



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

Liiketoimintasuunnitelma

LVI-alan pienyrittäjälle

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi
Opinnäytetyö
19.10.2012
Emmi Löytömäki

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

LÖYTÖMÄKI, EMMI:

Liiketoimintasuunnitelma
LVI-alan pienyrittäjälle

Markkinoinnin opinnäytetyö, 49 sivua, 0 liitesivua

Syksy 2012

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyö toimii käsikirjana yrityksen perustamiselle. Asioita käsitellään case-yrityksen, LVI-alalle perustettavan pienyrityksen (Yritys X) näkökulmasta. LVI on lyhenne sanoista lämpö, vesi ja ilmastointi. Työssä käsitellään yrityksen perustamiseen liittyviä käytännön toimenpiteitä, joiden lisäksi se sisältää valmiita ratkaisuja esimerkiksi markkinoinnin järjestämiseen.

Tämän työn perusteella vaikuttaa siltä, että yrityksen perustaminen on kannattavaa ja sille löytyy Päijät-Hämeen alueella kysyntää. Tulevalla yrittäjällä on valmiina henkilökohtaisia kontakteja potentiaalisiin asiakkaisiin ja myös vanheneva talokanta tarjoaa töitä. Kilpailua on toki jonkin verran, mutta juuri henkilökohtaiset kontaktit sekä yrittäjän vahva osaaminen ovat Yritys X:n vahvuuksia.

Pieni LVI-alan yritys ei tarvitse alkuun päästäkseen suuria investointeja, joten siltä kannalta katsottuna yritystoiminnan aloittamiseen ei liity ylitsepäsemättömän suuria riskejä. Myöskään suurta alkumarkkinointikampanjaa ei todennäköisesti tarvita, joten siihenkään ei ole tarpeen sijoittaa suuria summia rahaa.

LVI-ala tarjoaa tulevaisuudessa runsaasti erilaisia mahdollisuuksia. Energiatsehokkuuden lisääminen ja päästöjen minimoiminen ovat tulevaisuuden suuntauksia, joten uutta tekniikkaa on varmasti tulossa lähivuosina markkinoille paljon. Yritystoimintaa on mahdollista laajentaa kysynnästä riippuen ja tekniikan kehittyessä myös palvelutarjontaa voidaan laajentaa. Lisäksi yrittäjän on mahdollista laajentaa omaa osaamistaan esimerkiksi sähkötöiden puolelle, joten mahdollisuuksia on paljon.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, LVI, yrityksen perustaminen, markkinakartoitus, markkinointisuunnitelma, kilpailija-analyysi, riskianalyysi

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

LÖYTÖMÄKI, EMMI:

Business Plan
for Small HVAC Business

Bachelor's Thesis in Marketing

49 pages, 0 pages of appendices

Autumn 2012

ABSTRACT

This thesis acts as a handbook for starting a new business. The subjects are dealt with from the point of view of a case company, a small HVAC-business (Yritys X). The thesis deals with practical producers needed when starting a new business and ready-made solutions for example how to organize marketing.

Based on the findings of this thesis it seems that starting a business is profitable in the Päijät-Häme region. The prospective entrepreneur already has personal contacts with potential customers and also the aging dwelling base in the region offers new job opportunities. There will be some competition, but the personal contacts and the entrepreneur's strong professional skills are Yritys X's strengths.

A small HVAC business does not need large investments to get started. Hence there are no insurmountable risks involved. Neither does the business need a big marketing campaign in the beginning, so no great deal of money is needed there.

The HVAC business in its abundance offers a variety of possibilities in the future. Increasing energy-efficient technologies and minimizing emissions are trends of the future, so new technologies will surely appear on the markets. It is possible to expand the business depending on the demand. As the technology keeps developing, the supply of services can be expanded. Also the entrepreneur is capable of expanding his own expertise to electrical installation works, so there are a lot of opportunities.

Key words: business plan, starting a new business, marketing research, marketing plan, competitor analysis, risk analysis

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Aihe ja tavoitteet	1
1.2	Liiketoimintasuunnitelma	2
2	YRITYKSEN PERUSTAMINEN	4
2.1	Yrityksen nimi	4
2.2	Yhtiömuoto	5
2.3	Perustamisilmoitus	7
2.4	Kirjanpito	8
2.5	Verotus	10
2.6	Vakuutukset	11
2.7	Starttiraha	12
3	LIIKEIDEA	14
3.1	Yrittäjäominaisuudet	14
3.2	SWOT-analyysi	15
4	MARKKINAKARTOITUS	18
4.1	LVI-alan kehitys	19
4.2	Kohderyhmät	20
5	KILPAILIJA-ANALYYSI	22
5.1	Mistä saada tietoa?	22
5.2	Merkittävimmät kilpailijat	23
6	MARKKINOINTISUUNNITELMA	25
6.1	Saatavuus ja tavoitettavuus	26
6.2	Markkinointiviestintä	27
6.3	Strategiat	29
7	TALOUS	31
7.1	Rahoituslaskelma	31
7.2	Pankkiasiointi ja pankin tarjoamat rahoitusvaihtoehdot	32
7.3	Finnvera	34
8	RISKIANALYYSI JA SUOJAUTUMINEN	36
8.1	Riskien hallinta	37
8.2	Yritys X:n liiketoimintaa koskevat riskit	37

9	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	41
9.1	Onko yrityksen perustaminen kannattavaa?	41
9.2	Tavoitteiden toteutuminen	41
	LÄHTEET	43

1 JOHDANTO

1.1 Aihe ja tavoitteet

Opinnäytetyöni aiheena on liiketoimintasuunnitelma LVI-alan pienyritykselle. Lähipiiriini kuuluva henkilö on mahdollisesti perustamassa omaa yritystä lähitulevaisuudessa ja hän pyysi minua tekemään perustettavalle yritykselleen liiketoimintasuunnitelman. Aihe on mielenkiintoinen, sillä olen itsekin pohtinut yrittäjyyttä yhtenä mahdollisuutena työllistää itseni tulevaisuudessa. Liiketoimintasuunnitelma kattaa laajasti lähes kaikki yrityksen perustamiseen liittyvät asiat, joten sen tekeminen antaa kattavan kuvan yritystoiminnasta. Lisäksi olen tyytyväinen, että työni tulee todelliseen tarpeeseen ja käyttöön.

Aluksi mietin työni aiheeksi myös markkinointitutkimusta tai markkinointisuunnitelmaa. Tulimme kuitenkin yhdessä yrittäjyyttä harkitsevan kanssa siihen tulokseen, että liiketoimintasuunnitelma on kaikkein kattavin ja hyödyllisin näistä vaihtoehdoista. Laaja markkinointi- tai markkinatutkimus ei todennäköisesti toisi merkittävässä määrin uutta tietoa yrittäjälle LVI-alasta, sillä hänellä on sieltä jo pitkä kokemus. Suppeampi kartoitus, joka tähän työhön sisältyy, on todennäköisesti riittävä selvittämään yritykselle olevan kysynnän. Mikäli opinnäytetyöni aiheena taas olisi ollut markkinointisuunnitelma, en olisi saanut tarpeeksi materiaalia työtäni varten: pienellä yhden henkilön yrityksellä ei ole ainakaan aluksi resursseja kovin kattavaan markkinointiin. Pienemmän mittakaavan markkinointisuunnitelma tähän liiketoimintasuunnitelmaan kuitenkin sisältyy.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa keskityn käsittelemään aihetta pienyrittäjän näkökulmasta. Esimerkiksi riskianalyysi on paljon laajempi kokonaisuus, kuin tässä työssä läpikäytävät asiat. Mielestäni tällainen rajausta palvelee toimeksiantajaa paremmin ja antaa mahdollisuuden useamman aiheen käsittelyyn. Teoriaa seuraa case-osa, jonka tavoitteena on, että sitä voidaan sellaisenaan hyödyntää juuri tämän yrityksen perustamisessa. Työssäni käytän perustettavasta yrityksestä nimeä ”yritys X” salassapitosyiden vuoksi sekä siksi, että yrityksen nimeä ei ole vielä päätetty varmasti. Käytän aikamuotona preesensia, vaikka yritystä ei

todellisuudessa ole vielä olemassa. Näin työn luettavuus on mielestäni parempi ja kieliasu selkeämpi.

1.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma pohjautuu yritysideaan, joka myös luonnollisesti toimii lähtökohtana yrityksen perustamiselle. Yritysidealla tarkoitetaan mitä vain ideaa, jonka johdosta yrittäminen aloitetaan. Yritysidea voidaan keksiä sattumalta, sitä voidaan tietoisesti etsiä tai sitten yritys voidaan perustaa oman harratuksen tai ammattitaidon pohjalta. (Alikoski, Viitasalo & Koponen 2009, 16-17.)

Liiketoimintasuunnitelmalle ei ole olemassa mitään lakisääteistä kaavaa, mutta tietyt perusasiat yhdistävät lähes kaikkia tehtyjä suunnitelmia.

Liiketoimintasuunnitelman tekemistä käsitteleviä verkkosivuja selaillessa huomaa, että suunnitelma sisältää useimmiten ainakin markkinakartoituksen, kilpailija-analyysin, riskikartoituksen sekä tarvittavat laskelmat. Lisäksi siinä voi laajuudestaan riippuen olla esimerkiksi markkinointisuunnitelma, henkilöstöön liittyviä asioita tai tarkkoja logistiikkasuunnitelmia. Sisältö vaihtelee sen mukaan, millainen yritys ollaan perustamassa. Liiketoimintasuunnitelma voidaan toki tehdä myös jo olemassa olevalle yritykselle esimerkiksi kriisitilanteissa tai kun liiketoimintaa uudistetaan. Tässä työssä keskitytään kuitenkin perustettavalle yritykselle tehtävään suunnitelmaan. (Edu 2012 ; Liiketoimintasuunnitelma 2011.)

Liiketoimintasuunnitelman tekeminen on ensimmäisiä asioita, mikä kannattaa tehdä, kun uuden yrityksen perustamista aletaan pohtia. Sen avulla suunnitellaan yrityksen toimintaa ja kokonaisuuksien hahmottaminen on helpompaa, kun asiat ovat selkeästi paperilla, eivätkä vain yrittäjän mielessä. Suunnitelman avulla voi testata ideaansa: onko yrityksen perustaminen käytännössä mahdollista. Mikäli joitakin puutteita ilmenee, niihin voidaan vielä puuttua, kun mitään peruuttamatonta ei ole vielä tehty. Esimerkiksi laskelmia tehtäessä saattaa käydä ilmi, että rahoitustarvetta on aliarvoitu tai muuta vastaavaa. Joskus voi käydä niinkin, että liiketoimintasuunnitelma osoittaa, että yritystä sellaisessa muodossaan ei ole järkevää perustaa. (Edu 2012 ; Liiketoimintasuunnitelma 2011.)

Liiketoimintasuunnitelma.com –sivustolla (2011) muistutetaan vielä, että liiketoiminnan rahoittajat, kuten pankki ja muut tahot, vaativat aina liiketoimintasuunnitelman. Senkin vuoksi se on siis järkevää tehdä kunnolla, vaikka aluksi ei olisikaan varmaa, tarvitaanko ulkopuolisia rahoittajia ollenkaan. Kuten aiemminkin on mainittu, yllätyksiä saattaa tulla vastaan.

2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

2.1 Yrityksen nimi

Patentti- ja rekisterihallituksen (2012a) verkkosivuilla opastetaan yrityksen nimeämiseen liittyvissä asioissa. Yrityksen nimi on mahdollista muodostaa monilla erilaisilla tavoilla. Se voi olla jokin keksitty sana, mikä ei varsinaisesti tarkoita mitään, se voi olla yhdistelmä erilaisista sanoista, yrittäjän oma nimi tai lähes mitä vain. Patentti- ja rekisterihallitus kuitenkin suosittelee, että nimi olisi oikeinkirjoitussääntöjen mukainen. Esimerkiksi nimi ”Päijät Hämeen Putki Huolto ” ei välttämättä antaisi kovin luotettavaa kuvaa yrityksestä.

Patentti- ja rekisterihallituksen (2012a) Internet-sivujen mukaan yleisin tapa muodostaa yritykselle nimi on yhdistää yrityksen toimiala sekä paikkakunta, jolla yritys toimii. Esimerkiksi Lahden Putkihuolto Oy:n nimi on muodostettu tällä tavalla. Toiseksi yleiseksi nimeämistavaksi sivustolla mainitaan toimialan ja yrittäjän nimen yhdistäminen. Vaikkapa Fonecta.fi-sivuja selaamalla huomaa, että tällä tavalla muodostettuja nimiä on erittäin paljon. Erityisesti ”LVI-Sukunimi”-tyylisiä nimiä on hyvin runsaasti.

Nimi on yksi tekijä, jolla voidaan erottua kilpailijoista. Jos esimerkiksi autoon painatetaan yrityksen nimi ja logo, voi ihmisten olla vaikea muistaa, mikä LVI-jokin olikaan kyseessä. Pahimmassa tapauksessa asiakas saattaa ottaa muistamattomuudessaan yhteyttä kilpailijaan.

Yhdeksi nimivaihtoehdoksi tässä työssä käsiteltävälle yritykselle on tosin pohdittu ”LVI- Sukunimi”-tyylistä nimeä. Vaikka yhdistelmä onkin yleinen, yrittäjän sukunimi on Väestörekisterikeskuksen nimipalvelun (haku suoritettu 6.6.2012) mukaan sen verran harvinainen, että se erottaa nimeä jonkin verran muista vastaavista nimistä. Siksi ei ole täysin poissuljettua, että yrityksen nimeksi valikoituisi juuri tämä nimi.

Persoonallisempi ja mahdollisesti myös lyhyempi nimi olisi kuitenkin parempi vaihtoehto, joten erilaisia nimimahdollisuuksia pohditaan. Oman nimen käyttäminen osana yrityksen nimeä saattaa olla myös riskialtista: jos yritys

epäonnistuu, nimi saattaa tahraantua. Siitä voi olla haittaa uuden työpaikan saamisessa tai jos yrittäjä päätyy vielä perustamaan uuden yrityksen. Nimen harvinaisuuden vuoksi haittaa voi aiheutua myös yrittäjän läheisille.

Yksinoikeuden toiminimeen voi saada joko vakiinnuttamalla tai rekisteröimällä sen. Rekisteröinti kaupparekisteriin on näistä kahdesta helpompi ja tehokkaampi tapa; kahta samaa nimeä ei rekisteröidä. Yksinoikeus merkitsee, että toisella elinkeinonharjoittajalla ei ole Suomessa mahdollisuutta käyttää rekisteröityyn toiminimeen sekoitettavissa olevaa nimeä. Tässä otetaan huomioon nimen kirjoitusasu, ääntäminen sekä yrityksen toimiala. Esimerkiksi jos yrityksen nimeksi rekisteröitäisiin LVI-Tommi, LVI-Tommy –nimistä yritystä ei saisi rekisteröidä. Myöskään yhtiömuoto ei riitä erottavaksi tekijäksi: Putki Oy ja Putki Ky eivät voi samaan aikaan olla kaupparekisterissä. Patentti- ja rekisterihallitus tarkastaa ehdotetun nimen rekisteröitävyyden ennen sen virallista rekisteröintiä. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012b.)

2.2 Yhtiömuoto

Yrittäjällä on monia vaihtoehtoja valita yhtiömuoto toiminnalleen. Kun valintaa tehdään, tulee ottaa huomioon useita seikkoja. Esimerkiksi yrityksen pääoman tarve, pääoman ja palkan nostaminen omistajalle tai omistajille, verotuskysymykset, hallinnon järjestäminen sekä yritystoiminnan valvonta vaikuttavat valintaan. (Alikoski, Viitasalo & Koponen 2009, 44 - 45 ; Euroopan Unioni 2010.)

Valinnalla itsessään on vaikutusta muun muassa yrittäjän henkilökohtaiseen talouteen, verotukseen sekä vastuunjakoon. Seuraavissa kappaleissa on esiteltyinä neljä yleisintä yhtiömuotoa, jotka voisivat tulla yritys X:n kohdalla kyseeseen. Muita yhtiömuotoja ovat esimerkiksi aatteellinen yhdistys, osuuskunta sekä säätiö. (Alikoski, Viitasalo & Koponen 2009, 44 - 45 ; Euroopan Unioni 2010.)

Yksityinen elinkeinonharjoittaja

Yksityisenä elinkeinonharjoittajana voi toimia kuka tahansa Euroopan Unionin talousalueella asuva henkilö. Yleiskielessä yksityisestä elinkeinonharjoittajasta puhutaan usein toiminimenä, mutta lainsäädännöllisesti toiminimellä tarkoitetaan yrityksen nimeä. Tässä työssä käytetään nimitystä ”yksityinen elinkeinonharjoittaja”.

Yhtiömuodoksi sopii yksityinen elinkeinonharjoittaja, kun yritys on pieni, omistaja itse tekee päätökset, yritys ei tarvitse suurta pääomaa ja jos toiminta perustuu yrittäjän omalle ammattitaidolle. Yksityinen elinkeinonharjoittaja voi nostaa rahaa yrityksestä yksityiskäyttöön, eikä yritykselle aiheudu juurikaan sosiaalikuluja. Lisäksi yrittäjä maksaa yritystoiminnasta aiheutuvien verojen lisäksi myös omat veronsa yrityksen tuloksesta. Samat seikat pätevät myös avoimeen yhtiöön sekä kommandiittiyhtiöön. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012c.)

Yritys X:n perustaja toimii ainakin aluksi yksityisenä elinkeinonharjoittajana juuri yllä mainituista syistä, eli yritys perustuu yrittäjän ammattitaitoon, yrittäjä tekee päätökset yksin eikä se tarvitse suurta alkupääomaa. Yhtiömuotoa voi tarvittaessa muuttaa yritystoiminnan mahdollisesti laajentuessa.

Avoim yhtiö

Avoimessa yhtiössä liiketoiminta ei vaadi suurta pääomaa ja yhtiömiehiä on vähintään kaksi. Avoimessa yhtiössä yhtiömiehet vastaavat sitoumuksista yhdessä ja tasapuolisesti, joten heidän on tärkeää luottaa toisiinsa. Myös yhtiön voitot jaetaan tasan. Toiminimi voi kehittyä avoimeksi yhtiöksi, mikäli yrittäjä ottaa yhtiökumppanin ja saa sitä kautta pääomaa yritykselleen. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012d.)

Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiöt syntyvät yhtiömiesten tekemällä sopimuksella ja ovat pääasiassa pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Kommandiittiyhtiössä on sekä vastuullisia että äänettömiä yhtiömiehiä. Äänettömät yhtiömiehet sijoittavat varojaan yritykseen, mutta eivät osallistu päätöksentekoon eivätkä vastaa

yrittäjien sitoumuksista. Vastuullinen yhtiömies sen sijaan on päätösvaltainen ja vastaa koko omaisuudellaan yrityksen toiminnasta. Voitosta jaetaan ensimmäisenä äänettömille yhtiömiehille heidän osuuttaan vastaava voitto-osuus. Vasta sen jälkeen voitto jaetaan vastuullisille yhtiömiehille tasan. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012d).

Osakeyhtiö

Osakeyhtiön perustamiseen vaaditaan perustamiskirja, perustamiskokouksen pöytäkirja sekä yhtiöjärjestys. Lisäksi osakeyhtiö tulee aina rekisteröidä kaupparekisteriin. Osakkeenomistajat sijoittavat yhtiöön pääomaa (minimimäärä 2500 euroa), jolla he saavat omistukseensa yrityksen osakkeita. Yhtiön perustajat eli osakkaat eivät vastaa yrityksen toiminnasta henkilökohtaisesti, vaan yrityksestä vastaa aina osakeyhtiö itse. Osakeyhtiön ollessa kyseessä varat otetaan aina palkkatulona, verottomina korvauksina tai osinkoina. Mikäli yrittäjä tarvitsee paljon rahaa yksityisiin menoihinsa suhteessa yrityksen tuottoihin, osakeyhtiö on melko kallis ratkaisu, sillä palkasta aiheutuu sosiaalikuluja ja yrittäjän henkilökohtaiset verot vaikuttavat palkan määrään. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012e.)

2.3 Perustamisilmoitus

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmän verkkosivuilta (2012) löytyy lomake, jolla voi ilmoittautua kaupparekisteriin, ennakonperintärekisteriin, arvonlisäverovelvollisten rekisteriin sekä työnantajarekisteriin. Lomaketta katsottaessa huomaa, että samalla lomakkeella voi ilmoittautua kaikkiin yllä mainittuihin rekistereihin. Yritys X:n tulee ilmoittautua kolmeen ensimmäiseen rekisteriin. Lomake löytyy seuraavasta osoitteesta: <http://www.ytj.fi/palvelut/y-lomakkeet/perustamisilmoituslomakkeet>. Kun ilmoitus on jätetty, liiketoiminnan voi yleensä aloittaa heti, ellei yrityksen liiketoiminta ole luvanvaraista. Esimerkiksi sähköurakointi on luvanvaraista. Yritys X:n tapauksessa erityistä lupaa ei tarvita. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012f.)

Kaupparekisteri on julkinen, virallinen rekisteri ja siitä saa koko Suomen kattavat viralliset tiedot yrityksistä. Yleensä kaikkien yritysten tulee ilmoittautua kaupparekisteriin ja ilmoittaa sinne mahdolliset tietomuutokset. Lisäksi useimpien yritysten täytyy toimittaa sinne tilinpäätöstietonsa. Kaupparekisteriin merkitään yritysten lisäksi myös jotkin muut yhtiöt, kuten esimerkiksi asunto-osakeyhtiöt sekä asumisoikeusyhdistyksset. Suurin osa yrityksistä on kuitenkin osakeyhtiöitä tai yksityisiä elinkeinoharjoittajia. Kaupparekisteriin rekisteröidään vuosittain noin 30 000 uutta yritystä, noin 115 000 muutosta yritysten tietoihin sekä noin 175 000 tilinpäätöstä. (Patentti- ja rekisterihallitus 2012g.)

Perustamisilmoituksen kaupparekisteriin voi tehdä sellainenkin yritys, jolla ei ole siihen varsinaista velvollisuutta. Tämä on tarpeen esimerkiksi silloin, jos yritys halutaan kiinnittää luoton vakuudeksi. Yrityskiinnitys voidaan vahvistaa ainoastaan rekisteröidyn yrityksen omaisuuteen. Ilmoituksen tekeminen on pakollista, mikäli yrittäjä harjoittaa luvanvaraista liiketoimintaa tai yritystä varten on olemassa omasta kodista erillinen liiketila. Ilmoitus on tehtävä myös jos yrittäjä palkkaa tai käyttää apuna muita henkilöitä kuin omaa aviopuolisoaan, alaikäisiä tai holhouksenalaisia lapsiaan tai lapsenlapsiaan. (Yrittäjät 2012a.)

Patentti- ja rekisterihallituksen (2012h) sivuilla kerrotaan, että oman Y-tunnuksensa yritys saa, kun sen jättämä perustamisilmoitus on kirjattu yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Tunnuksen antajana on maistraatti, ELY-keskus, verovirasto tai PRH. Tunnus on nähtävissä YTJ-tietopalvelusta yleensä noin kahden päivän kuluttua ilmoituksen jättämisestä. Hakusanaksi tulee laittaa yrityksen toiminimi, joka on ilmoitettu kaupparekisteriin.

2.4 Kirjanpito

Kaikilla ammatin- ja liikkeenharjoittajilla on laissa säädetty kirjanpitovelvollisuus. Tärkeimmät kirjanpitoa koskevat säännökset löytyvät kirjanpitolaista ja -asetuksista. Kirjanpitoon merkitään kaikki tapahtumat, jotka liittyvät yrityksen harjoittamaan elinkeinotoimintaan. Kirjanpito onkin tärkeä väline yrityksen kehityksen seurannassa. Kirjanpidon tehtäviin kuuluu muun muassa pitää ammatinharjoittajan elinkeinotoiminta tämän yksityistaloudesta.

Lisäksi sen perusteella laaditaan veroilmoitus. Myös jotkin ulkopuoliset tahot, kuten avustusten/tukien myöntäjät perustavat päätöksensä kirjanpitoon. (Airola 2011.)

Kirjanpitoa.com –sivustolla (2012) kerrotaan, että yksityinen elinkeinoharjoittaja on velvoitettu pitämään ainoastaan yhdenkertaista kirjanpitoa, vaikka kahdenkertaistakin toki saa pitää. Yhdenkertainen kirjanpito tarkoittaa sitä, että rahojen liikettä ei tarvitse kirjata useammalle eri tilille. Se perustuu kuitteihin ja tositteisiin ja kuten kahdenkertaista kirjanpitoa, sitäkin koskevat kirjanpidosta asetetut säädökset ja lait. Yhdenkertaiseen kirjanpitoon kirjataan menot, tulot, korot, verot sekä tavaroiden tai palveluiden oma käyttö. Yhdenkertaisessa kirjanpidossa tilikausi on kalenterivuosi, eli 12 kuukautta. Se tarkoittaa, että yrityksen toiminnan tulos selvitetään 12 kuukauden välein. Tilinpäätöksessä ei tarvitse laatia tasetta, vaan tuloslaskelma sekä luettelo varoista ja veloista riittää. Excelillä tehtynä yhdenkertainen kirjanpito voisi näyttää vaikkapa tältä:

Pvm	Tapahtuma	Tulot	Menot
28.6.2012	Ostettu työkaluja		300 €
1.7.2012	Tankattu autoon bensaa		70 €
1.7.2012	Saatu palkkio urakasta	1 500 €	

Kirjanpidon voi hoitaa joko itse tai sen voi ulkoistaa esimerkiksi tilitoimistolle. Yritys X:ssä kirjanpito pystytään todennäköisesti ainakin aluksi hoitamaan itse. Toinen varteenotettava vaihtoehto on palkata tuttavapiiristä henkilö hoitamaan kirjanpitoa (Bateman 2010). Yhdenkertainen kirjanpito voidaan tehdä myös paperille esimerkiksi pieneen kansioon. Pääasia on, että tositteet pysyvät samassa paikassa ja ne ovat helposti löydettävissä. (Kirjanpitoa 2012.)

Esimerkiksi taloushallintoliiton Internet-sivuilta löytyy selkeät ja kattavat ohjeet kirjanpitoon (Airola 2011). Finlexistä taas löytyvät ajantasaiset lait ja asetukset (Finlex 2012). Yritys X:n ei ole tarkoitus ainakaan alussa palkata henkilökuntaa, joten palkanlaskennakaan puolesta ulkopuolista kirjanpitäjää ei tarvita. Jos yritystoiminta jossakin vaiheessa laajenee tai joitain ongelmia ilmenee, on kirjanpidon järjestämistä pohdittava uudelleen. Taulukossa 1 on esitelty eri järjestelyvaihtoehtojen hyviä ja huonoja puolia.

TAULUKKO 1: Erilaiset vaihtoehdot kirjanpidon hoitamiseksi
(Talouhallintoliitto 2012)

Vaihtoehto	Hyvät puolet	Huonot puolet
Kirjanpito hoidetaan itse	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ei jouduta maksamaan korvausta ulkopuolisille tahoille ✓ Yrittäjä on reaaliaikaisesti perillä oman yrityksensä taloudesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vie paljon aikaa ✓ Täytyy olla ajantasaista tietoa laista ja asetuksista ✓ Virheet ovat omalla vastuulla.
Lakisääteinen kirjanpito ulkoistettu	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aikaa säästyy ✓ Viranomaisraportoinnista ei tarvitse huolehtia ✓ Raportit pysyvät paremmin ajantasalla, kun joku hoitaa niitä jatkuvasti 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Raportteihin perehtyminen vie aikaa kun niitä ei ole tehnyt itse ✓ Perussopimukseen ei kuulu muuta taloudenohjausta kuin kirjanpito
Koko taloudenohjaus ulkoistettu	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rahankäytön optimointi ✓ Kehitysehdotukset ammattilaisilta ✓ Tavoitteiden asettaminen helpompaa ✓ Yrityksen kehityksen seuranta ei ole vain omalla vastuulla ja omien tietojen varassa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopivan henkilön/yrityksen löytäminen voi olla haastavaa ✓ Aikaa kuluu säännöllisiin tapaamisiin kirjanpitäjän kanssa ✓ Myynnin tiedot joudutaan joka tapauksessa toimittamaan itse eteenpäin

2.5 Verotus

Jokainen, joka Suomessa harjoittaa tavaroiden tai palvelujen myyntiä tai vuokrausta on arvonlisäverovelvollinen. Veroja ei kuitenkaan tarvitse maksaa, jos tilikauden, eli yleensä kalenterivuoden, aikana yrityksen liikevaihto on alle 8 500 euroa. Ammatinharjoittajan on ilmoitauduttava ennakkoperintärekisteriin sekä arvonlisävelvollisten rekisteriin. (Vero 2011.)

Kuten aiemminkin on mainittu, yritys- ja elinkeinotoiminnan verotus perustuu luotettavaan kirjanpitoon. Myyntitulojen perusteella maksetaan arvonlisäveroa ja yrityksen tuloksesta taas maksetaan tulo- tai pääomaveroa. Verotus toimitetaan verovuositain, joka on yksityisen elinkeinonharjoittajan tapauksessa

kalenterivuosi. Veroa maksetaan verovuonna saatujen tulojen mukaan. (Vero 2011.)

Verovelvollisen on tehtävä veroilmoitus, jonka tiedot voidaan johtaa tilinpäätöksestä. Kuitteja tai muita kirjanpitositteita ei tarvitse lähettää verottajalle. Veroilmoituksen voi antaa verkossa veroilmoituslomakkeella, joka löytyy vero.fi -sivuilta. Sivuilta löytyy myös ohjeet ilmoituksen täyttämiseen. (Vero 2011.)

2.6 Vakuutukset

Ainoa lakisääteinen ja pakollinen vakuutus yksin toimivalle elinkeinonharjoittajalle on YEL-, eli yrittäjän eläkevakuutus. Vakuutus on lakisääteinen sellaisille yrityksille, joiden työtulo on vuodessa yli 6775,60 euroa (vuonna 2010). Eläkettä maksetaan aikanaan sen mukaan, kuinka paljon yrittäjä on ilmoittanut työtuloikseen sekä kuinka suuria YEL-maksuja hän on maksanut. YEL on turvana silloin, kun yrittäjä jää eläkkeelle tai tulee työkyvyttömäksi. Lisäksi se turvaa yrittäjän perheen toimeentuloa kuolemantapauksen sattuessa. Mikäli yrityksessä työskentelee muita henkilöitä kuin yrittäjä itse, on heitä varten otettava myös lakisääteinen tapaturmavakuutus, joka kattaa työtaturmat sekä ammattitaudit ja lisäksi maksettava eläketurva TyEL. Myös liikennevakuutus on lakisääteinen, jos yrityksen käytössä on ajoneuvo. (Vakuutustieto 2012 ; Yrittäjät 2012b.)

Vaikka lakisääteistä velvoitetta ei olekaan, yrityksillä on usein myös muita vakuutuksia kuin YEL. Yrittäjää tai henkilökuntaa koskevia muita vakuutuksia voivat olla esimerkiksi terveysturva-, henki- ja tapaturmavakuutukset. Lisäksi yrittäjän tulee liittyä yrittäjäkassaan, mikäli hän haluaa vakuuttaa itsensä työttömyyden varalta. Yrityksen omaisuutta taas voidaan suojata esimerkiksi palo-, kiinteistö-, murto-, keskeytys- ja oikeusturvavakuutus. Otettavat vakuutukset riippuvat luonnollisesti yrityksen toimialasta. (Vakuutustieto 2012 ; Yrittäjät 2012b.)

Yritys X:n on otettava eläkevakuutuksen lisäksi ainakin liikennevakuutus, sillä auto on tärkeä osa sen yritystoimintaa. Lisäksi kyseeseen voisivat tulla

terveysturva- ja tapaturmavakuutus sekä keskeytys-, oikeusturva- ja toiminnan vastuuvakuutus. Lisäksi jonkinlainen omaisuus- ja ajoneuvovakuutus kannattaa ottaa. Myös yrittäjäkassaan on järkevää liittyä. Joidenkin vakuutusten ottamista voi harkita myös projektikohtaisesti. Erillistä liikekiinteistöä yritys ei tule ostamaan/vuokraamaan, joten kiinteistöön liittyviä vakuutuksia ei tarvita. Eri vakuutusyhtiöt kannattaa kilpailuttaa ja etsiä itselleen sopivimmat ratkaisut. Taulukossa 2 on esitelty ne vakuutukset, jotka ovat Yritys X:n kannalta olennaisia.

TAULUKKO 2: Vakuutusvaihtoehdot (Vakuutustieto 2012 ; Yrittäjät 2012b.)

Vakuutuksen nimi	Mitä korvaa
Terveysturvavakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Antaa turvaa vakavan sairauden kohdatessa
Tapaturmavakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Työtapaturmat, ammattitaudit • Ehdoista riippuen voi korvata myös vapaa-ajalla sattuneita vahinkoja
Keskeytysvakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Toiminnan keskeytymisestä aiheutuneet menetykset, esim. menetetty myyntikate • Korvausta saa yleensä, kun keskeytyminen johtuu yrityksen omaisuuden/toimitilojen vahingoittumisesta
Omaisuusvakuutukset, ajoneuvovakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Korvaavat sopimusehdoista riippuen omaisuuden vahinkoja esim. tulipalon tai rikkoutumisen varalta
Oikeusturvavakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Korvausta voi saada lakimiesavun käytöstä esim. riita- ja rikosasioissa sekä riitaisissa sopimusasioissa
Toiminnan vastuuvakuutus	<ul style="list-style-type: none"> • Kattaa korvausvelvollisuutta, joka yritykselle saattaa lain mukaan aiheutua sen toimialaan kuuluvista toimista (esim. vesivahingot)

2.7 Starttiraha

Starttiraha on uuden yritystoiminnan syntymiseen sekä henkilön työllistymiseen tarkoitettu tuki. Starttirahan tarkoituksena on turvata yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen aikana. Enimillään starttirahaa voi saada 18 kuukaudeksi, mutta silloin kyseessä tulee olla muita henkilöitä työllistävä yritys. Yksityisen elinkeinoharjoittaja saa tukea useimmiten 6

kuukaudeksi. Tuella voi myös hakea jatkoa. Jatkohakemuksen tulee olla tehtynä ennen kuin ensimmäinen puolen vuoden tukikausi päättyy. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2012 ; Luotsi 2012.)

Starttirahaa voi saada työtön työnhakija tai muutoin kokoaikaiseksi yrittäjäksi esimerkiksi palkkatyöstä tai opiskeluista siirtyvä henkilö. Raha muodostuu kahdesta eri osasta, jotka ovat perustuki ja lisätuki. Vuonna 2012 perustuki on 31,36 euroa päivässä. Lisäosa on korkeintaan 60 % perusosasta ja se vaihtelee Työ- ja elinkeinotoimiston harkinnan mukaan. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2012.)

Päätöksen starttirahan saamisesta tekee Työ- ja elinkeinotoimisto. Edellytyksenä tuen saamiselle ovat muun muassa yrittäjäkokemus tai -koulutus, rahan tarpeellisuus yrittäjän toimeentulon kannalta, mahdollisuudet kannattavaan liiketoimintaan sekä se, että yritystoimintaa ei ole aloitettu ennen kuin tuen myöntämisestä on päätetty. Lisäksi päätöksessä otetaan huomioon muun muassa yrityksen tarve, kilpailutilanne sekä se, onko yrittäjäyys rahan hakijalle sopiva työllistymisvaihtoehto. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2012 ; Luotsi 2012.)

Tietoa erilaisista yrittäjäkoulutusmahdollisuuksista saa Työ- ja elinkeinotoimistosta. Työvoimakoulutuksena järjestettävät aloittaville yrittäjille tarkoitetut kurssit ovat maksuttomia koulutettaville. Näiden kurssien lisäksi yrittäjäkoulutusta tarjoavat esimerkiksi monet oppilaitokset. Starttirahaa haetaan Työ- ja elinkeinotoimistolta verkkopalvelun kautta tai työ- ja elinkeinoministeriön lomakkeella. Lomakkeessa selvitetään esimerkiksi yrityksen rahoitus- ja toimintasuunnitelma. Lähteenä mainitusta osoitteesta löytyy linkki, jonka kautta hakemuksen voi tehdä. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2012.)

3 LIIKEIDEA

Yrityssuomi-verkkosivuilla (2012) liikeidea määritellään tarkentavaksi kuvaukseksi yritysideasta. Se vastaa kysymyksiin ”mitä”, ”miten” ja ”kenelle”. Siinä kuvaillaan millainen yritys ollaan perustamassa ja miksi. Koko liiketoimintasuunnitelma perustuu liikeidean ympärille: sen pohjalta tulevan yrityksen toimintoja tarkastellaan syvemmin.

Yritys X on LVI-alan (lämpö, vesi, ilmastointi) pienyritys, joka työllistää ainakin aluksi vain yrittäjän itsensä. Yritys tarjoaa huolto-, korjaus- ja suunnittelutöitä. Pääasiallisena kohderyhmänä ovat asunto-osakeyhtiöt, yksityiskiinteistöt sekä pienet liikekiinteistöt. Lisäksi yritys tarjoaa lämmön ja veden osalta säätötöitä alihankintana suuremmille urakoitsijoille. Omakoti- ja loma-asuntoihin on mahdollista tehdä myös pienen mittakaavan uudisrakennustöitä. Yrittäjällä on aikeissa käydä mahdollisesti myös sähkötyöhön oikeuttava kurssi, jolloin palvelutarjooma laajentuisi entisestään.

Tavoitteena on tarjota palvelua nopeasti ja joustavasti. Akuuteimmissa tilanteissa on tarkoitus päästä paikalle lähestulkoon heti ja muissa tapauksissa saman päivän aikana. Tämä toimii yrityksen palvelulupauksena sekä kilpailuvalttina suuria toimijoita kohtaan. Hinnoitteluperusteena on pääasiassa tuntiveloitus, mutta myös urakkakohtaisesta hinnoittelusta on mahdollista sopia. Työn arvon lisäksi hinnoittelussa ovat mukana materiaalikustannukset.

3.1 Yrittäjäominaisuudet

Yrittäjämäisiin luonteenpiirteisiin voidaan laskea muun muassa oma-aloitteisuus, vastuullisuus, luotettavuus, luovuus, joustavuus sekä rohkeus. Lisäksi yrittäjältä vaaditaan organisointikykyä, päätöksentekokykyä, hyvää mainetta, muutoksien ja paineiden sietämistä ja tarvetta menestyä. Yrittäjä ei saa myöskään pelätä liikaa riskejä tai haasteita. (Raatikainen 2011, 21.)

Oman yrityksen perustaminen –kirjassa (Ikonen, Savikko & Ikonen 2006, 44) olleen yrittäjäominaisuustestin perusteella yrittäjällä on melko hyvät valmiudet

yrityksen perustamiseen. Pisteet sijoituivat ”toiseksi parhaimpaan” luokkaan, jonka kuvaus kuuluu näin:

”Voinet vielä tutkia aloittamismahdollisuuksiasi. Saat varautua ongelmiin. Pyri välttämään ne valmistelemalla asiat huolellisesti ja ryhtymällä vain perusteellisesti harkittuihin toimiin.”

Kuvaus pitää paikkansa, sillä liiketoimintaa ollaan vasta suunnittelemassa, joten tietty kriittisyys on hyvä pitää mielessä. Pisteiden ”laskeminen” ei kuitenkaan johtunut yrittäjän uskonpuutteesta tai tahdottomuudesta yrityksen perustamiseen. Lähinnä pisteitä alensivat realistinen suhtautuminen ensimmäisen vuoden tulosta kohtaan. Tuleva yrittäjä on luonteeltaan määrätietoinen, sitoutuva ja luova, mitkä myös ovat yrittäjälle tärkeitä ominaisuuksia.

3.2 SWOT-analyysi

SWOT on lyhenne englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Vahvuudet ja heikkoudet kuvastavat yrityksen sisäistä tilannetta, mahdollisuudet ja uhat sen sijaan ovat ulkoisia tekijöitä. Taulukossa 3 sisäiset tekijät on sijoitettu yläosaan ja ulkoiset alaosaan. Positiiviset seikat ovat taulukossa vasemmalla ja negatiiviset oikealla. (Markkinointisuunnitelma 2009a.)

TAULUKKO 3: SWOT-analyysi

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yrittäjän tavanomaista korkeampi koulutus • Yrittäjän laaja työkokemus • Mahdollisuudet monipuolisiin töihin (suunnittelu, asennukset) 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vain yksi työntekijä
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ikääntyvä talokanta → paljon saneeraustarvetta • Oman ammattitaidon monipuolistaminen (esim. sähkötyön kurssi) 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalisaatio → ulkomailta tuleva työvoima saattaa tehdä halvemalla samoja töitä → työn rahassa mitattu arvo laskee • Kilpailun kiristyminen

Yritys X:n vahvuudeksi voidaan laskea yrittäjän tavanomaista korkeampi koulutus (LVI-tekniikko). Usean alalla toimivan yrittäjän koulutus on toisen asteen LVI-amentaja. Teknikon koulutus mahdollistaa muun muassa suunnittelutöiden tekemisen, jolloin osa projekteista voidaan toteuttaa alusta loppuun asti. Myös laaja kokemus alalta on luonnollisesti vahvuus. Yrittäjä on ollut palkkatyössä niin asentajana kuin esimiehenäkin yhteensä 28 vuotta. Lisäksi hän on rakentanut perheelleen omakotitalon perustuksia lukuun ottamatta kokonaan itse ja ollut talkoohenkisesti mukana tuttavapiirin talonrakennusprojekteissa.

Heikkoudeksi voidaan laskea se, että Yritys X:ssä työskentelee vain yksi henkilö ainakin aluksi. Tämä saattaa karsia joitakin töitä pois esimerkiksi aikataullisista syistä. Myös yrittäjän sairastuminen vaikuttaa heti projektien hoitoon, sillä tuuraajaa ei ole.

Mahdollisuuksia yrityksellä on useita. Talokanta on Suomessa siinä iässä, että saneerauksille on tarvetta. Töitä siis pitäisi olla ja pääasiana onkin saada asiakkaisiin kontakti ja saada heidät valitsemaan juuri Yritys X:n tarjoama palvelu. Yrityksen mahdollisuudeksi voidaan laskea myös yrittäjän kiinnostus oman ammattitaitonsa kehittämiseen. Esimerkiksi juuri sähkötyön kurssi toisi

yritykselle lisää projekteja ja vielä useammat urakat, kuten pienet uudisrakennustyöt, voitaisiin hoitaa alusta loppuun asti itse.

Uhkana voidaan pitää kilpailun mahdollista kiristymistä lähivuosina. Kun LVI-alan töille kerran on kysyntää, moni muukin varmasti kokee mahdollisuutensa koittaneen ja päätyy perustamaan oman yrityksen. Lisäksi Yritys X:ää uhkaavaksi tekijäksi voidaan laskea se, että globalisaation myötä Suomeen voi tulla paljon työvoimaa ulkomailta. He saattavat olla valmiita vapaaehtoisesti tai pakon edessä tekemään töitä edullisemmin, jolloin hintapaineet vaikuttavat kaikkiin alalla toimiviin. Tällöin työn rahassa mitattu arvo laskee, ja kustannusten kattaminen vaikeutuu. Moniin muihin toimialoihin vaikuttavat uhkatekijät, kuten taloudelliset suhdannevaihtelut, töiden siirtyminen halpatuotannon maihin tai automatisaatio eivät merkittävästi vaikuttaisi Yritys X:n toimintaan.

4 MARKKINAKARTOITUS

Markkinakartoitus lukeutuu tärkeimpiin kuluttajamarkkinoinnin tutkimustyypeihin ja se on yksi markkinointitutkimuksen osa-alueista. Se on tärkeä apu markkinointia ja strategioita suunniteltaessa. Sen tarkoituksena on kartoittaa muun muassa tuotteiden ja palveluiden nykyistä ja tulevaa kysyntää sekä alan yleistä kehitystä. Nykytilanteen ja menneisyyden kartoittamisen lisäksi on tärkeää hahmottaa ja visioida tulevaisuuden mahdollisuuksia ja uhkia. (Raatikainen 2011, 91.)

Taloustutkimuksen kotisivuilla (2009) lisätään vielä, että markkinakartoituksen avulla voidaan myös selvittää asiakkaiden mielikuvia tuotteista tai palveluista ja markkinointiviestinnän näkyvyyttä. Tässä työssä viimeksi mainittuja asioita ei luonnollisesti voida käsitellä. Yritystä ollaan vasta perustamassa eikä sillä siten ole vielä markkinointiviestintää tai valmista palvelutarjontaa.

Markkinoihin ja markkinointiin liittyviä tutkimuksia voidaan tehdä itse tai niitä voidaan ostaa ulkopuolisilta palveluntarjoajilta. Pienillä yrityksillä tutkimukset jäävät usein resurssien tai osaamisen puutteen vuoksi kokonaan tekemättä: itse tekeminen veisi liikaa aikaa ja palvelun ostaminen ulkopuolelta taas liikaa rahaa. Tutkimusten säännöllinen tekeminen olisi kuitenkin tärkeää, sillä markkinat muuttuvat koko ajan ja yrityksen tulee olla perillä kohderyhmiensä tarpeista sekä kilpailijoiden toimista. Ainakin alan julkaisuja olisi hyvä seurata, jos aika ja muut resurssit eivät anna periksi suuremmille tutkimuksille. Erityisen tärkeää olisi tehdä edes jonkinlainen taustakartoitus ennen yrityksen perustamista, jotta ikäviltä yllätyksiltä voitaisiin mahdollisimman hyvin välttyä. (Mäntyneva, Heinonen, Wrangle 2003, 10, 17.)

Yritys X:n kohdalla etuna on yrittäjän vahva kokemus LVI-alalta, joten alaan liittyvät erityis asiat ovat tiedossa. Yrittäjä on toiminut alalla jo usemman vuosikymmenen ajan, joten hänellä on tietoa myös alan aikaisemmasta kehityksestä ja reagoinnista vaihtuviin talouden suhdanteisiin. Tässä työssä markkinakartoitus tehdään jo olemassa olevan tiedon ja jo tehtyjen tutkimusten pohjalta.

4.1 LVI-alan kehitys

On erittäin todennäköistä, että LVI-alalla riittää tulevaisuudessa runsaasti töitä. Ihmisten asuminen kehittyy jatkuvasti, ja se ohjaa myös LVI-alaa. Ala on tärkeä osa rakentamista sekä rakennusten ylläpitoa ja kunnostusta. Uudisrakentaminen jatkuu varsinkin kasvavissa keskuksissa niin asunto- toimitila- kuin teollisuussektorillakin. Erityisesti korjaustöitä on luvassa runsaasti. Suomen rakennukset alkavat olla siinä iässä, että edessä on paljon putkiremontteja sekä muita suuria perusremontteja. (LVI-ala 2012 ; Talotekniikka 2011.)

Töiden lähteminen ulkomaille ei ole uhkana LVI-alan asennustöissä: Kiinasta käsin olisi melko haastavaa lähteä Suomeen vuotavaa putkea korjaamaan. LVI-ala sekä Talotekniikka saattavat korostaa LVI-alan positiivisia tulevaisuuden näkymiä parantaakseen omia lähtökohtiaan. Talokannan ikääntyminen Suomessa on kuitenkin todellista: sen voi jokainen havaita ympärilleen katselemalla ja myös tulevan yrittäjän kokemuksen perusteella lisää töitä LVI-alalla on luvassa. Myös Syrjälä (2012) muistuttaa, että putkiremonttien tarpeen lisääntyminen on herättänyt kiinnostusta LVI-alaa kohtaan.

LVI-ala työllistää Suomessa tällä hetkellä noin 25 000 ihmistä, joista 18 000 toimii asennustehtävissä. Asennustehtävien lisäksi LVI-alaan sisältyy muun muassa teollisuutta, vähittäis- ja tukkukauppaa sekä suunnittelutöitä.

Tilastokeskuksen mukaan Päijät-Hämeessä toimii 182 LVI-alan yritystä vuonna 2012. (LVI-ala 2012 ; Tilastokeskus 2012)

Tulevan yrittäjän kokemuksen perusteella lama-aika ei juurikaan vaikuta yrityksen tarjoamien palveluiden kysyntään. Korjaukset on pakko tehdä talouden suhdanteista huolimatta. Kuitenkin myös suuret toimijat tarjoavat tällaisina aikoina korjaustöitä, joten kilpailu saattaa siitä syystä koventua.

Viime vuosikymmeninä on yrittäjän näkemyksen mukaan tullut melko paljon uusia yrityksiä alalle. Erityisesti keskisuuria yrityksiä on tullut lisää. Muutamia yrityksiä on luonnollisesti mennyt konkurssiin, mutta ne ovat johtuneet pääasiassa liian nopeasta ja hallitsemattomasta kasvusta. Varsinaista ”konkurssiaaltoa” ei ole ollut missään vaiheessa havaittavissa.

4.2 Kohderyhmät

Tolvanen (2012) määrittelee kohdeyhmän joukoksi ihmisiä, joille jokin toimenpide on suunnattu. Segmentti puolestaan on yksi kohderyhmän osa (Suomisanakirja 2012). Segmentointi perustuu eri asiakkaiden yhteneväisyyksiin. Yritys X:n kohderyhmiä rajattaessa on otettu huomioon se, että yrityksessä työskentelee ainakin alkuvaiheessa vain yrittäjä itse. Tämä seikka rajaa suurempia urakoita ja etenkin suuria uudisrakennustöitä pois. Alla on selvitetty tarkemmin eri asiakassegmenteille tarjottavia palveluita sekä asiakkaiden tavoittamiseksi tehtäviä toimenpiteitä.

Asunto-osakeyhtiöt

Asunto-osakeyhtiöille yritys tarjoaa LVI-huoltotöitä sekä akuutteja korjaustöitä. Asunto-osakeyhtiöihin ollaan pääasiassa yhteydessä isännöitsijän tai kiinteistönhoitajan eli huoltomiehen kautta. Henkilökohtaiset kontaktit ovat erittäin tärkeässä roolissa. Akuutit korjaustyöt, kuten paikallisten putkivuotojen korjaukset, tilaa useimmiten kiinteistönhoitaja, joka tällaiset vahingot yleensä ensimmäisenä huomaa. Tällaisissa tapauksissa on tärkeää, että paikalle päästään viipymättä.

Akuutteihin korjaustöihin eivät vaikuta esimerkiksi asunto-osakeyhtiön solmimat sopimukset muiden toimijoiden kanssa, vaan kiinteistönhoitajalla on mahdollisuus kutsua paikalle kuka tahansa ammattilainen. Kiinteistönhoitaja taas voi suositella hyväksi havaitsemaansa tekijää eteenpäin isännöitsijälle sekä taloyhtiön hallitukselle, jolloin yritys voi saada tehtäväkseen isompiakin urakoita, kuten juuri LVI –huolto- ja kunnossapitotöitä. Laajan kokemuksensa ansiosta yrittäjällä on valmiina vahva kontaktiverkosto Lahden alueen isännöitsijöihin sekä kiinteistönhoitajiin. Kun yritys on perustettu, yrittäjä aikoo itse olla puhelimitse tai sähköpostitse yhteydessä isännöitsijöihin ja kertoa uudesta yrityksestään.

Yksityiskiinteistöt

Yksityiskiinteistöillä tarkoitetaan tässä yksityishenkilöiden omistamia omakotitaloja sekä loma-asuntoja. Kuten asunto-osakeyhtiöille, myös yksityiskiinteistöille yritys tarjoaa LVI-huoltotöitä sekä akuutteja korjaustöitä.

Lisäksi yksityisille voidaan tehdä uudisrakennustöitä, sillä töiden mittakaava on tässä asiakassegmentissä pieni. Yrittäjällä on mahdollisuus myös suunnitteluun, joten tällaiset projektit voidaan hoitaa alusta loppuun asti. Suunnittelutyö tapahtuu etupäässä Autocad-ohjelman avulla.

Yksityiskiinteistöihin tehtävät työt saadaan luonnollisesti kiinteistön omistajan yhteydenotosta. Kuten asunto-osakeyhtiö-segmentissä, myös tässä henkilökohtaiset kontaktit ja suhteet ovat erittäin merkittävässä osassa. Yrittäjän kokemuksen mukaan LVI-palveluita tilattaessa kysytään usein suosituksia tuttavilta, joten yksi työrupeama saattaa helposti poikia uusia tehtäviä.

Muut saman toimialan yritykset

Edellä mainittujen lisäksi yritys tarjoaa suuremmille urakointiliikkeille säätötöitä lämmön ja veden osalta. Tällaisia töitä voidaan tehdä esimerkiksi kerrostaloissa. Urakointiliikkeille projektit tehdään alihankintana.

Kuten muuhinkin, myös tähän asiakaskuntaan saa parhaiten yhteyden henkilökohtaisten kontaktien kautta. Urakointiliikkeiden yhteyshenkilöihin voidaan olla yhteydessä esimerkiksi puhelimitse tai sähköpostitse, kuten muuhinkin yllä mainittuihin asiakkaisiin. Yrittäjällä on kokemuksensa ansiosta suhteita tähänkin segmenttiin, joten itsestään muistuttaminen on suurta mainoskampanjointia tehokkaampaa markkinointia.

5 KILPAILIJA-ANALYYSI

Kilpailija-analyysin tekeminen on tärkeä osa yrityksen suunnittelua. Se antaa tietoa siitä, millaisia muita toimijoita alalla on ja minkä ominaisuuden avulla he ovat menestyneet. Kilpailija-analyysi antaa viitteitä siitä, onko perustettavalla yrityksellä elinmahdollisuuksia ja siitä saatua tietoa voidaan hyödyntää myös markkinointisuunnitelmassa. Kuten monen muunkin asian, myös kilpailija-analyysin voi teettää ulkopuolisella taholla tai tehdä itse. (Raatikainen 2011, 91.)

Kilpailija-analyysin sisältö voi erota hiukan riippuen siitä, millaiselle yritykselle analyysi tehdään ja mitä siinä painotetaan. Analyysi vastaa useimmiten muun muassa seuraaviin kysymyksiin: mitkä ovat kilpailevia yrityksiä, miten niiden myynti on viime vuosina kehittynyt, mihin suuntaan ne ovat kehittymässä ja miten kilpailu lähivuosina tulee kehittymään. Lisäksi kilpailija-analyysi kartoittaa kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia. Monissa analyyseissä kartoitetaan hyvinkin tarkasti kilpailijoiden taloudellisia tunnuslukuja ja muita yritysten talouteen liittyviä asioita. (Raatikainen 2011, 91.)

Kilpailija saattaa olla myös ”näkymätön”. Viestintätoimisto Suodattimen (2012) kotisivuilla annetaan esimerkkinä teatteri: sen tärkein kilpailija ei ehkä olekaan toinen teatteri vaan sen sijaan kotisohva sekä elokuvateatteri. Se siis kilpailee muiden toimialojen kanssa ihmisten vapaa-ajasta. Yritys X:n kohdalla näkymätön kilpailija olisi ihmisten oma osaaminen. Sille ei kuitenkaan kannata antaa juurikaan painoarvoa, sillä LVI-alaa on lähestulkoon pakko opiskella, jotta siitä voisi mitään ymmärtää. Tässä tapauksessa itsetekemisessä on myös suuria riskejä, sillä väärin tehty työ voi pahimmassa tapauksessa aiheuttaa esimerkiksi mittavat vesivahingot.

5.1 Mistä saada tietoa?

Tutor2U-verkkosivujen (2012) mukaan Davidson (1997) muistuttaa, että tietoa kilpailijoista on mahdollista saada usealla eri tavalla ja jaottelee tiedonhankintakeinot kolmeen eri kategoriaan. Helppointa on etsiä julkista, eri tietolähteisiin tallennettua tietoa. Tällaista tietoa ovat muun muassa yritysten vuosikertomukset, tuote-esitteet sekä Internet-sivuilla oleva tieto. Toinen keino on

hyödyntää omia havaintojaan. Tarkan tiedon saamiseksi tulee kuitenkin nähdä jonkin verran vaivaa. Yritys voisi esimerkiksi pitää vuosien ajan kirjaa kilpailijansa mainoskampanjoista ja näin pystyä ennakoimaan tulevia kampanjoita. Tämän avulla yritys voisi esimerkiksi kampanjoida itse ennen kilpailijaa ja saavuttaa näin etulyntiasemaa. Kolmas keino on hankkia tietoa asiakkailta, kilpailijoiden entisiltä työntekijöiltä tai vaikkapa toimittajilta. Heillä voi olla tiedossaan sellaisia asioita, joita ei muista lähteistä voisi koskaan saada selville.

Kilpailijoita kannattaa tietysti tarkkailla jatkuvasti, mutta tässä työssä keskitytään siihen, mitä aloitteleva yritys voi tehdä kartoittaakseen kilpailutilannetta. Tarkat talouden tunnusluvut eivät ole tämän työn kannalta olennaisia, sillä Yritys X:ää ei ole vielä perustettu eikä sillä silloin voi olla lukujakaan mitä vertailla. Yritys X:n erottautumis- ja kilpailukeinoista on kerrottu tarkemmin SWOT-analyysissä liikeidea-kappaleessa.

5.2 Merkittävimmät kilpailijat

Ennen kuin kilpailija-analyysi voidaan tehdä, täytyy valita tärkeimmät kilpailijat. Kaikki samalla toimialalla ja samalla paikkakunnalla toimivat yritykset eivät ole tärkeimpiä kilpailijoita. Esimerkiksi kohderyhmät tai töiden volyymi saattavat erota suurestikin, vaikka kyseessä olisi saman toimialan yritys.

Pienet yhden henkilön yritykset ovat Yritys X:n kanssa samassa asemassa, ja ovat siksi merkittävimpiä kilpailijoita. He kilpailevat pääasiassa samoista töistä Yritys X:n kanssa. Myös hieman suuremmat, alle 5 henkilöä työllistävät yritykset ovat huomion arvoisia kilpailijoita. Tällaiset yritykset kilpailevat melko saman suuruista projekteista, mutta heillä on enemmän resursseja tehdä myös suurempia urakoita.

Suuria toimijoita, kuten YIT:tä, ei varsinaisesti lasketa Yritys X:n kilpailijoiksi, sillä töiden volyymi on aivan erilainen. Suuretkin yritykset on kuitenkin otettava huomioon esimerkiksi markkinoinnissa ja korostettava pienen yrityksen vahvuuksia suuriin toimijoihin nähden. Kilpailueduista on kerrottu tarkemmin

Markkinointisuunnitelma –osiossa. Alla on esiteltynä lyhyesti muutamia tunnettuja Lahden alueella toimivia LVI-alan yrityksiä.

LVI-Ekspertti on lahtelainen, vuonna 1993 perustettu yritys. Se tarjoaa huoltotöitä, uudisrakennustöitä sekä KRV-töitä (kokonaisvaltainen rakentaminen). Yritys kuuluu nykyisin LSK-yhtiöihin. LSK-Yhtiöt on Etelä-Suomessa toimiva talotekniikan toimittaja, ja siihen kuuluvat yritykset muodostavat kattavan yritysverkoston, joten sillä on mahdollisuus tarjota monipuolisia palveluita. (LVI-Ekspertti 2012.)

Lahden LVI-Talo on perustettu vuonna 2004. Verkkosivujensa (Lahden LVI-Talo 2012) mukaan se tarjoaa uudis- ja korjausrakennustöitä asuin-, liike- ja teollisuusrakentamiseen. LVI-Talo toimii pääasiassa Lahdessa sekä sen ympäristökunnissa.

Lahden Putkihuolto tarjoaa myös laajasti erilaisia LVI-alan palveluita. Palvelutarjonnan lisäksi yrityksellä on myös oma myymälä Lahdessa ja Heinolassa. Myymälöistä löytyy verkkosivujen mukaan kattava valikoima LVI-tarvikkeita. (Lahden Putkihuolto 2012.)

6 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Markkinointi tukee kaikkea yrityksen toimintaa, eikä ole muista osa-alueista erillään. Lähes kaikki yrityksen tekemiset ovat osaltaan markkinointia, ja valitun markkinointistrategian tulisi vaikuttaa kaikkeen liiketoimintaan. Esimerkiksi jos yritys kampanjoi ekologisuudellaan, tulee kaikkien yrityksen toimien olla suunniteltuja ekologisten periaatteiden mukaan. Jos kaikki työmaajätteet banaaninkuorista paristoihin heitetäänkin lajittelematta kaatopaikalle, markkinointitoimenpiteet menettävät uskottavuutensa ja aikaisemmin tehdyt toimet ekologisuuden kehittämiseksi valuvat hukkaan. Markkinoinnin tavoitteena on muun muassa luoda kilpailuetua, ylläpitää ja kasvattaa tuottoa, hoitaa ja luoda asiakassuhteita sekä ylläpitää ja luoda yrityksen näkyvyyttä.

Markkinointisuunnitelma on yksi yrityksen työkaluista. Sen tarkoituksena on, että markkinointitoimenpiteet kohdennetaan oikein ja että tehtävät toimenpiteet ovat tehokkaita. Erityisesti pienissä yrityksissä tarkka kohdentaminen on tärkeää, koska resursseja on muutenkin vähän. Markkinointisuunnitelmassa kartoitetaan toimenpiteitä, joilla kasvua pyritään saavuttamaan. Suunnitelma koskee yrityksen koko liiketoimintaa, ei ainoastaan esimerkiksi mainontaa. Yleensä markkinointisuunnitelmissa on varsinaisten markkinointitoimenpiteiden suunnittelun lisäksi muitakin osa-alueita. Markkina- ja kilpailija-analyysi ovat esimerkiksi olennainen osa markkinointisuunnitelmaa, mutta tässä työssä niitä on käsitelty erillisissä osioissaan, joihin markkinointisuunnitelma kuitenkin pohjautuu. (Tolvanen 2012, 11 ; Markkinointisuunnitelma 2009b.)

Blythe (2009, 51) muistuttaa, että on tärkeää seurata toimenpiteille asetettujen tavoitteiden toteutumista. Esimerkiksi puolivuositain on hyvä käydä läpi, mitä ollaan tehty ja millä menestyksellä. Säännöllisen seurannan avulla on mahdollista karsia turhia toimenpiteitä pois ja taas toisaalta lisätä sellaisia, joista saadaan enemmän hyötyä. Seuranta voi tehdä yksinkertaisimmillaan vaikkapa pieneen taulukkoon, josta käyvät ilmi eri toimenpiteet, niihin käytetyt resurssit (esim. aika ja raha) sekä saavutetut toimenpiteet. Markkinointisuunnitelman tekeminen onkin usein syklistä, jolloin jo toteutetut toimenpiteet vaikuttavat seurannan kautta tuleviin toimenpiteisiin.

Vaikka pienyrityksen budjetti onkin vähäinen, sillä on etujakin suuriin toimijoihin nähden. Pieni yritys tuntee paikalliset markkinansa, ja usein jopa kaikki asiakkaansakin. Tarpeiden ja markkinoiden muutoksiin pystytään mukautumaan nopeammin kuin suuryrityksissä. Myös päätöksentekoprosessit ovat nopeampia, sillä tiedon ei tarvitse kulkea usean eri organisaatiotason läpi. Pienyritykset ovat usein aktiivisia ja oma-aloitteisia asiakkaitaan kohtaan, ja yrityksen omistajankin on mahdollista luoda henkilökohtaisia suhteita asiakkaisiin. Muun muassa näitä asioita kannattaa hyödyntää pienyrityksen markkinointia suunniteltaessa. (Ikonen, Savikko, Ikonen 2006, 44.)

Seuraavissa luvuissa on kerrottu Yritys X:n tavoitettavuudesta sekä markkinointiviestinnästä. Tuotteista on kerrottu tarkemmin kohderyhmiä käsittelevässä osiossa markkinakartoitus-kappaleessa. Hinnoittelusta taas on mainittu liikeidea-kappaleen ensimmäisessä osiossa.

6.1 Saatavuus ja tavoitettavuus

Yrittäjä työskentelee pääsääntöisesti virka-aikana, eli klo 8 - 16 maanantaista perjantaihin. Tavoitteena on, että työt sovitaan tälle aikavälille. Yrittäjällä on kuitenkin mahdollisuus myös päivystykseen, jolloin esimerkiksi akuutit putkivuodot ja muut vastaavat tapaukset voidaan hoitaa virka-ajan ulkopuolella. Nimenomaan saatavuuden on tarkoitus toimia yhtenä kilpailuetuna suurempiin yrityksiin nähden. Etuna on se, että sama henkilö päättää projekteista ja myös toteuttaa ne. Turha byrokratia ei tällöin vie aikaa ja väärinkäsityksiltä voidaan välttyä paremmin, kun viesti ei kulje usean eri henkilön kautta.

Yrittäjään ollaan yhteydessä pääasiassa puhelimitse, jolloin voidaan sopia tapaaminen. Mahdollisesti myös sähköpostitse ja Internet-sivujen kautta yrittäjään voidaan ottaa yhteyttä. Tavoitteena on luonnollisesti vastata puheluihin heti. Tämä luo luotettavaa mielikuvaa yrityksestä. Lisäksi on tärkeää saada tieto kiireellisistä tapauksista heti, jotta suurempaa vahinkoa ei pääse syntymään. Yrittäjä liikkuu paikasta toiseen autolla.

6.2 Markkinointiviestintä

Koska kyseessä on pieni yritys, kovin mittaviin mainontatoimenpiteisiin ei voida ainakaan aluksi ryhtyä. Henkilökohtaiset kontaktit ovat tärkeitä, joten yrittäjän tulee yleisesti olla yhteydessä avainasemassa oleviin henkilöihin, kuten isännöitsijöihin ja kiinteistöhoitajiin. On myös hyvä kertoa perustamastaan yrityksestä mahdollisimman monelle, jotta potentiaaliset asiakkaat osaavat tarvittaessa ottaa yrittäjään yhteyttä.

Kotisivut

Yritykselle tullaan perustamaan Internet-sivut, jotka toimivat yhtenä tärkeimmistä markkinointikanavista. Sivujen perustaminen ja ylläpito ovat melko edullisia muihin medioihin nähden, joten aloittavallavallakin yrityksellä on mahdollisuus saada hyvät nettisivut. Sivujen ulkoasuun ja sisältöön panostetaan ja todennäköisesti ne teetetään ulkopuolisella henkilöllä.

Internetsivujen tulee olla ulkoasultaan selkeät, luottamusta herättävät sekä kiinnostavat. Luottamusta voidaan herättää esimerkiksi antamalla tarpeeksi tietoa yrityksestä sekä yrittäjästä. Myös ulkoasu vaikuttaa mielikuviin: esimerkiksi sininen väri herättää tunnetusti rauhallisuudessaan luottamusta. Ulkoasuun tulee olla muutoinkin selkeä ja käytettävyyden hyvä. Sivuilla vierailevan tulee löytää tarvitsemansa tieto vaivattomasti ja nopeasti. Myös hakukoneoptimointi tulee ottaa verkkosivuja suunniteltaessa huomioon. Estimate-verkkosivuilla (2011) kerrotaan, että käytännössä optimoinnilla tarkoitetaan verkkosivujen sisällön ja lähdekoodin muokkaamista sellaiseen muotoon, että hakukoneet ”ymmärtävät” ne paremmin. Hienoistakaan verkkosivuista ei ole hyötyä, jos kukaan ei löydä niitä.

Kauppalehden verkkosivuilta voi etsiä yritystä toimialoittain ja paikkakunnittain. Lahden alueelta löytyy lukuisia kategoriaan ”Lämpö-, vesijohto- ja ilmastointiasennus” kuuluvia yrityksiä. Sattumanvaraisesti yrityksiä valitsemalla ja sen jälkeen Google-haulla etsimällä huomaa, että lähimainkaan kaikilla yrityksillä ei ole lainkaan verkkosivuja. Osumat ovat lähinnä yhteystietoihin ja tilastointiin liittyviä tietoja toisen osapuolen, kuten Fonectan tai Kauppalehden Internetsivuilla. Useat sivut ovat myös hieman vaatimattoman näköisiä. Hyvin

tehdyt verkkosivut voivat siis toimia yhtenä keinona erottautua kilpailijoista, etenkin muista pienistä yrityksistä. Suuremmat yritykset ovat useimmiten panostaneet nettisivuihinsa enemmän.

Tilastokeskuksen Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2010 –tutkimuksen mukaan 74% suomalaisista etsii verkosta tietoa tuotteista ja palveluista. Saman tutkimuksen mukaan Internetin päivittäiskäyttö lisääntyy koko ajan. Internet-näkyvyyden merkitystä ei siis kannata aliarvioida. Kuten aiemminkin on mainittu, hyvien verkkosivujen lisäksi on tärkeää, että yritys löytyy helposti esimerkiksi Google-haun avulla. Yrityksen nimeämis-osioon viitaten tästäkin syystä omaperäisempi toiminimi kuin ”LVI-Sukunimi” olisi parempi.

Mainosteippaukset autoon

Yrityksen käytössä on auto, johon teipataan yrityksen nimi, logo ja yhteystiedot. Logon tulee olla tarpeeksi erottuva ja selkeä, jotta se jäisi ihmisten mieleen. Yhteystietojen tulee olla selkeästi näkyvissä, jotta potentiaaliset asiakkaat voivat ottaa yritykseen yhteyttä. Katukuvassa näkyy runsaasti yritysten valkoisia autoja, joihin on painettu yrityksen sinisävyinen logo. Tällaista väriyhdistelmää ei siis välttämättä kannata valita, sillä asiakkaan voi olla vaikea erottaa samankaltaisia autoja toisistaan.

Muut mediat

Muissa medioissa, kuten televisiossa, radiossa tai lehdissä yritys ei ainakaan aluksi mainosta. Ensinnäkin mainostaminen tällaisissa medioissa on pienen yrityksen budjettiin nähden kallista, ja vaarana on jopa markkinoinnin liiallinen tehokkuus. Esimerkiksi ess.fi-verkkopalvelu tavoittaa viikossa yli 80 000 eri kävijää (Mediatalo Esa 2012). Mikäli resursseihin nähden liian moni kiinnostuu yrityksen palveluista, lupaukset nopeasta toiminnasta joudutaan perumaan ja kaikkia tarjottuja töitä ei välttämättä voida ottaa edes vastaan. Aluksi onkin tarkoitus hyödyntää omia, jo olemassa olevia kontakteja. Laajempaa markkinointikampanjaa voidaan harkita tilanteen mukaan myöhemmin.

Tulevaisuudessa yksi potentiaalinen markkinointiviestintäkanava on ESS.fi – sivuilla oleva tekstiviestillä päivitettävä mainospaikka ”Päivän parhaat”. Päivän

parhaat –osiossa mainostaminen maksaa kuukaudessa 350 euroa ja sillä saa 50% kyseisen mainospaikan viikon näytöistä. Päivän parhaat on ESS.fi:n etusivulla, eli sen näkevät päivässä kymmenentuhannet ihmiset. ESS.fi:n mediatiedoissa kerrotaan, että sivusto tavoittaa viikossa yli 90 000 eri kävijää joista 92% on Päijät-Hämeen alueelta. Lisäksi Mediatalo Esan sivuilla kuvaillaan ESS.fi –sivuja seuraavasti: ” ESS.fi on aidosti paikallinen verkkopalvelu, joka kertoo nopeasti ja luotettavasti, mitä Päijät-Hämeessä ja maailmalla tapahtuu juuri nyt. Uutisten lisäksi tarjolla on ajanvietettä, blogeja, menokatu.fi- ja terve24-palvelut. ESS.fi tavoittaa erityisesti aktiivi-ikäiset työssäkäyvät ihmiset.”

Päivän parhaissa mainostaminen on melko edullista verrattuna muihin vaihtoehtoihin. Esimerkiksi 1000 mainosnäyttöä ESS.fi:n yläbannerissa maksaa 25 euroa. Yksi mainosnäyttö on käytetty, kun sivu ladataan yhden kerran. Kun sivuilla vieraillee viikoittain 90 000 kävijää, 1000 latausta on käytetty alle vuorokaudessa. Vertailun vuoksi mainittakoon vielä, että koko etusivun kokoinen mainos Etelä-Suomen Sanomiin maksaa 17 072 euroa. (Mediatalo Esa 2012.)

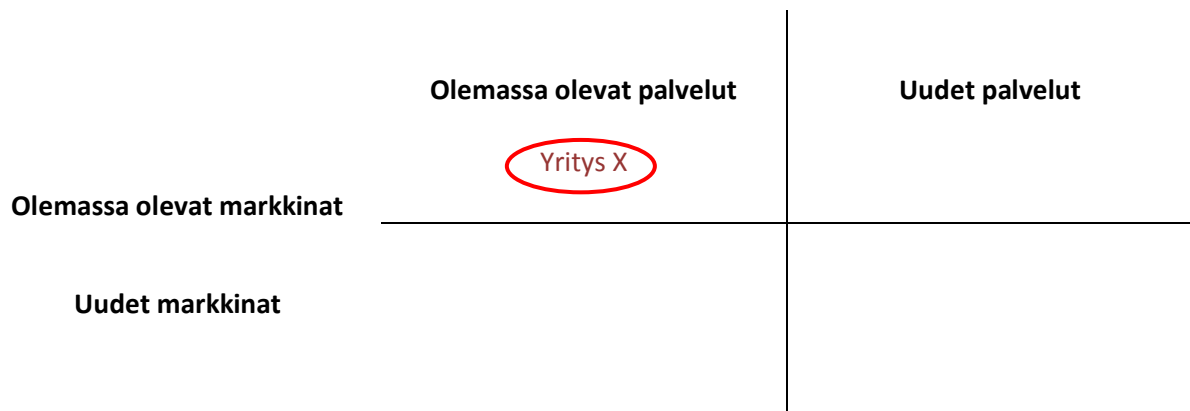
Yrityksen luonteen vuoksi ei ole eilinehtoisen tärkeää, että asiakkaita saataisiin heti aloituspäivästä lähtien runsain määrin. Esimerkiksi kahvilalle tämä taas olisi hyvinkin tärkeää, sillä kiinteät kustannukset ovat suuremmat ja tyhjä kahvila ei ole itsessäänkään kovin myyvä. Yritys X:n asiakkaat sen sijaan eivät ole muille näkyvillä.

6.3 Strategiat

Kuviossa 1 on esitettyä yrityksen strategia Ansoffin matriisin muodossa. Yritys X:n strategia on ”markkinapenetraario”, eli se suuntaa jo olemassa oleville markkinoille jo olemassa olevilla tuotteilla ja palveluilla. Tällöin voidaan kilpailla esimerkiksi hinnoilla, markkinointiviestinnällä tai tuotteiden tai palveluiden erityisen hyvällä laadulla. Yritys X:n tavoitteena on hyödyntää henkilökohtaisia kontakteja, jolloin kilpailuetua syntyy siitä, että tekijä on entuudestaan jossakin määrin tuttu ja siksi luotettavaksi koettu henkilö.

Tulevaisuudessa strategiaa on mahdollista muuttaa yleisen kehityksen mukaisesti tai jos yrittäjä itse keksii jotakin uutta. Mikäli markkinoille tulee esimerkiksi

uudenlaisia tuotteita, Yritys X voisi olla ensimmäisten joukossa myymässä niitä tai hyödyntämässä uusia välineitä tarjoamissaan palveluissa. Syrjälä (2012) huomauttaa, että LVI-alalla tekninen kehitys on ollut viime vuosina nopeaa ja lähitulevaisuudessa kehitystä tulee tapahtumaan vielä vaativampaan suuntaan energiankulutuksen ja päästöjen minimoimiseksi. Täysin uusia asiakaskuntia tuskin syntyy ainakaan lähitulevaisuudessa. Esimerkiksi ulkomaille suuntautuva toiminta ei tule Yritys X:n tapauksessa kyseeseen, sillä se on ensisijaisesti palveluyritys.



KUVIO 1: Kasvustrategia

7 TALOUS

7.1 Rahoituslaskelma

Investointilaskelmaan sisältyvät tuotteiden hinnat ovat muutoin yrittäjän omia arvioita, mutta tietokoneohjelmien hinnat on katsottu verkkokauppa.com-sivustolta (Verkkokauppa 2012a, b, c, d, e). Myös kiinteät kulut ovat yrittäjän omia arvioita. Markkinointikustannuksiin on laskettu mukaan nettisivujen teettäminen ammattilaisella sekä auton teippaukset. Kulut on merkitty samoiksi yhden ja kolmen kuukauden kohdalla, sillä verkkosivujen perustaminen ja auton teippaukset ovat kertaluonteisia kustannuksia. Verkkosivuja on tarkoitus päivittää itse. Puhelinliittymän hinta sisältää asiakaskontaktointiin käytettävät kustannukset, joten puhelinlaskua tai oman ajan arvoa ei ole otettu markkinointikustannuksissa huomioon.

Rahoituslaskelma

Investoinnit	16579
Käyttöpääoma (kiinteät kulut ensimmäiset 3 kk)	4245
Kustannusylitysvaraus (15% investoinneista ja käyttöpääomasta)	3124
Tuotantohyödykkeiden hankkimisvarat	5000
Yhteensä €	28948

Investoinnit

Auto	13000
Työvälineet	2000
Kirjanpito- ja toimistotarvikkeet	100
Tietokone	600
F-Secure	37
F-Secure yrityslicenssi: 1 käyttäjä, 1 vuosi	62
Windows7 käyttöjärjestelmä	300
Microsoft Office	300
Microsoft Office yrityslicenssi	130
HelpostiLasku-laskutusohjelma	50
Yhteensä €	16579

Kiinteät kulut	1 kk	3 kk
Vakuutukset	300	900
Markkinointi	1500	1500
Internetyhteys	50	150
Puhelinliittymä	50	150
Pankkiasiointi	15	45
Lainan lyhennys	500	1500
Yhteensä €	2415	4245

7.2 Pankkiasiointi ja pankin tarjoamat rahoitusvaihtoehdot

Yritys voi tarvita ulkopuolista rahoitusta useissa eri tilanteissa. Esimerkiksi erilaisiin investointeihin, kuten koneiden ja laitteiden hankintaan tarvitaan usein rahoitusta. Lisäksi sitä voidaan tarvita tulojen ja menojen tasapainottamiseen joksikin aikaa. Pelkällä lainarahalla ei luonnollisesti voi yritystoimintaa kovin pitkään pyörittää.

Pankista haettava rahoitus

Rahoitusvaihtoehtoja on useita, ja on tärkeää punnita eri vaihtoehtoja ja valita niistä itselleen ja omaan tilanteeseensa sopivin. Valintaan vaikuttavat muun muassa yrityksen sen hetkinen rahoitusrakenne, tulevaisuuden investoinnit sekä mahdollisuudet rahoituksen takaisinmaksuun. Osa rahoitusvaihtoehdoista vaatii vakuuden, mutta eivät kaikki. Pankkeja kannattaa kilpailuttaa pyytämällä tarjouksia ja valita sitten itselle paras vaihtoehto. Pankkeihin voi varata ajan esimerkiksi näiden kotisivuilla tai soittamalla. Seuravissa kappaleissa esitellään Sampo Pankin tarjoamia rahoitusvaihtoehtoja. Myös muilla pankeilla on tarjottavana samoja tai ainakin samansuuntaisia tuotteita. (Sampo Pankki 2012a ; Nordea 2012 ; Osuuspankki 2012.)

Velkakirjalaina

Velkakirjalainalla yritys voi rahoittaa lähes minkä vain hankkeen. Parhaiten se sopii pitkäaikaisten investointien rahoitukseen. Lainan ehdot ovat aina erilaiset

tilanteesta riippuen. Lainan hintaan vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi laina-aika sekä pantattava vakuus. Lähes aina velkakirjalainoille tarvitaan vakuus, mutta joitakin poikkeuksiakin on olemassa. (Sampo Pankki 2012b.)

Luotollinen tili

Luotollinen tili on vartenotettava vaihtoehto, kun halutaan rahoitusta käyttöpääomatarpeisiin. Luotollisen tilin avulla voi myös tasoittaa liiketoiminnan kausivaihteluita. Tilille sovitaan pankin kanssa tietty luottoraja, johon saakka luottoa voi käyttää. Useimmiten korkoa maksetaan vain siitä luoton määrästä, joka on käytössä. Luotollisen tilin vakuudeksi voi hakea esimerkiksi Finnveralta pientakausta, jolloin muita vakuuksia ei välttämättä tarvita. (Sampo Pankki 2012c.)

Verkkolimiitti

Verkkolimiitillä voi rahoittaa käyttöpääomatarvetta sekä pieniä investointeja. Verkkolimiitti on käytössä verkkopankissa, jolloin yritys voi nostaa itse tarpeen mukaan lyhytaikaisia lainoja. Kun lainaa on maksettu takaisin, limiittiä vapautuu uudelleen käyttöön. Verkkolimiitin etuna on se, että jokaisesta lainasta ei tarvitse neuvotella erikseen. Tällöin lainaa saa käyttöön nopeammin ja vaivattomammin. (Sampo Pankki 2012d.)

Pankkitakaus

Pankkitakaus tarkoittaa sitä, että pankki antaa yrityksen puolesta vakuuden yrityksen sopimuskumppanille. Pankkitakaus voi tulla kyseeseen esimerkiksi urakoista tai toimituksista sovittaessa. Myös yritys itse saattaa tarvita pankkitakausta sopimuskumppaniltaan, jotta voitaisiin varmistua sovittujen asioiden toteutumisesta. Pankkitakaus antaa turvaa etenkin tuntemattomamman sopimuskumppanin kanssa toimittaessa. (Sampo Pankki 2012e.)

Maksuliikenne

Valitsemaansa pankkiin kannattaa avata erillinen tili yrityksen raha-asioita varten. Tämä helpottaa omien ja yritysten varojen erillään pitämistä. Omien tarpeidensa mukaan pankin palveluista voi valita muun muassa suoraveloituksia, laskutuspalvelua tai rahahuoltopalveluita. Yritys X:n tapauksessa laskutus hoidetaan ainakin aluksi asiakkaalle annettavan laskun avulla, mutta maksupäätteen hankkimista korttimaksuja varten voidaan harkita myöhemmin. Yritys X:n tapauksessa kyseeseen voisi tulla esimerkiksi Sampo Pankin yrityksille tarjoama laajapaketti. Se sisältää tilin, johon on liitetty verkkopankki sekä kortti. Laajapakettiin voidaan liittää luotollinen tili sekä luotollinen pankkikortti. Paketin kuukaushinta on 14 euroa. (Sampo Pankki 2012f.)

7.3 Finnvera

Finnvera on valtion omistama rahoituslaitos, joka tarjoaa rahoitusmahdollisuuksia yritysten erilaisiin tilanteisiin, kuten aloittamiseen, kasvuun sekä viennin aloittamiseen. Finnveralta voi saada muun muassa takauksia, lainoja ja pääomasijoituksia. Koska Finnvera on valtion omistama, se täydentää rahoitusmarkkinoita ja on toiminnallaan mukana edistämässä esimerkiksi juuri yritystoiminnan kehitystä. (Finnvera 2012a.)

Enintään viisi henkilöä työllistäville yrityksille Finnveralla on tarjottavana pientakaus, pienlaina sekä naisyrittäjälaina. Myös muita vaihtoehtoja voidaan hyödyntää, mutta nämä ovat erityisesti pienyrityksille suunnattuja. Alla on kerrottu tarkemmin pienlainasta ja pientakauksesta, sillä ne ovat varteenotettavimmat vaihtoehdot Yritys X:n tapauksessa. Naisyrittäjälaina ei tässä tapauksessa tule tässä kyseeseen, sillä Yritys X:n perustaja on mies. Laina on tarkoitettu sellaisille yrityksille, joissa suurin osa osakkaista on naisia ja yksi näistä naisista on päätoimisesti yrityksen johtotehtävissä. (Finnvera 2012b.)

Pienlaina

Pienlainaa voi hakea toimintaansa aloitteleva ja myös jo toimiva yritys. Kuten ylläkin on mainittu, lainan saadakseen yritys saa työllistää maksimissaan viisi henkilöä. Lisäksi ehtona on se, että yrityksen perustaja työllistää itsensä yrityksessään. Lainan käyttötarkoituksena voivat olla esimerkiksi kone- ja laiteinvestoinnit, yrityksen kehittäminen tai käyttöpääomatarpeet. Finnvera voi myöntää pienlainaa kaikkiaan enintään 35 000 euroa, jonka lisäksi on kuitenkin mahdollista hakea Finnveralta muuta rahoitusta. Työ- ja elinkeinotoimiston myöntämä starttiraha ei vaikuta lainan saamiseen eikä toisinpäin. Pienlainaa voi hakea suoraan Finnveran verkkosivuilla olevan linkin kautta:

<https://online.finnvera.fi/login.jsf>. Palveluun voi kirjautua henkilökohtaisilla pankkitunnuksilla. (Finnvera 2012c.)

Pientakaas

Pientakauksen tarkoituksena on mahdollistaa yritykselle rahoituksen saaminen pankista. Myös pientakausta voivat hakea sekä aloittelevat että jo toimivat yritykset. Pientakaas toimii siten, että yritys hakee ensin rahoitusta omalta pankiltaan, jolloin pankki arvioi yrityksen toimintaedellytykset sekä vakuuksiin liittyvät seikat. Takauksen hakemisen hoitaa pankki, jonka jälkeen Finnvera päättää takauksesta pankin antamien tietojen perusteella. Yrityksen ei siis itse tarvitse hakea takausta, eikä useimmiten olla muutenkaan yhteydessä Finnveraan millään muotoa. Takausosuus voi olla korkeintaan 60% ja rahassa mitattuna 85 000 euroa. Kaikki suurimmat pankit Suomessa ovat pientakauksen käyttäjiä. (Finnvera 2012d.)

Mihin päädyttiin?

Rahoituslaskelman perusteella ulkopuolista rahoitusta tarvittaisiin 20 000 euroa, mikäli yrittäjä sijoittaisi yritykseen omaa pääomaa 10 000 euroa. Pankin tarjoama velkakirjalaina tai Finnveran tarjoama pienlaina voisivat siis olla potentiaalisia vaihtoehtoja rahoituksen järjestämiseen. Myös luotollinen tili on hyvä olla olemassa. Asiakas maksaa laskun useimmiten vasta kun työ on valmis, joten luotollisuutta tarvitaan esimerkiksi työssä tarvittavien materiaalien hankkimiseen.

8 RISKIANALYYSI JA SUOJAUTUMINEN

Riskianalyysin tarkoituksena on kartoittaa yritystoiminnan mahdollisia riskejä. Kartoituksen pohjalta pyritään suojautumaan riskin toteutumiselta tai ainakin minimoimaan niiden toteutumisesta aiheutuvaa haittaa. Analyysin avulla selvitetään muun muassa riskin kohdetta, luonnetta sekä riskin toteutumisesta aiheutuvia seurauksia. (Laki24 2012)

Riskianalyysissä ei voida ottaa kaikkia mahdollisia riskejä huomioon maailmanlopusta yrittäjän pikkuvarpaan murtumiseen. Onkin pohdittava, mitkä riskit ovat yritystoiminnan kannalta suurimpia ja suunnata eniten huomiota niiltä suojautumiseen. Riskianalyysia tehdessä tulee ottaa huomioon, mitä yritys todella tekee ja mitkä riskit siten ovat ollenaisia. Esimerkiksi Yritys X:n tapauksessa vesivahingon sattuminen on todennäköisempi riski kuin vaikkapa yrityksen tietojärjestelmiin murtautuminen. (Suite101 2009.)

Kaikkiin olemassa oleviin riskeihin ei myöskään voida vaikuttaa, vaikka ne olisivatkin kyseessä olevan yrityksen kannalta merkittäviä. Esimerkiksi kilpailijoiden toimintaan tai markkinoiden olosuhteisiin yritys/yrittäjä ei juurikaan voi vaikuttaa. Myös poliittiset tapahtumat, luonnonmullistukset sekä uudet innovaatiot ovat tällaisia asioita. (Kuusela & Ollikainen 2005, 13.)

Hannu Kuusela ja Reijo Ollikainen (2005) kuvaavat kirjassaan, että riskit voidaan tyypillisimmin jakaa kahteen eri luokkaan: dynaamisiin ja staattisiin riskeihin. Dynaamiset riskit ovat sellaisia, joista voi seurata joko jotakin huonoa tai jotakin hyvää. Esimerkkinä kirjassa on mainittu uuden tietokonejärjestelmän käyttöönotto: se voi tuoda yritykselle paljon lisää tehokkuutta ja säästää aikaa, mutta se saattaa myös osoittautua huonoksi valinnaksi ja näin aiheuttaa enemmän haittaa kuin hyötyä. Staattinen riski taas on sellainen, mistä ei seuraa muuta kuin huonoa. Tällaiset riskit ovat usein helpommin ennustettavissa. Tällainen riski on esimerkiksi varkaus tai tulipalo. Staattiset riskit voidaan jakaa vielä henkilö-, omaisuus-, vastuu- ja riippuvuusriskeihin. Henkilöriski on esimerkiksi yrittäjän sairastuminen, omaisuusriski liittyy omaisuuden menettämiseen, vastuuriskit

liittyvät korvausvelvollisuuteen muita osapuolia kohtaan ja riippuvuusriski taas on esimerkiksi sellainen, että asiakas peruukin jo sovitun projektin. Alla on käsitelty Yritys X:ää olennaisimmin koskevia riskejä ja pohdittu keinoja niiltä suojautumiseen.

8.1 Riskien hallinta

Staattisilta riskeiltä voidaan yleensä suojautua vakuutuksilla (vakuutuksista kerrottu tarkemmin omassa osiossaan 2.6). Myös omalla toiminnallaan voi vaikuttaa: huolellisuus työssä ja tavaroiden hyvä kohtelu auttavat jo jonkin verran. Omasta hyvinvoinnista ja terveydestä on myös tärkeää huolehtia.

Sopimuksia solmittaessa on hyvä tutustua sopimuskumppaniin ja pyrkiä mahdollisimman hyvin arvioimaan tämän luotettavuutta. Riippuvuusriskeiltäkin on osittain mahdollista suojautua vakuutuksilla. Ei myöskään kannata perustaa esimerkiksi kaikkea tavarantoimitusta vain yhden kumppanin varaan. Koskaan ei voi olla täysin varma, meneekö sopimuskumppani vaikkapa konkurssiin. Ainakin yksi varavaihtoehto on hyvä olla, jotta oma liiketoiminta kärsisi muiden virheistä mahdollisimman vähän.

Dynaamisilta riskeiltä suojautuminen voi olla vaikeampaa, sillä yleensä odotetaan, että muutos tuo mukanaan hyviä asioita. Tarkka perehtyminen uuteen asiaan on tärkeää, oli kyseessä sitten uusi tietokonejärjestelmä tai uuden tuotteen ottaminen valikoimaan. Muutokseen liittyviä riskejä tulee arvioida tarkasti: jos riskien toteutuminen vaikuttaa todennäköiseltä tai toteutumisesta seuraisi merkittävää haittaa, on ehkäpä hyvä pohtia asiaa vielä uudelleen.

8.2 Yritys X:n liiketoimintaa koskevat riskit

Taulukossa 4 on kuvattuna merkityksellisimmät Yritys X:n liiketoimintaa koskevat riskit sekä keinot, joilla niitä voidaan yrittää hallita. Taulukon alapuolella on kerrottu tarkemmin kustakin osa-alueesta. Samalla on perusteltu, miksi juuri nämä riskit ovat olennaisia.

TAULUKKO 4: Riskit ja riskienhallinta

Riski	Riskin hallinta
Yrittäjän sairastuminen	<ul style="list-style-type: none"> • Vakuutukset • Omasta hyvinvoinnista ja terveydestä huolehtiminen • ”Varamiehen” hankkiminen
Vesivahingot ja muut työstä aiheutuvat vahingot	<ul style="list-style-type: none"> • Vakuutukset • Tarkkuus työnteossa • Jos työntekijöitä palkataan → ammattitaidon varmistaminen
Ilkivalta	<ul style="list-style-type: none"> • Vakuutukset • Omaisuuden huolellinen käsittely ja säilyttäminen
Töitä ja asiakkaita ei tule	<ul style="list-style-type: none"> • Aktiivinen yhteydenpito potentiaaliin asiakkaisiin • Markkinointitoimenpiteiden lisääminen tarvittaessa
Asiakkaat eivät maksa sovitusti tehdystä työstä	<ul style="list-style-type: none"> • Pyritään arvioimaan asiakkaan luotettavuutta jo ennen projekteista sopimista • Tarvittaessa esim. pankkitakaus • Erilaiset maksusopimukset

Huomion arvoisia riskejä Yritys X:n tapauksessa ovat yrittäjän sairastuminen, työstä asiakkaalle tai kolmannelle osapuolelle aiheutuvat vahingot, ilkivalta, asiakkaiden puute sekä se, että asiakkaat eivät maksakaan sovitusti tehdystä työstä. Yrittäjän sairastuminen on toteutuessaan erittäin merkittävä riski, sillä yrityksessä ei ole muita työntekijöitä tuuraamassa yrittäjää. Omasta terveydestään on toki hyvä huolehtia, mutta muutoin sairastumiseen ei itse voi juurikaan vaikuttaa. Vakuutuksilla saa turvaa menetettyjä työtuloja varten, mutta asiakkaan kokemaa harmia ei voi silläkään korvata. Yksi mahdollisuus suojautua tällaiselta olisi hankkia itselleen niin sanottu varamies. Tämä voisi esimerkiksi olla joku ammattitaitoinen tuttava, joka voisi hoitaa sovitut työt yrittäjän puolesta. ”Varamiehellä” voisi vaikkapa olla oma toiminimi, ja Yritys X ostaisi tältä palveluita alihankintana.

Mikäli työssä menee jokin pieleen, siitä aiheutuvat vahingot voivat olla hyvinkin mittavia. Tekemisissä ollaan vesijohtoverkostojen kanssa, joten vesivahingon riski on olemassa. Huolellisuus ja tarkkuus työssä pienentävät riskiä, mutta aina voi käydä vahinkoja ja aina tapahtumat eivät ole edes itsestä riippuvaisia. Tältäkin riskiltä voi suojautua sopivalla vakuutuksella. Mikäli yritykseen joskus palkataan työntekijöitä, tulee heidän ammattitaidostaan ja osaamisestaan varmistua.

Ilkivallalla tarkoitetaan tässä esimerkiksi yrityksen omaisuuden varastamista tai tuhoamista. Ei olisi tavatonta, että työauton renkaat olisi maanantaiaamuna puhkottu tai työmaalta varastettaisiin työkaluja. Omalla toiminnallaan yritys voi varautua tällaiseen säilyttämällä tavaroita oikein ja huolellisesti. Työmaille ei esimerkiksi kannata jättää työkaluja ilman valvontaa ruokataulun ajaksi tai autoa säilyttää ulkosalla pitkiä aikoja. Nämä ovat tietysti perusasioita, jotka tulevat varmasti hoidettua ilman sen erityisempää muistamista. Ilkivallalta ja varkauksilta suojauduttaessa vakuutukset ovat jälleen tärkeässä asemassa.

Riskiksi voidaan lukea myös se, että yritys ei saa tarpeeksi asiakkaita ja töitä. Itsestään selvää on, että työ on yrityksen toiminnan edellytys, eikä töitä saa ilman asiakkaita. Tähän voi varautua olemalla aktiivisesti yhteydessä potentiaalsiin asiakkaisiin sekä tekemällä itseään tunnetuksi. Mikäli omat kontaktit eivät riitä kattamaan työtarvetta, voidaan aloittaa laajamittaisemmat markkinointitoimenpiteet. Myös alkuinvestoinneissa on hyvä olla maltillinen. Mikäli yritystoiminta ei vain yksinkertaisesti ala ajankaan kuluessa kannattamaan, on tietysti parempi mitä vähemmän yrityksellä on vastuuta muita osapuolia kohtaan.

Joskus voi käydä niinkin, että asiakas ei pystykään maksamaan tehdyistä töistä sovitulla tavalla. Estääkseen tällaista tapahtumasta yrityksen tulee pyrkiä arvioimaan asiakkaan maksukykyä jo ennen projekteista sopimista. Myös erilaisia maksusopimuksia voi tehdä. Voidaan esimerkiksi sopia, että osa työn hinnasta maksetaan jo etukäteen ja loput työn valmistuttua. Yrityksellä tulisi olla myös sen verran käytettävissä olevia varjoja, ettei se ole täydellisen riippuvainen juuri ajallaan saaduista maksuista. On positiivista, jos yritys pystyy joustamaan ja sopimaan esimerkiksi pidemmistä maksuajoista asiakkaan kanssa. Joissakin

tapauksissa voidaan turvautua myös pankkitakaukseen ja erilaisiin toimitusvakuutuksiin (ks. lisää kohdasta ”vakuutukset” ja ”talous”). Tällaiset ovat kuitenkin useimmiten tarkoitettu yritysten välillä käytävään kauppaan, eikä niinkään kuluttaja-asiakkaiden kanssa käytettäväksi.

9 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

9.1 Onko yrityksen perustaminen kannattavaa?

Tekemäni työn perusteella vaikuttaisi siltä, että yritys on kannattavaa perustaa. Vaikka alalla onkin jonkin verran kilpailua, yrityksellä on hyviä kilpailuvaltteja muihin toimijoihin nähden. Ala on kasvava, joten töitä pitäisi riittää tulevaisuudessakin.

Yrityksen perustaminen –kappaleeseen viitaten Yritys X:n yhtiömuodoksi valittiin yksityinen elinkeinonharjoittaja ja kirjanpito päätettiin järjestää ainakin aluksi itse. Vakuutuksista yritys tarvitsee pakollisen eläkevakuutuksen lisäksi ainakin liikennevakuutuksen, terveysturva- ja tapaturmavakuutuksen sekä keskeytys- ja vastuuvakuutuksen. Harkinnassa ovat myös oikeusturva-, omaisuus- ja ajoneuvovakuutukset.

Suurta alkumarkkinointikampanjaa ei tarvita, sillä yrittäjällä on valmiina laaja kontaktiverkosto. Resurssit aiotaan käyttää laadukkaiden verkkosivujen perustamiseen ja ylläpitoon, auton teippauksiin sekä asiakaskontaktien hankkimiseen ja ylläpitoon. Tulevaisuudessa markkinointiviestintään voidaan panostaa enemmän, ja potentiaalinen viestintäkanava on esimerkiksi ESS.fi – sivuston Päivän parhaat –mainospaikka.

9.2 Tavoitteiden toteutuminen

Työni tavoitteena oli antaa kattava kuva siitä, mitä käytännön toimenpiteitä yrityksen perustaminen vaatii sekä tarjota valmiita ratkaisuja yrityksen eri osa-alueisiin. Käytännön toimenpiteitä käsittelevään osioon olen itse hyvin tyytyväinen. Vastaavaa yhteenvetoa en löytänyt käyttämistäni lähteistä tai jo tehdyistä opinnäyte- tai muista vastaavista töistä.

Mielestäni on hyödyllistä, että kaikki muistettavat asiat on löydettävissä yhdestä, samasta paikasta. Se on suuri apu kun yrityksen perustamista aletaan pohtia. Aluksi yrityksen perustaminen vaikutti mielestäni hyvin monimutkaiselta ja vaikealta asialta, sillä uutta tietoa tuli paljon. Lopulta asiat kuitenkin selkenivät

eikä perustaminen vaikuta enää lainkaan vaikealta.

Joillakin osa-alueilla työni tarjoaa mielestäni valmiita ratkaisuja Yritys X:lle, mutta joitakin osa-alueita tarvitsee vielä hioa sitten kun yritys oikeasti perustetaan. Esimerkiksi lainat ja vakuutukset ovat asioita, jotka sovitaan tapauskohtaisesti. Kuitenkin esimerkiksi markkinointisuunnitelma-osio tarjoaa hyvät lähtökohdat yrityksen markkinoinnin järjestämiselle.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Alikoski, R., Viitasalo, J. & Koponen, M. 2009. Yritystoiminnan taitajaksi. 1. Painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Blythe, J. 2009. Key Concepts in Marketing. London: SAGE Publications Ltd.

Ikonen, R., Savikko, R. & Ikonen, J. 2006. Oman yrityksen perustaminen. Porvoo: Konsultia.

Kuusela, H. & Ollikainen, R. 2005. Riskit ja riskienhallinta. Tampere: Tampere University Press.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangé, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

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

Syrjälä, J. (LVI-tekniset urakoitsijat Ry:n toimitusjohtaja) 2012. LVI-asentajilta pitäisi vaatia pätevyyttä. Helsingin Sanomat 9.8.2012.

Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen: Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Verkkolähteet

Airola S. 2011. Kirjanpidon ABC. Taloushallintoliitto, Suomen Taloushallintoliitto Ry. [Viitattu 13.6.2012]. Saatavissa: http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Bateman, P. 2010. Kirjanpitäjä. Omaraha. [Viitattu 13.6.2012]. Saatavissa: <http://www.omaraha.org/kirjanpitaja/>

Davidson 1997, Tutor2U 2012. Competitor Analysis. Tutor2U Limited. [Viitattu 20.6.2012]. Saatavissa: http://tutor2u.net/business/strategy/competitor_analysis.htm

Edu 2012. Liiketoimintasuunnitelma. Opetushallitus. [Viitattu 6.6.2012]

Saatavissa:

http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yritystoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm

Euroopan Unioni 2010. Sinun Eurooppasi: Yrityksen perustaminen – Suomi. [Viitattu 7.6.2012]. Saatavissa: http://europa.eu/youreurope/business/starting-business/setting-up/finland/index_fi.htm

Estime 2011. Hakukoneoptimointi kasvattaa kävijämäärää. [Viitattu 16.8.2012].

Saatavissa: <http://www.estimate.fi/hakukoneoptimointi/>

Finlex 2012. Ajantasainen lainsäädäntö. Oikeusministeriö. [Viitattu 13.6.2012].

Saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/haku.php?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kirjanpitoasetus&submit=Hae>

Finnvera 2012a. [Viitattu 3.7.2012]. Saatavissa: <http://www.finnvera.fi/>

Finnvera 2012b. Investoinnit. [Viitattu 3.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/Liiketoiminnan-aloittaminen/Liiketoiminnan-aloittamisen-rahoitustarpeita/Investoinnit>

Finnvera 2012c. Pienlaina. [Viitattu 3.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat/Pienlaina>

Finnvera 2012d. Pientakaas. [Viitattu 3.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Takaukset/Pientakaas>

Fonecta 2012. Tuotteet ja palvelut. [Viitattu 6.6.2012]. Saatavissa:

http://www.fonecta.fi/tuotteet-palvelut/Lahti%20/q_LVI-alaan%20työt/1/

Kirjanpitoa 2012. Yhdenkertainen kirjanpito. [Viitattu 13.6.2012]. Saatavissa:

<http://kirjanpitoa.com/Yhdenkertainen-Kirjanpito.html>

Lahden LVI-Talo 2012. Yritys. [Viitattu 6.8.2012] Saatavissa: http://lvi-talo.fi/fin/index.php?page_id=116

Lahden Putkihuolto Oy 2012. [Viitattu 6.8.2012] Saatavissa: <http://www.lph.fi/>

Laki24 2012. Liiketoiminta: Liiketoiminnan riskianalyysi.[Viitattu 5.7.2012].

Saatavissa: <http://www.laki24.fi/yrit-aloittavayritys-liiketoimintariskianalyysi.html>

Liiketoimintasuunnitelma 2011. Liiketoimintasuunnitelma. Uusyrityskeskus.

[Viitattu 6.6.2012] Saatavissa:

http://liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=business_idea

Luotsi 2012. Starttirahalla vauhtiin. Yrityspalvelukeskus Luotsi. [Viitattu

17.6.2012]. Saatavissa: http://www.luotsi.info/fi/tutustu_luotsiin/index.php?id=10

LVI-ala 2012. LVI-ala työpaikkana. Talotekniikkajulkaisut Oy. [Viitattu

18.6.2012]. Saatavissa: <http://www.lvi-ala.fi/tyollistyminen.htm>

LVI-Expertti 2012. Palvelut. [Viitattu 6.8.2012] Saatavissa: <http://www.lvi-expertti.fi/palvelut/>

Markkinointisuunnitelma 2009a. SWOT-analyysi. [Viitattu 7.8.2012] Saatavilla:

<http://www.markkinointisuunnitelma.fi/?id=302>

Markkinointisuunnitelma 2009b. Markkinoinnin merkitys yritystoiminnassa.

[Viitattu 25.6.2012]. Saatavilla: <http://www.markkinointisuunnitelma.fi/?id=298>

Mediatalo Esa 2012. Mediatiedot 2012. [Viitattu 27.6.2012]. Saatavissa:

<http://portfolio-web.ess.fi/www/mediakortti/index.html#/1/>

Nordea 2012. Rahoitus. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.nordea.fi/Yritykset+ja+yhteisöt/Rahoitus/949552.html>

Osuuspankki 2012. Rahoitus. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<https://www.op.fi/op/yritysassiakkaat/rahoitus?id=60000&srcpl=1>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012a. Nimiohjeet. [Viitattu 6.6.2012] Saatavissa:

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

Patentti- ja rekisterihallitus 2012b. Yksinoikeus toiminimeen. [Viitattu 6.6.2012]

Saatavissa:

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

Patentti- ja rekisterihallitus 2012c. Yksityinen elinkeinonharjoittaja. [Viitattu

7.6.2012] Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh.html>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012d. Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. [Viitattu

7.6.2012] Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/avoinyhtiojaky.html>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012e. Osakeyhtiö. [Viitattu 7.6.2012] Saatavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio.html>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012f. Usein kysytyt kysymykset. [Viitattu

10.6.2012]. Saatavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/useinkysytyt/useinkysytytyksi.html>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012g. Kaupparekisteri. [Viitattu 10.6.2012].

Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri.html>

Patentti- ja rekisterihallitus 2012h. Y-tunnus. [Viitattu 10.6.2012]. Saatavissa:

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

Sampo Pankki 2012a. Rahoitusvaihtoehdot. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieniyrittys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Rahoitusratkaisut.aspx>

Sampo Pankki 2012b. Laina. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieniyrittys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Laina.aspx>

Sampo Pankki 2012c. Luotollinen tili. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieniyrittys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Luotollinen-tili.aspx>

Sampo Pankki 2012d. Verkkolimiitti. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieni-yritys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Verkkolimiitti.aspx>

Sampo Pankki 2012e. Pankkitakaus. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieni-yritys/Rahoitus/Rahoitusratkaisut/Pages/Pankkitakaus.aspx>

Sampo Pankki 2012f. Laajapaketti yrityksille. [Viitattu 1.7.2012]. Saatavissa:

<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Yritysassiakkaat/Pieni-yritys/Tilit-ja-kortit/Tilit/Maksuliiketilit/Laajapaketti-yrityksille/Pages/Laajapaketti-yrityksille.aspx>

Suite101 2009. What is Business Risk Analysis? [Viitattu 5.7.2012]. Saatavissa:

<http://suite101.com/article/what-is-business-risk-analysis-a183338>

Suomisanakirja 2012. Sivistyssanakirja. [Viitattu 7.8.2012] Saatavissa:

<http://suomisanakirja.fi/segmentti>

Talotekniikka 2011. LVI-ala on houkutteleva vaihtoehto nuorille. Suomen talotekniikkaportaalit Oy. [Viitattu 18.6.2012] Saatavilla:

http://www.talotekniikka.eu/ajankohtaista/uutiset/fi_FI/250211_talotekniikka-alan_opiskelu/

Taloushallintoliitto 2012. Millaisia vaihtoehtoja on tarjolla?. Suomen

Taloushallintoliitto Ry. [Viitattu 13.6.2012] Saatavissa:

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/millaisia_vaihtoehtoja_on_tarjol/

Taloustutkimus 2009. Markkinakartoituksia kaikille toimialoille. Taloustutkimus Oy. [Viitattu 18.6.2012]. Saatavissa:

http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje_2_2009/markkina_kartoituksia_kaikille_to/

Tilastokeskus 2012. [Viitattu 18.6.2012]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/index.html>

Tilastokeskus 2010. Jo joka toinen suomalainen käyttää internetiä useasti päivässä [Viitattu 9.8.2012]. Saatavissa:

http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html

Työ- ja elinkeinotoimisto 2012. Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 17.6.2012]. Saatavissa:

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Vakuutustieto 2012. Vakuutukset ja vakuutusyhtiöt. [Viitattu 14.6.2012].

Saatavissa: <http://www.vakuutustieto.net/yrityksen-vakuutukset-pakolliset-ja-vapaaehtoiset-vakuutukset>

Verkkokauppa 2012a. F-Secure Antivirus 2012 [Viitattu 16.8.2012]. Saatavissa:

<http://www.verkkokauppa.com/fi/product/46495/ddhxm/F-Secure-Antivirus-2012-PC-Mac-FIN>

Verkkokauppa 2012b. F-Secure Business Suite –lisenssi. [Viitattu 16.8.2012]

Saatavissa: <http://www.verkkokauppa.com/fi/product/19909/dcvfd/F-Secure-Business-Suite-Lisenssi-1-kayttaja>

Verkkokauppa 2012c. Microsoft Windows 7 Professional Edition. [Viitattu 16.8.2012]. Saatavissa:

<http://www.verkkokauppa.com/fi/product/9409/cjvbr/Microsoft-Windows-7-Professional-Edition-FIN-Retail>

Verkkokauppa 2012d. Microsoft Office Home and Business 2010. [Viitattu 16.8.2012]. Saatavissa:

<http://www.verkkokauppa.com/fi/product/52308/crgfm/Microsoft-Office-Home-and-Business-2010-FI>

Verkkokauppa 2012e. Microsoft Office 2010 lisenssi. [Viitattu 16.8.2012].

Saatavissa: <http://www.verkkokauppa.com/fi/product/18756/dcvvh/Microsoft-Office-Multi-Language-Pack-2010-Lisenssi>

Vero 2011. Kirjanpito, tilikausi ja verovuosi. [Viitattu 13.6.2012]. Saatavissa:

<http://vero.fi/fi->

FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Yrityksen_perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi

Viestintätoimisto Suodatin 2012. Markkinoinnin suunnittelu 5: Kilpailija-analyysi. [Viitattu 20.6.2012]. Saatavissa:

<http://viestintatoimistosuodatin.fi/blogi/markkinoinnin-suunnittelu-5-kilpailija-analyysi/>

Väestörekisterikeskus 2012. Nimipalvelu. [Viitattu 6.6.2012]. Saatavissa:

<http://verkkopalvelu.vrk.fi/Nimipalvelu/default.asp?L=1>

Yrittäjät 2012a. Kaupparekisterin perusilmoitus. Suomen Yrittäjät. [Viitattu 10.6.2012]. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/rekisterointi/kaupparekisteri/>

Yrittäjät 2012b. Yrityksen vakuutukset. Suomen Yrittäjät. [Viitattu 14.6.2012].

Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi->

[FI/yritystoiminnanabc/vakuutukset/#Keskeytysvakuutukset](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/vakuutukset/#Keskeytysvakuutukset)

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2012. Y-lomakkeet. Patentti- ja rekisterihallitus, Verohallinto. [Viitattu 10.6.2012]. Saatavissa: <http://www.ytj.fi/palvelut/y-lomakkeet>

Yrityssuomi 2012. Liikeidea. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 17.6.2012].

Saatavissa:

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksen_perustaminen&ppa=palp_Harkitseminen_ja_suunnittelu&aihe=1000006