

## Aamiaismajoitusyrityksen perustaminen Helsinkiin

Emma Hakkarainen



<b>Tekijä(t)</b> Emma Hakkarainen	
<b>Koulutusohjelma</b> Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Aamiaismajoitusyrityksen perustaminen Helsinkiin	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 26 + 22
<p>Majoitustoiminta on yksi maailman vanhimmista liiketoiminnoista, josta aamiaismajoitusyrittäminen on murto-osan. Helsingissä aamiaismajoituksia ei ole ainakaan vielä joka kulmalla ja siksi tämän opinnäytetyön tavoitteena on liiketoimintasuunnitelman avulla huomata, onko aamiaismajoitusyrityksen perustaminen Helsinkiin kannattavaa vai ei. Opinnäytetyöni on toiminnallinen työ, joka rakentuu tietoperustasta ja liiketoimintasuunnitelmasta perustettavalle aamiaismajoitusyritykselle. Tämä suunnitelma on tarkoitus toteuttaa aikaisintaan noin viiden vuoden sisään.</p> <p>Tietoperustassa käsitellään ensiksi majoitustoiminnalle tärkeitä aiheita, kuten aamiaismajoituksen historiaa, eri majoitusliikkeiden käsitteitä ja perehdytään aamiaismajoituksen tarkoitukseen. Avaan myös nykypäivänä tärkeitä sivustoja alalla kuten Airbnb ja Tripadvisor. Airbnb on kerännyt valtavasti käyttäjiä muutaman vuoden sisällä ja uskon tahdin vain kasvavan. Valitsin nämä työssä käytäviksi aiheiksi, jotta lukijalle olisi helpompi ymmärtää lähtökohta yrityksen perustamiselle tälle alalle ja koska aamiaismajoitus on käsitteenä monille vielä tuntematon ja se sekoitetaan usein muihin majoitusliikkeisiin, kuten kotimajoitukseen.</p> <p>Tietoperustassa käydään läpi myös liiketoiminnan perustamiselle tarpeellisia käsitteitä, joista liiketoimintasuunnitelma muodostuu, kuten liikeidea, visio, strategia, yrityksen rahoitus, kannattavuus, hinnoittelu, markkinoiden analysointi ja riskienhallinta. Olen kerännyt tietoperustassa käytäviin käsitteisiin vain ne, jotka ovat omalle produktilleni tarpeellisia, jonka vuoksi esimerkiksi henkilöstöpolitiikka on rajattu pois käytävistä asioista, sillä yritykseni toimii ainakin aluksi vain yhden ihmisen voimin.</p> <p>Tietoperustan jälkeen avaun tämän työn liiketoimintasuunnitelman kehittämisprosessia, jossa käy ilmi esimerkiksi aikataulut ja prosessin kulku alusta valmiiseen liiketoimintasuunnitelmaan. Liiketoimintasuunnitelman oli työn paras osio, sillä siinä saa käyttää omaa mielikuvitusta ja ideoita.</p> <p>Tekemäni produktin perusteella tuloksena on kannattava liiketoiminta, kunhan alun korkeista kuluista on päästy yli ja markkinointi saadaan toimimaan siten, että se tavoittaa potentiaaliset asiakkaat. Tulevaisuutta ajatellen, liiketoimintasuunnitelmaa pitää kehittää ainakin laskennallisessa osassa, sillä epävarmuuteni kustannuksista ja mahdollisista tuloista näkyy tiettyinä ylilyönteinä. Tätä opinnäytetyötä tehtiin lokakuussa 2015 kiireellisellä aikataululla, joka näkyy työssä sen keveytenä.</p>	
<b>Asiasanat</b> Aamiaismajoitus, liiketoimintasuunnitelma, majoitusliikkeet, kannattavuus, Airbnb	

# Sisällys

1 Johdanto .....	1
2 Majoitusliikkeiden ja majoitustoiminnan käsitteet.....	2
2.1 Majoitusliikkeet Helsingissä.....	2
2.2 Aamiaismajoituksen käsitteet ja kriteerit.....	3
2.3 Aamiaismajoitukseen verrattavat palvelut .....	5
2.4 Mistä löydän itselleni sopivan aamiaismajoituksen? .....	6
3 Liiketoimintasuunnitelma .....	8
3.1 Liikeidea.....	8
3.2 Visio ja strategiat.....	10
3.3 Markkinoiden analysointi.....	12
3.4 Rahoitus.....	13
3.5 Kannattavuus ja hinnoittelu .....	14
3.6 Riskit ja niiden hallinta.....	16
4 Prosessikuvaus .....	19
4.1 Lähtökohta – unelma yrittäjyydestä .....	19
4.2 Liiketoimintasuunnitelman tuottaminen .....	20
Pohdinta .....	23
Lähteet .....	25
Liitteet.....	30
Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma ELOLIINA.....	30
1 Tiivistelmä .....	36
2 Lähtötilanne .....	37
3 Liikeidea.....	38
4 Markkinat ja mainonta .....	40
4.1 Kilpailijat.....	40
4.2 Markkinointi.....	42
5 Rahoitussuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat .....	44
6 Riskianalyysi .....	46
7 Yhteenveto.....	48
Lähteet .....	50
Liitteet.....	52
Liite 1. Kolmen henkilön aamiaiskustannusten erittely.....	52
Liite 2. Rahantarvelaskelmat .....	53
Liite 3. Kriittinen piste .....	54
Liite 4. Kriittinen myynti vuodessa .....	55
Liite 5. Tulosbudjettilaskelma .....	56
Liite 6. SWOT-analyysi.....	57

# 1 Johdanto

Unelma yrittäjyydestä ja oman aamiaismajoituspaikan omistamisesta on ollut mielessäni aina. Kun luokalleni kerrottiin opinnäytetyön prosessista ja sen vaiheista, tiesin heti kirjoittavani aamiaismajoituksesta liiketoimintasuunnitelman, jonka avulla unelmani perustaminen on helpompaa.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään aamiaismajoitusyrityksiä Suomessa ja yrityksen perustamiselle oleellista liiketoimintasuunnitelmaa. Opinnäytetyöni on toiminnallinen eli produktiivinen, jonka merkiksi raporttiosan lopulla löytyvässä liitteessä on liiketoimintasuunnitelmani Eloliina työnimellä kulkevalle aamiaismajoitusyritykselle.

Tämän työn tavoitteina on selvittää aamiaisyriksen perustamisen kannattavuutta Helsingissä ja kehittää itseäni tulevana yrittäjänä. Työkokemukseni ja koulutukseni tältä toimialalta on kattava, mutta yrittäjäksi alkaminen vaatii ammattitaitoa ja toivon tämän työn tukevan minua siinä. Tavoitteenani on avata lukijoille aamiaismajoitusta käsitteenä, jonka vuoksi olen rajannut tietoperustan selventämään majoitusliikkeiden käsitteitä ja yleisesti majoitusliikkeiden toimintaa Helsingissä. Lisäksi kartoitan aamiaismajoitukselle tärkeitä jakelukanavia, kuten Airbnb ja Tripadvisor. Suomessa tällainen Bed&Breakfast –tyylinen majoittuminen on kokemukseni perusteella vielä joillekin outo käsite verrattuna ulkomaille, joissa ensimmäiset aamiaismajoitukset tapahtuivat 1800 –luvun luostareissa.

Kolmannessa kappaleessa käsitellään liiketoimintasuunnitelmaa niistä alueista, joita pidän itselleni ajankohtaisena omaan liiketoimintasuunnitelmaani ammentaen. Koska oma yritykseni on vasta idean tasolla elämäntilanteestani johtuen, kappaleessa kolme paneudutaan enemmän liikeideaan ja rahoitukseen ja erilaisiin analyyseihin. Esimerkiksi yleensä liiketoimintasuunnitelmissa nähtäviä henkilöstö-, tuotanto- ja yhteistyökumppani-kappaleita ei omassa työssäni nähdä, koska ne eivät ole omalle yritykselleni oleellisia ainakaan tässä vaiheessa.

Neljännessä kappaleessa käydään läpi tämän produktin prosessikuvaus, eli mistä prosessi on saanut alkunsa ja miten koko projekti on edennyt tähän pisteeseen. Lopuksi tulee pohdintoja siitä mitä olisi voinut tehdä toisin ja mitä kaikkea uutta voikaan oppia tällaisen projektin aikana niin itsestään kuin pk-yrityksistä kautta maan.

Tämän opinnäytetyön lähteinä on käytetty majoitusalan teoksia, sähköisiä sivustoja ja kilpailijayrityksille tehdyt kaksi haastattelua.

## 2 Majoitusliikkeiden ja majoitustoiminnan käsitteet

Suomessa huppeat hotellit ovat vieneet suurimman osan matkailijoista mukanaan pois pienemmiltä majoitusliikkeiltä, mutta aamiaismajoitukset pitävät pintansa toimialalla ja ovat nouseva trendi Suomessa. Hotellien ja aamiaismajoitusten lisäksi on monia muita majoitusliikkeitä, joita avaan seuraavassa kappaleessa. Luvun yhteydessä tutustutaan matkailu- ja majoitustilastoihin Helsingissä. Koska aamiaismajoitus käsitteenä on monille suomalaisille vieras sen harvinaisuuden johdosta, käydään läpi aamiaismajoituksen käsitteet ja kriteerit Suomessa ja mistä aamiaismajoitus on lähtöisin.

### 2.1 Majoitusliikkeet Helsingissä

Tilastokeskuksen (2015) tietojen mukaan vuoden 2015 mennessä koko Suomen yli kahden miljoonan yöpymisestä yli 600 000 on tapahtunut Uudenmaan alueella ja niistä yli puolet on ulkomaalaisten aikaan saannoksia. Vuonna 2014 tilastoitiin 5,7 miljoonaa ulkomaalaista yötä, joista suurin osa oli venäläisiä melkein 24 prosentilla (MaRa 2014). Tilastokeskuksen tiedot ovat kerätty sellaisista majoitusliikkeistä, joissa on vähintään 20 yöpymispaikkaa. Uudellamaalla on tämän hetkisten tilastojen mukaan 155 majoitusliikettä, joissa on sen verran yöpymispaikkoja, että niistä kerätään tietoa tilastoihin. (Tilastokeskus 2015.) Vuoden 2014 keskimääräinen huoneenkäyttöaste oli Uudenmaan alueella 61,9 prosenttia kaikissa majoitusliikkeissä. (Tilastokeskus 2014.) Muutos edelliseen vuoteen tilastoissa on Uudenmaan alueella positiivisen puolella, joka kannustaa uusia majoitusliikkeitä avaamaan oviaan.

Majoitusliikkeet voidaan Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan jakaa seuraaviin kategorioihin:

- hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet
- loma- ja retkeilymajoitus (pois lukien yksityiset lomamökit)
- leirintäalueet, asuntovaunu/-autoalueet
- muu majoitus (Tilastokeskus 2008.)

Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet (matkustajakodit, motellit) tarjoavat lyhytaikaista majoittautumista yleensä vuorokausi- tai viikkohinnalla. Majoitus tapahtuu kalustetuissa huoneissa tai huoneistoissa, johon kuuluu päivittäinen vuoteiden sijaus ja yleinen siivous. Tämän tyylliset majoitusliikkeet pystyvät tarjoamaan asiakkailleen lisäpalveluja, kuten kokoustilojen vuokraamista. (Tilastokeskus 2008.) Helsingissä toimialaa johtavat hotelliketjut, joista yhdet suurimmista ovat Sokos Hotels, Scandic Hotels ja Cumulus Hotels (Haapsalu Kutsehariduskeskus 2015). Jokaisella näistä ketjuista on hotelleja

Helsingin keskustassa, jotka vetävät usein ulkomaalaisia matkailijoita puoleensa (Discovering Finland 2015a). Suomen suurimmalla hotelliketjulla Sokos Hotelsilla on jopa seitsemän hotellia Helsingin keskustassa, tai aivan sen tuntumassa (Haapsalu Kutsehariduskeskus 2015).

Loma- ja retkeilymajoitus perustuu vuorokausi- tai viikkohinnoitteluun, mutta majoitus sisältää yleensä täysin varustellut keittiöt tai ruuan valmistukseen käytettävät välineet. Muita palveluja harvemmin on tarjolla ja majoitus tapahtuu itsenäisissä majoitusyksiköissä (Tilastokeskus 2008). Ehkä tunnetuin retkeilymajoitus Helsingissä on ollut Stadion Hostel, joka sijaitsee Helsingin olympia stadionin läheisyydessä. Valitettavasti Stadion Hostel on päättänyt toimintansa vuoden 2015 aikana Olympia stadionissa alkavien remonttien vuoksi. (Stadion Hostel 2015.)

Leirintä-, asuntovaunu- ja matkailuautoalueet palveluineen kuuluvat kolmanteen majoitusliikkeen luokitukseseen. Tähän kuuluu myös kalastusta ja metsästystä harrastaville tarkoitettut leirintä- ja ulkoilualueet ja vierasvenesatamat. Näiden alueiden vähimmäispalveluina ovat asiakkaiden käyttöön tarkoitettut saniteettitilat. Matkustajakodit, retkeilymajat ja huvivenesatamat eivät kuulu tähän kategoriaan. (Tilastokeskus 2008.) Helsingin suurin leirintäalue Rastila Camping sijaitsee Vuosaarella. Rastila Camping on viiden tähden nykyaikainen leirintäalue, jossa on mahdollista järjestää virkistyspäiviä ja on avoinna vuoden jokaisena päivänä. (Rastila camping 2015.)

Muu majoitus -käsitteen alle kuuluvat asuntolat ja täysihoidotat (muun muassa opiskelija-asuntolat), lomamökkien vuokraus, muualla luokittelematon majoitustoiminta (muun muassa majoittuminen koulutuskeskuksissa, jotka eivät ole hotellitasoisia) ja aamiaismajoitustoiminta. Kokonaisuudessaan Helsingissä on 155 majoitusliikettä (Tilastokeskus 2008). Asunnon vuokrausta ei lasketa majoitustoiminnaksi, sillä asunnon vuokraaminen perustuu pitkäaikaiseen majoittautumiseen (Vero 2015).

## **2.2 Aamiaismajoituksen käsitteet ja kriteerit**

Aamiaismajoitus on käänös englanninkielisistä sanoista Bed and Breakfast. Ennen aamiaismajoitus-nimisuositus Kielitoimistolta, vaihtoehtoina olivat esimerkiksi ”peti ja puuro” sekä ”sänky ja sopuska” (Maaseutu ja Matkailu 2010, 8). Suomessa aamiaismajoituspalveluita on virallisesti ollut vasta parinkymmenen vuoden ajan, mutta muualla aamiaismajoituksia on ollut niin kauan kuin matkustajia maailmalla. Ajanlaskun aikaiset majatalot Britanniassa ränsistyivät käyttämättömyyden takia keskiajalla, jolloin matkustaminen oli liian vaarallista. Tällöin alettiin yöpyä luostareissa, mutta ajan myötä Iso-Britannian majatalot palasivat ja 1800-luvulla niitä pidettiin tärkeinä pysäkkeinä ja

kokoontumispaikkoina. (Adams & Adams 2004, 18.) Ala on koko ajan kehittymässä ja aamiaisyriyten määrä kasvaa koko ajan. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus 2001, 7.)

Aamiaismajoitustoiminta Suomessa uskotaan alkaneen vuonna 1987. Tällöin valtakunnallisesti myyntiä ja markkinointia maaseutumatkailulle tekevä Lomarengas Oy alkoi tehdä selvitystyötä nimellä ”Vuode ja aamiainen”, koskien aamiaismajoitusta. Esimerkkeinä käytettiin Irlannin, Britannian, Saksan liittotasavallan ja Itävallan malleja nimeltään ”bed and breakfast” ja ”Zimmer mit Frühstück”, jotka molemmat tarkoittavat suomeksi ”huonetta aamiaisella”. (Maaseutu ja Matkailu 2010, 8.)

Koska ala on Suomessa niin nuori, eivät aamiaismajoitukseen liittyvät käsitteet ole ehkä suuren yleisön tiedossa. Puhuttaessa aamiaispalveluyrityksistä, tärkeimmiksi käsitteiksi nousee majoituspalvelut ja aamiaismajoitus. Majoituspalvelu on majoitus- ja ravitsemistoiminnan lain (308/2006) mukaan ”ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille”. Majoitusliikkeeksi kelpuutetaan huoneisto, rakennus tai muu paikka, jossa majoitustoimintaa pystytään harjoittamaan. Esimerkiksi Paijan tila Ypäjän kunnassa on yrittäjäpalkittu aamiaismajoituksestaan, mutta se toimii samalla maatilana 70 hehtaarin viljelyksille. Vanhaan konehalliin on jopa rakennettu 220 hengen juhlasali majoittujille. (Ylehti 2008.)

Maa- ja kotitalousnaisten keskus toteaa teoksessaan (2001, 7.):

”Aamiaismajoituspalvelulle ei maassamme ole virallisuonteisia määritelmiä sen sisällöstä tai yritystoiminnan luonteesta.” Tämä tarkoittaa siis sitä, ettei aamiaismajoituspalvelulle ole varsinaista määritelmää tai virallisia rajoitteita. Huonemäärällä ei ole vaikutusta, johtuen toimialan nuoruudesta ja käsitteen laajasta skaalasta. Negatiivisen asian tästä tekee se, että tilastokeskus ei kerää tilastoja alle 20 makuupaikan majoituksista (Tilastokeskus 2013). Elinkeinolain asetuksessa, joka koskee majoitus- ja ravitsemisliikkeitä, on kodeissa tapahtuva majoitus- ja ruokapalvelu kuitenkin rajattu tämän ulkopuolelle. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus 2001, 7-43.)

Majoitustilojen valtakunnallisessa luokitusohjeistuksessa on kuitenkin asetettu jonkinlaisia kriteerejä aamiaismajoitustoiminnalle. Nämä kriteerit koskevat kylpyhuoneiden varustelua, huonetiloja ja muita majoittumiseen liittyviä perusvaatimuksia. Aamiaismajoitusyrityksen lähtökohtana pidetään sitä, että yrittäjä tarjoaa asiakkaalle kotona tapahtuvaa majoitus- ja aamiaispalveluja. Usein aamiaismajoitusyritys mielletään pienimuotoiseksi kotiyritykseksi ja hotellia halvemmaksi vaihtoehdoksi. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus 2001, 7-43.)

Suomalaisesta aamiaismajoitustoiminnasta löytyy todella vähän tilastollisia tietoja. Suomen tilanne tällä hetkelle aamiaismajoitusten saralla on enemmänkin maatilamajoituksen suuntainen, eli maatilat tai haja-asutusalueet myyvät yösiijaa. Vuonna 2010 noin 60 prosenttia aamiaisyriyksistä toimi maatilalla läheisyydessä tai maaseudulla (maaseutu ja Matkailu, 8). Suomen kolme suosituinta aamiaismajoituspaikkaa sijaitsevat Tripadvisorin mukaan Ivalossa, Savukoskella ja Kuusamossa. Etelän suurimmissa kaupungeissa, kuten Helsingissä, yövytään enemmän hotelleissa.

### **2.3 Aamiaismajoitukseen verrattavat palvelut**

Aamiaismajoituksesta käytetään monia muitakin nimityksiä Bed&Breakfast –käsitteen lisäksi, kuten kotimajoitus, maatilamajoitus ja couch surfing eli sohasurffaus. Mikään näistä käsitteistä ei kuitenkaan tarkalleen tarkoita samaa asiaa kuin aamiaismajoitus.

Kotimajoitus on usein sekoitettu aamiaismajoitustoimintaan, mutta majoituksilla on eroja. Kotimajoitus on suomennettu englannin kielisestä termistä home stay. Kotimajoitus on yleensä kestoaltaan pidempi verrattuna aamiaismajoitukseen, johon nimensä mukaisesti kuuluu yö ja sen jälkeinen aamiainen. Kotimajoituksessa talon omistajat asuvat myös talossa tai vuokraavat sen kokonaan, mutta aamiaismajoitus voi olla perustettu myös erilliseen liiketilaan. (Yle 2013.) Kotimajoitus on yleensä myös edullisempi vaihtoehto, sillä yleensä hinta kattaa vain nukkumisen paikan päällä, kun taas aamiaismajoitukseen kuuluu aamiainen ja muut palvelut ovat mahdollisia. Kotimajoituksen ideana ei ole tehdä liikevoittoa (Karelia 2013). Kotimajoituksen parhaina puolina pidetään toiseen kulttuuriin tai elämän tyyliin tutustuminen. Kritiikkiä kotimajoituskonsepti on saanut majoitusliikkeiden hintojen polkemisesta alaspäin. (Yle 2013.)

Maatilamajoitus on nimensä mukaisesti maaseudulla tapahtuvaa majoitusta, kun taas aamiaismajoitustoimintaa voi järjestää missä vain (Discovering Finland 2015b). Maatilamajoituksen idea on majoittaa matkailijat ulkorakennuksissa, jotka ovat kunnostettu entisajan navetoista, mutta päärakennuksessakin voi tietysti yöpyä. Maatilamajoitukseen kuuluu suurelta osin matkailijoiden tutustuminen maatilalla eläimiin ja maalaismaisemiin. Ruokailu, kokoustaminen ja juhlien pito ovat mahdollista suurimmassa osassa maatilamajoituksia. (Paija 2015.) Maaseudulla tapahtuvan aamiaismajoituksen pitäminen voi olla vaikea määrittellä, koska molempien, niin aamiaismajoituksen kuin maatilamajoituksen, kriteerit yleensä täyttyvät.

Sohvasurffaus sekoitetaan joskus aamiaismajoitustoimintaan sen pieni muotoisuuden vuoksi. Sohasurffauksen ideana ei kuitenkaan ole ottaa aamiaismajoituksen tapaan



maksua yöpymisestä vaan se on vastavuoroista kotimajoittumista maailmalla. (Pallontallaajat 2013.) Sohvasurffaus on täydellinen matkailijoille, jotka haluavat nähdä paikallisen elämän läheltä ilman kustannusta. Tämä majoitustyyli perustuu luottamukseen ja auttamisen iloon. Sohvasurffaus on lähtöisin aikojen alusta, kun ystäviä ja perheen jäseniä kestittiin sohvalle ilman maksua. Suuren hitin siitä on kuitenkin tehnyt islantilaiset opiskelijat Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan ja Leonardo Bassani da Silveira. He perustivat vuonna 2004 Couchsurfing.com –sivuston, jonka avulla voit hakea majoituspaikkaa tai majoittujia. Se on käytössä yli 200 000 kaupungissa ja yli 10 miljoonalla ihmisellä ympäri maailmaa. (Couchsurfing 2015.)

## **2.4 Mistä löydän itselleni sopivan aamiaismajoituksen?**

Majoitusliikkeille on tärkeää olla asiakkaiden ulottuvilla, ja nykypäivänä se tarkoittaa jakelukanavien käyttöä kuten Booking.com. Pienemmille majoitusliikkeille Booking.com voi olla liian hintava markkinoinnin keinoksi ja varauskanavaksi 15 prosentin komissiollaan jokaisesta varatusta huoneesta (Booking.com 2015). Onneksi Yhdysvalloista lähtöisin oleva Airbnb-sivusto mahdollistaa myös pk-yritysten kannattavan markkinoinnin edullisuudellaan. Nykyisin kuluttajat ovat todella tietoisia omista haluistaan, joten tulevasta majoituspaikasta halutaan lukea muiden arvosteluja, joka tapahtuu Tripadvisorissa.

Internet on pullollaan varauskanavia hotelleille ja muille majoitusliikkeille, mutta laajimman aamiaismajoitusyritysten skaalan löytää Airbnb-sivustolla. Airbnb on markkinapaikka ihmisille, jotka haluavat vuokrata majapaikkaa ja tapaamispaikka tarvitsijan ja vuokraajan välillä. Yritys on perustettu vuonna 2008 ja näiden seitsemän vuoden aikana se on käytössä jo yli 190 maahan ja 34 000 kaupunkiin ympäri maailmaa. Airbnb kautta on mahdollista vuokrata ja antaa vuokralle kaikkien hintaluokkien majoituspaikkoja ja siksi se onkin niin laajalle levittäytynyt yhteisö, sillä vuokrapaikat vaihtelevat huviloista jopa veneisiin. (Airbnb 2015; Mtv 2015.)

Airbnb on ollut suosittu muissa pohjoismaissa sen perustamisesta lähtien, mutta Suomessa tunnettavuus laahaa perässä. Suomessa Airbnb:ssä on noin 2800 majoituspaikkaa, joista puolet ovat Helsingissä. Suomessa vuokrattavat kohteet ovat suurimmaksi osaksi keskittyneet isojen kaupunkien ympärille, joka helpottaa esimerkiksi kesän festarikävijöitä. Norjassa ja Ruotsissa majoituspaikkoja on merkitty lähemmäs 10 000 ja Tanskassa jopa 20 000. Suomessa Airbnb on alkanut kasvattaa suosiotaan mökkien vuokrauksessa, sillä Suomen mökkien vuokrausmäärien tilastot Airbnb:ssä ovat nelinkertaistunut yhden vuoden aikana. (MTV 2015.)

Airbnb on ollut paljon kritiikin kohteena. Näiden vuokramajoitusten alhaiset hinnat vievät asiakkaita hotelleilta ja kuten Espanjassa Airbnb on ohittanut maan hotellit nukkumapaikkojen määrässä. Airbnb pelätään tyhjentävät kaupunkien keskustat ihmisistä ja nostavan hintoja normaaleissa vuokra-asunnoissa. Myös verotuksesta ollaan huolissaan, sillä monet asuntojaan vuokraavat Airbnb –käyttäjät eivät maksa tuloistaan veroa. Suomen Matkailu- ja Ravintolapalvelut haluaisikin kieltää lailla alle 30 vuorokautta kestävä asunnon vuokraukset toimialan tasaamiseksi. Airbnb on kuitenkin halunnut muistuttaa heidän palvelunsa auttavan turismia alueilla, joissa sitä ei yleisesti ole. (HS 2015; IS 2014.)

Tripadvisor.com on Yhdysvalloissa vuonna 2000 perustettu sivusto, jossa kirjautuneet matkailijat voivat ladata kuvia ja arvostella hotelleja, ravintoloita ja nähtävyyksiä ympäri maailmaa. Se auttaa matkailijoita valitsemaan juuri haluamansa kohteen ja tarkastelemaan sitä jo etukäteen. Sivustolla on jo yli 250 miljoonaa arvostelua ja jopa 340 miljoonaa yksittäistä kävijää kuukaudessa. Tripadvisorista löytyy majapaikkoja hotelleista majataloihin ja arvosteluja voi tarkistella ilman rekisteröimistä. (Tripadvisor 2015a.) Tämän vuoden alussa matkailusivusto Tripadvisor valitsi asiakasarvioiden perusteella Suomen parhaimman hotellin vuonna 2015, joka on Fabian Hotel Helsingissä (Tripadvisor 2015b).

Tripadvisoria on kritisoitu hotellien ja ravintoloiden keskuudessa, sillä asiakkaat käyttävät sivustoa kiristämiseen lisäpalveluiden ja alennuksien toivossa. Tullessaan ostamaan palveluita, asiakkaat kertovat Tripadvisorista ja uhkaavat kirjoittaa heikon arvostelun, jos erityisehtoihin ravintolassa tai hotellissa ei suostuta. Jokaisen ihmisen oikeus kirjoittaa arvosteluita, milloin ja missä vain on myös herättänyt kysymyksiä yrittäjiltä Tripadvisorille. (HS 2014.)

### 3 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus sisältää yksityiskohtainen kuvaus yritystoiminnasta, sekä tarkasti hiottu suunnitelma yritysidean toteuttamisesta. Liiketoimintasuunnitelmaan sisällytetään perustettavan yrityksen ideat, tunnusluvut ja ennustukset tarpeen mukaan. Liiketoimintasuunnitelma laaditaan yleensä yritystoimintaa perustettaessa, mutta jotta se pysyy ajan tasalla, täytyy sitä päivittää tasaisin väliajoin. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002, 29.)

Työ- ja elinkeinoministeriö on laatinut uusille yrittäjille liiketoimintasuunnitelmamallin, joka helpottaa yrittäjää tekemään toimivan ja kokonaisvaltaisen liiketoimintasuunnitelman. Jos liiketoimintasuunnitelma on toimiva, siitä löytyy vähintään tieto liikeideasta, markkina-analyysi, kannattavuuslaskelma sekä rahoitussuunnitelma. Lisäksi liiketoimintasuunnitelman täytyy sisältää tieto yrittäjän henkilökohtaisista vahvuuksista sekä tulevan yrityksen käytännön järjestelyt. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2011.)

#### 3.1 Liikeidea

Liikeidea on tärkein osa liiketoimintasuunnitelmaa. Ilman konkreettista ideaa, ei ole mitään pohjaa koko liiketoimintasuunnitelmalle. Yrittäjällä saattaa olla karkea versio yritysideasta, mutta liiketoimintasuunnitelmassa liikeidean avulla täytyy osata vastata yritystoiminnallisiin kysymyksiin yksityiskohtaisesti. Hyvän liikeidean avulla on helpompi hakea ulkopuolista rahoitusta alkavalle yritykselle ja se toimii yrittäjän työkaluna niin ulkoisessa kuin sisäisessä kehityksessä. Liikeideaa pitää hioa ja tarkentaa ajan kanssa, jotta siitä on tulevalle yrittäjälle hyötyä myös jatkossa. (Sutinen & Viklund 2005, 56–57.)

Aloittavan yrittäjän täytyy osata miettiä liikeidea niin, että se vastaa seuraaviin liiketoiminnallisiin kysymyksiin (Pesonen ym. 2002, 28.): Mitä, kenelle, miten ja millä?

Näihin yksinkertaisiin kysymyksiin yrittäjän täytyisi löytää ei niin yksikertaiset vastaukset. Mikä on se tuote, mitä myydään ja mitkä ovat tuotteen vahvuudet ja heikkoudet? Tällä kysymykselle pyritään selvittämään, onko liikeideassa pointti ja onko siitä minkäänlaista hyötyä mahdollisille asiakkaille. Jos vastaavaa tuotetta tai palvelua on jo markkinoilla, täytyy ottaa selvää sen potentiaali tulevilla markkina-alueilla. Tuotteella tai palvelulla täytyy olla nimi ja markkinointiviesti, selvittää jakelukanavat ja prosessit. (Pesonen ym. 2002, 28-87)

Kun liiketoiminnassa kysytään, kenelle tuotetta myydään, pitää miettiä tarkka segmentti eli toivottu asiakasryhmä. Millainen on toivottu kohderyhmä ja miten heitä saataisiin asiakkaisiksi ja miksi juuri he? Rajaamalla asiakaskuntaa eli segmentoimalla pystytään ottamaan hyöty pienemmästä volyymistä ja tuottaa palvelua tai tuotetta juuri heidän tarpeisiin. Markkinointi on helpompaa, kun on pienempi asiakaskunta, jota täytyy miellyttää. Asiakaskunta voidaan jakaa pienempiin segmentteihin tulotason, sijainnin ja kuluttajakäyttäytymisen mukaan. Nämä segmentit omalle tuotteelle tai palvelulle tulee olla hyvin harkittuja ja selvitettyjä, sillä liian suuri segmentti on vaikea hallita ja yritys kärsii. Kun asiakkaita pystytään pitämään tyytyväisinä ja he ovat keskenään samankaltaisia, on segmentointi onnistunut loistavasti. (Pesonen ym. 2002, 29–56 & Sutinen & Viklund 2005, 57.) Esimerkiksi hotellin liikeideana voi olla kylpylähotelli, hotelli lapsiperheille tai majoitusta häämatkalaisille. Tällöin liikeidealla on tietty segmentti, joka helpottaa mainonnan kohdistamisesta tiettyihin asiakkaisiin.

Liikeideasta täytyy käydä selville, miten sitä myydään ja miten se toteutetaan. Onko tarpeeksi resursseja yrityksen johtamiseen niin rahallisesti kuin henkilökunnan määrän kannalta, jos ei, niin miten asia saataisiin korjattua. Liikeidea sisältää myös erilaisia prosesseja, miten yritystä pyöritetään. Minkälainen organisaatorakenne yritykselle halutaan, minkälaisia palveluprosesseja aamiaismajoituksen tahdotaan käyttävän, ovat erinäisiä kysymyksiä, joilla saadaan liikeidea itselle miellyttäväksi ja varmasti toimivaksi. (Pesonen ym. 2002, 84; Sutinen & Viklund 2005, 57.)

Jotta pystytään vastaamaan kysymykseen ”millä?”, pitää ensin miettiä yritykselle haluttua imagoa. Tämä helpottaa markkinointia eri kanavien kautta, mutta ennen tätä pitää olla segmentti tiedossa. Esimerkiksi turvallisuudenhakuisten kiinalaisten matkoista 88 prosenttia varataan edelleen matkatoimistojen eikä online-varauskanavien kautta (Visit Finland 2015). Kun tiedetään haluttu imago, on tärkeä miettiä muuta mitä halutaan viestiä, mitä tunteita ja ajatuksia yrityksen halutaan herättävän. Halutut viestintäkanavat ja markkinointiin käytettävä budjetti pitää olla selvillä liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä. Pitää siis tietää halutaanko majoitusyritys laittaa esille edulliselle sivustolle, kuten Airbnb, vai panostaa markkinointiin ja laittaa se Booking.comiin, jolle tarvitsee maksaa 15 % provision jokaisesta myydystä huoneesta (Booking.com 2015). Uutta yritystä perustettaessa olisi ihannetilanne saada mahdollisimman selkeä segmentti ja toimivat viestintäkanavat, että yrityksen näkyvyys ja tulos paranevat. (Pesonen ym. 2002, 28–48.)

Oman kokemukseni mukaan suunnitellessa haluttua yritysilmettä ja sen markkinointia, on tärkeää käyttää siihen tarpeeksi aikaa. Näin saadaan yrityksen arvot ja muu tärkeä ulosanti välitettyä asiakkaille mahdollisimman tarkasti ja aidosti. Tätä kautta henkilökunta saattaa alkaa ymmärtää yrityksen tavoitteita ja arvoja paremmin, joka auttaa taas yritystä

saamaan parempia ja motivoituneita työntekijöitä. Yrityksen arvojen ulostuonti saattaa helpottaa uuden yrittäjän yhteyksien solmimista saman henkisten yritysten kanssa.

### 3.2 Visio ja strategiat

Kun aloitellaan liiketoimintaa, voi olla vaikea määrittellä liiketoiminnalle selkeää monen vuoden visiota ja strategiaa. Tämä johtuu siitä, että tuntemusta ja näkyvyyttä tulevaisuuteen ei ole, johtuen vaikka kokemuksen puutteesta. Perustamiseen liittyy usein epävarmuutta ja voi olla todella vaikeaa ennustaa mitä tulevaisuudessa tapahtuu, mutta silti aloitettavan yrityksen vision ja strategian määrittäminen on äärimmäisen tärkeää. (Sutinen & Viklund 2005, 55.)

Visiolla tarkoitetaan tavoitteellista tilaa, johon yrityksen on aikomus päästä esimerkiksi viiden vuoden sisään. Visioita voi olla monenlaisia, mutta useimmiten visiossa kuvaillaan missä markkina-alueella tai toimialalla yritys toimii, mitä tuotteita/palveluita myydään ja miten kehitytään eteenpäin. Visio sisältää karkeat vedokset kannattavuustavoitteista ja liikevaihdollisista kehityksistä. Liittyen tiukasti visioon, strategia taas on se kehityspolku, jonka avulla vision tavoitteisiin päästään. Strategiaan on tarkemmin kuvattu visiossa mainitut tavoitteet kannattavuudessa, menestystekijät, erinäiset mittarit, osaamiset ja kompetenssit sekä linjauksia miten toimitaan, jotta päästään tavoitteisiin. (Business fellows 2015b.)

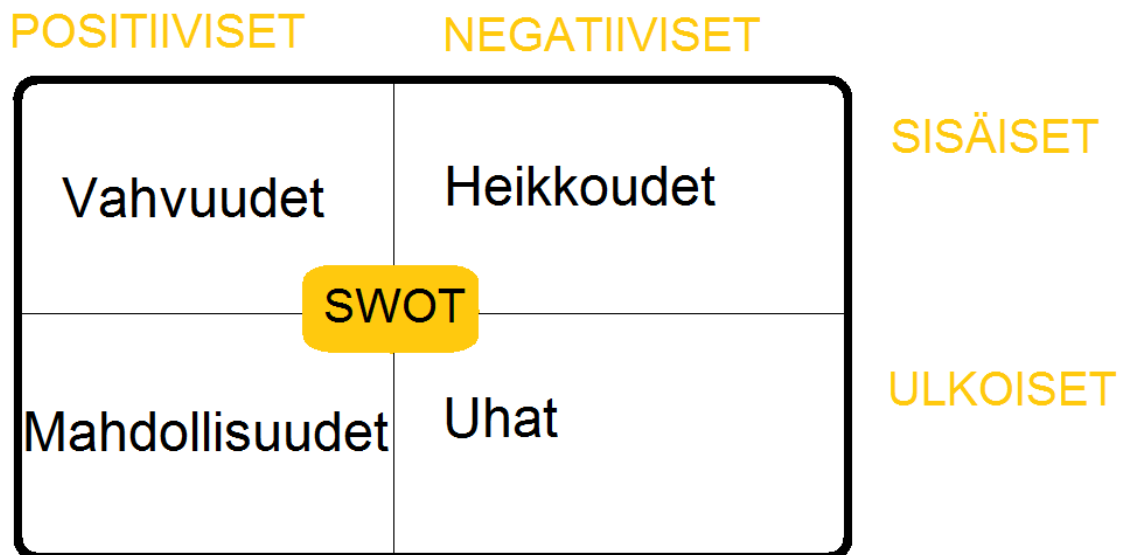
Ennen kuin laaditaan varsinaiset strategiat tai visiot, yrityksen tulee analysoida kohdemarkkinat, asiakkaiden tarpeet ja niiden kehitys, kilpailijat sekä tulevaisuuden trendit toimialalla. Kun ollaan selvillä markkinoista ja sen mahdollisista tulevaisuuden muutoksista, vision ja strategian kuvaileminen on selkeämpää ja helpompaa. Kaikki tämä tehdään jo yrityksen perustamisen alkuvaiheessa, jotta säädetyt visio ja strategiat auttavat tulevaa yrittäjää tekemään tulevaisuuden päätöksiä, kuten tarvittavat resurssit, työkalut, investoinnit ja muut yritystoimintaan liittyviä toimintoja. (Sutinen & Viklund 2005, 55-56.)

Kun visio ja strategia on sovittu ja määritelty, on äärimmäisen tärkeää, että kaikki yritykseen kytkeytyvät henkilöt sitoutuvat niiden taakse kokonaan. Tällöin työnteko on kaikille helpompaa, kun on yhteiset linjaukset ja tavoitteet. Vision ja strategian peruslinja tulee olla lähtökohtaisesti selkeä kaikille, eikä sitä tule muuttaa yrittäjän päivittäisen mielialan tai ideoiden mukaan. Mutta kuten aina pienen yrityksen toiminnassa, myös vision ja strategian suhteen on pyrittävä hakemaan joustavuutta. Tavoitetta on oltava mahdollista päivittää nopeallakin aikataululla, mikäli yrityksen kohdemarkkinassa tai

toimintaympäristössä tapahtuu merkittäviä muutoksia, jotka joko estävät yritystä pääsemästä alkuperäiseen tavoitteeseensa tai tarjoavat uuden ja aikaisempaa paremman tavoitteen. (Business fellows 2015b.)

Yrityksen vision täytyy olla lyhyt ja ytimekäs ja strategiaa miettiessä ja kuvattaessa pitää pysytellä vain muutamassa keskeisessä ideassa. Tällä tavoin kaikki on helposti ymmärrettävää ja omaksuminen on helpompaa. Kun määritellään visiota ja strategiaa, ei ole tarkoituksena kirjoittaa romaania vaan saada näkemys, joka on selkeä ja yksinkertainen. (Business fellows 2015b.)

Strategiaa miettiessä tehdään yleensä SWOT – analyysi. SWOT on lyhenne sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysin ideana on tunnistaa yrityksen heikkoudet, vahvuudet, heikkoudet ja mahdollisuudet ja kerätä ne analyysin avulla nelinkenttään (Kuvio 1.). (Oamk 2015.)



Kuvio 1. SWOT-analyysi (Suomen Riskienhallintayhdistys 2015)

Tässä nelinkentässä tarkastellaan yrityksen olemista sisäisten ja ulkoisten tekijöiden kautta. Sisäisiä tekijöitä ovat vahvuudet ja heikkoudet. Näihin sisäisiin tekijöihin yritys pystyy itse vaikuttamaan, jolloin vahvuudet auttavat yritystä menestymään, kun taas tarkoittaa sitä, että uhat estävät yrityksen menestymisen. Ulkoisina tekijöinä toimivat uhat ja mahdollisuudet, jotka tulevat yrityksen toimintaympäristöstä. Kun yritys käyttää hyväksi mahdollisuuksia, se menestyy paremmin, kun taas uhkien toteutuessa yrityksen menestys saattaa kärsiä. (Oamk 2015.)

### 3.3 Markkinoiden analysointi

markkinat ovat paikka, jossa niin tuotteiden kuin palveluiden kysyntä ja tarjonta kohtaavat. Uutta yritystä perustaessa on tärkeintä kehittää tuote tai palvelu, jolle on kysyntää ja löytää tuotteelle oikeat markkinat. Jollei tuotteelle tai palvelulle ole alun perinkään minkäänlaista kysyntää, markkinoita ei tällöin ole. Jokaisen aloittavan yrityksen on tehtävä markkina-analyysi eli markkinatutkimus. Se tarkoittaa yrityksen markkinoiden kartoittamista ja liiketoiminnan perusedellytysten selvittämistä. Markkina-analyysi on keino päästä nopeammin ja tehokkaammin suunniteltuihin tuloksiin, joten se on todella tärkeä osa uutta yritystä. (Pesonen ym. 2002, 33.) Myös Finsve (2015), ruotsalais-suomalainen kauppakamari, kuuluttaa markkina-analyysin nimeen, vaikka monet kansainvälistyvätkin yritykset hyppäävät sen yli kustannussyistä.

Kun laaditaan markkina-analyysia, pitää siinä tarkastella vähintäänkin potentiaalisten asiakkaiden ostokäyttäytymistä (motiivit), markkinoiden rakennetta, matkailupalvelun volyymia ja tulevaisuudennäkymiä (kysyntä ja potentiaalinen asiakasmäärä) sekä alan kilpailua. Markkina-analyysissä pitäisi olla vastaukset vähintään seuraaviin kohtiin; markkinoiden koko, markkinaosuudet, alan trendit, asiakasprofiili ja kilpailijoiden osuus markkinoista. (Pesonen ym. 2002, 33–34.)

Vastaperustetuilla yrityksillä on usein asiakaskeskeiset asenteet ja arvot, mutta toimenpiteet niiden saavuttamiseksi ei ole tiedossa. Esimerkiksi asiakaskontaktien kautta saataisiin kerättyä paljon markkinatietoa, mutta markkinoiden analyysia ei muisteta tehdä tai se tehdään huolimattomasti. Positiivisena esimerkkinä Saimaan rannalla sijaitseva Hotelli Heimari kuitenkin kerää asiakaskyselyitä ympäri vuoden nettisivuillaan, saaden tästä paljon markkina-arvoa ja -tietoutta verrattuna muihin Saimaan rannan hotelleihin ja majoitusliikkeisiin (Hotelli Heimari 2015). Haasteena on lisäksi se, että markkinatuntemus personoituu liikaa. Tämä tarkoittaa sitä, että vain esimies tai toimitusjohtaja tietää markkinoilla tapahtuvat käännteet, mutta ei jae sitä eteenpäin muille tärkeille elimille. (Business Fellows 2015a.)

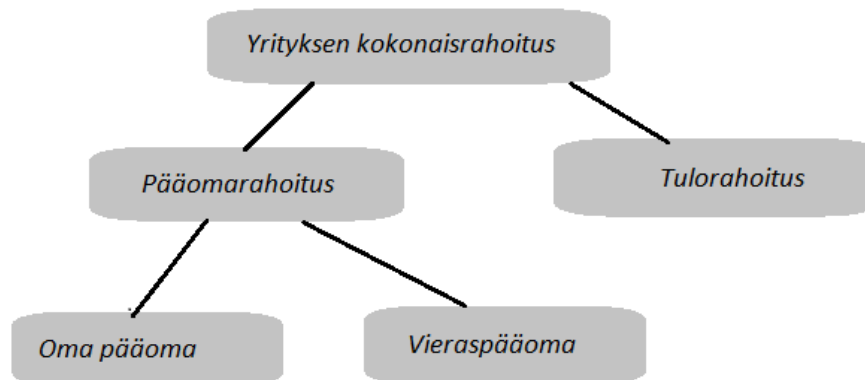
Markkina-analyysin teettäminen onnistuu ulkopuoliselta yritykseltä tai se tehdään itse. Markkinatutkimuksen tekotapoja ovat muun muassa benchmarking, jossa tutustutaan ja vertaillaan omaa yritystä muihin alan yrityksiin. Toinen esimerkki on kenttätutkimukset, joiden muotoja ovat haastattelut ja kyselyt. (Pesonen ym. 2002, 33–34.)

### 3.4 Rahoitus

Aloittava yritys tarvitsee alkuinvestointeihin yleensä paljon rahaa. Tämän vuoksi on tärkeää laatia todenmukaiset laskelmat yritystoiminnan aloittamisen kustannuksista. Ensikertalaiselle yrityksen perustaminen tulee yleensä kalliimmaksi kuin on kuviteltu, koska perustamiskuluja ilmaantuukin luultua enemmän. Internetissä on löydettävissä monia investointilaskureita, jotka auttavat yritystoiminnan alkuinvestoinnin laskemisessa. (Osuuspankki 2015.)

Yritystä perustaessa toimintaa rahoitetaan yleensä omalla ja vieraalla pääomalla. Vieraspääoma voi olla pitkä- tai lyhytaikaista. Rahoitus on lyhytaikaista kestäen alle vuoden ja pitkäaikaista kestäessä yli vuoden päivät. Osuuspankin (Osuuspankki 2015) mukaan ulkopuolisilta rahoittajilta tarvitaan lähes aina rahoitusta yritystä aloittaessa. Usein aloittavalle yrittäjälle on luontevinta hakea vierasta pääomaa pankista, mutta mahdollisuuksia on useita. Yhteisörahoitus eli joukkorahoitus on nouseva trendi niin Suomessa kuin maailmalla. Se tarkoittaa varojen keräämistä yhteisön voimin, johon jokaisella on mahdollista osallistua. Joukkorahoituksesta on myös lainaperusteista rahoitusta.

Kun toiminta on saatu kannattavaksi, nousee esille tulorahoitus, jolla toimintaa aletaan myös rahoittaa. Yrityksen rahoitusrakennetta avataan kuviossa 3. (Osuuspankki 2015.)



Kuvio 3. Yrityksen rahoitusrakenne (VirtuaaliAMK 2007)

Yritystä perustettaessa yrittäjän pääoman suuruus on oltava riittävä, että esimerkiksi pankki olisi vakuuttunut omistajan sitoutumisesta ja myöntäisi lainaa yritykselle ja monet vaativatkin vähintään 20% pääomaosuuden halutusta lainasta (SUK 2015). Kun hankitaan



vierasta pääomaa, on neuvotteluissa pyrkimys myydä liikeidea tai hanke mahdolliselle rahoittajalle. Myös se, että yrittäjän omapääoma ei vaadi lyhennyksiä tai korkoa, on yritystoimintaa aloittaessa taloutta helpottava asia. Yrityksen menestyessä ja tulosta kerrytettäessä, pääoman sijoitukselle saadaan katetta. (Osuuspankki 2015.)

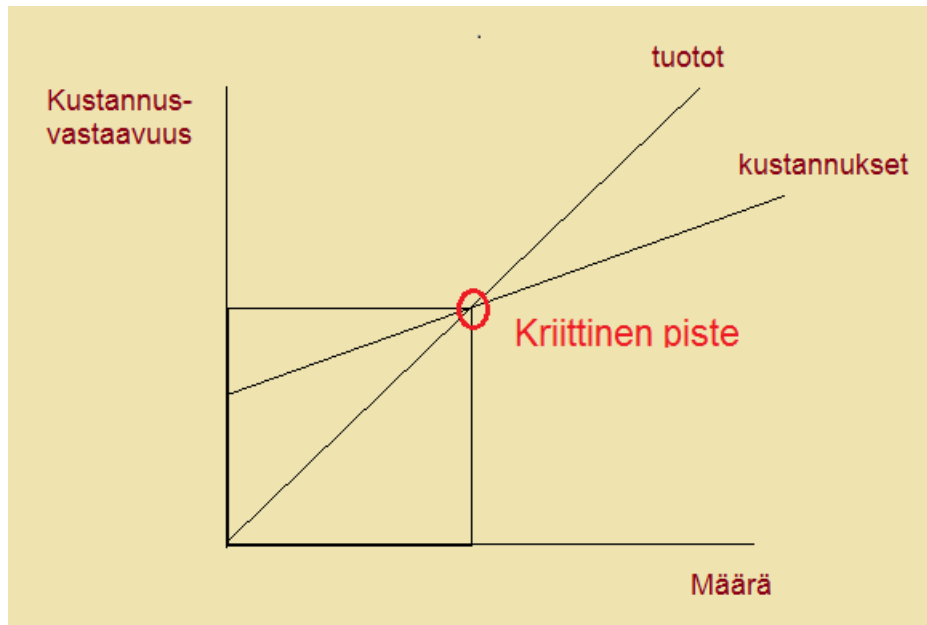
Jotta ulkopuolinen pääoma olisi mahdollista, on yrityksen perustajan kyettävä kertomaan perustellusti yrityksen toimintaan liittyvät suunnitelmat ja laskelmat. Perustellun ja uskottavan toimintasuunnitelman lisäksi ulkoinen rahoittaja vaatii lainoilleen vakuuksia. Vakuuksilla tarkoitetaan esimerkiksi takauksia tai reaalivakuuksia, jotka ovat kiinteää tai irrallista omaisuutta. Yleensä yrityksen perustamisen alkuvaiheessa varaudutaan antamaan vakuudeksi yrittäjän yksityisomaisuutta, kuten vaikka talon, koska toiminnalla ei ole vielä tarpeeksi varallisuutta itsellään. Tämä voi olla suuri riski, mutta se kertoo yrittäjän sitoutumisesta omaan yritykseensä ja uskoonsa omaan liikeideaan. (Osuuspankki 2015.) Yritys-Suomi (2015) kehottaa silti yrittäjän liittymään yrittäjien työttömyyskassaan, joka takaa yrittäjän toimeentulon yritystoiminnan päättyessä.

Ulkopuolisen pääoman piiriin kuuluu valtion myöntämä harkinnanvarainen starttiraha. Raha on tarkoitettu uusille yrittäjille, jotka eivät nosta muita tukia eikä heillä ole muita tulonlähteitä yritystoiminnan ohessa kuin alkavan yrityksen tulot. Starttiraha on verottavaa ja henkilökohtaista tuloa. Tarkoituksena starttirahalla on lisätä uusia yrityksiä ja työllistymistä. Tämä ulkopuolinen rahoitus tukee yrittäjän henkilökohtaista taloutta, kunnes yritys on kannattava, kuitenkin enintään 18 kuukautta. Vuoden 2015 starttiraha on 32,80 euroa/päivässä. (Uusyrittäjäkeskus 2015.)

### **3.5 Kannattavuus ja hinnoittelu**

Kun halutaan yrityksen olevan kannattava, pitäisi myyntituottojen kattaa yrityksen juoksevat menot. Jotta tätä pystytään seurata, ja sitä kautta yritys kasvaa ja menestyä, tehdään tuloslaskelmia. Niiden avulla pystytään selvittämään monia tunnuslukuja, jotka ovat yritykselle tärkeitä. (Kotro 2007, 14.) Kannattavuus lukujen lisäksi tarkoittaa hotellialalla trendien seuraamista, tuotekehittelyä ja asiakkaiden tarpeisiin vastaamista tuotteella ja brändillä (Silab 2013).

Kriittinen piste (kuvio 2.), eli nollatulot saadaan arvioimalla missä pisteessä valitulla katekriteerillä ja hintatasolla syntyy nollatulot myyntimäärää kohden. Kannattavuuslaskelmien avulla pystytään analysoimaan, onko esimerkiksi myyntitavoitteet realistisia vai täytyykö hinnoittelua muuttaa tai kuluja koittaa vähentää katteen kasvattamiseksi. Tällä tavoin pystytään huomaamaan muutokset tulosennusteissa pienillä hinnan muutoksilla.



Kuvio 2. Kannattavuusraja-analyysi eli kriittinen piste (Strategy train 2015.)

Kun tarkastellaan lähemmin yrityksen kannattavuutta ja suunnitellaan yrityksen tuloja ja menoja, on kyse sisäisestä laskentatoimesta. Sisäiseen laskentaan kuuluu hinnoittelulaskenta, kustannuslaskenta, investointilaskelmat, budjetointi tulosyksikkölaskelmat ja strateginen laskentatoimi. Koska maailma on kehittynyt tietotekniikassa ja järjestelmissä, on laskenta siirtynyt enemmänkin lukujen ja tietojen havainnoimiseen ja hyödyntämiseen. (myownbusiness 2015.)

Kaikkien kaavojen lisäksi, yrittäjän olisi hyvä tietää kaikki käsitteet tunnuslukujen takana. Tämä auttaa avaamaan mitä tarkoittaa kiinteät ja muuttuvat kustannukset, poistot ja satunnaiset kulut ja mitä niihin sisältyy. Kiinteitä kuluja ovat kaikki yrityksen kulut, jotka eivät muutu myyntien muuttuessa vaan pysyvät samana, kuten tilojen vuokra. Raaka-aineet ja muut myyntien kanssa laskevat ja nousevat kustannukset lasketaan muuttuviksi kustannuksiksi. Näiden kiinteiden ja muuttuvien lisäksi on myös satunnaisia kustannuksia, vaikka äkillinen vesivahinko ja siitä aiheutuva remontti. (Balance Consulting 2015.)

Uuden yrityksen toiminnassa hinnoittelu on suuressa osassa alkumenestystä. Hinnoittelu vaikuttaa niin asiakkaisiin, kilpailukykyyn kuin imagoon. Hinnoittelua suunniteltaessa pitää huomioida alan markkinat, tuotteen tai palvelun kysyntä, tuotantokustannukset, yrityksen tavoitteet ja kilpailijat. (Pesonen ym. 2002, 59.)

Kaikki hintoihin liittyvä pitää ottaa selvää ennen tarkkaa hinnoittelua, esimerkiksi paljon ovat markkinoiden keskihinnat, kysynnän ja tarjonnan laki, ovatko katteet kohdallaan, kun mietitään tuotantokustannuksia. Esimerkiksi aamiaismajoituksen tuotantokustannukset jaetaan kiinteisiin kustannuksiin (vuokra), muuttuviin kustannuksiin (esim. raaka-

ainekustannukset), lainsäädännöllisiin kustannuksiin (esim. arvolisäverotus) sekä muihin esimerkiksi kausivaihteluista kehkeytyviin kustannuksiin. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi, Matero 2003, 195.)

Hinnoittelutekniikka on tapa, mitä käyttäen hinta kerrotaan asiakkaalle. Koska kuluttajat huomaavat oitis hintojen muuttumisen, on aloittavan yrittäjän valittava huolellisesti omalle yritykselleen sopivimman hinnoittelutekniikan ja markkinoinnin. Erilaisia hinnoittelutekniikoita ovat erilaiset pakettihinnoittelut, alennukset, palkinnot ja hintaporrastus. Hintaporrastusta käytetään esimerkiksi hotelleissa kausihinnoittelussa ja pakettihinnoittelulla tarkoitetaan erilaisia majoituksen kanssa kuuluvia ruoka- ja ohjelmapalvelupaketteja. (Pesonen ym. 2002, 62.)

Taattisten tilan Naantalin Merimaskussa omistava Karin Aaltonen kertoo hinnoittelun olevan haasteellista aamiaismajoitustoiminnassa. Matkailijat olettavat saavansa hotellitasoisia huoneita kuitenkin hotellia edullisempaan hintaan. (Maaseutu ja Matkailu 2010, 12.) Hinnoittelussa pitää kuitenkin pitää mielessä yrityksen imago ja laatu. Omassa yrityksessäni hinnat eivät tule olemaan korkeat, mutta panostukseni ansiosta ja sopivan liiketilan löydyttyä, uskon pystyväni kattamaan kuluni hinnoittelutekniikallani. Perustettavan aamiaismajoitusyrityksen kohdalla hinnoittelu on tärkeässä asemassa, ja sitä onkin mietitty useaan otteeseen. Liiketoimintasuunnitelmassani olen käyttänyt pakettihinnoittelua majoitustuotteen hinnoittelussa, yhdistämällä majoitukseen aamiaisen ja muita ameniteetteja eli mukavuuksia.

### **3.6 Riskit ja niiden hallinta**

Riskienhallinta on elintärkeää yritystä perustettaessa. Sen tavoitteena on tukea yrityksen strategiassa tehtyjen tavoitteiden onnistumista sekä pitää huoli liiketoiminnan jatkuvuudesta, taloudellisesta kehityksestä ja jo ennalta tunnistaa riskit ja haitat.

Riskienhallinta on yrityksissä päivittäin esillä ja sen puitteissa tehdään suuriosa yrityksen päätöksistä. Riskejä pystytään hallitsemaan kontrolloimalla, välttämällä ja pienentämällä tapahtumia, jotka liittyvät riskeihin. Kaikkia tapahtumia, mitkä voivat vaikuttaa yritykseen negatiivisesti, pidetään riskeinä. Myös positiivisia riskejä voi olla, siksi jokaista riskiä arvioidaan sen vaikutuksen perusteella. (Ponsse 2015)

Yrityksen liiketoiminnalle oleellimmat riskit ovat Lähitapiolan (2014) nettisivujen mukaan yleisesti jaettu neljään eri kategoriaan:

- strategiset riskit

- taloudelliset riskit
- operatiiviset riskit
- vahinkoriskit

Strategisia riskejä	Operatiivisia riskejä	Vahinkoriskejä	Talouriskejä
-Liikestrategia	- Tuotteet ja palvelut	-Ympäristövahingot	-Rahoitusriskit
-yrityskulttuuri	-Tuotanto	-Rikollinen toiminta	-Valuutta- ja korkoriskit
-Yrityskaupat	-Henkilöstö	-Kuljetukset ja liikenne	-Hintariskit
-Investoinnit	-Raportointi ja kirjanpito	-Työtaturmat	-Tuottavuus
-Kilpailu- ja markkinatilanne	- Tietotekniikka ja tietoturvasuus	-Koneet ja laitteet	-Sopimuskumppanit
-Asiakkaat	-Toiminnan vastuut ja sopimusriskit	-Kiinteistöturvasuus	-Luottotappiot
-Yhteistyökumppanit			

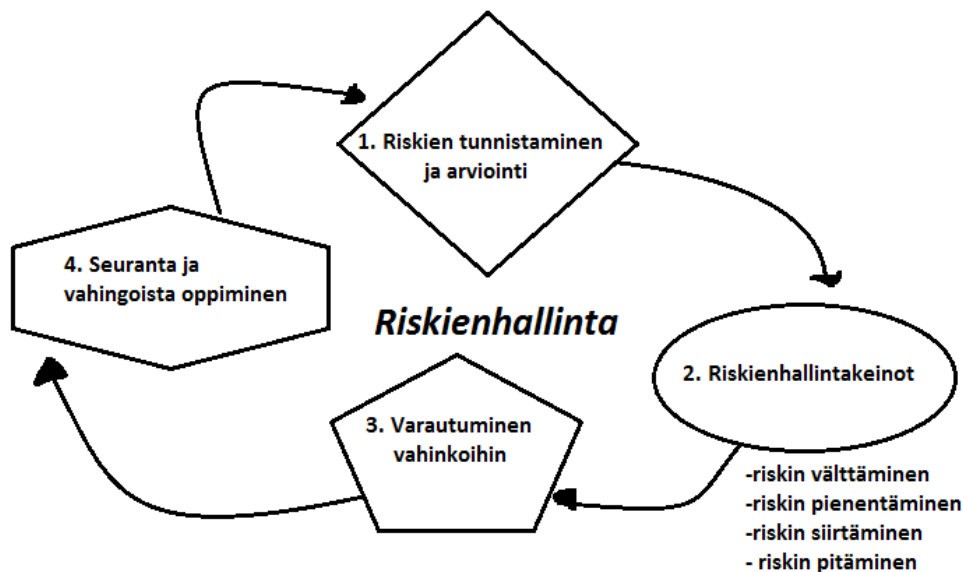
Kuvio 2. Yritystoiminnan riskit (Lähitapiola 2014.)

Ylläolevassa kuviossa (Kuvio 2) neljään ryhmään jaetut riskit on avattu vielä tarkemmin. Vahinkoriskeiksi lasketaan kaikki riskit, jotka liittyvät henkilöturvallisuuteen, omaisuuteen tai ympäristöön. Operatiivisissa riskeissä on taas kyse yrityksen sisäisistä tai ulkoisista prosesseista, henkilöstöstä tai vaikka järjestelmistä johtuvia riskejä. Taloudelliset riskit ovat riskejä, jotka vaikuttavat yrityksen taloudelliseen tilanteeseen, kuten maksuvalmiuteen, kustannuksiin ja kannattavuuteen. Riskit, jotka vaikuttavat yrityksen strategisten tavoitteiden toteutumiseen, kutsutaan strategisiksi riskeiksi. (Lähitapiola 2014.) Suomen riskienhallintayhdistys (2015) on jättänyt strategiset riskit osion kokonaan pois jaottelustaan, sillä heidän mielestä moni riski on sellainen, että se voi kuulua moneenkin kategoriaan.

Kun riskejä tarkastellaan yritystoimintaa aloittaessa näistä näkökulmista, saa hyvän kuvan yrityksen niin uhkien kuin mahdollisuuksien laajuudesta kokonaan sekä riskien vaikutuksista toisiinsa. Kun puhutaan riskeistä, mikään yksittäinen riski ei ole vain ja ainoastaan esimerkiksi operatiivinen riski, koska toteutuessaan se voi myös vaikuttaa kolmeen muuhun riskien kategoriaan. (Lähitapiola 2014.)

Tavoite riskienhallinnalla on tukea yrityksen päätöksiä ja johtamista, jotta mahdollisesti tavoitteisiin vaikuttavat riskit ja niiden seuraukset huomataan ajoissa. Riskienhallinnan toteuttamisella on monia variaatioita eri yrityksellä heidän tarpeidensa mukaan. Esimerkiksi Sokos Hotels kertoo heillä olevan jokaisessa hotellissa oma turvallisuusvastaava, henkilökunnalla on S-ryhmän omat turvapassit ja paljon muuta asiakkaiden turvallisuuteen liittyvää tietoa (Sokos Hotels 2015) Vuonna 2009 S-ryhmän hotellit ja ravintolat saivat tunnustuksen turvallisuudestaan, joka kertoo toimivasta riskienhallinnasta ja valvonnasta (S-ryhmä 2009).

Aloittaessa pohtia toimintasuunnitelmia ja strategiaa, merkittävimpien riskien ja niiden hallinnollinen tila on syytä arvioida kartoittamalla riskit järjestelmällisesti ja säännöllisesti. Kartoitettaessa riskejä yritystoimintaan vaikuttavia uhkia ja mahdollisuuksia pyritään tunnistaa ja arvioida tärkeysjärjestyksessä. Kartoituksen jälkeen riskeille valitaan toimivimmat hallintakeinot. Näihin keinoihin kuuluu erilaisten vakuutusratkaisujen lisäksi monia toiminnallisia ja teknisiä ratkaisuja. (Ponsse 2015.)



Kuvio 5. Riskienhallintaprosessi (Suomen riskienhallintayhdistys 2015)

Kun yritykselle määritellään riskienhallintaan liittyvät veloitteet, vastuut, resurssit ja raportointikeinoja, tätä kutsutaan riskienhallintapolitiikaksi. Jotta yritystoimintaa uhkaavat riskit saadaan toivotulle tasolle, on tärkeä käsitellä riskejä ja käyttää valittuja hallintakeinoja. Riskienhallinnan kehittäminen yrityksessä vaatii päivittäistä ohjaamista ja toteuttamista, seuranta ja riskienhallinnan prosessin jatkuvaa parantamista (Kuvio 5). (Lähitapiola 2014.)

## 4 Prosessikuvaus

Tässä kappaleessa kuvailen liiketoimintasuunnitelman prosessia ja sen valmistumista tässä työssä. Ensin käydään läpi lähtötilanne, jonka jälkeen kuvailen työn tuottamisen ja lopulta valmiin työn. Tässä opinnäytetyössä olen käynyt läpi itselleni olennaisia liiketoimintasuunnitelman lukuja ja niiden perusteella tehnyt produktin omanlaisekseen tukemaan tulevaa yritystäni Eloiinaa. Liiketoimintasuunnitelmamalliksi otin Uusyrityskeskus Wäläkkyn kehittämän mallin, sillä se oli selkeä rakenteinen ja mielestäni juuri minun työn ja yritykseni kokoon sopiva. Tutustuin myös liiketoimintasuunnitelma.comin liiketoimintasuunnitelma malliin. Se tuntui vaikeaselkoiselta, vaikka laskentakaavat vaikuttivat hyviltä. mutta uusyrityskeskuksen malli oli mielestäni selkeämpi. Myownbusiness-sivustolla on englannin kielinen liiketoimintasuunnitelma, mutta tunsin itselleni luontevammaksi valita kotimaisen tekijän mallin, koska aihe on muutenkin uusi ja jonkun tasoinen kieli muuri saattaisi vaikeuttaa asioiden oikein ymmärtämistä.

### 4.1 Lähtökohta – unelma yrittäjyydestä

Tämän opinnäytetyön pääprosessina on ollut tehdä liiketoimintasuunnitelma aamiaismajoitusyritykselle Helsinkiin. Tämä idea on lähtöisin halustani perustaa pienikokoinen majoitusyritys. Ennen haaveilin perustavani ensimmäisen majoitusyritykseni Kreikkaan, jossa paljon lomailin, mutta nykypäivän uutisten perusteella vaihdoin markkina-alueen Suomeen. Tietenkin olisin voinut lähteä myös muualle Eurooppaan, mutta uskon Suomen olevan oiva yritysmaa aloittavalle yrittäjälle, jolla ei ole mitään kokemusta majoitusliikkeen johtamisesta muuten kuin koulun penkiltä.

Aloittaessani Haaga-Helian hotelli- ja ravintola –alan koulutuksen vuonna 2012, tiesin tekeväni opinnäytetyökseni liiketoimintasuunnitelman. Kun muut pähkailivät, mitkä heidän aiheensa olisivat, tiesin omani olevan ”liiketoimintasuunnitelman tekeminen aamiaismajoitusyritykselle”. Olin valmistunut siihen, että yritystä en suunnitelman valmiiksi saadessani tulisi heti perustamaan puuttuvan pääoman ja ajan puutteen vuoksi.

Liikeidea selvisi minulle vuonna 2011 ollessani lomamatkalla Kreikassa. Siellä huomasin olevan monia B&B ja home stay –tyylisiä majapaikkoja ja koska rakastan lämpöä ja Kreikkaa, päätin vielä joku päivä perustavani pienen majatalon Kreikkaan. Tässä muutaman vuoden aikana olen käynyt Kreikassa edelleen ja huomannut tämän toimialan nytkähdyksen huonompaan suuntaan. Vaikka nyt olen päättänyt aloittaa yrittäjä –urani

Suomessa, päätös Kreikasta on edelleen voimassa ja toivon Eloliinan toimivan ponnahduslautana yrittämiselleni, että pääsisin toteuttamaan unelmaani ulkomaille.

Yksi syy päätökseeni perustaa aamiaismajoitusyritys Suomeen on B&B –paikkojen yleistyminen Suomessa. Pikkuhiljaa Suomi pääsee kiinni muihin eurooppalaisiin trendeihin ja Airbnb –sivuston käyttökin on jo kuumaa kamaa ainakin suomalaisten nuorten keskuudessa ja vielä enemmän ulkomaalaisten nuorten, jotka ovat tämän oiva kohderyhmä yritykselleni. Omien kokemuksieni mukaan Suomalaiset nuoret etsivät usein halpaa yöpymispaikkaa hyvien kulkuyhteyksien tai palveluiden läheltä, jolloin aamiaismajoitus toimii mainiosti. Myös ulkomaalaiset reppureissaajat hankkivat mielusti edullisen mutta kunnollisen yöpaikan läheltä keskustaa, sillä aika tai raha ei riitä muuhun. Nämä seikat yleistävät aamiaisyrityksiä etenkin Helsingissä ja toivon, että kehitys pysyy kasvusuuntaisena.

## **4.2 Liiketoimintasuunnitelman tuottaminen**

Liiketoimintasuunnitelma oli helppo rakentaa hyvän tietorakenteen kannalta. Tämän opinnäytetyön tietopohja toimi oivaltavasti produktini runkona, eikä minun tarvinnut kuin kirjoittaa ideani paperille käyttäen raporttiosioita avukseni.

Ihan ensimmäisenä kirjoitin liikeideani paperille ranskalaisin viivoin. Vertasin ideaa tietoperustaani, tietääkseni olenko ottanut kaikki tarvittavat asiat huomioon. Minulla oli selvillä liiketilan koko, rakenne, aamiaisen rakenne ja lisämukavuudet jo valmiiksi, joten sen kehittämiseen ei mennyt kauheasti aikaa. Tämän jälkeen aloin tehdä markkinatutkimusta. Aamiaismajoituksista löytyi loppujen lopuksi todella vähän tilastoituja tietoja, johtuen vain alle 20 yöpaikan omaavien majoituspaikkojen jäävän tilastojen ulkopuolelle. Kävin läpi Suomessa ja Helsingissä käyvien matkustajien lukuja ja kansalaisuuksia ja yöpymisien määriä. Tilastokeskuksen tilastot riittivät antamaan kattavan kuvan esimerkiksi Helsingin majoituspaikkojen käyttökatteista, jota käytin hyödyksi omassa liiketoimintasuunnitelmassani.

Kun olin käynyt läpi produktin toimialan markkinat, oli seuraavaksi loogisinta siirtyä segmentoimaan asiakasryhmää. Itselläni on kova usko siihen, että ulkomaalaiset kannattelevat Suomen matkailua pinnalla, joka on hyvä asia. Tätä tukee tilasto, joka kertoo Suomessa vierailleen yli 7,6 miljoona ulkomaalaista vuonna 2014 ja 2000 –luvulla ulkomaalaisten matkustus Suomeen on kaksinkertaistunut (MaRa 2014). Valitsin asiakassegmentikseni näiden tietojen perusteella nuorehkot ulkomaalaiset ja suomalaiset ulkopaikkakuntalaiset.

Tämän jälkeen vertasin ideaani kilpailijoihin Helsingissä. En löytänyt mitään yritystä, jolla olisi ihan täsmälleen samanlainen liikeidea, joka kannusti minua jatkamaan työtä yhä rohkeammin eteenpäin. Helsingissä ei kovin montaa aamiaismajoitusyritystä ole ainakaan aktiivisessa markkinoinnissa, mutta löysin tarpeeksi tietoa kilpailijoiden analysointiin. Kilpailijoita analysoidessani kävin läpi erinäisiä nettisivuja kuten TripAdvisorin ja Airbnb: n. Nämä sivustot ovat mielestäni lähimpänä oman asiakassegmenttini mielenkiinnonkohteita. Kävin läpi kaikki näiltä sivustoilta löytyvät aamiaismajoitus- tai B&B – käsitteen alla olevat majoituspaikat ja vertailin omaa ideaani niihin. Yritin saada muutamasta paikasta haastatteluja, mutta vain yhdestä tuli vastaus.

Sain onneksi paljon tietoa entiseltä luokkatoveriltani, joka on ennen ollut töissä kilpailevassa yrityksessä. Hän ei antanut tietenkään mitään salaista tietoa, vaan perustietoja, joita en yrityksen nettisivuilta saanut. Kilpailijoita analysoidessani tehdyt kaksi haastattelua olivat kiva lisä työhön ja toivat mielestäni tietynlaista syvyyttä liiketoimintasuunnitelmaan. Kaikki tieto ei ole vain kirjasta luettua vaan tukena on toisen yrittäjän näkökulmasta saatu tieto.

Kun olin analysoinut markkinat, kilpailijat ja löytänyt itselleni sopivan asiakassegmentin, olin valmis hinnoittelemaan tuotteeni. Vertailin saman tasoisten majoitusyritysten hintoja omiini, mutta myös suurempien hotellin hintoja ja vertasin hinta-/laatusuhdetta. Oma liikeideani on aika perus, eikä sisällä esimerkiksi mitään ohjelmapalveluja vielä tällä hetkellä. Siksi aion hankkia näyttävän liiketilan, joka vetää asiakkaita luokseni ja josta voin pyytää liiketoiminnalle kannattavaa hintaa. Idea Helsingin seudun liikenteen vuorokausilipun sisällyttäminen hintaan tuli mukaan vasta matkalla, kun huomasin monien liikepaikkojen olevan todella kalliita lähellä keskustaa. Jos hankin liikepaikan esimerkiksi Vuosaaresta, haluan että asiakkaat löytävät ja tulevat luokseni, vaikka keskustaan olisikin pitkä matka.

Laskemien tekeminen oli haastavinta tässä liiketoimintasuunnitelmassa. Laskin kriittisen pisteen moneen kertaan, kun yhä uudelleen ja uudelleen unohdin merkata asioita ylös. Lopulta otin avuksi Uusyrityskeskus Wäläkkyn tekemän liiketoimintasuunnitelman, jonka pohjalta tein laskelmat.

Prosessin ollessa melkein valmis, analysoin vielä mahdolliset riskit tekijät, joita ei perustettavan yrityksen kokoisella montaa ole. Kävin läpi monia eri riskianalyytikoneita, mutta ne tuntuivat liian erikoisilta itselleni, joten pohjautin tietoni tämän raportin tietopohjaan. Lopuksi vedin prosessin vielä yhteen SWOT-analyysin avulla. Se on tärkeä



apuväline kaikille yrityksille koosta riippumatta. kun uhat ja mahdollisuudet kirjoitetaan ylös paperille, niistä tulee totta, ainakin minulle.

Vaikka liiketoimintasuunnitelma on valmis, täytyy sitä aika ajoin päivittää. Esimerkiksi muuttuvat trendit ja taloustilanteet niin Suomessa kuin itselläni, ovat vaikuttavia tekijöitä yrityksen perustamisen ajankohdan varmistumiseen.

## Pohdinta

Tuloksena tästä opinnäytetyöstä sain liiketoimintasuunnitelman, jonka avulla perustan aamiaismajoitusyrityksen nimeltään Eoliina, sitten kun olen itse siihen valmis. Tavoitteisiin päästiin, sillä liiketoimintasuunnitelma on nyt valmis ja luotan siihen. Tämä liiketoimintasuunnitelma toimii kehyksenä viiden vuoden päästä päivitetyle tiedoille. Tavoitteiden saavuttamista auttoi perehtyminen toimialaan ja aamiaismajoitustoimintaan ympäri maailman jo ennen työn aloittamista sekä yrittäjä- isäni auttava käsi. Liiketoimintasuunnitelma on rajattu itselleni tarpeelliseksi ja se on kattava käsitys liikeideastani ja toimii apunani tulevaisuudessa. Kannattavuuslaskelmien perusteella tulen ainakin ensimmäisen vuoden tekemään palkkatöitä Eoliinan ohella, mutta kannattavuuden ja yrityksen tietoisuuden kasvaessa toivottavasti tulee aika, jolloin minun ei tarvitsisi keskittyä muuhun kuin Eoliinaan.

Pääkohtina oppimisessani pidän liiketoimintasuunnitelman rakennetta ja analysointien tärkeyttä ennen toiminnan perustamista. Viitekehys toimi tukena liiketoimintasuunnitelman tekemisessä ja liiketoimintasuunnitelma etenee samassa järjestyksessä viitekehysten kanssa. Jokaisen viitekehysten aiheen kohdalla sain uusia kehitysideoita liikeideaani ja kaikki uusi tieto selkeytti liiketoimintasuunnitelman tekoa eikä ilman tietoperustaa liiketoimintasuunnitelmaa pystyisi rakentamaan loogisesti. Esimerkkinä tästä on toisessa kappaleessa käytävät majoitusliikkeet ja majoitustoiminnan käsitteet, jotka auttoivat minua tekemään toimiala-analyysia ja miettiä markkinointitapoja ja jakelukanavia. Airbnb on tällä hetkellä uransa huipulla ja tämän liiketoimintasuunnitelman markkinointi ja jakelu perustuvat Airbnb:lle, mutta tilanne voi olla toinen viiden vuoden kuluttua. Hinnoittelua suunnitellessani otin huomioon alan markkinat, kysynnän, kustannukset, tavoitteet ja kilpailijat niin kuin Pesonen (Pesonen ym. 2002, 59.) kumppaneineen opasti tekemään.

Opinnäytetyöprosessissa oli pieniä haasteita. Pyrkimyksenäni oli valmistua keväällä 2015, mutta töiden ja vastuun lisääntyminen lykkäsi aikataulua puolella vuodella. Koska löysin aikaa vasta pari viikkoa ennen tämän työn valmistumista, emme päässeet käyttämään yhteisiä ohjaustunteja ohjaavan opettajani kanssa, jolloin jotkut työn rakenteelliset tavoitteet jäivät minulle epäselväksi. Tämä kaksi viikkoa on ollut todella rankkaa niin henkisesti kuin fyysisesti. Olen paiskanut töitä yli 50 tuntia viikossa ja samalla puurtanut tätä raporttia koettaen pitää sen laadukkaana ja mielestäni onnistuin siinä.

Jos minun ei tarvitsisi valmistua jouluna 2015 töistä johtuvista paineista, aloittaisin koko työprosessin alusta ja käyttäisin kirjoittamiseen enemmän aikaa ja lykkäisin valmistumista muutamalla kuukaudella. Lähteitä ei löytynyt kauhean paljoa, jonka vuoksi suurin osa työn lähteistä ovat sähköisiä. Lähteet silti tukevat työtä hyvin. Vaikka sainkin työn kasaan

parissa viikossa ja uskon oppineeni todella paljon, on minulla silti edessäni vielä paljon oppimista yrittäjänä olemisessa ihan kokemuksenkin saralla.

Vaikka aikataulu ei mennytkään alkuperäisen suunnitelman mukaan, tämän kahden viikon aika olen oppinut aivan uusia asioita yrittämisestä, aamiaismajoituksen historiasta ja Helsingin markkinoista tällä hetkellä. On esimerkiksi vaikea kuvitella, että naapurirapussani on ollut monta vuotta aamiaismajoitusyrittäjä, mutta en ole koskaan tiennyt sitä ennen kuin lähdin katselemaan tarjontaa Airbnb –sivuston kautta. Kaiken tämän teorian lisäksi paineensietokykyäni on parantunut, joka auttaa minua tulevaisuuden projekteissa.

Yrityksen perustaminen tulee olemaan haastavaa ja kun viiden vuoden päästä olen saanut pääomani kasaan, otan itseäni niskasta kiinni ja teen unelmistani totta. Tämän raportin liitteenä oleva liiketoimintasuunnitelma ei ole salainen, sillä haluan aamiaismajoitusten kasvattavan markkinoita ja toivon, että joku löytäisi työstäni edes jotain tietoa tai inspiraatiota. Tiedostan sen, että tämän työn tiedot ovat viiden vuoden päästä jo vanhaa tietoa ja minun täytyy arvioida saadut tiedot uudestaan ja niin kuin Pesonen kumppaneineen sanoi, liiketoimintasuunnitelma täytyy päivittää tasaisin väliajoin, jotta se pysyy ajan tasalla. (Pesonen ym., 2002, 29.) Silti tämän liiketoimintasuunnitelman tekeminen helpottaa mielestäni tulevaisuuden urakkaa ja toimii sen aikaisen liiketoimintasuunnitelman pohjana.

Kun aloitin tämän produktin teon, tein luonteeseen ja valmiuteen perustuvan yrittäjä-testin netissä (Oma yrittäjä Suomi 2015). Sain silloin arvosanaksi kolme asteikolla 1-5. Produktin päätyttyä tein testin uudestaan ja arvosana muuttui vitoseksi. On hieno huomata, kuinka tämä työ opettaa ihmistä kehittymään ja hankkii lisää valmiuksia tulevaisuuteen. Tämä tulee olemaan työkaluni viiden vuoden päästä, kun olen siinä tilanteessa, että voin perustaa oman yrityksen nii rahallisesti kuin henkisesti. Markkinat ja kilpailutilanne ovat varmasti jo muuttuneita silloin, mutta minulla on tässä alku josta ottaa kiinni. Tähän työhön käytettävät tunnit tutkimiseen ja tiedon etsimiseen eivät todellakaan menneet hukkaan ja jokainen saatu tiedon jyvä lisää tahtoani oman yrityksen perustamiseen Helsinkiin.

## Lähteet

Adams, T. & Adams, R. 2004. Start your own bed & breakfast. Irvine, CA. Entrepreneur Media Inc.

Airbnb 2015. Tietoja meistä. Luettavissa: <https://www.airbnb.fi/about/about-us>. Luettu: 15.11.2015.

Balance Consulting 2015. Tunnuslukuopas. Luettavissa: <http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut>. Luettu: 11.11.2015.

Booking.com 2015. Yleiset sopimusehdot. Luettavissa: <http://www.booking.com/content/terms.fi.html?aid=309654;label=booking-be-fi-Jx3e6NoCeQGAMtXCcS5cFwS70199811532%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atiaud-146342138230%3Akwd-21085524309%3Alp1005582%3Ali%3Adec%3Adm;sid=dc7e4d3ee88db94a9727ad143efd0fe7;dcid=1>. Luettu: 11.11.2015.

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2003. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4. painos. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

Business fellows 2015a. Kohdemarkkinoiden analysointi on alkavan yrityksen peruskivi. Luettavissa: <https://www.businessfellows.com/articles/26>. Luettu: 7.11.2015.

Business fellows 2015b. Yrityksen liiketoiminnan visio on syytä pyrkiä määrittelemään jo toiminnan alkuvaiheessa. Luettavissa: <https://www.businessfellows.com/articles/22>. Luettu: 7.11.2015.

Discovering Finland 2015a. Hotellit. Luettavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/hotellit/>. Luettu: 10.11.2015.

Discovering Finland 2015b. maatilamatkailu. Luettavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/maatilamatkailu/>. Luettu: 12.11.2015.

Couchsurfing 2015. About Us. Luettavissa: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>. Luettu: 15.11.2015.

Finsve 2015. Markkina-analyysi –miksi? Luettavissa: <http://finsve.com/ruotsin-markkinoille>. Luettu: 11.11.2015.

Haapsalu Kutsehariduskeskus 2015. Kansainväliset hotelliketjut. Luettavissa:  
[http://www.hkhk.edu.ee/vanker/soomekeel/kansanvliset\\_hotelliketjut.html](http://www.hkhk.edu.ee/vanker/soomekeel/kansanvliset_hotelliketjut.html). Luettu:  
10.11.2015.

Helsingin Sanomat 2014. Artikkele. Asiakkaat kiristävät ravintoloita huonoilla Tripadvisor-arvosteluilla. Luettavissa: <http://www.hs.fi/matka/a1399652823671>. Luettu: 15.11.2015.

Helsingin Sanomat 2015. Matka. Kodinvuokrauspalvelut ohittivat hotellit Espanjassa – ”Suomessa sama tilanne voi olla edessä”. Luettavissa:  
<http://www.hs.fi/matka/a1435285576597>. Luettu: 16.11.2015.

Hotelli Heimari 2015. Asiakaskysely. Luettavissa:  
<http://www.heimari.com/fi/yhteystiedot/asiakaskysely/>. Luettu: 11.11.2015.

Iltta-Sanommat 2014. Matkalle. Airbnb:n toiminta Suomessa raivostuttaa. ”Täysin sietämätöntä”. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/matkat/art-1288715349144.html>.  
luettu. 16.11.2015.

Karelia 2013. Kotimajoittajan opas. Luettavissa:  
[http://issuu.com/home\\_stay/docs/homestay-opas](http://issuu.com/home_stay/docs/homestay-opas). Luettu: 12.11.2015.

Kotro, M. 2007. Yrityksen kannattavuus ja rahoitus. Aloittavan pk-yrityksen näkökulma. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308.

Lähitapiola 2014. Riskien johtaminen. Luettavissa:  
<http://www.lahitapiola.fi/yritys/palvelut/yrityksen-riskienhallinta/riskien-johtaminen>. Luettu:  
7.11.2015.

Lähitapiola 2015. Yritystoiminnan riskit. Luettavissa:  
<http://www.lahitapiola.fi/yritys/palvelut/yrityksen-riskienhallinta/yritystoiminnan-riskit>.  
Luettu: 7.11.2015.

Jutila, T. Maa- ja kotitalousnaisten keskus. 2001. Menestyvä aamiaismajoituspalvelu. Maa- ja kotitalousnaisten keskus. Vantaa.

Maaseutu ja Matkailu 2010. Matkailun teemaryhmän tiedotuslehti.

Aamiaismajoituspalvelulle tarvitaan lisää näkyvyyttä. s.10-14. Luettavissa:  
<http://docplayer.fi/602265-Leirintaala-lisaa-nakyvyytta-uskoo-tulevaisuuteen-aamiaismajoituspalvelulle-tarvitaan-majoitustoiminta-teemana-maaseudun.html>. Luettu: 11.11.2015.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut Mara oy 2014. Matkailun tilastot ja tunnusluvut. Luettavissa:  
<http://www.mara.fi/toimiala/tilastoja-ja-tutkimuksia/matkailu>. Luettu: 28.10.2015.

Mtv 2015. Airbnb:n suosio nousee Suomessa – erityisesti näitä majoituksia kysytään. Luettavissa: <http://www.mtv.fi/lifestyle/koti/artikkeli/airbnb-n-suosio-nousee-suomessa-erityisesti-naita-majoituksia-kysytaan/5233268>. Luettu: 15.11.2015.

Myownbusiness 2015. business plan. Luettavissa: <http://www.myownbusiness.org/s2/>. Luettu: 8.11.2015.

Oma yrittäjä Suomi 2015. Yrittäjätesti. Luettavissa: <https://oma.yrityssuomi.fi/yrittajatesti>. Luettu: 9.11.2015.

Osuuspankki 2015. Rahoitus. Luettavissa:  
<https://www.op.fi/op/yritysasiakkaat/yrittajyyys/rahoitus?cid=151503127&srcpl=3>. Luettu: 8.11.2015.

Oulun ammattikorkeakoulu 2015. Pk-yritysten johtamis- ja kehittämistyökalupakki. Luettavissa: <http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/nykytila2.htm>. Luettu: 10.11.2015.

Pallontallaajat.net 2013. Yövy ilmaiseksi sohvaurffaamalla. Luettavissa:  
<http://www.pallontallaajat.net/tietopaketiit/majoitus-faq/yovy-ilmaiseksi-sohvasurffaamalla/>. Luettu: 15.11.2015.

Ponsse 2015. Riskienhallinta. Luettavissa:  
<http://www.ponsse.com/fi/sijoittajat/taloudellista-tietoa/riskienhallinta>. Luettu: 28.10.2015.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2002. Menestyvä matkailuyritys. 2. painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Silab 2013. Mistä kannattavuus muodostuu hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. Luettavissa: <http://www.silab.fi/mista-kannattavuus-muodostuu/>. Luettu: 11.11.2015.

Sokos Hotels 2015. Yritys- ja ympäristövastuu sekä turvallisuus. Luettavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/liitepankki/yritys-ja-ymparistovastuu-seka-turvallisuus>. Luettu: 11.11.2015.

S-ryhmä 2009. Lehdistötiedote. S-ryhmän hotellit ja ravintolat saivat tunnustuksen turvallisuudestaan. Luettavissa: [https://www.s-kanava.fi/uutinen/s-ryhman-hotellit-ja-ravintolat-saivat-tunnustuksen-turvallisuudestaan/130833\\_66560-](https://www.s-kanava.fi/uutinen/s-ryhman-hotellit-ja-ravintolat-saivat-tunnustuksen-turvallisuudestaan/130833_66560-). Luettu: 11.11.2015.

Strategy train 2015. Strateginen diagnostiikka. Luettavissa: <http://st.merig.eu/?id=287&L=2>. Luettu: 10.11.2015.

Suomen Riskienhallintayhdistys 2015. Nelikenttäanalyysi – SWOT. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>. Luettu: 10.11.2015.

Suomen Riskienhallintayhdistys 2015. Riskienhallintaprosessi. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=riskienhallintaprosessi>. Luettu: 11.11.2015.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä – opas yrittäjille, yrityksen perustamista suunnitteleville sekä yrittäjätutkintoon valmentautuville. 10. painos. Savonia-ammattikorkeakoulu. Kuopio.

Tilastokeskus 2008. Toimialaluokitus 2008. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/55.html>. Luettu: 10.11.2015

Tripadvisor 2015a. Tietoja. Luettavissa: [https://www.tripadvisor.fi/pages/about\\_us.html](https://www.tripadvisor.fi/pages/about_us.html). Luettu: 3.11.2015.

Tripadvisor 2015b. 25 suosituinta hotellia – Suomi. Luettavissa: <https://www.tripadvisor.fi/TravelersChoice-Hotels-cTop-g189896>. Luettu: 18.11.2015.

Uusyrittäjäkeskus 2015. Perustusopas alkavalle yrittäjälle. SUK. Luettavissa: [http://perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/SUK\\_opas\\_2015\\_web.pdf](http://perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/SUK_opas_2015_web.pdf). Luettu: 8.11.2015.

Varsinais-Suomen Yrittäjät 2008. Yrittäjäpalkittu Paijan tila on suosittu juhlapaikka. Luettavissa: <http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/2282/Yritt%C3%A4j%C3%A4palkittu+Paijan+tila+on+suosittu+juhlapaikka>. Luettu: 11.11.2015.

Vero 2014. Syventävät vero-ohjeet. Majoitustoiminnan verotuksesta. Luettavissa: <https://www.vero.fi/fi->

FI/Syventavat\_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Majoitustoiminnan\_verotuksesta%2810217%29. Luettu: 11.11.2015.

Visit Finland 2015. Tutkimukset. Stopover Finland: Markkina- ja Bechmarking -selvitykset. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/studies/stopover-finland-markkina-ja-benchmarking-selvitykset/>. Luettu: 11.11.2015.

Virtuaali-amk 2007. Yrityksen rahoitus. Luettavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0503020/1182338337908/1183703035346/1183705216615/1183705261641.html>. Luettu: 10.11.2015.

Wäläkky Keski-Savon Uusyrityskeskus ry 2015. Työkalut. Alustava liiketoimintasuunnitelmamalli. Varkaus. Luettavissa: <http://www.walacky.fi/upload/File/ALUSTAVA%20LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN%20MALLI.pdf>. Luettu: 30.10.2015.

Yle 2015. Artikkelit. Kotimajoitus avaa suomalaisen arjen turistille – telkkari-iltakin käy. Luettavissa: [http://yle.fi/uutiset/kotimajoitus\\_avaa\\_suomalaisen\\_arjen\\_turistille\\_\\_telkkari-iltakin\\_kay/6813672](http://yle.fi/uutiset/kotimajoitus_avaa_suomalaisen_arjen_turistille__telkkari-iltakin_kay/6813672). Luettu: 12.11.2015.

Yritys-Suomi 2015. Rahoitus. Luettavissa: <https://www.yrityssuomi.fi/rahoitus1>. Luettu: 11.11.2015.



## **Liitteet**

### **Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma ELOLIINA**

## Liiketoimintasuunnitelma ELOLIINA

Emma Hakkarainen

11.11.2015  
Opinnäytetyön liite



## Sisällys

1 Tiivistelmä .....	36
2 Lähtötilanne .....	37
3 Liikeidea .....	37
4 Markkinat ja mainonta .....	40
4.1 Kilpailijat.....	40
4.2 Markkinointi.....	42
5 Rahoitussuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat .....	44
6 Riskianalyysi .....	46
7 Yhteenveto .....	48
Lähteet .....	50
Liitteet.....	52
Liite 1. Kolmen henkilön aamiaiskustannusten erittely.....	52
Liite 2. Rahantarvelaskelmat .....	53
Liite 3. Kannattavuuslaskelmat.....	54
Liite 4. SWOT-analyysi.....	55

# 1 Tiivistelmä

Eloliina-nimellä toimiva projekti on unelmani monen vuoden takaa ja tällä liiketoimintasuunnitelmalle uskon pääseväni lähemmäksi toteutustasoa. Tässä liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi perustettavan yrityksen kannalta tärkeimmät osa-alueet. Kerron tässä raportissa liikeideani, tavoittelemastani asiakassegmentistä, käyttämiä markkinointikanavia ja teen erinäisiä analyysejä mukaan lukien riskianalyysin.

Raportin lopussa tehdään yhteenveto, jossa käydään SWOT-analyysin avulla läpi liiketoimintasuunnitelman avulla huomatuhat, heikkoudet, vahvuudet ja mahdollisuudet. Liiketoimintasuunnitelmassa on arvioituja laskelmia yrityksen tuloista ja menoista, joihin olen käyttänyt paljon aikaa, jotta ne olisivat mahdollisimman todellisia. Mielestäni tästä liiketoimintasuunnitelmasta tuli kattava ja tavoitteet tuli toteutetuksi.

Lähteinä on käytetty suurimmaksi osaksi Internetistä saatavia lähteitä, sillä ne ovat useimmin ajan tasalla kuin kirjasta saatavat tiedot esimerkiksi tämän hetkiseen markkinatilanteeseen. Lähteinä käytin myös haastattelua niin puhelin kuin sähköpostin välityksellä, joka toi tiettyä syvyyttä tekstiin. Pohjana tälle liiketoimintasuunnitelmalle käytin Uusyrityskeskus Wäläkkyn kotisivulta löytyvää liiketoimintasuunnitelmamallia.

## 2 Lähtötilanne

Tämä liiketoimintasuunnitelma on vielä melko karkea versio unelmastani aamiaismajoitusyrityksen omistajana. Työnimenä tälle hankkeelle on Eloliina, josta alku kuvastaa minun elävää riskinottajaluonnetta ja –liina toisen nimeni loppuosaa. Olen käyttänyt nimeä monessa eri sosiaalisessa mediassa ja mielestäni se sopii tähän asiayhteyteen. Tämän yrityksen perustaminen ei ole vielä elämäntilanteelleni ajankohtainen asia, siksi tarkkaa liikepaikkaa Helsingissä ei ole vielä tiedossa ja nimikin vielä pelkän työnimen tasolla. Tavoitteena yrityksen perustamisajankohdalle on 3-5 vuotta, kun sopiva pääoma on saatu kerrytettyä kasaan.

Itselläni on ”nuoresta” iästäni huolimatta työkokemusta asiakaspalvelutyöstä yli seitsemän vuotta ja tästä ajasta viisi vuotta esimiestehtävissä, jota pidän vahvuutenani yrityksen perustamisessa. Tiedän mitä kannattavaan yritykseen vaaditaan seurattuani monta vuotta yrittäjä-isäni työn tekoa ja millä työmäärällä kaikki tehdään mahdolliseksi. Hyvä tuuri on osana menestyvää liiketoimintaa, mutta siihen ei voi liikaa tukeutua. Haaga-Helian ammattikorkeakoulun hotellipuolen liikkeenjohdannolliset opinnot ovat jo yli kolmen vuoden ajan kouluttaneet minua tähän unelmaan ja kaiken oppineeni jälkeen toivon, että unelmani käyvät toteen ja teen kaiken sen eteen.

Olen aina ollut läheisissä kontakteissa yrittäjien kanssa ja minulla on apuverkosto tähän asiaan. Lähin apu löytyy perheestä, kun isälläni on monen vuoden yrittäjäkokemus taustallaan ja on nähnyt niin hyvät kuin huonot ajat.

Heikkoutenani voidaan nähdä kokemattomuus hotellipuolen töistä, kun alakohtaista kokemusta on kertynyt vain muutama kuukausi. Olen myös helposti riskejä ottava ihminen, joka voi olla tässä asiassa hyvä tai huono puoli. Uskon, että jos ja kun yritystoiminta suurenee, omat rahkeeni eivät riitä talouden ylläpidoissa ja muissa matemaattisissa asioissa, joten saattaa olla, että minun pitää turvautua ulkopuolisen apuun.

### 3 Liikeidea

Liikeideana on perustaa toiminimi aamiaismajoitusyritykselle. Toiminimi siksi, koska toimin yksin ja haluan pitää kaiken vastuun ja riskit itselläni. Toiminimi on kevyt, vaatii hyvin vähän byrokratiaa ja sen voi perustaa nopeasti. Osakeyhtiön perustaminen tuntuu minusta liian vaikealta ja kalliilta pienen yrityksen yritysmuodoksi vähäisellä yrittäjäyyskokemuksella. Liikeideana on hankkia sellainen liiketila, tässä tapauksessa ensisijaisesti kerrostaloasunto Helsingin alueelta, joka mahdollistaisi noin 5-15 asiakkaan majoittamisen kerralla. Tämä tarkoittaa noin 5-6 huoneen omaavaa asuntoa, joista yksi olisi minun makuuhuoneeni/toimistoni. Jokaisessa huoneessa olisi kaksi erillistä sänkyä (myös mahdollisuus lisävuoteeseen) sekä pienet jääkaapit. Yhteiset tilat olisivat keittiö ja saniteettitilat. Taloyhtiöstä täytyy löytyä sauna, jotta ulkomaalaiset asiakkaat saavat kokea suomalaista kulttuuria. Asunnossa pitää olla kattava keittiövarustelu, joka mahdollistaisi herkullisen aamupalan ja pesuhuone, jossa esimerkiksi reppureissaajien olisi mahdollista pyykätä vaatteitaan pilkkahintaan.

Huoneen hintaan sisältyisi aamupala, ilmainen Wi-Fi -yhteys ja Helsingin sisäinen vuorokausilippu HSL:n julkiseen liikenteeseen ja kaupungin kartta. Vuorokausien määrä olisi riippuvainen majoitetuista öistä, eli jos asiakas on yhden yön =24h lippu, kaksi yötä 48h lippu jne. Aamupalan tekisin minä itse aina aamuisin kello 8-10 välisenä aikana. Jos asiakas lähtisi ennen tätä, olisi hänen mahdollista saada edellisenä iltana aamupalapussukka huoneensa jääkaappiin. Aamupala toimisi niin, että aamulla asiakas tilaisi minulta annoksen alla olevista vaihtoehdoista (suuntaa antava menu):

Valitse 1

Puuro (kaurapuuro) maidolla/hillolla (mansikka/vadelma/mustikka)  
kaksi palaa leipää (tumma/vaalea) juustolla/leikkele ja kurkulla/tomaatilla  
munakas juustolla/kinkulla/kasviksilla

Valitse 1

hedelmäsmoothie (omena/banaani/päärynä)  
muro (maissihutale/suklaamuro)  
jogurttipikari (mansikka, ananas, mustikka)

Valitse 1

mehu (omena/appelsiini/ananas)  
kahvi  
tee

(vesi kuuluu annokseen)

Esimerkki: Maija Meikäläinen tulee kello 8.00 tilaamaan aamupalaa, joten hän valitsee jokaisesta sarakkeesta yhden: munakkaan, hedelmäsmoothien ja kahvin.

Aamupalapussukan tapauksessa vaihtoehtoja ei olisi vaan se sisältäisi leivän, hedelmän ja pienen mehutetran. Kaikki aamupalaan liittyvä olisi mahdollista saada myös gluteenittomana ja laktoosittomana erikoispyynnöstä.

Minä toimisın lisäksi siivoajana. Roskiksien tyhjennys, sänkyjen petaus ja yleissiistiminen olisi jokapäiväinen työ, mutta imurointi ja petivaatteiden ja pyyhkeiden vaihto tapahtuisi vaan kun uudet asukkaat saapuvat. Check-in olisi aikaisintaan klo 14, ja check-out klo 12, tällöin minulle jäisi kaksi tuntia siivoukseen ja muuhun yleiseen valmisteluun tuleville asiakkaille. Sisään- ja uloskirjaus toimisi paperisesti. Yrityksen ohella tekisin normaalisti päivätöitä.

Pidän liikeideaa uniikkina sen takia, että tällaista palvelukokonaisuutta ei ole tullut vastaan muualla Helsingissä ja se on yhteisöllinen majoitusvaihtoehto. Aamupalan syöminen ja illan vietto asiakkaiden kanssa luo yhteisöllisyyttä, jota jokainen majoitusliike ei pysty tarjoamaan. Vuorokausilippu saattaa helpottaa asiakkaiden arkea, kun ei tarvitse miettiä julkisella kulkemisen hintoja kuin mahdollisesti paikan päälle tullessa, jos ei tule autolla/taxilla. Ilmainen Wi-Fi on nykyaikaa ja itsekin valitsen majoituksen sen perusteella. Liikeidea ei ole vaikea toteuttaa, mutta sen helppous onkin sen valttikortti.

Heikkoutena saatetaan pitää huonemäärän vähyyttä, sillä suurin asiakaskapasiteetti kerralla on noin 15 kerrallaan, riippuen tulevan liiketilan pohjarakenteesta. Hotelleihin verrattuna yksityisyyttä ei olisi yhtä paljon, jota kautta huonon tuurin sattuessa myös turvallisuusriskit täytyy ottaa huomioon ja valita asiakkaat tarkkaan. Huonemäärä saattaa samalla olla positiivinen asia, sillä pienempi määrä asiakkaita on helpompi pitää tyytyväisenä kerrallaan ja palvelusta tulee tällöin henkilökohtaisempaa. Itse parin kuukauden aikana hotellissa harjoittelussa ollessani huomasin, että ainakin ulkomaiset asiakkaat halusivat normaalin asiakaspalvelun lisäksi henkilökohtaista palvelua ja tällä majoitustyyllillä se olisi mahdollista.

## 4 Markkinat ja mainonta

Kohdeasiakkaana pitäisin niin suomalaisia kuin ulkomaalaisia turisteja, jotka haluavat kotoisemmat olot kuin hotellissa eikä hintakaan olisi päätä huimaava. Uskon, että nuoret ovat herkempiä lähtemään toisen kotiin majoittumaan halvemman hinnan perässä, kun iäkkäämmät henkilöt, jotka haluavat luksusta ja heillä on varaa siihen. Helsingin asuinalue, josta asunnon hankkisin, tulisi olla sellainen, jonka sijaintikin houkuttaisi asiakkaita tai sieltä olisi hyvät kulkuyhteydet nähtävyyksiin ja muihin kohteisiin Helsingissä. Uskon, että ulkomaalaisten lisäksi myös suomalaiset yöpyjät ovat hyvin mahdollisia, sillä Eloliina tarjoaisi edullista, mutta kattavaa yöpymistä esimerkiksi festareiden aikaan.

Markkinat ovat Helsingissä kehittyneet vuosi vuodelta suuremmiksi kaikkien majoitusliikkeiden kannalta, ja myös Airbnb:n kotiyöpyminen on kasvattanut suosiotaan Suomessa. Tutkiessani markkinoita samaa liikeideaa omaavien majoituksista, suurin osa majoitusliikkeistä löytyi TripAdvisorin ja Airbnb kautta. TripAdvisor.fi – sivuston avulla löytyi vähän tasokkaampia asutuksia, esimerkiksi yrityksiä, joilla on monia huoneistoja ympäri Helsinkiä, tai enemmänkin hotellin tyyppisiä ratkaisuja. Airbnb.fi – sivustolta löytyi enemmän sellaisia, millaista itse haluaisin, mutta suurin osa on yksityisten ihmisten vuokraamia ilman toiminimeä tai muuta yritystä taustalla. Liikeideani on siis oikeastaan vähän väliin putoaja, joka voi olla oikeastaan hyvä asia kilpailun kannalta. Airbnb:stä löytyi 20 aamiaismajoitus- käsitteen alle laitettua majoitusliikettä Helsingissä ja TripAdvisorista vain yhdeksän, joista voi huomata, että määrä ei ole Helsingissä vielä ainakaan kovin suuri. (Airbnb 2015a; TripAdvisor 2015a.)

### 4.1 Kilpailijat

Kilpailijoina pidän vielä tällä hetkellä kaikkia majoitusliikkeitä Uudenmaan alueella, ennen kuin pysyvä liiketila löytyy. Tärkeimpinä kilpailijoina voidaan silti pitää muut Helsingissä olevat aamiaismajoitukset tai motellit, joissa on edullisella hinnalla perustasoista yöpymistä turvallisesti.

Lähimpänä omaa liikeideaani pidän Sinikan omassa kodissa sijaitsevaa aamiaismajoitusta Helsingin Sibeliuksenkadulla Töölössä, jonka löysin Airbnb:n kautta. Valitettavasti Sinikka ei halunnut sukunimeään julki, joten käytän hänen etunimeään tässä raportissa. Majoitus on sillä alueella, mistä itsekin ajattelin asunnon hankkia: Meri on lähellä ja yhteydet, minne vaan, ovat loistavat. Huonehinta on 79 euroa, joka on aika korkea, mutta tähän hintaan



kuuluvat yksityinen huone, aamiainen, sauna, Internet ja muut välttämättömyystarvikkeet kuten pyyhkeet. Asunto on myös jollain tavalla turistinähtävyys, sillä Sinikan mukaan itse Sibeliuksen on joskus asunut tässä rakennuksessa. Ainoana erona omaan majoitukseeni, Sinikalla on vuokrattavana vain yksi huone kahdelle hengelle (lisähenkilöt maksutta), kun minulla olisi 5 huonetta. Vahvuutena tässä Sinikan majoituksessa pidän sen hyvää sijaintia ja jo valmiiksi tulleita hyviä ja positiivisia palautteita, jotka vetoavat varmasti ihmisiin, jotka etsivät asutusta tämän sivuston kautta.

Laitoin Sinikalle viestiä liittyen hänen aamiaismajoitukseensa, jonka hän kertoi aloittaneensa 2014 ja saaneen ideansa ystävältään, joka käytti tätä metodia Ranskassa. Sinikka kertoo, että hänen luonaan käy noin 5 asiakasta per kuukausi, mutta vain kesäsesonkina. Yritin etsiä mainostaako Sinikka majoitustaan jossain, mutta en löytänyt mitään Airbnb:n lisäksi, joten se voi olla osasyynä pieneen kävijämäärään. Selkeästi Sinikka ei hae tällä mitään yritystoimintaa, vaan niin kuin omien sanojensa mukaan tykkää jutella ja keskustella eri maalaisten ihmisten kanssa. Tärkeimpänä hän pitää hyvien sänkyjen hankkimista, joka on hyvä neuvo aloittavalle liiketoiminnalleni.

Vähän erilainen konsepti, mutta silti kilpailevana pidettävä yritys on Vuokrahuone.com, joka sijaitsee Vallilassa Helsingissä, hyvien kulkuyhteyksien päässä Helsingistä. Hinnoittelu perustuu yöpymismäärään, mitä kauemmin asiakas majoittuu, sitä halvemmaksi se hänelle tulee. Vuokrahuoneella on tarjolla kolme eri majoitusvaihtoehtoa. Halvin on jaettu alkovi, jossa jaetaan kerrossänky toisen asiakkaan kanssa. Seuraavana on oma alkovi, joissa suurimmassa osassa on parvisängyt, jonka alle on sijoitettu kirjoituspöytä. Näissä alkoveissa on enemmän yksityisyyttä verrattuna jaettuun alkoviin. Kolmantena vaihtoehtona omat huoneet, joista suurin osa on kahden hengen huoneita. Näihin huoneisiin kuuluu jääkaappi ja mikro. Kaikkiin vaihtoehtoihin kuuluu myös pyyhkeet, petivaatteet ja lukittava kaappi henkilökohtaisille tavaroille. Vuokrahuone ei tarjoa mitään ruokapalvelua. (Aspola 2015.)

Vuokrahuonetta on ehkä vaikea verrata perustettavaan pieneen omaan yritykseeni, sillä majoituspaikkoja heillä on noin 70, kun minulla olisi vain maksimissaan 15. Haastattelin puhelimesta Vuokrahuoneen entistä työntekijää Reeta Aspola, joka kertoi edullisen hinnan olevan yrityksen valttikortti. Kuukauden asuminen jaetussa alkovissa maksaa 330 euroa kuussa, joka tulee paljon halvemmaksi kuin samalta alueelta vuokrattava yksioijainen ja verrattaessa jää enemmän neliöitä käytettäväksi, kun lasketaan yhteiset tilat kuten keittiö ja televisiohuone. Majoitusta pystyy varaamaan vuokrahuoneen omien sivujen kautta, niin tunnetuimpien varauskanavien kuten Booking.comin kautta. (Aspola 2015.) Tällä hetkellä varauksia ei voi tehdä, sillä hotelli on täyteen buukattu, ja siksi en pysty tarkastelemaan kotisivuja tarkemmin (Tripadvisor 2015b). Vuokrahuoneella on omat Facebook – sivut,

mutta esimerkiksi lehtimainontaa Aspola ei muista nähneensä. Parannettavana puolena Aspola pitää ruokapalvelun puuttumista, josta monet asiakkaat huomauttivat.

Tripadvisorista löytyy yritys nimeltä Essexhome, joka vuokraa kokonaisia huoneistoja. Essexhome on ensimmäisellä sijalla arvosteluissa b&b/majatalo –kategorian yhdeksästä yrityksestä. Heillä on kahdeksan eri huoneistoa, joista kaksi on Kalliossa ja kuusi Katajanokalla, eli kaikki keskeisellä sijainnilla. Huoneistojen koot vaihtelevat 30–50 neliön välillä, mutta kaikissa on täysin varusteltu keittiö astioineen ilman ruokatarvikkeita, suihkullinen kylpyhuone pesukoneella (ilman pesuaineita), ilmainen WI-FI ja olohuone viihde-elektronikalla. Essexhome:n kotisivuilla, jotka ovat saatavilla niin englanniksi, japaniksi kuin venäjäksi, kerrotaan huonehintojen alkavan 55 eurosta, mutta Tripadvisorin mukaan hintahaarukka on 87–117 euron väliltä per yö. (Tripadvisor 2015a; Essexhome 2015.)

Vahvuutena ovat selvästi halvat hinnat käytettäviin neliöihin nähden ja loistava sijainti. Tämä eroaa jonkun verran omasta liikeideastani, mutta ajatuksena ”muutaman asiakkaan mahdollinen majoittaminen kerrallaan edullisesti” on sama. Erona on se, että itse haluan antaa ruokapalvelun yöpymisen kylkiäisenä, joka saattaa olla se päättävä tekijä asiakkaalle. Itse en ole koskaan ennen törmännyt Essexhome-yritykseen, mutta nyt kun olen tarkastellut heidän yritystään, liikeidea tuntuu toimivalta, kunhan asiakkaat löytävät sen.

## 4.2 Markkinointi

Markkinointi on tärkeää uusille yrityksille, joilla ei ole vielä asiakaskuntaa tai muuta verkostoa. Aloittavalle yritykselle mainonta ei voi siltikään olla liian kallista ja itse olen budjetoinut aloitusmarkkinointiin 1000 euroa, jonka ajattelin käyttää avajaismainontaan nettilehdessä, jotta se tavoittaisi haluamani asiakkaat Helsingin ulkopuolelta. Sosiaalinen media on nykypäivänä halpa, mutta kattava tapa tuoda omaa yritystä esille, ja siksi aion tehdä Eloliinalle ainakin näin aluksi Facebook –sivut ja Instagram-tilin. Eloliina tulee olemaan Airbnb:ssä, joka toimisi päävarauskanavana ja ennen pitkää myös Eloliina löytyisi myös Tripadvisorista. Kilpailijallani Essexhomella on omat Facebook – sivut ja yhtenä varauskanavista toimii bedandbreakfast.eu, joka tuo juuri aamiaismajoittumisesta kiinnostuneet tahot yhteen ulkomaita myöden.

Facebook-sivujen ja Instagram-tilin perustaminen ei vie kuin 10 minuuttia ja nolla euroa budjetistani, mutta niistä irtoava hyöty on todella paljon suurempi, sillä niin Suomessa kuin ulkomailla Facebook on edelleen käytetyin sosiaalisen median kanava yli miljardilla

käyttäjällään (Tilastokeskus 2012). Vuonna 2013 Instagramin käyttäjiä oli yli 150 miljoonaa, joista yli 60 prosenttia asuu Yhdysvaltojen ulkopuolella (Talousanommat 2012). Mainostus näissä medioissa ei kuitenkaan käy itsestään vaan minun täytyy olla aktiivinen ja tuoda Eloliinaa julki mahdollisimman usein ja paljon.

Airbnb-sivustoa hyödyksi käyttäen Eloliina saisi näkyvyyttä niin Suomessa kuin ulkomailla ja keräisi juuri aamiaismajoitusyriystä varten matkustavia majoittujia ja matkailijoita ympäri maailmaa. Sivustolle kirjautuminen on maksutonta ja turvallista esimerkiksi matkailijoiden ja majoittujien profiileilla ja vahvistetuilla henkilötodistuksilla. Jokaisesta varauksesta tulee kuitenkin maksaa kolme ja puoli euroa ja sen lisäksi vielä kolme prosenttia provisiota jokaisesta varauksesta. Airbnb lupautuu auttamaan ongelmatilanteissa. (Airbnb 2015b.) Laskelmieni mukaan jokainen Airbnb:n kautta tehty varaus maksaisi minulle 5,6 euroa 70 euron huonehinnalla. Siksi olenkin varannut 5000 euroa kattamaan ensimmäisen vuoden yhteistyön Airbnb:n kanssa, joka tarkoittaa melkein 900 yötä. Tripadvisor-sivuston käyttö on ilmaista, mutta Eloliinaa ei pysty mainostamaan sivustolla etukäteen, vaan jonkun asiakkaan täytyy arvostella se ennen kuin yrityksen tarkastelu on mahdollista. (tripadvisor 2015c.)

Booking.com on yksi johtavista Internetissä toimivista varaussivustoista, johon on ilmaista liittyä. He kuitenkin pyytävät 15 prosentin komissiota jokaisesta myydystä huoneesta. Bookingin kautta varataan joka päivä yli 900 000 huoneyötä (Booking.com 2015). Harkitsin aluksi alkavani mainostaa toimintaani heidän kauttaan, mutta laskettuani maksujen määrän vuodessa, minun ei kannata liikevaihtoni määrään nähden aloittaa yhteistyötä heidän kanssaan.

## 5 Rahoitussuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat

Jotta tämä yritys olisi mahdollinen, tarvitaan paljon rahaa. Koska tässä on monia riskejä, haluan aloittaa liiketoiminnan vuokraamalla yksityiseltä vuokraajalta asunnon ennen kuin ostan oman asunnon jossa tämä olisi mahdollista. Oikean vuokranantajan löytäminen, kuka suostuu minun pyörittämään yritystä hänen asunnossaan, voi olla vaikea löytää, mutta uskon että hyvillä perusteluilla ja hyvillä kustannuksilla löydän hyvän vuokranantajan. Liikehuoneiston vuokraaminen, vakuutukset, huonekalut ja muut kustannukset ovat ensimmäisenä vuotena suurimmat, jonka takia työskentelen yksin palkkakulujen minimoimiseksi. Suurin osa näistä kustannuksista tullaan maksamaan yrittäjän omalla pääomalla, jota on noin 60 000 euroa ja lopuille kustannuksille saan rahoituksen isältäni lainana.

Liiketilän vuokraan olen suunnitellut maksimissaan 2700 euron budjetti per kuukausi (vuokraovi.com 2015.), riippuen sijainnista ja tämän lisäksi vesi ja sähkö. Vuorokausiliput HSL:n sisäiseen liikenteeseen ovat 8 euroa 24 tuntia, 12 euroa 48 tuntia jne. halventuen mitä pidemmän ajan lippuun ottaa kuitenkin maksimissaan seitsemän vuorokautta. (hsl.fi 2015.) Aamiaiskustannukset olisivat noin kaksi euroa per huone. Laskin jokaisen ”menun” yhteen, joita on kolme, eli saatu kulu on karkeasti kolmen hengen aamiaisten kustannus. Liitteissä tarkempi aamupalakustannuserittely. (Liite 1.) Vuokramenot kuulostavat paljolta, mutta koska itse asuisin tässä asunnossa, kaikki vuokramenoni sisältyisi tuohon hintaan.

Budjetoin kaikkiin sisustus- ja kalustehankintoihin 8 000 euroa. Pelkät sängyt peittoineen ja tyynyineen tulisi maksamaan noin 2 500 euroa (Ikea 2015), joihin haluan panostaa eniten. Budjetista jää siis noin 5 500 euroa huoneisiin oleviin jääkaappeihin ja muuhun tarpeelliseen. Kaikkia minun ei tietenkään tarvitse hankkia, koska esimerkiksi astioita minulla on omasta takaa valmiiksi melkein 40 hengelle. Muita kuluja ennen majoitusten aloittamista olen laskelmoinut kuukauden asumisen takuuvuokrineen, joihin olen budjetoinut yhteensä noin 5600 euroa. Lisäksi 110 euroa toiminimen perustamiskuluja (Ukko 2015), 100 euroa vakuutuksiin ja 100 euroa toimistotarvikkeisiin. Budjetoin myös 1 000 euroa ennakoivaan mainontaan, jonka ajattelin käyttää nettilehtimainonnassa. Ennen liiketoiminnan aloittamista, kustannuksia tulisi laskelmieni mukaan olemaan melkein 16 000 euroa. (Liite 2)

Ensimmäisen vuoden aikana laskelmieni mukaan erinäisiä kuluja tulisi olemaan yhteensä melkein 49 000 euroa, joista suurin osa koostuu vuokrasta. Kaikki laskelmani on tehty vähän yläkanttiin, ettei tulisi yllätyksiä matkan varrella kustannuksista. Vuokrien lisäksi sähkö ja vesi ovat isot kustannuserät. Vesi olisi noin 1000 euroa vuodessa (Hsy 2015) ja sähkön ollessa noin 800 euroa (Vantaan energia 2015). Elintarvikekustannukset tulevat

vaihtelevaan jonkun verrankin kauden mukaan, mutta tämän työn laskelmissa käytin Lidlin elintarvikkeiden hintoja, jotka ovat jokseenkin suuntaa antavia tulevaisuutta ajatellen. Koko vuoden elintarvikkekustannukset laskujeni mukaan tulisi olemaan 5100 euroa, joka on laskettu majoitusliikkeen täydellä kapasiteetillä. Näiden kulujen lisäksi olen budjetoinut 1200 euroa vakuutuksiin, 200 euroa siivoukseen, 5 000 euroa mainontaan ja 2 000 euroa henkilökustannuksiin, eli mahdolliseen palkkaan mitä nostaisin itselleni. Palkan summa perustuu siihen, että teen töitä tämän yrityksen ohella. Toiminimi mahdollistaa sen, että voin ottaa yksityisottoja yrityksen tililtä tarvittaessa. Ensimmäisen vuoden ja aloitusajan kustannukset ovat yhteensä noin 65 000 euroa, joten rahoitusta sisältäni tarvitsen näiden laskelmien mukaan noin 5 000 euroa. Toisena vuotena, mikäli tulosta ei vielä synny, yritän saada pankista lainaa kattamaan kuluja ja menoja. (Liite 2)

Huoneiden vuokrahinta yöltä olisi 80 euroa (15 euroa lisävuode) sisältäen arvolisäveron, joka on majoituslalla 10 prosenttia (veronmaksajat 2015). Hinta perustuu muiden Helsingin aamiaismajoitusliikkeiden hintoihin (Airbnb 2015a). Epäroin vielä, kannattaisiko minun hinnoitella huone vai asiakas, sillä 80 euron huonehinta on mielestäni jo korkea, mutta päivässä maksimimyynti olisi silti vain 400 euroa, koska huoneita on vain viisi. Perustan liiketoimintasuunnitelmani tällä hetkellä huonehintaan ja tarkistan hinnoittelun yritystä perustettaessa. Asiakkaalle hinta sisältää majoituksen lisäksi aamiaisen, hsl-vuorokausilipun, peruskäyttötarvikkeet esim. pyyhkeet ja saunan mahdollisen käytön. Laskelmieni mukaan, jokaisen huoneyön kate olisi melkein 65 euroa, kun hinnasta on vähennetty hsl-lipun arvo eli kahdeksan euroa ja arvolisäverot. Tämä tarkoittaisi sitä, jotta 48 700 euron vuosikustannukset tulisi katettua, tarvitsisin 2,1 täyttä huonetta per päivä. Luvut ovat suuntaa antavia, sillä kokonaiskulut eivät ole vielä tarkkoja. (Liite 3.) Kriittisen pisteen myynti näillä luvuilla olisi noin 60 000 euroa (Liite 4).

Ensimmäisen vuoden huonemyynnin olen laskenut kolmella täydellä huoneella per päivä. Huonemyynti olisi 87 600 euroa, jossa ei ole mukana lisävuodemyynti. Tästä summasta vähennetään Hsl-lippujen vuoden kustannukset ja arvolisävero, jolloin saadaan liikevaihto, joka tulisi olemaan noin 71 000 euroa. Tästä vähennetään kaikki kulut vuoden ajalta, jolloin saadaan tulos, joka on noin 22 000 euroa vuodessa. (Liite 5.)

## 6 Riskianalyysi

Niin kuin kaikki yrittäminen, myös majoitusliikkeen perustaminen sisältää riskejä. Kun on kyseessä pienestä yhden henkilön yrityksestä, on riskit kuitenkin pienemmät kuin suurimmissa majoitusliikkeissä. Riskit jaotellaan yleisen kaavan mukaan neljään eri ryhmään: strategiaan, operatiivisiin, taloudellisiin ja vahinkoriskeihin. (Lähtäpiola 2015) Otin jokaisesta ryhmästä mielestäni eniten mahdollisen riskin Eloliina toiminnalle.

Operatiivisista riskeistä suurimmaksi uskon tulevan kirjanpito ja raportointi. Minulla ei ole mitään kokemusta yrityksen kirjanpidosta tai muustakaan raportoinnista, mutta näin alkuvaiheessa minulla ei ole varaa palkata ketään tekemään sitä puolestani. Virheet kirjanpidossa voivat olla todella vakava virhe, esimerkiksi verotuksen kannalta. Jotta riskit eivät kasvaisi liian suureksi, otan kaikesta kirjanpidon asioista selvää asiantuntijoilta. Jos silti kirjanpito ja raportointi eivät luonnistu minulta niin kuin pitäisi, palkkaan ihmisen sitä varten.

Suurin strateginen riski mielestäni on se, että asiakkaat eivät löydä yritystä kilpailun tai markkinatilanteen takia. Uuden yrityksen leima otsassa voi olla joillekin negatiivinen asia, josta ei pääse eroon kuin ajan kanssa. Helsingissä on monia jo vuosia toimineita aamiaismajoitusyrityksiä, joista erottuminen voi lopulta olla todella vaikeaa. Trendien muuttuminen voi kääntyä negatiivisen puolelle, eivätkä matkailijat enää kävisikään ns. ”maanläheisimissä” paikoissa. Jotta nämä riskit pysyisivät mahdollisimman pieninä, pyrin olemaan koko ajan markkinoiden niskan päällä mainonnallani ja tyytyväisillä asiakkailla. Kuitenkin jos asiakkaita ei ala näkyä, pitää mainontaa ja markkinointia uudistaa ja kehittää, jotta se saavuttaisi halutun ihmisvirran.

Vahinkoriskinä suurin on majapaikan turvallisuus. Vielä ei ole tiedossa mikään tietty asunto, mutta vaikka se olisi turvallinen, aina asumiseen liittyy silti omat riskinsä. Tulipalo, ryöstö tai vaikka vesivahinko ovat kaikki mahdollisia, vaikka kyseessä on pieni yritys. Jotta kaikilla asiakkailla olisi turvallinen olo yöpyä, huoneistossa olisi tietysti lain mukaiset palohälyttimet, sammutuspeitteitä ja lukolliset kaapit jokaisessa huoneessa tärkeille ja arvokkaille tavaroille. Jos tämä ei jostain syystä riitä ja turvallisuusriskit ovat silti suuret, hankitaan huoneiden oviin lukot. Näin aluksi en usko hankinnan olevan tarpeen, kun kävijämäärä jää vielä pieneksi. Myös se, että itse asun huoneistossa, tekee siitä turvallisemman asukkaille, ainakin ajatuksena.

Ehkä suurimpana riskinä kaikista, pidän taloudellisia riskejä ja sitä, että yritys ei ole kannattava. Siksi aluksi vuokraan huoneiston vain vuodeksi, jonka jälkeen voin irrottautua asunnosta, milloin haluan. Jos yritys näyttää kannattavalta, vuokrasopimusta voidaan

jatkaa ja alkaa miettiä oman asunnon ostamista. Suurin menetys voi olla säästetty pääoma, mutta mielestäni aina yritystä perustaessa pitää olla sillä mielellä, että rahat jotka siihen panostetaan, voi kadota taivaan tuuliin. Jotta kuitenkin näin ei kävisi, pyrin pitämään kulut kurissa ja rahavirran käynnissä. Jos se ei kuitenkaan onnistu, irtisanon vuokrasopimuksen ja istun alas miettien uutta ideaa. Kaikkia riskejä ei pysty välttämään, siksi jokaisen tällaisen kohdalla kirjataan se ylös ja käydään läpi mitä voitaisiin tehdä toisin.

## 7 Yhteenveto

Eloliina –yrityksen perustaminen voi olla haastava matka, mutta silti antoisa. yrityksen perustamisen uhat, mahdollisuudet, vahvuudet ja heikkoudet olen kirjannut ylös SWOT-analyysin avulla. (Liite 6)

Vahvuuksina tässä liikeideassa pidän sen selkeyttä ja ehkä jopa jonkun uuden tuomista Helsingin markkinoille. Olen todella motivoitunut, joka auttaa minua säästämään budjetoidun summan verran alkupääomaa. Isäni yrittäjätausta on varmasti suuri apu tulevaisuuden kiperissä tilanteissa, vaikka hän on erikoistunut eri toimialaan. Suurimpana vahvuutena kaikista pidän koulutustani. Haaga-Helican antamat rahkeet tälle uralle ovat valtavat ja uskon, että joskus apua tarvittaessa pystyn tukeutumaan heihin.

Heikkouksia on yleensä helppo löytää silloin kun on epävarma omista toimistaan ja siksi listasin oman kokemattomuuteni yrittämisen saralla ensimmäisenä listalle. Asia tuntuu nyt suurelta, mutta kun yritys on kasassa ja mennyt jo vähän eteenpäin, uskon että taito tarttuu ja nopeasti. Yritykseni pientä majoituskapasiteettiä voidaan pitää heikkoutena verrattaessa muihin pääkaupungin aamiaismajoitusyrityksiin. Lähtökohtana onkin, että jonain päivänä pystyisin laajentamaan yritystä ja palvelemaan useampi asiakkaita kerralla. Uutena yrityksenä kannan jonkun aikaa keltanokan leimaa otsassa, joka voi vaikeuttaa asiakkaiden saantia. Jos ja kun pääsen kiinni asiakkaisiin, leimakin katoaa ja ainakin ajan myötä viimeistään. Olen aika varma perustettavasti yrityksestäni, joten heikkouksia ei tullut listattua kovin paljoa.

Heikkouksien jälkeen listasin uhat, jotka voivat vaarantaa yritystoiminnan jatkuvuuden. Suurimpana uhkana pidän sitä, että asiakkaat eivät löydä Eloliina tai eivät kiinnostu siitä, jota kautta yritys on kannattamaton. Se merkkaisi pääoman menettämistä, joka on aina valitettavaa. Trendien muuttumista pidän uhkana, sillä tällä hetkellä ihmiset ovat enemmän ympäristötietoisia ja valitsevat ehkä mieluummin pienen yksityisen yrityksen majoituksen kuin suuren ketjun. Tämän takia pitää olla trenditietoinen, jonka avulla pysyy mukana menossa. Uhkana on lisäksi Airbnb, joka on laajentumassa ympäri Suomea ja helpottaa monien tavallisten suomalaisten majoitustoiminnan aloittamista.

Mahdollisuuksina yritykselle pidän aamiaismajoitusten lisääntymistä ja tätä kautta alan tunnettavuutta. Se helpottaisi asiakkaiden kohtaamista ja kilpailun vuoksi hinnat pysyisivät asiakasystävällisinä. Myös yrityksen laajentaminen, eli muuttaminen suurempaan huoneistoon, olisi mahdollista, jos yritys pysyy kannattavana. Jonkunlaisia ohjelmajärjestelmiä, kuten kaupunkikierroksia tai muita kulttuuriin liittyviä yhteistöitä voisin alkaa tehdä, kun ensin on nähty, miten yritys lähtee käyntiin ja mitä asiakkaat haluavat.



Tällä liiketoimintasuunnitelmalla uskon aloittavani hyvän liiketoiminnan ja tehtyjen analyysien avulla pystyn pitämään yritystä yllä niin kauan, kun se vain on kannattavaa. Aluksi käyn palkkatöissä Eloliinan ohella, mutta toivottua on, että jossain vaiheessa Eloliinasta tulee tarpeeksi kannattava, jotta pystyn elättämään itseni yrityksen tuloista. Niin kuin aluksi mainitsin, yrityksen perustamiseen tarvitaan aina myös tuuria ja vaikka otetaan riskejä, pitää silti osata lopettaa ajoissa. Tätä tilannetta varten minulla on exit planina vuokrasopimuksen irtisanominen ja tätä kautta liiketoiminnan lopettaminen.

## Lähteet

Airbnb 2015a. Aamiaismajoitus Helsinki. Luettavissa: <https://www.airbnb.fi/s/Helsinki--Suomi?type=bnb>. Luettu: 1.11.2015.

Airbnb 2015b. Luottamus ja turvallisuus. Luettavissa: <https://www.airbnb.fi/trust>. Luettu: 3.11.2015.

Airbnb 2015c. Tietoja meistä. Luettavissa: <https://www.airbnb.fi/about/about-us>. Luettu: 3.11.2015.

Aspola, R. 2.11.2015. Entinen vastaanottovirkailija. Vuokrahuone Vallila. Haastattelu. Helsinki.

Bedandbreakfast.eu 2015. Helsinki. Luettavissa: <https://www.bedandbreakfast.eu/bed-and-breakfast/helsinki/essexhome-apartments/70788>. Luettu: 1.11.2015.

Booking.com 2015. Booking.com yhtiönä. Luettavissa: <http://www.booking.com/content/about.fi.html?aid=376382;label=Bookings-fi-4p5XxSeaReNqce1htBhO3AS61518703336%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-3346771808%3Alp1005582%3Ali%3Adec%3Adm;sid=dc7e4d3ee88db94a9727ad143efd0fe7;dcid=1>. Luettu: 3.11.2015.

Essexhome 2015. Etusivu. Luettavissa: <http://www.essexhome.fi/fi/>. Luettu: 1.11.2015.

Facebook 2015. Essexhome. Luettavissa: <https://www.facebook.com/EssexHome-172995972749001/>. Luettu: 1.11.2015.

Helsingin seudun liikenne 2015. Liput ja hinnat. Luettavissa: [https://www.hsl.fi/liput-ja-hinnat?qt-tickets\\_and\\_fares=1#qt-tickets\\_and\\_fares](https://www.hsl.fi/liput-ja-hinnat?qt-tickets_and_fares=1#qt-tickets_and_fares). Luettu: 30.10.2015.

Helsingin seudun ympäristöpalvelut -kuntayhtymä 2015. Vesimaksulaskuri 2015. Luettavissa: <https://www.hsy.fi/fi/asukkaalle/asiakaspalvelu/hinnat-ja-laskutus/Sivut/Vesimaksulaskuri.aspx>. Luettu: 3.11.2015.

Ikea 2015. Makuuhuone. Luettavissa: <http://www.ikea.com/webapp/wcs/stores/servlet/InterestItemDisplay?storeId=15&quantity=10&langId=-13&catEntryId=3150553&interestListId=198538643&listId=198538643&priceexclvat=false&ddkey=http://rwUpdateShoppingList>. Luettu: 3.11.2015.

Lidl Suomi Ky. 29.10.2015. Pasilan toimipiste. Helsinki.

Lähitapiola 2014. Yritys. Luettavissa: <http://www.lahitapiola.fi/yritys/palvelut/yrityksen-riskienhallinta/yritystoiminnan-riskit>. Luettu: 4.11.2015

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2015. Matkailun tilastot ja tunnusluvut. Luettavissa: <http://www.mara.fi/toimiala/tilastoja-ja-tutkimuksia/matkailu>. Luettu: 4.11.2015.

Sinikka. 2.11.2015. Aamiaismajoitusyrittäjä. Haastattelu. Helsinki.

Taloussanomien 2013. Instagram pullistelee 150 miljoonalla jäsenellä. Luettavissa: <http://www.digitoday.fi/viihde/2013/09/09/instagram-pullistelee-150-miljoonalla-jasenella/201312542/66>. Luettu: 2.11.2015.

Tilastokeskus 2014. Kaikkien majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttö, tammi-joulukuu 2014. Luettavissa: [http://tilastokeskus.fi/til/matk/2014/12/matk\\_2014\\_12\\_2015-02-19\\_tau\\_002\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/matk/2014/12/matk_2014_12_2015-02-19_tau_002_fi.html). Luettu: 1.11.2015.

Tilastokeskus 2012. Tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus 2012. Luettavissa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi\\_2012\\_2012-11-07\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tie_001_fi.html). Luettu: 1.11.2015.

Tilastokeskus 2015. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä, elokuu 2015. Luettavissa: [http://tilastokeskus.fi/til/matk/2015/08/matk\\_2015\\_08\\_2015-10-22\\_tau\\_003\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/matk/2015/08/matk_2015_08_2015-10-22_tau_003_fi.html). Luettu: 11.10.2015.

Tripadvisor 2015a. Helsinki: B&B:t/majatalot. Essexhome. Luettavissa: [https://www.tripadvisor.fi/Hotel\\_Review-g189934-d5539812-Reviews-Essexhome-Helsinki\\_Uusimaa.html](https://www.tripadvisor.fi/Hotel_Review-g189934-d5539812-Reviews-Essexhome-Helsinki_Uusimaa.html). Luettu: 30.10.2015

Tripadvisor 2015b. Helsinki: B&B:t/majatalot. Vuokrahuone Vallilla. Luettavissa: [https://www.tripadvisor.fi/Hotel\\_Review-g189934-d4412174-Reviews-Vuokrahuone\\_Vallila-Helsinki\\_Uusimaa.html](https://www.tripadvisor.fi/Hotel_Review-g189934-d4412174-Reviews-Vuokrahuone_Vallila-Helsinki_Uusimaa.html). Luettu: 30.10.2015

Tripadvisor 2015c. Tietoja. Luettavissa: [https://www.tripadvisor.fi/pages/about\\_us.html](https://www.tripadvisor.fi/pages/about_us.html). Luettu: 3.11.2015.

Ukko.fi 2012. Toiminimen perustaminen. Luettavissa: <https://www.ukko.fi/toiminimen-perustaminen/>. Luettu: 3.11.2015.

Vantaan energia 2015. Sähkölaskuri. Luettavissa: <https://www.vantaanenergia.fi/fi/Asiakaspalvelu/energiansaasto/sahkolaskuri/Documents/Sahkotohtori.html>. Luettu: 3.11.2015.

Veronmaksajat 2015. Arvolisäverot. Luettavissa: <http://www.veronmaksajat.fi/luvut/Tilastot/Kulutusverot/Arvonlisavero/>. Luettu: 3.11.2015.

Vuokrahuone 2015. Etusivu. Luettavissa: <http://vuokrahuone.com/>. Luettu: 1.11.2015.

Vuokraovi.com 2015. Kohde 235962. Luettavissa: <http://www.vuokraovi.com/vuokra-asunto/helsinki/katajanokka/kerrostalo/235962?entryPoint=fromSearch&rentalIndex=8&searchIdentifier=-1948640205>. Luettu: 30.10.2015.

**Wäläky Keski-Savon Uusyrityskeskus ry 2015. Työkalut.** Alustava liiketoimintasuunnitelmamalli. Varkaus. Luettavissa: <http://www.walakky.fi/upload/File/ALUSTAVA%20LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN%20MALLI.pdf>. Luettu: 30.10.2015.

## Liitteet

### Liite 1. Kolmen henkilön aamiaiskustannusten erittely

	elintarvikkeet/3 hlö		vrk/€	vko/€
	puuro	1e/1kg	0,05	0,35
	maito	1e/ltr	0,2	1,4
	hillo	3e/500g	0,05	0,35
	tumma leipä	0,28e/8 vii	0,08	0,56
	vaalea leipä	1,49e/500g	0,05	0,35
	juusto	4,49/kg	0,1	0,7
	kinkku	3,99/500g	0,2	1,4
	kurkku	1,29e/kg	0,16	1,12
	tomaatti	1,89e/kg	0,2	1,4
	kananmunat	1e/10 kpl	0,2	1,4
	sipuli	1e/kg	0,1	0,7
	omena	1e/kg	0,2	1,4
	banaani	1e/kg	0,2	1,4
	päärynä		0,3	2,1
	muro	1e/kg	0,1	0,7
	jogurtti	0,2e/pikari	0,2	1,4
	mehu	0,80e/l	0,16	1,12
	kahvi	3,99e/500g	0,09	0,63
	tee	4e/30 kpl	0,15	1,05
	<b>Yhteensä</b>		<b>2,79</b>	<b>19,53</b>

## Liite 2. Rahantarvelaskelmat

<b>Rahantarve</b>	<b>Ennen alkua</b>	<b>1. vuoden aikana</b>
	euroa/kk	
<b>Investoinnit</b>	kalusteet ja sisustus	8000
	vuokrat	2700
	elintarvikkeet	0
	perustaminen	110
	sähkö	70
	vesi	90
	toimistotarvikkeet	100
	siivouskulut	0
<b>muut kulut</b>		
	takuuvuokra	2700
	henkilöstökulut	0
	mainonta	1000
	vakuutukset	100
	yllättävät kulut	1000
	<b>Yhteensä</b>	<b>15870</b>
	<b>Rahoitustarve</b>	<b>64570</b>

### Liite 3. Kriittinen piste

Huonehinta	80 €		
kulut			
hsl lippu-	8		
alv-	7 € (80-(80/1,1))		
Kate	64,7 euroa yöltä/huone		
kulut vuodessa	48700 (liite 2)		
monta yötä että +-0	752,4 vuodessa	Kulut/kate	
	2,1 päivässä	kulut/kate/vuosi	

#### Liite 4. Kriittinen myynti vuodessa

	<u>100 * Kiinteät kustannukset (48700(liite 2))</u>	=	60123				
	katetuotto prosentti (81% (64,7/80*100))						

## Liite 5. Tulosbudjettilaskelma

87600		huonemyynti vuodessa (365*3*80)			
8760		Hsl-liput vuodessa (365*3*8)			
7964		alv (huonemyynti-(huonemyynti/1,1))			
70876		liikevaihto			
32400		vuokrat			
5100		elintarvikkeet			
800		sähkö			
1000		vesi			
200		siivous			
2000		Henkilöstökulut			
5000		mainonta			
1200		vakuutukset			
1000		yllättävät kulut			
22176		Tulos ennen lisävuodemyyntiä			



## Liite 6. SWOT-analyysi

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"><li>- yrittäjän koulutustausta</li><li>- säästetty pääoma yrityksen aloittamiseen</li><li>- liikeidean selkeys</li><li>- yrittäjän motivaatio</li><li>- yrittäjän tukiverkosto</li><li>- vielä pienet aamiaismajoitusmarkkinat Helsingissä</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- yrittäjän kokemattomuus</li><li>- uuden yrityksen leima</li><li>- vielä pienet aamiaismajoitusmarkkinat Helsingissä</li><li>- pieni majoituskapasiteetti</li></ul>
Uhat	Mahdollisuudet
<ul style="list-style-type: none"><li>- asiakkaat eivät löydä yritystä</li><li>- trendien muuttuminen</li><li>- kilpailu Helsingissä voi nostaa hintoja</li><li>- kannattamattomuus</li><li>- pääoman menetys</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- aamiaismajoitusyritysten lisääntyminen ja sitä kautta alan tunnettavuus</li><li>- laajentaminen</li><li>- tukiverkoston laajentuminen myös ulkomaille asiakkaiden takia</li><li>- ohjelmapalvelujen kehittäminen</li></ul>