

Matti Kantola

**LIIKETOIMINTASUUNNITELMA PERUSTETTAVALLE
MAANSEULONTAYRITYKSELLE**

**Opinnäytetyö
KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU
Tuotantotalouden koulutusohjelma
Huhtikuu 2010**



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Ylivieska	Aika 25.5.2010	Tekijä/tekijät Matti Kantola
Koulutusohjelma Tuotantotalous		
Työn nimi Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle maanseulontayritykselle		
Työn ohjaaja Marja-Liisa Kaakko	Sivumäärä 39+Liitteet	
Työelämäohjaaja		
<p>Opinnäytetyöllä ei ole erillistä toimeksiantajaa, koska opiskelija toimii itse toimeksiantajana. Työn päämääränä oli selvittää perustettavan yrityksen liiketoiminnan edellytykset sekä laatia sille liiketoimintasuunnitelma.</p> <p>Opinnäytetyö sisältää kaksi eri osaa, jotka ovat teoriaosa ja liiketoimintasuunnitelma. Teoriaosa käsittelee yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja liiketoimintasuunnitelmassa niitä sovelletaan käytännössä.</p>		
Asiasanat Liiketoimintasuunnitelma, markkinointisuunnitelma, kilpailija-analyysi		

ABSTRACT

CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Ylivieska	Date 25.5.2010	Author Matti Kantola
Degree programme Industrial management		
Name of thesis A business plan to start-up soil sieving business		
Instructor Marja-Liisa Kaakko		Pages 39+Enclosures
Supervisor		
<p>The Study did not have an actual client because the client was the researcher himself. The aim of this study was to find out the preconditions for starting a new business and create a business plan to it.</p> <p>The study includes two separate parts which are the theory part and the actual business plan. The Theory part focuses on matters that are related to starting a new business and in the business plan those matters are applied in practice.</p>		
Key words Business plan, marketing plan, competitor analysis		

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1	JOHDANTO	1
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN SISÄLTÖ	2
2.1	Liiketoimintasuunnitelman runko	2
2.2	Liiketoimintasuunnitelman käyttö	3
3	LIIKEIDEA	4
3.1	Liikeidea käytännössä	4
3.2	Yrittäjäominaisuudet liikeidean tukena	5
4	TOIMINTAYMPÄRISTÖ	6
4.1	Toimintaympäristön vaikutus käytännössä	6
4.2	Sijainnin muuttajat	7
5	YRITYKSEN STRATEGIA JA VISIO	8
5.1	Hyvän vision tunnusmerkit	8
5.2	Strategian käsite	9
5.3	Strategia käytännössä	10
6	MARKKINOINTI	11
6.1	Markkinoinnin tehtävät	11
6.2	Markkinointi ja kilpailu	12
6.3	Markkinoinnin suunnittelu	12
7	HENKILÖSTÖSUUNNITELMA	13
7.1	Henkilöstön valinta	13
7.2	Omistajan työpanos	14
8	YRITYSTOIMINNAN RAHOITUS	15
8.1	Rahoituksen lähteet	15
8.2	Rahoituspäätökset	16
8.3	Osakeyhtiön rahoitus	17
9	RISKIENHALLINTA JA RISKIANALYYSI	18
9.1	Erilaiset riskit	18
9.2	Riskianalyysi	19
10	MAANSEULONTA	20

11 PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LÄHTÖKOHDAT	21
11.1 Investoinnit	21
11.2 Yrityksen omistajat	21
12 YRITYKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA -ALUE	22
12.1 Toimiala-analyysi	23
12.2 Kilpailu	24
13 YRITYKSEN LIIKEIDEA	25
13.1 Liikeidean strategia	25
14 VISIO JA PÄÄTAVOITTEET	27
15 MARKKINOINTISUUNNITELMA	28
15.1 Markkinointikeinot	28
15.2 Myyntikanavat	28
15.2 Markkinoinnin kehittäminen	29
16 ORGANISOINTI	30
16.1 Puitteet	30
16.2 Investoinnit	30
17 YRITYKSEN HENKILÖSTÖ	31
17.1 Henkilöstön vaatimukset	31
17.2 Palkkaus	31
18 TALOUSSUUNNITELMA	32
18.1 Ennustaminen	32
18.2 Rahoituksen lähteet ja vakuudet	33
19 RISKIEN ARVIOINTI	34
19.1 Riskianalyysi	34
19.2 Henkiset riskit	35
20 LOPPUYHTEENVETO	37

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni koostuu teoriaosasta, liiketoimintasuunnitelmasta sekä erilaisista työhön liitettyistä analyyseistä. Tarkoitus on siis tutkia Ylivieskaan perustettavan ja Pohjois- sekä Keski-Pohjanmaan alueella toimivan maanseulontaan erikoistuneen osakeyhtiön toiminnan edellytyksiä. Maanrakennusalalla toimiva seulontayritys ja sen toiminnan pyörittäminen kiinnostavat minua paljon, ja voisin mahdollisesti aikanaan perustaa kyseisen kaltaisen yrityksen. Liikuteltava seulontalaitteisto siis seuloisi maa-ainesta asiakkaan toiveiden mukaiseen raekokoon ja kuutiomääriin. Yrityksen toimiala on maanrakennusala, ja tarkemmin eriteltynä rakennuspaikan valmistelutyöt. Vaikka maanrakennusalan yrityksiä on paljon, niin samankaltaiset yhden seulakoneen yritykset ovat melko harvinaisia.

Palkkatyöhön verrattuna pitäisin yrittäjän vapaudesta olla oma herransa, vaikka työpäivät olisivat varmasti pitkiä eivätkä rajoittuisi vain arkipäiviin. Seulontatapahtuma on koneistettu lähes täysin, mutta myös fyysistä työtä vaaditaan seulontalaitteiston huolloissa ja korjauksissa. Tutkin opinnäytetyössäni seulontayrityksen perustamisen kannattavuutta eri näkökulmista ja pyrin pääpiirteitään selvittämään kyseisen yrityksen toimintamallin. Opinnäytetyöstä käy ilmi tarvittava henkilökunta, tarvittavat investoinnit, markkinointi sekä yrityksen tulevaisuuden ennusteet.

2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN SISÄLTÖ

Liiketoimintasuunnitelma on yleensä kirjallinen suunnitelma, mutta yrityksen kannalta on tärkeämpää kokonaisuuden miettiminen, joka kuitenkin toteutuu kirjallista osuutta tehdessä. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä on lähes pakko pohdiskella asioita perinpohjaisesti ja keskustella avoimesti, joiden seurauksena saadaan parhaimmillaan luotua yritykseen uutta tapaa luoda liiketoimintaa ja muita erilaisia tuotteita sekä niiden johdannaisia. Hyvästä liiketoimintasuunnitelmasta käy ilmi yrityksen tulolähteet, strategia sekä menestystekijät. (Pitkämäki 2000, 12.)

2.1 Liiketoimintasuunnitelman runko

Liiketoimintasuunnitelma voidaan jakaa useisiin eri kokonaisuuksiin ja osiin. Isokangas esittää kirjassaan kokonaisuuden jaettavaksi 12 osaan. Ensimmäinen osa on tiivistelmä, jossa kuvataan tiivistetysti koko liiketoimintasuunnitelman keskeiset asiat. Toinen osa on lähtökohtatilanne, josta käy ilmi yritysidea sekä sen resurssit ja tausta. Kolmannessa osassa siirrytään markkinatilanteeseen, jossa eritellään yrityksen toimintaympäristön mahdollisuudet ja uhkat. Neljäs osa käsittelee yrityksen päämäärien ja tavoitteiden määrittämistä ulkoisen toimintaympäristön, yrityksen sisäisen toiminnan ja niistä saatujen analyysien perusteella. Viidennessä osassa siirrytään jo strategiaan eli siihen kuinka yritys saavuttaa agendansa. (Isokangas & Kinkki 2003, 236.)

Kuudes osa koskee markkinointisuunnitelmaa ja sitä, kuinka myyntitavoitteet saavutetaan markkinoinnin keinoin. Seitsemäs osa on tuotekehityssuunnitelmaa eli kuinka saadaan pidettyä tuote asiakkaita kiinnostavana. Kahdeksas kohta käsittelee tuotantosuunnitelmaa, josta selviää tuotannon puitteet ja itse tuotantoprosessi. Yhdeksäs kohta esittelee henkilöstösuunnitelman eli henkilöstöresurssit ja niiden kehittämisen. Kymmenes kohta on taloussuunnitelma, josta selviää yrityksen vakavaraisuus sekä yrityksen kannattavuuteen vaikuttavat osatekijät. Kohta yksitoista sisältää riskienhallintaan liittyvät suunnitelmat. Viimeisessä eli kohdassa 12 ovat mahdolliset liitteet. (Isokangas & Kinkki 2003, 236.)

2.2 Liiketoimintasuunnitelman käyttö

Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan hyödyntää monella tapaa yrityksen toiminnassa ja sen esittelyssä, eli voidaan sanoa, että se on yritykselle monipuolinen työväline. Liiketoimintasuunnitelman laatimisen aikana yritys voi hyvin miettiä kaikkien osa-alueiden olemassaoloa, tarpeellisuutta sekä tilaa. Uudet yrityksen palvelukseen tulevat työntekijät saavat myös apua liiketoimintasuunnitelmasta, joka auttaa heitä sopeutumaan yrityksen ajattelu- ja toimintatapoihin. Liiketoimintasuunnitelma kannattaa laatia yrityksen perustamisvaiheessa, strategiaa suunniteltaessa, rahoitusta haettaessa tai liiketoimintaa kehitettäessä. Liiketoimintasuunnitelman laatimisen jälkeen sitä on myös hyvä päivittää säännöllisesti sekä muutoksien ja mahdollisuuksien ilmetessä. (Pitkämäki 2000, 9-17.)

Etenkin yrityksen perustamisvaiheessa valmiiksi suunnitellusta ja laaditusta liiketoimintasuunnitelmasta on hyötyä, koska sen avulla on helpompi hahmottaa kokonaisuus sekä tarkastella yritystoimintaan liittyviä eri osa-alueita. Liiketoimintasuunnitelmahan sisältää ainakin suunnitelmat yrityksen visiosta, markkinoinnista, henkilöstöstä, rahoituksesta ja riskienhallinnasta, joten sitä apuna käyttäen yksikään tärkeistä asioista jää käsittelemättä. Liiketoimintasuunnitelmaan kootaan yrityksen avainhenkilöiden toiminta-ajatukset, jolloin muutkin saavat paremman käsityksen toimintasuunnitelmasta ja voivat jopa tehdä parannusehdotuksia.

3 LIIKEIDEA

Liikeidean voidaan yksinkertaistetusti sanoa tarkoittavan yrityksen syytä olla olemassa. Liikeidean onnistumisen ensimmäinen lähtökohta on, että uudesta tuotteesta tai palvelusta on asiakkaille sen verran hyötyä, että he ovat valmiita hankkimaan liikeidean sisältämän tuotteen tai palvelun. Liikeidean onnistuminen vaatii myös liiketoiminnan kannattavuutta, koska voittoa tuottamaton yritys ei kovin kauan ole toimintakelpoinen. Suuri asiakaskunta on yksi onnistumisen tae, mutta yritykselle pitää myös olla riittävän suuret markkinat. (Keksintosaatio.fi 2009.)

Liikeideallaan voi erottua muista saman toimialan yrityksistä monilla eri tavoilla. Vaikka liikeidean peruskonstruktio olisikin vanha, niin sitä voi jalostaa, lisätä siihen uutta tai poistaa turhaa eli yksinkertaistaa. Oman asiakaskunnan saamiseen ei siis tarvita välttämättä kuin pieniä eroja muihin samalla toimialalla toimiviin yrityksiin nähden. Myös liikeidean toimintaympäristö on otettava huomioon, koska jollakin alueella toimintakelpoinen liikeidea ei välttämättä ainakaan sellaisenaan toimi toisella alueella.

Liikeidea voi perustua erilaisten tuotteiden kaupankäyntiin, teollisuuteen, palveluihin, maahantuontiin maaseutuun, matkailuun tai verkostomarkkinointiin. Liikeidean on myös mahdollista kopioida joltakin toiselta, kunhan tämä vain sopii asianomaiselle. Jotkut menestyvät yrittäjät ovatkin myöntäneet lainanneensa liikeideansa ulkomailta. Hyvä liikeidea on yksinkertainen ja sillä on mahdollisuus saavuttaa hyviä tuloksia pienellä panoksella. (Puustinen 2004, 41.)

3.1 Liikeidea käytännössä

Liikeidea on saatava toimimaan jokaisella osa-alueella, jotta saavutettaisiin suuri asiakaskunta ja onnistuttaisiin säilyttämään asiakassuhteet. Esimerkiksi vaatealalla kuluttajalle ei riitä että vaate tuntuu hyvältä, vaan vaaditaan myös hyvännäköisyyttä. Onnistuneen tuotekonseptin ja liikeidean luominen riippuukin siitä, kuinka hyvin asiakkaan todelliset tarpeet ja halut tunnetaan tai tunnistetaan. Liikeidean toimivuudeksi ei

riitä pelkästään asiakastarpeiden täyttäminen, vaan on myös erottauduttava kilpailijoista, jollakin merkittävällä ominaisuudella. Kyseisiä ominaisuuksia voivat olla esimerkiksi käyttötarkoitus, hinta, laatu, ulkonäkö, erilaisuus, toimintatapa, helppokäyttöisyys sekä markkinointikeinot. Erottavan tekijä on tärkeä, sillä sen pohjalta luodaan liikeidealle konsepti. (Hyvinvointiklusteri.fi 2009.)

Oikeaan asiaan keskittymisellä voi kannattavaa liiketoimintaa löytyä myös täydeltä näyttävältä markkina-alueelta. Kaikkia kilpailijoita ei välttämättä heti tunnisteta, minkä vuoksi oikean asiakastarpeen aikainen tunnistaminen on tärkeää. Arvoketjun avulla on helppo tunnistaa, voidaanko asiakkaan tarpeet saavuttaa taloudellisesti kannattavalla tavalla liikeideaa hyödyntämällä vai pitääkö liikeideaa muokata. (Hyvinvointiklusteri.fi 2009.)

3.2 Yrittäjäominaisuudet liikeidean tukena

Hyvä liikeidea on menestyvän yrityksen tärkeimpiä osa-alueita, mutta myös yrittäjän omasta persoonasta on löydyttävä tiettyjä ominaisuuksia toimivan yritystoiminnan pyörittämiseen. Yrittäjällä on oltava niin sanottua suoritusmotivaatiota, koska hän joutuu sitoutumaan yritykseen omaisuudellaan sekä asettamaan itsensä sekä henkisesti että fyysisesti koviille. Muita tärkeitä yrittäjän perusominaisuuksia ovat, riskinottokyky, voimakas tahto, kunnianhimo sekä sosiaalisuus. (Isokangas & Kinkki 2003, 251.)

4 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Yrityksen toimintaympäristö on käsitteenä hyvin laaja, ja sen sisältö on muutakin kuin yrityksen maantieteellinen sijainti. Rhenman jakaa teoksessaan yrityksen toimintaympäristön komponentteihin, joka selventää kokonaisuuden ymmärtämistä ja analysointia. (Rhenman 1975, 28.)

Eriksson on jakanut yrityksen toimintaympäristön seuraaviin komponentteihin Rhenmanin mallin mukaan: asiakkaat, henkilökunta, alihankkijat, rahoittajat sekä paikallinen kuntaorganisaatio. Toimintaympäristön määritelmä ei ole yksiselitteinen, vaan se riippuu tarkastelijasta ja tarkastelunäkökulmasta. Erikssonin mukaan toimintaympäristö määrittää kilpailuympäristön johon yrityksen on hyvä ja lähes elintärkeä sopeutua. Myös yrityksen toiminnan kehittäminen ja sen luonnollinen kehitys riippuu suurelta osin toimintaympäristöstä. (Eriksson 1995, 11–12.)

4.1 Toimintaympäristön vaikutus käytännössä

Yritykselle toimintaympäristöä valittaessa on syytä perehtyä tarkkaan kyseessä olevan alueen vallitseviin olosuhteisiin, mutta on myös yritettävä luoda alueelle mahdollisia tulevaisuuden skenaarioita ja uhkakuvia, jotta yrityksen toimintaedellytykset voitaisiin mahdollisten muutostenkin jälkeen turvata. Tosin täydellisten ennustusten tekeminen on täysin mahdotonta.

Eriksson on kehittänyt kaavan toimintaympäristön tärkeydestä yritykselle, jossa on kolme tärkeää funktiota. Nämä funktiot ovat alueen edullisuus, sijaintitekijän arvostus ja sijainnin antama hyöty. Käytännössä alueen edullisuus tarkoittaa alueellisten erojen ottamista huomioon esimerkiksi palkka- ja vuokramenoissa. Pääkaupunkiseudulla vuokrat ovat korkealla, ja palkat ovat myös suhteellisesti keskitasoa suuremmat kuin muualla Suomessa. Sijaintitekijän arvostus tarkoittaa esimerkiksi yrityksen sijaintia sen palveluja käyttävien asiakkaiden läheisyydessä. Autofiksaamon sijoittaminen lähelle autoliikkeitä olisi siis sijaintitekijän arvostusta mitattaessa järkevää. (Eriksson 1995, 35–36.)

4.2 Sijainnin muuttujat

Sijainnin antama hyöty on melko laaja käsite, jota voidaan katsoa useasta eri näkökulmasta. Jos yrityksen tarvitsemat raaka-aineet sijaitsevat lähellä, ovat yrityksen logistiikkakustannukset automaattisesti pienemmät ja välikädet raaka-aineen käsittelyssä vähenevät. Esimerkiksi laivarahtina tulevat yrityksen tarvitsemat hyödykkeet vaatisivat sijaintitekijän hyödyn kannalta yrityksen sijoittamisen satamakaupunkiin.

Eriksson laati kyselyn arviointimalliinsa liittyvän kyselyn Pohjois-Suomen yrityksille, jossa yritysjohtajat asettivat toimintaympäristöä kuvaavia muuttujia tärkeysjärjestykseen. Muuttujat oli luokiteltu yhteentoista sijaintitekijään ja yritysjohtajat asettivat ne mieleiseensä järjestykseen. Tulokset olivat seuraavat tärkeimmästä vähemmän tärkeään:

1. Tontti- ja toimitilat
2. Energia-, vesi- ja jätehuolto
3. Liikenneyhteydet
4. Työvoiman saatavuus
5. Asuntojen saatavuus
6. Paikallismarkkinoiden koko
7. Koulutusmahdollisuudet
8. Kunnan palvelutaso
9. Kunnan yritysilmapiiri
10. Kunnan kehittyneisyys
11. Yritysten yhteistoiminta

Erikssonin tulokset eivät sinällään yllätä, koska yrityksen käyttöön sopivat toimitilat, sekä niiden toimiva sähkö- ja vesijärjestelmä kuuluvat toimivan yrityksen elinehtoihin. Liikenneyhteydet ja työvoima ovat myös ymmärrettävän korkealla, mutta seuraavia muuttujia ei tule heti ensimmäiseksi mietittyä. Uutta yritystä perustettaessa kyseisiä muuttujia on hyvä käyttää apuvälineenä, jotta toimintaympäristön valintaan vaikuttavat tekijät saadaan priorisoitua. Toki tämä yleismalli ei ota huomioon toimialakohtaisten tekijöiden vaikutusta. (Eriksson 1995, 83–89.)

5 YRITYKSEN STRATEGIA JA VISIO

Uutta yritystä perustettaessa on oltava selvillä strategia sekä visio. Ilman näitä yritys on laiva tuuliajolla, koska ei tiedetä minne ollaan menossa ja miten perille päästään. Visiolla kuvataan haluttua yrityksen kehityssuuntaa tietyn aikavälin puitteissa sekä keinoja kuinka tavoite saavutetaan. Yritykselle suunnitellusta liiketoimintasuunnitelmasta selviää hyvin kaikki vision osa-alueet ja se onkin oiva apuväline laaja-alaista visiota suunniteltaessa.

Visio auttaa itse yritystä ja sen toimintaa, mutta sen tulisi myös kertoa sekä asiakkaille että yhteistyökumppaneille kyseessä olevan yritys, jonka kanssa kannattaa asioida. Viime kädessä yrityksen henkilöstö valitsee keinot, jolla visio saavutetaan, mutta myös johtajien toiminnoilla on tärkeä merkitys. Yleensä menestyvien yritysten johtoportaan löytyy visionäärisiä johtajia, jotka ovat onnistuneet motivoimaan henkilökunnan ja omistajat kehittämään ja viemään yritystä strategian määräämälle tielle. (Hmv.fi 2010.)

5.1 Hyvän vision tunnusmerkit

Hyvä visio on suuruudeltaan laaja sekä sisältää yrityksen toimintakomponenttien tutkailun useista eri näkökulmista. Liiketoimintasuunnitelman avulla tällainen laaja kokonaisuus on helposti toteutettavissa, mutta vaikeustasoa lisää se, että vision on oltava selkeä, kaikkien ymmärrettävissä, ja siitä on käytävä ilmi selkeästi halutut tavoitteet.

Toimivan vision on myös oltava ristiriidaton ja sen toteuttaminen vaatii panostusta kaikilta, mikä lisää sen tekemisen haastavuutta. Vision ja liiketoimintasuunnitelman aikajänne on yleensä 3-5 vuotta, joten suunnittelussa on myös käytävä läpi mahdollisia tulevaisuuden skenaarioita. Onnistunut visio on myös erilainen, joka takaa sen että yritys erottuu kilpailijoista, eikä yritystä erehdytä luulemaan kopioksi muista saman toimialan yrityksistä. (Hmv.fi 2010.)

Vision rakentamista voidaan kuvata eräänlaisena prosessina, joka on epätarkka sekä aiheuttaa laatijalleen turhautumista. Laatijan on osattava elää samanaikaisesti menneisyydessä, nykyajassa sekä tulevaisuudessa. Visiointi liittyy tulevaisuuteen, mutta sen perusta löytyy menneisyydestä sekä nykyisestä ajan hetkestä. Uuden yrityksen vision ja liiketoimintasuunnitelman teko voidaan aloittaa tyhjästä, mutta jos yritys on ollut olemassa jo pidemmän aikaa, on aina otettava menneisyys huomioon. (Hmv.fi 2010.)

5.2 Strategian käsite

Strategian ymmärtäminen vaatii vuosikausien työn, koska kyseessä on melko vaativa käsite. Resursseja allokoidaan yrityksen toimintaa ohjaavan strategian mukaisesti, joka siis ottaa huomioon yrityksen sisäiset vahvuudet sekä ympäristöstä sekä sen muutoksesta johtuvat mahdollisuudet ja uhkat. Isokankaan mukaan strategia on ymmärretty myös toivottuun ja tavoitteeksi asetettuun tulevaisuuteen johtavien keinojen poluksi. Yrityksen strategia on pääsääntöisesti tulevaisuuspainotteinen ja jatkuva prosessi, jonka tehtävänä on erottautua kilpailijoista. Hyvän strategian on myös tarkasteltava yritystä kokonaisuutena ja etsittävä yrityksen menestymisen kannalta tärkeät asiat. (Isokangas & Kinkki 2003, 17–18.)

Strategian laatimisessa asioita katsellaan luovasti, monesta perspektiivistä sekä nähdään uusia kytkentöjä, mutta on myös tärkeää osata tarkastelu oman yrityksen ulkopuolelta. Tutkiskelu asiakkaan näkökulmasta olisi myös suotavaa, koska asiakkaathan yrityksen pitävät pystyssä. Varsinkin pienen yrityksen strategiaan on panostettava, jotta se menestyy eli erottuu muista isommista toimialan yrityksistä. Pitkämäen mukaan yrityksen menestymisessä on lähes aina mukana ripaus onnea ja sattumaa, jotka hyvä yrittäjä kykenee huomioimaan ja käyttämään hyväkseen. (Pitkämäki 2000, 89.)

5.3 Strategia käytännössä

Yrityksen strategian suunnittelu voidaan aloittaa esimerkiksi määrittelemällä, ennustamalla ja segmentoimalla markkinoita. Myös erilaisten analyysien käyttö strategian suunnittelun apuvälineenä on suotavaa. Strategiasuunnitelmassa käydään läpi myös kilpailijoita ja kilpailutilannetta erittelemällä yrityksen kilpailuedut ja tutkimalla kuinka kilpailijoista voidaan erottua. Strategiaa suunniteltaessa on tärkeää nähdä oma yritys asiakkaan silmin, jolloin saa aivan uuden näkökulman ja pystyy omakohtaisesti miettimään miksi asiakas ei valitsisi kilpailijaa, vaan oman yrityksen. Yrityksen ydinosaaminen on käytävä strategiasta ilmi, kuin myös kustannuksiin ja tuottoihin liittyvät suunnitelmat. Mahdollinen laajentuminen, markkinoiden kehittäminen sekä uusien toimintojen eteenpäinvienti on otettava strategiassa huomioon.

6 MARKKINOINTI

Liiketoimintaan liittyy vahvasti käsite markkinointi, joka on sisällytettävä myös yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan. Hyvällä markkinoinnilla pyritään täyttämään asiakkaiden tarpeet kattavasti, ja markkinoinnin tehtävänä onkin valikoida vaihteleviin tilanteisiin sopiva ja tehokas markkinointikeinojen yhdistelmä, josta käytetään myös nimitystä markkinointimix. Markkinointimix sisältää tuotteen, hinnan, jakelun ja viestinnän yhdistetyn kokonaisuuden. (Anttila & Iltanen 2001, 13–20.)

Markkinoinnin voidaan sanoa luuluvan liiketaloustieteen alueeseen, joka tutkii asiakkaita, kuluttajia, liiketoimintaa sekä niiden välisiä suhteita useista eri näkökulmista. Markkinointi sisältää mainonnan ja myynnin, mutta ne ovat vain pintaraapaisu markkinoinnin laajasta kokonaisuudesta. Operatiivisen markkinoinnin tavoitteet ovat uusien asiakkaiden hankinta tai nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyden parantaminen ja aktivoiminen. Haluttaessa purkaa markkinointi eri osiin, voidaan puhua kuluttajamarkkinoinnista sekä yritysmarkkinoinnista osa-alueineen, mutta jako voidaan suorittaa myös tuotteiden ja palveluiden markkinointiin. (Studentum.fi 2010.)

6.1 Markkinoinnin tehtävät

Markkinoinnin päätehtävät ovat kysyntään vaikuttaminen sekä kysynnän tyydyttäminen.. Yrityksellä on neljä peruskeinoa markkinoinnissa, joilla se voi yrittää vaikuttaa kysyntään. Ensimmäinen näistä on tuote tai palvelu, joita asiakkaille tarjotaan. Toisena on hinta, jolla yritys tarjoaa tuotteita ja palveluita. Kolmas, mutta silti hyvin tärkeä keino on jakelu, joka käytännössä tarkoittaa tuotteiden ja palvelujen saatavuutta oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Neljäs ja viimeinen markkinointikeino on viestintä eli tapa, jolla yritys tekee tuotteitaan ja palveluitaan tunnetuksi asiakkaiden piirissä. (Anttila & Iltanen 2001, 19–21.)

6.2 Markkinointi ja kilpailu

Jotta yritys erottuisi markkinoilta muista saman toimialan yrityksistä, on markkinoinnissa käytettävä kilpailukeinoja. Markkinoinnin kilpailukeinoja sovelletaan markkinointimixiin, jota pyritään räätälöimään kulloistakin tilannetta ja ajanhetkeä varten sopivaksi. Kilpailukeinojen käyttämistä rajoittavat ainakin kilpailutilanne sekä markkinointibudjetin suuruus. Nykyään kilpailussa ei pysy mukana jos luottaa vain nykyisten tuotteiden myyntituloihin, koska tuotteiden elinkaari markkinoilla on lyhenemässä, ja jatkuva kehitystyö on päivän sana. (Anttila & Iltanen 2001, 20–21.)

6.3 Markkinoinnin suunnittelu

Markkinoinnin suunnittelussa lähdetään liikkeelle seuraavilla kysymyksillä: kuka tekee, mitä tekee ja milloin tekee. Yritykset kokoavat ja laativat vuodeksi kerrallaan markkinoinnin vuosisuunnitelman, josta osittain selviää vastaukset edellä mainittuihin kysymyksiin. Vuosisuunnitelmasta käy ilmi viikoittaiset ja kuukausittaiset markkinointitoimenpiteet käytännön toiminnalle, joten jatkuva markkinoinnin kehittämisen ja muokkauksen tarve vähenee. Markkinointisuunnitelmasta on käytävä ilmi ainakin seuraavat asiat:

- yrityksen asema markkinoilla ennen ja nyt
- markkinoinnin mahdollisuuksien ja ongelmien määrittely
- annettava markkinoinnille selvät ja realistiset tavoitteet
- strategioiden määrittely, jolla tavoitteet savutetaan
- määriteltävä tavoitevastuu
- määriteltävä budjetit, aikataulun ja seurantajärjestelmän toimenpiteille

(Anttila & Iltanen 2001, 374–375.)

7 HENKILÖSTÖSUUNNITELMA

Onnistunut henkilöstösuunnitelma on yksi tärkeimpiä toimivan yrityksen kulmakiviä, koska viime kädessä juuri henkilöstö vaikuttaa onnistuneen tuloksen syntymiseen. Tiivistetysti ilmaistuna täydellinen henkilöstösuunnitelma sisältää tiedon siitä, millaista henkilöstöä tarvitaan mihinkin tehtävään kyseisellä ajan hetkellä, sekä kuinka paljon kyseistä henkilöstöä tarvitaan. Henkilöstön laadusta puhuttaessa tarkoitetaan henkilön ominaisuuksien tai tietojen soveltuvuutta ja tarpeellisuutta hänelle määrättyssä työtehtävässä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että työtehtävästä irrotettuna ei voida määrittellä henkilön laatua, vaan tulevat työtehtävät määrittävät sen. (Holopainen & Levonen 2003, 351.)

7.1 Henkilöstön valinta

Henkilöstöä työtehtävään valittaessa on tärkeää suunnata katse myös tehtävän nykyisestä sisällöstä tulevaan, koska nykyaikana työtehtävät kehittyvät jatkuvasti ja niiden on oltava hyvin muuntokkyisiä ja joustavia lyhyelläkin aikavälillä. Silti usein henkilö palkataan vain nykyiseen tarpeeseen eikä ajatella ollenkaan tulevaisuutta ja sitä, onko kyseinen henkilö kykenevä suoriutumaan tehtävästään myös tulevaisuudessa. Uutta henkilöä palkattaessa on otettava huomioon että kyseessä on merkittävän suuri taloudellinen ratkaisu, jota on hyvä lähteä tutkimaan monesta eri näkökulmasta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, voidaanko palkkaus välttää ja käyttää muita vaihtoehtoja, kuten alihankkijoita tai vuokratyövoimaa. (Holopainen & Levonen 2003, 351.)

Henkilöstön hankintaprosessi on parhaimmillaan hyvinkin moniulotteinen ja useita vaiheita sisältävä prosessi. Aluksi on analysoitava, millaisia valintakriteereitä työhön palkattavan henkilön on täytettävä. Kriteereitä voivat olla esimerkiksi työkokemus, luonteenpiirteet, henkilön arvot tai oppimis- ja mukautumiskyky. Seuraavassa vaiheessa yrityksen on valittava kanava, jonka kautta aikoo työvoimaa ryhtyä hakemaan. Kanavia on lukuisia, mutta yleisimmin käytetyt ovat lehti-ilmoitukset, työvoimaviranomaiset, oppilaitokset, tuttavuudet, konsultit sekä yrityksen sisäiset siirrot. Työnhakijoista erotetaan

noin kymmenen henkilöä, jotka tullaan haastattelemaan henkilökohtaisesti, koska pelkän hakemuksen perusteella ei pidä koskaan valita työntekijää. Haastattelun jälkeen on rankattava haastatelluista juuri se oikea henkilö, jonka jälkeen työtehtävä on täytetty. (Holopainen & Levonen 2003, 351–352.)

Yrityksen on myös pyrittävä huoltamaan jo yrityksessä olevia työntekijöitä sekä pyrittävä edistämään työnteon mielekkyyttä. Yrityksessä työskentelevät ovat yrityksen aivot, koska heille on työvuosien karttuessa syntynyt tietotaito ja ymmärrys omiin työtehtäviinsä, jota ei voi välittömästi uudella työntekijällä paikata. Palkkaus, vastuu ja työn mielekkyys ovat tärkeitä motivoijia, mutta näiden edelle menee kuitenkin työilmapiiri. Huono työilmapiiri lisää jännitteitä työntekijöiden välillä ja työtehtävien suoritus kärsii ja työntekijät alkavat kokea työssäkäynnin ylivoimaiseksi. Johtoportaana suurimpia haasteita onkin työilmapiirin säilyttäminen hyvänä, koska siihen ei oppaista löydy tietoa, ja jokaisella työpaikalla on tehtävä erilaisia valintoja.

7.2 Omistajan työpanos

Pienestä, muutaman hengen yrityksestä puhuttaessa, henkilöstön työpanoksen merkitys korostuu. Tämänkaltaisissa yrityksissä työntekijät ovat usein myös omistajia, joten heitä motivoi palkan lisäksi oman yrityksen kannattavuuden parantaminen. Pienessä yrityksessä oman työpanoksen laiminlyöminen ei ole mahdollista, eivätkä työpäivän pituus sekä taukoajat aina toteudu työehtosopimuksien mukaan. Omistaja voi joutua viettämään myös vapaa-aikansa yritystoiminnan parissa, koska delegointimahdollisuuksia ei juuri ole ja työt on hoidettava sovittujen aikamääreiden puitteissa. Omistajan onkin tunnettava vastuunsa yrityksen hoitamisessa ja pyrittävä pitämään yrityksen asiat kunnossa, jopa työmäärän ollessa lähes ylitsepääsemätön.

8 YRITYSTOIMINNAN RAHOITUS

Aloittava yritys tarvitsee lähes poikkeuksetta rahoitusta, joten perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan on myös sisällytettävä osuus, josta käy ilmi rahoitus, sen suuruus ja lähteet sekä muut rahoitukseen liittyvät artikkelit. Liiketoimintasuunnitelman rahoitussuunnitelma on vain suuntaa-antava, mutta sen avulla rahoituksen suuruudelle voidaan asettaa halutut rajat, jotta pysytään järkevissä summissa. Rahoitustapoja on useita, ja yrityksen onkin valittava niistä omaan tilanteeseensa parhaiten sopivat.

Korkea omarahoitusaste vaikuttaa monin tavoin suotuisasti yrityksen talouteen. Jos kaikki investoinnit rahoitetaan hankituin varoin, yritys ainakin säilyttää vakavaraisuutensa, koska uusia velkoja ei tule. Korkokustannukset eivät tällöin pääse vaikuttamaan yrityksen kannattavuuteen. Tällöin investoinnin tuottovaatimus laskee. (Andersson ym. 2001, 176.)

8.1 Rahoituksen lähteet

Yritys voi saada rahoitusta omasta pääomasta, joka voidaan vielä jakaa sisäiseen ja ulkoiseen pääomaan. Sisäinen pääoma tarkoittaa liiketoiminnasta voittona saatua kassavirtaa, kun taas ulkoinen pääoma on osakkeitten myynnillä hankittua pääomaa. Oman pääoman vastakohta on vieras pääoma, joka on myös paljon käytetty rahoituksen lähde. Nimensä mukaan vieras rahoitus tulee yrityksen ulkopuolelta ja sen tunnusmerkki onkin poikkeukseton takaisinmaksuvelvollisuus, jota omalla pääomalla ei ole. Oma pääoma ei kasvata rahoitusriskiä ja konkurssimahdollisuutta niin paljon kuin vieras. Myös suhteellisesti suurempi vieraan pääoman osuus kasvattaa oman pääoman tuottovaatimusta. Vieras pääoma taas on usein halvempaa ja sen liikkeeseenlaskukustannukset ovat myös edullisemmat. Vieraan pääoman lainaajalla ei ole päätösvaltaa yrityksen sisällä, mikä on myös vieraan pääoman hyväksi luettava seikka. (Knüpfer & Puttonen 2004, 20–27.)

Välirahoitus on myös käytetty rahoituslähde, sisältäen optiolainan, vaihtovelkakirjalainan, ja etuosakkeet. Optiolaina tarkoittaa lainaa, jossa rahamäärän sijoittaja saa velkakirjan lisäksi sovitun määrän optiotodistuksia eli warranteja. Warranteilla sijoittajalla on halutessaan mahdollisuus ostaa kyseisen yrityksen osakkeita ennalta määrätyllä hinnalla.

Vaihtovelkakirjalaina on muuten optiolainan kaltainen, paitsi siinä optio- ja lainaosuuksia ei voida irrottaa toisistaan. Etuosake on uusi rahoitusväline, jonka olennaisin ero tavallisiin osakkeisiin nähden on, että etuosakkeella voidaan äänestää yhtiökokouksessa vain tietyissä rajatuissa asioissa. Etuosakkeelle maksetaan myös yleensä kiinteää tuottoa osinkojen muodossa. (Knüpfer & Puttonen 2004, 29–32.), (tyoelakelakipalvelu.etk.fi 2010.)

Rahoituksen välittäjiä käytetään hyvinkin yleisesti rahoituksen lähteenä. Rahoituksen välittäjiä voivat olla pankit, vakuutusyhtiöt, rahoitusyhtiöt, erityisluottolaitokset sekä sijoitusyhtiöt. Pankit myöntävät luottoja, jotka sitoutetaan valittuun korkoon ja maksetaan takaisin sovitun aikataulun mukaisesti. Vakuutusyhtiöt taas korvaavat taloudelliset vahingot, sellaisten sattuessa. Rahoitusyhtiöt puolestaan tarjoavat yritykselle leasing-hyödykkeitä, joka korvaa omistukseen perustuvaa investointirahoitusta eli käytännössä lainaa tarvittavaa kalustoa korvausta vastaan. Erityisluottolaitokset rahoittavat tiettyä sektoria ja ne ottavat yleensä kannettavakseen sellaisia rahoitusriskejä, joita yksityiset rahoittajat eivät halua ottaa. (Knüpfer & Puttonen 2004, 43–44.)

8.2 Rahoituspäätökset

Yritys kasvattaa arvoaan yleensä liiketoiminnalla ja siitä saatavalla tuotolla, mutta hyvät ja oikeat rahoituspäätökset ovat myös tärkeä avaintekijä. Knüpferin mukaan yrityksen oman pääoman tuottoon liittyvä riski on suurempi, kun yrityksellä on velkaa. Velkaa otettaessa puhutaan vipuvaikutuksesta, joka voi toimia sekä negatiiviseen että positiiviseen suuntaan. Positiivien vipuvaikutus toteutuu, kun yrityksen pääoman tuotto ylittää velan kustannukset. Negatiivinen vipuvaikutus on kyseessä silloin, kun velan kustannukset ylittävät yrityksen pääoman tuoton. (Knüpfer & Puttonen 2004, 155–157.)

Rahoitusta suunnitellessaan yrityksen on keskityttävä kahteen eri rahoituspäätökseen, eli siihen, miten toimintaa rahoitetaan ja kuinka sijoittajille jaetaan varoja. Knüpfer esittää yrityksen rahoituksen olevan yhdistelmä omasta ja vieraasta pääomasta, joiden suuruussuhteet on pyrittävä valitsemaan oikeassa suhteessa. Verot vaikuttavat myös

rahoituspäätöksiin, koska jotkut korkomaksut ovat verovähennyskelpoisia. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että vierasta pääomaa valittaessa on tehtävä tarkempia taustatutkimuksia eikä edullisinta vaihtoehtoa ole hyvä valita ensimmäisenä. (Knüpfer & Puttonen 2004, 179.)

8.3 Osakeyhtiön rahoitus

Osakeyhtiötä perustettaessa tarvitaan aluksi vähimmäisosakepääomaa 2500 euroa, mutta jos kyseessä on julkinen osakeyhtiö, on osakepääomaa oltava vähintään 80 000 euroa. Toimitiloja ja yritystoiminnan aloittamiseen tarvittavia investointeja varten on turvauduttava yleensä rahoituksen välittäjään, joka yleensä on pankki. Nykyään yrityksen perustajalla on kuitenkin useita rahoituslähteitä, kuten esimerkiksi Finnvera, joka myöntää yrityslainoja. Perustettavalla yrityksellä on myös mahdollisuus saada starttirahaa, joka ei pienuutensa vuoksi kuitenkaan riitä kattamaan kuin pienen osan kuluista ja menoista. Lainan turvin yritys voi aloittaa toimintansa ja on velvollinen maksamaan lainaa takaisin liikevoitoistaan maksusuunnitelman mukaisesti. (Finnvera.fi 2010)

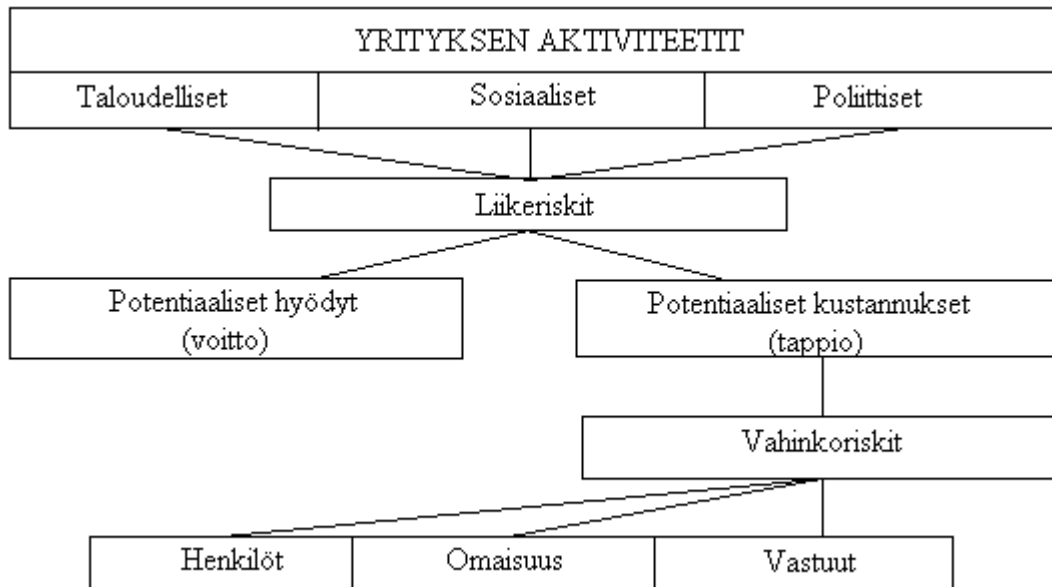
9 RISKIENHALLINTA JA RISKIANALYYSI

Yrityksen on sisällytettävä liiketoimintasuunnitelmaansa tulevaisuuden mukanaan tuomat riskit eli vahingonvaarat ja -uhkat. Menestyvän yrityksen on otettava huomioon yritystä uhkaavat vaaratekijät, joiden toteutuminen voi pahimmillaan johtaa yritystoiminnan päättymiseen. Yritystoiminnan häiriintymiseen tai päättymiseen ei välttämättä tarvita kovinkaan ison riskin toteutumista, jos yrityksen johdolla ei ole varautunut kyseiseen riskiin ollenkaan tai on pitänyt sen toteutumista epätodennäköisenä. Riskienhallinnalla tarkoitetaan toimia, joilla yritystä uhkaavia vaaroja pyritään torjumaan ja niistä aiheutuneet menetykset minimoidaan. (Suominen 2003, 7.)

9.1 Erilaiset riskit

Tavallisesti yritykselle vahinkoa aiheuttavaa riskiä kutsutaan vahinko vahinkoriskiksi, josta seuraa yritykselle tappiota eikä voiton mahdollisuutta ole missään olosuhteissa. Vahinkoriskeistä ovat yleensä myös vakuuttamiskelpoisia, joten näin riski saadaan vakuuttamalla siirrettyä yrityksen ulkopuolelle. Liiketaloudellisesta riskistä puhuttaessa tarkoitetaan yleensä tuotto-odotusten toteutumatta jäämistä. Käytännössä tämä tarkoittaa kysynnän romahtamista pienellä aikavälillä. Kysyntä voi romahtaa esimerkiksi yhteiskunnallisten- ja luonnonkatastrofien takia, kilpailutilanteen muuttuessa tai sopimusrikkomusten seurauksena. (Suominen 2003, 15.)

Yrityksen omaisuuden vaurioitumisen, tuhoutumisen tai häviämisen mahdollisuudesta käytetään nimitystä omaisuusriski, johon voidaan liittää myös termi esineriski. Vastuuriski on myös aina olemassa oleva vaaratekijä, joka tarkoittaa yrityksen korvausvelvollisuuden sekä tuote- ja ympäristövastuun, joista seuraa tulojen menetyksiä. Yrityksen tarvitseman raaka-aineen toimituskatko, konerikot, tulipalot ja sabotoinnit ovat riskejä, jotka voidaan asettaa keskeytysriskeihin, joista seuraa yleensä pahojakin seurannaisvaikutuksia. Nykyinen tietoyhteiskunta tuo mukanaan myös tietoriskit, jotka johtuvat yleensä tietoturvan peittämisestä, joka taas tarkoittaa tietojen päättymistä väärin käsiin. Riskien välistä yhteyttä kuvataan Gahinin riskimallissa kuviossa 1. (Suominen 2003, 15–17.)



KUVIO 1. (Suominen 2003, 13.)

9.2 Riskianalyysi

Liiketoimintasuunnitelmaan on hyvä sisällyttää riskianalyysi, joka on tärkeä riskienhallinnan osa-alue. Riskianalyysi sisältää selvitykset riskikohteista, riskien todennäköisyydestä, riskien vakavuudesta sekä riskeistä johtuvista seurausvaikutuksista. Onnistuneessa riskianalyysissä yrityksen riskikohteet on käyty läpi systemaattisesti määriteltyjä logiikan sääntöjä noudattaen. (Suominen 2003, 35.)

Yksinkertaistetun riskianalyysin vaiheet ovat:

- Riskien tunnistaminen
- Turvallisuustekijöiden tarkastaminen
- Jäljelle jäävien riskien arviointi ja raportointi
- Riskien seurausten kuvaaminen ja tarkempi erittely esimerkiksi euroina
- Tarvittavien riskienhallintatoimien täytäntöönpano järjestelyineen
- Toimenpiteiden toteutus seurantoineen ja päivityksineen

(Suominen 2003, 38.)

10 MAANSEULONTA

Perustettavan yrityksen liikeidea on erikoistuminen erilaisten maa-ainesten erotteluun. Potentiaalisia asiakkaita ovat rakennusliikkeet, yksityiset henkilöt sekä muut suuremmat rakennusprojektit. Perusideana on, että koneisto kuljetetaan suoraan tarvittulle alueelle ja asiakkaan omaa maa-ainesta seulotaan, mutta tarvittaessa yritys voi myös hankkia tarvittavan maa-aineksen asiakkaalle. Normaalitilanteessa asiakas on yleensä itse kaivanut seulottavan aineksen esille ja sopimuksessa on ennalta sovittu seulottavan maa-aineksen laatu sekä seulottava raekoko. Seulonnan tuloksena syntyvä maa on pääasiassa multaa, kiveä, hiekkaa tai sepeliä. Maa-aineksesta jää seulontatapahtuman jälkeen jäljelle isoimpia kiviä sekä puiden juuria ja kantoja. Itse seulontatyö on mahdollista suorittaa vain sulana aikana, joten talvisaikaan laitteistoa huolletaan ja tehdään tarvittavia muutoksia ja korjauksia.

Rakennusprojektit tarvitsevat multaa, hiekkaa ja sepeliä pohjatöihin sekä pihojen viimeistelyyn. Tarvittavia maamateriaaleja ei aina ole paikallisesti saatavilla ja niiden kuljetus kauempaa ei ole taloudellisesti kannattavaa. Tällöin paras vaihtoehto on raakamaan seulominen, josta erotellaan tarvittavaa maa-ainesta. Samalla seulontatapahtumalla on useita eri vaiheita, joten kerralla syntyy useampaa erilaista maa-ainesta, ja viimeisessä vaiheessa jäljelle jää yleensä multaa tai hiekkaa. Yritysmuodoksi on tässä tapauksessa hyvä ottaa osakeyhtiö, koska tällöin osakkaat eivät ole suoraan henkilökohtaisesti vastuussa yhtiön velvoitteista. Osakeyhtiön perustamiseen tarvittava summa on kohtuullinen, joten sekin hoituu helposti. Seulatoiminnan aloittamiseen ei tarvitse sen erikoisempia lupia, joten muuta estettä toiminnan aloittamiselle ei ole.

11 PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LÄHTÖKOHDAT

Yrityksen toiminnan aloittamiseksi on hankittava seulontalaitteisto, joka ainakin näin alkuvaiheessa ostetaan käytettynä. Hyväkuntoisia käytettyjä seulontalaitteistoja on tarjolla melko edulliseenkin hintaan, riippuen siitä kuinka monipuolisen laitteiston haluaa. Seulonkorjausta ja talvisäilytystä varten on ostettava tai vuorattava tilat, joissa on riittävästi korkeutta ja pinta-alaa isolle seulakoneelle. Yrityksen taloushallinto tarvitsee toimintotilat, joihin aluksi toimii perustajajäsenten omat henkilökohtaiset tilat.

11.1 Investoinnit

Seulontalaitteisto itsessään ei sisällä maa-aineksen keräyslaitteistoa, joten ainakin yrityksen alkumetreillä on hankittava paikalle yrityksen ulkopuolinen kaivinkone. Yrityksen käyttöön tulevan seulonalaitteiston siirtämiseen paikasta toiseen käytetään rekka-lavettiyhdistelmää, joka tilataan tarpeen mukaan paikalla. Seulontalaitteiston korjaustoimenpiteet tehdään pääosin yrityksen sisäisesti, joten yritykselle on hankittava työkaluja ja -koneita, joista osa onkin hankittuna jo ennen. Yritystoiminnan kasvaessa investointeja pyritään lisäämään, mutta perustoiminnan aloitus ei vaadi kovinkaan suuria investointeja.

11.2 Yrityksen omistajat

Yrityksen perustajajäsenistöön kuuluu kaksi henkilöä, joilla on samansuuruiset omistusosuudet yrityksestä. Kummatkin omistajat osallistuvat yrityksen toiminnan pyörittämiseen, joka sulana aikana vaatiikin molempien täydellisen työpanoksen. Talvisaikaan yrityksen pyörittäminen muuttuu vähemmän intensiiviseksi, joten työpanosta ei tarvita niin paljon. Seulontatapahtuman suorittaminen sinällään ei vaadi kuin perehdyttämisen laitteistoon, mutta alalla vaadittavien määräysten ja säännösten tietäminen vaatii perehtymistä ja jopa kouluttautumista alalle.

12 YRITYKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA -ALUE

Perustettavan yrityksen toimintaympäristö on melko laaja, koska seuralaitteisto voidaan kuljettaa käytännössä minne tahansa. Tietysti logistiikkakustannusten noustessa toimintaympäristön raja on vedettävä jonnekin, jotta liiketoiminta pysyy kannattavana. Kaluston huoltoon ja säilytykseen tarvittava halli sijaitsee Ylivieskassa, mutta sen sijainnilla ei ole merkitystä, koska tulosta tuottavaa yritystoimintaa ei kyseisissä toimitiloissa suoriteta. Myös yrityksen taloushallinnollinen toiminta suoritetaan Ylivieskassa, koska yrityksen perustajajäsenet asuvat kyseisellä paikkakunnalla.

Pääasiallisena yrityksen toimintaympäristönä ovat Pohjois-Pohjanmaan eteläosa ja Keski-Pohjanmaan pohjoisosa, mutta käytännössä ei ole järkevää kuljettaa kalustoa yli sataa kilometriä ellei kyseessä ole poikkeustapaus. Yritykselle kannattavinta toiminta on lähellä Ylivieskaa, eli mitä kauemmas mennään, sitä kannattamattommaksi toiminta muuttuu. Toiminta-alue on kyseisen yrityksen toiminnalla edullinen, koska alueella on paljon rakennusliikkeitä, jotka ovat yrityksen potentiaalisia asiakkaita. Myös muut kuin rakennusyrietykset käyttävät kyseessä olevan yrityksen palveluita, koska esimerkiksi parkkipaikkojen ja teiden pohjiin tarvitaan oikeanlaista maata. Yritys ei siis kilpaile alueen rakennusliikkeiden kanssa, vaan toimii käytännössä alihankkijana.

Ylivieska ja osa lähikunnista on jo pitkään kuulunut muuttovoittoalueisiin ja väkiluvun kehitys on muutenkin ollut positiivista, joten lisärakentamista ja tieverkoston kehittymistä tapahtuu jatkossakin. (Stat.fi 2010). Laitteiston liikuttelu on Ylivieskasta käsin helppoa, koska tieverkosto lähes jokaiseen suuntaan on kattava, ja suuria teitä pitkin laitteisto saadaan haluttuun paikkaan tarvittaessa hyvinkin nopeasti ja nopealla varoitusaajalla. Laitteiston liikutteluun tarvittavaa lavettikalustoa on myös alueella paljon, joten sekään ei tuota ongelmia.

Yrityksen toimintaympäristössä asuu runsaasti ihmisiä, koska toimintaympäristön voidaan katsoa käsittävän useita kuntia. Tässä tapauksessa toimintaympäristö on veteen piirretty viiva, mutta sen tärkeimpiin toimintakuntiin kuuluu Pohjois-Pohjanmaalta Ylivieska, Nivala, Oulainen, Haapavesi, Alavieska, Sievi, Reisjärvi, Kalajoki, Merijärvi, Haapajärvi, Kärsämäki, Pyhäjoki, Vihanti ja Siikalatva. Keski-Pohjanmaalta tärkeitä kuntia ovat

ainakin Kokkola, Himanka, Kannus sekä Toholampi ja Lestijärvi. Näissä kunnissa asuu yhteensä 130 000 ihmistä, joten asiakaskuntaa löytyy riittävästi. (Vrk.fi 2010).

12.1 Toimiala-analyysi

Maanrakennusalalla talouden taantuman vaikutukset näkyvät välittömästi, mistä johtuen uuden yrityksen perustaminen ei vielä ole ajankohtaista eikä kannattavaa. Maanrakennusalan taantumaherkkyys johtuu siitä, että esimerkiksi rakennusalan, metsäteollisuuden ja teollisuuden huonontuva tilanne vaikuttaa myös maanrakennusalaan. Taantuma-aikana maanrakennusala joutuu koville myös sen takia, että kallis ja yleensä velalla ostettu konekanta seisoo käyttämättömänä ja täten tuottamatta voittoa, vaikka maksut juoksevatkin normaaliin tapaan. Harri Revon haastattelussa Tampereen ammattikorkeakoulun projektipäällikkö Eero Nippala toteaa maanrakennusalalla olevan nyt huonoin tilanne jopa sataan vuoteen. (Tekniikkatalous.fi 2010).

Rakennusalan tilanne on suorassa yhteydessä maanrakennusalaan, koska maanrakennusalan palveluita tarvitaan ennen kuin voidaan aloittaa itse rakennustoimenpiteet. Käytännössä tämä tarkoittaa perustuksien tekoa ennen rakentamisen aloitusta, vaikka toki maanrakennusalalla tuotetaan muitakin palveluita. Tilastokeskuksen taulukoista käy ilmi, että vuodesta 2000 vuoteen 2007 rakentaminen on lisääntynyt tasaisesti rakennuskuutioina laskettuna, mutta taantuman vaikutukset ovat jo näkyvissä vuoden 2008 rakennusmäärissä. (Stat.fi 2010.)

Rakennuslupien lukumääräisestä tarkkailusta selviää, että sekä asunto- että liikerakennuksille myönnetyt luvat ovat olleet hurjassa laskussa vuodesta 2008 lähtien. Pohjois-Pohjanmaalla rakennuslupia myönnettiin vuonna 2005 3429 kappaletta ja niiden lukumäärä nousi vuonna 2007 jo 4174:n kappaleeseen. Tämän jälkeen vuonna 2008 rakennuslupien määrä laski 3623:n ja vuonna 2009 ne laskivat 3410:n kappaleeseen. Perustettavan yrityksen toimintaympäristössä tapahtuu siis suuria muutoksia, jotka eivät ole yrityksen toiminnan edellytyksille suotuisia, varsinkaan laskusuhdanteen jatkuessa pidempään. (Stat.fi 2010.)

12.2 Kilpailu

Yrityksen toiminta-alueella on useita satoja maanrakennusalan alan yrityksiä, mutta perustettavan yrityksen kaltaisia yhden seulalaitteen yrityksiä ei ole lukumäärällisesti paljon. Yrityksen toiminta-alue on laaja ja seulontakoneiston palveluita tarvitsevia asiakkaita on runsaasti, koska rakennukset tarvitsevat lähes poikkeuksetta mittavat pohjatyöt ennen perustamisvaihetta. Tarkoitus olisi erottua kilpailijoista yrityksen pienuuden avulla. Kyseessä olevan pienen yrityksen on helppo joustaa ja mukauttaa toimintaa asiakkaiden tarpeen mukaan verrattuna isompiin kilpailijoihin, joilla on muutokset vaativat aikaa ja päätöksentekoon on käytävä läpi koko yrityksen hierarkia. Perustettavan yrityksen seulakoneisto on myös yksinkertainen rakenteeltaan, joten rikkoontuessaan sen korjaus on nopeaa, eikä harvinaisia erikoisosia tarvitse odotella ulkomailta asti.

Yritys toimii maanrakennusalalla ja tarkemmin ilmaistuna se on erikoistunut rakennuspaikan valmistelutöihin, käsittäen sekä rakennusten pohjat että rakennuksettomat alueet, kuten parkkipaikat ja tiet. Kyseiseen kategoriaan sopivia kilpailijoita lähikunnissa ovat ainakin Maanrakennus Rantala & Takalo Ay, Reidos Oy, Koneurakointi Häivälä Kari, Saaren Maansiirto Ky, Vinkin Maansiirtopalvelu, Jokilaakson Louhinta Oy ja Murskauspalvelu Kivipojat Oy. Monet kilpailijoita käyttävät rakennuspaikan valmisteluun pelkkää kaivinkonetta, joten seulalaitteistolla suurestakin joukosta erottuu edukseen. Maanrakennusalalla vallitsevaa hintatasoa on seurattava jatkuvasti, jotta voidaan vastata hintakilpailuun viiveettömästi. Seurantaa vaikeuttaa kuitenkin käytäntö, jossa yritykset eivät ilmoita kuutiohintojaan julkisesti, vaan ne sovitaan tapauskohtaisesti.

13 YRITYKSEN LIIKEIDEA

Yrityksen liikeidea tiivistettynä olisi seuloa raakamaasta asiakkaalle hänen tarvitsemaansa raekokoa tai useampia raekokoja. Vaikka toimialalla meneekin nyt huonosti, niin kyseessä olevan yhden seulalaitteiston yritykselle riittää silti asiakkaita, koska taantuma-aikanakin rakennetaan uusia kohteita. Yrityksen on tarkoitus toimittaa seula asiakkaan haluamaan paikkaan, johon asiakas on tehnyt sovitut ja tarvittavat pohjustukset eli käytännössä hankkinut kasan maata, jota ruvetaan seulomaan. Yritys aloittaa maan seulomisen ja seulakoneiston seulat erottelevat maa-aineksia asiakkaan haluamaan kokoon, josta lopuksi jää jäljelle vain suurimpia kiviä sekä muuta materiaalia, joka ei ole läpäissyt seulan rumpuja.

Yrityksellä on myös asiakkaan kanssa suunniteltu aikataulu, joten seulan kuljetukseen tarvittava lavetti vetoautoineen on oltava varattuna ja saatavilla tarpeen mukaan. Sesonkiaikaan aikataulussa pysyminen vaatii pitkien työpäivien tekoa, koska työprojektit ovat ketjussa ja täten yhden projektin myöhästymisen vaikuttaa tuleviinkin projekteihin. Asiakas itse hoitaa seulotun materiaalin kuljetuksen haluttuun paikkaan, ellei se ole sama kuin seulontapaikka. Seulan kuljettimet hoitavat seulotut maa-ainekset omiin kasoihinsa, joista niiden kuljetus on helppoa ja vaivatonta.

13.1 Liikeidean strategia

Yrityksen liikeidean strategia pyrkii asiakkaan tyytyväisyyden takaamiseen sekä kilpailijoista erottumiseen. Käytännössä tämä onnistuu asiakkaan henkilökohtaisella palvelulla, koska kyseessä on pieni yritys. Asiakas ei joudu isommista yrityksistä tutun raskaan toimintakoneiston uhriksi, vaan asiat hoidetaan joko face-to-face-käytännöllä tai puhelinsoitolla. Yrityksen tarjoamien palveluiden muokkaus on myös mahdollista ja toteutettavissa, eikä palveluita tuoteta aina samalla muotilla.

Onnistuneella strategialla saadaan tyytyväisiä asiakkaita, jotka käyttävät yrityksen palveluita tulevaisuudessakin ja näin saadaan yritykselle synnytettyä asiakaskunta.

Yrityksen imago säilyy hyvänä tyytyväisten asiakkaiden takia ja näin saadaan hankittua yritykselle myös uusia asiakkaita. Imagoon onkin panostettava paljon ja asiakkaan tyytyväisyys on taattava jopa koneiston rikkoutuessa. Viivästyksien sattuessa pyritään asiakkaalle lupaamaan alennusta suhteessa viivästyksen keston tai hoidetaan paikalle toisen yrityksen korvaavaa seulontakalustoa.

14 VISIO JA PÄÄTAVOITTEET

Yrityksen perustamisen jälkeen tärkeintä olisi saada yritys vakavaraiseksi ja voittoa tuottavaksi kokonaisuudeksi. Tämän jälkeen olisi tarkoitus lisätä seularalaitteistojen määrää sekä hankkia muutakin toimintaa ja omavaraisuutta edistävää konekantaa. Käytännössä tämä tarkoittaa yhden tai useamman kaivinkoneen hankintaa ja seularalaitteiston liikuttelemiseen tarvittavaa kuorma-auto-lavettiyhdistelmää. Myös perustajajäsenten lisäkouluttautuminen tulisi tarpeeseen, koska tällä alalla tieto vanhentuu hyvinkin nopeasti ja kilpailijoiden päihittämiseksi tarvitaan uusia toimintatapoja.

Seulaan voitaisiin tulevaisuudessa ostaa ylimääräisiä ja erikokoisia seularumpuja, jonka jälkeen raekoon vaihtumiseen reagoiminen ei vaatisi muita toimenpiteitä kuin seularummun vaihdon. Lisääntyvä konekanta tekisi myös lisähenkilökunnan hankkimisen aiheelliseksi ja jopa pakolliseksi. Kahden perustajajäsenen lisäksi tarvittaisiin ainakin yksi tai kaksi henkilöä, riippuen hankitun konekannan suuruudesta. Yrityksen toimintaa voitaisiin konekannan lisääntyessä pyörittää myös talvella, koska osassa koneista on talvikäyttömahdollisuus, minkä jälkeen yritys tuotaisi liikevoittoa muulloinkin kuin sulan aikana.

Asiakkaat voitaisiin segmentoida, jotta olisi helpompi määrittää jokaisen asiakasryhmän vaatimukset ja asiakkaan palvelu osattaisiin suorittaa oikein. Periaatteessa asiakaskunta voidaan jakaa vain kahteen segmenttiin, eli yritys- ja yksityisasiakkaisiin. Yrityisasiakkaille on tärkeä antaa kuva luotettavasta ja ammattitaitoisesta yrityksestä, joka hoitaa sovitut projektit sovitulla tavalla ja sovittujen aikamääreiden sisällä. Yksityisasiakkaille annettava kuva yrityksestä olisit täysin erilainen. He arvostavat pieniä yrityksiä enemmän ja yksityisten asiakkaiden toivomuksien mukaan toimiminen vaatii yleensä normaalin toimenkuvan muokkausta ja soveltamista käytetystä toimintamallista.

15 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Yrityksen toimintaympäristössä asuu noin 100 000 ihmistä ja toimii useita saman toimialan yrityksiä, joten markkinointiin panostaminen on tärkeää yrityksen näkyvyyden maksimoimiseksi. Uudelle yritykselle markkinointi on erityisen tärkeää, joten siihen on sijoitettava runsaasti pääomaa ja markkinointikustannukset ovatkin huomattavasti suuremmat, kuin jo olemassa olevilla yrityksillä. Rakennusliikkeet ja muut yritykset ovat perustettavan yrityksen pääasiallisia asiakkaita, joten markkinointi on kohdennettava heihin ja varmistettava näkyvyys heidän käyttämässään medioissa.

15.1 Markkinointikeinot

Käytännössä yrityksen toimintaa voidaan mainostaa palveluna, koska seulakoneen ideanahan on vain erotella asiakkaan oma maa-aines eri osiin, eikä sinällään tuottaa hyödykkeitä omista raaka-aineista. Asiakkaan tarpeiden tyydyttäminen suoritetaan aikataulussa pysymisellä sekä oikeaan raekokoon seulotulla maalla. Ihmisläheinen palvelu onkin yrityksen voimavara, koska pelkkä asiakkaan tyydyttäminen ei riitä, vaan hänet on saatava käyttämään yrityksen palveluita myös jatkossa. Yrityksen joustavuus on myös tärkeä markkinointikeino, koska asiakkaan erityistarpeet otetaan huomioon ja yleisistä raakoista poikkeaminen ei ole mahdotonta, kunhan asiakas vaan ilmoittaa siitä ajoissa. Ympäristön huomioonottaminen ja ympäristökriteerien täyttäminen tuo ylimääräisiä kuluja, mutta markkinoinnissa ympäristöystävällisyys on positiivinen asia. Panostamalla ympäristöön yritys voi moninkertaistaa siihen laitetun pääoman.

15.2 Myyntikanavat

Yritys hoitaa mainonnan pääasiallisesti Internetin, alan julkaisujen, paikallislehtien sekä radiomainosten kautta, koska tällä alalla mainonta on erittäin tärkeä osa markkinointia. Yrityksen tiedot on siirrettävä myös erilaisten hakupalveluiden käyttöön, koska ne ovat

nykyään paljon käytetty väline tapahtumaan, jolla asiakas löytää palveluntarjoajan. Omat Internet-sivut ovat myös tärkeitä, koska niiden kautta yhteystiedot, tuotetut palvelut ja muu tärkeä tieto ovat helposti asiakkaan saatavilla. Lehdissä ja muissa käytetyissä mainoskanavissa on useita saman alan mainoksia, joten yrityksen ympäristöystävällisyys eli vihreä linja on tultava ilmi jo mainosten tasolla.

15.2 Markkinoinnin kehittäminen

Yrityksen on pyrittävä kehittämään markkinointiaan esimerkiksi suuntaamalla sitä uusiin asiakasryhmiin eli segmentteihin. Tässä tapauksessa voitaisiin erikoistua myös yksityishenkilöiden projekteihin, jotka siis yleensä ovat pienempimuotoisia, kuin yritysten kanssa sovitut projektit. Markkinoinnin kehittäminen kyseiseen suuntaan lisäisi potentiaalisten asiakkaiden määrää huomattavasti ja parantaisi projektitilausten määrää taantuma-aikanakin.

16 ORGANISOINTI

Yrityksen työtehtävien organisointi työntekijöiden kesken hoidettaisiin aina vallitsevan tilanteen mukaan. Tarkoitus olisi että kaikki työntekijät osaisivat jokaisen työtehtävän sekä niihin liittyvät ongelmatilanteet. Tällöin taattaisiin toiminnan jatkuminen jonkun työntekijän sairastuessa tai muuten estyttyä hoitamaan kyseistä tehtävää. Seulontatoiminnan pyörittämisessä tarvitaan aktiivisesti vain yksi työntekijä, jos kaivinkonekuskia ei lasketa, mutta seulan huolto- ja kuljetustoimenpiteet vaativat kahden henkilön työpanoksen. Työtehtäville voisi myös organisoida niin sanotun työkierron, eli työtehtäviä vaihdeltaisiin määrätyn ajan välein, jolloin vältettäisiin turhautumista samassa tehtävässä.

16.1 Puitteet

Seulalaitteisto ei tarvitse toimintaansa varten erillisiä tiloja, koska sen toiminta-alueet vaihtelevat projekteittain. Seulan huoltotoimenpiteet ja talvisäilytys vaativat kuitenkin tallin, jossa on seulankorjaukseen tarvittava välineistö. Tallissa hoidettaisiin myös uusien seularumpujen muokkaus eli vaihdettaisiin tai uusittaisiin seulan rautatangot, jotka kuluvat seulontatapahtuman aikana. Yrityksen taloushallinto vaatii toimistotilat, jotka sijaitsivat perustajajäsenen henkilökohtaisissa tiloissa. Toimistossa hoidettaisiin projektien vastaanotto, paperityöt, mainontasuunnitelmat, laskutus sekä muut vastaavat toimenpiteet.

16.2 Investoinnit

Yritystoiminnan aloittamiseen tarvittaisiin yksi isompi investointi eli itse seulakoneisto, joka ainakin näin yrityksen perustamisvaiheessa ostettaisiin käytettynä. Talli voitaisiin vuokrata edulliselta alueelta, ja toimistotilat löytyisivätkin jo valmiina. Pienempiä investointeja olisivat hitsauskoneen osto sekä työkaluvalikoiman täydentäminen. Yritystoiminnan alkuvaiheessa tarvittavat kaivinkone- ja logistiikkapalvelut ostettaisiin ulkopuolisilta, mutta yritystoiminnan kasvaessa oman konekannan kasvattaminen olisi mahdollista.

17 YRITYKSEN HENKILÖSTÖ

Yrityksen perustamisvaiheessa molemmat perustajajäsenet työskentelisivät yrityksessä. Varsinkin sulana aikana molempien jatkuvaa työpanosta tarvittaisiin, jotta saataisiin mahdollisimman monta projektia tehtyä ja pysyttäisiin aikataulussa. Perustajajäsenten estyessä olisi mahdollista palkata heidän suhteillaan väliaikaisia luotettavia työntekijöitä. Yrityksen perustajajäsenten ansioluettelosta löytyy useita yrityksen perustamiseen liittyviä kursseja sekä perustaidot seulakoneen omatoimiseen huoltamiseen.

17.1 Henkilöstön vaatimukset

Maanrakennusalalla määräyksien ja vaatimusten noudattaminen on tärkeää, ja työntekijöiden on koko ajan oltava perillä muuttuvista ja uudistuneistakin määräyksistä. Tästä johtuen työntekijöiden on seurattava alan tapahtumia hyvin intensiivisesti ja hankittava itselleen lisää tietotaitoa alalta esimerkiksi kurssien muodossa. Maanrakennusalalla ja erityisesti rakennuspaikan valmistelutöissä kuutiohinnat eivät ole yleisesti esillä, joten hintakilpailussa mukana pysyminen tuo omat vaatimuksensa. Henkilöstön on pyrittävä löytämään oikea hintataso, jolla erotutaan kilpailijoista, mutta saadaan myös tuotettua voittoa yritykselle.

17.2 Palkkaus

Perustamisvaiheessa yrityksessä työskentelee vain perustajajäseniä, joten heidän palkkansa riippuu täysin yrityksen tuottamasta tuloksesta. Yrityksen alkutaipaleella on oltava maltillisia palkkojen kanssa, jotta saadaan yritys pidettyä vakavaraisena ja tuottavana. Vastaanotetut työprojektit vaativat pääsääntöisesti pitkiä työpäiviä, joten tulosta syntyy hyvinkin nopeasti ja suuret palkkatulot ovat mahdollisia myös lyhyellä aikavälillä. Yrityksen toimenkuvan sesonkiluontoisuudesta johtuen perustajajäsenten palkkatulot voivat vaihdella huomattavasti riippuen vuodenajasta, toki voidaan tarpeen vaatiessa sopia myös ympärivuotinen sopiva tasapalkka joka kuukaudelle.

18 TALOUSSUUNNITELMA

Yrityksen taloustilanteen seuraamiseksi ja ennustamiseksi liiketoimintasuunnitelma sisältää myös yksityiskohtaisen taloussuunnitelman, jolla pyritään tasapainottamaan menot tulojen mukaisiksi. Taloussuunnitelma laaditaan itse ja omissa toimistotiloissa, koska yritystoiminta on niin pienimuotoista menoineen ja tuloineen, että ulkopuolisen tilitoimiston palveluita ei tarvita. Taloussuunnitelmaan sisällytetään ainakin maksuvalmiuslaskelmat sekä investointisuunnitelmat, joiden avulla yrityksen rahoituksenhankintaprosessia voidaan helpottaa ja varautuminen kassakriiseihin paranee.

18.1 Ennustaminen

Ennusteet tulojen ja menojen osalta pyritään tekemään realistisesti ja tietyin väliajoin, jotta niiden paikkaansa pitävyys saadaan pidettyä hyvänä. Taloutta pyritään suunnittelemaan useaksi vuodeksi eteenpäin, jotta saadaan mahdollisimman laaja kokonaiskuva yrityksen toiminnan kehityksestä. Varsinkin yrityksen alkutaipaleella yrityksen taloustilanteen ennustaminen on vaikeaa, koska kokemus ja faktat puuttuvat kokonaan ja on luotettava vain toimialan yleiseen malliin sekä omaan mielikuvaan. Paikkaansa pitävyyden maksimoimiseksi voidaan talousennustuksia tekemään palkata ulkopuolinen ja objektiivinen alan ammattilainen, koska hänellä ei ole henkilökohtaisia syitä vaikuttamassa päätöksentekoon.

Täysin luotettavaa keinoa yrityksen talouden kehityssuunnan ennustamiseksi ei ole, mutta samalla alueella ja toimialalla toimivien yritysten talouden tutkiminen on tähän parhaimpia työkaluja. Niistä voidaan todeta investointien kannattavuutta verrattuna syntyneeseen tulokseen sekä lisähenkilöstön palkkauksen merkitystä. Muiden yritysten tietoihin ei silti voi luottaa sokeasti, koska ne eivät sisällä tietoja juuri menneillään olevan taloustilanteen vaikutuksista ja mahdollisuuksista.

18.2 Rahoituksen lähteet ja vakuudet

Yrityksen toiminnan rahoitus hoidetaan osaksi omalla rahoituksella, mutta myös vierasta rahoitusta joudutaan käyttämään. Tarkemmat luvut löytyvät talouslaskelmasta (LIITE1). Takaisinmaksusopimus vieraasta pääomasta tehdään mahdollisimman lyhyellä maksuajalla, jotta saataisiin yritys velattomaksi mahdollisimman nopeasti. Vieraan pääoman vakuutena toimii yrityksen käyttöön ostetun kaluston vakuusarvo ja henkilökohtaisen omaisuuden vakuutena käyttöä pyritään välttämään.

19 RISKIEN ARVIOINTI

Kyseisen yrityksen perustamiseen ja sen toimintaan liittyy useita riskejä ja uhkakuvia. Eräs menneillään oleva riskitekijä on taantuma, jonka aikana yrityksen perustaminen on normaalia uskaliaampaa ja tulevaisuuden ennustaminen vaikeaa. Seulayrityksen riskejä vähentävät pienet investoinnit, toimitilojen vähyys sekä hyvän jälleenmyyntiarvon omaavat koneet. Vieraan pääoman määrä pysyy myös kohtuullisena, jolloin takaisinmaksu ei tuota kovin suuria vaikeuksia ja maksusuunnitelmassa pysyminen on mahdollista, vaikka seulontaprojektien määrä vähenisikin tai loppuisi kokonaan.

19.1 Riskianalyysi

Taulukko 1. SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none">- asiakaspalvelu- joustavuus- muunneltavuus- ympäristöystävällisyys- yksinkertaisuus	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none">- pieni yrityskoko- toimintaa vain sulana aikana- kilpailtu ala- tuore yritys
<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none">- asiakaskato- laitteistorikot- tiukat aikataulut	<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none">- helppo laajentaa toimintaa- uudet asiakassegmentit

SWOT-analyysistä selviää, että näin yksinkertaisen rakenteen omaavaan yrityksen rakennetta on helppo muunnella olosuhteiden muuttuessa halutulla tavalla hyvinkin nopeasti. Ympäristöystävällisyys on myös yksi yrityksen toimintavaltti, joka tässä tapauksessa tarkoittaa esimerkiksi tyhjen polttoainesäiliöiden asianmukaista hävitystä tai jopa uudelleentäyttöä. Yrityksen joustokyky jokaisen asiakkaan kohdalla on myös hyvä ja juuri näillä toimenpiteillä saavutetaan hyväläatuista asiakaspalvelua, joka taas parantaa yrityksen imagoa. Pieni yrityskoko voi olla myös heikkous, koska pienet yritykset eivät kestä takaiskuja niin hyvin kuin isommat yritykset. Kyseessä on myös kilpailtu ala ja kun kyseessä on vielä tuore yritys, niin toimialan mukana pysymiseksi on tehtävä paljon töitä. Yritys tuottaa voittoa vain osalta tilikaudelta, koska seula ei voi talvella käyttää ja täten sulana aikana on maksimoitava yrityksen tuottavuus, jotta palkkaa saadaan maksettua myös talvisaikaan.

Pahimpia uhkia yritykselle on asiakaskato, joka voi aiheutua esimerkiksi kilpailijoista tai huonosta taloustilanteesta. Yrityksen sesonkiaikaan tapahtuvat laitteiston hajoamiset ovat myös kohtalokkaita, koska seulalaitteiston huoltotunnit tulevat kalliiksi, johtuen ansionmenetyksistä kun seula ei ole toiminnassa. SWOT-analyysissä mainitut tiukat aikataulut aiheuttavat uhan kaikkien projektien venymisestä, jos yhden aikataulu ei pidä. Voi tapahtua ketjureaktio, koska projektit on yleensä määrätty aloitettavaksi heti, kun edellinen on saatu päätökseen. Mahdollisuuksia yrityksellä on useita, joista SWOT-analyysissä mainitsemani laajennus ja uudet asiakasryhmät, ovat ehkä tärkeimpiä. Jo yhden koneen lisäyksellä konekantaan voidaan yrityksen toimenkuvaa muuttaa ja laajentaa huomattavasti, investoimalla esimerkiksi kaivinkoneeseen. Myös uusien asiakasryhmien etsiminen on mahdollisuus, koska laaja asiakaskunta takaa tilauskannan säilymisen hyvänä.

19.2 Henkiset riskit

Yritystoiminta ja varsinkin sen aloittaminen on fyysisesti raskasta pitkin työpäivineen ja vähine lomineen. Henkinen kestävyys on siltikin yleensä se osa-alue, joka yrittäjällä peittää ensimmäiseksi eli puhutaan burnout-ilmiöstä. Yrittäjän harteilla on paljon vastuuta ja oma henkilökohtainen omaisuus saattaa olla lainojen vakuutena. Yrittäjän onkin tärkeää jo

perustamisvaiheessa suunnitella kuinka hoitaa henkistä terveyttään ja ottaa välillä aikaa itselleen. Käytännössä tämä voidaan hoitaa järjestämällä tietyt työt ja yritystoiminnan osat alueet aikatauluun, joka jättää myös vapaapäiviä kalenteriin. Yrityksen varoilla järjestettävä virkistystoiminta on myös hyvä tapa ennaltaehkäistä henkistä jaksamista ja se maksaakin itsensä takaisin vähentyneinä sairaspöissaoloina. Projekteja vastaanottaessa on myös tärkeää luvata asiakkaalle realistiset aikamääreet projektin valmistumiseen, koska on stressaavaa tehdä töitä tietäen jo valmiiksi, että aikataulu ei pidä. Seulatoiminnassa yrittäjä saa talvisaikaan palautua rauhassa vilkkaasta kesästä, mikä ei ole kaikilla toimialoilla itsestäänselvyys.

20 LOPPUYHTEENVETO

Jatkuvat huonot uutiset palkkatyön alueella palkkakiistoinen ja lomautuksineen saivat minut tutkimaan yrittämisen etuja sekä haittoja suhteessa palkkatyöhön. Liikeideani seulantakoneesta ei ole uusi, mutta juuri samanlaisia koneita en ole työmailla paljon nähnyt. Opinnäytetyön alussa kävin läpi yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan liittyvän teoriaosan, jossa on perusteellisesti kerrottu liiketoimintasuunnitelman osat, sekä niiden tärkeys ja laajuus kokonaisuutta silmällä pitäen. Teoriaosan jälkeen laadin perustettavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelman, josta käy ilmi yrityksen perustamiseen ja toimintaan liittyvät asiat useasta näkökulmasta katsottuna. Liiketoimintasuunnitelman pyrin pitämään mahdollisen realistisena ja yritystoiminnan ennustamisessa pyrin ottamaan huomioon myös vallitsevan taloustilanteen.

Liiketoimintasuunnitelma avasi silmäni sen suhteen, millainen suuri kokonaisuus on suunniteltava valmiiksi ennen kuin itse liiketoiminta voidaan aloittaa. Pelkällä liikeidealla on turha lähteä liikkeelle, vaikka se hyvä olisikin, koska niin moni asia voi mennä pieleen tai jäädä tapahtumatta ilman laaja-alaista suunnittelua. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen alensi kynnystä ryhtyä yrittäjäksi, koska yrityksen perustamista tuli mietittyä perusteellisesti ja realistisesti. Toisaalta taas sen tekeminen sai aikaan pienen pelon, koska laatimisessa kävi ilmi, kuinka moni asia voi oikeasti mennä pieleen.

LÄHTEET

Andersson, J-O. Ekström, C. Gabrielsson, A. 2001. Kannattavuussuunnittelu ja –laskenta. Juva: WS Bookwell Oy

Anttila, M. Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Eriksson, S. 1995. Yrityksen toimintaympäristön arviointimalli. Oulu: Oulun Yliopisto. Monistus- ja kuvakeskus.

Finnvera. 2010. Löydä oikea yritysmuoto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnvera.fi/fin/Liiketoiminnan-aloitus/Tee-ideastasi-totta/Loeydae-oikea-yritysmuoto> Luettu: 3.3.2010.

HMV Group. 2010. Onko organisaation visiolla merkitystä - ja millainen sen tulisi olla? Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.hmv.fi/main/page_ajankohtaista_organisaation_visio.html Luettu 5.1.2010.

Holopainen, T. Levonen, A-L. 2003. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hyvinvoinnin klusteriohjelma. 2009. Liikeidea. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.hyvinvointiklusteri.fi/fi/liikeidea/> Luettu 6.11.2009.

Isokangas, J. Kinkki, S. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Vantaa: Dark Oy.

Jyväskylän yliopisto. 2010. Markkinoinnin kuvaus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.studentum.fi/Markkinointi_88425.htm Luettu: 13.1.2010.

Keksintösäätiö. 2009. Liikeidea. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.keksintosaatio.fi/default.asp?docId=14376> Luettu 6.11.2009.

Knüpfer, S. Puttonen, V. 2004. Moderni rahoitus. Vantaa: Dark Oy.

Pitkämäki A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

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

Rhenman, E. 1975. Menestyvä yritys ja sen ympäristö. Helsinki: Weilin + Göös.

Suominen, A. 2003. Riskienhallinta. Vantaa: Dark Oy.

Tilastokeskus. 2010. Myönnetyt rakennusluvut. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.stat.fi/til/rl/2009/02/rl_2009_02.fi.pdf Luettu: 2.3.2010

Tilastokeskus. 2010. Pohjois-Suomen kunnat ja maakunnat 2009. Www-dokumentti.

Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/aluekatsaus/download/psk-esimerkkikuvat09.pdf>

Luettu 21.1.2010.

Tilastokeskus. 2010. Suomi lukuina Rakentaminen. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_rakentaminen.html Luettu: 22.1.2010

Tekniikka & Talous. 2009. Maanrakennusalalla "tilanne on karmein sataan vuoteen".

Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tekniikkatalous.fi/rakennus/article215524.ece>

Luettu: 22.1.2010

Työeläkelakipalvelu. 2010. Muutoksia osakeyhtiölakiin. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://tyoelakelakipalvelu.etk.fi/fi/soveltamisohje/351.pdf> Luettu: 15.1.2010.

Väestörekisterikeskus. 2010. Kuntien asukasluvut aakkosjärjestyksessä. Www-dokumentti.

Saatavissa:

[http://www.vrk.fi/vrk/files.nsf/files/F9AF89F2CB233494C2256F2D0033E144/\\$file/040930.htm](http://www.vrk.fi/vrk/files.nsf/files/F9AF89F2CB233494C2256F2D0033E144/$file/040930.htm) Luettu: 21.1.2010