

Opinnäytetyö (Amk)

Liiketalous

Sähköinen liiketoiminta ja markkinointi

2012

Helena Miettinen

# ALOITTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

– Case: Rakennusalan yritys



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Sähköinen liiketoiminta ja markkinointi

Helmikuu 2012 | 45

Jaana Kallio-Gelander

Helena Miettinen

# ALOITTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

-Case: Rakennusalan yritys

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on laatia liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajan lähitulevaisuudessa perustettavalle rakennusalan yritykselle. Ennen yrityksen perustamista kannattaa aina laatia liiketoimintasuunnitelma, sillä sitä voidaan käyttää apuna toimintaa suunniteltaessa ja kehitettäessä.

Tavoitteena on, että tuleva yrittäjä saa selvän kuvan mitä yrityksen perustaminen vaatii ja miten yrityksestä saataisiin kannattava ja menestyksekkäs.

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantajan pyynnöstä, sillä yrittäjällä on pitkään ollut ajatuksena perustaa yritys, mutta sen todelliset haasteet ja vaatimukset eivät ole olleet hänelle selkeät. Toimeksiantajalle on tuttua itse työ, mutta yrittäjyydestä hänellä ei ole paljon tietoa eikä kokemusta.

Työ sisältää kaksi teoriaosuutta, joissa käsitellään yrittäjyyttä ja yrityksen perustamista sekä lisäksi liiketoimintasuunnitelman perusteita. Itse liiketoimintasuunnitelmassa tarkastellaan yrityksen tulevaa toimintaa, kuten toimialaa, asiakkaita ja kilpailijoita sekä yrityksen tarjoamia palveluita. Liiketoimintasuunnitelman tiedot on kerätty keskustelussa yrityksen perustajan kanssa.

Opinnäytetyön tuloksena yrittäjälle saatiin kattava teoriaosuus yrittäjyydestä, yrityksen perustamisesta sekä oman yrityksen pyörittämisen vaatimuksista. Itse liiketoimintasuunnitelma sisältää mm. markkinointitoimenpiteet ja tarvittavat investointi – ja rahoituslaskelmat. Valmista liiketoimintasuunnitelmaa voidaan käyttää ohjekirjana ja apuna jatkossa, kun toimintaa kehitetään.

ASIASANAT:

liiketoimintasuunnitelma, yrityksen perustaminen, yrittäjyys

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | e-Business and marketing

February 2012 | 45

Jaana Kallio-Gelander

Helena Miettinen

## BUSINESS PLAN OF A START-UP COMPANY

### - Case: Construction company

The goal of this thesis is to make a business plan for a start-up construction company that is planned to be established in the near future. Before starting a company it is always good to make a business plan since it can be helpful when developing the business.

The main objective is to gain a clear vision what establishing a company requires and in what ways the company could be profitable and successful.

The thesis was made as a commission as the entrepreneur has had the business concept in his mind for a long time but the real challenges and requirements have not been clear. The client knows the actual work but he has not adequate information or experience about entrepreneurship.

The theoretical part handles entrepreneurship and establishing a company and also basics of business plan. The actual business plan reviews the upcoming operations of the company such as branch, customers, competitors and services that the company provides. The information of the business plan is gathered with conversations with the founder of the company.

As a result of the thesis the entrepreneur has now an extensive theoretic part of entrepreneurship, establishing a company and also the demands of running his own company. The actual business plan includes, among others, marketing actions and the necessary investment and financial calculations. In the future the finished business plan can be used as a guidebook when the operations are developed.

### KEYWORDS:

business plan, establishing a company, entrepreneurship

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN</b>	<b>7</b>
2.1 Yrittäjäksi ryhtyminen	7
2.2 Yrittäjän perusominaisuudet	8
2.3 Yritysideasta liikeideaksi	8
2.4 Avustukset ja tuet	9
2.5 Yritysmuodot	9
2.6 Yritysmuodon valinta	10
2.6.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja (Yksityinen toiminimi)	10
2.6.2 Avoin yhtiö	11
2.6.3 Kommandiittiyhtiö	11
2.6.4 Osakeyhtiö	11
2.6.3 Osuuskunta	12
2.7 Arvonlisävero	13
<b>3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN PERUSTEET</b>	<b>14</b>
3.1 Lähtötilanne	14
3.2 Liikeidea	14
3.3 Yritysmuoto ja toiminimi	15
3.4 Markkina-analyysi	15
3.4.1 Toimiala	16
3.4.2 Kysyntä ja Asiakkaat	16
3.4.3 Kilpailijat	17
3.4.4 Toimintaympäristön analysointi	17
3.5 SWOT-analyysi	18
3.6 Yrityksen toiminta	20
3.6.1 Visio, tavoitteet ja strategia	20
3.6.2 Tuotteet/palvelut	20
3.6.3 Henkilöstö	21
3.6.4 Sijainti ja tilat	22
3.6.5 Hinnoittelu	22
3.6.6 Myynti ja markkinointi	24

3.7 Yrityksen riskit	25
3.7.1 Yrittäjän sosiaaliturva	27
3.8 Rahoituksen järjestäminen	27
3.8.1 Investointilaskelma	28
3.8.2 Käyttöpääomalaskelma	28
3.8.3 Rahoitustarvelaskelma	29
3.8.4 Myyntikatetarve	29
<b>4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA</b>	<b>30</b>
4.1 Johdanto	30
4.2 Liikeidea	31
4.3 Yritysmuoto ja toiminimi	31
4.4 Markkina-analyysi	32
4.4.1 Toimiala	32
4.4.2 Kysyntä ja asiakkaat	32
4.4.3 Kilpailijat	32
4.4.4 Toimintaympäristön analyysi	33
4.5 SWOT-analyysi	33
4.6 Yrityksen toiminta	36
4.6.1 Visio, tavoitteet ja strategia	36
4.6.2 Tuotteet/palvelut	37
4.6.3 Henkilöstö	37
4.6.4 Sijainti ja tilat	38
4.6.5 Hinnoittelu	38
4.6.6 Myynti ja markkinointi	39
4.7 Yrityksen riskit	40
4.8 Rahoituksen järjestäminen	40
<b>LÄHTEET</b>	<b>44</b>

# 1 JOHDANTO

Valitsin liiketoimintasuunnitelman tekemisen aloittavalle yritykselle, koska mielestäni se on mielenkiintoinen aihe, konkreettinen ja erittäin tarpeellinen taito elämässä. Omasta yrityksestä haaveilevan on hyvä lähteä liikkeelle liiketoimintasuunnitelman tekemisestä, sillä sitä tehdessä hahmottuu kokonaisuus johon ollaan ryhtymässä. Prosessissa yrittäjän on tarkoitus osata erottaa hyvät sekä huonot ideat toisistaan ja mihin suuntaan alkavaa liiketoimintaa voitaisiin kehittää.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda liiketoimintasuunnitelma toimeksiantaja lähitulevaisuudessa perustettavalle rakennusalan yritykselle. Työni tarkoitus on laatia liiketoimintasuunnitelma, jonka tukena hyvä teoriaosuus sekä käsitellä yrittäjyyttä ja sen vaatimuksia yrityksen perustajalta. Valmiin liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus antaa kattava kuva mitä yrityksen pyörittäminen vaatii ja miten yrityksestä saataisiin mahdollisimman kannattava ja menestykseläs. Liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus helpottaa yrityksen perustamista ja jatkossa kehittämistä keräämällä mahdollisimman paljon tietoa toimeksiantajalle.

Toimeksiantajalla ei ole aikaisempaa kokemusta yrityksen perustamisesta tai yrittäjyydestä, joten liiketoimintasuunnitelman tekemiseen tarvittiin apua.

Opinnäytetyö on tehty toimeksiantajalle itselleen, mutta sitä voidaan käyttää myös ulkopuolista rahoitusta haettaessa. Työ sisältää rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.

Tarkoituksena on keskustella yrityksen perustajan kanssa ja saada tietoa hänen yrittäjämahdollisuuksista. Myös liiketoimintasuunnitelmaa varten kerättävä tieto saadaan keskustelusta yrittäjän kanssa.

## 2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

### 2.1 Yrittäjäksi ryhtyminen

Ajatus yrityksen perustamisesta lähtee halusta työllistää itsensä ja toteuttaa omaa osaamistaan valitsemallaan alalla. Monet suomalaiset ovat alkaneet etsiä vaihtoehtoja työttömyyteen ja saaneet kipinän ryhtyä yrittäjäksi toteuttamalla omaa osaamistaan esimerkiksi elämysmatkailun parissa. Yrittäjäksi ryhtyminen on silti suuri päätös, jota kannattaa harkita pitkään ja tarkkaan, sillä siihen sisältyy monenlaisia riskejä ja uhkia. (Raatikainen 2006, 26)

Yrittäjällä on myös monia vapauksia ja mahdollisuuksia toimia haluamallaan tavalla, joita tavallisessa palkkatyössä ei välttämättä ole. Yrittäjähenkilö voi nähdä puutteita ja parempi menetelmiä toimia työskennellessään toisen palveluksessa. Jos vain löytyy henkisiä voimia ja aikaa lähteä panostamaan yritykseen, yritysidea on puoliksi valmis. Yrittäjyyden parhaita puolia onkin oma vapaus hallita yrityksensä kokonaisuutta, ajankäyttöä, työtapoja ja työjärjestystä. (Selinheimo 1994, 8)

Yrittäjäksi ryhtyvän on punnittava vaihtoehtojaan ja omia kykyjään ja mahdollisuuksia onnistua yksityisyrittäjänä. Täytyy miettiä sopiiko oma tausta, persoonallisuus ja elämäntilanne yrityksen pyörittämiseen. Myös sen hetkinen maailman tilanne vaikuttaa ajatukseen, että ryhtyykö yrittäjäksi. Monelle oman yrityksen perustaminen on varmasti houkutteleva idea, mutta palkkatyöllä on myös monia hyviä puolia, jotka tuovat tasapainoa ja vakautta elämään. Yrityksen pyörittäminen sisältää aina taloudellisia epävarmuustekijöitä, jotka voivat vaikuttaa merkittävästi omaan talouteen. Yrittäjä joutuu kantamaan yrityksensä riskit, johon liittyy epävarmuutta ja sen myötä myös stressiä.

Yrittäjyys on paljon enemmän kuin ammatti, se on elämäntapa, joka vaatii paljon aikaa, motivaatiota ja oikeanlaista asennetta (Yritys-Suomi 2011).

## 2.2 Yrittäjän perusominaisuudet

Itsenäiseltä yrittäjältä vaaditaan monenlaisia perusominaisuuksia ja kannattaa-kin harkita olisiko yrittäjäksi ryhtyminen sopivaa omalle persoonallisuudelle. Tärkeitä yrittäjäominaisuuksia ovat hyvä elämänhallinta, oma-aloitteisuus, itse-luottamus, riskinkantokyky ja itsetuntemus. Yrittäjän täytyy myös olla kärsivälli-nen, sisukas ja joustava, sillä yrityksen perustaminen vaatii paljon aikaa, rahaa ja pulmien ratkaisua. Yrittäjän täytyy olla myös positiivinen henkilö, joka taitaa asiakaspalvelun ja pystyy kommunikoimaan ihmisten kanssa.

Nykyajan yritykset ovat keskellä jatkuvaa muutosta ja nopeita käänteitä, joita yrittäjän on oltava valmis kestämään ja mahdollisesti muuttumaan muun maail-man mukana. Tähän tarvitaan avointa mieltä, luovuutta ja kekseliäisyyttä. Yri-tyksen täytyy pysyä kehityksessä mukana ja ajan hermolla, kun suunnitellaan yrityksen tulevaisuutta ja tulevia toimia. (Raatikainen 2006, 21)

Yrittäjän ei kuitenkaan tarvitse osata kaikkea itse. Yritystoimintaan kuuluu paljon muutakin kuin itse työt. Yrittäjän tarvitsee hoitaa myös esimerkiksi kirjanpito ja markkinointi. Yrittäjän kannattaa pyytää apu asiantuntijoilta jos näissä asioissa on vaikeuksia. Kirjanpidon ulkoistaminen tilitoimistolle takaa oikein tehdyn kirja-pidon, laskelmat, verotus ja ilmoitukset. Kirjanpitäjä toimii myös neuvonantajana yrittäjälle. Mainostoimisto voi taas suunnitella yrityksen mainokset ja Internet-sivut.

Paljon edellä mainittuja yrittäjäominaisuuksia omaavalla henkilöllä on hyvä mahdollisuus pärjätä itsenäisenä yrittäjänä.

## 2.3 Yritysideasta liikeideaksi

Yrityksen perustamista harkitsevalla on oltava yritysidea. Idea on voinut kypsyä mielessä jo usean vuoden ajan, odottaen oikeaa hetkeä tai se on voinut tulla hetken mielijohteesta. Yritysidea on usein vain ajatus, siitä mitä halutaan tehdä, jota sitten lähdetään muokkaamaan ja kehittämään liikeideaksi. Monet yritys-



ideat eivät ole taloudellisesti kannattavia tai realistisia, silloin niistä on luovuttava. (Selinheimo 1994, 11)

Yrityksen liikeideaa tulisia analysoida tarkoin, jolloin laaditaan liiketoimintasuunnitelma. Liikeideasta lisää liiketoimintasuunnitelman teoriaosuudessa osiossa 3.2.

#### 2.4 Avustukset ja tuet

Yrityksen on mahdollista saada erilaisia avustuksia ja tukia toimintaansa varten erilaisilta instansseilta. Työvoima- ja elinkeinokeskus (TE-keskus) myöntää tukia Suomen valtion varoista sekä EU-rahoista. (Alikoski ym. 2009, 113)

Starttiraha on harkinnanvarainen tuki, joka voidaan myöntää yrittäjäksi ryhtyvälle. Edellytyksiä tuen saamiselle on monia. Aluksi arvioidaan hakijan valmiudet aloittaa yritystoimintaa ja perustettavan yrityksen edellytykset, hakijalla tulee myös olla yrityskoulutusta tai – kokemusta. Muita edellytyksiä on esimerkiksi se, että yritystoiminta ei alkaisi ilman starttirahaa. Hakijalla ei myöskään saa olla muita tuloja. Jos edellytykset täyttyvät, hakijalle myönnetään starttiraha. Tarkoituksena on turvata yrittäjän toimeentulo yrityksen perustamisvaiheessa. Starttiraha on henkilökohtaista veronalaista tuloa. (Työ – ja elinkeinotoimisto 2010)

Starttirahaa saadaan jaksoittain, ensimmäinen jakso on kuusi kuukautta, jonka jälkeen on mahdollisesti 4-6 kuukauden jakso sekä lopuksi hakija voi erityisin perustein saada jatkoa tuelle 4-6 kuukautta. Starttirahaa voi saada maksimissaan 18 kuukauden ajan. (Työ – ja elinkeinotoimisto 2010)

#### 2.5 Yritysmuodot

Yritysmuotoja on yksityinen toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta. Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö kuuluvat henkilöyhtiöihin ja osakeyhtiö ja osuuskunta kuuluvat pääomayhtiöihin.

## 2.6 Yritysmuodon valinta

Yritystä perustettaessa valitaan sopivin yritysmuoto, joka vastaa yrityksen ja yrittäjän tarpeita. Yritysmuodon valinnalla on vaikutusta yrittäjän henkilökohtaiseen talouteen. Yritysmuotoa kannattaa miettiä tarkkaan, sillä se määrää ne puitteet, joissa toimitaan. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat seuraavat asiat:

- perustajien lukumäärä
- pääoman tarve
- vastuu
- toiminnan joustavuus
- yrityksen jatkuvuus ja laajenemismahdollisuudet
- voiton ja tappion kattaminen

(Yrityksen perustamisopas, TE-keskus 2007, 19)

### 2.6.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja (Yksityinen toiminimi)

Toiminimi on yksinkertaisin tapa ryhtyä yrittäjäksi, jossa perustaja itse päättää kaikista yrityksen asioista ja harjoittaa pienimuotoista yritystoimintaa. Elinkeinoharjoittaja kantaa yksin vastuun yrityksestään ja saa yrityksen tuotot itselleen, mutta kärsivät myös mahdolliset tappiot itse. (T&E 2007, 19)

Elinkeinoharjoittajat jaetaan ammatinharjoittajiin ja liikkeenharjoittajiin. Ammatinharjoittajat toimivat yleensä yksin ja toiminta perustuu yrittäjän oman osaamisen myymiseen, jolloin suurta pääomaa ei tarvita. Esimerkiksi nuohoojat, kirvesmiehet ja taksin kuljettajat ovat ammatinharjoittajia. Liikkeenharjoittajalla

taas on kiinteä toimipaikka sekä palkattuja työntekijöitä. Hyviä esimerkkejä ovat autokorjaamot, parturi-kampaajat sekä kioskien pitäjät. (Raatikainen 2006, 69)

### 2.6.2 Avoin yhtiö

Avoimessa yhtiössä on oltava vähintään kaksi yhtiömiestä. Avoin yhtiö on hyvä valinta yritysmuodoksi jos yhtiömiehet tuntevat toisensa hyvin ja luottavat toisiinsa, sillä he vastaavat yrityksestä yhteisvastuullisesti. Jokainen yhtiömiestä vastaa toisen ottamista riskeistä ja vastuista omalla omaisuudellaan. Voitot jaetaan myös tasan yhtiömiesten kesken, ellei muuta ole sovittu yrityksen yhtiösopimuksessa. Avoimet yhtiöt ovat usein perheyriä. (Alikoski ym. 2009, 46)

### 2.6.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on kahdenlaisia yhtiömiehiä, vastuunalaisia ja äänettömiä. Vastuunalaiset yhtiömiehet päättävät yrityksen asioista, kun taas äänettömät yhtiömiehet vain sijoittavat rahaa tai muuta omaisuutta. Vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat koko omaisuudellaan yrityksestä ja äänettömät yhtiömiehet vain sijoittamallaan osuudella. Voitto jaetaan ensin äänettömille yhtiömiehille heidän osuutensa mukaan, mutta myös vastuunalaiset yhtiömiehet saavat oman osansa. Tappiot kuitenkin jaetaan vain vastuunalaisten yhtiömiehien kesken.

Kommandiittiyhtiö vaatii yhtiömiehiltä keskinäistä luottamusta ja yhteistyökykyä.

### 2.6.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö sopii yritysmuodoksi useimmille yrityksille, jonka perustaja voi olla yksi tai useampi henkilö tai oikeushenkilö. Oikeushenkilöllä tarkoitetaan esimerkiksi toista yritystä, säätiötä, kuntaa tai valtiota (Raatikainen 2006). Osakeyhtiön perustajat eivät vastaa yhtiön toimista henkilökohtaisella omaisuudellaan vaan vain yritykseen sijoitetusta pääomasta. Osakeyhtiö perustetaan yksimielisellä

päätöksellä jonka jälkeen laaditaan perustamisasiakirjat, joita ovat perustamis-  
kirja, perustamiskokouksen pöytäkirja ja yhtiöjärjestys. (Alikoski ym. 2009, 47)

Osakeyhtiötä verotetaan 26 % verokannan mukaan. Osakkeenomistajat sijoitta-  
vat yritykseen pääomaa, jonka arvon mukaisesti he saavat yrityksen osakkeita.  
Minimipääoma osakeyhtiössä on 2500 euroa. Osakeyhtiö jakaa varoja osak-  
keenomistajille osinkojen muodossa sekä palkkana ja luontaisetuina. (Alikoski  
ym. 2009, 47)

Osakeyhtiö täytyy rekisteröidä kaupparekisteriin ennen kuin toiminta voidaan  
virallisesti aloittaa. Ennen rekisteröintiä täytyy osakepääoma olla maksettu ja  
kaikki tarvittavat asiakirjat laadittuna. Kaupparekisteri käsittelee asian ja jos  
kaikki on kohdallaan, merkitään yritys kaupparekisteriin. (Alikoski ym. 2009, 47)

### 2.6.3 Osuuskunta

Osuuskunta on tiimiyrittämisen muoto, jonka perustamiseen tarvitaan vähintään  
kolme henkilöä ja heidän kaikkien on oltavat perustettavan osuuskunnan jäse-  
niä. Osuuskunnan jäsenet ovat keskenään tasavertaisia ja heillä kullakin on yksi  
ääni. Jäsenten täytyy maksaa vähintään yksi osuus, mutta omistamien osuuksi-  
en määrä ei vaikuta äänimäärään. Jäsenet saavat osuusmaksun takaisin jos he  
eroavat. (Raatikainen 2006, 73)

Jäsenet eivät voi toimia suoraan osuuskunnan nimissä vaan osuuskunnan ko-  
kous päättää yrityksen asioista. Kaikki jäsenet voivat osallistua osuuskunnan  
kokoukseen, poikkeuksena suuret osuuskunnat, jolloin jäsenet valitsevat edus-  
tajiensa päättämään asioista.

Osuuskunta on rekisteröitävä kaupparekisteriin ennen kuin toimintaa voidaan  
aloittaa. Voitto tai ylijäämä voidaan jakaa palautuksina jäsenille, kuten esimer-  
kiksi S-ryhmän bonuksina.

## 2.7 Arvonlisävero

Arvonlisäveroa maksetaan palveluiden ja tavaroiden myynnistä, jos kyseessä on liiketoiminta. Arvonlisävero on kulutusvero, jonka yrittäjä lisää myymiensä tuotteiden tai palvelujen myyntihintaan. Maksaja on kuluttaja, sillä arvonlisävero on yritykselle vain ”läpimenoerä”. Veron periminen ja tilittäminen on yrityksen vastuulla.

Yrityksen on rekisteröidyttävä arvonlisäverollistenrekisteriin, jos tilikauden liikevaihto ylittää 8500 euroa. Myös alle 8500 euron liikevaihdolla voidaan ilmoittautua rekisteriin. Kiinteistöjen ja osakehuoneistojen myynti, terveyden – ja sairaanhoitopalvelut sekä sosiaalihuoltopalvelut ovat jätetty arvonlisäverotuksen ulkopuolelle. (Verohallinto 2012)

Yrityksen on ilmoitettava arvonlisäveron tiedot kausiveroilmoituksella ja maksettava arvonlisävero myyntien mukaan. Ilmoitukset ja maksut on tehtävä joko kuukausittain, neljännesvuosittain tai vuosittain, riippuen yrityksen omasta ilmoitus – ja maksujaksosta. (Verohallinto 2012)

Kuukauden myynnistä syntyneestä arvonlisäverosta saadaan vähentää kuukauden vähennyskelpoisten ostojen arvonlisävero, jonka jälkeen jäljelle jäänyt vero maksetaan. (Verohallinto 2012)

Yleinen verokanta useimmille tavaroille ja palveluille on 23 prosenttia. Elintarvikkeiden, rehun, aterian – ja ravintolapalveluiden verokanta on 13 prosenttia. Kirjat, lääkkeet, liikuntapalvelut, elokuvanäytökset, kulttuuri- ja viihdetilaisuuksien sisäänpääsy, henkilökuljetus, majoituspalvelut ja televisioluvat ovat verokannaltaan 9 prosenttia. (Verohallinto 2012)

### 3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN PERUSTEET

Liiketoimintasuunnitelma (Business Plan) on yksi yrityksen keskeisimmistä asiakirjoista, joka on apuna yrityksen perustamisvaiheessa, yritystoiminnan tukena sekä jatkuvassa kehityksessä. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä dokumentti kuvaamaan liikeideaa ja kannattavuutta rahoittajille, kuten pankeille ja pääomasijoittajille, mahdollisille yhtiökumppaneille ja yhteistyökumppaneille.

#### 3.1 Lähtötilanne

Liiketoimintasuunnitelman alussa on hyvä selvittää millainen lähtötilanne yrityksen perustamiselle on. Yrityksen perustajan ammattiosaaminen, koulutustausta ja yrittäjäkokemus olisi hyvä kuvailla perusteellisesti. Myös taloudelliset resurssit on hyvä selvittää heti alussa.

#### 3.2 Liikeidea

Yritysideasta muodostuu liikeidea, kun sitä aletaan lähemmin tarkastella. Liikeidea on kuvaus yrityksen liiketoiminnasta ja siitä miten on tarkoitus tuottaa rahaa. Liikeidea sisältää neljä tärkeää kohtaa, jotka on määriteltävä; asiakkaat, tuotteet ja palvelut, toimintatavat ja imago. Asiakkaat eli yrityksen kohderyhmät täytyy osata tunnistaa, että markkinointi voidaan kohdistaa niihin, jotka yrityksen palveluja tarvitsevat. Seuraavaksi täytyy määritellä ne tuotteet ja palvelut, joita yritys aikoo kohderyhmille tarjota. (Alikoski ym. 2009, 35)

Eri kohderyhmät eli segmentit eivät välttämättä tarvitse samoja tuotteita kuin toiset. Segmentit voidaan määritellä hyvinkin tarkkaan esimerkiksi demografisin perustein. Demografisia tekijöitä on mm. ikä, sukupuoli, ammatti/koulutus, siviilisääty ja tulot.

Kolmas seikka määriteltävänä ovat yrityksen toimintatavat ja keinot miten tuotteet ja palvelut tarjotaan asiakkaille. Yritysimago on yrityksen kannalta erittäin

tärkeä, sillä se on asiakkaan mielikuva yrityksestä. Yrittäjän on tiedettävä millainen mielikuva halutaan antaa ja mitä yritetään viestiä asiakkaille. (Raatikainen 2006, 39) Esimerkiksi elektroniikkayritys voi panostaa imagoa luodessaan tuotteiden laatuun ja henkilökohtaiseen palveluun.

Lyhyesti sanottuna liikeidea kertoo mitä myydään, kenelle myydään, miten ja millainen mielikuva halutaan yrityksestä antaa.

### 3.3 Yritysmuoto ja toiminimi

Yritysmuoto valitaan esimerkiksi verotuksen ja kasvumahdollisuuksien kannalta. Erilaisista yritysmuodoista kerrottiin jo aikaisemmin osiossa sivuilla 10–12.

Yrityksen toiminimi saadaan joko vakiinnuttamalla tai rekisteröimällä se kaupparekisteriin. Laki säättää millainen toiminimen on oltava. Yrityksen nimen on oltava yksilöivä, sen tulee erottua muista eli se ei saa sekoittua muihin, varsinkaan samalla toimialalla oleviin jo rekisteröityihin toiminimiin, hyvän tavan ja järjestyksen mukainen. Toiminimestä tulee myös näkyä yritysmuoto joko itse sanana tai lyhenteenä. (Selinheimo 1994, 47)

Toiminimi on myös tärkeä markkinoinnin keino. Hyvä nimi kertoo mitä yrityksessä tehdään ja luo tietyn mielikuvan asiakkaille. Nimen on myös oltava riittävän lyhyt, selkeä ja helposti äännettävissä ja kirjoitettavissa.

Kaupparekisteri tarkastaa toiminimistä yritysmuodon tunnuksen, yksilöivyyden, erottuvuuden, sekoitettavuuden ja sukunimet. (Raatikainen 2006, 77- 78.)

### 3.4 Markkina-analyysi

Markkina-analyysin tarkoitus on kartoittaa yrityksen ympärillä toimivaa markkinoita. Yrityksen kannattaa tarkastella ympäröivää toimialaa, asiakkaita sekä kilpailijoita, jotta tunnistettaisiin monet uhat ja mahdollisuudet. Tarkoituksena kerätä mahdollisimman paljon tietoa, jotta yritys pystyisi varautumaan muuttuvaan toimintaympäristöön.

### 3.4.1 Toimiala

Yritykset ja muut organisaatiot sekä toimipaikat luokitellaan toimialaluokkiin niissä harjoitetun taloudellisen toiminnan perusteella. ”Toimialaluokituksen määrittelyt perustuvat toiminnalle tyypillisiin tuotantopanoksiin, tuotantoprosesseihin tai tuotettuihin tavaroihin ja palveluihin.” (Tilastokeskus 28.11.2011)

### 3.4.2 Kysyntä ja asiakkaat

Yrityksen tuottamilla tuotteilla tai palveluilla on oltava kysyntää eli markkinoita, jotta yritystoiminta olisi kannattavaa. Nämä markkinat eli asiakkaat on löydettävä ja yritettävä täyttää asiakkaan tarpeet jollakin tapaa ja samalla erottua kilpailijoista.

Jatkuvasti kuluttajille syntyy uusia tarpeita erilaisille tuotteille ja palveluille, mutta samaa tarvetta voidaan tyydyttää useilla eri tuotteilla ja palveluilla. Tämä täytyy ottaa huomioon kartoitettaessa yrityksen kilpailijoita, sillä myös saman tarpeen tyydyttävät tuotteet ja palvelut ovat kilpailijoita eikä vaan samantapaisia tuotteita tarjoavat yritykset. (Yrityksen perustamisopas, TE-keskus 2007, 14)

Yrityksen asiakkaita ovat kuluttajat, toiset yritykset tai yhteisöt, kuten kunnat tai valtiot. Lähes kaikki yritykset ovat riippuvaisia asiakkaista, joten asiakastyytyväisyys ja – uskollisuus ovat asioita joihin kannattaa nähdä vaivaa. Toiminnan ja palvelun jatkuva parantaminen saa asiakkaat tulemaan takaisin ja käyttämään yrityksen palveluita. Huono palvelu tai asiakkaiden huono kohtelu yrityksessä voi johtaa huonoon maineeseen. Yksi kaltoin kohdeltu asiakas voi kertoa kokemuksistaan eteenpäin ”puskaradiossa”, joka todennäköisesti karkottaa uusia tai jo olemassa olevia asiakkaita. Tämä ”puskaradio” on hyvin tunnettu ilmiö, jossa asiakkaat jakavat erilaisia kokemuksia yrityksen tuotteista tai palveluista.



### 3.4.3 Kilpailijat

Yrityksen on tunnistettava kaikki kilpailijansa eli yrityksen, jotka toimivat samalla markkina-alueella. Tämä helpottaa markkinoinnin ja kilpailukeinojen kohdentamista oikeisiin asiakasryhmiin. Yritysten välinen kilpailu on kovaa ja uuden yrityksen perustaminen ja tuominen markkinoille saattaa olla haastavaa. Yrityksen on kuitenkin löydettävä kilpailukeinot, joilla se pystyy kilpailemaan markkinoilla. Yrityksen keskeisiä kilpailukeinoja ovat tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. (Alikoski ym. 2009, 55)

Markkinatilanteen ja kilpailijoiden seuranta on tärkeää, jotta pysyttäisiin kiihtyvässä kilpailussa mukana ja pystyttäisiin kehittämään lisäarvoa asiakkaalle.

### 3.4.4 Toimintaympäristön analysointi

Yrityksen täytyy toimintaansa suunnitellessa ottaa huomioon toimintaympäristö ja huomioida siinä tapahtuvat muutokset, jotta pysytään kehityksessä mukana. Yrityksen on tärkeää pystyä ennakoimaan toimintaympäristön muutoksiin, jotta niihin voidaan ajoissa puuttua.

Toimintaympäristöanalyysissä selvitetään yritystoimintaan vaikuttavia tekijöitä, jotka ovat taloudellinen, teknologinen, sosiaalinen ja poliittinen ympäristö.

Taloudellisen kehityksen seuraaminen on tärkeää, koska se liittyy tuotannontekijöiden hintaa ja kysyntään. Tuotannontekijöillä tarkoitetaan työvoimaa, pääomaa ja raaka-aineita. Kaikki tuotantotekijöiden muutokset vaikuttavat suoraan yritykseen, kuten raaka-aineiden tai lainan korkojen kallistuminen sekä työvoimapula. Elintason muutokset vaikuttavat kuluttajien ostokykyyn sekä kysyntään (edu.fi).

Korkotaso ja inflaatio ovat taloudellisen kehityksen mittareita, joiden vaikutus yritystoimintaan kannattaa selvittää tarkasti (edu.fi).

Tämän hetken puheet ja uutisotsikot euroalueen jatkuvista rahoituskriiseistä ja niiden vaikutuksesta yhteiseen valuuttaan, euroon vaikuttavat väkisinikin kuluttajiin. Suurempia hankintoja siirretään helposti tulevaisuuteen epävarman taloustilanteen takia. Talousjärjestö OECD:n mukaan Suomen talouskasvu ja bruttokansantuotteen kasvu hidastuu euroalueen velkakriisin takia. (Mtv3 28.11.2011)

Teknologian kehitys voi muuttaa yrityksen ympäristöä uusien, korvaavien tuotteiden ja tuotantotapojen johdosta. Esimerkiksi valokuvausalalla filmikameroista siirtyminen digitaalisiin kameroihin on vaikuttanut voimakkaasti alan yrityksiin ja pakottanut yritykset muuttumaan nopeasti. (Ammattiwiki.fi)

Yritystoimintaan vaikuttavia sosiaalisia tekijöitä ovat ikärakenteen kehitys, kuluttajien lisääntynyt vapaa-aika ja kulutustottumusten muutokset. Nämä tekijät voivat vaikuttaa tuotteiden ja palveluiden kysyntään.

Poliittisia tekijöitä ovat esimerkiksi ympäristönsuojelu, kuluttajasuoja, työturvallisuus sekä tuoteturvallisuus. Näihin tekijöihin tulevia lainsäädännön muutokset on otettava huomioon kuluttajien keskuudessa sekä yritysten toiminnassa. (ammattiwiki.fi)

### 3.5 SWOT-analyysi

Liikeidean ja toimintaympäristön arvioinnissa käytetään apuna nelikenttäanalyysia eli SWOT-analyysia. SWOT-analyysi on selkeä ja käyttökelpoinen yrityksen liikeidean kehittämisen keino. Lyhenne SWOT tulee englannin kielen sanoista **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunitues and **T**hreats (Selinheimo 1994, 14). Analyysin avulla on tarkoitus löytää yrityksen toiminnan sisäiset vahvuudet ja vahvistamaan niitä sekä tunnistamaan yrityksen sisäiset heikkoudet ja korjaamaan niitä. Yrityksen ulkopuoliset mahdollisuudet ja uhat yritetään myös etsiä ja oppia niistä. Mahdollisuuksista yritetään löytää toiminnan kehittämisen kohteita, jotta niistä voisi tulla yrityksen uusia vahvuuksia ja uhkia pyritään vähentämään ja poistamaan. (Alikoski ym. 2009, 31.) Yrityksen SWOT-analyysi kuvaa yrityksen vahvuuksia, kehittämiskohteita, mahdollisuuksia ja uhkia. (Katso Kuvio 1, s. 19)

## YRITYKSEN SWOT-ANALYYSI

### VAHVUUDET

Kuvaillaan yrityksen vahvuuksia, joiden varassa yritys menestyy.

Miksi ne ovat vahvuuksia?

Voidaan nostaa esiin muun muassa seuraavia asioita:

- tuotteet ja asiakassuhteet
- henkilöstön ammattitaito ja koulutus
- sijainti, tilat, koneet ja laitteet

### KEHITTÄMISKOHEET

Kuvaillaan yrityksen kehittämiskohteita, joista yritetään saada vahvuuksia.

Miksi ne ovat kehittämiskohteena?

Voidaan nostaa esiin muun muassa seuraavia asioita:

- tuotteiden hintataso ja kannattavuus
- puutteet markkinoinnin ja liiketoiminnan osaamisessa
- talouden suunnittelun ja seurannan puute
- henkilöstön ikärakenne

### MAHDOLLISUUDET

Kuvaillaan yrityksen mahdollisuuksia parantaa liiketoimintaa.

Miksi ne ovat mahdollisuuksia?

Voidaan nostaa esiin muun muassa seuraavia asioita:

- alihankinta ja toimintojen ulkoistaminen
- markkinat ja kansainvälisyysmahdollisuudet
- yritysten välisen yhteistyön ja verkostoitumisen kehittäminen
- uuden tietotekniikan hyödyntäminen
- ympäristöasiat (kierrätys, kestävä kehitys) ja tuotteiden linkaariajattelu

### UHAT

Kuvaillaan yrityksen uhkia, jotka ovat vaaraksi koko yrityksen toiminnalle.

Miksi ne ovat uhkana?

Voidaan nostaa esiin muun muassa seuraavia asioita:

- kysynnän väheneminen (kotimaa/ulkomaat)
- kiristynyt kilpailu, ulkomaiset kilpailijat ja tuonti
- ammattitaitoisen työvoiman saanti

Kuvio 1. Yrityksen SWOT-analyysi. (Alikoski ym. 2009, 32)

### 3.6 Yrityksen toiminta

Yrityksen toiminta-osiossa on tarkoitus kuvata yrityksen visiota, tavoitteita ja strategiaa. Tarkoituksena on myös määritellä yrityksen tuotteet/palvelut, henkilöstö, sijainti ja toimitilat, jonka jälkeen käsitellään tuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun ja lopuksi myyntiin ja markkinointiin.

#### 3.6.1 Visio, tavoitteet ja strategia

Yrityksellä on oltava visio, joka ohjaa tulevaa toimintaa. Visio kuvaa mitä yritys haluaa saavuttaa ja millaista yritystä ollaan rakentamassa. Vision muuttaminen strategiaksi helpottuu, kun sitä yritetään muuttaa konkreettiseksi päätavoitteeksi. Yrityksen päätavoitteet voidaan ilmaista luvuissa, kuten esimerkiksi tavoitteena on jokin tietyn suuruinen liikevaihto tai markkinaosuus. Tavoitteena voi olla myös henkilöstön osaamisen kehittäminen tai vanhan kaluston uusiminen. (Finnvera 2001, 80)

Strategia kuvaa periaatteet, joilla pysytään mukana kilpailussa, menestytään ja turvataan yrityksen tulevaisuus. Yrityksen asetettua toiminalleen visioita, strategiassa mietitään miten tietyt visiot saadaan toteutettua. Esimerkiksi yritys asetti tavoitteeksi, että viiden vuoden päästä liikevaihto olisi kaksinkertainen, on mietittävä tarkkaan mitä asioita kehitetään, jotta tavoite saavutetaan. (Finnvera 2001, 84)

#### 3.6.2 Tuotteet/palvelut

Tuote on tavara, palvelu tai näiden yhdistelmä. Tavaratuote on helpompi hahmottaa kuin palvelutuote, joka sisältää aineettomia ja aineellisia osia. Palvelutuote voi olla työsuoritus, tietoa sekä taitoa. Esimerkiksi myytävien tuotteiden lisäksi asiakkaalle voidaan tuottaa lisäarvoa tarjoamalla jotakin palvelua, kuten asiakaspalvelu, rahoitusmahdollisuus, Internet-ohjeet, takuu tai huolto. Yritys voi valmistaa tuotteita tai toimia jälleenmyyjänä. Palveluita myydessä yrityksen

on tärkeää yrittää tehdä näkymätöntä palvelua konkreettisemmaksi, jotta sen myynti helpottuisi. (Raatikainen 2006, 85)

Tuotteiden saatavuus on varmistettava sekä tuotteista ja palveluista on oltava riittävästi tietoa, esimerkiksi hinta, tuotetiedot ja maksuehdot. Tärkeää on myös monipuolinen valikoima ja tuotteiden oikea sijoittelu sekä siisti palveluympäristö. Asiakkaan ostokokemusta vahvistavat helposti tavoitettavissa oleva henkilöstö ja tarpeeksi nopea palvelu. Asiakkaalle voi jäädä negatiivinen mielikuva yrityksestä jos liikkeessä on aina pitkät kassajonot tai turhaa aikaa kuluu henkilökunnan odottamiseen.

### 3.6.3 Henkilöstö

Yrittäjä ei aina pysty toimimaan yksin vaan hänen on palkattava työvoimaa täyttääkseen jonkin työtehtävän, joka ilmaantuu esimerkiksi kovan kysynnän vuoksi. Ammattitaitoinen ja motivoitunut henkilöstö on yrityksen keskeisiä menestystekijöitä ja heidän työpanos on korvaamaton. Parhaat välineet, tilat ja raaka-aineet yksin eivät takaa menestystä vaan se vaatii myös osaavaa henkilökuntaa. (Raatikainen 2006, 109)

Yrittäjän on huolehdittava henkilöstön hyvinvoinnista, sillä se vaikuttaa suoraan suorituskykyyn ja motivaatioon. Erilaiset palkinnot ja bonukset pitävät työntekijöiden motivaatiota yllä ja lisäävät sitoutumista yritykseen. (Alikoski ym. 2009, 93)

Henkilöstöstä maksetaan palkan lisäksi erilaisia kuluja, kuten lakisääteiset ja muut henkilöstösivukulut. Lakisääteisiin kuluihin kuuluu erilaiset vakuutusmaksut ja muihin kuluihin kuuluu esimerkiksi työterveys-, virkistys- ja työvaatekustannukset. (Alikoski yms. 2009, 94)

#### 3.6.4 Sijainti ja tilat

Yrityksen fyysinen sijainti on mietittävä tarkkaan. Luonnollisesti aloittava yrittäjä haluaa perustaa yrityksen asumalleen paikkakunnalle, mutta on myös mietittävä onko jossakin alue, jossa on kova pula juuri sinun yrityksen ammattilaisista. Yrityksiä yritetään houkutella maakuntien kasvukeskuksiin tarjoamalla tietoa, tukea ja apua sijoittumisessa uuteen paikkaan. Apua on myös tarjolla yrityksen perustamis- ja kehittymistarpeissa. (Yrityssalo 30.11.2011)

Yrityksen sijaintia valitessa, kannattaa ottaa huomioon myös markkinat, työvoiman saatavuus, energia, raaka-aineet, liikenneyhteydet, luonnonolosuhteet ja lainsäädäntö. (Raatikainen 2006, 93)

Yritystä perustettaessa syntyy kuluja jo ennen kuin yhtään tuotetta on myyty, joten yrittäjän kannattaa harkita pitkään aluksi tehtäviä isoja investointeja. Toimitilojen oston sijaan kannattaa harkita niiden vuokrausta. Toimitilojen ei aluksi tarvitse olla kovin erikoiset, koska toiminnan edetessä ja taloudellisen tilanteen parantuessa, voidaan panostaa parempiin toimitiloihin. (Alikoski ym. 2009, 40)

Yrityksen sijainnin ja tilojen lisäksi huomiota on kiinnitettävä pysäköintimahdollisuuksiin, opasteisiin, julkisivuun ja aukioloaikoihin.

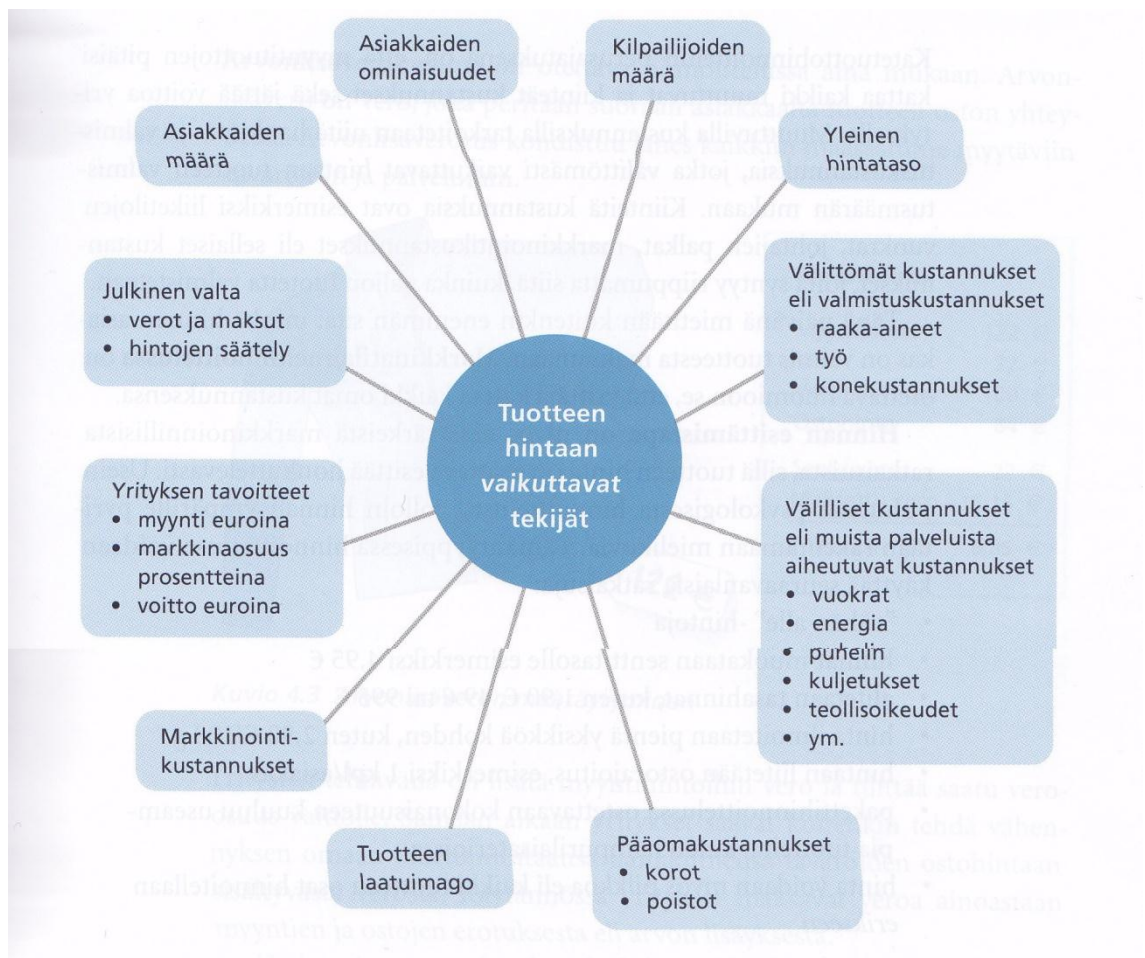
#### 3.6.5 Hinnoittelu

Oikeanlainen hinnoittelu on haastava tehtävä aloittavalle yrittäjälle. Hinnan on oltava sellainen, jonka asiakkaat ovat valmiita maksamaan sekä sen on katettava aiheutuneet kustannukset ja tuottamaan voittoa. Molempien osapuolinen tyytyväisyys on hyvän hinnoittelun peruste. (Raatikainen 2006, 87.)

Hinta tuo asiakkaalle erilaisia mielikuvia yrityksestä ja sen tuotteista tai palveluista. Tuotteen tai palvelun kalliimpi hinta luo asiakkaalle odotuksia paremmasta laadusta tai palvelusta. Kun kyseessä on edullisempi tuote, asiakas tietää, että joutuu tinkimään joko tuotteen eliniästä, laadusta tai jostain lisäarvoa tuottavasta palvelusta. (Alikoski ym. 2009, 56)

Hinnoittelun perustana on kustannustekijöiden tunteminen. Kustannustekijöitä ovat esimerkiksi tuotteen laatu, markkinointikustannukset, voittoprosentti, verot, kilpailijoiden hintataso, markkinatilanne sekä tuotteeseen liittyvät muuttuvat ja kiinteät kustannukset. (Alikoski ym. 2009, 56) Muuttuvia kustannuksia ovat tuotteen hankintaan ja valmistukseen liittyviä kustannuksia, kuten raaka-aineet ja työ. Kiinteitä kustannuksia taas ovat esimerkiksi liiketilojen vuokrat ja johtajien palkat. (Raatikainen 2006, 88)

Seuraavasta kuvista (kuvi 2) selviää kaikki tuotteen hintaan vaikuttavat tekijät.



Kuvio 2. Hintaan vaikuttavia tekijöitä (Raatikainen 2006, 87)

Tuotteen tai palvelun hinta on myös osattava esittää asiakasta houkuttelevasti. Yleistä on liittää hintaan jonkinlainen ostotarjous esimerkiksi kolme tuotetta kahden hinnalla. (Raatikainen 2006, 88)

### 3.6.6 Myynti ja markkinointi

Markkinoinnin tarkoitus on tuoda yritys asiakkaiden tietoisuuteen ja saada asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä. Markkinoinnin tavoitteena on yrityksen tunnetuksi tekemisen lisäksi positiivisen mielikuvan luominen, asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen ja pysyvien asiakassuhteiden luominen. (Alikoski ym. 2009, 51)

Markkinointitoimenpiteet kannattaa suunnitella tarkasti, sillä rahaa on yleensä vain rajallinen määrä. Joskus yrittäjän kannattaa turvautua ulkopuoliseen apuun jos omat taidot eivät siihen riitä. (Alikoski ym. 2009, 51)

Markkinointiviestintää varten yrityksen on hyvä tehdä esimerkiksi esite, hinnasto, kuvasto ja Internet-sivut. Internet-sivujen tärkeys on korostunut 2000-luvulla, sillä kuluttajat olettavat kaiken tarpeellisen löytyvän muutamalla klikkauksella Internetistä. Yrityksestä ja sen tuotteista on löydettävä paljon tietoa erilaisista lähteistä. Mainonta sanoma- ja aikakauslehdissä, tv:ssä, radiossa ja Internetissä tuo yritystä ihmisten tietoisuuteen. Usein aloittavalle yritykselle tv- ja radiomainonta on liian kallista, joten kannattaa keskittyä paikallisiin lehtiin, jotka tavoittavat potentiaaliset asiakkaat. Ei kannata unohtaa yrityksen nimen ja logon esille tuontia esimerkiksi paikallisissa tapahtumissa tai pienissä sponsoroinneissa. (Raatikainen 2006, 94)

Aloittava yritys tarvitsee alusta alkaen monenlaisia lomakkeita, kuten laskupohja, käyntikortit, osoite- ja tuotetarrat. Näistä lomakkeista asiakas löytää helposti yrityksen nimen ja yhteystiedot.

Asiakkaiden segmentointi eli asiakkaiden jakaminen erilaisiin kohderyhmiin on hyvin keskeinen asia yritystoiminnassa. Tämä vaatii kuitenkin asiakaskunnan tuntemista. Segmentoinnin avulla markkinointitoimenpiteet pystytään kohdentamaan kuhunkin asiakasryhmään parhaiten. Asiakkaiden ostokäyttäytymisen



seuranta ja tunnistaminen auttaa asiakasryhmien jaossa. (Alikoski ym. 2009, 52)

Yrityksen kannattaa kerätä asiakkaistaan mahdollisimman paljon tietoa erilaisien kilpailujen tai tarjouksien avulla. Tätä informaatiota voidaan myöhemmin hyödyntää, kun yritys haluaa kohdentaa markkinointia haluamilleen asiakkaille, joista tulee yrityksen ydinasiakkaita. Myös kanta-asiakassuhteiden luominen ja ylläpitäminen on erittäin tärkeää, sillä uusi asiakas on yritykselle aina kalliimpi kuin jo olemassa oleva asiakas. Kanta-asiakkaat tuovat suurimman osan yrityksen liikevaihdosta. Tärkeisiin asiakkaisiin kannattaa panostaa esimerkiksi erilaisin kanta-asiakasalennuksilla tai – tarjouksilla tai muistaa pienellä lahjalla. (Alikoski ym. 2009, 53)

### 3.7 Yrityksen riskit

Yritystoimintaan liittyy monenlaisia riskejä ja uhkia. Yrityksellä on mahdollisuus hallita riskejä varautumalla niihin huolellisesti. Riskien hallinta on koko henkilöstön tehtävä, tekemällä työt huolellisesti ja pitämällä toimitilat siisteinä, jotta välttäisiin työtapaturmilta. Riskien hallinnalla ja pienentämisellä yritys takaa palvelun jatkuvuuden, koko henkilöstön työllisyyden ja siten yrittäjän ansiot. (Alikoski ym. 2009, 101)

Yrityksen riskit luokitellaan yleisesti kuuteen riski- ja vahinkotyyppiin (kuvio 3). Moniin yrityksen riskeihin voidaan varautua vakuutuksilla. Omaisuus, kuten tilat ja kalusto ja henkilöstö voidaan vakuuttaa vahinkojen varalta. Yrityksen toiminnan keskeytymiseen on olemassa vakuutuksia, jotka auttavat toiminnan jatkumisen esimerkiksi yrittäjän kuoleman jälkeen. (Raatikainen 2006, 103) Vakuutukset tulisi kartoittaa tarkoin yrityksen tarpeisiin ja päivittää niitä tarvittaessa.

Riskejä voidaan välttää panostamalla ennaltaehkäisevään toimintaan, kuten työsuojeluun, työterveyshuoltoon, riittävä koulutus uusien työkoneiden käyttöön ja vaarallisten töiden teettäminen alihankinta. Riskejä voidaan myös poistaa eli siirtää toisille. Esimerkiksi yrityksen liiketilojen vuokraus siirtää kunnossapidon ja hoidon kiinteistön omistajalle sekä yrityksen logistiikka voidaan siirtää kulje-

tusyrityksen hoidettavaksi, jolloin riskin kantaa kuljetusyritys. Yritys voi myös kantaa joitakin pieniä riskejä sen sijaan, että yritys yrittäisi poistaa niitä. Esimerkiksi kalliiden valvontakameroiden hankkimisen sijaan, yritys voi hyväksyä pienen hävikin eli esimerkiksi näpistelyn. Näissä tapauksissa yrityksen on arvioitava riskin suuruus tarkkaan. (Alikoski ym. 2009, 103)

Yrityksen riskit	
<b>Liikeriskit</b>	<b>Keskeytys- ja riippuvuusvahingot</b>
Tekniset riskit Yrityksen kannattavuus Toimitusten myöhästyminen Kilpailijan toiminta Lakot Inflaatio Kaupparajoitukset Poliittiset riskit Asiakasluotot Takaukset	Omasta tai tavarantoimittajasta johtuvat tulon menetykset Asiakkaan omaisuusvahinko Sähkösaannin keskeytys Viranomais määräys
<b>Omaisuusvahingot</b>	<b>Henkilöriskit</b>
Tulipalo Räjähdykset Vuoto Myrsky Konevahinko Kuljetusvahinko Kalustovahinko Liikennevahinko	Tulva Maanjäristys Sortuminen Sairaus Tapaturma Avainhenkilöön kohdistuvat riskit Työntekijän eroaminen & eläkkeelle jääminen Sukupolvenvaihdos yrityksessä
<b>Rikokset</b>	<b>Vahingokorvausvaatimukset</b>
Murto Ryöstö Varkaus Kavallaus Hävikki	Tietovarkaus Teollisuusvakoilu Ilkivalta Sabotaasi Pommihäikä
	Korvausvastuu toiselle aiheutetusta vahingosta Tuotevastuu Ympäristövastuu Tietovastuu Sopimusvastuu

Kuvio 3. Yrityksen riski- ja vahinkotyypit (Raatikainen 2006, 102)

### 3.7.1 Yrittäjän sosiaaliturva

Yrittäjän on otettava itselleen ja työntekijöilleen lakisääteiset vakuutukset. Yrittäjän lakisääteinen eläkevakuutus, YEL on otettava eläkkeen perustaksi eläkevakuutusyhtiöstä. YEL-vakuutusta otettaessa määritetään yrittäjälle työtulo, jonka perusteella turvataan toimeentulo yrittäjätoiminnan olennaisesti vähetessä tai päättyessä työkyvyttömyyteen. Yrittäjä tarvitsee myös työtapaturma- ja sairausajan vakuutuksen.

### 3.8 Rahoituksen järjestäminen

Aloittavalle yritykselle on hankittava rahoitus toiminnan käynnistämiseksi. Monesti yritykset tarvitsevat sekä omaa pääomaa että vierasta pääomaa. Vierasta pääomaa ovat erilaiset pankkilainat, vakuutusyhtiöiden sijoitusluotot, rahoitusyhtiöiden tarjoamat rahoitusmuodot, erilaiset julkiset tuet sekä EU:n ja kansainvälisten rahoituslaitosten tarjoamat rahoitusvaihtoehdot. Vieras pääoma voi olla lyhytaikaista, jolloin takaisinmaksun on tapahduttava vuoden kuluessa tai se voi olla pitkäaikaista, jolloin takaisinmaksuaikaa on yli vuosi. Lyhytaikainen vieras pääoma voi olla esimerkiksi tavarantoimittajien ja palveluntarjoajien antama maksuaika eli ostovelka. (Alikoski ym. 2009, 111)

Ulkopuoliset rahoittajat, kuten pankit vaativat takeita siitä, että yrittäjä maksaa pankkilainan takaisin, joten lainalle on asettava vakuus tai takaaja. Vakuutena on yleensä kiinteää omaisuutta ja takaaja on henkilö, joka antaa vakuuden lainanhakijan puolesta. Vieraasta pääomasta on aina maksettava myös korkoa. (Raatikainen 2006, 118 & 119)

Omalla pääomalla tarkoitetaan yrittäjän sijoittamaa rahaa tai omaisuutta yritykseen. Sijoitettava omaisuus voi olla esimerkiksi erilaiset koneet ja laitteet. Omaa pääomaa ovat myös erilaiset avustukset ja ulkopuoliset pääomasijoittajat, kuten ”Business-enkeleiksi” kutsutut sijoittajat, jotka sijoittavat kaskuyrityksiin, joiden odotetaan tuottavan voittoa. (Raatikainen 2006, 118) Yrityksen alkaessa

myydä tuotteita tai palveluja, yritykseen saadaan myös tulorahoitusta. (Raatikainen 2006, 120)

Yrityksellä on oma kasvukaarensa, jonka jokaisessa vaiheessa rahoituksella on suuri merkitys. Alussa yritysideoita testaukseen kuluu rahaa ja itse perustamisvaiheessa on hankittava tarvittavat koneet ja laitteet. Yrittäjän on myös varauduttava vähintään 2-3 kuukauden palkka - ja vuokramenoihin sekä muihin ylimääräisiin kustannuksiin. Varautuminen on tärkeää, ettei yrittäjä heti alussa joudu maksu vaikeuksiin, kun myynnin alkuunsaaminen kestää oman aikansa. Yrityksen kehittyessä ja laajetessa tarvitaan uutta pääomaa erilaisiin laajennustoimiin, kuten markkinointiin. (Raatikainen 2006, 120 & 121)

Yrittäjän tärkeimmät laskelmat aloitusvaiheessa ovat, investointi- ja käyttöpääoman tarvelaskelma, rahoitustarvelaskelma ja myyntikatetarve. (Raatikainen 2006, 133)

### 3.8.1 Investointilaskelma

Yritys yleensä tarvitsee rahaa erilaisiin hankintoihin yritystoiminnan alkuvaiheessa, hankintoja ovat esimerkiksi toimitilat ja remontointi, koneet sekä laitteet. Näitä kutsutaan investoinneiksi. Yrityksen tarvitsemista investoinneista muodostuu käyttöomaisuus. Investointilaskelmassa kaikki investoinnit kannattaa luetteloida yksityiskohtaisesti. (Alikoski ym. 2009, 41)

### 3.8.2 Käyttöpääomalaskelma

Aloittavan yrittäjän pitää tehdä käyttöpääomantarvelaskelma, jotta selviää, kuinka paljon rahaa tarvitaan kattamaan kiinteät kustannukset ennen kuin yritykselle syntyy tulorahoitusta. Myyntiä voi alkaa kertyä vasta kuukausien päästä yritystoiminnan aloittamisesta. Toiminnasta aiheutuvat kustannukset täytyy luetteloida. Usein aloittamiskustannuksia on enemmän kuin yrittäjä osasi huomioida, sitä varten kannattaa ottaa huomioon kustannusylitysvaraus, esimerkiksi 20 % käyttöpääomantarpeesta. (Alikoski ym. 2009, 109 & 110)

### 3.8.3 Rahoitustarvelaskelma

Yrityksen investoinnit, käyttöpääomantarve ja kustannusylitysvaraus yhteenlaskettuna muodostavat pääomantarpeen. Tämä pääomantarve on rahoitettava omalla ja vieraalla pääomalla. Yrittäjän on muistettava ottaa huomioon oman ja vieraan pääoman suhde. (Aliskoski ym. 2009, 114)

### 3.8.4 Myyntikatetarve

Leena Raatikaisen (2006) mukaan myyntikate tarkoittaa tuotteen tai palvelun myynti- ja ostohinnan välistä erotusta. Yrityksen kaikki kustannukset on katettava myyntikatteella, jotta yritystoiminta olisi kannattavaa. On siis yksinkertaisesti selvitettävä, kuinka paljon yrityksen on myytävä, jotta saataisiin edes nolatilanne. Nollatilanteella tarkoitetaan tilannetta jossa ei ole voittoa eikä tappiota. ”Myyntikatetarve laskentaan yleensä vuositasolla.” (Raatikainen 2006, 134)

## 4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 4.1 Johdanto

Yrityksen perustaja on vuonna 1988 syntynyt salolainen mies. Hän on suorittanut Salon ammattiopiston rakennusalan perustutkinnon ja erikoistunut talonrakentajaksi vuonna 2009. Työkokemusta hänelle on kertynyt noin 3 vuotta erilaisista rakennus- ja remontointitöistä koulun ohella ja sen jälkeen.

Ajatus rakennusalanyrityksen perustamisesta on aina ollut haaveena ja parhailaan ajatus on ajankohtainen. Yrittäjäksi aikova on kyllästynyt markkinoiden vaikeaan työtilanteeseen, sillä pitkäkestoisia rakennusalan töitä on vähän ja hän on tehnyt oman osansa erilaisista määräaikaisista töistä. Toiveena on pysyvä ja pitempi aikainen ura, jonka suuntaan on mahdollista itse vaikuttaa.

Yrityksen toiminta keskittyisi aluksi remontointi – ja saneerauspalveluiden tarjontaan, kuten tapetointeihin, kalusteasennuksiin ja viherrakentamiseen. Yrittäjä aikoo suorittaa vedeneristyssertifikaatin, jonka jälkeen laatoitukset ja erilaiset kylpyhuoneremontit onnistuvat ammattitaidolla. Tulevaisuudessa ja kokemuksen myötä yrityksen toimintaa voidaan laajentaa enemmän talonrakentamisen suuntaan. Toiminta-alue on Salo ja Salon seutu.

Yrityksen perustajalla ei ole kokemusta yrityksen perustamisesta tai yrittäjyydestä, mutta tarkoituksena on käydä 12 viikkoa kestävä verkkokurssi yrittäjyydestä. Verkkokurssi tarjoaa tehokkaan tietopaketin yrityksen perustamisesta. Yrityksen perustamisajankohta on vielä avoin, mutta tarkoituksena olisi ryhtyä yrittäjäksi viimeistään vuoden kuluttua.

Yritys ei alussa tarvitse suurta pääomaa, sillä toiminta aloitetaan pienenä eikä toimitiloja hankinta. Yrittäjä omistaa suurimman osan tarvittavista työkaluista, joten niiden hankinnasta ei tarvitse huolehtia.

## 4.2 Liikeidea

Yritys tarjoaa erilaisia remonti – ja saneerauspalveluja kotitalouksille. Remontteihin kuuluvat sisätyöt eli erilaiset sisustustyöt, kuten tapetoinnit, maalaukset, lattiat ja kalusteasennukset sekä ulkotyöt, kuten terassit, aidat ja muut pihatyöt.

Yrittäjällä on paljon tuttuja ja kontakteja Salossa ja Salon seudulla, joka auttaa merkittävästi ensimmäisten asiakkaiden hankinnassa. Myös markkinoinnilla saavutetaan yrityksen kohderyhmiä. Huolellisesti ja laadukkaasti tehdyt remontit kartuttavat mainetta ja myöhemmässä vaiheessa tuovat asiakkaita. Pienellä paikalla toimivan yrityksen maine on erityisen tärkeä ja jokainen remontti halutaan tehdä hyvin. Asiakkaat suosittelevat mielellään hyvää yrittäjää ystävilleen ja tuttavilleen. Asiakkaat saavat myös hyödyntää vuotuisen veroedun kotitalousvähennyksinä.

Yrittäjä tunnustetaan laadukkaasta ja huolellisesta työstä sekä joustavista työajoista, tarvittaessa myös illat ja viikonloput tehdään töitä. Työt tehdään asiakasta kuunnellen ja yksilöidysti asiakkaiden tarpeiden mukaan. Yrittäjä tarjoaa myös neuvoja ja suosituksia erilaisten materiaalien valinnoissa ja remontin suunnittelussa.

Kilpailukykyinen hinnoittelu varmistaa asiakkaiden kiinnostuksen alkaa yritystä kohtaan.

## 4.3 Yritysmuoto ja toiminimi

Yritysmuodoksi valitaan osakeyhtiö, vaikka yrittäjä toimiikin yksin. Osakeyhtiö valittiin siksi, että halutaan säilyttää laajenemisen mahdollisuus ilman, että yritysmuotoa tarvitsee vaihtaa. Osakeyhtiö valittiin myös verotuksen kannalta, joka osakeyhtiössä on 26 %. Yrittäjä vastaa yhtiön toimista vaan siihen sijoittamallaan osakepääomallaan, joten taloudellinen riski on aluksi hyvin pieni.

Yrityksen toiminimi on vielä päättämättä, mutta yrittäjällä on siitä jonkin näköinen mielikuva. Yrityksen nimi olisi selkeä, nuorekas sekä hyvin yritystä kuvaava. Toiminimeksi ei haluta massaan sekoittuvaa tylsää nimeä, kuten Rakennusliike Pekka Virtanen Oy, joita Suomessa on pilvin pimein. Toiminimen avulla halutaan erottua ja luoda yritykselle edustava imago.

#### 4.4 Markkina-analyysi

##### 4.4.1 Toimiala

Yrityksen toimiala on rakentaminen, tarkemmin talonrakentaminen. ”Tähän kuuluu kaikytyyppisten rakennusten rakentaminen ja rakennuttaminen. Luokka sisältää uudis- ja korjausrakentamisen, tilapäisrakennelmien pystytyksen sekä tehdasvalmisteisten rakennusten, elementtirunkojen tai muiden rakennusosien pystyttämisen rakennuspaikalla (Tilastokeskus – toimialaluokitus 2008).”

##### 4.4.2 Kysyntä ja asiakkaat

Remonteille on jatkuvasti kysyntää, mutta kilpailu on myös kovaa. Oikeiden markkinoiden löytäminen on erittäin tärkeää, joten yrityksen on panostettava markkinointiin. Asiakkaat löytävät yrityksen monimuotoisen markkinoinnin avulla, jossa pyritään kattamaan monet eri viestinnän kanavat, jotka aloittavan yrityksen markkinointibudjetille on mahdollista. Asiakkaan ollessa kiinnostunut yrityksen palveluista, pyritään parhaimman mukaan palvelemaan asiakasta ja täyttämään heidän tarpeet ja toiveet remonttien osalta. Tavoitteena olisi, että asiakkaat ostaisivat yrityksen palveluja vastaisuudessakin.

##### 4.4.3 Kilpailijat

Salossa on paljon rakennusalan yrityksiä, jotka ovat erikoistuneet remontteihin, joten niistä erottuminen tulee olemaan vaikeaa. Aloittavan yrityksen markkinoille



tulo on siis varmasti haastavaa. Yrityksen perustamisen ajoitusta kannattaa miettiä tarkoin, ettei alkuun kertyisi monet vaikeudet samaan aikaan. Kevät ja kesä ovat varmasti parhaita aloitusajankohtia, sillä silloin rakentaminen on vilkkaimmillaan.

Yrityksen kilpailukeinoja on itse tuote tai tässä tapauksessa palvelu, sen hinta ja saatavuus. Myös markkinointiviestinnällä on suuri osuus kilpailijoista erottumiseen, mutta se on usein myös kallista.

#### 4.4.4 Toimintaympäristön analyysi

Yrityksen toimiala on rakentaminen. Rakennusteollisuudella on erikoiset näkymät, sillä tämä on toimiala, josta talousvaikeuksien kohdatessa ensimmäiseksi tingitään. Rakennusala on juuri ja juuri toipunut 2008–2009 taantumasta, kun uusi on tulossa. Euroopan velkakriisit ja euron heikkeneminen horjuttaa kansalaisten uskoa, joka vaikuttaa suoraan vientiin ja samalla ihmisten uskoon tulevasta vuodesta. Rakennusteollisuuden ennusteen mukaan vuonna 2012 rakentamisen määrä pysyy ennallaan, kun vuonna 2011 se kasvoi 4 prosenttia. Samalla kun varaudutaan taantumaa ja uudisrakentamista lykätään, korjausrakentaminen on puolestaan kasvussa. (Suhdanne-ennuste, lokakuu 2011)

Huonot talousnäkymät saavat kotitaloudet lykkäämään suuria investointeja, mutta tilanne näyttäisi siltä, ettei se paljon vaikuta remontointeihin. Yleisesti rakennusosalalla on vilkkaampaa keväällä ja kesäisin, kun taas syksy hiljentää rakentamisen hetkeksi. Yrityksen aloittaminen kannattaa sijoittaa vilkkaampaan aikaan, koska silloin on eniten asiakkaita liikkeellä.

#### 4.5 SWOT-analyysi

##### Vahvuudet

- Yrittäjän ammattiosaaminen

- Ahkeruus, motivaatio ja valmius tehdä kovasti töitä, jopa pitkää päivää ja viikkoa
- Sosiaalisuus ja ihmisten kanssa hyvin toimeentuleva, joka auttaa asiakkaiden hankinnassa ja suhteiden luonnissa
- Yrittäjä omistaa suurimman osan tarvittavista laitteista

Yrittäjän vahvuuksia on yritettävä vahvistaa entisestään. Tähän keinona ovat erilaiset kurssit ja lisäkouluttautuminen esimerkiksi iltaopiskeluna paikallisessa aikuisopistossa. Mahdollisuuksien mukaan verkostoituminen ja uusien suhteiden luominen sekä vanhojen vahvistaminen, vierailu erilaisissa sosiaalisissa tilaisuuksissa vahvistaa yrittäjän mainetta ja auttaa asiakkaiden hankinnassa.

#### Heikkoudet

- Nuori ja vähäinen työkokemus rakennusalalta, vain 3 vuotta sekalaisia rakennusalan töitä
- Ei kokemusta yrittäjyydestä tai yrityksen pyörittämisestä
- Talouden suunnittelu ja sen seuranta
- Yrittäjä on yrityksen ainoa työntekijä

Yrittäjälle tulee jatkuvasti lisää työkokemusta ja samalla enemmän itsevarmuutta tehdä haastavampia remonteja ja monipuolisempia ratkaisuja.

Yrityksen perustajalla ei ole kokemusta yrittäjyydestä tai yrityksen perustamisesta, mutta tarkoituksena on käydä 12 viikkoa kestävä verkkokurssi yrittäjyydestä. Verkkokurssi tarjoaa tehokkaan tietopaketin yrityksen perustamisesta.

Asiantuntijat; tilitoimisto ja kirjanpitäjä auttavat talouden suunnittelussa, seurannassa ja kaikessa siihen liittyvässä.

Yksin yrittäminen on yrityksen suuri heikkous. Tapaturman tai sairastumisen sattuessa yrityksen toiminta keskeytyy. Tällaisiin tilanteisiin voidaan varautua

yrittäjän tapaturmavakuutuksella ja keskeytysvakuutuksella, jolloin toimeentulo varmistetaan.

#### Mahdollisuudet

- Suurien ikäluokkien eläkkeelle jääminen lähivuosina
- Mahdollinen yhteistyö toisen rakennusalan yrittäjän kanssa, joka tarjoaa hieman erilaisia palveluja
- Hyvä sijainti kasvukeskuksessa ja lähellä suuria kaupunkeja

Suurien ikäluokkien jäädessä eläkkeelle, kilpailijoiden määrä vähenee ja samalla yritys saa mahdollisesti lisää asiakkaita.

Yrittäjälle olisi eduksi yhteistyö toisen rakennusalan yrittäjän tai yrityksen kanssa. Näin asiakkaille pystyttäisiin tarjoamaan enemmän kokonaisvaltaisia palveluja, jossa kaikki kodin remontti - ja korjaustarpeet saataisiin samalla yhteydenotolla hoidetuksi. Yhteistyötä voitaisiin tehdä esimerkiksi viherrakennus-, muuraus- tai korjausrakennusyrityksen kanssa.

Sijaintina Salo on hyvä, sillä Saloon suunnitellaan ja rakennetaan koko ajan lisää liikekeskuksia ja asuinrakennuksia. Hyvät etäisyydet mahdollistavat työt myös lähikaupungeista. Salosta on 50 kilometriä matkaa Turkuun, 120 kilometriä Helsinkiin ja 160 kilometriä Tampereelle.

#### Uhat

- Talouden heikot näkymät ja taantuma uhkaavat rakennusalaa
- Töiden kausiluontoisuus
- Useat samaa palvelua tarjoavat, kokeneemmat kilpailijat
- Asiakkaiden hankinta

Maailman taloustilanne heijastuu suoraan rakennusalaan, joka on yritykselle suuri uhka. Myös töiden kausiluonteisuus aiheuttaa päänvaivaa monille rakennusalanyrittäjille. Kevät ja kesä voivat olla hyvin kiireistä aikaa, jolloin yrittäjällä

voi olla enemmän töitä kuin hän kerkeäisi tehdä, kun taas hiljaisempina aikoina toimeentulon saaminen voi olla vaikeaa. Töiden epätasainen jakautuminen on siis uhka yritykselle, joka täytyy ottaa huomioon talouden suunnittelussa, muuten yritykselle voi käydä huonosti syksyllä ja talvella.

Kokeneet ja kauan rakennusalalla toimineet yritykset ja yrittäjät ovat suuri uhka aloittavalle yrittäjälle ja markkinoille pääsulle. Monet asiakkaat suosivat tuttujen ja tunnettujen yritysten palveluita eikä välttämättä uskalleta antaa mahdollisuutta nuorelle ja uudelle yritykselle. Rakennusala on kohdannut oman osansa epäpäteviä ja hutiloivia rakennusyrityksiä eli ei ihme jos asiakkailla on ennakkoluuloja ja luottavat vanhoihin tuttuihin yrityksiin. Siksi onkin tärkeää tehdä kaikki remontit huolella alusta loppuun, jotta asiakkaalla olisi vain hyvää sanottavaa yrityksestä.

Aloittavalle yrittäjälle asiakkaiden hankinta on aina haaste. Yritys ei pysy kauan pystyssä ilman asiakkaita. Markkinoinnin avulla yritys saadaan asiakkaiden tietoisuuteen.

## 4.6 Yrityksen toiminta

### 4.6.1 Visio, tavoitteet ja strategia

Yrityksen visio on luoda hyvä maine ja laadukkaita palveluita tuottava yritys. Yritys tavoittelee myös vakavaraisuutta, mutta se saattaa viedä monia vuosia, sillä ensimmäisten viiden vuoden sisällä tehdään monia kustannuksia vieviä investointeja.

Tavoitteena on hankkia toimitilat, johon tulee toimisto ja hallitilaa työkoneille, materiaaleille ja ajoneuvoille. Seuraavia tavoitteita on toiminnan laajentaminen, yhteistyökumppaneiden löytäminen ja uuden työntekijä palkkaaminen. Tavoitteet ovat ajankohtaisia vasta toiminnan lähdettyä kunnolla käyntiin ja muutaman voitollisen liikevaihdon jälkeen.

Työn jälki, asiakastyytyväisyys ja toimintavarmuus ovat avaintekijöitä yrityksen strategiaa muodostettaessa. Yrityksen palvelu on tuottaa remontit ammattitaidolla ja siististi sovituissa aikatauluissa. Strategian onnistuessa on asiakaskin tyytyväinen ja luodaan hyvä asiakassuhde, joka taas johtaa mahdollisesti uuteen tilaukseen.

Yritykselle maine on kaikki kaikessa, sillä hutiloidusti tehty työ tai ristiriidat yrittäjän ja asiakkaan välillä voivat karkottaa tulevat asiakkaat myös pitkän ajan päästä. Erimielisyydet ja väärinkäsitykset kuuluvat kuitenkin kahden osapuolen välisiin sopimuksiin ja remontteihin. Tärkeää onkin miten ne selvitetään kaikkia tyydyttäväksi ratkaisuksi. Yrittäjän ja asiakkaan parhaaksi onkin siis hyvä tehdä remonttisopimus, joka laaditaan yhdessä asiakkaan kanssa. Remonttisopimukseen kirjataan kaikki mitä on tarkoitus tehdä, hinta, aikataulu ja ehdot. Sopimus turvaa molemmat osapuolet.

#### 4.6.2 Tuotteet/palvelut

Tuotteella on erittäin vaikeaa kilpailla, koska se on niin samankaltainen kuin muilla paikallisilla rakennusalan yrittäjillä, mutta voidaan painottaa kokonaisvaltaista palvelua, jossa heti alkutapaamisesta viimeistelyyn saakka, kaikki hoituu helposti. Prosessi yritetään tehdä mahdollisimman helpoksi asiakkaalle, liikaa häiritsemättä asiakkaan normaalia elämää. Remontin jälkeen jäljet siivotaan ja talo jätetään siistiin kuntoon ja lopuksi annetaan neuvoja esimerkiksi kodin pintojen hoitoon parketin asennuksen jälkeen.

#### 4.6.3 Henkilöstö

Aluksi yrittäjä toimii yrityksen ainoana työntekijänä ja hoitaa remontoinnit yksin. Tarkoituksena on tehdä yhteistyötä muiden rakennusalan yrittäjien kanssa, jotka tarjoavat erilaisia palveluja, kuten esimerkiksi muurausta. Isompaan remonttiprojektiin on mahdollista saada apua ja kesätyöntekijöiden hankkiminen on

mahdollista. Toisen, vakituisen työntekijän ottaminen on suunnitelmissa, kunhan yritys pääsee ensin hyvin vauhtiin ja taloudellinen tilanne sen mahdollistaa.

#### 4.6.4 Sijainti ja tilat

Yritys sijaitsee Salossa, mutta toimitiloja ei aluksi hankita alhaisen budjetin takia. Yrittäjä omistaa pakettiauton, joka otetaan yrityksen käyttöön. Työkalut ja koneet ovat pakettiautossa, joten varastointitilaa ei tarvita. Yrittäjä hankkii peräkärryn rakennusmateriaalien kuljetukseen.

Yrityksen paperiasiat ja laskutus hoidetaan yrittäjän kotona.

#### 4.6.5 Hinnoittelu

Tuotteet ja palvelut on hinnoiteltava niin, että yrityksen kustannukset ovat katettu ja saadaan myös haluttu voitto-osuus. Yrityksen palvelut hinnoitellaan kilpailukykyisesti. Tarkoituksena ei ole olla halvin tai halpa vaan hyvin tehdylle työlle on saatava riittävä kate. Yritys pyrkii tarjoamaan asiakkailleen palvelun, jolla on hyvä hintalaatusuhde. Ainoastaan hinnalla ei kannata kilpailla, koska yritys ei halua loputonta hintakilpailua. Kannattaa panostaa hinnan sijasta muihin kilpailukeinoihin kuten hyvään ja laadukkaaseen työhön. Onnistunut hinnoittelu vaatii monen asian huomioon ottamisen, mutta onnistuu, kun yrittäjä tekee tarkat laskelmat kaikista kustannuksista.

Rakennusalan yritysten harmiksi kotitalousvähennys tippuu 3000 eurosta 2000 euroon vuonna 2012. Omavastuu on 100 euroa. Kotitalousvähennys on henkilökohtainen, joten samassa taloudessa asuva pariskunta voi saada vähennys on maksimissaan 4000 euroa. Kotitalousvähennystä saa kodin ja vapaa-ajan asunnon kunnossapito- ja perusparannustöistä. (Kotitalousvähennys.fi)

Kotitalousvähennys kannustaa kuluttajia parantelemaan asuntojaan, josta yritykset taas hyötyvät.

#### 4.6.6 Myynti ja markkinointi

Markkinointi aloitetaan perinteisiä kanavia käyttäen, kuten mainostaminen ja ilmoittaminen paikallisissa sanomalehdissä. Salon alueella ilmestyy päivittäin Salon Seudun Sanomat, levikki 22 130 (2009) ja kerran viikossa ilmestyvä Salonjokilaakso, levikki 29 500. Lehtimainonnalla tavoitetaan kymmeniä tuhansia 15–69-vuotiaita viikoittain (Lehtiyhtymä - Salonjokilaakso).

Yritykselle tehdään yksinkertaiset Internet-sivut, joista selviää yrityksen perustiedot, palvelut, yhteystiedot sekä asiakas voi jättää tarjouspyynnön haluamalleen kohteelle.

Tarkoituksena on ilmoittaa myös verkossa erilaisissa yritysluetteloissa, esimerkiksi yrityskortti Rakentaja.fi-palveluhakemistoon. Rakentaja.fi:n yrityskortteja katsotaan 30 000 kertaa kuukaudessa (Rakentaja.fi). Aikomuksena on myös käyttää hakukonemarkkinointia ja –optimointia, jotta yleisimpien hakukoneiden käyttäjät löytävät yrityksen helpommin.

Yrittäjä on miettinyt myös bannerimainontaa rakennusalaan liittyvillä Internet-sivuilla, mutta sen korkeiden kustannusten ja huonon saavuttavuuden vuoksi se jäänee tuonnetmas. Yrittäjä aikoo myös kokeilla sähköistä remonttipalvelua, joka yhdistää rakennusalan yrityksen ja remontin tarpeessa olevat kotitaloudet. Esimerkiksi ”työn tilaaja jättää ilmoituksen työstä ja odottaa tarjouksia. Työntekijä tekee tarjouksen ilmoituksessa kuvaillusta työstä.” (Kodin Remontit)

Yritys keskittyy paikallisiin medioihin, sillä suurin osa potentiaalisista asiakkaista löytyy Salon seudulta. Aloittavan yrityksen markkinointiin kannattaa panostaa kunnolla ja siihen on varattava rahaa budjetista.

Erilaisten markkinointitoimien lisäksi myyntiä tapahtuu suhteiden ja verkostoitumisen kautta, jotka koko ajan laajenee uusien tuttavien ja kollegoiden kautta.

#### 4.7 Yrityksen riskit

Yrittäjä varautuu erilaisiin riskeihin ensinnäkin vakuuttamalla toimintansa sekä huolellisella toiminnalla. Myös koneiden ja laitteiden säännöllinen huolto ja kunnollinen säilytys estää laitteista johtuvat tapaturmat ja haaverit.

Yritys pyrkii vakuuttamaan mahdollisimman paljon toimintaansa, mutta vakuutukset ovat usein kalliita, joten aluksi vakuutetaan välttämättömimmät asiat. Yrittäjän on otettava lakisääteiset tapaturma- ja eläkevakuutukset. Yrittäjän laaja kotivakuutus korvaa työkalut ja välineet 3400 euroon saakka (Pohjola). Myös vastuuvakuutus kannattaa hankkia, sillä se korvaa rakentajan aiheuttaman vahingon asiakkaalle. Asiakas voi ja sen kannattaa tarkistaa onko rakennusyrittäjällä voimassa oleva vastuuvakuutus.

Sopimukset asiakkaan kanssa tehdään tarkkaan ja huolella, jotta vältettäisiin asiakkaan maksuongelmat. Keinoina myös ennakkomaksut ja tarkat maksuehdot, jotta rahat saadaan juuri sovittuna ajankohtana.

Kirjanpitäjä auttaa yrityksen maksuliikenteeseen liittyviin riskeihin ja kysymyksiin. Kirjanpitäjä muistuttaa tulevista maksuista, jotta kaikki maksut hoituvat ajallaan eikä yllätyksiä pääse syntymään.

#### 4.8 Rahoituksen järjestäminen

Rahoitus järjestetään pankkilainalla, työ – ja elinkeinotoimiston starttirahalla sekä osakeyhtiön osakepääomalla.

<b>Investointilaskelma</b>		
<b>Perustamismenot</b>	Kaupparekisterin käsittelymaksu/osakeyhtiö	330,00 €
<b>Laitteet ja koneet</b>	Työkalut	2 000,00 €
	Peräkärry	1 000,00 €
<b>Muut</b>	Internet-sivut	500,00 €
<b>Yhteensä</b>		<b>3 830,00 €</b>



<b>Käyttöpääoman tarvelaskelma 2 kk</b>		1 kk	2 kk
<b>Markkinointi</b>	Lehtimainonta	100,00 €	200,00 €
	Internet-mainonta	79,00 €	158,00 €
<b>Palkat</b>	Yrittäjän palkka	2 200,00 €	4 400,00 €
<b>Yrityksen yleiskulut</b>	Puhelin	50,00 €	100,00 €
	Internet	50,00 €	100,00 €
	Kirjanpito	50,00 €	100,00 €
	YEL-vakuutus	370,83 €	741,66 €
	Vakuutukset	55,00 €	110,00 €
	Työttömyyskassa 1,85 %	31,35 €	62,70 €
	Toimistokulut	10,00 €	20,00 €
<b>Autokulut</b>	Ajoneuvovero	47,09 €	94,17 €
	Liikennevakuutus	43,30 €	86,60 €
	Polttoaine	300,00 €	600,00 €
<b>Laina</b>	Kuukausierä	208,34 €	416,68 €
	Korko	28,33 €	56,66 €
	Käsittelymaksu	6,00 €	12,00 €
<b>Yhteensä</b>			<b>7 258,47 €</b>

<b>Rahoitustarvelaskelma</b>		
<b>Menot</b>	Investoinnit	3 830,00 €
	Käyttöpääoma	7 258,47 €
	<b>Yhteensä</b>	<b>11 088,47 €</b>
	Kustannusylitysvaraus 20 %	2 217,69 €
	<b>Kaikki yhteensä</b>	<b>13 306,16 €</b>
<b>Tulot</b>	Osakepääoma	2 500,00 €
	Starttiraha	1 081,08 €
	Pankkilaina	10 000,00 €
	<b>Yhteensä</b>	<b>13 581,08 €</b>
	Tulot	13 581,08 €
	Menot	13 306,16 €
	<b>Erutus</b>	<b>274,92 €</b>

<b>Myyntikatetarvelaskelma</b>	kk		vuosi
Nettotavoitetulos	0,00 €		0,00 €
Kunnallisvero 19,5 %	429,00 €		5 148,00 €
Lainojen lyhennykset	208,34 €		2 500,08 €
Lainojen korot	28,33 €		339,96 €
<b>A Käyttökatarve</b>	<b>665,67 €</b>		<b>7 988,04 €</b>
<b>Kiinteät kulut ilman alv:tä</b>	kk		vuosi
Työntekijöiden palkat	2 200,00 €		26 400,00 €
Palkkojen sivukulut	660,00 €		7 920,00 €
Puhelin	50,00 €		600,00 €
Internet	50,00 €		600,00 €
Toimistokulut	10,00 €		120,00 €
Auto -ja matkakulut	390,39 €		4 684,68 €
Kirjanpito	50,00 €		600,00 €
Markkinointi	179,00 €		2 148,00 €
YEL	370,83 €		4 449,96 €
Muut vakuutukset	55,00 €		660,00 €
Yrittäjän työttömyyskassa	31,35 €		376,20 €
<b>B Kiinteät kulut yhteensä</b>	<b>4 046,57 €</b>		<b>48 558,84 €</b>
	kk		vuosi
<b>A + B =Myyntikatetarve</b>	4 712,24 €		56 546,88 €
Ostot	0,00 €		0,00 €
<b>=Liikevaihto</b>	<b>4 712,24 €</b>		<b>56 546,88 €</b>
Arvonlisävero 23 %	1 083,82 €		13 005,78 €
<b>Kokonaismyynti tai -laskutus</b>	<b>5 796,06 €</b>		<b>69 552,66 €</b>

### Laskutustavoitteet

Vuosi	69 552,00 €
Kuukausi (20 pv)	5 796,00 €
Päivä (8h)	289,80 €
Tunti	36,25 €

## 5 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma yrityksen perustajalle ja tarkastella hänen mahdollisuuksia ryhtyä yrittäjäksi. Työssä kerrottiin myös yrittäjyydestä ja yrityksen perustamisesta. Liiketoimintasuunnitelmassa käydään ensin läpi teoriaosuutta ja sen jälkeen perustettavan yrityksen liikeideaa, tulevaa toimintaa ja mahdollisuuksia. Työ sisältää myös tarvittavat laskelmat ja rahoitusmahdollisuudet yrityksen perustamiseen. Ennen yrityksen perustamista kannattaa aina tehdä liiketoimintasuunnitelma, sillä se on yrityksen ns. ohjekirja, jonka avulla toimintaa kehitetään oikeaan suuntaan. Liiketoimintasuunnitelmaa vaaditaan aina haettaessa ulkopuolista rahoitusta.

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantajan pyynnöstä, sillä hänellä on pitkään ollut ajatuksena perustaa yritys, mutta sen todelliset haasteet ja vaatimukset eivät ole hänelle selkeät. Toimeksiantajalle on tuttua itse työ, mutta yrittäjyydestä hänellä ei ole paljon tietoa eikä kokemusta. Valmiin liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus kertoa yrittäjälle asiat, jotka hänen tulee ottaa huomioon yritystä perustettaessa.

Opinnäytetyössä toimeksiantajalle ilmeni, että jo yrityksen perustaminen vaatii paljon työtä ja omistautumista asialle, saati sitten yrityksen kannattava ja menestyksenkäs pyörittäminen. Erilaiset laskelmat tehtiin tarkasti ja huolella, ne kertovat totuuden lukuina, kuinka kovin töitä on tehtävä, jotta yritys pääsisi edes nollatulokseen.

Ennen työn aloittamista, oli minulla tietynlainen kuva liiketoimintasuunnitelmasta ja sen tekemisestä, mutta työn edetessä käsitys muuttui ja tarkentui huomattavasti. Työ vaatikin jokaisen pienen asian tarkkaan miettimistä ja niistä täytyi saada aikaan toimiva kokonaisuus. Ensimmäiseksi liiketoimintasuunnitelmaksi, uskon tehneeni hyvän ja kattavan työn, josta on varmasti hyötyä myöhemminkin. Tietenkin aina on parantamisen varaa ja olisin toivonut löytäväni enemmän ajankohtaista tietoa esimerkiksi rakennusalan tilanteesta.

# LÄHTEET

## Kirjalliset lähteet

Alikoski R.; Viitasalo J. & Koponen M. 2009. Yritystoiminnan taitajaksi. WSOY

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. Edita. Helsinki.

Selinheimo, R. 1994. Ammattina yrittäjä. WSOY

Työvoima- ja elinkeinokeskus, 2007. Yrityksen perustamisopas. Edita Helsinki

## Sähköiset lähteet

[http://uusyrityskeskukset.fi/lahti/index.php?option=com\\_content&task=view&id=76&Itemid=97](http://uusyrityskeskukset.fi/lahti/index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=97) Viitattu 19.10.2011

[http://www.nuoriyrittaja.fi/ny\\_perustaminen.html](http://www.nuoriyrittaja.fi/ny_perustaminen.html) Viitattu 19.10.11

Yritys-Suomi <http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/sinustako-yrittaja> Viitattu 1.11.2011

[http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yritystoiminnan\\_kehittamisessa\\_tarvitaan\\_liiketoimintasuunnitelmaa.htm](http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yritystoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm) Viitattu 22.11.2011

[http://www.ammattiwiki.fi/wiki/index.php?title=Yrityksen\\_toimintaymp%C3%A4rist%C3%B6](http://www.ammattiwiki.fi/wiki/index.php?title=Yrityksen_toimintaymp%C3%A4rist%C3%B6) Viitattu 22.11.2011

<http://www.mtv3.fi/uutiset/talous.shtml/2011/11/1450029/oecd-velkakriisi-syö-suomen-taloukasvua> Viitattu 28.11.2011

Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/kasikirja.pdf> Viitattu 28.11.2011

Yrityssalo. <http://www.yrityssalo.fi/sijoittautumispalvelu/edutjapalvelut/>>viitattu  
30.11.2011

<http://www.rakennusteollisuus.fi/RT/Tilastot+ja+julkaisut/RT%3An+suhdannekat+saukset/> Viitattu 15.12.2011

Salon Seudun Sanomat. <http://www.sss.fi/konserni> Viitattu 12.1.2012

Salonjokilaakso.<http://www.lehtiyhtyma.fi/salonjokilaakso.html> Viitattu 12.1.2012

Rakentaja.fi

[http://www.rakentaja.fi/indexfr.aspx?s=/scripts/palveluhakemisto/?utm\\_source=etusivu](http://www.rakentaja.fi/indexfr.aspx?s=/scripts/palveluhakemisto/?utm_source=etusivu) Viitattu 12.1.2012

Kodin Remontit. <http://kodinremontit.fi/> Viitattu 12.1.2012

Kotitalousvähennys. 2012. <http://www.kotitalousvahennys.fi/kotitalousvahennys/>  
Viitattu 12.1.2012

Pohjola.

<http://www.pohjola.fi/NR/PAACustom/aaDisplayResource.asp?id=447909> Viitattu 12.1.2012

Työ- ja elinkeinotoimisto. 2010.

[http://www.mol.fi/mol/fi/99\\_pdf/fi/06\\_tyoministerio/06\\_julkaisut/05\\_esitteet/tme3002s\\_starttiraha.pdf](http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/05_esitteet/tme3002s_starttiraha.pdf) Viitattu 16.1.2012

Verohallinto. 2012. <http://www.vero.fi/fi->

[FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio\\_ja\\_osuuskunta/Arvonlisaverotus](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus) Viitattu 17.1.2012

## **Henkilölähteet**

Keskustelu yrittäjän kanssa