

Arja Auerkari

Kauneushoitolan liiketoimintasuunnitelma

Kauneushoitola Isabella

Tekijä Otsikko	Arja Auerkari Kauneushoitolan liiketoimintasuunnitelma.
Sivumäärä Aika	Kauneushoitola Isabella 58 sivua + 8 liitettä Huhtikuu 2012
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Talous ja rahoitus
Ohjaaja	Lehtori Iris Kähkönen
<p>Opinnäytetyön tarkoitus oli laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma kauneushoitolalle. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona keväällä valmistuvalle kosmetologiopiskelijalle. Kauneushoitola suunniteltiin perustettavaksi Varsinais-Suomeen muutaman vuoden kuluttua.</p> <p>Aineistona käytettiin kirjallisuutta yrityksen perustamisesta ja liiketoimintasuunnitelman tekemisestä sekä alan sähköisiä lähteitä. Markkinointitutkimus toteutettiin Internetistä saatavien tietojen ja toimeksiantajan haastattelun perusteella. Empiirinen osuus tehtiin haastatteleamalla toimeksiantajaa, jotta tulevan yrittäjän näkemykset ja toivomukset voitiin huomioida. Saatujen tietojen pohjalta luotiin liikeidea, strategia ja liiketoiminnan käytännön toimenpiteet.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelmassa esitellään muun muassa liiketoiminnan tavoitteet, keinot, tuotteet, palvelut ja kannattavuus. Liiketoimintasuunnitelmaa varten kehiteltiin sopiva liikeidea, analysoitiin toimintaympäristöä ja kilpailijoita, laadittiin markkinointisuunnitelma, rahoituslaskelmat ja riskikartoitus. Toiminta aloitetaan toiminimellä vuokratuolista, mutta oma liiketila hankitaan myöhemmin.</p> <p>Tarkastelemalla Suomen talouteen ja yrittäjyyteen liittyviä tietoja selvisi, että talous taantui vuonna 2009 ja on nyt hitaassa nousussa. Ennusteiden mukaan muutaman vuoden kuluttua voisi olla suotuisa aika perustaa uusi yritys. Kauneushoitolapalveluiden kysyntä on kasvanut huomattavasti 2000-luvulla ja palveluille tulee olemaan kysyntää jatkossakin – erityisesti työuraansa lopettavassa ikäryhmässä.</p> <p>Toimeksiantaja tulee hyödyntämään opinnäytetyötä perustaessaan yritystä. Markkina-analyysi ja rahoituslaskelmat vaativat päivitystä ennen toiminnan käynnistämistä. Tulevalla yrittäjällä on hyvät mahdollisuudet onnistua liiketoiminnassaan.</p>	
Avainsanat	liiketoimintasuunnitelma, kauneushoitola, liikeidea

Author Title Number of Pages Date	Arja Auerkari Business Plan for a Beauty Salon. Beauty Salon Isabella 58 pages + 8 appendices April 2012
Degree	Bachelor of Business Administration, BBA
Degree Program	Economics and Business Administration
Specialisation	Accounting and Finance
Instructor	Iiris Kähkönen, Senior Lecturer
<p>The purpose of this thesis was to lay a functioning business plan for a beauty salon. The thesis was commissioned by a cosmetologist student who will graduate this spring. The beauty salon was designed to be established in Southwest Finland in a couple of years.</p> <p>The material included literature about establishing a company and drawing up a business plan as well as electronic sources. Market analysis was carried out using available information on the Internet and data from the client interview. The empirical part was conducted by interviewing the client, so that the future entrepreneur's views and wishes would be taken into account. The business idea, strategy and practical measures of the business were created on the basis of the received data.</p> <p>The business plan includes the presentation of business objectives, methods, products, services and profitability. The business plan required making a suitable business idea, analyzing the business environment and competitors, drawing up a marketing plan and financial calculations and mapping risks. The business will be launched immediately by renting a chair but the business premises will be acquired later.</p> <p>The data related to the Finnish economy and entrepreneurship in Finland showed that the economy declined in 2009 but is now slowly climbing. According to forecasts, it could be a favorable time to found a new company in a few years. The demand for beauty salon services has increased significantly in the 21st century and there will be demand for these services in the future, especially in the age group that is retiring.</p> <p>The client will exploit this thesis when setting up the company. The market analysis and financial calculations require updating prior to launching the business. The future entrepreneur has a good chance to succeed in business.</p>	
Keywords	business plan, beauty care, business idea

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen kuvaus	1
1.2	Tavoite ja tarkoitus	1
1.3	Työn rakenne	2
2	Kauneudenhoitoala	4
2.1	Kosmetologi ammattina	4
2.2	Kauneushoitolayrittäjyys	5
2.3	Alan kehitysnäkymät	7
3	Suomen talouden vaikutus yrittäjyyteen	8
3.1	Suomen talouden kehitys	8
3.2	Hyvinvointipalveluiden talouskehitys	10
4	Soveltuvuus yrittäjäksi	13
5	Liiketoimintasuunnitelma	14
5.1	Liiketoimintasuunnitelman periaatteet	14
5.2	Toimintamallit	16
5.2.1	Liikeidea	16
5.2.2	Toiminta-ajatus	19
5.2.3	Visio	19
5.2.4	Arvot	20
5.2.5	Strategia	21
5.3	Markkina-analyysi	23
5.3.1	Toimintaympäristö	23
5.3.2	Kilpailija-analyysi	24
5.4	Käytännön ratkaisut	27
5.4.1	Yhtiömuoto	27
5.4.2	Yrityksen nimi	29
5.4.3	Toimitilat	30
5.4.4	Laitteet ja tarvikkeet	31
5.4.5	Luvat ja ilmoitukset	32
5.4.6	Vakuutus- ja pankkiasiat	33

6	Markkinointisuunnitelma	35
6.1	Markkinoinnin tavoitteet	35
6.2	Asiakkaat	36
6.3	Hinnoittelu	38
6.4	Eri markkinointikanavia	39
6.5	Palvelujen konkretisointi	41
7	Taloussuunnitelma	42
7.1	Liikeidean kannattavuus	42
7.2	Rahoitus	44
7.3	Verotus	45
7.4	Kirjanpito	47
8	Riskit	48
9	SWOT-analyysi	51
10	Loppupäätelmät	53
10.1	Yhteenveto	53
10.2	Johtopäätökset	55
10.3	Opinnäytetyön arviointi ja oma oppiminen	57
	Lähteet	59
	Liitteet	
	Liite 1. Prosessikaavio kauneushoitolan perustamisesta	
	Liite 2. Investointilaskelma	
	Liite 3. Käyttöpääoman tarve	
	Liite 4. Rahoitustarvelaskelma ja hinnasto kustannuksista	
	Liite 5. Myyntikatetarve	
	Liite 6. Kassavirtalaskelma	
	Liite 7. Tulos- ja tase-ennusteet	
	Liite 8. Liiketoimintasuunnitelman kooste	

1 Johdanto

1.1 Aiheen kuvaus

Opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelman laatiminen kauneushoitolalle. Liiketoimintasuunnitelma tulee Varsinais-Suomesta kosmetologiksi valmistuvalle naiselle, jolle oman yrityksen perustaminen tulee ajankohtaiseksi lähitulevaisuudessa. Toimeksiantaja halutaan pitää anonyyminä, joten häneen viitataan lähde- ja tekstiviitteissä tulevana yrittäjänä.

Kauneushoitoalan tavoitteena on ihmisten ihon ja hiusten hyvinvoinnista huolehtiminen. Tulevaisuudessa paino siirtyy enemmän kokonaisvaltaisen kauneuden, terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitoon ja edistämiseen. Kauneushoitoala jakautuu kolmeen ala-alueeseen: kosmetologiseen hoitotyöhön, parturi-kampaamopalveluihin ja maskeeraukseen. (Kauneushoitoala. 2008.)

Toimeksiantajan ammatillisen suuntautumisen vuoksi tässä opinnäytetyössä keskitytään kosmetologiseen hoitotyöhön. Tällaisen kauneushoitolan palveluihin voi kuulua esimerkiksi kasvo-, käsi- ja jalkahoidot, ripsien pidennys, kulmien ja ripsien värjäys, vahaus ja rakennekynsien teko. Opinnäytetyössä kehiteltiin liikeidea, jonka suunnittelussa tuli erityisesti huomioida palveluntarjonta, koska kilpailu alalla on kovaa. Opinnäytetyön rakenteen suunnittelussa käytettiin Finnveran tekemää liiketoimintasuunnitelman perusrunkoa (Liiketoimintasuunnitelma. 2001).

1.2 Tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tavoite on tehdä toimiva liiketoimintasuunnitelma kauneushoitolalle. Opinnäytetyö on kehittämishanke, jonka teoreettiseen viitekehykseen kuuluu teoria liiketoimintasuunnitelman laatimisesta, liiketoiminnan suunnitteleminen sekä kauneushoitoalan ja Suomen taloudellisen tilanteen kuvaaminen. Kehittämistyö tarkoittaa työelämälähtöistä hankkeen kehittämistä. Kehittämistyötä voidaan hyödyntää liiketoiminnassa uusien toimintamallien, tuotteiden, palveluiden tai työkuulttuurin jalostamisessa. (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2009, 15.) Opinnäytetyönä kehittämishanke on

toimintaa, jossa luodaan uusi toimintatapa esimerkiksi organisaatioon, työyhteisöön tai työskentelytapoihin. Kehittämishanke voi olla myös käytäntöjen kehittämistä tai suunnittelua. (Opinnäytetyön eri tyypit.)

Liiketoimintasuunnitelma on dokumentti, jolla kuvataan liiketoimintaa. Siinä esitellään yrityksen perustajat ja suunnitelman sisältö, joka koostuu yrityksen päämääristä, tavoitteista ja keinoista. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvaillaan yrityksen palvelut ja tuotteet, pohditaan toiminnan kannattavuutta ja yrittäjän resursseja. (Koski & Virtanen 2005, 18.) Opinnäytetyön tuotos on suunniteltu niin, että liiketoiminta perustettaisiin Varsinais-Suomessa sijaitsevaan Laitilan kaupunkiin. Kosmetologi tulee työskentelemään itsenäisenä yrittäjänä ilman palkkatyöläisiä. Kauneudenhoitoalan voimakkaan kilpailun vuoksi opinnäytetyössä on ehdotettu, että yritystoiminta aloitettaisiin niin kutsutusta vuokratuolista. Sen ideana olisi kartuttaa asiakaskuntaa, harjoitella yrittäjyyttä ja saada kokemusta kosmetologin työstä.

Kauneudenhoitoalan vuokratuoliryttäjät työskentelevät yleensä toiminimellä alivuokralaisena toisen yrittäjän tiloissa. Vuokratuoliryttäjä maksaa tilan ja laitteiden käytöstä vuokraa, mutta voi hankkia tarvikkeensa joko itse tai vuokranantajan kanssa. Vuokralainen maksaa muun muassa yrittäjäeläkettä ja muita yrittäjän kustannuksia. (Ammattilaishaastattelu: Kampaaja. 2005.) Tämä yritystoiminta aloitetaan vuokratuolista, mutta opinnäytetyössä keskitytään muutaman vuoden päähän, jolloin perustetaan oma liike. Toisin sanoen yritys perustetaan heti, mutta oma liiketila hankitaan myöhemmin. Opinnäytetyön varsinaiset laskelmat ja liiketoimintasuunnitelma on tehty omalle yritystoiminnalle, joka voitaisiin aloittaa esimerkiksi kolmen vuoden kuluttua vuokratuolitoiminnan aloittamisesta.

1.3 Työn rakenne

Aluksi opinnäytetyössä perehdytään kauneudenhoitoalaan, koska se antaa paremman lähtökohdan liiketoimintasuunnitelman laatimiselle. Tietämys kauneudenhoitoalasta, alan yrittäjyydestä ja kehitysnäkymistä ovat keskeisiä, kun suunnitellaan liiketoiminnan eri osia ja tehdään kannattavuuslaskelmia. Opinnäytetyössä tehdään lyhyt katsaus Suomen ja hyvinvointipalveluiden talouden kehitykseen sen vuoksi, että nähtäisiin kuinka suotuisa tämän hetkinen taloustilanne on uuden yrityksen perustamiselle. Sa-

malla selviää, miten paljon uusia kauneushoitoloita on perustettu lähiaikoina ja miten niiden liikevaihto on kehittynyt. Ennen varsinaiseen liiketoimintasuunnitelmaan keskittymistä selvitetään, millaisia ominaisuuksia yrittäjällä tulee olla. Kriteerien pohjalta analysoidaan toimeksiantajan sopivuutta yrittäjäksi. Liiketoimintasuunnitelmassa käsitellään tulevan kauneushoitolan toimintamallit, tehdään markkina-analyysi ja selvitetään kauneushoitolalle sopivimmat käytännön ratkaisut. Yritys tarvitsee toimintamalleja, kuten liikeidea, toiminta-ajatusta, visiota, arvoja ja strategiaa, kehykseksi, koska toimintamallit ovat yrityksen kilpailukeinojen perusta. Toimintamallit näyttävät suunnan, johon yrityksen on tähdättävä.

Markkinoilla menestymisen edellytyksenä on selvittää, millaiseen toimintaympäristöön yritys on menossa. Sen vuoksi opinnäytetyössä selvitettiin Laitilan kaupunkia koskevia faktoja. Lisäksi opinnäytetyössä tehtiin kilpailija-analyysi, jotta yrittäjä tietäisi, ketä hänellä on vastassa. Yritystä perustettaessa tehdään erilaisia käytännön asioita, kuten valitaan sopiva yhtiömuoto, keksitään yritykselle nimi, etsitään toimitilat ja valitaan vakuutukset. Lisäksi yrittäjän pitää tehdä erilaisia ilmoituksia ja toimialan mukaan hankkia mahdollisesti joitain lupia, ennen kuin yritystoimintaa saa laillisesti aloittaa. Sen vuoksi opinnäytetyössä on selvitetty, mitä ilmoitusvelvollisuuksia valittu yhtiömuoto ja toimiala aiheuttavat.

Markkinointisuunnitelma on tärkeä osa yrityksen perustamista, koska asiakkaat pitää saada kiinnostumaan uudesta liiketoiminnasta. Ennen markkinointikeinojen valitsemista asiakkaat segmentoitii, jotta osattiin valita sopivat markkinointikeinot. Markkinointikeinoina käytettiin muun muassa hinnoittelua, palveluiden konkretisointia ja erilaisia markkinointikanavia. Taloussuunnitelmalla selvitettiin, olisiko tällainen liiketoiminta kannattavaa, miten liiketoiminta rahoitetaan, kuka hoitaa kirjanpidon ja mitä veroseuraamuksia yritystoiminnasta syntyy. Yritystoiminnan riskit kartoitettiin, jotta niiltä osattaisiin välttyä. Lopuksi tehtiin SWOT-analyysi, joka havainnollistaa yhteenvedonaisesti tulevan yrittäjän ja yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Tämän pohjalta voidaan lopuksi arvioida liiketoimintaa kokonaisuutena ja sitä, kannattaako liiketoimintaa perustaa.

2 Kauneudenhoitoala

2.1 Kosmetologi ammattina

Kauneudenhoitoala keskittyy ihmisten ihon ja hiusten hyvinvointiin sekä yleiseen kauneuden ja terveyden ylläpitoon. Kauneudenhoitoala jakautuu kolmeen ammattikuntaan eli kosmetologeihin, parturi-kampaajiin ja maskeeraajiin. Kosmetologi on henkilö, joka on suorittanut kauneudenhoitoalan perustutkinnon. Se on toisen asteen ammatillinen perustutkinto. Kosmetologi voi laajentaa osaamistaan kosmetologin erikoisammattitutkinnolla. Ammattikorkeakoulutasoisiin opintoihin voi jatkaa estenomi-tutkinnolla. (Kauneudenhoitoala. 2008.) Estenomin ammatillinen osaaminen ja asiantuntijuus jakautuvat kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat kauneudenhoitoalan osaaminen, palveluosaaaminen ja alan kokonaisvaltainen hallinta (Parkkonen 2008, 6). Tässä opinnäytetyössä keskitytään vain kosmetologin työhön, sillä liiketoimintasuunnitelma tulee kauneushoitolalle, jossa kosmetologin työ on pääosassa.

Kosmetologit työllistyvät yrittäjinä ja toisen palveluksessa. Kosmetologit voivat työskennellä yhdessä esimerkiksi parturi-kampaajien, maskeeraajien, jalkahoitajien ja aroma- ja vyöhyketerapeuttien kanssa. Kosmetologit toimivat pääasiassa kauneudenhoitoalan liikkeissä, mutta myös esimerkiksi kylpylöissä, sairaaloissa, palvelutaloissa, tavaratiloissa ja risteilyaluksissa. Kosmetologit voivat myös myydä ja esitellä tuotteita, markkinoida, konsultoida, kouluttaa, toimia ammattiopettajina ja neuvontatehtävissä. (Kauneudenhoitoala. 2008.)

Kosmetologien palveluntarjontaan kuuluu muun muassa kasvo-, käsi-, jalka- ja keuhoidot sekä ehostus eli esimerkiksi kaunistava kosmetiikka. Hoitoihin hyödynnetään asiakkaan tarpeen mukaan erilaisia ihon- ja keuhoidon kehitettyjä tuotteita ja laitteita. Eniten tehdään kasvohoitoja, kuten ihon puhdistusta, höyrytystä, hierontaa ja naamioita. Käsihoidot sisältävät kynsien hoitoa ja koristamista sekä käsien kevyttä hierontaa. Jalkoja hoidetaan hieromalla, ja niiden kovettumia poistetaan liottamalla ja pehmentämällä. Kehonhoitoja on monenlaisia, esimerkiksi koko vartalon ihonhoito tai selluliittihoito. Muita palveluita ovat muun muassa ripsien ja kulmien keuhoidus, korvien reikiytytys sekä erikoishoidot, kuten lymfa-, vyöhyke- tai aromaterapia. (Kosmetologi.)

Hoitojen lisäksi kauneuteen ja terveyteen vaikuttavat terveelliset elämäntavat, joissa kosmetologit voivat opastaa asiakkaitaan. Kosmetologit tekevät väri- ja tyyli-analyysyjä, jonka pohjalta he neuvovat asiakasta värien käytössä ja sopivan tyylin luomisessa. Asiakkaille tehtävien hoitojen ja neuvonnan lisäksi kosmetologit opastavat sopivien kotihoitotuotteiden valinnassa. Kauneudenhoitoala on asiakaspainotteinen, mutta työhön liittyy myös työskentelyä laitteiden kanssa. Sen vuoksi hyvistä viestintä-, vuorovaikutus- ja asiakaspalvelutaidoista sekä vahvasta ammattitaidosta on hyötyä työllistymisessä ja työelämässä. (Kauneudenhoitoala. 2008.)

2.2 Kauneushoitolayrittäjyys

Vuonna 2011 Suomen Kosmetologien Yhdistyksessä oli noin 3 400 jäsentä. Heistä noin 1 200 työskenteli hoitolayrittäjänä. Kosmetologit työllistyvät hyvin liikkeen- tai ammatinharjoittajina, mutta toisen palveluksessa työpaikkoja on niukasti. Todennäköisesti tilanne tulee pysymään muuttumattomana. Ala työllistää jatkossakin kysynnän mukaan. Ihmiset ovat kiinnostuneita ulkonäkönsä hoitamisesta, hyvinvoinnistaan ja edustavuudesta työelämässä. (Kauneudenhoitoala. 2008.)

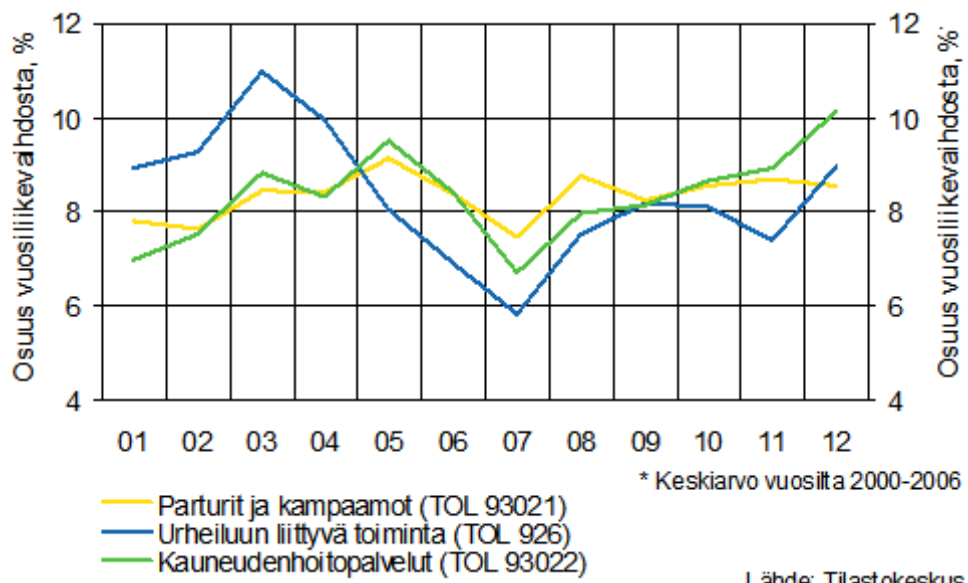
Kauneushoitolayrittäjänä voi toimia joko kokonaan omassa yrityksessä tai toisen alivuokralaisena. Vuokratuoliyrittäjyys voisi sopia esimerkiksi vastavalmistuneelle kosmetologille, joka hankkii omaa asiakaskuntaa ja haluaa tukea työhönsä kokeneemmalta kollegalta. Alivuokralainen maksaa vuokraa tilojen käytöstä joko kuukausittain tai vuokra suoritetaan määrätyistä viikoppäivistä. (Ammattilaishaastattelu: Kosmetologi. 2005.) Tämä pienentää samalla yrityksen aloituskustannuksia, kun vuokralainen saa käyttää toisen yrittäjän kalusteita ja laitteita.

Oman kauneushoitolan aloituskustannukset ovat 16 000–25 000 euron luokkaa (Kauneudenhoitoala. 2008). Koneiden, kalusteiden ja tarvikkeiden osuus on tästä summasta noin 10 000 euroa. Käytetyt välineet saattavat olla halvempia. Kauneushoitolaan tarvitaan asiakkaan hoitotuoli ja hoitajan tuoli, höyrylaite ja erilaisia instrumentteja ihon puhdistukseen sekä jalkojen ja käsien hoitoon. Hoitoihin tarvitaan paljon lakanoita ja pyyhkeitä, joita pestään jatkuvasti. Halvempia tarvikkeita, kuten pinsettejä, kasvosieniä ja erilaisia siveltimeitä, tarvitaan useita, koska niitä pitää olla riittävästi puhtaina ja desinfioituna. Kertakäyttövälineistä tarvitaan esimerkiksi kasvopaperia, talouspaperia, pum-

pulia ja pumpulipuikkoja. Kosmetiikkaa pitää olla saatavissa hoitolatyöhön ja myyntiin. (Ammattilaishaastattelu: Kosmetologi. 2005.)

Kosmetologin työ on kaupallinen ja käsityömäinen palveluala (Kauneudenhoitoala. 2008). Sen vuoksi kosmetologin on hallittava hoitojen lisäksi palveluidensa myynti ja markkinointi. Markkinointiin kuuluu liiketilan somistaminen ja toiminnasta tiedottaminen. Kosmetologin työhön kuuluu lisäksi siivousta, kuten pyykkien ja välineiden pesu, desinfiointi ja sterilointi. Liiketila tulee myös pitää siistinä. (Ammattilaishaastattelu: Kosmetologi. 2005.) Talousasioista pitää huolehtia. Tätä varten yrittäjä voi ulkoistaa kirjanpitoa tai tehdä sen itse. Yrittäjän kannattaa olla tietoinen yrityksen taloudesta, jotta hän osaisi suunnitella yrityksen toimintaa ja omaa henkilökohtaista talouttaan paremmin.

Hyvinvointipalveluita hyödynnetään vaihtelevasti vuoden aikana. Sen vuoksi on hyvä huomioida, miten työvoimaa voitaisiin käyttää joustavasti eri aikoina. Heinäkuu on hiljaisa, koska se on suomalaisten suosima lomakuukausi. Kauneudenhoitoalalla ja parturi-kampaamoissa alkuvuosi on myös hiljainen. Loppupalvesta liikuntapalveluille on paljon kysyntää. Keväällä ja pikkujoulun aikaan kauneudenhoitopalvelut ovat haluttuja. (Niskanen & Virtanen 2007.)



Kuvio 1. Hyvinvointipalveluiden käyttö vuoden sisällä keskimäärin vuosina 2000–2006 (Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. 2007).

Päivän aikana asiakkaita tulee lähinnä aamulla ja illalla. Päivällä asiakkaiden välillä on vapaata. Liiketoimintaa aloittaessa voi mennä viikkoja niin, että on yksi asiakas viikossa. Tähän vaikuttaa myös hoitolan sijainti ja hoitovalikoima. (Ammattilaishaastattelu: Kosmetologi. 2005.) Kuviossa 1 palveluiden käyttöä mitataan vuosiliikevaihdon muutoksella. Kauneudenhoitopalveluiden käyttö on 7 prosentissa alimmillaan tammi- ja helmikuussa. Kauneudenhoitopalveluiden käyttö kasvaa kevään mittaan ja on huipussaan toukokuussa lähes 10 prosentissa. Heinäkuun jälkeen kauneudenhoitopalveluiden kysyntä lähtee uuteen nousuun ja ylittää joulukuussa 10 prosenttia. Parturikampaamoiden kysyntä on hieman tasaisempaa ja vaihtelee hieman 8 prosentin molemmin puolin. Liikuntapalveluiden kysyntä heilahtelee alle 6 prosentista 11 prosenttiin.

2.3 Alan kehitysnäkymät

Ihmisten kiinnostus itsensä hoitamiseen lisääntyy, joten kauneudenhoitoalan palvelujen kysyntä kasvaa. Palvelut todennäköisesti muuttuvat ja monipuolistuvat hieman. Kauneushoitolat lisäävät tarjontaansa erikoistuneita ja laadukkaita kauneudenhoitopalveluita. Osaaminen siirtyy pelkästä ihonhoidosta ihmisen kokonaisvaltaisen terveyden hoitoon. Alan tarjoamien projektiluontoisten koulutusten määrä kasvaa. Moniosaaminen onnistutaan saavuttamaan eri kauneudenhoitoalojen ja asiantuntijoiden ammattitaidon yhdistämisellä. Verkostoituminen mahdollisesti lisääntyy esimerkiksi koulutusverkkojen ja ostotoiminnan kautta sekä Internetissä. (Kauneudenhoitoala. 2008.)

Asiakkaiden tarpeita huomioiden olisi mielekästä tarjota mahdollisimman monipuolisia palveluita samassa toimipisteessä. Aukioloaikojen olisi oltava laajat, mutta erityisesti ilta- ja viikonloppuajoille on kysyntää. Kauneushoitoloiden on asemoitava palvelunsa, jotta ne pysyisivät kilpailukykyisinä. Ammattilaisten on jatkuvasti päivitettävä osaamistaan erilaisten koulutusten avulla. Alalle tehdään tutkimus- ja kehitystyötä, jota ammattikorkeakoulututkinto tulee todennäköisesti kasvattamaan. Kauneudenhoitoala kansainvälistyy, mikä toisaalta avaa työllistymismahdollisuuksia ulkomaille. Samalla kieli- taidon vaatimukset kasvavat, jotta ammattilaiset voisivat seurata alan suuntauksia kansainvälisellä tasolla. (Kauneudenhoitoala. 2008.)

3 Suomen talouden vaikutus yrittäjyyteen

3.1 Suomen talouden kehitys

Suomen talouden kehitystä tarkastellaan aikavälillä 2008–2012. Taloutta tutkitaan bruttokansantuotteen (BKT), työllisyyden, inflaation, ostovoiman ja kulutustottumusten kautta. Lopuksi tehdään katsaus vuoden 2013 talousennusteeseen. BKT mittaa kokonaistuotantoa, joka saadaan laskemalla eri tuotantoyksiköiden arvonlisät yhteen (Taloussanakirja: BKT). Kuluttajahintaindeksi kertoo niiden tavaroiden ja palveluiden hintojen prosentuaalisen muutoksen, joita kotitaloudet ostavat. Hintojen kehitys havaitaan vertaamalla muita vuosia perusvuoteen. (Taloussanakirja: Kuluttajahintaindeksi.)

Taulukko 1. Kansantalouden kehitys 2008–2012 (Hallituksen esitys eduskunnalle. 2011, 18).

	2008	2009*	2010*	2011**	2012**
Bruttokansantuote käyvin hinnoin, mrd. euroa	185,7	173,3	180,3	191,5	200,2
Bruttokansantuote, määrän muutos, %	1,0	-8,2	3,6	3,5	1,8
Työttömyysaste, %	6,4	8,2	8,4	7,9	7,6
Työllisyysaste, %	70,6	68,3	67,8	68,6	69,2
Kuluttajahintaindeksi, muutos, %	4,1	0,0	1,2	3,5	3,3

Taulukosta 1 nähdään, että vuonna 2008 Suomen talous kasvoi yhden prosentin, mutta talouskehitys hidastui niin, että vuonna 2009 BKT oli -8,2 %. Talous lähti uudelleen nousuun vuonna 2010, jolloin talous kasvoi 3,6 %. Näkymät tälle vuodelle olivat hyvät, mutta rahoitusmarkkinoille muodostui epävarmuutta tulevasta talouskehityksestä. Epävarmuutta aiheuttivat tietyt euroalueen maat, joiden edellytykset selviytyä velvoitteistaan olivat huonontuneet. Nämä tapahtumat vaikuttivat vuoden 2011 talouskehitykseen heikentävästi. Vuoden 2012 BKT:n oletetaan jäävän 1,8 %:iin muun muassa kansainvälisen talouskasvun hidastumisen, investointien vähenemisen ja yksityisen kulutuksen pienenemisen vuoksi. (Hallituksen esitys eduskunnalle. 2011, 17–18.)

Työttömyys on ollut laskussa vuoden 2010 jälkeen. Vuonna 2010 työttömyys oli 8,4 %, ja sen ennustetaan laskevan 7,6 %:iin vuoteen 2012 mennessä. Työllisyyden kasvuun vaikutti palveluiden ja rakentamisen tuotannon kasvu. Työllisyys oli 67,8 % vuonna 2010, ja sen odotetaan nousevan 69,2 %:iin vuonna 2012. Teollisuuden työllisyys pieneni, mutta palvelualan työllisyyden arvioidaan kasvavan, mikä mahdollistaa hitaan

työllisyyden kasvun. Työllisyyden kasvusta huolimatta, kasvu ei riitä nousemaan vuoden 2008 tasolle aikaan ennen finanssikriisiä, jolloin työllisyys oli 70,6 %. (Hallituksen esitys eduskunnalle. 2011, 18.)

Kuluttajahintaindeksin muutos eli inflaatio on ollut 4,1 % vuonna 2008, mutta se laski 0 %:iin vuonna 2009 ja lähti hitaasti nousemaan 1,2 %:iin vuonna 2010. Sitten inflaatio kasvoi yli 3 %:in ja sen ennustetaan jäävän 3,3 %:iin vuonna 2012. Ulkomainen hintakehitys ja veroperusteisiin tehdyt muutokset aiheuttivat inflaation kasvun. (Hallituksen esitys eduskunnalle. 2011, 19.) Nopea inflaation nousu heikensi keskipalkkaisten työntekijöiden ostovoimaa vuonna 2011. Kuitenkin palkansaajien yhteenlaskettu ostovoima parani 1 %. Palkansaajien yhteenlasketun ostovoiman odotetaan kasvavan vain 0,1 % vuonna 2012, koska palkkojen ennustetaan nousevan inflaation kanssa lähes yhtä paljon. (Tulo- ja kustannuskehityksen selvitystoimikunta. 2012.)

Kuviosta 2 ilmenee, että kotitalouksien reaalitytulot ovat olleet noin 5 % tasolla vuonna 2004. Reaalitytulojen kasvu on heilahdellut paljon ja oli alle 2 % vuonna 2011. Työllisyyden määrä on ollut viime vuosina melko vakaa, joten tulot kasvavat palkkojen noustessa. Vuonna 2012 tulojen kasvun ennustetaan jäävän alle 3 %, koska palkkatulojen kasvu hidastuu. Tulojen kasvun odotetaan nousevan vuonna 2013. (Talouden näkymät vuosina 2011–2013. 2011, 28.)

Yksityinen kulutus oli melko korkealla eli noin 4 % vuosina 2004–2007. Yksityinen kulutus laski rajusti vuonna 2008 päättyen -3 %:iin vuonna 2009. Samoihin aikoihin kotitalouksien säästämisaste oli yli 4 %, mikä on korkein tulos noin 20 vuoteen. Vuonna 2010 kulutus lähti uuteen nousuun. Säästämisaste laski alle 2 % vuonna 2011, jolloin kulutus nousi noin 3 %:iin. Vuonna 2013 säästämisasteen ennustetaan olevan noin 1 %. Säästämisasteen on laskettava, koska yksityinen kulutus kasvaa nopeammin kuin kotitalouksien käytettävissä olevat reaalitytulot. (Talouden näkymät vuosina 2011–2013. 2011, 28.)



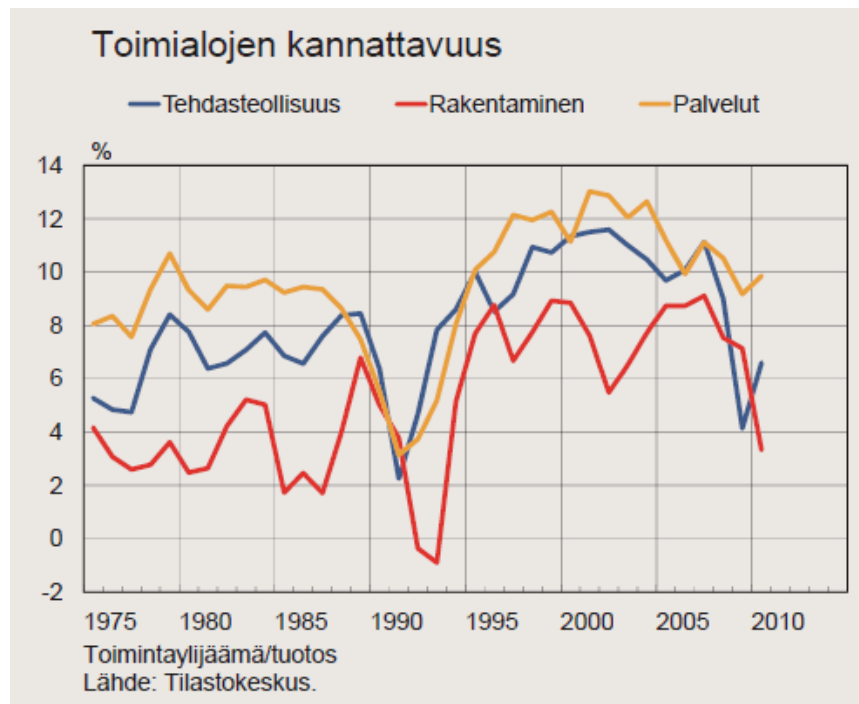
Kuvio 2. Kotitalouksien käytettävissä olevat tulot, kulutus ja säästäminen (Tilastokeskus, teoksessa Talouden näkymät vuosina 2011–2013. 2011, 28).

Nordean mukaan euroalueen velkakriisin aiheuttaman epävarmuuden vuoksi euroalueen talous on taantumassa. Tämä vaikuttaa myös Suomeen, minkä johdosta Suomen talous hidastuu vuonna 2012. Suomen tavaravienti kohdistuu pääasiassa Eurooppaan, minkä tähden Suomen vientiteollisuus kärsii euroalueen ongelmista. Muualla maailmassa kauppa on nousujohteista. Sen vuoksi taantumasta ei tule syvä ja se jää myös ajallisesti lyhyeksi. Vuoteen 2013 mennessä talouden odotetaan nousevan 1,5 % kasvuun. (Sorjonen 2011.)

3.2 Hyvinvointipalveluiden talouskehitys

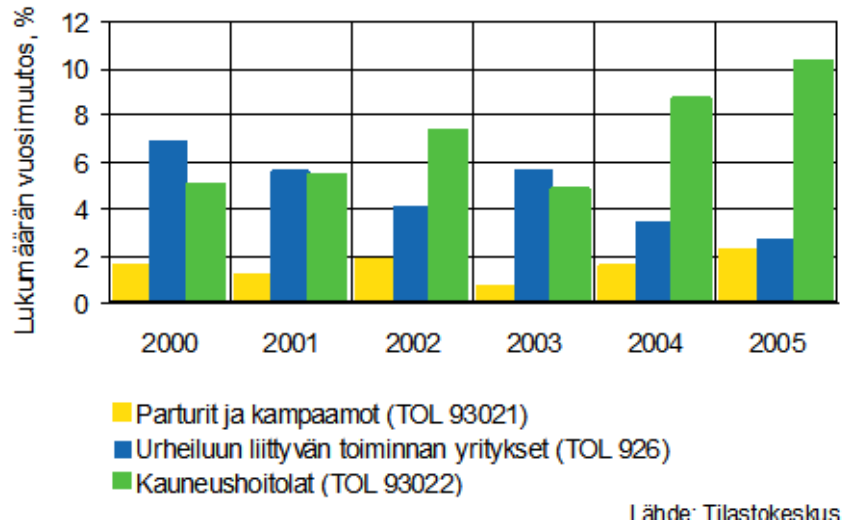
Palvelualojen kehityksessä tarkastellaan yleisesti palvelualojen kannattavuutta, hyvinvointipalveluiden määrän kehitystä, liikevaihdon muutosta sekä palveluiden käytön vaihtelua. Kuvioista 3 nähdään, että palvelusektorin kannattavuus on ollut muihin suuriin sektoreihin eli tehdasteollisuuteen ja rakentamiseen verrattuna huomattavasti kannattavampaa vuodesta 1975 vuoteen 2010. 2000-luvulla palvelualojen kannattavuus on

heilahdellut 10 prosentista 13 prosenttiin. Vastaavasti tehdasteollisuuden kannattavuus on ollut 4–13 prosenttia ja rakentamisen noin 3–9 prosenttia.



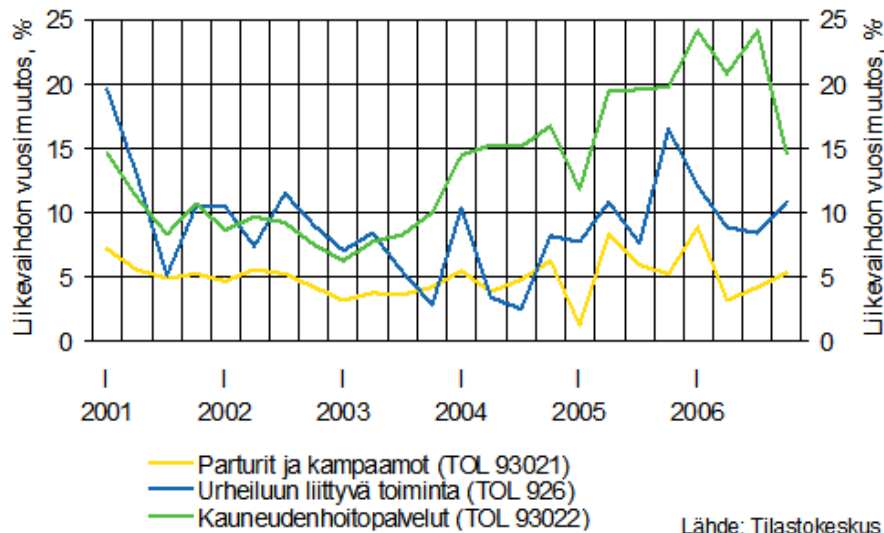
Kuvio 3. Toimialojen kannattavuus (Tilastokeskus, teoksessa Talouden näkymät vuosina 2011–2013. 2011, 25).

Hyvinvointipalveluihin keskittyneitä yrityksiä on perustettu paljon ainakin 2000-luvun ensimmäisellä puoliskolla (kuvio 4). Uusien yritysten syntyyn ovat vaikuttaneet elintason nousu, ihmisten kiinnostus omaa hyvinvointiaan kohtaan sekä maksukykyiset suuret ikäluokat (Niskanen & Virtanen 2007). Tilastokeskuksen mukaan ikääntyvien määrä Suomessa kasvaa. Vuonna 2010 yli 65-vuotiaiden osuus väestöstä oli noin 18 prosenttia, kun vuonna 2020 tämän ryhmän osuus arvioidaan olevan 23 prosenttia. Ikäryhmän kehitystä voidaan verrata 15–64-vuotiaiden ryhmään, jonka määrä oli 66 prosenttia vuonna 2010 ja määrän ennustetaan olevan 60 prosenttia vuonna 2020. Väestön 0–14-vuotiaiden osuus tulee pysymään noin 15–16 prosentissa. (Väestö. 2009.)



Kuvio 4. Hyvinvointipalvelualan yritysten määrän kehitys 2000–2005 (Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. 2007).

Kuviosta 4 havaitaan, että vuosien 2000–2005 välillä on perustettu eniten kauneushoitoloita, sillä niiden määrä on noussut 5 prosentista lähes 11 prosenttiin. Parturikampaamoiden määrä on kasvanut alle 2 prosentista noin 2,5 prosenttiin. Kasvu on ollut vähäistä, koska parturi-kampaamoita oli saatavilla jo laajasti eli seitsenkertaisesti kauneushoitoloihin nähden (Niskanen & Virtanen 2007). Urheiluun liittyvä toiminta on puolestaan laskenut merkittävästi 7 prosentista 3 prosenttiin.



Kuvio 5. Hyvinvointipalveluiden liikevaihdon kehitys 2001–2006 (Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. 2007).

Kauneushoitolat ja parturi-kampaamot ovat pääosin yhden ihmisen yrityksiä ja liikuntapalveluiden parissa työskentelee keskimäärin kolme ihmistä (Niskanen & Virtanen 2007). Kuvioista 5 nähdään, että kauneudenhoito- ja liikuntapalveluiden liikevaihto on kaksinkertaistunut 2000-luvun ensimmäisellä puoliskolla. Kauneudenhoitopalveluiden liikevaihto on kasvanut 5 prosentista lähes 25 prosenttiin vuosina 2001–2006. Samassa ajassa liikuntapalveluiden liikevaihto on noussut 5 prosentista noin 17 prosenttiin. Parturi-kampaamoiden liikevaihto on pysynyt noin 5–9 prosentissa.

4 Soveltuvuus yrittäjäksi

Yrittäjän ominaisuuksien merkitys korostuu pk-yrityksissä. Joissain tapauksissa luonteenpiirteillä on jopa enemmän merkitystä kuin ammattitaidolla ja kokemuksella. Yrittäjän on oltava ahkera, päättäväinen, peräänantamaton, rohkea, joustava ja kunnianhimoinen. Hänellä on oltava hyvä stressinsieto- organisointi- ja ongelmienratkaisukyky. Lisäksi tarvitaan viestintätaitoja sekä osaamista muun muassa markkinoinnista, kirjanpidosta, verotuksesta ja sopimusasioista. Yrittäjää kuvataan lukemattomilla adjektiiveilla ja ominaisuuksilla, eikä kukaan täytä kaikkia kriteereitä. Tietyillä toimialoilla toiset ominaisuudet ovat tärkeämpiä kuin toiset, jotta yrittäjä menestyisi. Kun yritystoiminta kasvaa tiettyyn pisteeseen, yrittäjän ammatillinen osaaminen astuu suurempaan rooliin kuin hänen henkilökohtaiset ominaisuutensa. (Cartwright 2008; Meretniemi & Ylönen 2009, 10–11).

Luonteenpiirteiden lisäksi yrittäjällä on oltava valmius tehdä pitkiä työpäiviä. Yrittäjän on annettava työpanokseen kaikkensa, kun palkansaajana riittää, että suoriutuu hyvin omista tehtävistään. Erityisesti vaikeina aikoina päättäväisyyden ja peräänantamattomuuden merkitys korostuu. Silloin yrittäjän on sitouduttava laatimaansa strategiaan. (Cartwright 2008.) Yrittäjän taustan, elämäntilanteen ja henkilötökijöiden on sovittava yhteen, jotta yritystoiminnan perustaminen onnistuisi. Taustalla voi olla osaamista koulutuksen tai työkokemuksen kautta, tuttuja roolimalleja tai lapsuudenperhe, jolla on ollut yritys. Aiemmin mainituista henkilötökijöistä yrityksen toimialalle tärkeimmät on omattava. Elämäntilanne on lisäksi huomioitava. (Raatikainen 2011, 42.) Elämäntilanteessa huomionarvoista on muun muassa sen hetkinen taloudellinen tilanne ja erityi-

sesti perhe-elämän sovittaminen yhteen yrittäjyyden kanssa. Yrittäjällä pitää olla lisäksi valmius päivittää koulutusta ja mahdollisesti laajentaa ja ylläpitää kielitaitoa.

Toimeksiantajan soveltuvuutta kauneudenhoitoalan yrittäjäksi puoltaa se, että hän on rauhallinen, asiakaslähtöinen ja ystävällinen. Työssä ollaan tiiviissä asiakaskontaktissa, joten on tärkeää, että asiakas tuntee olonsa hyväksi. Tuleva yrittäjä on taiteellinen ja hänellä on hyvät kädentaidot. Kauneudenhoito on käsityömainen ala, jossa pikkutarkkuus ja luovuus ovat toisinaan välttämättömiä. Esimerkiksi irtoripsien laitto vaatii tarkkuutta ja ehostus näkemystä värienkäytöstä ja niiden yhteen sommittelusta. Tuleva yrittäjä tulee yrittäjäperheestä, joten hän tuntee yrittäjäelämää ja tietää, mitä se vaatii.

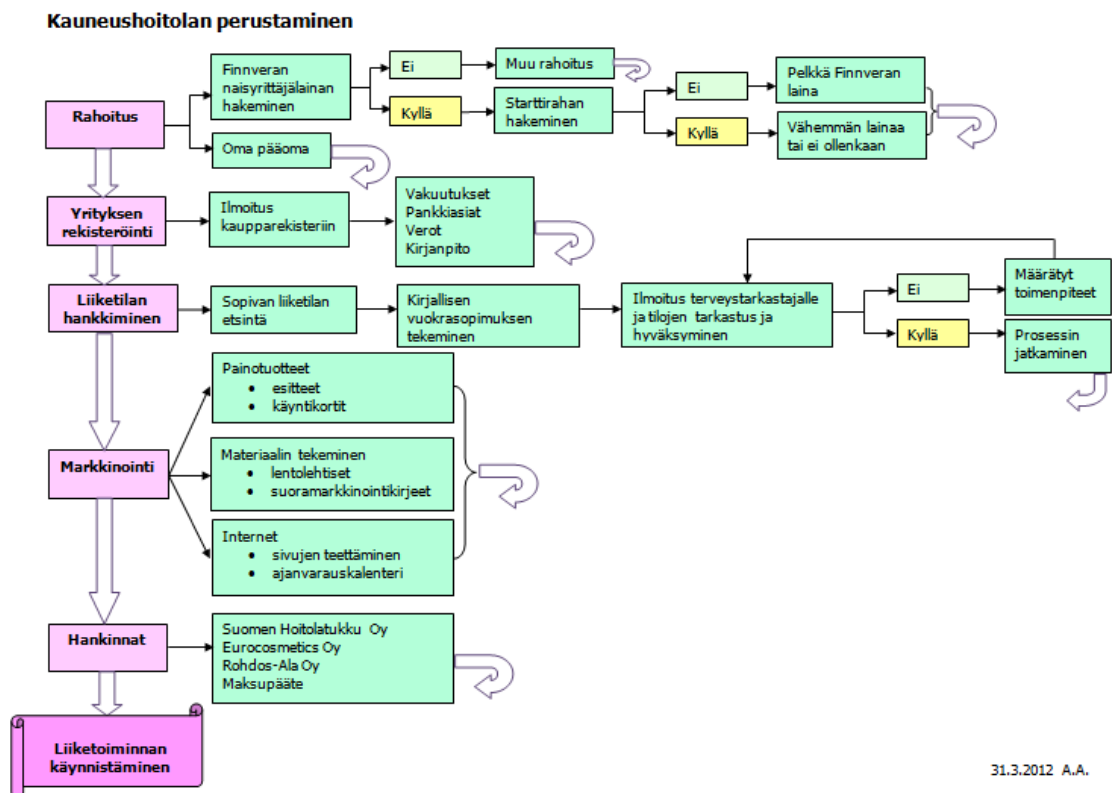
5 Liiketoimintasuunnitelma

5.1 Liiketoimintasuunnitelman periaatteet

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen dokumentti, jossa esitellään yritys ja sen toiminta. Yrittäjä voi käyttää liiketoimintasuunnitelmaa omana työkalunaan, jonka avulla hän arvioi liikeideaa, tekee päätöksiä ja kehittää toimintaa. Liiketoimintasuunnitelma voidaan esitellä asiakkaille, rahoittajille ja muille sidosryhmille. Dokumentissa käsitellään yrityksen visio ja strategia sekä toteutus resurssien, tavoitteiden ja menetelmien pohjalta. Suunnitelmassa on huomioitava lisäksi markkinat, kilpailijat, rahoitus ja uhat. (Puustinen 2006, 59–60; Raatikainen 2011, 42.)

Liiketoimintasuunnitelma voi koostua esimerkiksi tiivistelmästä, markkina-analyysistä, yrityksen kuvauksesta, rahoitussuunnitelmasta ja riskianalyysistä. Tiivistelmä sisällytetään liiketoimintasuunnitelman alkuun kansilehden ja sisällysluettelon kanssa. Tiivistelmän tarkoitus on herättää lukijan kiinnostus, minkä vuoksi siihen laitetaan vain oleellinen. Näitä asioita ovat esimerkiksi yrityksen perustiedot, kuten yritysmuoto, toimipaikka, tulevaisuus, yrittäjän osaaminen ja kokemus, liikeidea, kilpailuedut, yrityksen omistuspohja, rahoitustarve sekä lyhyt analyysi markkinoista. (Puustinen 2006, 61–62.) Liiketoimintasuunnitelman muita osia käsitellään seuraavissa luvuissa.

Liiketoimintasuunnitelmaa tulisi päivittää sitä mukaan, kun yritys kehittyy. Ajantasaisella suunnitelmalla pystytään havaitsemaan muutokset ja reagoimaan niihin, mikä auttaa yrityksen heikkouksien parantamisessa. Suunnitelma helpottaa myös ydinosaamisen tunnistamisessa ja siirtää näin yrittäjän huomion oikeisiin kohteisiin. Aloittava yrittäjä keskittyy resurssien kasaamiseen, kuten rahoitukseen ja henkilöstön palkkaamiseen. Liiketoimintasuunnitelmassa eri osa-alueille laaditaan tavoitteet, jotka aikataulutetaan. Tämä auttaa samalla riskien hallinnassa, sillä eri tapahtumien todennäköisyys punnitaan ja laaditaan suunnitelmat eri tilanteiden varalle. Valmista liiketoimintasuunnitelmaa käytetään välitavoitteiden mittaamiseen ja mahdollisesti toiminnan korjaamiseen. (Koski & Virtanen 2005, 20–21.)



Kuvio 6. Prosessikaavio kauneushoitolan perustamisesta.

Liitteessä 1 on prosessikaavio (kuvio 6), jossa on havainnollistettu missä järjestyksessä liiketoimintasuunnitelman eri toimenpiteet tulisi tehdä, kun perustetaan kauneushoitola. Työkalu on tarkoitettu tulevan yrittäjän avuksi, kun hän tekee yrityksen perustamiseen liittyviä toimia. Seuraamalla prosessikaaviota, asiat tulee hoidettua oikeassa järjestyksessä, jottei yrittäjä sulje pois esimerkiksi starttirahan saamisen mahdollisuutta

tai unohda vaadittuja ilmoitusasioita. Prosessikaaviossa käsitellään rahoituksen hankkiminen, yrityksen rekisteröinti, liiketilan hakeminen, markkinointi ja hankinnat. Näiden toimien jälkeen voidaan käynnistää liiketoiminta

5.2 Toimintamallit

5.2.1 Liikeidea

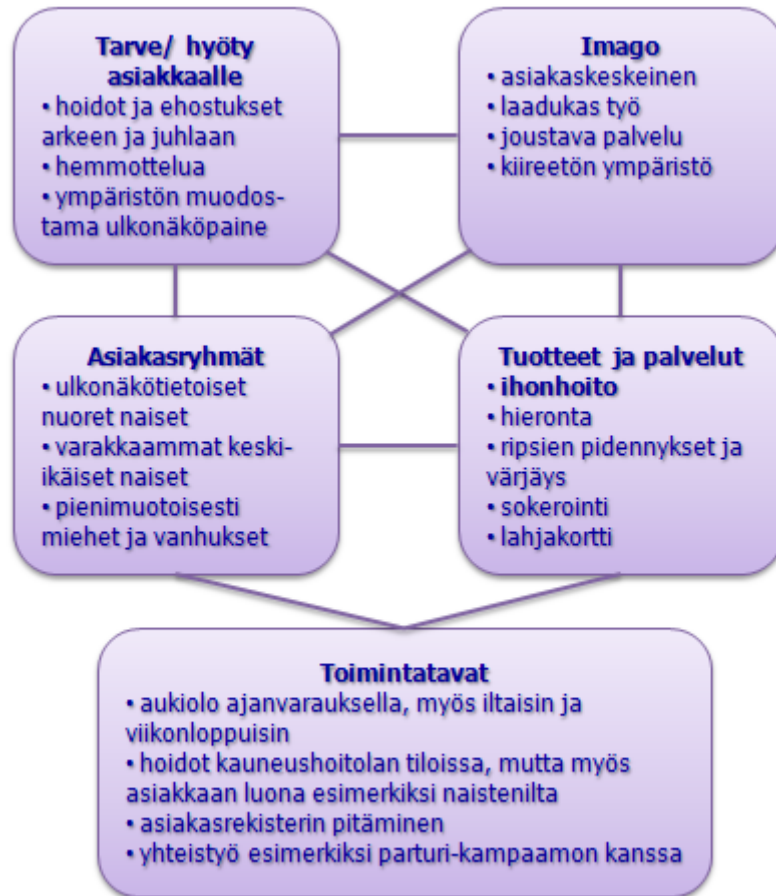
Liikeidea on yritysideasta kehitelty kuvaus yrityksen toiminnasta. Yritysidea on laajempi käsitys siitä, mihin yrityksen synty ja olemassaolo tukeutuu. Liikeidea selittää tarkasti, mitä, kenelle ja miten. Liikeidea siis määrittelee tarjottavat tuotteet ja palvelut, potentiaaliset asiakasryhmät ja tavan, jolla palvelu tai tuote tuotetaan, toimitetaan ja myydään asiakkaalle. Liikeidean avulla saadaan menestyvä ja kannattava yritys. Samalla liikeidea auttaa toiminnan suunnittelussa ja ohjaa toimintaa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 19.)

Liikeideamallia (kuvio 7) voidaan hyödyntää yritystoiminnan kokonaisuuden hahmottamisessa. Kuviossa on aiemmalle mitä, kenelle, miten -ajattelun lisäksi imago eli mielikuva yrityksestä sekä asiakkaan tarve tai hyöty. Yrityksen hyöty asiakkaalle on yrityksen olemassaolon syy. Yritysimago muodostetaan asiakkaiden mukaan, sillä asiakkaille halutaan antaa mielikuva, joka vetää puoleensa tiettyjä asiakasryhmiä. Tämän vuoksi on tärkeää tuntea omat asiakkaansa ja tavoitettava heidät. Toimintatapoihin kuuluu esimerkiksi markkinointi, tuotanto, henkilöstö ja taloushallinto. (Raatikainen 2011, 39.)

Kuvio 7 havainnollistaa, että kauneushoitolan palveluita tarvitaan ensisijaisesti, koska ympäristö on muuttunut ulkonäkökeskeisemmäksi ja ihmiset haluavat antaa itsestään edustavan vaikutelman. Ihmiset haluavat lisäksi hemmotella itseään, jolloin he sallivat niin sanotusti ylimääräiset menoerät. Hoitoja saatetaan tarvita myös terveystyiden vuoksi esimerkiksi aknen hoitoon ja näin arpien ehkäisyyn.

Ehdotan, että kauneushoitolan imagolla haluttaisiin viestittää asiakaskeskeisyyttä, laadua, joustavuutta ja kiireettömyyttä. Hoitoja ei tietenkään voida suorittaa ilman asiakaskontaktia, mutta tarkoituksena olisi olla myös henkisesti mukana palvelussa. Työn on oltava laadukasta, jotta asiakas haluaa tulla kauneushoitolaan kerta toisensa jäl-

keen. Joustavuus on olennaista, kun asiakkaat yrittävät sovittaa hoitoaikoja kalentereihinsa. Asiakkaat tulevat hoitolaan hemmoteltaviksi, joten kiireisenäkin aikana asiakkaalle tulisi pystyä luomaan illuusio kiireettömästä ympäristöstä.



Kuvio 7. Kauneushoitolan liikeideamalli (mukaillen Raatikainen 2011, 39).

Kauneushoitolan palveluntarjontaan kuuluisi kasvo-, käsi- ja jalkahoitoja (kuvio 7). Kasvohoitoja on erilaisia, kuten tavallinen ihonpuhdistus ja täydellinen kasvohoito eli ihonpuhdistuksen lisäksi jokin erityishoito asiakkaan tarpeiden perusteella. Jalkahoitoja tarjotaan tunnin ja puolentoista tunnin mittaisina. Hoitolassa tehtäisiin myös vartalohoitoja, kuten kuumakivihierontaa, ripsien ja kulmien värjäystä, ripsien pidennystä sekä karvanpoistoa sokeroimalla. Laittehoitoihin sisältyisi timanttihiontaa ja ultraäänipuhdistusta. Palveluihin mahdollisesti lisätään rakennekynsien teko ja ehostus. Ehostus koostuisi arki- ja juhlameikin tekemisestä ja meikkaamisen opastuksesta. Juhlameikkiä voidaan tarvita esimerkiksi häihin. (Tuleva yrittäjä 2012.)

Kauneushoitola käyttäisi eri tuotesarjoista kahta eri sarjaa myyntiin ja hoitoihin. Kalliimpana vaihtoehtona olisi Sothys ja edullisempänä olisi Ella Baché. Ella Bachéa käytettäisiin asiakkaiden vartalo- ja käsihoitoihin. Jalkahoitoihin käytettäisiin Camillen 60 - tuotteita. Ripsien pidennykset tehtäisiin JB lashes -tuotteilla, ripsien ja kulmien värjäykset Refectocil-tuotteilla. Sokerointiin hyödynnettäisiin Pandhy'siä. Mahdollisiin meikkeihin käytettäisiin Artdecoa ja kynsiin Alessandroa. (Tuleva yrittäjä 2012.)

Hoitolan kannattaa differoida palvelunsa, koska kilpailua on paljon. Tuleva yrittäjä voisi erikoistua esimerkiksi hierontaan, joka on hänen vahvuutensa. Hoidot tehdään pääasiassa kauneushoitolan tiloissa, mutta ehdotan, että tilauksesta kosmetologi voisi mennä asiakkaan tiloihin esimerkiksi naisteniltaan. Tästä veloittaisiin palveluiden hinnan lisäksi matkakustannukset. Asiakkaan tiloissa voidaan tehdä esimerkiksi kasvonaamioita, meikkejä, ripsien värjäystä ja muuta vastaavaa, jota varten ei tarvita suuria laitteita mukaan.

Asiakasryhmiin kuuluu itsestään huolehtivat ihmiset. Hoitoja ostavat pääasiassa naiset, mutta miehille voidaan markkinoida parranajoa ja jalkahoitoja. Nuorille naisille voidaan suunnata erityisesti puhdistavia kasvohoitoja, irtoripsien kiinnitystä sekä kulmien muotoilua ja värjäystä. Varakkaammille keski-ikäisille naisille voidaan kohdentaa esimerkiksi kiinteäviä kasvohoitoja, ripsien ja kulmien värjäystä sekä jalkahoitoja. Kauneushoitolta voi ostaa myös lahjakortteja, jolloin asiakkaana ei olekaan välttämättä asiakassegmenttiin kuuluva henkilö.

Kauneushoitola aloittaa toimintansa vuokratuolista. Oman liikkeen perustamisen jälkeen liike on auki ajanvarauksella arkisin, viikonloppuisin ja iltaisina. Yrittäjä pitää asiakasrekisteriä, josta selviää asiakkaalle tehdyt hoidot ja hoidon tulos. Näin yrittäjä osaa ennalta varautua hoitoihin ja vertailla tuloksia. Sen pohjalta kosmetologi voi esimerkiksi vaihtaa hoitoa asiakkaalle sopivampaan hoitoon, ellei aiempi hoito tuottanut täysin toivottua tulosta. Rekisteriin voidaan kirjata myös asiakkaan mahdolliset menot esimerkiksi lomat, koska silloin yrittäjä muistaa kysyä miten loma meni ja asiakas kokee, että hän on tärkeä (Tuleva yrittäjä 2012). Kauneushoitola voitaisiin perustaa joko omaan liiketilaansa tai esimerkiksi parturi-kampaamon yhteyteen.

5.2.2 Toiminta-ajatus

Toiminta-ajatus on yrityksen olemassaolon syy ja kertoo, millä toimialalla se kilpailee. Toiminta-ajatuksen on pystyttävä ohjaamaan toimintaa, koska tämän ajatuksen vuoksi yritys on syntynyt. Toiminta-ajatus on suhteellisen pysyvä, ja hyvä toiminta-ajatus säilyy yrityksen koko elinajan. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei yritys voisi vaihtaa toiminta-ajatustaan havaitessaan paremman, mutta loistavana toiminta-ajatusta voidaan pitää silloin, kun se kestää ilman tarvetta vaihtaa toiseen. Tällainen idea kannustaa jatkuvaan kehitykseen ja saa tavoittelemaan jotain, jota ei voi ehkä kokonaan edes saavuttaa. (Kamensky 2008, 71–72; Missio ja visio.)

Tärkeää on ottaa huomioon toimialan rajaus, näkökulma toimialan määrittelylle ja miten sidosryhmät, kuten asiakkaat, omistaja ja henkilöstö huomioidaan. Toiminta-ajatuksessa pitäisi voida yhdistää järki ja tunne. Toimialaa voi rajata esimerkiksi tuotteiden, teknologian, asiakkaiden, tarpeiden, markkinoiden ja oman osaamisen avulla. Suppea toiminta-ajatus ohjaa toimintaa hyvin, mutta sitä pitää päivittää usein ja mahdollisuudet ja uhat saattavat jäädä huomaamatta. Suppean toiminta-ajatuksen on oltava riittävän tarkka, ettei se rajoita toimintaa. Liian laaja toiminta-ajatus on kyvytön ohjaamaan toimintaa. Toiminta-ajatuksen onnistumiseksi henkilöstön ja johtajien pitää tuntea toiminta-ajatus ja noudattaa sitä. Kun henkilöstö kokee tekevänsä jotain arvokasta, se jaksaa tähdätä korkealle ja kehittää toimintaa. (Kamensky 2008, 71–73; Missio ja visio.) Kauneushoitolan toiminta-ajatuksena on auttaa asiakasta saavuttamaan kokonaisvaltainen kauneus, terveys ja hyvinvointi. Asiakkaan halutaan rentoutuvan ja nauttivan hoidoista.

5.2.3 Visio

Visio on yrityksen tulevaisuudenkuva. Visio näyttää tavoitetilän, jollaiseksi yritys halutaan muuttaa. Tavoitteessa halutaan olla yleensä noin kolmesta viiteen vuoden kuluttua. Vision on tarkoitus ohjata yrityksen toimintaa, jolloin se johtaa haluttuihin tuloksiin. Selkeä, innostava visio voi liiketoimintasuunnitelman osana parantaa mahdollisuuksia saada esimerkiksi rahoitusta aloittelevalle liiketoiminnalle (Meretniemi & Ylönen 2009, 29). Epäsopiva visio voi johtaa kilpailukyvyyn menettämiseen. (Pitkämäki 2000, 86–87; Visiosta käytäntöön. 2007.)

Visio auttaa ymmärtämään tärkeimpiä ympäristömuutoksia, mikä selkiyttää vision ja strategian välistä suhdetta. Samalla se laittaa asiat tärkeysjärjestykseen ja auttaa ajoittamaan toimenpiteet sopivaan hetkeen. Visio auttaa löytämään sopivimmat kilpailustrategiat. Hyvällä visiolla strategiat saadaan toteutettua, koska se saa yrityksen kaikki työntekijät sitoutumaan strategiaan, siirtää huomion olennaiseen ja vakuuttaa sidosryhmiä. (Kamensky 2008, 86–87.)



Kuvio 8. Kauneushoitola Isabellan visio.

Vision tulee olla konkreettinen, jotta sitä voidaan noudattaa. Aikarajan asettaminen helpottaa huomaamaan millaisia muutoksia visiolla on saatu aikaan, ja silloin muutokset ovat myös mitattavissa. Tavoitteen on oltava selkeä suunnannäyttävä ja sen on luotava edellytyksiä menestyvälle liiketoiminnalle. Tavoite pitää asettaa korkealle, mutta kuitenkin niin, että se on saavutettavissa. (Visiosta käytäntöön. 2007.) Kauneushoitola Isabella on vuokratuolitoiminnan aikana tullut tunnetuksi Laitilan alueella ja koota riittävä asiakaskunta. Kauneushoitola haluaa erottua laadulla (kuvio 8). Tämän saavuttuaan noin kahden tai kolmen vuoden kuluttua kauneushoitola siirretään omaan liiketilaan. Kauneushoitola Isabella on tietää asiakkaan tarpeet ja täyttää ne alueen parhaalla laadulla.

5.2.4 Arvot

Arvot ovat periaatteita, jotka ohjaavat toimintaa. Arvot ovat pysyviä ja riippumattomia ajasta ja paikasta. Organisaatiolle arvot ovat sisäisesti oleellisia, siksi ne määräytyvät yrityksen sisältä eikä ulkoa. On erittäin tärkeää, että yrityksen johto ja henkilöstö noudattaa asetettuja arvoja. Perusarvoja on 2–10, yleensä neljä. Arvot on laitettava tärkeysjärjestykseen, koska niitä on useita. Arvoja noudatetaan, vaikka siitä olisi hetkellisesti haittaa tai vaikka niiden noudattamatta jättämisestä olisi hetkellisesti hyötyä. Arvot valitaan niin, että ne sopivat yhteen yrityksen strategian, toiminta-ajatuksen ja vision

kanssa. Eniten käytettyjä arvoja ovat asiakaslähtöisyys, kehittyminen, yksilön kunnioittaminen, tuloksellisuus ja yhteistyö. (Kamensky 2008, 78–79; Missio ja visio.)

Kauneushoitolan arvoihin kuuluvat

- asiakaslähtöisyys
- asiakkaan arvostaminen
- asiantuntijuus
- luotettavuus
- ympäristön viihtyvyys
- laadukas hoito

Kuten edellä on mainittu, asiakaslähtöisyys on tärkeää, koska hoitotyössä ollaan tiiviissä asiakaskontaktissa. Huono palvelu tarkoittaa asiakkaiden lahjoittamista kilpailijalle. Asiakkaan halutaan tuntevan itsensä arvokkaaksi. Asiakkaan halutaan kokevan, että hän ansaitsee hemmottelua ja tuntee itsensä kauniiksi ja terveeksi. Palvelut suunnitellaan asiakkaan mukaan niin, että asiakas saa siitä itselleen parhaan hyödyn. Asiakkaiden ansiosta yritystoiminta on olemassa, joten asiakkaan etu on yrityksen etu. Kosmetologin asiantuntijuus on toiminnan menestyksen tae. Asiakkaiden halutaan luottavan yrittäjän asiantuntijuuteen ja taitoihin. Viihtyisä ympäristö on osa palvelukokonaisuutta. Rentouttavassa ympäristössä asiakas voi nauttia hoidoista ja tuntea itsensä virkistyneeksi lähtiessään. Laadukas hoito on keskeinen arvo, mutta myös tämän kauneushoitolan tärkeä kilpailutekijä. (Tuleva yrittäjä 2012.)

5.2.5 Strategia

Strategia käsitteenä tarkoittaa yrityksen punaista lankaa tai juonta. Strategia kertoo, miten yrityksen nykytilasta pääsee tavoitetilaan. Strategia on pitkän aikavälin suunnitelma. Yleensä se tähtää tavoitteensa noin kolmesta viiteen vuoden päähän. (Strategian käsitteestä.) Strategiaa tarvitaan kilpailun vuoksi, koska suunnitelmallisella toiminnalla yritys voi pärjätä markkinoilla (Kamensky 2008, 17).

Sopivan strategian luominen edellyttää, että ensin tutustutaan tulevan yrityksen toimialaan ja ympäristön olosuhteisiin. Kilpailija-analyysillä arvioidaan kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet. Saatujen tietojen pohjalta on mahdollista tehdä strategia, jolla on

selkeä kilpailuetu. Toisin sanoen ympäristön rakenne määrittelee yrityksen strategian. Tyypillisesti yritys voi saada kilpailuetua, jos sen palvelut eroavat muiden palveluista, jolloin hinnat ovat korkeat tai silloin, jos yritys käyttää alhaisia hintoja. (Kim & Mauborgne 2009.)

Strategiaa tarvitaan ympäristön rakenteen lisäksi toimintaympäristön muutosten hallitsemiseen. Ympäristöä voi hallita sopeutumalla siinä tapahtuviin muutoksiin. Tämä edellyttää, että tapahtuvia muutoksia on seurattava ja seurauksia on analysoitava ja ennen kaikkea omaa toimintaa on muutettava ympäristön muutosten mukana. Muita keinoja ympäristön hallitsemiseen on ympäristön muokkaaminen ja siihen vaikuttaminen sekä oman toimintaympäristön valitseminen. Yritykset voivat muun muassa luoda asiakkaille tarpeen sekä vaikuttaa kilpailijoiden ja viranomaisten toimintaan. Ne tekevät valintoja koskien tuotteita, markkinoita ja kilpailulajia. Tällaisella aktiivisella ja aloitteellisella tavalla yritys voi luoda oman tulevaisuutensa. (Kamensky 2008, 19–20.)

Yrityksen ulkoisen ympäristön lisäksi sen sisäisellä ympäristöllä on vaikutus yrityksen menestykseen. Yrityksen omistajien, johdon ja työntekijöiden tulee olla samoilla linjoilla muutostarpeista. Osaamisen pitää pysyä sopivalla tasolla, sillä toisinaan uutta osaamista tarvitaan nopeammin kuin sitä pystytään hankkimaan. Lyhyen tähtäimen tulosten saavuttamisen ohella toiminnan pitkäjänteisyys yrityksen tulevaisuuden takaamiseksi on arvokasta. (Kamensky 2008, 21.)

Ennen varsinaisen yrityksen perustamista, sen strategiaan kuuluu asiakaskunnan ja kokemuksen hankkiminen vuokratuolilla. Kilpailijoista on tarkoitus erottua laadulla ja tarjoamalla asiakkaiden eniten haluamia palveluita asiakaskeskeisessä ja kiireettömässä ympäristössä. Yrittäjän oman osaamisen vuoksi yrityksen kannattaisi erikoistua hierontaan, jotta palvelut poikkeaisivat kilpailijoista jonkin verran. Yrittäjä käy säännöllisesti koulutuksissa laadun ylläpitämiseksi ja jotta käytetyt tekniikat olisivat tätä päivää. Hierontaa kannattaisi mahdollisesti opiskella syvemmin.

Yritys toimii keskustassa yrittäjän asunnosta erillisessä liiketilassa ja mahdollisuuksien mukaan yhteistyössä parturi-kampaamon kanssa. Kilpailijat toimivat lähinnä kotonaan, joten erillisen liiketilan toivotaan miellyttävän asiakasta siksi, ettei asiakkaan tarvitse tulla toisen kotiin. Lisäksi keskustassa voi hoitaa samalla käynnillä kaikki muut mahdol-

liset ostokset ja asioinnit. Yritys halutaan pitää auki asiakkaan tarpeiden mukaan, mikä onnistuu helposti ajanvarauksella. Erillisessä liiketilassa työskentelevillä on pääosin lyhyet aukioloajat, mikä on etu tälle yritykselle. Kauneushoitolan strategiaan kuuluu lisäksi markkinointiin keskittyminen. Yritykselle perustetaan ehdottomasti Internet-sivut ja Facebook-tili. Näitä ei ole kuin muutamalla kilpailijalla, mikä on hyvä kilpailuetu. Lisäksi yrityksen palvelut konkretisoidaan asiakkaille, jolloin palveluiden ostokynnys pienenee. Tämän on huomannut ainoastaan yksi tutkimani kilpailija.

5.3 Markkina-analyysi

Markkina-analyysillä selvitetään tulevan yrityksen toimialan tilanne ja kilpailijat. Liiketoimintasuunnitelma kannattaa aloittaa tällaisesta laajasta kokonaisuudesta, jotta nähdään, onko toimialalla tilaa uudelle yritykselle. Markkina-analyysissä arvioidaan toimiala, asiakkaat, kilpailijat, toimintaympäristö ja markkinoille tuloa rajoittavat esteet, ja se aloitetaan toimialan kuvauksella. Toimialasta esitellään koko, rakenne, kannattavuus, kasvu ja kausivaihtelu. Alan trendit ja tulevaisuudennäkymät on hyvä lisätä. Markkinoille tuloa rajoittavia esteitä voivat olla esimerkiksi suuret alkuinvestoinnit, konservatiiviset asiakkaat, vaikea hintakilpailu tai alalla jo olevien yritysten luja ja vakaa markkina-asema. (Puustinen 2006, 62–64.) Toimialaa on esitelty tarkemmin luvuissa kauneushoitolayrittäjäyys, alan kehitysnäkymät ja hyvinvointipalveluiden talouskehitys. Laitilaan perustettavan kauneushoitolan markkinoille tuloa hankaloittaa kilpailijoiden paljous.

5.3.1 Toimintaympäristö

Yrityksen toimintaympäristö koostuu sen makroympäristöstä. Ulkoiseen eli makroympäristöön kuuluu demografinen, taloudellinen, tekninen, poliittinen ja kulttuurinen ympäristö. Asiakaskunnan kannalta demografinen ympäristö on tärkeä tekijä, sillä se kertoo alueen väestöön liittyvät muuttajat. Demografisia tekijöitä ovat esimerkiksi väestön määrä ja tiheys, ikä-, sukupuoli- ja koulutusjakauma ja väestön sijoittuminen. Taloudelliset muuttajat vaikuttavat liiketoiminnan menestykseen. Talouteen vaikuttavat muuttajat, kuten alueen tulotaso, työllisyys, talouden rakenne ja käytettävissä olevat rahat. Tekniset tekijät koskevat tietoliikenneyhteyksiä ja tietotekniikan käyttövalmiutta. Poliittinen ympäristö vaikuttaa lainsäädäntöön ja normistoon. Kulttuurinen ympäristö muo-

dostuu maan sosiaalisesta rakenteesta. Lisäksi kulttuurien väliset erot voivat vaikuttaa liiketoimintaan. Sosiaaliset normistot, yhteiskunnan arvot, ihmisten käyttäytyminen, uskonto ja käsitys asioiden tärkeysjärjestyksestä sisältyvät kulttuuriympäristöön. (Koski & Virtanen 2005, 46–47.)

Kauneushoitola perustettaisiin Laitilaan. Laitila on pieni noin 8440 asukkaan kaupunki. Vuonna 2010 valtaosa väestöstä (66,2 %) oli 15–64-vuotiaita. Vastaavasti alle 15-vuotiaiden osuus oli 16,6 prosenttia ja yli 65-vuotiaiden osuus 20,8 prosenttia. Laitilassa väestö on suomenkielistä, joten ruotsinkielisiä ja ulkomaalaisia on hyvin vähän. Keskiasteen tutkinnon suorittaneita on 61,1 prosenttia ja korkea-asteen tutkinnon suorittaneita on 18,3 prosenttia. (Laitila.)

Valtionveronalaisten tulojen eli ansio- ja pääomatulojen määrä oli Laitilassa 21 504 euroa tulonsaajaa kohti vuonna 2009. Koko maassa tulot olivat 24 657 euroa. Vuonna 2010 Laitilassa asuvista 18–74-vuotiaista 61,9 prosenttia oli työssäkäyviä. Vuoden 2009 lopussa työssäkäyvistä 71,2 % työskenteli Laitilassa. Laitilassa työskentelevät olivat pääasiassa palvelujen (50,1 %) ja jalostuksen (38,5 %) työpaikoissa vuonna 2009. Yritystoimipaikkoja oli 892. Työttömien osuus oli vuoden 2010 lopussa 7,3 %, kun työttömyysaste oli koko maan laajuudella 10,3 %. Eläkeläisiä oli 27,4 %, kun Suomen tasolla heitä oli 23,7 %. (Laitila.)

Vaikka Laitila on rauhallinen pieni kaupunki, sinne on hyvät kulkuyhteydet ympäröivistä suuremmista kaupungeista, kuten Raumalta ja Uudestakaupungista. Turkuun ja Poriin ei myöskään ole kovin pitkä matka. (Tuleva yrittäjä 2012.) Matkaa Turusta tulee 60 ja Porista 80 kilometriä, joten siellä asuvat saattaisivat tulla kauneushoitolaan samalla, kun tulevat Laitilaan esimerkiksi tapaamaan sukulaisiaan. Muista kaupungeista saatettaisiin tulla myös siksi, että Laitilassa hintataso on edullisempi (Tuleva yrittäjä 2012).

5.3.2 Kilpailija-analyysi

Markkinoilta löytyy suoria ja epäsuoria kilpailijoita. Olennaista on, miten yrityksen tulisi suhtautua kilpailuun, miten se hankkii kilpailuetua ja millä keinoilla kilpailija voitetaan. Yrittäjä voi myös pohtia, millaisen mielikuvan hän haluaa antaa kilpailusta sidosryhmille. Kilpailija-analyysillä selvitetään, miten paljon yrityksellä on kilpailijoita ja mikä on

kilpailun luonne. (Koski & Virtanen 2005, 53–54.) Kilpailijoita voidaan arvioida niiden strategian, tuotteiden, kannattavuuden ja markkina-aseman perusteella. Kilpailijoiden tuotteista ja palveluista kannattaa huomioida laatu, markkinointi ja maine. Kilpailijoiden toimintaa voi tarkkailla niiden Internet-sivujen kautta, käymällä kilpailijan messuosastolla tai keskustelemalla asiakkaiden kanssa. Kilpailijoiden palveluita ja tuotteita kannattaa kokeilla, mikäli se on mahdollista. Kilpailijoista voi listata vahvuudet ja heikkoudet, mikä auttaa uutta yritystä markkinoille tulossa, kun tiedetään mihin tulisi panostaa. (Puustinen 2006, 47, 63.)

Laitilassa on suhteellisen paljon suoraa kilpailua, sillä siellä on yli 12 kauneushoitola (kuvio 9). Epäsuoraa kilpailua tuovat alueen useat parturi-kampaamot, jotka saattavat tarjota myös kauneushoitolan palveluita, kuten rakennekynsien tekoa. Uuden kauneushoitolan etuna on se, että muut kosmetologit työskentelevät pääasiassa kotonaan eivätkä aivan keskustassa. Niiden palveluntarjonta on osittain suppeampi kuin mitä hoitoihin suunnitelluissa tiloissa on mahdollista toteuttaa. Kauneushoitola perustetaan monista kilpailijoista eroavasti vuokratilaan Laitilan keskustaan muiden palveluiden läheisyyteen.

Yritys	Tietojen lähde	Yritys työllistää	Palvelut	Aukiolo-aika
Hyvinvointikeskus Poukanville	Internet-sivut Facebook	Yli 5	Hyvinvointi mm. kosmetologiset työt	Arkisin 8-16 La 8-15
Kauneushoitola Jaanika	Internet-sivut	1	Kosmetologiset työt	Ajanvarauksella
NeaNoora Oy Kosmetologinen hoitola ja myymälä	Facebook	1	Kosmetologiset työt	Arkisin 11-17 La 9-13
Launonen Leena Irene Tmi	Internet-sivut	1	Kosmetologiset työt	Ajanvarauksella
Kynsihuone	Internet-sivut	1	Kynnet ja meikit	Ajanvarauksella
Kaisa Holopainen Tmi	Fonecta Finder	1	Kosmetologiset työt	-
Unelmien Täyttymys Marjo Nurmi	Kauppalehti	1	mm. tuotemyynti	-
Kosmetologi Jaana Suomala	Kauppalehti	1	Kosmetologiset työt	-
Kauneushuone Hanna-Mari	Taloussanomien	1	Kosmetologiset työt	-
Kosmetologinen Hoitola Laitilan Kauneuspilkku	Kauppalehti	1	Kosmetologiset työt	-
Kosmetologinen Hoitola AlexSandra	Fonecta	1	Kosmetologiset työt	-
Kauneushoitola Tuula	Eniro	1	Kosmetologiset työt	Arkisin 9-17
Parturi-kampaamo Kauneushoitola Ilme	Fonecta	?	Kosmetologiset työt Kampaamotoiminta	- -
Uusi kilpailija kesällä 2012	Tuleva yrittäjä	1	Kynnet ja meikit	-

Kuvio 9. Kauneushoitolan kilpailijoita Laitilan alueella.

Uuden kauneushoitolan kilpailuetuna ovat Internet-sivut ja sosiaalisen median käyttö, koska monet muut alueen kauneushoitolat eivät niitä hyödynnä (kuvio 9). Laitilan Terveyskodin Hyvinvointikeskus Poukanville, Kauneushoitola Jaanika, NeaNoora Oy Kosmetologinen hoitola ja myymälä ovat esimerkkejä uuden kauneushoitolan kilpailijoista. Mahdollisesti epäsuoraa kilpailua tuo Kynsihuone Iina Laine, koska tämä yritys tekee ainoastaan rakennekynsiä ja ehostusta (Laine 2009a). Opinnäytetyön kohdeyritys ei välttämättä ota noita palveluita tarjontaansa, joten kilpailu olisi epäsuoraa.

Uusi kauneushoitola perustettaisiin joko Kasitien Yrityskeskukseen tai Laitilan Porttiin. Kaikki edellä mainitut kilpailijat sijaitsevat lähes samassa pisteessä vain kilometrin päässä Kasitien Yrityskeskuksesta. Nuo kilpailijat ovat puolestaan hyvin lähellä Laitilan Porttia. Kasitien Yrityskeskuksessa tosin palvelee jo Kauneushuone Hanna-Mari. Keskuksen muita yrityksiä ovat muun muassa lounaskahvila, Laserkeskus Oy, henkilöstövuokrausfirma ja metallialan yritys. Laitilan Portissa on muun muassa Tiimari, Laitilan Kuntokeskus ja Hammaslääkäri Kaisu Salonen.

Laitilan Portin läheisyydessä on lisäksi useita muita yrityksiä, kuten R-kioski, Laitilan Puhelin, Matkahuolto, Vapaa Valinta, Ravintola Kukonkulma ja apteekki. Kasitien Yrityskeskuksen sijainnin etuna on valtateiden läheisyys ja sikäli keskeinen sijainti. Laitilan Portti on enemmän taajamassa, jonne paikallisten asiakkaiden on helppo tulla. Laitilan Portin läheltä löytyvät myös muut palvelut, joten asiakkaat voivat hoitaa muut asiansa samalla, kun käyvät hoitolassa. Ulkopaikkakuntalaisten voisi olla vaivattomampi mennä Kasitien Yrityskeskukseen.

Poukanvillellä on todella laaja palveluvalikoima. Yritys tarjoaa kosmetologisten palveluiden lisäksi kuntoilu- ja urheilupalveluita, työhyvinvointipalveluita, pitopalvelua ja juhlatilan vuokrausta sekä terapiapalveluita. Poukanville on avoinna arkisin kahdeksasta neljään ja lauantaisin kahdeksasta kolmeen. Asiakkaat pääsevät aamulla hoitoihin, mutteivät illalla, jolloin useimmilla on vapaata. (Hemmottelu.) Poukanvillen Internet-sivuilla on kattava hinnasto ja hintataso vastaa hyvin alueen markkinahintoja (Palveluhinnasto). Asiakas saa saman katon alla useat tarvitsemansa palvelut halutessaan samalla käynnillä. Hyvinvointikeskus vaikuttaa suurelta paikalta ja ainakin osittain he ovat kohdentaneet palvelunsa ryhmille.

Poukanvillessä työskentelee useita henkilöitä, joten heidän heikkoutensa on se, että asiakasta ei välttämättä hoida aina sama kosmetologi. Koska hoidot tehdään tiiviissä asiakaskontaktissa, asiakkaan kannalta on mukavampi, että hoitaja on joka kerta sama. Silloin hoitaja tietää etukäteen asiakkaan tarpeet ja sopivat hoidot. Näin asiakkaan ei tarvitse aina erikseen selittää käynnin luonnetta. Poukanvillellä on Facebook-tili, jossa he tekevät tarjouksia ja ilmoittavat kampanjoista (Hyvinvointikeskus Poukanville).

Kauneushoitola Jaanikalla on erittäin yksinkertaiset Internet-sivut, joista selviää ainoastaan hinnasto ja yhteystiedot. Kauneushoitola Jaanika toimii kotiloissa. Sen tarjoamat palvelut kilpailevat suoraan uuden kauneushoitolan kanssa. (Kauneutta ja Hyvinvointia.) NeaNoora Oy Kosmetologinen hoitola ja myymälä tarjoaa kosmetologisia palveluita, mutta myy myös koruja. Se markkinoi itseään Facebook-tilin välityksellä ja ilmoittaa sen hetkisistä tarjouksista, kampanjoista ja uutuustuotteista. NeaNoora Oy sijaitsee Laitilan keskustassa, mutta on auki arkisin ainoastaan yhdestätoista viiteen iltapäivällä ja lauantaisin yhdeksästä yhteen. (NeaNoora Oy.) Yleensä asiakkaat pääsevät kauneushoitolaan arkisin aikaisin aamulla ja illalla töiden jälkeen. Tämä yritys on kiinni juuri tuolloin.

Kynsihuone Iina Laine tuo epäsuoraa kilpailua. Yritys omaa kuitenkin kattavat Internet-sivut, joissa se muun muassa konkretisoi palvelujaan taidokkaasti (Laine 2009b). Se kilpailee erityisesti nuorista naisista, jotka priorisoivat mitä palveluita he kokevat tarvitsevansa. Toisaalta Kynsihuoneen hinnat ovat melko korkeat, jolloin asiakkaat saattavat kallistua muiden palveluntarjoajien puoleen (Laine 2009c). Markkinoille on tulossa keksällä uusi kilpailija, joka tulee työskentelemään kotonaan. Hoitola sijaitsee Kasitien läheisyydessä ja tarjoaa palveluinaan ehostusta ja rakennekynsien tekoa (Tuleva yrittäjä 2012). Tämä yritys tuo epäsuoraa kilpailua.

5.4 Käytännön ratkaisut

5.4.1 Yhtiömuoto

Yhtiömuoto tulee valita tarkkaan, koska eri yhtiömuodot vaikuttavat moniin seikkoihin. Näitä tekijöitä ovat yrittäjien määrä, elämäntilanne, taloudelliset vastuut, toiminnan laajuus, varallisuus, terveys, osallistuminen päätöksentekoon, verotus, riskinottohalu ja

yrittäjien lopettamistapa. Yhtiömuodot jakautuvat henkilöyhtiöihin ja pääomayhtiöihin, joista toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö ovat henkilöyhtiöitä. Osakeyhtiö ja osuuskunta ovat pääomayhtiöitä. Henkilö- ja pääomayritysten suurin ero on se, että vastuu veloista on henkilöyhtiön omistajalle henkilökohtainen. Pääomayritysten on lisäksi helpompi saada ulkopuolista rahoitusta. Toiminimen ja osakeyhtiön voi perustaa yksin, mutta avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö tai osuuskunta voi tulla kyseeseen, jos yrityksen perustajia on useita. (Puustinen 2006, 94; Meretniemi & Ylönen 2009, 40–41; Kinkki & Isokangas 2003, 182, 187.) Tässä opinnäytetyössä käsitellään vain toiminimeä ja osakeyhtiötä, koska nämä yhtiömuodot mahdollistavat yrityksen perustamisen yksin, kuten tässä tapauksessa tehdään.

Toiminimen eli yksityisliikkeen perustaminen on nopeaa, helppoa ja halpaa, minkä vuoksi enemmistö perustettavista yrityksistä tehdäänkin toiminimiksi. Toiminimen perustajan on oltava luonnollinen henkilö, ja hänestä tulee joko elinkeinon-, ammatin- tai liikkeenharjoittaja. Kaupparekisteriin tehdään ilmoitus toiminimen perustamisesta, ja juridisesti yritys on perustettu, kun varsinainen toiminta aloitetaan. Kaupparekisteriin ilmoitetaan toiminimen nimi, toimiala ja yhteystiedot. Ilmoitusta ei välttämättä tarvitse tehdä, mutta sillä voi suojata toiminimen. Ilmoitus vaaditaan, kun toiminta on luvanvaraista, yrittäjällä on asunnostaan erillinen toimitila tai yrittäjän lisäksi yrityksessä työskentelee muu kuin aviopuoliso. Toiminimellä ei lakisääteisesti tarvitse olla pääomaa eikä sillä ole tilintarkastusvelvollisuutta. Yritykseltä vaaditaan vain kirjanpito, joka erottaa yrittäjän ja yrityksen talouden toisistaan. Yrittäjä on toiminimestä vastuussa henkilökohtaisesti koko omaisuudellaan. (Puustinen 2006, 94, 97; Meretniemi & Ylönen 2009, 42–43.)

Yksityisliikkeessä voi työskennellä yksin tai perheen kanssa, ja sinne voi palkata työntekijöitä. Yrittäjä saa varoja yksityisottoina. Puolisolle palkka maksetaan työpanoksen mukaisessa suhteessa. Yrittäjää verotetaan ansiotuloveroprosentin mukaan, mutta hän saa tehdä vähennyksiä yritystoiminnan kuluista. Veroprosentin noustessa toistuvasti yli 30 prosentin osakeyhtiöstä tulee halvempi vaihtoehto, jolloin yhtiömuoto on mahdollista vaihtaa. Osakeyhtiö on kannattavampi ratkaisu myös silloin, jos liiketoimintaan liittyy riskejä ja suuria pääomavaatimuksia. Toiminimet ovat usein yksinkertaisia liiketoimia, kuten ompelimoja, kampaamoja, suutareita ja asianajotoimistoja, joissa toiminta pohjautuu yrittäjän osaamiseen. (Puustinen 2006, 97–98; Meretniemi & Ylönen 2009, 42.)

Osakeyhtiön perustamisen syynä on usein suuri pääoman tarve. Yhtiön päämäärä on tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Osakeyhtiöllä voi olla yksi tai useampi perustaja, ja loput osakkaista ovat sijoittajia. Osakeyhtiön perustaminen edellyttää vähintään 2500 euron osakepääomaa. Maksuvälineiksi käyvät raha ja omaisuus, kuten koneet ja laitteet. Osakeyhtiö erottaa yrittäjän ja yrityksen varat ja velat toisistaan, jolloin yrittäjä on vastuussa ainoastaan panostamastaan pääomasta. (Meretniemi & Ylönen 2009, 50–52.)

Toiminimen perustaminen on tässä vaiheessa järkevintä, koska kauneushoitolan perustaminen ei vaadi paljon pääomia. Toiminimi on hyvä ratkaisu myös verotuksellisesti, koska tuotot ovat ainakin aluksi sen verran pieniä, ettei osakeyhtiötä kannata nyt perustaa verotuksellisista syistä. Opinnäytetyö suunnitellaan toiminimelle. Mikäli yritystoiminta laajenee esimerkiksi muihin kaupunkeihin tai kansainvälisesti, niin yritysmuodon vaihtaminen osakeyhtiöksi olisi aiheellista.

5.4.2 Yrityksen nimi

Toiminimi tarkoittaa virallisesti yrityksen nimeä, mutta myös yksityistä elinkeinonharjoittajaa. Tehokas nimi erottuu muista, on selkeä, omaperäinen, myyvä ja helppo muistaa. Nimi on osa yrityksen markkinointia, sillä se sisältää viestin esimerkiksi yrityksen laadusta, toiminnasta ja tunnelmasta. Patentti- ja rekisterihallitus eli PRH hyväksyy nimen, joka sitten rekisteröidään kaupparekisteriin. Nimen on oltava hyväntavan mukainen eikä se saa olla harhaanjohtava. PRH tarkistaa myös yritysmuodon tunnuksen, nimen yksilöllisyyden, erottuvuuden, sekoitettavuuden toiseen toiminimeen ja sekoitettavuuden toisen henkilön sukunimeen. (Meretniemi & Ylönen 2009, 128.)

Toiminimeen liittyy läheisesti yrityksen logo, joka on yrityksen nimen kirjoitusasu. Liikemerkki tarkoittaa nimeen liittyvää graafista kokonaisuutta. Graafiseen ilmeeseen voi kuulua yritystoimintaa kuvaava symboli, kuva tai muu kuvio. Logon ja liikemerkin suunnittelu voi olla järkevää teettää graafisen alan ammattilaisilla, koska logo on hyvin olennainen osa yrityksen markkinointia. Se on yrityksen keino erottua markkinoilla olevista kilpailijoista. (Puustinen 2006, 110; Raatikainen 2011, 78.)

Ennen liikemerkin suunnittelua kannattaa tarkistaa onko yritykselle suunniteltu nimi jonkun toisen käytössä. Se onnistuu esimerkiksi PRH:n nimihakupalvelusta (Nimihaku). Tuleva yrittäjä haaveili yrityksen nimen olevan Kauneushoitola Kleopatra. Nimi on kuitenkin jo käytössä. Nimi voisi viestittää laatua ja ylellisyyttä, joten vaihtoehtoiseksi nimeksi ehdotetaan antiikin Kreikan tai Rooman jumalattaren nimeä. Nimen voisi keksiä myös kuninkaallisista nimistä tai Välimeren maan, kuten italian kielestä. Ehdotan nimeksi Kauneushoitola Isabella, joka olisi kuninkaallisen nimen ja italian sanan yhdistelmä. Bella tarkoittaa kaunista italian kielellä, joten se olisi sopiva kauneushoitolalle. Nimihakupalvelun mukaan nimi on vapaa, mutta asia tarkistetaan PRH:ssa yrityksen rekisteröinnin yhteydessä.

Nimen luomisen jälkeen luodaan liikemerkki. Liikemerkin teettäminen on melko kallista ja maksaa useita satoja euroja. Esimerkiksi Arco Logo Design pyytää logon suunnittelusta 349 euroa, jolloin 23 prosentin arvolisäverolla hinta on 429,27 euroa (Hinnasto. 2011). Yrittäjä joutuu pohtimaan, onko hän valmis maksamaan logosta vai olisiko hänellä tai jollakin tutulla taitoja luoda liikemerkki ja yrityksen värimaailma.

5.4.3 Toimitilat

Yritys voi käyttää joko omia tai vuokrattuja tiloja. Toimitilojen valinnassa kaksi keskeisintä tekijää ovat sijainti ja hinta. Tilan tulee vastata yrityksen tarpeita käytännössä, mutta myös kustannukset pitää pystyä kattamaan. Vuokratut tilat saattavat olla kalliita, ja sen vuoksi tilan valinta on avainasemassa yrityksen selviytymisen kannalta. Tiloja voi saada valmiina tai niitä voidaan joutua kunnostamaan, jotta ne vastaisivat paremmin yrityksen imagoa. Yrityksen toimipiste kannattaa sijoittaa kaupunkiin tai taajamaan, jos sen asiakaskuntaan kuuluvat kuluttaja-asiakkaat. (Puustinen 2006, 66, 153.)

Hyvän saatavuuden vuoksi asiakkailta tulee olla hyvät liikenneyhteydet yrityksen toimipaikkaan. Sijainnin tulisi olla vilkasliikenteinen, alueen imagon tulisi sopia yrityksen imagoon ja alueen väestön ikä- ja ammattirakenteen tulisi tukea yrityksen toimintaa. Toimitilat kannattaa lisäksi valita paikasta, jossa ympäröivien yritysten toiminta tuo asiakkaita omaan yritykseen. (Puustinen 2006, 153–154.) Esimerkiksi kylpylän kanssa samoissa toimitiloissa sijaitseva kauneushoitola voi houkuttaa enemmän asiakkaita kuin kauneushoitola yksinään.

Pienen yrityksen on edullisinta vuokrata tilat. Aivan keskustassa hinnat ovat korkealla, mutta keskustan laitamilla hinnat putoavat huomattavasti. Vuokrasopimus tehdään kirjallisesti. Vuokra-aika saattaa olla pitkä esimerkiksi kolmesta viiteen vuotta, joten sopimus tulee tehdä huolellisesti. Määräaikaista sopimusta ei voi irtisanoa, joten ennen vuokraamista pitää varmistua siitä, että yrityksellä on tilaa kasvaa. Toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen kanssa tätä ongelmaa ei tule. Vuokran lisäksi kustannuksiin lisätään vuokravakuus. (Puustinen 2006, 156–158.)

Kauneushoitola perustettaisiin joko Kasitien Yrityskeskukseen tiloihin tai Laitilan Porttiin. Kasitien Yrityskeskukseen sijainti on melko keskeinen, ja siellä on vapaita liiketiloja saatavilla. Asiakkaiden on helppo tulla Kasitien Yrityskeskukseen, koska se sijaitsee ison tien varrella ja kaupungin keskellä. Paikallisille se on lähellä ja ulkopaikkakuntalaiset löytävät sinne helposti. Kasitien Yrityskeskuksessa on tarjolla 22–29 neliömetrin kokoisia tiloja, joista tällä hetkellä on vapaana yksi 29 neliömetrin tila. Tilojen arvonlisäveroton vuokrahinta on kahdeksan euroa neliöltä. (Toimitilat ja tontit yrityksille.)

Vapaana olevan 29 neliömetrin tilan vuokrahinnaksi muodostuisi 285,36 euroa kuukaudessa, jos arvonlisävero on 23 prosenttia. Vuokratuolin vastaava kuukausihinta vaihtelee 300–600 euroon (Tuleva yrittäjä 2012). Laitilan Portti sijaitsee aivan Laitilan keskustassa, joten hinnat saattavat olla hieman korkeammat. Tällä sijainnilla saattaa olla myös hankalampi löytää vapaata vuokratilaa. Sen vuoksi tässä opinnäytetyössä oletetaan, että liike perustettaisiin Kasitien Yrityskeskukseen.

5.4.4 Laitteet ja tarvikkeet

Kauneushoitolaan tarvitaan erilaisia kalusteita, koneita, laitteita ja instrumentteja. Tulevalta yrittäjältä löytyy valmiiksi jo suurin osa instrumenteista, kuten komedorauta, naamiosiveltimiä, meikkisiveltimiä, jalkahoitoihin viiloja, metallinen jalkaraspi, erilaisia kynsileikkureita, appelsiinitikku, kouruterän varsi ja tavallinen veitsen varsi. Kertakäyttötarvikkeista löytyy valmiina muun muassa essuja, hanskoja sekä allaspusseja jalkahoitoihin. Lisäksi tarvitaan pesu- ja desinfiointiaineita. (Tuleva yrittäjä 2012.) Vuokratuolitoimintaa varten olevat tarvikkeet ovat siis valmiina.

Omaa liikettä varten olisi tehtävä laite- ja kalustehankintoja. Kauneushoitolaan tarvitaan esimerkiksi hoitotuoli asiakkaalle ja satulatuoli kosmetologille. Hoitolaitteista tarvitaan kuumailmasterilaattori, jalkapora ja timanttihionta-laite. Pyyhkeiden ja lakanoiden pesuun tarvitaan pesukone. Kauneushoitolan sisustamiseen ja tavaroiden säilyttämistä varten pitää hankkia hyllykköjä, sohva, vastaanottotiski, pöytiä, matto, verhoja ja mahdollisia muita kalusteita. Hoitoja varten on hankittava pyyhkeitä ja mahdollisesti paarilakanoita. (Tuleva yrittäjä 2012.) Toimitilan siisteydestä huolehtimiseen tarvitaan lisäksi siivoustarvikkeita, kuten imuri, moppi ja muita pesuvälineitä. Yrityksen asioiden hoitamiseen tarvitaan esimerkiksi tietokone, tulostin, puhelin ja maksupäätelaite.

Liitteestä 4 löytyy hinnasto laitteista, kalusteista ja ostettavista palveluista. Hoitoihin käytettävät laitteet hankitaan mahdollisuuksien mukaan käytettynä. Muutoin laitteet ostetaan Suomen Hoitolatukku Oy:ltä. Tarvikkeet ja aineet hankitaan maahantuojilta. Ella Baché ja Camillen 60-tuotesarjoja maahantuo Rohdos-Ala ja Sothys -tuotesarjaa maahantuo Eurocosmetics. (Tuleva yrittäjä 2012.)

5.4.5 Luvat ja ilmoitukset

Yrityksen tulee tehdä perustamisilmoitus Patentti- ja rekisterihallitukseen tai TE-keskukseen, mikäli yritystoiminta on luvanvaraista. Samaan kaupparekisteri-ilmoitukseen voi merkitä liittymisen ennakkoperintärekisteriin, arvolisäverovelvolliseksi ja rekisteröityä työnantajaksi. (Meretniemi & Ylönen 2009, 130; Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. 2011.) Kaupparekisteriin ilmoitetaan yrityksen toimiala. Ilmoitusta tehdessä kannattaa valita kaikki toimialat, joilla yritys voi toimia, sillä yritys ei saa toimia ilmoittamiensa toimialojen ulkopuolella. Muutosten tekeminen on maksullista. Nimi on hyvä rekisteröidä, koska silloin yrittäjä saa yksinoikeuden yrityksen nimeen. Yrityksen omistamat kiinteistöt ja arvopaperit voi myös merkitä. (Puustinen 2006, 112.)

Rekisteröinnin yhteydessä yritys saa Y-tunnuksen ja kaupparekisteriotteen, joka on todistus yrityksen olemassaolosta. Toiminimen perustamiseksi riittää sen rekisteröinti ennen liiketoiminnan käynnistämistä. Rekisteröinti tulee maksaa viimeistään ilmoitusta jätettäessä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 130–131.) Toiminimen rekisteröinti maksaa 75 euroa (Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. 2011). Yrityksen voi rekis-

teröidä helposti Internetissä esimerkiksi Perustayritys.fi-sivustolla, jossa lomakkeen täyttäminen on ohjattua ja näin virheiden mahdollisuus on hyvin pieni. Samalla tuleva yrittäjä saa hoidettua vakuutus- ja pankkiasiat kuntoon. (Perusta yritys.)

Osa yrityksistä on velvollisia hakemaan luvan toiminnalleen. Kauneushoitolat ovat terveydensuojelulain 13 §:n nojalla velvollisia tekemään kirjallisen ilmoituksen terveystarkastajalle. Ilmoitus on tehtävä ennen toiminnan aloittamista, koska terveystarkastajan on tarkastettava ja hyväksyttävä toimitilat ennen niiden käyttöönottoa. (Ilmoitus parturin, kampaamon ja kauneushoitolan perustamisesta.) Opinnäytetyön kohdeyrityksen tulee tehdä ilmoitus Laitilan ympäristöterveydenhuoltoon.

5.4.6 Vakuutus- ja pankkiasiat

Yrittäjä tarvitsee pakollisia ja vapaaehtoisia vakuutuksia yritykselle, itselleen ja mahdollisille työntekijöille. Vapaavalintaiset vakuutukset valitaan liiketoiminnan vaatimusten perusteella. Pakolliset vakuutukset on hankittava, mutta vapaaehtoisia on harkittava tarkkaan. Yritykselle hankittavia vakuutuksia ovat vahinkovakuutus, vastuuvakuutus, tuotevastuuvakuutus, keskeytysvakuutus ja oikeusturvavakuutus. Yrittäjää varten on yrittäjän eläkevakuutus (YEL), henkivakuutus, työttömyysvakuutus, tapaturmavakuutus ja sairaskorvaus. Työntekijälle otettavia vakuutuksia ovat työeläkevakuutus (TyEL eli työntekijän eläkelaki), ryhmähenkivakuutus, tapaturmavakuutus, sairaskorvaus ja työttömyysvakuutus. (Meretniemi & Ylönen 2009, 88–89.) Kauneushoitolassa työskentelee ainoastaan yrittäjä, joten työntekijän vakuutuksia ei käsitellä syvemmin.

YEL-vakuutus on yksityisyrittäjälle ainut pakollinen, koska hänellä ei ole työntekijöitä. YEL-vakuutus maksaa vuonna 2012 alle 53-vuotiaille 22,5 prosenttia työtuloista ja yli 53-vuotiaille 23,85 prosenttia. Ensimmäistä yritystään perustava saa vakuutuksesta 25 prosentin alennuksen. (YEL-maksu.) YEL-vakuutus on verotuksessa kokonaan vähennyskelpoinen. Vapaaehtoisten vakuutusten hinta muodostuu pääasiassa yritystoiminnan riskin mukaan. Esimerkiksi tapaturmavakuutus kattaa tapaturmasuojan vuorokauden ympäri ja on toimistotyöntekijälle halvempi kuin rakennusmiehelle. (Meretniemi & Ylönen 2009, 92, 94; Puustinen 2006, 143.)

Yrittäjän sosiaaliturva on riippuvainen YEL-maksuista. YEL-maksun suuruuden voi päättää itse, koska yrittäjällä maksu tulee työtulon mukaan. Mitä suurempi maksu, sitä enemmän yrittäjä saa sairauspäivärahaa sairastuessaan. Yritystoiminnan alussa yrittäjä voi halutessaan maksaa vähemmän, mutta sen taso kannattaa nostaa, jotta siitä olisi turvaa tarvittaessa. Maksuilla on vaikutusta myös työttömyysturvaan, äitiys- ja isyyspäivärahaan ja eläketurvaan. (Puustinen 2006, 250, 252.)

Kauneushoitolan on huolehdittava pakollisesta YEL-vakuutuksesta, joka tulisi maksamaan 16,86 prosenttia työtuloista. Lisäksi kannattaisi hankkia yrittäjälle tapaturmavakuutus, oikeusturvavakuutus, toiminnan vastuuvakuutus, irtaimistovakuutus ja työttömyysturva. Yrittäjän tapaturmavakuutus kattaa työ- ja vapaa-ajalla sattuneet vahingot. Tapaturmavakuutus on hyvä olla olemassa, jotta yrittäjä pääsee tapaturman satuessa nopeasti hoitoon ja sen ansiosta nopeasti takaisin töihin. Oikeusturvavakuutus tulee ottaa jo ennen yrityksen perustamista, koska silloin vakuutus kattaa kaikki yrityksen nimissä tehdyt sopimukset, kuten liiketilan vuokrasopimuksen. Mahdollisten erimielisyyksien ilmaantuessa yrittäjän on helpompi hankkia lakimiesapua.

Asiakastyössä pitää ehdottomasti olla toiminnan vastuuvakuutus asiakkaiden reklamaatioiden varalta. Kiinteistön vuokranantaja todennäköisesti vaatii vuokrasopimuksen allekirjoittamisen yhteydessä todistusta irtaimistovakuutuksesta, joka kattaa liikehuoneiston kalustolle sattuneet vahingot, jotka ovat vuokranantajan omaisuutta. Samalla vakuutuksella yrittäjä saa vakuutettua omat irtaimistonsa. Vakuutusyhtiöiden käytännöt vaihtelevat, joten yrittäjän on syytä kilpailuttaa vakuutusyhtiöiden tarjoukset ja valita niistä itselleen sopivin.

Suomen Yrittäjien Työttömyyskassan (SYT) jäsenenä yrittäjä saa itselleen työttömyysturva. Kassan jäseneksi pääsee, kun yrittäjän YEL-työtulo on vähintään 8520 euroa vuodessa. Työttömyyspäivärahan saaminen edellyttää, että yrittäjä on ollut SYT:n jäsen 18 kuukautta ja samalla toiminut yrittäjänä. Päivärahan saamista voi nopeuttaa vaihtamalla jäsenyyden palkansaajalle tarkoitetusta työttömyyskassasta SYT-kassaan kuukauden sisällä yritystoiminnan aloittamisesta. Näin yrittäjä saa jäsenaikahyvitystä ja päivärahaoikeuden jo 12 kuukauden jälkeen. (Ajankohtaista yrittäjän työttömyysturvassa. 2012.) Tuleva yrittäjä voi oman harkintansa mukaan ottaa myös henkivakuutuksen ja sairasmakuutuksen.

Yrityksen tulee valita pankki, jonka kanssa hoitaa maksuliikenne. Yritys tarvitsee ainakin pankkitilin ja mahdollisesti lainaa. Yrittäjä tarvitsee myös maksupäätteen, joita tarjoavat useat eri yritykset. Pankkien palvelumaksuja kannattaa vertailla, mikäli maksuliikennettä on paljon, koska pankki perii tietyn veloituksen jokaisesta asiakkaan suorittamasta maksusta. Viitenumeraalla maksettu lasku on perinteisesti huomattavasti kalliimpi kuin maksupäätteellä suoritettu maksu. (Puustinen 2006, 144–145.)

Maksupäätteen hankintaa tulee harkita vakavasti, mikäli päivän aikana suoritetaan useita maksuja. Maksupäätteen voi vuokrata, ja vuokra on usein määräaikainen esimerkiksi kahden vuoden sopimus. Muutoin perinteinen lasku voi tulla kannattavamaksi. Yrittäjän pitää siis muistaa avata yritykselle pankkitili, hankkia maksupäätelaite esimerkiksi Pointilta tai Luottokunnalta ja laskupohjat saa ladattua ilmaiseksi Internetistä tai tehtyä itse. Laskuun voi liittää yrityksen logon, jolloin siitä tulee yhdenmukainen yrityksen ulkoasun kanssa.

6 Markkinointisuunnitelma

6.1 Markkinoinnin tavoitteet

Markkinointi koostuu toimenpiteistä, jotka kohdistetaan yrityksen nykyisille ja tuleville asiakkaille, jotta asiakkaat toisivat tulovirtaa ostamalla sen palveluita ja tuotteita. Markkinointiviestintää käytetään tuotteista ja palveluista tiedottamiseen, asiakkaiden vakuuttamiseen ja suostutteluun. Tärkein osa-alue on kohderyhmän valitseminen. (Meretniemi & Ylönen 2009, 114.) Yritys voi käyttää kilpailukeinonaan tuotteita, hintaa, saatavuutta ja mainontaa. Näillä tekijöillä voidaan kilpailla, koska näihin seikkoihin yritys voi päätöksillään vaikuttaa. Myös henkilöstöllä ja yrityksen toimintatavoilla voi vaikuttaa asiakkaan saamaan mielikuvaan yrityksestä. Näistä kuudesta tekijästä koostuu markkinointimix eli kilpailukeinojen yhdistelmä, joka koostetaan yrityksen kokonaisuunnitelman pohjalta. Yhdistelmän avulla saadaan valittua paras mahdollinen asiakasryhmä ja kannattava toiminta. (Kinkki & Isokangas 2003, 198–199.)

Yrityksen tulee kiinnittää huomiota markkinointiviestintään, kuten suoramainontaan, tiedottamiseen ja näkymismainontaan. Suoramainontaa ovat esitteet, myyntikirjeet,

hinnastot ja kuvastot. Tiedottamiseen kuuluu esimerkiksi lehti-ilmoitus ja Internet-sivut. Lisäksi yrityksen kannattaa tehdä nimestään ja logostaan tunnettu. Henkilökunnan tapa viestiä asiakkaille, palvelun miellyttävyyys ja asiakkaan positiivinen yllättäminen vaikuttavat asiakkaan saamaan kokemukseen. Asiakkaan luomaan mielikuvaan vaikuttaa myös palveluympäristö, kuten asiakaspalvelutilat ja niiden viihtyvyys, toimivuus ja siisteys. Palveluprosessin on lisäksi toimittava joustavasti. (Raatikainen 2011, 94–95.)

6.2 Asiakkaat

Asiakkaat tulee segmentoida eli ryhmitellä iän, arvojen ja ostokäyttäytymisen mukaan (Puustinen 2006, 63). Yrittäjän pitää tunnistaa asiakkaansa, jotta hän tietää keneltä yritys saa myyntituloja ja kenelle toimintaa pitää markkinoida. Kerran hankitut asiakkaat halutaan pitää yrityksen asiakkaina. Palveluprosessin tulee miellyttää asiakasta, ja jälkimarkkinointia voidaan hyödyntää asiakassuhteen ylläpitämiseen. Yrityksen on kerättävä markkinapalautetta eli tietoa kilpailijoista, asiakkaiden mielipiteistä, asenteista ja ostotottumuksista. Palaute auttaa vertailemaan omaa yritystä kilpailijoihin ja näin yritys pystyy täyttämään asiakkaansa tarpeet. (Kinkki & Isokangas 2003, 72.)

Asiakasanalyysillä pohditaan asiakkaiden ostomotiiveja ja etsitään yritykselle sopivat asiakasryhmät. Asiakkaat segmentoidaan sen mukaan, kenen tarpeet yritys uskoo täyttävänsä. (Pitkämäki 2000, 51.) Asiakkaiden ostopäätös voi riippua esimerkiksi rahasta tai laadusta ja tarkasta harkinnasta tai hetken mielijohteesta. Asiakkaiden tarpeet tulee listata ja huomioida myös ne tarpeet, joita ei vielä ole täytetty. (Puustinen 2006, 63.)

Tuotteet ja palvelut differoidaan eli erilaistetaan. Kullekin ryhmälle tarjotaan segmentin tarpeita täyttäviä tuotteita. Tämä auttaa yritystä myynnissä ja jakelussa sekä saamaan kilpailuetua. Asiakkaat voidaan segmentoida demografisten, taloudellisten, psykologisten ja sosiaalisten muuttujien pohjalta. Kuluttaja-asiakkaiden valintaan vaikuttaa siten esimerkiksi ikä, sukupuoli, ostovoima, ammatti ja koulutus. Muodostuneista asiakas-segmenteistä valitaan yrityksen kannalta parhaat, sillä eri segmentit eroavat toisistaan tuotto-odotuksen, kustannusten ja riskien perusteella. (Koski & Virtanen 2005, 51–52.)

Tuleva yrittäjä haluaisi keskittyä nuorten ja keski-ikäisten ihmisten hoitoihin tarjoten liikeidea-luvussa mainittuja palveluita ja tuotteita (Tuleva yrittäjä 2012). Sen vuoksi ehdotan, että tuleva yrittäjä segmentoisi palvelunsa seuraavasti. Kauneushoitolan pääpaino on 15–65-vuotiaiden naisten segmentissä. Jonkin verran palveluita on tarjolla myös vanhuksille ja miehille. Nuorille naisille tarjotaan pääasiassa kasvohoitoja, ripsien ja kulmien värjäystä, ripsien pidennystä ja karvanpoistoa sokeroimalla. Mikäli kauneushoitola päätyy tarjoamaan rakennekynsien tekoa ja meikkausta, niin rakennekynnet on suunnattu enimmäkseen alle 40-vuotiaille naisille. Meikkaus puolestaan on segmentoitu kaikille naisille, niin arkeen kuin juhlaan. Nuorten naisten ostovoima on tyypillisesti heikompi, minkä vuoksi hoitolalla on käytössä Ella Bachén tuotteet, jotka ovat hieman edullisemmat.

Nuoret naiset tulevat hoitoihin enemmän hoitamaan esimerkiksi kasvojen ihoa tai muuten ehostamaan ulkonäköään. Heikomman ostovoiman vuoksi nuoret naiset panostavat heille tärkeimpiin asioihin, kuten ihon hyvään kuntoon, kauniisiin kynsiin tai viimeistelyyn ulkonäköön. Esimerkiksi ripsien ja kulmien värjäys tai ripsien pidennys nopeuttavat laittautumista aamuisin. Kesäisin puolestaan on ihanaa, jos ei tarvitse käyttää meikkiä vaan herätessään on valmiiksi laittautuneen näköinen.

Yli 40-vuotiaille naisille on periaatteessa tarjolla samat palvelut kuin nuoremmillekin, mutta tämän ryhmän asiakkaat tulevat enemmän myös käsi- ja jalkahoitoihin. Käsihoito sisältää hieronnan ja kynsien laitton, jossa pehmenetään käsien iho ja siistitään kynnet. Heille on suunnattu erilaiset kasvohoidot kuin nuoremmille. Ihon ohentuessa iho tarvitsee enemmän kiinteytystä kuin syväpuhdistusta. Toimistotyössä olevat ja muuten selkää rasittavaa työtä tekevät tulevat myös enemmän hierontoihin. Kauneushoitolalla on käytössä Sothys-tuotesarja niille asiakkaille, joilla on parempi ostovoima. Vanhukset kaipaavat enimmäkseen jalkahoitoja, mutta voivat haluta tulla myös esimerkiksi hierontaan rentouttamaan selkää. Miehille on tarjolla lähinnä parranajoa, mutta hekin saattavat kaivata hierontaa ja ihonhoitoa. Vaikka kauneushoitola palvelee vanhuksia ja miehiä tarvittaessa, sen markkinointi on kohdennettu 15–65-vuotiaille naisille.

6.3 Hinnoittelu

Tuotteiden ja palveluiden hinnoittelun pohjana voi käyttää kolmea eri periaatetta. Yritys voi hyödyntää kustannusperusteista katetuottohinnoittelua, kilpailijaperusteista markkinahinnoittelua tai asiakkaan hyötyyn tai kokemaan arvoon perustuvaa hinnoittelua. Tuote- ja markkinastrategia vaikuttaa hinnoitteluperusteen valitsemiseen. Eri asiakassegmenteille suunnataan tiettyjä tuotteita, joten eri tuotteet voi hinnoitella myös sen mukaan, mitä kukin asiakasryhmä olisi palveluista valmis maksamaan. Hinnan on vähintään katettava kustannukset ja enimmillään hinta voi olla niin paljon, kuin asiakas on valmis maksamaan. Matala hinta tarkoittaa suuria volyymejä ja korkea hinta hyvää katetta. (Koski & Virtanen 2005, 64–65.)

Hinta voi olla korkea, alhainen, erilaistettu, räätälöity tai niin sanotusti reilu. Hinnat voivat olla korkeita silloin, kun tuote on laadukas. Asiakasryhmä on todennäköisesti kapea ja heillä on hyvä maksukyky. Tämä strategia vaatii tunnettuutta, kun kyseessä on tavallinen hyödyke. Strategia toimii myös jos tuote on laadukas ja sillä ei ole vertailukohtaa. Alhainen hinta voidaan asettaa, kun volyymi on suuri. Strategia saattaa viestiä asiakkaille huonosta laadusta. Markkinoille voidaan lähteä matalilla hinnoilla, mutta niitä voi olla vaikea myöhemmin nostaa sopivalle tasolle. Hinnat voidaan erilaistaa, jolloin sisäänvetotuotteet vaikuttavat edullisilta ja muilla tuotteilla tehdään varsinainen tulos. Räätälöity hinta sopii tilanteeseen, jossa asiakas esimerkiksi tietää kilpailijoiden hintatason, jolloin yritys laskee oman hintansa alle tämän. Innokkaalle asiakkaalle ei puolestaan anneta alennusta. Reilua hintaa hyödynnetään, kun asiakas tietää miten hinta muodostuu tai muuten tuntee yleisen hintatason. (Puustinen 2006, 167–170.)

Vuokratuolilla ollessaan yrittäjä voi joutua käyttämään vuokraemännän tai -isännän hintoja, mutta voi siinä tapauksessa esimerkiksi antaa alennusta kanta-asiakkaalle. Omassa liikkeessään yrittäjä käyttää erilaistettua hinnoittelua, jolloin sisäänvetotuotteina käytetään intialaista päähierontaa ja ripsien laittoa. Nämä palvelut on valittu sen vuoksi, että yrittäjälle ei koidu näistä juurikaan kustannuksia, mutta asiakas saa näistä palveluista lisäarvoa. Muut palvelut hinnoitellaan hieman yli markkinoiden, koska tarkoituksena on kilpailla laadulla. Korkea laatu saadaan pidettyä tarjoamalla vain muutamia palveluita, jotka yrittäjä hallitsee erinomaisesti.

6.4 Eri markkinointikanavia

Markkinointia on suoraa ja epäsuoraa. Suoralla markkinoinnilla voidaan esimerkiksi kasvattaa yhden palvelun tai tuotteen kysyntää. Epäsuoralla markkinoinnilla lisätään asiakkaiden tietoisuutta yrityksestä ja parannetaan yrityksen imagoa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 120.) Kauneushoitolalle sopivimpia markkinointikanavia ovat Internet, lehti-ilmoitukset, erilaiset painotuotteet ja liikkeessä olevat mainokset.

Kauneushoitolan kannattaa ehdottomasti perustaa omat Internet-sivut. Nykyään lähes kaikki käyttävät Internetiä tiedonhaussa ikäryhmästä riippumatta. Sivuille tulee laittaa ainakin esittely kosmetologin ammattitaidosta, palveluista ja tuotteista sekä hinnasto ja yhteystiedot. Kosmetologin hoitoihin pääsee ajanvarauksella, joten ajanvarauksen helpottamiseksi ja asiakkaan ostokynnyksen madaltamiseksi Internet-sivuille voisi laittaa ajanvarauskalenterin. Asiakas näkee kalenterista vapaana olevat ajat ja voi varata siitä itselleen sopivan. Ajanvarauksesta lähtee sähköpostiin tieto sekä asiakkaalle että kosmetologiyrittäjälle. Palvelun hinta on tyypillisesti noin 20 euroa kuukaudessa. Esimerkiksi Sonera tarjoaa yrityksille palvelun, johon kuuluu kotisivut ja ajanvarauskalenteri hintaan 19 euroa kuukaudessa (Kontakti. 2012).

Puhelinajanvarausta ei kannata kuitenkaan sulkea pois, sillä asiakas saattaa tarvita opastusta siinä, millainen hoito sopisi hänelle. Asiakkaan on lisäksi mahdoton arvioida hoidon aikaa ainakaan erikoispalveluissa. Asiakas voi haluta myös ostaa lahjakortin toiselle, jolloin osa asiakkaista haluaa mieluummin soittaa kuin tilata sen Internetistä. Ajanvarauskalenteria voisi hyödyntää palveluihin, jotka ovat toiminnaltaan ja ajallisesti asiakkaalle selkeät. Esimerkiksi kuumakivihieronta, ripsien ja kulmien värjäys sekä sokerointi ovat palveluita, joissa ei ole suurempia huomioon otettavia asiakaskohtaisia seikkoja. Monimutkaisempiin palveluihin, kuten kasvohoitoihin voisi varata ajan puhelimitse. Näin kosmetologi pääsee keskustelemaan asiakkaan kanssa hänen yksilöllisistä tarpeistaan. Ajanvarauskalenteriin tulisi laittaa ”muuta huomioitavaa” -laatikko palvelun varauksen yhteyteen. Asiakkaalla saattaa olla esimerkiksi väriaineallergia, josta kosmetologin täytyy olla tietoinen asiakkaan saapuessa.

Internet-sivuista tulee tehdä ammattimaiset ja tyylikkää, koska sivut antavat yrityksestä ensivaikutelman. Tiedoltaan suppeat ja ulkoasultaan alkeelliset sivut viestittävät huonoa laatua ja tiedonpuutetta myös varsinaisessa palvelussa. Internet-sivut on

suunnattu kaikille asiakkaille, mutta yritys saattaisi saavuttaa nuoret naiset myös sosiaalisen median avulla. Tähän esimerkiksi Facebook olisi sopiva ratkaisu. Facebook on nopeasti kasvanut sosiaalinen media, jolla oli helmikuussa 2012 noin 845 miljoonaa käyttäjää (10 kiinnostavaa faktaa Facebookin listautumisannista. 2012). Yritys voisi laittaa Facebookiin palvelukohtaisia tarjouksia ja erilaisia kampanjoita esimerkiksi joulun alla, keväällä valmistujaisten aikaan, äitien- ja isänpäivänä, naistenpäivänä ja ystävänpäivänä. Tietoa kauneushoitolasta levitetään muille Facebookin käyttäjille yrittäjän omien ystävien kautta.

Paikallis- ja aluelehtiin, kuten Laitilan Sanomiin ja Uudenkaupungin Sanomiin, voisi laittaa pienen lehti-ilmoituksen. Lehtiä lukevat enemmän aikuiset ja vanhukset kuin nuoret aikuiset. Ilmoitukseen voi laittaa esimerkiksi yrityksen nimen, logon ja yhteystiedot. Lehti-ilmoittelussa kannattaa varautua toistamaan ilmoitusta useampaan kertaan. Toistamisen vuoksi ilmoitteluun tulee hintaa, joten paikallislehti on edullisempi vaihtoehto kuin valtakunnallinen lehti. Paikallislehden etuna on myös se, että se saavuttaa valtakunnallista lehteä paremmin kauneushoitolan kohderyhmät.

Yrittäjä voi tehdä ja teettää erilaisia painotuotteita, kuten lentolehtisiä, suoramarkkinointikirjeitä, esitteitä ja käyntikortteja. Lentolehtiset ovat edullinen ratkaisu ja ne voidaan tulostaa yrityksen tulostimella. Niitä voi kiinnittää esimerkiksi muiden liikkeiden ilmoitustauluille ja lyhtypylväisiin. Suoramarkkinointikirjeillä saavutetaan helposti suuri joukko ihmisiä. Myös nämä on helppo tuottaa itse, mutta niiden sisältöön tulee kiinnittää erityistä huomiota. Suoramarkkinointikirjeiden ongelmana on se, että kirje saattaa mennä mainospostin mukana lehtienkeräykseen ennen kuin sitä on edes katsottu. Liikkeeseen pitää hankkia esitteitä. Odotushuoneessa asiakkaat voivat tutustua erilaisiin palveluihin ja tuotteisiin. Kosmetologi voi jakaa myös käyntikortteja. Niitä voidaan hyödyntää jo vuokratuolitoiminnan aikana. Esitteistä ja käyntikorteista saa näyttävämpiä, kun ne teetetään painossa.

Kauneushoitola itsessään toimii mainoksena. Liikkeen ikkunaan laitetaan teipit, joista näkyy nimi ja logo. Liikkeen sisustus ja koristelu viestittävät myös yrityksen imagoa. Odotustilaan tulee esimerkiksi sohvapöytä ja aikakausilehtiä. Tuotehyllyn avulla liikkeessä asioiville asiakkaille voi mainostaa myytäviä tuotteita. Toimintaa aloittaessaan kauneushoitolan yrittäjä tekee avajaistarjouksia, jotta asiakkaat kiinnostuisivat uudesta

hoitolasta. Yrittäjä voisi myös pitää tuote-esittelyiltoja ja esimerkiksi ihonhoidonopastustapahtumia eri kohderyhmille. Tapahtumia voitaisiin järjestää kauneushoitolassa tai kotiloissa. Kauneushoitola saattaisi kerätä kokonaan uusia asiakkaita ja osa saattaisi vaihtaa palveluntarjoajaa.

6.5 Palvelujen konkretisointi

Markkinointia voidaan käyttää myös palveluiden konkretisointiin, jolla voidaan pienentää asiakkaan riskintunnetta ostaa palvelu juuri omalta yritykseltä (Koskelainen 2008). Palveluita kuvaavat muun muassa Internet-sivut, esitteet, hinnasto, kuvat hoitotilanteesta sekä hoitojen ennen ja jälkeen kuvat. Internet sivuille voisi laittaa blogin, jossa kosmetologi kertoo uutuustuotteista ja uusista hoidoista. Epäselvimmistä hoidoista voisi laittaa jonkin kuvauksen siitä mitä se pitää sisällään. Esimerkiksi kasvohoitoja on erilaisia, joten asiakasta voi kiinnostaa mikä olisi hänelle sopivin vaihtoehto ja mikä sen lopullinen hinta tulisi olemaan.

Palveluita ja tuotteita kannattaa kuvata niiden teknisten ominaisuuksien lisäksi mielikuvilla (Koskelainen 2008). Jalkahoidosta voi kertoa esimerkiksi millä hoito tehdään ja mitä tuotteita siihen käytetään. Mielikuva kuitenkin ratkaisee, kun yrittäjä selostaa käyttävänsä aromaattisia tuoksuja ja että lopputuloksena asiakas saa silkkiset jalat. Tuote ja palvelukuvauksessa on hyvä korostaa asiakashyötyjä ja tietyistä palveluista voidaan tarjota takuu (Koskelainen 2008). Esimerkiksi rakennekynsille voisi antaa viikon takuun, jolloin kynnet korjataan ilmaiseksi, jos ne hajoavat.

Liiketilan ja kosmetologin ulkoasu vaikuttavat myös yrityksen imagoon. Kosmetologilla kannattaa olla työvaate, jolloin hän näyttää paljon ammattimaisemmalta kuin tavallisissa vaatteissa. Liiketilan pitää sisustuksellisesti vastata mielikuvaa, joka yrityksestä halutaan antaa. Tilat on myös pidettävä siistinä, mikä antaa huolitellun kuvan. Yrittäjän asiantuntemus ja koulutus lisäävät asiakkaan luottamusta palvelun onnistumiseen. Aikataulussa pysyminen ja puhelimeen vastaaminen lisäävät asiakkaan tyytyväisyyttä. (Parantainen 2007, 50 teoksessa Koskelainen 2008.)

7 Taloussuunnitelma

7.1 Liikeidean kannattavuus

Yrityksen pitää olla kannattava ja vakavarainen ja sillä tulee olla riittävä maksuvalmius. Kannattavuus tarkoittaa sitä, että yritys tuottaa voittoa, jolloin tulojen osuus on suurempi kuin menojen. Vakavaraisella yrityksellä on tarpeeksi omaa pääomaa suhteessa vieraaseen pääomaan, joten se pystyy maksamaan lainan lyhennykset ja korot. Vakavaraisuuden lasku voi aiheuttaa rahoitusriskin. Kun vakavaraisuus on hyvä, yrityksen kannattavuus voi olla hetkellisesti huono ja yritys kestää tappioita. Maksuvalmius kuvaa yrityksen kykyä selviytyä lyhytaikaisista menoista. (Meretniemi & Ylönen 2009, 70–71.)

Yrityksen kannattavuus voidaan ratkaista tekemällä erilaisia laskuja. Rahoitussuunnitelmassa lasketaan, olisiko yrityksen toiminta kannattavaa ja paljonko toiminnan käynnistäminen tulisi maksamaan. Rahoitussuunnitelmasta selviää myös, milloin yritys alkaa tuottaa voittoa. Tämän laskelman avulla yrittäjä voi hakea ulkopuolista rahoitusta. Alkuinvestointeihin menee eniten rahaa, mutta toiminnan vakiinnuttaminen ja tuotteiden ja palveluiden kehittäminenkin maksaa. Pienyrityksillä suurimmat erät koskevat vuokria, irtaimistoa ja tietotekniikkaa. Rahoitussuunnitelma lasketaan periaatteella tulot miinus menot. Laskelmassa tulee huomioida alkuinvestoinnit, kiinteät kustannukset, muuttuvat kustannukset, myyntiennuste ja rahoitustarvelaskelma. (Puustinen 2006, 67–68.)

Yritystoiminnan alussa on huomioitava alkuinvestoinnit ja käyttöpääoman tarve. Investoinnit koskevat tyypillisesti käyttöomaisuutta, kuten toimitiloja, koneita ja laitteita, erilaista irtaimistoa, sisustusta ja tarvittavia kassavaroja (Liite 2, mukaillen Raatikainen 2011, 140). Nämä ovat enimmäkseen kertaluontoisia eriä. Lisäksi kustannuksia aiheutuu muun muassa yrityksen perustamisesta, vakuutuksista ja markkinointimateriaalin tuottamisesta. Kiinteitä kustannuksia ovat ne, jotka eivät ole riippuvaisia myynnistä. Näitä kuluja ovat palkat, markkinointi, auto, puhelin, vakuutukset, sähkö, vesi, vuokrat sekä lainojen korot ja kuoletukset. Muuttuvat kustannukset muuttuvat tuotannon mukaan. Näitä ovat esimerkiksi raaka-aineet ja markkinointi. (Koski & Virtanen 2005, 68; Puustinen 2006, 68–69.)

Käyttöpääoman tarve tarkoittaa lyhytaikaista rahoitustarvetta (Liite 3, mukaillen Raatikainen 2011, 141). Jo ennen kuin yritys saa tuloja, rahaa tarvitaan esimerkiksi raaka-ainekustannuksiin ja palkkoihin. Näistä syntyy kustannuskertymiä, jotka yrityksen on rahoitettava omalla tai vieraalla pääomalla ennen kuin asiakkaalta saadaan maksu. Alkuvaiheessa olisi syytä varata käyttöpääomaa kahden tai kolmen kuukauden menoihin, koska kasvaessaan yritys tarvitsee enemmän käyttöpääomaa. Tällaisessa tilanteessa yritystoiminnan tulot harvemmin yksin riittävät kattamaan lisääntyneitä menoja. Investoinneista ja käyttöpääoman tarpeesta syntyy rahoitustarve (Liite 4, mukaillen Raatikainen 2011, 142), jonka pohjalta tehdään kassavirtalaskelma. (Koski & Virtanen 2005, 69, 71–72.)

Rahoitustarvelaskelmasta selviää pääoman määrä ja aika, joka tarvitaan ennen voitollisen tuloksen saamista. Tässä listataan pääoman käyttökohteet sekä yrityksen vaiheet, joissa tarvitaan lisää pääomaa. (Puustinen 2006, 68.) Kassavirtalaskelman merkitys on pitää huolta kassavarojen riittävydestä (Liite 6, mukaillen Meretniemi & Ylönen 2009, 38). Sillä voidaan arvioida kustannusten maksimimäärä, joka ei vaaranna yrityksen maksuvalmiutta. Kassavirtalaskelmalla voidaan siis selvittää yrityksen optimaalinen kasvunopeus ja myynnin kriittinen piste eli myytävien tuotteiden määrä, jolla kustannukset voidaan kattaa. Kassavirtalaskelman perusteella määritetään tuloslaskelma- ja tase-ennusteet (Liite 7, mukaillen Koski & Virtanen 2005, 81–82), koska tämä menetelmä perustuu suunnitelmiin, ja se huomioi sekä kustannukset että ajallisen viiveen ennen tulojen saamista. Tuloslaskelma- ja tase-ennuste kannattaa tehdä ainakin ensimmäiselle vuodelle. (Koski & Virtanen 2005, 68–69, 78–79, 82.)

Palveluista ja tuotteista on hyvä laskea myyntikatetarve eli myynti- ja ostohinnan välinen erotus, koska katteella maksetaan toiminnan kustannukset ja yrittäjän palkka (Liite 5, mukaillen Raatikainen 2011, 143). Yrityksen nollatuloksen avulla saadaan laskettua myyntikatetarve. Nollatulos tarkoittaa sitä, että yritys saa maksettua kulut, muttei saa voittoa. Myyntikatetarve voidaan laskea vaihtamalla tuloslaskelman järjestys päinvas- taiseksi. Minimitulostavoitteeseen lisätään poistot, jolloin saadaan rahoitustulostarve. Siihen lisätään lainan korot ja verot, josta saadaan käyttökatetarve. Tähän vielä lisätään toiminnan kiinteät kulut, vuokrat sekä kiinteät palkat, jolloin saadaan minimimyyntikatetarve. Kun minimimyyntikatetarpeesta vähennetään käyttökatetarve, saadaan myyntikatetarve. (Raatikainen 2011, 134.)

Tulevan yrittäjän voisi olla hyvä tietää myös tarvittava asiakasmäärä. Sen voi ratkaista jakamalla liikevaihdon palvelun keskimääräisellä hinnalla. Palvelun hinnan keskiarvoksi arvioidaan 35 euroa, joten kun 50 000 euroa jaetaan 35 eurolla, tulokseksi saadaan, että kauneushoitolaan tulisi saada 1429 asiakasta vuosittain. Tämän määrän voi jakaa työpäivillä, jolloin selviää päivittäinen asiakastarve. Tuleva yrittäjä työskentelee ideaalitulassa 11 kuukautta vuodessa. Jos oletetaan, että kuukaudessa on 21 työpäivää, niin vuosittainen asiakkaiden määrä jaetaan 231 päivällä. Siten selviää, että hoitolassa tulisi käydä päivittäin noin kuusi asiakasta.

7.2 Rahoitus

Yritystoiminnan käynnistäminen vaatii rahaa. Voi viedä kauankin, että yritys toimii pääosin tulorahoituksella. Harvoilla on riittävästi omaa pääomaa yritystoiminnan perustamiseen, joten rahaa voi pyytää Tekesiltä eli Teknologian kehittämiskeskukselta, Sitralta eli Suomen itsenäisyyden juhlarahastolta, Finnvera Oyj:ltä, TE-keskuksilta eli Työ- ja elinkeinokeskuksilta, työvoimatoimistoilta, pankeilta tai vakuutusyhtiöiltä. Rahoitusta haettaessa pitää esittää hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma ja todenmukaiset kannattavuuslaskelmat. Riittävä omarahoitusosuus auttaa rahoituksen saamisessa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 76, 86.) Kauneushoitolalle mahdollista ulkopuolista rahoitusta kannattaa hakea Finnveralta tai työvoimatoimistoilta. Finnvera Oyj on valtion erityisrahoitusyhtiö (Meretniemi & Ylönen 2009, 80). Sen myöntämistä lainoista naisyrittäjälainana ja pienlaina ovat sopivimmat. Työvoimatoimistoilta anottava starttirahaa on myös vartenotettava vaihtoehto.

Naisyrittäjälaina voidaan myöntää yritykselle, jolla on naisjohtaja ja jossa naiset ovat enemmistöosakkaina. Yrityksessä saa työskennellä korkeintaan viisi henkilöä. Toiminta on voitu jo aloittaa, mikä ei ole este lainan saamiselle. Lainaa voidaan myöntää 35 000 euroon saakka. Se voidaan antaa kerralla tai erissä. Naisyrittäjälainan nostaminen ei estä muun Finnveran rahoituksen tai starttirahan saamista. Laina on tarkoitettu liiketoiminnan kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin, yrityksen kehittämiseen sekä aloittamis- ja laajennushankkeisiin. (Naisyrittäjälaina.)

Finnveran pienlaina myönnetään naisyrittäjälainan tapaan yritykselle, jossa työskentelee enintään viisi henkilöä. Toiminta on voitu aloittaa ennen lainan anomista. Edellytyk-

senä on, että yrityksen perustaja työllistää itsensä liiketoiminnan avulla. Lainan suuruus ja käyttökohde ovat samat kuin naisyrittäjälainassa, eikä tämä lainamuoto sulje pois Finnveran muuta rahoitusta tai starttirahaa. (Pienlaina.)

Starttirahaa voivat hakea työttömät työnhakijat sekä palkkatyöläiset ja opiskelijat, jotka siirtyvät kokopäiväisesti yrittäjiksi. Starttirahalla halutaan tukea uuden yrityksen syntymistä. Starttiraha voidaan myöntää enintään 18 kuukauden ajan. Tuen myöntämisestä päättää työ- ja elinkeinotoimisto. Tuen on tarkoitus taata yrittäjän elanto sillä aikaa, kun yritystoimintaa perustetaan ja vakiinnutetaan. Työ- ja elinkeinotoimisto varmistaa, että yrittäjyys sopii starttirahan hakijalle. Se myös edellyttää, että hakijalla on yrittäjäkokemusta tai -koulutus ja että yrittäjä tarvitsee tukea toimeentuloaan varten. Yrityksellä tulee olla mahdollisuus kannattavaan liiketoimintaan, eikä sitä ole saanut aloittaa ennen tuen myöntämistä. Starttirahan perustuki on 25,74 euroa päivässä ja lisäosa on enintään 60 prosenttia perustuesta työ- ja elinkeinotoimiston päätöksen mukaan. (Starttiraha. Aloittavan yrittäjän tuki. 2012.)

Ennen toiminnan aloittamista kauneushoitolan kannattaa anoa naisyrittäjälainaa yrityksen nimellä ilman, että se on rekisteröity. Sen jälkeen anotaan starttirahaa, koska työvoimatoimisto voi haluta rahoitusyhtiön lausunnon ennen tuen myöntämistä. (Starttiraha. 2011.) Näin menetellen voidaan nopeuttaa prosessia. Kun päätös tuen myöntämisestä on saatu, kauneushoitola voidaan rekisteröidä kaupparekisteriin. Kauneushoitola tarvitsee 3595 euroa lainaa toiminnan käynnistämiseen. Mikäli päätös starttirahan myöntämisestä on myönteinen, voi olla, ettei kauneushoitolan tarvitse anoa muuta lainaa. Mahdollista lisärahoitusta kannattaa lähteä hakemaan ensisijaisesti Finnveran naisyrittäjälainasta, koska tämän lainan korko on tyypillisesti pienempi kuin pienlainan korko.

7.3 Verotus

Toiminimen verotuksessa on huomioitava tuloverotus, enakkoverot ja arvonlisäverot. Yritykselle on hankittava verotili, jonne merkitään maksettavat verot (Verotili. 2011). Toiminimeä verotetaan pääoma- ja ansiotulon mukaan. Verotettava tulos saadaan vähentämällä kulut tuotoista. Mahdolliset tappiot vähennetään tästä summasta, jolloin saadaan verotettava yritystulo. Pääomatulo-osuudeksi määritellään yleensä 20 prosen-

tin vuotuinen tuotto edellisen vuoden nettovarallisuudesta paitsi aloittavilla yrittäjillä saman vuoden nettovarallisuudesta. Yrittäjä voi halutessaan määrätä pääomatuloosuudeksi 10 prosenttia tai nolla prosenttia nettovarallisuudesta. Pääomatuloa verotetaan 30 prosentilla vuonna 2012. Ansiotulon osuus on yritystulon ja pääomatuloisuuden erotus. Ansiotuloja koskee progressiivinen verotus, jolloin yrityksen ansiotulot voidaan lisätä yrittäjän muihin mahdollisiin ansiotuloihin kuten palkkatuloihin. (Tuloverotus - liikkeen- tai ammatinharjoittaja. 2012.)

Yrityksen suorittamat ennakkoverot määräytyvät ennakkoperintärekisteri-ilmoituksen perusteella. Kauneushoitolan edun mukaista on kuulua ennakkoperintärekisteriin, koska silloin asiakkaan ei tarvitse maksaa ennakonpidätystä. (Ennakkoperintärekisteri. 2010.) Toiminimen tuloja verotetaan ennakonpidätyksellä. Ennakkoverot maksetaan tilikauden alussa sen mukaan, minkä veron Verohallinto on määrännyt. Ennakkoverot pyritään arvioimaan mahdollisimman hyvin vastaamaan veroa, joka maksettaisiin verotettavasta tuloksesta. Veron määräämiseen Verohallinto käyttää yleensä pohjana edellistä verovuotta. Aloittava yrittäjä puolestaan ilmoittaa Verohallinnolle arvioimansa tuloksen määrän, jonka perusteella ennakkovero maksetaan. Ennakkoverossa on huomioitu kaikki mahdolliset yrittäjän verovuoden tulot ja verovähennykset. (Ennakkoverot - liikkeen- tai ammatinharjoittaja. 2010.)

Liiketoimintaa harjoittavat henkilöt ovat arvonlisäverovelvollisia. Arvonlisävero eli kulutusvero sisällytetään tavaroiden ja palveluiden myyntihintaan. Asiakas maksaa veron yrittäjälle ostaessaan palvelun tai tuotteen, ja yrittäjä välittää veron valtiolle. Koska kuluttajat maksavat arvonlisäveron, yrittäjä saa vähentää sen verotuksessa. Edellytyksenä on, että tavara tai palvelu on ostettu toiselta arvonlisäverovelvolliselta. Yrittäjän on rekisteröidyttävä arvonlisäverovelvolliseksi, mikäli liikevaihto on tilikauden eli 12 kuukauden aikana yli 8 500 euroa. Arvonlisäveron yleinen verokanta on 23 prosenttia, joka koskee myös kauneushoitolan palveluita ja tuotteita. (Arvonlisäverotus. 2012.)

Liiketoiminnan menoista saa tehdä vähennyksiä verotuksessa. Vähennyksien tarkoitus on pienentää yrityksen verotettavaa tuloa. Verottajan ohjeen mukaan yrittäjä saa vähentää muun muassa tulonhankkimisesta johtuneet menot, markkinointikulut, liikkeen perustamismenot, puolet edustuskuluista, työmarkkinajärjestöjen jäsenmaksut ja liiketilän vuokran. Kauneushoitolan kohdalla vähennyksiä saa tehdä myös arvonlisäverosta,

YEL-maksuista, kaluston ja laitteiden poistoista sekä mahdollisista autokuluista (Puustinen 2006, 234, 236). Kirjanpidon tositteista tulee ilmetä selkeästi menojen tarkoitus, jotta vähennykset saa tehdä (Meretniemi & Ylönen 2009, 60–61).

7.4 Kirjanpito

Yritykset ovat lain mukaan velvollisia pitämään kirjanpitoa. Kirjanpitoa käytetään muun muassa taloudellisen tilanteen kartoittamiseen, kannattavuuden ja vakavaraisuuden tarkasteluun sekä yrityksen maksettavien verojen laskemiseen. Tilitoimistoilta voi pyytää tarjouksia, joista selviää palvelun sisältö, hinta ja miten hinta määräytyy. Kirjanpidon laskutusperusteena voidaan käyttää tositteiden ja vientien lukumäärää, työtunteja tai kuukausiveloitusta. Palveluun sisältyy yleensä kirjanpidon lisäksi kuukausittain saatava tuloslaskelma ja tase. Päiväkirja, pääkirja, veroilmoituksen tekeminen ja tilinpäätöstietojen toimittaminen verottajalle laskutetaan usein erikseen. (Meretniemi & Ylönen 2009, 140, 142–143.) Kirjanpito kannattaa ulkoistaa tilitoimistoille, koska se vapauttaa yrittäjän keskittymään toimintansa kannalta kriittisempiin asioihin. Tulevalla yrittäjällä ei myöskään tällä hetkellä ole tarvittavaa talousosaamista, minkä vuoksi ulkoistaminen vaikuttaa parhaalta vaihtoehdolta.

Kauneushoitola voisi ulkoistaa kirjanpitonsa esimerkiksi Laitilan Tilikiinteistö Oy:lle tai Raumalla sijaitsevalle Tilitoimisto Finansia Oy:lle tai Heikkilän Tilitoimisto Oy:lle (Löydä auktorisoitu tilitoimisto). Muita tilitoimistoja löytyy esimerkiksi Taloushallintoliiton Internet-sivuilta. Tilitoimistot on sikäli helppo kilpailuttaa, koska palvelun voi ostaa mistäpäin Suomea haluaa. Tilitoimistoon voi olla yhteydessä sähköpostin, postin ja puhelimen välityksellä, joten välimatkalla ei ole merkitystä. Tarjousten lisäksi kannattaa varmistua siitä, että yhteistyö kirjanpitäjän kanssa toimii (Meretniemi & Ylönen 2009, 142). Kirjanpitäjän pitää esimerkiksi olla joustavasti tavoitettavissa ja hänen kanssaan pitää olla helppo keskustella.

Pääkaupunkiseudulla kirjanpidon hinta vaihtelee noin 40 eurosta 150 euroon riippuen tositteiden kuukausittaisesta määrästä. Alle 50 tositteen kuukausiveloitus on noin 40–80 euroa ja alle 100 tositteen 60–150 euroa. (Tilitoimistojen hintavertailut. 2011.) Opinnäytetyössä ei oteta tarkemmin kantaa valittavaan tilitoimistoon, sillä toimeksian-

taja tekee varsinaisen valinnan perustaessaan yritystä. Vaikka yrittäjä ulkoistaisi kirjanpidon, hänen tulee ymmärtää kirjanpidon perusteet.

8 Riskit

Yritystoimintaan liittyy riskien ottaminen. Erilaiset riskityypit tulee tunnistaa, jotta niiltä voidaan välttyä. Riskejä voidaan luokitella vahinko-, liike-, rahoitus-, henkilö-, omaisuus-, keskeytys-, vastuu-, ympäristö-, kuljetus-, tieto- ja yhteiskunnallisiksi riskeiksi. Vahinkoriskit ovat vakuutettavia riskejä, joiden sattuessa tappio on aina vahingollinen. Tämän riskin tapauksessa voittoa ei saada, vaikkei riskiä tapahtuisikaan. Liikeriski koskee yrityksen toimintaa eli sitä, että yritys tuottaa riittävästi, sen toiminta hiipuu tai tuottoa ei saada ollenkaan. Riskin ytimessä on asiakkaiden puute. Liikeriskejä on teknisiä, sosiaalisia, taloudellisia ja poliittisia. (Kinkki & Isokangas 2003, 124, 126.) Liikeriskit voivat yleisesti koskea ongelmia tekniikan kanssa, kannattavuutta, toimitusten myöhästymistä, kilpailijoita, lakkoa, inflaatiota, kauppajajoituksia, poliittisia riskejä, asiakasluottoja ja takauksia (Raatikainen 2011, 102).

Rahoitusriski syntyy yrityksen pääomarakenteen perusteella. Mitä enemmän yrityksellä on omaa pääomaa, sitä pienempi riski. Vieraaseen pääomaan liittyy riski korkojen ja lyhennysten maksamisesta ajallaan. Henkilöriski voi olla tyypiltään vahinko- tai liikeriski. Avainasemassa olevia työntekijöitä voi olla lisäksi vaikea korvata. Tällainen henkilö voi sairastua, vammautua tai kuolla. Työntekijä voi mennä kilpailijalle töihin ja viedä osaamisen mukanaan. Yritys saattaa palkata väärän henkilön, joka aiheuttaa yritykselle haittaa. Henkilökunnan tietämättömyys ja osaamisen puute ovat myös henkilöriskejä. (Kinkki & Isokangas 2003, 124–125.)

Omaisuusriski liittyy yrityksen omaisuuden vaurioitumiseen, tuhoutumiseen tai katoamiseen. Vaaran voi aiheuttaa esimerkiksi tulipalo ja savuvaurio, vesivahinko, rikkoutuminen, tuuli, salamanisku, äkilliset lämpötilan vaihtelut ja homevauriot. Omaisuusriskiin voi liittyä myös rikollinen toiminta, kuten murto, varkaus ja ilkivalta. Keskeytysriski voi aiheutua omaisuusriskistä tai ongelmista asiakkaan tai alihankkijan liiketoimissa. Vastuuriski syntyy vahingonkorvausvelvollisuudesta. Yritys voi joutua vastuuseen toiminnastaan, tuotteistaan tai ympäristöstä. Maaperän, ilman ja veden saastuminen,

joka aiheutuu yrityksen toiminnasta, aiheuttaa ympäristöriskin. Vahinko on voinut olla äkillinen tai se on voinut syntyä pitkän ajan kuluessa. (Kinkki & Isokangas 2003, 125–126.)

Kuljetusriski perustuu informaatio- ja materiaalivirtojen saapumisena perille ehjänä, ajallaan, oikeaan paikkaan oikeamääräisenä ja -laatuisena. Kyseessä voi olla yrityksen lähettämät toimitukset tai yritykselle tulevat toimitukset. Informaatio virtoihin kohdistuvat luonnonilmiöiden, teknisten vikojen, tietovuotojen ja vahingontekojen esimerkiksi virusten aiheuttamat vahingot luovat tietoriskin. Yhteiskunnallisia riskejä aiheuttavat viranomaisten päätökset ja lainsäädännön muutokset. Esimerkiksi verotusta koskevat muutokset ja liittyminen EU:hun vaativat yritykseltä mukautumista uuteen tilanteeseen. (Kinkki & Isokangas 2003, 126.)

Riskien hallinta auttaa yrityksiä selviytymään erilaisista tilanteista. Riskit on tunnistettava, arvioitava ja toimet niiden hallitsemiseksi on suunniteltava. Riskin todennäköisyyttä voi arvioida oman kokemuksen pohjalta tai aiheesta voidaan hakea tilastoja. Lisäksi arvioidaan menetyksen laajuutta, jonka toteutunut riski aiheuttaa. Seuraavaksi on valittava keinot riskien hallitsemiseksi. Riskeiltä voidaan suojautua välttämällä, jolloin riskiä ei oteta. Esimerkiksi sellaiselle asiakkaalle ei myydä, jolla on maksuvaikeuksia. Riskiä voidaan pienentää esimerkiksi ottamalla varmuuskopiot tiedostoista ja riskiä voidaan jakaa eri osapuolten kesken. Yrityksellä kannattaa olla esimerkiksi toinen tavarantoimittaja varalla, jos toiselta loppuvat tuotteet kesken. Riski voidaan siirtää toiselle osapuolelle, yleensä vakuutusyhtiölle, mutta myös esimerkiksi alihankkija voi suorittaa riskialttiit tehtävät. Viimeisenä suojautumiskeinona on jättää riski yritykselle. Yritys voi vakuuttaa auton vain pakollisella liikennevakuutuksella, jolloin vakuutus kattaa ulkopuolisille aiheutuneet vahingot, mutta ajoneuvoon kohdistuva vastuu jää yritykselle. (Kinkki & Isokangas 2003, 126–127; Raatikainen 2011, 106–107.)

Kuvio 10 havainnollistaa riskit ja suojautumiskeinot, jotka kauneushoitolayrittäjän tulee ottaa huomioon. Taloudellinen liikeriski liittyy kilpailijoiden vahvaan asemaan, joka aiheuttaisi asiakkaiden puutteen. Tämän välttämiseksi kauneushoitola panostaa asiakassuhteiden luomiseen ja tarvittaessa lisää mainontaa. Toisaalta maailman taloudellinen tilanne voisi kääntyä äkisti rajuun laskuun, mikä saisi asiakkaat priorisoimaan asioiden tärkeyttä ja karsimaan kaikkia mahdollisia menoja. Ylimääräiset hemmottelut ovat sel-

laisessa tilanteessa ensimmäisiä, joista luovutaan. Siinä tapauksessa yrittäjän tulee olla valmis muuttamaan yritystoiminnan konseptia vastaamaan asiakkaiden tarpeita.

Sosiaalinen liikeriski liittyy yrittäjän virhearviointiin asiakkaiden tarpeista. Asiakkaat eivät välttämättä olisikaan valmiita maksamaan yrityksen tarjoamista palveluista, jolloin yrityksen olisi analysoitava asiakkaiden tarpeet ja muutettava konseptia. Tekninen liikeriski voisi aiheutua tarpeettomien palveluiden tarjoamisesta, jolloin kaikkien palveluiden laatu kärsisi. Tälle yritykselle laatu on avainasemassa, joten yrittäjän on oltava ajan tasalla ja tarjota vain kysytyimpiä palveluita.

Riskityyppi		Riski	Suojautumiskeinot
Liikeriskit	Taloudellinen	Kilpailijoiden vahva asema - asiakkaiden puute Talouden lasku, asiakkaat karsivat menoja	Asiakassuhteiden luominen, mainonnan lisäys Konseptin muuttaminen
	Sosiaalinen	Asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan ulkonäkönsä huolehtimisesta	Konseptin muuttaminen
	Tekninen	Liikaa palveluita ja laatu kärsii	Tarjotaan vain kysytyimpiä palveluita
Rahoitusriskit		Äkillisiä menoja, huono tulovirta	Lisälaina Menojen karsiminen
Omaisuuksriskit		Murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo	Irtaimisto- ja kiinteistövakuutus huolto ja sammutusvälineet
Keskeytysriskit		Tavarantoimitus viivästyy	Riittävästi tarvikkeita varastossa
Vastuuriskit		Hoitovirhe, korvausvastuu	Koulutuksen päivittäminen Huolellisuus
Tietoriskit		Asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä	Tietojen suojaus
Henkilöriskit		Yrittäjän sairastuminen tai loukkaantuminen	Tapaturma- ja sairaskorvaus Työttömyyskassan jäsenyys

Kuvio 10. Kauneushoitolan riskit.

Vaikka pääomarakenne olisi kunnossa, äkilliset menot ja huono tulovirta saattavat aiheuttaa rahoitusriskin (kuvio 10). Se on melko epätodennäköistä, koska yritystoimin-

nan aloituskustannukset ovat melko pienet. Jos näin kuitenkin kävisi, yritys voisi ensisijaisesti karsia kaikkia mahdollisia menoja ja tarvittaessa ottaa lisälainaa. Vahinkoriskien, kuten vesivahinkojen ja tulipalon, ja omaisuusriskien varalta hankitaan vakuutuksia. Kauneushoitola vakuuttaa irtaimiston ja vuokranantaja vakuuttaa kiinteistön. Vesivahingoilta voidaan välttyä säännöllisellä huollolla ja tulipalon varalta liikkeessä on sammutusvälineet.

Keskeytysriskin saattaisi aiheuttaa tavarantoimituksen viivästyminen. Pienessä liiketoiminnassa tarvikkeita on melko vähän, joten on melko epätodennäköistä, että tarvikkeista olisi pula. Häätätapauksessa yrittäjä voisi ostaa tarvitsemansa määrän tarvikkeita muualta, odottaessaan toimitusta. Tällaiselta riskiltä voidaan välttyä pitämällä riittävästi tavaraa varastossa. Hoitovirhe voi aiheuttaa vastuuriskin ja korvausvelvollisuuden. Hoitovirheiltä voidaan välttyä huolellisuudella ja päivittämällä koulutusta. Kosmetologi on henkilötietolain lain 32 §:n nojalla velvollinen suojaamaan henkilötiedot ja 33 §:n nojalla vaitiolovelvollinen (Henkilötietolaki 1999, 7 luku 32–33 §). Asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä synnyttää tietoriskin. Riskiltä voidaan suojautua hyvällä tietoturvajärjestelmällä.

Henkilöriski koskee yrittäjää itseään. Hänellä on omat vakuutuksensa tapaturmien ja sairastumisien varalta sekä jäsenyys työttömyyskassaan. Henkilöriski voi olla myös se, ettei yrittäjyys sosisikaan tulevalle yrittäjälle. Mikäli syynä on perheen ja yrittäjyyden yhteensovittaminen, ongelma on mahdollista ratkaista aikataulutuksella. Elleivät henkilökohtaiset ominaisuudet sovi yrittäjyyteen, niin yrittäjä voi joko opetella tarvittavia taitoja ja kouluttautua lisää. Viimeisenä vaihtoehtona yrittäjä voi myydä yrityksensä tai hakea konkurssia.

9 SWOT-analyysi

SWOT-analyysiä voidaan hyödyntää esimerkiksi liikeidean ja toimintaympäristön arvioinnissa. SWOT tarkoittaa vahvuuksia (strengths), heikkouksia (weaknesses), mahdollisuuksia (opportunities) ja uhkia (threats). Nelikenttä sisältää vahvuudet ja heikkoudet, jotka ovat yrityksen sisäisiä, nykyisyydessä tapahtuvia asioita. Mahdollisuudet ja uhat ovat ulkoisia, tulevaisuudessa tapahtuvia tekijöitä, koska niiden toteutumisesta ei ole

varmuutta. SWOT-analyysissä tulee huomioida sekä yrityksen että yrittäjän ominaisuudet. SWOT-analyysi on hyvä tapa päättää liiketoimintasuunnitelma, jos tiivistelmä on suunnitelman alussa. (Puustinen 2006, 69; Meretniemi & Ylönen 2009, 34.)

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Päivitetty koulutus • Sijainti keskustassa • Työn laatu • Markkinointi/ viestintä • Aukioloajat asiakkaiden tarpeiden mukaan • Asiakslähtöisyys 	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ei kokemusta kosmetologin työstä tai yrittäjyydestä • Epävarmuus • Talousosaaminen
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laitilassa "kaikki tuntee kaikki" - tuttuja asiakkaiksi • Erikoistuminen hierontapalveluihin laajemmin • Suurten ikäluokkien huomioiminen • Verkostoituminen kilpailijoiden kanssa 	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kilpailijoilla on kokemusta • Kilpailijoilla on samat asiakastuttavat • Kilpailijoiden liikkeet sijaitsevat lähellä ja niitä on useita • Ajankäytönhallinta

Kuvio 11. Kauneushoitolan SWOT-analyysi.

Kauneushoitolan vahvuuksiin (kuvio 11) kuuluu yrittäjän päivitetty koulutus. Laitilassa olevat kilpailijat ovat olleet alalla kauemmin, joten he ovat olleet korkeintaan yksittäisissä koulutustapahtumissa. Kauneushoitolalla on hyvä sijainti keskeisessä paikassa, jonne asiakkaiden on helppo tulla. Yritys pyrkii erottumaan laadulla pitäen kuitenkin hinnat kohtuullisina. Kilpailijat eivät keskitä voimavarojaan markkinointiin, vaan luottavat siihen, että hankitut asiakkaat tulevat liikkeeseen uudestaan ja uudestaan. Uuden kauneushoitolan etuna on erityisesti Internet-sivujen ja Facebookin hyödyntäminen. Yrittäjän henkilökohtainen viestintäosaaminen ja asiakslähtöisyys ovat hänen vahvuuksiaan. Tämä hoitola on lisäksi auki asiakkaiden tarpeen mukaan eikä ainoastaan tiettyyn aikaan päivästä.

Heikkouksiin kuuluu yrittäjän kokemattomuus yrittäjänä ja kosmetologina, mikä aiheuttaa uudessa yrittäjässä epävarmuutta. Tulevalta yrittäjältä puuttuu tarvittava talousosaaminen, joten on hänen etujensa mukaista ulkoistaa kirjanpito, mistä aiheutuu lisää kustannuksia. Uuden kauneushoitolan mahdollisuuksiin kuuluu pieni paikkakunta, jossa kaikki tuntee kaikki. Asiakkaiksi voisi saada aluksi yrittäjän tuttuja, joilta tieto yritystoiminnasta leviäisi muillekin. Yrittäjän vahvuuksiin kuuluu hierontaosaaminen, joten hänellä olisi erinomainen mahdollisuus painottaa kauneushoitolassaan hierontapalveluita ja näin erottua kilpailijoista. Yrittäjä voisi myös huomata maksukykyiset suuret ikäluokat, jotka parantavat yrityksen kannattavuutta. Kilpailijoista voi uhan sijaan tehdä kumppaneita verkostoitumalla heidän kanssaan.

Kilpailijat itsessään ovat uhka ja erityisesti heidän kokemuksensa alalta. Lisäksi kilpailijat sijaitsevat hyvin lähellä uutta kauneushoitolaa. Samalla, kun pieni paikkakunta on mahdollisuus, se on myös uhka. Kilpailijoilla on ainakin osittain samat tutut kuin uudella yrittäjällä, joten on asiakkaista kiinni kuinka uskollisesti he käyttävät niiden kauneushoitoloiden palveluita, joissa ovat käyneet aiemmin. Yrittäjän tulee huomata ajankäytön hallinta. Se voi olla joku uhka tai mahdollisuus. Mikäli asiakkaita on aamulla ja illalla, niin päivällä aika pitäisi hyödyntää jotenkin. Kyseessä on uhka, jos aika menee ”haaskuun”, mutta vapaa-aika keskipäivällä voi olla myös mahdollisuus esimerkiksi kehittää liiketoimintaa.

10 Loppupäätelmät

10.1 Yhteenveto

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli tärkeää tulevalle yrittäjälle, koska suunnitelmaa tarvittiin liikeidean toimivuuden arviointiin. Liiketoimintasuunnitelman avulla tuleva yrittäjä voi myös hakea rahoitusta ja tehdä päätöksiä, kun yritys perustetaan. Opinnäytetyössä arvioitiin tulevan yrittäjän sopivuutta yrittäjäksi, mikä antaa yrittäjälle varmuutta yrityksen perustamiseen ja tuo esille mahdolliset kehitystarpeet. Kauneushoitotalalla toimijan on oltava rauhallinen ja asiakaspalveluhaluinen, mitkä ovat tulevan yrittäjän vahvuuksia. Kosmetologin pitää hoitojen lisäksi hallita myynti, markkinointi ja viestintä.

Opinnäytetyössä käsiteltiin liiketoimintasuunnitelman kaikki kauneushoitolan kannalta merkitykselliset osa-alueet. Liiketoiminnalle kehitettiin toimintamallit, joiden mukaan yritys tulee toimimaan. Yritysmuodoksi ehdotetaan yksityisliikettä, koska tuotot ovat ainakin aluksi melko pieniä eikä suuria pääomia tarvita. Myöhemmin voidaan tarvittaessa harkita yhtiömuodon muuttamista osakeyhtiöksi. Yksityisliikkeen perustaminen edellyttää yrityksen rekisteröimistä kaupparekisteriin. Kauneushoitolat ovat lisäksi velvollisia tekemään kirjallisen ilmoituksen kunnan terveystoimikunnalle ennen toiminnan aloittamista.

Yritykselle pohdittiin vaihtoehtoisia nimeä, koska toimeksiantajan suosikki on jo käytössä. Toimitiloiksi mietittiin Kasitien Yrityskeskukseen tiloja, mutta yhtä hyvin yritys saatetaan perustaa Laitilan Porttiin. Tarvittavista laitteista hintavimmat hankitaan käytettyinä. Muut laitteet ostetaan Suomen Hoitolatukusta ja aineet suoraan niiden maahantuojilta Eurocosmeticsilta ja Rohdos-Alalta. Yrittäjälle ja yritykselle pitää hankkia lisäksi pakollisia ja vapaaehtoisia vakuutuksia sekä pankkitili ja maksupäätte. Tulevan yrittäjän tehtäväksi jää kilpailuttaa eri vakuutusyhtiöt ja valita yritykselle sopiva pankki. Pankki, vakuutus, ja veroasiat voi hoitaa yrityksen rekisteröinnin yhteydessä.

Tulevan yrityksen markkinointi huomioidaan hyvin, sillä alueen muilla toimijoilla markkinointi on vähäistä. Kauneushoitolalle perustetaan muun muassa Internet-sivut ja palveluita konkretisoidaan, jotta asiakkaiden kynnys ostaa palveluita olisi matalampi. Tuleva yrittäjä toimii vuokratuolilla jo ennen opinnäytetyössä suunnitellun yrityksen perustamista, joten hänellä on jo jonkin verran asiakaskuntaa, kun oma yritys perustetaan.

Yritykselle haetaan rahoitusta ensisijaisesti työvoimatoimistolta. Starttiraha-päätöksen jälkeen rahoitusta anotaan lisää Finnveran naisyrittäjälainasta, koska tällä tavalla yritys saa rahoitusta mahdollisimman edullisesti. Kirjanpidon voi hoitaa itse tai sen voi ulkoistaa tilitoimistolle. Opinnäytetyössä ehdotettiin, että kirjanpito ulkoistettaisiin, koska tulevalla yrittäjällä ei ole tarvittavaa talousosaamista ja ulkoistaminen vapauttaa yrittäjän tekemään muita liiketoiminnan vaatimia tehtäviä. Opinnäytetyön lopussa käsiteltiin kauneushoitolan riskejä, jotka ovat vältettävissä tehdyillä suunnitelmilla. Viimeisenä lukuna käsiteltiin SWOT-analyysi, jotta liikeidean kokonaisuus hahmottuisi.

10.2 Johtopäätökset

Opinnäytetyössä tutkittiin kauneudenhoitoalaa, Suomen talouden kehitystä ja hyvinvointipalveluiden kehitystä. Sen pohjalta pääteltiin, että vaikka kauneudenhoitoalan yrittäjä tekee työtä usein yksin, hän voi yhdistää voimavaransa esimerkiksi parturi-kampaajan kanssa. Ehdotan, että tuleva yrittäjä tekisi yhteistyötä muiden Laitilan alueen kauneudenhoitoalan yrittäjien kanssa parantaakseen erikoisosaamisen markkinointia. Esimerkiksi tuleva yrittäjä voisi suositella tiettyä parturi-kampaajaa ja vastaavasti parturi-kampaaja voisi suositella tulevan yrittäjän palveluita. Talousselvityksen mukaan, Suomen taloudella meni hyvin ennen vuoden 2009 taantumaa. Sen jälkeen talous on ollut hitaassa nousussa, joten muutaman vuoden päästä voisi olla turvallista perustaa yritys. Vahva talous takaa asiakkaiden maksukyvyyn, jolloin asiakkaat kuluttavat enemmän kuin säästävät. Palvelualojen kannattavuus näyttäisi lisäksi pysyvän muita aloja parempana niin nousu- kuin laskusuhdanteessa.

Hyvinvointipalveluiden katsauksesta selvisi, että kauneushoitoloiden määrä on kasvanut räjähdysmäisesti 2000-luvulla, mutta näiden palveluiden kysyntä on edelleen kasvussa. Valitettavasti tieto koskee lähinnä 2000-luvun ensimmäistä puoliskoa, koska kauneudenhoitoalasta ei ollut saatavilla tuoreempia tilastoja. Palveluiden kysynnän kasvuun vaikuttivat erityisesti maksukykyiset suuret ikäluokat, mutta myös yleisesti ihmisten kiinnostuksen lisääntyminen omaan hyvinvointiinsa. Laitilassa on lisäksi Suomen laajuudella mitattuna suhteellisen paljon eläkeläisiä. Sen vuoksi ehdotan, että tuleva yrittäjä ottaisi ikääntyvät ihmiset huomioon asiakassegmentoinnissaan. Tällä hetkellä eläkkeelle jäävien ihmisten määrä on suuri, heillä on kiinnostusta itsensä hoitamiseen ja taloudellinen tilanne myös sallii hoitopalveluiden hyödyntämisen. Siksi suuria ikäluokkia ei kannata sulkea pois, vaan heille tulisi segmentoida omat palvelunsa. Tulevan yrittäjän vahvuus on hieronta, jonka uskoisin tuottavan kysyntää iäkkäämmässä väestössä.

Hyvinvointipalveluiden ja kauneudenhoitoalan tarkastelusta selviää myös, että palveluiden käyttö on kausiluontoista. Viikonpäivillä ja vuorokaudenajoilla on myös merkitystä. Kauneushoitolan palveluiden kysyntä on alimmillaan tammi-helmikuussa ja heinäkuussa. Kysyntä on huipussaan touko- ja joulukuussa. Arkisin asiakkaita on eniten aamuisin ja iltaisin. Viikonlopputöitä kannattaa ehdottomasti tehdä, koska siihen aikaan viikosta ihmisillä on eniten vapaata.

Ongelma ei ole kysynnän huiput, vaan hiljaiset väliajat. Tulevan yrittäjän kannattaa käyttää aika edukseen ja mahdollisesti yrittää vähentää kausiluontoista vaihtelua tarjoamalla täydentäviä palveluita hiljaisina aikoina. Keskipäivällä, kun on rauhallista, yrittäjä voisi kehittää liiketoimintaansa tai omaa osaamistaan. Yrittäjä voisi esimerkiksi tehostaa ja parannella markkinointia, siivota ja somistella liiketilaa tai lisätä talousosaamistaan. Yrittäjä voisi toki hoitaa kirjanpidon myös hiljaisina aikoina, mikäli hän hankkisi ensin riittävän osaamisen.

Kauneushoitola perustetaan muutaman vuoden päästä. Sen vuoksi talous ja yleinen hintataso ehtivät vielä muuttumaan. Tästä johtuen nykyiset laskelmat ja markkina-analyysi tulee päivittää. Tätä liiketoimintasuunnitelmaa pystyy hyvin käyttämään pohjana, kun asia on ajankohtainen. Kauneushoitoloiden tila vaikuttaa melko vakaalta, joten suurimman muutoksen aiheuttanee uusien kilpailijoiden ilmaantuminen markkinoille. Laitilan taloudellisen tilan muutoksia, kuten työllisyyttä ja yritysten määrän muutoksia, ja väestön muutoksia, kuten ikärakennetta, kannattaa seurata.

Laskelmien tiedot ovat osittain tarkoista lähteistä, mutta jotkut hinnat ovat arvioita. Tämä vääristää laskelmien tuloksia jonkin verran. Lisäksi käytettävistä toimitiloista ei ole vielä varmuutta ja se tulee vaikuttamaan vuokraan. Laskelmien toteutuminen on kokonaisuutena mahdollista, sillä tuleva yrittäjä aloittaa toimintansa vuokratuolista. Sen vuoksi yrittäjällä on asiakkaita alusta asti, ja ensimmäinen toimintavuosi voi hyvin olla positiivinen. Liikevaihdon määrää pitää tosin kasvattaa seuraavina vuosina, koska muutoin tulot jäävät melko pieniksi. Internetissä on esimerkiksi Uusyrityskeskukseen ja Yritys-Suomen sivuilla saatavilla erilaisia ohjelmia, joiden avulla yrittäjä voi tehdä tulevaa yritystään koskevia laskelmia (Liiketoimintasuunnitelma ja yrityslaskelmat. 2011.; Sähköinen työkalu liiketoimintasuunnitelman laatimiseen). Näin toimeksiantaja voi muun muassa tarkistaa pääseekö eri laskentatavoilla samoihin tuloksiin.

Markkina-analyysi oli kokonaisuutena melko suppea tiedon haastavan saatavuuden vuoksi. Tutkimus tehtiin lähinnä Internet-haun avulla. Tietoa saatiin hieman myös toimeksiantajalta. Tuleva yrittäjä voisi hyötyä laajemman tutkimuksen tekemisestä sitten, kun yritystä lähdetään perustamaan. Tuleva yrittäjä voisi esimerkiksi kierrellä kilpailijoiden liikkeissä, kysellä tuttavilta kauneushoitoloiden palveluista tai antaa markkina-

analyysin kokonaan jonkin siihen erikoistuneen yrityksen hoidettavaksi. Toimintaympäristön eli Laitilan kaupungin taloudellista tilannetta tulisi myös selvittää kattavammin.

10.3 Opinnäytetyön arviointi ja oma oppiminen

Reliabiliteetilla mitataan tutkimuksen luotettavuutta. Tarkoitus olisi saada ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliaabeli tutkimustulos tarkoittaa, että tutkimus on muiden tutkijoiden toistettavissa niin, että muut pääsevät samoihin tutkimustuloksiin. (Tutkimuksen reliabiliteetti.) Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta. Se kertoo kuinka hyvin tutkimus on mitannut tutkittua tekijää. Tutkimus on validi, jos tutkimuksen tulokset vastaavat vallalla olevaa teoriaa. (Tutkimuksen validiteetti.) Tässä opinnäytetyössä ei tehty varsinaista tutkimusta, vaan selvitettiin keskeisiä kysymyksiä eri lähteiden avulla. Sen vuoksi reliabiliteetin arvioinnin kohteena on lähteiden luotettavuus. Validiteettia arvioidaan sen perusteella, voisiko toinen vastaavan liiketoimintasuunnitelman laatija päästä samoihin tuloksiin.

Liiketoimintasuunnitelmasta oli saatavilla runsaasti kirjallisuutta ja tietoutta. Kirjalähteet ovat luotettavia, koska teokset ovat alan ammattilaisten tekemiä. Tietoa on täydennetty Internet-sivuilta saatavalla tiedolla. Lähteiden luotettavuuteen on kiinnitetty huomiota, jonka vuoksi lähteinä on käytetty esimerkiksi verohallinnon ja eri järjestöjen, kuten Yritys-Suomen ja Uusyrityskeskusten Internet-sivuja. Esimerkiksi tieto rahoituksen järjestämisestä on haettu suoraan rahoittajien sivuilta, kuten Finnveran ja Työ- ja elinkeinoministeriön Internet-sivuilta. Samaa periaatetta on käytetty myös muun tiedon selvittämisessä. Opinnäytetyöhön on haettu mahdollisimman tuoretta tietoa, mutta joissain tapauksissa ajantasaista tietoa ei ollut saatavissa. Esimerkiksi kauneushoitoalan kannattavuuden ja Laitilan taloudellisen tilan selvittäminen oli haastavaa.

Mielestäni tulos on melko validi. Laitilaan perustetaan kesällä 2012 uusi kauneushoitoala, joten sen perusteella voisi olettaa, että toinenkin tutkija on päässyt samoihin tuloksiin. Toisin sanoen kauneushoitolan perustaminen Laitilaan on kannattavaa. Laskelmien osalta tulokset voivat vaihdella hieman sen perusteella, mitä laitteita perustettavaan kauneushoitolaan hankitaan ja mihin yritys perustetaan. Liikevaihto on myös arvio, jonka vuoksi tilikauden tulos voi olla laskelmien pohjalta eri. Lisäksi tämä liiketoiminta aloitetaan niin, että yrittäjällä on jo asiakaskuntaa. Sen vuoksi tulovirtaa on alusta asti,

kun tilanne voisi olla myös niin, ettei asiakkaita ole ensimmäisiin viikkoihin juuri yhtään. Ensimmäinen toimintavuosi olisi todennäköisesti tappiollinen, jos asiakaskuntaa alettaisiin kerätä vasta toimintaa aloitettaessa.

Opinnäytetyön tavoitteet toteutuivat, sillä lopputulokseksi saatiin toteutuskelpoinen liiketoimintasuunnitelma kauneushoitolalle, jossa liikeidea ja suunnitelman eri osat alueet ovat valmiiksi hiotut. Yhteistyön tekeminen tulevan yrittäjän kanssa oli haasteellista, koska välimatkasta johtuen yhteenkään henkilökohtaiseen tapaamiseen ei ollut mahdollisuutta. Kaikki asiointi on tapahtunut puhelimen, sähköpostin ja Facebookiin välityksellä, mikä puolestaan edellytti selkeää kysymysten asettelua. Kaikesta huolimatta tulevan yrittäjän kanssa käydyt haastattelut onnistuivat hyvin, ja niistä saatiin tärkeitä osia opinnäytetyöhön.

Liiketoimintasuunnitelman tekeminen selkiytti yrityksen perustamisprosessin ymmärtämistä ja erityisen havainnollistavaa oli prosessikaavion (Liite 1) piirtäminen. Prosessikaavio helpottaa myös tulevaa yrittäjää tiedostamaan missä järjestyksessä asiat kannattaa hoitaa. Tulevaa yrittäjää varten tehtiin kooste liiketoimintasuunnitelmasta (Liite 8) muistilistatyyppisesti. Sen on tarkoitus nopeuttaa liiketoimintasuunnitelman lukemista ja toimia ”ostoslistana”, kun yritystä perustetaan. Koostetta liiketoimintasuunnitelmasta tuleva yrittäjä voi käyttää myös rahoitusta hakiessa. Yrityksen perustamisen ajallista kestoa ei ole huomioitu, koska se on hyvin riippuvainen viranomaisten toiminnan nopeudesta ja tulevan yrittäjän omasta toiminnasta.

Liiketoimintasuunnitelmaa oli mielekästä tehdä, koska opinnäytetyön kohteena oli todellinen toimeksianto. Opinnäytetyö on antanut pohjan myös mahdollisen oman yrityksen perustamiseen. Mahdolliseksi yrityksen laajentamissuunnitelmaksi ehdotan ikäihmisille tarjottavia kotikäyntejä. Tässä vaiheessa tuleva yrittäjä haluaa yritykselle tilat kodin ulkopuolelta. Toiminnan voisi siirtää oman kodin yhteydessä olevaan liiketilaan, kun yrittäjä on saanut vakiintuneen asiakaskunnan. Silloin olisi mahdollista laajentaa palveluita asiakkaiden kotiin. Tulevalle yrittäjälle suosittelen yhteistyötä Laitilan kaupungin, paikallisten seurojen ja järjestöjen kanssa, kuten veteraanijärjestöjen kanssa. Yhteistyö kaupungin kanssa helpottaa yritystoimintaa. Seurojen ja järjestöjen kanssa tehdyllä yhteistyöllä yrittäjä voi laajentaa ja ylläpitää asiakaskuntaansa.

Lähteet

10 kiinnostavaa faktaa Facebookin listautumisannista. 2012. Plaza Otavamedia. Päivitetty 2.2.2012. [Http://plaza.fi/ajassa/talous/miljonaariksi-alle-kolmekymppisena/10-kiinnostavaa-faktaa-facebookin-listautumisannista](http://plaza.fi/ajassa/talous/miljonaariksi-alle-kolmekymppisena/10-kiinnostavaa-faktaa-facebookin-listautumisannista). Luettu 23.3.2012.

Ajankohtaista yrittäjän työttömyysturvassa. 2012. Suomen Yrittäjät. Päivitetty 1.3.2012. [Http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrittajaihmisena/yrittajan_tyottomyysturva/tyottomyysturva/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrittajaihmisena/yrittajan_tyottomyysturva/tyottomyysturva/). Luettu 26.3.2012.

Ammattilaishaastattelu: Kampaaja Pekka Taipale, 34 v. 2005. Työ- ja elinkeinoministeriö. Päivitetty 21.2.2005. [Http://www.mol.fi/avo/haastattelut/parturi-kampaaja.htm](http://www.mol.fi/avo/haastattelut/parturi-kampaaja.htm). Luettu 21.3.2012.

Ammattilaishaastattelu: Kosmetologi Hanne Romppanen, 39 v. 2005. Työ- ja elinkeinoministeriö. Päivitetty 18.2.2005. [Http://www.mol.fi/avo/haastattelut/kosmetologi.htm](http://www.mol.fi/avo/haastattelut/kosmetologi.htm). Luettu 16.2.2012.

Arvonlisäverotus. 2012. Verohallinto. Päivitetty 2.1.2012. [Http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Arvonlisaverotus](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Arvonlisaverotus). Luettu 15.3.2012.

Cartwright, Terry 2008. Personal Qualities Required To Be An Entrepreneur And Start Your Own Business. SubmitYourArticle.com. Päivitetty 28.1.2008. [Http://articles.submyyourarticle.com/Terry-Cartwright-2388/business-plan-25276.php](http://articles.submyyourarticle.com/Terry-Cartwright-2388/business-plan-25276.php). Luettu 26.3.2012.

Ennakkoperintärekisteri. 2010. Verohallinto. Päivitetty 22.10.2010. [Http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoperintarekisteri](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoperintarekisteri). Luettu 15.3.2012.

Ennakkoverot – liikkeen- tai ammatinharjoittaja. 2010. Verohallinto. Päivitetty 7.9.2010. [Http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoverot](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoverot). Luettu 15.3.2012.

Epson Stylus SX445W monitoimilaitte. 2012. Gigantti. [Http://www.gigantti.fi/product/tietokoneet/tulostus-ja-monitoimilaitteet/EPSSX445W/epson-stylus-sx445w-monitoimilaitte](http://www.gigantti.fi/product/tietokoneet/tulostus-ja-monitoimilaitteet/EPSSX445W/epson-stylus-sx445w-monitoimilaitte). Luettu 1.4.2012.

Hallituksen esitys eduskunnalle valtion talousarvioksi vuodelle 2012. 2011. Suomen hallitus. Päivitetty 5.10.2011. [Http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/01_budjetit/20111005Hallit/tae2012_he_liite_lopullinen.pdf](http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/01_budjetit/20111005Hallit/tae2012_he_liite_lopullinen.pdf). Luettu 27.3.2012.

Hemmottelu. Poukanville Laitilan Terveyskodin Hyvinvointikeskus. [Http://www.poukanville.fi/www/page.php?cat=1](http://www.poukanville.fi/www/page.php?cat=1). Luettu 17.3.2012.

Henkilötietolaki 22.4.1999/523.

Hinnasto. 2011. Arco Logo Design. [Http://www.arcologodesign.fi/hinnasto.html](http://www.arcologodesign.fi/hinnasto.html). Luettu 23.2.2012.

Hyvinvointikeskus Poukanville. Facebook. [Http://www.facebook.com/pages/Hyvinvointikeskus-Poukanville/401725224401](http://www.facebook.com/pages/Hyvinvointikeskus-Poukanville/401725224401). Luettu 17.3.2012.

Ilmoitushinnat. Uudenkaupungin Sanomat. [Http://www.uudenkaupunginsanomat.fi/ilmoitukset/mediakortti/ilmoitushinnat.html](http://www.uudenkaupunginsanomat.fi/ilmoitukset/mediakortti/ilmoitushinnat.html). Luettu 1.4.2012.

Ilmoitus parturin, kampaamon ja kauneushoitolan perustamisesta. Imatran seudun ympäristötoimi. [Http://194.251.35.222/Kiinteasivu.asp?KiinteasivuID=17985&NakymaID=583](http://194.251.35.222/Kiinteasivu.asp?KiinteasivuID=17985&NakymaID=583). Luettu 18.3.2012.

Internet-yhteydet. Elisa. [Http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!internet](http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!internet). Luettu 1.4.2012.

Kamensky, Mika 2008. Strateginen johtaminen. Menestyksen timantti. Talentum Media, Helsinki.

Kauneudenhoitoala. 2008. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Http://www.ammattinetti.fi/web/guest/alat;jsessionid=AB18CEA102EAA69F90704639702BA317?p_p_id=akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI&p_p_action=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=1&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_command=detailView&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_alaId=10&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_subAlaId=10.1](http://www.ammattinetti.fi/web/guest/alat;jsessionid=AB18CEA102EAA69F90704639702BA317?p_p_id=akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI&p_p_action=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=1&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_command=detailView&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_alaId=10&akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_subAlaId=10.1). Luettu 16.2.2012.

Kauneutta ja Hyvinvointia. Kauneushoitola Jaanika. [Http://www.lailanet.fi/jaanika/](http://www.lailanet.fi/jaanika/). Luettu 17.3.2012.

Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée 2009. How Strategy Shapes Structure. Harvard Business Review. [Http://hbr.org/2009/09/how-strategy-shapes-structure/ar/1](http://hbr.org/2009/09/how-strategy-shapes-structure/ar/1). Luettu 31.3.2012.

Kinkki, Seppo & Isokangas, Jouko 2003. Yrityksen perustoiminnot. WSOY, Helsinki.

Kontakti. Kaikki työkalut kaupankäyntiin verkossa. 2012. TeliaSonera Finland Oyj. [Http://www.sonera.fi/yrityksille/tuotteet+ja+palvelut/liiketoiminta+ja+tukipalvelut/liiketoiminta+verkossa/](http://www.sonera.fi/yrityksille/tuotteet+ja+palvelut/liiketoiminta+ja+tukipalvelut/liiketoiminta+verkossa/). Luettu 20.3.2012.

Koskelainen, Tiina 2008. Palvelutuotteen konkretisointi. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Päivitetty 3.4.2008. [Http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus%28tuotokuvaus%29/konkretisointi.php](http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus%28tuotokuvaus%29/konkretisointi.php). Luettu 16.3.2012.

Koski, Toivo & Virtanen, Markku 2005. Tulos. Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Otava, Helsinki.

Kosmetologi. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Http://www.mol.fi/avo/ammattit/95130.htm](http://www.mol.fi/avo/ammattit/95130.htm). Luettu 16.2.2012.

Käyntikortit. Logiprint. [Http://www.logiprint.fi/fi/kayntikortit.html](http://www.logiprint.fi/fi/kayntikortit.html). Luettu 1.4.2012.

Laine, Iina 2009a. Etusivu. Kynsihuone. [Http://www.iinalaine.fi/](http://www.iinalaine.fi/). Luettu 17.3.2012.

Laine, Iina 2009b. Palvelut. Kynsihuone. [Http://www.iinalaine.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29](http://www.iinalaine.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29). Luettu 17.3.2012.

Laine, Iina 2009c. Hinnasto. Kynsihuone. [Http://www.iinalaine.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=18](http://www.iinalaine.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=18). Luettu 17.3.2012.

Laitila. Tilastokeskus. [Http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/400.html](http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/400.html). Luettu 13.3.2012.

Liiketoimintasuunnitelma ja yritys-laskelmat. Kohti kannattavaa yritystoimintaa! 2011. Uusyrityskeskukset ry. Päivitetty 5.6.2011. [Https://liiketoimintasuunnitelma.com/](https://liiketoimintasuunnitelma.com/). Luettu 31.3.2012.

Liiketoimintasuunnitelma. Perusrunko aloittavalle yritykselle. 2001. Finnvera. [Http://www.google.fi/search?q=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:fi:official&client=firefox-a#hl=fi&sugexp=frgbl&gs_nf=1&pq=liiketoimintasuunnitelma%20finnvera&cp=33&gs_id=41&xhr=t&q=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&pf=p&client=firefox-a&rls=org.mozilla:fi%3Aofficial&sclient=psy-ab&oq=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&aq=&aqi=&aql=&gs_l=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&fp=e524f94a824d279b&biw=1138&bih=518&bs=1](http://www.google.fi/search?q=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:fi:official&client=firefox-a#hl=fi&sugexp=frgbl&gs_nf=1&pq=liiketoimintasuunnitelma%20finnvera&cp=33&gs_id=41&xhr=t&q=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&pf=p&client=firefox-a&rls=org.mozilla:fi%3Aofficial&sclient=psy-ab&oq=finnvera+liiketoimintasuunnitelma&aq=&aqi=&aql=&gs_l=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&fp=e524f94a824d279b&biw=1138&bih=518&bs=1). Luettu 31.3.2012.

Liittymät. Elisa. [Http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!/liittymat](http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!/liittymat). Luettu 1.4.2012.

Löydä auktorisoitu tilitoimisto. 2009. Suomen Taloushallintoliitto ry. [Http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/tilitoimistohaku/](http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/tilitoimistohaku/). Luettu 15.3.2012.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. 1.–2. painos. Otava, Helsinki.

Missio ja visio. Opetushallitus, etälukio. [Http://www2.edu.fi/yritytajyysvayla/?page=220](http://www2.edu.fi/yritytajyysvayla/?page=220). Luettu 16.4.2012.

Naisyrittäjälaina. Finnvera. [Http://www.finnvera.fi/Lainat/Naisyrittajaelaina](http://www.finnvera.fi/Lainat/Naisyrittajaelaina). Luettu 6.3.2012.

NeaNoora Oy. Facebook. [Http://www.facebook.com/pages/NeaNoora-Oy/251569418218211?sk=info](http://www.facebook.com/pages/NeaNoora-Oy/251569418218211?sk=info). Luettu 17.3.2012.

Nimihaku. Patentti- ja rekisterihallituksen Virre –portaali. [Https://virre.prh.fi/portal/dt?content.selectedChannel=tradeNameSearch](https://virre.prh.fi/portal/dt?content.selectedChannel=tradeNameSearch). Luettu 23.2.2012.

Niskanen, Aki & Virtanen, Ulla 2007. Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. Tilastokeskus. Päivitetty 28.3.2007. [Http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=0). Luettu 27.3.2012.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro, Helsinki.

Opinnäytetyön eri tyypit. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyöohje.

Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. 2007. Tilastokeskus. Päivitetty 28.3.2007.
[Http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=0). Luettu 27.3.2012.

Palveluhinnasto. 2012. Poukanville Laitilan Terveyskodin Hyvinvointikeskus.
[Http://www.poukanville.fi/www/att.php?id=230](http://www.poukanville.fi/www/att.php?id=230). Luettu 17.3.2012.

Parantainen, Jari 2007. Tuotteistaminen, rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Talentum, Helsinki. Julkaisuun viitattu teoksessa Koskelainen, Tiina 2008. Palvelutuotteen konkretisointi. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Päivitetty 3.4.2008.
[Http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus%28tuotekuvaus%29/konkretisointi.php](http://myy.haaga-helia.fi/~tiina.koskelainen/tuotteistaminen/tuotteistus%28tuotekuvaus%29/konkretisointi.php). Luettu 16.3.2012.

Parkkonen, Pia 2008. Estenomit työelämässä. Asiantuntijaosaaminen kauneudenhoitoalalla. Pro gradu -tutkielma. Kasvatustieteiden laitos. Tampereen yliopisto.
[Http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu02551.pdf](http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu02551.pdf). Luettu 21.4.2012.

Perusta yritys helposti, luotettavasti ja nopeasti netissä. Perustayritys.fi
[Https://www.perustayritys.fi/](https://www.perustayritys.fi/). Luettu 30.3.2012.

Pienlaina. Finnvera. [Http://www.finnvera.fi/Lainat/Pienlaina](http://www.finnvera.fi/Lainat/Pienlaina). Luettu 6.3.2012.

Pitkämäki, Ari 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2. painos. Talentum Media, Helsinki.

Puhelimet. Elisa. [Http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!/puhelimet](http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa/#!/puhelimet). Luettu 1.4.2012.

Puustinen, Terho 2006. Avain omaan yritykseen. 2. uudistettu laitos. Kirjakas, Nurmijärvi.

Raatikainen, Leena 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8. uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Sorjonen, Pasi 2011. Talouden notkahdus jää pieneksi. Nordea. Päivitetty 20.12.2011.
[Http://www.nordea.com/Palvelut/Kansainv%C3%A4liset+tuotteet+ja+palvelut/Markets/Talousn%C3%A4kym%C3%A4t/967822.html](http://www.nordea.com/Palvelut/Kansainv%C3%A4liset+tuotteet+ja+palvelut/Markets/Talousn%C3%A4kym%C3%A4t/967822.html). Luettu 27.3.2012.

Starttiraha. 2011. Uusyrityskeskukset ry. [Http://uusyrityskeskus.fi/starttiraha](http://uusyrityskeskus.fi/starttiraha). Luettu 1.4.2012.

Starttiraha. Aloitettavan yrittäjän tuki. 2012. Työ- ja elinkeinoministeriö. Päivitetty 19.3.2012. [Http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp](http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp). Luettu 22.3.2012.

Strategian käsitteestä. Opetushallitus, etälukio.
[Http://www2.edu.fi/yritysjyysvayla/?page=219](http://www2.edu.fi/yritysjyysvayla/?page=219). Luettu 24.2.2012.

Sähköinen työkalu liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Yritys-Suomi.
[Https://lts.yrityssuomi.fi/rest/index](https://lts.yrityssuomi.fi/rest/index). Luettu 31.3.2012.

Taittamaton esite. WhyPrint.

[Http://www.whyprint.fi/fi/paintotuotteet/esitteet/taittamaton/](http://www.whyprint.fi/fi/paintotuotteet/esitteet/taittamaton/). Luettu 1.4.2012.

Talouden näkymät vuosina 2011–2013. 2011. Euro & talous.

[Http://www.suomenpankki.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/talouden_nakymat/Documents/et_5TN_2011_taloudenNakymat.pdf](http://www.suomenpankki.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/talouden_nakymat/Documents/et_5TN_2011_taloudenNakymat.pdf). Luettu 27.3.2012.

Taloussanakirja: BKT. Sanoma News Oy/ Taloussanommat.

[Http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/?page_id=45&offset=0&A=BKT](http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/?page_id=45&offset=0&A=BKT). Luettu 27.3.2012.

Taloussanakirja: Kuluttajahintaindeksi. Sanoma News Oy/ Taloussanommat.

[Http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/?page_id=45&offset=0&A=Kuluttajahintaindeksi](http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/?page_id=45&offset=0&A=Kuluttajahintaindeksi). Luettu 27.3.2012.

Tehosta toimintaa. Panosta paikalliseen. Laitilan Sanomat.

[Http://www.laitilansanomat.fi/tiedostot/mediakortti/mediakortti.pdf](http://www.laitilansanomat.fi/tiedostot/mediakortti/mediakortti.pdf). Luettu 1.4.2012.

Tilastokeskus. Julkaisuun viitataan teoksessa Talouden näkymät vuosina 2011–2013.

2011. Euro & talous. [Http://www.suomenpankki.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/talouden_nakymat/Documents/et_5TN_2011_taloudenNakymat.pdf](http://www.suomenpankki.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/talouden_nakymat/Documents/et_5TN_2011_taloudenNakymat.pdf). Luettu 1.4.2012.

Tilitoimistojen hintavertailut. 2011. Päivitetty 11.11.2011.

[Http://tilitoimistojenhintavertailut.netai.net/index.html](http://tilitoimistojenhintavertailut.netai.net/index.html). Luettu 21.3.2012.

Toimitilat ja tontit yrityksille. Laitilan kaupunki. [Http://www.laitila.fi/index.php?id=99](http://www.laitila.fi/index.php?id=99).

Luettu 18.3.2012.

Tuleva yrittäjä 2012. Kosmetologiopiskelija. Haastattelu 8.3.2012.

Tulo- ja kustannuskehityksen selvitystoimikunta: Keskipalkkaisen työntekijän ostovoima

heikkeni viime vuonna mutta kohoaa tänä vuonna. 2012. Valtiovarainministeriö. Päivitetty 24.1.2012. [Http://www.vm.fi/vm/fi/03_tiedotteet_ja_puheet/01_tiedotteet/20120124Tuloja/name.jsp](http://www.vm.fi/vm/fi/03_tiedotteet_ja_puheet/01_tiedotteet/20120124Tuloja/name.jsp). Luettu 27.3.2012.

Tuloverotus - liikkeen- tai ammatinharjoittaja. 2012. Verohallinto. Päivitetty 3.1.2012.

[Http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattiharjoittaja/Tuloverotus](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattiharjoittaja/Tuloverotus). Luettu 15.3.2012.

Tuote 22409. Verkkokauppa.com. [Http://www.verkkokauppa.com/fi/product/22409/dfvhd/HP-Pro-3400-MT-Celeron-G530-2-GB-500-GB-Windows-7](http://www.verkkokauppa.com/fi/product/22409/dfvhd/HP-Pro-3400-MT-Celeron-G530-2-GB-500-GB-Windows-7).

Luettu 1.4.2012.

Tutkimuksen reliabiliteetti. Virtuaali Ammattikorkeakoulu.

[Http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html](http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html). Luettu 1.4.2012.

Tutkimuksen validiteetti. Virtuaali Ammattikorkeakoulu.

[Http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html](http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html). Luettu 1.4.2012.

Verotili. 2011. Verohallinto. Päivitetty 17.2.2011. [Http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_ yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ ja_ ammatinharjoittaja/Verotili](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_ yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ ja_ ammatinharjoittaja/Verotili). Luettu 21.4.2012.

Visiosta käytäntöön. 2007. JRocky Co. Päivitetty 26.9.2007. [Http://www.jrockyco.fi/testi/wordpress/?p=25](http://www.jrockyco.fi/testi/wordpress/?p=25). Luettu 24.2.2012.

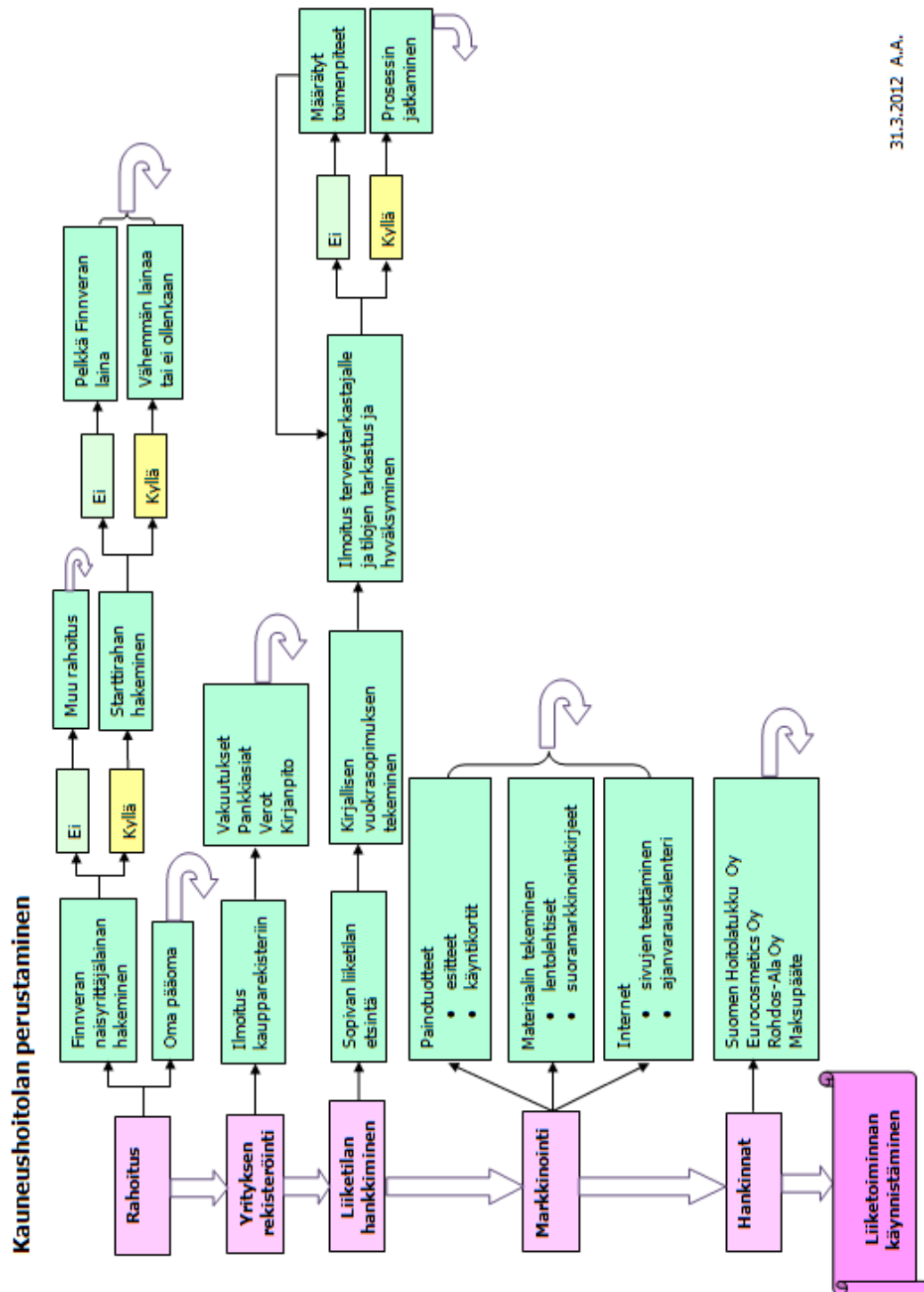
Vuokraa maksupäätte. 2010. Luottokunta. [Http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/maksupaatteet/erilliset_maksupaatteet](http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/maksupaatteet/erilliset_maksupaatteet). Luettu 1.4.2012.

Väestö. 2009. Tilastokeskus. Päivitetty 11.12.2009. [Http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#vaestoennuste](http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#vaestoennuste). Luettu 31.12.2012.

YEL-maksu. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. [Http://www.ilmarinen.fi/Production/fi/tietopankki/02_yrittajan_yel/04_yel_maksu/index.jsp](http://www.ilmarinen.fi/Production/fi/tietopankki/02_yrittajan_yel/04_yel_maksu/index.jsp). Luettu 12.3.2012.

Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. 2011. Patentti- ja rekisterihallitus. Päivitetty 18.10.2011. [Http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html](http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html). Luettu 18.3.2012.

Prosessikaavio kauneushoitolan perustamisesta



Investointilaskelma

Investointilaskelma		
	Hinta/ €	Tiedot
Liiketila		
Korjaus ja muutostyöt	400	
Koneet ja laitteet		
Tietokone ja oheislaitteet		
Tietokone ja näyttö	500	HP Pro 3400
Tulostin	119	Epson Stylus Monit.
Puhelin	70	Nokia C2-01
Hoitotuoli	1000	käytettynä
Satulatuoli	150	käytettynä
Timanttihionta ja ultraäänipuhdistus -laite	1000	käytettynä
Kuumailmasterilaattori	100	käytettynä
Jalkapora	150	käytettynä
Pesukone	150	käytettynä
Imuri	70	käytettynä
Irtaimisto ja sisustus		
Vastaanottotiski	350	käytettynä
Sohva	250	käytettynä
Hyllykköjä	200	
Apupöytä	100	
Sisustus (matot, verhot)	90	
Siivoustarvikkeita	50	
Pyyhkeitä	50	
Paarilakanoita	40	
Muita tarvikkeita	150	
Yhteensä		
Kustannusylitysvaraus 5-10 %	550	
Investoinnit yhteensä	5538	

Käyttöpääoman tarve

Käyttöpääoman tarve 2 kk		
	Hinta/ €	Tiedot
Yrityksen perustamiskustannukset		
Toiminimen rekisteröinti	75	
Markkinointi		
Internet-sivut + ajanvarauskalenteri	38	
Lehti-ilmoitukset	197	
Esitteet	88	100 kpl
Käyntikortit	29	500 kpl, sis. toimituksen
Ikkunateippaukset	200	teipit + asennus
Vuokrat		
Liiketilän vuokra 2 kuukaudelta	571	
Vuokravakuus	571	2kk
Palkat		
Yksityisöt	2000	
Yleiset kustannukset 2 kuukaudelta		
Puhelin- ja Internetliittymä		
Internet	74	24 kk, 24 Mbit/s
Puhelin	74	24 kk, 2500 min, 300 kpl
Maksupäätelaite	66	36 kk, 930 ADSL
Sähkö	90	
Vakuutukset	83	
YEL-vakuutus	333	yksityisöt 12000/v.
SYT-kassa	19	yksityisöt 12000/v.
Kirjanpito	50	
Yhteensä		
Kustannusylitysvaraus 5-10 %	500	
Käyttöpääoman tarve yhteensä	5057	

Rahoitustarvelaskelma ja hinnasto kustannuksista

Rahoitustarvelaskelma			
	euroa		euroa
Investoinnit	4988	Omat säästöt	2000
Käyttöpääoma	4557	Avustukset	5000
Kustannusylitysvaraus	1050	Lainat rahoitusyhtiöiltä	3595
Rahoitustarve yhteensä	10595	Pääoma yhteensä	10595

Hinnasto kustannuksista			
	Hinta/ €	Tarjoaja	Lähde
	alv 23 %		
Toiminimen rekisteröinti	75,00	PRH	Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. 2011.
Internet-sivut + ajanvarauskalenteri	19,00	Sonera	Kontakti. 2012.
Laitilan Sanomat	42,07	1,14 pmm + alv	Tehosta toimintaa.
Uudenkaupungin Sanomat	56,46	1,53 pmm + alv	Ilmoitushinnat.
Esitteet	80,45	WhyPrint	Taittamaton esite.
Käyntikortit	28,85	LogiPrint	Käyntikortit.
Liiketilän vuokra	285,36	Kasitien Yrityskeskus	Toimitilat ja tontit yrityksille.
Internet	36,78	Elisa	Internet-yhteydet.
Puhelinliittymä	36,78	Elisa	Liittymät.
Maksupääteleite	33,10	Luottokunta	Vuokraa maksupääte. 2010.
Tietokone ja näyttö	499,90	Verkkokauppa	Tuote 22409.
Tulostin	119,00	Gigantti	Epson Stylus SX445W monitoimilaite. 2012.
Puhelin	69,50	Elisa	Puhelimet.

Myyntikatetarve

Myyntikatetarve/ 1. vuosi	
	euroa
Minimitulostavoite	20000
Lainojen lyhennykset	719
Rahoitustulostarve	20719
Lainojen korot	83
Käyttökattotarve	20802
Vuokrat	3424
Yksityisotot	12000
Sivukulut (YEL)	1996
Muut kiinteät kulut	
Markkinointi	514
Vakuutukset	500
Puhelin	441
Sähkö	540
Internet	441
Internet-sivut	228
Maksupäätelaite	397
SYT-kassa	115
Kirjanpito	600
Muut kiinteät kulut yhteensä	3176
Myyntikatetarve yhteensä	20597
Minimimyyntikatetarve	41399

Naisyrittäjälaina 3595 €, 5 v. tasalyhennys

Lainan korko EB6 + 1,25 %

Kassavirtalaskelma

Kassavirtalaskelma	1. toimintavuosi
Kassaanmaksut	
Alkukassa	0
Oma pääoma	2000
Lainat	3595
Muu rahoitus	5000
Myynti	50000
Yhteensä	60595
Kassastamaksut	
Vuokra	3424
Ostot	2000
Koneet ja kalusteet	4588
Yksityisotot	12000
YEL	1996
SYT	115
Sähkö	540
Lainanlyhennykset	719
Korot	83
Korjaus ja muutostyöt	400
Markkinointi	742
Puhelin, Internet, maksupäät	1280
Vakuutus	500
Verot	4971
Yhteensä	33359
Loppukassa	27236

Koneet ja kalusteet	
Koneet ja laitteet	2000
Pienhankinnat	2588
Yhteensä	4588

Tulos- ja tase-ennusteet

Tulosennuste	euroa
Liikevaihto	50000
Ostot	2000
Markkinointi	742
Henkilöstökulut	14111
Vakuutukset	500
Vuokrat	3424
Poistot ja arvonalentumiset (75 %)	1500
Pienhankinnat	2588
Liiketoiminnan muut kulut	2220
= Liiketulos	22915
Rahoituskulut (korot)	83
= Voitto/ tappio ennen veroja	22831
Verot	4971
Tilikauden tulos	17860

Ansiotulo		22831,11	
Valtio			
	16100 eurosta	Alaraja	8
	6731,11	6,50 %	437,52
			445,52
Kunnallisvero		18 %	4109,60
Kirkollisvero		1,00 %	228,31
Sairasvakuutuksen maksut		0,82 %	187,22
Ansiotulojen verot ja maksut yhteensä			4970,65
Pääomatulovero			0
Maksettavaa yhteensä			4970,65

Tase-ennuste			
Vastaavaa		Vastattavaa	
Pysyvät vastaavat		Oma pääoma	
Koneet ja kalusteet (25 %)	500	Omat sijoitukset	2000
		Avustukset	5000
		Tilikauden tulos	17860
Vaihtuvat vastaavat		Vieras pääoma	
Loppukassa	27236	Pitkäaikainen	2876
Vastaavaa yhteensä	27736	Vastattavaa yhteensä	27736

Liiketoimintasuunnitelman kooste

1 Liikeidea

Kosmetologi, tuleva yrittäjä, perustaa Kauneushoitola Isabellan Laitilan kaupunkiin. Yritys palvelee pääasiassa nuoria ja keski-ikäisiä naisia omassa liiketilassa.

2 Visio, toiminta-ajatus ja arvot

- Kauneushoitolan visio on vuokratuolitoiminnan aikana tulla tunnetuksi Laitilan alueella. Kauneushoitola Isabella tarjoaa laadukasta hoitoa.
- Kauneushoitolan toiminta-ajatuksena on saada asiakas kokemaan rentouttava ja nautinnollinen, kokonaisvaltainen hyvinvointi.
- Kauneushoitolan arvoihin kuuluvat
 - asiakaslähtöisyys
 - asiakkaan arvostaminen
 - asiantuntijuus
 - luotettavuus
 - ympäristön viihtyvyys
 - laadukas hoito.

3 Strategia

- Asiakaskuntaa ja kokemusta hankitaan aluksi vuokratuolilla.
- Kilpailijoista on tarkoitus erottua laadulla.
- Yrittäjä käy säännöllisesti koulutuksissa.
- Yhteistyötä tehdään muiden kauneudenhoitoalan yrittäjien kanssa, kuten parturi-kampaajien kanssa.
- Aukioloajat määräytyvät asiakaslähtöisesti.
- Markkinointiin keskitytään.
- Internet-sivut ja Facebook-tili perustetaan.

4 Palvelut ja tuotteet

- Kasvo-, käsi- ja jalkahoidot
- Vartalohoidot, kuten kuumakivihieronta
- Hieronta
- Ripsien ja kulmien värjäys
- Ripsien pidennys
- Karvanpoisto sokeroimalla
- Myytävät tuotesarjat: Sothys ja Ella Baché
- Asiakasiltojen järjestäminen

5 Kilpailijat

Kuviossa on esitetty Laitilan alueen kilpailijat.

Yritys	Tietojen lähde	Yritys työllistää	Palvelut	Aukiolo-aika
Hyvinvointikeskus Poukanville	Internet-sivut Facebook	Yli 5	Hyvinvointi mm. kosmetologiset työt	Arkisin 8-16 La 8-15
Kauneushoitola Jaanika	Internet-sivut	1	Kosmetologiset työt	Ajanvarauksella
NeaNoora Oy Kosmetologinen hoitola ja myymälä	Facebook	1	Kosmetologiset työt	Arkisin 11-17 La 9-13
Launonen Leena Irene Tmi	Internet-sivut	1	Kosmetologiset työt	Ajanvarauksella
Kynsihuone	Internet-sivut	1	Kynnet ja meikit	Ajanvarauksella
Kaisa Holopainen Tmi	Fonecta Finder	1	Kosmetologiset työt	-
Unelmien Täyttymys Marjo Nurmi	Kauppalehti	1	mm. tuotemyynti	-
Kosmetologi Jaana Suomala	Kauppalehti	1	Kosmetologiset työt	-
Kauneushuone Hanna-Mari	Taloussanomien	1	Kosmetologiset työt	-
Kosmetologinen Hoitola Laitilan Kauneuspilkku	Kauppalehti	1	Kosmetologiset työt	-
Kosmetologinen Hoitola AlexSandra	Fonecta	1	Kosmetologiset työt	-
Kauneushoitola Tuula	Eniro	1	Kosmetologiset työt	Arkisin 9-17
Parturi-kampaamo Kauneushoitola Ilme	Fonecta	?	Kosmetologiset työt Kampaamotoiminta	- -
Uusi kilpailija kesällä 2012	Tuleva yrittäjä	1	Kynnet ja meikit	-

6 Käytännön ratkaisut

- Perustetaan toiminimi: Kauneushoitola Isabella
- Liiketilan hankinta
 - Kasitien Yrityskeskus, vapaana 29 m² tila, vuokra 8 €/m²
 - Laitilan Portti, ei vapaata liiketilaa
- Muut hankinnat: laitteet, tarvikkeet, kalusteet yms., katso erillinen liite
- Yrityksen rekisteröinti: ilmoitus kaupparekisteriin
- Veroasiat: ennakonpidätysrekisteri, rekisteröityminen arvolisäverovelvolliseksi
- Ilmoitukset Laitilan kaupungin ympäristöterveydenhuoltoon, josta terveystarkastaja tulee tekemään tarkastuksen ennen toiminnan aloittamista
- Vakuutukset: tapaturmavakuutus, oikeusturvavakuutus, toiminnan vastuuvakuutus ja irtaimistovakuutus sekä liittyminen Suomen Yrittäjäin Työttömyyskas-
san jäseneksi
- Pankkiasiat: pankkitili ja maksupäätte

7 Markkinointisuunnitelma

7.1 Asiakkaat

- Nuoret naiset
- Keski-ikäiset naiset
- Miehet
- Ikäihmiset

7.2 Hinnoittelu

- Erilaistettua hinnoittelua, jolloin sisäänvetotuotteina käytetään esimerkiksi intialaista päähierontaa ja ripsien laittoa
- Muut palvelut hinnoitellaan laadun vuoksi hieman yli markkinoiden

7.3 Markkinointikanavat

- Internet, puhelin ja ajanvarauskalenteri
- Facebook
- Paikallis- ja aluelehdet
- Painotuotteet: suoramarkkinointikirje, lentolehtinen, esite, käyntikortti
- Ikkunateipit
- Tuote-esittelyillat

7.4 Palvelujen konkretisointi

- Palveluiden havainnollistaminen ja niiden kuvaaminen mielikuvilla

8 Taloussuunnitelma

8.1 Liikeidean kannattavuus

- Kannattavuuslaskelmat liitteissä

8.2 Rahoitus

- Starttiraha: perustuki 25,74 euroa/päivä enintään 18 kuukautta
- Finnveran naisyrittäjälaina
- Oma pääoma

8.3 Verotus

- Ennakonpidätys
- Tulovero
- Alv

8.4 Kirjanpito

- Ulkoistetaan tilitoimistolle

9 Riskit

Liiketoiminnan riskit on kuvattu kuviossa.

Riskityyppi		Riski	Suojautumiskeinot
Liikeriskit	Taloudellinen	Kilpailijoiden vahva asema - asiakkaiden puute Talouden lasku, asiakkaat karsivat menoja	Asiakassuhteiden luominen, mainonnan lisäys Konseptin muuttaminen
	Sosiaalinen	Asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan ulkonäkönsä huolehtimisesta	Konseptin muuttaminen
	Tekninen	Liikaa palveluita ja laatu kärsii	Tarjotaan vain kysytyimpiä palveluita
Rahoitusriskit		Äkillisiä menoja, huono tulovirta	Lisälaina Menojen karsiminen
Omaisuusriskit		Murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo	Irtaimisto- ja kiinteistövuokaus huolto ja sammutusvälineet
Keskeytysriskit		Tavarantoimitus viivästyy	Riittävästi tarvikkeita varastossa
Vastuuriskit		Hoitovirhe, korvausvastuu	Koulutuksen päivittäminen Huolellisuus
Tietoriskit		Asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä	Tietojen suojaus
Henkilöriskit		Yrittäjän sairastuminen tai loukkaantuminen	Tapaturma- ja sairaskasvakuutus Työttömyyskassan jäsenyys

10. SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none">• Päivitetty koulutus• Sijainti keskustassa• Työn laatu• Markkinointi/ viestintä• Aukioloajat asiakkaiden tarpeiden mukaan• Asiakaslähtöisyys	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none">• Ei kokemusta kosmetologin työstä tai yrittäjyydestä• Epävarmuus• Talousosaaminen
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none">• Laitilassa "kaikki tuntee kaikki" - tuttuja asiakkaiksi• Erikoistuminen hierontapalveluihin laajemmin• Suurten ikäluokkien huomioiminen• Verkostoituminen kilpailijoiden kanssa	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none">• Kilpailijoilla on kokemusta• Kilpailijoilla on samat asiakastuttavat• Kilpailijoiden liikkeet sijaitsevat lähellä ja niitä on useita• Ajankäytönhallinta

11. Päivitetyt laskelmat

- Tulosbudjetti
- Kassabudjetti
- Tasebudjetti