijä on kuitenkin arvo, jonka asiakas kokee. Fokusoinnissa yritys on keskittynyt johonkin tiettyyn osaan markkinoita. Tällainen yritys, joka esimerkiksi mittaa paperikoneita, pyrkii hallitsemaan parhaiten juuri tämän markkinoiden osan. (Viitala & Jylhä 2011, 75–76; Porter 1985, 28–29.)

Sinisen meren strategiassa yrittäjä etsii uuden markkinaraon, jossa ei ole vielä ollenkaan tai on vähän kilpailua. Kun tällaisella alueella ei ole vielä kilpailua, yrittäjän ei tarvitse keskittyä kilpailijoiden peittoamiseen. Tämä tarkoittaa yrittäjälle täyttä kontrollia uudesta markkinaraosta. Sinisen meren strategiassa yrittäjän ei tarvitse siis valita arvoa tai kustannusta, vaan differointi ja pienet kustannukset ovat molemmat mahdollisia. (Chan Kim & Mauborgne 2005, 39.) Sinisen meren strategian laatimisessa täytyy ottaa huomioon, tuoko idea poikkeuksellista hyötyä, onko hinta sopiva, onko voitto mahdollinen ja onko liikeidean edessä esteitä. (Chan Kim & Mauborgne 2005, 145.)

## 5 RAHOITUS

Kun rahoitusta suunnitellaan, täytyy yrittäjän ottaa huomioon muutama seikka ennen lopullista päätöstä. Yrityksen rahan tarve on arvioitava niin tarkkaan kuin mahdollista, ja kustannustason nousu on myös huomioitava. Yrittäjän täytyy ajatella realistisesti, kuinka paljon hän on valmis sijoittamaan rahaa omaan yritykseensä. Avustusrahoitus on myös mahdollinen, joten kannattaa ottaa selville, mitä ja mistä yrittäjän on mahdollista saada. Myöskään ensimmäistä rahoitustarjousta ei kannata hyväksyä. Pankeilla, vakuutusyhtiöillä ja rahoitusyhtiöillä voi olla erilaiset hintatasot, joita vertailemalla yrittäjä löytää edullisimman vaihtoehdon. Useamman rahoittajan käyttö voi olla yrittäjälle eduksi, ja eri rahoitusmuodot vähentävät riskejä. On silti tärkeää pitää päärahoittaja ajan tasalla ja tarpeen tullen olla yhteydessä häneen tarpeeksi ajoissa. Samalla tavalla kuin rahoitusta suunnitellaan, on suunniteltava myös vakuuksia. Ihanteellista olisi pitää yksityisomaisuutta koskevat vakuudet erillään yritystoiminnasta. (Holopainen & Levonen 2001, 109–110.)

Oma pääoma luo uskottavuutta, kun hankkeelle etsitään rahoittajaa. Yrittäjän oma sijoitus tuo rahoittajalle varmuutta siitä, että yrittäjä on tosissaan ja on toisaalta tiedostanut riskit. (Holopainen & Levonen 2001, 110.) Oman sijoituksen on oltava yleensä vähintään 20 prosenttia koko tarpeesta. (Holopainen 2016, 182). Jos yrityksessä on muita osakkaita, heiltä voidaan myös vaatia sijoitusta. Tässä tapauksessa on otettava huomioon määräysvallan pitäminen, kun omistajia on enemmän. Yritykset voivat myös saada tukia investointeihin ja kehittämishankkeisiin. Investointeja voi saada esimerkiksi kunnalta rakentamiseen tai vaikka jonkin verran starttirahaa, vaikka TE-toimistolta. Pääomasijoittaminen on myös yksi mahdollisuus. (Holopainen & Levonen 2001, 110–111.)

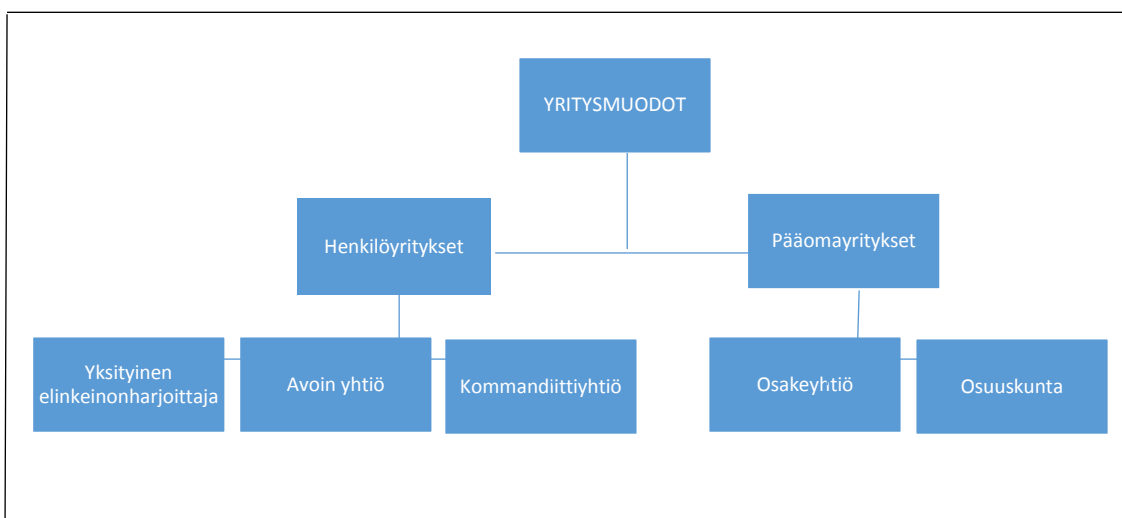
Vieraan pääoman lähteitä voivat olla pankkilaina, vakuutusyhtiön sijoitusluotot, Finnvera ja rahoitusyhtiöt. Yleisin on pankkilaina. Pankkilainaan vaaditaan turvaava takaus. Vakuutusyhtiöiden sijoitusluotot myönnetään käyttöpääomarahoitukseen ja investointien rahoitukseen. (Holopainen 2016, 182; Holopainen & Levonen 2001, 114–118.) Finnvera puolestaan tarjoaa yritykselle rahoitusta yritystoiminnan alkuun, kasvuvaiheeseen, kansainvälistymiseen ja viennin riskeiltä turvaamiseen (Finnvera). Rahoitusyhtiö voi olla toinen mahdollisuus, jos yrittäjä ei halua ottaa pankkilainaa (Holopainen & Levonen 2001, 114). Muita mahdollisia rahoituksen lähteitä voivat olla bisnesenkeliin sijoitukset ja joukkorahoitukset (Holopainen 2016, 212.)



## 6 KÄYTÄNNÖN PERUSTAMISTOIMET

### 6.1 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodon valintaan liittyy useita tekijöitä, joihin voivat liittyä perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuu, toiminnan joustavuus, laajenemismahdollisuudet, sukupolvenvaihdos, voitonjako ja verotus. (Holopainen 2016, 21–23; Kinkki & Isokangas 2002, 180–181.) Yritykset jaetaan myös henkilöyrittäjiin ja pääomayrittäjiin riippuen yrityksen muodosta (KUVIO 2).



KUVIO 2. Yritysmuodot. (mukailleen Kinkki & Isokangas 2002, 181)

Henkilöyrittäjiä ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja, kommandiittiyhtiö ja avoin yhtiö. Pääomayrittäjiä taas ovat osakeyhtiöt ja osuuskunnat. (Kinkki & Isokangas 2002, 181.)

#### 6.1.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja

Yksityisestä elinkeinonharjoittajasta käytetään myös nimityksiä toiminimi ja yksityisyrittäjä. (Suojanen, Ojajarvi, Savolainen, Vainio & Vanhanen 2010, 458). Yksityisyrittäjän pystyy perustamaan Euroopan talousalueella pysyvän asuinpaikan omaava luonnollinen henkilö. Muissa tapauksissa tarvitaan lupa Patentti- ja rekisterihallitukselta. (Holopainen 2016, 25.) Yrityksen perustajana on yksi luonnollinen henkilö, joka samaistuu yritykseen. Yritys ja omistaja ovat siis yksi ja sama henkilö. Näin ollen omistajalla

on vastuu yrityksensä veloista koko omaisuudellaan. Vaikka yritys on samaistunut oikeudellisesti omistajaansa, kirjanpito täytyy pitää erillään omistajan muista tuloista ja menoista. Yrityksen perustamisvaiheessa omistaja voi halutessaan sijoittaa yritykseensä rahaa, omaisuutta tai vain työpanoksensa. Omistajalla on myös oikeus ottaa yksityiskäyttöön yrityksen omaisuutta. Yksityinen elinkeinonharjoittaja ei ole tilintarkastusvelvollinen. Yksityisyrittystä verotetaan omistajan tuloista. Näihin tuloihin lasketaan niin yrityksen tulot kuin omistajan muut tulot. (Suojanen ym. 2010, 458–460.)

Perustamisvaiheessa erillistä perustamisasiakirjaa ei tehdä, vaan kaupparekisteriin tehdyt ilmoitukset riittävät. Päätöksenteossa ja edustamisessa omistajalla on täysi oikeus. (Suojanen ym. 2010, 458–459.) On silti mahdollisuus prokuraan, joka valtuuttaa yrittäjän valitseman henkilön edustamaan yritystä. Prokura merkitään kaupparekisteriin perustamisilmoituksessa tai muutosilmoituksessa. Prokuristeja voi olla yksi tai useampi. Prokura on täysin henkilökohtainen ja sen vastuuta ei voi siirtää toiselle. Prokuristi ei pysty luovuttamaan omaisuutta, tontinvuokraoikeutta tai hakea kiinnitystä. Päämies pystyy halutessaan tekemään erityisen valtuutuksen. (Holopainen 2016, 25.)

Yksityiset elinkeinonharjoittajat jaetaan ammatinharjoittajiin ja liikkeenharjoittajiin. Ero näiden välillä on se, että liikkeenharjoittajalla on todennäköisemmin ulkopuolista työvoimaa ja enemmän pääomaa. Vaikka elinkeinonharjoittaja toimisi yksin, voidaan hänet luokitella liikkeenharjoittajaksi, jos hänellä on kiinteä ostopaikka tai myyntipaikka. (Holopainen 2016, 40.)

### **6.1.2 Avoin yhtiö**

Avoimesta yhtiöstä käytetään myös nimeä henkilöyhtiö. Omistajia yhtiössä täytyy olla vähintään kaksi ja omistajina voi myös olla oikeushenkilöitä. Silti on yleistä, että omistajat ovat luonnollisia henkilöitä. Itse yhtiö on oikeushenkilö. (Suojanen ym. 2010, 461–462.) Samalla periaatteella kuin yksityisen elinkeinonharjoittajankin tapauksessa, vähintään yhdellä yhtiömiehellä on oltava pysyvä asuinpaikka Euroopan talousalueella. Muissa tapauksissa perustamislupaa voi hakea Patentti- ja rekisterihallitukselta. (Holopainen 2016, 26.) Perustettaessa avointa yhtiötä se on tehtävä kirjallisella yhtiösopimuksella. Yhtiösopimuksen sisällössä voidaan esimerkiksi mainita toiminimi, yhtiömiehet, toimiala, yhtiöpanokset, työnjako, edustus, voitonjako, tilikausi ja tilintarkastajat. (Suojanen ym. 2010, 462–464.) Sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen yhtiöllä on kolme kuukautta aikaa rekisteröityä (Holopainen 2016, 41). Yhtiötä perustettaessa rahapanosta ei tarvitse olla, pelkällä työpanoksella pärjätään. Avoimessa yhtiössä ei ole pakko olla toimielimiä. (Holopainen 2016, 26.)

Kun kyseessä on velat, yhtiömiehet vastaavat niistä solidaarisesti. Velkoja voi tässä tapauksessa vaatia yhtiötä, ja niin ollen myös yksittäistä yhtiömiestä, vastaamaan velasta. (Suojanen ym. 2010, 464.) Yhtiön edustaminen on jokaisen yhtiömiehen oikeus, ellei siitä erikseen toisin sovita. Siksi myös prokura on yhtiömiesten yhteinen päätös. (Holopainen 2016, 27.) Huomattava on silti yksittäisen yhtiömiehen oikeus ottaa rahaa yhtiöstä yksityisottona. Jos halutaan välttyä yllättäviltä yksityisotoilta, kannattaa siitä sopia erikseen muiden kanssa. Sama pätee myös palkanmaksussa. (Suojanen ym. 2010, 466.)

Tilintarkastajan valinta ei ole pakollinen avoimessa yhtiössä, jos taseen loppusumma on pienempi kuin 100 000 euroa, liikevaihto tai vastaava tuotto vähemmän kuin 200 000 euroa, tai yhtiön palveluksessa on keskimäärin alle kolme henkilöä. Jos tilintarkastaja valitaan, se on yhtiömiesten yhteinen päätös. (Holopainen 2016, 26; Suojanen ym. 2010, 466.) Kun kyseessä on yhtiön verotus, avointa yhtiötä kutsutaan elinkeinoyhtymäksi. Yhtiön verotus tapahtuu samalla periaatteella kuin yksityisellä elinkeinonharjoittajalla. (Suojanen ym. 2010, 467.)

### **6.1.3 Kommandiittiyhtiö**

Kommandiittiyhtiössä täytyy olla ainakin yksi vastuunalainen yhtiömies ja ainakin yksi äänetön yhtiömies. Äänetöntä yhtiömiestä kutsutaan myös nimellä kommanditääri. Äänetön yhtiömies sijoittaa yhtiöön pääomapanoksen, jonka pohjalta hän saa korvausta. Äänetön yhtiömies ei voi osallistua päätöksentekoon, hänellä ei ole vastuuta yhtiön veloista eikä hän voi edustaa yhtiötä. On kuitenkin mahdollista, että äänetön yhtiömies valitaan toimitusjohtajaksi tai hänelle annetaan prokura. Muuten kommandiittiyhtiö toimii melko lailla samalla tavalla kuin avoin yhtiö. Verotus ja tilintarkastus tapahtuvat samalla periaatteella kuin avoimessa yhtiössä. (Suojanen ym. 2010, 469–470.) Erona on se, ettei äänettömän yhtiömiehen asuin- ja kotipaikan tarvitse olla Euroopan talousalueella (Holopainen 2016, 28).

### **6.1.4 Osakeyhtiö**

Osakeyhtiö on pääomayhtiö. Osakeyhtiö voi olla yksityinen osakeyhtiö tai julkinen osakeyhtiö. Yksityisen ja julkisen osakeyhtiön erottaa niiden osakepääoma ja osakkeiden myynti. Yksityisen osakeyhtiön

pääoma on vähintään 2 500 euroa, kun taas julkisen osakeyhtiön vähintään 80 000 euroa. Toinen eroavaisuus on osakkeiden myynnissä. Yksityinen osakeyhtiö ei saa myydä osakkeitaan julkisesti ja julkinen osakeyhtiö taas saa. Tämä tarkoittaa sitä, että vain julkinen osakeyhtiö voi olla pörssi-yhtiö. Myös yksityisen ja julkisen osakeyhtiön nimissä on pieni ero, joka auttaa erottamaan yritykset toisistaan. Yksityisen yhtiön toiminimessä on mainittava osakeyhtiö tai oy. Julkisen osakeyhtiön toiminimessä taas on samalla periaatteella mainittava julkinen osakeyhtiö tai oyj. Jos yhtiöllä on omistuksessaan jonkun toisen osakeyhtiön osakkeita ja äänimäärä tässä osakeyhtiössä ylittää puolet, yhtiötä kutsutaan emoyhtiöksi ja omistettua yhtiötä tytäryhtiöksi. Yhdessä näitä kahta kutsutaan konserniksi. (Suojanen ym. 2010, 470–471.)

Osakeyhtiön perustamiseen tarvitaan yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. ETA-alueen ulkopuolelta oleva henkilö voi myös toimia ainoana perustajaosakkaana. (Holopainen 2016, 30.) Osakeyhtiön oikeudellisiin perustamistoimiin kuuluvat seuraavat kohdat: toiminimi, toiminimen erottavuus, perustamissopimus, yhtiöjärjestys, asiakassopimukset, perustamisilmoitus, lupahakemus tai ilmoitus ohjesääntöisestä elinkeinosta, osakekirjojen tai muun todistuksen anto, osakerekisteri, vakuutukset ja muut säännökset. (Suojanen ym. 2010, 472–473.) Osakeyhtiön on kolmen kuukauden kuluessa perustamissopimuksen allekirjoittamisesta ilmoitettava rekisteröitäväksi (Holopainen 2016, 70).

Osakeyhtiössä ei ole muita pakollisia toimielimiä kuin hallitus. Varsinaisia jäseniä hallituksessa täytyy olla yhdestä viiteen. Yhtiöjärjestyksessä tästä voidaan määrätä toisin. Varajäsentä tarvitaan, jos hallituksessa on alle kolme varsinaista jäsentä. Mahdollisen toimitusjohtajan valitseminen on hallituksen tehtävä. Hallintoneuvosto ei ole pakollinen, mutta siitä voidaan määrätä yhtiöjärjestyksessä. Yhtiökokouksessa päätöksistä äänestetään ja osakkaalla on niin paljon ääniä kuin hän omistaa osakkeita. Hallitus on yhtiön edustaja. Hallitus voi myös ohjeistaa toimitusjohtajan edustamaan yhtiötä juoksevilla asioilla. Prokuristin valitsee hallitus. (Holopainen 2016, 30–31.) Pienten osakeyhtiöiden ei tarvitse valita tilintarkastajaa, mutta halutessaan ne voivat sen tehdä (Suojanen ym. 2010, 505).

### **6.1.5 Osuuskunta**

Osuuskunnan ideana on saada jäseniä, jotka maksavat osuusmaksun kerryttäen osuuspääomaa (Suojanen ym. 2010, 532). Osuuskunnan perustajana voi olla yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushen-

kilö. Osuuskunnan perustajan asuinpaikalla tai kansalaisuudella ei ole vaikutusta perustamiseen. Perustajan on kuitenkin itse oltava osuuskunnan jäsenenä. Pääomalle ei ole asetettu minkäänlaista rajaa. Perustaminen etenee sääntöjen laatimisella, perustamissopimuksen tekemisellä, rekisteröinnillä ja osuuden merkintähinnan maksamisella. Osuuskunnalla on kolme kuukautta aikaa perustamissopimuksen allekirjoittamisen jälkeen ilmoittautua rekisteröitäväksi. (Holopainen 2016, 34–37.)

Osuuskunnalla on pakko olla hallitus. Osakeyhtiön tavoin osuuskunnan hallituksessa täytyy olla yhdestä viiteen jäsentä ja varajäsen, jos jäseniä on alle kolme. Hallintoneuvosto ei ole pakollinen, ellei niin säännöissä ole määrätty. Myöskään toimitusjohtaja ei ole pakollinen. Mahdollisen toimitusjohtajan valitsee hallitus. Tilintarkastajan valinta ei ole pakollista, elleivät tilintarkastuslaki tai säännöt toisin määrää. Samalla periaatteella tilintarkastajaa ei tarvitse valita, jos päättäneellä tai edeltäneellä tilikaudella taseen loppusumma on alle 100 000 euroa, liikevoitto on alle 200 000 euroa tai palveluksessa vähemmän kuin kolme henkilöä. Edustaminen voi tapahtua hallituksen, toimitusjohtajan tai prokuristin toimesta. (Holopainen 2016, 35–39.)

## 6.2 Perustamiseen liittyvät ilmoitukset

Kaupparekisteriin on aina ilmoitettava osakeyhtiön, kommandiittiyhtiön, osuuskunnan tai avoimen yhtiön perustamisesta. Yksityisen elinkeinonharjoittajan on suurimmissa osissa tapauksista ilmoitauduttava myös kaupparekisteriin. Perustamisilmoitusta tehdessä on kolme lomaketta Y1, Y2 ja Y3. Y1 on tarkoitettu osakeyhtiöille ja osuuskunnille, Y2 avoimille yhtiöille ja kommandiittiyhtiöille ja Y3 yksityisille elinkeinonharjoittajille. Kun perustamisilmoitus on rekisteröity, uusi yritys saa käyttöönsä Y-tunnuksen. Y-tunnuksen myöntää joko Verohallinto tai Patentti- ja rekisterihallitus. (Patentti- ja rekisterihallitus 2016.)

Perustamisilmoitus tehdään myös Verohallinnolle. Perustamisilmoituksella yritys ilmoittautuu ennakkoperintärekisteriin, arvonlisäverovelvollisen rekisteriin sekä työnantajarekisteriin. Ennakkoperintärekisteriin kuulumisen ei ole pakollista, mutta siihen kuulumisen vaikuttaa verojen ennakkoperintään. Arvonlisäverovelvollisenrekisteriin taas täytyy ilmoittautua, jos yrittäjällä on arvonlisäverollista toimintaa. Ilmoittautua ei tarvitse, jos tilikauden liikevaihto ei ylitä 10 000 euroa. Työnantajarekisteriin ilmoittautuu työnantaja, joka maksaa säännöllisesti palkkaa. (Verohallinto 2016.)

Joitakin elinkeinoja on rajoitettu ja niiden harjoittamiseen on haettava elinkeinolupaa. Pääsääntöisesti elinkeinolupaa täytyy hakea ennen toiminnan aloittamista ja siitä on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Yleensä luvan myöntää aluehallintovirasto. Aluehallintovirasto myöntää luvat muun muassa alkoholi-juomien anniskeluun ja vähittäismyyntiin. Jos yrittäjä toimii useamman aluehallintoviraston alueella, Valvira myöntää toimintaan luvan. Etelä-Suomen aluehallintovirasto myöntää luvat perintätoimen harjoittamiseen, ELY-keskus myöntää taksiluvat ja Trafi myöntää luvat muun muassa autokouluille ja lentotoimintaan. (Holopainen 2016, 83.) Muita huomioon otettavia seikkoja ovat rakennustyön ennakkoilmoitus, liikehuoneiston vuokrasopimus ja ulkomaalaisluvut (Holopainen 2016, 93–97).

## 7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA KULKU

### 7.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella pyritään vastamaan kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää tutkimuksen kohdetta entistä paremmin. Laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä kuten ryhmäkeskusteluja, syvähaastatteluja, havainnointia, online yhteisöjä, etnografisia menetelmiä sekä kohderyhmän itse tuottamaa aineistoa. (Inspirans 2017.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen voidaan ajatella olevan yksinkertaisesti aineiston muodon kuvausta. Haastattelua voidaan silti käyttää niin laadullisesti kuin määrällisestikin. Haastattelusta saatuja tuloksia voidaan myös samalla periaatteella analysoida kvalitatiivisesti sekä kvantitatiivisesti. Laadullisen tutkimuksen tunnuspiirteinä voidaan esimerkiksi pitää:

- aineistonkeruumenetelmää
- otanta on harkinnanvarainen tai teoreettinen
- tutkittavien näkökulmasta,
- aineiston laadullis-induktiivinen analyysi
- hypoteesittomuus
- tulosten esitystyyli
- tutkijan oma asema ja narratiivisuus.

Harkinnanvaraisella otannalla tarkoitetaan tarkasti valikoituja tutkittavia. Laadullis-induktiivisyydellä taas tarkoitetaan teorian luomista aineistosta käsin. (Eskola & Suoranta 1998, 13–15.)

Aineistolla laadullisessa tutkimuksessa tarkoitetaan yksinkertaisimmillaan aineistoa, joka on tekstiä. Aineisto voi muodostua tutkijasta riippumatta tai riippuen. Tällaista aineistoa voivat olla esimerkiksi haastattelut, havainnoinnit tai vaikka päiväkirjat. Materiaalia voi tuottaa kirjallisesti, kuvin tai äänin. Suuressa osassa tutkimuksia tutkija itse osallistuu tutkimukseen, vaikka se ei ole edellytys. Kenttätyössä yleensä pyritään pääsemään lähelle tutkimuksen kohdetta, mutta silti tutkittava kohde pyritään säilyttämään sellaisenaan. Tällaisessa tapauksessa pyritään tavoittamaan tutkittavan näkökulma. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole niinkään tärkeää tapauksien määrä vaan niiden laatu. (Eskola & Suoranta 1998, 15–18.)

Tutkimukseen voidaan lähteä ilman ennakoasettamuksia ja oletuksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kyseessä on aineistolähtöinen analyysi, jolloin on tärkeää miettiä aineiston rajausta. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään myös hypoteesittomuuteen eli tutkimukseen lähdetään ilman minkäänlaisia ennako-olettamuksia. Tutkijalla on laadullisessa tutkimuksessa tietynlaista vapautta toteuttaa omia suunnitelmiaan, toisin kuin tilastollisessa tutkimuksessa. Laadullisen tutkimuksen aineistoa voidaan lähestyä narratiivisesta näkökulmasta, joka osin tarkoittaa ihmisenä olemista ja elämistä. (Eskola & Suoranta 1998, 19–23.)

Kvalitatiivinen tutkimus etenee niin, että ensin määritellään ongelma: miksi tutkimme tätä, mitä me tutkimme sekä keitä tutkimme. Seuraavaksi suunnitellaan tutkimus ja valitaan sopiva tutkimusmenetelmä. Tässä vaiheessa myös määritellään osallistujien määrä ja valmistellaan tutkimusta. Kenttätyövaiheessa toteutetaan tutkimusta valitulla menetelmällä ja kerätään tietoa. Kun tulokset on tallennettu, niitä täytyy analysoida. Analyysin pohjalta rakennetaan raportti, joka kertoo tutkimuksen tulokset sekä johtopäätökset. (Inspirans 2017.)

## 7.2 Tutkimuksen tavoite ja toteutus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville yrittäjien ajatuksia ja mielipiteitä yrittämisestä. Haastattelun avulla pyrittiin pääsemään lähelle normaalia suomalaista yrittäjää. Tähän tutkimukseen osallistui yhteensä neljä yrittäjää, joita haastattelin henkilökohtaisesti. Haastatteluun olin luonut valmiiksi 12 kysymystä (LIITE 1) liittyen yrittämiseen. Haastateltavat saivat vastata kysymyksiin vapaasti, ja nämä vastaukset nauhoitettiin.

Haastattelu oli luonteeltaan puolistrukturoitu haastattelu. Tällainen haastattelu on siis kaikille haastateltaville samanlainen. Jokaiselle haastateltavalle esitetään samat kysymykset juuri samassa järjestyksessä. Silti vastaajat saavat laadulliselle tutkimukselle tavanomaisen mahdollisuuden vastata kysymyksiin vapaasti ja niin laajasti kuin haluavat. Valmiita vastausvaihtoehtoja ei siis ollut. Haastattelut tapahtuivat tutkijan ohjeistuksella, jolloin tutkija esitti kysymykset ja vei haastattelua eteenpäin. (Eskola & Suoranta 1998, 86–87.)

Jokainen haastattelu tapahtui samalla kaavalla. Kävin jokaisen yrittäjän luona toteuttamassa haastattelun. Jokainen haastattelu nauhoitettiin, jotta haastatteluun on myöhemmin helpompi palata. Nauhoitukset tulivat vain minun omaan käyttööni. Nauhoitusten pohjalta kirjoitin haastattelun tapahtumat ylös,



jolloin niiden analysoiminen helpottuisi. Analysoinnissa käytin myös nauhoitettuja pätkiä, jos halusin palata takaisin tilanteeseen tai varmistaa haastateltavan vastauksen. Haastattelujen nauhoittamisesta oli suuresti hyötyä, koska materiaalia tuli paljon ja sen läpikäyminen helpottui. Nauhoitukset antoivat myös hyvän mahdollisuuden haastateltavan vastausten analysointiin jälkikäteen.

### **7.3 Yritysten esittely**

Kannus Kellari Oy toimii Kannuksen keskustassa. Yrityksen toimiala on ravintola- ja yökerhotoiminta. Omistajat Terhi Taskinen ja Nina Mäkelä ovat suhteellisen tuoreita yrittäjiä, koska he ostivat yrityksen omiin nimiinsä 2016. He olivat toimineet yrityksessä työntekijöinä ennen yrityksen ostoja, joten yrityksen omistajiksi siirtyminen sujui siltä pohjalta luontevammin. Tällä hetkellä heillä on takanaan puoli vuotta yrittäjinä. Yritys työllistää kuusi työntekijää. Mukana haastattelussa olivat molemmat yrittäjät.

Lestijokilaakson Vartiointi ay:n kotipaikka on Kannuksessa. Omistajana tässä turvallisuus- ja vartiointialan perheyrityksessä ovat Vesa Hernesniemi ja Marjaana Hernesniemi. Yritys sai alkunsa vuonna 1989 ja on edelleen toiminnassa. Omistajina ovat edelleen samat yrittäjät. Yrittäjä Hernesniemellä on takanaan 31 vuotta yrittämistä. Työntekijöitä yrityksessä on kaksi. Mukana haastattelussa oli Vesa Hernesniemi.

Jailhouse Cafe Oy toimii Kannuksen keskustassa. Yritys tarjoaa asiakkaille grillituotteita. Tässä ravintola-alan yrityksessä osakkaita on kolme ja haastattelussa mukana oli yksi omistajista Aila Niemonen. Jailhouse Cafe Oy perustettiin vuonna 2013 ja Niemosella on kokemusta yrittämisestä neljä vuotta. Yritys työllistää yhteensä kuusi työntekijää.

Valitsin nämä yrittäjät tutkimukseen, koska he toimivat Kannuksessa ja ovat kaikki pienyrittäjiä. Valinnassa en kiinnittänyt huomiota yrittäjien alaan. Yhteensä haastateltavia oli neljä ja se on suhteellisen pieni määrä. Tutkimuksen tuloksista ei voi tehdä yleispäteviä johtopäätöksiä. Silti tuloksista voi hahmottaa yrittäjien ajatusten suuntaa yrittämisestä pienemmässä kaupungissa.

## 8 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 8.1 Mitä yrittäjän piirteitä näet itsessäsi?

Mäkelä vastasi omistavansa vahvan luonteen, luovuutta ja tietävänsä mitä haluaa. Hän kokee saaneensa kotoaan mukaan yrittäjähenkisyyttä, koska on lähtöisin yrittäjäperheestä. Molemmat Mäkelä ja Taskinen kokevat omaavansa halun toteuttaa työtä, jota itse haluavat tehdä. Taskinen mainitsi myös yhdeksi piirteeksi rohkeuden.

Hernesniemi kuvailee piirteitään saman suuntaisesti. Hänen mainitsemiaan piirteitä ovat pitkäjänteisyys, maltillisuus, usko itseensä ja luotettavuus. Myös yksi tärkeä piirre yrittäjällä on taito ymmärtää laajempia kokonaisuuksia ympäristöstä. Kokonaisuutena täytyy löytyä yrittäjämäisyyttä ja olla ulospäinsuuntautunut. Niemonen kuvaili piirteitään periksiantamattomaksi, idearikkaaksi, yhteistyökykyiseksi ja määrätietoiseksi. Yhteistyökyvyllä Niemonen tarkoitti esimerkiksi taitoa löytää yhteistyökumppaneita.

Jokaisella vastaajalla oli samansuuntaisia vastauksia. Yhteinen piirre, jonka haastateltavat vastasivat, on yhteistyökykyisyys eli kyky tulla toimeen muiden kanssa. Yrittäjä ei siis voi olla Hernesniemen sanoin ”tuppisuu”, vaan yrittäjästä täytyy löytyä ulospäinsuuntautuneisuutta. Jokainen kokee yrittäjälle erittäin tärkeäksi piirteeksi suulliset taidot ja kyvyn kommunikoida muiden kanssa onnistuneesti. Toinen samansuuntainen vastaus oli idearikkaus, luovuus ja kekseliäisyys. Jokainen näistä jollain lailla tarkoittaa mielestäni samanlaista piirrettä ihmisessä. Jokainen yrittäjä näkee itsessään luovan keksijän, joka ammentaa ja kykenee keksimään uusia ideoita. Kolmantena samanlaisema piirteenä vastauksista löytyi periksiantamattomuus. Mäkelä sanoi tietävänsä, mitä haluaa, Hernesniemi kertoi olevansa pitkäjänteinen ja Niemonen periksi antamaton. Jokainen vastaus on kytköksissä toisiinsa. Jokaisella yrittäjällä näyttää olevan halua, päämääriä ja niihin vaadittavia piirteitä.

Yrittäjien vastausten mukaisesti, yrittäjämäisyys on siis ideointia, periksi antamattomuutta, ulospäinsuuntautuneisuutta ja uskoa itseensä. Jokaisella yrittäjällä on omanlaisiaan piirteitä, mutta nämä piirteet korostuivat selkeästi vastauksissa.

## 8.2 Mitä yrittäjyys merkitsee sinulle?

Mäkelälle yrittäjyys merkitsee unelmien toteuttamista ja haastetta. Mahdollisuus kehittää omaa yritystään haluamaansa suuntaan merkitsee Mäkelälle myös paljon. Taskinen puolestaan kiteyttää yrittämisen merkityksen vapauteen. Hernesniemi kuvaili yrittäjyyden merkitystä vastuuksi, itsensä kehittämiseksi, vapaudeksi, sitoutumiseksi, itsensä haastamiseksi, menestymiseksi. Hernesniemi vielä lisää yrittäjyyden merkitsevän hänelle myös vastuuta itsestään, perheestään ja työntekijöistään. Niemonen puolestaan kuvaa yrittäjyyden merkitystä elämäntavaksi.

Yhteinen piirre yrittäjien vastauksissa on selkeästi yrittämisen vapaus ja sen tuomat haasteet. Vapaus toimia itsenäisesti vaikuttaa olevan yrittäjille erittäin tärkeää. Myös Mäkelän ja Hernesniemen mainitsema haaste koetaan osaksi yrittäjyyttä. Hernesniemi mainitsee itsensä haastamisen olevan osa yrittäjyyttä, koska siinä näkee omat tulokset. Mahdolliset väärät valinnat ja virheet täytyy itse kohdata ja ottaa niistä vastuu. Niemonen kuvaili yrittäjyyden merkitystä elämäntavaksi, johon kiteytyy muiden yrittäjien mainitsemia piirteitä.

Vastausten pohjalta voidaan nähdä, kuinka monesta kulmasta yrittämisen merkitystä voidaan tarkastella. Yrittäminen ymmärretään mahdollisuutena vapauteen ja oman elämän vapaaseen ohjaamiseen, mutta sillä on myös kääntöpuolena vastuu usein useammasta henkilöstä. Yrittäjällä on vastuullaan työstä saatava tulos, josta on kyettävä maksamaan mahdollisille työntekijöille ja itselle. Tähän liittyvät varmasti myös yrittäjien kuvailemat piirteet, joita olivat muun muassa luotettavuus, määrätietoisuus ja yrittäjähenkisyys. Näiden piirteiden ansiosta yrittäjä kykenee ja jaksaa ottaa vastuuta niin omista kuin työntekijöidenkin tuloista.

Kukaan haastateltavista ei tuonut esille mitään negatiivista. Jokaisen vastauksissa oli positiivinen sävy ja into yrittäjyyttä kohtaan. Yrittäjät eivät voi vastausten perusteella kuvitella muuta ammattia itselleen. Vastaajien joukossa on uusia yrittäjiä sekä pidemmän aikaa yrittäjinä toimineita, ja kaikilta löytyy samantapaisia vastauksia. Kuten Niemonen sanoi, yrittäminen on elämäntapa.

### 8.3 Minkälaista yrittäminen on Suomessa?

Mäkelä ja Taskinen sanovat olleensa vasta niin vähän aikaa yrittäjinä, että eivät osaa sanoa vielä tarkasti minkälaista yrittäminen on Suomessa. Mäkelä silti mainitsee verotuksen olevan yksi negatiivisista puolista yrittämisessä. Taskisen mukaan yrittäminen on kallista ja tehty hankalaksi. Mäkelä arvelee pystyvänsä vastaamaan kysymykseen paremmin tulevaisuudessa, kun takana on hieman enemmän kokemusta.

Hernesniemi mainitsi heti alkuun, ettei täydellistä maata ole olemassa, kun kyseessä on yrittäminen. Silti hänen mielestään suomalaisessa yhteiskunnassa voisi olla enemmän kannustavuutta ja yrittäjäkeskeytyttä. Positiivista eteenpäin menoa on kuitenkin tapahtunut kuluvan vuoden aikana. Hernesniemi mainitsee yrittäjien suuren roolin Suomessa, koska yrittäjät tuovat lisää työpaikkoja. Hänen mielestään Suomessa on helppoa ryhtyä yrittäjäksi. Hankalaa yrittämisestä tekevät pienet markkinat, joilla yrityksen on erikoistuttava tietyille sektorille. Pienen yrityksen täytyy löytää se ala, jolla se on hyvä, ja toimia sillä sektorilla. Hernesniemi mainitsee myös verotuksella olevan suuri merkitys.

Niemosen mielestä yrittäminen on tehty Suomessa äärimmäisen hankalaksi. Hänen mukaansa varsinkin yksityisyrittäjälle yrittäminen on tehty vaikeaksi. Esimerkiksi Niemonen mainitsee yksityisyrittäjän, joka tekee töitä vuorokauden ympäri. Väsyessään yrittäjän täytyy palkata työntekijä, joka tulee yrittäjälle kalliiksi. Työntekijä maksaa yrittäjälle paljon esimerkiksi vakuutuskuluissa. Niemosen mukaan järjestelmä on huono ja siinä on liikaa byrokratiaa.

Jokaisen yrittäjän mielestä yrittäminen Suomessa on jossain määrin kallista. Yrittäjät mainitsivat verotuksen olevan yksi negatiivisista puolista. Toinen yhteinen piirre vastauksissa oli yrittämisen hankaluus. Liika byrokratia ja työntekijöiden kalleus tulivat esille vastauksissa. Ehkä juuri nämä piirteet ovat niitä, joita yhteiskunta voisi parantaa osoittaakseen kannustusta yrittäjille. Yrittäjät selvästi kokevat kannustuksen puutteen työlleen. Hernesniemi mainitsee yhteiskunnan kannustuksen vaikuttavan uusien yritysten perustamiseen. Nämä uudet yrittäjät taas tuovat lisää työpaikkoja Suomen työpaikkamarkkinoille.

Vaikka suurin osa vastauksista oli negatiivissävytteisiä, löytyi myös muutama positiivinen piirre. Suomessa yrittäjäksi ryhtyminen koettiin helpoksi ja vuoden 2017 puolella asiat ovat menneet hieman eteenpäin. Yrittäjien vastausten mukaan on silti vielä matkaa hyvään, yrittäjiä kannustavaan, Suomeen.

#### **8.4 Mistä liikeidea lähti liikkeelle?**

Mäkelän mukaan hänellä ja Taskisella oli aika helppoa lähteä liikkeelle, kun liikeidea oli periaatteessa jo valmiina yrityksen oston myötä. Hänen mukaansa oli helppoa jatkaa samalla konseptilla, kun kaikki oli jo tuttua. Mäkelä ja Taskinen molemmat olivat ennen yrityksen ostoa töissä samassa yrityksessä. Taskinen mainitsee myös helppouden, kun työpaikassa oli jo viettänyt aikaisemmin paljon aikaa. Silti hän mainitsi yhdeksi liikeidean piirteeksi halun viihtyä omalla työpaikallaan paremmin ja kehittää työpaikkaa enemmän omannäköiseksi.

Hernesniemi kertoo oman liikeideansa lähteneen liikkeelle tarpeesta. Alueella ei ollut turvallisuusalan yritystä, joten yrityksen perustaminen tuntui luonnolliselta. Hänen mukaansa täytyi kuitenkin ensimmäisenä lähteä liikkeelle siitä, minkälaista toimintaa asiakkaille voisi alueella myydä. Toisena hän mainitsee oman työllistymisen olleen keskeisessä asemassa samoihin aikoihin.

Niemosen mukaan liikeidea lähti liikkeelle halusta yrittää. Aikaisemmin hän oli töissä miehensä yrityksessä työntekijän statuksella, mutta koki olevansa ennemminkin yrittäjä. Jäätyään työttömäksi oli hänen mukaansa luonnollista toimia yrittäjänä. Niemonen halusi olla oma isäntänsä ja määrätä tulemisensa ja menemisensä. Hän halusi tietynlaista vapautta, jota yrittäjä saa toimiessaan itsenäisesti. Toiselle vastaaminen vapaista ja lomista tuntui vieraalta. Ratkaisu oli oikea Niemosen mielestä.

Hernesniemi ja Niemonen molemmat ovat lähteneet liikkeelle tarpeesta työllistää itse itsensä. Hernesniemi aikanaan aisti ympäristönsä tarpeet ja työllisti sillä itsensä. Niemonen taas jäätyään työttömäksi loi itselleen työpaikan perustaessaan yrityksen. Niemonen mainitsee myös, ettei toiselle vastaaminen menoista tuntunut oikealta. Samalla tavalla Taskinen kertoi tarpeesta kehittää omaa työpaikkaansa enemmän omannäköiseksi ja viihtyisämmäksi itselleen. Yrittäjien vastausten perusteella on selvää, että viihtyminen, tarpeet ja työllistyminen ovat olleet tärkeimpiä osia yrityksen idean mietinnässä.

#### **8.5 Miten analysoit omia mahdollisuuksiasi markkinoilla?**

Taskisen mukaan hänellä ja Mäkelällä oli valmiiksi hyvä pohja, joten sen suurempaa analyysia ei tehty. Heitä helpotti jo aikaisempi työkokemus kyseisessä työpaikassa, jolloin ihmisten liikkuminen oli jo selvillä. Hernesniemi puolestaan teki pienen kyselytutkimuksen. Alan yritystä ei toiminut alueella, joten mahdollisille asiakkaille soiteltiin ja kyseltiin kiinnostusta.

Niemonen taas teki Keski-Pohjanmaan Uusyrittäjäkeskus Firmaxin kautta kyselyn. Hän myös mainitsee täyttäneensä ”lappuja”, joissa käydään läpi mahdollisia riskejä, uhkia ja mahdollisuuksia yritykselle. Mukana oli myös yritysneuvoja. Niemonen mainitsee tästä olleen apua myös, kun pankille näytettiin liiketoimintasuunnitelmaa. Hänen mukaansa ilman sitä ei olisi tullut rahaakaan. Niemonen lisää vielä, kuinka olosuhteet voivat yllättää ja niihin ei voi itse vaikuttaa. Kannuksessa aloitettiin ratatyömaa pian yrityksen perustamisen jälkeen, joka vaikutti paljon asiakkaiden liikkumiseen. Asiakkaat tottuivat kulkemaan eri reittiä, mikä puolestaan näkyi yrityksen asiakaskunnassa.

Mäkelä ja Taskinen kokivat, ettei sen suuremmalle analyysille ole tarvetta, koska he jatkoivat yrityksen toimintaa samalla konseptilla. Asiakkaat olivat tuttuja ja he tiesivät jo valmiiksi, miten yritys toimii. Hernesniemi ja Niemonen taas molemmat tekivät analyysiä ympäristöstään. Hernesniemi selvitti alueen muita toimijoita, joita ei löytynyt. Hän myös kartoitti puhelinkyselyllä asiakkaiden kiinnostusta ja tarpeita. Niemonen kävi analyysissään läpi yrityksen uhkia, mahdollisuuksia ja riskejä. Hänen mainitsemaansa ratatyömaa muistuttaa mahdollisista yllättävistä käännteistä, joihin yrittäjä voi törmätä analyysistä huolimatta.

## **8.6 Minkälaisia strategioita käytät menestyäksesi markkinoilla?**

Mäkelä ja Taskinen mainitsevat keinoikseen markkinoinnin. Suurin osa markkinoinnista tapahtuu sosiaalisessa mediassa. He pyrkivät olemaan mahdollisimman näkyvästi esillä. Toisenlaisia uusia keinoja ovat yrityksen nimellä varustellut hupparit ja pipot. He myös pyrkivät järjestämään tapahtumia ja tarjoamaan asiakkailleen uudenlaista ohjelmaa.

Hernesniemi pyrkii tarjoamaan asiakkailleen palvelun alusta loppuun. Turvallisuusalan yrityksessä palveluun kuuluu hälytyslaite- ja kamera-asennuksia, joihin yritys myy myös asennuksen lisäksi palvelun. Tavoitteena on siis myydä asiakkaille kaikki valmiina niin, että he saavat haluamansa palvelun yhdestä osoitteesta. Asiakkaan ei tarvitse myöskään investoida suuria pääomia palveluun, koska yritys toimittaa myös laitteet pientä kuukausikorvausta vastaan. Ympäri vuorokautinen palvelu, laadukkuus ja kilpailukykyiset hinnat toimivat hyvinä keinoina markkinoilla. Yksi ratkaiseva asia on myös se, että yritys on lähellä.

Hernesniemen mukaan ensisijainen asia ovat henkilökohtaiset käynnit asiakkailta. Teknologia on mahdollistanut myös paljon turvallisuusalan yritykselle. Markkinointia voidaan toteuttaa hieman laajemmin oman paikkakunnan ulkopuolelle. Teknologia on mahdollistanut asiakkaat toisilta paikkakunnilta. Se on myös auttanut pitämään kustannukset matalina ja hinnat kilpailukykyisinä. Uusina keinoina ovat toimineet verkkokauppa ja internet. Tulevaisuudessa panostetaan turvallisuusalan ja uusien tuotteiden lanseeraamiseen, mutta se vaatii vielä hieman aikaa. Siitä yritys tulee saamaan uutta tukijalkaa. Hernesniemi lisää vielä ympärivuorokautisen valvonnan mahdollistavan erilaisten palveluiden tarjonnan, kuten ovenavauspalveluja ja paloilmotintakeskuspalveluja.

Niemosen mukaan yrityksessä toiminnot on mietitty viimeisen päälle. Yritys tavoittelee asiakkaita lähinnä sosiaalisen median kautta. Facebookissa on järjestetty kilpailuja, joiden avulla tuotteet tulevat tutuiksi asiakkaille. Annoksia, joiden menekki ei ole ollut hyvä, on jätetty pois ja niiden tilalle on kehitelty uusia. Niemonen sanoo, että ruoan laatuun panostetaan ja suositaan niin pitkälle kuin mahdollista kotimaisia raaka-aineita. Yritys myös pyrkii vaikuttamaan siihen miltä se näyttää. Konkreettiseksi esimerkiksi Niemonen mainitsee piha-alueen uusimisen ja uudet valot. Näillä keinoilla yritys pyrkii tekemään alueesta asiakkaille viihtyisämmän.

Yrittäjillä on vastausten perusteella hyvin selkeä näkemys, miten omaa yritystä voidaan parhaiden tuoda esille markkinoilla. Jokaisen yrittäjän mainitsema sosiaalinen media vaikuttaa olevan erityisen tärkeässä roolissa. Facebookissa tapahtuva markkinointi on tuttua ja jopa suurin markkinakanava. Internet ja teknologia vaikuttavat olevan osa yrittäjien arkea ja se on auttanut viemään yrityksiä eteenpäin. Muita yrittäjien mainitsemia heille tärkeitä seikkoja olivat lähellä oleminen, henkilökohtaisuus, kotimaisuus ja ulkonäkö. Yrittäjillä oli selkeästi hahmotettuna tulevaisuuden strategioita. Hernesniemi mainitsi uusien tuotteiden lanseeraamisen ja Niemonen yrityksen ulkonäön parantamisen.

## **8.7 Oliko rahoituksen suunnittelu ja saaminen helppoa/hankalaa?**

Mäkelän ja Taskisen mukaan rahoitusta oli helppo saada. He tekivät Firmaxin kautta liiketoimintasuunnitelman, jonka pohjalta saivat pankista rahoitusta. Taskinen kuitenkin mainitsee, että luvut, jotka he saivat aikaisemmilta omistajilta, auttoivat suuresti laskuissa. Taskisen sanoin ”lukujen tuulesta tempaaminen olisi ollut hankalampaa”.

Hernesniemi ei ole pitänyt rahoitusta ongelmana. Rahaa saa, jos idea on hyvä suhteessa investointiin. Olisi kuitenkin hyvä, että yrityksen käyntiin saatuaan pystyisi rahoittamaan kaiken kasvun tulorahoituksella. Hernesniemi mainitsee myös passiivisen kassavirran tärkeyden. Omalla kassavirralla pitäisi pystyä kehittämään ja investoimaan uutta. Niemosen mukaan rahoituksen suunnittelu ja saaminen oli helppoa. Hänen mukaansa rahaa on saanut aina, kun on tarvinnut. Niemonen mainitsi aikaisemmin käyttäneensä liiketoimintasuunnitelmaa apuna rahoituksen saamiseen.

Vastaukset olivat lyhyitä ja selkeitä. Yrittäjät olivat yksimielisiä rahoituksen saamisen helppoudesta. Kukaan yrittäjistä ei ollut kokenut rahoituksen saamista hankalaksi. Mäkelän, Taskisen ja Niemosen apuna on ollut Keski-Pohjanmaan Uusyrittäjäkeskus Firmaxin liiketoimintasuunnitelma, jonka pohjalta rahoitus on saatu.

## **8.8 Millä perusteella valitsit yritysmuodon?**

Mäkelän ja Taskisen yritys on osakeyhtiö. Yrityksen oston myötä tuntui luonnolliselta jatkaa samalla yritysmuodolla eteenpäin. Taskinen mainitsee myös yhdeksi syyksi sen, ettei halua laittaa omaa omaisuuttaan yrityksen taakse. Hernesniemen yritys on avoin yhtiö. Kun kyseessä on pieni yritys, joustavuus ja verotus ovat olennaisimmat asiat. Hänen mukaansa varsinkin omalle perheyritykselle valinta on ollut hyvä ja joustava. Osakeyhtiö olisi ehkä liian kankea toiminnan kokoon nähden, mutta tulevaisuudessa se voisi olla ajankohtainen.

Niemosen yritys on osakeyhtiö. Niemosen mukaan asiaa mietittiin, ja lopulta tultiin siihen tulokseen, että oikea ratkaisu olisi osakeyhtiö. Osakeyhtiö on hallinnoltaan raskaampi kuin esimerkiksi toiminimi. Niemonen sanoo ratkaisuun vaikuttaviksi tekijöiksi yrityksessä olevat osakkaat sekä sen, että vastuu veloista olisi yrityksellä. Jos kaikki ei menisi ”putkeen”, vastuu ei olisi henkilökohtaisesti omistajalla.

Yritysmuodon valintaan on selkeästi vaikuttanut vastuu veloista. Osakeyhtiö on tuntunut oikealta ja turvallisemmalta ratkaisulta. Molemmat Niemonen ja Hernesniemi kuitenkin mainitsevat osakeyhtiön hallinnon olevan kankea ja raskaampi. Muita valinnassa huomioon otettavia syitä olivat toiset osakkaat, joustavuus ja verotus.



## 8.9 Millaiseksi koit ilmoitusten tekemisen viranomaisille?

Mäkelälle ja Taskiselle oli suuri apu Firmaxista. Taskisen mukaan he eivät olisi selvinneet ilman kyseistä apua. Mäkelä kuvaa ilmoitusten tekoa paperisodaksi, mutta apua oli saatavissa. Taskinen kuitenkin lisää, että anniskeluluvat olivat helposti hoidettu. Mäkelän mukaan kaikki ilmoitukset pyrittiin tekemään mahdollisimman huolellisesti.

Hernesniemen mukaan ilmoitusten tekemisissä ei ole ollut minkäänlaisia ongelmia, ja suomalaisessa yhteiskunnassa ne ovat helposti tehtävissä. Suomessa on helppo ryhtyä yrittäjäksi. Hernesniemi mainitsee oman liiketoimintansa olevan luvanvaraista ja viranomaisten valvovan toimintaa. Valvonta on mennyt tiukemmaksi, ja siinä voitaisiin hänen mukaansa vähän hellittää.

Niemonen on Hernesniemen kanssa samoilla linjoilla. Hänen mukaansa ilmoitusten tekeminen oli helppoa. Internetissä Patentti- ja rekisterihallituksen sivuilla pystyi täyttämään lomakkeet ja sieltä löytyi ohjeet, miten toimitaan.

Vastauksia tuli molemmista ääripäistä. Mäkelä ja Taskinen kokivat ilmoitukset paperisodaksi ja kertoivat Firmaxista saadun avun olleen tärkeää. Hernesniemi ja Niemonen molemmat taas kokivat ilmoitusten teon ongelmattomaksi ja helpoksi. Internetistä saa tarpeelliset ohjeet ja sieltä ohjataan eteenpäin, miten toimitaan. Silti viranomaisten valvonta koetaan tiukentuneena, ja vastausten mukaan sitä voitaisiin hieman hellittää. Huomioon otettavaa on se, että eri alalla toimivat yritykset tarvitsevat ja hakevat erilaisia lupia. Tämä on saattanut vaikuttaa yrittäjien kokemuksiin.

## 8.10 Millaiset tulevaisuudennäkymät näet yrityksellesi?

Mäkelä ei näe tulevaisuudessa pelkoa. Alkoholi tekee hänen mukaansa aina kauppansa. Taskinen kokee tulevaisuuden valoisaksi. Taskinen sanoo vanhojen luulojen poistamisen olevan yksi tulevaisuuden tavoitteista. Esimerkiksi hän kertoo asiakkaiden luulojen aukioloajoista olleen virheellisiä, ja se täytyy korjata. Tässä hän pyrkii vaikuttamaan ennakko-oletuksiin olemalla mahdollisimman paljon esillä.

Hernesniemi kertoo näkevänsä tulevaisuuden kohtuullisen hyvänä. Turvallisuus on kasvava tuoteryhmä. Kasvua on havaittavissa Euroopassa turvallisuusongelmien myötä, jotka heijastuvat myös Suomeen ja

maakuntaan. Tarve lisääntyy koko ajan ja sitä täytyy myös itse kehittää jatkuvana. Hernesniemi kokee verkkokaupan tuovan uutta tukijalkaa tulevaisuudessa.

Niemonen sanoo jatkavansa yrityksen kanssa eläkeikään saakka. Silti ei voi koskaan tietää, mitä elämä tuo tullessaan. Hänen mukaansa yritys tulisi pyörimään samalla konseptilla kannattavasti myös tulevaisuudessa. Yrityksessä ei ole hävikkiä eikä vuokran maksua, mikä pienentävää kuluja hurjasti. Niemonen tiedostaa kuitenkin mahdollisen riskin, jos jokin paikka hajoaa ja joutuu ostamaan uutta. Myös mitä enemmän yrittäjä itse tekee töitä, sitä vähemmän hän joutuu maksamaan palkkakuluja. Myös pienen kaupungin kutistuminen voi tulla vaikuttamaan yritystoimintaan.

Jokainen yrittäjä näkee itsensä yrittämässä myös tulevaisuudessa. Tulevaisuudessa ei vastausten perusteella nähdä pelkoa. Yrittäjät ovat selkeästi miettineet tulevaisuuden tuomia mahdollisuuksia ja haasteita. Jokaisella yrittäjällä oli suunnitelmia tulevaisuuden varalle. Mäkelä ja Taskinen pyrkivät poistamaan aikaisempia ennakkoluuloja ja Hernesniemi pyrkii rakentamaan verkkokauppaa. Niemonen luottaa konseptiinsa, mutta on valmis myös tekemään itse enemmän töitä tarvittaessa. Niemonen mainitsee myös mahdollisia riskejä, joihin yrittäjä ei voi henkilökohtaisesti vaikuttaa.

### **8.11 Mitä ovat tulevaisuuden haasteet?**

Mäkelä kertoo ajan hermolla pysymisen olevan yksi tulevaisuuden haasteista. Tietenkin myös asiakkaiden käyminen on haasteena, ja siihen vaikuttaa ajan hermolla pysyminen. Mäkelän mukaan viiden vuoden päästä täytyy muuttaa jotakin, jotta asiakkaiden mielenkiinto pysyy. Esimerkiksi uusi remontti voisi olla mahdollinen. Taskisen mielestä jatkuvasti täytyy saada uusia kontakteja. Uusien asiakkaiden hankinta on erityisen tärkeää. Myös ajatus samalla porukalla toimimisesta loppuelämän ajan hänen mukaansa ei ole mahdollinen.

Hernesniemi mainitsee yritysten keskittymisen isoihin keskittyimiin olevan yksi suuri haaste. Kun kaupat menevät tarpeeksi isoiksi, poistuu myös päätäntävalta paikalliselta tasolta hyvin kauaksi. Tämä taas johtaa mahdollisesti tilanteeseen, jossa joudutaan lähtemään neuvottelemaan kauemmaksi päättäjien kanssa. Kaukainen ja iso toimija vaikeuttaa yrittäjien mahdollisuutta päästä sisälle. Hernesniemi mainitsee alihankinnan mahdollisuuden isoille yrityksille. Suurena haasteena yrittäjä kokee maaseudun näivetytymisen. Kivijalkakaupat ovat katoamassa tämän seurauksena. Sen myötä myös asiakkuudet ovat katoamassa.

Niemonen kokee Kannuksen osalta haasteena olevan väkiluvun pysymisen samana. Väkiluvun pitäisi pysyä nykytasolla tai jopa lisääntyä. Seurauksena väkiluvun vähenemiseen on pienentynyt asiakaskunta jokaisessa kaupassa. Väkiluvun säilyminen toisi lisää työpaikkoja ja asukkaita. Niemonen mainitsee, ettei väkiluvun pieneneminen vaikuta lupaavalta. Hänen mielestään yhden yrittäjän on hankala vaikuttaa asiaan.

Suurin haaste vastausten perusteella on oman toimintaympäristön näivettyminen. Yrittäjät ovat selkeästi tiedostaneet haasteet, joita väkiluvun pieneneminen tuo tullessaan. Suuremmat keskittymät vievät asiakkaita ja yrittäjän on vaikeampi päästä mukaan. Asiakkaat luonnollisesti vähenevät asukasluvun pienenemisen myötä, ja samalla työpaikat vähenevät. Esille nousivat myös ajassa mukana pysyminen ja muutoksiin sopeutuminen. Taskinen mainitsi mahdolliseksi toimia samalla porukalla loppuelämää, mikä kertoo tulevaisuuden ennakkoinnista. Työntekijät tulevat vaihtumaan ja tilalle on löydettävä uusia.

## **8.12 Mitä neuvoja antaisit uudelle yrittäjälle?**

Mäkelä kannustaa uusia yrittäjiä kokeilemaan ja toteuttamaan unelmiaan. Hänen mielestään tarvitaan lisää uusia rohkeita nuoria yrittäjiä. Taskinen lisää, että heti ei pidä ”lyödä hankkoja” tiskiinkin. Myös luulo miljoonien tienämisestä on väärä. Tärkeintä on, että saa nostettua itselle palkan ja maksettua työntekijöiden palkat.

Hernesniemi neuvoo uskomaan itseensä. Täytyy uskaltaa aloittaa, olla pitkäjänteinen, olla tarpeeksi taitoa ja intoa omaan asiaan. Raha edellä ei pidä ryhtyä yrittämään, vaan täytyy löytää intohimo siihen mitä tekee. On tärkeää keskittyä olennaiseen asiaan ja varmistaa omistavansa tarpeeksi tukijalkoja. Kun toisella saralla menee hyvin, voi toisella tukijalalla mennä huonommin. Yrittäjän on jatkuvasti laskettava ja seurattava tilannetta, jotta yritys tuottaisi. Yhteiskunnan ja oman markkinan tilaa täytyy myös seurata ja aistia. Yrittäjälle ovat tärkeitä päämäärät. Näiden päämäärien täytyy olla lyhyitä sekä pitkiä. Jos omat päämäärät eivät toteudu, täytyy miettiä, mikä meni huonosti ja miksi. Hernesniemi huomauttaa, että kymmenen vuoden päästä pääsee omille jaloilleen. Viisi vuotta on niin kutsuttu kuolemanlaakso. Tulevaisuuden trendeihin täytyy lähteä mukaan. Internet ja verkkokauppa tulevat olemaan tärkeässä asemassa. Loppuun Hernesniemi lisää, että tappioita ja vastoinkäymisiä tulee aina. Näitä tulee väistämättä ja niistä ei saa lannistua.

Niemosen mukaan uudella yrittäjällä täytyy olla visioita. Yrittäjän on laitettava itsestään kaikki peliin, ja mietittävä vielä useamman kerran, onko ideassa järkeä. Idean täytyy olla pomminvarma. Niemosen mukaan idea riippuu siitä, minne yritystä on sijoittamassa. Esimerkkinä Niemonen mainitsee Kannuksen, jossa on hankala aloittaa yrittämistä. Ja jos aloittaa, idean täytyisi olla todella hyvä. Yrittäjän täytyy varautua siihen, ettei vapaapäiviä ja sairaslomia ole. Täytyy myös varautua tekemään ensimmäiset viisi vuotta töitä ympäri vuorokauden.

Yrittäjien neuvot ovat hyvin konkreettisia ja rehellisiä. Vastauksissa toistui *raha, usko itseensä, pitkäjänteisyys ja valmius tehdä töitä vastoinkäymisistä huolimatta*. Taskinen ja Hernesniemi molemmat huomauttavat rahan merkityksestä yrittämisessä. Rahan perässä ei tule lähteä yrittämään ja tienaaamisesta täytyy ajatella realistisesti. Jokainen kehottaa uskomaan itseensä ja ideoihinsa. Niemonen silti kehottaa miettimään useamman kerran, onko oma idea täysin varma. Pitkäjänteisyys vilahtaa jokaisen yrittäjän vastauksessa. Taskisen mukaan ”hanskoja ei saa heti lyödä tiskiinkin”. Niemonen ja Hernesniemi puolestaan ottavat esille ensimmäisen viiden vuoden merkityksen. Jokainen yrittäjä kehottaa uusia yrittäjiä kokeilemaan rohkeasti yrittämistä.

## 9 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda kuvaus yrityksen perustamisesta ja siinä huomioon otettavista seikoista. Apuna teoriaosuuden rakentamisessa ovat olleet kirjallisuus ja internetlähteet. Työn tutkimusosuus taas nojaa vahvasti teoriaan ja sen tarkoituksena oli saada todellisten yrittäjien kokemukset esille. Työn tavoitteena oli myös olla apuna uuden yrityksen perustajalle. Teoriaosuus tarjoaa kuvan yrityksen perustamiseen tarvittavista seikoista, ja tutkimusosuus puolestaan tarjoaa mahdollisuuden tutustua oikeiden yrittäjien kokemuksiin ja neuvoihin.

Teoriaosuus käy läpi yrityksen perustamisen vaiheet. Käsiteltäviä aiheita olivat yrittäjän piirteiden havainnointi, yrittäminen Suomessa, yritysidea ja liikeidea, strategia, rahoitus ja käytännön perustamistoimet. Yrittäjien piirteiden havainnointia käsiteltiin suppeasti, josta siirryttiin käymään läpi yrittämistä Suomessa. Suomessa on paljon pienyrittäjiä, ja tässä kohdassa on selkeästi tarjottu tilastot lukuina muutamana vuoden ajalta. Myös erilaisia mahdollisia tapoja yrittää on käyty läpi. Yritysidean ja liikeidean toisiinsa liittymistä käsitellään hieman laajemmin. Liikeidean analysointi ja arviointi ovat myös lisänä tässä kohdassa. Strategia on omana otsikkona, ja siinä käsitellään strategian tärkeyttä yrityksessä. Rahoitus on usein yrityksen perustamisen avainkysymyksiä, ja aihetta on myös tarkasteltu tässä työssä. Lopuksi käydään läpi yritysmuodon valintaa sekä viranomaisille toimitettavia hakemuksia.

Työn tutkimusosuus on vahvasti kytköksissä edellä mainittuun teoriaosuuteen. Haastattelun kysymykset saivat alkunsa teoriaosuuden aihepiireistä. Haastatteluja helpotti mahdollisuus tilanteiden nauhoitukseen. Halusin kysymysten olevan mahdollisimman helposti ymmärrettäviä, jotta saisin niihin hyviä vastauksia. Tutkimus eteni nopeasti ja sain sitä varten paljon materiaalia haastateltavilta. Haastattelut onnistuivat hyvin ja niiden pohjalta oli helppo lähteä tarkastelemaan vastauksia tarkemmin. Läpikäyntiä helpottivat nauhoitukset, ja tilanteisiin oli helppo palata takaisin. Nauhoitusten huono puoli oli haastateltavien reaktiot laitteeseen. Nauhoituslaite tuntui aiheuttavan hieman jännitystä alkutilanteessa, josta pyrin pääsemään pois jutustelulla. Haastateltavat tuntuivat unohtavan haastattelun edetessä laitteen olemassaolon.

Olin hyvin positiivisesti yllätynyt vastausten laadusta ja laajuudesta. Haastateltavat antoivat haastatteluun paljon ajatusta ja aikaansa. Vastauksista löytyi paljon yhtenäisiä vastauksia, mutta myös erilaista ajatusmaailmaa. Huomioon otettavaa on, ettei vääriä vastauksia ole olemassa ja siksi kaikki vastaukset

olivat ”samalla viivalla”. Vastauksista löytyi paljon positiivisia piirteitä. Yrittäjät kokivat olevansa tyytyväisiä työhönsä ja näkivät tulevaisuuden suhteellisen valoisana. Myös heidän kannustavuutensa uusia yrittäjiä kohtaan toi mukaan positiivisuutta. Negatiivisena piirteenä tuli esille yrittäjien kokema vähäinen tuki yhteiskunnalta. Kaiken kaikkiaan vastaukset olivat joka tapauksessa onnistuneita ja niiden sisältö antoisaa.

Tulokset eivät ole yleispäteviä ja niistä ei voida vetää lopullisia johtopäätöksiä. Otanta on pieni ja siksi tulokset ovat suuntaa antavia. Jos tutkimuksessa olisi ollut enemmän haastateltavia, tuloksista olisi voinut tehdä syvempiä havaintoja. Otanta oli kuitenkin tarkoituksella pieni. Tavoitteena ei ollut tehdä laajaa tutkimusta, vaan ennemminkin kerätä paikallisten yrittäjien mielipiteitä. Jos olisin tehnyt laajempaa tutkimusta, puhelinkysely olisi ollut hyvä keino kerätä enemmän vastauksia. Haastatteluja on tarpeeksi, kun tapaukset eivät tuo uutta tietoa tai näkökulmia. Silti haastattelujen määrää voi olla vaikea määrittää, koska aineistosta voi esittää erilaisia lisä kysymyksiä. (Henttonen 2008, 5.)

Tätä opinnäytetyötä oli mukava kirjoittaa ja opin myös itse jatkuvasti jotakin uutta. Työ tarjosi haastetta ja onnistumisen tunnetta. Tutkimusosuus oli erityisen mukava ja uusi kokemus. Toivon, että yrittäjien kokemus auttaa kannustamaan myös uusia yrittäjiä eteenpäin.

## LÄHTEET

- Chan Kim, W. & Mauborgne, R. 2005. Sinisen meren strategia. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Finnvera. 2016. Finnvera lyhyesti. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finnvera.fi/finnvera/finnvera-lyhyesti/finnvera-esittely>. Viitattu 21.1.2017.
- Franchise News. 2014. Franchisingketjut Suomessa - top 10. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.franchiseneews.fi/index.php?k=225252>. Viitattu 8.3.2017.
- Henttonen, E. 2008. Usein kysytyjä kysymyksiä laadullisesta tutkimuksesta. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://into.aalto.fi/download/attachments/3775231/Kysymyksiä+ja+vastauksia+laadullisesta+tutkimuksesta.pdf>. Viitattu 5.5.2017.
- Hesso, J. 2013. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Holopainen, T. 2016. Yrityksen perustamisopas. 25. uudistettu painos. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Holopainen, T. & Levonen, A. 2001. Yrityksen perustajan opas. 11., uudistettu painos. Helsinki: Edita Oyj.
- Inspirans. 2017. Kvalitatiivinen tutkimus luo aina uutta. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.inspirans.fi/kvalitatiivinen-tutkimus/>. Viitattu 24.3.2017.
- Kinkki, S. & Isokangas, J. 2002. Yrityksen perustoiminnot. 1.-4. painos. Helsinki: WSOY.
- Kyrö, P. 1997. Yrittäjyys kulttuurin muuttajana. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.jyu.fi/tdk/hallinto/tiedotus/kyro.htm>. Viitattu 22.4.2017.
- Patentti- ja rekisterihallitus. 11.1.2017. Uusia yrityksiä noin parisen tuhatta enemmän kuin vuotta aikaisemmin – lähes joka toinen uusi yritys perustettiin Uudellemaalle. Www-dokumentti. Saatavissa: [https://www.prh.fi/fi/uutislistaus/2017/P\\_10605.html](https://www.prh.fi/fi/uutislistaus/2017/P_10605.html). Viitattu 19.1.2017.
- Patentti- ja rekisterihallitus. 29.9.2016. Vastauksia yrityksen perustamiseen ja ilmoittamiseen liittyviin kysymyksiin. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/useinkysytyt/useinkysytytyksi.html#lytunnus>. Viitattu 15.3.2017.
- Porter, M. 1985. Kilpailuetu – Miten ylivoimainen osaaminen luodaan ja säilytetään. 2. painos. Espoo: Amer-yhtymä Oy Weilin+Göös kirjapaino.
- Pirttilä, A. 2000. Kilpailijaseuranta. Helsinki: WSOY.
- Suojanen, K., Ojajarvi, J., Savolainen, H., Vainio, P. & Vanhanen, P. 2010. Jokaisen kodin ja pienyrityksen lakiopas. Helsinki: KS-Kustannus Oy.
- Treacy, M. & Wierseman, F. 1995. The Discipline of Market Leaders. Addison-Wesley Publishing Company.
- Vahtera, P. 2011. Yrittäminen on kaunein tapa ottaa vastuu omasta elämästä. Vantaa: Pauli Vahtera Oy.

Verohallinto. Uusi yritys. 30.12.2016. Www-dokumentti. Saatavissa: [https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Perustaminen](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Perustaminen). Viitattu 15.3.2017.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2011. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 1.-5. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Yrittäjät. 14.9.2015. Yrittäjyys Suomessa. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363>. Viitattu 19.1.2017.



**LIITE 1: Haastattelun kysymykset**

1. Mitä yrittäjän piirteitä näet itsessäsi?
2. Mitä yrittäjäyys merkitsee sinulle?
3. Minkälaista yrittäminen on Suomessa?
4. Mistä yritysidea lähti liikkeelle?
5. Miten analysoit omia mahdollisuuksiasi markkinoilla?
6. Minkälaisia strategioita käytät menestyäksesi markkinoilla?
7. Oliko rahoituksen suunnittelu ja saaminen helppoa/hankalaa?
8. Millä perusteella valitsit yritysmuodon?
9. Millaiseksi koit ilmoitusten tekemisen viranomaisille?
10. Millaiset tulevaisuudennäkymät näet omalle yrityksellesi?
11. Mitä ovat tulevaisuuden haasteet?
12. Mitä neuvoja antaisit uudelle yrittäjälle?