

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous/ Markkinointi

Riikka Pietilä

PYHTÄÄN MONITOIMIHALLIN LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Opinnäytetyö 2014

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous

PIETILÄ, RIIKKA

Pyhtään monitoimihallin liiketoimintasuunnitelma

Opinnäytetyö

34 sivua

Työn ohjaaja

Yliopettaja Minna Söderqvist

Toimeksiantajat

Pyhtään kunta ja Cursor Oy Maaliskuu 2014

Avainsanat

liiketoimintasuunnitelma, liikeidea, monitoimihalli, yrityksen perustaminen

Opinnäytetyössä laadittiin Pyhtäälle rakennettavalle monitoimihallille liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyön teoriaosiossa tarkasteltavia asioita ovat liiketoimintasuunnitelma ja liikeidea. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluvat yrittäjän perustiedot, liikeidea, visio, SWOT-analyysi, yhteenveto ja johtopäätökset. Lisäksi työssä on tutkittu toimintaympäristöä ja vertailtu erilaisia liiketoimintasuunnitelmia. Opinnäytetyön lopussa on Pyhtään monitoimihallille suunniteltu liiketoimintasuunnitelma.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millaisia asioita on otettava huomioon uutta yritystä perustettaessa. Opinnäytetyön laatimisessa apuna on käytetty liiketoiminnasta kertovaa kirjallisuutta ja Internet-lähteitä. Toimeksiantaja voi soveltaa tätä opinnäytetyötä Pyhtään monitoimihallia perustettaessa. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä päivittää puolen vuoden välein, jotta siitä olisi apua monitoimihallille.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Management

PIETILÄ, RIIKKA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

Keywords

Business Plan for Pyhtää community centre

34 pages

Principal Lecturer, Minna Söderqvist

Pyhtää commune & Cursor Oy March 2014

business plan, business idea, community centre, establishment of a company

The main purpose of this thesis was to create a business plan for Pyhtää community centre. The theory section exploring issues are business plan and business idea. The business plan includes the basic information about the company, description of the project and business idea, vision, SWOT-analysis, summary and conclusions. In this thesis has also been research operational environment and compared different kind of business plans to each other. The final part of the business plan has the plan for Pyhtää community centre.

The aim of this thesis was to find out what kind of things should be taken into account when establishing new company. The thesis information was searched through the business books and the Internet sources. The client can use this thesis as a guideline for setting up Pyhtää community centre. The business plan should be updated every six months to assist in community centre.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimus- ja kehittämisiongelma	6
1.2 Tutkimus- ja kehittämistavoite	7
1.3 Tutkimus- ja kehittämiskysymys	7
1.4 Tutkimusmenetelmät	7
2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	8
2.1 Liikeidea	8
2.2 Tuote tai palvelu	9
2.3 Asiakkaat	9
2.4 Hinnoittelu	9
2.5 Markkinointi	10
2.5.1 Markkinointiviestintä	10
2.5.2 Internet- ja lehtimainonta	12
2.6 Kilpailu	12
2.7 Riskit	13
3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA VERTAILU	13
3.1 Yritys Suomi	14
3.2 OP-Pohjola	14
3.3 Liiketoimintasuunnitelma.com	15
3.4 Liiketoimintasuunnitelmien vertailu	16
4 TOIMINTAYMPÄRISTÖ	16
4.1 Taloudellinen ympäristö	16
4.2 Poliittinen ympäristö	18
4.3 Sosiaalinen ympäristö	18
4.4 Teknologinen ympäristö	19

5	MONITOIMIHALLIN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	20
5.1	Yrityksen perustiedot	20
5.2	Yrityksen palvelut	20
5.3	Asiakassuhdemarkkinointi	22
5.4	Palvelun markkinointi	22
5.5	Kilpailijat	23
5.6	Rahoitus	24
6	SWOT- ANALYYSI	24
7	TAVOITTEET, STRATEGIA, VISIO JA ARVO	27
7.1	Tavoitteet	27
7.2	Strategia	27
7.3	Visio	28
7.4	Arvo	28
8	TALOUDEN KÄSITTEITÄ	28
8.1	Kirjanpito	28
8.2	Pyhtään monitoimihallin kustannusarvio	29
8.3	Budjetti	30
9	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	31
	LÄHTEET	33

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön toimeksiantajat ovat Pyhtään kunta ja Kotka-Haminan seudun kehittämissyhtiö Cursor Oy. Opinnäytetyöaiheeni liittyy Pyhtäälle rakennettavaan isoon monitoimihalliin. Valitsin tämän aiheen, koska aihe kiinnostaa minua ja tätä työtä tehdessä pääsee paneutumaan tarkemmin liiketoimintasuunnitelman tekemiseen. Tässä työssä selvitetään, kuinka monien erilaisten tapahtumien järjestäminen monitoimihallissa on mahdollista. Liiketoimintasuunnitelman lopussa on luonnos laskelmasta, millaisia kuluja yrityksen käynnistämiseen vaaditaan.

Pyhtään monitoimihalli on suunniteltu sijoittuvan Sirius Sport Resort-rakennuksen läheisyyteen ja se olisi mahdollisesti samantyylinen ulkokuoreltaan kuin Sirius Sport Resort. Hallin monipuolisuus ja muunneltavuus antavat paljon ideoita ja mahdollisuuksia käyttää tiloja erilaisissa tapahtumissa. Järjestettävät tapahtumat ovat esimerkiksi erilaiset messut, konsertit, urheilutapahtumat, AMK- ja yritystapahtumat ja näytellyt. Monitoimihalli mahdollistaisi tapahtumien avulla myös turismin lisääntymisen Pyhtään alueella.

Minun ja Marjut Pelttarin opinnäytetöiden teoriaosuudet liittyvät toisiinsa, mutta kummallakin on oma näkökulma aiheeseen. Marjut Pelttarin opinnäytetyöaihe on Monitoimihallien benchmarking. Minä teen liiketoimintasuunnitelman Pyhtään monitoimihallista ja Marjut Pelttari tekee perusteellisen liikeideavertailun yhdeksästä monitoimihallista. Meillä on samanlaisia teoriaosuuksia ja omat näkemykset tulevat liiketoimintasuunnitelmasta ja liikeideavertailusta.

1.1 Tutkimus- ja kehittämisiongelma

Tämän opinnäytetyön tutkimus- ja kehittämisiongelma on ”Kymenlaakson alueella ei ole suurta monitoimihallia?” Työn tarkoituksena on tehdä liiketoimintasuunnitelma Pyhtäälle rakennettavalle monitoimihallille. Uuden yrityksen perustaminen ja rahoituksen hakeminen helpottuu, jos on tehty kirjallinen suunnitelma. Pyhtäälle rakennettava monitoimihalli on rakennus, jossa on mahdollista harrastaa eri liikuntamuotoja sekä järjestää erilaisia tapahtumia. Järjestettävät tapahtumat ovat esimerkiksi messuja, juhlia, konsertteja, näyttelyitä ja muita massatapahtumia. Rakennus on monipuolinen ja tilojen on oltava muunneltavissa myös erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Kou-

lut, urheiluseurat ja yritykset voivat käyttää monitoimihallia viikoittain esimerkiksi yleisurheiluun, palloiluun ja voimisteluun.

1.2 Tutkimus- ja kehittämistavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaisia asioita on otettava huomioon uutta yritystä perustettaessa. Liiketoimintasuunnitelman avulla pystytään myös selvittämään suunniteltavan monitoimihallin kannattavuutta ja mahdollisuuksia menestymiseen. Monitoimihallin rakentaminen Pyhtäälle parantaa asukkaiden liikunta- ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksia. Monitoimihallin rakentaminen on tarpeellinen hanke Kymenlaakson seudulle.

1.3 Tutkimus- ja kehittämiskysymys

Tämän työn tutkimus- ja kehittämiskysymys on ”Millainen on onnistunut Pyhtään monitoimihallin liiketoimintasuunnitelma?” Tässä opinnäytetyössä tutkin yleisesti liiketoimintasuunnitelman osia ja liikeideoita. Työn lopussa tarkastelen tarkemmin liiketoimintasuunnitelmaa Pyhtään monitoimihallille.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun yritys yhteistyösuunnittelija Heta Vilénin kautta minä ja Marjut Peltari löysimme opinnäytetyöaiheemme. Kävimme hänen ja opinnäytetyöohjaajamme Minna Söderqvistin kanssa maaliskuussa 2014 Cursor Oy:llä kokouksessa, jossa aiheeksemme valikoitui Pyhtää. Toukokuussa 2014 menimme tapaamaan Pyhtään kunnanjohtaja Olli Nuutilaa. Tapaamisessa Nuutila kertoi Pyhtästä ja saimme esittää kysymyksiä. Saimme itsellemme esittelymateriaaleina toimineet PowerPoint-esitykset, joita olemme käyttäneet opinnäytetyöissämme. Tapaamisen jälkeen ohjaajamme toimesta meille valikoitui omat opinnäytetyöaiheet. (Peltari, 2014.) Opinnäytetyössä olen käyttänyt liiketoimintaan liittyvää kirjallisuutta ja Internet-lähteitä.

Vertailin Yritys Suomen, OP-Pohjolan ja Liiketoimintasuunnitelma.com:in liiketoimintasuunnitelmia. Tämän opinnäytetyön mallina olen käyttänyt Liiketoimintasuunnitelma.com:in suunnitelmaa, koska se oli mielestäni selkein ja johdonmukaisin.

2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma (Business Plan) toimii yrityksen käsikirjana ja sitä tarvitaan uuden yrityksen perustamista suunniteltaessa. Rahoittaja ja starttirahan myöntävä viranomaisiin usein haluaa kirjallisen kuvauksen liikeideasta sekä liiketoimintasuunnitelmasta päätöksenteon tueksi. Liiketoimintasuunnitelmalla näytetään, että yrityksen tuotteilla tai palveluilla on konkreettinen mahdollisuus liiketoimintaan. (Viitala & Jylhä 2010, 60.) Hyvin tehty suunnitelma auttaa perustettavan yrityksen toiminnan ja kannattavuuden suunnittelussa. Liiketoimintasuunnitelmassa on kaikki toimet, joita yrityksen on tehtävä menestymisen varmistamiseksi. (Hesso 2013,10.) Liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää selvittämään yrityksen lähtökohtatilanteen sekä auttaa tarkentamaan asioita, joita yritys tarvitsee menestyksen varmistamiseksi. Suunnitelman hahmottelu tuo esiin uusia näkökohtia sekä selkeyttää liikeidea. (Viitala & Jylhä 2010, 60–61.)

Liiketoimintasuunnitelmassa kerrotaan myös markkinoinnista. Yrityksen täytyy luoda markkinoinnilla kysyntää omille tuotteilleen ja palveluilleen. Suunnitelmallisen markkinoinnin avulla yritystoiminta on toteutettava kannattavasti ja yritykseen on saatava rahaa enemmän kuin sieltä lähtee pois. (Hesso 2013, 11.) Liiketoimintasuunnitelmassa kerrotaan myös riskitekijät, jotka voivat vaikeuttaa yrityksen menestymistä. (Yrityshelsinki 2014)

2.1 Liikeidea

Liikeidea määrittelee yrityksen tavan toteuttaa toiminta-ajatuksen mukaista liiketoimintaa ja tulosta. Liikeideasta selviää millaisia tuotteita tai palveluja yritys antaa, yrityksen segmentointia sekä millaista mielikuvaa eli imagoa yritys haluaa asiakkailleen luoda. (Viitala & Jylhä 2010, 51.) Liikeidea kertoo myös esimerkiksi rahoittajalle, mitä asioita liiketoimintasuunnitelma tulee sisältämään. Liikeidean avulla voidaan yrityksessä opastaa alaisia tuotteista tai palveluista, pelisuunnitelmasta sekä asiakkaista. (Hesso 2013, 25.)

Liikeidea voidaan jakaa kolmeen osaan eli mitä, kenelle ja miten. ”Mitä?” tarkoittaa niitä tuotteita tai palveluita, joita tuotetaan asiakkaille. ”Kenelle?” tarkoittaa keille yritys tuottaa tuotteita tai palveluja. Lopuksi ”Miten?” tarkoittaa sitä, kuinka yritys tuot-

teensa tai palvelunsa tuottaa ja antaa asiakkaiden saataville. (Viitala & Jylhä 2010, 51.)

2.2 Tuote tai palvelu

Tuotteen ja palvelun rakenteet eroavat olennaisesti toisistaan. Tuotteella tarkoitetaan yleisesti fyysistä tuotetta. Tuote muovautuu kerroksista ja se suunnitellaan liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa. Tässä kohderyhmä otetaan huomioon niin, että tuotteen kaikki ominaisuudet palvelevat heitä. (Hesso 2013, 105–106.)

Palvelu taas on vaativampi ilmiö. Palvelulla voidaan tarkoittaa henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena tai tarjoomana. Monet hallinnolliset palvelut kuten esimerkiksi laskutus on asiakkaalle tarjottava palvelu. Palveluun liittyy yleensä vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa. Asiakas ei aina kuitenkaan ole henkilökohtaisesti vuorovaikutuksessa palveluyrityksen kanssa. (Grönroos 2009, 76–77.)

2.3 Asiakkaat

Liiketoimintasuunnitelmassa kartoitetaan keitä yrityksen asiakkaat ovat, missä he ovat, kuinka paljon heitä on sekä selvitetään millaisia heidän ostokäyttäytymisensä ovat. Tätä kutsutaan segmentointiprosessiksi. On tärkeää kerätä informaatiota asiakkaiden tarpeista: mihin asioihin he ovat tyytyväisiä ja odottavatko he jotakin lisäarvoa yritykseltä. (Viitala & Jylhä 2010, 61.)

Kuluttajat ovat erilaisia: ikä, sukupuoli, tulot, koulutustaso ja niin edelleen. On tärkeää, että osataan erottaa erilaiset segmentit eli kuluttajaryhmät toisistaan ja kehittää tuotteita ja palveluita, joita asiakkaat tarvitsevat. (Kotler 1990, 156.) Yrityksen oman liiketoiminnan kannalta on hyvä jakaa mahdollinen asiakaskunta toisistaan eroaviin segmentteihin (Hesso 2013, 89).

2.4 Hinnoittelu

Hinta on usein kuluttajalle olennainen valintakriteeri. Kysyntä vaikuttaa hinnoitteluun, koska ilman kysyntää ei ole myyntiä ja ilman myyntiä yritys ei saa tuloja. Tuotteiden ja palvelujen hintoihin vaikuttaa esimerkiksi kilpailu. Jos omat tuotteet ovat kilpailijan tuotteita kalliimpia, jää yrityksen myynti vähäisemmäksi. (E-conomic, 2014.) Hinnan

lisäksi asiakkaaseen vaikuttaa myös korkea laatu. Hinnoitteluun vaikuttavat ulkoiset tekijät jaetaan sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Yrityksen hinnoittelua ohjaavat ulkoapäin kysyntä- ja kilpailutilanne. Yrityksen sisäiseen hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä ovat tuotanto- ja markkinointikustannukset sekä markkinoinnilliset ja strategiset tavoitteet. (Viitala & Jylhä 2010, 119.)

2.5 Markkinointi

Markkinointi on tärkeässä osassa liiketoimintaa ja se toimii apukeinona yrityksen menestymisessä. Yritys markkinoi mahdollisille ostajille tuotteitaan, jotta se erottuu heidän kilpailijoistaan. Menestyvä yritys tarvitsee myös asiakasosaamista mainonnan ja myyntityön lisäksi. Markkinointi koostuu asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakastarpeiden tyydyttämiseen, joten asiakasosaaminen toimii hyvänä runkona markkinointiosaamiselle. Hyvällä asiakasosaamisella yrityksen asiakassuhteista tulee kannattavia ja pitkäkestoisia. (Bergström & Leppänen 2008, 9.)

Markkinointisuunnitelman tekeminen on yrittäjälle koko liiketoimintasuunnitelman tärkein osio. Suunnitelmassa tehdään yrityksen oman strategian mukaan tuote- ja palvelukokonaisuudet ja niiden hinnoittelu. (Hesso 2013, 15.)

2.5.1 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän avulla yritys ja sen tarjoama saavat näkyvyyttä. Markkinointiviestinnällä luodaan yritykselle tunnettuutta ja annetaan tuotteista, hinnoista ja ostopaikoista tietoa sekä koetetaan vaikuttaa kysyntään. Sen tavoitteena on herättää ostajien mielenkiinto ja erottautua omista kilpailijoistaan. Tavoitteena on myös, että ostajat luovat myönteisiä asenteita ja mielikuvia yritystä kohtaan. Markkinointiviestintää hyödyntäen halutaan saada ostohalu heräämään ja aikaansaada myyntiä. Päämääränä on saada luotua asiakassuhteita ja ylläpitää niitä. (Bergström & Leppänen 2008, 273.) Markkinointiviestinnän oleellisia tunnusmerkkejä ovat mm. mainonta, lehti-ilmoitukset, myynninedistäminen, henkilökohtainen myyntityö sekä tiedotus- ja suhdetoiminta (Viitala & Jylhä 2010, 122).

Mainontaa pystytään tekemään monella eri tavalla, kuten suoramainontana, televisiossa, radiossa, elokuvissa, ulko- ja liikennemainontana ja Internetissä. Mainonta edistää yrityksen ja sen tuotteiden ja palveluiden tunnettuutta. Se auttaa myös luomaan mieli-

kuvia ja odotuksia kuluttajan mielessä. Mielikuvan synnyttämisen tavoitteena on saada ostaja muistamaan tietty tuote tai palvelu tarpeen herätessä. Tämä auttaa kuluttajan ostopäätöstä kohdistumaan juuri yrityksen tuotteeseen. Mainonta muistuttaa kuluttajaa yrityksen olemassa olost. (Viitala & Jylhä 2010. 122–123.)

Myynninedistäminen (SP, sales promotion) on ostajille lyhytvaikutteista kannustusta ostaa tuotteita tai palveluita sekä kannustaa myyjiä myymään. Asiakasta voidaan kannustaa esimerkiksi kilpailuilla, messuilla, maistiaisilla tai alennuksilla. (Kotler 1990, 511.) Myynninedistämisen tarkoituksena on auttaa ja lisätä myyntiä ja mainontaa. Sen kohteena ovat jakelutien jäsenet ja loppukäyttäjät (Viitala & Jylhä 2010. 123.) Myynninedistämisen tehtävänä on ansaita ja löytää uusia kokeilijoita sekä vahvistaa tämänhetkisten asiakkaiden uskollisuutta ja saada heidät ostamaan enemmän (Bergström & Leppänen 2008, 390).

Henkilökohtainen myyntityö on tehokasta neuvottelua asiakkaan kanssa ja tämä antaa myös hyviä tuloksia. Jotta tuloksia saadaan, se edellyttää toivottua vuorovaikutusta myyjän ja ostajan välillä. Myyjän on onnistuttava luomaan luottamuksellinen suhde asiakkaaseen. Myyjän on tunnettava tuote, kilpailutilanne, tuotekehitys ja markkinat. (Yritys Suomi, 2014.) Henkilökohtaista myyntityötä voi olla esimerkiksi myyntiesittelyt, messut ja kupongit (Kotler 1990, 511). Henkilökohtainen myyntityö voidaan jakaa kahteen osaan: toimipaikkamyyniin ja kenttämyyniin. Toimipaikkamyynnissä asiakas tulee myyjän luokse ja kenttämyynnissä myyjä lähestyy asiakasta. (Bergström & Leppänen 2008, 359.)

Tiedotus- ja suhdetoiminnan (PR, public relations) kohderyhmiä ovat mm. asiakkaat, tavarantoimittajat, rahoittajat, suuri yleisö ja järjestöt (Viitala & Jylhä 2010, 123). Yrityksen ja sen sidosryhmien välistä yhteistyötä voidaan kehittää käyttäen tätä markkinointiviestinnän muotoa. Tiedotus- ja suhdetoiminnalla tähdätään ohjaamaan pitkäjänteisesti ihmisiin ja vaikuttamaan heidän mielikuviin yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista. (Markkinointiviestintä, 2014) Tiedotus- ja suhdetoiminta on tärkeää sekä yrityksen sisällä että ulospäin yrityksestä. PR yrityksen sisällä on sisäistä markkinointia, joka näkyy yrityksessä tiedotteina, henkilöstölehtinä ja ilmoitustauluissa. Yrityksen suhdetoimintaa on esimerkiksi erilaiset virkistäytymismahdollisuudet ja juhlat, joihin henkilökunta pystyy osallistumaan. (Bergström & Leppänen 2008, 400.)

2.5.2 Internet- ja lehtimainonta

Internetiä käytetään markkinoinnissa yhä enemmän, kuten mm. myynnissä, viestinnässä, laskujen maksamisessa ja markkinatutkimuksissa. Internetiä voidaan käyttää myös vuorovaikutteisen markkinoinnin keinona. Asiakkaat voivat käynnistää palvelutilanteet ja myös hoitaa ne verkossa. Yrityksen vuorovaikutuksellisen markkinoinnin tuloksellisuuteen auttaa hyvä verkkotoimintojen toteutustapa. Tämä edellyttää sitä, että asiakkaan ottaessa yhteyttä sähköpostitse on viesteihin vastattava mahdollisimman nopeasti. Vuorovaikutusta ei synny, jos vastaukset viipyvät tai vastausta ei tule ollenkaan. Tämä aiheuttaa asiakkaan mielenkiinnon sammumisen. (Grönroos 2009, 339.)

Sanomalehti on muuntautumiskykyinen ja nopeavaikutteinen ilmoitusmedia. Mainosvälineenä sanomalehti on nopea ja paikallinen. Lukijat myös luottavat sanomalehteen. Lehdistä lueskellaan paikallisia uutisia ja tapahtumatietoja sekä yritysten ja tuotteiden mainoksia. Sanomalehtien lisäksi Suomessa ilmestyy myös ilmaisjakelulehtiä. Näiden lehtien sisältö painottuu pääsääntöisesti mainoksiin ja siksi ne sopivat hyvin paikalliseen mainontaan, koska siten yritys saa tavoitettua alueen kaikki taloudet. (Bergström & Leppänen 2008, 285–286.)

2.6 Kilpailu

Yrityksen on tärkeää perehtyä omaan kilpailutilanteeseensa, sillä yritys ei ole markkinoilla yksin. Se kuvaa saman toimialan yritysten suhdetta, joilla on tarjolla samanlaisia tuotteita ja palveluja. Yrityksen on myös osattava hahmottaa oma asemansa markkinoilla ja otettava huomioon markkinoiden kokonaiskuva. (Kilpailu, 2014) Yrityksen on tiedettävä sen oma pelikenttä ja mitkä muut yritykset kilpailevat asiakkaan huomiosta. Kilpailijoiden määrä, asema ja toiminta markkinoilla vaikuttavat kilpailutilanteeseen. Toisaalta kilpailutilanne taas vaikuttaa siihen, minkälainen hintataso muodostuu markkinoille. (Bergström & Leppänen 2008, 224.)

Markkinoilla on tärkeää panostaa omaan erikoistumisalueeseensa ja löytää lähtökohta kilpailuedun rakentamiselle. Yrityksen on löydettävä markkinarako eli asiakasryhmä, jonka tarpeet yritys haluaa tyydyttää. Yritykselle parhain tilanne on se, että muut yritykset eivät voi näitä tarpeita tyydyttää. Markkinaraon avulla yritys voi saavuttaa suuren kilpailuedun muihin yrityksiin verrattuna. (Bergström & Leppänen 2008, 72–73.)

2.7 Riskit

Riskit ovat osa yrityksen toimintaa ja ne tulevat yllättäen. Riskit yrityksessä voivat olla monenlaisia ja ne jaetaan yleensä liikeriskeihin ja vahinkoriskeihin. Liikeriski on yksi yritystoiminnan tunnusmerkeistä. Se tarkoittaa epävarmuutta siitä, onko yrityksellä mahdollisuutta saavuttaa voittoa toiminnallaan. Liikeriskit kuuluvat yrityksen jokapäiväiseen toimintaan. Yrittäjä ei voi olla koskaan varma toiminnan kannattavuudesta huolellisesta ennakkosuunnitteluista huolimatta. Liikeriski usein johtuu siitä, että joudutaan hankkimaan tuotannontekijät paljon aikaisemmin kuin niitä pystytään myymään valmiina tuotteina. Vahinkoriskit taas ovat ulkopuolisesta syystä johtuvia äkillisiä vahinkomahdollisuuksia. Näitä ovat mm. toimintariskit, henkilöriskit ja omaisuusriskit. (Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1999, 199–201.)

Yrityksen tavoitteena on selviytyä mahdollisimman hyvin riskeistään. Riskinhallinta on ajatustapa, jota käyttäen yritys pyrkii selvittämään mahdolliset riskit etukäteen. Toiminta on suunniteltua ja hyvin ohjattua, että riskien toteutuminen on epätodennäköistä ja niiden toteutuessa taloudelliset tappiot jäävät vähäisiksi. (Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1999, 199–201.)

Riskinhallinnassa on kolme vaihetta. Ensimmäinen vaihe on riskien tunnistaminen. Yrityksen on laadittava kattava luettelo riskialueistaan. Tämä luettelo auttaa riskien arvioimisessa. Toisessa vaiheessa arvioidaan riskejä ja niiden sattumistodennäköisyyttä. Tässä arvioidaan myös mahdollisen vahingon tai tappion suuruus ja mitä se merkitsee yritykselle. Kolmannessa vaiheessa päätetään riskien hallitsemista auttavat toimet. Riskienhallinnan toiminnat voivat olla riskien välttäminen eli luovutaan riskisestä toiminnasta ja riskien pienentäminen eli ehkäistään omalla toiminnallaan riskejä muun muassa suojalaitteiden käyttäminen, henkilökunnan kouluttaminen, vartioinnin ja huoltotoimien tehostaminen. Riskienhallinnan toimia ovat myös riskien kantaminen eli vahingon sattuessa vastuu riskistä jää yritykselle sekä riskien siirtäminen eli riski on mahdollista siirtää jollekin toiselle osapuolelle. (Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1999, 199–201.)

3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA VERTAILU

Tässä opinnäytetyössä olen vertaillut kolmea erilaista liiketoimintasuunnitelmaa. Vertailun kohteena olivat seuraavat liiketoimintasuunnitelmamallit: Yritys Suomi, OP-

Pohjola ja Liiketoimintasuunnitelma.com. Alaluvuissa havainnoidaan jokaisen liiketoimintasuunnitelman hyviä puolia ja niiden puutteita. Viimeisessä alaluvussa vertailen näitä liiketoimintasuunnitelman mallia toisiinsa ja valitsen näistä parhaimman. Valitsin vertailuun Yritys Suomen liiketoimintasuunnitelman, koska Tekesin sivuilta ohjattiin Yritys Suomen sivuille, jos on perustamassa uutta yritystä. OP-Pohjolan liiketoimintasuunnitelman mallia valitsin vertailuun, koska halusin vertailla jonkin pankin omaa mallipohjaa. Liiketoimintasuunnitelma.com sivun mallipohja löytyi sattumalta ja päädyin valitsemaan sen vertailuun selkeiden sivujen takia.

3.1 Yritys Suomi

Yritys Suomen sivuilla kerrotaan, mikä on liiketoimintasuunnitelma ja mitä asioita se sisältää. Sivulla on lueteltu myös liiketoimintasuunnitelman keskeistä sisältöä. Yritys Suomen sivuilla on mahdollista hyödyntää liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa liiketoimintasuunnitelmatyökalua. Liiketoimintasuunnitelmatyökalun avulla voi vaivattomasti tehdä suunnitelman, ja sivuilla onnistuu myös liiketoimintaan liittyvien laskelmien tekeminen. Yritys Suomen sivuilta saa sähköisen liiketoimintasuunnitelman, johon rekisteröityminen on maksutonta ja tapahtuu omilla pankkitunnuksilla. Pdf-muotoiseen suunnitelmaan on helppo kirjata ylös ajatukset, ja sen voi tallentaa omalle työasemalle tai Yritys Suomen palvelimelle suojaan.

Liiketoimintasuunnitelma jakaantuu kolmeen osioon: suunnitelma, laskelmat ja yrittäjän taustatiedot. Hyvää tässä liiketoimintasuunnitelmassa on se, että liiketoimintasuunnitelmasta on mahdollista jakaa oikeuksia myös toisille käyttäjille ja pyytää heiltä kommentteja. Liiketoimintasuunnitelman malli on myös heti tulostettavissa ja sen voi antaa eteenpäin. Yritys Suomen sivuilla on heikosti annettu esimerkkejä liiketoimintasuunnitelman täyttämistä, sekä selityksiä mitä kaikkea suunnitelman muodostavat aiheet sisältävät ja mitä eri kohtiin on tarkoitus kirjoittaa. Tarkemmat selitykset joudutaan etsimään muualta. Yritys Suomen liiketoimintasuunnitelman tekoon kuuluu osio, johon voi tehdä sanallisen suunnitelman sekä laskelmaosion. (Yritys Suomi, 2014)

3.2 OP-Pohjola

OP-Pohjolan liiketoimintasuunnitelma löytyy Yrityksen perustajan oppaasta. OP:n yritysasiantuntijat tarjoavat apua yrityksen perustamisessa, liikeidean arvioimisessa sekä tarjoavat pankki- ja vakuutuspalveluja yrityksen perustamiseen ja yritystoimin-

nan kehittämiseen. (OP-Pohjola. 2014). Yrityksen perustajan oppaan alussa on käyty lävitse, mitä kaikkea yrityksen perustamisessa on otettava huomioon. Oppaan lopussa on liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma. Liikeidea ja liiketoimintasuunnitelman runko on jaettu kymmeneen pääotsikkoon, joiden alla ovat alaotsikot. Opas on kokonaisuudessaan selkeä ja johdonmukainen. Yrityksen perustajan oppaassa käydään lävitse, mitä kaikkea perustajan on otettava huomioon. Oppaan alussa luetellaan yritysmuotojen määritelmät, ja siinä on tietoa resurssien arvioinnista ja rahoituksesta sekä vakuutuksista. Oppaan lopussa on liiketoimintasuunnitelma, joka on jaettu kahdeksaan osaan. Liiketoimintasuunnitelmamallissa ei ole annettu laskelmamalleja tai pohjia. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen voi olla hankalaa yrityksen perustajalle, jolla ei ole lainkaan tietämystä tämän laatimisesta. Yritystä perustettaessa huomioitavat asiat on mainittu luettelona, mutta sitä mitä ne tarkoittavat määritelmällisesti ei ole kerrottu. Liiketoimintasuunnitelmassa ei ole myöskään asiaa laskelmista. (Yrityksen perustajan opas, 2014)

3.3 Liiketoimintasuunnitelma.com

Liiketoimintasuunnitelma.com:in sivuille luodaan oma tunnus, jolla pääsee luomaan kirjallisen liiketoimintasuunnitelman. Ilman tunnusten luomista tiedot eivät tallennu. Liiketoimintasuunnitelma on jaettu eri osioihin, jotka ovat liiketoimintasuunnitelma, rahoitus, kannattavuus, myynti ja kolmen vuoden tulossuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelman jokaisessa kohdassa on selkeästi selitetty, mitä seikkoja on otettava huomioon. Sivuilta löytyy myös laskelmataulukot ja valmiit laskukaavat, joten laskelmien teko on helppoa.

Liiketoimintasuunnitelmaosio on jaettu seitsemään osaan. Osioita ovat liikeidea, oma osaaminen, asiakkaat ja markkinat, tuote ja palvelu, markkinat ja kilpailu, oma yritys sekä kirjanpito ja yrityksen taloudellinen suunnittelu. Yrittäjä voi tehdä myös kolmen vuoden tulossuunnitelman, joka auttaa ennustamaan miten yrityksen tulot, menot, kannattavuus ja tulos kehittyvät seuraavan kolmen vuoden aikana. Luvut on helppo syöttää oman arvion mukaan ja tulokset tulevat kenttiin automaattisesti. (Liiketoimintasuunnitelma, 2014)

3.4 Liiketoimintasuunnitelmien vertailu

Yritys Suomen ja Liiketoimintasuunnitelma.com:in sivuilla kirjaututaan tunnuksilla sisälle, joten ne pysyvät yksityisinä. Tämä tuo oman turvan kirjoitetuille tiedoille. Näiden kahden liiketoimintasuunnitelmissa on hyvää se, että yrityksen tiedot saadaan täytettyä heti valmiisiin pohjiin, luvut kirjattua taulukoihin ja suunnitelman saa heti tulostettua. Liiketoimintasuunnitelma.com:in sivuilla pääsee tutustumaan suunnitelmaan ilman kirjautumista, mutta Yritys Suomen liiketoimintasuunnitelman tutkiminen vaatii kirjautumisen pankkitunnuksilla. OP-Pohjolan yrittäjän opas on tulostettava paperiversio, joten sivuille kirjoittaminen on mahdotonta. Tämä tarkoittaa sitä, että joutuu itse tekemään suunnitelman pohjat ja taulukot. Kaikissa liiketoimintasuunnitelmissa käsitellään pääsääntöisesti samoja asioita.

Vertailtaessa näitä kaikkia suunnitelmia koin parhaimmaksi valinnaksi Liiketoimintasuunnitelma.com:in suunnitelmapohjan. Suunnitelma pysyy suojassa tunnusten takana ja suunnitelmaa on helppo palata tekemään milloin tahansa. Sivujen suunnitelmapohja on laaja ja monipuolinen. Sen täyttäminen on myös helppoa ja laskujen tekeminen on tehty helpoksi. Liiketoimintasuunnitelma.com:in sivuilla on myös ainoa mahdollisuus tehdä kolmen vuoden tulossuunnitelma.

4 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Yritys ja kaikki sen toimintaan vaikuttavat toimittajat, jakelutien jäsenet, asiakkaat ja muut sidosryhmät kuuluvat kaikki makroympäristöön. Seuraavissa kappaleissa käsitelen neljää makroympäristön pääkohtaa. Nämä markkinoilla vallitsevat väestön rakenteeseen liittyvät tekijät ovat taloudelliset (economic), poliittiset (political), sosiaaliset (social) ja teknologiset (technological) ympäristötekijät. (Kotler 1990, 131.) Yhteistyötä suunniteltaessa nämä tekijät on otettava huomioon, jotta yritys sopii hyvin toimintaympäristöönsä ja yrityksen toiminta pohjautuu nykyiseen todellisuuteen ja olosuhteisiin. Yrityksen pystyessä ennustamaan ympäristön kehitysmuutoksia yritys voi varautua etukäteen tuleviin tilanteisiin. (Toimintaympäristö, 2014)

4.1 Taloudellinen ympäristö

Markkinat rakentuvat ostovoimasta ja ihmisistä. Yrityksen markkinoijien on hyvä tietää, mitkä ovat tärkeimmät kehityskulut taloudellisessa ympäristössä. (Kotler 1990,

136.) Taloudellisia tekijöitä ovat esimerkiksi tuotannontekijöiden tarjonnan ja kysynnän määrä sekä hintojen muuttuminen. Tuotannontekijöistä oleellisimpia ovat työvoima ja raaka-aineet. Näiden saatavuus on oltava turvattu ja hintatason täytyy pysyä sopivana. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 72–73.)

Taloudellinen ympäristö koostuu yrityksen kokonaisostovoimasta. Tähän vaikuttavat tulot ja niiden kasvu, sekä säästäminen ja velkaantuminen. Tärkein talouden mittari on tulotaso ja sitä kuvataan bruttokansantuotteella (BKT). Bruttokansantuote käsittää valtion asukkaiden ja yritysten tekemien hyödykkeiden eli tavaroiden ja palvelujen yhteisarvoa. (Bergström & Leppänen 2008, 84.)

Yrityksen tuotannontekijöiden hintaan ja kysyntään vaikuttaa taloudellinen kehitys. Liiketoiminnan kannalta on olennaista yritykselle, onko tärkeiden tuotannontekijöiden hinnoissa odotettavissa muutoksia. Elintasossa tapahtuvat nousut ja laskut vaikuttavat kuluttajien ostokykyyn ja tuotteiden kysyntään. (Liiketoimintasuunnitelma, 2014) Inflaatio tarkoittaa rahan arvon heikkenemistä ja tämä aiheuttaa markkinoilla ongelmia etenkin kansainvälisessä kaupassa. Inflaatio tekee markkinoista epävakaita nostamalla tuotteiden ja palvelujen hintoja, mikä taas vaikuttaa kuluttajien kykyyn ostaa niitä. (Bergström & Leppänen 2008, 84–85.)

Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä on tärkeää tutkia yrityksen taloudellisen ympäristön oletettavia tulevaisuuden kehityssuuntia. Tämä tarkoittaa sitä, että ennustetaan millaisia asioita maailmassa voi tapahtua ja miten niiden vaikutusten analysoiminen vaikuttaa omaan yritykseen. (Hesso 2013, 38.)

Pyhtää on listannut keskeiset toimet, jotka vahvistavat taloutta. Toimia ovat mm. työpaikkojen synnyttäminen, kuten matkailukohteet, E18-moottoritien liittymien palvelut ja kestävä kehityksen ratkaisut. Pyhtää on myös suunnitellut uudistaa omia toimintaprosessejaan. Niihin kuuluu rohkeus kokeilla kotihoitoa, sähköistä opetusta kouluissa ja muita sähköisiä palveluja sekä palveluseleitä. Toimintaprosessien uudistamiseen liittyy myös asiakkaiden omien mielipiteiden kuunteleminen ja päätöksenteko heidän lähellään. Tärkeää on vahvistaa innostavaa työilmapiiriä. (Nuutila, 2014)

4.2 Poliittinen ympäristö

Poliittiseen ympäristöön kuuluvat lait, julkisen vallan toiminta, asetukset ja säännöt. Nämä vaikuttavat yrityksen markkinointiin joko parantaen tai heikentäen sen markkinointimahdollisuuksia. (Bergström & Leppänen 2008, 83.) Poliittisessa ympäristössä tapahtuvat mahdolliset lainsäädännön muutokset (ympäristönsuojelu, työturvallisuus, kuluttajansuojalainsäädäntö, tuoteturvallisuus jne.) on yrityksen hyvä selvittää liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa. (Liiketoimintasuunnitelma, 2014)

Pyhtäälle rakennettavalle monitoimihallille on hyvä laatia ympäristölliset tavoitteet ja huolehtia, että lakeja noudatetaan. Kaikki rakennusratkaisut ja materiaalit on hyvä valita ympäristöystävällisesti. Materiaalien on oltava laadukkaita, kestäviä, turvallisia ja ympäristöystävällisiä.

4.3 Sosiaalinen ympäristö

Väestörakenteen kehitys kuuluu osana sosiaaliseen ympäristöön. Väestön ikärakenteen kehitys vaikuttaa paljon yritysten työvoimatilanteen kehitykseen. Koulutustason kehittyminen vaikuttaa tulevaan työvoimatilanteeseen ja yrityksen kannalta sopivan työvoiman saatavuuteen. Lisääntynyt vapaa-aika ja kulutustottumusten muutokset kuuluvat myös sosiaalisiin tekijöihin. Sosiaaliset tekijät vaikuttavat kuluttajaryhmien rakenteeseen ja yrityksen asiakaskuntaan. (Liiketoimintasuunnitelma, 2014)

Suomen väkiluku oli vuoden 2013 lopulla noin 5 451 000 henkeä. Työikäisten eli 15–64 –vuotiaiden osuus Suomen väestöstä on 64,2 % ja eläkeläisten osuus koko Suomen väestöstä on 19,4 %. Työllisten osuus koko maassa 18–74 -vuotiaista on 60 % ja työttömyysaste Suomessa vuonna 2012 oli 10,7 %. Suomessa yrityspaikkojen lukumäärä vuonna 2012 oli noin 352 300 työpaikkaa. (Tilastokeskus, 2014)

Kymenlaakso sijaitsee Kaakkois-Suomessa. Kymenlaakson nimi tulee kunnan halki virtaavasta Kymijoesta. Maakunnan menestys perustuu liikenteen ja metsäteollisuuden osaamiseen sekä Venäjän lähialueen tarjoamiin mahdollisuuksiin. (Kymenlaakson maakunta, 2014) Kymenlaakson väkiluku vuonna 2014 on noin 180 771 henkilöä. Kymenlaakson väkiluku on vähentynyt 6 629 henkilöllä vuodesta 2000 vuoteen 2013 ja sen ennustetaan laskevan edelleen. Vuonna 2013 Kymenlaaksossa oli työttöminä

13 249 henkilöä, joista miehiä 7 923 henkilöä ja naisia 5 326 henkilöä. Tänä vuonna avoimia työpaikkoja oli 505 paikkaa. (Tilastotietoja Kymenlaaksosta, 2014)

Pyhtää sijaitsee Suomenlahden rannikolla Kymenlaaksossa. Naapurikunnat ovat Loviisa, Kotka ja Kouvola. Pyhtään väkiluku vuonna 2013 oli noin 5 380 asukasta. Työikäisten eli 15–64-vuotiaiden osuus Pyhtään väestöstä on 60,8 % ja 65 vuotta täyttäneiden osuus Pyhtään väestöstä on 22,4 %. Työllisten osuus Pyhtään 18–74-vuotiaista on 58,3 % ja työttömyysaste Pyhtäällä vuonna 2012 oli 10,5. (Tilastokeskus, 2014) Pyhtääläisten toimeentulo tulee pääasiassa palveluelinkeinoista sekä teollisuus- ja rakennustoiminnasta (Pyhtään kunta, 2014). Pyhtäällä yritystoimipaikkojen lukumäärä vuonna 2012 oli noin 340 työpaikkaa (Tilastokeskus, 2014).

4.4 Teknologinen ympäristö

Teknologinen ympäristö on yritykseen kaikista voimakkaimmin vaikuttava tekijä. Se vaikuttaa kauppaan, teollisuuteen ja palvelualan yrityksiin. Uudet tuotteet ja tuotantomenetelmät voivat muuttaa yrityksen ympäristöä. Uutuudet syrjäyttävät vanhoja tuotteita, materiaaleja tai tuotantotapoja. Talouden kasvuvauhti riippuu siitä, kuinka paljon uutta teknologiaa pystytään kehittämään. (Kotler 1990, 140.)

Teknologian kehityksen vaikutukset voivat olla tuntevia ja yllättäviä. Tietoliikenteen kehitys ja tiedonsiirron nopeutuminen ovat olennaisia asioita liiketoiminnassa. Korvaavat tuotteet ja tuotantomenetelmien kehitys voivat vaikuttaa koko toimialaan. (Liiketoimintasuunnitelma, 2014)

Pyhtää haluaa kehittää opetus- ja nuoriso-osastoa esimerkiksi sähköisellä oppimisympäristöllä. Sähköinen oppimisympäristö mahdollistaisi etäopetuksen. Pyhtäälle on suunnitteilla 3D-laakso, jonka on hahmoteltu sijoittuvan monitoimihallin läheisyyteen. Pyhtään kirjaston yhteyteen kaavallaan myös teknologialainaamoja jonka avulla kirjastosta tulisi ”hyvän elämän portaali”. (Nuuttila, 2014).

5 MONITOIMIHALLIN LIKETOIMINTASUUNNITELMA

5.1 Yrityksen perustiedot

Pyhtään monitoimihalli sijoittuisi Sirius Sport Resort -rakennuksen läheisyyteen. Halli olisi auki arkisin sekä viikonloppuisin. Monitoimihallissa on tasapainoisesti liikuntaa ja tapahtumia. Tämä tekee hallista monipuolisen ja muunneltavan, jotta siellä on mahdollista järjestää kaikenlaisia tapahtumia. Hallista tulisi kaksikerroksinen. Hallin ensimmäisessä kerroksessa olisi hallin ympäri kulkeva juoksurata, verhoilla jaettavat sisäpaloilukentät, suorituspaikat yleisurheilulle, kuntosali ja telinevoimistelutila. Pallolulajit, joita hallissa olisi mahdollista harrastaa, ovat mm. salibandy, koripallo, jalkapallo ja sulkapallo. Monitoimihallin toisessa kerroksessa olisi kahvio ja kokoustilat. Tapahtumien aikana kahviossa voidaan pitää ravintolatoimintaa ja tapahtumien aikana kahviossa olisi A-oikeudet. Arkisin hallia käyttävät koulut, yritykset, urheiluseurat ja muut asiakkaat. Viikonloppuisin asiakkaita monitoimihalliin tuovat erilaiset tapahtumat.

5.2 Yrityksen palvelut

Tämä opinnäytetyö toimii apuvälineenä Pyhtäälle rakennettavalla isolla monitoimihallilla. rakennettavaan isoon monitoimihalliin. Halli sijoittuu Sirius Sport Resort -rakennuksen läheisyyteen. Monitoimihalli on monipuolinen, ja siinä voi harrastaa erilaisia liikuntalajeja ja siinä on mahdollista järjestää paljon erilaisia tapahtumia. Palvelutarjonta on siis laaja. Järjestettävät tapahtumat ovat esimerkiksi konsertteja, kulttuuritapahtumia, näyttelyitä ja messuja. Monitoimihallin yhteydessä on myös kahvio, joka toimii suurena apuna tapahtumissa. Suurissa tapahtumissa kahviossa on mahdollista järjestää ravintolatoimintaa. Monitoimihallin tapahtumatarjonta lisää varmasti myös turismia. Suomalaisten kiinnostus matkustaa Pyhtäälle tapahtumien vuoksi lisääntyisi.

Tapahtumapaikan on oltava muunneltavissa erilaisia tapahtumia varten. Monitoimihallin etuna asiakkaille olisi iso juhlasali, jossa on mahdollista järjestää häitä ja valmistujaisia. Hallin isoon juhlasaliin mahtuisi hyvin ystävät ja sukulaiset katsomaan tansseja. Hallin tilat mahdollistavat myös erilaisten sisätiloissa järjestettävien näyttelyiden, messujen ja konserttien pitämisen. Tilojen muunneltavuus helpottuu siirrettävien katsomoiden sekä mahdollisten katosta riippuvien verhojen avulla. Monitoimihallin heikkoutena voi olla tapahtumien ja muun hallin käyttämisen keskittyminen vii-

konloppuihin. Arkikäyttöä ylläpidetään kuntosalin monipuolisilla aukioloajoilla, ja lisäksi on mahdollista osallistua erilaisten jumppien ja urheilulajien harrastamiseen.

Pyhtään monitoimihalli on suunnattu kaikenikäisille. Hallin palvelut ja tapahtumat voidaan jakaa eri ikäryhmille, yrityksille, urheiluseuroille ja kouluille. Lapsille ja nuorille on saatavilla erilaisia liikuntamahdollisuuksia sekä kulttuuritapahtumia. Hallissa voi käydä katsomassa teatteriesityksiä ja halutessaan voi osallistua esimerkiksi teatteri- tai musiikkikouluun. Hallissa on mahdollista järjestää myös ala-ikäisille suunnattuja konsertteja.

Aikuisille monitoimihalli tarjoaa paljon virkistysmahdollisuuksia. Hallissa on monipuoliset liikuntamahdollisuudet, kuten kuntosali ja ryhmäliikuntatunnit. Saatavilla on virkistysiltoja, stand up -esityksiä, teatteria ja konsertteja aikuiseen makuun. Perheille voisi järjestää esimerkiksi lapsi- ja perhemessuja. Messuilla on esiintyjä ja erilaisia osastoja, joissa voi pelata pelejä ja osallistua kilpailuihin. Hallissa on mahdollista järjestää perheille liikuntapäiviä, joissa koko perhe voi osallistua päivänviettoon ja tehdä yhdessä asioita. Halli mahdollistaa myös erilaisten eläinnäyttelyiden ja -messujen järjestämisen. Eläinnäyttelyt voivat olla esimerkiksi koira- ja kissanäyttelyitä sekä hevosmessuja. Näissä tapahtumissa on erilaisia näytöksiä sekä eri eläintarvikeliikkeiden kojuja. Monitoimihallissa olisi mahdollista järjestää myös kirpputoreja. Lukiolaiset voivat hyödyntää suuren liikuntasalin käyttöä esimerkiksi vanhojentansseissa. Salin reunamilla on katsomot, johon mahtuu paljon yleisöä katsomaan tansseja.

Eläkeläisille on myös saatavilla ryhmäliikuntaa, kuten tuolijumppaa ja venyttelyhetkiä. Virkkauskerhot, iltapäivätanssit, konsertit, teatteri ja peli-illat mahdollistavat monitoimihallin käytön myös arkisin. Yritykset, urheiluseurat ja koulut voivat vuokrata tiloja erilaisiin tapahtumiin, kuten liikunta-, konsertti- ja messutapahtumiin. Tiloissa voidaan järjestää myös myyjäisiä ja näyttelyitä. Yritysten käyttöön löytyy tapahtumien lisäksi kokous- ja virkistystiloja.

Pyhtään monitoimihallin arkikäyttöön on hyvä panostaa jo alusta asti. Monitoimihallilla hyvä ja osaava henkilökunta huolehtii, että kaikki asiat hoituvat järjestelmällisesti ja asiakkailla on viihtyisät oltavat. Monitoimihallin viikoittaisen käytön mahdollistaminen on tärkeää. Kuntosali tuo asiakkaita niin arkisin kuin viikonloppuisin. Asiakkaat pääsevät kuntosaliin sisälle sen omaa sisäänkäyntiä hyödyntäen. Asiakkaat jotka ostavat 24/7 -asiakkuuden saavat kulkukortin, joka mahdollistaa kuntosaliin pääsyn

sekä helpottaa käyttäjien seuranta. Kuntosalissa on myös hyvä olla kameravalvonta ja kulunvalvontajärjestelmät. Monitoimihallin kuntosalin, ryhmäliikuntatuntien ja pelikenttien varauksia helpottamaan olisi saatavilla nettivaraus mahdollisuus. Nettisivuista on tehtävä selkeät. Kaikkien tietojen, kuten palveluhinnastojen ja aikataulujen, on oltava nettisivuilla saatavilla.

Monitoimihallissa järjestettävät tapahtumat ovat monen tyyppisiä ja niitä on markkinoitava hyvin. Tapahtumien monipuolisuus tuo ihmisiä kauempaakin. Hallin tiloissa toimiva kahvio toimii tapahtumien aikana kioski-ravintolana, jossa on A-oikeudet. Kahvion tilat sijaitsevat mahdollisesti monitoimihallin päädyssä toisessa kerroksessa, josta on hyvät näkymät pääsaliin.

5.3 Asiakassuhdemarkkinointi

Asiakassuhdemarkkinoinnin kokonaisuutta käyttäen yritys luo, vaalii ja parantaa koko ajan asiakassuhteitaan. Perusteena tähän on yrityksen asiakkuuksien kannattavuus ja molempien tyytyväisyys. Asiakassuhdemarkkinointia viimeistelemään on suunniteltu suhdemarkkinointi RM (Relationship Marketing). Tässä yrityksen on pidettävä huolta asiakassuhteiden ohella sisäisistä ja ulkoisista suhteista kaikkiin osapuoliin, jotka ovat yhteistyössä yrityksen kanssa tai jotka voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan. Suhdemarkkinointi on silloin markkinointia, jota huomioidaan suhteina, verkostoina ja kanssakäymisinä. (Bergström & Leppänen 2008, 407.)

Pyhtään monitoimihallin asiakkaita ovat arkisin Pyhtään asukkaat. Arkisin monitoimihallin tiloja käyttävät myös koulut liikuntatuntien aikana sekä yritykset ja urheiluseurat. Monitoimihallin rakentaminen edistää kilpa- ja harrastustason urheilutoimintaa. Asiakkaina on myös Kymenlaakson ulkopuolelta tulevia ihmisiä, jotka saapuvat yleisötapahtumiin.

5.4 Palvelun markkinointi

Yrityksen on suunniteltava markkinointisuunnitelma, jossa kerrotaan millä arvoilla ja lupauksilla asiakkaiden luottamus voitetaan ja tuotteet ja palvelut myydään. (Viitala & Jylhä 2010, 60.) Palvelun markkinoiminen on näkymättömän tuotteen markkinointia. Asiakas on vakuutettava ennen palvelusta saatavan edun toteutumista. Asiakas ei aina osaa ennakoida palvelua, joten hän arvioi palvelun tarjoajaa. Hän tarkkailee myös pal-

velun visuaalista ilmettä, kuten yrityksen tiloja ja laitteita, elektroniikkaa, materiaaleja ja palvelun esitteitä sekä hän huomioi myös alaisten pukeutumista. (Viitala & Jylhä 2010, 131.)

Pyhtään monitoimihallin mainontakeinoja ovat esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdissä ilmoittelu ja tapahtumamainonta. Lehdissä ilmoitellaan pääsääntöisesti monitoimihallissa järjestettävistä tapahtumista ja liikunta-tarjouksista. Suurempi markkinointi tapahtuu Internetin välityksellä. Pyhtään monitoimihalli voi markkinoida omaa toimintaansa omilla Internet-sivuillaan. Sivusta on tehtävä selkeät ja kaikkien yhteystietojen on löydyttävä. Sivut on saatava myös muilla kielillä, kuten englanti, ruotsi ja venäjä. Sivulla on myös kuvia monitoimihallin tiloista, sekä linkki Pyhtään monitoimihallin omille YouTube- ja Facebook-sivuille. YouTube-sivuilta löytyisi videoita hallin tapahtumista ja muista aktiviteeteista, joita siellä on mahdollista harrastaa. Facebook-sivuilla on myös kuvia monitoimihallista ja siellä ilmoitetaan tulevista tapahtumista ja erilaisista tarjouksista.

5.5 Kilpailijat

Pyhtään naapurikunnassa Kotkassa on paikkoja, joissa hieman isompien urheilu- ja juhlatapahtumien järjestäminen on mahdollista. Näitä ovat esimerkiksi Steveco-areena, Ruonalan palloiluhalli, Kotkan keskustassa Kotkan konserttitalo sekä esimerkiksi Kotkan Lyseon lukio. (Kaskela, 2014) Steveco-areenalta löytyy palloiluhalli, nyrkkeily-, paini-, kuntosali- ja ilma-asesalit. Areenalla järjestetään myös konsertteja, koripallomatseja, vanhojentansseja ja joulujuhlia. (Steveco-areena, 2014) Kotkasta löytyy myös Ruonalan palloiluhalli, josta löytyy mm. jalkapallokenttä tekonurmella, pesäpallokenttä ja voimailupiste. Palloiluhallissa järjestetään esimerkiksi messuja, suurmarkkinoita ja esimerkiksi Kymenlaakson suurimmat pikkujoulut -tapahtuma.

Kilpailijana monitoimihallille on myös Kotkan Liikuntakeskus Aittakorvessa. Liikuntakeskuksessa on mahdollista pelata erilaisia pallopelejä sekä kuntoilla kuntosalilla ja jumpissa. (Liikuntakeskus Kotka, 2014) Kotkan keskustasta löytyy juhlapaikoiksi esimerkiksi Kotkan konserttitalo sekä esimerkiksi Kotkan Lyseon lukio, joissa järjestetään myös erilaisia juhlia ja tapahtumia. Pyhtään monitoimihallin kilpailijana on myös Vierumäen vapaa-ajankeskus. Vierumäellä voi harrastaa monia liikuntalajeja omatoimisesti tai ohjatusti. Sisäliikuntatiloista löytyy erilaisten palloilulajien, jumppi- en ja tanssien harrastus mahdollisuuksia. Ulkoalueella löytyy kuntopolkuja, latuja,

golfväylät ja keinonurmikenttä. Alueella on lisäksi myös kaksi jäähallia sekä uimahalli. (Vierumäki, 2014)

5.6 Rahoitus

Rahoitustoiminnan haastavin tehtävä yrityksessä on rahan riittävyys. Yrityksen on pystyttävä maksamaan toimintansa menot, investoinnit sekä hoitamaan velan takaisinmaksut, korvaukset ja verot pääoman sijoittajille. Yrityksen perustamisvaihe, liiketoiminnan laajentamisvaihe sekä investoinnit ovat tilanteita, joissa raha ei aina riitä kaikkiin maksuihin. Näissä joudutaan usein turvautumaan pääomarahoitukseen eli omistajien sijoituksiin tai lainarahaan. (Viitala & Jylhä 2010, 316.)

Yrityksen johdon on ratkaistava, paljonko yrityksen toiminnassa tarvitaan rahaa, paljonko tulovirta tuo rahaa ja paljonko maksuja menot aiheuttavat. Rakennusvaiheessa investointeihin kuluvat maksut on myös otettava huomioon. Yritystoiminnan alussa on hyvä myös miettiä, paljonko tarvitaan mahdollista ulkopuolista rahoitusta ja mistä lähteistä sitä on mahdollista saada. (Viitala & Jylhä 2010, 316.)

6 SWOT- ANALYYSI

SWOT- analyysi on lyhenne englannin sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). SWOT-analyysi on yritykselle tärkeä väline, jolla voidaan tarkastella yrityksen olemassaoloa sisäisten ja ulkoisten tekijöiden avulla. SWOT-analyysin pohjalta on helppoa tehdä johtopäätöksiä, ja niitä apuna käyttäen osataan suunnitella toimenpide-ehdotuksia. (Swot-analyysi. 2014) Taulukossa 1 SWOT-analyysin avulla kerron Pyhtään ja Pyhtään monitoimihallin vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista.

Taulukko 1. SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sijainti maantieteellisesti - Uusi E18-tie - Sijainti Sirkuksen läheisyyteen - Monipuoliset palvelut - Asiakaspalvelu - Iso juhlasali 	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Huonot julkiset liikenneyhteydet - Ei juna-asemaa - Tapahtumien ja muun monitoimihallin käyttämisen painottuminen viikonloppuihin - Hotelli- ja majoitustilojen vähäisyys
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lisää turismia - Lisää työpaikkoja - Parantaa kulttuuria - Lisää näkyvyyttä Pyhtäälle - Pyhtääläisille aktiviteetteja - Yhteistyö eri yritysten kanssa - Toiminnan kehitys - Monipuoliset tapahtumat 	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lähistöllä sijaitsevat monitoimi- ja urheiluhallit - Toiminnan kiinnostavuuden ylläpitäminen

Pohdimme yhdessä Marjut Pelttarin kanssa Pyhtään monitoimihallin SWOT-analyysiä. Pyhtään vahvuutena on sen sijainti, jossa vaikuttaa merellisyys, joki ja luonnonmaisemat. Kunnalla on hyvät meri- ja pienvenesatamat sekä HaminaKotka satama. Pyhtää tarjoaa monipuoliset liikuntamahdollisuudet ja aktiiviset urheiluseurat. Siellä on myös laadukas asuinympäristö ja rauhalliset asuinalueet. Pyhtäältä on nopeat kulkuyhteydet Helsinkiin ja lentokentälle, matka kestää vain yhden tunnin. Venäjän ja Pietarin läheisyys on vahvuus Pyhtäälle. (Nuutila, 2014; Pelttari, 2014)

Pyhtäällä on paljon uusia pieniä yrityksiä ja niitä perustetaan aktiivisesti. Pyhtääläisiä brändejä ovat mm. Pyroll ja Sirius. (Nuutila, 2014) Pyhtäälle rakennettava monitoimihalli olisi tarkoitus rakentaa Sirius Sport Resortin läheisyyteen. Sirkuksen tunnettuus toisi myös monitoimihallille uusia asiakkaita. Pyhtään monitoimihallin vahvuute-

na on uusi E18-tie. Moottoritieyhteys Turusta Helsingin kautta Vaalimaalle on toteutumassa. Koskenkylä-Kotka väli ja Haminan ohikulkutie ovat jo valmistuneet. Hamina-Vaalimaa-osuutta aletaan rakentaa vuonna 2015. E18-tien parantuneista yhteyksistä hyötyvät tienkäyttäjät, teollisuus ja elinkeinoelämä. (E18-tie, 2014) Monitoimihallista saadaan monipuolinen tilojen muunneltavuuden avulla, sekä erilaisten liikuntamuotojen harrastamisen ja tapahtumien järjestämisen avulla. Jokaiselle ikäryhmälle tulisi löytyä mieleisiä aktiviteetteja ja ajanviettopaikoja. Pyhtään monitoimihallissa panostetaan myös hyvään ja monipuoliseen asiakaspalveluun. Työntekijöitä koulutetaan säännöllisesti, jotta he osaavat tehdä tarvittaessa myös muiden työntekijöiden työtehtäviä, esimerkiksi sairaustapauksissa. (Pelttari, 2014)

Pyhtään heikkoutena ovat suorien rautatieyhteyksien puuttuminen ja huonot julkiset liikenneyhteydet. Pyhtäällä ei ole omaa juna-asemaa, joka vaikeuttaa kauempaa tulevien ihmisten kulkemista. Kunnalla on hyviä verkostoja, mutta paikallisia mahdollisuuksia on vielä hyödyntämättä. (Nuutila, 2014) Monitoimihallin heikkoutena voi olla tapahtumien ja muun käyttämisen painottuminen viikonloppuihin. Arkikäyttöä voitaisiin mahdollistaa kuntosalin tai muiden urheilulajien harrastamisen liittämällä hallin yhteyteen. Heikkoutena Pyhtäällä on myös hotelli- ja majoitustilojen vähäisyys, joka voi olla esteenä suurten tapahtumien järjestämiselle. (Pelttari, 2014)

Pyhtään mahdollisuutena olisi sinne rakennettava monitoimihalli, joka toisi kunnalle näkyvyyttä, ja pyhtäläiset saisivat mahdollisuuden harrastaa erilaisia liikuntalajeja ja osallistua tapahtumiin. Kansainväliset tapahtumat lisääisivät turismia Pyhtäällä, esimerkiksi Venäjä -päivät. Monitoimihallin avulla olisi vaivatonta järjestää erilaisia kulttuuritapahtumia, kuten taide-, musiikki-, nuoriso- ja ympäristökulttuuritapahtumia. Yhteistyö eri yritysten kanssa mahdollistaisi sujuvan tapahtumien järjestämisen. Hyvät yrityssuhteet antavat näkyvyyttä niin Pyhtään monitoimihallille kuin tapahtumissa mukana oleville yrityksille. Pyhtään monitoimihalli pyrkii kehittämään toimintaansa uusien ideoiden avulla ja parantamaan mahdollisia esiin tulevia heikkouksia. (Pelttari, 2014)

Pyhtään monitoimihallin uhkana ovat lähistöllä sijaitsevat monitoimi- ja urheiluhallit. Esimerkiksi Kotkassa oleva Ruonalan palloiluhalli toimii uhkana, koska siellä järjestetään suuria tapahtumia ja siellä on mahdollista harrastaa monipuolisesti urheilulajeja. Toinen uhka on esimerkiksi Vierumäen liikunta- ja vapaa-ajankeskus. Vierumäellä on

saatavilla laajasti liikuntapalveluja sekä opiskelu- ja koulutusmahdollisuuksia. (Vierumäen palvelut, 2014) Monitoimihallin uhkana on myös toiminnan kiinnostavuuden ylläpitäminen. Tapahtumat on pidettävä mielenkiintoisina ja liikuntamuodot jokaiselle jotakin -periaatteella. (Pelttari, 2014)

7 TAVOITTEET, STRATEGIA, VISIO JA ARVO

7.1 Tavoitteet

Tavoitteena on rakentaa Pyhtäälle iso monitoimihalli. Monitoimihallin on suunniteltu rakennettavan Sirius Sport Resortin läheisyyteen tien toiselle puolelle. Hallin rakennuskulut saadaan takaisin tekemällä hallista monipuolinen. Mahdollisilla irtoseinillä saadaan tiloista hyvin muunneltavia tilaisuuden mukaan. Monipuolisuus ja muunneltavuus antavat paljon ideoita ja mahdollisuuksia käyttää tätä rakennusta erilaisissa tapahtumissa.

Monitoimihallin tavoitteena on tuoda ihmisiä paikanpäälle myös Kymenlaakson ulkopuolelta. Esimerkiksi Helsingistä ei ole liian pitkä matka tulla Pyhtäälle, jos on tarpeeksi mielenkiintoinen tapahtuma tiedossa. Matka taittuu erittäin nopeasti E18 -tietä käyttäen. Hallin erilaiset liikuntamahdollisuudet ja tapahtumien monimuotoisuus varmistavat hallin monipuolisen käytön ympäri vuoden. Tavoitteena on että monitoimihallia käytetään myös arkena, ettei käyttö painotu ainoastaan viikonlopuille. Tapahtumia joita hallissa järjestetään, ovat esimerkiksi turnaukset, kisat, erilaiset messut (muoti, maatalous, liikunta), konsertit, AMK- ja yritystapahtumat, teatteriesitykset ja näyttelyt kuten koiranäyttelyt. Monitoimihalli mahdollistaa myös erilaisten liikuntamuotojen harrastamisen, kuten pallopelit, ryhmäliikunta ja kuntosaliliikunnan.

7.2 Strategia

Strategia tarkoittaa yrityksen pelisuunnitelmaa pitkällä aikavälillä. Se kertoo myös millaisten periaatteiden varassa yritys pyrkii menestymään asiakasmarkkinoilla ja selviytymään kilpailussa. Strategian avulla luodaan kilpailuetua asiakkaan huomiosta kilpaileviin muihin yrityksiin. (Hesso 2013, 77.) Strategian laatimiseen ja sen toteuttamiseen on hyvä ensin selvittää missä kohtaa yritys on eli yrityksen lähtökohdat. Sen jälkeen päätetään minne halutaan yrityksessä mennä ja seuraavaksi mietitään tapa mi-

ten sinne päästään. Tämän jälkeen kehitetään mittarit jotka auttavat matkan kulussa. (Viitala & Jylhä 2010, 71.)

7.3 Visio

Hyvin tehdyn suunnitelman avulla yritys saavuttaa visionsa. Visio kertoo millaiseksi yritys haluaa kehittyä tulevaisuudessa. Strategista ajattelua tarvitaan kun määritellään visiota. Tämä tarkoittaa kykyä käyttää mielikuvitusta ja viedä se tavanomaista analyysia syvemmälle sekä haastaa ensimmäiset ilmeiset vaihtoehdot. Visiointi on eteenpäin näkemistä. (Viitala & Jylhä 2010, 70.) Visiossa vastataan kysymyksiin ”Missä olemme nyt?” sekä ”Minne haluamme päästä?”. Visiolla on huomattava tarkoitus, sillä se kertoo millainen yritys on niin asiakkaille, työntekijöille kuin kilpailijoille. (Visio 2014) Pyhtään visio on ”Hyvän elämän kunta” (Nuuttila, 2014).

7.4 Arvo

Pyhtään arvoja ovat asukaslähtöisyys, luotettavuus, turvallisuus ja luovuus. Pyhtään kuntastrategiana on palvelutarjonta, joka tukee asiakkaiden tarpeista syntyvää yrittäjyyttä, vastuuta itsestä ja hyvää elämää. Palvelut Pyhtäällä ovat asiakaslähtöisiä ja tehokkaita ja palveluverkko on tarkoituksenmukainen. Pyhtään peruseriaatteena on turvata laadukkaat lähipalvelut joka päivä tarvittavien palvelujen osalta. Tarkoituksena on myös hakea kustannustehokkuutta ja vastata asiakaskysyntään tarjoamalla sähköisiä palveluja. Periaatteena on myös osallistaa asiakkaat palveluprosesseihin. Kuntalaisten hintatietoisuutta halutaan myös edistää palveluissa. Peruseriaatteena on myös varmistaa, että henkilökohtainen palvelu on asiantuntevaa, nopeaa ja ystävällistä huolimatta palvelun tuottajasta. Pyhtään ydinprosessina on elinvoimaisuuden varmistaminen. Pyhtään palveluprosessina on edistää aktiivisia ja ennakoivia elinkeinoja. (Nuuttila, 2014)

8 TALOUDEN KÄSITTEITÄ

8.1 Kirjanpito

Kaikki liiketoimintaa tai ammattitoimintaa harjoittavat yritykset ovat kirjanpitovelvollisia. Kirjanpitovelvollisuus on sitä, että yrityksen johdon velvollisuus on huolehtia yrityksen kirjallisen aineiston kokoamisesta ja säilyttämisestä, jotka syntyvät liiketa-

pahtumista. Kirjanpitovelvollisuus alkaa heti yrityksen perustamisesta alkaen. (Holopainen 2008, 161–165.)

Kirjanpito kertoo yrityksen toiminnasta, ja siihen kerätään eurotiedot yrityksen liiketapahtumista ja rekisteröi ne tietyn menettelytavan mukaan. Lain edellyttämät kirjanpito- ja kirjanpidon kirjat sekä vapaaehtoiset laskelmat syntyvät kirjanpitämisen tuloksena ja ne kertovat johdolle yrityksen taloudesta. Kirjanpidon tarkoituksena on pitää erillään yrityksen tulot, menot, velat ja varat yrityksen omistajan ja muiden yritysten tuloista, menoista, veloista ja varoista. (Holopainen 2008, 161–165.)

Kirjanpito on hoidettava luotettavalla ja asiantuntevalla tavalla. Asiantuntijoita kannattaa käyttää, jos ei ole kokemusta kirjanpidosta tai laskennasta. Tilitoimisto antaa yrittäjille laskentatoimen palveluita. Tilitoimistoa valikoitaessa on tärkeää, että tilitoimistoyrittäjällä on kaupallinen peruskoulutus ja kyky pitää itsensä ajan tasalla muuttuvista menetelmistä ja säädöksistä. Tilitoimistolla on oltava myös ammattilaisen työvälineet ja tuloksellisten palveluiden tarjoamiseen vaativat ohjelmistot. (Holopainen 2008, 161–165.)

8.2 Pyhtään monitoimihallin kustannusarvio

Pyhtään monitoimihallin kustannusarviota tehdessä olen käyttänyt apuna Mikkeliin rakenteilla olevan monitoimihallin kustannusarviosuunnitelmaa. Mikkelin kustannusarviosuunnitelman valitsin vertailuun sen takia, että hallien kokoluokka on samansuuruisen. Mikkelin hallin kustannusarvio on 14,2 milj. € ja sen henkilökapasiteetti on 3 000 henkilöä. Mikkelin monitoimihallin pinta-ala on 11 250 km^2 eli kerrosalaneliötä. (Mikkelin monitoimihalli 2012)

Pyhtään monitoimihallinkustannusarvio on noin 15 milj. €. Tämä arvio takaa hallin, jossa henkilökapasiteetti on noin 7 000 henkilöä samanaikaisesti sisällä. Pyhtään monitoimihallin pinta-ala on noin 12 000 km^2 . Monitoimihallin neliöhinnaksi tulee noin 1 300 €/m²-2 000 €/m² riippuen monitoimihallin rakennustavasta. Jos Pyhtään monitoimihallista rakennetaan kaarevakattoinen perusmalli, sen neliöhinta on noin 1 300 €/m²-1 500 €/m². Monitoimihallista voidaan myös rakentaa arkkitehtuurisesti monimuotoisempi, jolloin neliöhintakin kasvaa.

Pyhtään monitoimihallin kustannusarvio on esitetty taulukossa 2. Monitoimihallin kustannusarvio on noin 15 milj. € ja tämä kokonaissumma on jaettu hallin tilojen mukaan prosenttiosuuksiin, kuinka paljon nämä tilat vievät kokonaissummasta. Tämän taulukon vertailukohteena olen käyttänyt Mikkelin monitoimihallin kustannusarviota. (Mikkelin monitoimihalli 2012)

Taulukko 2. Kustannusarvio

Tila	%
Päätila	n. 75 %
Pukutila	n. 5 %
Oheistila	n. 10 %
Tekniset tilat	n. 5 %
Tilavarustus	n. 5 %
Yhteensä:	100 % = n. 15 milj. €

Monitoimihallin tulot tulevat muun muassa vuokrista (toimisto- ja kokousvuokrat), harjoitusvuoroista, otteluista, kisoista, konserteista ja muista tapahtumista sekä kaupallisten tilojen vuokrista kuten kioskista. Monitoimihallin menoja ovat muun muassa henkilöstökulut, laitteiden käyttö ja huolto, siivous, lämmitys, vesi, sähkö. Menoja ovat myös monitoimihallin markkinointiin ja edustukseen menevät kulut. (Mikkelin monitoimihalli 2012)

8.3 Budjetti

Budjetti on numeroina ja rahamitoissa ilmaistu toimintasuunnitelma. Sen avulla yrityksessä johto optimoi yrityksen resurssien käyttöä. Budjetteja laaditaan yksikkötasolla, yritystasolla ja prosessien ja toimintojen tasolla. Budjetit laaditaan myös erilaisille projekteille ja hankkeille. Vuosibudjetti on lyhyen ajan tavoitelaskelma, ja se on kiinni

olemassa olevasta kapasiteetista. Vuosibudjetti tarkoittaa samaa kuin kirjanpidon tilikausi, mutta se usein jaetaan lyhyempiin tarkkailujaksoihin. Budjetti auttaa saavuttamaan tavoitteeksi asetetun taloudellisen tuloksen. Sen avulla annetaan selkeät ja realistiset tavoitteet yrityksen toiminnalle. Budjetti toimii myös seurannan apuvälineenä. (Viitala & Jylhä 2010, 306.)

9 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kuulimme opiskelijaystävänä Marjut Pelttarin kanssa toimeksiannosta, jossa tehtäisiin Pyhtäälle rakennettavalle monitoimihallille liiketoimintasuunnitelma. Minä päädyin tekemään liiketoimintasuunnitelmaa Pyhtään monitoimihallille ja Marjut päätyi vertailemaan Pyhtään monitoimihallin liikeideaa kahdeksan eri monitoimihallin toimintaan. (Pelttari, 2014)

Pyhtäälle rakennettava monitoimihalli mahdollistaa erilaisten liikuntalajien harrastamisen sekä kulttuuri- ja massatapahtumien järjestämisen. Monitoimihalli lisää myös Pyhtään vetovoimaisuutta. Kymenlaakson alueelta puuttuu suuri monitoimihalli/-areena.

Opinnäytetyön toimeksiantona oli suunnitella liiketoimintasuunnitelma Pyhtäälle rakennettavalle monitoimihallille. Liiketoimintasuunnitelmaa tukevaa kirjallisuutta oli hyvin saatavilla ja tiedonhaku oli helppoa. Lähdekirjallisuutta olen käyttänyt mahdollisimman monipuolisesti. Alussa aikaa meni paljon sisällyksen suunnittelussa ja aiheen rajaamisessa, koska liiketoimintasuunnitelma aiheena on todella laaja ja jouduin paneutumaan jokaiseen kohtaan todella tarkasti. Teorian suunnittelu alussa oli haastavaa, mutta valitsemani liiketoimintasuunnitelma runko auttoi paljon.

Jatkotoimenpiteinä Pyhtään monitoimihallille on tehdä kannattavuuslaskelmat. Alussa on hyvä selvittää, onko yritys kannattava. Tulojen on oltava menoja isommat, jotta yritys kykenee maksamaan kaikki toiminnasta johtuvat menot. Voitollinen yritys on yritystoiminnan jatkumisen ehto. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 92.)

Monitoimihallin suunnittelun vaiheessa on hyvä tehdä kysely potentiaalisille Pyhtään monitoimihallin asiakkaille. Hallin potentiaalisia asiakkaita ovat urheiluseurat, yritykset, koulut ja Pyhtään asukkaat. Kyselyn avulla voidaan kartoittaa ja arvioida asiakkaiden käyttäjäpotentiaalia sekä hallin arkista käyttöä. Kyselyssä voidaan tiedustella

millaisia visioita heillä on monitoimihallista, sekä mitä aktiviteetteja, tapahtumia ja palveluja heillä on toiveena. On myös hyvä selvittää onko urheiluseurat valmiita ja kiinnostuneita vuokraamaan hallin tiloja. Kyselyistä saadut vastaukset auttavat projektin tulevaisuuden suunnittelemisessa sekä taloudellisesti.

Ennen Pyhtään monitoimihallin rakentamista on hyvä kilpailuttaa rakennusyhtiöitä. Kilpailuttaminen on mahdollista jakaa kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa kilpailutetaan yrityksiä koko monitoimihallin rakentamisessa, jolloin siihen kuuluu monitoimihallin perustukset, runko ja sisäpuoli ratoineen ja kuntosaleineen. Toisessa osiossa hallin rakentaminen jaetaan osiin joita kilpailutetaan. Näitä jaettuja osia ovat esim. halli ja perustukset, radat, kuntosali sekä LVI.

Monitoimihallin rakentaminen on myös mahdollista tehdä kaksivaiheiseksi. Ensimmäisessä vaiheessa rakennetaan halli ja panostetaan tässä vaiheessa saamaan valmiiksi myös päätila/tapahtuma-alue, tarpeelliset pienet tilat sekä kahvio. Toisessa vaiheessa rakennetaan vasta kuntosali ja muut pienet tilat. Tämä kaksivaiheinen rakennustapa on rahoituksen kannalta parempi, koska rakentaminen jakautuu useammalle vuodelle. Päätilan ja kioskin rakentaminen ensimmäisessä vaiheessa mahdollistaa joidenkin tapahtumien järjestämisen sekä pallopelien pelaamisen. Monitoimihallille tulosta tuovat siellä järjestettävät tapahtumat sekä tilojen vuokrauksista saadut tuotot.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2008. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

E18-tie. 2014. Saatavissa: <http://www.tieyhdistys.fi/binary/file/-/id/53/fid/477/> [viitattu: 30.11.2014]

E-conomic. 2014. Saatavissa: <http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/hinnoittelu> [viitattu 16.9.2014].

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Juva: WS Bookwell Oy.

Hesso, J. 2013. Hyvä Liiketoimintasuunnitelma. Vantaa: Hansaprint Oy.

Holopainen, T. & Levonen, A-L. 2006. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kaskela, E. 2014. Haastattelu Kotkan tapahtumapaikoista.

Kilpailu. 2014. Saatavissa: http://aurora.turiba.lv/training/FI/Accommodation_FI/Part_60.htm [viitattu: 6.10.2014]

Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1999. Yritystoiminnan Yrtti 123. Porvoo: WSOY- Kirjapainoyksikkö.

Kotler, P. 1990. Markkinoinnin käsikirja. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Kymenlaakson maakunta. 2014. Saatavissa: <http://www.kymenlaakso.fi/maakunta> [viitattu: 6.10.2014]

Liiketoimintasuunnitelma. 2014. Saatavissa: http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=4&fail=toimintaympariston_analyysi.htm [viitattu: 6.10.2014]

Liiketoimintasuunnitelma.com. 2014. Saatavissa:

https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=business_idea [viitattu: 4.11.2014]

Liikuntakeskus Kotka. 2014. Saatavissa: <http://www.liikuntakeskuskotka.fi/> [viitattu. 9.10.2014]

Markkinointiviestintä. 2014. Saatavissa:

<http://www.pr1.fi/fi/Markkinointiviestint%C3%A4.html> [viitattu 6.10.2014]

Mikkelin monitoimihalli. 2012. Hankesuunnitelma. Saatavissa:

[https://webdom.mikkeli.fi/kunnari/internet_mikkeli.nsf/64436ab8f406db5ac225657c0062b8ac/d025861c9265a20fc2257ab700509307/\\$FILE/Monitoimihalli%20raportti_lopullinen%20liitteinen.pdf](https://webdom.mikkeli.fi/kunnari/internet_mikkeli.nsf/64436ab8f406db5ac225657c0062b8ac/d025861c9265a20fc2257ab700509307/$FILE/Monitoimihalli%20raportti_lopullinen%20liitteinen.pdf) [viitattu 10.9.2014]

Nuuttila, O. PowerPoint. 2014

Nuuttila, O. 2014. Pyhtään kunnanjohtajan haastattelu.

OP-Pohjola. 2014. Aloittava yritys. Saatavissa:

<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150104910&srcpl=3> [viitattu 3.10.2014]

Pelttari, M. Keskustelu. 2014. Opinnäytetyö Monitoimihallien benchmarking. [viitattu: 5.6.2014]

Pyhtään kunta. 2014. Saatavissa: http://www.pyhtaa.fi/FI/Kunta/#.VCW8eGd_tWI [viitattu 6.10.2014]

Steveco-areena. 2014. Saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Steveco-areena> [viitattu: 4.11.2014]

Swot-analyysi. 2014. Saatavissa:

http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi [viitattu: 6.10.2014]

Tilastokeskus. 2014. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/624.html>
[viitattu: 6.10.2014]

Tilastotietoja Kymenlaaksosta. 2014. Saatavissa:
http://www.kymenlaakso.fi/export/sites/www.kymenlaakso.fi/liitteet/Tilastotietoja/Tilastotietoa_Kymenlaaksosta.pdf [viitattu: 6.10.2014]

Toimintaympäristö. 2014. Saatavissa: <http://itseopiskelu.kepa.fi/node/112> [viitattu: 12.10.2014]

Vierumäki. 2014. Saatavissa: <http://www.vierumaki.fi/> [viitattu: 4.11.2014]

Vierumäen palvelut. 2014. Saatavissa: <http://www.vierumaki.fi/vierumaen-palvelut/>
[viitattu 4.11.2014]

Viitala, R. & Jylhä, E. 2010. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Prima Oy.

Visio. 2014. Saatavissa: <http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/strategia> [viitattu: 1.10.2014]

Yrityksen perustajan opas. 2014. Saatavissa:
<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150104910&srcpl=3> [viitattu: 9.10.2014]

YritysHelsinki. 2014. Liiketoimintasuunnitelma. Saatavissa:
<http://www.yrityshelsinki.fi/fi/uuden-yrityksen-tyokalut/uuden-yritykset-tyokalut-lista-1/liiketoimintasuunnitelma> [viitattu 1.10.2014].

Yritys Suomi. 2014. Saatavissa: <https://www.yrityssuomi.fi/fi> [viitattu: 9.10.2014]

Yritys Suomi. 2014. Saatavissa: <http://www.yrityssuomi.fi/fi/myyntityo> [viitattu 5.7.2014].