



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Annika Brokvist

JUHLAPALVELUN PERUSTAMISEN
LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketalous

2017

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Annika Brokvist
Opinnäytetyön nimi	Juhlapalvelun perustamisen liiketoimintasuunnitelma
Vuosi	2017
Kieli	suomi
Sivumäärä	64 + 3 liitettä
Ohjaaja	Jukka Niittykoski

Tämä työ tarkastelee juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelman laatimista osissa. Osassa yksi käsitellään liiketoimintasuunnitelman laatimisen teoriaa, mitä kaikkea aloittavan yrittäjän on otettava huomioon uutta yritystä perustettaessa. Toinen osa työstä kuvaa itse yritystä, sen liikeidea ja toimintatapaa. Osa kolme koostuu yhteenvedosta, jossa arvioidaan työn onnistumista ja yrityksen liikeidean onnistumismahdollisuutta käytännössä.

Teoriaosuus perustuu yrityksen perustamista käsittelevään kirjallisuuteen. Internet on luonnollisesti toiminut myös lähteenä.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda perustus liiketoimintasuunnitelmalle tekijän haaveilemalle yritykselle, ja saada selkeyttä ajatuksiin koskien toimenpiteitä ja haasteita yritystoiminnan aloittamiseen liittyen. Tutkimusmenetelmänä on käytetty prosessin kuvausta.

Yrityksen kuvaus ja liiketoimintasuunnitelma huomioivat myös rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Business administration

ABSTRACT

Author Annika Brokvist
Title A Business Plan for Establishing an Event Planning
Business
Year 2017
Language Finnish
Pages 64 + 3 Appendices
Name of Supervisor Jukka Niittykoski

This thesis examined a business plan for starting an event planning company. The business plan was studied in segments.

Section one addresses the theory of starting a company, all the things a new business owner has to consider when setting up a new business. Section two describes the company itself, its business idea and the procedures. Section three consists of a summary where the success of the thesis as well as the practical success of the business plan are assessed.

The theory is based on literary sources covering business planning. Naturally, the Internet has also been used for this purpose.

The objective of this thesis was to create a foundation for a business plan for a company that has been my dream, and to clarify the thoughts regarding the actions and challenges that might occur when setting up a new business.

Financial and profitability calculations were also considered in the study of the business plan.

Keywords event planning, business plan, design, profitability, financing

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	8
2	YRITTÄJYYS JA YRITTÄMINEN	9
3	LIIKEIDEA	12
3.1	Toimiva liikeidea	14
3.2	Liikeidean suojaaminen	17
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	19
4.1	Liiketoimintasuunnitelma yritystä perustettaessa	20
4.2	Kuinka liiketoimintasuunnitelma kirjoitetaan.....	24
4.3	Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen	25
5	SWOT-ANALYYSI	29
5.1	SWOT-analyysin hyödyntäminen.....	30
5.2	SWOT-analyysin osa-alueiden tunnistaminen.....	31
6	KILPAILIJA-ANALYYSI	33
7	YRITYSMUODON VALINTA	36
8	JUHLASUUNNITTELIJAN YRITYKSEN KUVAUS	38
8.1	Yrityksen kuvaus	38
8.2	Yrityksen sijainti.....	39
8.3	Kohderyhmä.....	39
8.4	Järjestely käytännössä.....	39
9	YRITYKSEN PÄÄTEHTÄVÄ	41
9.1	Yrityksen toiminta-ajatus, arvot ja visio	41
9.2	Yrityksen strategia	42
9.3	Lainsäädäntö	45
9.4	Asiakkaat.....	45
9.5	Kilpailijat	46
9.6	Omat yhteistyökumppanit.....	48
9.7	Markkinointi	48
9.7.1	Markkinointiviestintä	49
9.7.2	Hinta.....	49

9.7.3	Myyntitavoitteet.....	50
9.7.4	Myyntikanavat	50
9.8	Kuvaus yritys-asiakasprosessista	51
9.9	Esimerkkejä valmiista pakettihinnoista	52
9.10	Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.....	56
9.10.1	Investointilaskelma	56
9.10.2	Käyttöpääoman tarve	57
9.10.4	Rahoituslaskelma	58
9.10.5	Kannattavuuslaskelma	59
10	YHTEENVETO	62
	LÄHTEET	65

LIITTEET

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1: Mooren yrittäjäksi ryhtymisen kaava.....	10
Kuvio 2: Liiketoimintasuunnitelman vaiheet.....	20
Taulukko 1: Liikeidean avainsanat.....	15
Taulukko 2: Liikeidea suojaamiskeinot	18
Taulukko 3: SWOT-analyysi	29
Taulukko 4: Yritysmuotojen yhteenveto.....	37

LIITELUETTELO**LIITE 1. Lähdeluettelo**

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihevalinnan taustalla on oma haaveeni tehdä suunnittelutaidoistani ura, eli olla se kuuluisa hämähäkki verkossa. Olen aina pitänyt tilaisuuksien suunnittelusta, kiinnittänyt huomiota yksityiskohtiin ja kokonaisuuksiin, nähnyt niin sanotusti silmiäni edessä minkälainen tilaisuudesta tulee. Innostukseni erilaisten tilaisuuksien järjestämiseen käy nykyään ilmi myös persoonallisuudestani, olen aina touhumassa jonkun projektin parissa, yleensä useammassa. Jo monta vuotta sitten vitsailin ystäväilleni, että perustan jossain vaiheessa juhlapalveluyrityksen.

Vaasan kokoisessa kaupungissa pitää uutta yritystä perustettaessa kuitenkin huomioida liiketoiminnan mahdollisuudet, koska paikkakuntamme ei ole kaupunkien mittapuulla mitenkään suuri. Onko kaupungissamme markkinarakoa juhlapalvelulle? Kiinnostuisivatko ihmiset käyttämään palvelua, mikäli sitä olisi tarjolla? Mikä olisi yrityksen erikoisuus, joka saisi ihmiset palkkaamaan minut hoitamaan tilaisuuksiaan? Minkälaista toimintaa ihmiset täällä kaipaavat tällaiselta yritykseltä? Onko juhlapalvelu liiketoimintaideana liian suppea, kannattaisiko suunnitelmaan lisätä esimerkiksi juhlatarvikkeiden vuokrauspalvelu?

Opinnäytetyön tarkoituksena on laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma aloittavalle juhlapalveluyritykselle, ja selvittää onko kannattavaa perustaa Vaasaan tällaista yritystä. Liiketoimintasuunnitelman avulla voidaan hakea vastauksia yritystoiminnan suunnittelun keskeisiin kysymyksiin. Mitkä ovat liiketoimintasuunnitelman osa-alueet ja kuinka se laaditaan? Miten liiketoimintasuunnitelmaa hyödynnetään yritystoiminnassa? Tutkimusmenetelmänä on käytetty prosessin kuvausta omien kokemusten kautta.

Teoriaosassa tarkastelen syvällisemmin liiketoiminnan muutamaa osa-aluetta. Valitsin osa-alueista minulle tärkeimmät, joita ovat liiketoimintasuunnitelma, liikeidea, SWOT-analyysi, kilpailija-analyysi ja yritysmuodon valinta.

2 YRITTÄJYYS JA YRITTÄMINEN

Yrittäjyyttä on ollut jollain tapaa jo aikojen alusta lähtien, vain määrittelyt ovat vaihdelleet eri aikakausina. Yrittäjä-käsite on muotoutunut vuosisatojen saatossa.

Yrittäjyyden katsotaan alkaneen jo kivikaudelta, jolloin elettiin omavaraistalouden aikaa. Ajan myötä ihmiset kuitenkin havaitsivat, ettei kaikkea tarvitse, eikä kannata tuottaa itse. Ymmärrettiin erikoistua tiettyjen asioiden tuottamiseen ja vaihtaa palveluita ja tuotteita keskenään. Samalla aikakaudella saivat myös käsityöläisammattit alkunsa. Koska kaikki vaihdettavat tuotteet eivät olleet yhtä arvokkaita, kehiteltiin myös raha, josta tuli arvon mitta ja vaihdon väline.

Keskiajan Euroopassa vallinnut feodaaliyhteiskunta koostui aatelistosta, papistosta ja talonpojista. Joka säädillä oli omat toimensa. Aatelisto huolehti yhteiskunnan turvallisuudesta, papisto hengellisestä hyvinvoinnista ja talonpojat käsityöläisten kanssa elättivät nämä muut säädyt.

Yrittäjyys on siis monisäikeinen konsepti, joka voidaan koulukunnasta riippuen määrittää eri tavalla. Vuosien saatossa kerääntyneitä teorioita yhdistäen voidaan määritellä, että yrittäjyys käsittää riskin sisältävän mahdollisuuden löytämisen, jonka avulla pyritään luomaan arvoa sidosryhmille. Yrittäjyyden termiin liitetään liiketoiminnan omistaminen, johtajana toimiminen ja toiminnan tavoitteellisuus. (Gedeon 2010).

Käsitteitä yrittäjä ja yrittäminen käytetään nykypäivänä hyvin löyhästi. Yrittäjyyden määritelmää ei enää pidetä pelkästään omistajayrittäjyytenä vaan se voi tarkoittaa myös erilaisia johtamis- tai motivaatioteorioita. Yrittäjä-käsitteellä tarkoitetaan ihmistä, joka käynnistää ja harjoittaa liiketoimintaa omalla riskillään, itsenäisenä yrittäjänä. Itsessään yrittäjä-termiä ei pidetä ammattina, vaan harjoittaakseen liiketoimintaa, yrittäjällä tulee olla jokin ammattitaito, jota hän käyttää hyväkseen. Yrittäjäksi ryhtymisen syynä voivat olla esimerkiksi pyrkimys itsensä toteuttamiseen, tuoteuutuuden kehittäminen, markkinoiden löytyminen, ammattitaito tai koulutus, aikaisemmat asiakaskontaktit, pyrkimys parempaan

työilmapiiriin ja työttömyys tai sen uhka. Yrittäjäksi ryhtymistä voidaan toteuttaa esimerkiksi seuraavan kuvion 1 tavalla.



Kuvio 1: Mooren yrittäjäksi ryhtymisen kaava (Antikainen & Sutinen 1996, 24.)

Yrittäjäksi ei ryhdytä hetken mielijohteesta, vaan se vaatii huolellista harkintaa ja kypsyttelyä. Yrittäjän on oltava realistinen ja kriittinen perustettavan yrityksen mahdollisuuksien suhteen. Jotta pystyisi menestymään yrittäjänä, tarvitaan muutakin kuin kokemusta ja koulutusta. Oleellista on, että yrittäjäksi aikovalla on voimakas halu ja tahto toimia yrittäjänä, ja suoritusmotivaatio onkin yksi yrittäjän perusominaisuuksista.

Yrittäjän täytyy sitoutua voimakkaasti yritykseen, ja ottaa samalla riskejä henkisten voimavarojen riittämisestä sekä mahdollisesta taloudellisesta ahdingosta. Yrittäjäksi ei sovikaan kuka tahansa, vaan yrittäjältä vaaditaan henkisiä ominaisuuksia, joita yrittäjäpersoonalla täytyy olla. Näitä ovat muun muassa korkea riskinottokyky, voimakas tahto, kunnianhimo sekä taito tulla ihmisten kanssa toimeen.

Aloittava tai yrityksen perustamista vasta suunnitteleva yrittäjä voi selvittää omat kykynsä ja mahdollisuutensa yrittäjänä erilaisten testien avulla. Suomesta löytyy

eri tahoja, jotka tuottavat yrityskoulutuksia ja tekevät myös yrittäjyystestejä ja analyyseja. Nämä antavat myös tukea ja neuvoja yrittäjäksi ryhtymisessä ja yrityksen perustamisessa. Tahoja jotka antavat tällaisia palveluja ovat esimerkiksi TE-keskukset, työvoimatoimistojen yritysosastot sekä Suomen uusyrityskeskukset.

3 LIIKEIDEA

Yritystoiminta saa alkunsa ideasta. Tämä alustava yritysajatus ei yleensä kuitenkaan ole valmis toteuttamiskelpoinen liikeidea, vaan vaatii sekä jatkokehittelyä että tarkempaa suunnittelua. Jotta liikeideasta tulisi asiakaslähtöinen, pitää idean yksityiskohdat suunnitella sen jälkeen, kun toimintaympäristöä on tutkittu lähemmin. Liikeidean on siis mukauduttava toimintaympäristön vaatimukseen ollakseen menestyvä.

Liikeidean tarkoitus on kuvata yrityksen tapaa menestyä valitulla toiminta-alueella. Siitä saadaan selville, miten toiminta-ajatusta toteuttamalla saadaan aikaan kannattavaa toimintaa tuottava yritys. Voidaan siis ajatella, että liikeidea kertoo sen, kuinka yrityksestä saadaan kannattava. (Ahonen ym 2003, 30.)

Liikeidea on yrityksen kuvaus siitä, miten se aikoo valitsemallaan toimialallaan menestyä. Liikeideaa tulkittaessa ymmärtää myös ulkopuolinen, millä tavalla toiminta-ajatusta toteuttamalla yritys on aikonut saada aikaiseksi kannattavaa toimintaa. Liikeidea sisältää kuvaukset yrityksen markkinoista (asiakkaat, markkinalohkot, ongelmat, tarpeet), tuotteista (palvelut, tuotejärjestelmät, fyysiset tuotteet), ja organisaation toimintatavasta (johtamistapa, rakenne, voimavarat, ohjaus- ja valvontajärjestelmät)- (Holopainen 2006, 22.)

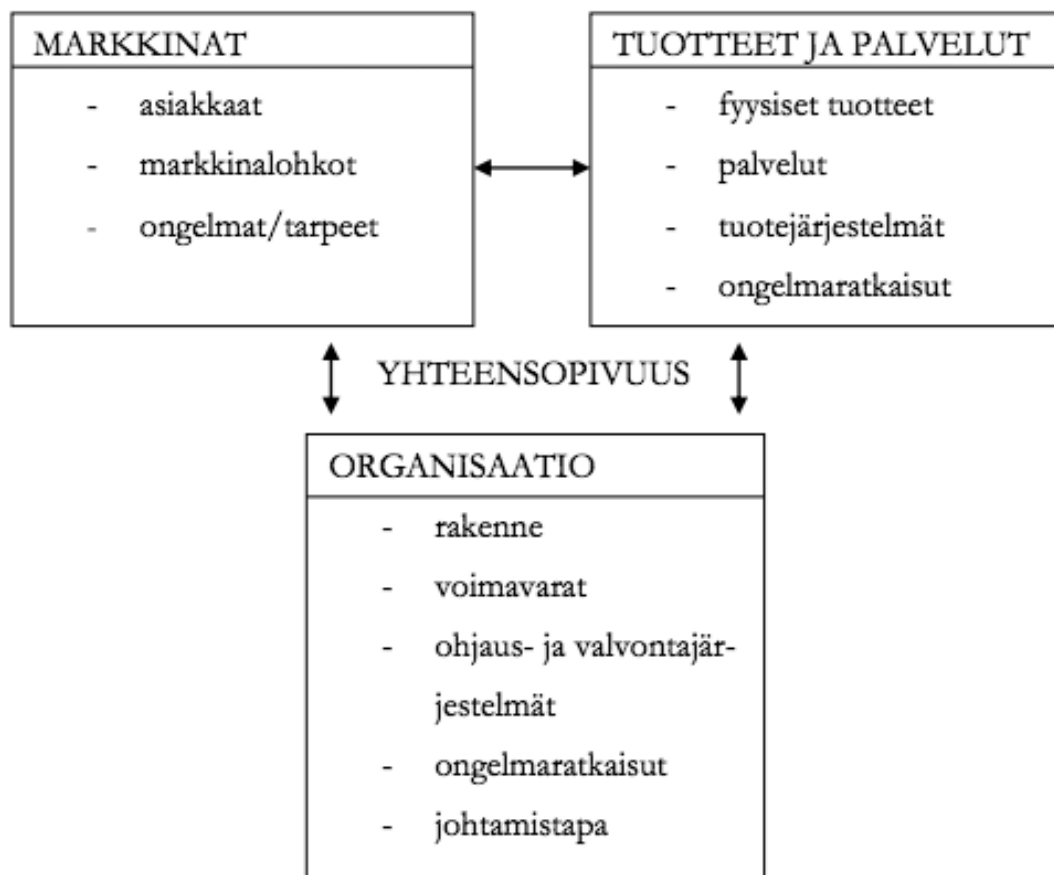
Liikeidean kuvaus tulisi olla niin ymmärrettävä, että muutkin kuin asiaan perehtyneet asiantuntijat ymmärtävät sen. Liikeidean kuvauksessa tulisi olla ainakin seuraavaksi mainittuja asioita: ongelman kuvaus ja sen mahdollinen ratkaisu. Kuvauksessa tulisi myös kertoa, mikä ideassa on uutta ja mitä hyötyä siitä on asiakkaalle sekä hyödyn suuruus. Kuvausta tulisi havainnoillistaa visuaalisissa keinoilla välttämällä teknisiä yksityiskohtia, koska ne eivät kiinnosta sijoittajia. (McKinsey & Company 2000, 57.)

Kun liikeideaa kuvataan, ovat aiemmat selvitykset asiakkaiden saamista hyödyistä, ansaitsemismalleista ja jo olemassa olevista markkinoista hyödyllisiä. Liikeideaa luonnehtiessa edellä mainittuja asioita on tarkoitus konkretisoida ja täsmentää. Liikeidean havainnollistaminen tapahtuu tarkastelemalla sitä käytännön

näkökulmasta, joka merkitsee toistuvaa prosessia, jossa uusien tietojen ja näkökulmien saaminen vaikuttaa liikeideaan. (McKinsey & Company 2000, 53.)

Mikäli liikeidea koetaan erityisen ainutlaatuiseksi, se voidaan suojata patentilla tai tehden yksinoikeuksia takaavia sopimuksia yhteistyökumppaneiden kanssa. Suojaamisesta ovat esimerkkejä patentoinnin lisäksi hyödyllisyysmalli, tavaramerkkisuoja, mallisuoja, tekijänoikeus ja salassapitosopimus. Arvatenkin paras suoja, jotta ideaa ei varastettaisi, olisi idean nopea toteutus. Nopea toteutus ainakin vaikeuttaa idean mahdollisia kopioijia toteuttamasta sitä. (McKinsey & Company 2000, 54-56.)

Liikeidea kuvaa yrityksen suhteellista etua, eli sen vahvoja puolia kilpailijoihinsa verrattuna. Parhaimmassa tapauksessa yrityksen liikeidea on ylivoimaista osaamista, jotakin erityisen ainutlaatuista ja vain kyseiselle yritykselle ominaista toimintaa. Liikeidea ja sille ominaisia osa-alueita voidaan kuvata seuraavalla kuviolla 6.



Kuvio 6: Liikeidean osa-alueet (Holopainen 2006, 22)

Osa-alueina liikeidealle ovat markkinat, tuotteet ja palvelut sekä organisaatio, joiden on kaikkien sovittava yhteen toistensa kanssa. Markkinoihin sisältyvät asiakkaat, markkinalohkot ja ongelmat sekä tarpeet. Tuotteisiin ja palveluihin kuuluvat fyysiset tuotteet, palvelut, ongelmanratkaisut ja tuotejärjestelmät. Organisaatioon kuuluvat yrityksen voimavarat, rakenne, ohjaus- ja valvontajärjestelmät, ongelmanratkaisut sekä johtamistapa. (Holopainen 2006, 22.)

3.1 Toimiva liikeidea

Toimivan liikeidan perustana on se että kaikki eri osa-alueet sopivat yhteen keskenään. Jokaisella liikeidealla on oma elinkaari, joka kestää tietyn ajan verran, sillä liikeidea kehittyy koko ajan. Liikeidean osakokonaisuuksia voi joutua muuttamaan, kuten silloin, jos asiakkaiden käyttäytymis- ja ostomuutokset muuttuvat. (Holopainen 2006, 22.)

Liikeideaan sisällytetään niitä yrityksen ominaisuuksia, joissa se on ylivoimainen verrattuna kilpailijoihinsa. Liikeidea auttaa määrittämään yrityksestä niitä asioita, joita muut samankaltaiset yritykset eivät hallitse ollenkaan, tai joita yritys tekee muita paremmin. Liikeidea on pitkäaikaisen kehityksen tulos, ja siihen sisältyy yrityskohtaista kokemusta. (Kinkki & Lehtisalo 1997, 93.)

Menestyvän yrityksen toiminta perustuu harvoin vain yhteen toimivaan liikeideaan. Yrityksellä voi olla toimintansa aikana useita eri liikeideoita, jotka tukevat ja täydentävät toisiaan. Yrityksen tulisikin jatkuvasti etsiä uusia käyttökelpoisia ideoita entisten, elinkaarensa loppupuolella olevien ideoiden tilalle. (Holopainen 2006, 22.)

Seuraavilla kysymyksillä voi kartoittaa omaa liikeidea:

Taulukko 1: Liikeidean avainsanat (Hokkanen, Mönkkänen & Pesonen 2006, 27)

Liikeidean avainsanat ovat	
Mitä?	Mikä on tuotteesi tai palvelusi ja mikä on sen hyöty asiakkaalle?
Kenelle?	Ketkä ovat tärkeimmät asiakkaasi ja miksi?
Miten? Toimintatapa	Miten aiot toimia?
Millä? Imago	Miten saat asiakkaasi ostamaan? Mitä haluat ihmisten ajattelevan yrityksestäsi?

Markkinat ja asiakkaat

- Ketkä ja missä ovat potentiaaliset asiakkaamme?
 - Liikevaihto, henkilökunnan määrä, toimiala, toiminta-alue
- Miksi potentiaaliset asiakkaat ostaisivat tuotteitamme?
- Mikä on kilpailutilanteemme?
- Ketkä ovat tärkeimmät kilpailijamme?
 - Kilpailijoiden koko, sijainti, toimintatapa
 - Kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet

Myytävä tuote

- Mitä tuotteita myymme?
- Mikä on ydinosaamisemme?
- Mikä on kilpailuetumme?
- Vastaavatko tuotteet asiakasryhmien tarpeita?
- Mitä hyötyä tuotteesta on asiakkaillemme?

Yrityksen toimintatapa

- Millä organisaatiorakenteella ja miten toimimme?
 - palkkaammeko vakituista tai tilapäistä työvoimaa?
- Miten hoidamme tukitoiminnot, esimerkiksi taloudelliset asiat ja markkinoinnin?
- Mitä voimavaroja meillä on käytössä?
 - henkiset, taloudelliset ja fyysiset voimavarat. (Lehtipuro, Kangasaho & Niemelä 1999, 57.)

Liikeidealla määritetään toiminnalle suuntaviivat. Menestyminen riippuu ensisijaisesti neljästä eri asiasta: millä tuotteella yritys tyydyttää asiakkaiden tarpeita, löytääkö yritys tuotteelleen asiakkaita tai kenelle yritys markkinoi tuotteitaan, kuinka yritys järjestää toimintonsa ja millä imagolla yritys tuotteitaan markkinoi. Liikeidea kuvaa yrityksen menestystekijöitä, joten yrityksen tuotteet, markkinat, toimitapa ja imago ovat sen pääosat. Menestyminen koostuu siten neljästä osa-alueesta. Kaikilla osa-alueilla yritys voi olla kilpailijoitaan parempi. (Hulkko, Kinkki & Mäkinen 2001, 34-35.)

Tarjontaa kannattaa miettiä ensin. Mitä palveluita ja tuotteita aiotaan asiakkaille tarjota? Kun pohditaan tarjontaa, on syytä pitää mielessä kohderyhmän tarpeet, ja pyrkiä tarjoamaan niitä tuotteita, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Tuote vaikuttaa ehkä eniten yrityksen menestymiseen. (Lojander & Suonpää 2004, 28.)

Liikeidean toisena osana on toimintatapa, eli miten yritys toimii. Ideana on, että yritys suunnittelee esimerkiksi tuotantonsa, palvelunsa ja markkinoinninsa niin, että

asetetut tavoitteet saavutetaan. Kahvilayrityksen tapauksessa pohditaan, onko kahvilassa erimerkiksi itsepalvelu vai pöytiintarjoilu. Mietitään myös tuotteiden hinnoittelu, yrityksen sijainti, markkinointi, tehdäänkö tarjottavat tuotteet itse, millaisia koneita ja laitteita tarvitaan, millaista osaamista henkilökunnalta vaaditaan ja kuinka yritystä johdetaan. (Lojander & Suonpää 2004, 28-29.)

Kohderyhmän miettiminen on yksi liikeidean tärkeimpiä asioita, joita kannattaa miettiä tarkasti, eli kenelle tuote on tarkoitettu. Kun yritys tuntee kohderyhmänsä hyvin, se myös pystyy tyydyttämään tämän tarpeet. Kohderyhmästä tulisi tietää paljonko ihmisiä siihen kuuluu, mitä tuotteita he ostavat ja mistä, heidän mielenkiinnon kohteensa, heidän ostovoimansa ja niin edelleen. Se, millaista markkinointiviestintää harjoitetaan, riippuu kohderyhmästä. (Lojander & Suonpää 2004, 29.)

Yrityksen itsestään luotu kuva ulospäin, eli imago on myös tärkeä pohdittava liikeideaa laatiessa. Pitää miettiä, millainen kuva yrityksestä ja sen tuotteista halutaan antaa ulospäin. Imagoon pystytään vaikuttamaan esimerkiksi yrityksen sijainnilla, liiketilan ulkoasulla, suunnittelulla, henkilökunnan vaatetuksella ja esitteillä. (Lojander & Suonpää 2004, 29.)

Valmis liikeidea voidaan myös vuokrata niin sanotulla franchising-sopimuksella. Nuorelle, yrittäjäksi aikovalle henkilölle tämä voi olla hyväkin vaihtoehto. Tunnettuja franchising-ketjuja Suomessa ovat muun muassa Kotipizza, Punnitse & Säästä ja Subway-myyvälät. Franchising-sopimuksen sisältöön kannattaa tutustua tarkkaan ennen sopimuksen tekemistä. (Lojander & Suonpää 2004, 29.)

3.2 Liikeidean suojaaminen

Uuden tuoteidean kehittänyt kannattaa varautua siihen että joku toinen voi alkaa myymään samaa tai paranneltua tuotetta. Mikäli idea on riittävän omalaatuinen, kannattaa yrittäjän ottaa selvälle voiko hän suojata ideansa patentilla, tavaramerkillä tai jollakin muulla tavalla.

Taulukossa 2 esitellään erilaisia vaihtoehtoja liikeidean suojaamiselle. Yrittäjä voi valita näistä itselleen ja omalle liikeidealleen sopivimman vaihtoehdon.

Taulukko 2: Liikeidea suojaamiskeinot (Lojander & Suonpää 2004, 29)

Patentti	Patentilla tarjotaan keksijälle myönnettyä yksinoikeutta määräajan kieltää muilta keksintönsä ammattimainen hyväksikäyttö.
Hyödyllisyysmalli	Hyödyllisyysmallin haltijalla on oikeus kieltää muilta hyödyllisyysmallia koskevan keksintönsä ammattimainen hyväksikäyttö. Hyödyllisyysmalli voi olla esimerkiksi tekninen ratkaisu.
Tavaramerkki	Tavaramerkki on tunnusmerkki, jonka avulla myytäväksi tarkoitut tuotteet kyetään erottamaan toisten elinkeinoharjoittajin vastaavista tuotteista. Elinkeinoharjoittaja voi suojata merkkinsä hakemalla sen rekisteröintiä.

Jotta yritys olisi menestyksellinen, lähtökohtana on oltava kannattava liikeidea. Liikeidean on osoitettava selvästi miten asiakas, markkinat ja sijoittavat hyötyvät ideasta. Huolella ja ajan kanssa laadittu idea on myös hyvä testata, eli mitkä ovat sen markkinat, voidaanko se toteuttaa ja onko sillä uutuusarvoa. (Kamensky 2000, 29-30.)

4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Taloa ei rakenneta ilman hyvää suunnitelmaa, ja sama pätee yrityksen perustamiseen. Sen vuoksi, ja yritystoiminnan tueksi laaditaan liiketoimintasuunnitelma. Uusi aloittava yritys tarvitsee menestyvän liiketoiminnan käynnistämiseen käsikirjan, joka auttaa hahmottamaan ja suunnittelemaan jäsenyteen perustettavan yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Liiketoimintasuunnitelma toimii tällaisena käsikirjana, päivittyvänä, kehittyvänä ja suunnitelma kasvaa yrityksen liiketoiminnan myötä.

Liiketoimintasuunnitelma on työkalu, johon kiteytyy yrityksen koko liiketoiminta. Se on kirjoitettu dokumentti joka kuvailee liikeidean, toiminnan tarkoituksen, strategian, markkinat sekä taloudellisen ja rahoituksellisen ennusteen. Se on tärkeä varsinkin yrityksen käynnistysvaiheessa. Hyvä liiketoimintasuunnitelma auttaa hankkimaan rahoituksen ja liikekumppaneita, sekä toimii myynnin ja markkinoinnin työkaluna.

Hyvä liiketoimintasuunnitelma auttaa näkemään liiketoiminnan kokonaisuutena ja helpottaa myös yrityksen tulevaisuuden suunnittelua. Hyvä liiketoimintasuunnitelma myös kertoo yrittäjälle, onko liikeidea pätevä ja onko sillä mahdollisuuksia menestyä tuottoisasti. Onnistuneen liiketoiminta-suunnitelman avulla arvioidaan uhat, mahdollisuudet, vahvuudet ja heikkoudet (SWOT-analyysi). (Ahonen ym 2003, 32-27.)

Liiketoimintasuunnitelma on välttämätön toimenpide, jonka tekemisen arvon yrittäjät usein ymmärtävät vasta myöhemmin. Liiketoimintasuunnitelma on erityisesti hyvä työkalu yrittäjälle itselleen ja päätöksenteon tuki, jolla voi peilata omaa toimintaansa yrityksen asioissa. Oman toiminnan peilaamisen avulla voi selvittää, onko yritys ajautunut väärille raiteille, ja auttaa sen siten takaisin oikealle polulle. (Puustinen 2004, 62-62.)

Liiketoimintasuunnitelma voi olla joko yksityiskohtainen tai yksinkertainen, mutta pääasia on, että yrittäjä itse ymmärtää täysin sen sisällön. Liiketoimintasuunnitelman ollessa ajankohtainen ja päivitetty sitä voi esitellä

ulkopuolisille; asiakkaille ja alihankkijoille. Tällöin voi osoittaa yrityksensä uskottavaksi ja yrittäjät ammattilaisiksi. (Puustinen 2004, 62-63)

Mikäli yrityksellä ei ole kunnollista liiketoimintasuunnitelmaa, rahoittajat saattavat turhautua ja vetäytyä rahoituksesta, kun yrityksen kirjalliset näytöt ovat vajavaisia. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa tulee olla ainakin seuraavat osa-alueet tarkasti kirjattuina: tiivistelmä, yrityksen kuvaus, riskianalyysi, rahoitussuunnitelma ja markkina-analyysi. (Puustinen 2004, 62-63.)

Hyvä liiketoimintasuunnitelma tuo esiin myös ne riskitekijät, jotka voivat vaikuttaa yrityksen menestymiseen. Samalla yritystoiminnasta saadaan rajattua pois sellaiset asiat ja toimenpiteet, joita ei aiota toteuttaa. Hyvänä esimerkkinä tällaisesta tapauksesta voisi käyttää vaikka palvelun tai tuotteen kohdentamista vain tietylle asiakasryhmälle. Liiketoimintasuunnitelma kertoo myös sen, miten yritys aikoo markkinoida. Samalla käydään läpi markkinoiden kilpailutilanne, asiakasprofiilit sekä yrittäjän tausta, oma koulutus ja osaaminen. Kuvio 2 havainnoillistaa liiketoimintasuunnitelman tekoa.

Liiketoimintasuunnitelman vaiheet



Kuvio 2: Liiketoimintasuunnitelman vaiheet. OnnistuYrittäjänä verkkosivu

4.1 Liiketoimintasuunnitelma yritystä perustettaessa

Kun yritystä perustetaan, tulisi yrityksen toimintaa miettiä etukäteen tarkasti, jolloin toimiva yritysidea on suunnittelun lähtökohtana. Vanha sanonta “hyvin

suunniteltu on puoliksi tehty” tepsii myös yritystä harkittaessa. Kun yrityksen toiminta käynnistyy, yrittäjältä saattaa löytyä vain vähän aikaa, kaiken muun lomassa, suunnitelman tekoon. Tulisi muistaa, että päätöksenteko kuitenkin nopeutuu, kun yrityksellä on suunnitelmia sen toiminnasta valmiina. (Lehtipuro, Kangasaho & Niemelä 1999, 52.)

Yritystoimintaa käynnistettäessä ja liiketoimintasuunnitelmaa miettiessä tulisi pohtia tiettyjä asioita, jotka vaikuttavat omaan liiketoimintaan, ja pyrkiä etsimään omalle yritykselle paras mahdollinen ratkaisu.

- Yrityksen sijainti ja liikkeen toimipaikka
- Yrityksen laitteet ja koneet
- Talouden rakentaminen
- Kysynnän kehitys
- Palvelut ja tuotteet
- Yrityksen tunnettuus ja imago markkinoilla
- Asiakkaiden kehitys ja määrä
- Markkinat nyt ja tulevaisuudessa
- Yrityksen kasvu
- Osa-alueiden hoitaminen; markkinointi, tuotanto, kuljetus, tuotekehitys jne.
- Yhteistyö alihankkijoiden ja muiden verkoston jäsenten kanssa
- Omistus nyt ja tulevaisuudessa
- Sidosryhmät
- Henkilöstö ja työvoiman tarve (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 62).

Sidosryhmät edellyttävät usein rahoituspäätöksiensä tueksi kirjallista suunnitelmaa, jolloin laadittu liiketoimintasuunnitelma on oiva väline. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä tulee selvittää tietynlaisia kysymyksiä, jotta yrityksen lähtökohtatilanne selviää. Lähtökohtatilanteessa selvitetään, mitä tuotteita yrityksellä on, millaisia ja miten paljon asiakkaita, millaiset yrityksen voimavarat ovat ja mitkä ovat yrityksen vahvuudet ja heikkoudet. (Lehtipuro ym. 1999, 52.)

Liiketoimintasuunnitelma auttaa rahoituksen hankinnassa. Tulevat rahoittajat haluavat aina nähdä liiketoimintasuunnitelman, jotta he voivat arvioida rahoitusta hakevan yrityksen edellytykset menestyä ja toimia kannattavasti. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma antaa käsityksen yrityksen kannattavuudesta ja tulevaisuuden näkymistä. Liiketoimintasuunnitelmaa tarvitaan myös haettaessa starttirahaa TE-toimistosta tai yritystukia ELY-keskuksesta.

Liiketoiminnan keskeinen sisältö ottaa huomioon ainakin seuraavat asiat:

- Liikeidea; Mitä myyt, kenelle myyt, miten myyt?
- Yrittäjän vahvuudet; Yrityksen perustajan osaaminen, kokemus vahvuudet, toimialatuntemus ja verkostot.
- Tuotteet ja palvelut; Tarjottavien tuotteiden kilpailuympäristö, imago, tavoiteltu kilpailuetu, hintataso, kate rakenne jne.
- Asiakkaat ja markkinat; Asiakasryhmät tai kohderyhmät, näiden ostokäyttäytyminen, sijainti, määrä ja tavoittamiseksi keino. Markkinatilanne toimialalla ja toiminta-alueella, kysynnän ja tarjonnan suhde, kilpailijoiden vahvuudet, heikkoudet ja strategiat, erottautumistekijät kilpailijoihin nähden.
- Käytännön järjestelyt; Toimitilat, sijainti, tarvittavat välineet, työntekijät ja alkurahoitus, mainonta ja markkinointi, internetsivut, vakuutukset, kirjanpito ym.
- Rahoituslaskelmat; Investoinnit toimitiloihin ja välineisiin, pääoman tarve perustamiskuluihin ja ensimmäiseksi toimintakuukausiksi, rahoituskeinot.
- Kannattavuuslaskelmat; Tarve myyntikatteelle, jolla kiinteät kulut ja lainojen lyhennykset tai muut rahoituskulut katetaan, hinnoitteluperiaatteet joilla tarvittavat myyntivoitot voidaan saada minimitulostavoitteeseen pääsemiseksi. (Yrityssuomi verkkosivut)

Yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa kannattaa myös sisällyttää laskelma siitä, millaisia investointikustannuksia ja muita kuluja yritystoiminnan käynnistäminen edellyttää. Yrityksen säännöllisistä menoista, kuten vuokrista, palkoista

vakuutuksista ja tuotantokustannuksista on myös tarpeen tehdä laskelmia, koska ne ovat merkittäviä kustannuseriä, jotka pitäisi kattaa yhtä säännöllisillä tuloilla.

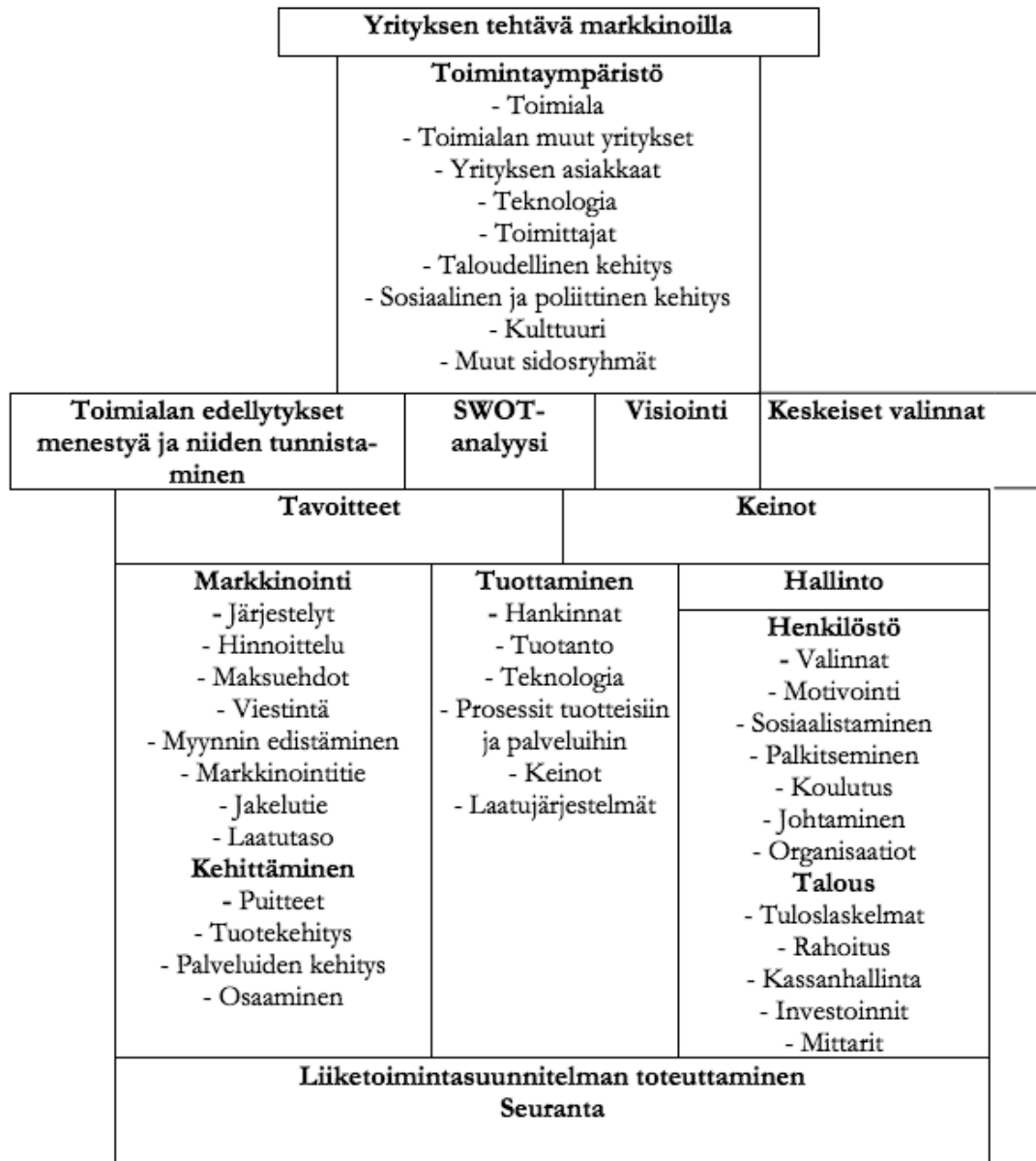
Tavoitteet täyttävä liiketoimintasuunnitelma auttaa rahoituksen saamisessa sekä työvoiman että alihankkijoiden saamisessa. Suunnitelman tekeminen pakottaa perehtymään alan markkinoihin, mikä edesauttaa päätöksien teossa ja ongelmanratkaisussa. Hyvän suunnitelman haaste on hahmottaa nykytilanteen lisäksi tulevaisuus, kuinka se otetaan vastaan yrityksessä ja miten tavoitteet saavutetaan. (Ahonen ym 2003, 32-37.)

Liiketoimintasuunnitelma ei valmistu aivan hetkessä, vaan sen valmistuminen vie runsaasti aikaa ja vaivaa sekä paneutumista ja keskittymistä aiheeseen. Suunnitteluvaiheessa on hyvä käyttää eri osapuolten erilaisia osaamisalueita ja tietämyksiä. Keskustelu ja pohdiskelu avartavatkin näkökulmia liiketoiminnan suunnittelussa. (Ahonen ym 2003, 32-37.)

Liiketoimintasuunnitelman ei kuitenkaan tarvitse olla mikään satasivuinen esitys, mutta sen tulee kertoa lukijalleen kaikki tärkeimmät yritystä ja yritystoimintaa koskevat tiedot, yrittäjän osaaminen sekä tulevaisuuden suunnitelmat. Liiketoimintasuunnitelmaan kannattaa sisällyttää selkeä laskelma niistä investointikustannuksista ja muista juoksevista kuluista, joita yritystoiminnan käynnistäminen edellyttää. Suunnitelmaan merkitään myös kaikki säännölliset menot; palkat, puhelinlaskut, vuokrat, vakuutukset ja muut sellaiset kuluerät, jotka tulee kustantaa säännöllisillä tuloilla.

Vuosittain perustetaan tuhansia uusia yrityksiä ja joka vuosi tuhansia yrityksiä joutuu myös lopettamaan toimintansa. Yritystoimintaan liittyy aina epäonnistumisen mahdollisuus. Asiakkaat ovat koko toiminnan perusta, eikä heidän ostokäyttämistään voi ennakoida etukäteen. Riskillä, eli epäonnistumisen mahdollisuudella on myös toinen puoli, voiton mahdollisuus. Riskejä pyritään poistamaan suunnittelemalla. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on toiminnan kokonaisvaltainen suunnittelu aina yritysideoon etsimisestä toiminnanohjaamiseen ja seurantaan saakka. (Kinkki ym, 2001, 10-11.)

Seuraavassa kuviossa 3 pyritään selvittämään yrityksen eri tehtävät markkinoilla ja kaikki liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueet.



Kuvio 3: Liiketoimintasuunnitelman osa-alueet (Pitkämäki 2000, 14)

4.2 Kuinka liiketoimintasuunnitelma kirjoitetaan

Liiketoimintasuunnitelma on kirjoitettu dokumentti joka kuvailee liikeidean, toiminnan tarkoituksen, strategian markkinat sekä taloudellisen ja rahoituksellisen ennusteen. Liiketoiminta ei mittaa ainoastaan yritystoiminnan edistymistä, vaan se osoittaa yrityksen suunnitelman myös rahoittajille, kuten pankille. Koska

liiketoimintasuunnitelma on elävä dokumentti, se on keskeinen työkalu yritystoiminnan esittelyyn ja arviointiin. Yritystoiminnan edetessä on syytä päivittää myös liiketoimintasuunnitelmaa. Suunnitelmaa kannattaa muokata ja päivittää säännöllisesti, sillä parhaat asiat opitaan yleensä vasta matkan varrella. Sen vuoksi liiketoimintasuunnitelma toimii oivana työkaluna myös oman alan kehittämisessä ja seuraamisessa, sekä strategisten linjojen suunnittelussa koko yritystoiminnan ajan.

Selkeästi kirjoitettu suunnitelma helpottaa selkiyttämään yrittäjän ajatuksia ja auttaa tätä työskentelemään suunnitelmien mukaisesti. Mikäli yrittäjä kohtaa vaikeuksia, liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää tämän pyrkiessä takaisin suunnitelman mukaiselle kehityspolulle. Liiketoimintasuunnitelmassa kannattaa mainita ainakin tietyt yritystoiminnalle tärkeät avainkohdat, esimerkiksi kuvata yleiskatsaus aiotusta toimialasta, yrityksen kilpailuetu kilpailijoiden nähden, kuinka yrittäjä aikoo toteuttaa tuotantonsa ja keneltä hankitaan tarvikkeet. On myös hyvä valmistella markkinointi- ja myyntistrategiat. Hyvä liiketoimintasuunnitelma kuvaa myös mihin yritystoiminta perustuu, keitä henkilöitä siihen liittyy ja minkälaisia investointeja tarvitaan.

Liiketoimintaa kehitellessä ja arvioitaessa voi myös olla hyvä hyödyntää saatavilla olevaa yritysneuvontaa.

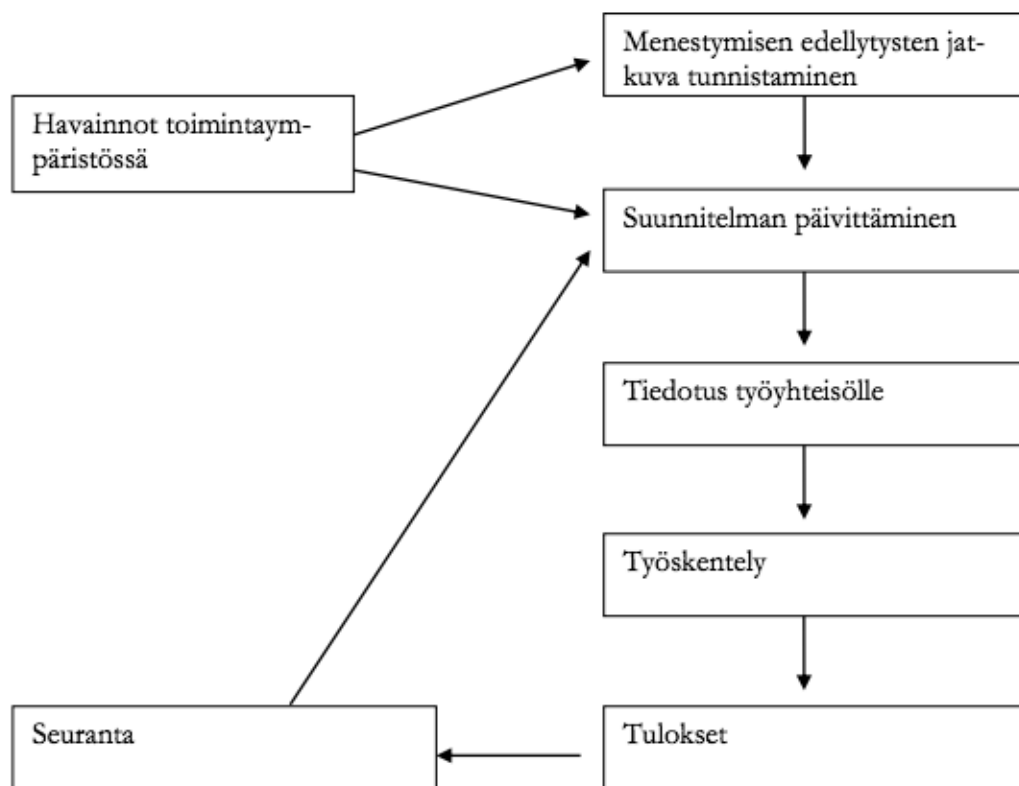
4.3 Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen

Koska yritystoiminta on jatkuvaa eikä tilanne pysy samanlaisena koko ajan, on liiketoimintasuunnitelmaa järkevä myös päivittää. Suunnitelmaa päivitetään säännöllisin väliajoin tai jatkuvasti, tai silloin kun tulee muutoksia. Sitä päivitetään myös, kun päämäärien saavuttaminen osottautuu mahdottomaksi ja aina tilaisuuden tai mahdollisuuden tullessa. Jossain vaiheessa tullaan siihen pisteeseen, että se kuitenkin on riittävän tarkka ollakseen käyttökelpoinen ja se voidaan ottaa toimintaan mukaan. (Ahonen ym 2003, 32 – 37.)

Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen on huomattavasti helpompaa, kun suunnitelma on jo kerran tehty. Oikein toteutetun päivittämisen tulee olla

perusteellista työtä, ei vain muodollista paperien täyttämistä tai kanssakäymistä ilman kunnan keskusteluja. Päivityksen yhteydessä tulee pitää silmällä myös edellisvuosien suunnitelmia, jotteivät samat virheet toistu uudelleen. (Pitkämäki 2000, 16-17.)

Päivityksessä hyödynnetään niitä tietoja, joita yritys jatkuvasti kerää toimintaympäristöään havainnoimalla ja tutkimalla sitä. Toteuttamiskelpoisen liiketoimintasuunnitelman laatiminen edellyttää koko työyhteisön osallistumista sen eri vaiheisiin, kuten kuvioista 4 käy ilmi. (Pitkämäki 2000, 16-17.)

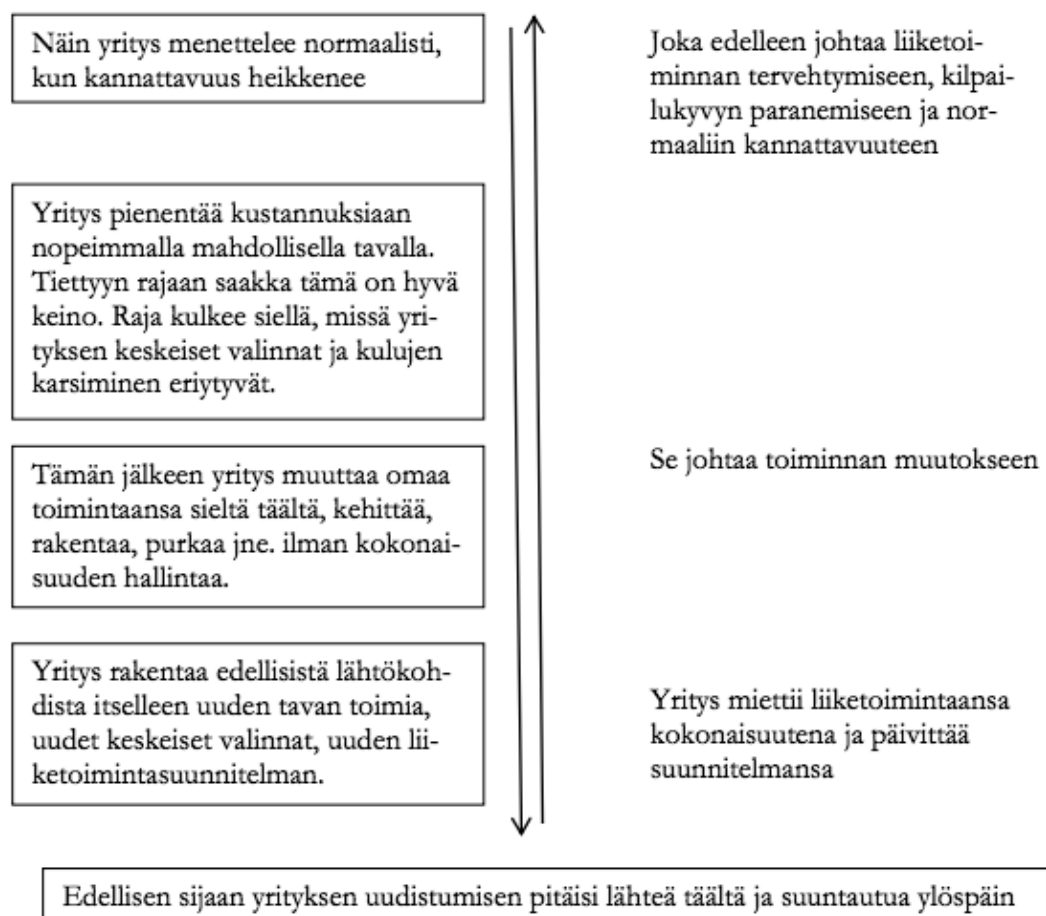


Kuvio 4: Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen (Pitkämäki 2000, 16)

Kuvio 4 havainnollistaa liiketoimintasuunnitelman päivitysprosessia. Havaintojen avulla tunnistetaan edellytykset menestymiseen ja niiden avulla suunnitelmaa päivitetään. Päivitetty suunnitelma esitetään työyhteisölle, jonka avulla työskennellään ja saadaan tuloksia. Tuloksia tulee seurata, jotta suunnitelmaa voidaan tarvittaessa päivittää.

Liiketoimintasuunnitelmaa päivitetään, kun yrityksessä havaitaan muutoksia ja epäjatkuvuuksia. Sitä on hyvä päivittää säännöllisesti ja sovituin väliajoin. Liiketoimintasuunnitelman päivitys on paikallaan silloin, kun yritys havaitsee sille mahdollisuuksia ja tilaisuuksia tai kun yritys ei pysty pitämään päämääriään. (Pitkämäki 2000, 17).

Mikäli yrityksen kannattavuus heikkenee, on kaksi keinoa korjata tilanne entiselleen. Seuraava kuvio 5 kuvaa sitä, miten liiketoimintasuunnitelmaa käytetään apuna, kun tulee vastaan suuria valintoja. (Pitkämäki 2000, 17.)



Kuvio 5: Liiketoimintasuunnitelman toimivuus kannattavuuskriisissä (Pitkämäki 2000, 17)

Kun yrityksessä havaitaan ongelma, aletaan edellisistä lähtökohdistaa rakentaa yritykselle uutta toimintatapaa, tehdä uusia keskeisiä valintoja ja uutta liiketoimintasuunnitelmaa. Tämän jälkeen yrityksen tulee muuttaa

toimintatapaansa usealta eri osa-alueelta, jonka jälkeen toimintatapoja tulee kehittää, rakentaa ja tarvittaessa purkaa osiin.

Kun yrityksen toiminta on muutettu sisäisesti, aletaan pienentää kustannuksia mahdollisimman tehokkaalla tavalla. Kustannusten pienentäminen on tiettyyn rajaan saakka hyvä keino, kunnes yrityksen keskeiset valinnat ja kulujen karsiminen eriytyvät toisistaan. Tällaiset toimet johtavat yrityksen liiketoiminnan parantumiseen, kilpailukyvyn nostamiseen ja hyvään kannattavuuteen.

5 SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysin (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) tarkoitus on kartoittaa yrityksen uhat, mahdollisuudet, heikkoudet ja vahvuudet (taulukko 3). Tämä auttaa liiketoiminnan suunnittelussa, kunhan se on huolellisesti ja kriittisesti toteutettu. SWOT-analyysi on yksinkertainen tapa ryhmitellä yrityksen toimintaan vaikuttavia lukuisia tekijöitä havainnolliseen nelikenttämuotoon. (Pitkämäki 2000, 79-80.)

Vahvuudet ja mahdollisuudet antavat edellytyksiä yritystoiminnan menestymiseen. Heikkoudet ja uhat puolestaan estävät menestymisen. (Pitkämäki 2000, 79-80.) Taulukko 3 auttaa analyysin laatimisessa. Pohja on maailmanlaajuisesti käytetty, ja hyväksi havaittu.

Taulukko 3: SWOT-analyysi (Pitkämäki 2000, 79)

Vahvuudet (sisäisiä)	Heikkoudet (sisäisiä)
Ovat niitä menestymisen edellytyksiä, jotka yritys hallitsee. Mikäli vahvuus kuuluu yrityksen ydinosaamisen alueeseen, se on yrityksen erityinen kilpailuetu. Käytännössä yrityksellä ei ole monia vahvuuksia, vaan menestyminen perustuu muutamaan olennaiseen menestystekijään	Vastaavasti toimialan olennaiset menestymisen edellytykset, joita yritys ei hallitse
Mahdollisuudet (ulkoisia)	Mahdollisuudet (ulkoisia)
Mahdollisuudet, joita toimialalla vallitseva tilanne ja ennen kaikkea muutos antavat. Jokainen alan epäkohta tarjoaa yritykselle selvän panostamismahdollisuuden, johon tulee tarttua.	Ympäristöarvioinnin osoittamat uhkatekijät

Yrityksen vahvuuksiin luetaan mm yrityksen ja ja yrittäjien ominaisuuksia ja resursseja, kuten kokemusta, rahoitusta, luovuutta, toimivaa liikeidää, myyntivoimaa, eli toisin sanoen yrityksen positiivisia sisäisiä tekijöitä. Heikkouksia ovat sellaiset menestymisen edellytykset, joita yritys ei hallitse. Näitä

ovat mm pääoman puute, markkinointiosaamisen vaje ja asiakkaiden vähyys. Heikkoudet ovat yrityksen negatiivisia, sisäisiä tekijöitä, jotka estävät sen menestymistä. (Puustinen 2004, 71-72.)

Mahdollisuuksiin taas luetaan markkinoiden kasvupotentiaali ja toimintaympäristön myönteiset muutokset sekä yrityksen kehittäminen ja uudet yhteistyökumppanit. Mahdollisuudet ovat ulkoisia tekijöitä, joita yritys voi käyttää hyväkseen jotta se menestyy entistä paremmin. Uhkia voivat olla kilpailijat, asiakkaiden vähyys ja ostokäyttämisen muutos, epävakaa talous sekä vaikeus löytää ammattitaitoisia henkilökuntaa. Uhat ovat yrityksen ulkoisia tekijöitä, joiden takia menestyminen voi vaikeutua. (Puustinen 2004, 71-72.)

Yrityksen vahvuuksia voivat myös olla hyvä ammattitaito, alan tuntemus, koulutus, toimitilan sijainti ja pienet kiinteät kustannukset. Heikkouksina voi pitää sitä, ettei ole yrittäjäkokemusta eikä käytännön kokemusta taloudellisten asioiden hoidossa. Heikkouksia ovat myös pääoman vähyys, valmiiden asiakassuhteiden puute ja kilpailun kovuus. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 1999, 34.)

Yrityksen uhkiin voi myös lukea uusien yritysten perustaminen, yrittäjän omien voimavarojen rajallisuus sekä riittävän ammattitaidon puuttuminen vaativien asiakkaiden makuun nähden. SWOT-analyysin avulla voidaan vahvistaa heikkoja ominaisuuksia, käyttää hyväksi mahdollisuuksia ja estää mahdollisuuksia, joilla uhkakuvat toteutuisivat. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 1999, 35.)

SWOT-analyysin luonne unohdetaan harmittavan usein. Se on erityisesti yhteenvetoanalyysi, jossa kootaan yhteen kaikki ajatukset, jotka on saatu kaikista muista tehdyistä arvioinneista ja analyysistä. SWOT-analyysin käyttö ainoana tilannearviona strategiatyössä ei ole erityisen järkevä. Sen käyttö kuitenkin auttaa yritystoimintaa aloitettaessa avaamaan silmät niille asioille, joita kannattaisi analysoida tarkemmin. (Hakanen 2004, 50.)

5.1 SWOT-analyysin hyödyntäminen

Nelikenttäanalyysin hyväksikäyttöä voivat käyttää monenlaiset yritykset. Analyysia voidaan käyttää joko koko yrityksen arviointiin, tai pelkästään

yksittäisen yritystoiminnan osa-alueen tarkasteluun. Yksityiskohtaisemmin voidaan analyysin avulla tarkastella esimerkiksi henkilökuntaa, markkinointia tai yrityksen tuottamia tuotteita tai palveluita. Yrityksen tilasta saadaan selkeä kuva, jos SWOT-analyysia käytetään ryhmässä. Tällöin jokainen tekee oman analyysin, joista kootaan yksi kokonaisuus.

Lopputuloksen tulisi oltava sellainen SWOT-analyysia käytettäessä, että se ohjaisi yrityksen toimintaa: vahvuuksia pitäisi pystyä vahvistamaan, heikkouksista tulisi päästä eroon, ympäristön mahdollisuuksia tulisi hyödyntää ja uhkatekijöihin tulisi varautua. ”Liikeideaa arvioitaessa SWOT-analyysin avulla tuotteen ja toimintatavan vahvuuksia ja heikkouksia verrataan markkinoiden mahdollisuuksiin ja uhkatekijöihin.” Analyysin lopputuloksen tulisi hälyyttää, jos heikkoudet ovat lähellä ulkoisia uhkatekijöitä. (Lehtipuro ym 1999, 58-59.)

5.2 SWOT-analyysin osa-alueiden tunnistaminen

Pitkämäki (2000, 80) korostaa yrityksen omien vahvuuksien ja heikkouksien esille tuomista myös toisella tavalla, ympäristöarviointia täydentäen. Vahvuuksien tulee vahvistaa yrityksen kilpailuetuja ja heijastua toimialan menestymisen edellytyksiin. Niiden tulee toisin sanoen parantaa asiakkaille merkityksellisiä tekijöitä ja oltava sellaisia, joille asiakkaat antavat arvoa. Vahvuuksien tulee täyttää tiettyjä tunnusmerkkejä, muuten kyse on heikkouksista.

Yrityksen vahvuuksia ovat tekijät, joilla yritys:

- Kehittää osaamistaan
- Lisää tuotteiden ja palveluiden innovatiivisuutta
- Parantaa sosiaalisia taitoja
- Pitää yllä työyhteisön ja yrittäjien korkeaa työmotivaatiota
- Parantaa kykyjä ja mahdollisuuksia selvittää ongelmat
- Vahvistaa kykyä hallita kokonaisuutta
- Sopeutuu ympäristön muutoksiin ja epäjatkuvuuksiin. (Pitkämäki 2000, 80.)

Heikkoudet on mahdollista muuttaa vahvuuksiksi. Esimerkiksi pienen yrityksen kapasiteetin voi muuttaa suuremmaksi, mikäli liiketoiminta menestyy. Myös toimitiloja voidaan hankkia myöhemmässä vaiheessa, jotta päästään asiakkaiden lähelle ja saadaan näkyvyyttä katukuvassa. Tällä tavalla voi pitää yrityksen mielenkiintoisuutta ja monipuolisuutta yllä.

Ulkopuolelta tuleviin uhkiin on reagoitava asianmukaisesti jotta yritys voisi hyödyntää niistä mahdollisuuksia toiminnan edistämiseen. Ostokäyttäytymiseen yritys pyrkii vaikuttamaan erilaisuudellaan ja ainutlaatuisuudellaan, enemmän kuin esimerkiksi kanta-asiakasjärjestelmillä tai tarjouskupongeilla.

6 KILPAILIJA-ANALYYSI

Asiakasanalyysista on syntynyt myös kilpailija-analyysi. Kilpailija-analyysia tehdessä tulee huomioida erityisesti markkinointisegmentin kartoitus, kuvailla miltä asiakas näyttää ja tutkia mitä asiakas haluaa. Juuri nämä erityiset tuotteet joita asiakas haluaa, on selvitettävä kilpailija-analyysissä, vain näin voidaan menestyä. Saadakseen selville asiakkaita kiinnostavat tuotteet, tulee niitä vertailla kilpailijoiden tuotteisiin. (Timmons, Zacharakis & Spinelli 2004, 65.)

Koska yritys ei ole markkinoilla yksin, sen on huomioitava myös kilpailijansa. Päätöksiä tehdessä tulisi varautua samalla kilpailijoiden odotettavissa oleviin toimiin. Yleensä yrityksellä on niin paljon kilpailijoita, ettei niitä kaikkia voida ottaa huomioon. Tällöin kilpailijoista tulee valita ne, joiden toiminta on oman yrityksen toiminnan kannalta merkittävää. (Kinkki & Lehtisalo 1994, 73.)

Vakavasti otettavien kilpailijoiden lukumäärä ja heidän tuotteiden samankaltaisuus tulisi selvittää yritystoimintaa aloitettaessa. Kilpailijoiden tuotteiden ominaisuuden ja kilpailevien yritysten ominaispiirteet selvitetään. Nämä asiat voi saada selville muun muassa kilpailijoiden myyntityöstämismateriaalista, tilinpäätöstiedoista, lehtiartikkeleista sekä luottotietoyrityksistä. (Kinkki & Lehtisalo 1994, 73.)

Mitä paremmin tietyt yritykset menestyvät, sitä enemmän syntyy toimialalle kilpailijoita. Useimmilla yrityksillä siis on kilpailijoita. Julkinen valta pyrkii edistämään yritysten välistä tervettä kilpailua eri lainsäädännöillä. (Kinkki & Isokangas 1999, 70.)

Yritysten välinen kilpailu ei välttämättä ole huono asia, kun ottaa huomioon että tämä pakottaa yritystä parantamaan tuotteitaan sekä tehostamaan jakeluaan ja markkinointiaan tuotteiden osalta. Nykyaikana yritysten on panostettava entistä enemmän ja tarkemmin tuotekehitykseensä. Tekniikan kehittyessä ja elintason kasvaessa yritysten tuotteiden kestävyys eli eliniät ovat tulleet entistä lyhyemmiksi, täten kilpailu aktivoi useimpia toimialan yrityksiä. (Kinkki & Isokangas 1999, 71.)

Kilpailun merkitystä vähätellen perustellen yrityksen jo olemassa olevaan asiakaskuntaan, tunnettavuuteen sekä uniikkiuuteen on yleensä virhe. Yrityksen

tulisi asettaa strategia, jolla saavutetaan etumatkaa kilpailijoihin ja huolehditaan, että yritys on edes tärkeimmissä toimialan menestystekijöissä parempi kuin kilpailijansa. Mikäli kummatkin yritykset toimivat samalla tavalla, eivät asiakkaat näe tarjousten eroja, mikä johtaa hintakilpailuun, joka taas ei tuo voittoa yritykselle. (Hakanen 2004, 44.)

Kilpailussa ei kuitenkaan tarvitse välttämättä olla se kaikista parhain tuottaakseen tulosta. Olemalla parempi kuin lähin ja pahin kilpailijansa riittää. Jo muutaman menestystekijän kilpailijoita parempi hallinta riittää kilpailuedun tuomisessa. Kun tiedostetaan kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet, ne voi määritellä myös omalle yritykselle. (Hakanen 2004, 45.)

Myös muut samalla toimi- ja markkina-alueella toimivat yritykset pitää tunnistaa kilpailijoiksi. On järkevää miettiä tulevaisuuden näkymiä toimialalle tulevista uusista yrittäjistä ja toimialan mahdollisista kehitysaskelista. Kilpailu- ja kilpailija-analyysi on hyvä keino kartoittaa näitä asioita, joiden avulla voi hahmottaa markkinatilannetta ja pohtia oman yrityksen sijoittumista kilpailutilanteessa. Kilpailija-analyysin voi tehdä vastaamalla seuraavaksi esitettyihin kysymyksiin samalla listaten kaikki toiminta-alueella vaikuttavat yritykset. (Raatikainen 2006, 91.)

Kilpailija-analyysissä pyritään etsimään vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat yrityksen vahvat puolet?
- Mitkä ovat heikot puolet?
- Mitkä ovat kilpailevia yrityksiä?
- Miten niiden myynti on kehittynyt viimeisen kolmen vuoden aikana?
- Mihin suuntaan yrityksen kehitys on menossa?
- Onko alalle tulossa uusia yrityksiä; jos, niin millaisia?
- Mitkä ovat alalle tulevien uusien yritysten vahvoja ja heikkoja puolia?
- Miten kilpailu kehittyy lähivuosien aikana?
- Mitä johtopäätöksiä näiden kysymysten vastauksien pohjalta voi tehdä? (Raatikainen 2006, 91).

Kilpailijoiden hyviä puolia voivat olla esimerkiksi hyvä alan tuntemus, hyvät suhteet tavarantoimittajiin, tunnettuus, hyvä palvelu ja edulliset hinnat. Heikoiksi puoliksi voidaan ajatella muun muassa puutteet henkilöstöresursseissa, vanhentunut teknologia ja toimintatapa. Analyysiä tehdessä pitää miettiä myös kilpailun tulevaisuutta ja sen kehitystä. Näiden edellä mainittujen seikkojen perusteella laaditaan johtopäätökset: mitä meidän tulisi tehdä. (Holopainen 2006, 45.)

Vaikka muiden yritysten arviointi on tärkeää, ei yrityksen kannata haaskata voimiaan pelkästään kilpailijoiden tarkkailemiseen. Kannattaa keskittyä asiakkaidensa palveluun ja heidän odotustensa tyydyttämiseen, panostaa yhteistoimintaan ja verkostoitumiseen, oman liiketoiminta-alueensa hallinnan kehittämiseen ja keskeisten sidosryhmien suhteiden tiivistämiseen. (Pitkämäki 2000, 42.) Kilpailevia yrityksiä kannattaa kuitenkin seurata. Kilpailija-analyysi merkitsee kahden keskeisen tekijän selvittämistä: yritys oppii menestyvistä yrityksistä ja yritys tunnistaa toimialan menestymisen edellytyksiä. (Pitkämäki 2000, 42.)

7 YRITYSMUODON VALINTA

Kannattaa pohtia tarkkaan mitä yritysmuotoa aloittava yritys tulee käyttämään, sillä kyse on kauaskantoisesta päätöksestä. Tänä päivänä tehdyt valinnat kantavat vielä useiden vuosien päästä. Se, mikä yritysmuoto sopii kellekin, riippuu vain ja ainoastaan tilanteesta. (Sutinen & Viklund 2005, 78.)

Yritysmuodon valintaan vaikuttavat monet tekijät, kuten keskeisimpinä yrittäjän henkilökohtainen päätöksenteko, vastuu ja verotukseen liittyvät asiat. Mitään ehdottoman oikeaa ratkaisua ei ole olemassa, vaan yrittäjän on tutkittava erikseen, mikä olisi sopiva yritysmuoto juuri hänen yritykselle. Valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuun ja päätöksenteon jakautuminen yrityksessä, toiminnan joustavuus, yrityksen jatkuvuus ja laajentamismahdollisuudet, rahoittajiin suhtautuminen, voitonjako ja tappioiden kattaminen ja yrityksen verottaminen. (Holopainen 2006, 170.)

Yhteiskunta antaa kansalaisille vapaan mahdollisuuden harjoittaa yritystoimintaa, johon liittyy vapaa toimialan valinta sekä itsenäinen päätöksenteko. Yrittäjä saa itse päättää esimerkiksi hankittavista tuotannontekijöistä, työvoiman määrästä, investoinneista, rahoitusratkaisuista ja sekä tuotannontekijöiden toimittajista. (Kinkki & Isokangas 1999, 133.)

Erot suurten ja pienten yritysten välillä ovat suuria, muun muassa toiminnan laajuus, riskin määrä, kannattavuus, hallinnon määrä, sitoutuneen pääoman määrä sekä yrittäjän oma rooli yrityksessään. Yhteiskunnan kannalta olisi kannattavaa, että jokainen yritys, kokoon katsomatta, pystyisi toimimaan mahdollisimman taloudellisesti ja tarkoituksenmukaisesti. (Kinkki & Isokangas 1999, 133.)

Erilaisia yritysmuotoja on olemassa sen takia, että kaikki yritykset eivät toimi samalla tavalla, eivätkä ole samankaltaisia. Yritysten välillä eroja aiheuttavat muun muassa sijoitettavan pääoman määrä, verotuskysymykset, toiminnan valvonta, sukupolvenvaihdos, riskin jakaminen yrityksen välillä sekä varojen nostaminen yrityksestä omistajille ja päätöksenteon helppous ja hallinnon järjestäminen. (Kinkki & Isokangas 1999, 133.)

Suomessa yritystoimintaa aloittavalla on mahdollisuus valita viidestä eri yritysmuodosta: yksityinen toiminimi, kommandiittiyhtiö, avoin yhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta. Valittu yritysmuoto on mahdollista vaihtaa toiseen, mikäli lain edellytyksen perustajien lukumäärästä, alkupääomasta ja muista asioista täytyvät. (Kinkki & Isokangas 1999, 135.)

Taulukosta 4 selviää tarkemmin yritysmuotojen erilaisuudet.

Taulukko 4: Yritysmuotojen yhteenveto (Osuuspankki: Yrityksen perustajan opas)

	Toiminimi	Avoin yhtiö	Kommandiittiyhtiö	Osakeyhtiö	Osuuskunta
Osakkaiden määrä	yksi elinkeinoharjoittaja	vähintään kaksi luonnollista tai juridista henkilöä	yhden tai useamman vastuunalaisen yhtiömiehen lisäksi ainakin yksi äänetön yhtiömies	vähintään yksi henkilö tai yhteisö	vähintään kolme perustajaa, yksityistä tai yhteisöä
Kenellä vastuu	elinkeinoharjoittajalla	yhtiömiehillä	vastuunalainen yhtiömies vastaa kaikesta	osakkeidenomistajat	jäsenet
Päätöksenteko	elinkeinoharjoittajalla	jokaisella yhtiömiehellä	vastuunalaisella yhtiömiehellä	toimitusjohtaja	hallitus; toimitusjohtaja
Pääoma	ei minimipääomaa	ei vaadita rahallista panosta, työpanos riittää	äänettömän yhtiömiehen tulee sijoittaa rahapanos, vastuunalaiselta yhtiömieheltä riittää työpanos	yksityinen oy: 2500e julkinen oy: 80 000e	perustajat päättävät
Voitonjako	vain yksityisottoina	yhtiömiehet nostavat yhtiöstä palkkaa	- palkka tehdyn työn mukaan - varoja voi nostaa yksityisottoina	osakkaille palkkaa, osinkoa ja lainaa	voidaan jakaa jäsenille vain oikeuden salliessa
Verotus	yrittäjän tulona	tulo jaetaan yhtiömiehille	tulos ja henkilökohtainen tulo	tuloksesta 26 %	tuloksesta 26 %

8 JUHLASUUNNITTELIJAN YRITYKSEN KUVAUS

Tämä yritys sai alkunsa jo kauan sitten, kun haaveilimme silloisten työkavereiden kanssa työajan jälkeen, mitä haluaisimme tulevaisuudessa tehdä. Koska suunnittelu ja lankojen käsissäpito on nimenomaan minun voimavarani, jouduin jossain vaiheessa ideoidemme kirjanpitäjäksi, ihan huumorimielessä. Mitä myöhempään istuimme iltaa, sen värikkäämmäksi kävivät ideamme, ja muistaakseni olimme lopulta perustaneet jo yhteisen yrityksenkin.

Muistiinpanot ovat tästä illasta kadonneet, mutta ajatus jäi mielen syövereihin muhimaan, kunnes sain tätä työtä kirjoittaessani ahaa-elämyksen. Tässähän tämä on, tätä minun on tarkoitus tehdä. Tätä mina haluan tehdä, tässä haluan menestyä. Kuten viisas sanonta kuuluu, tee intohimostasi työ, niin et tee työtä yhtenäkin päivänä elämässäsi.

Juhlasuunnittelijan tehtävä on kuin minulle räätälöity. Olen pohjimmiltani romantikko, näen kauneutta yksityiskohdissa, osaan organisoida ja järjestää tapahtumia ja pystyn asettumaan asiakkaiden tilanteisiin, näin löytäen heille sen parhaimman tavan juhlia juuri heidän erityistä päivää. Olen innostunut työstä, ja käytän aikaani ja luovuuttani toteuttaakseni toiveet. Tältä pohjalta olen luonut kuvan tulevasta yrityksestäni, jossa huomioin mm. yrityksen arvot ja vision, kustannuslaskelmat, kilpailun alalla, lainsäädännön ja asiakkaat.

8.1 Yrityksen kuvaus

Kuvailen yritykseni toimintaa juhlapalveluksi tai juhlasuunnitteluksi. Käytännössä tämä tarkoittaa, että koko tilaisuuden kulku suunnitellaan alusta alkaen asiakkaiden kanssa, heidän toiveitaan ja budjettia myötäillen. Tähän sisältyvät kaikki juhlatilaisuuteen tarvittavat materiaalit, yhdeydenpito alihankkijoihin, pitopalvelun järjestäminen tarjoiluhenkilökuntineen, vuokratilojen etsiminen ja varaaminen, viihdepuolen tilaaminen, sekä lisäpalveluiden mahdollisuus, asiakkaiden toiveiden mukaan. Oma roolini on projektipäällikkönä toimimista, eli hoidan tarvittavien asioiden kartoituksen ja järjestelyt. Olen myös juhlissa mukana käytännön työssä

esimiehenä ohjaamassa juhlatilaisuuden rakentamista, varmistamassa järjestelyjen ja palvelun moitteetonta toteutusta sekä vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa.

8.2 Yrityksen sijainti

Keskitän toimintani Pohjanmaalle, ensimmäisenä prioriteettina Vaasa ja Mustasaari, sillä kotiseutunani tunnen alueen, sekä omaan hyvän käsityksen siellä toimivista yrityksistä. Käytännössä toimintaa voi laajentaa asiakkaiden toiveiden mukaan myös Pohjanmaata ympäröiviin maakuntiin. Maakunnassa asuu 181 441 asukasta ja se sijaitsee Selkämeren ja Merenkurkun rannikolla, Pohjanmaan historiallisen maakunnan lounaisosassa. Alueella ei ole hakujeni perusteella vastaavaa yritystoimintaa. (Tilastokeskus 31.12.2016)

8.3 Kohderyhmä

Kohderyhmääni kuuluvat kaikki tilaisuuksia suunnittelevat ihmiset, jotka haluavat ulkoistaa juhla järjestelynsä. Juhlat suunnitellaan asiakkaan toiveiden ja budjetin mukaan jatkuvassa vuorovaikutuksessa, jotta niistä saadaan räätälöityä sopivat asiakkaan omaan makuun. Jatkuva vuorovaikutus ei tarkoita sitä, että asiakas joutuu itse tekemään suunnitelman, vaan asiakas saa esittää toiveensa, joiden pohjalta muokataan tilaisuus sopivaksi heidän tarpeisiin. Usein kuulee kuinka stressaantuneita juhla järjestelyitä tekevät henkilöt ovat ja kuinka mukavaa olisi jos joku muu hoitaisi kyseiset toimet. Tämä on mahdollisuus asiakkaille siirtää järjestelystä koituva taakka yritykseni harteille.

8.4 Järjestely käytännössä

Tarjoan palveluita tapahtumiin, jotka vaativat enintään 2 - 4 työntekijää, poislukien alihankkijoiden omat työntekijät, kuten hääjuhliin, merkkipäiville, valmistujaisjuhliin tai muihin tilaisuuksiin. Keskustelen asiakkaan kanssa järjestettävän juhlan luonteesta ja kuuntelen toiveet. Keskustelun perusteella kokoan suunnitelman, jonka esittelen asiakkaalle. Esityksen jälkeen suunnitelmaan tehdään mahdolliset muutokset ja lopuksi hyväksytään. Varauksen teon suositelluksi aikarajaksi asetan neljä kuukautta, jättäen kuitenkin neuvottelunvaraa samalla muistuttaen asiakasta ajan niukkuuden luomista rajoitteista. Teen

palveluistani yhteenvedon, josta asiakas voi valita haluamansa. Jokainen palvelu tuo luonnollisesti lisää hintaa. Alihankkijoideni kanssa teen sopimukset välityspalkkiostani.

9 YRITYKSEN PÄÄTEHTÄVÄ

Ravintola-alan kokemukseni perusteella olen todennut juhlien ja tilaisuuksien järjestämisen olevan yksi alan tuottavimmista ja mukavimmista toiminnoista. Tyytyväisten asiakkaiden ja unohtumattomien kokemusten aikaan saaminen antaa paljon myös itse järjestelijälle. Juhlivat asiakkaat ovat yleensä hyvällä tuulella, ja heitä on mukava palvella. Tällaiset asiakkaat ovat myös maksualttiimpia, juhlien onnistuessa säästetään harvoin kustannuksissa. Haluan tällä yritystoiminnalla tarjota kiireen keskellä painivalle asiakkaalle toiveiden mukaisen tilaisuuden, vaivattomasti, yhden toimitsijan kautta ja toivottavasti myös ylittää heidän odotuksensa.

9.1 Yrityksen toiminta-ajatus, arvot ja visio

Juhlien järjestäminen aiheuttaa nykyaikana paljon aikaa ja vaivaa. Runsaudenpulasta kärsivä asiakas, tai asiakas vailla tietoa alueen palveluiden saatavuudesta, saattaa aiheuttaa itselleen harmaita hiuksia kun yrittää koota juhlapalapeliiä. Yritykseni ensimmäisenä toiminta-ajatuksena on helpottaa asiakkaan elämää, yksinkertaistamalla hänen tarvitsemansa palvelut hoidettavaksi yhdelle henkilölle, mutta toteuttamalla asiakkaan toiveita. Yhteydenpito toiminta-alueen alihankkijayrityksiin kuten esim. pitopalveluihin, floristeihin, hääliikkeisiin ja muihin tarpeellisiin yrityksiin yhdistetään juhlien suunnitteluun ja toteutukseen, ja asiakas saa nauttia lopputuloksesta. Juhlien järjestämisen taakka jää näin ollen pois asiakkaan harteilta, eikä hänen tarvitse tehdä muuta kuin hyväksyä suunnitelma, ja nauttia lopputuloksesta.

Keskeisimpänä arvona yritys haluaa tarjota asiakkaalle sellaisen elämyksen, että hänen odotuksensa ylittyvät, toki myös positiivisen palautteen ja uusien asiakassuhteiden aikaansaamiseksi. Tavoitteena on tarjota asiakkaalle markkinoiden helpoin vaihtoehto järjestää juhlat, sekä kommunikoida avoimesti asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Toiminnan on luonnollisesti oltava kannattava.

Yritykseni visio on olla markkinoiden helpoin ja huolettomin tapa järjestää juhlat, olivat ne sitten minkä kokoiset tahansa, sekä tarjota parasta mahdollista palvelua

asiakkaalle ja yhteistyökumppaneille. Teen henkilökohtaiseksi tavoitteekseni oppia tuntemaan alihankkijani, perustaa kauppasuhteita joissa voin luottaa siihen, että sovitusta pidetään kiinni, jolloin tiedän myös heidän tekevän kaikkensa yhteisen onnistumisen eteen. Palveluni on asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöity, ja kehitän sekä keskustelen niistä tarpeen tullen. Verkkosivut pyritään järjestämään mahdollisimman käyttäjäystävällisiksi esimerkiksi varausjärjestelmän osalta, jotta asiakassuhteen luominen on helppoa kenelle tahansa. Pyrin integroimaan tietojärjestelmäni alihankkijoiden kalenterit, jolloin asiakkaalle on mahdollisimman helppoa seurata mitkä palvelut ovat käytettävissään hänen haluamina päivämäärinä. Tarkastan aina tilauksen ensin itse, ja selvitän asiakkaan kanssa epäkohdat, ennen kuin hyväksyn tilauksen ja lähetän sen eteenpäin alihankkijoilleni. Saan hyväksytyistä tilauksista aina kuittauksen sähköpostiini.

9.2 Yrityksen strategia

Strategian yleinen määritelmä on yksinkertaisesti kiteytettynä kaikki ne toiminnot joita yritys pyrkii tekemään ja suunnittelemaan, jotka vahvistavaisivat yrityksen asemaa suhteessa sen kilpailijoihin.

9.2.1 Omien strategisten toiminta-alueiden määrittäminen

Strategiset toiminta-alueeni ovat seuraavat:

- Juhlakokonaisuuksien suunnittelu ja toteutus
- Vuokratilojen etsiminen ja varaaminen
- Juhlatilaisuuteen tarvittavien materiaalien hankkiminen
- Pitopalvelujen järjestäminen tarjoiluhenkilökuntineen
- Viihdepuolen tilaaminen
- Lisäpalvelut asiakkaan toiveiden mukaan

Pyrin organisoimaan strategiset toiminta-alueeni osaamis- ja verkosto-lähtöisesti. Olen kerryttänyt kokemusta mm. ravintolapalveluista, ruoka- ja juomapuolen suunnittelusta ja toteutuksesta sekä tilaisuuksien suunnittelusta ja toteutuksesta yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. Verkostoni koostuu pitopalvelu-, tila- ja

materiaalivuokraus- ja henkilöstövuokrausyrityksistä. Palveluitani tarjoan pääasiassa Internetin välityksellä, joten tarvitsen osaavan web developerin palvelukseeni. Hänen tehtävänsä on muotoilla kotisivuistani vetovoimaiset ja helppokäyttöiset, sekä kehittää asiakkaiden varausjärjestelmä tarpeideni mukaan.

9.2.2 Menestystekijät

Kustannukset ovat yleensä ravintola-alalla todella kovat, joista suurimman osan vievät henkilöstökustannukset, raaka-ainekustannukset ja vuokrat. Yksi yritykseni tärkeimmäksi menestystekijäksi nouseekin kustannustehokkuus. Kustannuksia syntyy vain silloin kun on tulojakin, eli kun asiakas tekee tilauksen. Vuokrakuluja ei synny ainakaan alussa, koska toimipaikkani toimii asiakkaan omat tai vuokraamat tilat, eikä raaka-ainekustannuksissa ole hävikkiä, koska asiakas saa juuri sen määrän ruokaa minkä on tilannut. Sama pätee henkilöstöön.

Aion kasvattaa toimintaani rauhassa. Voin perustaa oman toimiston kotiini, ja näin ollen myös valita työaikani ja sovittaa sen perhe-elämäni. Tarkoitus on ainakin alkuun pyörittää yritystä palkkatyön ohella, jolloin voin kattaa elämisen kulut ilman ylimääräistä stressiä, ja paneutua yrityksen pyörittämiseen ja kehitykseen rauhassa silloin kun saan tilauksen. Tämä mahdollistaa rauhallisen päätöksen teon, eivätkä mahdolliset virheet tule liian kalliiksi.

Palvelun laatu ja asiakalähtöisyys ovat luonnollisesti tärkeässä osassa. Tarjoan asiakkailleni ainoastaan parasta, kuuntelen häntä ja hänen toiveitaan, ja neuvon tarvittaessa. Ajatus on, että palveluni on markkinoiden helpoin tapa järjestää juhlat, asiakkaan ei tarvitse olla yhteydessä kuin yhteen yritykseen, joka organisoii koko paketin. Suhteeni alihankkijoihin ja yhteistyökumppaneihin on oltava läheiset, sillä toimintani laatu on suurin osin myös heistä kiinni. Luottamus ja molemminpuolinen hyöty on rakennettava vakaaksi. Elintärkeää on luoda kuva yrityksestäni vakavasti otettavana ja kannattavana yhteistyökumppanina.

9.2.3 Yrityksen SWOT-analyysi

Vahvuudet

- Ei juoksevia kuluja
- Ei varastokuluja
- Työ tehdään tilauksien perusteella
- Oma innostus työhön ja yrityksen kehittämiseen

Heikkoudet

- Riippuvaisuus yhteistyökumppaneista
- Palvelun tuntemattomuus toiminta-alueella

Mahdollisuudet

- Pienimuotoisen yrityksen laajennus kokopäivätyöksi
- Laajentuminen myös yrityspuolelle
- Tulevaisuudessa mahdollisuus palkata työntekijöitä yritykseen
- Varausjärjestelmän helppokäyttöisyys

Uhat

- Uudet kilpailijat
- Yhteistyökumppaneiden vaikeudet
- Yleinen taloustilanne

Oma tulkintani analyysistä on, että yritykselläni on edellytykset menestykseen vähäisten jatkuvien kulujen ansiosta. Hyvien yhteistyökumppaneiden sitouttaminen on erittäin tärkeää, kuten myös kohderyhmän tietoisuuden saavuttaminen tällaisesta palvelusta. Uskon palvelulleni olevan kysyntää positiivisten asiakaskokemusten ja purevan markkinointiviestinnän avulla. Koska yksi toimintani tärkeimmistä arvoista on helppous, tulee sähköisen varausjärjestelmän olla niin yksinkertainen, että vähemmänkin tietokonetta käyttänyt asiakas osaa käyttää sitä.

Uhat on otettava todesta, vallitseva taloustilanne saattaa hillitä mahdollisia uusia asiakkaita solmimasta sopimuksia yrityksen kanssa, koska luulevat pääsevänsä halvemmalla tekemällä itse. Uusien kilpailijoiden vallatessa aluetta, on myös pystyttävä kehittämään omia palveluita ajanmukaisiksi.

9.3 Lainsäädäntö

Lakisääteisistä asioista johtuen, asiakas joutuu yleensä hankkimaan alkoholijuomat itse juhlatilaisuuteensa. Voin kuitenkin asiakkaan näin halutessa laatia ostoslistan ja tarvittaessa toimittaa tilatut juomat asiakkaalle. Alla lainaus Matkailu- ja Ravitsemuspalvelut ry:n tulkinnasta alkoholianniskelusta:

Asiakas voi tarjota omia juomiaan muualla kuin ravitsemisliikkeessä Yksityistilaisuuksien kuten häiden ja syntymäpäivien pitopaikaksi valitaan usein yleinen huoneisto kuten seuratalo, urheilutalo, vpk:n talo tai venekerhon huoneisto. Tarvittavat ravitsemispalvelut hankitaan tällöin yleensä juhla- ja pitopalveluyrittäjältä. Jos tilaisuudessa on tarkoitus tarjota kutsuvieraille maksutta alkoholijuomia, tilaisuuden järjestäjän asiana on hankkia ja toimittaa ne juhlapaikkaan. Pitopalveluyritys ei saa välittää alkoholijuomia korvausta vastaan. Kun tilaisuus järjestetään muussa yleisessä huoneistossa kuin ravitsemisliikkeessä, alkoholijuomien maksuttomasta tarjoilusta tulee alkoholilain mukaan etukäteen tehdä ilmoitus poliisille. Jos tilaisuuden pitopaikaksi valitaan ravitsemisliike, alkoholin tarjoiluun ja nauttimiseen on aina oltava anniskelulupa. (MaRa ry 2016.)

Muita erityistä huomiota vaativia lakisääteisiä rajoitteita toiminnalle ei ole.

9.4 Asiakkaat

Asiakaskuntaa tutkiessani, huomasin että tyypillisin yritykseni palveluita käyttävä asiakas asuu Pohjanmaan maakunnassa omakotitalossa joko kaupungissa tai sen ulkopuolella. Asiakkaalla on perhe, johon kuuluu puoliso ja 1-3 lasta. Talouden yhteenlasketut ansiot ovat tasoltaan keskituloisia tai varakkaampia. He eivät kuitenkaan ole yhtä tietoisia tällaisen palvelun olemassa olostsa, kun esim. kaupungissa asuvat nuoret parisuhteessa olevat aikuiset, jotka ovat myös kiinnostuneita palvelusta, mutta eivät taloudellisesta tilanteestaan riippuen näe

mahdollisuutta ainakaan tällä hetkellä palkata tämänkaltaista yritystä hoitamaan heidän juhlatilaisuuksiaan.

Yksi suosituimmista tuotteista on valmistujaisjuhlien järjestäminen. Vanhemmat ovat järjestäneet vastaavia juhlia aikaisemmin, tiedostavat niiden aiheuttaman vaivan ja kustannukset ja ovat valmiita maksamaan työn ulkoistamisesta. Syntymäpäivät, etenkin täysien kymmenien, ovat myös suuressa kysynnässä. Näitä asiakkaita ovat syntymäpäiväsankarin perhe, ystävät tai monessa tapauksessa sankari itse. He haluavat jotain tavallisesta poikkeavaa juhlistaakseen merkkipäiväänsä, ja ovat ehkä itse idearikkaita toiveidensa suhteen, mutta eivät osaa tai halua itse toteuttaa käytännön asioita. Syntymäpäiväasiakkaat ovat usein keskituloisia varakkaampia, ja he haluavat jotain hieman parempaa tai elämyksellistä juhliinsa.

Lastenjuhlien suosio on kasvanut viime aikoina, etenkin keski- ja hyvätuloisten parissa. Lastenjuhlat halutaan yleensä järjestää tietyllä teemalla, jolloin juhlien järjestäjälle voi tulla ongelmia esimerkiksi syntymäpäiväkakun tai koristeluiden suhteen. Tämänkin ongelman lasten vanhemmat pystyvät palveluista ostaessaan siirtää yrityksen harteille. Häitä suunnittelevat pariskunnat lukeutuvat myös asiakasryhmiini. Luetelluista tuotteista ja asiakasryhmistä, häiden järjestäminen vaatii eniten työtä, mutta se on myös kannattavinta juhlien järjestämistä. Heidän juhliinsa on yleensä tarve mobilisoida kaikki palvelut, pitopalvelusta, tilanvuokraamisesta ja viihdepalveluiden järjestämiseen saakka. Häätilaisuuden suunnittelijat ovat kaikista asiakkaista eniten stressaantuneita suunnitellessaan yhtä elämänsä tärkeintä päivää, joten heidän kanssaan käytävään vuorovaikutukseen on panostettava erityisellä huolella. Häpäivän suunnitteluun kuuluu aina juhlapalvelun pääsuunnittelijan, eli minun, läsnäolo asiakkaan toiveesta käytännön tilaisuuksissa, kuten hääpuvun valinnassa, floristin kanssa pidetyssä suunnittelussa tai pitopalvelun testimaitajaisissa.

9.5 Kilpailijat

Matkailu- ja ravitsemusalalla vallitsee äärimmäisen tiukka kilpailu, erityisesti vallitsevassa taloustilanteessa. Koska varsinaisia kilpailijoita yritykselleni ei tällä

alueella ole, olen hyvässä tilanteessa tällä hetkellä. Toisaalta olen myös haasteellisessa tilanteessa siinä mielessä, että yritykseni on uusi, palvelujen laatua ei tiedetä asiakkaiden keskuudessa, eikä mielenkiintoa tällaista palvelua kohtaan ehkä ole tarpeeksi. Markkinointiin on siis panostettava erityisen hyvin alkuvaiheessa, jotta yrityksen palvelukokonaisuuksia saadaan ihmisten tietoisuuteen.

Jos esimerkkinä otetaan Vaasan kokoinen kaupunki, löytyy pitopalveluyrityksiä 8 Googlen ja yrityspalveluhakujen perusteella. Suurimmalla osalla on oma asiakaskuntansa, ja ovat vakiinnuttaneet paikkansa markkinoilla. Vuokrattavia tiloja löytyy samojen hakukoneiden perusteella 48, tähän on mukaan lueteltu mm koulut, opistojen vuokratilat ja tietyt Mustasaaren puolelle sijoittuva tilat. Tiloja siis löytyy, ja useimpiin näistä ei löydy yhtä yhteistä tilaa vuokraavaa tahoa. Vaasan kaupungin tiloja vuokraa tietysti Vaasan kaupunki itse, ja tietyt Mustasaaren kunnan puolella olevat tilat vuokrataan Mustasaaren kunnalta. Loput ovat seurakunnan, yhdistysten tai yksityisten yritysten tiloja. Hakujen perusteella kalusteita vuokraavia yrityksiä löytyi 0. Ohjelmatoimistoja, joista suurin osa näytti suuntautuvan lähinnä artistien välittämiseen tai valo- ja äänentoistopalveluihin löytyi haulla 11. Hotelleja ja muita majoituspalveluita tarjoavia löytyy Vaasasta 8, joista Cumulus-hotellissa asumiseen sisältyy myös käyttöoikeus Tropiclandian vesipuistoon ja muihin wellness-palveluihin.

Pitopalvelujen suhteen asiakkaat ostavat ehkä suoraan heiltä tilaisuuksiinsa tarvittavat ruoat ja juomat, mikäli haluavat käyttää vain esimerkiksi yksittäistä palvelua, tai eivät tiedä yritykseni palveluista tarpeeksi. Yritykseni kannattaa seurata näiden yritysten keinoja hankkia asiakkaita. Ohjelmatoimistoilla on yleensä laajat verkostot jotka tarjoavat monipuolisia mahdollisuuksia ja osaavat asiansa. Kuitenkin kuten yllä totesin, tällä alueella toimivat ovat suuntautuneet enemmän tekniseen tietoon ja osaamiseen, eivät niinkään ohjelmien järjestelyyn. Heiltä yritykseni voi kuitenkin oppia verkostoitumisen taidot. Hotellien suhteen ainoastaan yksi tarjoaa tällä seudulla ylimääräisiä viihde- tai wellnesspalveluita. Majoitusta varatessa asiakkaat haluavat yleensä vain majoituksen, tai sitten hotelli täyttää myös muut heidän sillä hetkellä tarvitsemat tarpeet. Voisikin ajatella että

yrittäjäni voisi ehkä sisällyttää palveluihini myös majoituksen, myöhempanä ajankohtana.

Koska kilpailijoita ei varsinaisesti tällä alalla tällä alueella ole, voin rauhassa kehittää yritystä ja palveluitani alueen asiakkaiden tarpeiden mukaan. Jossakin vaiheessa alalle tulee toki useampi juhlapalvelun toimitsija, jolloin kannattaneekin paneutua yrityksen markkinointiin, ja saavutettua kokemusta korostaa.

9.6 Omat yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppanuuksieni muodostamiseen käytän alkuun jo olemassa olevia suhteitani ravintola-alalla. Koska asiakkaiden toiveet ohjaavat tilaisuuksien suunnittelua ja toteutusta, panostan esim. tietynlaisen ruoan löytämiseen juhlien teeman mukaan. Pysin käyttämään paikallisia toimitsijoita, samalla korostaen lähipalveluiden näkyvyyttä ja paikallista osaamista. Neuvottelen myös pitopalvelujen kanssa heidän henkilökuntansa käytettävyydestä, ja tarvittaessa käytän henkilöstövuokrausyrityksiä työvoiman palkkaukseen.

Koska kalusteita vuokraavien yritysten tarjonta on alueella pyöreä nolla, joudun laajentamaan verkostoani tällaisten yritysten etsimisessä, ja yhteistyökumppanuuksien luomisessa. En kuitenkaan näe tässä ongelmaa, niin kauan kun asiakkaan toiveet toteutetaan ilman pohjattomia lisäkustannuksia. Kuitenkin vuokrattavissa tiloissa yleensä myös kalusteet kuuluvat vuokraan, joten kalusteiden vuokraus saattaa jäädä vähäiseksi.

9.7 Markkinointi

Markkinoinnilla tarkoitetaan yleisesti niitä toimenpiteitä, joilla yritys pyrkii edistämään tuotteiden tai palveluiden myyntiä. Jotta asiakas kiinnostuisi yrityksen palveluista, markkinointi pitää suunnitella niin että palvelun käyttöä pohtiva asiakas ymmärtää kuinka helpolla hän pääsisi tilaamalla juhlapalvelun järjestämään juhlaansa.

9.7.1 Markkinointiviestintä

Pienen yrityksen markkinointibudjetti on erittäin rajallinen, joten yritys tulee käyttämään lähes kaikki markkinointiin varatut resurssit verkkosivujen kehittämiseen ja hakukonemarkkinointiin. Käytössä ovat myös esim. kauppojen ilmoitustaulut jonne aion jättää mainoksia, Facebook ja sieltä löytyvät foorumit, sekä hyvistä asiakaskokemuksista koostuva puskaradio, joka on vähintään yksi tärkeimmistä markkinointikeinoista tänä päivänä. Koska Internetin käyttö on yleistynyt päivittäiseksi melkein jokaiselle meistä, vastaus useimpiin kysymyksiin löytyy Googlestä tai muusta hakukoneesta kysymällä. Omaa näkyvyyttään voi korostaa hakukoneoptimoinnilla. Tämän avulla yrityksen kotisivut suunnitellaan niin, että asiakkaan hakiessa tietyillä hakusanoilla joiden avulla yritys haluaa näkyvyyttä, yritys tulee hakutuloksissa esille.

Koska pienen yrityksen on pienillä resursseilla saatava paljon aikaan, pyritään optimoimaan markkinointikeinot, myyntitavoitteiden asetukset, myyntikanavat ja markkinointiviestinnän suunnittelu. Markkinoinnin on palveltava mahdollisimman tehokkaasti yrityksen tarpeita.

9.7.2 Hinta

Käytän katetuottohinnoittelua luomaan raamit palveluideni hinnoille, mutta otan myös huomioon markkinapohjaisen hinnoittelun. Asiakkaalle on erittäin tärkeää että hän ymmärtää selkeästi mistä asettamani hinta koostuu, ja miksi hänen kannattaa maksaa tarjoamistani palveluista. Yrityksen kustannusrakenne on kevyt, sillä menoja syntyy ainoastaan silloin kun tulojakin, eli kun asiakas tekee tilauksen. Liiketoiminta fokusoi asiakkaisiin jotka arvostavat vaivattomuutta, ja ovat valmiita maksamaan tästä ominaisuudesta hieman korkeampaa hintaa. Hinta koostuu siis palvelujen kustannuksista, sekä helppoudesta ja odotusten ylittämisestä asiakkaalle.

Seuraavaksi listaan muutamia kustannuksia, joiden mukaan palvelupakettien hinta määräytyy.

- Minun korvaukseni on 20€/h. Tähän sisältyvät suunnittelupalaverit ja yhteistyökumppaneiden tapaamiset asiakkaan kanssa sekä minun työaikani

materiaaleja, tiloja, pitopalveluita tai muita asiakkaan tarvitsemia palveluita etsiessä ja tilatessa. Hinta on sama, jos asiakas haluaa minut tilaisuuteen mukaan, esim. häissä hoitamaan käytännön asioita.

- Ruoka- ja vuokrakustannukset määräytyvät alihankkijan ja vuokratilojen mukaan.
- Alkoholijuomat asiakas ostaa itse.
- Kuljetus- ja matkakorvaukset määräytyvät tilanteen mukaan.
- Mikäli tarjoiluhenkilökuntaa tarvitaan juhlatilaisuuteen, on tarjoilijan tuntikorvaukseksi määritelty 15€/h, joka sisältää 10€/h tarjoilijan palkkaa ja 5€ työntekijän sivukustannuksia. Työntekijäkustannukset korvataan henkilöstövuokrausyritykselle, joka suorittaa palkanmaksun.
- Konsultointimaksu, mikäli asiakas haluaa suunnittelupalaverin, mutta ei tee tilausta näiden perusteella on 250€. Mikäli suunnittelutapaaminen johtaa tilaukseen, ei maksua peritä.

9.7.3 Myyntitavoitteet

Asetan kuukauden myyntitavoitteeksi yhdet valmistujaisjuhlat, kahdet aikuisten syntymäpäiväjuhlat, kolmet lastenjuhlat ja yhdet häät. Helpottaakseni laskelmien laatimista, jaan pelkistetysti palveluni näihin neljään kategoriaan.

Arvioin liikevaihdon suuruudeksi 800€/aikuisten syntymäpäivät, josta oma osuuteni on 200€; 1000€/valmistujaisjuhlat, josta oma osuuteni 400€; 350€/lastenjuhlat josta oma osuuteni on 100€ ja 3000€/ häät, josta oma osuuteni 1000€. Kuukausittaiseksi liikevaihdokseni muodostuu siis 6250€, josta oman yritykseni käyttöön jää 2100€.

9.7.4 Myyntikanavat

Yrityksen kotisivut toimivat pääasiassa myyntikanavanani. Verkkosivujen ilmeen on oltava vakuuttava, luottamusta ja kiinnostusta herättävä, joten palkkaan asiantuntijan luomistyöhön, minun toivomusteni mukaan. Asiakkaan kiinnostus on herätettävä välittömästi, jotta hänet saadaan perehtymään palvelutarjontaan siltä istumalta, ottamaan yhteyttä ja tekemään tilauspäätöksen. Vakuuttaakseni

asiakkaani verkkosivuilla tulee olla aiempien asiakkaiden kommentteja, kuvia juhlista ja arvioita palveluista. Sivuston liikennettä on hyvä seurata, jotta yritykseni pystyy selvittämään mitä kautta vierailijat löytävät tiensä sivulle, ja mitä he tekevät sivustolla. Tällaisen palvelun tarjoaa mm Google Analytics. Liikenteen seuraaminen mahdollistaa markkinointiviestinnän kohdentamisen niille sivustoille, joilta potentiaaliset asiakkaat yleisimmin tulevat.

9.8 Kuvaus yritys-asiakasprosessista

Asiakkaan kiinnostumisesta juhlien järjestämiseen

- ➔ Asiakas haluaa järjestää juhlat, mutta haluaa päästä helpommalla ja on valmis maksamaan siitä
- ➔ Asiakas tiedostaa yritykseni olemassaolon ja vierailee verkkosivuilla
- ➔ Asiakas tekee sivustolla olevien ohjeiden mukaisesti varauksen tai jättää yhteydenottopyynnön
- ➔ Otan yhteyttä asiakkaaseen, esittelen palveluni ja vastaan kysymyksiin
- ➔ Sovimme asiakkaan kanssa tapaamisen johon mennessä olen laatinut suunnitelman juhla järjestelyistä asiakkaan antamien tietojen mukaan. Teemme tarvittavat muutokset suunnitelmaan ja kirjoitamme sopimuksen
- ➔ Sovin järjestelyistä yhteistyökumppanieni kanssa
- ➔ Olen asiakkaan tavoiteltavissa ja annan tarvittavia väliaikatietoja järjestelyiden etenemisestä.

Juhlien järjestämisestä purkuun

Ennen juhlapäivää olen vielä viimeisen kerran yhteydessä yhteistyökumppaneihini ja varmistan kaikkien järjestelyiden olevan kunnossa.

- ➔ Juhlapäivänä mina ja tarvittava määrä työntekijöitä tulemme hyvissä ajoin asiakkaan toivomalle juhlapaikalle ja tarkastamme tilan
- ➔ Pitopalveluyritys toimittaa ruoat paikalle sovittuun aikaan, olen vastaanottamassa ja tarkastamassa toimitusta
- ➔ Tarjoilijat pitävät huolta juhlijoista ja yleisestä siisteydestä

- ➔ Oma roolini on pitää kaikki langat käsissä, pitää huolta aikatauluista sekä pyrin olemaan asiakkaan ja hänen läheistensä tukena
- ➔ Juhlien päätyttyä järjestelyjen osalta kiitämme asiakasta työntekijöiden kanssa ja poistumme paikalta
- ➔ Palaamme purkamaan esim. koristelut, keräämään astiat ja teemme siivouksen juhlatilaan seuraavana aamuna tai samana päivänä juhlien päätyttyä
- ➔ Käyn loppukeskustelun asiakkaan kanssa ja kuuntelen palautetta. Pyrin luomaan positiivisen asiakaskokemuksen jolloin asiakas suosittelee palveluitani tutuilleen ja käyttää palveluitani uudelleen.

9.9 Esimerkkejä valmiista pakettihinnoista

Koska asiakkaat eivät välttämättä ymmärrä, mistä kaikesta palveluni koostuvat oman tuntipalkkani lisäksi, aion tarjota myös valmiita paketteja. Valmiit paketit sisältävät kaiken tarvittavan juhlien järjestelyyn, ja ne sopivat myös sellaisille asiakkaille, joilla ei ole omia erikoistoiveita muita kun että joku muu järjestää juhlat, eikä heidän tarvitse kuin ilmaantua paikalle.

Lastenjuhlapaketti 350€

- 10 henkilölle. Kesto 3h, järjestelyihin ja purkuun sekä siivoukseen varataan 1,5h. Asiakkaan omassa kodissa.
- Palvelut: Materiaalien hankinta, pitopalvelulta ruoat, teeman mukaiset koristelut, tilan koristelu, paikallaolo juhlien ajan, tarjoiluapu pitopalvelun työntekijän kanssa mikäli tätä toivotaan, ohjelmanumeron tilaus toiveiden mukaan sekä siivous ja jätteiden huolto tilaisuuden loputtua.
- Vieraat saavat lahjapussit muistona juhlista. Syntymäpäiväsankari saa pienen yllätyksen.
- Menu:
Ruoka ja juoma
Täyttekakku teeman mukaisesti 60€
Kaksi eri asiakkaan valitsemaa pikkuleipää, esim. kookospallot ja suklaahippukeksit á 10€/keksilaji

Pikkupizzat kinkkutäytteellä á 1€/kappale, 2 kappaletta per henkilö
 Perunalastut á 1,99€/pussi, 2 pussia eri makuja
 Juomana Wasa Bryggeri Sockerdricka limonadi, á 2,19€/pullo (3 pulloa)

- Ruoka- ja juomakustannukset 110,55€

• Järjestäjän kustannukset ja palkkio 90€

Ruoka- ja juomakustannukset 110,55€

Kustannukset yhteensä 200,55€

Pakettihinta asiakkaalle 350€

Tuotot yhteensä 350€ - 200,55€ = 149,45€

Aikuisten syntymäpäiväpaketti 800€

- 20 henkilölle. Kesto 4 h, järjestelyihin ja purkuun sekä siivoukseen varataan 2h. Asiakkaan omassa kodissa, tai vuokraamassa tilassa.
- Palveluihin sisältyy materiaalien hankinta, pitopalvelulta ruoat, teeman mukaiset koristelut tai kukat, tilan koristelu, paikallaolo juhlien ajan, tarjoiluapu pitopalvelun työntekijän kanssa sekä siivous että jätteiden huolto tilaisuuden loputtua.

• Menu:

Ruoka

2 eri salaattia, vihersalaatti ja pastapohjainen á 45€/salaatti

2 eri lämmintä piirakkaa, liha- ja kalavaihtoehtoilla á 50€/piirakka

1 asiakkaan toiveiden mukainen kakku á 90€

2 eri asiakkaan valitsemaa pikkuleipää, esim. macaron-leivoksia ja wilhelminakeksejä á 26€/keksilaji

- Ruokakustannukset 332€

Tai:

2 juustotarjotinta ja hedelmiä á 50€

Suolakeksejä ja patonkia 30€

2 voileipäkakkua, liha- ja kalavaihtoehtoilla á 80€/kakku

1 asiakkaan toiveiden mukainen kakku á 90€

- Ruokakustannukset 380€

Juomat

8 cl Nederburg Cuvée Brut per juhlija, eli yhteensä 3 pullo á 9,49€/pullo

Alkoholittomaksi vaihtoehdoksi Lehtikuohu 1 pullo á 13,47€/pullo

Kahvi (Juhla Mokka Tumma paahto 4,50€/paketti)

Laktoositonta maitoa kahviin 2 litraa á 1,19€/litra

Avec 4 cl Cognac Hennessy VSOP 1 pullo á 58,91€/ tai

Disaronno Originale 1 pullo á 12,91€

- Juomakustannukset yhteensä 120,64€

• Järjestäjän kustannukset ja palkkio 160€

Ruokakustannukset 332€ / 380€

Juomakustannukset 120,64€

Kustannukset yhteensä 612,64€ / 660,64€

Pakettihinta asiakkaalle 800€

Tuotot yhteensä 800€ - 612,64€ = 187,36€

800€ - 660,64€ = 139,36€

Valmistujaisjuhlat 1000€

- 40 henkilölle. Kesto 4 h, järjestelyihin ja purkuun sekä siivoukseen varataan 2h. Asiakkaan omassa kodissa, tai vuokraamassa tilassa.
- Palveluihin sisältyy materiaalien hankinta, pitopalvelulta ruoat, teeman mukaiset koristelut tai kukat, tilan koristelu, paikallaolo juhlien ajan, tarjoiluapu pitopalvelun työntekijän kanssa sekä siivous että jätteiden huolto tilaisuuden loputtua.

- Menu:

Ruoka

Salaatti, vihersalaatti tai pastapohjainen á 90€

2 eri lämmintä piirakkaa, liha- ja kalavaihtoehdoilla á 70€/piirakka

1 asiakkaan toiveiden mukainen kakku á 150€

Karjalanpiirakoita 80 kappaletta á 1€/kappale

Munavoi 1 kg á 10€

2 eri asiakkaan valitsemaa pikkuleipää, esim. macaron-leivoksia ja wilhelminakeksejä á 26€/keksilaji

- Ruokakustannukset 522€

Tai:

2 juustotarjotinta ja hedelmiä á 70€

Suolakeksejä ja patonkia 50€

2 voileipäkakkua, liha- ja kalavaihtoehdoilla á 110€/kakku

1 asiakkaan toiveiden mukainen kermakakku á 120€

Macaron-leivokset á 1,30€/kappale

- Ruokakustannukset 582€

Juomat

8 cl Nederburg Cuvée Brut per juhlija, eli yhteensä 5 pullo á 9,49€/pullo

Alkoholittomaksi vaihtoehdoksi Lehtikuohu 2 pullo á 13,47€/pullo

Kahvi (Juhla Mokka Tumma paahto 4,50€/paketti)

Laktoositonta maitoa kahviin 3 litraa á 1,19€/litra

- Juomakustannukset yhteensä 82,46€
- Järjestäjän kustannukset ja palkkio 160€
 Ruokakustannukset 522€ / 582€
 Juomakustannukset 82,46€

Kustannukset yhteensä 764,46€ / 824,46€

Pakettihinta asiakkaalle 1000€

Tuotot yhteensä 1000€ - 764,46€ = 235,54€

1000€ - 824,46€ = 175,54€

9.10 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat

Olen käyttänyt rahoitus- ja kannattavuuslaskelmien pohjana <https://verkkoharkka.wikispaces.com/Laskelmat> -sivustolta löytyviä liiketoimintasuunnitelman rahoitus- ja kannattavuuslaskelmien pohjia, jotka ovat peräisin Pohjois-Karjalan Koulutuskuntayhtymän yrittäjyysopintojen yrityksen taloushallinto – työkirjasta vuodelta 2007. Suurin osa laskelmissa käytetyistä luvuista, kuten käyttöpääoman tarve-laskelmissa, perustuvat verkosta löydettäviin hintoihin. Osassa lukuja olen käyttänyt omaa arviointiani, ja lainat ja korot perustuvat työntekohetkellä vallitseviin lukuihin. Olen pyrkinyt asettamaan kustannukset mahdollisimman korkeiksi ja tulot vastaavasti mahdollisimman mataliksi, pyrkien näin realistisiin laskelmiin.

9.10.1 Investointilaskelma

Investoinnit ovat kustannuksia, jotka saavat aikaan tuottoja pitkällä aikavälillä. Investointien suunnittelu on tehtävä huolella, koska ne ovat usein hyvin kalliita. Investointimahdollisuuksia kannattaa verrata keskenään, sillä niiden kustannukset

ja niistä saatavat hyödyt voivat olla hyvinkin erilaisia. Yrittäjän arvioitavaksi jää mikä investointi kannattaa eniten, kun otetaan huomioon että investointien hyötyjä arvioidaan rahallisen hyödyn lisäksi laadun ja toimivuuden näkökulmista.

Yrityksen perustamisvaiheessa investointilaskelmat kertovat kuinka paljon rahaa tarvitaan toiminnan aloittamiseen vaativien koneiden, laitteiden, kalusteiden, asennusten ja muiden toimenpiteiden kustannuksiin. Laadin seuraavaksi yritykseni investointilaskelman.

Investoinnit	Rahantarve
Kotisivut	2 790€
Kannettava työtietokone	1 079€
Investointitarve yhteensä	3 869€

9.10.2 Käyttöpääoman tarve

Käyttöpääoma tarkoittaa niitä varoja, jotka ovat yrityksen käytettävissä. Näitä varoja käytetään juoksevien kustannusten, kuten vuokrien, palkkojen, hankintojen ja vakuutusten maksuun. Perustamisvaiheessa olevan yrityksen kannattaa varata käyttöpääomaa juoksevien kulujen lisäksi 2-3 ensimmäiselle toimintakuukaudelle odottamattomien kustannusten takia. Asiakkailta tulevien myyntisaamisten maksuajat on huomioitava, sillä myydystä palvelusta saadut varat ovat yrityksen käytettävissä vasta sitten, kun asiakas on suorittanut maksun.

Kulut	Rahantarve
Toiminimen perustamiskulut	105€
Ensimmäisen kuukauden myyntisaamiset	6 250€
Oma palkka	2 000€
Puhelinkustannukset	50€
Matkakustannukset	150€

Markkinointikustannukset	100€
Käyttöpääoma yhteensä	8 605€

9.10.3 Kokonaisrahoitustarve

Yrityksen kokonaisrahoitus koostuu pääomarahoituksesta ja tulorahoituksesta. Pääomarahoitus taas koostuu omasta ja vieraasta pääomasta. Oma pääoma on rahaa, jonka yrittäjä on itse sijoittanut toimintaansa. Vieras pääoma lainataan tai saadaan sijoituksina. Lainoja on myös erilaisia, lyhytaikaisia ja pitkäaikaisia. Lyhytaikaiset lainat, jotka maksetaan lainanottohetkeltä seuraavan vuoden aikana pois, ovat koroiltaan yleensä kalliimpia kuin pitkäaikaiset lainat, ja niitä voidaan käyttää esimerkiksi yritystoiminnan alkuvaiheissa ostovelkojen maksamiseen.

Pitkäaikainen laina on useasti tärkein rahoituskeino aloittavalle yritykselle, koska sillä voidaan maksaa tarvittavat investoinnit ja muut aloittavan yritystoiminnan kannalta välttämättömät kustannukset. Jo toiminnassa olevan yrityksen rahoitukseen kuuluu myös tulorahoitus, jota saadaan myydyistä tuotteista ja palveluista. Tulorahoituksella maksetaan juoksevia kustannuksia ja korkoja sekä hankitaan tarvittaessa lisäinvestointeja. Kokonaisuusrahoitustarve on siis kaikkien kustannusten summa, johon lisätään myös 20 % kustannusylivaraus, odottamattomien kustannusten varalle.

Kokonaisuusrahoitustarve	Rahantarve
Investoinnit	3 869€
Käyttöpääoma	8 605€
Kustannusylivaraus	2 494,80€
Kokonaisrahantarve yhteensä	14 968,80€

9.10.4 Rahoituslaskelma

Perustettavan yrityksen rahanlähteet ja niiden määrät selviävät rahoituslaskelmasta. Päästäkseen yritystoimintansa alkuun, yrityksen on kerrytettävä omaa ja vierasta

pääomaa kattaakseen alkuinvestoinnit ja muut toiminnan aloittamiseen vaadittavat kustannukset, kuten palkat, vuokrat, markkinointi ja mahdolliset asennus- ja korjaustyöt.

Kokonaisuusrahoituksentarpeella, jota selvitettiin edellisessä osiossa, saadaan laskettua rahoituksen tarvittava määrä. Olen seuraavaksi eritellyt omat sekä vieraat rahanlähteet ja niiden määrät kattaakseni tulevat kustannukset. Lainan takauksena toimii kiinteistökiinnitys tai henkilötakaus, vaihtoehtoisesti pankkilainaa ottaessa siihen voi saada Finnveran takauksen. Otan lainaa hieman arvioitua kokonaisrahantarvettani enemmän, yllättävien kustannusten varalta.

Oma pääoma	Määrä	Luottoaika vuosina	Korko %
Oma investointi	3 000		
Pankkilaina	15 000	5	3,5%
Rahanlähteet yhteensä	18 000		

Vaihtoehtona Finnvera-lainalle on hakea lainaa pankista, ja hakea tälle lainalle Finnveran takausta. Korkoprosentti on suositus Finnveran omilta sivuilta, jolla kannattaa laskea kun yrityksen rahoituslaskelmia tehdään.

9.10.5 Kannattavuuslaskelma

Myyntitavoite liiketoiminnalle hahmotellaan kannattavuuslaskelman avulla. Arvioidut kulut lasketaan yhteen, jolloin saadaan summattua kokonaiskustannukset, jotka tulevat tarpeen kun määritellään yritykselle sopivat myyntihinnat. Kustannuksien maksamisen lisäksi voittoa tavoittelevan yrityksen päätavoite on toki saada tuottoa. Kannattavuuslaskelman lopputuloksena saadaan myyntikatetarve, johon on laskettu mukaan myös yrittäjän omapalkkio, kustannusten lisäksi. Lopputuloksen totuudenmukaisuutta on syytä arvioida tarkasti, koska kannattamatonta liiketoimintaa ei ole järkevää lähteä toteuttamaan. Koko liikeidea ei kuitenkaan kannata kuopata jos kannattavuuslaskelma päättyy miinusmerkkiseksi, vaan silloin voidaan miettiä esimerkiksi miten yrityksen kulurakennetta voitaisiin keventää.

Alla olevasta laskelmasta puuttuvat vuokra- ja työntekijäkulut, koska niitä ei tällä hetkellä ole. Yrityksellä ei ole vuokratiloja, koska yritystä hoidetaan kotoa käsin, ja palvelut kulkevat asiakkaan luokse. Työntekijäkustannukset maksetaan pitopalveluyritykselle, samalla kun maksetaan ruoka- ja astiapalvelukulut.

	€/KK	€/VUOSI
TAVOITETULOS	2 000	24 000
+ Ennakkoverot	490	5 880
= Tavoitetulos	2 490	29 880
+ Korot ja muut rahoituskulut	10,30	124,10
= LIIKETULOSTARVE	2 500,30	30 003,60
+ Poistot	0	0
+ Lainojen lyhennykset	250	3 000
= KÄYTTÖKATETARVE	2 750,30	22 003,60
+ Kiinteät kulut:		
Työntekijäkustannukset	0	0
Vuokrat	0	0
Sähkö, vesi	0	0
Puhtaanapito	0	0
Puhelin	50	600
Käyttötarvikkeet	40	480
Markkinointi	100	1 200
Matkakustannukset	150	1 800
Ajoneuvokustannukset	65	780
Yrittäjäeläke	478	5 736

Muut vakuutukset	40	480
Kirjanpito	50	600
Ulkopuoliset palvelut	208,30	2 500
Toimistokulut	20	240
Muut kulut	0	0
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	1 201,30	14 415,60
= MYYNTIKATETARVE	1 501,60	18 019,50

10 YHTEENVETO

Yritystoimintaan siirtyminen, liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja muut haasteet jotka kohtaavat aloittavaa yrittäjää ovat tätä työtä kirjoittaessa tulleet tutuiksi. Olen työssä päässyt tarkastelemaan omaa liikeideaani sekä käytännön että teorian näkökulmasta, ja olen oivaltanut enemmän mahdollisia eteen sattuvia haasteita. Yritys ideana on hyvä ja toteuttamiskelpoinen, mutta esimerkiksi byrokratian sisäistäminen uutena yrittäjänä ja yksityiskohtien hiominen tulevat nyt tarpeen ennen idean käytäntöön panemista. Yrityksellä on yhteisvaikutus alihankkijoiden kanssa, ja ennen kaikkea on pyrittävä molempia tahoja suosivaan lopputulokseen. Tämän takia erityisen tärkeää on suunnittelu ja saumaton yhteistyö. Uskon yhteistyökumppaneiden positiivisuuteen liikeideaani, koska tällöin myös heidän myyntinsä kasvaa, mutta on hyvin tärkeää että osapuolet pystyvät tekemään yhteistyötä ja voivat luottaa toisiinsa.

Kun kartoitin alueen kilpailutilannetta, huomasin, että olisin ainoa yritys joka tarjoaisi yritykseni palveluita alueella. Tämä hämmästytti minua ensin, mutta asiaan perehtyessäni ymmärsin, että tilaisuuksien järjestämisen ulkoistaminen ei ole vielä saanut otetta Suomen kansasta. Yhteishenki asioiden aikaan saamiseksi ja talkooporukalla järjestäminen ovat vielä hyvinkin käytettyjä keinoja, etenkin isojen juhlien kuten häiden, järjestämisessä. Tänne ei ole vielä rantautunut niin paljon juhlasuunnittelijayrityksiä, ja ne harvat yritykset jotka löysin olivat joko suuntautuneet enemmän viihdepuolelle tai olivat pääkaupunkiseudulla. Tässä onkin yritykselleni sekä työsarkaa, että tilaisuus; ihmisten tietoisuuteen on saatettava palveluni laatu ja saada heidät kiinnostumaan siitä myös käytännössä, ja koska olen toistaiseksi tällä alueella ainoa tämän tapaista palvelua tarjoava, on kilpailutilanteeni hyvä. Mikäli yritykseni palvelut valtaavat alaa, en kuitenkaan usko olevani kovin kauan yksin markkinoilla, joten minun on saatava alusta asti sekä potentiaaliset asiakkaat, että yhteistyökumppanit kiinnostumaan yrityksestäni.

Rahoituslaskelmia yritykselle tehdessäni ei jäänyt mitenkään epäselväksi miksi yrittäjäksi Suomessa pyrkiviä joskus varoitellaan kovasta työstä ja kuinka kalliiksi yrityksen perustaminen tulee. Erilaiset kulut vakuutusten ja verojen muodossa

vievät hyvin äkkiä tulot yrittäjältä, joten tämän takia olen pyrkinyt pääsemään alkuun niin pienellä pääomalla kuin mahdollista. Liiketoiminnallani on kuitenkin mahdollista tehdä kohtuullista voittoa, ja pyrin myös pitämään investointi- ja rahoituslaskelmani realistisina.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on yrityksestä riippuen hyvin laaja aihe, ja yhtenä haasteena koinkin tasapainoisen kokonaisuuden laatimisen. Tärkeimmät osa-alueet piti saada rajattua mukaan, niin että lukijakin ymmärtää mistä on kyse liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa. Olen itse tyytyväinen lopputulokseen, koska sain mielestäni syvemmän ymmärryksen kuinka hyvä liiketoimintasuunnitelma laaditaan. Tästä hyötyy myös yrittäjyydestä kiinnostunut lukija, koska pyrin käsittelemään liiketoimintasuunnitelman osa-alueet niin lyhyesti ja ytimekkäästi kuin pystyin, selkeyden säilyttämiseksi.

Työni aikataulut, kuten aikataulut lapsiperheessä yleensäkin, ontui alusta alkaen. Heti kun pääsin työtäni tekemään, jouduin kääntämään keskittymiseni muualle. Tämä sai aikaan sen, että annoin välillä periksi koko työn suhteen, koska en saanut omasta mielestäni mitään aikaiseksi. Ymmärsin kuitenkin edetä jouhevasti silloin kun aikaa oli, mutta työ ei pystynyt säilyttämään mielenkiintoani. Kun ymmärsin muokata yritysideaani mielenkiintoisempaan suuntaan, alkoi työkin edistyä.

Opinnäytetyön laajuisen tutkimuksen tekeminen onkin ollut silmiä avaava kokemus. Olen tottunut kirjoittaja, mutta työn laajuus ja tutkimuksen haasteet ovat olleet ihan eri tasolla tätä työtä kirjoittaessa. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on myös auttanut minua hahmottamaan menestyvän yritystoiminnan edellytykset. Yrityksen yhteistyökumppaneiden ja markkinoinnin merkitys ovat saaneet syvemmän ymmärryksen työn myötä.

Tulen yrittäjäperheestä, ja olen perustanut itsekin pienimuotoisen pitopalveluyrityksen aikoinaan. Tämän työn myötä olen kuitenkin kiinnostunut laajentamaan yritykseni palveluita myös juhlasuunnitteluun. Olen itse ollut myös monta vuotta ravintolamaailmassa töissä eri tehtävissä, ymmärrän alan haasteet ja pystyn käyttämään kokemustani ja yhteyksiäni hyväksi yritystoiminnassani. Tiedän ja tunnen vahvuuteni ja heikkouteni, ja olen myös hyvin tietoinen yritystoiminnan

varjopuolista, omasta kokemuksestani sekä perheenjäseneni konkurssin myötä. Uskon silti että saan liikeideastani vielä toimeentulon, kun olen saanut panostettua kunnolla taustatutkimukseen ja liikeidean laatimiseen. Perusteellisesti tehty pohjatyö antaa paremmat mahdollisuudet onnistua yritysmaailmassa tulevaisuudessa.

Koen onnistuneeni tässä työssä, koska sain selkeytettyä yritykseni laajennusmahdollisuudet eri tavalla laatimalla tämän liiketoimintasuunnitelman. Aion edetä suunnitelmassani hitaasti pienten lasten takia, mutta pyrin panostamaan markkinointiin jotta saan palveluni laadun tunnetummaksi, ja sen myötä kokemusta sekä liikeidean toteuttamisesta ja käytännön ongelmista. Liiketoimintasuunnitelman on pyrittävä olemaan ajan tasalla, ja pyrin muokkaamaan sitä tarpeen vaatiessa, jotta voin palvella asiakkaita paremmin ja että saan itsekin irti mahdollisimman paljon yrityksestäni.

LÄHTEET

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2003. Opas ravintolan liike-toimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark Oy.

Finlex 2015. Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060308>. Viitattu 1.2.2017

Finnvera.fi https://www.finnvera.fi/usein-kysyttya/usein-kysyttya#rahoituksen_hakeminen

Gedeon, S. 2010. What Is Entrepreneurship? Entrepreneurial practice review. Vol.1, nro. 3, s. 16-34.

Hakanen, M. 2004. Pk-yrityksen strategiatyö. Helsinki: Multiprint Oy.

Hokkanen, T., Mönkkönen, T. & Pesonen, I. 2006. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita Publishing Oy

Holopainen, T. 2006. Yrityksen perustajan opas- silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Pohjois-Karjalan Koulutuskuntayhtymä, 2007, Yrittäjyysopinnot - Yrityksen taloushallinto - työkirja
<https://verkkoharkka.wikispaces.com/Laskelmat>

Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy

Kinkki, S., Hulkko, P. & Mäkinen, I. 1999. Yritystoiminta. Porvoo: WSOY.

Kinkki, S., Hulkko, P. & Mäkinen, I. 2001. Yritystoiminta. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kinkki, S. & Isokangas, J. 1999. Yrityksen perustoiminnot. Porvoo: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1994. Yritystoiminnan yrtti. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1997. Yrtti-Yritystietous. Porvoo: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Lehtipuro, K., Kangasaho, E. & Niemelä, T. 1999. Uskalla sinäkin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Liiketoimintasuunnitelman vaiheet.

<https://www.onnistuuyrittajana.fi/liiketoimintasuunnitelma-ohje>

Lojander, T. & Suonpää, J. 2004. Käytännön yritystoiminta. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

MaRa Oy 2016. Pitopalvelun harjoittajan anniskelulupa.

<http://mara.fi/pitopalvelun-harjoittajan-anniskelulupa>. Luettu 4.1.2016.

McKinsey & Company. 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Osuuspankki: Yrityksen perustajan opas, viitattu 23.5.2015

<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150104910>

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

PK-RH Pk-yrityksen riskienhallinta 2000-2009. Luettu 11.2.2017

<http://www.pkrh.fi/riskilajit/liikeriskit/liiketoiminnan-nelikenttaanalyysi-swot/?searchterm=swot-analyysi>.

Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sutinen, M & Antikainen, A. 1996. PK-yrittäjän käsikirja. Helsinki: Gummerus kirjapaino Oy

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritys-toiminnasta mutta et ole tiennyt keltä kysyä. Kirjakas Ky: Savonia-ammattikorkeakoulu.

Tilastokeskus Pohjanmaan maakunnan asukasluku, 31.12.2016

http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__vamu/001_vamu_tau_107.px/?rxid=2967e8e8-6bc4-4d37-baf5-76480444fa8a Luettu 12.4.2017

Timmons, J., Zacharakis, A. & Spinelli, S. 2004. Business plans that work. United States of America: RR Donnelley.

Yrityssuomi 2015 a. Liiketoimintasuunnitelma.

<https://www.yrityssuomi.fi/liiketoimintasuunnitelma>. Luettu 11.2.2017.