

Opinnäytetyö

Outi Äijälä

**LIIKETOIMINTASUUNNITELMA: KÄYTETTYJEN LASTENVAATTEIDEN
LIIKE**

Outi Äijälä
Tutkintotyö
Työn valvoja
Toukokuu 2010
Hakusanat

Liiketoimintasuunnitelma
37 sivua
DI Jukka Nurmi
Yrittäjyys, liiketoimintasuunnitelma, yrittäjä

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli pohtia menestystekijöitä käytettyjen lastenvaatteiden liikkeelle liiketoimintasuunnitelman avulla. Yritystoiminnan lähtökohtana on idea, jolla on mahdollista sekä ansaita rahaa, että tehdä jotain itselleen kiinnostavaa ja haastavaa. Kun on idea, tehdään kirjallinen liiketoimintasuunnitelma, jonka tavoitteena on selvittää suunnitellun yrityksen kannattavuutta sekä menestymisen mahdollisuuksia. Liiketoimintasuunnitelmalla on hyvä aloittaa, kun harkitaan oman yrityksen perustamista. Kun on olemassa perusteellinen selvitys yrityksen toiminnasta ja sen mahdollisuuksista, on liiketoimintasuunnitelmasta apua myös tulevaisuudessa mahdollisia rahoittajia tavatessa.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada työn tekijän omasta yritysideoista selkeä ja jäsennelty liiketoimintasuunnitelma, jonka avulla selvitetään tekijän omia yrittäjyysominaisuuksia ja valmiutta ryhtyä yrittäjäksi sekä selkeyttää tekijälle itselleen yritysideoita ja mahdollisuuksia tulevaisuudessa. Tärkeintä oli selvittää onko työn tekijästä tai edes yritysideoista menestymään sekä saada tietoutta yrittäjyyden eri kulmakivistä. Apuna opinnäytetyön laatimisessa käytettiin aihetta käsittelevää kirjallisuutta.

Outi Äijälä
Engineering thesis
Supervisor
May 2010
Keywords

Business plan
37 pages
MSc Jukka Nurmiaho

Business plan, business planning, entrepreneur

ABSTRACT

The purpose of this study was to consider the success factors of a shop for circulation of used children's clothing. This is done by using a business plan. An enterprise is based on an idea how it is possible to earn money and do something interesting and challenging themselves. When you have an idea, make a written business plan, which aims to clarify the proposed company's profitability along with proper success. A business plan is a good place to start when considering setting up your own business. When there is a thorough review of the company's activities and its opportunities, is a business plan a valuable information package for future meetings with potential investors.

The aim of the study was to get a clear and structured business plan of authors own idea for a business. It explains the author's own entrepreneurial capabilities and willingness to become an entrepreneur. It also clarifies the author himself the claims, business ideas and opportunities in the future. The most important thing was to determine whether the author or even the business idea is ready to be successful, and to obtain knowledge of the cornerstones of an entrepreneurship. The thesis was written using the help of various literatures considering the topic.

ALKUSANAT

Minua on jo monta vuotta kiehtonut ajatus omasta pienyrityksestä. Liikeidea käytettyjen lastenvaateiden liikkeestä on pyörinyt mielessäni jo pidempään ja nyt pääsen tutkintotyön merkeissä toteuttamaan liiketoimintasuunnitelmaa, joka perustuu omaan liikeideaani. Yrittäjyydessä minua kiehtoo päällimmäisenä ajatus siitä tietynlaisesta vapaudesta, kun olet itse vastuussa omasta työstäsi. Jotta saisin jonkinlaisen käsityksen yrityksen perustamisen vaatimista seikoista, sekä selvityksen oman ideani toimivuudesta, päädyin tekemään opinnäytetyön itselleni. Toivottavasti työstä on apua myös muille omaa pienyritystä harkitseville.

Koska opintoni eivät ole suuntautuneet liiketalouteen, yrityksen liiketoimintaan liittyvän työni valmiiksi saattamiseen on liittynyt paljon uuden tiedon haalimista, sisäistämistä ja sen hyödyntämistä. Vaikka työ ei suoraan käsittele varsinaista opintosuuntaustani, pidän kuitenkin tärkeänä oppia uutta, enkä usko liiketoimintaan perehtymisestä olevan haittaa tulevalle insinöörille. Työn puitteissa myös oma suhtautumiseni käytettyihin tuotteisiin ja kierrätykseen on muuttunut avoimemmaksi. Aina ei tarvitse ostaa uusia tuotteita, kun lähes uudenveroisia tuotteita voi löytyä paljon edullisemmalla hinnalla, kuin vastaava maksaisi uutena. Käytetty ei aina merkitse huonokuntoista ja käyttökelvotonta.

Nyt työtä loppuun saattaessa, olen tyytyväinen aihevalintaani, koska työ on laajalti avartanut näkemyksiäni yrittäjyydestä. Työn myötä olen saavuttanut paljon uutta ja varmasti insinöörille hyödyllistä tietoa liiketoiminnasta.

Tampereella, 29. huhtikuuta 2010.

Outi Äijälä

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
ALKUSANAT	4
SISÄLLYSLUETTELO	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Työn tavoite	7
2 YRITTÄJYYS	8
2.1 Yrittäjäksi alkaminen	10
2.2 Minä yrittäjänä	11
3 YRITYSTOIMINNAN KUVAUS	12
3.1 Lähtökohdat käytettyjen lastenvaatteiden liikkeelle	12
3.2 Liikeidea	13
3.3 Strategia	14
3.3.1 Visio	14
3.3.2 Missio	15
3.3.3 Arvot	16
5 MARKKINAT JA KILPAILIJAT	18
5.1 Asiakaskunta	18
5.2 Yrityksen sijainti	19
5.3 Kilpailijat	19
5.4 Kilpailuetu	23
5.5 Aloittavan yrityksen markkinointi	24
6 YRITYSTOIMINNAN RISKIT	27
6.1 Tulevaisuuden riskien ja mahdollisuuksien arviointi	28
6.2 Riskianalyysi	29
7 PERUSTAMISEEN LIITTYVÄT LASKELMAT JA ARVIOT	30
7.1 Investointilaskelma	30
7.2 Liiketoiminnan kuukausittaiset menot ja käyttöpääoman tarvelaskelma	32
7.3 Rahoitustarvelaskelma	34
7.4 Ensimmäisen toimintavuoden kassavirtaennusteet	35

7.5 Ensimmäisen vuoden tuloslaskelma.	36
7.6 Pääoman tuottoaste.....	36
8 ARVIO KOKO YRITYSHANKKEESTA	37
8.1 SWOT –analyysi	37
8.2 Yhteenveto ja johtopäätökset koko yrityshankkeesta	39
LÄHDELUETTELO	40

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tekoon on johtanut tekijän yritysidea käytettyjen lastenvaatteiden liikkeestä sekä kiinnostus yrittäjyyteen. Tarkoituksena on tehdä toimiva liiketoimintasuunnitelma lähtökohdaksi kyseisen pienyrityksen perustamiselle. Työssä edetään liiketoimintasuunnitelman mukaisesti, perehtyen sen kannalta merkittäviin asioihin ja käsitteisiin, sekä ajatellen asioita vaateliikkeen perustamisen kannalta.

Yrityksen perustana on aina yritysidea, joka kehittyy liikeideaksi, jota sittemmin analysoidaan liiketoimintasuunnitelman avulla. Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen dokumentti, jossa käydään läpi perustettavan yrityksen lähtökohtia, tavoitteita ja liiketoimintaa. Kuten monessa muussa asiassa, on yritystä perustettaessakin, hyvä suunnitelma tärkeä pohja aloitettavalle toiminnalle. Sanotaanhan, että hyvin suunniteltu on puoliksi tehty.

1.1 Työn tavoite

Lähtökohta tälle opinnäytetyölle on sen tekijän idea käytettyjen lastenvaatteiden liikkeestä, joka halutaan perustaa Tampereen keskustaan. Työn tavoitteena on saavuttaa liiketoimintasuunnitelmaa apuna käyttäen selkeä kuva kyseisen liikeidean mahdollisuuksista menestyä tulevaisuudessa. Menestystekijöiden sekä rahoitustarpeen selvittämisen lisäksi työn toivotaan valaisevan tekijäänsä yrittäjyyden ja liiketoiminnan kiemuroista. Liiketoimintasuunnitelma on tehty sen pohjalle, että tämän opinnäytetyön tekijä perustaisi tulevaisuudessa kyseisen yrityksen.

Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on lähinnä selvittää tekijälle itselleen ideansa mahdollinen kannattavuus ja mitä kaikkea siihen vaaditaan, jotta saadaan kokonaiskuva kyseisen yrityksen perustamisesta ja mahdollisuuksista. Yrittäjyyttä harkitsevalla on paljon erilaisia, niin yritystoimintaan, että omaan osaamiseensa liittyviä seikkoja selvitettävänä ja pohdittavanaan.

2 YRITTÄJYYS

Yrittäjä on henkilö, joka ansaitsee toimeentulonsa yritystoiminnalla, tuottaen muun muassa tavaroita tai palveluita. Yrittäjyys on tapa ajatella, toimia sekä suhtautua työntekoon. Se on myös ominaisuus, jota vaaditaan työskennellessä niin omassa yrityksessä kuin työntekijänä toisen omistaman yrityksen palveluksessa. (www.nuoriyrittaja.fi/ny_mita) Yrittäjyys onkin jaettavissa kahteen eri yritysmuotoon, sisäiseen ja ulkoiseen yrittäjyyteen. Kun toimitaan oman yrityksen palveluksessa, puhutaan ulkoisesta yrittäjyydestä. Sisäisessä yrittäjyydessä henkilö toimii yritteliäästi yrityksen palveluksessa, olematta kuitenkaan kyseisen yrityksen omistaja. (Passila 1997, 10)

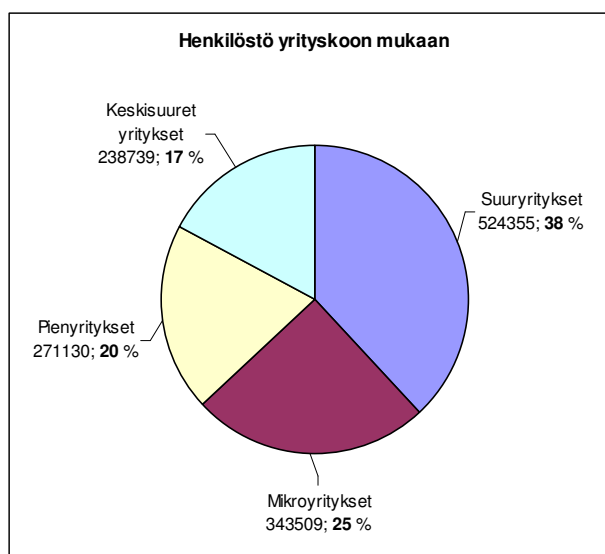
Suomen kansantaloudelle yrittäjyys on erittäin tärkeää. Merkittävimpiä toimijoita ovat varsinkin pienet ja keskikokoiset yritykset (pk-yritykset), niiden työllistäessä yritysten runsaasta 1,4 miljoonasta työntekijästä yli 60 prosenttia. Lisäksi noin puolet yritysten liikevaihdosta syntyy pk-yrityksissä ja pk-sektorin osuus bruttokansantuotteesta on yli 40 prosenttia. (www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyysuomessa) Suomalaisessa yhteiskunnassa tuetaan yrittäjyyttä muun muassa erilaisilla yrittäjyyden kehittämishankkeilla, joiden tavoitteena on luoda myönteistä näkökulmaa yrittäjyyteen. Näin saadaan luotua uusia työpaikkoja sekä parannettua yritysten toimintaedellytyksiä. (Raatikainen 2008, 8)

Sivulla 9 esitetyissä kaavioissa on yrityskoot jaettu neljään eri luokkaan. Mikroyritykset sekä pienet ja keskisuuret yritykset määritellään niiden henkilöstön määrän ja niiden liikevaihdon tai taseen loppusumman perusteella. Tilastokeskuksen mukaan näiden kokoluokkien määrittelyt ovat seuraavat:

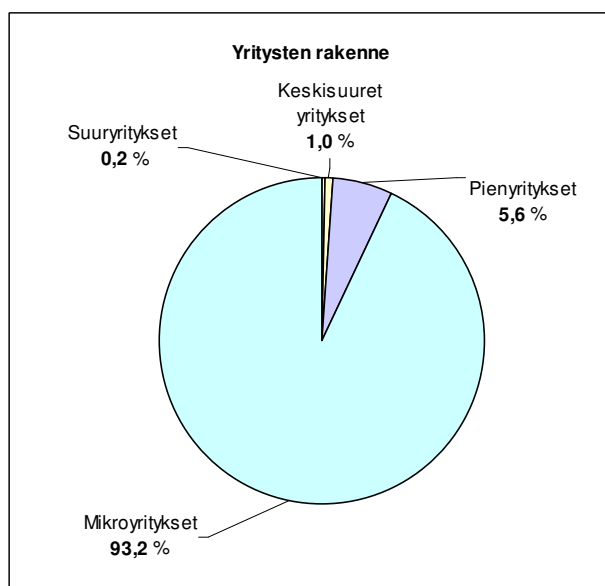
- Mikroyritys käsitetään yrityksen, jonka henkilöstömäärä on alle 10 henkilöä ja jonka liikevaihto tai taseen loppusumma ei ylitä 2 miljoonaa euroa.
- Pienyritys on yritys, jonka henkilöstömäärä on alle 50 henkilöä ja jonka liikevaihto tai taseen loppusumma ei ylitä 10 miljoonaa euroa.

- Keskiuuri yritys käsittää yrityksen, jonka henkilöluku on alle 250 työntekijää ja jonka liikevaihto ei ylitä 50 miljoonaa euroa tai jonka taseen loppusumma ei ylitä 43 miljoonaa euroa.

Kaaviossa 1 on kuvattu kuinka yritykset jakautuvat niissä työskentelevän henkilöstön määrän mukaan. Kaavio 2 esittää minkälaisiin prosentiosuuksiin yritykset jakautuvat rakenteensa perusteella.



Kaavio 1 Yritysten prosentuaalinen jakautuminen henkilöstön määrän mukaan



Kaavio 2 Yritysten jakautuminen rakenteensa perusteella (Helsingin Sanomien tilasto)

2.1 Yrittäjäksi alkaminen

Vaikka itse yrittäjyyttä pidetään usein jonkin asteisena vapautena, on sen aloittaminen hyvin monimuotoinen prosessi. Yrittäjän pitää pystyä hallitsemaan omaa elämäänsä sekä olemaan oma-aloitteinen. Yrittäjältä vaaditaan monien ominaisuuksien lisäksi erityisesti joustavuutta, sosiaalisuutta sekä organisointi- ja stressinsietokykyä. Henkilöominaisuuksien lisäksi päätökseen alkaa yrittäjäksi vaikuttavat elämäntilanne ja taustat. Yrittäjyyttä harkitsevilla on siis monia asioita huomioitavanaan. Ennen lopullista päätöstä yrittäjäksi haluavan onkin syytä pohtia omia toimintatapojaan, yritteliäisyyttä ja soveltuvuutta niin taustansa, elämäntilanteensa kuin henkilökäytäntönsä kantilta. (Raatikainen 2008, 20-22)

On kuitenkin muistettava, että pelkillä yrittäjäominaisuuksilla ei saavuteta menestyvää yritystoimintaa. Hyvien yrittäjäominaisuuksien lisäksi yrittäjyys vaatii sekä toimivan liikeidean että rahaa. (Holopainen & Levonen 2003, 16) On useita erilaisia yritysideoiden syntytapoja. Yritysidea voi olla idea täysin uudesta tuotteesta tai palvelusta tai se voi olla jo olemassa olevan kehitystä. Idea yrittäjyydestä voi lähteä liikkeelle esimerkiksi koulutuksen, harrastusten tai ammatillisen osaamisen parista. Yrittäjäksi voi myös ryhtyä perheyrittäjän toiminnan jatkajana tai franchising yrittäjänä. Myös työttömyys voi olla sysäys yrittäjyyteen.

Yrittäjyyttä harkitseville on tarjolla erilaisia asioita käsitteleviä tilaisuuksia ja koulutuksia joista saa yrityksen perustamiseen liittyvää tietoa. Itseään askarruttaviin kysymyksiin voi hakea tietoa muun muassa kuntien ja kaupunkien elinkeinotoimistoista, uusyrityskeskuksista ja TE -keskuksista. Talouteen liittyvissä asioissa kannattaa kääntyä esimerkiksi pankkien, Finnvera Oyj:n tai muiden erityisluottolaitoksien puoleen. (Raatikainen 2006, 23-26)

2.2 Minä yrittäjänä

Kysyessäni itseltäni syytä haluun olla yrittäjä, tulee ensimmäisenä mieleeni halu olla itsenäinen työntekijä, joka pystyy toteuttamaan itseään. Näiden lisäksi näen myös visioni tuosta ihanasta, raikkaan sävyisestä, vain lapsille suunnatusta second-hand liikkeestä. Yrittäjyyteen minua motivoi siis liikeideani ja tahto toimia itsenäisenä elinkeinonharjoittajana.

Pohdittaessa vahvuuksiani kyseisen yrityksen perustamiselle, yhtenä tärkeimpänä vahvuutenani käytettyjen lastenvaatteiden liikkeen perustamisessa pidän tekstiilialan koulutustani. Tekstiili- ja vaateustekniikan insinöörinä omaan tekstiileihin liittyvien asioiden tuntemuksen eli minulla on paljon tietoa erilaisista materiaaleista, rakenteista sekä tekstiilien ja vaatteiden oheistuotteista kuten vetoketjuista, napeista ja painatuksista. Tärkeää on myös tietouteni erilaisista tekstiileihin liittyvistä lakisäädöksistä, joita on hyvin paljon varsinkin lastenvaatetuksessa. Mielestäni tekstiilituotteiden myyjänä on tärkeää osata kertoa asiakkaille tuotteiden materiaaleista ja ominaisuuksista, varsinkin, kun kyseessä on kovaan kulutukseen joutuvat lastenvaatteet. Myyjän asiantuntevuus lisää luottamusta asiakkaiden keskuudessa ja tuo näin tiettyä pysyvyyttä asiakaskuntaan ja kaupankäyntiin. Tekstiilien tuntemuksen lisäksi omaan kyvyn johtaa ja hallita alani ympäristöjä, sekä kehittää näitä tarpeen vaatiessa oikeaan suuntaan.

Koska aloittelevan yrittäjän tai yrittäjyyttä harkitsevan on tärkeää tiedostaa omat yrittäjyysominaisuudet, taidot ja osaamisalueet, olen tätä työtä tehdessäni suorittanut itsearviointia ja pohtinut omia ominaisuuksiani. Itsearvioinnin tueksi löytyy Internetistä yrittäjyystestejä, joita on tullut täyteltyä useampi kappale (finnvera2.alkuvoima.com/yrittajatesti/, www.opintoluotsi.fi/Peli/index.html www.yrityssuomi.fi/testit/luonne.html). Näistä saadut tulokset olivat sen verran positiivisia ja rohkaisevia, että kovalla työllä ja päättäväsyydellä voisin jossain vaiheessa todella aloittaa liiketoiminnan jossain nyky-yritysten muodoista.

3 YRITYSTOIMINNAN KUVAUS

3.1 Lähtökohdat käytettyjen lastenvaatteiden liikkeelle

Kirpputorien sekalainen valikoima ja toisaalta ainoastaan arvokkaita merkkivaatteita myyvät lastenvaateliikkeet jättävät ison markkinaraon edullisien käyttövaatteiden myyjille. Tästä johtuen Tampereen talousalueella uskotaan olevan kysyntää käytettyjen lastenvaatteiden sekä muiden lastentarvikkeiden, kuten rattaiden, istuimien ja lelujen myyntiin keskittyneelle liikkeelle.

Nyky-yhteiskunnassa, jossa puhuttaa paljon juuri ekologisuus ja niin sanotut vihreät arvot, on erittäin todennäköisesti kehittymässä tarve juuri tällaiselle kierrätykseen kannustavalle yritystoiminnalle. Ihmisten halu tehdä jotain ekologista ja vähentää kulutuskulttuuria on selvässä kasvussa, jolloin tämän opinnäytetyön mukaisen liikkeen perustamisen myötä ihmisten olisi helpompi toteuttaa näitä arvoja.

Varmasti myös vuonna 2008 alkaneella maailmanlaajuisella taantumalla ja sitä seuranneella lamalla on myyntiä nostattavia vaikutuksia. Aikana jolloin ihmisillä on taloudellisesti tiukkaa ja tarvitsee säästää, ostetaan käytettyjä vaatteita ja saadaan korvaus vanhoista. Mikä voisi olla otollisempi hetki käytettyjä vaatteita myyvän liikkeen perustamiselle, kuin tämäntapainen ajankohta.

Kun lähtökohtatilannetta mietitään työn tekijän kannalta, ollaan vielä hyvin alkutekijöissä. Tekijällä on oikeastaan tällä hetkellä vain tämä liikeidea, mutta toivottavasti tilanne on parempi opinnäytetyön valmistuttua.

3.2 Liikeidea

Yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle pitkän harkinnan tuloksena tai sattumalta syntyneestä ideasta, jonka tavoitteena on ansaita rahaa sekä tehdä jotain kiinnostavaa. Tätä ideaa kutsutaan yritysideoiksi, josta vähitellen muodostuu liikeidea. Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta tuottaa rahaa vastaten kolmeen peruskysymykseen: mitä, kenelle ja miten. Tiivistäen liikeidea tarkoittaa yrityksen syytä olla olemassa kertoen yrityksen tuotteista, asiakkaista ja toimintatavoista. (Sutinen & Viklund 2004, 68)

Suunnitellun yrityksen liike-idea perustuu kierrätykseen ja ekologisuuteen. Liikeideana on tarjota edullisia ja käytettyjä lastenvaatteita siisteinä, järjestelmällisessä ja miellyttävässä ympäristössä sekä samalla antaa vanhemmille mahdollisuus helppoon, lapsiltaan ylimääräisiksi jääneiden vaatteiden kierrätykseen ja jälleenmyyntiin. Liikeideana on siis lastenvaatteisiin keskittyvä second-hand shop, jossa on mahdollista ostaa, myydä ja vaihtaa tuotteita.

Lasten kasvaessa vaatteet jäävät nopeasti pieniksi ja usein vanhempien ongelmana onkin kaappien täyttyminen kyseisistä pieneksi jääneistä vaatteista. Nykyajan perheiden lapsiluku on pieni eivätkä vaatteet näin kierrä perheen sisällä lapselta lapselle. Aina ei raaski laittaa lähes käyttämättömiä vaatteita kierrätykseen. Yritysidea on myös ajankohtainen ajatellen nykyaikana paljon puhuttavaa ekologisuutta ja hiilijalanjälkeä. Asiakkaiksi tavoitellaan kierrätystä arvostavia vanhempia ja siinä samalla tulee tietysti myös vähemmän kierrätysteemaa ajattelevia ihmisiä mukaan katsomaan mikä tämä juttu oikein on, mistä kaikki nyt puhuvat.

Yrityksen toiminta keskittyy Tampereen keskustaan ja markkina-alueena on Pirkanmaa. Tampereen keskustan valinnan merkittävin syy on sen keskeisyys, jolloin hyvät kulkuyhteydet mahdollistavat jokaisen halukkaan ostoksille pääsyn. Liiketilalta vaaditaan ennen kaikkea näkyvyyttä ja toimivuutta. Liiketilankokoo arvioidaan riittävän noin 50 m² sosiaalituloineen.

3.3 Strategia

Strategia on suunnitelma siitä miten päästään tavoiteltuun päämäärään. Aloittavan yrityksen strategiaan on koottu yrityksen visio, arvot ja missio, joihin perehdytään seuraavassa kolmessa kappaleessa tarkemmin.

3.3.1 Visio

Visio on näkemys tulevaisuudesta (Rekiaro, Rekiaro & Nurmi 2008, 409). Visio kertoo, mihin yritys tähtää ja mitä sen halutaan olevan. Vaikka yrityksen tulevaisuudenkuva näyttäisi paperilla laskelmien valossa loisteliaana, on visiota hahmotellessa kuitenkin tärkeää pysyä realistisena ja miettiä tulevaisuuden suunnitelmat sellaisiksi, joita on mahdollista toteuttaakin.

Suunnitellun yrityksen visiona on tulla Pirkanmaan arvostetuimmaksi lapsille suunnatuksi second-hand shopiksi sekä saavuttaa kaupallisesti menestyvä liiketoiminta. Tulevaisuudessa liiketoimintaa halutaan laajentaa myös internetissä toimivaksi nettikaupaksi. Yrityksen menestymiseen tarvitaan kuitenkin asiakkaita ja siksi tärkeä tavoite on saavuttaa mahdollisimman laaja asiakaskunta. Rahallinen menestyminen on myös hyvin tärkeää, kun yrittäjä saa ainoan toimeentulonsa liiketoiminnalla saavutetuista tuloista. Lisäksi menestyminen auttaa yritystä kehittymään, koska yrityksen kehittäminen vaatii usein investointeja, jotka puolestaan vaativat pääomaa. Jatkuvalle kehitystyölle pidetään yllä yrityksen kilpailukykyä.

Pirkanmaan suosituimmaksi lasten second-hand shopiksi päästään tarjoamalla asiakkaille käytettyjen, mutta hyväkuntoisten lastentuotteiden lisäksi helppoa tapaa päästä eroon nurkkiin kertyneistä ylimääräisistä lastenvaateista ja -tarvikkeista. Vaikka yritystoiminta perustuu käytettyihin tuotteisiin, yrityksen imagon halutaan olevan hyvän laadun vaikutelmaa luova, niin yrityksen palvelun kuin tuotteidenkin kannalta. Asiakkaille halutaankin tarjota asiantuntevaa ja yhteistyökykyistä palvelua.

Mahdollisimman positiivisen yrityskuvan luomisella pyritään saavuttamaan kaikki potentiaaliset asiakkaat.

3.3.2 Missio

Missio eli toiminta-ajatus vastaa kiteytettynä kysymykseen: miksi olemme olemassa. Käytettyjen lastenvaatteiden liikkeen toiminta-ajatuksena on tarjota kierrätyksestä kiinnostuneille asiakkaille laadukkaita käytettyjä tuotteita miellyttävässä ympäristössä. Yrityksen tavoitteena on vähentää kertakäyttökulttuuria, tarjoamalla helppo sekä ympäristöystävällinen tapa luopua vanhoista vaatteista sekä ostaa uusia käytettyjä tilalle. Liikkeeseen on mahdollista tuoda kaikki ylimääräiset vaatteet, jotka sitten liikkeessä arvioidaan kunnon perusteella myyntiin.

Kierrätystä aiemmin välttäneille asiakkaille voidaan antaa myös tietopaketteja kaikista kierrätyksen mahdollisuuksista ja sen positiivisista vaikutuksista, mistä heillä ei kenties aiemmin ollut tietoa. Kun vanhemmat saadaan innostumaan kierrätyksestä ja sen helppoudesta, myös liikkeen tuotteiden vaihtuvuutta saadaan kasvatettua. Näin myös perheiden kaappien perukoilta saadaan ylimääräisiksi jääneet vaatteet ja muut tavarat kiertoon. Mikäli tuotteet eivät kelpaa myyntiin tai eivät myyntijakson aikana mene kaupaksi, liikkeen omistaja toimittaa tuotteet vähäosaisille. Tämä tapahtuu tietysti vain tuotteiden haltijan suostumuksesta.

Näiden lisäksi tarkoituksena on myös saavuttaa menestyvä liike, johon asiakkaiden on helppo ja mukava palata aina uudestaan. Tähän pyrkiessä on panostettava asiakastyytyvyyteen ja laadullisten tekijöiden selkeään esiin tuomiseen.

3.3.3 Arvot

Yrityksen arvot painottuvat asiakaslähtöisyyteen, kehittämiseen ja taloudelliseen tuloksellisuuteen. Koska yrityksen toiminnan perustana ovat juuri asiakkaat, halutaan luoda pitkäkestoisia ja luotettavia asiakassuhteita panostamalla asiakastyytyvyyteen. Asiakkaiden tarpeita tulee ymmärtää ja ne tarvitsee täyttää parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä vaatii myös yrityksen kykyä kehittyä, joten ajan hermoilla pysyminen auttaa yritystä menestymään markkinoilla sekä säilyttämään asiakkaat. Taloudellinen tuloksellisuus on helpommin saavutettavissa, kun edellä mainitut arvot, asiakaslähtöisyys ja kehittyminen toteutuvat.

Yrityksestä halutaan myös vihreitä arvoja ja hyväntekeväisyyttä suosiva. Vihreitä arvoja tässä työssä tuodaan esille kierrätyksellä sekä muilla päivittäisillä ekologisilla valinnoilla. Hyväntekeväisyydellä on tietysti kaupallisessa merkityksessä rajansa, mutta kun sen tuo esiin oikealla tavalla, iskostuu se ihmisten mieliin myös samalla tasolla. Ihmisiä kannustetaan tekemään valintoja, joilla voidaan auttaa toisia ihmisiä. Kyseistä hyväntekeväisyyttä voi olla esimerkiksi vaatelähetykset vähempiosaisille, jolloin yritys tarjoaa ihmisille mahdollisuuden lahjoittaa kaupaksi menemättömät tuotteet hyväntekeväisyyteen.

Visio

Tulla Pirkanmaan arvostetuimmaksi lapsille suunnatuksi second-hand shopiksi saavutettaessa myös kaupallisesti menestyvä liiketoiminta.

Missio

Tarjotaan edullisia ja käytettyjä lastenvaatteita siisteinä, järjestelmällisessä ja miellyttävässä ympäristössä sekä samalla annetaan mahdollisuus helppoon ylimääräisiksi jääneiden vaatteiden kierrätykseen ja jälleenmyyntiin.

Arvot

Asiakkaat

Tuloksellisuus

Kehitys

Ekologisuus

4 YRITYSMUODON VALINTA

Yhtiömuotoja on monia, joten yritystä perustettaessa on tärkeää miettiä, mikä yritysmuodoista soveltuu parhaiten tarkoitukseen. Sopivaa yritysmuotoa pohtiessa on otettava huomioon useita erilaisia yritysmuodon valintaan vaikuttavia seikkoja, kuten perustajien lukumäärä, pääoman tarve ja vastuu.

Kun yritystä perustamassa on vain yksi henkilö, on käytännöllisintä toimia yksityisenä elinkeinon harjoittajana. Vähintään kahta yhtiömiestä vaativat henkilöyhtiö, avoinyhtiö ja kommandiittiyhtiö. Osakeyhtiö ja osuuskunta tulevat kyseeseen, kun yritystä on perustamassa isompi joukko henkilöitä. Poikkeuksellisesti osakeyhtiössä voi olla vain yksi osakas, jolloin se on niin sanottu yhdenmiehen osakeyhtiö.

Yritystä perustettaessa pääoman tarpeen määräävät kyseessä olevan yrityksen toiminnan laatu sekä laajuus. Kun pääoman tarve on suhteellisen pieni, paras vaihtoehto yritysmuodoksi on toimiminen yksityisenä elinkeinon harjoittajana. Kun pääoman tarve on huomattavasti suurempi, päädytään usein perustamaan osakeyhtiö.

Yksityisessä toiminimessä toiminimen haltija vastaa itse koko omaisuudellaan yrityksen sitoumuksista. Vastaavasti hän saa yrityksen tuottaman voiton yksin omaan käyttöön, mutta on yksin myös vastuussa mahdollisesta tappiosta. Avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyhtiössä vastaavanlainen vastuu yritystoiminnassa syntyneistä sitoumuksista on vastuunalaisilla yhtiömiehillä, jotka sopivat myös voiton ja tappion perusteista. Osakeyhtiön tai osuuskunnan osakkaana tai jäsenenä toimiessa vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomapanokseen. Voitonjako osakeyhtiössä suoritetaan jakamalla osakkaiden osakkeille osinkoa. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 20-21)

Eri vaihtoehtojen selvittyä ei oikeastaan mahdolliseksi jää kuin toimiminen yksityisenä elinkeinon harjoittajana, joten yhtiömuodoksi valitaan toiminimi. Päätökseen vaikuttivat ennen kaikkea toimiminen yksin ja suhteellisen vähäinen pääoman tarve.

5 MARKKINAT JA KILPAILIJAT

Yritystä perustettaessa täytyy sen tarjoamalla tuotteella tai palvelulla olla kysyntää eli markkinoita, jotta se tulee menestymään. Koska asiakas hankkii tuotteita tai palveluita tyydyttääkseen tarpeitaan, menestyvän yrityksen perustana on pystyä tyydyttämään kyseiset tarpeet. On siis tärkeätä tiedostaa keitä ja missä ovat ne asiakkaat, joita oman yrityksen tarjoamat tuotteet tyydyttävät, kenen kanssa näistä asiakkaista kilpaillaan ja miten oma yritys ja sen tarjonta eroavat kilpailijoista, niin hyvässä kuin huonossakin. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 14)

5.1 Asiakaskunta

Koska liikeideana on niin tuotteiden myynti kuin myyntiin ottaminen, jakaantuu asiakaskunta pääsääntöisesti kahteen ryhmään tai niiden sekoitukseen. Asiakkaat voivat olla tuotteita ostavia tai niistä eroon haluavia. Liikkeen aukiolot pyritään pitämään sellaisina, että myös työssäkävillä on mahdollisuus liikkeessä asiointiin. Kiteytettynä asiakaskunta koostuu pääsääntöisesti kaikenikäisistä niin työssäkävivistä kuin kotona olevistakin vanhemmista.

Kun pohditaan asiakkaiden tarpeiden tyydyttämistä, liikkeen kaksi tärkeintä tehtävää on tarjota heille heidän lastensa tarpeisiin vaatteita ja samalla auttaa heitä pääsemään eroon vanhoista vaatteista saamalla niistä vielä kohtuullisen korvauksenkin. Asiakaskuntana on lastenvaatteita tarvitsevat vanhemmat sekä mahdollisesti vaatteista ja tavaroista myös eroon haluavat. Vanhemmat, joiden kaapit pursuavat liioista määristä vaatteita, voivat tuoda niitä myyntiin liikkeeseen sekä mahdollisesti ostaa uusia kasvavan lapsen tarpeisiin.

Miellyttävällä ilmapiirillä, esteettisellä liiketilalla sekä ystävällisellä ja tekstiilialan asiantuntevuuteen perustuvalla asiakaspalvelulla pyritään saamaan asiakkaista liikkeen vakioasiakkaita, jotka palaavat ostoksille aina uudestaan.

5.2 Yrityksen sijainti

Yritystä perustettaessa on tärkeää pohtia sen tulevaa sijaintia ja toimintaympäristöä. Yrityksen sijainnin ratkaiseminen on erittäin merkittävä päätös ja sitä pohdittaessa on kiinnitettävä huomiota moniin eri seikkoihin. Sijaintia on syytä miettiä asiakkaiden, työvoiman, liikenneyhteyksien, ympäristön ja kustannusten kannalta.

Pohtiessa lastenvaateliikkeelle parasta mahdollista sijaintia, päädytään Tampereen keskustan keskeiselle liikepaikalle helppojen kulkuyhteyksien läheisyyteen. Liiketilan olisi hyvä olla helposti lähestyttävä niin autolla kuin kävellenkin, tai julkisilla kulkuneuvoilla. Edellä mainittuja seikkoja pohtien Tampereen keskustan alue olisi ideaalinen paikka liikkeen sijainnille, varsinkin tällä hetkellä kun Tampereen keskusta on jatkuvan kehityksen alla ja kaupungin pysäköintimahdollisuudet kasvavat uuden parkkihallin(Hämpin parkki) myötä. Tampereelle on myös hyvät kulkuyhteydet naapurikunnista.

On kuitenkin syytä miettiä myös vuokramenoja, jotka luontevasti ovat kalleimmillaan juuri keskeisellä liikepaikalla Tampereella. Vaikka perustettava yritys ei vaadi suurta liiketilaa, on tärkeää huomioida, paljonko on valmis maksamaan keskustassa sijaitsevasta paikasta.

5.3 Kilpailijat

Käytettyjen lastenvaatteiden liikkeelle kilpailijoita löytyy niin tavallisista kirpputoreista, erilaisista second-hand shopeista, tavallisista lastenvaateliikkeistä kuin internetin nettikaupoista. Merkittävimmät kilpailijat Tampereella toimivista, käytettyihin lastenvaatteisiin ja -tarvikkeisiin erikoistuneista liikkeistä, ovat keskusta-alueella sijaitseva kirpputori Pikku Kirppu ja second-hand shop Rouva Poppanen. Muita Pirkanmaan alueella toimivia kilpailijoita ovat muun muassa Lempäälän Ideaparkissa toimiva Ballot sekä Kangasalla sijaitseva Puotikuu. Näiden liikkeiden lisäksi

kilpailijoita löytyy erilaisista internetissä toimivista verkkokaupoista, kuten tori.fi, huuto.net ja mikko.fi.

Koska kilpailijoita on vaikea lähteä ilman tutustumista analysoimaan, on niihin ja niiden tarjontaan pyritty tutustumaan niissä vierailemalla. Vierailujen pohjalta on koottu taulukko 1. kyseisten liikkeiden vahvuuksista ja heikkouksista. Vierailut liikkeissä antoivat paljon ideoita erilaisista mahdollisuuksista ja valottivat yksityiskohtia, joihin kannattaa kiinnittää huomiota sekä panostaa omaa yritystä perustettaessa. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi liikkeiden tuomia ajatuksia.

Suunnitellun yrityksen yksi ehkä merkittävimmistä kilpailijoista on Lempäälän Ideaparkissa toimiva Ballot. Yritys on keskittynyt vain lasten tuotteisiin ja myy käytettyjen lisäksi myös uusia tuotteita, mikä varmasti laajentaa asiakaskuntaa. Ballot on laajentanut toimintaansa myös verkkokaupaksi. Kilpailuetua Ballot:lle tuo vielä se, että liike ostaa käytetyt vaatteet ja tarvikkeet, jolloin ihmiset saavat saman tien maksun tuotteistaan eikä mahdollista myyntiä tarvitse jäädä odottamaan. Tämä kuitenkin sitoo pääomaa ja sisältää riskin, että tuotteet eivät menekään kaupaksi. Näin ollen on ainakin aluksi parempi ottaa tuotteet myyntiin myyntitilimenetelmällä, ja miettiä tätä esimerkiksi tulevaisuudessa, yritystoiminnan kunnolla käynnistyttyä, eräänlaisena kehitysvaihtoehtona.

Rouva Poppanen sijaitsee Tampereen ydinkeskustan läheisyydessä Hämeenpuistossa. Vaikka liike sijaitsee Tampereella ydinkeskustan läheisyydessä, ei se ole kovin näkyvällä paikalla. Vaikka Rouva Poppasen ikkunassa on liikkeen nimi ja näyteikkuna vaikuttaa siistiltä, on liike jotenkin sulautunut ympäristöönsä. Kyseinen liike toi omalla huomaamattomuudellaan esiin, kuinka tärkeää on panostaa yrityksen ulospäin antamaan kuvaan, kuten näyteikkunaan ja ikkunateippauksiin. Näyteikkunasta ja ikkunateippauksista kannattaa tehdä huomiota ja mielenkiintoa herättävät, jotta ne houkuttelisivat liikkeeseen satunnaisia ohikulkijoita ja uusia asiakkaita, toimien samalla osana yrityksen markkinointia. Rouva Poppasen liiketila on kuitenkin siisti ja tuotteet hyväkuntoisia sekä selkeästi esille asetettuja.

Puotikuu on lasten vaatteisiin ja tavaroihin keskittynyt kirpputori, josta voi vuokrata myyntipöydän. Liikkeessä vierailusta jäi positiivinen mielikuva, valikoima vaikutti hyvin laajalta ja tuotteet olivat siistejä. Kilpailuetua tällaiselle kirpputorille tuo myös tuotteiden vaihtuvuus, kun pöytien valikoimat vaihtuvat lähes viikoittain uusien myyjien myötä. Tuotteet tarvitsee hinnoitella itse ja asetella myyntiin mutta, mikä on positiivista, liikkeen omistaja siistii pöydät, joten itse ei tarvitse päivittäin käydä laittamassa myyntipöytää kuntoon. Isommat tavarat, kuten lastenvaunut tai istuimet voi jättää myyntiin myyntisopimuksella, jolloin liike perii myydyn tuotteen hinnasta 20:nen prosentin provision.

Samalla periaatteella toimii myös Tampereen keskusta alueella sijaitseva Pikkukirppu, mutta tavaroiden myynnistä perittävä myyntiprovisio on 40 prosenttia, eli 20 prosenttiyksikköä Pikkukuuta korkeampi. Pikkukirppun tarjonta on hyvin laaja, mutta liiketila herättää huomiota sekaisuudellaan ja jopa liiallisellakin tavaramäärällään. Liiketila loi täysin päinvastaisen tunnelman, mitä opinnäytetyössä perustettavalle yritykselle on suunniteltu.

Tavallisista kirpputoreista kaksi varmasti merkittävämpää kilpailijaehdokasta ovat Laukontorin läheisyydessä sijaitseva Radiokirppis ja Itsenäisyydenkadulla toimiva Bonus Kirppis, jotka molemmat ovat saavuttaneet jo vakinaisen aseman Tampereen kirpputoritarjonnassa. Perustettava yritys aikoo kuitenkin kilpailla kirpputoreja vastaan juuri erilaisella käytettyjen tuotteiden myynnillä. Perustettavalla yrityksellä pyritään tarjoamaan samoja tuotteita laadukkaampina, selkeämmin aseteltuina ja miellyttävässä ympäristössä hintatason pysyessä kuitenkin mahdollisimman alhaisena. Vaikka kirpputoreilla vallitseekin oma tunnelmansa, ei se kaikkia houkuttele. Yrityksen tavoitteena on saavuttaa sellaisetkin ihmiset, jotka eivät viihdy kirpputoreilla tai joilla ei ole aikaa kiertää useita kirpputoreja etsien jotain tiettyä tuotetta.

Taulukko 1: Kilpailevia yrityksiä.

Yritys	Vahvuudet	Heikkoudet	Huomautukset
Ballot	myy myös uusia tuotteita, sijaitsee Ideaparkissa,	pieni liiketila, korkeat hinnat	liike ostaa suoraan

	hyvät liikenneyhteydet, siisti ja selkeä esillepano, liikkeellä verkkokauppa		vaatteita ja tavaroita
Rouva Poppanen	selkeä asettelu, siistejä tuotteita, myynnissä myös leluja ja lastentarvikkeita, hyvät kotisivut	vähäinen valikoima, vaatimaton liiketila, näkyvyys	vaihtanut hetki sitten omistajaa, myyntiprovisio 25-50 €
Puotikuu	liikkeen omistaja huolehtii vuokrapöytien siisteydestä, siisti, hyvä tarjonta, lapsille leikkipaikka	asiakas joutuu itse hinnoittelemaan ja asettelemaan tuotteet myyntiin	pöytävuokra 22 €/6 vrk, tavaroiden myyntiprovisio 20 prosenttia
Pikku kirppu	valikoiman runsaus, mahdollisuus vuokrata myyntipöytä tai tuoda tuotteet myytäväksi	liikaa tavaraa, sotkuinen, hieman syrjässä ydinkeskustasta	pöytävuokra 22 €/6 vrk, myyntiprovisio 40 prosenttia
Bonus Kirppis	maksat vain pöydän hinnan tuotteita myydessä, sijainti	vähäisesti lastenvaatteita, ei myydä isompia lastentarvikkeita, korkea pöytävuokra	pöytävuokra 34 €/ 6vrk
Radio-kirppis	maksat vain pöydän hinnan tuotteita myydessä, sijainti, suuri liiketila, siisti, Tampereen tunnetuin kirpputori	myynnissä kaikkea, vaikea löytää jotain tiettyä lasten vaatetta, kallis pöytävuokra	pöytävuokra 39 €/ 6vrk
huuto.net	myydessä ei kuluja, runsas valikoima, hakutoiminnolla helppo löytää tuotteita, tunnetuin verkkohuutokauppa	tuotetta ei näe luonnossa, mahdolliset postikulut, epäluotettavat kauppakumppanit	ei kuluja rekisteröityessä käyttäjäksi

5.4 Kilpailuetu

Kilpailuetua tavallisiin kirpputoreihin tuo tuotteiden siisteys ja niiden järjestelmällinen esillepano, keskittyminen vain lastenvaatteisiin sekä lapsiystävällinen liiketila. Liiketilan halutaan mahdollistavan myös lastenvaunujen kanssa ostoksille tulon. Liiketilaan järjestetään myös lapsille oma leikkinurkkaus, josta löytyy niin leluja kuin piirustusvälineitäkin. Ideana on saada lapset viihtymään ja näin antaa vanhemmille oma rauha hankintojen tekoon. Kun liiketilaan pääsee rattaiden kanssa ja lapsille on oma leikkipiste, vanhempien on helppo tulla ostoksille lapset mukanaan. Näin pyritään saamaan kotiäideistäkin tärkeitä vakioasiakkaita liikkeelle.

Tuotteet ovat lajiteltu käyttötarkoituksen mukaan ja tämän lisäksi vielä kokojärjestykseen. Esillepano on selkeää ja tarvittavan tuotteen löytäminen helppoa. Ei siis niin aikaa vievää kuin kirpputoreilla tavaroiden pöyhiminen ja sopivan koon löytäminen. Tämä mahdollistaa myös kiireellisempien ihmisten asioinnin liikkeessä. Vaikka myydään käytettyjä tuotteita, halutaan liikkeen viihtyvyyteen ja asiakastyytyvyyteen panostaa. Myyntiin otettavat tuotteet tarkastetaan, jotta myyntiin ei päädy rikkiäisiä tai likaisia vaatteita. Liiketila on esteettinen ja saa asiakkaan viihtymään.

Kilpailuetua toisiin second-hand shopeihin on vaikeampi saavuttaa verrattuna tavallisiin kirpputoreihin. Liiketilasta halutaan persoonallisen mutta kodikkaan viihtyisä. Tilan halutaan heti ovella säväyttävän asiakasta siisteydellään ja järjestelmällisyydellä. Vaikka kyseessä onkin käytettyjen vaatteiden jälleenmyynti, ei liiketilaan panostamista tule unohtaa. Liiketilalla halutaan luoda asiakkaalle positiivinen kuva liikkeestä ja sen tuotteista. Ensivaikutelma on aina tärkein. Hyvä kilpailuvaltti on myös valita liikkeelle keskeinen toimipaikka, jonka avulla saavutetaan näkyvyyttä.

Nettihuutokauppoihin kilpailuetuna tavaroiden ostamisen näkökulmasta olisi tuotteen näkeminen luonnossa, säästäminen postikuluissa, luotettavuus ja saat mitä luvataan. Myymisen kannalta olisi helppous ja ajan säästö. Tuotteet voi jättää liikkeeseen, jossa myyntiin kelpaavat hinnoitellaan ja asetellaan esille. Tuotteiden myytyä, rahat siirtyvät

asiakkaan tilille. Asiakkaan ei tarvitse, kuin tuoda myytäväksi haluamansa tuotteet liikkeeseen.

Edellä mainittujen seikkojen lisäksi kilpailuetua muihin mahdollisiin kilpailijoihin luo yrittäjän innovatiivisuus, sosiaalisuus sekä tietenkin tekstiilialan koulutus. Yrittäjän persoonalla on tärkeä vaikutus siihen millaisena yritys nähdään. Tekstiilitietoudellaan yrittäjä pystyy tarjoamaan asiantuntevaa palvelua ja luo näin uskottavuutta ja luotettavuutta asiakkaiden keskuudessa. Myös kotisivuilla pyritään luomaan kilpailuetua, panostamalla niin ulkoasultaan kuin käytöltäänkin toimivaan ja selkeään kokonaisuuteen.

5.5 Aloittavan yrityksen markkinointi

Yritystä perustettaessa ei tule unohtaa tuotteiden tai palvelun markkinointia, jotta yritys saadaan menestymään. Markkinoinnilla pyritään tuomaan yritys ja sen tuotteet esille ja asiakkaiden tietoisuuteen, eli päämääränä on saada näkymättömästä näkyvää.

Markkinointia aloitettaessa selvitetään mahdolliset asiakaskunnat ja mietintään keinoja heidän huomion saavuttamiseksi. Asiakkaiden tunnistamisen lisäksi on tärkeitä tiedostaa myös markkinoilla toimivat kilpailijat. (Raatikainen 2008, 46)

Kun yritys on selvittänyt markkinoitavien tuotteiden ominaisuudet, markkinoinnin kohderyhmät sekä mahdolliset kilpailijat, on aika miettiä miten markkinointi lähdetään toteuttamaan.

Aloittelevalla yrittäjällä on monenlaisia markkinointitoimenpiteitä käytössään. Yksi ehkä selkeimmistä toimenpiteistä on markkinointiviestintä, joka jakaantuu suoramainontaan, tiedottamiseen ja näkymismainontaan. Suoramainontaan kuuluvat erilaiset esitteet, myyntikirjeet sekä kuvastot ja hinnastot. Tiedottaminen koostuu niin lehdissä, TV:ssä, radiossa kuin Internet-sivuillakin tapahtuvasta mainonnasta. Näkymismainonta puolestaan käsittää yrityksen ja sen logon esilletuonnin erilaisissa ulko- ja liikennemainoksissa. Muita markkinointitoimenpiteitä ovat erilaiset yrityksen tarvitsemat lomakkeet kuten kuitit ja käyntikortit, palveluympäristö ja palveluprosessi.

Asiakasta kunnioittava palvelu ja palveluympäristön siisteys, viihtyvyys ja toimivuus viestittävät asiakkaille positiivista kuvaa yrityksestä ja sen hyvinvoinnista. Raatikainen 2008, 94-95)

Markkinointia ei ole pakko tehdä itse vaan siihen voi palkata alan ammattilaisen avuksi (Raatikainen 2008, 46). Kannattavaa on kysyä tarjouksia erilaisista vaihtoehdoista mainostoimistoilta, joilla on tarjolla erisuuruisille yrityksille erilaisia mainospaketteja. Suunnitellun yrityksen markkinointi alkaisi Pirkanmaan alueella lehdissä. Tärkeä osa markkinointia on myös hyvä asiakaspalvelu, jolloin tieto yrityksestä menee asiakkaalta toiselle. Hyvä asiakaspalvelu piristää asiakkaan mieltä hyvän tuotteen löytymisen lisäksi. Vaikka kyseessä olisi hyvin pieni ystävällinen ele, jää siitä hyvä mieli ja toivottavasti positiivinen mielikuva liikkeestä.

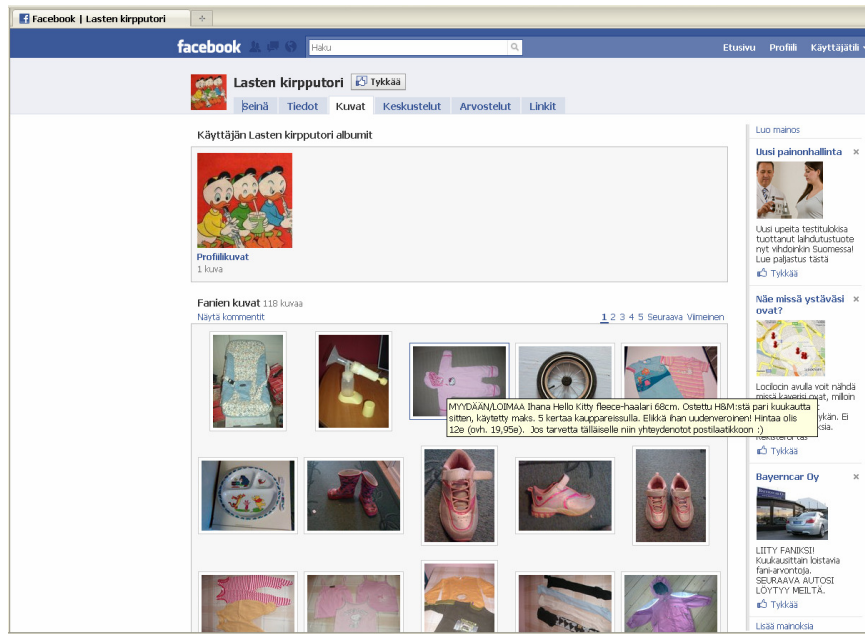
Nykyään on trendikästä olla jäsenenä eri yhteisöjen sivustoilla, kuten Facebookissa (www.facebook.com) ja Twitterissä (twitter.com). Yhteisösivuissa on kyse www - portaallista, jossa on rekisteröityneitä käyttäjiä jakamassa haluamaansa tietoa (mm. kuvia, videoleikkeitä, www-sivujen osoitteita) muille rekisteröityneille käyttäjille. Rekisteröitynyt käyttäjä voi olla yksityinen henkilö, yritys tai yhteisö. Facebook - sivuston käyttäjää kutsutaan nimellä ”kaveri”. Kaverit voivat lähettää tai vastaanottaa ”ystäväpyyntöjä”, jotka ystäväpyynnön vastaanottaja joko hyväksyy tai hylkää. Kaverit voivat muodostaa eri asiakokonaisuuksia käsitteleviä ryhmiä ja liittyä niihin kyseessä olevan ryhmän perustajan suostumuksella. Ryhmän perustaja pystyy määrittelemään eri käyttäjien näkemät tiedot. Vaikka henkilö olisi kirjautunut Facebookin käyttäjäksi ja löytää sen hakutoiminnolla jonkun ryhmän, ei ryhmän käsittelemiä asioita näe, jos ei kuulu ryhmään tai ryhmän tietoja ei ole merkitty julkisiksi.

Markkinoinnin pääpaino keskitetään Facebook -sivustolle. Kaverit, jotka liittyvät yrityksen nimellä perustettuun ryhmään ovat jo potentiaalisia asiakkaita. Myyjän tehdessä päivityksiä profiilissaan, asiakkaat voivat seurata liikkeen ilmoituksia internetin välityksellä esimerkiksi poikkeuksellisista aukioloajoista tai uusista myyntiin tulleista tuotteista. Näköismainonnan lisäksi se on siis erinomainen tapa olla yhteydessä asiakkaisiin, palvelun käyttö on ilmaista ja toimii myös hyvänä mielikuvien rakentajana.

Viimeisimmässä Facebook – haussa (13.5.2010) löytyi ainoastaan yksi vastaavalla tavalla markkinoiva yritys (kuva 1).



Kuva 1 Facebook -sivuston ryhmä Lasten kirpputori



Kuva 2 Käyttäjien myymiä tuotteita Facebook -sivustolla

Kuvissa 1 ja 2 näkyvistä tiedoista voidaan todeta niiden suosittu käyttö ja tehokkuus. Sivuston suosittu käyttö tulee esiin käyttäjämäärässä, joka on neljässä kuukaudessa saavuttanut lukeman 1552 käyttäjää. Tehokkuus näkyy kuvassa 2 ytimekkäinä tuote-esittelyinä.

Kilpailevan yrityksen heikkoutena voidaan tuoda esille myytävien tavaroiden sijainti. Kukin tavara on ryhmän jäsenen ilmoittama ja näin ollen ne sijaitsevat eri osoitteissa. Oman liikeideani kohdalla tuotteet sijaitsevat samassa paikassa ja niitä voi helposti käydä katsomassa ja kokeilemassa. Nämä seikat ovat tärkeässä asemassa liikeideani missioissa, arvoissa ja kilpailuedun luomisessa.

6 YRITYSTOIMINNAN RISKIT

Riski -termillä tarkoitetaan ei toivotun tapahtuman mahdollisuutta, eli jonkin asteista vahingonuhkaa tai -vaaraa. Riskillä voidaan tarkoittaa uhkatekijöiden lisäksi myös päämääräksi asetetun positiivisen tavoitteen toteutumattomuutta. Yritystoimintaan liittyy aina riskejä, jotka on syytä ottaa huomioon yritystä perustettaessa.

Erilaiset riskit voidaan jaotella niiden luonteen mukaisiin kategorioihin, kuten omaisuusriskeihin, liikeriskeihin tai henkilöriskeihin. Edellä mainitun jaottelun lisäksi riskit voidaan edelleen jaotella esimerkiksi niiden toteutumisen todennäköisyyden tai vakavuuden mukaan. (Suominen 2003, 9-21)

Riskien määrittämiseen ja analysointiin on monenlaisia menetelmiä käytössä mutta järjestelmällisesti etenevällä riskienhallintaprosessilla käsitetään riskianalyysiä. Riskejä arvioitaessa otetaan huomioon riskikohteet, riskien todennäköisyys ja vakavuus sekä niistä aiheutuvat seurausvaikutukset. Yrittäjäksi ryhtymisessä varmasti yksi pelottavimmista asioista on riskien otto, mutta hyvillä riskienhallintakeinoilla voidaan ainakin osa mahdollisista riskeistä onnistua välttämään. On kuitenkin muistettava, että riskejä ei kuitenkaan koskaan voi täysin välttyä. (Suominen 2003, 35)

6.1 Tulevaisuuden riskien ja mahdollisuuksien arviointi

Koska ensimmäinen askel riskinhallinnassa on tiedostaa oman yrityksen riskit, seuraavassa on esitelty erilaisia riskityyppejä sekä pohdittu niitä lasten vaateliikkeen näkökulmasta.

Liikeriski kattaa hyvin laajan alueen erilaisista yrityksen liiketoimintaan liittyvistä ongelmista. Liikeriskeiksi luokitellaan monet yrityksen tekniikkaan liittyvät toimintahäiriöt, sosiaaliset ongelmat sekä kannattavuuden epäonnistumiset eli taloudelliset ja poliittiset riskit. Liikeriskeihin vaikuttavat muun muassa yrityksen toimialan koko ja sen omistussuhteet, kilpailijoiden ja julkisen vallan toimet sekä markkinat ja kilpailutilanteen muutokset. (Suominen 2003, 12-14) Käytettyjä lastenvaatteita myyvän ja toiminimellä toimivan yrityksen varmasti suurimmat riskit painottuvat juuri kilpailijoiden toimintaan sekä kilpailutilanteen ja markkinoiden muutoksiin. Täten on erittäin tärkeää seurata ympäristöä ja pitää silmällä kilpailijoita sekä ihmisten ostotottumuksien mahdollisia muutoksia. On pysyttävä ajan hermoilla ja oltava mukana mahdollisessa ympäristön kehityksessä kehittämällä myös omaa toimintaansa, ettei siis jäädä polkemaan paikoilleen. Myös yrityksen keskeinen sijainti on hyvä keino ehkäistä kilpailuriskiä.

Omaisuuksivahingossa on kyseessä yrityksen omaisuuden vaurioituminen, tuhoutuminen tai häviäminen. Yleisempiä vahingon aiheuttajia ovat tulipalo, vesivahinko tai erilaiset rikolliset toimet, kuten ilkivalta tai murto (Raatikainen 2008, 102). Kyseessä olevien riskien takia, on syytä panostaa liiketilan paloturvallisuuteen ja mahdollisia rikoksia ehkäisevän turvallisuusjärjestelmään. Kiinteistöön kohdistuvia riskejä, kuten tulipalon tai vesivahingon mahdollisuutta on vaikea täysin torjua mutta esimerkiksi tulipaloon on kannattava varautua hankkimalla kunnon sammutusvälineet. Mahdollisten murtojen tai ilkivallan torjumiseksi, voisi asettaa esimerkiksi kameravalvonnan. Myös vakuutukset kannattaa hoitaa kuntoon.

Keskeytysriskillä tarkoitetaan toiminnan keskeytymistä esimerkiksi palovahingon tapahtuessa (Raatikainen 2008, 103). Mutta käytettyjä lastenvaatteita myydessä riskiin voitaisiin liittää myös mahdollinen tavaravirran katkeaminen. Riskiin on erityisesti

kiinnitettävä huomiota, kun kyseessä on second-hand shop, johon pääsääntöisesti asiakkaat tuovat tavaroita myytäväksi. Pitää seurata tavaran liikettä ja tilanteen mukaan riskiä voidaan ehkäistä muun muassa hankkimalla itse myytäviä tuotteita esimerkiksi kirpputoreilta, jotta ei tarvitse myydä ”ei o:ta”. Tähän riskiin on varauduttava myös pitämällä hieman rahaa säästössä, mikäli yritys joutuu itse hankkimaan tuotteita myyntiin.

Koska tarkoituksena on perustaa pienyritys ja toimia yksityisyrittäjänä, erilaiset avainhenkilöön kohdistuvat henkilöriskit, kuten sairastumiset tai tapaturma, ovat vaaraksi yrityksen toiminnalle. Tapaturman tai sairastumisen aiheuttamien poissaolojen sattuessa on hyvä olla olemassa niin sanottu luottomyyjä, johon voi turvautua. Luottomyyjä voisi toimia osa-aikaisena työntekijänä ja näin tuurata yrittäjää myös lomien aikaan. Kun osa-aikainen myyjä on mahdollisimman kauan sama, säästyään ylimääräiseltä kouluttamiselta, koska hän on oppinut tuntemaan työpaikan ympäristön ja toimintatavat.

6.2 Riskianalyysi

Taulukkoon 2 on kerätty mahdollisten riskien kohteet, jonka jälkeen mietitään toimenpiteitä riskien minimoimiseen sekä pohditaan vakuutustarvetta ja mahdollisuutta.

Taulukko 2: Riskianalyysi (Raatikainen 2008, 102)

RISKI	TOIMENPIDE	VAKUUTUS
OMAISUUSRISKIT		
Tulipalo	Sammutusvälineet	Palovakuutus
Luonnonmullistus		Omaisuuksivakuutus
Konevahinko	Huolto	Omaisuuksivakuutus
Murto	Hälytysjärjestelmä	Murtovakuutus
Ryöstö	Hälytysjärjestelmä	
Ilkivalta	Hälytysjärjestelmä	

KESKEYTYSRISKI Toiminnan keskeytyminen	Tavaraliikenteen seuranta, yrittäjä hankkii tuotteita	
LIIKERISKIT Menekin vaihtelu Kilpailijoiden toiminta Kilpailutilanteen muuttuminen	Mainonta Pysyminen ajanhermoilla Nopea reagointi	
HENKILÖRISKIT Tapaturma/sairastuminen	Varatyöntekijä	Tapaturmavakuutus

7 PERUSTAMISEEN LIITTYVÄT LASKELMAT JA ARVIOT

Tässä kappaleessa selvitetään perustettavan yrityksen kustannuksia ja kannattavuutta. Jotta yritystoiminta on kannattavaa, pitää tulojen olla menoja suurempia. On selvää, että toiminnan alkaessa rahaa kuluu enemmän erilaisiin hankintoihin ja yrityksen toiminnan kehittämiseen, mutta pidemmän ajan kuluessa tuloja on oltava kustannuksia enemmän, jotta yritystoiminta on mielekästä.

7.1 Investointilaskelma

Aloittavan yrityksen perustaminen vaatii erilaisia hankintoja, joita kutsutaan investoinneiksi. Yrityksen investointilaskelma on esitetty taulukossa 3. Kun kyseessä on vaateliike, tarvitsee rahaa varata mahdollisiin liiketilan muutos- ja kunnostustöihin, kalusteisiin, kuten vaaterkkeihin ja myyntitiskiinkin sekä toimistolaitteisiin. Yrityksen ei tarvitse sitoa suuria pääomia myytäviin tuotteisiin, koska ideana on myydä asiakkaiden myyntiin tuomia tuotteita 40 prosentin provisiolla. Ennen kuin yritystoiminta kuitenkaan alkaa saavuttamaan asiakkaita, on yrityksen itse hankittava tuotteita myyntiin. Täten edellä mainittujen hankintojen lisäksi investointeihin on otettu mukaan

myös yrittäjän myyntiin hankkimat tuotteet, joihin rahaa arvioidaan kuluvan 1000 euroa. Kaiken kaikkiaan yrityksen investointeihin on laskettu tarvittavan 3600 euroa.

Investointitarpeeseen on hyvä lisätä vielä 30 prosentin kustannusylitysvaraus mahdollisia muutoksia silmälläpitäen (Sutinen & Viklund 2004, 87).

Taulukko 3: Investointilaskelma (Sutinen & Viklund 2004, 86)

Liiketila

Liiketilän muutos- ja korjaustyöt	1000 €	
		1000 €

Toimistolaitteet

Puhelin	100 €	
Tietokone ja oheislaitteet	500 €	
Ohjelmisto	200 €	
Kotisivut	200 €	
		1000 €

Irtaimisto ja sisustus

Toimistotarvikkeet	200 €	
Liiketilän kalusteet	400 €	
		600 €

Alkuvarasto

Itse hankitut tuotteet	1000 €	
		1000 €

Investoinnit yhteensä		3600 €
------------------------------	--	---------------

7.2 Liiketoiminnan kuukausittaiset menot ja käyttöpääoman tarvelaskelma

Taulukkoon 4 on listattu yrityksen liiketoiminnan ylläpitämiseen tarvittavat kuukausittaiset kulut, joita yrityksellä lasketaan olevan 3615 euroa. Yrityksen kiinteät kustannukset muodostuvat markkinointitoimenpiteistä, liiketilan vuokrasta, palkoista sekä muista yleiskustannuksista, kuten vakuutuksista ja tietoliikenteestä.

Liikehuoneiston halutaan sijaitsevan Tampereen keskustassa ja täten huoneiston vuokraksi on arvioitu 1000 euroa kuukaudessa. Yrittäjän palkaksi määritellään 1500 euroa kuukaudessa. Apulaisen palkkaan arvioidaan tarvittavan 300 euroa kuukaudessa apulaisen työskennellessä neljänä päivänä kuukaudessa. Palkkojen sivukuluihin ennustetaan menevän 470 euroa kuukaudessa (www.yrittajat.fi/fi-FI/palkkalaskuri/). Alun markkinointikampanjan jälkeen markkinointikustannukset arvioidaan olevan 200 euroa kuukaudessa. Yleisiin kustannuksiin, kuten yrityksen vakuutuksiin, sähkökuluihin ja käteiskassaan varataan yhteensä 315 euroa kuukaudessa.

Taulukko 4: Kuukausittaiset toimintakulut (Sutinen & Viklund 2004, 87)

Markkinointikulut	200 €
Liiketilan vuokra	1000 €
Palkat	2270 €
Yrittäjän palkka	1500 €
Apulaisen palkka	300 €
Henkilösivukulut	470 €
Yleiskustannukset	315 €
Yrityksen vakuutukset	50€
Puhelinkulut	40 €
Sähkö	40 €
Tietoliikenne	35 €
Kirjanpitokulut	150 €
Yhteensä	3785 €

Yritystoiminnan juoksevista menoista muodostuu käyttöpääoman tarvetta, johon lasketaan yritystoiminnan käynnistämisen vaatimat kustannukset ja kuukausittaiset kiinteät kulut. Taulukossa 5 on laskettu käyttöpääoman tarve kolmelle ensimmäiselle toimintakuukaudelle. Ennen yritystoiminnan käynnistymistä rahaa kuluu muun muassa ennakkomarkkinointiin, liiketilanvuokratakuuseen ja toiminimen rekisteröintiin.

Alussa markkinointiin halutaan panostaa enemmän, jotta saavutetaan heti alkuun mahdollisimman suuri osa potentiaalisista asiakkaista. Liiketoimintaansa aloittavan yrityksen markkinointitoimenpiteisiin, joihin kuuluvat muun muassa ikkunateippaukset, mainoskirjeet ja käyntikortit, arvioidaan kuluvan yhteensä 645 euroa.

Vuokravakuudeksi varataan kahden kuukauden vuokra, eli 2000 euroa. Yrityksen toiminimen rekisteröinti maksaa 75 euroa (www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/hinnasto).

Taulukko 5: Käyttöpääomantarve (Raatikainen 2008, 191)

Toimintakulut	11 355 €
(3 kk)	11 355 €
Yrityksen perustamiskulut	75 €
Toiminimen rekisteröinti	75 €
Markkinointi	645 €
Ikkunateippaukset	300 €
Käyntikortit	45 €
Muu mainosmateriaali	300 €
Vuokrat	2000 €
Vuokravakuus (2 kk)	2000 €
Käyttöpääoma yhteensä	14 075€

7.3 Rahoitustarvelaskelma

Toiminnan käynnistämiseen tarvittava rahasumma saadaan laskemalla investoinnit ja käyttöpääoma yhteen ja lisäämällä vielä mahdollinen kustannusylitystarve. Tätä kutsutaan rahoitustarvelaskelmaksi. (Raatikainen 2008, 133) Koska yritystä lähdetään perustamaan ilman minkäänlaisia omia säästöjä, ulkopuolisen rahoituksen tarve on erittäin tärkeätä selvittää. rahoituksen tarve on selvitettävä, koska omia säästöjä ei ole mahdollista käyttää.

Perustettavan yrityksen rahoitustarvelaskelma on esitetty taulukossa 6, jonka avulla yritysideoinnin hinnaksi saadaan 18 755 euroa. Koska ulkopuolisen rahoituksen tarpeeksi on saatu 18 755 euroa, voidaan lainaa ajatella otettavan 20 000 euroa, jonka maksuajaksi asetetaan viisi vuotta. Tällöin lainojen vuosittainen lyhennystarve on 4524 euroa vuodessa. Kun lainojen lyhennyksiin lisätään vielä lainojen korot, saadaan tästä käyttökattotarve. Viiden prosentin korolla lainakustannukset ovat korkojen osalta 996 euroa vuodessa.

Taulukko 6: Yrityksen rahoitustarvelaskelma

Investoinnit	3600 €
Käyttöpääoma	14 075 €
Kustannusylitysvaraus (30 % investoinneista)	1080 €
<hr/>	
Ulkopuolisen rahoituksen tarve	18 755 €

7.4 Ensimmäisen toimintavuoden kassavirtaennusteet

Aloittavan yrityksen ensimmäisen toimintavuoden ennustettu kassavirtalaskenta on tehty kuukausitarkkuudella (taulukko 7). Yrityksen on arvioitu aloittavan toimintansa tammikuun alussa.

Taulukko 7: Kassavirtaennusteet

Kuukausi	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
<i>RAHAN LÄHTEET</i>	24 600	4 700	4 800	4 800	4 800	4 800	4 800	4 900	4 900	4 900	4 900	4 800
Myynti (provisio 40 %)	4 600	4 700	4 800	4 800	4 800	4 800	4 800	4 900	4 900	4 900	4 900	4 800
Lainan nostot	20 000											
<i>RAHAN KÄYTTÖ</i>	10 282	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162	4 162
Henkilöstökulut	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270	2 270
Yrittäjän palkka	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Apulaisen palkka	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Henkilösivukulut	470	470	470	470	470	470	470	470	470	470	470	470
Vuokrat	3 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Liiketilän vuokra	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Vuokratakuu	2 000											
Markkinointi	645	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Yleiskust.	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
Sähkö	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Puhelin	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Tietoliikenne	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Kirjanpito	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Vakuutukset	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Investoinnit	3 600											
Liiketila	1 000											
Toimistolaitteet	1 000											
Irtaimisto	600											
Alkuvarasto	1 000											
Perustamiskulut	75											
Lainalyhennykset	377	377	377	377	377	377	377	377	377	377	377	377
<i>KASSAMUUTOS</i>	14 318	538	638	638	638	638	638	738	738	738	738	638
<i>ALKUKASSA</i>		14 318	14 856	15 494	16 132	16 770	17 408	18 046	18 784	19 522	20 260	20 998
<i>LOPPUKASSA</i>	14 318	14 856	15 494	16 132	16 770	17 408	18 046	18 784	19 522	20 260	20 998	21 636

7.5 Ensimmäisen vuoden tuloslaskelma.

Edellä tehtyjen laskelmien ja suunnitelmien perusteella on tehty tulossuunnitelma yrityksen ensimmäiselle toimintavuodelle ja se on esitetty taulukossa 8 (www.oamk.fi/~raijaw/yrjat/laskentatoimi/laskenta.htm#Katetuottolaskennan%20tunnusluvut).

Taulukko 8: Ensimmäisen vuoden tuloslaskelma

Myyntitulot	57 700 €
- Alennukset (2 %)	1 154 €
= LIIKEVAIHTO	56 546 €
- Muuttuvat kulut	0 €
= MYYNTIKATE	56 546 €
- Kiinteät kulut	47 865 €
- Poistot (investointien kuolettaminen)	3 600 €
<hr/>	
= TULOS	5 081 €

7.6 Pääoman tuottoaste

Pääoman tuottoaste saadaan kertomalla edellisessä kappaleessa saavutettu tulos sadalla ja jakamalla se edelleen yritykseen sijoitetulla pääomalla. (Raatikainen 2008, 196)

$$\frac{100 \times 5081 \text{ €}}{20\,000 \text{ €}} = 25 \%$$

Pääoman tuotto prosentiksi saatu 25 % on eri taulukoiden valossa hyvä saavutus. Tässä täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että kyseessä olevaan lukemaan vaikuttaa useat liiketoiminnan aloittamisesta johtuvat rasitteet ja näiden vähitellen poistuessa,

tuottoprosentti paranee entisestään. Tuottoprosenttien ohjearvot on Asiakastiedon www-sivujen mukaan jaoteltu seuraavasti:

Ohjearvoja:

yli 15 % = hyvä

9 - 15 % = tyydyttävä

0 - 9 % = välttävä

alle 0 % = heikko

(www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut.htm#sipo)

8 ARVIO KOKO YRITYSHANKKEESTA

8.1 SWOT –analyysi

Niin sanotun nelikenttä- eli SWOT -analyysin nimi tulee englanninkielisistä sanoista Strengths(vahvuudet), Weaknesses(heikkoudet), Opportunities(mahdollisuudet) ja Threats(uhat). Se on yksinkertainen menetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa, sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. SWOT -analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian sisäiset vahvuudet ja heikkoudet sekä ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. SWOT -analyysi on kahden ulottuvuuden kuvaama nelikenttä. (www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=223)

Taulukossa 9 on esitetty SWOT – analyysin kaavio. Kaavion vasempaan puoliskoon kuvataan positiiviset ja oikeaan puoliskoon negatiiviset asiat. Kaavion alapuoliskoon kuvataan ulkoiset ja yläpuoliskoon sisäiset asiat. Tämän jälkeen SWOT -analyysin avulla pystytään tekemään päätelmiä, kuinka vahvuuksia voidaan käyttää hyväksi, kuinka heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi, miten tulevaisuuden mahdollisuuksia

hyödynnetään ja miten uhat vältetään. Tuloksena saadaan toimintasuunnitelma siitä, mitä millekin asialle pitäisi tehdä.

Taulukko 9: SWOT – analyysi.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekstiilialan koulutus - Innostuneisuus asiasta - Halu oppia uutta - Sitkeys, omatoimisuus ja sosiaalisuus - Taito oppia vastoinkäymisistä - Selkeä visio yrityshankkeesta - Täysin samanlaista palvelua tarjoavien kilpailijoiden vähyys -Tuttavapiirissä paljon eri alojen ammattilaisia - Asuinpaikkakuntana Tampere - Keskusta-alueen liiketilojen tuntemus 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Työn tekijältä puuttuu kokemusta yrittäjyydestä ja sen arkisista tilanteista - Ei ole säästöjä, lähdetään nollassa - Epävarma toimeentulo - Pelko velkaantumisesta - Kustannustason nousun vaikutus kokonaisuuteen, esim. lainojen korot - Alaa koskevien määräysten ja lainsäädännön vähäinen tuntemus
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tulla yhdeksi Tampereen naisyrittäjistä - Saavuttaa vakituinen asiakaskunta - Saada ihmiset innostumaan kierrättämisestä - Saavuttaa arvostusta - Mahdollisuus onnistua - Saavuttaa taloudellisesti menestyvä liike - Laajentaa toimintaa verkkokaupaksi - Laajentua 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ei saavuteta haluttua asiakaskuntaa - Ihmiset eivät innostu - Enemmän menoja kuin tuloja - Markkinointi ei saavuta asiakkaita - Ihmiset pitävät kauppiaan osuutta tuotteista liian isona - Ei aikaa kehittämistoimintaan - Riski(e)n toteutuminen - Loppuun palaminen

8.2 Yhteenveto ja johtopäätökset koko yrityshankkeesta

Yritys hyvä kymppi! Tällä periaatteella ei valitettavasti nykyään pysty toimivaa yritystä alkuun saattamaan. Vaaditaan paljon pitkäjänteisyyttä, uskoa omaan asiaansa ja realistisia tavoitteita ja tuotteita. Nämä kriteerit kun täyttyvät, on valmis tekemään yrittäjyyden ensiaskeleen.

Tällä hetkellä en kuitenkaan tunne olevani vielä valmis ottamaan askelta yrittäjyyteen. Uskon ideani olevan mahdollinen toteuttaa, mutta konkreettinen asiaan kiinni tarttuminen tuntuu itselleni vielä kaukaiselta. Uskon kuitenkin, että jonain päivänä voisin ollakin yksi Tampereen naisyrittäjistä.

Vaikka yrityshanke vaikuttaa lupaavalta, on tässä varmasti vielä paljon asioita pohdittavana, mitkä konkretisoituvat vasta kohdattaessa asian arkisia tilanteita. Yrityksen kustannuksia ja kannattavuutta miettiessä on tärkeää pysyä mahdollisimman realistisena, jotta vältetään ikäviltä yllätyksiltä. On myös pohdittava kannattaako saaduilla laskelmilla lähteä kyseistä yritystä perustamaan. Moni aloittaa vahvasti negatiivisella taseella, kun ovat sijoittaneet turhan moneen epäolennaiseen asiaan toivoen kaikkien satsausten tuottavan voittoa. Järkevää on satsata, mutta hallita ja hillitä vaikka rahoitusta jäisikin yli alun tarpeiden.

Omissa laskelmissani pääsin tyydyttävään tulokseen ja se vahvistaa asian kokonaiskuvaa. Liiketoiminnan alku saattaa olla pitkä ja kuoppainen, mutta näin viisaasti sijoitetut alkupääoman eurot tukevat ja tekevät koko asiasta pitkällä tähtäimellä turvallisemman.

LÄHDELUETTELO

Painetut lähteet

Holopainen, Tuulikki & Levonen, Anna-Liisa 2003, Yrityksen perustajan opas.
Helsinki: Edita Publishing Oy

Nurmi, Timo, Rekiaro, Ilkka & Rekiaro, Päivi 2008, Sivistyssanat. Helsinki:Gummerus

Passila, Esko 1997, Yrittämisen aakkoset. Lahti: LahtiKopio Oy

Raatikainen, Leena 2008, Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy

Suominen, Arto 2003, Riskienhallinta. Helsinki: WSOY

Sutinen, Mika & Viklund, Esa 2004, Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta
mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu,
Julkaisutoiminta

Työ ja elinkeinokeskus 2009, Yrityksen perustamisopas. Helsinki: Edita Publishing Oy

Sähköiset lähteet

Asiakastieto. Voiton tunnusluvut. [www-sivu][viitattu 27.4.2010]. Saatavissa:
<http://www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut.htm#sipo>

Finnvera. Yrittäjyydesti. [www-sivu][viitattu 26.4.2010]. Saatavissa:
<http://finnvera2.alkuvoima.com/yrittajatesti/>

Kajaanin ammattikorkeakoulu 2007. Kassavirtalaskelmat. [www-sivu][viitattu 26.4.2010]. Saatavissa:

<http://gallia.kajak.fi/opmateriaalit/yleinen/Tuotteistamisk%C3%A4sikirja/kassavirtalaskelma.html>

Nuori yrittäjä. Mitä yrittäjyys tarkoittaa? [www-sivu][viitattu 1.3.2010]. Saatavissa:

http://www.nuoriyrittaja.fi/ny_mita.html

OAMK. Yritys. [www-sivu][viitattu 10.5.2010]. Saatavissa:

<http://www.oamk.fi/~raijaw/yrjat/laskentatoimi/laskenta.htm#Katetuottolaskennan%20tunnusluvut>

Opetushallitus. Synteesi. [www-sivu][viitattu 3.3.2010]. Saatavissa:

<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=223>

Opintoluotsi. Onko hän yrittäjä? [www-sivu][viitattu 10.5.2010]. Saatavissa:

<http://www.opintoluotsi.fi/Peli/index.html>

Patentti- ja rekisterihallitus. Kaupparekisteri 2010. [www-sivu][viitattu 10.4.2010].

Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/hinnasto.html>

Suomen yrittäjät 2008. Palkkalaskuri. [www-sivu][viitattu 25.4.2010]. Saatavissa:

[/www.yrittajat.fi/fi-FI/palkkalaskuri/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/palkkalaskuri/)

Suomen yrittäjät 2008. Yrittäjyys Suomessa. [www-sivu][viitattu 15.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyysuomessa>

Yritys Suomi. Luonnetesti. [www-sivu][viitattu 10.5.2010]. Saatavissa:

<http://www.yrityssuomi.fi/testit/luonne.html>