

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutus

Kevät/2019

Konsta Katajisto

MARKKINASELVITYS PADEL- KESKUKSELLE

Konsta Katajisto

MARKKINASELVITYS PADEL-KESKUKSELLE

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää padel-keskus yrityksen perustamisen kannattavuutta markkinatilanne, kilpailijat ja rahoituksen tarpeet huomioiden ja helpottaa perustajien päätöstä yrityksen perustamisesta.

Työssä avataan ensiksi lyhyesti padelia lajina ja sen tilannetta Suomessa. Padel on Suomessa toistaiseksi pieni laji, mutta se on vahvassa kasvusuhdanteessa ja tulevaisuudennäkymät ovatkin kirkkaat. Lajiesittelyn jälkeen tutkitaan padel-keskusta liikeideana ja itse lajia urheiluliiketoimintana. Koska kyseessä on toistaiseksi pieni marginaalilaji, ei tutkimuksia siitä vielä löydy, joten työssä tutkitaan tenniksen kautta soveltaen padelin mahdollisuuksia urheiluliiketoimintana.

Markkinatilanteen tutkiminen on seuraava tärkeä osaopinnäytetyötä, jossa selvitetään, minkälainen tilanne markkinoilla on lajin tunnettuuden, kilpailijoiden ja sosiokulttuurisen ympäristön puolesta. Lajin tunnettuus on vielä matala ja selkeästi riippuvainen lajitoimijoista. Kilpailijoita puolestaan ei toistaiseksi ole paljoa ja heidän toimintansa on hyvin pienimuotoista. Sosiokulttuurisen ympäristön ja sen muutokset, erityisesti hyvinvointitrendi, vaikuttavat selvästi positiivisesti urheiluliiketoiminnan mahdollisuuksiin.

Opinnäytetyössä tutkitaan myös rahoitusta perustajilta saatujen raamien mukaan. Alkupääoman tarpeen, rahoituskanavien mahdollisuuksien ja myynnintarpeen tutkimisella selvitetiin, kuinka paljon alkupääomaa tarvitaan perustamiseen, mistä sitä kannattaisi hakea ja paljonko myyntiä tulisi ensimmäisen vuoden aikana saada, jotta toiminta pysyisi kannattavana.

Viimeisenä osana tutkimusta suoritettiin toiminnanaloittamisesta SWOT-analyysi, jonka avulla tutkittiin yrityksen perustamisen mielessä pitäen toiminnan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Tällä oli tarkoitus selvittää, onko liiketoiminnan mahdolliset heikkoudet ja uhat suuremmat kuin vahvuudet ja mahdollisuudet vai toisinpäin.

Tutkimuksen aikana selvisi, että tilanne markkinan osalta ei voisi olla juurikaan parempi yrityksen perustamiseen, mutta perustajien itsessään kannattaa harkita, taloudellisista syistä ja vähäisen kokemuksen vuoksi, että siirtävät liiketoiminnan aloittamista vuodelle tai kahdella, jonka aikana suunnittelevat yrityksen toimintaa mahdollisimman tarkasti.

ASIASANAT:

Liiketoiminnan aloittaminen, urheiluliiketoiminta, markkinaselvitys, toimialakatsaus, rahoitus.

Konsta Katajisto

MARKET SURVEY FOR A PADEL-CENTER

The aim of the thesis was to find out the profitability of the establishment of a padel center company considering the market situation, competitors and financing needs and to facilitate the decision of the founders to start a business.

I will first briefly open padel as a sport and its situation in Finland. So far, padel is a small sport in Finland but it is in a strong growth trend and the future outlook is bright. After the introduction of the sport I'll examine padel center as a business idea and the sport itself as a sports business. Since padel is a margin sport so far there is no research yet available. This is why the research is being done through tennis applying the possibilities of padel as a sports business.

Investigating the market situation is the next important issue, so the thesis examines the market for the awareness of the sport in Finland, the competitors and the socio-cultural environment. The recognition of the sport is still low and clearly dependent on the companies in the field. There are not many competitors and their activities are very small. The sociocultural environment and its changes, especially the welfare trend, have a clear positive effect on the potential of the sports business.

The thesis also examines funding from the founders' framework. Examination of the need for seed capital, opportunities for financing channels and the need for sales were used to find out how much startup capital is needed to set up a business, where it should be applied for and how much sales should be made in the first year in order to remain profitable.

As the final part of the research a SWOT analysis was carried out of the business startup and it was used to investigate the company in terms of strengths, weaknesses, opportunities and threats. This was to determine whether the potential weaknesses of the business and the threats were greater than the strengths and opportunities or vice versa.

Along the thesis it became clear that the market situation could not be much better for setting up a business. But the founders themselves should consider, for economic reasons and due to limited experience, to postpone the establishment of the company for one year.

KEYWORDS:

Starting business activity, sports business, market survey, branch review, financing.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 PADEL LAJINA	8
2.1 Padel Suomessa	8
2.2 Padelin tulevaisuudennäkymät	8
2.3 Padel urheiluliiketoimintana	9
3 PADEL-KESKUS	11
3.1 Liiketoimintamalli lyhyesti	11
3.1.1 Päätulonlähteet	11
3.1.2 Sivutulonlähteet	12
3.2 Laajentumissuunnitelma	12
4 MARKKINATILANNE	14
4.1 Lajin tunnettuus	14
4.2 Kilpailijat	15
4.2.1 Suorat kilpailijat	15
4.2.2 Epäsuorat kilpailijat	17
4.2.3 Kilpailijoiden määrä tulevaisuudessa	17
4.3 Sosiokulttuurisen ympäristön muutokset	17
4.3.1 Hyvinvointitrendi	18
4.3.2 Kohtaamisten merkityksen kasvu	18
5 RAHOITUS	20
5.1 Alkupääoma	20
5.2 Vaadittava vähimmäismyynti	22
5.3 Mahdolliset rahoituksen kanavat	23
5.3.1 Pankit	23
5.3.2 Rahoituslaitokset, esimerkkinä Finnvera	24
5.3.3 Sijoitusyhtiöt	24
5.3.4 Yksityiset sijoittajat	25
6 SWOT-ANALYYSI	26
6.1 Vahvuudet	26
6.1.1 Toiminnan laajuus ja kasvusuunnitelma	26

6.1.2	Konsepti ja ansaintalogiikka	27
6.1.3	Kaupallinen koulutus	27
6.1.4	Kokemus urheilumarkkinoinnista yrittäjänä	27
6.2	Heikkoudet	28
6.2.1	Uusi palveluntarjoaja ja kokemus	28
6.3	Mahdollisuudet	29
6.3.1	Laajentaminen	29
6.3.2	Kasvava harrastajapohja	29
6.3.3	Hyödylliset trendit	30
6.4	Uhat	30
6.4.1	Lajin kasvun pysähtyminen	30
6.4.2	Kilpailijoiden jalkoihin jääminen	31
6.4.3	Taloudellisen vipuvoiman vähäisyys	31
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	32
	LÄHTEET	34

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena toimii markkinaselvityksen toteuttaminen padel-keskusyrittäjien perustamisen kannattavuuden tutkimiseksi. Tarkoituksena on kartoittaa perustamispäätökseen vaikuttavia tekijöitä ja analysoida niiden aiheuttamia riskejä ja mahdollisuuksia kannattavan liiketoiminnan mahdollistamisessa. Työn keskiössä on selvittää, mitä kaikkia uhkia ja mahdollisuuksia urheilupalvelutarjoajan, erityisesti padel-keskuksen, liiketoimintaan sisältyy käytännössä tämän hetken markkinatilanteessa. Työ etenee osa kerrallaan lajiin perehtymisestä, liiketoiminnan kannattavuuden, markkina- ja kilpailijatilanteen, rahoituksen tarpeiden ja SWOT-analyysin kautta pisteeseen, jonka tarkoituksena on helpottaa päätöksentekoa yrityksen perustamisesta ja liiketoiminnan aloittamisesta.

Aiheen valinta tapahtui omasta kiinnostuksesta kyseiseen toimialaan ja erityisesti juuri padeliin. Ajankohtaisen aiheesta tekee padelin nykyinen nopea kasvu, jonka myötä sen liiketoiminnalliset mahdollisuudet ovat myös kasvaneet. Nopeasti, jo opinnäytetyön alkuvaiheessa, huomaa sen, kuinka lapsenkengissä suomalainen urheiluliiketoiminnan tutkiminen on. Lähdemateriaalia on todella vähän, joten liiketoiminnallisia mahdollisuuksia tutkittaessa täytyy tukeutua liiketoiminnan yleisiin teoksiin ja niiden tietoa soveltaa urheiluliiketoimintaan.

Opinnäytetyön sisältöalueina toimivat padelin esittely lajiina, sen tutkiminen urheiluliiketoimintana, padel-keskuksen esittely liikeideana, markkinatilanteen tutkiminen, rahoituksen mahdollisuudet, SWOT-analyysi ja johtopäätökset. Ensimmäisenä lajiesittelyssä on tarkoitus lyhyesti esitellä laji ja kertoa sen historiasta, tilanteesta Suomessa ja sen tulevaisuudennäkymistä. Padel-keskuksen liikeideatutkimuksen vaiheessa tarkastellaan liiketoimintamallia lyhyesti sen tulonlähteiden ja kasvustrategian kautta. Tarkoituksena on pohjustaa ajattelua kohti markkinatilannetta, rahoitusta ja SWOT-analyysiä.

Markkinatilannetta tutkiessa huomio kiinnittyy erityisesti kilpailijoihin ja sosiokulttuurisen ympäristön muutoksiin, kuitenkin lajin tunnettuutta unohtamatta. Kilpailijoiden osalta tilanne, ennen sen tarkempaa tutkimista, vaikuttaa positiiviselta, koska omien kokemuksieni mukaan kilpailijoita on vain vähän. Kuitenkin lajin tunnettuus on puolestaan toistaiseksi melko huonolla tasolla, joten katse kääntyykin kohti sosiokulttuurisia muutoksia, joiden uskon näyttelevän isoa roolia lopputuloksissa. Rahoitusosion tarkoitus on herättää miettimään, kuinka suuri taloudellinen riski keskuksen perustamisessa todellisuudessa on ja ohella tutkia eri rahoituskanavien mahdollisuuksia.

Viimeisenä vuorossa olevalla SWOT-analyysillä on kuitenkin opinnäytetyön suurin rooli. Tämän osion tarkoituksena on keskittyä liiketoiminnan vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin ja uhkiin, antaen viimeiset painot vaakakuppiin päätöksen tekoa helpottamaan. Lähtökohtaisesti kupit tulevat todennäköisesti olemaan melko tasan, mutta uskon tilanteen kallistuvan hieman positiiviselle puolelle.

Edellä mainittujen osioiden jälkeen vuorossa on johtopäätöksiä toteaminen. Tämän osion tarkoituksena on antaa lausunto siitä, miten seuraavaksi kannattaisi toimia; perustaako yritys heti, vai odottaako hetki suunnitellen toimintaa vielä tarkemmin?

2 PADEL LAJINA

Padel on mailalla pelattava pallopeti, joka on ottanut suuresti vaikutteita tenniksestä ja squashista. Se on kuitenkin selkeästi oma pelinsä. Suomalaisille laji esiteltiin ensimmäistä kertaa vuonna 2003, jolloin laji sai oitis positiivisen vastaanoton. Padelia pelataan aina nelinpelinä, joten se on automaattisesti sosiaalisempi laji kuin esimerkiksi tennis. Yksi tekijä, joka on siivittänyt padelia kasvavaan suosioon, on sen aloittelijaystävällisyys. Verrattuna tennikseen, padelia pystyvät pelaamaan mielekkäästi vastakkain hyvinkin eritasoiset pelaajat (Suomen Padelliitto 2019).

Padel on lähtöisin Meksikosta ja sen kehittäjänä pidetään Enrique Concueraa. Laji levisi alkuun Meksikossa ja sieltä Marbellan kautta ympäri Espanjaa, josta padel onkin levinnyt nopeasti ympäri Eurooppaa. Tätä nopeasti kasvavaa lajia pidetäänkin yhtenä maailman nopeimmin kasvavana lajina. Maailmanlaajuisesti harrastajia on jo 10 miljoonaa (Suomen Padelliitto 2019).

2.1 Padel Suomessa

Padel on Suomessa toistaiseksi melko uusi laji. Ensimmäinen kerran suomalaiset saivat kosketuspintaa padeliin elokuussa 2003, jonka jälkeen lajin suosio lähti tasaiseen kasvuun (Suomen Padelliitto 2019). Myöhemmin lajin suosio on lähtenyt Suomessa yhä vain nopeampaan kasvuun ja nykyisin lajissa on jo useita seuratoimijoita ja junioritoiminta on alkanut myös nostamaan päätään. Tämä on lajin kannalta todella hyvä merkki, koska junioritoiminta mahdollistaa lajin kasvamisen myös jatkossa ja samalla kilpaurheilukulttuurin kehittymisen lajin ympärille.

2.2 Padelin tulevaisuudennäkymät

Tulevaisuudennäkymät padelin ympärillä ovat todella positiiviset. Uusia harrastajia, niin Suomessa kuin ulkomaillakin, on löytänyt tiensä lajin pariin todella nopealla tahdilla. Merkkeinä lajin noususta toimii myös uusien lajiseurojen ja palveluntarjoajien toiminnan aloittaminen. Lajiseuroja on opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä Suomessa 11 ja niiden määrä on koko ajan kasvussa (Suomen Padelliitto 2019). Kuten edellisessä kappaleessa mainitsin, erityisesti juuri uusien seurojen perustaminen on todella positiivinen merkki

lajin tulevaisuuden mahdollisuuksista. Seuratoiminta mahdollistaa sen, että lapset ja nuoret löytävät tiensä lajin pariin jo nuorina ja alkavat aktiivisesti harrastamaan lajia. Harrastuksen aloittaminen jo nuorena puolestaan mahdollistaa järjestettävien kisojen tason nousun, jolloin koko lajin taso nousee ja mahdollisuudet urheilu-uran luomiseen lajin parissa samoin.

Huippu-urheilu onkin seuraava suuri askel padelille koko lajin kasvukäyrää ajatellen. Toistaiseksi Suomessa järjestetään vain vähän kisoja lajin ympärillä ja niitä ei vielä voi pitää kilpaurheilullisina kisoina sanan kirjaimellisessa merkityksessä. Tämä puolestaan vaikuttaa negatiivisesti lajin kiinnostavuuteen suurelle yleisölle. Suunta on kuitenkin onneksi oikea. Koska lajin harrastajamäärät ja seuraamäärät kasvavat koko ajan, on vain ajan kysymys koska laji kokonaisuudessaan ottaa seuraavan merkittävän askeleen kohti huippu- ja kilpaurheilua.

2.3 Padel urheiluliiketoimintana

Urheiluliiketoiminta on maailmanlaajuisesti erittäin mittava toimiala. Maailmanlaajuisesti urheilu kattaa kolme prosenttia kaikesta liiketaloudellisesta toiminnasta. Se on kooltaan yhtä suuri osuus, kuin esimerkiksi auto- ja ruokateollisuudella (Dolles & Söderman 2011, 1). Tämä kertoo hyvin siitä, kuinka merkittävästä liiketoiminnan alasta on oikeasti kyse. Urheiluliiketoiminnalla tarkoitetaan niitä liiketoiminnallisia palveluita ja/tai tuotteita, jotka perustuvat urheiluun. Kuntosalit, voittoa tavoittelevat urheiluseurat, urheiluvälinevalmistajat, urheiluteknologiayritykset ja urheilupalveluntarjoajat kuten tenniskeskukset, ovat esimerkkejä erilaisista urheiluliiketoiminnan muodoista. Urheiluliiketoimintaa alana tutkittaessa ymmärtää nopeasti, että kyseessä todellakin on monimuotoinen liiketoiminnanala. Alan laajuus mahdollistaa monen keskenäänkin varsin erilaisen liiketoiminnan kannattavuuden samassa viitekehysessä ja saman asiakaskunnan keskuudessa.

Padelin ollessa Suomessa vielä varsin uusi laji, on sen liiketoiminnallisia mahdollisuuksia tutkittava muiden samankaltaisten urheilulajien pohjalta, koska aikaisempaa tutkimusta, juuri padelin kohdalta, ei Suomesta löydy. Tämän vuoksi markkinapotentiaalin tutkimisen pohjana käytän tenniksen tilannetta Suomessa, koska se on selkeästi lähimpänä padelia yksittäisenä lajina. Kokemusteni mukaan juurikin tennistä valmiiksi harrastaneet ovat olleet ensimmäisiä, jotka ovat löytäneet padelin pariin ja innostuneet harrastamaan lajia säännöllisesti.

Tenniksen tilanne urheilulajina on Suomessa ollut jo pitkään vakiintunut. Suomen Tennisliitto ry on perustettu suomalaisen tenniksen kattojärjestöksi ja siihen kuuluu yhteensä yli 170 jäsenseuraa (Suomen tennisliitto 2019). Jäsenseurojen suuri määrä kertoo, että kyseessä on vahva urheilulaji, jolla on vankka ja vakiintunut kilpa -ja harrastusurheilijapohja. Vakiintuneen lajin myötä on selvää, että sen ympärille on voinut jo pitkään rakentaa kannattavaa liiketoimintaa. Esimerkiksi turkulaisen Impivaaran Tenniskeskus Oy:n liikevaihto ja tulos ovat molemmat hyvällä tasolla ja se on pystynyt toimimaan taloudellisesti kannattavasti jo useiden vuosien ajan (Suomen Asiakastieto Oy 2019). Tenniksen tilaa Suomessa tutkiessa löytää paljon positiivisia merkkejä siitä, että potentiaalia myös padelin kasvamiseen lajina on paljon. Kuitenkin täytyy muistaa, että liiketoiminnan kannattavuuteen vaikuttaa moni muukin asia, kuin vain lajin tilanne Suomen tasolla.

3 PADEL-KESKUS

Idea padel-keskukseen on lähtöisin juurikin lajin nopeasta kasvusta ja sen tunnettuustason vahvasta noususta Varsinais-Suomen alueella ja koko Suomessa. Nopealla aikavälillä Turun seudulle on noussut yhteensä viisi ulkokenttää ja yksi sisäkenttä, joiden kaikkien käyttöaste on ollut suuri. Harrastajamäärä on kasvanut myös nopeasti, jolloin kysyntää kentille on toistaiseksi ollut jopa enemmän kuin tarjontaa. Tästä sai alkunsa idea padel-keskuksen perustamisesta. Tarkoituksena on perustaa keskus, jossa on vähintään kolme sisäkenttää. Kolmella, tai useammalla, sisäkentällä keskuksen on mahdollisuus houkutella suurempi asiakasmäärä ympärilleen verrattaessa yhden sisäkentän halliin. Tämä selittyy yksinkertaisesti suuremmalla vuorojen määrällä. Koska vuoroja on enemmän, on todennäköisempää löytää juuri itselleen sopiva pelivuoro.

3.1 Liiketoimintamalli lyhyesti

Liiketoimintamalli keskuksella on hyvin yksinkertainen. Se tulee koostumaan pääosin kahdesta suuremmasta osasta, joiden kummankin sisälle sisältyy pienempiä tulonlähteitä. Nämä kaksi toimintoa ovat padel-vuorojen myyminen yksityisasiakkaille ja työhyvinvointipäivien myyminen yrityksille. Tulevaisuudessa perustajilla on suunnitteilla perustaa padel-seura, mutta sitä ei tulla toteuttamaan vielä yrityksen perustamisen vaiheessa.

3.1.1 Päätulonlähteet

Ensimmäisenä päätulonlähteenä tulee toimimaan pelivuorojen myynti kuluttajille. Pelivuoroja on tarkoitus myydä niin yksittäisinä vuoroina, kuin vakiovuoroina, jolloin kuluttaja varaa itselleen vuoron esimerkiksi puoleksi vuodeksi jokaiselle maanantaille samaan kelloaikaan. Vakiovuorojen myyminen tulee toimimaan yhtenä suurimmista yrittäjän tavoitteista toimintaa aloitettaessa. Vakiovuorojen merkitys rakentuu varmistetun rahavirran takaamiseen vähintään jokaisen myydyn vakiovuoron ajaksi. Tasainen vakiintunut kasvavirta mahdollistaa sen, että yrityksellä on varma tasainen tulonlähde. Vakiovuoroilla ei kuitenkaan voi täyttää kaikkia vuoroja, koska tällöin uusien asiakkaiden houkuttelemisen tutustumaan lajiin voi olla vaikeaa. Tämä johtuu puhtaasti siitä, että jos pelivuorot on

täytetty liiksi vakiovuoroilla, on hyvin epätodennäköistä, että uusi asiakas löytää itselleen sopivaa vapaana olevaa pelivuoroa.

Toisena suurena tulonlähteenä tulee toimimaan yrityksille myytävät työhyvinvointipäivät ja yritysasiakkaiden pelivuorot. Myytävä tuote voisi tällöin pitää sisällään esimerkiksi aamupäivän kokouksen, padeliin tutustumisen ohjauksen avulla, vapaata peliaikaa yrityksen henkilökunnan kesken ja sen jälkeisen saunottelun ja virvokkeiden nauttimisen keskuksen tiloissa. Yritysasiakkaiden kautta on mahdollisuus tavoittaa myös sellaisia yksittäisiä kuluttajia, jotka eivät muuten välttämättä löydä palvelun pariin. Näihin kuluttajiin pystyy vaikuttamaan työhyvinvointipäivien aikana, jolloin on mahdollista sitouttaa heistä vakioasiakkaita. Työhyvinvointipäivien lisäksi yrityksille myytävät vakiopelivuorot ovat hyvä mahdollisuus saavuttaa lisää tasaista tuloa.

3.1.2 Sivutulonlähteet

Keskuksessa sivutulonlähteinä tulevat toimimaan välinevuokraus, varustemyynti, kanttiinin myynti ja valmennuksien myynti. Välinevuokraus sisältää esimerkiksi vuokramailat, joita asiakas voi hyödyntää, jos ei itse omista mailaa. Keskuksessa on puolestaan tarkoitus myös myydä lajin varusteita kuten mailoja, palloja ja mailakasseja. Kanttiniin myynnillä tarkoitetaan esimerkiksi urheilujuomien, energiapatukoiden ja muun pienen purtavan myymistä. Tarkoitus on myös tarjota asiakkaille maksullista valmennusta, jonka avulla halukkaat pääsevät kuulemaan vinkkejä omaan peliinsä. Sivutulonlähteet toimivat hyvänä tapana mahdollistaa lisämyynti itse pelivuorojen ja työhyvinvointipäivien myynnin ohella.

3.2 Laajentumissuunnitelma

Tulevaisuuteen suuntaava strategia on olennainen osa liiketoiminnan menestystekijöitä luodessa (Isokangas & Kinkki 2009, 280). Kasvustrategian olemassaolo helpottaa jo yrityksen perustamisvaiheessa. Koska perustajilla on mielessään selkeät päämäärät ja tavoitteet siitä, mihin suuntaan yritys tulevaisuudessa on suuntaamassa, on helpompi ajaa yritystä jatkuvasti päivittäisessä toiminnassa oikeaan suuntaan. Kasvustrategiana toimii nopea laajentaminen useammalle toimipaikalle. Ensimmäinen keskus on tarkoitus perustaa Turkuun, mutta seuraava on tarkoitus päästä perustamaan jo muutaman seuraavan vuoden sisällä eri paikkakunnalle. Uuden keskuksen perustaminen nopeasti

ensimmäisen perustamisen jälkeen tuottaa lisäriskiä perustajalle, mutta se myös mahdollistaa kassavirran nopean kasvattamisen moninkertaiseksi.

4 MARKKINATILANNE

Markkinatilannetta selvittäessä kiinnitän opinnäytetyössä huomiota erityisesti kilpaileviin toimijoihin -sekä suoriin, että epäsuoriin kilpailijoihin. Kilpailijoista puhuttaessa täytyy nykypäivänä muistaa, että urheilupalvelutarjoajan kilpailija ei ole ainoastaan muut urheilupalveluidentarjoajat, vaan myös esimerkiksi elokuvateatterit ja Netflix. Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä, että ihmisten elämänrytmi on kiireisempi kuin koskaan aikaisemmin. Tästä syystä kaikki palvelut, joita kuluttajat käyttävät vapaa-aikanaan kilpailevat keskenään vähintäänkin epäsuorassa kilpailusuhteessa.

Kilpailijoiden lisäksi markkinatilanteen tutkimiseksi on kartoitettava myös nykypäivän trendejä ja niiden mahdollista tulevaisuuden kehityssuuntaa. Nykymaailmassa trendejä syntyy nopeammin kuin koskaan aikaisemmin, mutta niin ne myös mahdollisesti palavat loppuun lyhyemmässä ajassa kuin aikaisemmin. Tämä luo markkinataloudelle aivan uudenlaisia haasteita. Tuotekehityksessä on otettava huomioon nopeat trendien muutokset. Palveluntarjoajien on pysyttävä alati hereillä mahdollisista muutoksista ja heidän on myös pystyttävä muuttumaan ja muuntautumaan pysyäkseen taloudellisen kannattavuuden aallonharjalla.

4.1 Lajin tunnettuus

Padelin ollessa lajina Suomessa vielä todella uusi, ei sen tunnettuudesta ole vielä olemassa tutkimuksia tai analyysyjä. Tästä syystä tutkin tunnettuuden tasoa hyvin paljon sosiaalisen median tilastojen perusteella. Tässä kohtaa kiinnitän huomiota suomalaisten jo toiminnassa olevien kilpailijoiden sosiaalisten medioiden seuraajamääriin. Tämä ei tietenkään anna tarkkaa tilastotietoa siitä, kuinka hyvä tunnettuus lajilla on Suomessa oikeasti, mutta se toimii kuitenkin hyvänä suuntaa antavana mittarina.

Suomen Padelliitolla on Instagramissa opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä 463 seuraajaa, kun taas puolestaan Suomen Tennisliitolla on 1384 seuraajaa. Padelliiton seuraajien määrä Instagramissa on yllättävän hyvä lajin nuoresta iästä huolimatta, tennisliittoon verrattaessa. Facebookin puolella vastaavat numerot ovat padelliitolla 140 ja tennisliitolla 4900. Facebookin puolella seuraajien ero on huomattavasti suurempi kuin Instagramissa. Tämä saattaa selittyä sillä, että usein uuden lajin pariin löytävät nopeimmin nuoret aikuiset, jotka käyttävät nykyisin enemmän Instagramia kuin Facebookia.

Facebookin käyttäjät pitävät sisällään paljon suuremman ikähaarukan, varsinkin vanhempia aikuisia, kuin Instagramissa, joka osaltaan varmasti vaikuttaa alustakohtaiseen seuraajamäärien eroon.

Kilpailevien lajitoimijoiden sosiaalista mediaa tutkittaessa huomaa nopeasti, että Suomessa padelin tunnettuus keskittyy vielä suuresti nimenomaan liiketoimintaa harjoittavien lajitoimijoiden varaan lajiliiton sijasta. Esimerkiksi turkulaisen PadelPark Oy:n Facebook sivulla on opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä 850 seuraajaa ja Instagramissa 613. Espoolaisella Padel Club Finland Kilolla puolestaan on Facebookissa 1241 seuraajaa ja Instagramissa 965. Nämä numerot antavatkin lajiliiton seuraajamäärään verrattuna paljon positiivisempaa kuvaa lajin tunnettuudesta Suomessa. Yksityisten toimijoiden seuraajamäärien ollessa suuremmat kuin lajiliitolla, on myös selvää, että harrastajapohja lajin sisällä koostuu suuriksi osin nimenomaan harrastajista, ei kilpaurheilijoista.

Sosiaalisen median seuraajamäärää tutkittaessa on selkeästi huomattavissa, että lajin tunnettuus keskittyy toistaiseksi todella pitkälti yksittäisten liiketoimintaa harjoittavien lajitoimijoiden pariin. Verrattuna tennikseen, padel on selvästi tunnettuuden tasoltaan toistaiseksi pienempi. Sen näkee sosiaalisen median seuraajista, liiton jäsenseuroista ja siitäkin, että esimerkiksi televisiosta näytetään tennistä, mutta ei ainakaan toistaiseksi padelia. Kuitenkin tunnettuus on selkeästi kasvussa ja mielenkiinto lajin ympärillä kasvaa samaa vauhtia. Suunta näyttää padelin kannalta oikealta.

4.2 Kilpailijat

Kilpailijoita tutkittaessa, yrityksen perustamisen vaiheessa, otetaan erityisesti huomioon paikalliset suorat -ja epäsuorat kilpailijat. Kuitenkin, koska perustajan tarkoituksena on nopea kasvu ja toisen keskuksen perustaminen toiselle paikkakunnalle, on kilpailijoiden tilannetta tutkittaessa otettava huomioon myös valtakunnallinen kilpailutilanne ja tulevaisuuden näkymät.

4.2.1 Suorat kilpailijat

Suoria kilpailijoita on Suomessa padelissa toistaiseksi maltillinen määrä, mutta niitä löytyy kuitenkin jo muutamia. Varsinais-Suomen alueelta löytyy opinnäytetyön

kirjoitushetkellä kaksi kyseisen palvelun palveluntarjoajaa. Palveluntarjoajien määrä on erittäin vähäinen varsinkin suhteuttaessa Varsinais-Suomen asukasmäärään, joka on kirjoitushetkellä 478 789 (Varsinais-Suomen liitto 2019). Kilpailijoiden vähyydestä voi tulla kahteen eri johtopäätökseen. Joko lajilla ei ole Suomessa vielä riittävästi kysyntää suuremmalle määrälle palveluntarjoajia tai vastaavasti markkinalla on vielä tyhjää tilaa palveluntarjoajille, mutta halukkaita riskiä ottamaan ei ole löytynyt toistaiseksi enempää.

PadelPark Oy on Varsinais-Suomen alueella toimiva padel -palveluntarjoaja. PadelParkilla on tällä hetkellä yhteensä neljä kenttää: yksi sisäkenttä Kaarinassa ja kolme Turussa. PadelPark onkin Varsinais-Suomen alueella toistaiseksi suurin suorakilpailija. Yritys on perustettu vuonna 2018 (PadelPark oy 2018) ja on opinnäytetyön toteuttamisen hetkellä pyörittänyt liiketoimintaa vajaan vuoden verran. Yrityksen nuoren iän vuoksi ei sen taloudellisesta tilasta ole vielä saatavilla tietoa, joten yrityksen kannattavuutta täytyy tutkia muita välineitä apuna käyttäen.

Tutkittaessa yrityksen kenttien varauskalenteria selviää, että toiminnassa olevan yhden sisäkentän vuorokauden suosituimmat ajat ovat lähes täysin varatut täyteen yli viikoksi eteenpäin. Tämä on todennäköisesti merkki suuresta kysynnästä pelivuoroihin ja toistaiseksi pienestä kilpailusta markkina-alueella. Kun varauskalenteria tutkii pidemmälle, huomaa nopeasti, että tiettyjen viikompäivien tietyt pelivuorot ovat tasaisesti varattuina kuukausien päähän. Tästä voi päätellä, että kyseessä on pitkäaikaiset vakiovuorot, jotka varataan etukäteen kuukausiksi kerrallaan. Vakiovuorojen suuri määrä yhdistettynä suureen yksittäisten vuorojen varausprosenttiin on taloudellisesti todella positiivinen merkki yrityksen kannattavuutta silmällä pitäen.

Suomessa muita yksityisiä padel -palveluntarjoajia on opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä yhteensä 18, joista sisäkenttiä on kahdeksalla (Suomen Padelliitto 2019). Koska kyse on valtakunnallisen tason palveluntarjoajien määrästä, on se todella pieni verrattaessa esimerkiksi kuntosalirytyksiin. Ottaen huomioon lajin nopean kasvun, myös Suomessa, on suorien kilpailijoiden määrä toistaiseksi hyvin maltillinen.

Tutkittaessa muiden suorien kilpailijoiden varauskalentereita, esimerkkinä Tampereella sijaitseva Padel Tampere Oy, on nopeasti huomioitavissa samat ilmiöt kuin PadelPark Oy:n varauskalenterista (Padel Tampere Oy 2019). Vakiovuoroja on myyty paljon ja pitkiksi ajoiksi, ja yksittäiset vuorot puolestaan ovat järjestyksessään hyvin täyteen varattuja nekin. Kuten PadelParkin kohdalla, myös muiden kilpailijoiden kassavirta on tasaista.

4.2.2 Epäsuorat kilpailijat

Epäsuoria kilpailijoita on lukuisia. Näihin voi laskea mukaan muut urheilupalveluiden tarjoajat ja vapaa-ajan viettoon viihdettä tarjoavat palveluntarjoajat. Tällöin epäsuorien kilpailijoiden määrä nousee todella suureksi. Epäsuoraan kilpailuun vastaaminen onkin yksi nykypäivän suurimmista liiketoimintaa vaikeuttavista tekijöistä. Vapaa-aikaa mahdollisilla asiakkaila on vähän ja tuosta vapaa-ajasta kilpaileminen on kovaa. Kuluttajan päätöksentekoon kotisohvalla Netflixin katselun ja maksullisen urheilupalvelun välillä on pystyttävä vaikuttamaan mahdollisimman tehokkaasti. Epäsuorien kilpailijoiden merkitystä osana kilpailua ei voi väheksyä. Nykymaailman hektisessä elämänrytmissä monet arvostavat vapaa-aikansa palveluissa erityisesti helppoutta ja nopeutta. Kulutettavan palvelun on oltava nopeasti ja helposti saatavilla. Tähän on pystyttävä myös urheilupalveluntarjoajan vastaamaan tai muuten asiakkaiden saaminen kotisohvilta padel-keskukseen voi olla loppumaton suo.

4.2.3 Kilpailijoiden määrä tulevaisuudessa

Tutkittaessa kilpailijoiden määrän muutoksia lähihistoriassa on nopeasti havaittavissa, että palveluntarjoajien määrä on kääntynyt kasvuun. Ensimmäisten kenttien ilmestyttyä Suomeen, on niiden määrä ja tunnettuus lajin ympärillä ampaissut nopeaan kasvuun. Ottaen huomioon myös lajin kansainvälisen suuren menestymisen ja kasvun on johtopäätös selvä. Tulevaisuudessa kilpailijoiden määrä tulee kasvamaan. Näin ollen ottaen huomioon perustajien tavoitteet kasvusta, on ainakin kilpailijoiden määrää silmällä pitäen tarpeellista perustaa yritys ja ensimmäinen keskus mahdollisimman nopeasti. Koska tavoitteena on muutaman toimintavuoden jälkeen perustaa toinen keskus toiselle paikkakunnalle, on tärkeää ottaa huomioon myös kilpailijoiden määrän mahdolliset muutokset tulevaisuudessa.

4.3 Sosiokulttuurisen ympäristön muutokset

Sosiokulttuurisen ympäristön ymmärtäminen markkinaa tutkittaessa on todella tärkeää. Suomea voidaan ajatella yhteisönä, jolla on muidenkin yhteisöjen tavoin tietynlainen kulttuuri, joka ohjaa päivittäistä elämää. Kulttuuri vaikuttaa osaltaan jokaiseen yhteisöön kuuluvaan ihmiseen, muovaamalla hänen arvojaan. Nämä arvot vaikuttavat suoraan

esimerkiksi ihmisen ostokäyttäytymiseen ja siihen, miten ihminen kokee minkäkin myytävän tuotteen ja palvelun osuvan hänen arvojensa luomiin vaatimuksiin. Nykyään pidetään yhä suuremmassa arvossa tuotteita ja palveluita, jotka liittyvät vapaa-aikaan ja sen mahdollisimman tehokkaaseen ja miellyttävään hyödyntämiseen (Bergström & Leppänen 2011, 60-61). Onneksi tämän hetken sosiokulttuurisen ympäristön muutokset vaikuttavat positiivisesti urheilupalveluidentarjoajiin.

4.3.1 Hyvinvointitrendi

Yhtenä positiivisena sosiokulttuurisena merkinä urheilupalveluiden markkinatilanteesta toimii edelleenkin selkeästi kasvussa oleva hyvinvointitrendi. Liikunta -ja hyvinvointipalveluiden käyttö on edelleen vahvasti kasvussa ja kuluttajat etsivätkin kuumeisesti palveluita, jotka edesauttavat hyvinvointia, ovat helposti saatavilla ja ovat samalla myös sosiaalisesti arvokkaita. Tätä hyvinvointipalveluiden kysynnän suurta määrää pystyy hyödyntämään myös padel-keskusta perustettaessa. Padelin ollessa esimerkiksi tennikseen verrattaessa paljon aloittelijaystävällisempi, on sen pariin mahdollista houkutella paljon tennistä suurempi asiakasryhmä. Myös padelin vahva sosiaalisuus toimii positiivisena vaikuttajana, näin sosiaalisen median kulta-aikana, jolloin aitojen kohtaamisten arvostaminen on lähtenyt uudestaan kasvuun.

4.3.2 Kohtaamisten merkityksen kasvu

Urheilua voidaan pitää hieman kuin modernina leirinuotiona, jonka ympärille ihmiset keräytyvät yhteen ihonväristä, seksuaalisuudesta, sukupuolesta tai uskonnosta riippumatta (Haltia ym. 2017, 79). Nykyaikana ihmisten elämänrytmit ovat todella hektisiä ja kiireisiä. Tätä kiirettä helpottamaan on luotu paljon uutta teknologiaa, joka helpottaa työelämää ja arkea ylipäänsä. Yhä enemmän töitä hoidetaan tietokoneen ja puhelimen välityksellä ja myös paljon etätöinä. Töiden lisäksi erilaiset viestinnän apuvälineet ja sosiaalinen media on jokapäiväisessä elämässämme koko ajan kasvavassa roolissa. Näin sosiaalisen median ja teknologian kulta-aikana aitojen kohtaamisten ja sosiaalisten kontaktien merkitys on lähtenyt uuteen nousuun. Aitojen kohtaamisten merkityksen kasvu on toinen selkeästi urheilupalveluihin positiivisesti vaikuttava sosiokulttuurinen muutos. Aitoihin kohtaamiin kuuluu tunteiden herääminen aivan erilaisella tasolla, kuin esimerkiksi sosiaalisen median kautta käytyihin keskusteluihin. Urheilu on aivan omiaan herättämään niin

positiivisia, kuin negatiivisiakin tunteita. Tämä onkin yksi selvä syy, hyvinvointiin pyrkimisen lisäksi, miksi varsinkin ryhmässä harrastettava urheilu on kasvattanut suosiotaan tämän päivän markkinoilla.

5 RAHOITUS

Tässä kappaleessa tutkin padel-keskuksen avaamiseen vaadittavan rahoituksen määrää, mahdollisia rahoituksen kanavia ja niiden luomia mahdollisuuksia ja riskejä. Kappa-
leen tarkoituksena on erityisesti antaa tarkempaa kuvaa siitä, minkälaisesta taloudelli-
sestä riskistä keskuksen toiminnan perustamisessa ja aloittamisessa on todellisuudessa
kyse.

5.1 Alkupääoma

Suurimpana yksittäisenä kustannuksena ennen toiminnan aloittamista toimii sopivan toi-
mitilan rakennuttaminen, ostaminen ja remontointi tai tilan vuokraaminen ja sen muok-
kaaminen toimintaan sopivaksi. Jo pelkästään kenttien suuren koon vuoksi vaadittavan
toimitilan koko on suuri, joka puolestaan vaikuttaa suurimpana tekijänä rahoituksen tar-
peeseen.

Toimitilakustannukset tulevat alusta alkaen olemaan suurimmat yksittäiset kustannukset
yrityksen toiminnassa. Toiminta vaatii tilalta paljon. Kenttiä on tarkoitus pystyttää heti
alussa kolme kappaletta, jotta niitä on riittävästi. Yksi kenttä vaatii itsessään tilaa 200
neliometriä ja sen ympärille on hyvä varata vähintään metri jokaiseen suuntaan. Näin
ollen yhden kentän laskennallisesti vaatima tila on yhteensä 231 neliometriä, jolloin kol-
men kentän vaatima tila on yhteensä 693 neliometriä. Koska keskukselta on tarkoitus
tehdä palveluiltaan mahdollisimman kokonaisvaltainen, ei pelkät kentät tietenkään riitä.
Kenttien lisäksi tilaan täytyy mahtua ainakin kaksi pukuhuonetta, suihkut, saunat, aula-
tila, vessat, pieni varusteiden myyntitila ja kanttiini, kokoushuone sekä toimistotila. Kar-
keasti suoritettuna arvion mukaan vaadittavan tilan koko olisi tällöin yhteensä noin 1000
neliometriä. Oman lisävaatimuksensa tilaan antaa myös padelin tarvitsema noin seitse-
män metrin toimitilan vapaa korkeus.

Opinnäytetyössä käytän laskelmissani esimerkkinä liiketoimitilaa, joka täyttää vaatimuk-
set riittävän tilan ja vapaan korkeuden suhteen. Toimitilan vuokran hinta on 5,5 euroa
neliometriltä kuukaudessa, jolloin tilan kokonaisvuokraksi kuukaudessa kertyy 5500 eu-
roa. Vuokra pitää sisällään lämmityksen, mutta vesi ja sähkö maksetaan kulutuksen mu-
kaan. Vuokrasta kertyy vuodessa kokonaisuudessaan yhteensä 66 000 euroa. Sähkön-
kulutus tulee koostumaan suurimmaksi osin valaistuksen, saunojen lämmittämisen ja

kanttiin koneiden aiheuttamasta kulutuksesta, joka tulee euromäärällisesti olemaan arvon mukaan noin 100 euroa kuukaudessa. Veden kustannuksia on alkuun todella vaikea arvioida, mutta siihen budjetoidaan sähkönkulutuksen hinta kerrottuna kahdella eli noin 200 euroa kuukaudessa. Tällöin veden ja sähkön tuottamat kustannukset ovat vuodessa noin 3 600 euroa.

Kuukausittaisten kulujen lisäksi toimitilaa tarvitsee remontoida ennen toiminnan aloittamista, jotta se on paremmin kyseiseen liiketoimintaan sopiva. Toimitilan remontoimiseen perustaja on budjetoinut yhteensä 150 000 euroa, joka pitää sisällään kolme padel-kenttää asennuksineen. Tällöin toimitilasta aiheutuvat kustannukset ovat toiminnan alkaessa yhteensä noin 219 600 euroa.

Muut perustamiseen ja toiminnan aloittamiseen vaadittavat kulut koostuvat liiketoiminnan yleisistä kuluista. Kulut tulevat sisältämään toiminnan vakuuttamisen, markkinointikulut, toimistotarvikkeiden oston, tietojärjestelmät, ohjelmistot, kirjapidon ja muut vaadittavat liiketoiminnan kulut. Näihin on budjetoitu ensimmäisen vuoden ajalle yhteensä 34 800 euroa.

Ensimmäisenä toimintavuotena perustajien ei ole tarkoitus palkata henkilökuntaa, vaan tulla toimeen omien työpanoksiensa avulla. Tämä osittain myös siksi, että henkilöstökulut eivät nousisi liian suuriksi ensimmäisen vuoden toiminnan aikana. Koska toinen perustajista on oikeutettu saamaan uusille yrittäjille suunnattua starttirahaa, on ensimmäisen vuoden henkilöstökuluihin budjetoitu yhteensä 36 000 euroa (TE-palvelut 2019).

Laskettaessa ensimmäisen vuoden toimintakuluja kokonaisuudessaan, lasketaan yhteen toimitilakulut, perustamisen muut kulut ja henkilöstökulut. Nämä kulut budjetoidaan alkupääoman tarpeeksi. Alkupääoman määräksi määräytyy tällöin yhteensä 290 400 euroa. Alkupääomaan maksetaan mukaan ensimmäisen vuoden henkilöstökulut, jotta liiketoiminnasta kertyvä liikevaihto jää kaikki suoraan yrityksen kassaan, eikä henkilöstöstä aiheutuvat kulut pienennä ensimmäisen toimintavuoden rahavirran määrää. Tämä on aiheellista myös siksi, että todennäköisesti asiakaskannan kasvattaminen ja vakiinnuttaminen tulee viemään aikaa, jolloin kiinteät ja muuttuvat kulut on syytä saada mahdollisimman pieniksi.

LIIKETOIMINNAN KULUT	Budjetoitu
Toimitilakulut	219 600,00
Vakuutukset	4 200,00
Toimistotarvikkeet	600,00
Markkinointi	3 000,00
Myynti	3 000,00
Ohjelmistot	3 600,00
Huolto ja korjaukset	2 400,00
Lämmitys, sähkö ja vesi	3 600,00
Tietojärjestelmät	2 400,00
Varusteet	6 000,00
Kirjanpito	3 600,00
Kassa	600,00
Henkilöstökulut	36 000,00
Muut	1 800,00
Liiketoiminnan kulut yhteensä	290 400,00

Kuva 1. Liiketoiminnan kulut.

5.2 Vaadittava vähimmäismyynti

Ensimmäisen vuoden myynnin ei tarvitse kattaa koko alkupääoman määrää. Kuukausittaisen myynnin tulee kattaa kuukausittaiset kiinteät ja muuttuvat kulut, jotta toiminta pysy kannattavana. Jotta ensimmäisen vuoden muuttuvat kulut saadaan mahdollisimman pieniksi, kannattaa alkupääomalainasta käytävissä neuvotteluissa pankin kanssa neuvotella lainan takaisinmaksun alkuun lyhennysvapaata. Lyhennysvapaiden kuukausien määrä vaihtelee tilanteittain, mutta tavoitteena kannattaa pitää 12 kuukautta, eli ensimmäistä toimintavuotta. Tällöin lainanlyhennykset eivät kerrytä ensimmäisen toimintavuoden aikana kulujen määrää, vaan mahdollisimman suuri osa yrityksen liikevaihdosta saadaan jäämään suoraan yrityksen omaan käyttöön. Tällöin katettaviksi kuluiksi jää yhteensä 104 400 euroa.

Vaadittavaan tulokseen pääseminen edellyttää kovaa työtä, mutta se ei ole mahdotonta. Perustajat ovat määrittäneet pelivuorojen keskihinnaksi 34 euroa. Kyseisellä hinnalla ja kolmella kentällä vuoroja täytyy myydä 365 vuorokauden aikana joka päiväksi keskimäärin kolmeksi tunniksi jokaiselle kentälle. Tällöin vähimmäisvaatimus myyntiin on yhteensä 111 690 euroa, jotta kulut saadaan katettua. Tulee muistaa, että vuoden sisällä on paljon myös päiviä, joille myyntiä on todella vaikea saada -jopa mahdotonta. Kuitenkin niitä päiviä, joille vuoroja on mahdollisuus myydä helposti esimerkiksi seitsemäksi tunniksi, on onneksi paljon enemmän. Mahdollisuudet kannattavaan ja tuottavaan liiketoimintaan ovat hyvät, koska jo yhden lisätunnin myynti kenttää kohden kasvattaa vuosittaista liikevaihtoa yli 48 000 eurolla.

Myynti			
Hinta/kenttä/tunti	Kenttien määrä	Mydyt tunnit	Myynti/päivä
34,00 €	3	3	306,00 €
Kuukausimyynti/kentät	9 180,00 €	Vuosimyynti:	111 690,00 €

Kuva 3. Vähimmäismyynnin tarpeen laskeminen.

5.3 Mahdolliset rahoituksen kanavat

Rahoituksen saaminen on yrityksen toiminnan aloittamisen kannalta elintärkeää. Mahdollisia rahoituksen kanavia ovat pankit, rahoituslaitokset, sijoitusyhtiöt ja yksityiset sijoittajat. Tässä kappaleessa on tarkoituksena lyhyesti pohtia eri rahoituskanavia ja niiden sopivuutta nimenomaan kyseisen liiketoiminnan perustamisessa.

5.3.1 Pankit

Yrityksen alkutaipaleella on todennäköistä, että pankilta saatavaa lainaa on haettava joka tapauksessa, mutta haettavan lainan summa riippuu täysin muista mahdollisista rahoituksen antajista. Pankista haettavan lainan huonona puolena on se, että sitä ei voi saada ilman asianmukaisia vakuuksia. Kuitenkin koska kyseessä on toiminnan aloittamiseen vaadittavan rahoituksen hakeminen, on todennäköistä, että pankkilainan hakeminen on ainoa mahdollisuus riittävän alkupääoman takaamiseksi. Tämä johtuu osittain

myös siitä, että perustajat eivät halua toiminnan alkuvaiheessa luopua merkittävästä osuudesta yrityksen omistajuudessa. Perustajat ovatkin jo käyneet, opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä, alustavia keskusteluja pankkien kanssa pääomalinasta ja vastaanotto on ollut positiivinen.

5.3.2 Rahoituslaitokset, esimerkkinä Finnvera

Finnvera on järkevää ottaa lähes joka tapauksessa mukaan alkurahoitusta etsittäessä. Finnvera tarjoaa perustamisvaiheessa oleville yrityksille niin pääomalinana, kuin alkutausta pankkien myöntämiin lainoihin. Finnveralta lainaa haettaessa sen minimi summa on 30 000 € ja laina-aika on yleensä 3-15 vuotta. Lainaa haettaessa Finnvera vaatii pankkien tavoin vakuuksia tapauskohtaisesti (Finnvera Oyj 2019).

Finnvera myöntää myös takausta pankeilta haettavaan pääomalainoihin. Finnveralta saatava takausosuus on kuitenkin maksimissaan 80% ja euroina 80 000€. Alkutakaukseen on määritetty myös vähimmäissumma, joka on 5000€. Koska Finnvera ottaa takauksen myöntäessään osalleen suurimman osuuden riskin määrästä, velvoittaa laitos myös perustettavan yrityksen pääosakkailta omavelkaisia erityistakauksia, joiden tulee kattaa vähintään 25% Finnveran takauksen määrästä. Omavelkaiselle erityistakaukselle on määritetty myös vähimmäissumma, joka on 3000€ (Finnvera Oyj 2019).

5.3.3 Sijoitusyhtiöt

Yhtenä mahdollisena alkupääomalähteenä voi toimia sijoitusyhtiöt. Tällöin sijoitusyhtiö ostaa tietyllä summalla sovitun määrän perustettavan yrityksen osakkeita. Koska kyseessä on urheilupalveluyritys, on kuitenkin epätodennäköistä, että sijoitusyhtiöt lähtevät sijoittamaan perustettavassa vaiheessa olevaan yritykseen. Tämä siksi, että perustettavassa vaiheessa oleva urheilupalveluyritys ei omaa suoraan riittävän suurta kasvupotentiaalia, jotta sijoitusyhtiöt kokisivat kannattavaksi sijoittaa yritykseen ilman merkittävää osuutta yrityksestä. Merkittävän osuuden luovuttaminen yrityksen perustamisvaiheessa ei puolestaan tue perustajien intressejä oman varallisuuden kasvattamisessa yrityksen kautta. Tämän vuoksi pidänkin sijoitusyhtiöiden kanssa sopimukseen pääsyä epätodennäköisenä vaihtoehtona.

5.3.4 Yksityiset sijoittajat

Alkupääomaa haettaessa on mahdollisuus turvautua myös yksityisiin sijoittajiin. Kuitenkin puhuttaessa yksityisistä sijoittajista on hyvä pitää mielessä, että ei ole realistista ajatella saavansa tarvittavaa summa kokonaisuudessaan ainoastaan yksityiseltä sijoittajalta. Tarvittavan alkupääoman koon ollessa suhteellisen suuri, on hyvin epätodennäköistä, että yksityinen sijoittaja suostuisi sijoittamaan tarvittavan summan kokonaisuudessaan vaihdossa suhteellisen pieneen omistusprosenttiin. Kuitenkin yksityiseltä sijoittajalta, tai useammalta, saatava pienikin sijoitus olisi todella merkittävä perustamisvaiheessa olevalle yritykselle muutamasta selkeästä syystä. Ensinnäkin sijoittajilta saatavien sijoitusten jälkeen vaadittava summa toiminnan aloittamiseen on pienempi kuin aikaisemmin. Tämä puolestaan johtaa suoraan siihen, että summa, jota tarvitsee pankista hakea lainan muodossa, pienenee samalla. Toiseksi sijoittajien mukaan saaminen on selvä merkki pankeille siitä, että joku muukin kuin vain yrittäjä itse uskoo liikeideaan ja on jo suostunut lähtemään mukaan auttamaan toiminnan aloittamisessa. Tätä kautta lainansaaminen pankista voi helpottua merkittävästi ja jopa pankin vaatimien vakuuksien määrä pienentyä. Kolmanneksi sijoittajat toisivat mukanaan ulkopuolisen näkemyksiä ja kokemuksia, jotka ovat varsinkin yrityksen alkutaipaleella kultaakin kalliimpia.

6 SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysillä on tarkoitus tutkia liikeidean toiminnan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia, jotta idean teoreettisia avaimia kannattavaan liiketoimintaan pystytään tutkimaan ennen varsinaisen toiminnan aloittamista. SWOT-analyysiä hyödyntäessä liikeidean kannattavuuden tutkimiseen on tärkeää, että vahvuudet ja mahdollisuudet nousevat heikkouksien ja uhkien yläpuolelle, jotta voidaan nähdä teoreettisella tasolla tutkittava liiketoiminta kannattavana.

6.1 Vahvuudet

Ensimmäisenä tarkastelun kohteena ovat liikeidean ja perustajan mahdolliset vahvuudet. Vahvuuksien merkitys kannattavaa liiketoimintaa tutkiessa on todella suuri. Vahvuudet mahdollistavat esimerkiksi kilpailijoista erottumisen positiivisesti ja sen myötä kannattavan liiketoiminnan pyörittämisen ja ylläpitämisen.

6.1.1 Toiminnan laajuus ja kasvusuunnitelma

Koska tarkoitus on perustaa Varsinais-Suomen ensimmäinen padeliin erikoistunut liikuntakeskus, on yksi suurimmista vahvuuksista tästä syystä toiminnan laajuus. Varsinais-Suomen alueelta löytyy opinnäytetyön toteuttamisen hetkellä vain yksi sisäkenttä, joten on selvää, että yritys, joka tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden kolmen eri kentän vuokraamiseen, omaa paikallisiin kilpailijoihin nähden paljon suuremman potentiaalisen asiakaskaiden tavoittamiseksi. Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä syystä, että kolmen kentän keskuksessa varattavia vuoroja on kolminkertainen määrä yhden kentän keskukseseen nähden. Tällöin asiakkaalla on paremmat mahdollisuudet löytää itselleen hyvin sopiva aika varattavakseen.

Jo ennen ensimmäisen keskuksen perustamista, on yrityksellä olemassa selkeät tavoitteet tulevaisuuden varalle. Tarkoituksena on nopealla aikavälillä ensimmäisen keskuksen perustamisen jälkeen avata toinen keskus eri paikkakunnalle. Toisen keskuksen myötä tarkoituksena on pystyä kasvattamaan yrityksen brändin tunnettuutta paikallisen tason lisäksi mahdollisimman laajasti valtakunnallisesti. Brändin kasvun myötä myös lajin tunnettuus nousee ja näin uusien potentiaalisten asiakkaiden määrä kasvaa samalla.

Kasvusuunnitelman tarkoituksena on selkeyttää yrityksen toimintaa mahdollisimman tavoitteelliseksi, jotta eväät kannattavaan liiketoimintaan pysyvät koko ajan mahdollisimman selvänä silmissä.

6.1.2 Konsepti ja ansaintalogiikka

Liiketoiminnan ehdottomana vahvuutena toimii konseptin ja ansaintalogiikan selkeys. Toisinaan yrityksen toiminta voi olla hyvinkin monipuolista ja jopa monimutkaista. Tästä syystä voi ansaintalogiikkakin ajoittain jäädä hieman epäselväksi ja epävarmaksi. Kyseisessä tapauksessa tätä ongelmaa ei onneksi ilmene. Padel-keskuksen ansaintalogiikka on hyvin selkeä. Pääansiot syntyvät pelivuorojen myynnistä kertyvästä tulosta ja sivuan-siota syntyy varustevuokrauksesta -ja myynnistä. Koska kassavirtaa synnyttäviä kanavia on kaiken kaikkiaan vain vähän, on niiden seuranta yksinkertaista ja helppoa.

6.1.3 Kaupallinen koulutus

Kokemusteni mukaan urheilupalveluita tarjoavat yrittäjät aloittavat liiketoiminnan puhtaasti omaan lajituntemuksen ja harrastuneisuuden varaan. Tällöin liiketoiminnallinen osaaminen voi olla hyvinkin heikolla tasolla yrityksen perustamisen vaiheessa, jolloin itse yrityksen kannattavan toiminnan takaaminen on haasteellista. Yrityksen perustamista harkitsevilla henkilöillä on kaupallinen koulutustausta, ja myös kokemusta yrittäjyydestä. Kaupallinen koulutus auttaa huomattavasti tunnistamaan yrittäjyyden ja kannattavan liiketoiminnan mahdollisuudet ja riskit. Koulutuksen myötä on paremmat lähtökohdat oikeanlaiseen toiminnansuunnitteluun liiketoiminnallisesta näkökulmasta.

6.1.4 Kokemus urheilumarkkinoinnista yrittäjänä

Yrityksen toisella perustajalla on kaupallisen koulutuksen ohella puolentoista vuoden kokemus yrittäjyydestä. Aikaisempi konkreettinen kokemus yrittäjyydestä on ehdottomasti suuri etu jo toiminnan aloittamisen suunnitteluvaiheessa. Koska kokemusta on jo olemassa, on perustajalle selvillä mitä yrittäjyys oikeasti on ja mitä se käytännössä vaatii. Tätä kokemusta ei voi perustamisvaiheessa vähätellä. Se helpottaa paitsi perustamisprosessia, myös itse liiketoiminnan pyörittämistä kannattavasti. Vaikka kokemusta onkin

kertynyt eri alalta, auttaa se tunnistamaan yleisimmät sudenkuopat ja sen myötä parantaa myös mahdollisuuksia yrityksen pyörittämiseen menestyksekkäästi.

Yrittäjänä toimineen perustajan yrityskokemus on peräisin urheilumarkkinoinnin alalta, joka osaltaan antaa suoraa kilpailuetua suhteessa muihin kilpailijoihin. Urheilumarkkinoinnin kokemus helpottaa jo perustamisvaiheessa olevaa yritystä tunnistamaan urheiluliiketoiminnalle ominaisia erityispiirteitä. Tällöin liiketoiminnan muokkautuminen juuri sopivanlaiseksi on todennäköisempää. Aikaisempaa urheilumarkkinointikokemusta toiselle perustajista on kertynyt, yritysten urheilumarkkinoinnin suunnittelun lisäksi, myösuratoimijoiden markkinoinnin ja toiminnansuunnittelun kautta. Tällöin perustajalta löytyykin jo kokemusta myös urheiluseurojen arjen toiminnasta, jota on mahdollista hyödyntää tulevaisuudessa oman toiminnan kehittämisessä ja laajentamisessa.

6.2 Heikkoudet

Heikkouksien tunnistaminen omasta toiminnasta, jo ennen varsinaisen liiketoiminnan aloittamista, on erittäin tärkeää. Jotta heikkouksien luomia riskejä pystytään minimoimaan ja niiden mahdollisia vaikutuksia estämään, täytyy ne tunnistaa mahdollisimman aikaisin, jotta niiden kohdalla pystytään joko kehittymään, ja niiden mahdollisiin liiketoiminnallisiin vaikutuksiin varautumaan.

6.2.1 Uusi palveluntarjoaja ja kokemus

Perustusvaiheessa olevan yrityksen suurimpia haasteita on ensimmäisten asiakkaiden löytäminen ja asiakaskunnan luominen palvelun ympärille. Koska aiempia asiakkaita uudella palveluntarjoajalla ei ole, on selvää, että yksi suurimmista alun heikkouksista onkin juuri valmiin asiakaskunnan puuttuminen. Tällöin palveluntarjoajan tarvitsee rakentaa asiakaskuntansa tyhjästä.

Kokemuksen puute urheilupalveluntarjoajana on yksi heikkouksista, jonka kanssa perustajien täytyy yrityksen alkutaipaleella onnistua taistelemaan. Koska aikaisempaa kokemusta kyseiseltä alalta ei löydy, on selvää, että kilpailijoilla on ainakin kokemuksen tuomaa varmuutta ja näkökulmaa alaan enemmän, kuin uudella palveluntarjoajalla. Kokemusta ei kuitenkaan pysty kartoittamaan ilman yrittämistä ja toiminnanaloittamista.

6.3 Mahdollisuudet

Mahdollisuuksien tärkeyttä yrityksen perustamisvaiheessa ei voi vähätellä. Kun mahdollisuudet ovat kirkkaina, mutta kuitenkin realistisina, mielessä, on yrittämiseen helpompi motivoitua. Mahdollisuuksien ymmärtäminen ja niiden tunnistaminen helpottaa selkeästi kannattavan liiketoiminnan jatkuvaa kehittämistä. Mahdollisuudet voivat ajan saatossa muuttua markkinatilanteen mukaan, mutta jos muutoksista huolimatta onnistuu löytämään uusia erilaisia mahdollisuuksia oman liiketoimintansa kehittämisessä, on todennäköisempää, että yritystoimintaa pystyy myös tulevaisuudessa jatkamaan menestyksekkääksi.

6.3.1 Laajentaminen

Perustajan tarkoituksena on nopealla aikavälillä ensimmäisen keskuksen toiminnan alettua, ja asiakaskunnan vakiinnuttua, perustaa seuraava keskus eri paikkakunnalle. Tämä mahdollistaa kassavirran saapumisen useammasta eri tahosta, jolloin rahavirta ja toiminta ei ole liikaa riippuvainen yhden paikkakunnan keskuksen kannattavuudesta ja sen tuloista. Laajentamisen myötä yrityksen brändistä on tarkoitus kasvattaa valtakunnallisella tasolla mahdollisimman tunnettu, jolloin yrityksen brändin tunnettuus ei rajoitu ainoastaan yhden tai kahden paikkakunnan asukkaisiin. Laajentamisen kautta on tarkoitus saavuttaa Suomen parhaimman ja suurimman padel -toimijan epävirallinen titteli.

6.3.2 Kasvava harrastajapohja

Padelin harrastajamäärät ovat lähivuosina kasvaneet kovaa vauhtia, niin Suomessa, kuin ulkomaillakin. Harrastajamäärän nopean ja suuren kasvun myötä myös tarve uusille kentille on kasvanut ja kasvaa koko ajan. Kenttien määrän ollessa vielä toistaiseksi vähäinen on helpompaa saavuttaa liiketoiminnallisesti kannattava määrä harrastajia omiksi asiakkaikseen. Harrastajamäärän tasaisen kova kasvu on myös merkki siitä, että mahdollisuudet toiminnan nopeaan, mutta samalla yhä kannattavaan, laajentamiseen ovat hyvät. Vakaa ja suuri lajin harrastajapohja onkin liiketoiminnan kannalta avainasemassa.

6.3.3 Hyödylliset trendit

Markkinatalouden historiasta on selkeästi havaittavissa trendejä, jotka ovat auttaneet osaltaan tiettyjä yrityksiä, palveluita ja tuotteita saavuttamaan liiketaloudellisilla mittareilla huikkeitä tuloksia. Nykypäivän markkinataloudessa hyvinvoinnin, liikunnan ja sosiaalisten kohtaamisten merkitys on vaikuttanut suuresti osaltaan siihen, mitkä tuotteet tai palvelut nousevat kilpailijoidensa ohi ja saavuttavat parhaat tulokset. Nämä trendit mahdollistavat myös osaltaan padel-keskuksen kannattavan liiketoiminnan ja laajentamisen. Padel on palloilulajina omiaan luomaan positiivisia sosiaalisia tilanteita urheilun merkeissä. Tällöin padel onnistuukin yhdistämään kaksi suurta markkinatalouden tämän hetken trendiä; hyvinvoinnin ja sosiaaliset kohtaamiset.

6.4 Uhat

Uhkista puhuttaessa keskitytään niihin seikkoihin, jotka saattavat hidastaa liiketoiminnan kasvattamista tai toimia mahdollisina esteinä kannattavan liiketoiminnan ylläpitämisessä. Mahdollisuuksien täytyy olla suuremmat kuin uhat, jotta yrityksen perustamista ja liiketoiminnan aloittamista kannattaa edes harkita. Jos uhat ovat ensimmäistä kertaa yrityksen perustamista harkittaessa suuremmat kuin mahdollisuudet, kannattaa pysähtyä miettimään miten kyseisistä uhista pystyisi pääsemään eroon, tai niiden toteutumisen mahdollisuutta pienentämään.

6.4.1 Lajin kasvun pysähtyminen

Lajin kasvun pysähtyminen osaltaan vaikuttaisi suuresti liiketoiminnan mahdollisuuteen kasvaa. Perustajan kasvusuunnitelma perustuu hyvin pitkälle sen varaan, että laji ei saavuta seuraavan viiden tai kymmenen vuoden aikana vielä huippuaan, vaan jatkaa kasvamista. Kasvun pysähtyminen estäisi lähes täysin uusien keskuksien perustamisen uusille paikkakunnille.

6.4.2 Kilpailijoiden jalkoihin jääminen

Kilpailijoilla on jo käytännön kokemusta alalla toimimisesta ja valmis asiakaspohja, joten heillä on selkeä etulyöntiasema uuteen toimijaan verrattuna. Uhkana on, että vaikka uusi toimija tekisi kaiken täysin oikein ja kannattavaa liiketoimintaa tukevasti, asiakkaat eivät ole valmiita vaihtamaan palveluntarjoajaansa uuteen. Tällöin asiakkaita täytyy löytää niiden kuluttajien joukosta, jotka eivät ole vielä löytäneet tietään lajin pariin. Ja on sanomattakin selvää, että uusien kuluttajien saaminen lajin pariin, muutakin kuin kokeilemaan, tulee olemaan vaikeampaa uudelle toimijalle, kuin jo paikkansa vakiinnuttaneelle kilpailijalle.

6.4.3 Taloudellisen vipuvoiman vähäisyys

Yhtenä uhkana yrityksen alkutaipaleella toimii perustajan oma taloudellinen tilanne. Koska perustajista toinen olisi perustamisen hetkellä vastavalmistunut ja toinen valmistuva opiskelija, ei heille ole ehtinyt karttua taloudellista omaisuutta. Tämä vaikeuttaa jo perustamisvaiheessa rahoituksen saamista, ainakin pankkilainan muodossa, koska reaalityyppisiä ei ole saatavilla. Jos varallisuutta olisi ehtinyt kertyä enemmän ennen perustamista, helpottaisi se paitsi lainansaantia, myös yrittäjien omaa toimeentuloa, vaikka liiketoiminnasta ei pystyisikään heti nostamaan itselleen palkkaa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön toteuttamisessa SWOT -analyysi osoittautui erinomaiseksi työkaluksi tutkia liiketoiminnan perustamisen kannattavuutta. Analyysin toteuttaminen sai hyvin jäsenettyä omat ajatukset kiinnittymään todellisiin liiketoiminnan mahdollisuuksiin ja ughiin, joiden tutkiminen on ensiarvoisen tärkeää yrityksen perustamista harkittaessa. Tietoperusteinen markkinaselvityksen alustaminen oli puolestaan vielä odotettuakin hankalampaa. Itselleni oli entuudestaan jo selvillä, että Suomessa ei juurikaan ole olemassa kattavia tutkimuksia tai teoreettista kirjallisuutta urheiluliiketoiminnasta, mutta toteuttamisen hetkellä tilanne osoittautui odotettuakin heikommaksi. Varsinkin, koska tutkimuksen kohteena oli padel, joka on lajina Suomessa vielä todella uusi, oli opinnäytetyön teoreettisen puolen tutkiminen ja analysointi hyvinkin vaikeaa. Teorian vähäisyyden vuoksi opinnäytetyön toteutus sujui pitkälti käytännön tutkimisen ja analysoinnin avulla.

Toteuttaminen sujui kuitenkin pääpiirteisesti ongelmitta. Teoreettisen puolen kirjallisuuden löydyttyä, oli markkinan tutkiminen kohtalaisen helppoa ja nopeaa. Erityisesti omasta kokemuksesta urheilumarkkinointiyrittäjänä oli opinnäytetyöprosessin aikana todella paljon hyötyä. SWOT -analyysiä tehtäessä, löytyi vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat ilman suurempia ongelmia ja niiden analysointi sujui suoraviivaisesti.

Opinnäytetyön toteuttamisen aikana tuli selväksi, että padel on lajina tällä hetkellä suuressa kasvussa niin Suomessa, kuin ulkomaillakin. Tästä syystä monet muutkin varmasti harkitsevat oman yrityksen perustamista lajin pariin, tai jo olemassa olevan toimintansa laajentamista. Tässä mielessä tilanne ei voisi olla tällä hetkellä juurikaan parempi yritystoiminnan perustamista ajatellen. Jo toiminnassa olevat palveluntarjoajat ovat tehneet raskaimman työn lajin tunnettuuden kasvattamisessa, mutta toimiala ei ole kuitenkaan vielä täyteen kyllästetty. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että perustoiminnot padeliliiketoiminnan pyörittämiseksi on jo olemassa, eikä perustajien tarvitse lähteä nollost.

Markkinatilanne vaikuttaa kokonaisuudessaan hyvin otolliselta yrityksen perustamista ajatellen. Kuitenkin heikkouksia ja uhkia on olemassa. Kokonaiskuvaa tutkittaessa tulokset osoittavat mielestäni seuraavaan suuntaan. Vaikka markkinatilanne on hyvä, eikä kilpailua ainakaan tällä hetkellä ole paljoa, siirtäisin yrityksen perustamista vuodella tai kahdella eteenpäin. Tänä aikana molemmat perustajat ehtivät kasvattamaan omaa verkostoaan, sitä kautta sosiaalista pääomaansa ja ennen kaikkea pystyvät suunnittelemaan toimintaa vieläkin tarkemmin ja paremmin ennen varsinaisen toiminnan

aloittamista. Perustajien kannattaisi tänä aikana myös pyrkiä töihin sellaisiin asemiin, joissa pystyvät kerryttämään kokemusta ja tietotaitoa juurikin urheiluliiketoiminnan kannattavasta pyörittämisestä. Tällöin yrityksen toiminnan alkaessa on molemmilla perustajilla mahdollisimman hyvät avaimet kannattavan liiketoiminnan takaamiseksi.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy

Dolles, H. & Söderman, S. Sport as a Business. 2011. Lontoo: Palgrave Macmillan

Finnvera Oyj. Alkutakaus. Viitattu 5.5.2019

<https://www.finnvera.fi/tuotteet/takaukset/alkutakaus>

Haltia, J.; Jalonen, H.; Ryömä, A. & Tuominen, S. Arvonluonnin pelikirja. 2017. Tallinna: Turun AMK

Isokangas, J. & Kinkki, S. 2009. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: Sanoma Pro Oy

Padelliitto 2019. Lajiesittely. viitattu 28.02.2019

<https://padel.fi/lajiesittely/>

PadelPark Oy 2019. PadelPark Varauskalenteri. Viitattu 28.02.2019

<https://vj.slsystems.fi/padelpark-turku/>

Padel Tampere Oy 2019. Padel Tampere Oy varauskalenteri. Viitattu 28.02.2019

<https://vj.slsystems.fi/padeltampere/>

Suomen Asiakastieto Oy 2019. Yrityksen taloustiedot. Viitattu 6.5.2019

<https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/impivaaran-tenniskeskus-oy/03471449/taloustiedot>

Suomen Tennisliitto ry 2019. Tennisliitto. Viitattu 6.5.2019

<https://www.tennis.fi/tennisliitto/>

TE-palvelut 2019. Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki. Viitattu 05.05.2019

https://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html

Varsinais-Suomen liitto 2019. Viitattu 28.02.2019

<https://www.lounaistieto.fi/tietopalvelut/tilastot/>

