

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Logistiikan koulutusohjelma / Kansainväliset kuljetukset

Jari Lehmusmetsä

LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN ALOITTAVALLE PIENYRI-  
TYKSELLE

Opinnäytetyö 2012

## TIIVISTELMÄ

### KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Logistiikan koulutusohjelma

LEHMUSMETSÄ, JARI

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen aloittavalle pienyritykselle

Opinnäytetyö

37 sivua + 3 liitesivua

Työn ohjaaja

Yliopettaja Timo Mustonen

Toimeksiantaja

Tmi JL-Ikkunat

Lokakuu 2012

Avainsanat

liiketoiminta, suunnitelma, ikkuna, myynti

Tämän opinnäytetyö käsittelee liiketoimintasuunnitelman laatimista Tmi JL-Ikkunat nimiselle yritykselle. Yritys myy ikkunoita ja niiden asennustyötä uudis- ja saneerausrakennuskohteisiin. Liiketoimintasuunnitelman laatimisella pyrittiin selvittämään onko yrityksellä edellytykset kannattavaan liiketoimintaan. Lisäksi työssä käsitellään ikkunan teknisiä ominaisuuksia tarkoituksena parantaa yrittäjän osaamista pääasiallisesta kauppatavarastaan.

Työn tuloksena olevassa liiketoimintasuunnitelmassa on käsitelty yrityksen liikeidea, toimintamallia ja alan kilpailutilannetta. Suurin huomio on kiinnitetty yrityksen toimintaympäristöön, jonka tutkimiseen käytettiin rakennusalan ajankohtaisia tilastotietoja.

Tämän opinnäytetyön myötä syntynyt liiketoimintasuunnitelma on toiminimen JL-Ikkunat perustaneen ammatinharjoittajan työkalu oman toiminnan kehittämiseen ja tulevaisuuden suunnitteluun.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Logistics

LEHMUSMETSÄ, JARI

Business plan for a small startup business

Bachelor's Thesis

37 pages + 3 pages of appendices

Supervisor

Timo Mustonen, Principal Lecturer

Commissioned by

Tmi JL-Ikkunat

October 2012

Keywords

Business plan, window

The purpose of this study was to create a business plan for Tmi JL-Ikkunat. The company sells windows and window assemblies to new buildings and older buildings that are in need of renovation work. The objective of the business plan was to find out that does the company have prerequisites for a profitable entrepreneurship. This study also covered technical properties of a window as a structural part of a building.

The business plan contained information about the mode of operation and the competitiveness of the company on its branch of business. The primary focus was on the environment of operations. It was examined through the current statistics of the construction industry.

The result of the study was a business plan that will be an useful instrument for developing the future actions of the company. The business plan also observed the present state of Tmi JL-Ikkunat. The success opportunities of the business were researched using commonly used economic calculations.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	7
1.1	Työn taustaa	7
1.2	Työn tavoitteet ja rajaukset	7
1.3	Työn suorittaminen	8
2	KARELIA-IKKUNA OY	8
3	PERUSTIETOA IKKUNASTA	9
3.1	Ikkunan tehtävä rakennuksessa	9
3.2	Ikkunatyypit	9
3.2.1	MSE-ikkuna	10
3.2.2	MEK-ikkuna	10
3.3	Ikkunan lasitus	11
3.3.1	Float-lasi	11
3.3.2	Eristyslasi	11
3.3.3	Energiansäästölasi	12
3.3.4	Auringonsuojalasi	12
3.3.5	Turva- ja suojalasi	12
3.4	Karmi- ja puitemateriaalit	13
3.4.1	Puurakenteet	13
3.4.2	Alumiinirakenteet	14
3.4.3	Lasilistat	14
3.4.4	Ikkunan heloitus	14
3.5	Ikkunan varusteet	14
3.5.1	Sälekaihtimet	14
3.5.2	Hyönteispuite	15
3.5.3	Korvausilmaventtiili	16
3.6	Ikkunan energiatehokkuus	16

3.6.1	Lämmönläpäisykerroin	16
3.6.2	Energiaikkuna –merkki	17
4	KORJAUSRAKENTAMISEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA MARKKINAT	18
5	MIKÄ ON LIIKETOIMINTASUUNNITELMA?	21
5.1	Liiketoimintasuunnitelma yrittäjän työkaluna	21
5.2	Liiketoimintasuunnitelman rakenne	21
6	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN SISÄLTÖ	21
6.1	Yrityksen perustiedot ja perustamistoimet	22
6.2	Yritysmuodot	22
6.3	Toimintaympäristö ja kilpailijat	24
6.4	Liikeidea ja toimintamalli	25
6.5	Liiketoimintasuunnitelman talouslaskelmat	25
6.6	Markkinointisuunnitelma	26
6.7	Liiketoiminnan sisältämät riskit	26
7	JL-IKKUNAT TMI:N LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	27
7.1	Yrityksen perustiedot	27
7.2	Liikeidea	27
7.2.1	Tuotteet	27
7.2.2	Asiakkaat ja markkinointi	28
7.2.3	Toimintamalli	29
7.3	Kilpailutilanne	31
7.4	Pääkilpailijat	32
7.5	Yrityksen talouslaskelmat	32
7.6	Riskit	35
7.7	Tulevaisuus	35
8	LOPPUPÄÄTELMÄ	36
	LÄHTEET	37
	KUVALUETTELO	37
	LIITTEET	

Liite 1. Investointilaskelma

Liite 2. Tuloslaskelma, vuosi 1

Liite 3. Tuloslaskelma, vuosi 2

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Työn taustaa

Työn toimeksiantaja on Tmi JL-Ikkunat. Karelia-Ikkuna Oy:n tuotteita Kymenlaakson alueella edustava Tmi JL-Ikkunat on oma yritykseni, jonka perustin 18.11.2011. Karelia-Ikkuna Oy valmistaa ja toimittaa ikkunoita alue-edustajien myyminä Suomen laajuisesti.

Yritykseltäni puuttui liiketoimintasuunnitelma, ja sen luominen oli opinnäytetyön päätaavoite. Tarkoituksena oli tehdä helposti päivitettävissä ja kehitettävissä oleva suunnitelma, joka on räätälöity juuri tämän toimialan yritykselle. Toinen tavoite oli syventää omaa teknistä ymmärrystä ikkunan rakenteesta, valmistusmenetelmistä ja valmistukseen käytettävistä raaka-aineista.

Liiketoimintasuunnitelman luominen tälle jo toimivalle yritykselle antoi mahdollisuuden tarkastella omaa työskentelyä ja resurssien käyttöä kriittisesti ja faktatietoa hyödyntäen. Tarkoituksena oli löytää tapoja tehostaa omaa työskentelyä, luoda selkeämpi kokonaiskuva omasta liiketoiminnasta ja keksiä tapoja uusien asiakkuuksien saamiseksi. Ikkunan teknisen puolen tarkastelulla oli tarkoitus lisätä omaa ymmärrystä pääasiallisesta myyntituotteesta ja sitä kautta lisätä oman myyntityöskentelyn asiantuntevuutta.

## 1.2 Työn tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma jo toimintansa aloittaneelle yritykselle. Liiketoimintasuunnitelmaan tulevan tiedon tuli olla tulevaa toimintaa ja yrityksen kehittämismahdollisuuksia selventävää. Tutkimusongelmana oli selvittää, onko yrityksellä kasvumahdollisuuksia ja millä keinoin kasvu olisi toteutettavissa.

Ikkunaa käsittelevässä osuudessa oli tarkoituksena löytää mahdollisimman tuoretta tietoa nykyaikaisen ikkunan rakenteesta ja valmistusmenetelmistä. Matalaenergiarakentamiseen käytetyt nelilasiset ikkunatyypit rajattiin pois tutkimuksesta. Yrityksen pääasiallinen toiminta on saneerausrakentamisen puolella, ja siellä nelilasisen ikkunan kysyntä on vähäistä.

### 1.3 Työn suorittaminen

Opinnäytetyöntyön tietolähteinä käytettiin yrittäjyyttä ja liiketoimintasuunnitelmaa käsittelevää kirjallisuutta ja rakennusalan tilastoja. Ikkunan rakenteita ja raaka-aineita selvittäessä hyödynnettiin RT (rakennustieto) –kortistoa ja alan kirjallisuutta.

## 2 KARELIA-IKKUNA OY

Joensuulainen Karelia-Ikkuna Oy on toimittanut ikkunoita suomalaisiin koteihin jo 20 vuoden ajan. Yrityksen omistajat Kauko Ahtonen ja Vesa Silvennoinen perustivat Karelia-Ikkuna Oy:n vuonna 1991. Yrityksen toimitilat ovat nykyisin Joensuun keskustasta 25 kilometrin päässä sijaitsevassa Hammaslahdessa. Yritys työllistää noin 30 henkilöä, joista tuotannossa työskentelevien osuus on 22 henkilöä.

Karelia-Ikkuna Oy:n päätuote on MSE-ikkunat, joiden rakenne perustuu puun, alumiinin ja lasin toimivaan yhdistämiseen. Karelia-Ikkuna Oy:n tuotantoprosessi on joustava. Tuotannossa pystytään valmistamaan tehokkaasti yhden ikkunan tai parhaimmillaan satojen ikkunoiden kokoiset tilaukset.

Joustavuuteen yritys pyrkii myös asiakaspalvelussaan, josta vastaavat myyntityötä ympäri Suomea tekevät alue-edustajat. Asiakkaan tyytyväisyyttä lisätään ilmaisella mitoituspalvelulla ja nopealla tarjouslaskennalla.

Karelia-Ikkuna Oy pyrkii tuotantoprosessinsa jatkuvaan kehittämiseen, jonka viimeisin osoitus on lähes 1,2 miljoonan euron tuotannon automatisoinnin lisäämiseksi tehty investointi. Investoinnilla automatisoitiin maalauslinja, ikkunoiden heloituslinja ja puitteiden sekä karmien kokoonpanopuristimet. Investoinneilla pyrittiin kilpailukyvyyn, tehokkuuden ja laadun kehittämisen lisäksi työvoiman jaksamisen parantamiseen.

Karelia-Ikkuna Oy kuuluu Kauppalehden menestyjät -listalle, johon kuuluu vain n. 1,9 % suomalaisista yrityksistä. Viimeisimmällä 30.9.2011 päättyneellä tilikaudella yrityksen liikevaihto oli n. 7,4 miljoonaa euroa.



### 3 PERUSTIETOA IKKUNASTA

#### 3.1 Ikkunan tehtävä rakennuksessa

Valoa sisätiloihin ja näkymän ulkona olevaan maisemaan antavaa ikkunaa on kuvattu rakennuksen silmiksi. Antiikin maailmasta talonpoikaistupiin hitaan siirtymän tehnyt ikkunaa on aikanaan pidetty mittana asujaimiston varakkuudesta. (Korhonen - Eskelinen 2007, 5.)

Ikkunan tärkein tehtävä on päästää päivänvalo rakennuksen sisätiloihin ja luoda yhteys ulkotiloihin. Ikkunan tulee samalla suojata rakennusta melulta, eristää se sateelta ja pitää lämmin ilma sisätiloissa. Ikkunan kautta sisään tuleva luonnonvalo on tärkeää terveydelle ja se lisää rakennuksen viihtyisyyttä.

Ikkunat ovat osa rakennuksen ulkoista ilmettä. Erilaiset puitejaot ja värit vaikuttavat olennaisesti rakennuksen kaupunkikuvaan. Hyvin hoidetut ja laadukkaat ikkunat antavat rakennuksesta siistin vaikutelman ja lisäävät sen arvoa.

Oikein käytettynä ikkunan käyttöikä on keskimäärin 30-40 vuotta. Asuinrakennuksen ikkunoiden käyttöaika on noin 40 vuotta, jonka pohjalta voi tehdä laskelmat käyttöajan kustannuksista uusia ikkunoita hankkiessa.

Nykyaikaisen seinärakenteen ja ikkunan lämmöneristyskykyä sekä ilman- ja ääneneristyskykyä verrattaessa on ikkuna aina ulkoseinän heikoin kohta. Nykytekniikalla ja uusilla lasirakenteilla vanhan mallisen suomalaisen puuikkunan lämmönhukka voidaan puolittaa. (Hemmilä - Saarni 2002, 6-8.)

#### 3.2 Ikkunatyypit

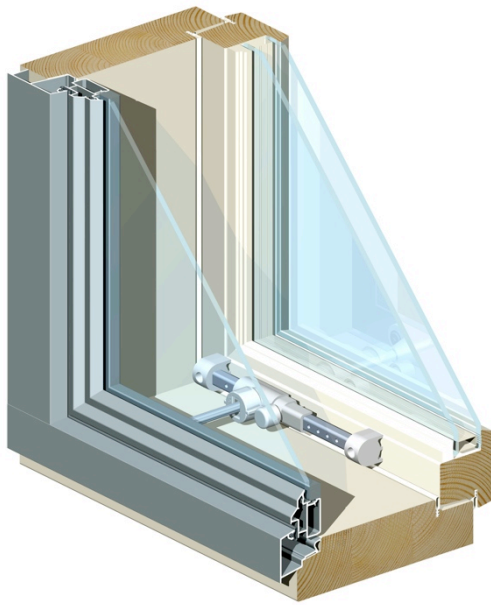
Ikkunaa nimitetään puu-alumiini-ikkunaksi, kun sen pääraaka-aineena on puu. Puu-alumiini-ikkuna on verhottu ulkopuolelta alumiinilla, ja sen ulkopuite on kokonaan alumiininen.

Yleisin ikkunatyypit Suomessa on kaksipuitteinen, saranoitu ja sisäänpäin aukeava MSE-ikkuna. Myös kiinteää kolmilasista eristyslasilla varustettua MEK-ikkunaa käytetään yleisesti. (Hemmilä & Saarni 2002, 10.)

### 3.2.1 MSE-ikkuna

MSE ikkuna on kolmilasinen sisäänpäin aukeava kaksipuitteinen ikkuna, jonka sisäpuutteessa on eristyslasi (Sundell 2004, 24).

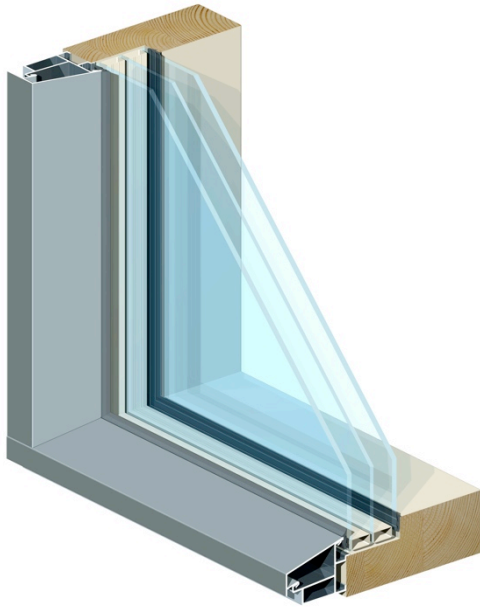
MSE-ikkuna muodostuu karmista ja siihen saranoidusta kahdesta puitteesta. Avattavuus mahdollistaa ikkunan käytön tuuletustarkoitukseen. MSE-ikkunan molemmat puitteet avautuvat sisäänpäin ja ikkunan pesu tapahtuu sisätiloissa. Avattavan ikkunan voi varustaa tuuletusheloituksella, joka samalla rajoittaa ikkunan avattavuuden enintään 100 mm:iin. (Sundell 2004, 51.)



Kuva 1. MSE-ikkunan rakennekuva

### 3.2.2 MEK-ikkuna

MEK-ikkuna on kiinteä kaksi- tai kolmilasinen eristyslasi-inen ikkuna (Sundell 2004, 24). Kiinteällä rakenteella voidaan valmistaa MSE-ikkunaan verraten suurempia lasipintoja. Kiinteän MEK-ikkunan ulkopinnan pesu tapahtuu rakennuksen ulkopuolelta. Tämän vuoksi kiinteät ikkunat sijoitetaan usein maatasoon tai paikkaan josta ikkunan pesu onnistuu ilman telineitä. (Sundell 2004, 51.)



Kuva 2. Kolmilasisen MEK -ikkunan rakennekuva

### 3.3 Ikkunan lasitus

Ikkunoissa käytetyt lasit valmistetaan pääosin float–menetelmällä. Erikoislaseja valmistetaan edelleen ns. vanhoilla menetelmillä, kuten vetomenetelmällä tai valamalla.

#### 3.3.1 Float–lasi

Float–lasi on vaakasuuntaisella jatkuvalla valamisella valmistettu lasi, joka tasoitetaan sulan tinan päällä. Ominaisuuksiltaan se on hyvin tasalaatuinen. Float–lasilla on hyvä läpinäkyvyys ja valonläpäisy ja sitä valmistetaan kirkkaina, värillisinä ja erilaisilla pinnoituksilla. (Sundell 2004, 57.)

#### 3.3.2 Eristyslasi

Kahden tai useamman lasin elementtiä, jotka on liitetty toisiinsa ilmatiiviisti kutsutaan eristyslasiksi. Eristyslasin läpi aiheutuvia lämpöhäviöitä pienennetään käyttämällä energiansäästölaseja. Lämmöneristävyyttä parannetaan myös korvaamalla elementin välissä oleva ilma kaasulla, jolla on pieni lämmönjohtavuus. Käytetyin näistä kaasuista on argon.

### 3.3.3 Energiansäästölasit

Energiansäästölasit eli selektiivilasit päästävät sisätiloista ulos suuntautuvaa pitkäaaltoa säteilyenergiaa lävitseen vain vähän. Auringon lyhytaaltainen säteilyenergia läpäisee selektiivilasin normaalisti. Tällöin ikkunan sisäpinnan lämpötila pysyy korkeana.

Takaisinheijastuminen saadaan aikaan pinnoittamalla lasi ohuella metalli- tai metallioksidikerroksella. Pinnoitteesta huolimatta lasi on kirkas ja päästävät lävitseen näkyvää valoa tehokkaasti. (Sundell 2004, 58.)

Energiansäästölasin ominaisuutta kuvaa emissiviteetti. Se on suhdeluku, joka on välillä 0 – 1. Mitä pienempi emissiviteetti lasilla on, sitä paremmin se eristää lämpöä. Pinnan, joka heijastaa lämpöä täysin, emissiviteetti on 0 ja heijastamattoman 1. (Hemmilä – Saarni 2002, 23.)

### 3.3.4 Auringonsuojalasit

Yleisimpiä menetelmiä auringonsuojalasin valmistuksessa on läpivärjääminen ja pinnoittaminen.

Läpivärjätty lasit vähentävät auringonvalon energiaa absorboimalla eli imemällä sitä itseensä float-lasia enemmän. Läpivärjätyn auringonsuojalasin sävy on sen sisältämän absorptiota lisäävän aineen takia float-lasista poikkeava, jonka takia se heijastaa sitä vähemmän valoa. Tämän hetken parhaat läpivärjätty auringonsuojalasit päästävät lähes saman verran näkyvää valoa sisään kuin kirkas float-lasi ja samalla estävät 2/3:n auringon säteilyenergiasta pääsyn sisätiloihin.

Pinnoitettu auringonsuojalasi heikentää näkyvän valon läpäisyä sekä float-lasia että läpivärjättyä auringonsuojalasia enemmän. Tämän tyyppisen auringonsuojalasin pinnassa on ohut ja luja pinnoite, jolla on aina jokin sävy. Yleisimmin käytettyjä sävyjä ovat harmaa, pronssi ja vihreä. (Sundell 2004, 59.)

### 3.3.5 Turva- ja suojalasit

Turvalasit jaetaan useaan eri turva-alueeseen käyttötarkoituksensa mukaan. Niitä ovat muun muassa henkilöturvallisuus, murransuoja, UV- ja röntgensäteilyn suoja, pa-

losuoja, räjähdyssuoja ja sähkömagneettisen säteilyn suoja. Useimmat näiden turva-alueiden lasille määrittämistä ominaisuuksista on täytettävissä erilaisilla laminoituilla ja karkaistuilla lasilla. (Sundell 2004, 60)

Karkaistu lasi valmistetaan lämmittämällä lasi yli 600 celsiusasteeseen, minkä jälkeen se jäädytetään ilmasuihkuja käyttäen nopeasti molemmin puolin. Karkaistu lasi kestää huomattavasti enemmän kuormitusta kuin saman paksuinen float-lasi. Karkaistu lasi rikkoutuu herkästi pienelle alueelle kohdistuvasta suuresta pistekuormasta. Esimerkiksi voimakkaasta teräväkärkisen metalliesineen iskusta. Karkaistun lasin yleisimmät käyttökohteet on henkilösuojalasina ja palosuojalasina.

Laminoitu lasi valmistetaan liittämällä kaksi tai useampia lasilevyjä yhteen lasien väliin sulatetulla muovikalvolla. Lasien välissä käytetään joskus myös hartsia. Laminoitu lasi rikkoutuu yhtä helposti kuin vastaavan paksuinen float-lasi, mutta lasien välissä oleva kalvo pitää lasinkappaleet yhdessä. Tämä vähentää henkilöiden vahingoittumisriskiä. Laminoituja lasia käytetään henkilö- ja murransuojalaseina. (Hemmilä – Saarni 2002, 35.)

### 3.4 Karmi- ja puitemateriaalit

Karmi- ja puitemateriaalina käytetään puuta ja alumiinia. Tyypillisen suomalaisen ikkunan sisäpuite ja karmi on puuta ja ulkopuite sekä karmin ulkopinnan verhous alumiinia. (Hemmilä - Saarni 2002, 14-16.)

#### 3.4.1 Puurakenteet

Ikkunan karmin ja puitteen materiaalina käytettävän puun tulee olla hyvälaatuista, eikä siinä saa olla lahovaurioita, kuorta tai hyönteisvahinkoja. Oksat eivät saa vaikuttaa puutavaran lujuuteen (Sundell 2004, 54.)

Nykyisin ikkunan valmistukseen käytettävästä puutavarasta katkotaan oksankohdat pois. Oksattomat osat liitetään sormiliitoksilla ja liimalla toisiinsa. (Hemmilä – Saarni, 15.)

### 3.4.2 Alumiinirakenteet

Puuikkunan alumiinirakenteita suunniteltaessa on otettava huomioon puun kosteuseläminen ja alumiinin lämpövaihtelujen aiheuttama liikkuminen. Alumiini- ja puuosien on tuuletettava riittävästi, jottei niiden alle tiivisty vettä. Tuulenpaineen aiheuttamat rasitukset alumiini- ja puuprofiilien välille on myös huomioitava. Ikkunan ulkopinnassa olevien alumiinirakenteiden tulee olla alaspäin kaltevia, jottei ikkunan pintaan tuleva sade- tai kondenssivesi jää pinnoille seisomaan. (Sundell 2004, 55.)

### 3.4.3 Lasilistat

Lasi kiinnitetään puitteeseen lasilistojen avulla. Lasilistoja valmistetaan alumiinista, muovista ja puusta. Ulkopuitteen lasi kiinnitetään yleensä muovisella tai alumiinisella listalla ja sisäpuitteen eristyslasi muovisella tai puisella listalla. Sadeveden pääsy puitteen ja lasin väliin estetään erilaisilla silikoni- ja polyuretaanimassoilla. Massat pysyvät pitkään elastisina ja pysyy pitkään kiinni lasissa. (Hemmilä - Saarni 2002, 16.)

### 3.4.4 Ikkunan heloitus

Avattavan ikkunan heloitukseen kuuluu saranat, ikkunalukot, tuuletusikkunoiden aukkipitolaitteet ja kytkinhelat. Tuuletusikkunat varustetaan usein pitkäsulki-jalla ja aukkipitolaiteella. (Sundell 204, 66.)

Tehdasvalmisteisten ikkunoiden heloitus on pääosin ikkunaan valmistusvaiheessa asennettu. Pintahelojen, kuten peitekilpien ja painikkeiden toimitus ei aina kuulu ikkunatoimitukseen. Helojen materiaaleina käytetään messinkiä, terästä, sinkkiä ja jonkin verran myös muovia. (RT 41-10644, 11.)

## 3.5 Ikkunan varusteet

### 3.5.1 Sälekaihtimet

Sälekaihtimen perinteinen tehtävä on toimia näkösuojana. Sälekaihdin on kuitenkin monipuolinen säätölaite, joka parantaa asunnon viihtyisyyttä ja säästää energiaa. Sälekaihtimet suljettuina ikkunan lämmöneristävyys paranee. Päiväsaikaan kaihtimilla voi

säätää sisätiloihin pääsevää aurinkoenergian määrää ja kesällä kaihtimet estävät sisätiloja ylikuumenemisesta. (Sundell 2004, 71-72)



Kuva 3. Sälekaihtimilla varustettu ikkuna

### 3.5.2 Hyönteispuite

Ikkunan tuuletusaukkoihin asennettava hyönteispuite estää hyönteisten pääsyn huoneeseen. (Sundell 2004, 72)



Kuva 4. Alumiinirakenteinen hyönteispuite

### 3.5.3 Korvausilmaventtiili

Korvausilmaventtiili on välttämätön rakennuksissa, joissa ei ole korvausilmareittejä. Korvausilmaventtiilejä on saatavilla äänieristettyinä ja suodattimilla varustettuina malleina. (Hemmilä – Saarni 2002, 57)



Kuva 5. Karmiin asennettu korvausilmaventtiili

## 3.6 Ikkunan energiatehokkuus

Suomessa ainoa vaatimus, joka koskee kaikkia ikkunoita on ympäristöministeriön rakentamismääräyskokoelman määrittelemä lämmöneristävyysvaatimus. (RT 41-10644)

### 3.6.1 Lämmönläpäisykerroin

Ikkunan energiatehokkuutta parhaiten kuvaava arvo on niin sanottu U-arvo. U-arvolla tarkoitetaan lämmönläpäisykerrointa. Mitä pienempi tämä arvo on sitä parempi on ikkunan lämmöneristävyys. U-arvo kuvaa ikkunan läpi kulkevan lämpötehon suuruutta ikkunan pinta-alaan ja sen ulko- ja sisäpinnan välillä vallitsevaa lämpötilaeroa celsiusastetta kohden. U-arvon yksikkö on  $W/m^2K$ .



*”Esimerkiksi, jos sisälämpötila on +20 °C, ulkolämpötila -10 °C, ikkunan U-arvo 2 W/m<sup>2</sup>K ja ikkunan koko 1m \* 1,5m, ikkunan lämpövuoto on (20 + 10) \* 2 \* (1 \* 1,5) W = 90W.”* (Hemmilä – Saarni 2002, 21)

Ikkunan minimi U-arvo on uudisrakentamisessa 1,0 W/m<sup>2</sup>K. Tämän U-arvon saavuttaa MSE –ikkunalla, jonka sisäpuitteessa on eristyslasi argon –kaasulla ja ulkopuitteessa 4 mm:n float –lasi. (RT 41-10644)

### 3.6.2 Energiaikkuna –merkki

Puualumiini-ikkunan valmistuksessa noudatetaan yleisesti standardissa SFS 5795 esitettyjä latuvaatimuksia. Standardi SFS 5795 käsittelee puualumiini –ikkunoiden alumiinirakenteita ja ikkunan yleisiä ominaisuuksia. Standardin mukaan valmistetulle ikkunalle voidaan hakea laatumerkin käyttö oikeutta. Ikkuna-alalla yleisin esitteissä ja mainoksissa näkyvä on ikkunan energialuokasta kertova Energiaikkuna–merkki. (RT 41-10644, 10.)



Kuva 6. Energiaikkuna–merkki

#### 4 KORJAUSRAKENTAMISEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA MARKKINAT

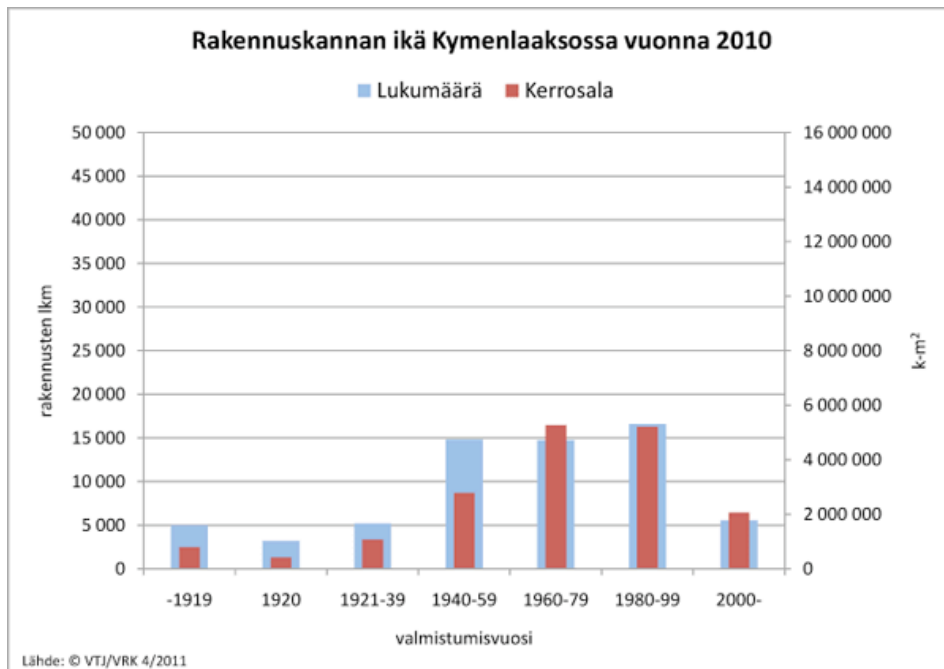
Vuonna 2000 korjausrakentamiseen käytettiin Suomessa noin 5,5 miljoonaa euroa. Se on noin 40 prosenttia koko maan talonrakennustuotannosta. Korjausrakentamisen määrä on kasvanut vuosien 2000 ja 2010 välillä noin 3-4 prosentin vuositahtia. Vuonna 2000 korjausrakentamisprosessiin kuuluvat palvelut ja kotimaisten rakennustuotteiden valmistus tarjosivat työtä noin 90 000 henkilötyövuotta. Tästä korjaustoiminnasta 70 prosenttia oli liiketoiminnallista rakentamista. Samalla oman ja talkootyön

osuus korjausrakentamisesta on vähentynyt. Korjausrakentaminen on rakennusalan sektorina merkittävä ja sillä on vahva kansantaloudellinen merkitys.

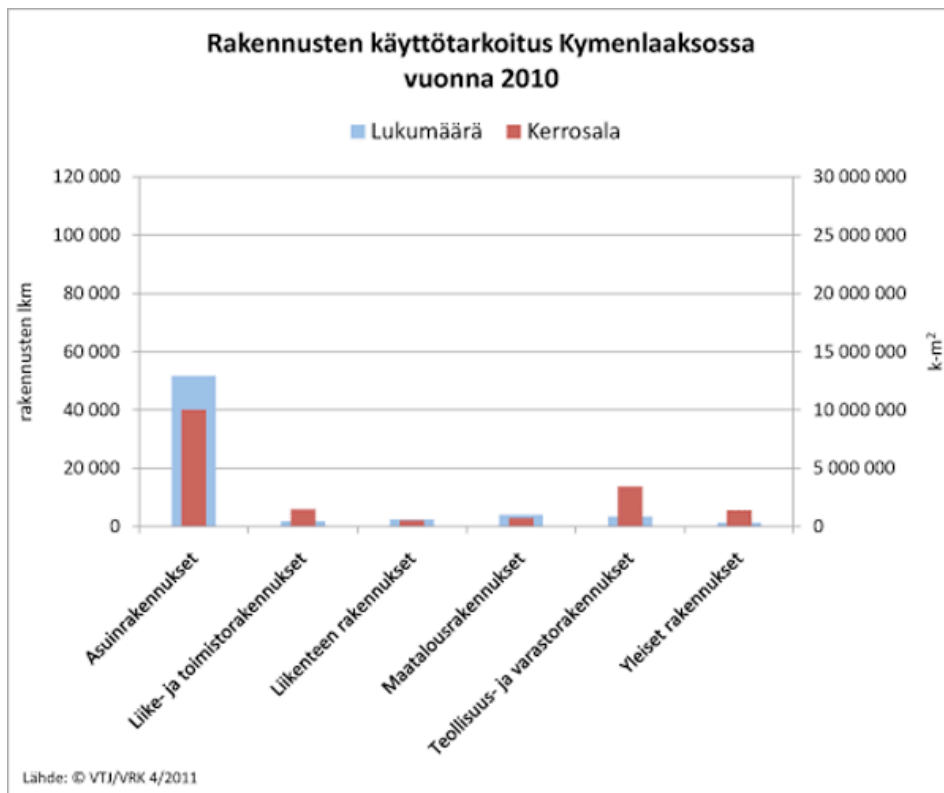
Kotitalouksiin kohdistuvat korjausrakentamispäätökset tekee yhä useammin henkilö, joka ei ole rakennusalan ammattilainen. Se luo alan yrittäjille haasteen myydä asiakkaalle tuotteiden ja työsuoritusten lisäksi rakennusalan asiantuntemusta. (Vainio – Jaakkonen – Nippala – Lehtinen – Isaksson 2002, 3) Vuonna 2010 Kymenlaakson rakennuskannasta noin 50 000 oli käyttötarkoitukseltaan asuinrakennuksia. (kuva 8)

Korjaustoiminnan aktiivisuus vaihtelee talotyypeittäin. Kohteiden varustukseen, toimivuuteen ja esteettisyyteen liittyvät korjaukset ovat usein sidoksissa talouden suhdanteisiin ja vallitseviin tyyliuuntauksiin. Tietyt tekniset korjaukset tulevat ajankohtaisiksi käyttöiän puitteissa. Useat tekniset korjaukset tulevat ajankohtaisiksi 30 käyttövuoden kohdalla, joka on monien rakennuksen osien kriittinen ikä. Yli 30 vuotta vanhojen rakennusten kanta oli vuonna 1990 noin 40 prosenttia ja vuonna 2010 noin 50 prosenttia. Kuvassa 7 esitetään vuoden 2010 tilasto Kymenlaakson rakennuskannan ikäjakaumasta. Tekniseen korjausikään tulevien rakennusten määrä kasvaa jatkuvasti. (Vainio ym. 2002, 14.)

Omakotitalojen osuus korjaustoiminnasta on kehittynyt vuosien 2000 ja 2010 välillä johdonmukaisesti. Kasvu perustuu omakotitalokannan kasvuun ja kannan vanhenemiseen. Kantaan jaettuna vuonna 2000 omakotitalojen vuotuisen korjausrakentamiseen käytettiin keskimäärin 1000 € / talo. (Vainio ym. 2002, 18.)



Kuva 7. Rakennuskannan ikä Kymenlaaksossa



Kuva 8. Rakennuskannan käyttötarkoitus Kymenlaaksossa

## 5 MIKÄ ON LIIKETOIMINTASUUNNITELMA?

### 5.1 Liiketoimintasuunnitelma yrittäjän työkaluna

Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on selvittää perustettavan yrityksen kannattavuutta ja menestymismahdollisuuksia. Liiketoimintasuunnitelman tärkein osa-alue on toimintasuunnitelma, joka kannattaa tehdä ainakin muutamaksi vuodeksi eteenpäin.

(Kallio – Ripatti –Tanni 2008, 67-69)

Liiketoimintasuunnitelma tehdään pääasiallisesti itseä varten. Sen tarkoitus on auttaa testaamaan omaa liikeideaa ja tarkastelemaan, toimiiko se käytännössä. Liiketoimintasuunnitelma on työkalu, joka aktiivisesti käytettynä auttaa yrityksen päivittäisen toiminnan ohjaamisessa. Yrityksen toimintaa kuvaava kirjallinen liiketoimintasuunnitelma on rahoitusta haettaessa välttämätön. (Ilmoniemi – Järvensivu – Kyläkallio - Parantainen - Siikavuo 2009, 51.)

### 5.2 Liiketoimintasuunnitelman rakenne

Vakuuttava liiketoimintasuunnitelma on kattava, hyvin jäsenelty, ymmärrettävä, tiivis ja lukijaystävällinen. Kattava suunnitelma sisältää vain sen mitä yrityksen rahoittamista varten tulee tietää. Liiketoimintasuunnitelma on hyvin jäsenelty, kun sen rakenne on selkeä ja yksinkertainen. Ymmärrettävyyttä parantaa selkeä ja ytimekäs kirjoittaminen. Ammattislangin käyttöä tulee välttää. Tiivis liiketoimintasuunnitelma on liitteineen alle 30 sivua pitkä. Liiketoimintasuunnitelman luettavuutta parantaa yksinkertaiset ja helposti ymmärrettävät kaaviot, joissa ei ole graafisia erikoistehosteita.

(McKinsey & Company 2000, 48.)

## 6 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN SISÄLTÖ

Liiketoimintasuunnitelman tulee sisältää tiivistä ja selkeää tietoa yrityksestä ja sen liiketoiminnasta. Liiketoimintasuunnitelman tulee sisältää sellaista tietoa, joiden perusteella voi ulkopuolinen arvioida onko liikeidea toimiva, kestäkö se analyttisen tarkastelun ja onko sitä tarvetta muuttaa. Hyvä liiketoimintasuunnitelma kertoo yrityksen perustiedot, kuvauksen käytännön toiminnasta ja laskuihin perustuvan analyysin toiminnan kannattavuudesta. Liiketoimintasuunnitelman on hyvä sisältää myös analyysi

kasvunäkymistä, jonka perusteella voi arvioida tulevaisuudennäkymiä. (McKinsey & Company 2000, 48.)

## 6.1 Yrityksen perustiedot ja perustamistoimet

Liiketoimintasuunnitelmaan kirjataan yrityksen perustiedot. Niihin lukeutuu yrityksen- ja sen perustajien nimet, yhtiömuoto, toimiala, toiminta-ajatus ja toimintamalli sekä sijaintipaikkakunta. Perustajasta tai perustajista kirjataan nimien lisäksi koulutus, työkokemus, taloudelliset resurssit sekä motiivit yrityksen perustamiselle. (Holopainen – Levonen 2008, 56.)

## 6.2 Yritysmuodot

Yritykselle sopivin yritysmuoto valitaan toimialan ja liikeidean perusteella. Yritysmuodon valintaa tulee tarkastella useista näkökulmista. Tärkeitä kriteerejä sopivaa yritysmuotoa valittaessa on ainakin yrityksen perustajien lukumäärä, pääoman tarve, yrityksen päätöksenteko, voitonjako ja verotus. (Kallio – Ripatti – Tanni 2008, 41-43)

Vaihtoehtoja yritysmuodolle ovat:

- yksityinen elinkeinon harjoittaminen eli toiminimi (Tmi)
- avoin yhtiö (Ay)
- kommandiittiyhtiö (Ky)
- osakeyhtiö (Oy)
- osuuskunta.

Toiminimeä perustettaessa ei tarvita erillistä perustamisasiakirjaa. Pelkkä ilmoitus kaupparekisteriin riittää. Toiminimi on yritysmuodoista yksinkertaisin, ja sen voi perustaa yksi henkilö. Kaupparekisteriin tehtävän ilmoituksen voi tulostaa Patentti- ja rekisterihallituksen verkkosivuilta. (Kallio ym. 2008, 76.) Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi on luonnollinen yritystoimintaa ammatinharjoittajana harjoittava henkilö. Toiminimellä ei ole hallintoelimiä, vaan yrittäjä tekee itse kaikki liiketoimin-

taansa koskevat päätökset. Yrittäjä kantaa itse kaiken vastuun yritystoimintansa velvoitteista. Toiminimen rahavarat ovat yksityisen elinkeinonharjoittajan vapaassa käytössä. Yksityinen elinkeinonharjoittaja vastaa yrityksen sitoumuksista ja veloista koko omaisuudellaan. (Ilmoniemi ym. 2009, 66.)

Avoimen yhtiön voi perustaa vähintään kaksi tasavertaista yhtiömiestä. Yhtiömiehet voivat olla luonnollisia henkilöitä tai oikeushenkilöitä. Avoin yhtiö on itsenäinen oikeushenkilö ja se esiintyy sopimuksissa omissa nimissään. Avoimen yhtiön yhtiösopimus voi olla suullinen, mutta ilmoitus kaupparekisteriin on tehtävä kirjallisesti. Oikeuksien ja velvollisuuksien määrittelemiseksi myös yhtiösopimus on järkevää tehdä kirjallisessa muodossa. Avoimen yhtiön toiminimen tulee sisältää sanat "avoin yhtiö" jos ei yhtiömuoto tule muuten selväksi sen toiminimestä. Toiminimessä ei saa olla muita henkilön nimiä kuin yhtiömiehen nimi. (Ilmoniemi ym. 2009, 66-67.)

Kommandiittiyhtiön yhtiömiehenä voi olla sekä luonnollisia henkilöitä että oikeushenkilöitä. Kommandiittiyhtiössä on kahdentyyppisiä yhtiömiehiä, äänettämiä ja vastuunalaisia. Myös kommandiittiyhtiön on tehtävä perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Rekisteröinnin yhteydessä yrityksen on jätettävä kirjallinen yhtiösopimus. Vastuunalaiset yhtiömiehet käyttävät äänivaltaa ja vastaavat yhtiön sitoumuksista samaan tapaan kuin avoimen yhtiön yhtiömiehet. Äänetön yhtiömiestä on toiminnassa mukana vain omaisuuspanoksella, jolle sillä on oikeus saada yhtiösopimuksen mukainen korko tai voitto-osuus. (Ilmoniemi ym. 2009, 76-77.)

Osakeyhtiö on keskisuurten ja suuryritysten tyypillinen valinta yritysmuodoksi. Osakeyhtiö soveltuu hyvin myös pienimuotoiseen yritystoimintaan. Osakeyhtiön osakkeenomistajat eivät ole henkilöyritysten tapaan henkilökohtaisessa vastuussa yhtiön veloista ja sitoumuksista, vaan vastaavat siitä ainoastaan yhtiöön sijoittamallaan pääomalla. Pienessä osakeyhtiössä osakkeenomistajat ovat kuitenkin tyypillisesti vastuussa yhtiön pankkilainoista henkilötakauksilla tai muilla vakuuksilla. Osakeyhtiön varoja ei voi nostaa yksityisottoina vaan voitto jaetaan osakkeenomistajille osinkoina. Osakkeenomistajalle voidaan myös maksaa palkkaa jos hän on yhtiön palveluksessa. (Ilmoniemi ym. 2009, 80.)

Osuuskunta on jäsenmäärältään ja osuuspääomaltaan ennalta määräämätön yhteisö. Osuuskunta pyrkii tukemaan jäsenten elinkeinoa ja taloudenpitoa tarjoamalla palveluita, joita jäsenet käyttävät. Osuuskunnan pääasiallisena tarkoituksena voi taloudellisen

toiminnan sijasta olla aatteellisen tarkoituksen yhteinen toteuttaminen, jos sen säännöissä niin määrätään. Osuuskunnan perustamiseen vaaditaan kolme osapuolta, jotka voivat olla luonnollisia henkilöitä, oikeushenkilöitä, yhteisöjä tai säätiöitä. Kaikkien perustajien on liityttävä osuuskunnan jäseneksi. Osuuskunnan toiminimen tulee sisältää sana "osuuskunta" tai lyhennys "osk". Osuuskunnan toiminimessä ei saa olla henkilön nimeä. Osuuskunnan jäsenet eivät vastaa sen veloista ja sitoumuksista henkilökohtaisella omaisuudellaan. Osuuskunnan tuottamaa voittoa, eli ylijäämää, saa maksaa jäsenille vain jos säännöissä niin määrätään. (Ilmoniemi ym. 2009, 138.)

### 6.3 Toimintaympäristö ja kilpailijat

Yrittäjän tulee tuntea asiakkaansa ja heidän tarpeensa. Menestys vaatii oman toimintaympäristön tuntemusta. Yrittäjän on tiedettävä kuinka suuret markkinat alalla on ja miten nopeasti ne kasvavat ja minkälainen kilpailutilanne markkinoilla vallitsee. (McKinsey & Company 2000, 69.)

Yrityksen tulee valita itselleen kohdemarkkinat. Kokonaismarkkinoilta on tunnistettava maksuvalmiit ja helposti tavoitettavat asiakkaat. Nämä asiakkaat tarvitsevat yrityksen palveluja eniten ja saavat niistä suurimman hyödyn.

Asiakkaat tulee jakaa ryhmiin, eli segmentoida. Segmentoinnin tarkoitus on määrittää myytävän tuotteen tai palvelun ulottuvilla olevat asiakkaat. Segmentointi auttaa tehokkaan ja oikein kohdistetun markkinointisuunnitelman laatimisessa. (McKinsey & Company 2000, 71-73.)

Yrityksellä on markkinoista riippumatta aina kilpailijoita. Menestyäkseen kilpailussa on tunnettava markkinoiden tärkeät toimittajat ja niiden vahvuudet ja heikkoudet. Kilpailijat tarjoavat usein joko samanlaisia tai korvaavia tuotteita. Liiketoimintasuunnitelman tulee sisältää tietoa kilpailijoista ja ne on syytä mainita nimellä. Kilpailutilannetta selvittäessä on tärkeää tuoda esiin oman liikeidean paremmuus kilpailijoihin nähden. (McKinsey & Company 2000, 36, 71.)



## 6.4 Liikeidea ja toimintamalli

Uuden yrityksen tarkoituksena on vastata markkinoilla olevaan ongelmaan, eli sen on täytettävä jokin asiakkaan tarve. Liiketoimintasuunnitelmaan tulee kirjata asiakkaan tarve ja yrityksen siihen tarjoama ratkaisu.

Liikeidean havainnollistamiseksi omaa toimintamallia voi kuvata käytännön esimerkin kautta, josta tulee ilmi asiakkaan saama hyöty ja oma ansaintamalli. Tavallisesti tämä on toistuva prosessi, joka on parannettavissa katsomalla sitä uusista näkökulmista. Prosessia voi kehittää suhtautumalla avoimesti siitä saatuun palautteeseen ja mahdolliseen kritiikkiin. (McKinsey & Company 2000, 53.)

## 6.5 Liiketoimintasuunnitelman talouslaskelmat

Yrityksen rahoitus tulee suunnitella rahoituslaskelman avulla. Rahoituslaskelmasta tulee ilmetä miten paljon yritystoiminnan käynnistämiseen ja päivittäisten toimintojen hoitamiseen tarvitaan pääomaa. Lisäksi siinä tulee määrittää mahdollisen ulkopuolisen rahoituksen tarve. (McKinsey & Company 2000, 103.)

Yritystoiminta on kannattavaa jos yrityksen tuotot ovat suuremmat kuin sen kustannukset. Tämä tarkoittaa sitä, että myytävä tuote tai palvelu on hinnoiteltava siten, että sen myyntihinta tai ylittää sen valmistukseen tai käytetyt kustannukset. (Holopainen – Levonen 2008, 71.)

Yrityksen toimintaan yhden tilikauden aikana kohdistuvat tuotot ja kulut esitetään tuloslaskelmassa. Tuloslaskelmasta selviää yhden tilikauden aikaisen toiminnan tulos ja sen mistä tulos koostuu, sekä yrityksen toiminnan kulurakenne. (McKinsey & Company 2000, 111.)

Uuden yrityksen kannattavuutta arvioidessa on tärkeää laskea myyntikatetarve. Myyntikatetarpeen laskemisen menetelmäksi voidaan soveltaa ylösalaisin käännettyä tuloslaskelman kaavaa. (Holopainen – Levonen 2008, 68.)

## 6.6 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelma on liiketoimintasuunnitelman tärkeä osa. Täydellistä markkinointisuunnitelmaa ei kannata kirjata liiketoimintasuunnitelmaan, jotta sen tiivis rakenne säilyisi. Liiketoimintasuunnitelmasta tulee kuitenkin selvittää odotetut markkinat ja yrityksen hinnoittelustrategia.

Markkinointi on laaja käsite, joka sivuaa mainonnan lisäksi lähes kaikkia yrityksen toimintoja. Kiteytettynä markkinointisuunnitelman tulee vastata kysymykseen: Mitä hyötyä yrityksen toiminta tuo asiakkaalle ja mitä etua se tuo yritykselle kilpailijoihin nähden? (McKinsey & Company 2000, 67.)

Liikeideaan kirjattu asiakaskunta määrittelee välitettävän sanoman sekä käytettävät markkinointikanavat ja keinot. Yrityksen logo, nimi ja mainoksissa käytettävä värimaailma viestii yrityksen toimialasta ja tavoista. (Kallio ym. 2008, 101)

Markkinoinnin tarkoitus on tavoittaa asiakkaat ja välittää heille tietoa myytävästä tuotteesta ja palvelusta. Asiakkaat voi tavoittaa esimerkiksi mainoksilla, painotuotteilla ja henkilökohtaisella myynnillä. Markkinoinnissa kannattaa yritystoiminnan alkuvaiheessa käyttää mahdollisimman edullisia ja tehokkaita markkinointitapoja. (Ilmoniemi ym. 2009, 53)

## 6.7 Liiketoiminnan sisältämät riskit

Riskienhallinta on tapa hallita tulevia ongelmatilanteita ja välttää niitä. Harjoitettava liiketoiminta määrittää riskien sisällön. Yrityksen liiketoimintaa liittyvät riskit voi karvoittaa sitä varten tehdyillä prosesseilla. (Ilmoniemi ym. 2009, 360)

Yleisesti käytetty SWOT-tilanneanalyysi on yksinkertainen yritystoiminnan analysointimenetelmä. SWOT-analyysin avulla selvitetään yrityksen vahvuudet (Strengths), heikkoudet (Weaknesses), mahdollisuudet (Opportunities) ja uhkatekijät (Threats). (Kallio ym. 2008, 105-106)

## 7 JL-IKKUNAT TMI:N LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 7.1 Yrityksen perustiedot

Tmi JL-Ikkunat rekisteröitiin kaupparekisteriin 18.11.2011. Toiminimen valinta yritysmuodoksi oli selkeä ratkaisu, koska kyseessä on itsenäisesti toimiva ammatinharjoittaja, jolla ei ole kiinteää toimipaikkaa. Toiminnan aloittamiseen ei sitoudu merkittäviä rahallisia investointeja. Yrityksen kotipaikkakunta on Kouvola. Yrityksen toiminta ei ole luvan- tai ilmoituksenvaraista. Tmi JL-Ikkunat on ilmoittautunut ennakkoperintärekisteriin ja arvonlisäverovelvolliseksi.

### 7.2 Liikeidea

Yrityksen liikeidea on myydä nykyaikaisia ja laadukkaita ikkunoita ja ovia yksityisasiakkaille saneerausrakennuskohteisiin Kymenlaakson alueella. Asiakkaina on myös rakennusalan pienyrittäjiä ja puutavaraliikkeitä. Tuotteiden lisäksi asiakkaalle tarjotaan asennuspalveluja.

#### 7.2.1 Tuotteet

Tmi JL-Ikkunat tarjoaa asiakkailleen Karelia-Ikkuna Oy:n valmistamia laadukkaita kotimaisia puu-alumiini-ikkunoita. Energiaa säästävät ja asumisviihtyvyyttä lisäävät ikkunat valmistetaan Suomessa suomalaisella työvoimalla. Kuluttajien yksilölliset tarpeet huomioidaan jo valmistusprosessissa, sillä kaikki ikkunat valmistetaan mittatilaustyönä. Nykyaikainen, vuosina 2010-2011 täysin uusittu, tuotantolinja varmistaa tuotteiden korkean laadun, mittatarkkuuden ja nopean toimituksen.

Ulko- ja parvekeovet Tmi JL-Ikkunat ostaa Karelia-Ikkuna Oy:n kanssa yhteistyötä tekevältä Kaskipuu Oy:ltä. Kaskipuu on kotimainen ovitehdas, jonka tuotteiden suunnittelussa on huomioitu pohjoisten olosuhteiden vaatimukset. Kaskipuun ovet ovat energiatehokkuudeltaan ja laadultaan huippuluokkaa. Kaskipuu tarjoaa ulko-ovilleen markkinoiden pisimmän suoranaapysymistakuun, joka on 12 vuotta. Kuluttajien yksilölliset tarpeet on huomioitu laajalla mallistolla, josta löytyy niin perinteisiä kuin modernejakin ovimalleja.

## 7.2.2 Asiakkaat ja markkinointi

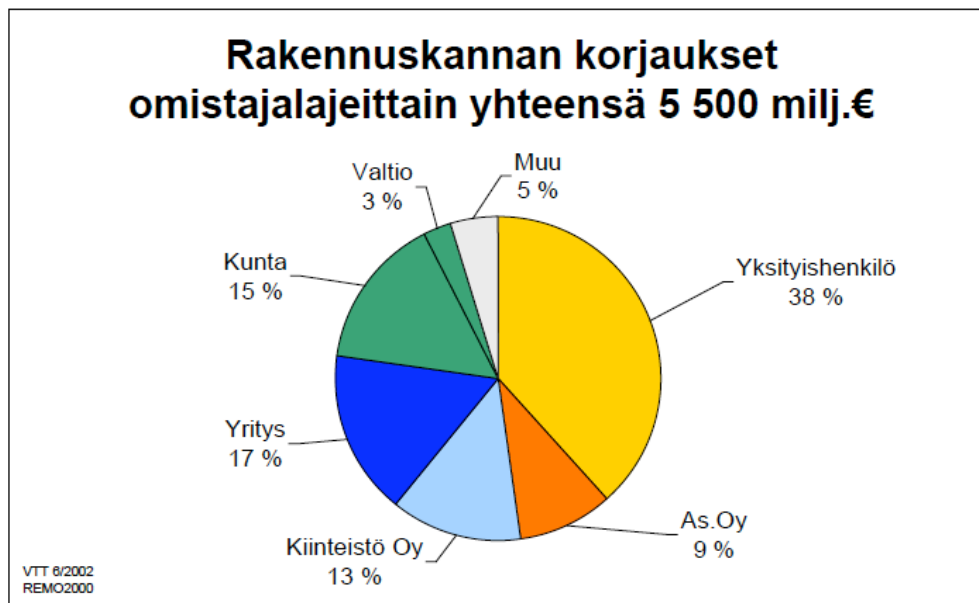
Nykyaikaisen MSE-ikkunan elinkaari on n. 40-50 vuotta. On siis selvää, että pääosa asiakkuuksista on kertaluontoisia. Uusiasiakkuuksien hankinta on yrityksen menestyksen kannalta kriittisessä roolissa. Toimintaympäristöä käsittelevässä osiossa on osoitettu tilastollisesti potentiaalisten asiakkaiden huomattava määrä.

JL-Ikkunat käyttää markkinoinnissa nimeä Karelia-Ikkuna. Myös esitteet, verkkosivut ja muut markkinointimateriaalit tarjotaan Karelia-Ikkuna Oy:n puolesta.

JL-Ikkunat Tmi:n tärkein markkinointikanava on ”suusta suuhun” –tieto ja se tuo eniten uusia asiakkuuksia. Asiakkaan hyvät kokemukset tuotteesta ja palvelusta on yritykselle tehokasta ja ilmaista markkinointia. Iso osa uusista asiakaskontakteista tulee Karelia-Ikkuna Oy:n verkkosivujen kautta. Laajalevikkisissä ilmaisjakelulehdissä olleet mainokset ovat myös osoittautuneet hintalaatusuhteeltaan hyväksi markkinointikeinoksi.

Yksityishenkilöt ovat päätöksentekijöitä sekä omakotitalojen sekä asunto-osakeyhtiöiden korjausrakentamista koskevissa päätöksissä. Kotitaloudet päättävät suoraan tai asunto-osakeyhtiöiden kautta 47 prosentista korjausrakentamisesta (Kuva 9). (Vainio ym. 2002, 26.)

Omakotitalossa asuvat kotitaloudet muodostaa suurimman osan yrityksen liikevaihdosta ja tuloksesta, joten markkinointi kohdistetaan lähes kokonaan tälle asiakasryhmälle.



Kuva 9. Korjausrakentamisen jakautuminen omistajalajeittain

### 7.2.3 Toimintamalli

Tmi JL-Ikkunat pyrkii tarjoamaan kilpailijoihin yksilöllisemmän palvelukokonaisuuden. Käytännössä se toteutetaan kotikäynnillä, jossa kartoitetaan asiakkaan tarpeet ja tarjotaan ilmainen mitoituspalvelu. Asiakas voi valita sen osan palveluista, minkä kokee tarpeelliseksi. Halutessaan asiakas saa joko pelkän ikkunoiden toimituksen tai kaiken kattavan ”avaimet käteen” –palvelun.

Korjausrakennuskohteisiin tehdyt kaupat sisältävät lähes poikkeuksetta ikkunoiden asennuksen. Yritys ei tee itse asennustyötä vaan ostaa sen alihankintana. Asennustyön JL-Ikkunat ostaa paikalliselta toimijalta, jolla on pitkä kokemus ikkunoiden ja ovien asennustöistä ja muusta rakennustoiminnasta.

Tyypillisimmillään asiakastapahtuma on seuraavanlainen:

*”Matti ja Maija Meikäläinen lapsineen ovat asuneet kaksi vuotta hankkimassaan omakotitalossa. Talo on rakennettu vuonna 1972 ja Meikäläiset ostivat sen alkuperäisiltä omistajilta.*

*Ostovaiheessa Matti kartoitti talon remontoitiin kuluvia kustannuksia ja päätti kohdistaa ensimmäiset investoinnit talon energiatehokkuuden parantamiseen. Ennen omako-*

*titalon hankkimista Matti oli selvittänyt, että ikkunat ja ovet uusimalla päästään vuositasolla hyviin säästöihin energiakustannuksissa.*

*Matti kertoo suunnitelmistaan työkaverilleen Simolle, joka on teettänyt ikkunaremontin vuosi sitten. Simo kertoo päätyneensä Karelia-Ikkunan palveluihin ja tuotteisiin kohtuullisen hinnan ja saamansa hyvän palvelun takia. Simo kertoo myös olevansa tyytyväinen ikkunoihinsa.*

*Matti ottaa yhteyttä Karelia-Ikkunan alue-edustajaan, joka tulee seuraavana päivänä paikan päälle ja kartoittaa Meikäläisen perheen ikkunoihin ja oviin kohdistuvat tarpeet. Tarjouksen ikkunoista ja ovista asennuksineen Matti ja Maija saavat jo samana iltana. Tarjouksessa on eriteltyä asennushinta ja siitä saatava kotitalousvähennyksen määrä.*

*Meikäläiset päättävät vielä kilpailuttaa urakan ja hakevat internetistä kolmen muun toimittajan yhteystiedot. Yksi heistä ei ehdi paikalle ja pyytää Mattia lähettämään ikkunan mitat sähköpostissa tarjouslaskentaa varten. Kaksi muuta edustajaa käyvät Meikäläisillä ja tekevät tarjouksen.*

*Matti ja Maija vertailevat tarjouksia ja tutustuvat ikkunatoimittajien antamiin esitteisiin, joista selviää ikkunoiden ja ovien tekniset ominaisuudet. Kahden päivän pohtimisen jälkeen he päätyvät valitsemaan ikkunatoimittajakseen Karelia-Ikkunan heiltä saamansa henkilökohtaisen ja miellyttävän palvelun ja toiseksi halvimman hinnan takia. Edustaja tulee paikan päälle, ottaa tarkistusmitat ja tilaa ikkunat ja ovet.*

*Neljän viikon kuluttua ikkunat ja ovet toimitetaan Meikäläisten pihaan ja jo seuraavana päivänä paikalle saapuu asentaja, joka on viikkoa aikaisemmin ottanut Mattiin yhteyttä ja sopinut asennuksen aikataulusta. Neljän päivän kuluttua kahden miehen asennusryhmä on hyväksyttänyt asennuksen valmiiksi Matilla ja he lähtevät seuraavaan kohteeseen.”*

Asiakastapahtumassa mainittu alue-edustaja on Tmi JL-Ikkunat. Laskun asiakkaalle lähettää Karelia-Ikkuna Oy. JL-Ikkunat lähettää laskun omasta provisiostaan ja asennuksesta Karelia-Ikkuna Oy:lle ja se maksetaan, kun asiakas on suorittanut kauppasumman Karelia-Ikkuna Oy:n tilille.

JL-Ikkunat Tmi:n myyntitulot koostuvat siis tehtyjen kauppojen provisioista. Tuloksen määrää tehtyjen kauppojen määrä ja niiden rahallinen arvo.

### 7.3 Kilpailutilanne

Suomessa on useita ikkunavalmistajia ja keskinäinen kilpailu on kovaa markkinoiden ollessa pääasiassa kaikilla samat. Jotkut valmistajat ovat keskittyneet enemmän uudiskohteisiin ja suurkohteisiin mutta samoista asiakkaista kilpailevia valmistajia on Kymenlaakson alueella useita. Kuluttajat ovat erittäin hintatietoisia ja lähes joka kohteessa ikkunaremontti kilpailutetaan.

Kymenlaakson alueella omakotitalojen ikkunasaneerauksia tekevät ainakin

- Tiivituote Oy
- Pihlavan ikkunat
- Skaala Oy
- Fenestra Oy
- Lammin Ikkuna Oy
- Domus Yhtiöt Oy.

Hinta ei ole ainoa tekijä, jolla urakoitsija ratkaistaan. Tarjottavan kohteen seudulla vallitseva maine on tärkeä tekijä päätöksissä. Tmi JL-Ikkunat pyrkii ylläpitämään ja lisäämään Karelia-Ikkuna Oy:n tuotteiden tunnettuutta ja hyvää mainetta korkealla palvelutasolla ja asiakkaan tarpeiden huomioimisella. Hyvän maineen muodostamisen perustekijöitä on toimiva ja asiallinen asennuspalvelu, nopea reagointi mahdollisiin reklamaatioihin ja asiakkaan tarpeet huomioon ottava myyntityöskentely ennen ja jälkeen kaupanteon.

JL-Ikkunat pyrkii erottumaan kilpailijoistaan korkeatasoisella palvelulla ja laadukkaalla asennuspalvelulla. Karelia-Ikkuna on joistain kilpailijoistaan poiketen täysin kotimainen tuote ja myös asennukset tehdään aina kotimaisella työvoimalla.

## 7.4 Pääkilpailijat

Käytännön kokemuksiin perustuvien arvioiden mukaan Karelia-Ikkuna Oy:n pääkilpailijat Kymenlaakson alueella ovat Pihlavan ikkunat, Tiivituote Oy ja Fenestra Oy. Muiden alue-edustajien kanssa käytyjen keskustelujen perusteella myös muilla myyntialueilla vaikuttaa samat kilpailijat.

Kaikille kolmelle pääkilpailijoille yhteistä on suuri markkinointibudjetti, jonka kustannuksista vastaa heidän tapauksessaan valmistaja. Karelia-Ikkuna Oy on ollut mainostamisessa maltillisella linjalla koko sen 20-vuotisen toimintahistoriansa ajan. Markkinointibudjetista vastaa lähes täysimääräisesti alue-edustajat. Kymenlaakson alueella Karelia-Ikkuna Oy:n mainonnan hoitaa siis JL-Ikkunat Tmi. Mainonnan resurssit ovat siis pääkilpailijoita huomattavasti pienemmät.

Tiivituote Oy mainostaa ajoittain myös televisiossa ja sen näkyvyys rakennusalan messuilla on aina vahva. Tiivituote Oy:n heikkous on tuotteen ja asennusten korkea hinta. Tiivi -ikkunoiden myyjä pyrkii aina mahdollisimman nopeaan kaupan päättämiseen ja myyntityötä voi kuvailla aggressiiviseksi.

Pihlavan ikkunat toimii Kymenlaaksossa kahden myyntiedustajan voimin. Toisen toiminnot ovat Kouvolan- ja toisen Kotkan alueella. Pihlavan ikkunat tulee tarjouskilpailuissa usein vastaan, ja sillä on alueella kilpailukykyinen hinta. Pihla -ikkunat on pyrittävä voittamaan paremmalla ja nopeammalla asiakaspalvelulla ja myyntityöskentelyllä.

Fenestra Oy on suuri kansainvälinen yhtiö, joka pudottaa ajoittain hintatasonsa todella alas. Yritys on kuitenkin tällä hetkellä Suomen alueella epävakaisessa tilanteessa ja Fenestra Oy lakkautti juuri Forssassa sijaitsevan tehtaansa ja irtisanoi n.100 työntekijää. Samalla Fenestra Oy keskitti toimintonsa kolmeen jäljellä olevaan Suomen tehtaaseensa.

## 7.5 Yrityksen talouslaskelmat

Yritystoiminnan aloittamiseen liittyvä perustamisvaiheen kokonaisrahantarve on esitetty investointilaskelmassa (liite 1). Perustamisvaiheen rahantarve koostuu tarvittavista alkuinvestoinneista ja käyttöpääomantarpeesta. Laskelmaa tarkastellessa voidaan to-



deta alkukustannusten olevan verraten pienet. Yrityksen käynnistysvaihe rahoitettiin ammatinharjoittajan omilla säästöillä, eikä ulkopuolista rahoitusta tarvittu. Laskelmas-  
sa esitetyillä matka- ja markkinointikustannuksilla tarkoitetaan suoraan perustamis-  
vaiheeseen liittyviä kustannuksia esim. Vierailu Joensuun tehtaalla ja lehti-ilmoitus  
alue-edustajan vaihtumisesta. Kyseessä on siis ennen toiminnan aloittamista syntyvät  
kulut ja ensimmäisten toimintakuukausien kulut.

Tuloslaskelmat ( Liite 2 ja 3) on tehty seuraavilla olettamuksilla:

- keskimääräinen kauppasumma 8500 €
- suurkohteen kauppasumma 100 000 €
- provision osuus kauppasummasta 8 %
- tarjouspyyntöjä 6 kpl / vko
- tehtyjä kauppvoja 2 kpl / vko.

Arvio ensimmäisen vuoden tuloksesta, eli yrittäjän nettotuloista on esitetty tavoitetu-  
loslaskelmassa (liite 2). Tavoitetuloslaskelmaa tulkitessa on huomioitava, että yrityk-  
sen tulot muodostuvat tehtyjen kauppojen prosentuaalisesta provisiosta. Tällöin las-  
kelmassa esitetty myyntikatetarve tarkoittaa myynnistä saatua provisiota, eikä tehtyjen  
kauppojen kokonaiskauppasummaa.

Kun provision määräksi on arvioitu 8 % kauppasumman arvosta, tarkoittaa se laskel-  
massa esitetyn myyntikatetarpeen 38 712 € perusteella 483 900 € :n kokonaismyyntiä.  
Kokonaismyynnillä tarkoitetaan siis myydyin tavarain ja palvelun (ikkuna ja sen asen-  
nus) kauppasummaa. Se on siis se summa, jolla Karelia-Ikkuna Oy laskuttaa asiakasta.

Laskelmassa esitetty yrittäjän nettotulo on arvioitu pienimmäksi summaksi, jolla yri-  
tystoimintaa voidaan pitää kannattavana. Laskelmassa on esitetty kuukausikohtainen  
myyntitarve ja koko vuoden myyntitarve.

Toisen toimintavuoden tulostavoite (liite 3) on asetettu 30 % ensimmäistä vuotta  
isommaksi. Tavoite aiotaan saavuttaa lisäämällä isojen kohteiden kuten kerrostalojen

ikkunasaneerauksia. Tmi JL-Ikkunat on tähän mennessä tehnyt vain kaksi suurkohteeksi luokiteltavaa asunto-osakeyhtiön ikkunasaneerausta. Syynä tähän ei ole ollut kysynnän puute, vaan aloittavan yrittäjän maltillisuus. Eli ei ole haluttu ”haukata liian isoa palaa”. Myös sopivan yhteistyökumppanin, eli riittävän ison rakennusliikkeen, puuttuminen on rajoittanut toiminnan laajentamista isoihin kohteisiin.

Liiketoimintasuunnitelmassa esitettyä korjausrakentamista käsittelevää tilastotietoa tarkastelemalla voidaan todeta rakennuskannan vanhentumisen lisäävän tekniseen korjausikään tulevien asuinrakennusten määrää jatkuvasti. Korjausrakentamisen tilastojen ja käytännön kokemuksen, eli tarjouspyyntöjen runsaan määrän, perusteella oletetaan, että aktiivisesti markkinoimalla ja tarjouspyyntöihin vastaamalla liiketoiminnan laajentaminen isoihin kohteisiin on toteutettavissa.

Ensimmäisen ja toisen toimintavuoden myyntikatetarvetta verratessa on havaittavissa, että 30 % nosto tulostavoitteessa vaatii n. 55 % suuremman myyntikatteen. Liiketoiminnan kasvattaminen siis lisää väistämättä myös kuluja.

Tavoitetuloslaskelmassa esitetty yrittäjäeläkemaksu on ensimmäisen toimintavuoden osalta laskettu n. 15 000 €:n vuositulon mukaisesti. Eläkemaksut on tarkoituksellisesti todellista vuosituloa pienemmän vuositulon mukaiset, jotta ammatinharjoittajalle jää enemmän rahallista pelivaraa yllättävien menojen varalle. Kuten tuloslaskelmassa on esitetty, yrittäjäeläkemaksu nostetaan mahdollisuuksien mukaan toisen toimintavuoden kohdalla todellisen vuositulon mukaiseksi.

Laskemissa esitetyillä muilla vakuutusmaksuilla tarkoitetaan yrittäjän tapaturmavakuutusta ja yrittäjäturvaa pysyvän työkyvyttömyyden varalle. Tapaturmavakuutuksen hinnan määrittää ammatinharjoittajan toimenkuva, joka on tässä tapauksessa myyntiedustus ja myyntityön johto. Yritysturva on pysyvän työkyvyttömyyden vakuutus ja sen hinnan määrittää sen varalle laskettu vakuutusmäärä, joka on tällä hetkellä 100 000 €.

Omaa taloutta on turvattu myös liittymällä yrittäjän työttömyyskassaan, jonne maksetaan jäsenmaksua kerran kuukaudessa. Jäsenmaksun suuruus perustuu suoraan maksettuun yrittäjäeläkemaksun suuruuteen.

Tuloslaskelmissa on valmiina rivit koroille ja rahoituskuluille sekä poistoille ja lainanlyhennyksille. Tämä on tehty mahdollisia hankintoja varten, joille voi toimintaa laajentaessa ilmetä tarvetta.

## 7.6 Riskit

Tällä hetkellä yritykseen kohdistuvat riskit ovat verraten pieniä johtuen lähinnä toiminnan matalista kustannuksista. Yrityksen riskianalyysi on toteutettu SWOT-nelikentällä.

<p style="text-align: center;"><b><u>Vahvuudet</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• asiakkaan tarpeet huomioiva myyntityöskentely</li> <li>• laadukas tuote</li> <li>• rutinoitunut asennuspalvelu</li> <li>• uuden yrittäjän ”into”</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Heikkoudet</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uuden yrittäjän kokemattomuus</li> <li>• pieni markkinointibudjetti</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>Mahdollisuudet</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verkostoituminen</li> <li>• tuote- ja palveluvalikoiman kasvattaminen</li> <li>• yhteistyökumppanit</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Uhat</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisääntyvä kilpailu</li> <li>• virhe ison urakan laskennassa</li> <li>• yleinen ostovoiman heikkeneminen</li> </ul>

## 7.7 Tulevaisuus

Yrityksen ensimmäisen toimintavuoden kokemusten perusteella toimintamalli tullaan pitämään pääosin samanlaisena kuin tähänkin asti. Asunto-osakeyhtiöiden ikkuna- ja ovisaneerauksista on saatu muutama positiivisia kokemuksia ja niihin pyritään tarjoamaan urakoita entistä rohkeammin.

Markkinoinnin kohdistamisessa oikeisiin markkinointikanaviin on parantamisen varaa. Osa mainostamiskokeiluista on ollut onnistuneita ja osan hyödyt on jäänyt vähäi-

siksi. Markkinointikeinojen kehittämistä jatketaan käytännön kokemuksilla saatujen tietojen pohjalta. Kilpailijoiden markkinointikeinot otetaan mahdollisuuksien mukaan seurantaan ja hyvät keinot otetaan käyttöön omassakin toiminnassa.

Kymenlaakso on alueena laaja ja myynti painottuu tällä hetkellä Kouvolan alueelle. Markkinaosuuden lisääminen Kotkan ja Haminan suunnalla on lähitulevaisuuden suunnitelmissa. Keinona käytetään aktiivista mainostamista, jota sillä suunnalla ei tällä hetkellä ole.

Tuotevalikoiman kasvattamisen mahdollisuutta ja sen kannattavuutta mietitään. Painetta siihen ei ole, joten pääpaino pidetään jatkossakin ikkuna- ja ovisaneerauksissa.

## 8 LOPPUPÄÄTELMÄ

Oman yritykseni tärkein voimavara on asiantuntemukseni taso ja työskentelyni laatu. Tämän työn tekeminen mahdollisti sen kriittisen ja analyttisen tarkastelun. Ikkunan rakennetta ja ominaisuuksia käsittelevää osiota kirjoittaessani pääsin syventämään tietämystäni alan teknisestä puolesta. Varsinaista liiketoimintasuunnitelmaa laatiessani käsitykseni ja tietoni yrittäjyydestä lisääntyi.

Alan yleiset näkymät ovat Euroopan yleisen taloustilanteen vaisuudesta huolimatta rohkaisevat. Faktatieto Suomen jatkuvasti vanhenevasta rakennuskannasta tulee väistämättä lisäämään työtä korjausrakentamisen alalla. Energian säästäminen on laajalti esillä oleva puheenaihe ja se osaltaan lisää energiatehokkaiden rakennusmateriaalien, kuten ikkunoiden kysyntää.

Yrittäjyys mahdollistaa vapauden päättää omista työskentelytavoista ja ajankäytöstä. Samalla täytyy kantaa vastuu kaikista tekemisistään, myös taloudellinen. Yrittäjäksi ryhtyessä näitä vaakakupin molemmilla puolella olevia asioita on syytä punnita tarkasti ja liiketoimintasuunnitelman tekeminen antaa tähän hyvän mahdollisuuden.

## LÄHTEET

Hemmilä, K. - Saarni, R. 2002. Ikkunaremontti. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Holopainen, T. - Levonen, A-L. 2008. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Ilmoniemi, M. - Järvensivu, P. - Kyläkallio, K. - Parantainen, J. - Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.

Kallio, J. - Ripatti, E., Tanni, K. 2008. Oma yritykseni. Tampere: TAT-Palvelu Oy.

Korhonen, T. - Eskelinen, J. 2007. Suomalainen ikkuna. Helsinki: Multikustannus Oy.

Mckinsey & Company. 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Rakennustieto Oy. 2009. Puuikkunat ja niiden asennus RT 41-10644

Sundell, K. 2004, Ikkunakäsikirja. Helsinki: Rakennusteollisuus RT ry Puutuotetöimiala.

Vainio, T. – Jaakkonen, L. – Nippala, E. – Lehtinen, E. – Isaksson, K. 2002. VTT-tiedotteita: Korjausrakentaminen 2000-2010. Espoo: Otamedia Oy.

## KUVALUETTELO

**Kuva 1.** MSE-ikkunan rakennekuva.

Saatavissa: <http://kareliaikkuna.fi/index.php/fi/ikkunat/>

(Viitattu 15.8.2012.)

**Kuva 2.** Kolmilasisen MEK-ikkunan rakennekuva.

Saatavissa: <http://kareliaikkuna.fi/index.php/fi/ikkunat/>

(Viitattu 15.8.2012.)

**Kuva 3.** Sälekaihtimilla varustettu ikkuna.

Saatavissa: <http://kareliaikkuna.fi/index.php/fi/ikkunat/>

(Viitattu 20.8.2012.)

**Kuva 4.** Alumiinirakenteinen hyönteispuite.

Saatavissa: <http://kareliaikkuna.fi/index.php/fi/ikkunat/>

(Viitattu 20.8.2012.)

**Kuva 5.** Karmiin asennettu korvausilmaventtili.

Saatavissa: <http://kareliaikkuna.fi/index.php/fi/ikkunat/>

(Viitattu 20.8.2012.)

**Kuva 6.** Energiaikkuna-merkki.

Saatavissa:

[http://www.motiva.fi/koti\\_ja\\_asuminen/vaikuta\\_hankinnoilla/ikkunoiden\\_energialuokitus/luokitusmerkki](http://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/vaikuta_hankinnoilla/ikkunoiden_energialuokitus/luokitusmerkki)

(Viitattu 15.7.2012.)

**Kuva 7.** Rakennuskannan ikä Kymenlaaksossa.

Saatavissa:

<http://www.rakennusperinto.fi/rakennusperintomme/maakunnat/Kymenlaakso/>

(Viitattu 20.7.2012.)

**Kuva 8.** Rakennuskannan käyttötarkoitus Kymenlaaksossa.

Saatavissa:

<http://www.rakennusperinto.fi/rakennusperintomme/maakunnat/Kymenlaakso/>

(Viitattu 20.7.2012.)

**Kuva 9.** Korjausrakentamisen jakautuminen omistajalajeittain.

Saatavissa:

<http://www.rakennusperinto.fi/rakennusperintomme/maakunnat/Kymenlaakso/>

(Viitattu 20.7.2012.)

**Kuva 10.** Rakennuskannan ikä Kymenlaaksossa.

Saatavissa: Vainio, T. – Jaakkonen, L. – Nippala, E. – Lehtinen, E. – Isaksson, K.  
2002. VTT-tiedotteita: Korjausrakentaminen 2000-2010. Espoo: Otamedia Oy.  
(Viitattu 15.6.2012.)

<b>INVESTOINTILASKELMA</b>	
Hankittava käyttöomaisuus	<b>EUROA</b>
Koneet ja laitteet:	
Kannettava tietokone	700
Tulostin	150
Puhelin	150
Toimistotarvikkeet	100
Kalusteet yms.:	
Työpöytä	300
Työtuoli	150
Valaisin	70
Investointitarve yhteensä	1620
<b>KÄYTTÖPÄÄOMALASKELMA</b>	
Perustamiskulut (ilmoitus kaupparekisteriin)	75
Puhelin, tietoliikenne	50
Liikkuminen, Matkakustannukset	100
Markkinointi	200
Käyttöpääoma yhteensä	425
<b>YRITYKSEN PERUSTAMISVAIHEEN RAHOITUSTARPEEN LASKELMA</b>	
Investoinnit	<b>1620</b>
Käyttöpääoma	<b>425</b>
Kustannusylitysvaraus (+10 %)	<b>204,5</b>
*Kokonaisrahantarve aloittaessa*	<b>2249,5</b>



1. TOIMINTAVUOSI	€ / kk	€ / vuosi
<b>TAVOITETULOS (YRITTÄJÄN NETTOTULO)</b>	1800	21600
+ Ennakkoverot	400	4800
<b>= Tavoitetulos (ennen veroja)</b>	2200	26400
+ Korot ja muut rahoituskulut	0	0
<b>= LIIKETULOSTARVE</b>	2200	26400
+ Poistot	0	0
+ Lainojen lyhennykset	0	0
<b>= KÄYTTÖKATETARVE</b>	2200	26400
+ Kiinteät kulut:		
Puhelin	60	720
Käyttötarvikkeet	50	600
Markkinointi	200	2400
Edustuskulut	20	240
Matkakulut	255	3060
Yrittäjäeläke YEL	217	2604
Muut vakuutukset (yritysturva ja tapaturmavakuutus)	44	528
Kirjanpito	115	1380
Työttömyyskassa	15	180
Muut kulut	50	600
<b>KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ</b>	1026	12312
<b>= MYYNTIKATETARVE</b>	3226	38712

<b>2. TOIMINTAVUOSI</b>	<b>€ / kk</b>	<b>€ / vuosi</b>
<b>TAVOITETULOS (YRITTÄJÄN NETTOTULO)</b>	2340	28080
+ Ennakkoerot	585	7020
<b>= Tavoitetulos (ennen veroja)</b>	2925	35100
+ Korot ja muut rahoituskulut	0	0
<b>= LIIKETULOSTARVE</b>	2925	35100
+ Poistot	0	0
+ Lainojen lyhennykset	0	0
<b>= KÄYTTÖKATETARVE</b>	2925	35100
+ Kiinteät kulut:		
Puhelin	60	720
Käyttötarvikkeet	50	600
Markkinointi	350	4200
Edustuskulut	20	240
Matkakulut	300	3600
Yrittäjäeläke YEL	400	4800
Muut vakuutukset	40	480
Kirjanpito	115	1380
Työttömyyskassa	20	240
Ulkopuoliset palvelut	1500	18000
Muut kulut	50	600
<b>KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ</b>	2905	34860
<b>= MYYNTIKATETARVE</b>	5830	69960