



MOOTTORIPYÖRÄKORJAMON LIIKETOIMINTA- SUUNNITELMA

Markus Koskimäki

Opinnäytetyö
Toukokuu 2011
Auto- ja kuljetustekniikka
Korjaamotekniikka
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Auto- ja kuljetustekniikan koulutusohjelma
Auto- ja korjaamotekniikan suuntautumisvaihtoehto

KOSKIMÄKI, MARKUS: Moottoripyöräkorjaamon liiketoimintasuunnitelma

Opinnäytetyö 26 s.
Toukokuu 2011

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella toimiva moottoripyöräkorjaamon liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelmassa huomioitiin, että yritys tulee aloittamaan pienellä kapasiteetilla ja haluaa tulevaisuudessa kasvaa muutaman tunnetun moottoripyörämerkin edustajaksi ja jälleenmyyjäksi. Tätä opinnäytetyötä tullaan käyttämään tulevaisuudessa hyväksi, kun suunnitelman toteuttaminen tulee ajankohtaiseksi.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään pääosin käytännön asioita yrityksen perustamisen kannalta. Lisäksi pohditaan investointisuunnitelmaa ja markkinointia. Kaikkia asioita ja ongelmia yrityksen perustamisen kannalta on mahdotonta ennakoida, mutta pääasiat ja -ongelmat on mietitty läpi.

Moottoripyöriin erikostunut huolto- ja korjaamoyritys tarjoaa paljon mahdollisuuksia menestyä yritysmaailmassa. Tampereen alueella on lähes 200 henkilöautoihin erikoistunutta huolto- ja korjaamoyritystä. Moottoripyörille tarkoitettuja huolto- ja korjaamoyrityksiä on sen sijaan vain alle 15.

Aina uutta yritystä perustettaessa tulisi keksiä ominaisuuksia, joilla erotutaan muista. Tässä työssä esitellään yrityksen tarjoama palvelu, jossa asiakkaan on mahdollista itse päästä korjaamaan moottoripyöräänsä.

Asiasanat: Moottoripyöräkorjaamo, liiketoimintasuunnitelma.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied sciences
Degree Programme in Automotive and Transport Engineering
Option of Automobile and Garage Engineering

KOSKIMÄKI, MARKUS: Business Plan for Motorcycle Garage

Thesis 26 pages
May 2011

The purpose of this thesis was to create a functional business plan for a motorcycle specialized maintenance company. In this thesis is observed that company will start as a small business and is willing to expand to represent a few well known brands. This thesis will be used in the future, when time to found a new business is topical.

Thesis converses on mainly practical issues for founding a new business. Also marketing and investment plans are considered. All the issues and problems regarding to founding a new business are impossible to predict, but main points and issues are thought over.

Company which is specialized in motorcycle maintenance offers many opportunities on the field. In Tampere region there are almost 200 car garages and only less than 15 motorcycle garages.

Always when founding a new business plans one should invent new features how to stand out from the mass. In this thesis is represented an idea when customer can repair or fix his motorcycle himself.

Key words: Motorcycle, Garage, Business plan.

ALKUSANAT

Ajatus oman moottoripyöräkorjaamon perustamisesta yhdessä ystäväni kanssa on ollut mielessäni jo kauan. Lisäksi perheessäni on aina ollut yrittäjyyttä. Oman korjaamon perustaminen tulee ajankohtaiseksi kuitenkin vasta 5-10 vuoden kulluttua, koska ennen oman yrityksen perustamista on viisasta hankkia hieman kokemusta työmaailmasta. Haluan kiittää avopuolisoani Emma Yli-Honkoa tuesta ja kärsivällisyydestä työtäni kohtaan.

Tampere, 3. Toukokuuta 2011

Markus Koskimäki

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
ALKUSANAT	4
SISÄLLYSLUETTELO	5
1 JOHDANTO	6
2 YRITYKSEN TOIMINNAN YLEISKUVAUS	7
2.1 Liikeidea	7
2.2 Sijainti	8
2.3 SWOT-analyysi	8
2.4 Myytävät tuotteet ja palvelut	9
2.5 Asiakkaat	10
2.6 Kilpailu	10
3 MARKKINOINTI	12
3.1 Markkinatilanne ja kehitysnäkymät	12
3.2 Markkinoinnin järjestelyt ja menetelmät	12
3.3 Tuote-/palvelustrategia	13
3.4 Hintastrategia	14
3.5 Viestintästrategia	14
4 INVESTOINTISUUNNITELMA	15
4.1 Liikevaihto ja kapasiteetti	15
4.2 Käyttöaste	16
4.3 Kokonaiskustannukset	16
4.4 Poistot	17
4.5 Lainan tarve	17
5 KORJAAMON SUUNNITTELU	19
5.1 Tilat	19
5.2 Huoltokapasiteetti	19
5.3 Jätehuolto	19
5.4 Laitteet ja työkalut	20
5.5 Varaosavarasto ja myytävät tuotteet	22
6 VISIO	23
7 ORGANISAATIO JA HENKILÖSTÖSUUNNITELMA	24
8 RISKIEN ARVIOINTI JA YHTEENVETO	25
LÄHTEET	26

1 JOHDANTO

Tarkoituksena on perustaa moottoripyöräkorjaamo, joka poikkeaa muista korjaamoista tee se itse -ominaisuudellaan. Korjaamo on tarkoitus perustaa 5-10 vuoden kuluttua. Moottoripyörien nostinpaikkoja on aluksi 4 ja työntekijöitä 4. Liikkeeseen tulee myös pieni myymälä, jota voidaan laajentaa tulevaisuudessa. Myymälässä myydään vain perushuoltoihin tarvittavia varaosia ja yleisimpiä kulutusosia. Tulevaisuudessa on tarkoitus hankkia myös erilaisia merkkiedustuksia.

Asiakasryhmänä olisivat kaiken ikäiset moottoripyöräilijät. Tee se itse -puoli olisi pääasiassa kokemusta omaaville, mutta myös moottoripyörien korjauksesta kiinnostuneille aloittelijoille. Kohderyhmänä ovat moottoripyörät, joissa takuu-aika on jo umpeutunut.

Vaikka talouden taantuma jätti selvät jäljet moottoripyöräkauppaan, niin silti varaosia myydään ja huoltoja tehdään lähes entiseen malliin. Nykyään taloustilanne näyttää jälleen elpyvän ja moottoripyörien myynti on lähtenyt jälleen nousuun.

2 YRITYKSEN TOIMINNAN YLEISKUVAUS

2.1 Liikeidea

Perustettavalle yritykselle laaditaan liikeidea, joka kertoo millä markkinoilla ja tuotteilla yritys toimii ja miten se toimii. Yrityksen menestyksen avainkysymys on: miksi asiakkaat valitsevat juuri minun yritykseni ja tuotteeni? Liikeidea luotaessa on pyrittävä löytämään vastaus kysymykseen, miten yritys aikoo menestyä kilpailussa. Menestyksen edellytys konkretisoituu yhteen avainkysymykseen. Vastaus tähän kysymykseen kiteyttää yrityksen kilpailuedun. Kilpailuetu on asiakkaan arvostama yrityksen tai sen tuotteiden tarjoama paremmuus, joka on mahdollista toteuttaa taloudellisesti ja markkinoida. (Bergström & Leppänen 2009, 29.)

Liikeideana on perustaa moottoripyöräkorjaamo. Yritys keskittyy aluksi vain moottoripyörien ja mopojen huoltamiseen, korjaamiseen ja talvisäilytykseen. Yritys myy aluksi moottoripyörien ja mopojen huolto- ja korjauspalveluita. Lisäksi myydään perushuoltoihin tarvittavia varaosia ja yleisimpiä kulutusosia. Talviaikaan yritys säilyttää asiakkaiden moottoripyöriä ja tekee niihin talven aikana tarvittavat huollot ja korjaukset. Lisäksi yritys tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden päästä itse huoltamaan moottoripyöräänsä.

Kysyntä on se määrä hyödykettä, jonka yrityksen toiminta-alueen asiakkaat haluavat tiettyinä aikoina ostaa. Myös kausivaihtelut kuuluvat lyhytaikaisiin kysynnän muutoksiin. Kausivaihtelut liittyvät vuodenaikoihin, juhlapäiviin, viikon eri päiviin ja jopa päivän eri tunteihin. Yrityksen on tärkeää tunnistaa kausivaihtelut, jotta se voi suunnitella työvoiman tarpeen (esimerkiksi osa-aikaisten työntekijöiden määrän), tehdä tilaukset ja optimoida varastot, suunnitella rahavirrat ja talouden pidon sekä ylläpitää asiakaspalvelun tasoa. (Bergström & Leppänen 2009, 65–68.) Yrityksen toiminta tulee olemaan kausiluontoista. Kesäaikaan tehdään moottoripyöriin ja mopoihin erilaisia huoltoja ja korjauksia. Talviaikaan yritys säilyttää asiakkaiden moottoripyöriä ja tekee niihin tarvittavat huollot. Asiakkaat saavat tulla itse korjaamaan ajoneuvojaan koska vaan.

Korjaamo on auki normaalisti aikavälillä 8-17. Kesäaikaan joudutaan kuitenkin tekemään ylitöitä, joten myös liikkeen aukioloaika saattaa pidentyä. Talviaikaan yrityksen aukiolo pitää katsoa tilanteen mukaan. Tee se itse –palvelut alkavat työ ajan loputtua klo 18 ja ovat auki klo 21:een.

Korjaamo pitää sulkemisajan jälkeen auki niin kutsuttua tee se itse -osastoa, johon asiakkaat saavat varata yritykseltä korjauspisteen ja työkalut omaan käyttönsä. Tämä käytäntö sen takia, koska moottoripyöräkorjaamoihin on kesäaikaan pitkät jonot ja kaikki eivät viitsi odottaa niin pitkään. Lisäksi moni moottoripyöräilijä osaisi huoltaa pyöränsä itse, mutta ei omista siihen tarvittavia työkaluja.

2.2 Sijainti

Yritys tulee toimimaan Tampereen lähialueella. Tampereen alueella on paljon kilpailijoita, mutta myös paljon motoristeja. Trafim mukaan Pirkanmaan alueella oli vuonna 2010 rekisterissä n. 20 000 moottoripyörää ja 18 000 mopoa. Potentiaalisia paikkoja korjaamolle voisi olla esimerkiksi Pirkkalan alue, sillä siellä moottoripyöriin erikoistuneita korjaamoja ei ole (Kuva 1).

2.3 SWOT-analyysi

Swot-analyysissä pohditaan yrityksen vahvuuksia (Strength), heikkouksia (Weakness), mahdollisuuksia (Opportunities) ja uhkia (Threats) (taulukko 1.)

TAULUKKO 1. SWOT-Analyysi

<p>Vahvuudet</p> <p>Aikaisempi kokemus MP-alalta hyvä sijainti</p> <p>Iso ajoneuvokanta</p>	<p>Heikkoudet</p> <p>Taloustilanne</p>
<p>Mahdollisuudet</p> <p>Suuri ajoneuvokanta edullinen ja ta- sokas huolto → sana leviää</p> <p>Tee se itse -palvelu</p>	<p>Uhat</p> <p>Paljon kilpailijoita</p>

2.4 Myytävät tuotteet ja palvelut

Yritys myy korjaamopalveluja sekä varaosia moottoripyörille ja mopoille kesäai-
kaan. Talvisin yritys pitää yllä talvisäilöä ja tekee tarvittavia huoltoja. Liike tarjo-
aa myös palvelun, jossa asiakas voi itse varata korjauspisteen ja työkalut, mikäli
haluaa huoltaa pyöräänsä itse.

Yritys tarjoaa asiakkaille myös kuntotodistuksia käytetyistä pyöristä. Todistuk-
sessa ilmenee kulutusosien kunto (ketjut/rattaat/renkaat/jarrut), ohjauslaakeri,
maalipinta ja lommot. Kuntoa arvioidaan asteikolla 1-5. Lisäksi arvioitavana on
yleiskunto ja koeajo. Tarkistuksista annetaan todistus, jossa on leimattuna tar-
kistetut kohdat ja sen on allekirjoittanut työnsuorittaja.

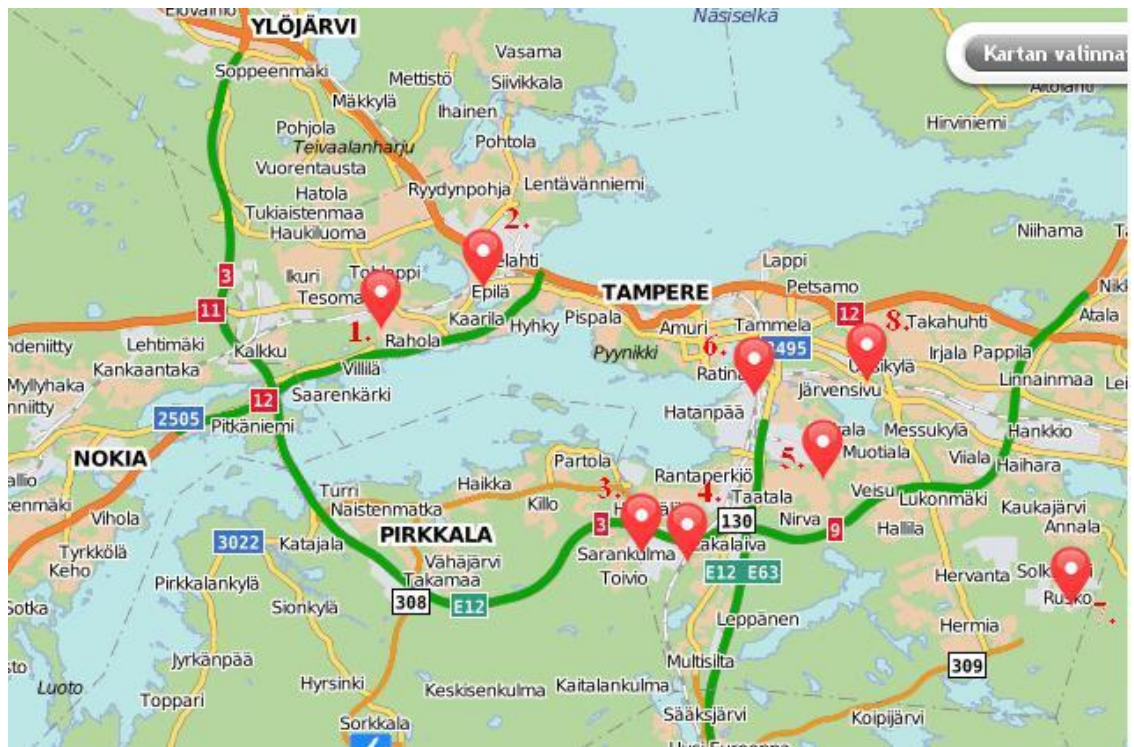
Työajan umpeuduttua on korjaamalla auki tee se itse -osasto, johon kaikki täysi-
ikäiset moottoripyöräilijät saavat tulla korjaamaan omia pyöriään yrityksen työ-
kaluilla ja laitteilla. Asiakkaiden työtä on aina valvomassa vähintään yksi yrityk-
sen omista työntekijöistä. Mikäli puhtaita vahinkoja sattuu, ja joitain osia tai lait-
teita menee rikki, ei niistä veloiteta asiakkaalta mitään, mutta törkeän huolimat-
tomuuden takia rikkoutunut osa, tai laite, joudutaan hyvittämään. Tee se itse –
palvelua pääsee käyttämään iltaisin, kun yritys on sulkenut toimintansa päivän
osalta.

2.5 Asiakkaat

Asiakkaina ovat kaiken ikäiset moottoripyörän omistajat Tampereen alueella. Myös muualla asuvat moottoripyöräilijät ovat tervetulleita, mutta markkinointi ja mainostus keskitetään pääasiassa Tampereen alueella asuviin moottoripyörän omistajiin.

2.6 Kilpailu

Yrityksen onnistuminen markkinoilla riippuu paljolti kilpailusta eli siitä, mitä kilpailevat yritykset tarjoavat ja mitkä ovat niiden mahdollisuudet ja uhat, ja erityisesti siitä, miten yritys onnistuu olemaan erilainen. (Bergström & Leppänen 2009, 86.) Tampereen lähialueella on muutama kappale moottoripyöriin erikoistuneita huoltoja. Silti Pirkanmaan alueella on rekisterissä yli 25 000 mopoa ja moottoripyörää eli markkinarakoa löytyy kyllä. Isoimmista mainittakoon R.M. Heino, Yamaha Center, Auto Center ja Bike World. Suurin osa korjaamoista on suhteellisen hintavia merkkikorjaamoita, jotka korjaavat vain edustamiaan merkkejä sesongin aikana. Tämä tulevaisuudessa perustettava yritys huoltaa ja korjaa kaikki moottoripyörämerkit ja -mallit. Silti pääpaino on moottoripyörissä, joissa takuu-aika on jo umpeutunut. Yksikään Tampereen seudun liikkeistä ei tarjoa mahdollisuutta asiakkaalle päästä korjaamaan itse pyöräänsä. Tämä on se mahdollinen kilpailuetu kilpailijoihin nähden. Tampereen alueella vaikuttavat kilpailijat (Kuva 1.)



KUVA 1. Kilpailijat Tampereen alueella (Kuva: Fonectan karttapalvelu 2011)

1. R. M. Heino
2. Bike Doctor
3. Fixtreme
4. Yamaha Center
5. Kalevan MP-Huolto
6. Bike World Tampere
7. MP Kymäläinen
8. Motoshop GSM Finland

3 MARKKINOINTI

3.1 Markkinatilanne ja kehitysnäkymät

Vuosina 2006–2007 uusia moottoripyöriä myytiin ennätyslukemia. Taantuman aikaan vuonna 2008 ja 2009 uusien moottoripyörien myynti romahti keskimäärin noin 30 % merkkiyksiköissä. Vanhoja moottoripyöriä kuitenkin korjattiin ja kunnostettiin entiseen malliin, joten korjaamotoiminta ei kärsinyt niin suurta pudotusta. Tällä hetkellä uusien moottoripyörien myynti on lähtenyt tasaiseen kasvuun. Markkinatilanne on tällä hetkellä kaikin puolin noususuhdanteinen. Yritys perustuu moottoripyörien korjaukseen ja huoltamiseen joten talouden mahdollinen taantuma ei vaikuta niin paljoa yrityksen liiketoimintaan, kuin se vaikuttaisi uusien moottoripyörien myyntiin. (Iltalehti 2010)

Moottoripyöräilysezonki on Suomessa suhteellisen lyhyt verrattuna lämpimiin maihin. Moottoripyörien huoltoväli on kuitenkin auton huoltoväliä paljon lyhyempi. Samassa suhteessa kuluu myös renkaiden ja muiden kulutusosien. Käsitettävään 50 000 km:n ajettu moottoripyörä vastaa 250 000 km:n ajettua autoa. (Kajarinne, J. 2011) Moottoripyöriin tehdään huolto yleensä kahdesti vuodessa. Lisäksi moottoripyörät tarvitsevat säilytyspaikan talven ajalle. Yritys myy palvelunaan myös moottoripyörien talvisäilytysmahdollisuutta. Talvisäilytyksen aikana voidaan moottoripyöriin tehdä huoltoja ja korjauksia. Talven aikana on tarkoitus työllistää asentajat, koska talven aikana moottoripyöräala hiljenee lähes kokonaan. Hiljaisimpia kuukausia ovat marras- ja joulukuu. Liiketoiminta vilkastuu taas tammikuusta lähtien.

3.2 Markkinoinnin järjestelyt ja menetelmät

Lähtökohdat markkinointiajattelussa ovat nykyisten ja mahdollisten asiakkaiden tarpeet, toiveet ja tyytyväisyys, joiden pohjalta liiketoimintaa ja uusia tuotteita tulee kehittää. Tärkeää ei ole kertakauppa, vaan se, että asiakkaat ostavat toistuvasti ja ovat tyytyväisiä. Markkinointi onkin asiakastyytyväisyyden luomista, kehittämistä ja hyödyntämistä. Asiakastyytyväisyys sekä ohjaa markkinointia

että mittaa sen onnistumista. Asiakassuhdemarkkinoinnin ydin onkin jatkuva asiakaspalaute. (Bergström & Leppänen 2009, 484.)

Markkinoinnissa yritys käyttää erilaisia kilpailukeinoja, joista tunnetuimmat ovat tuote, hinta, saatavuus ja viestintä. Yrityksessä on oltava tarjolla kilpailijoista erottuvia, asiakkaiden tarpeita ja mieltymyksiä tyydyttäviä tavaroita ja palveluja. Tuotteet on osattava hinnoitella houkuttelevasti ja hinnalla on operoitava kilpailutilanteen vaatimalla tavalla, niin että liiketoiminta on pitkällä tähtäimellä kannattavaa. Tiedon saaminen tuotteista ja tuotteiden hankkiminen tehdään asiakkaalle helpoksi ja joustavaksi. Mainonta voi olla luonteeltaan jatkuvaa ja pitkäkestoista tai tarpeen mukaan toteutettuja lyhytkestoisia kampanjoita. Molemmat ovat yritykselle tärkeitä, eikä mainonta saisi koostua vain erillisistä kampanjoista (Bergström & Leppänen 2009, 337.)

Asiakassuhteita tullaan seuraamaan ja kehitetään asiakkaan yksilöllisten tarpeiden mukaisesti. Markkinoinnin hoitaminen hyvin on menestymisen kannalta erittäin tärkeää. Tärkeää on myös löytää ja luoda oma asiakaskunta ja täyttää sen tarpeet.

Markkinoinnilla saadaan yrityksen olemassaolo muiden tietoisuuteen ja luodaan positiivista kuvaa yrityksestä. Markkinointi tulee tapahtumaan aluksi Internetissä, paikallislehdissä (Aamulehti + Tamperelainen) ja paikallisradiossa (957). Lisäksi potentiaalisille asiakkaille lähetetään mainoskirjeitä sähköpostitse. Myös sosiaalisia medioita voidaan ehkä käyttää hyväksi.

3.3 Tuote-/palvelustrategia

Yrityksen tärkein palvelu markkinoinnin kannalta on huoltojen ja korjausten suorittaminen. Varaosien myynti ei ole aluksi iso osa yrityksen toimintaa. Markkinointi keskittyy aluksi pääasiassa vain huolto- ja korjauspalveluihin sekä moottoripyörien talvisäilytyksiin. Lisäksi markkinoidaan tee se itse -palvelua, koska tällä palvelulla erotutaan massasta.

3.4 Hintastrategia

Yrityksen tuntiveloitus korjaamo- ja huoltopalveluista on 75 €/h. Tämä on sopiva hinta ja merkkikorjaamoja alempi. Varaosat myydään 30–50 %:n katteella riippuen osasta. Talvisäilytyksen hinta on 150 €/pyörä ja niihin tehtävät huollot laskutetaan erikseen. Tee se itse -puolen tuntiveloitus on 30 €/h + kuluvat nesteet ja voiteluaineet. Moni perushuolloista tullaan pakettihinnoittelemaan, kuten ensihuollot, renkaanvaihdot ja öljynvaihdot.

3.5 Viestintästrategia

Viestinnällä pyritään luomaan luotettava ja edullinen kuva yrityksestä. Mainosvälineinä käytetään radiota, paikallislehtiä ja Internetiä. Tulevaisuudessa yrittään hankkia näkyvyyttä alan messuilla, sekä isoimmissa medioissa.

Radiossa yritystä mainostetaan sesongin eli maaliskuun alusta lähtien muutamia kertoja viikossa. Kanavana toimii Radio 957, koska se Tampereen paikallisradiona tavoittaa hyvin Tampereen alueella asuvat potentiaaliset asiakkaat.

Paikallislehdissä ilmoitusten näkyvyys alkaa juuri ennen sesongin alkua ja jatkuu hieman sesongin yli. Myös satunnaisia mainoksia laitetaan lehtiin myös sesongin ulkopuolella syys- ja lokakuussa, jotta ihmiset muistaisivat korjaamon talvisäilytys ja -huolto mahdollisuuden.

Internetissä mainostaminen tapahtuu yrityksen omilla sivuilla ja mahdollisilla bannereilla esimerkiksi Aamulehden sivuilla. Myös mainossähköposteja lähetetään potentiaalisille asiakkaille.

4 INVESTOINTISUUNNITELMA

4.1 Liikevaihto ja kapasiteetti

Yrityksen kapasiteetti on 4 nostinpaikkaa ja 4 työntekijää. Tuntiveloitus on 75 €/h.

Normaalityöpäivän pituus 7,5 h eli päivän kapasiteetti työtuntien osalta on $7,5 \text{ h} * 75 \text{ €/h} * 4 = 2250 \text{ €}$

Varaosista tulevat lisätulot lasketaan myös mukaan:

Päivän tavoite olisi myydä varaosia 100 €:n arvosta jokaiselle nostinpaikalle.

Näin ollen päivän kapasiteetti on 400 €:n arvosta varaosia.

Kokonaiskapasiteetti päivässä työtuntien ja varaosien osalta: $2250 + 400 = 2650 \text{ €}$

Päivän kokonaiskapasiteetti on 2650 €.

Vuodessa on n. 220 työpäivää. Moottoripyörien sesonkiaika on kuitenkin vain n. 120 päivää. Näin ollen kapasiteetti on $120 * 2650 \text{ €} = 318\,000 \text{ €/vuodessa}$ sesonki ajan korjaamopalveluista.

Talviaikaan yritys säilyttää talvisäilössä moottoripyöriä ja tekee niihin tarvittavat huollot. Yrityksen tavoitteena on säilyttää n. 100 pyörää talven aikana. Hinta talvisäilytyksestä olisi 150 € ja huollot laskutettaisiin erikseen.

Talvisäilytyksestä tulisi siis $150 \text{ €} * 100 = 15\,000 \text{ €}$

Arvion mukaan jokaiseen pyörään tehdään n. 1,5 h huoltoa. Näin ollen saadaan $150 \text{ h} * 75 \text{ €/h} = 11250 \text{ €} + \text{varaosat (25 €/pyörä} = 2500 \text{ €)}$

Yhteensä talvisäilytyksistä = $15\,000 + 11250 + 2500 = 28\,750 \text{ €}$

Kokonaiskapasiteetti vuoden aikana on siis $318\,000 \text{ €} + 28\,750 \text{ €} = 346\,750 = 346\,000 \text{ €/vuodessa}$.

4.2 Käyttöaste

Käyttöaste kuvaa yrityksen todellista kuormitusta. Se ilmoitetaan prosenttiosuutena kapasiteetista. Yleensä korjaamoiden käyttöasteet ovat noin 60–85 % Yritys tavoittelee vähintään 70 %:n käyttöastetta. Näin ollen yrityksen liikevaihdon tavoite on $0,7 \cdot 346\,000 \text{ €} = 242\,200 \text{ €/vuodessa}$.

4.3 Kokonaiskustannukset

Kokonaiskustannukset koostuvat kiinteiden- ja muuttuvien kustannuksien summasta. Kiinteät kustannukset eivät riipu tuotannon määrästä eivätkä muutu, vaikka toiminta-aste muuttuisi. Muuttuvat kustannukset ovat riippuvaisia toiminta-asteesta ja niihin kuuluvat esimerkiksi varaosien hankintakustannukset. (Tennberg 2011)

Kiinteät kustannukset kuukaudessa (Taulukko 2). Palkat on merkattu siten että jokaisen palkka on 2000€/kk. Kaikki kustannukset ovat vain arvioita.

TAULUKKO 2. Kiinteät kustannukset kuukaudessa.

Kiinteät kustannukset		
kk		
Vuokra + vesi	3000	€
Sähkö	2000	€
Palkat	8000	€
Yhteensä	13000	€

Muuttuvien kustannuksien osuus on arvioitu olevan 2000 €. Koska kokonaiskustannukset ovat kiinteiden- ja muuttuvien kustannuksien summa, niin näin ollen kokonaiskustannukset kuukaudessa ovat 15 000 €. Tähän summaan ei sisälly työkalu- tai laitehankintoja, sillä ne lasketaan erikseen ja ne säilyvät lähes samoina koko ajan.

4.4 Poistot

Työkalujen ja laitteiden hankinta on arvioitu kustantavan 20 000 €. Kaikilla laitteilla joita hankitaan, oletetaan olevan 5 vuoden poisto suositus. Voidaan laskea kaikkien laitteiden poistot yhteen. Poistolasku -periaatteena käytetään annuiteetti laskelmaa (Taulukko 3).

TAULUKKO 3. Poistot

Poistot					
Koneet, laitteet, työkalut, atk-laitteet, toimisto tarvikkeet ym.					
Hankinta arvo		20000	€	Korko	10 %
Poisto v.	Annuiteetti	Korko	Poisto	Poistamatta	
1. vuosi	5276	2000	3276	16724	
2. vuosi	5276	1672	3604	13120	
3. vuosi	5276	1312	3964	9156	
4. vuosi	5276	916	4360	4796	
5. vuosi	5276	480	4796	0	

4.5 Lainan tarve

Yrityksen perustamista varten on otettava pankista lainaa. Lainan määrä on arvioitu olevan 45 000 €, koska tällä katettaisiin 3 ensimmäisen kuukauden kiinteät kustannukset. Aloitukseen tarvittava raha on vähintään 3 kuukauden kiinteät kustannukset (Taulukko 4).

TAULUKKO 4. Aloitukseen tarvittava raha.

Aloitukseen tarvittava raha	€
Perusvaraosa varasto	6000
Kiinteät kustannukset 3kk	57000
Muut kustannukset	2000
Oma pääoma	20000
Lainan tarve	45000

Oletetaan yläkanttiin ja sanotaan koron olevan 10 % ja lainan takaisinmaksun olevan 5 vuotta. Voidaan käyttää samaa taktiikkaa kuin poistoissa eli maksaa lainaa annuiteettimenetelmällä (Talukko 5).

TAULUKKO 5. Lainan takaisinmaksusuunnitelma.

	Lainan maksu			
	Lainan suuruus	45000		
	Korko	10 %		
Poisto v.		Korko	Poisto	Poistamatta
1. vuosi	11871	4500	7371	37629
2. vuosi	11871	3762,9	8108,1	29520,9
3. vuosi	11871	2952,09	8918,91	20601,99
4. vuosi	11871	2060,2	9810,8	10791,189
5. vuosi	11871	1079,12	10791,9	-0,6921

5 KORJAAMON SUUNNITTELU

5.1 Tilat

Korjaamo tulee suurella todennäköisyydellä toimimaan aluksi vuokratiloissa. Tilan ei tarvitse olla läheskään yhtä suuri, kuin monet autokorjaamot, sillä moottoripyörät eivät tarvitse niin suurta tilaa. Lisäksi moottoripyöränostimet ovat selvästi autonostimia pienempiä. Korjaamotiloihin tulee sovittaa 4 pyöränostinta, rengastyökone, tasapainotuskone, osienpesukone, 2 ATK-laitteet, 2 öljytynnyriä, jätepiste, 5 Työtasoja ja muutama hyllykkö työkaluille ja varaosille. Lisäksi yritys tarvitsee toimistotilan ja asiakkaiden vastaanottopisteen. Olisi hyvä, jos asiakkaiden vastaanottopiste ja korjaamotila olisi erotettu toisistaan.

Tiloihin kuuluu myös varastotila, jossa säilytetään varaosia ja pieni myymälä. Lisäksi korjaamotilan yhteydessä olisi hyvä sijaita pesutila.

On myös otettava huomioon yrityksen tavoite säilöä vähintään 150 moottoripyörää talven ajaksi. Moottoripyörä tarvitsee tilaa keskimäärin noin 2 m². Arvio toimitilan tarpeesta on 400 m².

5.2 Huoltokapasiteetti

Korjaamon kapasiteetti huoltaa moottoripyöriä on 4 nostinpaikkaa ja 4 asentajaa. Jos oletetaan, että yhden pyörän huoltoon menee 2 tuntia, niin päivässä voidaan huoltaa noin 8 moottoripyörää. Todellisuudessa pyöriä pystytään huoltamaan päivässä 4-6 kappaletta, sillä kaikki työntekijät eivät tee asentajan työtä koko ajan.

5.3 Jätehuolto

Korjaamo tuottaa monia ongelmajätteen luokiteltuja jätteitä. Esimerkiksi öljyt, jäähdytysnesteet, jarrunesteet ja akut. Jäteöljyt kerätään aina isoon tynnyriin.

Tynnyrin täyttyessä se toimitetaan laitokseen, joka on valtuutettu käsittelemään jäteöljyjä. Myös jäähdytys- ja jarrunesteet kerätään erilliseen säiliöön ja toimitetaan jätteenkäsittelylaitokselle. Akut kerätään myös omaan paikkaansa ja toimitetaan lopuksi eteenpäin. Ongelmajätteiden lisäksi korjaamo tuottaa paljon muovi-, pahvi- ja metallijätettä. Näille jätteille on omat paikkansa ja jätehuoltoyhtiö tulee keräämään ne tietyn väliajoin pois.

5.4 Laitteet ja työkalut

Pieni moottoripyöräkorjaamo tarvitsee toimiakseen muutamia kappaleita peruskorjauksiin tarvittavia laitteita (Taulukko 6).

TAULUKKO 6. Moottoripyöräkorjaamon välttämättömät laitteet

Laite	Kappalemäärä
Moottoripyöränostin	4
Rengastyökone	1
Tasapainotuskone	1
Hitsauslaite	1
Osienpesukone	1
Painepesuri	1
Hiomalaite	1
Tietokone	2
Kompressori	1
Pylväsporakone	1
Pakokaasuimuri	2
Tulostin	2

Taulukon 6 laitteet ovat välttämättömät laitehankinnat toimivan korjaamon edellytykseksi. Lisäksi korjaamoon hankitaan Erikoistyökaluja ja ylimääräisiä työkaluja (Taulukko 7).

TAULUKKO 7. Moottoripyöräkorjaamon työkalut

Työkalu/laitte	Kappalemäärä
Takapukki	3
Etupukki	2
Keskipukki	2
Crossipukki	1
Kolvi	1
Rälläkkä	1
Viilapenkki	2
Kuumailmapuhallin	1
Akkuporakone+teräsarja	3
Akkulaturi	2
Pulttipyssy	2
Öljynsuodatinavainsarja	2
Kiintoavainsarja	6
Hylsysarja	4
Hylsysarja 2	4
Erikoishylsyt	2
Momenttiavain	4
Pieni momenttiavain	4
Räikkävääntimiä	8
Ruuvimeisselisarjoja	8
Pihdit	8
Vasarat	8
Mittatyökalut	4
Muut tarpeelliset työkalut	Tarpeen mukaan

Uudet laitteet tulevat olemaan kalliita, joten yritys hankkii käytettynä sen minkä voi. Työkalu- ja laitebudjetti on suunniteltu olevan 20 000 €. Taulukoista puuttuu yleishyödylliset ja tarpeelliset välineet kuten vipperit ja ensiapulaukut, mutta nämä ovat sisällytetty budjettiin.

5.5 Varaosavarasto ja myytävät tuotteet

Yritys ei tule aluksi panostamaan varaosamyyntiin, mutta myy silti perusvaraosia kuten renkaita, öljynsuodattimia, ilmansuodattimia, ketjuja ja ketjupyöriä. Tulevaisuudessa valikoimaan kuuluu kaikki mahdolliset varaosat ja varusteet.

Voiteluaineita ja öljyjä yritys myy pääasiassa huoltojen yhteydessä, mutta niitä voidaan myydä myös suoraan tiskiltä.

6 VISIO

Yritys tulee aloittamaan pienestä ja haluaa menestyä ja kasvaa muutaman tunnetun merkin merkkikorjaamoksi ja jälleenmyyjäksi. Tärkeintä alalla on luoda hyvä imago moottoripyöräilijöiden keskuuteen. Imagoa luodaan erilaisilla tapahtumilla ja tarjouksilla. Lisäksi yritys haluaa tulevaisuudessa laajentaa toimintansa varustemyyntiin, uusien moottoripyörien ja mopojen myyntiin sekä ajoneuvovuokraukseen

Aluksi yritys keskittyy vain moottoripyörien ja mopojen huoltamiseen ja talvisäilytykseen. Jos liiketoiminta lähtee kukoistamaan, laajennetaan toimintaa myös kaikkien varaosien ja varusteiden myyntiin, uusien ajoneuvojen myyntiin ja pyörävuokraukseen.

7 ORGANISAATIO JA HENKILÖSTÖSUUNNITELMA

Yritys tulee aloittamaan toimintansa 4 henkilön voimin. 2 henkilöä hoitaa asiakkaiden vastaanottoa ja kaksi henkilöä tekee koko ajan asentajan töitä. Kun asiakkaita ei ole liikkeessä, niin voi molemmat asiakkaiden vastaanottajat tehdä myös asentajan hommia tai muita juoksevia asioita. Yritys ulkoistaa kirjanpidon, maalauksen ja kaikenlaiset koneistustyöt.

Tulevaisuudessa jos liiketoiminta menestyy, niin palkataan yritykselle sihteeri, uusien moottoripyörien myyjä ja varustemyyjä. Varustemyyjät hoitavat myös varaosien myynnin ja pyörävuokrauksen.

8 RISKIEN ARVIOINTI JA YHTEENVETO

Uuden yrityksen perustaminen ei ole ikinä yksinkertainen työ. Paljon asioita pitää ottaa huomioon ja kaikkea on mahdoton ennakoida. Silti yrittäjän elämä tarjoaa vapautta ja itsenäisyyttä tehdä omia päätöksiä ja suunnitelmia. Tulevaisuudessa isoin riski liittyy varmasti korjaamon sijaintiin. Liian syrjäinen tai liian ruuhkainen paikka ei houkuttele asiakkaita. Opinnäytetyössä on pohdittu perusasioita yrityksen perustamisen kannalta ja niitä tullaan käyttämään tulevaisuudessa hyödyksi.

Sijainnin lisäksi myös markkinoinnin on onnistuttava, sillä muuten asiakkaat eivät löydä yritystä. Tärkeää on myös onnistua alussa tehtävissä huoltotöissä ja korjauksissa, jotta sana leviäisi laadukkaasta ja edullisesta huollosta.

LÄHTEET

1. Fonectan karttapalvelu. Luettu 16.3.2011
<http://www.fonecta.fi/search.ds?pageType=YELLOW&what=moottoripy%C3%B6r%C3%A4huolto&where=tampere&distance=0&defaultCountry=&allCategorySearch=false>
2. Iltalehden julkaisema STT:n uutinen 3.1.2010
http://www.iltalehti.fi/autot/2010010310868565_au.shtml
3. Kajasrinne, J. insinööri. 2011. Haastattelu 15.4.2011. Haastattelija Koskimäki, M. Tampereen ammattikorkeakoulu.
4. Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Oy Edita Ab
5. Tennberg, H. Tampereen ammattikorkeakoulun kurssimateriaali 2011
6. Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi
<http://www.ake.fi/AKE/Tilastot/Ajoneuvokanta/Ajoneuvokanta+2010/Ajoneuvokanta+2010.htm>