

Kaisa Elina Turunen

KOTITYÖPALVELUN
TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI
LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN
PERUSTANA

Opinnäytetyö
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma


2011




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 19.11.2011	
Tekijä Kaisa Elina Turunen		Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma	
Nimeke Kotityöpalvelun toimintaympäristöanalyysi liiketoimintasuunnitelman perustana			
Tiivistelmä Opinnäytetyön tarkoituksena oli analysoida kotityöpalvelun toimintaympäristöä osana liiketoimintasuunnitelman laadintaa. Opinnäytetyön tuloksena syntyi liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle. Toimintaympäristöanalyysi toimii näin ollen opinnäytetyön tausta-aineistona liiketoimintasuunnitelman laadintaprosessissa. Toimintaympäristöanalyysin lähteinä opinnäytetyössä on käytetty alalle tyypillisiä tutkimuksia, tilastoja sekä kirjallisuutta. Ennen varsinaista liiketoimintasuunnitelman laatimista on opinnäytetyössä perehdytty toimintaympäristöanalyysin lisäksi liiketoimintasuunnitelman rakenteeseen ja periaatteisiin erilaisten yrityssivustojen ja yritysoppaiden avulla. Toimintaympäristöanalyysissä tutkimuksen kohteena olivat yhteiskunnallisten tekijöiden poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset ja teknologiset vaikutteet, sekä kilpailutilanteen analysointi. Kilpailutilanteen tarkastelun kohteena olivat markkinointi, palveluvalikoima, palveluiden hinnat, laatu, sekä asiakkaat. Pyrkimyksenä oli tunnistaa näiden tekijöiden joukosta oman yrityksen tulevia kilpailuetuja, sekä selvittää toimialan keskeisiä menestymisen edellytyksiä. Yhteiskunnallisten tekijöiden sekä kilpailutilanteen analyysit tukevat myös monin tavoin itse liiketoimintasuunnitelman laadintaprosessia, koska täten pystytään löytämään sellaiset tekijät, jotka vaikuttavat laadittavaan yritys-suunnitelmaan nyt ja tulevaisuudessa. Toimintaympäristön analysointi lisää merkittävästi tarvittavaa tietämystä toimialan keskeisistä piirteistä kotityöpalveluyritys sektorille aikovalle yrittäjälle. Tuleva yhteiskunnallinen kehitys on kotityöpalveluyrittäjälle myönteinen, sillä odotettavissa on väestön ikääntymistä, kunnallisen sektorin palvelujen supistamista ja osittain näistä tekijöistä johtuvaa työssäkäyvien ihmisten työpanosten lisäämistä. Kilpailueduiksi analyysin johtopäätöksinä saadut tulokset liittyvät markkinallisiin toimenpiteisiin ja erilaisiin toiminnallisiin laatutekijöihin. Toimintaympäristöanalyysin tulokset on sisällytetty varsinaiseen liiketoimintasuunnitelmaan, joka on tehty yrityksen liikeidean analysointimenetelmiä käyttäen. Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisuudessaan opinnäytetyön liitteenä ja sen tarkoituksena on toimia työvälineenä yrityksen perustamisvaiheessa sekä esimerkiksi rahoitusta haettaessa.			
Asiasanat (avainsanat) kotityö, toimintaympäristö, analyysi, liiketoiminta, yrittäjyys			
Sivumäärä 38 s. + liite 15 s.	Kieli Suomi	URN	
Huomautus (huomautukset liitteistä)			
Ohjaavan opettajan nimi Riitta Tuikkanen		Opinnäytetyön toimeksiantaja	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis November 19, 2011	
Author Kaisa Elina Turunen		Degree programme and option Hospitality Management	
Name of the bachelor's thesis Housework service operational environment analysis as a basis for business plan			
Abstract <p>The purpose of the thesis work was to analyze housework services operational environment as part of a business plan. The operational environment analysis study focused on political, economical, social and technological influences, as well as competitive factors. Competition was analyzed using factors such as marketing, service range, service costs, quality and customers. The operational environment analysis significantly increases the required knowledge of the industry's central aspects for anyone attempting to become an entrepreneur in the housework service sector. The purpose was to identify future competitive advantages among these factors, as well as to clarify central success factors within the sector. Furthermore, social factor and competitive advantage analyses support the business plan compilation process, as it enhances definition of such factors will therefore have an impact on the business plan. Operational environment analysis results are included in the actual business plan.</p> <p>Operational service analysis serves thus as background for the thesis work business plan composition. Typical studies, statistics and literature for the sector have been used as reference material for this thesis work. Prior to composing the actual thesis work business plan, operational environment analysis as well as business plan structure and principles were studied using various business web sites and guides.</p> <p>The composed business plan has been compiled using business concept analysis methods. Housework service operational environment's emerging tendencies and competitive advantages are underlined. The future social development is positive for housework service providers, as we are facing population ageing, municipal sector service reductions and employee labor enhancement. Analysis identified factors related to marketing and operative quality aspects as competitive advantages. The business plan is attached to the thesis work and it is meant to serve as a tool during business start-up and for funding applications.</p>			
Subject headings, (keywords) Housework, operational environment, analysis, business plan, enterprise			
Pages 38 pgs, + app 15		Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices			
Tutor Riitta Tuikkanen		Bachelor's thesis assigned by	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	1
2	KOTITYÖPALVELUT- TAUSTAA JA KÄSITTEITÄ.....	2
	2.1.1 Kotityöpalvelu.....	2
	2.1.2 Kotityöpalvelujen tuottajat	3
	2.1.3 Kotityöpalveluyrittäjyys.....	4
	2.1.4 Yrittäjäksi ryhtyminen	5
3	KOTITYÖPALVELUN TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI.....	6
	3.1 Yhteiskunnallinen toimintaympäristö	6
	3.1.1 Poliittiset tekijät	7
	3.1.2 Taloudelliset tekijät	10
	3.1.3 Sosiaaliset tekijät	12
	3.1.4 Teknologiset tekijät	14
	3.1.5 Yhteenvedo	15
	3.2 Kotityöpalveluyrityksen kilpailutilanne	16
	3.2.1 Hinnoittelu	16
	3.2.2 Palveluvalikoima	18
	3.2.3 Markkinointi	20
	3.2.4 Laatu.....	22
	3.2.5 Asiakkaat.....	23
	3.2.6 Asiakkaiden ostomotiivit ja arvot.....	25
	3.2.7 Yhteenvedo	26
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	27
	4.1.1 Toiminta-ajatus ja liikeidea	28
	4.1.2 Yhtiömuodon valinta ja perustamistoimenpiteet.....	29
	4.1.3 Asiakasryhmittely	30
	4.1.4 Markkinoinnin suunnittelu.....	31
	4.1.5 Hinnoittelun suunnittelu	32
	4.1.6 Yrityksen talous ja rahoitus	34
	4.1.7 SWOT- analyysi.....	35
	4.1.8 Liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle.....	35
5	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	37

LÄHTEET

LIITE 1. Liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kotityöpalvelun toimintaympäristöanalyysin kautta tarkentaa toimialaan liittyviä osa-alueita opinnäytetyöntekijälle sekä tulevaisuudessa kotityöpalvelusektorille suuntaavalle yrittäjälle. Toimintaympäristöanalyysi toimii samalla tausta-aineistona liiketoimintasuunnitelman laadinnassa. Opinnäytetyössä on laadittu liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle. Analyysissä pyrkimyksenä on löytää toimintaympäristöstä yrityksen menestystä lisääviä tekijöitä, sekä kilpailuedun lähteitä. Opinnäytetyö on kolmivaiheinen prosessi. Opinnäytetyön alkuosassa perehdytään teoreettisesti toimialaan, minkä jälkeen syvennytään kotityöpalvelun toimintaympäristöanalyysiin. Analyysin tulokset nivoutuvat yhdessä liiketoimintasuunnitelman teoria-aineiston kanssa varsinaiseen liiketoimintasuunnitelmaan. Liiketoimintasuunnitelma kokonaisuudessaan on työn liitteenä. Työn olen rajannut niin, että opinnäytetyö toimii yrittäjäksi ryhtyvän apuvälineenä kotityöpalveluyrityksen perustamisvaiheessa ja liiketoimintasuunnitelmassa ulkopuolelle jäävät opinnäytetyöntekijän perustiedot sekä osaamistason tarkastelu.

Kiinnostukseni yrittäjyyttä kohtaan juontaa juurensa pitemmälle aikavälille, kun perheyrittäjyyttä on saanut seurata lähietäisyydeltä. Erityisesti on kiinnostanut se, miten jatkossa voisi itsensä työllistää tulevaisuudessa kotityöpalveluyrityssektorille. Halusin tehdä opinnäytetyön sellaisesta aiheesta, josta minulle on kaikista eniten hyötyä tulevaisuudessa. Motiivina oli myös kokeilla liiketoimintasuunnitelman laatimista, jota en aikaisemmin ollut tehnyt. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on syytä käydä asioita ensin paperilla läpi, ennen varsinaisen yritystoiminnan aloittamista ja niinpä opinnäytetyöstä on muovautunut liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle. Ensisijaisesti liiketoimintasuunnitelma toimii käsikirjoituksena kotityöpalveluyritystä harkitseville henkilöille. Toissijaisesti sillä haetaan yritykselle erilaisia rahoitusmuotoja kuten esimerkiksi starttirahaa, sekä naisyrittäjälainaa Finnveralta. Valmis liiketoimintasuunnitelma antaa mahdollisuuden hakea rahoitusta toiminnalleen.

Väestön ikääntyessä kotityöpalvelujen tarve on lisääntynyt ja palveluja tullaan ohjaamaan paljon koteihin. Kotityöpalveluissa keskeisenä tekijänä on se, että autetaan kotona asuvia ihmisiä arjen perusaskareissa, joissa ei välttämättä tarvita terveyden- ja sairaanhoitoalan ammattikoulutusta. Palvelut voivat koostua esimerkiksi kotisiivouk-

sesta, ruoanvalmistuksesta sekä tilapäisestä lastenhoidosta. Kotityöpalvelut käsittävät laajan palveluvalikoiman yrittäjän osaamistason mukaan ja niitä räätälöidään asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Kotityöpalvelua voi käyttää kuka tahansa niitä tarvitseva.

2 KOTITYÖPALVELUT- TAUSTAA JA KÄSITTEITÄ

2.1.1 Kotityöpalvelu

Kotitalouksille suunnatuista palveluista on tutkimuksissa ja tilastoissa käytetty muun muassa käsitteitä kotipalvelu, hoivapalvelu, tukipalvelu, peruspalvelu, kotityöpalvelu, siivouspalvelu, ateriapalvelu sekä remontti (Varjonen ym. 2005, 11). Asiakkaan kotona tehtävistä, tavanomaisista kotitöitä korvaavista palveluista käytetään käsitettä kotitalouspalvelu, että kotityöpalvelu. Tavanomaisia kotitöitä ovat esimerkiksi ruoanvalmistus, siivous, pyykinpesu, asiointi sekä ihmisten hoito ja hoiva. Kotitalousvähenyksen oikeuttaa tavanomainen kotitalous-, hoiva- tai hoitotyö sekä asunnon ja vapaa-ajanasunnon kunnossapito- ja parannustyö. (Varjonen ym. 2007, 1.)

Varjosen ym. mukaan (2005, 10 - 11) ajankäyttö jaetaan kuuteen pääluokkaan: nukkuminen, ruokailu ja muut henkilökohtaiset tarpeet, ansiotyö, opiskelu, vapaa-aika ja kotityö. Kotityöt jaetaan seuraavasti:

- kotitaloustyöt (ruokataloustyöt, siivous ja pyykinpesu)
- huoltotyöt (muun muassa remontit ja pihanhoito)
- muut kotityöt (muun muassa asioiden järjestely ja suunnittelu)
- lastenhoito
- ostokset ja asiointi
- kotitöihin liittyvät matkat.

Kotityö muuttuu palveluksi, kun se hankitaan kodin ulkopuolelta ja näin syntyy käsite kotityöpalvelut. Kotityöpalveluiden osa-alueita ovat seuraavat kodeissa tehtävät työt: siivous, kunnostus ja huolto, tekstiili- ja vaatehuolto, pihan- ja puutarhanhoito, ruokapalvelut sekä ikääntyvien avustaminen ja asiointi. Opinnäytetyössäni käytän käsitettä kotityöpalvelut, koska ne korvaavat muuten itse tehtyä työtä ja ovat ihmisten ja kodin

arkityötehtäviä. Kotityöpalvelut sisältävät eri-ikäisten, erilaisissa elämäntilanteissa sekä ympäristöissä elävien ihmisten arjen auttamista. (Härkki ym. 2007, 5 - 6.)

2.1.2 Kotityöpalvelujen tuottajat

Kotityöpalveluja tuottavat julkinen, yksityinen ja kolmas sektori. Verovaroin kustannettavia sosiaalipalveluja ovat pääosin kuntien ja muiden julkisen sektorin tuottamia. Kotityöpalvelujen kysynnän kasvu on vaatinut sosiaalipalveluissa tukeutumista osin ostopalvelujen käyttöön, joita tuottavat yksityinen ja kolmas sektori. Ostopalveluja tilaavat ja maksavat kuluttajat, kunnat sekä muut julkisin varoin toimivat ostajat. Suomalaisista arviolta 25 prosenttia käyttää ostettuja kotityöpalveluja. (Härkki ym. 2007, 5.)

Härkki ym. (2007, 6) tiivistää, että julkisen sektorin kotipalveluilla tarkoitetaan kunnan järjestämiä palveluja avun tarpeessa oleville asukkailleen arkielämästä selviytymiseksi (Sosiaalihuoltoasetus 607/83). Julkisen sektorin palveluista on käytetty käsitettä kotipalvelu. Kotipalveluun on sisältynyt terveydenhoito ja kodinhoito. Kodinhoitoon on liittynyt ruoanvalmistusta, siivousta sekä kaupassa asiointia. Lähiaikoina julkiset resurssit ovat käyneet riittämättömiksi lisääntyvään kysyntään nähden, joten kuntien kotipalvelusta kodinhoito on rajattu pois. Kunnissa kotipalvelu on useimmiten rajattu kaikkein huonokuntoisimpien kuntalaisten välttämättömään sairaanhoitoon. Näin kotipalvelu käsite julkisen sektorin palveluista on muuttunut kotihoidoksi, joka tarkoittaa kuntien palveluja kodeissa, jotka keskittyvät sairauden hoitamiseen. (Härkki ym. 2007, 6.)

Yksityisillä palveluntarjoajilla tarkoitetaan itsenäisiä yrittäjiä, jotka ovat yksin omalla toiminimellään toimivia elinkeinoharjoittajia, osakeyhtiöpohjaisia pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Yksityiseen sektoriin kuuluvat myös henkilöstöyritykset, osuuskunnat ja erilaiset järjestöt. Suurin osa yrityksistä on yhden hengen yrityksiä, joissa puutteellinen liiketoimintaosaaminen voi johtaa palvelujen alihinnoitteluun ja ylikuormittumiseen. Alalla on paljon naisyrittäjiä ja maahanmuuttajien yrittäjäyys on lisääntymässä. (Varjonen ym. 2007, 7.)

Kolmannella sektorilla tarkoitetaan niitä kotityöpalvelujen tuottajia, jotka eivät toimi kokonaisuudessa valtion tai kuntien rahoituksella, eivätkä ole voittoa tavoittelevaa liiketoimintaa. Usein näillä tarkoitetaan vapaaehtoisjärjestöjä, jotka saavat osan rahoituksestaan muusta kuin vapaaehtoistoiminnasta. Yleisin kolmannen sektorin rahoituksen lähde on Raha-automaattiyhdistys, jonka rahoitus tulee muun muassa yhteiskunnassa tarjottavien pelien kuten Loton ja Veikkauksen kautta. (Härkki ym. 2007, 18.)

Viime vuosina on paljon perustettu kotityöpalveluyrityksiä. Kotityöpalveluyrityksiä vuonna 2007 oli 1177 yritystä, sekä henkilöstöä 2193. (Kettunen 2009, 13.) Tarkkojen tunnuslukujen saaminen markkinoiden laajuudesta on vaikeata käsitteellisten epäselvyyksien ja palvelujen tilastointiin liittyvien ongelmien vuoksi (Varjonen ym. 2007, 7).

2.1.3 Kotityöpalveluyrittäjäyys

Kotityöpalveluissa työn fyysisenä ympäristönä on ihmisten koti. Kotityöpalveluyrittäjältä odotetaan luotettavuutta, siivousvälineiden ja pesuaineiden käyttötaitoa sekä ahkeruutta. Koti on jokaisen omaa aluetta ja sen yksityisyyttä tulee arvostaa. Kotityöpalvelun tuottaminen kodeissa on luottamuksen ja yksityisyyden ehdoilla tapahtuvaa toimintaa. Kotityöpalveluyrittäjältä vaaditaan vuorovaikutustaitoja, tunnollisuutta, uusien työtapojen omaksumista ja mukautumista työrytmiin sekä työtehtäviin. Ennen kaikkea tulee täyttää asiakkaan odotukset sekä palvella kodin asukkaita ammattimaisella otteella, niin että tieto-taito näkyy työotteissa. (Härkki 2008.)

Kotipalvelutyö vaatii tekijältään hyvää fyysistä kuntoa. Työn fyysisen kuormittavuuden ongelmat liittyvät työtapoihin ja työvälineisiin. Työnteko tapahtuu toisen kodissa, joten siellä ei välttämättä ole ergonomisesti suunniteltuja työvälineitä tai työtiloja. Selkä voi kuormittua kierto- ja kiertoliikkeissä ja nostot tapahtuvat helposti väärin, aiheuttaen tuki-, ja liikuntaelinten sairauksia. Työn suunnittelulla ja oikeilla työvälineillä pystytään ehkäisemään kuormittavuutta ja parantamaan työn jälkeä sekä kannattavuutta. Sen takia on syytä pitää itseään kunnossa kaiken aikaa, jos mieli kotipalvelutyön omakseen. (Härkki 2008.)

Härkki ym. mukaan (2007, 137) yrittäjämäisyys tarkoittaa sitä, että ”kantaa huolta ja toimii sen eteen, että työtä riittää. Sen lisäksi on tehtävä työnsä niin hyvin, että kehtaa illalla katsoa peiliin ja kiittää. Tulee siis toimia niin, että tienaa oman palkkansa. Kaikkien, jotka haluavat tehdä kotien palveluista itselleen antoisan ammatin, tulee toimia yrittäjämäisellä työotteella”.

2.1.4 Yrittäjäksi ryhtyminen

Yrittäjä on henkilö, joka yksin tai yhdessä muiden henkilöiden kanssa ryhtyy rakentamaan liiketoimintaa jonkun havaitsemansa tarpeen varaan. Yrittäjien tavoitteena on tehdä liiketoiminnalla voittoa sen rinnalla, että kantaa myös liiketoiminnan mahdolliset riskit. Yrittäjään liitetään monia ominaisuuksia, kuten rohkeus, ennakkoluulottomuus ja uteliaisuus, ahkeruus ja kunnianhimoisuus. Yrittäjä on sitkeä, työteliäs ja innovatiivinen persoona. (Kainlauri 2007, 27.)

Kotityöpalveluyrityksen perustamiseen ei väittämättä tarvita suuria investointeja. Yrittäjäriski on aina olemassa, mutta kotityöpalveluyrittäjällä se on suhteellisen pieni. Kotityöpalvelusektori on matalan tuottavuuden ala, joten talouden seuraaminen on tarpeen heti alusta alkaen. Kaikki kotityöpalveluyrittäjyyteen liittyvät osa-alueet: hinnoittelu, markkinointi, laskutus, kirjanpito ja verotuskäytännöt koskevat myös tätä alaa sekä alkavaa yrittäjää. Ollakseen hyvä kotityöpalveluja tuottava yrittäjä tulee näihin osa-alueisiin perehtyä ainakin päällisin puolin, vaikka näistä voi osan ulkoistaa. Monet yrittäjät jättävätkin kirjanpidon ja verotuksen siihen keskittyvän yrityksen hoidettavaksi ja näin ollen ovat keskittyneet ns. ydinpalvelujen tuottamiseen. (Härkki ym. 2007, 142 - 143.) Yksityisyrittäjyydessä yhdistyy voimat motivoituneesta työntekijästä, pienestä ja joustavasta yrityksestä. Työntekijän puolelta yrittäjyys voi olla parempi vaihtoehto kuin se, että työskentelee isossa yrityksessä esimerkiksi siivoojana. Yrittäjällä säilyy oma vapaus sekä työn taloudellinen tulos koituu omaksi hyväksi, mikä tekee työstä paljon kiinnostavamman. Jos yrityksen perustaa liian vähillä ammatillisilla valmiuksilla kuvitellen tekevänsä hyvää bisnestä, voi palvelun laatu kärsiä. (Varjonen ym. 2005, 64.)

3 KOTITYÖPALVELUN TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI

Seuraavassa on perehdytty tarkemmin kotityöpalvelun toimintaympäristöön sekä kilpailutilanteen analyysiin. Toimintaympäristöanalyysi on aikaan ja toiminnalliseen ympäristöön liittyvien tekijöiden tutkimista ja ymmärtämistä, sekä liiketoiminnan suhteuttamista niihin. Toimintaympäristöanalyysi edellyttää muutamien perusasioiden läpikäymistä. Alkavan yrittäjän tulee arvioida meneillään olevaa kehitystä ja tulkintoja toimintaympäristön muutoksista. (Kainlauri 2007, 53.) Sen avulla yritys kerää tietoa toimintansa rakentamiseen. Hyvin keskeisiä asioita ovat esimerkiksi asiakkaiden ostomotiivit. Huolellisen arvioinnin kautta ymmärretään syyt, joiden perusteella tulevat asiakkaat valintansa tekevät. (Pitkämäki 2000, 12.) Yrityksen toimintaympäristön tarkastelun kohteena voivat olla muun muassa toimiala ja sen muutokset, kilpailutilanne, asiakkaat, tavaroiden ja palveluiden toimittajat, yhteiskunnalliset tekijät, sekä muut sidosryhmät (Pitkämäki 2000, 7).

Kotityöpalvelun toimintaympäristöanalyysin kohteeksi olen työssäni nostanut yhteiskunnallisista tekijöistä poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset sekä teknologiset tekijät. Kilpailutilanneanalyysissä tarkastellaan yrityksen markkinointia, palvelujen laatua, palvelujen hintatasoa, palveluvalikoimaa sekä asiakkaita. Eritoten tarkastellaan tulevaisuudessa ilmeneviä kehityssuuntia, sekä liiketoimintaan tarvittavia kilpailuedun lähteitä. Kaikkia toimintaympäristön muutoksia ei pysty aina huomioimaan yritystoiminnassa, mutta muutoksia pystyy ennakoimaan tarkastelemalla meneillään olevaa kehitystä sekä toimintaympäristön eri osa-alueita.

3.1 Yhteiskunnallinen toimintaympäristö

Härkki ym. mukaan (2000, 13) kotityöpalveluiden ostopäätökseen voivat vaikuttaa esimerkiksi perheenjäsenten nettopalkat (taloudellinen), kotityön tuotantoteknologia (teknologinen), markkinapalveluiden hinnat (poliittinen), perheenjäsenten tottumukset, maut ja asenteet (sosiaalinen). Yhteiskunnalliseen toimintaympäristöön liittyy myös verotus, joka vaikuttaa työmarkkinoilta saatavaan nettopalkkaan, kuin markkinoilta ostettavien palveluiden hinnoitteluun.

Pohjoismainen hyvinvointiyhteiskunta on antanut kansalaisilleen hyvät sosiaalipalvelut. Suomi on velkaantunut, verotus on korkeaa, sekä työttömyys. Yhä harvempi elättää yhä useampaa. Julkiset resurssit eivät riitä tulevaisuudessa yhteiskunnan tarjoamien sosiaalipalvelujen samankaltaiseen tuottamiseen. Nykyään on havaittavissa esimerkiksi kotityöpalvelujen kysynnän lisääntymistä kotitalouksien tarpeiden muuttumisen myötä. (Härkki ym. 2007, 2.) On olemassa erilaisia malleja analysoida yrityksen toimintaympäristöä. Seuraavassa tarkastelen kotityöpalvelun toimintaympäristöä poliittisten, taloudellisten, teknologisten ja sosiaalisten tekijöiden muodostamana kokonaisuutena.

3.1.1 Poliittiset tekijät

Poliittiset päätökset ohjaavat yleistä asennetta ja ilmapiiriä yritystoimintaa kohtaan. Lainsäädäntö ja siihen liittyvät muutokset vaikuttavat kuluttajiin, yrityksiin sekä markkinoihin. (Kainlauri 2007, 47.) 2000-luvulla poliittinen ilmapiiri on muuttunut yrittäjämyönteiseksi. Se on vaikuttanut yrittäjien arvostamiseen ja tätä kautta myös eläkkeisiin, verotukseen, yrityslainsäädäntöön, saataviin tukiin, julkiseen rahoitukseen sekä yrittämisestä aiheutuviin riskeihin. (Pitkämäki 2000, 67.) Pääministeri Jyrki Kataisen hallitusohjelman mukaan (2011, 39) yksityis- ja mikroyritysten tilannetta parannetaan seuraavalla hallituskaudella. Yrittäjien hallinnollista taakkaa vähennetään ja maksuihin sekä veroihin liittyviä prosesseja tehostetaan. Myös yhteisöverokantaa alennetaan. Hallitus kannustaa monin tavoin yrityksiä kasvamaan ja kansainvälistymään. Uusien yritysten syntyminen ja toimivien yritysten kasvun ja kansainvälistymisen kannustaminen ovat hallituksen yrityspolitiikan keskeisiä tavoitteita.

Varjosen ym. mukaan (2005, 6) kotitalouspalvelujen lisääntyvän käytön uskotaan luovan uusia yrityksiä ja uusia työpaikkoja. Etenkin vähän koulutetut sekä matalapalkkaiset henkilöt työllistyvät. Samalla palvelujen käyttö lisää työn ja perheen yhteensovittamista. Myös ikääntyvä väestö kykenee asumaan palvelujen turvin omassa kodissaan pitempään kuormittamatta julkisen sektorin ylläpitämiä vanhus- ja palvelutaloja.

Poliittiseen toimintaympäristöön kuuluu hallituksen määrittelemät verovähennykset kotona teetetystä työstä. Kotona teetetyn työn kustannukset saa vuonna 2010 (määrä sama kuin vuonna 2011) osittain vähentää veroista, vähentää saa 30 % maksetusta

palkasta ja palkan sivukulut, jos työn tekee palkattu työntekijä. Jos työn tekee ennakkoperintärekisteriin kuuluva yritys tai yrittäjä taikka yleishyödyllinen yhteisö, vähennys on silloin 60 % laskussa olevasta työn osuudesta, työkorvauksesta. Työkorvauksella tarkoitetaan ennakkoperintälaisissa yrittäjälle, yritykselle tai yleishyödylliselle yhteisölle työn tekemisestä maksettua korvausta, joka ei ole luonteeltaan palkkaa. (Verohallinnon ohje Dnro 185/32/2009.)

Kotitalousvähennys on henkilökohtainen. Se ei ole kotitalouskohtainen, joten esimerkiksi puolisoista vähennyksen voi saada kumpikin erikseen, jos heillä on riittävästi vähennettäviä kustannuksia. Vuodesta 2009 alkaen vähennyksen enimmäismäärä on 3000 euroa vuodessa (määrä on sama vuonna 2011). Vähennettävien kustannusten omavastuu vuodessa on 100 euroa. Vähennys tehdään verovelvollisen veroista. Vähennykseen oikeuttaa tavanomainen kotitalous-, hoiva- tai hoitotyö sekä asunnon ja vapaa-ajan asunnon kunnossapito- ja perusparannustyö. Tavanomaisuusvaatimus koskee sekä kotitaloustyötä että hoiva- ja hoitotyötä. Tavanomaisuudella tarkoitetaan työtä, jota normaalisti tehdään kodin ja siellä asuvien henkilöiden hyväksi. Kotitalousvähennyksen tarkoitus on ollut parantaa työllisyyttä kannustamalla kotitalouksia teettämään ulkopuolisilla sellaisia töitä, jotka ne aikaisemmin ovat tehneet itse. Lisäksi tarkoitus on ollut edistää asuntojen omatoimista ylläpitotoimintaa ja torjua harmaata taloutta. (Verohallinnon ohje Dnro 185/32/2009.)

Pääministeri Jyrki Kataisen hallitusohjelman mukaan (2011, 80) kotitalousvähennyksen enimmäismäärä putoaa 3000 eurosta 2000 euroon ja 60 % korvausprosentti laskee 45 % vuonna 2012. Vähennyksen vaikutukset kotityöpalveluyrittäjyyden kannattavuuteen voivat olla tulevaisuudessa mahdollisia. Se voi vähentää kotityöpalvelujen käyttöä kotitalouksissa seuraavina vuosina, mutta näitä asioita on vaikea ennustaa tällä hetkellä.

Arvonlisäveronosuus (ALV) on otettava hinnoittelussa aina mukaan. Arvonlisävero on vero, joka peritään suoraan asiakkaalta palvelun oston yhteydessä. Yrityksien tehtävänä on lisätä hintoihin tämä vero sekä samalla tilittää saatu vero-osuus valtiolle. (Raatikainen 2007, 89.) Arvonlisävero on kulutusvero, joka maksetaan tavaran ja palvelun hankinnan yhteydessä. Yrittäjä tilittää myyntinsä mukaisen arvonlisäveronosuuden valtiolle valitsemansa maksujakson mukaisesti joko kuukausittain, neljännesvuosittain

tai vuosittain. Yleinen arvonlisäverokanta on tällä hetkellä 23 prosenttia. (Arvonlisäverotus 2011.)

Kuluttajansuojalaki koskee kotityöpalveluyrittäjän toimintaa. Kuluttajansuojalain 1. luvun 1. §:n mukaan laki koskee kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille. (Kuluttajansuojalaki 1978/38.)

Kuluttajansuojalaki määrittelee markkinoinnista:

- ei saa antaa totuuden vastaista tai harhaanjohtavia tietoja
- palvelujen hinta on aina ilmoitettava, sekä se on ilmoitettava selkeällä, yksiselitteisellä, kuluttajan kannalta helposti ymmärrettävällä ja havaittavalla tavalla
- kuluttajalle on ilmoitettava kokonaishinta
- kuluttajapalveluksia kuluttajalle tarjoavalla elinkeinonharjoittajalla on oltava maksuluettelo
- jos palvelua ei suoriteta kiinteään hintaan, yrityksen on kuluttajan pyynnöstä toimitettava tälle kirjallinen erittely, jonka perusteella voi arvioida tuotteen sisällön ja sen miten palveluksen hinta määräytyy

Kuluttajansuojalaki määrittelee sopimuksista:

- ei saa käyttää sopimusehtoa, jota hinta ja muut seikat huomioon ottaen on pidettävä kuluttajan kannalta kohtuuttomana
- palveluksen on sisällöltään, suoritustavaltaan ja tulokseltaan vastattava, sitä mitä voidaan katsoa sovitun

Kuluttajansuojalaki määrittelee palvelun toteuttamista:

- palvelus on toimitettava ammattitaitoisesti ja huolellisesti sekä ottaen huomioon tilaajan edut
- palveluksen tulee vastata sitä, mitä kuluttajalla yleensä on sellaisen palveluksen yhteydessä aihetta olettaa ja vastata laissa, asetuksessa ja viranomaisen päätöksessä asetettuja vaatimuksia

Kuluttajansuojalaki määrittelee mahdollisen vian ja puutteen hoitamista:

- kuluttajan tulee ilmoittaa virheestä yritykselle kohtuullisessa ajassa
- kuluttaja voi virheen perusteella pidättäytyä maksamasta hintaa, mutta vain virheen suuruiselta osalta, ei koko hintaa
- yrityksellä on kohtuullisessa ajassa oikeus mennä korjaamaan virhe. (Härkki 2008, 19.)

Palveluseteli on yksi keino järjestää kotitalouksille suunnatut palvelut muiden vaihtoehtojen rinnalla. Laki sosiaali- ja terveydenhuollon suunnittelusta ja valtionavustuksesta 1. luvun 4. §:n mukaan kunta voi järjestää sosiaali- ja terveydenhuollon alaan kuuluvat tehtävät antamalla palvelunkäyttäjälle palvelusetelin. Kunta sitoutuu maksamaan palvelun käyttäjän kunnan hyväksymältä yksityiseltä palvelujen tuottajalta hankkimat palvelut kunnan päätöksellä asetettuun setelin arvoon asti. (Laki sosiaali- ja terveydenhuollon suunnittelusta ja valtionavustuksesta 1992/733.)

Kunta antaa asiakkaalle palvelusetelin ja palveluntarjoaja laskuttaa kuntaa palvelusetelin arvosta. Palvelusetelin saanut asiakas maksaa palveluntarjoajalle palvelusetelin arvon ja palveluntarjoajan perimän palvelujen hinnan välisen erotuksen. Palveluseteli voi olla esimerkiksi viranomaispäätös, painettu seteli tai sähköinen kortti. Palveluntarjoajalla tarkoitetaan tässä tapauksessa yrittäjää, yritystä, järjestöä tai kolmannen sektorin palveluntarjoajaa, joka täyttää kunnan asettamat kriteerit ja on näin kunnan hyväksymä palveluntuottaja. Palveluseteli perustuu kolmen osapuolen toimintaan. Kunta on palvelujen järjestäjä ja osittain vastaa palvelun kustannuksista. Asiakas on palvelun ostaja, palvelusetelin saaja, sekä myös osittain vastaa palvelun kustannuksista. Palveluntarjoaja on palveluiden tuottaja ja suorittaja. (Härkki 2008, 34.)

3.1.2 Taloudelliset tekijät

Taloudellisen toimintaympäristön kehityksen seuraaminen on tärkeää, koska se vaikuttaa kuluttajien ostokykyyn sekä tuotteiden ja palvelujen hinnoitteluun. Samalla elintason nousu sekä lasku ja korkotaso sekä inflaatio viestivät kysynnän hidastumista tai kasvua. Ajankohtainen taloudellinen tilanne vaikuttaa palvelujen hintaan ja kysyntään. Kuluttajien kiinnostus kotityöpalveluja, kodinhoitoa sekä erilaisia terveyttä edistäviä ja hyvinvointia lisääviä palveluja kohtaan on lisääntynyt. Yleisesti kuluttajat ovat kuitenkin eri asemassa palvelujen käyttäjinä: hyvätuloiset käyttävät yksityisiä ja köyhät turvautuvat kunnallisiin palveluihin. Yksityisiltä palveluntarjoajilta odotetaan enemmän laatua, lisää vaihtoehtoja sekä enemmän yksilöllisyyttä. (Kainlauri 2007, 49 - 50.)

Kotitalousvähennystä verotuksessa hyödyntäneiden henkilöiden ja kotitalouksien määrät ovat kasvaneet vuodesta 2001 lähtien noin 35 - 50 % vuosivauhtia. Kotitalousvähennystä käyttäneiden henkilöiden ja talouksien määrä vuonna 2003 on kaksi kertaa suurempi kuin vuonna 2001, jolloin kotitalousvähennys otettiin käyttöön koko maassa. Vähennysten yhteissumma euroissa on vastaavasti kasvanut lähes kolminkertaiseksi. Tämä merkitsee sitä, että kotitalousvähennyskelpoista työtä teetetään vuosi vuodelta yhä suuremmilla summilla. Kyselytutkimuksen mukaan kotitalouspalveluita ostettiin vuonna 2004 kotitaloutta kohden 2.500 eurolla. Lisäksi talouksista kuusi prosenttia osti palveluita vuonna 2004 (talouksien yhteismäärä 2.3666.000), voidaan päätellä, että kotitalouspalveluita hankittiin vuonna 2004 reilulla 350 miljoonalla eurolla. Se on yli kolmannes enemmän kuin vuonna 2003. (Niilola ym. 2005, 79 - 80.)

Melkas tilastokeskuksen artikkelin mukaan (2008) eniten kotitalousvähennystä vuonna 2006 käyttivät kaikkein hyvätuloisimmat kotitaloudet. Kotitaloustyöhön suunnatun vähennyksen osuus on merkittävä ainoastaan ylimmän tuloluokan talouksissa. Niilolan ym. mukaan (2005, 101) kotitalousvähennystä käyttävät eniten suurituloiset, toimihenkilöt sekä johtavassa asemassa olevat, omakotitalossa asuvat sekä lapsiperheet, vähiten käyttivät eläkeläiset sekä Pohjois- ja Itä-Suomessa asuvat.

Kotitalouspalvelualojen mahdollisuudet sekä uhat sijoittuvat maantieteellisesti niin, että palvelujen kysyntä sekä työvoiman saatavuusongelmat ovat merkittävimmät pääkaupunkiseudulla sekä Uudellamaalla. Maksukykyisimmät asiakkaat sijoittuvat Etelä-Suomeen, mutta potentiaalisimmat työntekijät muualle Suomeen. Vastaavasti muualla Suomessa palveluiden kysyntä on niukempaa, mutta työntekijöitä on saatavilla enemmän. Yhteistä kaikille yrityksille on myös se, että ne potevat työvoimapulaa. Kotitalouspalvelut ovat työntensiivisiä toimialoja, joilla työntekijöiden ammattitaito sekä saatavuus ovat erittäin keskeisiä tekijöitä. Työvoimakustannusten osuus muista kuluista on suuri, keskimäärin 60 - 80 prosenttia. Työvoiman saatavuusongelmat johtuvat siivous- ja hoiva-aloilla osittain alan huonosta arvostuksesta sekä alhaisesta palkkatasosta. Työvoiman huonoon saatavuuteen vaikuttaa myös se, että työn suorituspaikka on toisten koti. Kaikki eivät halua työskennellä kotien valvotuissa olosuhteissa. Kodeissa työskenteleviltä henkilöiltä odotetaan joustavuutta ja sosiaalisuutta. (Niilola ym. 2005, 30.)

Pääministeri Jyrki Kataisen hallitusohjelman mukaan (2011, 10) tavoitteena on työllisyysasteen ylentäminen 72 prosenttiin sekä työttömyyden alentaminen viiteen prosenttiin seuraavan vaalikauden loppuun mennessä. Tällä odotetaan olevan myönteinen vaikutus yhteiskunnan talouden tilaan menojen ja verotulojen kehityksen kautta. Hallitus pyrkii toimimaan niin, että työn verotus ei kiristyisi seuraavalla vaalikaudella. Kotitalouksien ostovoiman lisääntyvästä kehityksestä huolehditaan sekä veroratkaisujen että myös perusturvan parantamisen avulla. Seuraavalla hallituskaudella vero- ja menolinjaus kannustaa työntekoon sekä lisää yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta.

Martikainen taloussanomien artikkelissa (2011) tiivistää, että suomen taloudellinen tilanne on muuttunut nopeasti huonompaan suuntaan, samaan aikaan kun euroalueen velkakriisi on kärjistynyt. Edessä ovat hyvin hankalat ajat. Talous tulee menemään miinukselle, sitä ei voi estää. Taantuma on tekniseltä määritelmältään noin puolen vuoden mittainen ajanjakso, jolloin talous painuu miinukselle eli bruttokansantuote supistuu. Asiantuntijoiden mielestä taantuma ei välttämättä ole ajankohtainen, sillä maailmantalouden notkahdus voi jäädä lyhytaikaiseksi. Valtiovarainministeriössä mielipiteet ovat myös optimistisia. Sen mukaan maailmantaloudessa ei ole odotettavissa pitkäaikaista notkahdusta.

Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen mukaan (2011):

- maailmantalouden epävarma tilanne hidastaa talouskasvua
- kokonaistuotanto kasvaa Suomessa tämän vuoden aikana vajaat 3 prosenttia, ensi vuonna noin 2 prosenttia
- yksityistä kulutusta jarruttaa ostovoiman niukka paraneminen
- yritysten investoinnit vaimenevat vientinäköymien heiketessä
- kuluttajahinnat nousevat tämän vuoden aikana 3,4 prosenttia, ensi vuonna elintarvikkeiden sekä energian hintojen nousu hidastuu
- työttömyysasteen aleneminen hidastuu
- talouskasvun hidastuminen syö budjetin tiukennustoimien vaikutuksen, julkisen velan osuuden odotetaan kasvavan.

3.1.3 Sosiaaliset tekijät

Kainlaurin mukaan (2007, 15) yrittäjän on hyvä olla tietoinen myös sosiaalisessa toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista. Kainlauri määrittelee sosiaalisesta toimintaympäristöstä muun muassa väestönrakenteen kehityksestä, asenteiden ja elämäntapojen sekä kulutustottumusten muutoksista.

Jos kotityöpalvelujen käyttö lisääntyy nykyisellä vauhdilla, yhä useampi lapsi tottuu niihin ja siirtää palvelujen käytön omiin koteihinsa. Myös oman tai perheenjäsenen toimintakyvyn vähenemisen joko sairauden, vammautumisen tai muiden seikkojen vuoksi pakottaa käyttämään palveluja. Lisäksi erilaiset elämäntilanteen muutokset, esimerkiksi perheen kasvaminen, isompi asunto tai vaikka työajan piteneminen saattavat johtaa palvelujen käyttöön. (Varjonen ym. 2005, 78.) Työssäkäyvien henkilöiden eläkkeelle siirtymisen kasvu sekä samaan aikaan kiihtyvä väestön vanheneminen edellyttää palvelujen saatavuuden turvaamiseksi valintoja (Valtioneuvoston kanslia 2009, 78).

Koulutusmyönteisyys sekä elinikäinen oppiminen ovat nykyään vallitsevia elämäntyylikriteereitä ja ovat osittain yhteiskunnan järjestämiä. Ihmiset haluavat panostaa työelämään sekä kouluttautumiseen. Kouluttautuminen on helppoa, kun valtio tukee sitä. Koulutus on verovaroin ylläpitämää ja osa yrityksistä rahoittaa koulutusta työntekijöilleen. Ihmiset ja yritykset hyödyntävät koulutusjärjestelmiä osana yhteiskunnan kehitystä sekä rakennetta. Perheissä sekä miehet että naiset hakeutuvat koulutuksen ja työn perään. Työn rytmi on nopea ja vaativa, molemmilla sukupuolilla. Muiden ihmisten hoitoon ja hoivaamiseen sekä kotitöiden tekemiseen jää työssäkäyvillä henkilöillä vähän aikaa ja voimia. (Härkki ym. 2000, 2.)

Kotityöpalvelut on kehittyvä toimiala ja tarpeen määrä on lisääntymässä. Väestö vanhenee ja työvoiman saatavuusongelmat kunnallisella puolella tulee entisestään vaikeutumaan. Väestön ikärakenne Suomessa muuttuu, kun suuret ikäluokat saavuttavat eläkeiän ja keskimääräinen elinikä pitenee. Väestöllinen huoltosuhde eli lasten ja eläkeikäisten määrä sataa työssäkäyvää henkilöä kohden nousee vuoden 2008 lopun 50:sta 60:een vuonna 2016 ja edelleen 70:een vuonna 2026. Työssäkäyvän väestön (15- 64-vuotiaat) määrä laskee vuodesta 2010 vuoteen 2020 noin 140 000 ihmisellä eli 3,4 miljoonaan. Suomessa keskimääräinen elinikä nousee noin kymmenellä vuodella 30 vuodessa. Vuonna 2020 väestössä jopa neljäsosa on yli 65-vuotiaita. Samanaikaisesti

nousee yli 85-vuotiaiden määrä, jonka ennustetaan nelinkertaistuvan vuoteen 2060 mennessä. Seuraavien 20 vuoden aikana ikääntyminen on Suomessa Euroopan unionin nopeinta. (Valtioneuvoston kanslia 2009, 75.) Väestön kasvun malli, suotuisat asenteet sekä elämäntyylikelijät ennakoivat kysynnän kasvua. Kotitalouspalveluja hankkivat eniten lapsiperheet sekä 75 - vuotiaat parit ja yksinasuvat. Ihmisten asenne palvelujen käyttöön on suhteellisen myönteistä, mutta omaan kotitalouteen hankkimiseen suhtaudutaan varauksellisemmin. Myönteisyys palveluja kohtaan lisääntyy talouden tulojen kasvaessa. (Varjonen ym. 2005, 4.)

3.1.4 Teknologiset tekijät

Varjosen ym. mukaan (2005, 79) teknologiamyönteisissä kannanotoissa tulee esille teknologiset laitteet kuten esimerkiksi ruoka-automaatit, rannekkeet ja hälytyslaitteet. Siivousrobotit, varashälyttimet, itse puhdistuvat ikkunat sekä pakkausmateriaalien kehittyneisyys kiinnostaa erityisesti lapsiperheitä. Härkki (2008, 9) toteaa, että kotien tavanomaisille palveluille on tulossa muutosta erilaisten digikotien ja laiteratkaisujen myötä. Kotien palveluiden tuottajilta vaaditaan enemmän tekniikoihin liittyvien tietojen ja taitojen tuntemusta osana muita ammattitehtäviä.

Sosiaalisen median vaikutukset yrityksen toimintaympäristöön lisääntyy, jolloin kuluttajat pohtivat kotityön ostamista. Median kautta tapahtuu varsinainen tiedonvälitys, markkinointi sekä muu julkisuus. Sosiaaliseen mediaan verkostoituminen lisää yrityksen etua ja on edullinen markkinoinnin muoto. Alkavan yrittäjän tiedotuslehden artikkelin mukaan (2010) ennen riittivät pelkät verkkosivut erottumaan joukosta, mutta tänä päivänä verkkosivujen eteen on tehtävä enemmän. Verkkosivujen lisäksi on pohdittava koko Internet-strategiaa, joka sisältää esimerkiksi erityyppisiä portaaleja, keskustelufoorumeita sekä muita sosiaalisen median rooleja. Artikkelissa kerrotaan myös, että hyviä ja kustannustehokkaita keinoja näkyvyyden lisäämiseen ovat esimerkiksi erilaiset asiantuntijablogit ja- kuva sekä videogalleriat.

Pääministeri Jyrki Kataisen hallitusohjelman mukaan (2011, 50) tulevan vaalikauden tavoitteena on lisätä huippunopean laajakaistan käyttöä ja tarjontaa, jotta Suomi nousisi Euroopan johtavaksi laajakaistamaaksi. Tavoitteena on edistää laajakaistayhteyksien käyttöönottoa koko maassa, sekä nopeuttaa vapaan langattoman verkon leviämistä.

tä. Tavoitteena on turvata talouksille edullinen mahdollisuus nopeaan laajakaistayhteyteen liittymiseen sekä käyttöön. ”Laajakaista kaikille 2015”-hankkeen päätökset tehdään vuoden 2011 aikana.

3.1.5 Yhteenveto

Kotityöpalvelun toimintaympäristössä tapahtuu jatkuvasti muutoksia. Alkavan yrittäjän tulee olla perillä vallitsevista muutoksista, sekä niiden vaikutuksista yritystoimintaansa. Yhteiskunnalliset tekijät ohjaavat kotityöpalveluyrittäjän toimintaympäristöä monin tavoin. Yhteiskunnallisten tekijöiden analysoinnin kautta yritystoimintaa harkitseva henkilö on saanut ymmärrystä ja tietoa käsiinsä, jotta osaa sitä suhteuttaa liiketoimintaansa. Se on lisännyt väestöön, kulutukseen sekä kunnalliseen järjestelmään liittyvien asioiden tietämystä, sekä yhteiskunnallisten päätösten vaikutuksien havaitsemista alkavan yrittäjän maailmaan.

Toimintaympäristöanalyysin pohjalta poliittiset päätökset ohjaavat toimialaa verotusta ja lakia säätelemällä, sekä erilaisilla tukijärjestelmillä. Näiden asioiden huomioiminen on merkityksellistä yrittäjän liiketoiminnan alkumetreillä, sekä tulevaisuudessa. Analyysin pohjalta poliittinen toimintaympäristö on myönteinen alkavalle kotityöpalveluyrittäjälle, jos kotitalousvähennyksen muutosta ei oteta huomioon vielä tässä vaiheessa. Samalla, kun poliittinen ilmasto myötäilee yrityksen perustamislähtökohtia, taloudellinen toimintaympäristö vähentää yrittäjien ja kuluttajien uskoa tulevaisuuteen. Euroopan talouskriisi merkitsee kuluttajahintojen nousua, sekä yleistä talouden kasvunusteiden hidastumista. Toisaalta ne, jotka tarvitsevat kotityöpalveluja ovat siitä valmiita maksamaan ja nämä tuloluokassa korkealla olevat myös ostavat näitä palveluja.

Poliittiset ja taloudelliset tekijät ovat yhteiskunnan järjestämiä tekijöitä, niin kuin tämänhetkinen sosiaalinen ympäristö sekä teknologinen kehitys. Työelämä vaatii työsäkäviltä ihmisiltä yhä enemmän, kun odotettavissa on väestön ikääntymistä sekä eliniän nousua. Elämäntyylikriteerit ovat saaneet tätä kautta uuden näkökulman. Työelämässä pysymisen vuoksi on kouluttauduttava, jotta saadaan maksimoitua ihmisten osaamis- ja osallistumistaso yhteiskunnassa. Tiedon siirto ja hallinnointi ovat siirtyneet yhä enemmän verkkoon ja tämän vuoksi reaaliaikaisen tiedon siirto lisääntyy

entisestään. Työelämään osallistuvat yhä enemmän myös naiset, jotka ovat tähän asti pyörittäneet kodin arjen työtehtäviä. Näistä tekijöistä johtuen kuluttajilla jää yhä vähemmän aikaa kotitöiden tekemiseen sekä perheiden yhdessäoloon. Jotta, perheen yhteensovittaminen työelämän vaativaan aikaan onnistuu, on mahdollista hyödyntää yksityisiä kotityöpalveluja verovähennyksineen. Yksityisiä palveluntarjoajia tarvitaan, kun kunnallisen sektorin resurssit eivät riitä kaikkien yhteiskuntaluokkien tarpeiden vastaamiseen. Kaikista heikkokuntoisimpien tilaa turvataan kunnallisella puolella ja yksityinen palveluntarjoajien joukko tarjoaa vaihtoehtoja kotien muuttuvien tarpeiden lisääntyessä.

3.2 Kotityöpalveluyrityksen kilpailutilanne

Kun yritys lähtee tarkastelemaan kilpailutilannettaan, se tunnistaa oman asemansa muiden yritysten joukossa. Analysoinnissa selvitetään lisäksi toimialan keskeisiä menestymisen edellytyksiä. Kilpailuedun saaminen on yrityksen suunnittelun ja strategisen ajattelun avaintehtäviä. Etujen löytämiseen on paljon erilaisia mahdollisuuksia. Itse asiassa jokaisessa yrityksen toiminnossa voi olla mahdollisia kilpailuedun lähteitä. Toimintaympäristöä tarkastellessa voi hyvinkin tulla eteen yllättäviä asioita. Markkinointi ei välttämättä olekaan eniten arvoa tuottava osa-alue. Todellinen kilpailutilanne voi piillä missä tahansa yrityksen osassa. (Pitkämäki 2000, 39.) Kilpailijoiden arviointi merkitsee kahden tekijän selvittämistä: yritys oppii menestyvistä yrityksistä, yritys oppii tunnistamaan toimialan menestymisen edellytyksiä (Pitkämäki 2000, 42).

Kotityöpalveluyrityksen kilpailutilanteen tarkastelun kohteena ovat hintataso, palveluvalikoima, markkinointi sekä asiakkaat. Analysoinnin pyrkimyksenä on löytää näistä osa-alueista kilpailuetua, muihin alalla toimiviin yrityksiin nähden. Kotityöpalveluyrityksen kilpailutilanneanalyysin osatutkimuksessa käytän Elias.fi - nettitorin haku-konetta (Espoon alue). Se on valtakunnallinen Palveluja- kotiin tarjoajien markkinapaikka, jota käyttävät yksityiset kotityöpalvelujen käyttäjät.

3.2.1 Hinnoittelu

Kotityöpalvelujen kysyntä sekä tarjonta lähtivät melkein tyhjästä, kun kotityön tukijärjestelmä käynnistettiin vuonna 1997. Kotityön hinnoittelu oli alkuvaiheessa vaike-

aa. Kotityöpalvelun tarjoajilla oli runsaasti tehtävää markkinapaikkansa perustelemisessa. Vastassa oli itse tekeminen sekä kunnallisten palvelujen perinne ja vanhasta ajasta lähtöisin oleva piikatyö. Toimialalle lähtevät palveluntarjoajat kävivät eritoten imagokamppailua sekä myös uudenlaisen kodin tekemisen puolesta. (Kainlauri 2007, 61.)

Suomen kotityöpalveluyhdistyksen mukaan (2011) hinnoittelun kohdalla palveluntarjoajat toimivat kuten muutkin vastuulliset yrittäjät eli hinnoittelun on katettava muun muassa vakuutukset, työvälineiden ja siivousaineiden ostot, sekä työtä tekevien palkat. Hinnoittelu perustuu lähes aina tuntiveloitukseen, €/tunti. Muutamilla kotityöpalveluyrittäjillä hinnoittelu voi perustua myös €/m², mutta se on harvemmin käytetty hinnoittelumuoto. Useimmiten palveluntarjoajat määrittelevät myös minimiveloitushinnan, joka on yleensä kahdesta neljään tuntiin. Myös palvelun suorittamisen ajankohdalla on hinnoitteluperusteet, esimerkiksi kotisiivouspalvelun hinta voi olla alkuviikosta edullisempi, kuin loppuviikosta tai jos palvelu tuotetaan viikonlopun aikana, on hinta kalliimpi. Kuluttajaviraston selvityksen mukaan kotisiivouksen tuntiveloitushinnat vaihtelevat 25 euroa 40 euroon. Pääkaupunkiseudulla hinnat olivat 28 - 40 euron välillä, kun taas maakunnissa hinnat olivat alhaisemmat.

Tekemäni selvityksen mukaan yleinen kotityöpalvelujen keskiarvohinta Elias.fi- nettitorin mukaan (2011) olivat 56 palveluntarjoajan joukosta 31,79 euroa tunnilta (sis.ALV). Yleisesti tuntiveloitushinnat pyörivät kolmenkymmenen euron molemmin puolin. Edulliset hinnat eivät välttämättä tarkoita edullista kotityöpalvelua. Loppulas-kuun saattaa tulla lisäksi vielä muitakin kuluja, kuten esimerkiksi matkakulut ja siivousaineet. Myös kotityöpalveluilla on erilaisia tuntiveloitushintoja, kotisiivouksesta saatetaan veloittaa eri hinta, kuin ikkunanpesuista. Palveluiden tuottajista suurin osa pitää minimiveloitusta, jolloin siivouskerran hinta vaihtelee 2 - 4 tunnin palkkion välillä. Osa yrityksistä käyttää myös arvonlisäveroa markkinoinnissa siten, että hinta on ilmoitettu sekä verollisena, että verottomana. Muutamat yritykset ilmoittivat hinnat kotitalousvähennystä hyödyntäen, siten että tuntiveloitushinnasta on vähennetty kotitalousvähennyksen osuus, jotta loppuhinta vaikuttaisi pienemmältä asiakkaaseen nähden.

Varjosen ym. mukaan (2005, 68) isojen yritysten ja ketjujen hinnat ovat kalliimpia, koska näiden täytyy peittää moninkertaiset hallinnolliset kulut. Lisäksi hinnan korkeuteen vaikuttaa se, onko kyseessä lyhyt käynti vai koko päivän kestävä työn suoritus, esimerkiksi lapsen hoito, jolloin kertahinta nousee liian korkeaksi. Palvelun tuottamisessa urakkahinta olisi helpompi arvioida. Erilaisista huolto- ja korjaustöistä ollaan valmiita maksamaan enemmän, ehkä sen takia, että niitä pystyy tekemään vähemmän itse. Maksuhalukkuuteen ja -kykyyn vaikuttaa myös se, kuinka paljon palveluja käytetään. Päivittäin tai viikoittain kotiapua tarvitseville ikääntyneille edellä mainitut tunti-veloitushinnat ovat useimmiten mahdottomia maksaa. Vain yhdellä prosentilla eläkeläisistä on varaa tämän kaltaiseen. Kertasuoritetuista palveluista, jotka ovat esimerkiksi juhlien järjestäminen tai ikkunoiden pesu kerran vuodessa, voisi helpommin maksaa 30 euroa tunnilta, vaikka tämä tuntuisikin liian korkealta hinnalta. Tällöin se on selkeästi hyvätuloisten herkkua.

Kotityöpalvelun tuottajilla kotisiivouksen tarjontaa on arkipäivisin melko hyvin tarjolla, joten vaarana saattaa olla, että hinnoittelee itsensä ulos. Mutta perjantaipalveluilla sekä varmistetulla ammattitaidolla on mahdollista päästä hinnoittelemaan vapaammin. Mitä ainutlaatuisempi palvelu sitä korkeampi hinta voi olla verrattuna vakiopalveluihin. (Härkki ym. 2007, 140.)

3.2.2 Palveluvalikoima

Härkin ym. mukaan (2000, 15) lähes puolelle kotityöpalveluyrityksistä siivous oli kysytyin työtehtävä palveluvalikoimista, joillakin yrittäjillä kysytyintä oli hoitotyö, asiointi sekä ruoanvalmistus. Määrällisesti toiseksi kysytyintä oli ruoanvalmistus. Kolmanneksi kysytyintä oli asiointi sekä neljänneksi kysytyintä matkoille saattajaksi. Tämän lisäksi yrittäjiltä kysyttiin myös lasten tilapäishoitoa, ikkunanpesua, leipomista, kodin juhlien järjestämistä, pihan hoitoa kuten haravointia sekä säännöllistä kotisiivousta esimerkiksi kahden viikon välein. Varjosen ym. mukaan (2007, 1) yleisesti käytössä olevat kotitalouspalvelut ovat tilapäinen lastenhoito, satunnaiset siivoukset, ikääntyneiden hoiva ja remonttipalvelut. Kotitalouksia kiinnostaa säännöllinen viikkosiivous, pihan- ja puutarhanhoitopalvelut, pienimuotoiset korjaukset ja monenlainen laite- ja tietotekninen apu.

Varjosen ym. mukaan (2007, 23) kysytyt verovähennyskelpoiset kotitalouspalvelut ryhmitellään toistuvuuden mukaan: perustehtäviin, ajoittaisiin tehtäviin sekä erityistilanteissa tarvittaviin palveluihin. Tutkimuksessa kotitalouspalveluilla tarkoitettiin verovähennyskelpoisia palveluja ja vähennyksen ulkopuolelle jääviä muita (ajankäytötutkimuksessa mainittuja) kotitöitä korvaavia palveluja. Kotitalouksien ulkopuolella tapahtuva ateriointi rajattiin tarkastelun ulkopuolelle. Taulukossa yksi (1) on tummennetulla merkitty kotitalousvähennyskelpoiset palvelut.

TAULUKKO 1. Kotitalouspalvelujen ryhmittely kotitöiden toistuvuuden mukaan (Varjonen ym. 2007, 23)

Kotitalouden perustehtäviä korvaavat palvelut	Ajoittaisia kotitöitä korvaavat palvelut	Eryytilanteissa tarvittavat palvelut
1. ruoanvalmistusapu *	1. ikkunanpesu	1. remontti kotona
2. ateria kotiin (esim. pizzataxi, ateriapalvelu)	2. mattojen tai muiden kodin-tekstiilien pesetus pesulassa	2. remontti mökillä
3. ostos- tai asiointiapu	3. ompelu- tai tekstiilien korjauspalvelu	3. huonekalujen kokoaminen
4. päivittäistavaroiden kuljetus kotiin	4. tavaroiden kuljetus kierrätykseen tai kaatopaikalle	4. ateria-/pitopalvelu perhejuhliin
5. siivous	5. polkupyörän korjaus tai huolto	5. juhla-/ohjelmalvelut perhejuhliin
6. pyykinpesu kotona	6. auton pesu	6. muuttopalvelu
7. silitys kotona	7. auton renkaiden vaihto	7. sisustussuunnittelu
8. vaatteiden pesetus pesulassa	8. pikku korjaukset ja esim. taulujen, lamppujen kiinnitys	8. piha- tai puutarhasuunnittelu
9. liinavaatteiden pesetus pesulassa	9. lämmityslaitteet, rännit ym. kiinteistön huolto	9. mökkitalkari-palvelu
10. lastenhoito (satunnainen)	10. atk-, digi-tv-, video- ym. laitekellinen palvelu	
11. vanhuksen tai vammaisen hoiva, ulkoiluapu	11. kotitalouskoneiden asennus, huolto tai korjaus	
12. puutarha- tai pihatyöt		
13. lemmikin hoito tai ulkoilutus		

Härkin ym. mukaan (2000, 15) siivous oli kysytyin työtehtävä palveluntarjoajilta. Elias.fi- palveluja kotiin nettitorin mukaan (2011) viikkosiivouspalvelua tarjosi 56 palveluntarjoajaa. Siivoukseen erikoistuneita yrityksiä yrityksen nimen perusteella oli kymmenen. Remonttiapua, erityisesti kodin huoltoa ja korjausta tarjosi 11/56 palveluntarjoajasta. Pihan- ja puutarhan yleistöitä tarjosi 15 palveluntarjoajaa. Ruoka- palveluryhmästä ruokaa kotiin tuotuna tarjosi vain neljä palveluntarjoajaa, kun taas ruokaa ja leipomista kodissa tarjosi 12 palveluntarjoajaa 56 joukosta. Juhlapalveluja kotiin tarjosi 9 palveluntarjoajaa. Elias- hakukoneen mukaan siivouspalvelut on palveluvalikoimasta yksi, joka nousee ylitse muiden.

3.2.3 Markkinointi

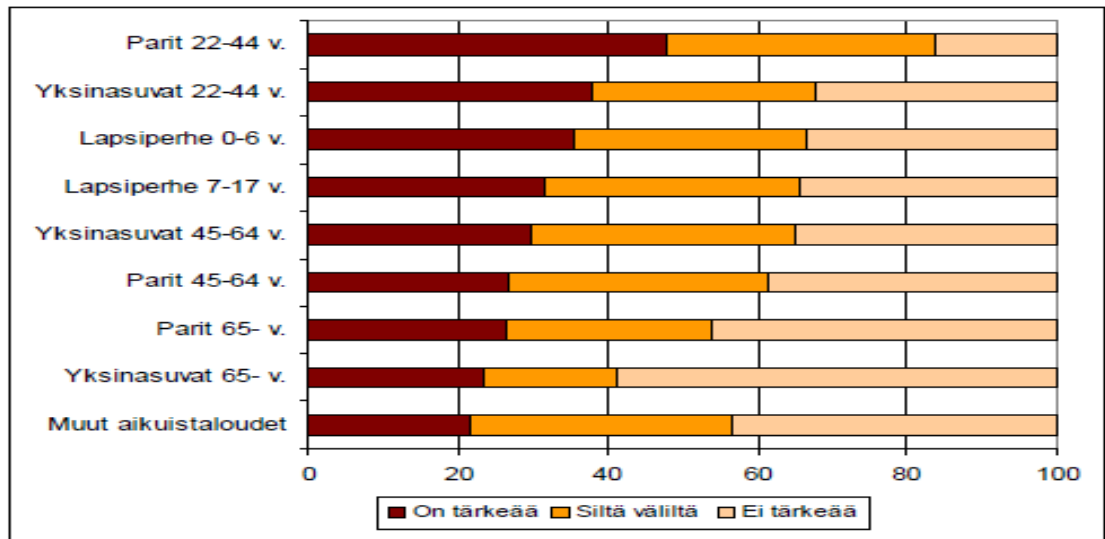
Tiedonsaanti kotityöpalveluista ja sopivan palveluyrityksen löytäminen on osoittautunut hankalaksi. Ongelmana on saada samanaikaisesti tarvittavia erilaisia palveluja. Verkkoympäristöön tottuneet kuluttajat löytävät tarvittavan tiedon, mutta tiedonsaannin edistämiseksi ja kysynnän lisäämiseksi luotettavaa markkinointia tulisi edistää. Monikanavamalli sekä erityyppiset tiedottamisen yhdistämiset ovat sopivia tulevaisuudessakin. Koska markkinoille tulee uusia verkkosukupolvia, Internetin osuutta jakelukanavana tulisi entisestään lisätä. Toisaalta perinteisiä markkinointikanavia myös tarvitaan. Erilaisissa elämäntilanteissa ja elämänvaiheissa oleville kotitalouksille pitäisi kehittää täsmätiedottamista sekä markkinointia. (Varjonen ym. 2005, 94.)

Varjosen ym. mukaan (2007, 38) alueellisesti (taulukko 2) pääkaupunkiseudulla Internet oli tärkein tiedonlähde, kun taas muualla Suomessa lehdet olivat tärkeimpiä. Tuttavat sekä sukulaiset olivat kolmanneksi tai neljänneksi tärkeimpiä tietolähteitä kaikilla alueilla.

TAULUKKO 2. Tietolähteiden tärkeys palvelujen hankinnassa alueittain, maiminat % (Varjonen ym. 2007, 38)

Tietolähde	Muu osa						Kaikki
	Helsingin seutu	Etelä-Suomen lääniä	Länsi-Suomen lääni	Itä-Suomen lääni	Oulun lääni	Lapin lääni	
Sanoma-, paikallis- ja muut lehdet	44	58	55	62	60	63	55
Internet	56	32	32	29	27	20	36
Työtoverit, tuttavat, naapurit, sukulaiset	36	29	32	26	23	36	31
Kotiin jaettavat esitteet ja mainokset	20	25	28	27	32	23	26
Puhelinluettelon keltaiset sivut	25	29	29	23	16	16	25
Suoraan yrityksestä tai muulta palvelun tarjoajalta	17	19	20	25	28	27	21
Kunnan / seurakunnan työntekijät	2	5	5	4	5	7	4
Kauppojen ym. ilmoitustaulut	2	2	2	3	3	4	2
Yhteensä	200	199	203	200	196	196	200

Varjosen ym. mukaan (2007, 45) tiedon saaminen verkkosivujen kautta oli selvästi tärkeämpää nuorille yksinasuville sekä pariskunnille (kuvio 1), lapsiperheistä se oli yhtä monille tärkeää tai ei-tärkeää. Vanhempien talouksissa oli selkeästi enemmän niitä, joille Internet- kotisivut eivät olleet kovin tärkeitä.



KUVIO 1. Palveluyrityksen nettisivujen tärkeys elinvaiheittain Internet-yhteyden omaavilla, % (Varjonen ym. 2007, 45)

Kotityöpalvelujen markkinointitoimenpiteissä on huomioitava entistä paremmin kohderyhmä sekä näiden suosimat mediat. Ikääntyneille tulee palveluja markkinoida edelleen lehtien sekä kotiin jaettavien esitteiden avulla. Internetin merkittävyys markkinointikanavana kasvaa. Yrittäjien tulee keskittyä yhä enemmän Internetin kautta tapahtuvaan markkinointiin. Viestinnän tulee olla yksinkertaista sekä selkeää. Palveluprosesseista tulee antaa perusteltu kokonaiskuva. Nettisivujen teknistä käytettävyyttä tulee edistää sekä helpottaa. (Varjonen ym. 2007, 29.)

Kotitalouspalvelujen markkinointi on keskittynyt arjen sujumiseen ja markkinoinnissa on korostunut arkipäiväisyys sekä palvelujen tavallisuus. Tavallisuuden rinnalle on syntynyt myös luksusmarkkinointia siten, että palveluntarjoajat ovat tehneet ylellisyydestä myyntikeinon. Arkipäiväisten palvelujen ohella markkinoidaan erityyppisiä luksussopimuksia, jossa suunnitellaan viikko-ohjelma kotitöiden tekemiseen. (Varjonen ym. 2005, 83.)

Elias-fi nettitorin mukaan (2011) 56 palveluntarjoajasta 15 yrittäjällä ei ollut kotisivuja. Suurin osa näistä oli elinkeinoharjoittajia. Tämä kertoo lyhykäisyydessään, että mainonta ja markkinointi ovat siirtyneet pääsääntöisesti Internetiin. Useimpien yritysten verkkosivut olivat omatekoisen näköisiä ja yksinkertaisia, mutta markkinoiden suurimpien yritysten sivustot olivat laadukkaan ja luotettavan oloisia.

3.2.4 Laatu

Palvelujen saantiajankohta itselle sopivana aikana sekä sovittujen aikataulujen pitäminen nousivat tärkeimmiksi laatutekijöiksi ammattitaidon rinnalla. Tekijän ammattitaitoon yhdistettiin laadukas työnjälki sekä lisäksi työntekijän rehellisyys, luotettavuus sekä sosiaaliset taidot. Internetin käyttömahdollisuus ja työn suorittajien suomen kielen taito kytkeytyvät myös laatutekijöiksi. Internet onkin nykyään tärkeimpiä tietolähteitä lehtien ja muiden tiedotteiden ja tuttavien sekä sukulaisten suositusten ohella. Edullisia tuntiveloitushintoja pidetään myös tärkeinä. (Varjonen ym. 2007, 4.)

Aallon ja Varjosen mukaan (2010, 24) merkittävimpänä laatutekijänä asiakkaat pitivät työnhallintaa, joka näkyy hyvänä työn jälkeenä, siisteytenä sekä huolellisuutena. Myös aikatauluissa pysymistä, yksilöllisten toiveiden huomioon ottamista sekä valitusten jälkeistä työnjäljen parantamista pidettiin tärkeänä. Ikääntyville aikatauluissa pysymistä pidettiin tärkeämpänä kuin nuoremmilla. Ikääntyvät tarvitsivat usein samanaikaisesti useita palveluja, joista esimerkiksi ateriapalvelu on tiukemmin kellonaikaan sidottu kuin siivous. Lisäksi työn suorittajan siisti työasu, hyvä käytös sekä asiakaspalveluosaamiseen liittyvät sosiaaliset taidot koettiin hyvin merkittäviksi laatutekijöiksi. Tuloksien mukaan palvelun suorittamisen onnistuminen on pääosin kiinni palveluntarjoajan ominaisuuksista ja taidoista.

Varjosen ym. mukaan (2007) laatu on luokiteltu tärkeysjärjestyksessä seuraavasti:

- sovituissa aikataulussa pysyminen
- palvelujen saatavuus sopivina ajankohtina
- tarkoituksenmukaiset työvälineet ja aineet
- tekijöiden tavoitettavuus puhelimitse
- yksilöllisten toiveiden huomioiminen
- tekijöiden kyky kohdata asiakas
- tekijöillä todistus luotettavuudesta
- saa halutessaan saman tekijän
- hintojen sekä palvelujen sisällön vertailumahdollisuudet muihin yrityksiin nähden
- tekijä hallitsee suomen kielen
- tekijällä todistus ammattitaidosta

- tekijän kansallisuus
- helpon palautteen antaminen kotisivuilta
- palvelutarjoajalla on kotisivut verkossa.

Palvelun laatuun siis vaikuttavat hyvin pitkälle asiakkaiden odotukset, tarpeet, aikaisemmat kokemukset sekä ennakkokäsitykset. Laatu on hyvää, kun koettu laatu vastaa odotuksia. Asiakkaan kokema laatu voi olla hyvää tai koettu laatu voi olla huomattavasti odotettua parempaa, mikä on aina kotityöpalveluyrittäjän tavoitteena. Laadun tekijänä voi siis olla mikä tahansa yllä mainituista ominaisuuksista. Se voi liittyä tekijän ammattitaitoon ja asiantuntemukseen tai asenteeseen ja käyttäytymiseen. Kuitenkin palvelujen luotettavuus nousee tärkeimmäksi laatutekijäksi muiden joukosta. Yrittäjän on oman toimintansa kehittämisen ja jatkuvuuden vuoksi kerättävä palautetta asiakkailta, jotta tarpeet, odotukset ja tyytyväisyys saadaan toteutettua. Jatkuvaa palautetta saadaan päivittäisten asiakaskohtaamisten kautta tai yhteisten palaverien välityksellä. Yleensä palautteen kautta saadaan palvelun laadussa ilmenneiden epäkohtien korjaamiseen ehdotukset, joita asiakas pitää tärkeinä. Suorat palautteet ovat tärkeitä, jotta mahdolliset epäkohdat saadaan korjattua välittömästi, se kertoo yrityksen joustavuudesta.

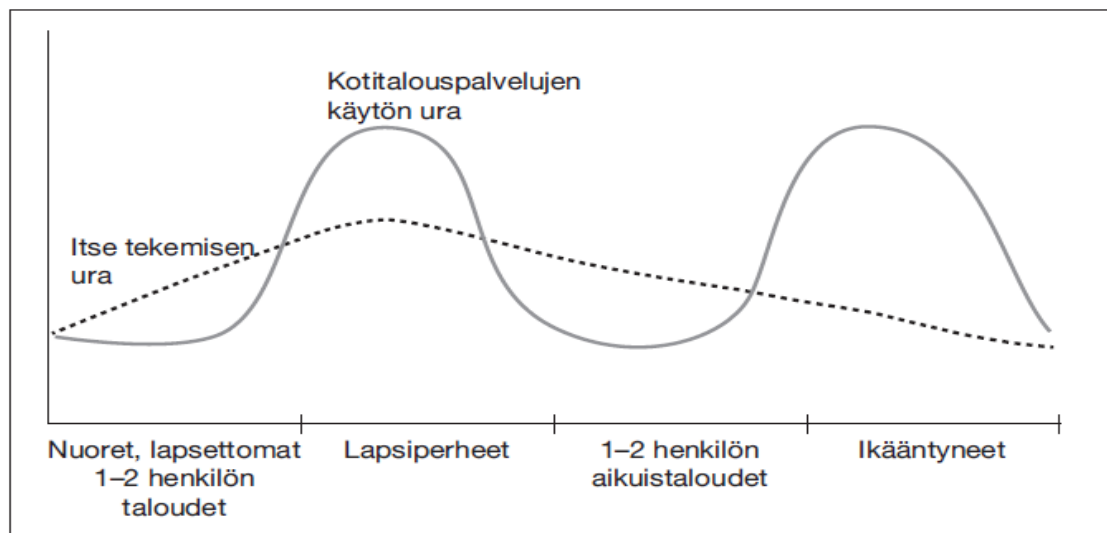
3.2.5 Asiakkaat

Palvelujen kysyntä tulee jatkossa keskittymään tietyn tyyppisiin väestöryhmiin: maksukykyisiin ikääntyneihin ja lapsiperheistä hyvin koulutettujen vanhempien kotitalouksiin. Näissä talouksissa ongelmana ei ole hinta vaan luotettavan henkilön löytäminen. Palveluiden käytöstä ei kuitenkaan ole tulossa jokapäiväistä. (Varjonen ym. 2005, 75 - 76.) Kotitalouspalvelujen käyttäjäryhmä laajenee ja monipuolistuu tulevaisuudessa. Kuluttajat eriytyvät samanlaisten kuluttajasegmenttien sisällä. Kuluttajat toimivat myös tilanne- sekä life-style- pohjaisesti. Kuluttajat nivoutuvat entistä vähemmän vakiintuneisiin toimintamalleihin tai asiakasuskollisuuteen. Kotitalouspalvelumarkkinoille tulee yhä etenevässä määrin vaativampia asiakkaita. (Varjonen ym. 2007, 30.)

Varjosen ym. mukaan (2005, 84) nuorten mielestä palvelujen käytön lisääntyminen muuttaa palvelut arkipäiväisiksi. Nuorten mukaan kymmenen vuoden päästä ”joka

toisella ihmisellä on siivooja kotona ja vastaavaa”. Tämä johtuu kuitenkin kotitalouksien yleisestä talouden tilanteesta. Lisääntyneet irtisanomiset sekä lomautukset estävät kysynnän kasvua. Nuorten mielestä ”normaalitoiminen ihminen, jos sillä on huono palkka, ei osta niitä palveluita”. Lapsiperheiden luksusta ovat taas juhlapalvelut, kuten ristiäisten hoitaminen tai rippijuhlien järjestäminen ostopalveluna. Tilapäinen palvelujen ostaminen ulkopuolelta poikkeaa arkisista toimintatavoista sekä rutiineista. Tilapäinen ylellisyys on tarjoilija, joka tulee kotiin valmistamaan aterian ja hoitaa samalla tarjoilun. Mutta, taas kotona jatkuvasti olevaa tekijää ei voida ajatella. Tilapäisyyden näkökulmasta ajoittainen siivouspalvelu tai joku muu kotityöpalvelu on ylellisyyttä lapsiperheissä.

Kotitalouspalvelujen käytön elinvaihemalli kuviossa kaksi (2) havainnollistaa palvelujen käytön tarpeita eri elämänvaiheissa. Ulkopuolisen palvelun käytön huippukohtat ovat lapsiperhevaiheessa sekä vanhustalousvaiheessa. Palvelujen tarve pienenee mallin mukaan lasten kasvettua ja lähdettyä kotoa pois. Työelämän jo jättäneillä on aikaa ja kiinnostusta tehdä kotitöitä, koska niitä voidaan tehdä kiireettömästi. Ulkoistamisen tarpeet kasvavat uudestaan ikääntyneiden kotitalouksissa, kun voimavarat eivät riitä huolehtimaan kodin töistä. (Varjonen ym. 2005, 89.)



KUVIO 2. Kotitalouspalvelujen käytön elinvaihemalli (Varjonen ym. 2005, 89)

Nuorten ja yksin asuvien kotitalouksissa itse tekeminen perustuu siihen, ettei palvelujen käyttöön ole varsinaista tarvetta, koska asunnot ovat pieniä ja kotityöt voidaan järjestää joustavasti. Nuorten keskuudessa voidaan pohtia, että kodin työtehtävät kuu-

luvut itsenäistymisprosessiin. Lapsiperhevaiheessa palvelujen käytön tarve kasvaa erityisesti työn ja perheen yhteensovittamisongelmien ja arkielämän kiihtymisen vuoksi. Kotitalouspalvelujen ostamisella saadaan aikaa perheen yhdessä olemiseen. (Varjonen ym. 2005, 89.)

3.2.6 Asiakkaiden ostomotiivit ja arvot

Pienyrityksen on tiedettävä syyt, minkä perusteella asiakas tekee valintansa palveluntarjoajan suhteen. Tuotteen sekä palvelun eri ominaisuuksien merkitys asiakkaalle ovat hänen ostomotiivejansa. Yrityksen on tunnistettava ne ja rakennettava niiden varaan palvelunsa sekä liiketoimintansa. Kärjistäen pienyrityksen on kyettävä toimimaan siten, että asiakkaan odotukset täyttyvät. (Pitkämäki 2000, 51.)

Tarpeet, palveluiden huomaaminen, mielenkiinto sekä raha eivät ole kuluttajalle riittävät edellytykset palvelujen ostamiseen. Kuluttajan on koettava, että tämän tuotteen tai palvelun ostaminen tyydyttää hänen tarpeensa. Markkinointikeinoilla sekä tiedoilla on siis väliä. Kuluttajalla on oltava ostomotiivi. Vasta motiivit tuottavat kuluttajille ostopäätöksen. Motiivit yleensä jaetaan rationaalisiin (järki) motiiveihin sekä tunneperäisiin motiiveihin. Rationaalisten motiivien valintaperusteet ovat yleensä tosiasioihin perustuvia, kun taas tunneperäiset ovat enemmän henkilökohtaisia. (Härkki ym. 2007, 13.) On tutkittu, että naiset pitävät kotitöiden tekemisen perinteisesti velvollisuutena ja kunnia-asiana. Miehillä on tärkeämpää se, että kotityöt ja siihen liittyvät tehtävät tulevat ylipäättään hoidettua. Voidaan päätellä, että miehet tekevät kotityöpalvelujen suhteen järkeen pohjautuvia päätöksiä ja naiset pohtivat palvelujen ostoa vahvasti tunteella. Samaisesta syystä kotitalousvähennysten käyttäminen näyttää kiinnostavan enemmän miehiä kuin naisia. (Härkki 2008, 13.)

Kuluttajien ostomotiivit palvelujen ostamisessa vaikuttavat monimuotoiset 1) asenteeseen, 2) luottamukseen, 3) itse tekemiseen ja 4) kodin yksityisyyteen vaikuttavat tekijät. Tutkimuksin on havaittu, että asenteet kotityöpalvelujen käyttöön muuttuu koko ajan myönteisemmäksi. Samalla myös kuluttajien vaatimustasot kasvavat. Kuluttajat haluavat tehdä palveluntarjoajan kanssa voimavarojen vaihtokaupan. Palveluntarjoaja myy heille kodin palvelualan ammattitöitä, jossa hänen vaihtovälineenään ovat muun muassa tieto, kokemus, taito, voima ja aika. Ostajien vaihtovälineenä on raha. He puo-

lestaan käyttävät vaihdossa vapautuvat voimavarat esimerkiksi ajan ehkä toiseen ansiotyöhön, lepoon tai virkistykseen, sekä palautumiseen heidän ammattityötään varten. (Härkki 2008, 14.)

Varjosen ym. mukaan (2007, 7 - 13) palveluntarjoajan valintaan vaikuttavat tekijät olivat kyselyyn vastaajien mukaan tuttujen myönteiset kokemukset (44 %), luotettava markkinointi (40 %) sekä palveluntarjoajan kuuluminen ennakkoperintärekisteriin (35 %). Kaikki nämä kolme tärkeintä tekijää liittyvät yrityksen luotettavuuteen. Kun taas vastaavasti palvelun edullisia hintoja piti tärkeänä vain (15 %), sekä yrityksen monipuolista palveluvalikoimaa piti tärkeänä vain kymmenen prosenttia vastanneista (10 %). Palveluntarjoajan suomalaisuus, pieni koko sekä läheinen sijainti olivat tärkeitä noin joka viidennelle. Tutkimus osoittaa, että tuttujen myönteisillä kokemuksilla on suurin vaikutus palveluyritystä valittaessa. Palveluntarjoaja pystyy oman työskentelyn kautta vaikuttamaan palvelujen kysyntään. Yritysten menestymistä kilpailevilla markkinoilla lisäävät myös hyvä maine sekä luotettavuus, kotitalousvähennys, vakituiset asiakkaat, hyvät, pysyvät tekijät ja yhteydenpidon sujuminen asiakkaiden sekä tekijöiden välillä. Laatu- ja asiakasosaamisen lisäksi palveluntarjoajilla pitää olla liiketoimintaosaamista.

3.2.7 Yhteenveto

Kotityöpalveluyrityksen kilpailutilanteen analyysissä pyrkimyksenä oli selvittää toimialan keskeisiä menestymisen edellytyksiä. Analyysin kautta alkava yrittäjä lisäsi omaa tietämystään, jota hyödyntää omassa liiketoimintasuunnitelmassaan. Lähes jokaisessa edellä tarkasteltavista osa-alueista löytyi kilpailuetua toisiin yrityksiin nähden, kunhan käyttää hieman mielikuvitusta liiketoimintasuunnitelman laadinnassa. Luotettavan markkinoinnin ja yrityskuvan sekä toisten hyvien kokemusten kautta on mahdollisuus menestyä toimialalla. Tämän vuoksi yrityksen on hyvin perusteltava oma toimintansa markkinoinnissa, hinnoittelussa sekä palveluvalikoimassa. Toisten hyviä kokemuksia ns. puskaradiota tarvitaan toiminnan jatkuvuuden ja kannattavuuden vuoksi. Puskaradio nopeuttaa asiakkaiden ostopäätösprosessia alkupäästä, jolloin pohditaan palvelujen luotettavuutta, laatua sekä tehokkuutta. Huonoa mainetta on vaikeampaa lähteä korjaamaan jälkikäteen, joten kaikissa toiminnoissaan yrittäjän tulee miettiä vaikutuksia toimintaympäristöön, eli asiakkaisiin. Palveluyrityksen va-

lintatilanteessa kuluttajatutkimuskeskuksen teettämän selvityksen mukaan siis tuttujen hyviä kokemuksia pidettiin luotettavana takeena hyvälle palvelulle, myös luotettavaa markkinointia sekä yrityksen kuulumista ennakkoperintärekisteriin pidettiin tärkeänä. Yrityksien edullisia hintoja, suomalaisuutta tai läheistä sijaintia ei pidetty yhtä keskeisinä valintakriteereinä. Näyttää olevan, niin että asiakaskokemuksen myötä edullisen hinnan merkittävyys kotitalouspalvelujen valintakriteerinä ovat pienentyneet sekä palvelun laadulliset ominaisuudet korostuneet. Asiakkaat olivat mieluummin valmiita maksamaan hyvistä palveluista enemmän kuin saamaan edullisesti huonompaa palvelua.

Kuluttajien ostomotiivien tarkastelun kautta on saatu tietoa, jolla tehdään ostopäätökset. Ostopäätös vaiheessa kamppaillaan itse tekemisellä, sekä sillä haluaako kotiinsa vierasta henkilöä hoitamaan kodin työtehtäviä. Ostokynnyksen ohittamiseen vaikuttavat lisäksi perheen ja asunnon koko, tulotaso, kiireistynyt elämänrytmi, sekä vapaa-aikaan jäävä osuus kokonaisajasta. Motiivi ostaa palveluja ei välttämättä liity aina hintaan vaan siihen, että saadaan tyydytettyä sen hetkiset elämän tarpeet ja ne saadaan samalta palveluntarjoajalta laadukkaasti ja luottamuksella.

Kilpailutilanteen analysointi lisäsi yrittäjäksi aikovan strategisia lähtökohtia muun muassa markkinoinnissa, hinnoittelussa, palveluvalikoiman ja asiakasryhmittelyn koostamisessa. Kilpailutilanneanalyysin avulla on helpompi löytää tulevalle yritystoiminnalle suunta. Erityisesti yrityksen palvelut, jotka suuntaavat tietyille asiakaskohderyhmille.

4 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

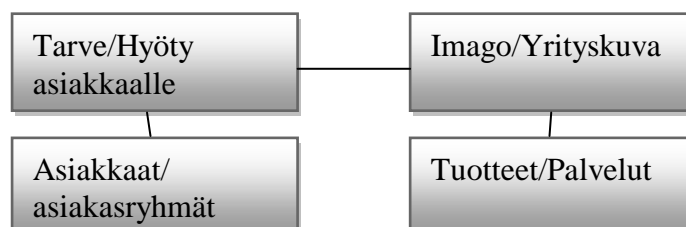
Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen, tiivis kokonaisuuden esitys toiminnasta. Se sisältää keskeiset ajatukset sekä toimet, joilla yritys hallitsee tulevaisuudessa valitsemaansa liiketoiminta-aluetta. (Pitkämäki 2000, 9.) Liiketoimintasuunnitelman laadinta vähentää suunnittelun sekä toteutuksen välistä kuilua. Aloittavan yrittäjän on aina laadittava liiketoimintasuunnitelma, jotta saa erilaisia rahoituksia toiminnalleen. Kirjallisesta liiketoimintasuunnitelmasta on hyötyä ennen kaikkea tulevalle yrittäjälle, koska kirjalliseen muotoon saatetut ajatukset pakottavat pohtimaan asioita riittävän

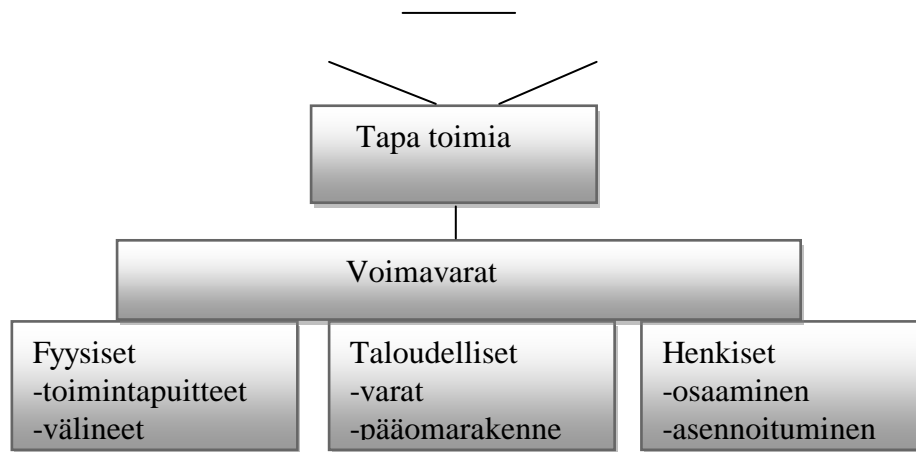
tarkasti jo etukäteen, jolloin ennalta odottamattomille yllätyksille jää vähemmän tilaa. (Yrityksen perustajan opas-silta yrittäjyyteen 2006, 51.)

Liiketoimintasuunnitelmalle ei ole asetettu määräpituutta, kunhan se sisältää olennaiset asiat. Yrityksen toiminnan ja koon laajuudesta riippuen voidaan keskivertopituutena pitää viisitoista sivuista tiivistelmää. Suunnitelma voi kokonaisuudessaan olla lyhyempikin, jos toimintaympäristön arvioinnin tulokset jätetään tausta-aineistoksi. Jokaisen yrityksen on noudatettava omaa työskentely- ja lähestymistapaa sekä tehtävä suunnitelmansa omista lähtökohdista käsin. (Pitkämäki 2000, 13.) Hyvä liiketoimintasuunnitelma on sellainen, jossa on pystytty löytämään toimintaympäristöstä olennaisimmat yrityksen toimintaan vaikuttavat tekijät sekä yhdistämään ne luovaan ajatteluun. Jotta nämä tekijät löytyisivät, yrityksen on tarkasteltava riittävän runsasta lähteaineistoa. Hyvät tietopohjat auttavat yritystä välttämään väärinarviointeja sekä virheellisiä valintoja. (Pitkämäki 2000, 20.) Alla tarkastelen syvemmin liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueiden sisältöä yrityssivustojen ja yritysoppaiden avulla.

4.1.1 Toiminta-ajatus ja liikeidea

Toiminta-ajatus on yritystoiminnan peruslinjaus eli missio. Toiminta-ajatus kertoo, miksi yritys on olemassa sekä miksi se on tarkoitus perustaa. (Sutinen & Viklund 2005, 67.) Tämä on kuvattu yleensä vain muutamalla virkkeellä. Pienyrityksen toiminta-ajatuksen tiivistämisestä on enemmän hyötyä, kuin sellaisessa yrityksessä, jossa työskentelee useampia henkilöitä. Yksityisyrittäjässä on hyvä pohtia vastausta kysymykseen, miksi yrityksen on olemassa. Toiminta-ajatus on erinomainen työväline, koska se toimii liiketoiminnan perusidean kertomisessa. Liiketoiminnan perusidea käy selville toiminta-ajatukselta hetkessä. Toiminta-ajatukseseen verrattuna liikeidea on konkreettisempi vaihtoehto, paljon käytännön läheisempi sekä laajempi kokonaisuus. (Sutinen & Viklund 2005, 68.) Liikeidean kuvausmalli (kuvio 3) kertoo yrityksen tavasta menestyä valitulla toimi-alalla. Eli liikeidea määrittelee sen, kuinka toiminta-ajatus toteuttamalla ansaitaan rahaa ja saadaan aikaan kannattavaa toimintaa.





KUVIO 3. Liikeidean kuvausmalli (Yrityksen perustajan opas-silta yrittäjyyteen 2006, 30)

4.1.2 Yhtiömuodon valinta ja perustamistoimenpiteet

Yrityksen perustamisvaiheessa on tärkeää miettiä, mihin yritystoiminnalla pyrkii. Kun kyseessä on turvata yhden henkilön tulot, toiminimi on yleensä se paras ratkaisu. Toiminimi on yksinkertaisin ja nopein keino aloittaa yritystoiminta. Toiminimi on yleinen vaihtoehto yksityiselle elinkeinoharjoittajalle ja esimerkiksi yksin toimivalle palvelualanyrittäjälle. Toiminimiyrittäjä vastaa kaikista yrityksensä veloista ja sitoumuksista. Yritys on osa omistajansa liiketoimintaa ja varallisuutta. Toiminimen perustamiseen liittyvä paperisota sekä muut toimenpiteet ovat vähäiset. (Kainlauri 2007, 123 - 124.)

Perustamistoimenpiteet alkavat ilmoituksella kaupparekisteriin Y3- lomakkeella (75 € vuonna 2011), joka toimii samalla ilmoituksena verohallinnolle. Ilmoituksen jälkeen se saa yritys- ja yhteisötunnuksen, eli Y- tunnuksen (ruots. FO-nummer, engl. Business Identity Code) heti, kun perustamisilmoitus kirjataan yritys- ja yhteisöjärjestelmään (YTJ). Y- tunnus on arvonlisäverotunnus, jota käytetään aina laskuissa, tarjouksissa, sekä muissa liiketoimintaan liittyvissä asiakirjoissa. (Yrityksen perustajan opas 2010, 20.) Ennen yritystoiminnan aloittamista kannattaa avata oma pankkitili yrityksen rahaliikennettä varten sekä järjestää kirjanpitoasioiden hoito ja ottaa tarvittavat vakuutukset sekä huolehtia muista käytännön asioista.

Toiminimiyrittäjän vakuutuksista eläkevakuutus (YEL) on ainut pakollinen vakuutus ja se toimii samalla sosiaaliturvan perustana yrittäjälle. Maksu on 21, 2 % työtulosta (2010). Eläkevakuutus turvaa yrittäjän toimeentuloa silloin, kun yritystoiminta päättyy työkyvyttömyyden, työttömyyden tai ikääntymisen vuoksi. Yrittäjän kannattaa arvioida yhdessä vakuutusasiantuntijan kanssa oman toiminnan riskejä, joita voidaan vakuutusten avulla pienentää. Näistä tärkein on yrittäjän oman itsensä vakuuttaminen esimerkiksi tapaturman vuoksi. Yrittäjän tapaturmavakuutus on yritykselle vähennyskelpoinen ja se kattaa myös vapaa-ajan. Joissakin tapauksissa sopimuskumppani voi edellyttää jotain vapaaehtoista vakuutusta yhteistyön turvaamiseksi, kuten esimerkiksi vastuuvakuutusta. Muita yrittäjän ottamia vakuutuksia voivat olla muun muassa työvälaineiden vakuutukset, liiketoiminnan keskeytysvakuutus sekä oikeusturvavakuutus. Vakuutuksista kannattaa pyytää tarjouksia vakuutusyhtiöiltä ja vertailla hintoja. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2010, 24- 25.)

Yksityinen elinkeinoharjoittaja (toiminimi) on aina kirjanpitovelvollinen. Kirjanpidon avulla yritys seuraa taloudellista menestystä sekä laskee kannattavuuden tilikausittain. Kirjanpitoon merkitään tulot, menot, korot, verot ja tavaroiden sekä palvelusten oma käyttö. Kirjanpito voi olla yhdenkertainen tai kahdenkertainen kirjanpito. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa jokainen liiketoiminnan tapahtuma merkitään kahdelle eri tilille, jolloin tapahtuma merkitään toisen tilin vasemmalle eli debet-puolelle (veloituskirjaus) ja toisen tilin oikealle eli kredit-puolelle (hyvityskirjaus). Kahdenkertainen kirjaus kertoo syyn rahan liikkeeseen ja myös toisaalta se kertoo käytetyn rahatilin. Toiminimen tilikausi on aina kalenterivuosi. Yrittäjän on mahdollista pitää itse kirjanpitoa, mutta alkuun voi olla toiminnan tehostamisen kannalta järkevää palkata kirjanpitoa hoitamaan siihen erikoitunut asiantuntija. (Yrityksen perustajan opas 2010, 33.)

4.1.3 Asiakasryhmittely

Pienyritykset luulevat usein, että periaatteessa kaikki ovat tämän asiakkaita. Vaikka yritys tietää, etteivät sen voimavarat riitä kaikkien mahdollisten asiakkaiden tavoittamiseen, asiakkaiden tietoinen valinta jää turhan usein tekemättä. Asiakasryhmittely on kuitenkin useimpien pienyritysten tärkein ja ehdoton menestymisen lähde. Lähes rajattomasta asiakasjoukosta on osattava valita itselle myönteisimmät asiakasryhmät

sekä yksittäiset asiakkaat, joiden odotuksiin vastaamiseen koko liiketoiminta keskittään. (Pitkämäki 2000, 51.)

Markkinoilla asiakkaita yleensä määritellään asiakasryhmien eli segmenttien avulla. Asiakkaat jaetaan segmentteihin erilaisten käytännöllisten tekijöiden mukaan. Tavoitteena on liiketoiminnan kannattavuus. Aloittavan yrittäjän kannattaa keskittyä vain yhteen tai korkeintaan muutamaan asiakassegmenttiin. Asiakassegmentoinnin perusteita ovat muun muassa sosioekonomiset, alueelliset, kulttuuriset ja käyttäytymiseen liittyvät tekijät. Sosioekonomiset tekijät tarkoittavat asiakkaiden tuloja, omaisuutta, koulutusta sekä sukupuolta, ikää, perhemuotoa ja elämänvaihetta. Sosiaaliset sekä kulttuuriset tekijät ovat kansallisuuteen, kieleen, perinteisiin, kulutustottumuksiin, elämäntyyliin ja asiakassuhteen eri vaiheisiin liittyviä tekijöitä. Alueelliset tekijät tarkoittavat esimerkiksi kulkuetäisyyksiä, asukastiheyttä, sijaintia, kunnallista toimintaympäristöä, seutukuntaa tai maakuntaa. (Kainlauri 2007, 80.)

4.1.4 Markkinoinnin suunnittelu

Markkinointi on tärkeässä roolissa uuden yrityksen näkyvyyden aikaansaamisessa. Markkinointi tulee suunnitella hyvin eikä markkinoinnin tarvetta kannata karsia. Tavoitteena on tehdä yritys ja sen palvelut tunnettaviksi sekä antaa yrityksestä hyvä mielikuva tuleville asiakkaille. Kotityöpalveluyrittäjäksi lähtevän markkinointibudjetti on yleensä melko pieni, joten edullisia markkinointikeinoja on hyvä käyttää. On kuitenkin muistettava, että jokaisessa toiminnassa yrittäjä on paras markkinointikeino. Palvelujen saatavuus kuvaa yhteyden saamista yrittäjään esimerkiksi puhelimella ja sähköpostilla, vuorovaikutuksesta välittyvä palveluhalukkuus, sekä neuvonta- ja kuuntelutaito. Myös kaikkien sopimusten, lomakkeiden ja ohjeiden selkeys, ymmärrettävyys kuuluvat yrittäjän jokapäiväiseen markkinointiin.

Mainokset taas ovat pienempi osa markkinointia, mutta sisältävät lupauksia ja tarjoavat houkuttelevia mielikuvia myytävistä palveluista sekä tuotteista. Olennaista on, että nämä lupaukset sekä mielikuvat ovat rehellisiä ja linjassa yrityksen toiminnan kanssa. Etenkään pienyrittäjän ei kannata lähteä harrastamaan persoonansa ja toimintansa kanssa ristiriitaista viestintää. (Kainlauri 2007, 79.)

Markkinoinnin perimmäisenä tarkoituksena on lisätä tuotteen, palvelun tai yrityksen tunnettuutta ja siten edistää menekkiä. Pienenkin yrityksen kannattaa laatia kirjallinen markkinointisuunnitelma. Suunnitelma selventää siten yrittäjälle itselleen, mitä markkinointikeinoja hänen olisi hyödyllistä käyttää ja mihin asiakasryhmään markkinointia olisi parasta kohdentaa. (Yrityksen perustajan opas 2010, 39.) Kirjallisen markkinointisuunnitelman perussisältöön voivat kuulua markkinoiden kuvaus, kysynnän ja kilpailijoiden analyysi sekä yrityksen markkinointistrategian kuvaaminen. Markkinoiden kuvaus sisältää muun muassa kuvauksen markkinoiden nykytilanteesta, keskeisistä palvelujen tuottajista ja alan kilpailutilanteesta sekä mahdollisesti ennakkotietoa palvelujen kysynnän ja markkinoiden muutoksesta. Kysynnän analyysi tarkoittaa kuvausta palvelun kysyntään vaikuttavista tekijöistä, kun taas kilpailija-analyysi tarkoittaa yrityksen kilpailijoiden nimeämistä sekä yrityksen vahvuuksien ja toimintamahdollisuuksien, erinomaisuustekijöiden kuvaamista. Lisäksi on hyödyllistä analysoida, miten toimintaympäristön muutokset vaikuttavat palvelujen kysyntään tulevaisuudessa. (Kainlauri 2007, 83 - 84.)

Tarkasteltaviksi markkinoinnin osa-alueiksi yrityksissä voidaan ottaa esille ainakin seuraavia osa-alueita:

- tieto markkinoista, toimialasta, kilpailusta
- myynnin edistäminen
- apuvälineet, joita markkinoinnissa tarvitaan
- jakelutieratkaisut
- suhdetoiminta
- markkinoinnin suunnittelu
- mainonta
- toiminnan asiakaslähtöisyys
- yrityksen asiakaspalvelun toiminnallinen laatu
- markkinoinnin asema yrityksessä (Hoffren 1990, 43).

4.1.5 Hinnoittelun suunnittelu

Vaikeimmista tehtävistä aloittavalla yrittäjällä on oikeanlainen hinnoittelu. Hinnan tulee olla sellainen, että asiakkaat ovat valmiita ostamaan palveluja ja tuotteita pyydetyllä hinnalla sekä samalla yrittäjän on pärjättävä saamalla voitollaan. Hyvän hinnoit-

telun perustana on, että kummatkin osapuolet ovat tyytyväisiä päätökseen. Ensimmäinen vaihe hinnoittelussa on yleensä kustannusrakenteen selvittäminen. On hahmoteltava tekijät, joista syntyy kustannuksia tuotetta tai palvelua valmistettaessa tai vietäessä sitä markkinoille. (Raatikainen 2007, 87.)

Hinta voi määräytyä kolmella erilaisella tavalla: *kustannuslähtöinen hinta* sisältää korvaukset kuten autokulut, matka-ajan kulut, työpalkka sivukuluineen, vakuutuskulut, mahdolliset aineet, koneet ja laitteet, markkinointikulut sekä muut juuri siitä palvelusta koituvat kustannukset. Tähän tulevat lisäksi yrityksen pyörittämisestä tulevat yleiskulut kirjanpidosta, verotuksesta, tilastoinnista sekä muista lakisääteisistä ja muunlaisesta tarpeellisesta, sitten tulevat kulut sairauslomista, terveydenhoidosta, mahdollisista jouto- ajoista, jolloin on hiljaisempaa, koulutuksista, tiedonsiirrosta kännyköiden, kirjekuorin sekä tietokonein. Lisäksi on otettava huomioon mahdolliset vuokrat ja kalustuskulut jos näitä on. Nämä tekijät kasvattavat konkreettisesti tietoa siitä, että palvelun hinta muodostuu todellisista kustannuksista. Kun palvelulle laskeaan kustannuslähtöinen hinta, pitää tunnustella palvelun myymistä muiden vastaavien palveluiden joukossa. Ammattitaidon ylläpitämiseen kuuluu pitää itsensä ajan tasalla kilpailijoiden, siis muiden palvelutarjoajien hinnoista. Muiden palvelutarjoajien hinnoista muodostuu tuotteelle *markkinalähtöinen hinta*. Kolmas ja erittäin merkittävä hinta on *kuluttajalähtöinen hinta*. Kuluttaja vertaa palveluja muihin yrityksiin. Jos palvelu on kalliimpi, siinä palvelussa täytyy olla jotain sisältöä muita enemmän, jotain lisäarvoa tuottavaa, jonka kuluttaja havaitsee ja jota hän arvostaa maksaakseen palvelusta enemmän. (Härkki 2008, 19.)

Hinnan esittämistapa on myös eräs tärkeimmistä markkinoinnillisista ratkaisuista, sillä palvelun hinta on osattava esitellä houkuttelevasti. Usein puhutaan psykologisesta hinnoittelusta, jolloin hinnan ympärille rakennetaan mielikuvia. Tässä muutama esimerkki:

- ”vähän alle”- hintoja
- hinnat muokataan senttitasolle
- alitetaan tasahinnat
- hintaan liitetään ostorajoitus
- pakettihinnoittelussa ostettavaan kokonaisuuteen kuuluu useampia palveluja

- hinta voidaan myös pilkkoa eli kaikki palvelun osat hinnoitellaan erikseen. (Raatikainen 2007, 88).

Hinnoitteluun liittyy myös hintaporrastuksen käsite. Se tarkoittaa sitä, että yritys myy samoja palveluja eri hinnoilla eri asiakkaille ilman, että hinnan erilaisuus perustuisi palvelu-eroihin, kuten ennakkotilauksien tai vip-hintojen kohdalla. Tavallisimpia alennusmuotoja hinnoittelussa ovat käteis-, kanta-asiakas- sekä ennakkotilausalennus ja suuren ostoerän osalta kertaosto- ja noutoalennus. Maksuehtoja voidaan myös hyödyntää kilpailutekijänä, kuten maksutavasta ja maksuajasta. (Raatikainen 2007, 89.)

4.1.6 Yrityksen talous ja rahoitus

Kotityöpalveluyrittäjä ei välttämättä tarvitse ulkopuolisen rahoitusta, koska alkuinvestoinnit ovat pienet yritystoiminnan laajuudesta riippuen. Suurin investointikohde on todennäköisesti auto, joka on välttämätön yritystoiminnan kannalta. Talouden suunnittelun lähtökohtana tehdään investointilaskelma, jossa on arvioitu ensin rahan tarve ja tämän jälkeen arvioidaan rahan lähteet. Investointilaskelma auttaa selvittämään, mitä yritystoiminnan aloittaminen maksaa sekä suunnittelemaan, miten aiotaan rahoittaa toiminta. Liiketoimintasuunnitelman laatimista koskevilta Internet sivuilta on mahdollisuus saada valmis investointilaskelma ja kannattavuuslaskelmakaavake, jota voi käyttää yritystoiminnan alustaviin laskelmiin. Kannattavuuslaskelman avulla voidaan arvioida, kuinka paljon sinun on myytävä, että saisit itsellesi riittävästi rahaa elämiseen ja että pystyt maksamaan kaikki liiketoiminnasta aiheutuneet kulut. Laskelmassa kannattaa lähteä liikkeelle tavoitetuloksesta, jonka tarvitsee elämiseen kuukausitasolla.

Jos alkavalla yrittäjällä ei ole autoa/pääomaa markkinointiin ja siivousvälineisiin yrityksen alkumetreille voi hakea erilaisia rahoitusmuotoja. Esimerkiksi Finnveralta voi hakea naisyrittäjälainaa. Yritys voi olla toimintaansa aloittava tai jo toimiva yritys, joka työllistää enimmillään viisi henkilöä. Naisyrittäjälainaa käytetään yrityksen liiketoimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin, sekä muihin toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin sekä yrityksen kehittämiseen. Tätä rahoitusmuotoa voi hakea lähes kaikille toimialoille ja sitä myönnetään yhdessä tai useammassa erässä yhteensä enintään 35 000 euroa. Lisäksi myös Finnveran muut rahoit-

tusmuodot ovat mahdollisia. Naisyrittäjälainaa myönnetään kaikille yritysmuodoille ja sitä voi täydentää työ- ja elinkeinoministeriön myöntämällä starttirahalla. (Naisyrittäjälaina- esite 2010.)

Starttirahaa voi hakea työ- ja elinkeinotoimistosta sekä sitä myönnetään työ- ja elinkeinotoimiston henkilöasiakkaille, jotka siirtyvät kokoaikaisiksi yrittäjiksi esimerkiksi ansiotyöstä, opiskelusta tai kotityöstä. Vuonna 2010 tukea voidaan myöntää noin 551-881 euroa kuukaudessa ja sitä myönnetään enintään 18 kuukauden ajaksi. (Yrityksen perustajan opas 2010, 27.) Tuen myöntämisen edellytyksenä ovat muun muassa yrittäjäkokemus tai -koulutus, hyvät mahdollisuudet kannattavaan liiketoimintaan, tarpeellisuus yrittäjäksi aikovan toimeentulon kannalta sekä se, että yritystoimintaa ei ole aloitettu ennen tuen myöntämistä. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2010, 14.)

4.1.7 SWOT- analyysi

Kotityöpalveluyrittäjä voi toimintaympäristön tarkastelun ohella analysoida riskejään esimerkiksi SWOT- analyysin avulla (taulukko 3). Se kertoo yrityksen heikkoudet, uhat, mahdollisuudet ja vahvuudet. Huolellinen toimintaympäristöanalyysi on edellytys käyttökelpoisen nelikentän tekemiseen.

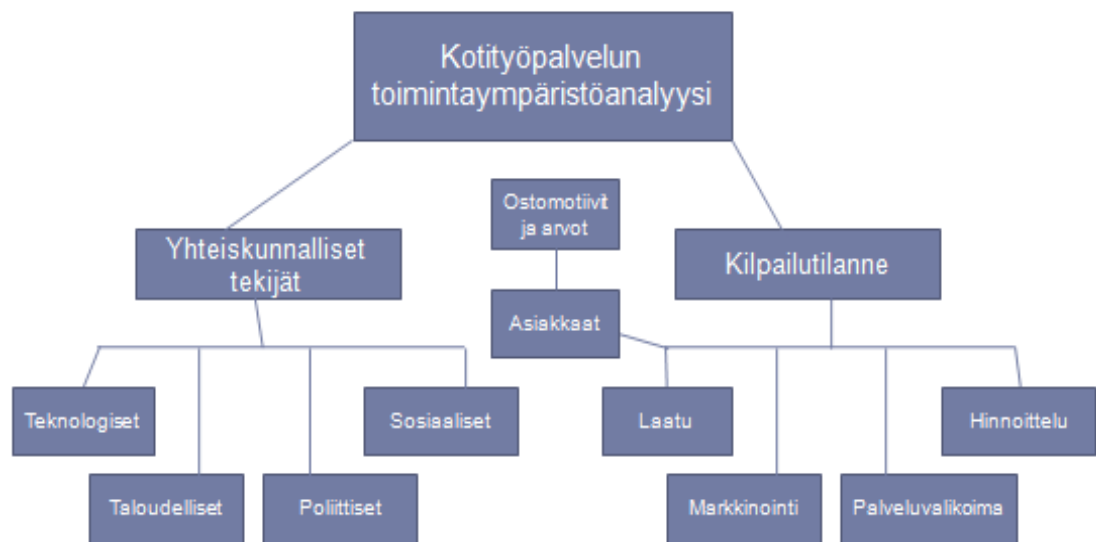
TAULUKKO 3. Swot- analyysi (strenght, weaknees, opportunity, threat)

Vahvuudet	Heikkoudet
Mahdollisuudet	Uhat

SWOT- analyysi sisältää tärkeimmät toimialalla olevat menestymisen edellytykset, joita yritys vertaa omiin vahvuuksiin ja heikkouksiin. Siinä on mietittävä, mitkä ovat yrityksen mahdollisuudet käyttää ympäristön tarjoamia mahdollisuuksia menestymiseen ja onko yrityksellä juuri niitä kykyjä, joita ympäristö odottaa. Yritys vertaa toimialan menestymisen edellytyksiä omaan osaamiseen ja näin muuttaa edellytykset sisäisiksi vahvuuksiksi tai heikkouksiksi. Silloin yhdistetään yrityksen toimintaympäristön ulkoiset tekijät ja yrityksen sisäinen toiminta. (Pitkämäki 2000, 79.)

4.1.8 Liiketoimintasuunnitelma kotityöpalveluyrittäjälle

Liiketoimintasuunnitelman laadintaprosessissa on lähdetty liikkeelle yrityksen toiminta-ajatuksesta, sekä liikeidean hahmottelemisesta. Liikeidea on saanut täsmennystä, kun on saatu tietämystä toimintaympäristöanalyysin johtopäätöksistä. Siitä, ketkä ovat tulevia potentiaalisia asiakasryhmiä, millaiset ovat asiakkaiden ostomotiivit ja minkälaiset laatuodotukset palveluille asetetaan. Kotityöpalveluyritysten markkinoinnin, palveluvalikoiman ja hintojen tarkastelun avulla on saatu muodostettua kokonaiskuva tulevasta liiketoiminnasta. Erityisesti suunnitelmasta heijastuu toimintaympäristöanalyysin johtopäätökset. Opinnäytetyössäni kotityöpalveluyrityksen toimintaympäristöanalyysissä on käyty kuvion neljä (4) mukaisia osa-alueita.



KUVIO 4. Kotityöpalvelun toimintaympäristöanalyysin osa-alueet

Liiketoimintasuunnitelmassa (Liite 1) ovat toimintaympäristöanalysoinnissa löydetty keskeiset piirteet, sekä tulokset yhdistettynä liiketoiminnan eri osa-alueiden analysointimalleihin. Liiketoimintasuunnitelman lopuksi on laadittu yhteenveto SWOT -analyysin avulla yrityksen liiketoiminnasta. SWOT- analyysissä yhdistyvät yrityksen laadintahetkellä nähtävissä olevat vahvuudet ja heikkoudet. Vahvuuksina yritystoiminnassa nähdään muun muassa yksityisyrittäjyyden edut, sekä pienet lähtiinvestoinnit. Yrityksen heikkoutena taas nähdään vähäinen yrittäjäkokemus. Tulevaisuudessa ja ympäristössä nähtävillä olevat mahdollisuudet liittyvät pitkällä aikavälillä laatuavoitteen saavuttamiseen, kun taas selkeänä uhkana nähdään valtion velkaantuminen.

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyössä analysoitiin kotityöpalveluyrityksen toimintaympäristöä alalle tyypillisten tutkimuksien ja tilastojen avulla. Tutkittava aineisto on ollut johdonmukaista ja sieltä alkava yritystoiminta on saanut arvokasta tietoa käsiinsä, jota hyödynsi laadittavassa liiketoimintasuunnitelmassaan. Esimerkiksi tutkijat Härkki ja Varjonen olivat monessa kotitalouksille suunnatuissa tutkimuksissa tekijöinä, joissa selvitettiin kotitalouspalvelujen markkinallisia, laadullisia sekä asiakkaiden tarpeisiin liittyviä tekijöitä. Vastaavasti Niilolan ja Valtakarim työpölyttinen tutkimus antoi tietoa kotitalousvähennyksen piiriin kuuluvien palvelualuejen liikkeistä, palvelujen kysynnästä sekä työllisyyteen liittyvistä tekijöistä.

Toimintaympäristöanalyysin kautta opinnäytetyöntekijälle avautui varsinaisesti toimialan keskeiset piirteet. Kotityöpalveluyrittäjän toimintaympäristö on laaja-alainen ja alkavan yrittäjän on oltava perillä hyvinkin monesta asiasta. Yrittäjäksi aikovan on mietittävä myös omia lähtökohtiaan sekä osaamistasoaan. Kotityöpalveluyrittäjältä vaaditaan paljon, mutta yrittäjä voi olla myös antoisaa. Yrittäjän toimeentulo on pitkälti kiinni omasta työpanoksesta, sekä siitä miten hän ylläpitää yleiskuntoaan ja ammattitaitoaan. Menestyvä yrittäjä on luotettava, ammattitaitoinen sekä osaa liiketoiminnan ja markkinoinnin periaatteet. Tämä opinnäytetyö antoi lähtökohtaisesti opinnäytetyöntekijälle mahdollisuuden näiden osa-alueiden perehtymiseen osana varsinaista liiketoimintasuunnitelman laadintaprosessia.

Liiketoimintasuunnitelman laadinta oli jokseenkin vaativa prosessi, koska en ollut sellaista aikaisemmin tehnyt. Suunnitelmassa korostui toimintaympäristön analysoinnissa kertynyt tieto ja tätä kautta liiketoimintasuunnitelma hioutui omaan muotoonsa. Ilman toimintaympäristöanalyysia liiketoimintasuunnitelma ei olisi sisältänyt olennaista. Toimintaympäristön analysoinnin tarkoituksena oli löytää yritykselle menestymisen edellytyksiä, jotka olen siirtänyt laadittuun liiketoimintasuunnitelmaan nähtäviksi. Menestymisen edellytykset ovat hyvin pitkälle kiinni oikein kohdennetuista markkinallisista ratkaisuksista, sekä erityyppisistä toiminnallisista laatutekijöistä. Toimintaympäristöanalyysin avulla liiketoiminnan suunnittelu oli helpompaa, koska sieltä alkava yrittäjä sai rakennuspalikoita yritystoimintansa rakentamiseen. Liitteenä oleva suunnitelma on vain pieni osa varsinaista opinnäytetyötä ja toimintaympäristö-

analyysissä käytettävässä aineistossa olen opinnäytetyöhön ottanut vain murto-osan. Ajankohtaisen tiedon ja tilastojen saanti oli hankalaa ja pienistä kotityöpalveluyrittäjistä oli vähän tietoa saatavilla.

Kaikista hankalin osuus liiketoimintasuunnitelman laadinnassa oli kannattavuuslaskelmien teko. Laskelmat antoivat realistista tietoa yrityksen menoista, sekä toiminnan kannattavuudesta työntekijälle. Tulevaisuudessa liiketoimintasuunnitelmaa on tarkoitus täsmentää yritystoiminnan muuttumisen myötä. Esimerkiksi jokaisesta palveluvalikoiman palvelusta ei ole tehtynä perusteltua palvelukuvausta. Suunnitelmassa on yksi esimerkki suuntaa antamassa toiminnalle. Suunnitelmasta on hyötyä kaikista eniten silloin kun se toimii yrityksen käsikirjana ja oppaana muille sidosryhmille. Sidoryhmillä tarkoitan rahoittajia, muita alan yrittäjiä, sekä yrityksen perustamista harkitsevia henkilöitä.

Opinnäytetyöntekijä tulee hyödyntämään jatkossa uutta työstä saamaansa osaamista oman yrityksen perustamisessa tai mahdollisesti tulevaisuudessa monissa työelämälähtöisissä projekteissa.

LÄHTEET

Aalto, Kristiina & Varjonen, Johanna 2010. Käyttäjäkokeuksia kotitalouspalveluista-Mistä laadulle takuu. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 122/2010. PDF-dokumentti

http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5424/2010_122_tyoseloste_kotitalouspalvelut.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 23.7.2011

Alkavan yrittäjän tiedotuslehti 2010. Minustako yrittäjä? Helsinki: Art-Print Oy

Arvonlisäverotus 2011. Verohallinto.WWW- dokumentti.

http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Arvonlisaverotus

Ei päivitystietoa. Luettu 27.10.2011

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos 2011. Maailman talouden elpyminen takertelee-suomen kasvu jää ensi vuonna 2 prosenttiin. Suhdannetiedote. WWW-dokumentti.

<http://www.etla.fi/index.php?did=877> Päivitetty 21.9.2011. Luettu 14.10.2011

Elias.fi-nettitori. Hyväksytyjen ”palveluja kotiin”- tarjoajien markkinapaikka.

WWW- dokumentti.<http://www.elias.fi/> Ei päivitystietoa. Luettu 7.5.2011

Hoffren, Seppo 1990. Liiketoiminnan suunnitteluopas. Juva:WSOY

Härkki T, Kauppinen K & Raijas A. 2000. KODIN PALVELUT: kunnallisesti, yksityisesti ja yhteistyössä. Maaraportti. PDF-dokumentti

<http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2000/115/fi/1/ef00115fi.pdf>

Ei päivitystietoa. Luettu 25.4.2011

Härkki, Taija, Sali, Pirjo, Kivimäki, Salli, Tamminen, Riitta, Varpanen, Kirsti & Lepänen, Pasi 2007. Kotityöpalvelut ammatiksi. Suomen siivousteknisen liiton julkaisu- ja 1:22. Mikkeli:AO-Paino

Härkki, Taija 2008. Palveluja kotiin- passi. 11.5.2010. Ennakkolukemisto

Kainlauri, Anne 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Juva:WS Bookwell Oy

Kettunen, Riitta 2009. Sosiaalipalvelut. Toimialaraportti 12/2009. Työ- ja elinkeinoministeriö ja Työ- ja elinkeinokeskuksen julkaisu. PDF-dokumentti

http://ek2.ek.fi/sosiaalialan_tyonantajaliitto/fi/liitetiedostot/Sosiaalipalvelut_2009_netti.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 13.10.2011

Kuluttajasuojalaki 20.1.1978/38. WWW-dokumentti.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038>

Ei päivitystietoa. Luettu 27.10.2011

Laki sosiaali- ja terveydenhuollon suunnittelusta ja valtionavustuksesta 3.8.1992/733.

WWW- dokumentti. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19920733> Ei päivitystietoa. Luettu 27.10.2011

Martikainen, Toivo 2011. Miinukselle mennään, edessä hyvin huonot ajat. Taloussanomien verkkolehti.

<http://www.taloussanomien.fi/kansantalous/2011/09/13/miinukselle-mennaan--edessa-hyvin-huonot-ajat/201112834/12> Päivitetty 13.9.2011. Luettu 14.10.2011

Melkas, Perttu 2008. Hyvätuloiset käyttävät eniten kotitalousvähennystä. Tilastokeskus. Artikkelit on julkaistu Tilastokeskuksen hyvinvointikatsauksessa. 1/2008.

http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-03-12_004.html Ei päivitystietoa. Luettu 11.10.2011

Naisyrittäjälaina- esite. 2010. Finnvera. PDF- dokumentti

<http://www.finnvera.fi/Lainat/Naisyrittajelaina>

Ei päivitystietoa. Luettu 10.10.2011

Niilola Kari, Valtakari, Mikko & Kuosa, Ilkka. Kysyntälähtöinen työllistäminen ja kotitalousvähennys. Työministeriö 2005. Työpoliittinen tutkimus 266. PDF-dokumentti

http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/tpt266.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 3.9.2011

Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2010. Suomen uusyrityskeskukset ry.

Pitkämäki, Ari 2000. Pk- yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä:Gummerus Kirjapaino Oy

Pääministerin Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma 2011. Valtioneuvoston kanslia 22.6.2011. PDF- dokumentti

<http://www.vn.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf332889/fi.pdf>

Ei päivitystietoa. Luettu 27.9.2011

Raatikainen, Leena 2007. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Prima Oy

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry. WWW-dokumentti.

<http://www.tts.fi/index.php>

Ei päivitystietoa. Luettu 14.9.2011

Sutinen, Mika & Viklund, Esa 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta, mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Opas yrittäjille, yrityksen perustamista suunnitteleville sekä yrittäjätutkintoon valmentautuville. Savonia ammattikorkeakoulun julkaisusarja B6/2004. Savonia ammattikorkeakoulu: Kirjakas Oy

Valittonneuvoston kanslia 2009. Yhdessä ja erikseen- Maailma ja Suomi 2010-luvulla. Toimintaympäristökuvaus ministeriöiden tulevaisuuskaustien taustaksi. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 33/2009. PDF-dokumentti

<http://www.vnk.fi/julkaisukansio/2009/j33-yhdessa-ja-erikseen-j03-together/pdf/fi.pdf>

Ei päivitystietoa. Luettu 18.9.2011.

Varjonen, Johanna, Aalto, Kristiina & Leskinen, Johanna 2007. Täsmällistä, ammattitaitoista ja edullista. Kuluttajapalautetta kotitalouspalvelumarkkinoille. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisu 2:2007. PDF-dokumentti

http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5010/2007_02_julkaisu_kotitalous.pdf

Ei päivitystietoa. Luettu 24.9.2011

Varjonen, Johanna, Aalto, Kristiina & Leskinen, Johanna 2005. Kotityön markkinat. Sitran raportteja 45.PDF-dokumentti

<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti45.pdf>

Ei päivitystietoa. Luettu 24.7.2011

Verohallinnon ohje Dnro 185/32/2009,19.8.2009. Kotitalousvähennys. WWW-dokumentti. <http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Kotitalousvahennys>

Ei päivitystietoa. Luettu 14.5.2011

Yrityksen perustajan opas 2010. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.

Yrityksen perustajan opas- silta yrittäjyyteen 2006. Yritysjulkaisut. Helsinki: Edita Prima Oy

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Kotityöpalveluyritys TMI

Nimi:
Osoite:
Postinumero ja postitoimipaikka:
Puhelin:
Faksi:
Kotisivu:
Sähköposti:
Laatimispäivämäärä:

Perustamispäivä:
Rekisteröintipäivä:
Rekisterinumero:
Y-tunnus:
Toimialaluokitus:
Sijaintikunta:

SISÄLTÖ

1	KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA.....	1
1.1	Yhtiömuoto	1
1.2	Yrityksen yleisstrategia	2
1.3	Kotityöpalveluyrittäjän osaaminen	2
2	YRITYKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	2
2.1	Alan yritysten nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät.....	2
2.2	Ympäristöanalyysi.....	2
2.3	Kysyntää lisäävät tekijät.....	3
2.4	Kilpailutilanne ja oman yrityksen asema	4
2.5	Kilpailija-analyysi.....	4
2.6	Yrityksen menestystä lisäävät tekijät	4
2.7	Keinot, joilla erotutaan kilpailijoista	5
3	ASIAKKAAT	5
3.1	Asiakasryhmittely	5
3.2	Asiakasanalyysi	6
4	MARKKINOINTI	6
4.1	Myyntitavoitteet.....	7
4.2	Markkinatuote-analyysi.....	7
4.3	Jakelukanavat	7
4.4	Palvelusuunnitelma.....	8
4.5	Hinnoittelusuunnitelma.....	9
5	TALOUDEN SUUNNITTELU	11
5.1	Alkuinvestoinnit ja rahan lähteet	11
5.2	Kannattavuuslaskelma	14
6	SWOT- ANALYYSI.....	17

1 KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA

Perustettavan kotityöpalveluyrityksen toiminta-ajatus: ”Kotityöpalveluyritys tuottaa laadukkaita ja asiakaslähtöisiä kotityöpalveluja kodin puhtautta ja arjen moninaisuutta arvostaen. Kotityöpalveluyrityksen palvelut on koostettu kodin arjen työtehtävistä, joissa korostuu luotettavuus”.

TAULUKKO 1. Kotityöpalveluyrityksen liikeidea

Hyöty asiakkaalle	Yrityskuva
<i>helpottaa arkea ja antaa vapaa-aikaa, antaa mahdollisuuden ikääntyneille asua kodeissaan pidempään, lisää joustavuutta, työn ja arjen yhteen sovittamista perheiden keskuudessa</i>	<i>luotettavuutta ja saavutettavuutta korostaen, laadukasta kotityöpalvelua monialaisen ammattilaisen kohtamana, perusteltuja palvelukokonaisuuksia</i>
Asiakkaat	Palvelut
<i>pääkaupunkiseudun hyvätuloiset nuoret perheet, sinkkotaloudet, eläkeikäiset, lapsiperheet, mahdollisesti kunta</i>	<i>siivouspalvelut, asiointipalvelut, vahtipalvelut, kodin juhlapalvelut</i>
Toimintatapa	Resurssit
<i>kotisivut: yhteydenottopyyntö suoraan sivuilta/ sähköposti, puhelin, asiakastapaaminen, varauskalenteri, sopimus, takuu, palaute</i>	<i>pienet investoinnit (pesuaineet, perussii- voustarvikkeet), yrittäjällä auto kilometri- vähennyksineen, yrittäjä monialaosaja, tehokas ja luotettava, todistus osaami- sesta, pääkaupunkiseudun tuntemus</i>

1.1 Yhtiömuoto

Yksityinen elinkeinoharjoittaja eli toiminimi

- soveltuu hyvin toimintaan, joka ei sisällä suuria taloudellisia riskejä
- yhden hengen yritys
- yrittäjä vastaa koko omaisuudellaan yrityksen sitoumuksista
- päättää asiat itsenäisesti
- yritystoiminnalla on tarkoitus antaa tulot yhdelle henkilölle

1.2 Yrityksen yleisstrategia

Yrityksen toiminta rakentuu toiminnan alkumetreillä yhden ihmisen varaan. Yrittäjä hoitaa asiakkaiden hankinnat, osallistuu asiakassuhteiden ylläpitoon, tuottaa palvelut asiakaskodeissa sekä kehittää toimintaa. Yritystoiminnan käynnistämisvaiheessa on tarkoitus verkostoitua alueellisesti samantyyppisten yritysten kanssa, jolloin työn organisointi on joustavampaa. Yritys hankkii ostopalveluina kirjanpidon, sekä markkinoinnin, joka laatii yrityksen kotisivut. Yrittäjä tarvitsee toimintansa alkumetreille puhelimen, auton, sekä kodin perussiivousvälineet ja puhdistusaineet. Yritys toimii alussa ilman toimitilaa.

1.3 Kotityöpalveluyrittäjän osaaminen

Taulukkoon kaksi on koostettuna yrittäjäksi aikovan keskeiset osaamisalueet.

TAULUKKO 2. Kotityöpalveluyrittäjän osaaminen

vaatii hyvää fyysistä kuntoa, luotettava, pystyy itsenäiseen työhön, työmenetelmien hallinta, ahkera, ammattimaiset työvälineet, pystyy mukautumaan vaihtuvaan työrytmiin ja työtehtäviin, hyvät vuoro-vaikutustaidot, osaa arvostaa kodin rauhaa ja yksityisyyttä, tunnollinen, vastuullinen, liiketoiminta-osaaminen, markkinointiosaaminen, tuntee verotuskäytännöt, kirjanpidon perusteet, yrittäjyysopinnot, laskutuskäytäntöjen tuntemus, organisointikykyinen, taloudellinen, tuntee asiakkaan odotukset, kärsivällinen

2 YRITYKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

2.1 Alan yritysten nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät

- kotitalousvähennyksen kautta alalle on perustettu paljon kotityöpalveluyrityksiä
- yrittäjät ovat usein toiminimiyrittäjiä, sekä mikroyrittäjiä
- yritykset potevat työvoimapulaa, työn arvostus huonoa, palkkataso alhainen
- monelta yrittäjältä puuttuu markkinointi- ja liiketoimintaosaaminen
- tiedon siirto ja hallinnointi siirtyy yhä enemmän verkkoon
- kotitalousvähennyksen muutoksen myötä palvelujen kysyntään saattaa tulla muutos
- alan yrittäjät suuntaavat palveluja kaikille asiakasryhmille
- asiakkaat ovat yhä vaativampia
- alhaiset hinnat
- alalle tulon kynnys on alhainen
- yksityisyrittäjillä usein työuupumusta

2.2 Ympäristöanalyysi

Ympäristöanalyysissä (taulukko 3) tarkastellaan yhteiskunnallisesti keskeisiä liiketoimintaan vaikuttavia ulkoisia tekijöitä, sekä niiden tulevia kehityssuuntia.

TAULUKKO 3. Tärkeimmät ympäristötekijät, jotka vaikuttavat liiketoimintaan

Ympäristötekijä	Nykytila	Kehitys tulevaisuudessa
Yleinen taloudellinen kehitys	Suomi on velkaantunut ja talouskasvu hidastunut, ostovoima heikentynyt, taantuma	Euroopan velkakriisi lisää epävarmuutta, talous painuu miinukselle, ei pitkäaikaista taantumaa
Työvoiman saatavuus	Pulaa pääkaupunkiseudulla	Enemmän ulkomaalaisia
Lainsäädäntö	Kotitalousvähennystä koskeva lainsäädäntö tukee kotityöpalvelujen käyttöä	Kotitalousvähennys laskee, palvelujen kysyntää voi tulla muutos
Palvelujen saatavuus	Kunnallisen sektorin palveluissa resurssipulaa	Kotityöpalveluissa yksityisen sektorin osuus lisääntyy
Väestön ikärakenne	Suuret ikäluokat eläkkeelle, keskimääräinen elinikä pitenee	2020 neljäsosa väestöstä yli 65-vuotiaita, Ikääntyminen EU:n nopeinta
Elämäntyyli ja vapaa-aika	Työn rytmi kiivas ja nopea molemmilla sukupuolilla, halutaan enemmän vapaa-aikaa	Kotitöiden tekemiseen jää työssäkäyvillä ihmisillä vähän aikaa ja voimia

2.3 Kysyntää lisäävät tekijät

- julkisen sektorin voimavarat vähentymässä
- naisten koulutustaso ja työssäkäynti on edelleen lisääntymässä
- väestön ikääntyminen ja eliniän nousu
- nykyinen työelämä vaatii enemmän ja kotitöiden tekemiseen on vähemmän aikaa
- kuntien tarjoamat palvelusetelit
- palveluja hankitaan vanhemmille ja isovanhemmille → omaisten kuormittuminen vähentyy
- kotitalousvähennys
- mukavuus- ja elämäntapojen muuttuminen
- korkeat elämänlaatua koskevat odotukset

- lisää aikaa ansiotyön tekemiseen, sekä vapaa-aikaan
- perhe ja kotitaloudet muuttuvat → samalla kynnys kotityöpalvelujen ostoon vähenee

2.4 Kilpailutilanne ja oman yrityksen asema

Hintakilpailu on suhteellisen kovaa. Kotityöpalveluyritys tarjoaa monipuolisia palveluja hinnoitellen ne selkeästi, hinta ei ole kilpailutekijä, kun hinta koostuu kaikista kuluista. Kilpailijoista erotutaan laadukkailla kotisivuilla, jossa palvelut ovat kuvattu perusteellisesti. Asiakasryhmittelyn kautta on mahdollisuus suunnata palveluja potentiaalisille asiakkaille.

2.5 Kilpailija-analyysi

Seuraavassa hahmotellaan (taulukko 4) muutamien kotityöpalveluyritysten markkinoitkeinoja, yrityskuvaa, sekä palveluvalikoimaa. Pyrkimyksenä on havaita keinot, joilla erotutaan joukosta.

TAULUKKO 4. Kotityöpalveluyritysten kilpailija-analyysi

Yritys	Kuvaus	Heikkoudet	Vahvuudet	Kuinka erotutaan?
1. Cris Siivous Tmi	Siivoukseen keskittynyt yritys ja tekijät	Ei ole kotisivuja, vain siivouspalveluja, ei löytynyt google-haulla	Alhainen hinta	Kotisivut, monipuolinen palveluvalikoima
2. Tmi Anne Vainio	Perustettu 1996, Kotisiivousta kokemuksella	Ei ole kotisivuja, keskittynyt vain siivouspalveluihin, löytyi fonecta, eniro, directa	Aina sama tekijä, alhainen hinta	Kotisivut, monipuoliset palvelut
3. Lesing-Leidit	Tarjotaan kotisiivousta pääkaupunkiseudulla	Vain kotisiivous, useita työntekijöitä	Hyvät kotisivut, sopimusasiakkailla eri hinta	Aina sama henkilö, monipuoliset palvelut, kotitalousvähenyksenestä esim. laskelma
4. Happy House Stella Näppi	Kodinhoitoa, lastenhoitoa ja catering-palveluita tuottava yritys	Itsetehdynäköiset ja epäselvät kotisivut, ei palveluhintoja, ei tarkempaa tietoa yrityksestä	Monipuoliset palvelut, erikoinen yrityksen nimi, jää mieleen	Laadukkaat kotisivut, hinnat selkeästi näkyvillä
5. Lindan kotipalvelu	Vuonna 2004 perustettu perheyri-tytys, korkealuok-kaista kodinhoito-palvelua	kotisivuilla liian vaalea tekstitys, korkea hinta, siivouksesta perusmaksu 7,5€/siivous	Laadukkaat kotisivut, helppo käyttää, asiakkaat voi kerätä Finnair-pluspisteitä palveluista, monipuoliset palvelut	Kanta-asiakasalennukset, yrityksen pieni koko, sama tekijä

2.6 Yrityksen menestystä lisäävät tekijät

- tuttujen hyvät kokemukset

- luotettava markkinointi
- kuuluminen ennakkoperintärekisteriin
- edulliset hinnat
- yrityksen monipuoliset palvelut
- suomalaisuus
- pieni koko
- läheinen sijainti
- hyvä maine
- luotettavuus
- vakituiset asiakkaat
- hyvät pysyvät työntekijät
- yhteydenpito asiakkaiden välillä sujuu
- yrityksen laatu- ja asiakasosaaminen
- liiketoimintaosaaminen

2.7 Keinot, joilla erotutaan kilpailijoista

- yrityksellä laadukkaasti laaditut kotisivut
- palvelut kohdennettuna lapsiperheille (ei kaikille kaikkea)
- houkutteleva palvelujen hinnoittelu (tuntiveloitushinnat, urakkahinnoittelu, hintaporrastukset, suosittelija-alennukset, kanta-asiakasalennukset)
- kotisivuilla esimerkkilaskelma perheen vuotuisista ostoista, antaa realistista kuvaa todellisesta tuntiveloitushinnasta
- kotisivuilta varauskalenterinäköymä
- kotisivuilta linkki YTJ, josta voi tarkistaa kuuluuko yritys ennakkoperintärekisteriin
- aina sama tekijä
- perusteelliset palvelukuvaukset
- sivuilla esitellään palveluntarjoajan ammattitaito, historia, osaamistodistus
- lasten tilapäishoito (24 h)
- tunnetaan kotityöpalvelun toimintaympäristö

3 ASIAKKAAT

3.1 Asiakasryhmittely

Toimintaympäristöstä poimitut potentiaaliset asiakaskohderyhmät havainnollistetaan tarkemmin seuraavan ryhmittelyn mukaisesti (taulukko 5). Ryhmittelyn pyrkimyksenä on löytää liiketoimintaa ohjaavia suuntia yritystoiminnassa, kuten esimerkiksi suora-markkinoinnin kohdentamista.

TAULUKKO 5. Potentiaalisten asiakkaiden järjestelmällinen ryhmittely

Ryhmittelyn perustat	Asiakasryhmät
Perhesuhteet	Perheet (vanhemmat, 1-4 lasta), eläkevuosiin viettävät, naimattomat, eronneet lapset, uusperheet, lasten vanhemmat
Asumismuoto	Omakotitalo, isot huoneistot kerrostaloissa ja rivitaloissa
Elämäntyyli	Life-style, luksusta harrastavat, vapaa-aikaa

	ja mukavuutta arvostavat, perheelle omistautuvat, uraputkessa olevat
Harrastukset	Golf, laskettelu, matkailu, kirjallisuus, tiede, jääkiekko, ratsastus, tanssi, moottoriurheilu
Asuinpaikka	Westend, Friisilä, Kuusisaari-lehtisaari jne.
Ansiotyö	Tutkija, ekonomisti, yrittäjä, arkkitehti, johtaja, poliitikko, päällikkö, insinööri

3.2 Asiakasanalyysi

Asiakasanalyysissä (taulukko 6) havainnollistetaan asiakkaiden tarpeita ja niiden kehityssuuntia, sekä asiakkaiden ostokäyttäytymistä.

TAULUKKO 6. Asiakasanalyysi

Keitä ovat asiakkaat: Perheet (vanhemmat, 1-4 lasta), eläkevuosiaan viettävät, naimattomat, eronneet lapsineen, uusperheet, lasten vanhemmat

Tyypillinen asiakas: Omakotitalossa asuvat hyvätuloiset lapsiperheet

Minkä asiakkaan tarpeen palvelu ratkaisee: puhdas koti, lisää mukavuutta ja vapaa-aikaa, iäkkäillä mahdollisuus asua kotona pitempään, helpottaa työn ja arjen yhteensovittamiongelmia, sekä arkielämän jatkuvaa kiirettä, palveluntarjoaja antaa korvausta vastaan kotitöiden tekemisen tiedon, kokemuksen, taidon, voiman ja ajan

Miten tarpeet tyydytetään tällä hetkellä: tehdään itse, 23 % ostaa kotityöpalveluja, käytetään sukulaisia ja tuttavii

Esiintyykö ostouskollisuutta: tutulla ja luotettavalla palveluntarjoajalla riittää asiakkaita

Ostovoima: asiakkaat käyttävät n. 2000 - 7000 euroa vuodessa palvelujen ostamiseen, tulevaisuudessa väestön ikääntyessä ostovoima lisääntyy

Miten ostetaan: tuttujen kokemusten saattelemana, yrityksen kotisivut, lehti-ilmoituksen kautta

Milloin ostetaan: palvelun huomaaminen, mielenkiinto ja rahan puute ei vaikuta, ajan puutteen vuoksi, ei pystytä enää itse tekemään

Kuinka usein ostetaan: viikoittain, kaksi kertaa kuukaudessa, kerran vuodessa

4 MARKKINOINTI

Mainontaa ja markkinointia tehdään pääsääntöisesti Internetin välityksellä. Markkinointisuunnitelmaan on koostettu markkinoinnin keskeisimmät avaintekijät, joilla yrityksen tunnettuutta lähdetään viemään markkinoille. Vakituiset asiakkaat ovat yrityksen kivijalka. Palvelut ovat koostettu lapsiperheiden arjen tueksi. Palveluvali-

koimasta löytyvät siivouspalvelut, vahtipalvelut, asiointipalvelut, sekä kodin juhlapalvelut.

4.1 Myyntitavoitteet

- alussa tavoitteena on saada 6-7 asiakasta
- 3-4 tuntia viikko/asiakas
- n. 21 tuntia/viikko
- n. 80 tuntia/kk
- kuukausilaskutustavoite n.3000 €/kk vrt. kannattavuuslaskelma
- tavoiteliikevaihto vuodessa 30- 60. 000 € (ilman alv.)

4.2 Markkina-tuoteanalyysi

Taulukossa seitsemän on ennustettu liikevaihdon osuus yrityksen kaikista kotityöpalveluista.

TAULUKKO 7. Markkina-tuoteanalyysi

Asiakkaat	Liikevaihto €/vuosi
Palvelut	
Siivouspalvelut	28. 000
Kodin juhlapalvelut	9. 000
Vahtipalvelut	18. 000
Asiointipalvelut	3. 000
	Yhteensä: 58.000

4.3 Jakelukanavat

Jakelukanavat välittävät palvelun yrityksen loppuasiakkaalle. Koostuvat eri yrityksistä.

Kotisivut:

- nykyaikaiset ja laadukkaat kotisivut
- välilehdet palveluille, yrityskuva, hinnasto, valokuvia
- tukevat yrityksen arvomaailmaa
- perhearvoja tuodaan esille
- mielikuvan avulla saadaan luotettavuutta ja arvostusta uusilta asiakkailta
- yhteystiedot suoraan sivuilta sähköpostin tai puhelimen välityksellä
- yhteydenottopyyntö
- varauskalenterin tilannenäkymä
- anna palautetta
- kotitalousvähennyksestä esimerkkilaskelma
- sivuilla esitellään palveluntarjoajan ammattitaito, historia, osaamistodistus
- perusteelliset palvelukuvaukset

- sivuilta voi tarkastaa suoraan kuuluuko ennakkoperintärekisteriin, linkki (YTJ)

Suoramarkkinointi:

- markkinointitoimisto tekee laadukkaan esitteen/henkilökohtaisen kirjeen
- omakotialueiden hyvätuloiset lapsiperheet

Asiakassuhdemarkkinointi:

- autetaan asiakkaita hyödyntämään kotitalousvähennys
- selvitetään mitkä asiat ovat asiakkaille tärkeitä, mitä pitäisi tietää, jotta osaisi noudattaa heidän kotinsa tarpeita ja tapoja
- kerrotaan palautteiden merkityksestä, jotta työnjälki olisi tarkoituksenmukaista
- annetaan avoin kuva palvelutarjoajasta, jotta luottamussuhde syntyisi/jatkuisi
- kerrotaan palvelun eduista
- käyntikortti
- ilmainen arviointikäynti
- kuunnellaan asiakasta
- perusteellinen palvelukokonaisuus, josta kerrotaan

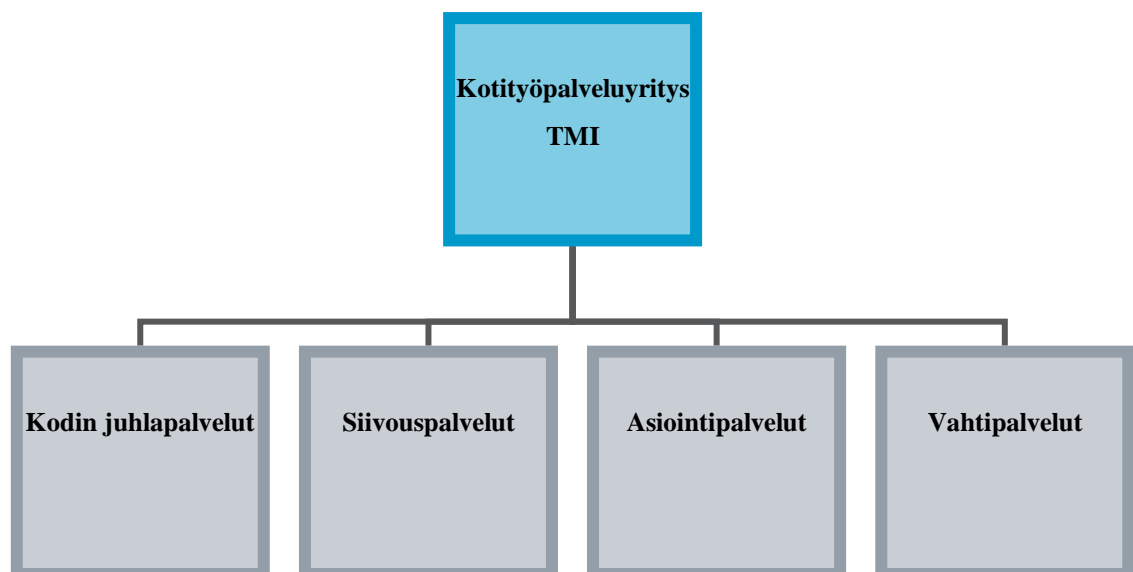
Laatutakuu:

- asiakas katsoo suorituspäivänä työn jäljen, jos asiakas on tyytymätön, palaute kirjataan palautejärjestelmään ja korjataan asia tarkoituksenmukaisesti

4.4 Palvelusuunnitelma

Palveluvalikoima (taulukko 8) on suunniteltu palvelemaan lapsiperheiden tarpeita.

TAULUKKO 8. Palveluvalikoima



Siivouspalvelut:

- viikkosiivous
- ikkunoiden pesu

Asiointipalvelut:

- ostokset kotiin tuotuina
- kaupassa yms. asioinneilla avustamista

Vahtipalvelut:

- lasten tilapäishoito
- lemmikkien hoito/ulkoiluttaminen

Kodin juhlapalvelut:

- kodin juhlatarjoilu

Palvelut voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeen mukaisesti 5-40 hengelle.

Esimerkkitapaus perusteellisesta palvelukuvauksesta:

Viikkosiivous:

- huoneiston tuuletus
- pölyjen pyyhintä kaluste-, taso- sekä lasipinnoilta
- mattojen imurointi sekä tuuletus
- lattioiden imurointi sekä pyyhintä (lattialistat)
- saniteettitilojen puhdistus

Viikkosiivouksessa käytetään luontoystävällisiä puhdistusaineita ja siivouksen saa halutessaan hajusteettomana.

Minimiveloitus 3 tuntia

4.5 Hinnoittelusuunnitelma

Hinnoittelusuunnitelmassa palvelut on hinnoiteltu eri palveluryhmiin erikseen. Hinnat esitetään kotisivuilla jokaisen palvelulehtisen alla, esimerkiksi vahtipalvelut- välilehden takana hinnat nähtävissä palvelukuvauksen jälkeen. Hinnoittelussa olen käyttänyt lisämyyntiä lisäämään kaksi erilaista keinoa. Asiakkaalla on mahdollisuus saada palveluista alennusta, jos saa suositeltua kotityöpalveluyrityksen palveluja toiselle henkilölle. Toinen lisämyyntiä lisäävä hinnoittelumuoto on se, että saa paljousalennusta ostetuista palveluista.

Palvelut on hinnoiteltu hinnanporrastus- menetelmää apuna käyttäen ja palvelun tuntihinnat putoaa, mitä enemmän kotityöpalvelua hankkii kerralla tuntimäärällisesti. Palvelutuntihinnat sisältävät kaikki kulut, joten palveluhinnat ovat kustannuslähtöisiä

hintoja. Hinnoittelusuunnitelmassa on tarkoituksena esittää esimerkkilaskelma kotitalousvähennyksestä perheen vuotuisten ostojen mukaan, jolloin saadaan konkreettisesti esitettyä tuntihinta, jonka asiakas maksaa lopulta vuodessa.

Lisämyyntikeino hinnoittelussa:

- Suosittelija-alennus – 20 %

Alennus annetaan jakelukanavan suosittelijalle hyvityksenä palveluntarjoajan puolesta hoidetusta markkinoinnista.

- Kanta-asiakasedut

Joka kymmenes tunti – 50 %

Joka kahdeskymmenes tunti ilmainen

Siivouspalvelut:

ma - ke tuntiveloitushinta 36,96 €

to - pe tuntiveloitushinta 38,13 €

Minimiveloitus 3 tuntia

Vahtipalvelut (24h):

4 h	141,00 € (35,25 tunti)
5-8 h	128,60- 257,20 € (32,15 tunti)
> 9 h	253,80- (28,20 € tunti)

Kodin juhlapalvelut:

5- 10	henkeä	28,20 €/tunti
10- 20	henkeä	32,15 €/tunti
20- 40	henkeä	35,25 €/tunti

Asiointipalvelut:

2 h 35,25 €/tunti

Maksuehdot:

14 vrk työn suorituksesta

Esimerkkilaskelma kotitalousvähennyksestä:

”Palveluihimme saa kotitalousvähennyksen sen ehtojen mukaisesti”

Vähentää saa 45 % arvonlisäverollisesta työkorvauksesta, jos työ on ostettu ennakkoperintärekisteriin merkityltä veronalaista toimintaa harjoittavalta yrittäjältä. Vuotui-

nen kotitalousvähennyksen enimmäismäärä on 2000 €/henkilö. Perheessä puoliso lasketaan mukaan enimmäismäärä silloin 4000 €. Vähennyksen saa tavanomaisesta kotitaloustyöstä-, hoiva- ja hoitotyöstä. Tarkista kuulummeiko ennakkoperintärekisteriin → linkki www.ytj.fi

Perheen ostokset vuodessa	7500 €
Palvelun keskimääräinen hinta	35 €/tunti
Saate kotityöpalvelua	214 tuntia
Vähennetään omavastuut (molemmilla puolisoilla 100 €)	200 €
Kotitalousvähennys, verottaja maksaa	2200 €
Palvelutyön hinnaksi jää	5300 €/vuodessa
Palvelutyön tunti hinta	24,80 €
Viikkosiivouksen hinta (5h)	124 €

Palveluhinnat sisältävät:

kaikki kulut: arvonlisävero (23 %), ammattimaiset kodin puhdistus- ja siivousvälineet, matkakulut > 10 km (ylimenevästä osasta 0,45senttiä kilometrikorvaus/km, sekä vakuutukset. Seuraavassa (taulukko 9) tuntiveloitushinnan muodostuminen, joka on laskettu siivouspalveluista kalliimmalla hinnalla alustavan kannattavuuslaskelman perusteella.

TAULUKKO 9. Tuntiveloitushinnan muodostuminen

Tuntiveloitushinnan muodostuminen			
Alviton hinta	31,00 €		
-muuttuvat kulut	8,68 €		Tuntiveloitushinta 38,13 € (sis. Alv)
=katetuotto	22,32 €		
-kiinteät kulut	9,73 €		Katetuottoprosentti 72 %
=tulos	12,59 €		Käteeseen jäävä osuus: 12,59 €

5 TALOUDEN SUUNNITTELU

5.1 Alkuinvestoinnit ja rahan lähteet

Alkuinvestointilaskelmassa (taulukko 10) on laskettu kustannukset, jotka aiheutuvat toiminnan käynnistymisestä. Rahan tarpeessa on määriteltävä mitä tarvitaan yrityksen perustamisvaiheessa. Ilmoitus kaupparekisteriin, auto, alkumainonta, työvälineet, puhelin, sekä yrittäjän toimeentulo. Rahan lähteessä määritellään miten katetaan alkuinvestoinnit. Yrittäjä sijoittaa toimintaan autonsa, omia koneita sekä rahaa. Lisäksi vierasta rahoitusta toimintaa on laskettu naisyrittäjälainana, sekä starttiraha. Laskelman perusteella yli jää 195 euroa.

TAULUKKO 10. Investointilaskelma

<i>Investointilaskelma, Kotityöpalveluyritys</i>			
Rahan tarve			Ennen aloitusta
Investoinnit	Aineettomat hyödykkeet	Ilmoitus kaupparekisteriin	75,00 €
		Muut	300,00 €
	Koneet ja kalusto	Tuotantovälineet/atk	0,00 €
		Auto	12 000,00 €
		Työvälineet	500,00 €
		Puhelin/fax	250,00 €
		Asennukset	
		Toimistotarvikkeet	50,00 €
		Muut	
Käyttöpääoma 1-3 kk		Alkumainonta, Internet	1 000,00 €
	Vuokrat	Toimitiloista/takuuvuokrat	
		Laitavuokra/leasing	
	Palkat	Työntekijöiden palkat	
		Yrittäjän oma toimeentulo	5 000,00 €
Vaihto ja rahoitusomaisuus		Alkuvaramo	
		Kassa	
Rahantarve yhteensä			19 175,00 €
Rahan lähteet			
Oma pääoma		Oma raha	2 600,00 €
		Omat sijoitukset/auto	12 000,00 €
		Omat koneet	1 000,00 €
		Muut	100,00 €
Lainapääoma		Osakaslaina	
		Pankkilaina	
		Finnvera, naisyrittäjälaina	3 000,00 €
		Muut	
		Lainat tavarantoimittajilta	
Muu tulorahoitus (starttiraha)			670,00 €
Rahnlähteet yhteensä			19 370,00 €
Ennen aloitusta			
Rahan lähde	19 370,00 €		
Rahan tarve	19 175,00 €		
			195,00 €

5.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelma (taulukko 11) sisältää tiedot yrityksen muuttuvista ja kiinteistä kustannuksista kuukaudessa ja vuodessa. Kannattavuuslaskelmana on alussa määritelty mitä kotityöpalveluyrittäjän olisi saatava kuukaudessa nettona käteen palkkaa. Tavoitetulos (nettona) on se millä saa katettua omat minimikulut, kuten vuokran, vaatteen ja ruoan. Laskelmassa lainoja lyhennetään kuukaudessa 130 € (naisyrittäjälaina). Naisyrittäjälainassa korko on n.3 %. Kiinteät kulut ovat: yrittäjän eläkevakuutus, tapaturmavakuutus, kirjanpito, sähkö, vesi, Internet, korjaukset, muut kulut. Muuttuvissa kuluissa ovat lainan lyhennys, korko, ansiotulovero sekä ostot.

TAULUKKO 11. Kannattavuuslaskelma

Alustava kannattavuuslaskelma		Kuukaudessa	Vuodessa
= TAVOITETULOS (netto)		1 400,00 €	16 800,00 €
+ Lainojen lyhennys		130,00 €	1 560,00 €
= TULOT VEROJEN JÄLKEEN		1 530,00 €	18 360,00 €
+ Vero 20 %		280,00 €	3 360,00 €
= RAHOITUSTARVE (Br.tulot)		1 810,00 €	21 720,00 €
+ Yrityslainojen korot 3 %		3,90 €	46,80 €
A= KÄYTTÖKATETARVE		1 813,90 €	21 766,80 €
	YEL 21,6 % (2011)	302,40 €	3 628,80 €
	- muut vakuutukset(tapaturma 1%)	14,00 €	168,00 €
	- työntekijöiden palkat		
	- palkkojen sivukustannukset		
	- vuokrat		
	- sähkö/vesi	50,00 €	600,00 €
	- puhelin/telekopio	100,00 €	1 200,00 €
	- kirjanpito	200,00 €	2 400,00 €
	- toimistokulut		
	- matka/autokulut	200,00 €	2 400,00 €
	- markkinointi, fi-verkkotunnukset	55,00 €	660,00 €
	- koulutus		
	- lehdet yms.		
	- korjaukset	10,00 €	120,00 €
	- yrittäjän työttömyysvakuutus		
	- muut kulut	150,00 €	1 800,00 €
B= KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ		1 081,40 €	12 976,80 €
A+B= MYYNTIKATETARVE		2 895,30 €	34 743,60 €
	+ Ostot (ilman ALV)	550,00 €	6 600,00 €
=LIIKEVAIHTO (ilman ALV)		3 445,30 €	41 343,60 €
	+ Arvonlisävero (23 %)	4 237,72 €	50 852,63 €
= KOKONAISMYYNTI/-LASKUTUS		7 683,02 €	92 196,23 €

Liikevaihdosta (taulukko 12) on vähennetty palveluiden tuottamisesta aiheutuvat muuttuvat ja kiinteät kulut ja näin ollen on saatu tulos ja katetuotto prosentti laskettua. Katetuotto prosentti kuvaa kuinka paljon liikevaihdosta jää muuttuvien kustannusten jälkeen kiinteiden kustannusten katteeksi.

TAULOKKO 12. Yksinkertainen tuloslaskelma

Yksinkertainen tuloslaskelma vuositasona			
Liikevaihto	41 343,60 €		
-muuttuvat kulut	11 566,80 €	Katetuotto	Katetuotto prosentti
=katetuotto	29 776,80 €	29 776,80 €	72 %
-kiinteät kulut	12 976,80 €		
=tulos	16 800,00 €		

Laskutustavoitteen (taulukko 13) avulla on laskettu yrityksen kuukausi-, päivä-, tunti- laskutustarve. Toiminnassa ei pystytä laskuttamaan täysiä kuukausia, päiviä tai tunteja. Laskelma on suuntaa antava, jossa arvioidaan kuinka monta päivää tai tuntia yritys pystyy laskuttamaan asiakkailtaan kuukaudessa.

TAULUKKO 13. Laskutustavoitteet

Laskutustavoitteet yksinkertaisen tuloslaskelman jälkeen (tulos=16800,00 €)		Alv:ton	
Kuukausilaskutustavoite	kuukausien määrä/v	11	1 527,27 €
Päivälaskutustavoite	päivien määrä/kk	20	76,36 €
Tuntilaskutustavoite	tuntien määrä/päivä	7	10,91 €
Vuodessa 11 kuukautta, kuukaudessa 20 päivää, päivässä 7 tuntia.			

Kriittinen piste ilmoittaa (taulukko 14), sitä myynnin määrää vuodessa, kun tuloksena on nolla. Varmuusvälillä eli varmuusmarginaalilla tarkoitetaan sitä pelivaraa, joka on nykyisen liikevaihdon ja kriittisen liikevaihdon välillä.

TAULUKKO 14. Kriittinen piste ja varmuusmarginaali

Kriittisen pisteen liikevaihto vuodessa	
Kriittisen pisteen liikevaihto = Kiinteät kustannukset / (Myyntikate / Liikevaihto) =	
12 976,80 € : (29776,80/410343,60) = <u>18 017,64 €</u> Tulos nolla	
Varmuusmarginaali = (Liikevaihto - Kriittisen pisteen liikevaihto)	
	41 343,60 €
	- <u>18 017,64 €</u>
Pelivara	<u>23 325,96 €</u>

Kriittisen pisteen tuloksen (taulukko 15) mukaan kotityöpalveluyritys olisi kannattavaa, kun itse tekisi lähes kaiken. Oletetun tuntiveloitushinnan mukaan tulisi tehdä töitä 44 tuntia kuukaudessa, jolloin saadaan kaikki kulut katettua. Kaikki ylimenevät työtunnit olisivat voittoa.

TAULUKKO 15. Kriittisen pisteen tulos

Kriittisen pisteen tulos oletetun tuntiveloituksen mukaan	
Jos alv:ton tuntiveloitushinta olisi 31 euroa.	31,00 € Tuntiveloitus: <u>38,13 €</u> sis.ALV
Ostot(ilman alv), ansiotulovero 20 %	Muuttuvat kulut <u>8,68 €</u> KTP = <u>72 %</u>
	Katetuotto 22,32 €
	Kiinteät kulut 9,73 €
	9,73/72%*100 = 1 351,39 €
	1351,39/31= 44
Eli kuukaudessa tulisi laskuttaa 44 tuntia, jotta tuloksena saadaan nolla. (ei voittoa eikä tappiota)	

6 SWOT-ANALYYSI

Swot- analyysi (taulukko 16) on yhteenveto yrityksen liiketoiminnasta, sekä se toimii samalla riskianalyysinä. Analyysissä kuvataan yrityksen vahvuudet ja heikkoudet, sekä ympäristössä ja tulevaisuudessa nähtävillä olevat mahdollisuudet ja uhat.

TAULUKKO 16. Swot- analyysi

Yrityksen	
<p><i>Vahvuudet</i> motivaatio, pienet riskit, luotettavuus, pienet lähtiinvestoinnit, toiminimen perustaminen helppoa, yrittäjyysluonne, yksin yrittämisen edut, ammattitaito, kokemus kotityöpalveluista, liiketoimintaosaaminen, asiakasosaaminen</p>	<p><i>Heikkoudet</i> yrittäjä yllättäen sairastuu, ylikuormittuminen, perustajalle ei ole yrittäjäkokemusta, siirtymäkustannusten suuruus, asiakkaiden välimatkoihin kuluva aika, vakituisten asiakkaiden saaminen lyhyellä aikavälillä</p>
Ympäristössä ja tulevaisuudessa nähtävillä olevat	
<p><i>Mahdollisuudet</i> lisätä palveluvalikoimaa kysynnän mukaisesti, keskittyä tiettyyn asiakasryhmään/palveluun, laatutavoitteiden saavuttaminen pitkällä aikavälillä, verkostoituminen kasvaa, palvelujen käytön helppous, kotityöpalvelujen käytön vakiintuminen, asiakasryhmien sijaintimäärittely, tuleva asiakasalue</p>	<p><i>Uhat</i> ostovoiman heikentyminen, muut toimialan yritykset, kotitalousvähennys pienenee, valtion velkaantuminen, verotuksen kiristyminen, näkyvyys huonoa, ei erotuta joukosta, ammattitaitoisen työvoiman saaminen tarvittaessa, uusia yrityksiä syntyy jatkuvasti</p>

KIRJALLISUUS

Pitkämäki Ari 2000. Pk- yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Yrityksen perustajan opas- silta yrittäjyyteen 2006. Yritysjulkaisut. Helsinki: Edita Prima Oy