

Tomi Vahekoski

HOMEKOIRAYRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA  
HOMEKOIRAT VAHEKOSKELLE

Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto  
2012

# HOMEKOIRAYRITYKSEN LIKETOIMINTASUUNNITELMA HOMEKOIRAT VAHEKOSKELLE

Vahekoski, Tomi  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Toukokuu 2012  
Ohjaaja: Vuokko, Leena  
Sivumäärä: 39  
Liitteitä: 2

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelmat, homekoirat, homevauriot

---

Suomessa on suuri määrä kiinteistöjä, mutta niiden huolto ja ylläpito ovat puutteellisia. Homevauriot ovat valitettavan yleisiä ja niiden paikantamiseen ei ole muuta luotettavaa, nopeaa ja edullista välinettä kuin homekoira. Tässä opinnäytetyössä luotiin liiketoimintasuunnitelma Homekoirat Vahekoskelle. Yritys on uusi markkinoilla. Sen liiketoiminta on alkanut helmikuussa 2012. Yrityksen palveluksessa toimii kaksi koirakkoa, eli kaksi homekoiraa ohjaajineen.

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen käynnistämisen avaintyökalu ja auttaa myös päätöksessä perustaa yritys. Teoriaosassa käsitellään liiketoimintasuunnitelman osien sisältöä ja merkitystä. Teoriaosuuden yhteydessä on Homekoirat Vahekosken liiketoimintasuunnitelma, jossa avataan teoriaa homekoirayrityksen kannalta.

Liiketoimintasuunnitelmassa tutustuttiin homekoiratoimintaan yleisesti, homekoiran käyttöön rakennusten mikrobivaurioiden tutkimusmenetelmänä ja homekoira-alan tulevaisuudennäkymiin Suomessa. Liiketoimintasuunnitelma muodosti kokonaiskuvan yrityksen toiminnasta ja toimintaan vaikuttavista tekijöistä.

# MOLD DOG COMPANY BUSINESS PLAN FOR HOMEKOIRAT VAHEKOSKI

Vahekoski, Tomi

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

May 2012

Supervisor: Vuokko, Leena

Number of pages: 39

Appendices: 2

Keywords: business plans, mold dogs, mold damages

---

There are a large number of properties in Finland, but their servicing and maintenance is inadequate. Mold damages are unfortunately common, and there is no other ways to locate these damages reliable, fast and affordable other than mold dog. Purpose of this thesis was to create a business plan for Homekoirat Vahekoski. Company is new in market. It's business has started in February 2012. The company employs two mold dogs and two dog-handlers.

Business plan is a key tool for the launch of the company and also helps in the decision to start a business. The theoretical part deals with the business plan parts of the content and meaning. In relation with theoretical part is Homekoirat Vahekoski business plan, where theoretical part is opened from Homekoirat Vahekoski point of view.

Business plan familiarized the general operation of a mold dog, using mold dog as a research tool to find microbe damages and mold dog industry's prospects in Finland. A business plan formed the overall picture of an enterprise's activities and operation of the factors.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
1.1	Toiminnallinen opinnäytetyö.....	6
1.2	Tavoitteet .....	6
2	HOMEKOIRATOIMINTA.....	7
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	8
3.1	Tiivistelmä .....	10
3.2	Liikeidea .....	12
3.2.1	Toimintatapa.....	13
3.2.2	Tuotteet ja palvelut.....	14
3.2.3	Asiakkaat.....	14
3.2.4	Imago .....	15
3.3	Markkinointisuunnitelma.....	17
3.3.1	Asiakkaat.....	17
3.3.2	Markkinatilanne .....	19
3.3.3	Toimintaympäristön arviointi.....	20
3.3.4	Yrityksen verkostoituminen .....	24
3.3.5	Yrityksen kilpailutilanne .....	26
3.3.6	Markkinointi.....	28
3.4	Yritys ja tiimi .....	30
3.4.1	Yritys .....	30
3.4.2	Tiimi .....	33
3.5	Laskelmat ja talous .....	34
3.5.1	Talous .....	34
3.5.2	Laskelmat .....	35
4	YHTEENVETO .....	36
4.1	Opinnäytetyöprosessin arviointia .....	36
4.2	Opinnäytetyön arviointia .....	37
4.3	Oppimisen arviointia.....	37
	LÄHTEET.....	38
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

”Koiran nenä kykenee käsittämättömiin suorituksiin. On vain meidän ihmisten mielikuvituksen puutetta, kun emme keksi vieläkin enemmän töitä sille. Tuollaista ominaisuutta voitaisiin hyödyntää vielä paljon suuremmissa määrin mitä nykyään teemme” (Yliselä 2010).

Olen toiminut pitkään erilaisissa yrityksissä osakkaana, sekä ollut aina kiinnostunut koiran ohjaamisesta ja koirien laajoista käyttömahdollisuuksista nimenomaan työkoirina. Kun kuulin Kannuksessa järjestettävästä homekoiranohjaajan koulutuksesta, päätin hakeutua opiskelemaan kyseiseen opintajoon. Päätöstä helpotti kiinnostus rakennusalaan ja se, että olin jo perustotelevaisuutta kouluttaessani huomannut saksanpaimenkoirani olevan helposti koulutettava ja tasapainoinen yksilö. Hakeutuminen koulutukseen kannatti ja pääsin opiskelemaan kyseiselle linjalle Kannuksen maaseutuopistoon 2010. Koulutuksessa tutustuin Järvenpääläiseen Jussi Holopaiseen, joka toimii rakennusalalla. Päätimme jo koulutuksen aikaisessa vaiheessa tehdä Jussin kanssa jollakin tapaa yhteistyötä jatkossa.

Opinnäytetyöprosessi sai alkunsa Tomi Vahekosken ja saksanpaimenkoira Myrskyn, sekä Jussi Holopaisen ja jackrusselinterrieri Pyryn valmistuttua Keski-Pohjanmaan maaseutuopiston Kannuksen yksiköstä. Kyseessä oli Suomen ensimmäinen virallinen homekoiranohjaajan koulutus. Koulutus alkoi marraskuussa 2010 ja päättyi tammi-kuussa 2012.

”Kannuksen yksikkö on valtakunnallisesti arvostettu maa- ja metsätalouden kouluttaja niin nuorisolle kuin aikuisille. Vahvuutena on kotieläinyrittämiseen liittyvä koulutus ja maatalousteknologia. Yksikkömme on Euroopan ainoa turkistuotannon kouluttaja ja Suomen ensimmäinen kennelalalle suuntaava kouluttaja. Vahva aikuiskoulutus- ja hanketoiminta tuo lisää osaamista kaikkiin maaseudun ammatteihin.” (Keski-Pohjanmaan maaseutuopiston www-sivut 2012.)

## 1.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Homekoirayrityksen liiketoimintasuunnitelma on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuloksena syntyy toteuttamiskelpoinen ja helposti muokattava liiketoimintasuunnitelma. Toiminnallisella opinnäytetyöllä on yleensä toimeksiantaja, koska toiminnallinen opinnäytetyö on kehittämistyö jollekin toiminnalle. Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Sen tarkoitus on ohjeistaa, opastaa, järjeistää tai järjestää toimintaa alalla. Toiminnallisen opinnäytetyön muoto on vapaampi kuin tutkimuksellisen. (Airaksinen & Vilkka 2003, 9.)

Toiminnallinen opinnäytetyö ei sinällään riitä, vaan ammattikorkeakouluopiskelijan on kyettävä yhdistämään ammatilliset ja teoreettiset tietonsa. Siksi toiminnallisessa opinnäytetyössä teoria ja tuotos pitäisi saada niin keskustelemaan toistensa kanssa. Onnistunut opinnäytetyö osoittaa lukijalleen työn kirjoittajan osaavan asiansa ja olevan siitä hyvin perillä. Lukijan on siis vakuututtava siitä, että kirjoittaja on uskottava asiantuntija omalla alallaan. (Airaksinen & Vilkka 2003, 41-43, 81.)

Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii TVL Import Oy, tarkemmin sen aputoiminnalla toimiva yritys Homekoirat Vahekoski. Opinnäytetyön tarkoitus on kehittää ja viedä eteenpäin Homekoirat Vahekosken yritystoimintaa. Työssä käsitellään liiketoimintasuunnitelman teoriaa ja laatimista rinnakkain. Tuotos on myös erillisenä liitteenä.

## 1.2 Tavoitteet

Tavoitteena on, että liiketoimintasuunnitelman avulla toimintaa pystyttäisiin kehittämään harrastustoiminnasta enemmän ammattimaisempaan suuntaan ja laajamittaisemmaksi liiketoiminnaksi. Teoriaosuuden on tarkoitus olla selkeä ja riittävä liiketoimintasuunnitelmaa tekeville, sekä tukea työn toiminnallista osaa. Kunnianhimoisena tavoitteena on saada liiketoimintasuunnitelma, joka on uutena ja ainoana alasta kertovana opinnäytetyönä kiinnostava ja helppo lukea alusta loppuun. Tavoitteena on myös luoda kattava markkinointisuunnitelma yhdeksi liiketoimintasuunnitelman osaksi. Opiskelen markkinoinnin tradenomiksi ja koen markkinoinnin olevan kilpai-

luetuna yrityksessäni ja tämän vuoksi markkinointisuunnitelma on iso osa Homekoirat Vahekosken liiketoimintasuunnitelmaa.

Liiketoimintasuunnitelma luodaan homekoirayrityksen tarpeiden mukaan. Yrityksen toiminta poikkeaa huomattavasti muista aloista. Toimiala on suhteellisen uusi ja toiminnan edellytyksenä on koiran, sekä ohjaajan taidot ja tiedot. Toiminnan suunnitelmallisuus on erityisen tärkeää sen kehittymisen ja jatkuvuuden kannalta.

Homekoiratoiminnasta kirjoitettiin oma lukunsa, koska toimiala on suhteellisen uusi ja monille täysin tuntematon. Tämän vuoksi homekoiran toimintaa ja etsintäkoiran toiminnan peruseriaatteita katsottiin tarpeelliseksi avata omana lukunaan asiakokonaisuuden selkeyttämiseksi.

## 2 HOMEKOIRATOIMINTA

Koirien hajuaistia käytetään useilla elämän alueilla erilaisissa käyttötarkoituksissa. Koulutetut erikoiskoirat ovat olleet jo pitkään käytössä esimerkiksi viranomaisten toiminnassa. Koirien avulla etsitään huumeita, räjähteitä, aseita ja jopa rahaa. Pelastustehtävissä koiria käytetään elävien ja kuolleiden ihmisten etsimiseen maalta ja vedestä. Koiria on alettu käyttää hiljalleen myös lääketieteen saralla. ”Syövän vauunamukseen koulutetut koirat pystyvät tunnistamaan sairastaako ihminen keuhkosyöpää. Tätä ennen syöpäkoirat ovat diagnosoineet myös suolisto-, iho-, virtsarakko-, rinta- ja munasarjasyöpiä” (Ylen www-sivut 2012).

Näiden faktojen perusteella on ymmärrettävää, että koiria käytetään myös kiinteistöjen homevaurioiden paikantamisessa. Homekoira löytää luotettavasti ja nopeasti homevauriot rakenteissa ilman turhaa rakenteiden purkamista tai poraamista. Homekoira on puolueeton ja rehellinen, sekä toimii kohteissa itsenäisesti ja tarvittaessa myös ohjatusti. Homekoiran koulutus perustuu samoihin peruseriaatteisiin kuin poliisin, tullin ja armeijan virkakoirien aikaa vievä ja vaativa koulutus. Homekoiranohjaaja tarvitsee useiden eri alojen tuntemusta, kuten koirakoulutuksen, rakennustekniikan- ja fysiikan, sekä mikrobiologian.

Hajuaisti on koiran vahvin vaistotoiminta. Ihmisellä hajusoluja on noin miljoona, saksanpaimenkoiralla noin 220 miljoonaa, lisäksi jopa kahdeksasosa koiran aivoista ja puolet sen kuonon sisäosista on valjastettu haistamisen palvelukseen. Koiran vahaan hajuaistiin liittyy myös erittäin tarkka hajumuisti, sekä valtava hajuerottelukyky.

- Esimerkki hajumuistista: Koira muistaa hajun perusteella vuosia sitten kohtaamansa ihmisen, jonka kanssa he ovat olleet lähekkäin vain vähän aikaa.
- Hajuerottelu esimerkki: Koira löytää sille opetetun tietyn hajun satojen samankaltaisten joukosta, esimerkiksi yhden tietyn kantarellin sadan kantarellin joukosta.

(Homekoirat Vahekoski www-sivut 2012.)

Toisilla roduilla on paremmat edellytykset hajuaistin osalta kuin toisilla. Lyhytkuonoisilla koirilla haistamiselimet ovat yksinkertaisesti pienemmät, jolloin hajuaisti on heikompi. Perimä, älykkyys ja koulutus vaikuttavat osiltaan koiran toimintaan. On todettu, että säännöllinen koulutus parantaa huomattavasti koiran hajumuistia ja hajuerottelukykyä. Fakta on, että koiran hajuaisti on ylivertainen verrattuna ihmiseen. Juuri siksi koiran hajuaistia käytetään laajalti erilaisissa käyttötarkoituksissa. (Homekoirat Vahekoski www-sivut 2012.)

Koira on homekoirayrityksen tärkein voimavara ja sen hyvinvointi, koulutus, sekä vireystila tulee ottaa huomioon päivittäin ja kaikissa yritystoimintaan liittyvissä ratkaisuissa. Koiralla ei tule teettää liikaa tutkimuksia, ettei sen jaksaminen ja / tai motivaatio kärsi. Toisaalta sen toimintakyvyn ylläpito on myös todella tärkeää ja siksi harjoituksia ja testejä tulee suorittaa viikoittain. (Homekoirat Vahekoski www-sivut 2012.)

### 3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on tiivis esitys yrityksen toiminnasta valitulla liiketoiminta-alueella. Liiketoimintasuunnitelmasta ilmenevät yrityksen menestystekijät, tulon-



lähteet, strategia ja näkemys. Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen pakottaa yrityksen kartoittamaan osaamistaan, heikkouksiaan, vahvuuksiaan, asemaansa markkinoilla, sekä tarpeitaan. Hyvä liiketoimintasuunnitelma kertoo yrityksen menestystekijät. Liiketoimintasuunnitelma on myös tärkeä väline sidosryhmien, kuten rahoittajien vakuuttamiselle. Ymmärrettävästi se on realistisempi kuin ideastaan innostuneen yrittäjän suullinen esitys. Hyvän liikeidean pohjalta voidaan saada luotua toimiva yritys, jossa edetään yritysten ja erehdysten kautta. Tämä ei kuitenkaan usein riitä pitkään ja silloin liiketoimintasuunnitelma auttaa yritystä keskittämään voimavaransa olennaisiin asioihin, tekemään ratkaisuja toiminnoissaan ja hallitsemaan kokonaisuutta. (Pitkämäki 2000, 9 - 10.)

Liiketoimintasuunnitelma on esitys toiminnan kokonaisuudesta tiiviissä paketissa. Tarkkaa ohjeistusta tai yleispätevää suunnittelumallia ei ole vaan liiketoimintasuunnitelma laaditaan aina yrityskohtaisesti sen tarpeiden ja vaatimusten mukaan. Keski-verta pituus suunnitelmalle on noin viisitoista sivua ja erilaisia pohjia, sekä malleja on saatavilla paljon. Malleja on tarjolla esimerkiksi Finnveralla, työ- ja elinkeinokeskuksella ja yrityssuomella. Suunnitelman teko on ajatustyötä, jota kirjoittaessa ja korjaillessa yrityksen kokonaiskuva alkaa rakentua yhä selvemmäksi. (Pitkämäki 2000, 13 – 14.)

Liiketoimintasuunnitelma on parasta toteuttaa yrityksen tai yrittäjän toimesta. Oma-kohtaisella sitoumuksella liiketoimintasuunnitelman tekoon varmistetaan sen hyödyt yritykselle. Ulkopuolinen apu on varmasti hyödyllistä vaikkapa tiedonkeruussa ja tuomassa realismia ylioptimismin keskelle, mutta esimerkiksi ympäristön arviointi, kokonaisuuden luominen ja peruseriaatteiden hahmottaminen on tehtävä itse. Kuvitelmat eivät vastaa aina todellisuutta. Kun liiketoimintasuunnitelma on kerran tehty, sitä on jatkossa helppo päivittää ja käyttää apuna tulevilla päätöksenteoissa. (Pitkämäki 2000, 15 – 16.)

Liiketoimintasuunnitelma voi olla esimerkiksi seuraavanlainen;

- Tiivistelmä
- Liikeidea, johon sisältyy toimintatapa, tuotteet ja palvelut, asiakkaat, sekä imago

- Markkinointisuunnitelma, johon sisältyy asiakkaat, markkinatilanne, toimintaympäristön arviointi, yrityksen verkostoituminen ja yrityksen kilpailutilanne
- Yritys ja tiimi
- Laskelmat ja talous

(Lipponen 2012, 10; Meretniemi & Ylönen 2009, 25; Finnveran www-sivut 2012).

Kasvava tarve homekoirille ja asenteiden muuttuminen erityisesti viranomaistahoilla homekoiratoimintaa kohtaan luo hyvät edellytykset yrityksen perustamiselle ja sen toiminnan kehittämiseksi. Lähteinä opinnäytetyössä käytetään yrittäjän homekoira-alan opiskelusta kertynyttä tietoa ja materiaalia, muiden homekoira-alan toimijoiden haastatteluja, sekä painettuja ja sähköisiä lähteitä.

Liiketoimintasuunnitelmassa pyritään käytännönläheisyyteen ja asioiden huomioimiseen yrittäjän, koiran ja asiakkaan kannalta. Tuloksena syntyy liiketoimintasuunnitelma, joka toimii ohjenuorana yrittäjälle vielä pitkänkin ajan kuluttua.

Teoriaosuus toimii apuna liiketoimintasuunnitelmaa tekeville ja käsittelee liiketoimintasuunnitelman sisältöä. Kattava ja ajatuksella tehty liiketoimintasuunnitelma auttaa monilla tavoin yrittäjää yrittämisen vaikeuksissa. Liiketoimintasuunnitelma voi myös auttaa päätöksessä kannattaako yrittäjäksi yleensäkin lähteä.

Homekoiranohjaajia koulutetaan Kannuksessa myös jatkossa ja tämä liiketoimintasuunnitelma voi toimia oppaana uusille koulutuksessa oleville ja homekoira-alan yritystä perustaville. Opinnäytetyö voi toimia kokonaisvaltaisena yhteen koottuna informaation lähteenä samalle alalle pyrkiville.

### 3.1 Tiivistelmä

Maksimissaan kahden sivun pituisessa tiivistelmässä kiteytetään liiketoimintasuunnitelman tärkeimmät asiat. Usein rahoittajat tekevät päätöksensä jo tiivistelmän perusteella ja siksi tiivistelmän selkeyteen, helppotajuisuuteen ja laadukkuuteen tulee

kiinnittää erityisen paljon huomiota. Parhaan lopputuloksen varmistamiseksi tiivistelmä kannattaa tehdä vasta lopuksi. (Spinno Enterprise centerin www-sivut 2012.)

Homekoirat Vahekoski myy palvelua nimeltään homekoiratutkimus. Homekoiratutkimus on ollut esillä mediassa jo 90-luvun puolivälistä asti. Kuitenkin vasta tammi-kuussa 2012 valmistuivat Suomen ensimmäiset ammatillisesti koulutetut homekoirat ja homekoiranohjaajat.

Asiantunteva palvelu ja luottamuksen kasvattaminen alaa kohtaan ovat strategisesti tärkeitä asioita. Ensimmäisinä ammatillisesti koulutettuina koirakkoina homekoirat Vahekoski saa varmasti vahvan aseman markkinoilla. Tätä edesauttaa myös homekoiranohjaajien, Jussi Holopaisen ja Tomi Vahekosken taustat. Jussi Holopainen on rakennusmestari ja hänellä on kokemusta vastaavana mestarina työskentelystä omakotitalorakentamisessa ja laajennusrakennuskohteissa, siltojen rakentamisesta, perustustöistä, vedeneristyksestä ja suurten kohteiden perusrakennustöistä. Tomi Vahekoski opiskellut rakennus- ja sähkötekniikkaa, sekä hänellä on kokemusta yritystoiminnasta, vakuutusosalta ja riskirakenteiden kartoituksesta. Lisäksi molemmat ovat valmistuneet homekoiranohjaajiksi Kannuksen maaseutuopistosta.

Ansaintalogiikka perustuu palvelun katteeseen. Palvelun katteen laskemisessa tulee huomioida erilaisia asioita kuin fyysisen tuotteen. Vaikka kate voidaan mieltää lähes sadaksi prosentiksi, tulee huomioida ammattitaidon hankkimiseen ja ylläpitämiseen kulutettu aika ja resurssit. Homekoirat Vahekoski hinnoittelee palvelunsa markkina-perusteisesti, eli vallitsevan hintatason mukaan. (Viitala & Jylhä 2006, 120.)

Yrityksen perustajana toimii porilainen 32-vuotias Tomi Vahekoski. Jussi Holopainen ja hänen koiransa Pyry työskentelevät yrityksen palveluksessa. Olen toiminut erilaisten yritysten palveluksessa, ennen ensimmäisen oman yrityksen perustamista 2007. Välittömästi perustettuani ensimmäisen yrityksen, huomasin yrittäjyyden sopivan minulle ja minun yrittäjyydelle. Olen aina halunnut työni johtavan itselle näkyviin tuloksiin, olipa se sitten asiakaspalaute, hyvä tulotaso tai loistavat kontaktit ja kumppanuusverkostot. Näitä voi tietysti saavuttaa toistenkin palveluksessa, mutta päättäminen omista tekemisistä, aikatauluista ja toimintatavoista on mielekkäämpi toimintatapa minulle.

### 3.2 Liikeidea

Yritystoiminta syntyy aina yritysideoista. Idea jalostuu liikeideaksi ja sitä kautta liiketoimintasuunnitelmaksi. Yritysidea voi syntyä nopeasti jostakin oivalluksesta, sattumalta tai vuosien pohdinnan tuloksena. Yritysideoista kehittyy liikeidea, jota analysoidaan suunnittelemalla liiketoimintasuunnitelma. Liikeidea on jalostettu yritysidea, joka kuvaa yrityksen tulonhankkimista. Liikeidea kuvaa mitä tuotetaan, kenelle ja miten. Liikeidean käsitteeseen on lisätty myöhemmin erittäin tärkeä kulmakivi, imago eli millä asiakkaat saadaan ostamaan. Liikeidean tärkeä osa on selvitys asiakkaan tarpeista ja miten ne tyydytetään. Yrityksen tulee päättää kohderyhmä eli asiakkaat, joille tuote on kohdistettu. Kohderyhmän löytäminen on tärkeää erityisesti markkinoinnin kannalta, jotta markkinointi osataan kohdistaa oikein. Kanavat ja keinot valitaan markkinoinnissa kohderyhmän ominaisuuksien, iän, sukupuolen, ansiotason yms. mukaan. Liikeidea vaikuttaa yrityksen menestymiseen. Se määrittää ja ohjaa yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Liikeidean arviointi on tärkeää ennen toiminnan aloittamista kriittisesti. Ulkopuolinen arviointi on tarpeen, sillä yrittäjällä itsellään on tapana turhankin positiivinen ja realismi jää usein taka-alalle innostuksen ollessa kovimmillaan. (Meretniemi & Ylönen 2009, 19 – 22; Raatikainen 2011, 38; Viitala & Jylhä 2006, 51 - 52.)



KUVIO 1. Liikeidea (Viitala & Jylhä 2006, 52)

Suomen rakennuskanta on valtava, pelkästään omakotitaloja on noin 1,1 miljoonaa. Nämä rakennustyyppit ovat homekoiratoiminnan suurin työllistäjä. Lähes kaikki näistä rakennuksista ovat vailla kunnollista kiinteistön ylläpitoa ja huoltoa. Kiinteistöjen puutteellisen huollon ja ylläpidon syitä on monia. (Holopainen 2011.)

- Osaamisen ja tiedon puute
- Rahan puute ja sen käyttäminen muualle kuin kiinteistöön
- Sekä rakennuskannan ikääntyminen

(Holopainen 2011).

Merkittävimpana seikkana esille voidaan nostaa uuden rakennuskannan talojen teknistyminen. Uusien talojen huoltaminen ei onnistu kotikonstein. Puutteet kiinteistönpidossa johtavat talojen ennen aikaiseen rapistumiseen ja kalliisiin korjauksiin. Suomen omakotitalokannassa on jopa joka toisessa talossa merkkejä jonkin asteisesta kosteusvauriosta. Seurauksena on usein myös terveyshaittoja aiheuttavia vaurioita, eli homevaurioita. (Holopainen 2011.)

Seuraavat mediassa esitetyt otsikot avaavat hieman homeongelman laajuutta, syitä miksi Homekoirat Vahekoski perustettiin ja liikeidea pidettiin alun perin toteuttamiskelpoisena.

- ”Jopa joka toinen talo homeessa.” (Taloussanomat 2009)
- ”Omakotitaloista homeessa jopa 250 000.” (Kauppalehti 2011)
- ”Hometta saattaa löytyä aivan uudesta talosta” (Yle 2009)

### 3.2.1 Toimintatapa

Homekoirat Vahekosken palveluksessa on kaksi koirakkoa. Molemmat koirakot on koulutettu Kannuksen maaseutuopistossa. Palvelut tarjotaan asiakkaan tiloissa, johon kuljetaan omilla autoilla. Palvelun laadukkuus taataan koirakkojen hyvällä pohjakoulutuksella, sekä jatkuvalla koirien ja ohjaajien koulutuksella.

### 3.2.2 Tuotteet ja palvelut

Homekoirat Vahekoski myy laadukasta palvelua, joka koostuu homekoiratutkimuksesta ja muista sitä tukevista tutkimuksista kuten kosteusmittauksista, ilmavuotomittauksista ja lämpökamerakuvauksista. Tutkimuksen lopputuloksena asiakkaalle toimitetaan luotettava ja kattava raportti tutkimuksen kohteena olevasta kiinteistöstä. Raportista saa selkeän kuvan rakennuksen kunnosta ja arvion mahdollisten vaurioiden paikoista ja laajuudesta. Lisäksi raportissa on ilmoitettu selkeästi suositukset jatkotoimenpiteistä. Suositustoimenpiteiden raportoiminen on selkeä etu suhteessa kilpailijoihin ja vaikuttaa varmasti asiakkaiden ostopäätökseen. Muilla alan toimijoilla ei ole pätevyyttä suositella jatkotoimenpiteitä samassa laajuudessa kuin Homekoirat Vahekoskella. Pätevyys ja kilpailuetu syntyvät yrityksessä työskentelevän Jussi Holopaisen rakennusmestarin tutkinnosta ja työkokemuksesta rakennusalalta.

Homekoiratutkimuksen vaiheet ovat:

- Tutkimuksesta sopiminen, sekä tarkastettavien tilojen määrittely
- Tilojen käyttäjän / -ien haastattelu ja alkukartoituslomakkeen täyttäminen
- Tutkimus kohteessa koiran avulla
- Tarvittavat lisätutkimukset ja mahdollisten ilmaisukohtien valokuvaus
- Alustava yhteenveto tutkimuksesta asiakkaan kanssa
- Tutkimusraportin ja laskun laatiminen, sekä niiden toimittaminen tilaajalle

### 3.2.3 Asiakkaat

Kohderyhminä ovat asuntojen omistajat, kunnat, yhdistykset ja yritykset. Kappalemääräisesti suurin osa tutkimuksista kohdistuu omakotitaloihin. Kuitenkin suuremmista kiinteistöistä laskutetaan huomattavasti enemmän, koska tutkimukset perustuvat osaltaan neliöhintaan. Tämän vuoksi liikevaihto jakautuu tasaisemmin omakotitalojen ja muiden kiinteistöjen välillä. Rivitaloja tutkitaan jonkin verran ja kerrostaloja ei juuri lainkaan. Edellä mainitut seikat tulee huomioida markkinoinnissa, jotta pienen yrityksen pieni markkinointibudjetti pystytään käyttämään mahdollisimman tehokkaasti.

### 3.2.4 Imago

Yrityksen imagoon kiinnitetään erityistä huomiota, sillä asiakas odottaa paikalle homekoiraa, mutta myös rakennusalan ammattilaista, joten ohjaajien pätevyyttä täydennetään jatkuvasti rakennusalan opinnoilla. Opinnot keskittyvät oleellisesti rakennusten kunnon tarkastamiseen ja riskirakenteiden tunnistamiseen. Myös ulkoisella imagolla on tärkeä vaikutus toiminnan uskottavuuteen. Tämän vuoksi homekoiranohjaajille hankitaan asianmukaiset työvaatteet ja varusteet. Työvaatetus on yhdenmukainen ja koostuu housuista, takista ja kengistä. Varustuksena lisätutkimuksia varten tarvitaan pintakosteusmittari, lämpöilmaisin ja savukynä ilmavuotomittauksia varten. Hankittavat työvaatteet ja varusteet listattuna:

- L Brador riipputaskuhousut
- L Brador softshell takki
- Sievi turvajalkineet
- Trotec T650 pintakosteusmittari
- Lämpöilmaisin Black & Decker TLD100-XJ
- Björnax savukynä



KUVIO 2. Työvaatetus Homekoirat Vahekoski



KUVIO 3. Työvarustus Homekoirat Vahekoski



### 3.3 Markkinointisuunnitelma

Yritykselle luodaan markkinointisuunnitelma. Yrityksen markkinointisuunnitelmassa käydään läpi asiakkaat, markkinatilanne, toimintaympäristön arviointi, joka sisältää SWOT-analyysin, yrityksen verkostoituminen, yrityksen kilpailutilanne, sekä yrityksen markkinointi.

#### 3.3.1 Asiakkaat

Pienyrityksen on tiedettävä millä perusteilla asiakas tekee valintansa. Tuotteen tai palvelun ominaisuudet ja niiden merkitykset on tunnistettava, jotta ne pystytään täyttämään, sillä ne ovat asiakkaan ostomotiiveja. Asiakasanalyysillä tunnistetaan ostomotiivit, yritykselle oikeat asiakkaat ja hetki jolloin asiakkaan ratkaisu syntyy. (Pitkämäki 2000, 51.)

Aloittavan yrittäjän tulee myös kiinnittää huomiota siihen, miten asiakkaat suhtautuvat jo markkinoilla oleviin tuotteisiin tai palveluihin. Asiakkaiden tunnistaminen kertoo kenelle tuote tai palvelu markkinoidaan. Asiakaskartoitus vastaa myös kysymyksiin keitä asiakkaat ovat, missä he sijaitsevat, millä perusteella he tekevät ratkaisunsa, miksi he käyttäisivät juuri tietyn yrityksen palveluita ja keitä ovat tärkeimmät asiakkaat. (Meretniemi & Ylönen 2009, 27.)

Homekoiratutkimusta tilaavan asiakkaan valintaan vaikuttavat tekijät ja Homekoirat Vahekosken pyrkimys vastaamaan tekijöihin:

- Www-sivujen näkyvyys ja sisältö → Homekoirat Vahekoski on varannut domainin [www.homekoirat.com](http://www.homekoirat.com), joten www-sivu näkyy homekoiria haettaessa hakukoneen tuloksissa hyvin korkealla. Www-sivut luodaan itse Word Press pohjaan. Www-sivujen sisällössä on pyritty avaamaan laajasti homekoira-alaa. Ulkoasusta on kuva opinnäytetyön liitteenä.
- Miten homekoirat on koulutettu → Homekoirat Vahekosken molemmat koirat ovat valmistuneet Suomen ensimmäisestä ammatillisesta koulutuksesta Kannuksen maaseutuopistosta

- Miten homekoiranohjaajat on koulutettu → Homekoirat Vahekosken molemmat ohjaajat ovat valmistuneet Suomen ensimmäisestä ammatillisesta koulutuksesta Kannuksen maaseutuopistosta
- Mikä on homekoiranohjaajien pohjakoulutus → Tomi Vahekoski on homekoiranohjaaja, sekä opiskellut rakennustekniikkaa ja sähkötekniikkaa. Jussi Holopainen on homekoiranohjaaja, sekä opiskellut rakennusmestariksi
- Tutkimuksen hinnoittelu ja hinnoitteluperusteet → Homekoirat Vahekoski hinnoittelu on selkeä. Perusmaksu 250€, neliömaksu 1€ per neliö ja kilometrikorvaus 0,55€ kilometriltä menomatkalta. Hinnoittelu on markkinaperusteinen.
- Yrityksen paikkakunta ja etäisyys tutkimuskohteesta → Yrityksellä on kaksi koirakkoa, Porissa ja Järvenpäässä. Etäisyys on siis yleensä lyhyt, koska koirakko valitaan kohteen sijainnin mukaan.
- Kuinka nopealla aikataululla tutkimus pystytään suorittamaan → Yrityksellä on kaksi koira, joten tutkimus pystytään suorittamaan lähes aina viikon sisällä tilauksesta.
- Tarjouspyynnön vastausaika → asiakaspalvelu@homekoirat.com osoitteeseen tulevat tarjouspyynnöt käsitellään välittömästi. Sähköposti on myös liitetty matkapuhelimeen, joten reagointiaika on todella lyhyt.
- Ensimmäisen puhelinkeskustelun antama kuva yrityksestä → Rakennustekniikan ja riskirakenteiden ymmärtäminen nousee tärkeäksi ja valintaan vaikuttavaksi tekijäksi puhelinkeskustelussa asiakkaan kanssa.
- Suositukset palvelua aikaisemmin käyttäneiltä asiakkailta → Homekoirat Vahekoski pyrkii jokaisessa kohteessa antamaan parhaan mahdollisen palvelun ja asiantuntemuksen asiakkaalle. Tutkimuskohteita on jo saatu lisää asiakkaiden suositusten perusteella.

Homekoiratutkimuksen ominaisuudet ja edut ovat selkeät verrattuna esimerkiksi kuntotutkimuksiin tai kuntotarkastuksiin. Homekoiratutkimus on edullinen ja nopea tapa selvittää onko kiinteistössä homevauriota. Hinta on usein vain murto-osa kuntotutkimuksen hinnasta, joka saattaa kohota useisiin tuhansiin euroihin jopa omakotitalossa. Tutkimus on myös nopea, tavallisen omakotitalon tutkimus kestää noin 1-2 tuntia. Rakenteisiin ei tarvitse porata reikiä, eikä niitä tarvitse purkaa tutkimuksen

yhteydessä, joten tämäkin tuo asiakkaalle kustannussäästöjä. Homekoira on myös puolueeton ja lahjomaton. Tämä ominaisuus on noussut asiakkaiden arvostuksessa korkealle. Syynä tähän on ollut asiakkaiden epäilykset kuntokartoittajien ja vastaavien toimijoiden suhteista esimerkiksi kiinteistövälittäjiin.

Homekoiratutkimus on kannattava, olipa vaurio jo todettu tai vasta home-epäily. Verrataan homekoiraa esimerkiksi sisäilmatutkimukseen:

- Jos vaurio on todettu esimerkiksi sisäilmatutkimuksella, on vaurion paikantaminen koiralla kustannustehokasta, sillä turhilta ja kalliilta rakenteiden purkamisilta vältytään
- Mikäli kohteessa on vasta home-epäily, on koira paras vaihtoehto, sillä sisäilmatutkimus ei kerro missä vaurio sijaitsee

### 3.3.2 Markkinatilanne

Kun miettii yrityksen perustamista, kannattaa tutustua toimialaan yleisesti. Toimialoista voi saada tietoa tilastokeskuksesta, alan yhdistyksistä, hankkimalla jo alalla toimivien yritysten tilinpäätöstietoja tai vaikkapa kysymällä suoraan alalla jo toimivilta yrittäjiltä informaatiota. Tämä informaatio tulee tietysti ottaa varauksella vastaan, sillä informaatio tulee potentiaalisilta kilpailijoilta. (Meretniemi & Ylönen 2009, 30; Grönman 2011.)

Markkinatilanne vaikuttaa huomattavasti aloittavan yrityksen menestymiseen sen alkutaipaleella ja on näin ollen huomioitava asia liiketoimintasuunnitelmassa. Jos markkinat ovat kasvussa tai jostain muusta syystä markkinoilla on tilaa, on uuden yrityksen helpompi menestyä. Markkinoilla saattaa olla tilaa monistakin syistä. Olemassa olevat yritykset eivät pysty vastaamaan kysyntään tai tarpeisiin tai niillä on toimitusvaikeuksia. Perustettavalla yrityksellä voi olla myös vahvuuksia kuten hinta, myyntitiimi, imago, asiakassuhteet, parempi tuote / palvelu. (Meretniemi & Ylönen 2009, 30.)

Markkinatilanne on aloittavalle yritykselle helppo, sillä kysyntää on enemmän kuin tarjontaa. Alalla toimivat yritykset ovat myös suhteellisen kylläisiä ja veltostuneita ylikysynnän vuoksi. Ne ovat saaneet olla jo vuosia tässä tilanteessa ja ovat siksi helpompia vastuksia jos verrataan alaan, jossa on paljon kilpailua. Kilpaileminen markkinoinnin ja uuden innovatiivisen yrittäjän asenteella on helppoa ainakin aluksi. Markkinatilanne on myös nousussa ympäristöministeriö aloittaman kansalliset home- ja kosteustalkoot projektin myötä (ympäristöministeriön kosteus- ja hometalkoot [www-sivut 2012](http://www.sivut.2012)). Lisäksi ainakin yksi yrittäjä on lopettamassa toimintaansa. Ensimmäisen virallisen koulutuksen painoarvoa ei myöskään pidä väheksyä, sillä varmaa on, että asiakkaat valitsevat monessa tapauksessa mieluummin ammatillisesti koulutetun, kuin itse koulutetun homekoiran.

### 3.3.3 Toimintaympäristön arviointi

Toimintaympäristöllä on suuri vaikutus yrityksen menestymiseen ja toimintaan. Toimintaympäristö on kyettävä analysoimaan, jotta niiden vaikutus omaan toimintaan pystytään huomioimaan. Ympäristöllisiä tekijöitä ovat seuraavat:

- taloudelliset, poliittiset ja lainsäädännölliset tekijät
- teknologiset tekijät
- kilpailulliset tekijät
- sosiaaliset ja kulttuuritekijät
- globalisaatio
- eettiset ja ekologiset tekijät
- trendit ja megatrendit

(Viitala & Jylhä 2006, 54)

”Monet ympäristölliset tekijät ovat kriittisiä liiketoiminnan onnistumisen kannalta. Yrityksen on kyettävä arvioimaan näitä tekijöitä ja analysoimaan niiden vaikutusta omaan toimialaansa ja liiketoimintaansa” (Viitala & Jylhä 2006, 54).

Homevaurion etsiminen homekoiralla on todella kustannustehokasta ja edullista, joten taloudellisiin tekijöihin ei tarvitse keskittyä. Lainsäädännölliset tekijät taas tuovat menestymisen mahdollisuuksia. Todennäköisesti lainsäädäntö homekoira-alalla muuttuu jatkossa niin, että ainoastaan sertifioidut ja tasotestatut koirakot saavat toimia alalla. Mahdollisuutena on tietysti kilpailun väheneminen, sekä kysynnän kasvaminen. Nykyinen lainsäädäntö antaa mahdollisuuden kenen tahansa aloittaa toiminnan alalla. Houkutus väärinkäyttöksiin on suuri, sillä myös vastuu on suhteellisen pieni. Homekoira-alan yrittäjä on vastuussa tutkimuksestaan ainoastaan tutkimuksesta laskutetun hinnan mukaisen summan verran. Käytännön esimerkkinä voisi kertoa, että jos koiran ilmaisukohdan perusteella avataan rakenteita, joista ei löydykään hometta, on yrittäjä velvollinen korvaamaan tilaajalle ainoastaan laskuttamansa summan verran rahaa.

Teknologia ei ole ainakaan vielä niin pitkälle, että homevaurio pystyttäisiin paikantamaan jonkinlaisella mittarilla. Tämän vuoksi toimintaympäristön teknologinen kehitys ei ole oleellinen tekijä.

Kilpailutilanne saattaa jatkossa muuttua, mikäli toimijoita koulutetaan alalle liikaa. Vielä näyttää siltä, että kysyntä ylittää tarjonnan tai on vähintäänkin hyvässä tasapainossa toimialalla.

Sosiaalisista tekijöistä voisi mainita terveyden ja tulotason. Tulotaso ja terveyden arvostus ovat molemmat nousussa ja siksi palvelun kysyntä voidaan katsoa nousevaksi. Ihmiset ovat yhä enemmän huolissaan terveydestään eläkeiän nostamisen, median ja trendien vuoksi. Lisäksi heillä on varaa panostaa tutkimuksiin ja toimenpiteisiin jotka edistävät terveyttä. Toisin sanoen ihmiset eivät enää hyväksy pieniä hajuhaittoja tai kosteuksia, vaan asia selvitetään, onhan kyse terveydestä.

Globalisaatiolla ei oikeastaan ole merkitystä toimintaan, sillä yrityksen toiminta rajataan Porista ja Järvenpäästä 200 kilometrin säteelle. Ajomatkat ovat raskaita sekä koiralle, että koiranohjaajalle. Palvelun laatu saattaisi kärsiä, mikäli ajomatkat olisivat asiakkaan luo useita satoja kilometrejä.

Ekologisuus ja eettisyys tuodaan yrityksen mainonnassa esille, mutta siihen ei panosteta suuria voimavaroja. Tämänäyttävistä seikoista asiakkaita on kokemuksen perusteella kiinnostanut eniten se, altistetaanko koiria homeelle koulutusvaiheessa. Koiria ei altisteta homeelle. Tämä asia tuodaan esille yrityksen internet sivuilla ja kerrotaan aina, jos asiakas siitä kysyy.

Trendi eli yleinen kehityssuunta tällä hetkellä on, että koirien käyttö yleistyy. Tästä kertoo esimerkiksi viranomaistahon suositukset homekoiran käytöstä. Kannuksen maaseutuopisto on vaikuttanut varmasti osaltaan kehityssuuntaan nostamalla homekoirat taas median otsikoihin tiedottamalla aktiivisesti koulutuksesta. Syitä positiiviseen trendiin on myös muita, ympäristöministeriön käynnistämä kansalliset home- ja kosteustalkoot projekti, lisääntynyt kilpailu ja markkinointi, sekä asuntojen homevaurioiden saama medianäkyvyys. Medianäkyvyydestä on hyvänä esimerkkinä Suomalaisen viihdetaiteilija Janne Katajan asunnon homevauriosta kirjoitetut jutut. Janne Kataja osti talon, josta löytyi homevaurio. Tämän jälkeen uutisointia on ollut asunto-kauppaan liittyvästä oikeudenkäynnistä, rakennuksen korjausyrityksistä, rakennuksessa järjestetyistä avoimien ovien päivästä, sekä rakennuksen purkamisesta.

Toimintaympäristön arvioimiseksi tarvitaan tietoa ja tämän tiedon kerääminen on jokapäiväistä työtä. Tietoa jota voidaan hyödyntää virtaa yritykseen jatkuvasti. Tietolähteitä on esimerkiksi alan lehdet, julkaisut ja analyysit, kilpailijoiden esitteet, tuotteet, työpaikkailmoitukset ja yritysesitykset, tavaran ja palveluiden toimittajat, asiakkaat ja konsultit, sekä keskustelu ja ajatusten vaihto kaikkien kanssa jotka ovat jotenkin mukana alalla. (Pitkämäki 2000, 19-20.)

Homekoirat Vahekoski on kerännyt tietoa toimintaympäristön arvioimiseksi keskustelemalla alasta muiden toimijoiden kanssa, tutkimalla kilpailijoiden markkinointia, tilinpäätöstietoja ja raportteja, sekä keskustelemalla muiden toimijoiden palveluita käyttäneiden asiakkaiden kanssa. Tietoa on saatu keskusteluissa, puhelinkeskusteluissa, messuilla ja internetissä.

SWOT-analyysi on monipuolinen apuväline, joka soveltuu moniin käyttötarkoituksiin, esimerkiksi ympäristön analysoimiseen. SWOT-analyysissä kirjataan nelikenttään strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet)

ja threats (uhat), joista myös lyhenne SWOT muodostuu. Ympäristön SWOT-analyyssissä arvioidaan yrityksen voimavaroja, sekä toimintaympäristön kehitystä ja piirteitä. Analysointi nostaa keskustelua ja tuo asiat konkreettisesti esille, jolloin vahvuuksia pystytään vahvistamaan ja heikkouksia sekä uhkia muuttamaan mahdollisuuksiksi. (Viitala & Jylhä 2006, 59-60.)

<p><b>VAHVUUDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monipuolisuutta tuodaan esille markkinoinnissa ja ilmoitetaan selkeästi tarjoamistamme lisätutkimuksista</li> <li>• Kahden sijainnin ansiosta markkina-alue on laajempi ja mainonta voidaan kohdistaa suuremmalle alueelle</li> <li>• Ammattitaito on olennainen asia ja sen esiintuominen, ylläpito ja kehittäminen on yritykselle tärkeää</li> </ul>	<p><b>HEIKKOUEDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktien puute pyritään korjaamaan ottamalla yhteyttä kuntotutkimus- ja kartoitusalan toimijoihin ja markkinoimalla palvelua heille</li> <li>• Kokemuksen puutetta ei pystytä korjaamaan, vaan se korjaantuu itsestään kokemuksen karttuessa</li> </ul>
<p><b>MAHDOLLISUUDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lisätutkimukset ja toimijoiden taustat nostavat kysyntää</li> <li>• Laadukasta ja monipuolista palvelua suositellaan eteenpäin</li> <li>• Saavutetaan suurempi markkinaosuus suhteessa kilpailijoihin vahvuuksien vuoksi</li> <li>• Ihmisten asenteet muuttuvat ammatillisen koulutuksen, alan ohjeistuksen ja sertifiointin johdosta</li> </ul>	<p><b>UHAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alalla koulutetaan lähivuosina liikaa toimijoita, joten yritys hankkii vahvan markkina-aseman ennen sitä</li> <li>• Alalla toimivat epäpätevät yrittäjät pilaavat alan mainetta, joten yritys ylläpitää ja vahvistaa omaa pätevyyttään, sekä markkinoi sitä</li> <li>• Koira tai molemmat menettävät toimintakykynsä sairauden tai tapaturman seurauksesta, joten koirien kunnosta huolehtiminen ja uusien koulutus pienentää uhkaa</li> </ul>

KUVIO 4. SWOT-analyysi Homekoirat Vahekoski

Yrittäjän tulee pyrkiä vahvistamaan taulukossa esiintyviä heikkouksia, varautua uhkiin ja hyödyntää vahvuuksia ja mahdollisuuksia. SWOT-analyysi opettaa kohdistamaan huomiota oikeisiin asioihin. (Viitala & Jylhä 2006, 59.)

Heikkouksia pyritään vahvistamaan luomalla yhteistyöverkostoa alan toimijoiden kanssa. Suorat puhelinkontaktit ovat parhaita lähestymiskeinoja ja ovat toimineet jo aiemmin. Kokemuksen puute ei korjaannu kuin työskentelemällä ja ajan kanssa. Tietysti hankkimalla tietoa ja opiskelemalla alaa jatkuvasti, kokemuksen karttumista pystytään nopeuttamaan.

Uhkakuvien torjuminen aloitetaan luomalla yrityksestä uskottava toimija alalla. Markkinoinnin ja ammatillisen osaamisen keinoin yritykselle pyritään saamaan vahva jalansija toimialalla. Vahva asema vakiinnuttaa kysyntää, eikä uusien toimijoiden tuleminen alalle vaikuta oleellisesti liiketoimintaan. Epäpäteviin toimijoihin ei voida suuremmin vaikuttaa, mutta asiakkaiden valintaan pyritään vaikuttamaan suosittelulla heitä käyttämään palveluntarjoajia, joilla on todistetusti ammatillinen koulutus tai riittävä kokemus ja osaaminen alalta. Uhkakuvaa koirien hyvinvoinnista pyritään pienentämään säännöllisillä käynneillä eläinlääkärillä, laadukkaalla ruokinnalla, riittävällä liikunnalla ja levolla, sekä huolehtimalla turvallisuusasioista. Lisäksi pyritään kouluttamaan uusi koira pariaksi valmiille koiralle, jolloin toiminta ei lamaannu yhden koiran sairaudesta tai tapaturmasta.

#### 3.3.4 Yrityksen verkostoituminen

Verkostoituminen on yritykselle erittäin tärkeää. Yritykset muodostavat verkostoitumalla monen yrityksen kanssa yhteistyökumppanuuden. Tämän kumppanuuden tulee hyödyttää kaikkia toimiakseen. Yhteistyöllä pyritään vähentämään yrittäjän taakkaa, yrityksen kustannuksia sekä lisäämään asiakastyytyväisyyttä ja luomaan kilpailuetua. Verkostoituminen on osa markkinointia, sillä yhteistyöyritykset mainostavat toinen toisiaan ilman kustannuksia. (Bergström & Leppänen 2007, 256 - 257.)



Yritys voi verkostoitua esimerkiksi henkilökohtaisten suhteiden luomisella ja harjoittamalla yhteistyötä muiden saman toimialan yritysten kanssa. Verkostoitumisen syitä on monia, kuten tarjotut työmahdollisuudet, joihin omat voimavarat eivät yksinään riitä tai halu kohdentaa rajalliset resurssit oman osaamisen kehittämiseen ja täydentää palvelua yhteistyökumppanin osaamisella. Monien yritysten menestyminen riippuu pitkälti hyvistä henkilökohtaisista suhteista. Asia korostuu pienillä liiketoiminta-alueilla, jolloin ystävyys- ja tuttavuusverkoston merkitys korostuu. Apuna näiden suhteiden luomiseen on urheiluseurat, yrittäjäjärjestöt, edelliset työpaikat jne. Moni yrittäjä hyödyntää näitä suhteita myös tiedostamattaan. Yritysten väliseen yhteistyöhön on useita mahdollisuuksia ja monet näistä vähentävät yritysten kustannuksia ja lisäävät liiketoimintaa. Hyvänä esimerkkinä ovat yhteisostot, esimerkiksi kukkakaupat saattavat muodostaa pienistä kaupoista muodostuvan ryhmittymän, joka ostaa hankintansa suurien ostomäärien vuoksi edullisemmin. Yhteistyö voidaan myös viedä pidemmälle ja sitoutua vaikkapa yhteisen tuotemerkin tai brändin alle, jolloin myös markkinointia voidaan hoitaa yhteisesti. (Pitkämäki 2000, 97-98.)

Homekoirat Vahekosken verkostoituminen aloitetaan kilpailijoista. Osa kilpailijoista on koulukavereita ja tietysti heidän kanssaan on jo verkostoiduttu. Muihin kilpailijoihin pyritään ottamaan suoria puhelinkontakteja. Kilpailijoiden suhtautuminen on todennäköisesti positiivista. Pienellä alalla on hyvä olla tuttuja ja kaikki toimijat ovat koiraihmissä, jotka yleensä löytävät yhteisen sävelen toisen koiranomistajan kanssa.

Verkostoitumisen seuraava askel on kiinteistövälittäjät, joille viedään henkilökohtaisesti käyntikortteja ja pyritään kertomaan heille mahdollisimman paljon alasta. Myös tämä on suhteellisen helppoa, sillä ihmisiä kiinnostaa homekoiratoiminta yllättävän paljon. Työkoiriin suhtautuminen on yleisesti todella positiivista ja jopa ihailevaa. Tätä positiivista suhtautumista on syytä hyväksikäyttää luodessa suhteita kiinteistö- ja rakennusosalalle.

Verkostoitumista harjoitetaan myös pankkeihin, sillä pankkien intresseissä on asuntolainoja myönnettäessä rakennusten kunto. Asuntolaina terveeseen kiinteistöön on kannattava, vaurioituneessa rakenteessa tulee jatkossa ongelmia. Jos rakennus on vaurioitunut, saattaa lainanottaja tarvita lisärahoitusta tai jopa pahimmassa tapauksessa sairastua ja lainanhoito vaikeutuu.

### 3.3.5 Yrityksen kilpailutilanne

”Kun yritys arvioi kilpailutilannettaan, se tunnistaa oman asemansa muiden yritysten joukossa. Arviointi selvittää lisäksi toimialan keskeisiä menestymisen edellytyksiä.” (Pitkämäki 2000, 39.)

Yrityksen on tunnistettava kilpailijansa menestyäkseen. Kilpailijoilla tarkoitetaan samalla toimialalla ja markkina-alueella toimivat yritykset. Toimialan kehittymisen hahmottaminen on tärkeää, jotta yrittäjä pystyy pohtimaan omaa sijoittumistaan kilpailutilanteessa. Tässä apuna toimii kilpailu- ja kilpailija analyysi, jossa vastataan seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat kilpailevia yrityksiä?
- Miten niiden myynti on kehittynyt viime vuosina?
- Mitkä ovat yritysten vahvat ja heikot puolet?
- Mihin suuntaan yritykset ovat kehittymässä?
- Onko alalle tulossa uusia yrittäjiä ja millaisia ne ovat?
- Miten kilpailu kehittyi lähivuosina?

Näiden kysymysten vastauksista voi tehdä johtopäätöksiä, jotka auttavat yritystä tekemään ratkaisuja, joiden avulla pysytään kilpailussa mukana. (Raatikainen 2011, 91.)

Homekoirat Vahekosken kilpailu- ja kilpailija-analyysin vastaukset:

Palvelun tarjoajien määrä on suhteellisen pieni verrattuna kysyntään, joten kilpailu on hyvin minimaalista. Kilpailevia yrityksiä löytyy markkinoilta alle viisitoista. Kilpailijoita ovat Homekoira Team Oy, Kodog Ky, Homekoirat Sagulin Ky, Homekoirat Rantanen, Tmi. Lakeuden Homekoirat, Tmi. Homekoirat S&S sekä Kymen Home-etsintä. Lisäksi on muutamia yrityksiä, joiden toiminta ei ole mainittavaa.

Ainoastaan yhden yrityksen liikevaihtotiedot ovat julkisia. Tämän yrityksen liikevaihto on vaihdellut viimeisen viiden vuoden aikana 100 000€ molemmin puolin,

mutta pysynyt suhteellisen lähellä tätä summaa. Muista toimijoista on ainoastaan epämääräisiä haastattelutietoja. Aktiivisesti toimivien yritysten liikevaihdot liikkuvat näiden tietojen mukaan 50 000 ja 100 000 välillä. Trendinomaista tuntuu olevan kysynnän lievä kasvu viime- ja tänä vuonna. Syynä tähän saattaa olla alan esiintyminen mediassa useasti parina viime vuonna ensimmäisen ammatillisen koulutuksen puitteissa.

Kilpailevilla yrityksillä on erilaisia vahvuuksia. Osa on toiminut alalla pitkään ja saavuttanut jo vakiintuneen kysynnän. Osa pitkään toimineista yrittäjistä on ehtinyt luomaan suhteita esimerkiksi kunnallispuolen kiinteistöistä vastaaviin tahoihin. Vahvuuksina voisi myös mainita kahden alan yrittäjän todella pitkän historian virkakoirien parissa. Heikkouksista voisi mainita seuraavat. Markkinointia on todella vähän tai ei ollenkaan. Osan www-sivut ovat aikaansa jäljessä ja informaatio on todella suppeaa. Suurimmalla osalla kilpailijoista ei ole minkäänlaista rakennusalan asiantuntemusta.

Tomi Vahekoski on seurannut kilpailijoita Kannuksen koulutuksen alkamisesta lähtien. Yritykset eivät ole kehittyneet viimeisen kahden vuoden aikana seurannan perusteella. Palvelu, hinnoittelu ja toiminta on havaintojen perusteella pysynyt samanlaisena.

Kannuksen maaseutuopisto aloittaa syksyllä todennäköisesti noin viidentoista uuden opiskelijan ja koiran koulutuksen. Aikaisemman kurssin perusteella voisi arvioida noin viiden näistä aloittavan päätoimisen yrittäjyyden homekoira-alalla. Uusien yrittäjien pätevyys ja tulevaisuus riippuu heidän taustoistaan ja opintojen onnistumisesta. Kilpailutilanteeseen uusilla yrittäjillä ei ole suurtakaan vaikutusta, sillä myös kysyntä on kasvamassa.

Kysynnän kasvussa on myös negatiivinen puoli. Helppo raha houkuttelee alalle epäpäteviä toimijoita, jotka pilaavat alan mainetta. Vastaava tilanne on jo tapahtunut kuntokartoituslalla. Koska alalla ei tarvita virallisia sertifiointeja tai standardien mukaisia pätevyksiä lain puolesta, voi homekoirayrityksen perustaa periaatteessa kuka tahansa. Asiaan ollaan puuttumassa, sillä ympäristöministeriön on luomassa

alalle tilaaja- ja toimintaohjetta, sekä mahdollisesti sertifiointijärjestelmää. Näihin on pyydetty lausuntoa myös Homekoirat Vahekoskelta.

### 3.3.6 Markkinointi

Kun tuotteet ja palvelut on hinnoiteltu ja potentiaaliset asiakkaat on tunnistettu, mietitään miten yritystä markkinoidaan. Markkinointia suunniteltaessa mietitään ne keinot joita käytetään ja markkinointibudjetin koko. Markkinointitoimenpiteitä ovat markkinointiviestintä, yrityksen tarvitsemat lomakkeet, sisäinen ja ulkoinen markkinointi, palveluympäristö ja palveluprosessi. (Raatikainen 2011, 94-95.)

Markkinointiviestinnässä yritys voi käyttää kolmea keinoa:

- Suoramainonnan keinoja, vaikkapa lähettämällä esitteitä
- Tiedottamista, kuten mainontaa lehdissä tai luomalla internet-sivut
- Näkymismainontaa tuomalla yrityksen nimeä ja logoa esille.

(Raatikainen 2011, 94-95.)

Yrityksen lomakkeet ovat myös mainonnan keino ja niinpä yrityksen tulee keskittyä myös käyntikorttien, asiakirjamallien, kirjekuorien jne. ulkoasuun ja hankintaan. Sisäisellä ja ulkoisella markkinoinnilla tarkoitetaan esimerkiksi yrityksen henkilökuntaa ja asiakkaita, asiakaspalvelun onnistumista ja vaikkapa asiakkaan positiivista yllättämistä. Palveluympäristö luo omalta osaltaan yritykselle imagoa ja siksi asiakaspalvelutilat ja niiden viihtyvyys, toimivuus ja siisteys ovat tärkeitä. Palveluprosessissa punnitaan henkilökohtaista myyntityötä ja palvelua, sekä asiakkaan arvostamista. (Raatikainen 2011, 94-95.)

Yrityksen markkinointibudjetti on pieni, mutta paljon erilaisia markkinointitoimenpiteitä otetaan käyttöön. Markkinoinnin peruselementtinä toimivat yrityksen www-sivut. Www.homekoirat.com sivuston erinomainen näkyvyys hakukoneiden tuloksissa takaa asiakaskontaktit internetissä. Sivusto markkinoi siis itse itseään, mutta sen näkyvyyttä lisätään hakukonepalvelu Googlen Adwords kampanjalla, jonka budjetti

on 1,50 euroa päivässä. Markkinointibudjettia ei ole rajattu, vaan sitä lisätään aina tarvittaessa. Kuitenkin karkeana arviona voidaan esittää ensimmäisen vuoden budjetiksi noin 3000 euroa.

Suoramainontaa käytetään jakamalla Homekoirat Vahekosken esitteitä kauppojen ilmoitustauluille, koirapuistoihin, eläinlääkäreihin ja kiinteistövälittäjille. Kauppojen ilmoitustauluille jätetyt esitteet, joissa on perinteinen irrotettava puhelinnumero, ovat olleet panostukseensa nähden yksi parhaita markkinointikeinoja. Tämä tieto on saatu kilpailijalta, mutta on luotettavaa informaatiota.

Tiedottamista harjoitetaan yrityksen www-sivuilla [www.homekoirat.com](http://www.homekoirat.com) ja satunnaisilla pienillä ilmoituksilla ilmaisjakelulehdissä. Ilmaisjakelulehdet ovat hyviä, sillä markkinointi pystytään kohdentamaan tietylle alueella ja ajoittamaan haluttuun ajankohtaan. Lisäksi mainonta on edullista.

Näkymismainontaa harjoitetaan teetättämällä magneetitarrat ajoneuvoihin. Oleellista tässä asiassa on nimenomaan magneetitarrat, sillä tarrat pitää pystyä poistamaan aina asiakkaan luo saavuttaessa. Useimmat asiakkaat eivät halua naapureidensa tietävän, että talossa suoritetaan homekoiratutkimusta.

Yrityksen lomakkeet, käyntikortit, asiakirjat, kirjekuoret ja muut vastaavat teetätään samantyyllisiksi lisäämällä kaikkiin logot ja yhteystiedot, sekä käyttämällä samaa värimaailmaa. Hankinnat tehdään paikallisilta palvelutarjoajilta, joita on käytetty aikaisemminkin.

Sisäisissä ja ulkoisissa markkinoinnin keinoissa keskitytään oman asiakaspalvelun laatuun, sekä asiakkaan positiiviseen yllättämiseen. Asiakaspalvelussa keskitytään asiantuntemukseen ja ystävällisyyteen. Asiakkaille pyritään aina antamaan enemmän kuin he ovat tilanneet. Tästä on hyvänä esimerkkinä lisäpalvelut ja suositustoimenpiteet, jotka Homekoirat Vahekoski tarjoaa veloitusetta.

Palveluympäristöön ei voida vaikuttaa. Palveluprosessi tapahtuu aina kohteessa, johon asiakas on homekoiratutkimuksen tilannut ja kiinteää toimipaikkaa Homekoirat Vahekoskella ei ole.

Palveluprosessiin voidaan vaikuttaa ja siksi pyrimme ajattelemaan toimintamme ja palvelumme aina asiakkaan kannalta. Asiakasta on hyvä hieman rauhoitella asiantuntemuksellamme, sillä homevaurio tai edes sen epäily on aina hyvin arka aihe. Palveluprosessin hienotunteisuus on tärkeä asia, sillä usein tutkimusta saattaa olla seuraamassa talon omistaja, kiinteistövälittäjä ja potentiaalinen ostaja joka on vaatinut tutkimusta. Tällöin pitää huomioida useiden ihmisten erilaiset lähtökohdat ja intressit tilanteeseen.

### 3.4 Yritys ja tiimi

Tässä osiossa käsitellään itse yritystä, sen perustietoja ja yhtiömuodon valintaa. Tiimistä kerrotaan taustat, osaaminen ja koulutus, sekä pyritään esittämään kriittisiä kysymyksiä, joilla selvitetään yrittäjän ja tiimin puutteita. Yrittäjäksi aikovan on syytä miettiä omia mahdollisuuksiaan ja jopa perheensä mahdollisuuksia yritystoimintaan. (Yrityksen perustajan opas 2011, 7; Raatikainen 2011, 183-185.)

#### 3.4.1 Yritys

Yritystiedoissa kerrotaan yrityksen perustiedot, nimi, toimiala, toimipaikka ja omistajat. Tässä osiossa kerrotaan myös yritysmuoto ja perustellaan miksi juuri tähän yritysmuotoon on päädytty. Yrittäjä voi harjoittaa toimintaa omissa nimissään tai oikeudellisesti itsenäisen oikeushenkilön eli yrityksen nimissä, joita Suomessa on käytössä useita. Nämä jaetaan kahteen ryhmään, henkilöyrityksiin ja pääomayrityksiin. Uutta yritystä perustettaessa tulee pohtia oikeudellista asemaa, verotusta, toiminnan laajuutta, hallinnollista joustavuutta, vastuuta ja voitonjakoa. Olennaista on, että henkilöyritykset vastaavat henkilökohtaisella omaisuudellaan yrityksen veloista, kun pääomayrityksissä vastuu rajoittuu pääomapanokseen. Yhtiömuodon valintaan saa apua esimerkiksi TE-keskuksista ja uusyrityskeskuksista. Ensin valitaan perustetaan-ko henkilö- vai pääomayritys. Tämän jälkeen valitaan lopullinen yritysmuoto. (Meretniemi & Ylönen 2009, 40; Viitala & Jylhä 2006, 65; Yrityksen perustajan opas 2011, 12-13.)

Toiminimen perustaminen ja lopettaminen on nopeaa, helppoa ja halpaa. Toiminimen toiminta perustuu yleensä yrittäjän omaan osaamiseen ja ammattitaitoon. Toiminimen perustamisesta ei tarvitse tehdä ilmoitusta, mutta se on järkevää mikäli toimimini halutaan suojata. Perusilmoitus kaupparekisteriin pitää tehdä myös, mikäli harjoitetaan luvanvaraista toimintaa, kuten esimerkiksi taksit, sähköliikkeit ja auto-koulut. Ilmoitus tarvitaan myös jos yrittäjällä on omasta asunnosta erillinen toimitila tai yrittäjällä on palveluksessa työntekijä, joka ei ole aviopuoliso. Yksityinen elinkeinonharjoittaja vastaa yrityksestä koko omaisuudellaan, joten vastuut ja riskit ovat yksin yrittäjän. Myös päätöksenteko on yksin yrittäjän ja hän tekee päätökset yksin ja itsenäisesti. Yrittäjä ei saa nostaa palkkaa toiminimestä, vaan kaikki varat joita yrittäjä nostaa, ovat yksityisottoja. Laki ei määrää tilintarkastuksesta, mutta josku esimerkiksi rahoittajat saattavat vaatia tilintarkastajan lausuntoa. (Yrityksen perustajan opas 2011, 16-17; Meretniemi & Ylönen 2009, 42-43.)

Avoim yhtiö on soveltuva pienen tai keskisuuren perheyhtiön yhtiömuodoksi. Avoimessa yhtiössä yhtiömiesten henkilökohtaisella osallistumisella on suuri vaikutus toimintaan. Avoimessa yhtiössä yhtiön muodostaa kaksi tai useampi yhtiömies, jotka voivat olla luonnollisia tai juridisia henkilöitä. Pakollisia toimielimiä ei ole, mutta hallitus ja toimitusjohtaja voidaan nimittää. Avoin yhtiö syntyy yhtiösopimuksen allekirjoituksilla ja pääoma on vapaasti määritettävissä. Myös pelkkä työpanos riittää. Yhtiömiehet vastaavat henkilökohtaisella omaisuudellaan yrityksestä ja siksi luottamus yhtiömiesten kesken on todella tärkeää. Yhtiömies voi tehdä sitovia oikeustoimia, joista kaikki ovat vastuussa. Oikeuksia voidaan rajoittaa yhtiömiesten sopimuksella ja antaa nimenkirjoitusoikeus esimerkiksi yhdelle tai kahdelle yhtiömiehelle yhdessä. Palkkaa voidaan maksaa ja rahaa voidaan nostaa myös yksityisottoina. Yhtiömiehillä on oikeus saada tietoa yrityksen toiminnasta ja tarkastaa kirjanpito. (Yrityksen perustajan opas 2011, 16-17; Meretniemi & Ylönen 2009, 44-45.)

Kommandiittiyhtiö on sopiva yhtiömuoto, kun tarvitaan lisärahoitusta ulkopuoliselta taholta. Ulkopuolisen rahoittajan ei tarvitse kommandiittiyhtiössä osallistua päivittäiseen toimintaan ja rahoittajan vastuuta voidaan rajata sijoituksen suuruiseksi. Myös vastuunalaiset yhtiömiehet voivat sijoittaa rahaa, mutta myös työpanos riittää. Kommandiittiyhtiössä, kuten avoimessakin yhtiössä yhtiömiesten omalla osallistumisella on suuri vaikutus toimintaan. Vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat yrityksestä omai-

suudellaan, tekevät päätökset ja edustavat yhtiötä. Äänetön yhtiömies taas toimii vain rahoittajana ja on vastuussa vain sijoittamansa pääoman verran. Kommandiittiyhtiö syntyy sopimuksella, josta käy ilmi äänettömän yhtiömiehen sijoitus ja osuus yhtiön voitosta. Kommandiittiyhtiössä tulee olla vähintään kaksi perustajaa, äänetön ja vastuunalainen. Pakollisia toimielimiä ei ole, mutta hallitus ja toimitusjohtaja voidaan nimittää. Tilintarkastajista ei tarvitse olla. (Yrityksen perustajan opas 2011, 16-17; Meretniemi & Ylönen 2009, 46-47.)

Osuuskunnan tarkoituksena on jäsentensä tukeminen taloudellisella yhteistoiminnalla, eikä pääomasijoittajien voiton maksimointi. Toiminnan tavoite voi olla myös aatteellinen. Osuuskunnan voi perustaa vähintään kolme henkilöä, yhteisöä, säätiötä tai muuta oikeushenkilöä. Jäsenomistajat voivat osallistua toimintaan ja saavat siitä korvauksen. Poikkeuksena esimerkiksi SOK, jossa jäsenet ovat asiakkaita. Osuuskunta saa valita jäsenensä, joilta peritään samansuuruinen osuusmaksu. Osuusmaksu muodostaa peruspääoman. Osuuskunta perustetaan merkitsemällä se kaupparekisteriin. Osuuskunnan jäsenet vastaavat sitoumuksista maksamansa osuuspääoman verran. Ylin päättävä elin on osuuskunnan kokous, joka myös valitsee lain määräämän hallituksen ja toimitusjohtajan. Osuuskunta jakaa jäsenilleen voittoa. Osuuskunnan ei tarvitse valita tilintarkastajia, jollei näin ole säädetty. (Yrityksen perustajan opas 2011, 16-17; Meretniemi & Ylönen 2009, 48-49.)

Osakeyhtiö on paras yhtiömuoto kun perustajia on paljon ja tarvitaan paljon pääomaa. Osakeyhtiö tarkoitus on tuottaa voittoa osakkailleen. Osakeyhtiö voi olla yksityinen Oy tai julkinen Oyj. Perustaminen voi tapahtua yhden tai useamman henkilön toimesta, joiden vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomaan. Tämä vastuun rajoittuminen on kuitenkin usein teoreettista, sillä usein osakkaat joutuvat antamaan vakuuksia yrityksen veloista. Osakeyhtiössä on oltava hallitus, vähintään yksi jäsen ja yksi varajäsen. Yli 80 000€ alkupääoman osakeyhtiöissä hallituksessa on oltava kolme jäsentä ja toimitusjohtaja. Osakkeenomistajille voidaan maksaa palkkaa, osinkoja tai lainaa. Tilintarkastajaa ei ole pakko ilmoittaa. (Yrityksen perustajan opas 2011, 16-17; Meretniemi & Ylönen 2009, 50-52.)

Aputoiminimen voi perustaa jokainen kaupparekisteriin merkitty yritys, yhteisö tai elinkeinon harjoittaja. Aputoiminimellä voi harjoittaa osaa liiketoiminnasta. Tämä



liiketoiminta ei saa kattaa yrityksen toimialaa kokonaisuudessaan ja jos toimialoja on vain yksi, voidaan käyttää esimerkiksi maantieteellistä rajausta. Aputoiminimen toimiala on ilmoitettava kaupparekisteriin. Aputoiminimen voi ilmoittaa perustettaessa yritystä tai jälkikäteen muutosilmoituksella. (Patentti- ja rekisterihallituksen www-sivut 2012.)

- Yrityksen nimi: TVL Import Oy
- Aputoiminimi: Homekoirat Vahekoski
- Toimipaikka: Pori
- Omistajat: Tomi Vahekoski
- Yritysmuoto: Osakeyhtiö

Yhtiömuodon valinta homekoiratoiminnalle oli selkeä, sillä yrittäjällä oli jo toiminnassa oleva maahantuontiyritys TVL Import Oy. TVL Import Oy toimii elektroniikkatuotteiden maahantuojana ja sen asiakkaita ovat muun muassa Hobbyhall ja Kesko. Aputoiminimen lisääminen yritykselle on vaivaton ja edullinen vaihtoehto uuden yrityksen perustamiselle. Aputoiminimen lisääminen jälkikäteen maksoi 75€ ja se tehtiin Y4 lomakkeella. Lisäksi piti toimittaa TVL Import Oy:n hallituksen päätös aputoiminimen lisäämisestä. Aputoiminimi Homekoirat Vahekoski toimii saman Y-tunnuksen alla kuin TVL Import Oy.

### 3.4.2 Tiimi

“Ihmiset tekevät yrityksen, eivät yksin koneet, laitteet, kassavirta tai järjestelmät.” (Pitkämäki 2000, 69.) Menestyäkseen yritys tarvitsee hyvän henkilöstön, jolla on riittävät tiedot, taidot, kokemus ja tahto. Toiminnasta riippuen kannattaa miettiä perustaako yrityksen yksin vai yhdessä jonkun tai joidenkin kanssa. Yhdessä kannattaa yrittää, se kun tuottaa lisäarvoa, mutta työnjaon pitää olla selkeä. Maksut ja työtehtävät tulee sopia alusta alkaen selkeästi. Jos palkataan henkilöstöä, tulee miettiä minkälaista osaamista kaivataan ja kuinka paljon. Yhtenä hyvänä mahdollisuutena on ali-hankkijoiden käyttö. (Meretniemi & Ylönen 2009, 50-52.)

Homekoirat Vahekosken tiimiin kuuluu yrittäjä Tomi Vahekoski ja hänen saksanpaimenkoiransa Myrsky. Toisena koirakkona toimii aina tarvittaessa myöskin Kan-

nuksen maaseutuopistosta homekoiranohjaajaksi valmistunut Järvenpääläinen rakennusmestari Jussi Holopainen ja hänen jackrusselinterrierinsä Pyry. Jussi Holopainen tuottaa Homekoirat Vahekoskelle lisäarvoa rakennusmestarin ammattitaidollaan, sekä käytännön töissä, että mainonnassa. Rakennusmestarin ammattitaitoon luotetaan ja sitä arvostetaan asiakkaidemme parissa. Tehtävät on jaoteltu selkeästi. Jussi on töissä Helsingin kaupungilla ja tekee tutkimuksia aina tarvittaessa, kun taas Tomi työskentelee kokopäiväisesti. Raportit tutkimuksista Jussi tarkistaa aina ja tarvittaessa myös konsultoi haastavammissa tutkimuskohteissa. Lisäksi Homekoirat Vahekoski käyttää alihankkijana Kymen Home-etsintää ja Jussi Grönmania suurissa, useampaa koiraa vaativissa kohteissa. Esimerkkinä useita tuhansia neliöitä käsittävät koulurakennukset. Tällaiset rakennukset ovat haasteellisia kohteita koirakon jaksamisen kannalta ja raportoinnin kannalta. Kymen Home-etsintä laskuttaa Homekoirat Vahekoskea palveluksistaan erikseen sovitusti.

### 3.5 Laskelmat ja talous

Yrittäjän pitää pohtia kuinka paljon rahaa tarvitaan toiminnan aloittamiseen. Liiketoiminnan kulut on hyvä arvioida kriittisesti ja muistaa, että liiketoiminnan saaminen kannattavaksi voi kestää pitkäänkin. Investointilaskelmalla voidaan suunnitella rahan tarvetta ja kannattavuuslaskelmalla arvioida paljonko tarvitsee myydä liiketoiminnan pyörittämiseksi. (Meretniemi & Ylönen 2009, 36-37, Lipponen 2012, 10.)

#### 3.5.1 Talous

Palvelu perustuu koiran ja ohjaajan hankkimaan ammattitaitoon, eli suurta alkupääomaa tarvita. Aputoiminimen perustaminen maksaa 75 euroa. Lisäksi pääomaa tarvitaan jonkin verran työvaatteisiin ja muutamiin työkaluihin. Näiden tarvikkeiden yhteissumma kohoaa noin 1500 euroon. Yrittäjä panostaa tarvittavan rahasumman jo olemassa olevan yrityksen TVL Import Oy:n kassavarannoista. Aikaisemmin on jo panostettu koiran koulutukseen 1000 euron koulutusmaksu ja majoitukseen, matkoihin sekä ylläpitoon Kannuksella 1800 euroa.

Kuukausittaiset kulut muodostuvat koiran kuluista, eli ruoasta ja eläinlääkärillä käynneistä. Vakuutusta koiralle ei saa, sillä mitkään vakuutusyhtiöt eivät ole luoneet virkakoirille vakuutuksia. Koiran korkeimmaksi vakuutussummaksi saa muutaman tuhannen euron korvaussumman. Tällaista vakuutussummaa on turha ottaa, koska koira tienaa kymmeniä tuhansia vuodessa ja korvaussumma ei ole missään suhteessa menetyksiin. Kun koiran kulut lasketaan yhteen, nousevat kuukausittaiset kulut koirasta noin sataan euroon.

Muita kuukausittaisia kuluja ovat internet- ja lehtimainonta, noin 75 euroa. Muita kuukausittaisia kuluja ei ole, sillä kirjanpito, palkat, toimistokulut, puhelimet ja vakuutukset ovat jo olemassa TVL Import Oy:ssä ja sen liiketoiminta kattaa nämä kulut. Palkkaa tietysti homekoiratoiminnasta nostetaan, mutta vasta kun se on kannattavaa toimintaa.

Arviona voidaan olettaa ensimmäisen toimintavuoden liikevaihdon olevan noin 48 000 euron luokkaa. Seuraavana toimintavuonna 72 000 ja kolmantena vuonna liikevaihto kohoaa hyvän homekoirayrityksen tasolle noin 96 000 euroon.

Koska rahoituksen tarvetta ei ole, toiminnan aloittamisen kustannukset ovat näin minimaaliset ja suurin osa yrityksen peruskuluista on jo olemassa ja hoidossa TVL Import Oy:n kautta, budjetointia tai rahoituksen suunnittelua ei tarvita laajemmassa mitakaavassa.

### 3.5.2 Laskelmat

<b>Investointilaskelma</b>	
<b>Aputoiminimen perustaminen</b>	75
<b>Työkalut ja vaatteet</b>	1500
<b>Koulutusmenot Kannus</b>	2800
<b>Yhteensä (euroa)</b>	4375

<b>Kannattavuuslaskelma</b>	<b>kuukaudessa</b>	<b>vuodessa</b>
<b>Tavoitetulos Brutto</b>	4000	48000
<b>Kulut Brutto</b>	175	2100
<b>Myynnin tarve Brutto</b>	4175	50100

## 4 YHTEENVETO

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen kokoa mielestäni hyvin ammattikorkeakouluopintoni. Hakeuduin kouluun vääristä syistä, koska jotain piti opiskella. Kuitenkin kirjoittaessani tätä opinnäytetyötä, huomasin koulun ja opintojeni auttaneen monessa asiassa yrittäjyyden polulla ja uusia yrityksiä perustettaessa.

Opinnäytetyön tekeminen ei ole ollut minulle helppoa. Kevään opinnäytetyöprosessin piti olla läpihuutojuttu. Kuitenkin kysyntää homekoiralle on ollut kohtuullisen paljon, perheeseemme syntyi toinen lapsi, kolmas yritykseni on perusteilla, kaksi muuta yritystä työllistävät myös muutaman päivän kuukaudessa ja kaiken tämän lisäksi ostimme omakotitalon tänä samaisena keväänä.

### 4.1 Opinnäytetyöprosessin arviointia

Vaikka aihe olikin minulle melkein heti selvä, kun opinnäytetyön tekeminen tuli ajankohtaiseksi, prosessin aloittaminen venyi pidemmälle kuin alun perin suunniteltiin. Opinnäytetyön tekemisessä tuli kiire, sillä en ollut tajunnut, kuinka paljon työ ajallisesti vaatii. Itse kirjoittaminen ei ajallisesti vaatinut paljoa, mutta opinnäytetyön miettiminen ja ajatustyö sitäkin enemmän. Lisäksi opinnäytetyön korjaamiseen ja sen jäsentelyyn meni uskomattoman paljon aikaa. Tietysti myös opinnäytetyön kokonaisuuden hahmottaminen vei aluksi paljon aikaa. Jotenkin alussa tuntui, että kaikki pitäisi saada suoraan paperille. Vasta kun ymmärsin kokonaisuuden koostuvan pienistä palasista, joita voi työstää pitkälti erikseen, alkoi työ sujua paremmin.

## 4.2 Opinnäytetyön arviointia

Liiketoimintasuunnitelma on mielestäni sopivan kiinnostavaa luettavaa, jotta mahdolliset alalle pyrkivät uudet toimijat jaksavat lukea sen ajatuksella kokonaan läpi. Tottakai uusien yrittäjien pitää muokata liiketoimintasuunnitelma omiin tarpeisiin sopivaksi, eikä käyttää sitä suoraan samanlaisena, sillä jokainen yritys ja yrittäjä ovat erilaisia. Pyrin käyttämään suhteellisen uusia lähteitä ja mielestäni onnistuin siinä hyvin. Lähteet ovat asianmukaisia ja tuoreita.

## 4.3 Oppimisen arviointia

Vaikka ajatuksena alussa oli, että en opi mitään uutta varsinkaan omasta alastani, tämän prosessin aikana, voin myöntää, että olin väärässä. Ajatusmaailmani ja toimintatapani yrityksen pyörittämisessä muuttuivat jonkin verran ja mielestäni parempaan suuntaan. Opin esimerkiksi käyttämään ja hakemaan tietoa paremmin kuin ennen. Lisäksi aion jatkossa käyttää liiketoimintasuunnitelmaa ohjekirjana toiminnan kehittämisessä eteenpäin sekä apuna yrityksen olennaisten toimintojen hahmottamisessa.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Finnveran www-sivut. Viitattu 10.05.2012.

[www.finnvera.fi/content/download/.../Itasuunnitelmarunkoalkava.pdf](http://www.finnvera.fi/content/download/.../Itasuunnitelmarunkoalkava.pdf)

Grönman, J. 2011. Työskentely homekoiran kanssa. Luento Kannuksen maaseutuopiston homekoiranohjaajien koulutuksessa 9.11.2011

Holopainen, J. 2011. Homekoiran käyttö kiinteistöjen tarkastuksissa. Luento Kannuksen maaseutuopiston homekoiranohjaajien koulutuksessa 7.9.2011

Homekoirat Vahekoski www-sivut. Viitattu 12.03.2012. <http://homekoirat.com/>

Kauppalehden www-sivut. Viitattu 19.03.2012.

<http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=20110155027>

Keski-Pohjanmaan maaseutuopiston www-sivut. Viitattu 08.04.2012.

<http://www.kpedu.fi/Yksikko.aspx?l=11&id=132&p1=132>

Lipponen R. 2012. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Edita

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otava.

Patentti- ja rekisterihallituksen www-sivut. Viitattu 02.02.2012.

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystennimet/aputoiminimi.html>

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerrus kirjapaino Oy.

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita.

Spinno Enterprise centerin www-sivut. Viitattu 19.04.2012.

<http://spinno.fi/tietopankki/liiketoimintasuunnitelma/>

Taloussanomien www-sivut. Viitattu 18.03.2012.

<http://www.taloussanomien.fi/asuminen/2009/05/17/jopa-joka-toisessa-talossa-vakavia-kosteusvaurioita/200912420/310>

Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Ylen www-sivut. Viitattu 08.04.2012.

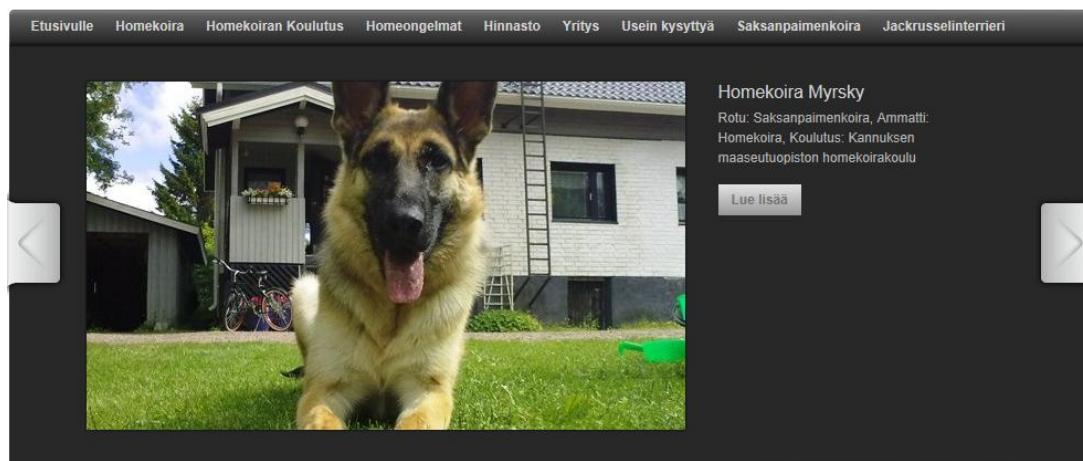
[http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2009/12/hometta\\_saattaa\\_loytya\\_aivan\\_uudesta\\_talosta\\_1293619.html](http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2009/12/hometta_saattaa_loytya_aivan_uudesta_talosta_1293619.html)

Ylen www-sivut. Viitattu 08.04.2012.

[http://yle.fi/uutiset/terveys\\_ja\\_hyvinvointi/2011/08/syopakoirat\\_haistavat\\_myos\\_keuhkosyovan\\_2802768.html](http://yle.fi/uutiset/terveys_ja_hyvinvointi/2011/08/syopakoirat_haistavat_myos_keuhkosyovan_2802768.html)

Yliselä, A. 2010. Vuoden poliisi nauttii työstä koiran kanssa. Koiramme lehti 12/2010, 7-9.

Ympäristöministeriön kosteus- ja hometalkoot www-sivut. Viitattu 01.05.2012.  
<http://www.hometalkoot.fi/>



[www.homekoirat.com](http://www.homekoirat.com) etusivun näkymä



LIIKETOIMINTASUUNNITELMA  
HOMEKOIRAT VAHEKOSKI



**Homekoirat.com - Koulutetut homekoirat**  
Homevaurioiden paikantaminen nopeasti, ammattitaidolla ja rakenteita rikkomatta

## SISÄLLYS

1	HOMEKOIRAT VAHEKOSKI LIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	43
1.1	Tiivistelmä .....	43
1.2	Liikeidea .....	44
1.2.1	Toimintatapa.....	44
1.2.2	Tuotteet ja palvelut.....	44
1.2.3	Asiakkaat.....	45
1.2.4	Imago .....	45
1.3	Markkinointisuunnitelma.....	47
1.3.1	Asiakkaat.....	47
1.3.2	Markkinatilanne .....	49
1.3.3	Toimintaympäristön arviointi.....	49
1.3.4	Yrityksen verkostoituminen .....	53
1.3.5	Yrityksen kilpailutilanne .....	53
1.3.6	Markkinointi.....	55
1.4	Yritys ja tiimi .....	56
1.4.1	Yritys .....	56
1.4.2	Tiimi .....	57
1.5	Laskelmat ja talous .....	57
1.5.1	Talous .....	57
1.5.2	Laskelmat .....	58

# 1 HOMEKOIRAT VAHEKOSKI LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma luodaan homekoirayrityksen tarpeiden mukaan. Yrityksen toiminta poikkeaa huomattavasti muista aloista. Toimiala on suhteellisen uusi ja toiminnan edellytyksenä on koiran, sekä ohjaajan taidot ja tiedot. Toiminnan suunnitelmallisuus on erityisen tärkeää sen kehittymisen ja jatkuvuuden kannalta.

Kasvava tarve homekoirille ja asenteiden muuttuminen erityisesti viranomaistahoilla homekoiratoimintaa kohtaan luo hyvät edellytykset yrityksen perustamiselle ja sen toiminnan kehittämiseksi.

Liiketoimintasuunnitelmassa pyritään käytännönläheisyyteen ja asioiden huomioimiseen yrittäjän, koiran ja asiakkaan kannalta. Liiketoimintasuunnitelman olennainen osa on markkinointisuunnitelma.

## 1.1 Tiivistelmä

Homekoirat Vahekoski myy palvelua nimeltään homekoiratutkimus. Homekoiratutkimus on ollut esillä mediassa jo 90-luvun puolivälistä asti. Kuitenkin vasta tammi-kuussa 2012 valmistuivat Suomen ensimmäiset ammatillisesti koulutetut homekoirat ja homekoiranohjaajat.

Asiantunteva palvelu ja luottamuksen kasvattaminen alaa kohtaan ovat strategisesti tärkeitä asioita. Ensimmäisinä ammatillisesti koulutettuina koirakkoina homekoirat Vahekoski saa varmasti vahvan aseman markkinoilla. Tätä edesauttaa myös homekoiranohjaajien, Jussi Holopaisen ja Tomi Vahekosken taustat. Jussi Holopainen on rakennusmestari ja hänellä on kokemusta vastaavana mestarina työskentelystä omakotiorakentamisessa ja laajennusrakennuskohteissa, siltojen rakentamisesta, perustustöistä, vedeneristyksestä ja suurten kohteiden perusrakennustöistä. Tomi Vahekoski opiskellut rakennus- ja sähkötekniikkaa, sekä hänellä on kokemusta yritystoi-

minnasta, vakuutusosalta ja riskirakenteiden kartoituksesta. Lisäksi molemmat ovat valmistuneet homekoiranohjaajiksi Kannuksen maaseutuopistosta.

Yrityksen perustajana toimii porilainen 32-vuotias Tomi Vahekoski. Jussi Holopainen ja hänen koiransa Pyry työskentelevät yrityksen palveluksessa. Olen toiminut erilaisten yritysten palveluksessa, ennen ensimmäisen oman yritykseni perustamista 2007. Välittömästi perustettuani ensimmäisen yritykseni, huomasin yrittäjyyden sopivan minulle ja minun yrittäjyydelle. Olen aina halunnut työni johtavan itselle näkyviin tuloksiin, olipa se sitten asiakaspalaute, hyvä tulotaso tai loistavat kontaktit ja kumppanuusverkostot. Näitä voi tietysti saavuttaa toistenkin palveluksessa, mutta päättäminen omista tekemisistä, aikatauluista ja toimintatavoista on mielekkäämpi toimintatapa minulle.

## 1.2 Liikeidea

### 1.2.1 Toimintatapa

Homekoirat Vahekosken palveluksessa on kaksi koirakkoa. Molemmat koirakot on koulutettu Kannuksen maaseutuopistossa. Palvelut tarjotaan asiakkaan tiloissa, johon kuljetaan omilla autoilla. Palvelun laadukkuus taataan koirakkojen hyvällä pohjakoulutuksella, sekä jatkuvalla koirien ja ohjaajien koulutuksella myös jatkossa.

### 1.2.2 Tuotteet ja palvelut

Homekoirat Vahekoski myy laadukasta palvelua, joka koostuu homekoiratutkimuksesta ja muista sitä tukevista tutkimuksista kuten kosteusmittauksista, ilmavuotomittauksista ja lämpökamerakuvauksista. Tutkimuksen lopputuloksena asiakkaalle toimitetaan luotettava ja kattava raportti tutkimuksen kohteena olevasta kiinteistöstä. Raportista saa selkeän kuvan rakennuksen kunnosta ja arvion mahdollisten vaurioiden paikoista ja laajuudesta. Lisäksi raportissa on ilmoitettu selkeästi suositukset jatkotoimenpiteistä. Suositustoimenpiteiden raportoiminen on selkeä etu suhteessa kilpailijoihin ja vaikuttaa varmasti asiakkaiden ostopäätökseen. Muilla alan toimijoilla

ei ole pätevyyttä suositella jatkotoimenpiteitä samassa laajuudessa kuin Homekoirat Vahekoskella. Pätevyys ja kilpailuetu syntyvät yrityksessä työskentelevän Jussi Holopaisen rakennusmestarin tutkinnosta ja työkokemuksesta rakennusalalta.

Homekoiratutkimuksen vaiheet ovat:

- Tutkimuksesta sopiminen, sekä tarkastettavien tilojen määrittely
- Tilojen käyttäjän / -ien haastattelu ja alkukartoituslomakkeen täyttäminen
- Tutkimus kohteessa koiran avulla
- Tarvittavat lisätutkimukset ja mahdollisten ilmaisukohtien valokuvaus
- Alustava yhteenveto tutkimuksesta asiakkaan kanssa
- Tutkimusraportin ja laskun laatiminen, sekä niiden toimittaminen tilaajalle

### 1.2.3 Asiakkaat

Kohderyhminä ovat asuntojen omistajat, kunnat, yhdistykset ja yritykset. Kappalemääräisesti suurin osa tutkimuksista kohdistuu omakotitaloihin. Kuitenkin suuremmista kiinteistöistä laskutetaan huomattavasti enemmän, koska tutkimukset perustuvat osaltaan neliöhintaan. Tämän vuoksi liikevaihto jakautuu tasaisemmin omakotitalojen ja muiden kiinteistöjen välillä. Rivitaloja tutkitaan jonkin verran ja kerrostaloja ei juuri lainkaan. Edellä mainitut seikat tulee huomioida markkinoinnissa, jotta pienen yrityksen pieni markkinointibudjetti pystytään käyttämään mahdollisimman tehokkaasti.

### 1.2.4 Imago

Yrityksen imagoon kiinnitetään erityistä huomiota, sillä asiakas odottaa paikalle homekoiraa, mutta myös rakennusalan ammattilaista, joten ohjaajien pätevyyttä täydennetään jatkuvasti rakennusalan opinnoilla. Opinnot keskittyvät oleellisesti rakennusten kunnan tarkastamiseen ja riskirakenteiden tunnistamiseen. Myös ulkoisella imagolla on tärkeä vaikutus toiminnan uskottavuuteen. Tämän vuoksi homekoiranohjaajille hankitaan asianmukaiset työvaatteet ja varusteet. Työvaatetus on yhdenmu-

kainen ja koostuu housuista, takista ja kengistä. Varustuksena lisätutkimuksia varten tarvitaan pintakosteusmittari, lämpöilmaisimien ja savukynä ilmapuotomittauksia varten. Hankittavat työvaatteet ja varusteet listattuna:

- L Brador riipputaskuhousut
- L Brador softshell takki
- Sievi turvajalkineet
- Trotec T650 pintakosteusmittari
- Lämpöilmaisimien Black & Decker TLD100-XJ
- Björnax savukynä



KUVIO 2. Työvaatetus Homekoirat Vahekoski



KUVIO 3. Työvarustus Homekoirat Vahekoski

### 1.3 Markkinointisuunnitelma

#### 1.3.1 Asiakkaat

Homekoiratutkimusta tilaavan asiakkaan valintaan vaikuttavat tekijät ja Homekoirat Vahekosken pyrkimys vastaamaan tekijöihin:

- Www-sivujen näkyvyys ja sisältö → Homekoirat Vahekoski on varannut domainin [www.homekoirat.com](http://www.homekoirat.com), joten www-sivu näkyy homekoiria haettaessa hakukoneen tuloksissa hyvin korkealla. Www-sivut luodaan itse Word Press pohjaan. Www-sivujen sisällössä on pyritty avaamaan laajasti homekoira-alaa. Ulkoasusta on kuvia opinnäytetyön liitteenä.
- Miten homekoirat on koulutettu → Homekoirat Vahekosken molemmat koirat ovat valmistuneet Suomen ensimmäisestä ammatillisesta koulutuksesta Kannuksen maaseutuopistosta

- Miten homekoiranohjaajat on koulutettu → Homekoirat Vahekosken molemmat ohjaajat ovat valmistuneet Suomen ensimmäisestä ammatillisesta koulutuksesta Kannuksen maaseutuopistosta
- Mikä on homekoiranohjaajien pohjakoulutus → Tomi Vahekoski on homekoiranohjaaja, sekä opiskellut rakennustekniikkaa ja sähkötekniikkaa. Jussi Holopainen on homekoiranohjaaja, sekä opiskellut rakennusmestariksi
- Tutkimuksen hinnoittelu ja hinnoitteluperusteet → Homekoirat Vahekoski hinnoittelu on selkeä. Perusmaksu 250€, neliömaksu euron per neliö ja kilometrikorvaus 0,55 euroa kilometriltä menomatkalta. Hinnoittelu on markkinaperusteinen.
- Yrityksen paikkakunta ja etäisyys tutkimuskohteesta → Yrityksellä on kaksi koirakkoa, Porissa ja Järvenpäässä. Etäisyys on siis yleensä lyhyt, koska koirakko valitaan kohteen sijainnin mukaan.
- Kuinka nopealla aikataululla tutkimus pystytään suorittamaan → Yrityksellä on kaksi koiraa, joten tutkimus pystytään suorittamaan lähes aina viikon sisällä tilauksesta.
- Tarjouspyynnön vastausaika → asiakaspalvelu@homekoirat.com osoitteeseen tulevat tarjouspyynnöt käsitellään välittömästi. Sähköposti on myös liitetty matkapuhelimeen, joten reagointiaika on todella lyhyt.
- Ensimmäisen puhelinkeskustelun antama kuva yrityksestä → Rakennustekniikan ja riskirakenteiden ymmärtäminen nousee tärkeäksi ja valintaan vaikuttavaksi tekijäksi puhelinkeskustelussa asiakkaan kanssa.
- Suositukset palvelua aikaisemmin käyttäneiltä asiakkailta → Homekoirat Vahekoski pyrkii jokaisessa kohteessa antamaan parhaan mahdollisen palvelun ja asiantuntemuksen asiakkaalle. Tutkimuskohteita on jo saatu lisää asiakkaiden suositusten perusteella.

Homekoiratutkimuksen ominaisuudet ja edut ovat selkeät verrattuna esimerkiksi kuntotutkimuksiin tai kuntotarkastuksiin. Homekoiratutkimus on edullinen ja nopea tapa selvittää on kiinteistössä homevauriota. Hinta on usein vain murto-osa kuntotutkimuksen hinnasta, joka saattaa kohota useisiin tuhansiin euroihin jopa omakotitalossa. Tutkimus on myös nopea, tavallisen omakotitalon tutkimus kestää noin 1-2 tuntia. Rakenteisiin ei tarvitse porata reikiä, eikä niitä tarvitse purkaa tutkimuksen yhteydes-



sä, joten tämäkin tuo asiakkaalle kustannussäästöjä. Homekoira on myös puolueeton ja lahjomaton. Tämä ominaisuus on noussut asiakkaiden arvostuksessa korkealle. Syynä tähän on ollut asiakkaiden epäilykset kuntokartoittajien ja vastaavien toimijoiden suhteista esimerkiksi kiinteistövälittäjiin.

Homekoiratutkimus on kannattava, olipa vaurio jo todettu tai vasta home-epäily. Verrataan homekoiraa esimerkiksi sisäilmatutkimukseen:

- Jos vaurio on todettu esimerkiksi sisäilmatutkimuksella, on vaurion paikantaminen koiralla kustannustehokasta, sillä turhilta ja kalliilta rakenteiden purkamisilta vältytään
- Mikäli kohteessa on vasta home-epäily, on koira paras vaihtoehto, sillä esimerkiksi sisäilmatutkimus ei kerro missä vaurio sijaitsee

### 1.3.2 Markkinatilanne

Markkinatilanne on aloittavalle yritykselle helppo, sillä kysyntää on enemmän kuin tarjontaa. Alalla toimivat yritykset ovat myös suhteellisen kylläisiä ja veltostuneita ylikysynnän vuoksi. Ne ovat saaneet olla jo vuosia tässä tilanteessa ja ovat siksi helpompia vastuksia kuin alalla, jossa on paljon kilpailua. Kilpaileminen markkinoinnin ja uuden innovatiivisen yrittäjän asenteella on helppoa ainakin aluksi. Markkinatilanne on myös nousussa ympäristöministeriö aloittaman kansalliset home- ja kosteustalkoot projektin myötä (ympäristöministeriön kosteus- ja hometalkoot [www-sivut 2012](http://www.sivut2012)). Lisäksi ainakin yksi yrittäjä on lopettamassa toimintaansa. Ensimmäisen virallisen koulutuksen painoarvoa ei myöskään pidä väheksyä, sillä varmaa on, että asiakkaat valitsevat monessa tapauksessa mieluummin ammatillisesti koulutetun, kuin itse koulutetun homekoiran.

### 1.3.3 Toimintaympäristön arviointi

Homevaurion etsiminen homekoiralla on todella kustannustehokasta ja edullista, joten taloudellisiin tekijöihin ei tarvitse keskittyä. Lainsäädännölliset tekijät taas tuovat menestymisen mahdollisuuksia. Todennäköisesti lainsäädäntö homekoira-alalla

muuttuu jatkossa niin, että ainoastaan sertifioidut ja tasotestatut koirakot saavat toimia alalla. Mahdollisuutena on tietysti kilpailun väheneminen, sekä kysynnän kasvaminen. Nykyinen lainsäädäntö antaa mahdollisuuden kenen tahansa aloittaa toiminnan alalla. Houkutus väärinkäyttöksiin on suuri, sillä myös vastuu on suhteellisen pieni. Homekoira-alan yrittäjä on vastuussa tutkimuksestaan ainoastaan tutkimuksesta laskutetun hinnan mukaisen summan verran. Käytännön esimerkkinä voisi kertoa, että jos koiran ilmaisukohdan perusteella avataan rakenteita, joista ei löydykään hometta, on yrittäjä velvollinen korvaamaan tilaajalle ainoastaan laskuttamansa summan verran rahaa.

Teknologia ei ole ainakaan vielä niin pitkälle, että homevaurio pystyttäisiin paikantamaan jonkinlaisella mittarilla. Tämän vuoksi toimintaympäristön teknologinen kehitys ei ole oleellinen tekijä.

Kilpailutilanne saattaa jatkossa muuttua, mikäli toimijoita koulutetaan alalle liikaa. Vielä näyttää siltä, että kysyntä ylittää tarjonnan tai on vähintäänkin hyvässä tasapainossa toimialalla.

Sosiaalisista tekijöistä voisi mainita terveyden ja tulotason. Tulotaso ja terveys ovat molemmat nousussa ja siksi palvelun kysyntä voidaan katsoa nousevaksi. Ihmiset ovat yhä enemmän huolissaan terveydestään eläkeiän nostamisen, median ja trendien vuoksi. Lisäksi heillä on varaa panostaa tutkimuksiin ja toimenpiteisiin jotka edistävät terveyttä. Toisin sanoen ihmiset eivät enää hyväksy pieniä hajuhaittoja tai kosteuksia, vaan asia selvitetään, onhan kyse terveydestä.

Globalisaatiolla ei oikeastaan ole merkitystä toimintaan, sillä yrityksen toiminta rajataan Porista ja Järvenpäästä 200 kilometrin säteelle. Ajomatkat ovat raskaita sekä koiralle, että koiranohjaajalle, joten palvelun laatu saattaisi kärsiä, mikäli ajomatkat olisivat asiakkaan luo jatkuvasti useita satoja kilometrejä.

Ekologisuus ja eettisyys tuodaan yrityksen mainonnassa esille, mutta siihen ei panosteta suuria voimavaroja. Tämän tyyppisistä seikoista asiakkaita on kokemuksen perusteella kiinnostanut eniten se, altistetaanko koiria homeelle koulutusvaiheessa.

Koiria ei altisteta homeelle. Tämä asia tuodaan esille yrityksen internet sivuilla ja kerrotaan aina, jos asiakas sitä kysyy.

Trendi eli yleinen kehityssuunta tällä hetkellä on, että koirien käyttö yleistyy. Tästä kertoo esimerkiksi viranomaistahon suositukset homekoiran käytöstä. Kannuksen maaseutuopisto on vaikuttanut varmasti osaltaan kehityssuuntaan nostamalla homekoirat taas median otsikoihin tiedottamalla aktiivisesti koulutuksesta. Syitä positiiviseen trendiin on myös muita, ympäristöministeriön käynnistämä kansalliset home- ja kosteustalkoot projekti, lisääntynyt kilpailu ja markkinointi, sekä asuntojen homevaurioiden saama medianäkyvyys. Medianäkyvyydestä on hyvänä esimerkkinä Suomalaisen viihdetaiteilija Janne Katajan asunnon homevauriosta kirjoitetut jutut. Janne Kataja osti talon, josta löytyi homevaurio. Tämän jälkeen uutisointia on ollut asunto-kauppaan liittyvästä oikeudenkäynnistä, rakennuksen korjausyrityksistä, rakennuksessa järjestetyistä avoimien ovien päivästä, sekä rakennuksen purkamisesta.

Homekoirat Vahekoski on kerännyt tietoa toimintaympäristön arvioimiseksi keskustelemalla alasta muiden toimijoiden kanssa, tutkimalla kilpailijoiden markkinointia, tilinpäätöstietoja ja raportteja, sekä haastatteleamalla muiden toimijoiden palveluita käyttäneitä asiakkaita. Tietoa on saatu keskusteluissa, puhelinkeskusteluissa, messuilla ja internetissä.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"><li>• Monipuolisuutta tuodaan esille markkinoinnissa ja ilmoitetaan selkeästi tarjoamistamme lisätutkimuksista</li><li>• Kahden sijainnin ansiosta markkina-alue on laajempi ja mainonta voidaan kohdistaa suuremmalle alueelle</li><li>• Ammattitaito on olennainen asia ja sen esiintuominen, ylläpito ja kehittäminen on yritykselle tärkeää</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kontaktien puute pyritään korjaamaan ottamalla yhteyttä alan toimijoihin ja markkinoimalla palvelua heille</li><li>• Kokemuksen puutetta ei pystytä korjaamaan, vaan se korjaantuu itsestään kokemuksen karttuessa</li></ul>

MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lisätutkimukset ja toimijoiden taustat nostavat kysyntää</li> <li>• Laadukasta ja monipuolista palvelua suositellaan eteenpäin</li> <li>• Saavutetaan suurempi markkinaosuus suhteessa kilpailijoihin vahvuuksien vuoksi</li> <li>• Ihmisten asenteet muuttuvat ammatillisen koulutuksen, alan ohjeistuksen ja sertifiointin johdosta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alalla koulutetaan lähivuosina liikaa toimijoita, joten yritys hankkii vahvan markkina-aseman ennen sitä</li> <li>• Alalla toimivat epäpätevät yrittäjät pilaavat alan mainetta, joten yritys ylläpitää ja vahvistaa omaa pätevyyttään, sekä markkinoi sitä</li> <li>• Koira tai molemmat menettävät toimintakykynsä sairauden tai tapaturman seurauksesta, joten koirien kunnosta huolehtiminen ja uusien koulutus pienentää uhkaa</li> </ul>

#### SWOT-analyysi Homekoirat Vahekoski

Heikkouksia pyritään vahvistamaan luomalla yhteistyöverkoston alan toimijoiden kanssa. Suorat puhelinkontaktit ovat parhaita lähestymiskeinoja ja ovat toimineet jo aiemmin. Kokemuksen puute ei korjaannu kuin työskentelemällä ja ajan kanssa. Tietysti hankkimalla tietoa ja opiskelemalla alaa jatkuvasti, kokemuksen karttumista pystytään nopeuttamaan.

Uhkakuvien torjuminen aloitetaan luomalla yrityksestä uskottava toimija alalla. Markkinoinnin ja ammatillisen osaamisen keinoin yritykselle pyritään saamaan vahva jalansija toimialalla. Vahva asema vakiinnuttaa kysyntää, eikä uusien toimijoiden tuleminen alalle vaikuta oleellisesti liiketoimintaan. Epäpäteviin toimijoihin ei voida suuremmin vaikuttaa, mutta asiakkaiden valintaan pyritään vaikuttamaan suosittelulla heitä käyttämään palveluntarjoajia, joilla on todistetusti ammatillinen koulutus tai riittävä kokemus ja osaaminen alalta. Uhkakuvaa koirien hyvinvoinnista pyritään pienentämään säännöllisillä käynneillä eläinlääkärillä, laadukkaalla ruokinnalla, riittävällä liikunnalla ja levolla, sekä huolehtimalla turvallisuusasioista. Lisäksi pyritään kouluttamaan uusi koira pariiksi valmiille koiralle, jolloin toiminta ei lamaannu yhden koiran sairaudesta tai tapaturmasta.

#### 1.3.4 Yrityksen verkostoituminen

Homekoirat Vahekosken verkostoituminen aloitetaan kilpailijoista. Osa kilpailijoista on koulukavereita ja tietysti heidän kanssaan on jo verkostoiduttu. Muihin kilpailijoihin pyritään ottamaan suoria puhelinkontakteja. Kilpailijoiden suhtautuminen on todennäköisesti positiivista. Pienellä alalla on hyvä olla tuttuja ja kaikki toimijat ovat koiraihmissiä, jotka yleensä löytävät yhteisen sävelen toisen koiranomistajan kanssa.

Verkostoitumisen seuraava askel on kiinteistövälittäjät, joille viedään henkilökohtaisesti käyntikortteja ja pyritään kertomaan heille mahdollisimman paljon alasta. Myös tämä on suhteellisen helppoa, sillä ihmisiä kiinnostaa homekoiratoiminta yllättävän paljon. Työkoiriin suhtautuminen on yleisesti todella positiivista ja jopa ihailevaa. Tätä positiivista suhtautumista on syytä hyväksikäyttää luodessa suhteita kiinteistö- ja rakennusalalle.

Verkostoitumista harjoitetaan myös pankkeihin, sillä pankkien intresseissä on asuntolainoja myönnettäessä rakennusten kunto. Asuntolaina terveeseen kiinteistöön on kannattava, vaurioituneessa rakenteessa tulee jatkossa ongelmia. Jos rakennus on vaurioitunut, saattaa lainanottaja tarvita lisärahoitusta tai jopa pahimmassa tapauksessa sairastua ja lainanhoito vaikeutuu.

#### 1.3.5 Yrityksen kilpailutilanne

Homekoirat Vahekosken kilpailu- ja kilpailija-analyysin vastaukset:

Palvelun tarjoajien määrä on suhteellisen pieni verrattuna kysyntään, joten kilpailu on hyvin minimaalista. Kilpailevia yrityksiä löytyy markkinoilta alle viisitoista. Kilpailijoita ovat Homekoira Team Oy, Kodog Ky, Homekoirat Sagulin Ky, Homekoirat Rantanen, Tmi. Lakeuden Homekoirat, Tmi. Homekoirat S&S sekä Kymen Home-etsintä. Lisäksi on muutamia yrityksiä, joiden toiminta ei ole mainittavaa.

Ainoastaan yhden yrityksen liikevaihtotiedot ovat julkisia. Tämän yrityksen liikevaihto on vaihdellut viimeisen viiden vuoden aikana 100 000€ molemmin puolin,

mutta pysynyt suhteellisen lähellä tätä summaa. Muista toimijoista on ainoastaan epämääräisiä haastattelutietoja. Aktiivisesti toimivien yritysten liikevaihdot liikkuvat näiden tietojen mukaan 50 000 ja 100 000 välillä. Trendinomaista tuntuu olevan kysynnän lievä kasvu viime- ja tänä vuonna. Syynä tähän saattaa olla alan esiintyminen mediassa useasti parina viime vuonna ensimmäisen ammatillisen koulutuksen puitteissa.

Kilpailevilla yrityksillä on erilaisia vahvuuksia. Osa on toiminut alalla pitkään ja saavuttanut jo vakiintuneen kysynnän. Osa pitkään toimineista yrittäjistä on ehtinyt luomaan suhteita esimerkiksi kunnallispuolen kiinteistöistä vastaaviin tahoihin. Vahvuuksina voisi myös mainita kahden alan yrittäjän todella pitkän historian virkakoirien parissa. Heikkouksista voisi mainita seuraavat. Markkinointia on todella vähän tai ei ollenkaan. Osan www-sivut ovat aikaansa jäljessä ja informaatio on todella suppeaa. Suurimmalla osalla kilpailijoista ei ole minkäänlaista rakennusalan asiantuntemusta.

Yritykset eivät ole viimeisen kahden vuoden aikana juurikaan kehittyneet. Alalla on vähän kilpailua ja riittävästi kysyntää. Tämä on vaikuttanut yritysten paikallaan polkemiseen. Miksi kehittää toimintaa, kun hyvin menee näinkin. Kannuksesta valmistuneet luovat jonkin verran kilpailua alalle ja todennäköisesti yrityksissä tapahtuu jonkinlaista kehitystä seuraavan vuoden sisällä.

Kannuksen maaseutuopisto aloittaa syksyllä todennäköisesti noin viidentoista uuden opiskelijan ja koiran koulutuksen. Aikaisemman kurssin perusteella voisi arvioida noin viiden näistä aloittavan päätoimisen yrittäjyyden homekoira-alalla. Uusien yrittäjien pätevyys ja tulevaisuus riippuu heidän taustoistaan ja opintojen onnistumisesta. Kilpailutilanteeseen uusilla yrittäjillä ei ole suurtakaan vaikutusta, sillä myös kysyntä on kasvamassa.

Kysynnän kasvussa on myös negatiivinen puoli. Helppo raha houkuttelee alalle epäpäteviä toimijoita, jotka pilaavat alan mainetta. Vastaava tilanne on jo tapahtunut kuntokartoitusosalalla. Koska alalla ei tarvita virallisia sertifiointeja tai standardien mukaisia pätevyksiä lain puolesta, voi homekoirayrityksen perustaa periaatteessa kuka tahansa. Asiaan ollaan puuttumassa, sillä ympäristöministeriön on luomassa

alalle tilaaja- ja toimintaohjetta, sekä mahdollisesti sertifiointijärjestelmää. Näihin on pyydetty lausuntoa myös Homekoirat Vahekoskelta.

### 1.3.6 Markkinointi

Yrityksen markkinointibudjetti on pieni, mutta paljon erilaisia markkinointitoimenpiteitä otetaan käyttöön. Markkinoinnin peruselementtinä toimivat yrityksen www-sivut. Www.homekoirat.com sivuston erinomainen näkyvyys hakukoneiden tuloksissa takaa asiakaskontaktit internetissä. Sivusto markkinoi siis itse itseään, mutta sen näkyvyyttä lisätään hakukonepalvelu Googlen Adwords kampanjalla, jonka budjetti on 1,50 euroa päivässä. Markkinointibudjettia ei ole rajattu, vaan sitä lisätään aina tarvittaessa. Kuitenkin karkeana arviona voidaan esittää ensimmäisen vuoden budjettiksi noin 3000 euroa.

Suoramainontaa käytetään jakamalla Homekoirat Vahekosken esitteitä kauppojen ilmoitustauluille, koirapuistoihin, eläinlääkäreihin ja kiinteistövälittäjille. Kauppojen ilmoitustauluille jätetyt esitteet, joissa on perinteinen irrotettava puhelinnumero, ovat olleet panostukseensa nähden yksi parhaita markkinointikeinoja. Tämä tieto on saatu kilpailijalta, mutta on luotettavaa informaatiota.

Tiedottamista harjoitetaan yrityksen www-sivuilla [www.homekoirat.com](http://www.homekoirat.com) ja satunnaisilla pienillä ilmoituksilla ilmaisjakelulehdissä. Ilmaisjakelulehdet ovat hyviä, sillä markkinointi pystytään kohdentamaan tietylle alueella ja ajoittamaan haluttuun ajankohtaan. Lisäksi mainonta on edullista.

Näkymismainontaa harjoitetaan teetättämällä magneetitarrat ajoneuvoihin. Oleellista tässä asiassa on nimenomaan magneetitarrat, sillä tarrat pitää pystyä poistamaan aina asiakkaan luo saavuttaessa. Useimmat asiakkaat eivät halua naapureidensa tietävän, että talossa suoritetaan homekoiratutkimusta.

Yrityksen lomakkeet, käyntikortit, asiakirjat, kirjekuoret ja muut vastaavat teetätään samantyyllisiksi lisäämällä kaikkiin logot ja yhteystiedot, sekä käyttämällä sa-

maa värimaailmaa. Hankinnat tehdään paikallisilta palvelutarjoajilta, joita on käytetty aikaisemminkin.

Sisäisissä ja ulkoisissa markkinoinnin keinoissa keskitytään oman asiakaspalvelun laatuun, sekä asiakkaan positiiviseen yllättämiseen. Asiakaspalvelussa keskitytään asiantuntemukseen ja ystävällisyyteen. Asiakkaille pyritään aina antamaan enemmän kuin he ovat tilanneet. Tästä on hyvänä esimerkkinä lisäpalvelut ja suositustoimenpiteet, jotka Homekoirat Vahekoski tarjoaa veloitusetta.

Palveluympäristöön ei voida vaikuttaa. Palveluprosessi tapahtuu aina kohteessa, johon asiakas on homekoiratutkimuksen tilannut ja kiinteää toimipaikkaa Homekoirat Vahekoskella ei ole.

Palveluprosessiin voidaan vaikuttaa ja siksi pyrimme ajattelemaan toimintamme ja palvelumme aina asiakkaan kannalta. Asiakasta on hyvä hieman rauhoitella asiantuntemuksellamme, sillä homevaurio tai edes sen epäily on aina hyvin arka aihe. Palveluprosessin hienotunteisuus on tärkeä asia, sillä usein tutkimusta saattaa olla seuraamassa talon omistaja, kiinteistövälittäjä ja potentiaalinen ostaja joka on vaatinut tutkimusta. Tällöin pitää huomioida useiden ihmisten erilaiset lähtökohdat ja intressit tilanteeseen.

## 1.4 Yritys ja tiimi

### 1.4.1 Yritys

- Yrityksen nimi: TVL Import Oy
- Aputoiminimi: Homekoirat Vahekoski
- Toimipaikka: Pori
- Omistajat: Tomi Vahekoski
- Yritysmuoto: Osakeyhtiö

Yhtiömuodon valinta homekoiratoiminnalle oli selkeä, sillä yrittäjällä oli jo toiminnassa oleva maahantuontiyritys TVL Import Oy. TVL Import Oy toimii elektroniik-



katuotteiden maahantuojana ja sen asiakkaita ovat muun muassa Hobbyhall ja Kesko. Aputoiminimen lisääminen yritykselle on vaivatonta ja edullinen vaihtoehto uuden yrityksen perustamiselle. Aputoiminimen lisääminen jälkikäteen maksoi 75€ ja se tehtiin Y4 lomakkeella. Lisäksi piti toimittaa TVL Import Oy:n hallituksen päätös aputoiminimen lisäämisestä. Aputoiminimi Homekoirat Vahekoski toimii saman Y-tunnuksen alla kuin TVL Import Oy.

#### 1.4.2 Tiimi

Homekoirat Vahekosken tiimiin kuuluu yrittäjä Tomi Vahekoski ja hänen saksanpaimenkoiransa Myrsky. Toisena koirakkona toimii aina tarvittaessa myöskin Kannuksen maaseutuopistosta homekoiranohjaajaksi valmistunut Järvenpääläinen rakennusmestari Jussi Holopainen ja hänen jackrusselinterrierinsä Pyry. Jussi Holopainen tuottaa Homekoirat Vahekoskelle lisäarvoa rakennusmestarin ammattitaidollaan, sekä käytännön töissä, että mainonnassa. Rakennusmestarin ammattitaitoon luotetaan ja sitä arvostetaan asiakkaidemme parissa. Tehtävät on jaoteltu selkeästi. Jussi on töissä Helsingin kaupungilla ja tekee tutkimuksia aina tarvittaessa, kun taas Tomi työskentelee kokopäiväisesti. Raportit tutkimuksista Jussi tarkistaa aina ja tarvittaessa myös konsultoi haastavammissa tutkimuskohteissa. Lisäksi Homekoirat Vahekoski käyttää alihankkijana Kymen Home-etsintää ja Jussi Grönmania suurissa, useampaa koiraa vaativissa kohteissa. Esimerkkinä useita tuhansia neliöitä käsittävät koulurakennukset. Tällaiset rakennukset ovat haasteellisia kohteita koirakon jaksamisen kannalta ja raportoinnin kannalta. Kymen Home-etsintä laskuttaa Homekoirat Vahekoskea palveluksistaan erikseen sovitusti.

#### 1.5 Laskelmat ja talous

##### 1.5.1 Talous

Palvelu perustuu koiran ja ohjaajan hankkimaan ammattitaitoon, eli suurta alkupääomaa tarvitaan. Aputoiminimen perustaminen maksaa 75 euroa. Lisäksi pääomaa tarvitaan jonkin verran työvaatteisiin ja muutamiin työkaluihin. Näiden tarvikkeiden yh-

teissumma kohoaa noin 1500 euroon. Yrittäjä panostaa tarvittavan rahasumman jo olemassa olevan yrityksen TVL Import Oy:n kassavarannoista. Aikaisemmin on jo panostettu koiran koulutukseen 1000 euron koulutusmaksu ja majoitukseen, matkoihin sekä ylläpitoon Kannuksella 1800 euroa.

Kuukausittaiset kulut muodostuvat koiran kuluista, eli ruoasta ja eläinlääkärillä käynneistä. Vakuutusta koiralle ei saa, sillä mitkään vakuutusyhtiöt eivät ole luoneet virkakoirille vakuutuksia. Koiran korkeimmaksi vakuutussummaksi saa muutaman tuhannen euron korvaussumman. Tällaista vakuutussummaa on turha ottaa, koska koira tienaa kymmeniä tuhansia vuodessa ja korvaussumma ei ole missään suhteessa menetyksiin. Kun koiran kulut lasketaan yhteen, nousevat kuukausittaiset kulut koirasta noin sataan euroon.

Muita kuukausittaisia kuluja ovat internet- ja lehtimainonta, noin 75 euroa. Muita kuukausittaisia kuluja ei ole, sillä kirjanpito, palkat, toimistokulut, puhelimet ja vakuutukset ovat jo olemassa TVL Import Oy:ssä ja sen liiketoiminta kattaa nämä kulut. Palkkaa tietysti homekoiratoiminnasta nostetaan, mutta vasta kun se on kannattavaa toimintaa.

Arviona voidaan olettaa ensimmäisen toimintavuoden liikevaihdon olevan noin 48 000 euron luokkaa. Seuraavana toimintavuonna 72 000 ja kolmantena vuonna liikevaihto kohoaa hyvän homekoirayrityksen tasolle noin 96 000 euroon.

Koska rahoituksen tarvetta ei ole, toiminnan aloittamisen kustannukset ovat näin minimaaliset ja suurin osa yrityksen peruskuluista on jo olemassa ja hoidossa TVL Import Oy:n kautta, budjetointia tai rahoituksen suunnittelua ei tarvita laajemmassa mitakaavassa.

### 1.5.2 Laskelmat

---

#### **Investointilaskelma**

<b>Aputoiminimen perustaminen</b>	75
<b>Työkalut ja vaatteet</b>	1500

---

<b>Koulutusmenot Kannus</b>	2800
<b>Yhteensä (euroa)</b>	4375

<b>Kannattavuuslaskelma</b>	<b>kuukaudessa</b>	<b>vuodessa</b>
<b>Tavoitetulos Brutto</b>	4000	48000
<b>Kulut Brutto</b>	175	2100
<b>Myynnin tarve Brutto</b>	4175	50100