



Yhteiskäyttöautoja tarjoavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma

Walteri Nordström

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi

AMK-opinnäytetyö

2024

Tekijä Waltteri Nordström
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Yhteiskäyttöautoja tarjoavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma
Sivu- ja liitesivumäärä 16 + 9
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli yhteiskäyttöautoja tarjoavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelman on kehittänyt tämän kaltaisen yrityksen perustanut yrittäjä. Tekijän tarkoituksena oli kehittää liiketoimintasuunnitelma, jota hän voi itse käyttää tulevaisuudessa oman yritystoimintansa kehittämiseen. Tätä suunnitelmaa voi kuitenkin käyttää kuka tahansa, joka näkee sen hyödylliseksi itselleen.</p> <p>Tämän työn ongelmana on puuttuva liiketoimintasuunnitelma. Ongelma yritettiin ratkaista selvittämällä, mitä kaikkea tietoa liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa tarvitaan ja sen jälkeen käyttämällä hankittua tietoa uuden liiketoimintasuunnitelman kehittämiseksi.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen työ, joten työssä on tietoperusta sekä empiirinen osuus. Tietoperustassa tutkittiin aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä verkosta löytyviä lähteitä. Tietoperustassa käsiteltiin liikeideaa, sisäistä ja ulkoista ympäristöä, kilpailua, asiakkaita, strategiaa, markkinointia, riskejä, rahoitusta, budjettia ja SWOT-analyysiä.</p> <p>Kehittämistyön lopuksi saatiin aikaan realistinen liiketoimintasuunnitelma alkuvaiheessa olevalle yhteiskäyttöautoja tarjoavalle yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman rakenteessa ja sisällöllisissä ratkaisuissa käytettiin lähteenä tietoperustaan hankittua tietoa. Hankittua tietoa analysoitiin ja sen jälkeen tehtiin juuri tämän yrityksen kannalta perusteltuja ratkaisuja toimivan liiketoimintasuunnitelman aikaansaamiseksi.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa huomattiin, että liiketoimintasuunnitelma on mahdollista laatia monella eri tavalla. Eri lähteistä on mahdollista löytää erilaisia pohjia liiketoimintasuunnitelmalle. Monissa näistä pohjista kuitenkin on heikkoutena niiden suppeus ja laatijoiden mielipiteiden mukaiset painotukset sisällölle. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on kuitenkin tiivis ja selkeä kuvaus yritystoiminnasta, asiakkaista sekä yrityksen toimintatavoista. Liiketoimintasuunnitelmaa tulisi jatkossa päivittää tarpeen mukaan varsinkin liiketoiminnan edetessä. Tekijä on käyttänyt tämän suunnitelman pohjana Business Helsingin valmista pohjaa ja muokannut sitä itselleen sopivaksi.</p> <p>Tekijän mielestä työlle asetettuun tavoitteeseen päästiin, sillä puuttunut liiketoimintasuunnitelma saatiin onnistuneesti kehitettyä.</p>
Asiasanat Liiketoimintasuunnitelma, yhteiskäyttöauto, SWOT

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tavoitteet ja rajaukset	2
1.2	Keskeiset käsitteet	2
2	Liiketoimintasuunnitelma	3
2.1	Liiketoimintasuunnitelman merkitys	3
2.2	Liiketoimintasuunnitelman sisältö	4
2.3	Liikeidea	5
2.4	Sisäisen ja ulkoisen ympäristön analysointi	5
2.5	Kilpailu	6
2.6	Asiakkaat	7
2.7	Strategia	7
2.8	Markkinointi	7
2.9	Riskit	8
2.10	Rahoitus	8
2.11	Budjetti	9
2.12	SWOT-analyysi	10
3	Liiketoimintasuunnitelman tekemisen kuvaus	12
4	Pohdinta	15
	Lähteet	16
	Liitteet	17
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma osa 1/9	17
	Liite 2. Liiketoimintasuunnitelma osa 2/9	18
	Liite 3. Liiketoimintasuunnitelma osa 3/9	19
	Liite 4. Liiketoimintasuunnitelma osa 4/9	20
	Liite 5. Liiketoimintasuunnitelma osa 5/9	21
	Liite 6. Liiketoimintasuunnitelma osa 6/9	22
	Liite 7. Liiketoimintasuunnitelma osa 7/9	23
	Liite 8. Liiketoimintasuunnitelma osa 8/9	24
	Liite 9. Liiketoimintasuunnitelma osa 9/9	25

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aihe on yhteiskäyttöautoja tarjoavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Halusin tämän aiheekseni, koska olen perustanut oman yrityksen, joka tarjoaa yhteiskäyttöautoja, ja haluan tämän työn avulla mahdollisuuden kehittää omaa alkavaa yritystoimintaani.

Yritystoimintani on tätä opinnäytetyötä tehdessäni vasta alkuvaiheissa ja todella pienimuotoista. Tässä työssä teen kuitenkin suunnitelman huomattavasti laajemmalle toiminnalle, joka antaa valmiudet myös oman yritykseni kasvattamiselle. Siksi työni tavoitteena onkin saada realistinen suunnitelma itselleni, jota voin hyödyntää tulevaisuudessa, jos haluan alkaa kasvattamaan yritystoimintaani.

Tällä hetkellä kysyntä kasvaa koko ajan yhteiskäyttöautoille, sillä ihmiset haluavat järkeviä ratkaisuja liikkumiselle. Monet yhteiskäyttöautot voidaan ottaa käyttöön nopeasti ilman auton omistajan kanssa tapaamista, joka antaa yhteiskäyttöautoille laajemmat mahdollisuudet käyttää esimerkiksi yhtäkkisellä kauppa reissulla. Tästä syystä näen tällaisella yrityksellä hyvät kasvumahdollisuudet ja tavoitteeni onkin kasvattaa omaa yritystäni mahdollisimman nopeasti, ja tämän aion tehdä investoimalla kaiken mahdollisen voiton järkevästi.

Yhteiskäyttöautoja tarjoavien yritysten avulla autojen määrä vähenee varsinkin suuremmissa kaupungeissa. Autoja on nykyään todella paljon ja yhteiskäyttöautojen avulla yksi auto riittää suuremmalle määrälle ihmisiä, jolloin autojen valmistamisen tarve vähenee sekä ihmiset suunnittelevat tarkemmin auton käyttämistä eivätkä välttämättä käytä autoa asioiden hoitamiseen, joihin sitä ei välttämättä tarvitsisi. Tämä auttaa vähentämään autoilusta aiheutuvia päästöjä, mikä on tärkeää ilmastonmuutosta ehkäistäessä. Yhteiskäyttöautot myös vähentävät ruuhkia, joka sujuvoittaa kaupunkien liikennettä.

Kaupungit kasvavat hurjaa vauhtia ja niihin tarvitaan järkeviä ja kestäviä liikenneratkaisuja. Yhteiskäyttöautot ovat yksi tehokas ja kestävä ratkaisu yksityisautoilun tilalle, mikä auttaa vastaamaan kaupunkien kasvavaan liikennetarpeeseen.

Teknologia kasvaa vauhdilla, ja sen avulla yhteiskäyttöautoilu on todella helppoa, sillä autoja on mahdollista käyttää älypuhelimien saatavalla sovelluksella. Sovellukset tekevät yhteisautojen käyttöönotosta ehkä jopa helpompaa kuin oman auton käyttöönotto olisi.

Jakamistalous on nykyään suosiossa ja yhteiskäyttöautot ovat osa tätä trendiä. Nykyään ihmiset jopa mielellään käyttävät yhteisiä asioita kestävämmän tulevaisuuden vuoksi.

Ihmisillä on erilaisia tarpeita myös autoille ja aina normaali henkilöauto ei vastaa näitä tarpeita. Yhteiskäyttöautojen avulla ihmiset voivat hankkia itselleen tarpeitaan vastaavan auton nopeasti, ilman tarvetta sitoutua esimerkiksi uuteen pakettiautoon.

Näiden syiden takia tämä aihe on tärkeä ja mielenkiintoinen myös muille kuin itselleni. Tämän työn avulla kuka vain voi kasvattaa jo olemassa olevaa yritystään tai perustaa kokonaan uuden sellaisen.

Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö eli työssä on teoria- ja toiminnallinen osuus. Teoriaosuudessa selvitan, että mitä kaikkea liiketoimintasuunnitelmaan sisältyy ja miksi sellainen tehdään. Lähteinä käytän aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä internet sivuja. Lähteet liittyvät oleellisesti toimivan liiketoimintasuunnitelman rakentamiseen ja työkaluihin, jotka mahdollistavat sellaisen. Toiminnallinen osuus työssäni on liiketoimintasuunnitelma.

1.1 Tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda mahdollisimman kattava ja realistinen liiketoimintasuunnitelma yhteiskäyttöautoja tarjoavalle yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman tulisi toimia suunnitelmana tämän kaltaisen yrityksen perustamiselle sekä muutamalle seuraavalle vuodelle. Tämän liiketoimintasuunnitelman tulisi myös toimia apuna yritykselle rahoitusta hakiessa.

Tämä työ kattaa ainoastaan liiketoimintasuunnitelman ja sen teorian. Työn ulkopuolelle jää muita alkavaan yritykseen liittyviä tärkeitä asioita kuten itse yritystoiminnan käynnistäminen sekä yritysmuodon valitseminen.

1.2 Keskeiset käsitteet

Tämän opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat liiketoimintasuunnitelma, yhteiskäyttöauto ja SWOT-analyysi. Liiketoimintasuunnitelma tarkoitettu varsinkin uusille yrittäjille ja yrityksille suuntaa antava dokumentti, jossa kuvataan ja selitetään yrityksen toimintaa, laajuutta ja arvioitua kannattavuutta (Yrityksen-perustaminen.net). Yhteiskäyttöautot ovat autoja, joiden omistama yritys vuokraa niitä asiakkailleen lyhyeksi ajaksi ja yleensä tuntiperusteisesti (Saiturin matkassa, 2021). SWOT-analyysi on työkalu, jonka avulla yritys voi tutkia sen sisäisiä sekä ulkoisia tekijöitä, jotka mahdollisesti vaikuttavat yritystoimintaan (Rahapedia, 2023).

2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on suunnitelma aloittaville yrittäjille sekä yrityksille. Siinä on suunniteltu monia yritystoimintaa liittyviä osa-alueita, jotka tarkentavat esimerkiksi yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Yksi tärkeä liiketoimintasuunnitelman tehtävä on realistisesti kartoittaa yrityksen toimintaan liittyviä kuluja ja kustannuksia, budjetoida niitä ja konkreettisesti suunnitella, että miten ne saadaan tulevaisuudessa katettua. (Yrityksen-perustaminen.net.)

Ehkä vielä tärkeämpää suunnitelmassa on saada selville, mistä asiakkaat tulevat ja miksi he ostavat juuri meidän palveluamme tai tuotettamme. Hyvinkään harkittu ja toteutettu yritystoiminta ei ole järkevää ilman asiakkaita. Siksi asiakkaiden hankkiminen on yritystoiminnan alkuvaiheessa tärkein tehtävä. (Yrityksen-perustaminen.net.)

2.1 Liiketoimintasuunnitelman merkitys

Liiketoimintasuunnitelma on erinomainen ja usein käytetty työkalu. Sitä käytetään paljon varsinkin opetuksessa ja yrityksen alkurahoitusta haettaessa. Hyvä liiketoimintasuunnitelma toimii myös hyvänä muistiona yrittäjille, johon he voivat aina palata, kun kaikkea ei muista ulkoa. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa onkin esimerkiksi varauduttu erilaisiin uhkiin ja mahdollisuuksiin, joten ainakin tavallisimpiin tilanteisiin on valmis suunnitelma. Kaikkeen ei silti tietenkään voi varautua, mutta yleisimpiin asioihin voi. (Hesso 2015, 10-12.)

Liiketoimintasuunnitelma on tekijöidensä mielipide siitä, että miten mahdollisesti voitetaan muut kilpailijat ja saadaan aikaan asiakkaille oleellista lisäarvoa. Siksi liiketoimintasuunnitelmaa ei tulisi vain mahdollisimman äkkiä saada valmiiksi, vaan se tulisi suunnitella huolellisesti aikaa käyttäen. Koko yrityksen jatkuvuus voi olla riippuvainen liiketoimintasuunnitelman toimivuudesta, jolloin se on syytä ottaa vakavasti ja tärkeänä osana yritystä. Liiketoimintasuunnitelman tulisi kuitenkin olla esitettävissä vain yhdellä vilkaisulla. (Hesso 2015, 10-12.)

Liiketoimintasuunnitelma ei ole tärkeä vain pelkästään itse yrittäjille, sillä voidaan saada yhteinen näkemys yrityksen suunnasta muille yrityksen tärkeille henkilöille. Varsinkin yrityksen alkuvaiheille myös yrityksen rahoittajat ja muut yrittäjyyden asiantuntijat vaativat toimivaa liiketoimintasuunnitelmaa ehtona palveluilleen. Jos kuitenkaan et tarvitse rahoitusta tai muita vastaavia palveluita ja yrityksesi suunnitelma on muistissa itselläsi, ei liiketoimintasuunnitelma ole välttämättä pakollinen, mutta se voisi silti olla hyödyllinen työkalu tulevaisuuden varalle. (Yrityksenperustaminen.net.)

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa yrittäjän on pakko miettiä yrityksen kannalta tärkeitä seikkoja. Sen ansiosta yrittäjä saattaa huomata puutteita suunnitelmassa, jotka pitää korjata, mutta ne onkin helpompi korjata jo suunnitteluvaiheessa eikä vasta, kun ne tulevat eteen liiketoiminnassa. Suunnitteluvaiheessa on vielä mahdollista tutkia eri ratkaisuvaihtoehtoja ilman kiirettä, jolloin on aikaa löytää paras ratkaisu ongelmaan tai jopa välttää kyseinen ongelma kokonaan. Tästä syystä liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjän apuna myös myöhemmissä yrityksen vaiheissa eikä vain perustamisen aikana. Siihen onkin syytä palata aina tarvittaessa sekä päivittää suunnitelmaa parannusideoin löytyessä. (Suomi.fi 2019.)

2.2 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Hesson (2015) mielestä liiketoimintasuunnitelmassa tulisi olla liikeidea, visio, arvot, ympäristöanalyysit, ulkoinen ympäristö, poliittisen ympäristön analysointi, taloudellisen ympäristön analysointi, sosiaalinen ympäristö, teknologinen ympäristö, lainsäädännöllinen ympäristö, kilpailu, kilpailijat, asiakasanalyysi, sisäinen ympäristö, synteesianalyysit, erilaiset tavat kilpailla, kustannusjohtajuus, fokusstrategia, liiketoimintamalli, kohderyhmien valinta, asiakkaan ostokäyttäytyminen, myyntitavoitteet, tuote tai palvelu, hinta, saatavuus, markkinointiviestintä, myyntiprosessi, tuotanto, henkilöstö, kriittinen piste, tulosbudjetti, kassavirtalaskelmat ja riskit (Hesso 2015, 17).

Yrityksenperustaminen.net:in mukaan liiketoimintasuunnitelmassa pitää olla tuote tai palvelu, markkinatilanne ja kilpailijat, omat ja yrityksen vahvuudet ja heikkoudet, asiakkaat, rahoitus, budjetointi ja käytännön toimet (yrityksenperustaminen.net).

Uusyrittäjäkeskus kertoo, että liiketoimintasuunnitelmassa tulisi olla ainakin yrityksen perustiedot, liikeidean kuvaus, osaaminen, SWOT-analyysi, tuotteet ja palvelut, asiakkaat, Markkinat ja kilpailijat, myynti ja markkinointi, liiketoiminnan tavoitteet, riskien hallinta, oma yrityksesi, taloushallinto ja sopimukset sekä laskelmat (Uusyrittäjäkeskus).

Osaavayrittäjän mukaan liiketoimintasuunnitelman tulisi kattaa vähintään seuraavat alueet: perustiedot yrityksestä ja yrityksen perustajista, yrityksen toimiala, markkinat, kysyntä ja kilpailu, yrityksen toiminta-ajatus ja liikeidea, yritysmuoto, markkinointi, yrityksen tavoitteet ja tulevaisuuden visio, yritystoimintaan kohdistuvat riskit ja laskelmat (Osaavayrittäjä).

Haagin (2013) mukaan hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa on kansilehti, yhteenveto, sisällysluettelo, yrityksen historia, liiketoiminnan kuvaus, yritys rakenne, tuotteiden tai palveluiden kuvaaminen, markkina-analyysi, toimintojen kuvaaminen, johtamisen ja organisaation kuvaus, sosiaalisen vastuun sekä kestävä kehityksen huomioiminen, yrityksen toiminnan tavoitteiden kuvaaminen, taloudelliset laskelmat sekä liitteet (Haag 2013, 20-21).

Holopaisen (2022) mukaan liiketoimintasuunnitelmassa tulisi olla yrityksen perustiedot, yrityshanketta koskeva kuvaus, talouden ja kirjanpidon suunnitelma, laskelma, SWOT-analyysi, tiivistelmä ja johtopäätökset (Holopainen 2022, 13-14).

2.3 Liikeidea

Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä olla mukana yrityksen liikeidea. Liikeidean tarkoitus on tiivistää pitkäänkin suunnitelma muutamaan lauseeseen. Liikeidea vastaa kolmeen kysymykseen, jotka ovat mitä, miten ja kenelle. Näiden kysymysten avulla saadaan helposti kerrottua, että mitä tuotteita ja palveluita yritys tuottaa. Kerrotaan myös, miten yritys saa nämä tuotteet tai palvelut asiakkaiden saataville, ja että kenelle nämä tuotteet tai palvelut on suunnattu. (Hesso 2015, 24-25.)

Liikeidean avulla on helppo selvittää rahoittajalle nopeasti, että mikä on koko yrityksen tarkoitus. Sen avulla saadaan myös yrityksen omalle henkilökunnalle helposti ja yksinkertaisesti tieto yrityksen tarkoituksesta ja toimintaperiaatteesta. (Hesso 2015, 25.)

Liikeidea kuvaa yrityksen omia tapoja ja kilpailumenetelmää liiketoiminnassa. Liikeidea määrää tuotteen tai palvelun, jota yritys aikoo tarjota asiakkailleen. Se kertoo tuotteen imagon, vahvuudet ja edut muihin vastaaviin tuotteisiin verrattuna. Liikeideassa myös määritellään yrityksen asiakkaat ja heidän tarpeensa. Siitä selviää yrityksen todennäköisimmät sekä toivotuimmat asiakkaat. Se määrittelee myös, että miten yritys tuottaa tuotteensa ja tarjoaa niitä asiakkailleen. Liikeideassa kerrotaan yrityksen resurssit työn tekoon sekä miten työt jaetaan yrityksen sisällä. Yrityksen toiminta perustuu liikeideaan, mutta silti liikeidea saattaa muuttua matkan varrella ja sitä on myös hyvä kehittää tarpeen vaatiessa. (Suomi.fi 2021.)

2.4 Sisäisen ja ulkoisen ympäristön analysointi

Sisäisen toimintaympäristön analyysissä selvitetään oman yrityksen toimintavalmiuksia eri tilanteissa. Kun yrityksessä tiedetään omat valmiudet, on helpompi suunnitella omia mahdollisuuksia vaikuttaa tulevaisuuden tilanteisiin. (Hesso 2015, 61-62.)

Yritykset kohtaavat kilpailua markkinataloudessa, sillä asiakkaita on vain rajallinen määrä. Ulkoista ympäristöä analysoitaessa tarkastellaan suuren mittakaavan markkinailmiötä. Analysoinnissa otetaan huomioon poliittinen ympäristö, taloudellinen ympäristö, sosiaalinen ympäristö, teknologinen ympäristö ja lainsäädännöllinen ympäristö. (Hesso 2015, 35-47.)

Poliittinen ympäristö tarkoittaa valtion luomia vaatimuksia yritysten toimintaedellytyksistä. On tärkeää, että yritysten suunnitelmia tehdessä tarkastellaan myös poliittisia päätöksiä ja valmisteluja.

Poliittinen ympäristö koostuu suureksi osaksi kansallisen finanssipolitiikan luomasta tärkeysjärjestyksestä. Suomessa finanssipolitiikka vaikuttaa esimerkiksi verojen määrään, tulonsiirtoihin sekä julkisen sektorin investointeihin. (Hesso 2015, 37.)

Liiketoimintasuunnitelman yksi tärkeimmistä osa-alueista on analysoida yrityksen taloudellisen ympäristön kehitystä. Tässä kohdassa tarvitsee yrittää ennustaa tulevaisuutta ja analysoida sen vaikutusta omaan yritykseen. Maailmantalous vaikuttaa markkinoihin ja joillain aloilla muutoksen seuraukset voivat olla todella suuret. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa näitä tapahtumia ja seurauksia on otettu huomioon ja kerrotaan, että miten eri tapahtumiin tulisi reagoida. Taloudellisen ympäristön analysointi olisi hyvä tehdä myös kohdemarkkinatasolla, sillä joillekin yrityksille pelkääntään kunnallistalouden muutosten vaikutus saattaa olla suuri, esimerkiksi jotkut kunnat tarjoavat sinne siirtyville yrityksille hyödyllisiä kannustimia. Näiden kohdalla kannattaa kuitenkin miettiä, että onko hyöty tarpeeksi suuri. (Hesso 2015, 38-39.)

Yritysten sosiaalinen ympäristö muuttuu koko ajan ja sen analysointi on välillä todella haastavaa. Tässä kohdassa on tärkeintä selvittää kohdemarkkinan sosiaalinen rakenne, esimerkiksi alueen tulotaso, koulutustaso ja asumistyyli. Yritysten on selvitettävä, että mikä on heidän asiakkailleen tärkeää. Nykyään vastuullisuus on monelle kuluttajalle erityisen tärkeää ja jos yrityksen kohdemarkkina koostuu pääosin tällaisista kuluttajista, yrityksen on pakko tehdä omat toimensa vastuullisesti, jos he haluavat nämä kuluttajat asiakkakseen. Liiketoimintasuunnitelmassa onkin siis teorian lisäksi hyvä olla konkreettisia suunnitelmia. (Hesso 2015,40-41.)

Teknologinen ympäristö on myös tärkeä osa-alue, sillä siihen perustuu monen yrityksen kilpailuetu. Yritysten onkin tässä kohdassa tärkeää selvittää, että onko heillä mahdollisuus tällaiseen kilpailuun, kaikki ylimääräinen teknologia ei kuitenkaan tuota asiakkaalle lisäarvoa. Nykyään esimerkiksi puhelinsovellukset ovat suuressa suosiossa monellakin alalla niiden alhaisten kustannusten ja mahdollisten suurten hyötyjen takia. (Hesso 2015, 42-47.)

Lainsäädännöllinen ympäristö liittyy paljon poliittiseen ympäristöön. Moni yritys on saanut alkunsa lainsäädännön muutoksista, mutta lait voivat muuttua nopeastikin, joten kilpailuedun saavuttaminen sen avulla ei luo ainakaan pysyvää etua. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä on hyvä ottaa huomioon oman yrityksensä luvanvaraisuus ja liiketoimintaan vaikuttavat lait ja mahdolliset tulevat lakimuutokset. (Hesso 2015, 47.)

2.5 Kilpailu

Yrityksen on tunnettava alan kilpailutilanne ja kilpailijat. Markkinat ovat nykyään jatkuvassa muutoksessa, minkä takia kilpailua on todella vaikea ennustaa. Tällä hetkellä on menossa hyperkil-

pailu, jonka seurauksena kilpailutilanteet saattavat muuttua nopeasti jopa viikossa. Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä yrityksen tulee tiedostaa alueensa, ja kilpailijat, jotka kilpailevat saman asiakkaan huomiosta. (Hesso 2015, 47-48.)

Yrityksen on hyvä tehdä suunnitelma siitä, että miten se aikoo erottautua muista kilpailijoista edukseen. Yrityksen tuotteella tulisi olla kilpailuetu. Etu voi olla esimerkiksi alempi hinta tai jokin kokonaan uusi ominaisuus, jota ei ole alalla ennen nähty. Yrityksellä on oltava jokin syy, miksi asiakas ostaa juuri heiltä. (Uusyrittäjäkeskus.)

2.6 Asiakkaat

Yrityksen olisi hyvä selvittää itselleen, että millaisia asiakkaita he tavoittelevat. On myös hyvä selvittää, että miten heidät voisi tavoittaa, ja kuinka heidät saisi ostamaan juuri omalta yritykseltä. Myös se, että onko asiakkaita tarpeeksi, on tärkeä tieto. (yrityksenperustaminen.net.)

Yrittäjän kannattaa suunnitella, että miten asiakas hyötyy ostaessaan juuri heiltä eikä kilpailijalta. Tämä lisäarvo asiakkaalle tulisi toteuttaa myös siten, että siitä hyötyy yritys itse. Asiakasanalyysissä analysoidaan potentiaalisen kysynnän, todellisen kysynnän, kertaostomäärien ja ostokäyttämisen analysointi. Mitä tarkemmin yritys on selvillä asiakkaiden arvostamista asioista, sitä helpompi on luoda tuotteille lisäarvoa. (Hesso 2015, 50-52.)

2.7 Strategia

Yrityksen strategia on suunnitelma, jolla se koittaa luoda kilpailuetua itselleen. Strategia voi tarkoittaa montaa asiaa liiketoimintasuunnitelmassa riippuen, että kenen suunnitelmaa tarkastelee ja jollain ei ole sellaista ollenkaan. Strategiavaihtoehdot voivat pohjautua ulkoisen ympäristön tai sisäisen ympäristön muutokseen. Hyvät strategiat perustuvat kuitenkin molempien hyödyntämiseen. Muut liiketoimintasuunnitelman analyysit antavat perustan kilpailuedun löytämiselle. (Hesso 2015, 78.)

2.8 Markkinointi

Markkinoinniksi kutsutaan kaikkia niitä toimia, joilla koitetaan vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Se ei ole vain markkinointia tai myyntiä, vaan se on asiakkaan näkökulmasta huolellisesti laadittu kokonaisuus eri toimenpiteitä. Siitä syystä markkinointia varten yrityksen on tunnettava asiakkaansa ja heidän tarpeisiinsa on vastattava kilpailijoita paremmin. (Osaavayrittäjä.)

Asiakkaat eivät kuitenkaan aina tiedä tarvitsevansa jotain tuotetta ja siksi markkinoinnin tehtävän onkin usein herättää tiedostamaton tarve asiakkaassa. Asiakkaat eivät välttämättä ole tietoisia jonkin tuotteen hyödystä, joten markkinoinnin avulla voidaan tuoda asiakkaan tietoon hänen elämänsä helpottava ratkaisu. (Osaavayrittäjä.)

2.9 Riskit

Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä yrittäjän on erittäin tärkeää tunnistaa, analysoida ja varautua yritykseen liittyviin riskeihin. Jos yritys ei ole varautunut riskeihin, pahimmassa tapauksessa seurauksena saattaa jopa olla liiketoiminnan loppuminen. Liiketoiminnassa riskit voidaan jakaa liikeriskeihin ja yritysriskeihin. (Hesso 2015, 168-169.)

Liikeriskit liittyvät liiketoiminnan markkinoiden kilpailuun. Näihin riskeihin on mahdollista varautua hyvän liiketoimintasuunnitelman avulla. Tavallisimpia liikeriskejä ovat asiakkaiden maksuvaikeudet, toimittajien toimitusvaikeudet, kannattavuuden äkillinen heikkeneminen, kilpailijoiden toimet tai tapahtumat taloudellisessa ympäristössä. (Hesso 2015, 168-169.)

Vahinkoriski liittyy yrityksen tiettyyn osa-alueeseen. Hyvä liiketoimintasuunnitelma voi auttaa enustamaan näiden riskien toteutumista ja niiden seurauksia. Vahinkoriskejä ovat esimerkiksi omaisuusvahingot, vahingonkorvausvaatimukset, rikokset tai henkilöriskit. Riskien vastuun siirtämisessä yhtenä keinona voi olla vakuutusten käyttäminen. Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi tarkastella vähintäänkin seuraavia riskejä: henkilöstö- ja johtaminen, tarjottavat palvelut, yleinen markkinatilanne ja rahoitusmarkkinatilanne. (Hesso 2015, 169-170.)

Yrittäjän on tiedettävä yritykseen liittyvät riskit ja niihin on myös osattava varautua. Riskianalyyssissä tulisikin olla tarkasti selvitettyä, että mitä riskejä yrityksen kannattaa ottaa ja mitä ei. Yritys voi myös ulkoistaa riskien kantoa esimerkiksi vakuutusyhtiöiden kautta. Kaikkien riskien kantoa ei kannata ulkoistaa, mutta jotkut riskit ovat niin vaarallisia yritykselle, että niihin on pakko ottaa apua vakuutusyhtiöiltä. (Hesso 2015, 169.)

2.10 Rahoitus

Suurin osa uusista yrityksistä tarvitsee jonkinlaista pääomaa aloittaakseen toimintansa. Helpoin tapa on käyttää omaa pääomaa, mutta aina sellaista ei löydy tarpeeksi. Tällaisessa tapauksessa yrityksen on haettava vierasta pääomaa ja siihen on monia eri tapoja ja vaihtoehtoja. Seuraavissa kappaleissa esittelen muutaman yleisimmistä rahoitusvaihtoehdoista. (Yrittajan.fi.)

Pankkilainat ovat suosittu tapa yritysten investointien ja tarpeiden rahoitukseen. Pankit voivat myöntää rahoitusta joustavasti erilaisiin tarpeisiin. Pankit voivat rahoittaa esimerkiksi uusien koneiden hankintaa tai yrityksen juoksevia kuluja. Yleensä pankki haluaa vain rahansa takaisin palkkion eli koron kanssa. Jos pankki ajattelee yrityksesi olevan maksukykyinen ja liiketoimintasi kannattavaa, saat todennäköisesti lainaa. Lainan koron suuruus riippuu siitä, kuinka ison riskin pankki ottaa myöntäessään lainan yrityksellesi eli esimerkiksi hyvä liiketoimintasuunnitelma saattaa laskea korkoa. (Yrittajan.fi.)

Starttiraha on hieman erilainen rahoitusmuoto. Sen tarkoitus ei ole rahoittaa itse yrittäjää, vaan se tukee yrittäjän henkilökohtaista toimeentuloa. Uuden yrittäjän on mahdollista saada starttirahaa yritystoiminnan aloittamisen ja sen vakiinnuttamisen ajaksi. Sitä voi kuitenkin saada korkeintaan vain 12 kuukauden ajan. Starttirahan vaatimukset ovat seuraavat: yritystoiminta on päätoimista, yrittäjä omaa tarvittavan koulutuksen tai kokemuksen yrittäjyydestä ja toimialalla työskentelystä, liiketoimintasuunnitelma on valmiina ja arvioitu kannattavaksi, kaikki muut yrityksen toimintaan liittyvät seikat, kuten liiketilat ja rahoitus, ovat tiedossa, yrittäjän luottotiedot ovat kunnossa, yritystoiminta ei kata heti alussa yrittäjän kohtuullista toimeentuloa, yrittäjä ei saa jo valmiiksi kohtuullista toimeentuloa esimerkiksi palkan tai muiden tukien muodossa. (Yrittajan.fi.)

Yhtenä rahoitusvaihtoehtona on myös Business Finland, joka on Suomen valtion ja EU:n rahoittama toimija. Sen palveluihin kuuluu rahoitus- ja neuvontapalveluita sekä erilaisia ohjelmia, joiden tarkoituksena on esimerkiksi rahoituksen saaminen ja verkostoituminen. Suurin osa sen palveluista on tarkoitettu kansainvälisillä markkinoilla toimiville tai niille pyrkiville yrityksille. Business Finland on osa Team Finland -verkostoa, johon kuuluvat kaikki kansainvälistymisessä apua tarjoavat julkiset toimijat ELY-keskus ja Finnvera. (Yrittajan.fi.)

2.11 Budjetti

Budjetti on yrityksen rahamääräinen toimintasuunnitelma. Siitä selviää, että mistä rahaa tulee ja mihin sitä kuluu, ja että kuinka paljon sitä tulisi kuluu. Budjetointiprosessin onnistuminen vaatii sitä, että yrittäjä seuraa budjettia. Sen avulla voi tarkkailla yrityksen tavoitteiden toteutumista, etsiä eroja budjetin ja toteuman välillä sekä löytää eroja syihin. Budjetti auttaa myös ohjaamaan yrityksen toimintaa siten, että tavoitteet toteutuvat. (Suomi.fi. 2020)

Budjettien tekeminen ei ole mitenkään välttämätöntä. Varsinkin monet pienet yritykset hoitavat yleensä taloutta ilman suurempaa suunnitelmaa. Tällaisessa tilanteessa katsotaan vasta jälkikäteen kirjanpidosta, että kuinka hyvin tai huonosti yrityksellä on mennyt. Budjetoinnin hyöty on se, että se parantaa yrityksessä tietoisuutta kustannuksista ja tuo talouteen suunnitelmallisuutta ja tavoitteellisuutta. Erityisesti juuri alkavan yrityksen kannattavuuden arvioimiseksi on erittäin tärkeää

mieltä valmiiksi, että paljonko yrityksen tuotteita on mahdollista myydä ja paljonko tuotteiden myynnistä olisi odotettavissa tuottoa sekä millaiset ovat suunnitellun yritystoiminnan kustannukset. (Osaavayrittäjä.)

Jos yrityksen tavoitteet asetetaan korkealle, on myös todennäköisempää, että yrityksellä menee paremmin. Kun suunnitelmaa ei ole tai se ei ole kunnianhimoinen, yleensä suurien voittojen eteen ei tehdä töitä niin paljoa kuin olisi mahdollista. Tavoitteet kannattaa silti pitää realistisina, sillä liian suurien tavoitteiden saavuttelu saattaa johtaa yritystoiminnan loppumiseen. (Osaavayrittäjä.)

2.12 SWOT-analyysi

Jokainen SWOT-analyysi sisältää seuraavat neljä osa-aluetta. Vaikka näiden osa-alueiden sisältö ja havainnot vaihtelevat yrityksittäin, SWOT-analyysi ei ole täydellinen ilman kutakin näistä elementeistä: (Investopedia.com 2023.)

Vahvuudet: Vahvuudet ovat asioita, joissa organisaatio on erityisen hyvä ja mikä erottaa sen kilpailijoista kuten vahva brändi, uskollinen asiakaskunta, vahva taloudellinen tilanne tai ainutlaatuinen teknologia. Esimerkiksi hedge-rahasto voi olla kehittänyt oman kaupankäyntistrategian, joka tuottaa markkinoita parempia tuloksia. Tällöin sen täytyy päättää, miten näitä tuloksia tulisi käyttää uusien sijoittajien houkuttelemiseksi. (Investopedia.com 2023.)

Heikkoudet: Heikkoudet estävät organisaatiota suoriutumasta optimaalisella tasolla. Ne ovat asioita, joissa yrityksen on kehityttävä pysyäkseen kilpailussa mukana. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi heikko brändi, korkea henkilöstön vaihtuvuus, korkea velkaantuneisuus, heikko toimitusketju tai pääoman puute. (Investopedia.com 2023.)

Mahdollisuudet: Mahdollisuudet ovat ulkoisia tekijöitä, jotka voivat tarjota organisaatiolle kilpailuetua. Esimerkiksi, jos maa alentaa tulleja, autonvalmistaja voi alkaa viedä autojaan uudelle markkina-alueelle, mikä lisää myyntiä ja markkinaosuutta. (Investopedia.com 2023.)

Uhat: Uhat ovat tekijöitä, jotka voivat vahingoittaa organisaatiota. Esimerkiksi kuivuus on uhka vehnää tuottavalle yritykselle, koska se voi tuhota tai vähentää satoa. Muita yleisiä uhkia ovat esimerkiksi nousevat materiaalikustannukset, kiristynyt kilpailu ja työvoiman saatavuuden ongelmat. (Investopedia.com 2023.)

SWOT analyysi kannattaa tehdä, koska se tekee vaikeista ongelmista helpommin ymmärrettävän. Siinä on pakko tarkastella yrityksen ulkopuolisia tekijöitä, kun yritykset liian usein katsovat vain sisäisiä asioita. Sitä voi käyttää melkein mihin vain ongelmaan, johon yritys tarvitsee ratkaisua. Yritys joutuu käyttämään eri tiedonlähteitä, jolloin se saa laajemmän näkemyksen kyseessä olevasta

ongelmasta. SWOT analyysi voi myös olla kustannustehokas ratkaisu, jolloin sitä kannattaa hyödyntää kustannusten minimoimiseksi. (Investopedia.com 2023.)

Taulukko 1. SWOT matriisi (Holvi)

<p>Vahvuudet</p> <p>Miksi asiakkaat ostaisivat juuri sinun tuotteitasi ja palveluitasi?</p> <p>Missä yrityksesi on parempi kuin kilpailijasi?</p> <p>Missä haluat olla parempi kuin kilpailijasi?</p> <p>Mitkä ovat brändisi vahvuudet?</p> <p>Mitä resursseja sinulla on?</p>	<p>Heikkoudet</p> <p>Mitä kilpailijasi tekevät paremmin kuin yrityksesi?</p> <p>Mikä on suurin negatiivinen palaute asiakkailtasi?</p> <p>Mikä on suurin syy sille, miksi tiettyä tuotetta tai palvelua ei osteta?</p> <p>Mitkä tuotteet ja palvelut myyvät huonoiten ja miksi?</p>
<p>Mahdollisuudet</p> <p>Mitä markkinoilta puuttuu, jota sinä voit tarjota?</p> <p>Mihin taloudellinen ja henkinen turvaverkkosi perustuu?</p> <p>Miten myyntiä tai asiakkaiden palvelua voidaan parantaa?</p> <p>Minkä tyyppinen mainonta ja asiakkaiden hankinta toimii parhaiten?</p> <p>Miten brändin asemaa voidaan vahvistaa?</p> <p>Hyödynnätkö kaikkia resurssejasi tarpeeksi tehokkaasti?</p>	<p>Uhat</p> <p>Mitkä ovat suurimmat esteesi projektisi toteutumiselle?</p> <p>Mitkä heikkoudet voivat vaarantaa yrityksesi tulevaisuuden?</p> <p>Mitä ongelmia toimintaympäristö voi aiheuttaa?</p> <p>Mitä haasteita markkinat ja kilpailijat asettavat?</p> <p>Mitkä ovat toimialasi ja valitun markkinan talousnäkökulmat?</p>

3 Liiketoimintasuunnitelman tekemisen kuvaus

Työni kohteena on kehittää liiketoimintasuunnitelma yritykselle, joka tarjoaa yhteiskäyttöautoja. Tuotoksen onkin tarkoitus toimia suunnitelmana, jos joskus haluan kasvattaa yritystäni. Tämän työn suunniteltu yritys vuokraa omistamiaan autoja yhteistyökumppanin sovelluksen avulla. Tällä sovelluksella on mahdollista avata ja lukita autojen ovet, jolloin kenenkään ei tarvitse olla luovuttamassa autoa, vaan asiakkaat voivat noutaa ne itse heille sopivana aikana. Autot ovat pääosin pakettiautoja, jotka ovat noin 10 vuotta vanhoja eli eivät uusia ja kalliimpia tai vanhoja ja halpoja, vaan aivan tavallisia autoja. Näin hinnat saadaan pidettyä suhteellisen alhaalla ilman, että autojen toimintavarmuus laskee. Autot ovat sijoitettuna ympäri Helsinkiä paikkoihin, joista ne on helppo noutaa. Asiakkaiden on mahdollista vuokrata autot yhdestä tunnista kuukauteen asti, riippuen heidän tarpeistaan autolle.

Työn tavoitteena on luoda käytännönläheinen ja realistinen liiketoimintasuunnitelma yhteiskäyttöautoja tarjoavalle yritykselle. Kehittämistehtävä on analysoida markkinoita, määrittellä yrityksen kohderyhmät, laatia palvelukonsepti sekä selvittää liiketoiminnan kannattavuuteen vaikuttavat tekijät.

Liiketoimintasuunnitelman keskeiset osa-alueet sisältävät markkina-analyysin, kilpailija-analyysin, asiakassegmentoinnin, palvelukonseptin, markkinointistrategian ja riskianalyysin. Markkina-analyysin tavoitteena on ymmärtää alueen mahdollinen asiakaskunta ja heidän tarpeensa. Perusteluna tälle on, että onnistunut markkina-analyysi auttaa kohdentamaan yrityksen resurssit oikein ja löytämään parhaat markkinaraot. Kilpailija-analyysissä selvitetään alueella toimivat kilpailevat yritykset ja heidän palvelunsa. Tämä auttaa tunnistamaan kilpailuedut ja erottautumaan markkinoilla. Asiakassegmentoinnissa määritetään yrityksen ensisijaiset asiakasryhmät, kuten kaupunkilaiset, jotka käyttävät julkisia liikennevälineitä, opiskelijat ja matkailijat. Asiakassegmentoinnin perusteella voidaan kohdentaa markkinointitoimenpiteet paremmin. Palvelukonseptissa kehitetään selkeä ja houkutteleva palvelukonsepti, joka vastaa kohdeasiakkaiden tarpeisiin. Tämä sisältää auton varaamisprosessin, hinnoittelun ja lisäpalvelut. Markkinointistrategialla laaditaan strategia, joka kattaa sekä digitaaliset että perinteiset markkinointikanavat. Tavoitteena on rakentaa tunnettuutta ja houkuttaa asiakkaita. Riskianalyysissä tunnistetaan mahdolliset riskit ja laaditaan suunnitelma niiden hallitsemiseksi. Tämä auttaa varautumaan tuleviin haasteisiin.

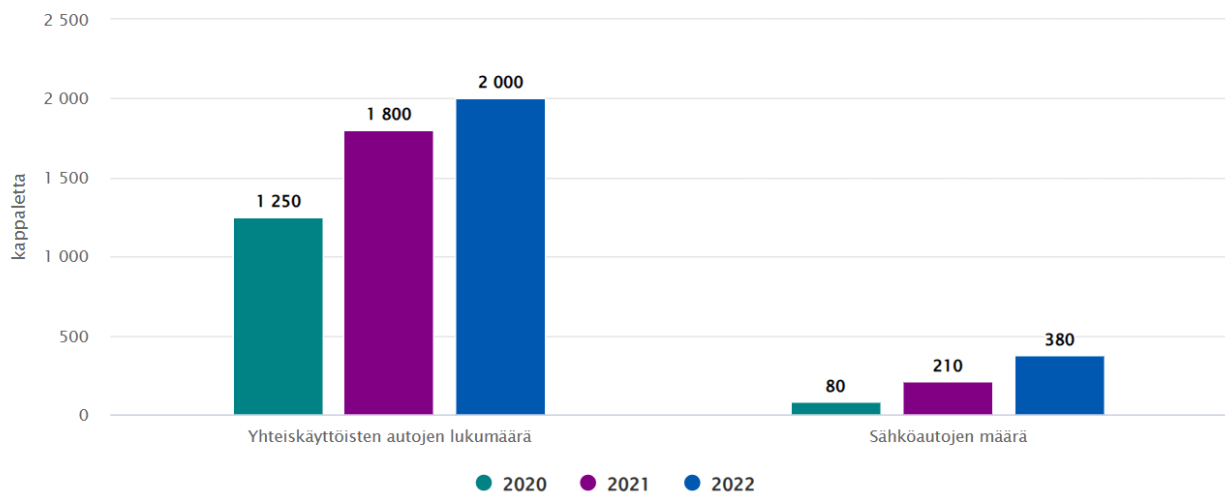
Etsin työtäni varten tietoa luotettavista lähteistä sen eri osa-alueisiin. Käytin näitä lähteitä kirjoittamassani tietoperustassa. Analysoin näistä lähteistä löytyvää tietoa, jonka perustella laadin yritykselle liiketoimintasuunnitelman. Tämän jälkeen tarkastelin liiketoimintasuunnitelmaa kokonaisuutena ja muokkasin sen mahdollisimman yhteneväiseksi kokonaisuudeksi.

Kun hain itse rahoitusta yritykselleni, tein liiketoimintasuunnitelmia pankin omilla pohjilla, mutta ne olivat tarkoitettuja nimenomaan rahoituksen hakemista varten niin kuin monen muunkin sivuston valmiit pohjat. Suurin osa valmiista netistä löytyvistä valmiista pohjista ei sovellukaan suoraan yrityksen omiin tarpeisiin. Tein myös suunnitelman Business Helsingin pohjalla ja minusta se oli selvästi kattavampi ja sitä pohjaa pystyy käyttämään laajemmin yrityksen omaan tarpeeseen. Aion siis käyttää tässä työssä heidän pohjaansa.

Tässä suunnitelmassa en keskity paljoa yrityksen markkinointiin, sillä alustapalvelu, jonka kautta yritys vuokraa autojaan ottaa pienen palkkion sen kautta vuokrattavista autoista ja näillä tuotoilla he mainostavat palveluaan yrityksen puolesta.

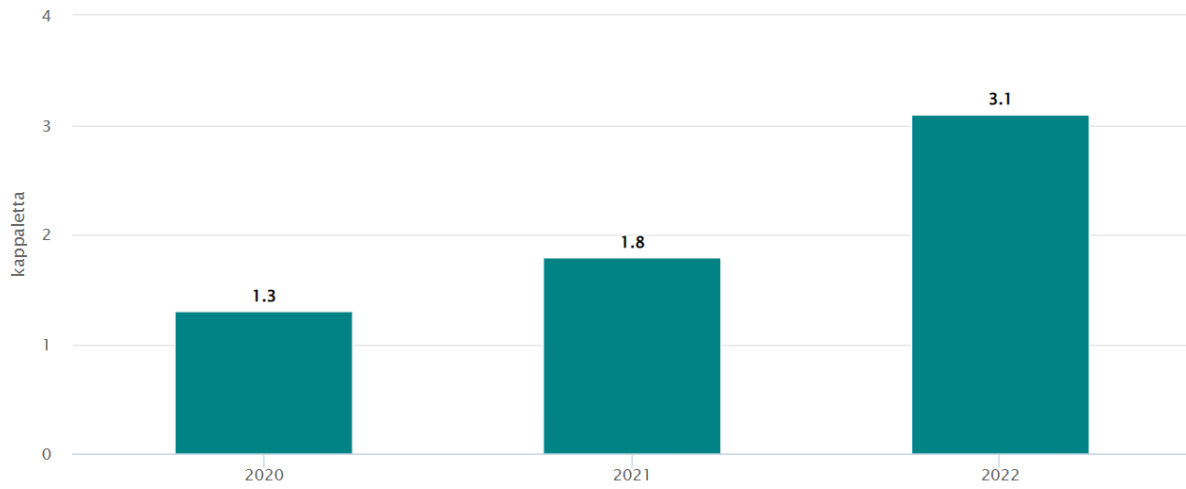
Kuten alla olevista kuvista huomaa, yhteiskäyttöautojen määrä on koko ajan kasvussa, sillä ihmiset käyttävät nykyään enemmän tämän kaltaisia palveluja. Tämä on siis yksi syy sille, miksi olen halunnut tehdä työni juuri tästä aiheesta. Uskon myös, että tulevaisuudessa tämä ala tulee jatkuvasti kasvamaan, niin kuin se on tähänkin mennessä kasvanut. Kuvasta 1. myös näkee, kuinka sähköautojen määrä yhteiskäyttöautoina on kasvanut, vaikka niiden määrä onkin suhteellisen pieni muihin autoihin verrattuna. Vastuullisuuden ja ympäristöystävällisyyden suosion kasvaessa, luulen sähköautojen osuuden kasvavan merkittävästi. Tämä myös siksi, että sähköautojen kehitys etenee huimaa vauhtia, ja samalla ne tulevat edullisemmiksi sekä käyttökelpoisemmiksi.

Yhteiskäyttöautojen määrä 2020–2022



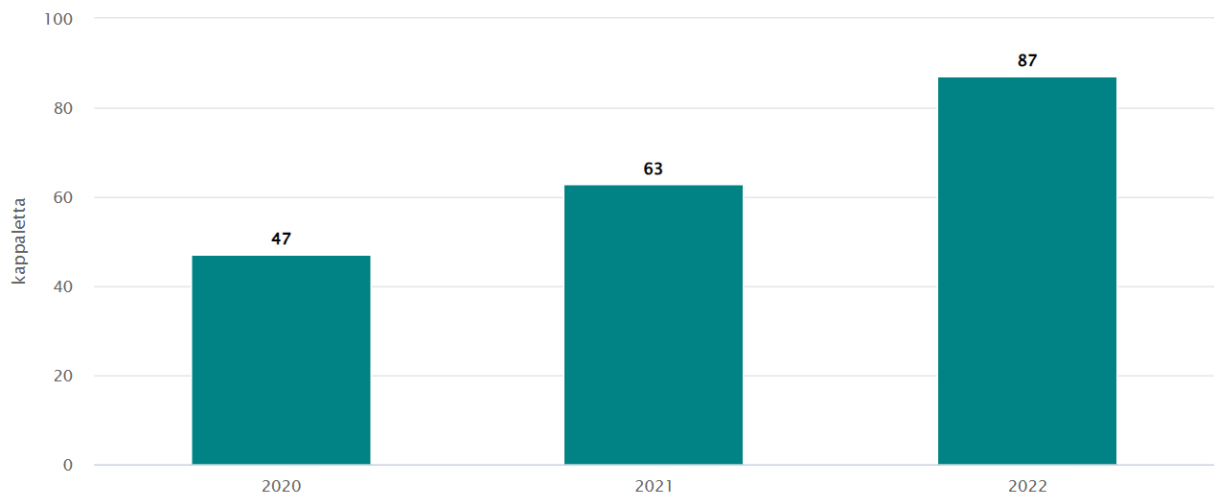
Kuva 1. Yhteiskäyttöautojen määrä 2020–2022 (Traficom, 2023)

Vuokraukset asiakasta kohden 2020–2022



Kuva 2. Vuokraukset asiakasta kohden 2020–2022 (Traficom, 202

Vuokraukset yhteiskäyttöautoa kohden 2020–2022



Kuva 3. Vuokraukset yhteiskäyttöautoa kohden 2020–2022 (Traficom, 2023)

4 Pohdinta

Tämän työn tavoitteena oli laatia yhteiskäyttöautoja tarjoavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelma. Pääsin tähän tavoitteeseen, koska sain kehitettyä liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelman toimivuutta on kuitenkin vaikea arvioida tämän työn perusteella ilman suunnitelman toteuttamista. Silti uskon, että tämän suunnitelman avulla on mahdollista kehittää toimiva yritys. Olisin halunnut kehittää suunnitelmasta hieman kattavamman ja yksityiskohtaisemman, mutta omien aikataulujeni sekä resurssieni takia se ei ollut mahdollista. Olen kuitenkin tyytyväinen lopputulokseen.

Tämän suunnitelman tekeminen auttoi minua pohtimaan oman yritykseni tilaa sekä tulevaisuuden näkymiä. Jouduin myös vastaamaan kysymyksiin, joita en aikaisemmin edes tajunnut ajatella. Tulen todennäköisesti itse käyttämään tätä suunnitelmaa tulevaisuudessa, kun aion kehittää omaa yritystoimintaani eteenpäin. Nyt ymmärrän myös paremmin, että miksi liiketoimintasuunnitelma kannattaa tehdä huolellisesti varsinkin yrityksen perustamisvaiheessa.

Tätä suunnitelmaa on tulevaisuudessa vielä mahdollista kehittää kattavammaksi. Varsinkin tarkat budjetit olisi hyvä laatia yrityksen perustamista varten. Tähän suunnitelmaan kannattaisi myös lisätä yksityiskohtaisia ohjeita ja toimintatapoja eri tilanteiden varalle, esimerkiksi todennäköisten riskien sattuessa.

Perustin oman yritykseni helmikuussa 2024, joten aloin perehtymään aiheeseen jo silloin ja tein myös itselleni silloin liiketoimintasuunnitelman. Tämän työn liiketoimintasuunnitelma kuvaa saman tyyppistä toimintaa, mutta isommassa mittakaavassa. Opinnäytetyötä aloin tekemään huhtikuussa 2024. Huhtikuussa kävin vielä töissä ja yrityksessäniikin oli vielä tekemistä, joten pääsin aloittamaan työn tekemisen paremmin vasta toukokuussa 2024 saatuaani töistä kesäloman. Tästä syystä minulle tulikin hieman kiire aikataulujen kanssa ja jouduin tekemään tätä työtä hieman nopeampaa tahtia kuin alun perin suunnittelin, sillä halusin saada tämän työn valmiiksi, ennen kuin palaan töihin. Mielestäni työn sisältö ei kuitenkaan huomattavasti kärsinyt tästä.

Työn tekeminen oli aluksi välillä stressaavaa, kun työ ei vielä vaikuttanut järkevältä kokonaisuudelta. Työn edetessä huomasin, kuinka kokonaisuus rakentui ja loppua kohden työn tekeminen ei ollutkaan enää niin stressaavaa. Helpotusta toi myös se, että aloin näkemään työn hyödyn itselleni tulevaisuudessa ja välillä työn tekeminen oli jopa mielenkiintoista.

Lähteet

Haag, A. B. 2013. Writing a Successful Business Plan: An Overview. Workplace health & safety, 61(1), pp. 19–29. doi:10.3928/21650799-20121221-53

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2., uud. painos. Helsinki: Kauppakamari.

Holopainen, T. 2022. Yrityksen perustamisopas: Käytännön perustamistoimet. Uudistettu versio. 32. uudistettu painos. Asiatieto T Holopainen Oy.

Holvi. 2019. Miten teen SWOT-analyysin? [Miten teen SWOT-analyysin? | Holvipedia](#). Luettu: 17.5.2025.

Investopedia. SWOT Analysis: How To With Table and Example. [SWOT Analysis: How To With Table and Example \(investopedia.com\)](#). Luettu: 19.5.2024

Osaavayrittäjä. Budjetointi. [YRITYSTOIMINTA - Budjetointi \(osaavayrittaja.fi\)](#). Luettu: 16.5.2024

Osaavayrittäjä. Liiketoimintasuunnitelma. [YRITYSTOIMINTA - LIIKETOIMINTASUUNNITELMA \(osaavayrittaja.fi\)](#). Luettu: 17.5.2024

Rahapedia. Mikä on SWOT-analyysi ja miten sitä voidaan hyödyntää. Luettavissa: [Mikä on SWOT-analyysi ja miten sitä voidaan hyödyntää \(rahapedia.com\)](#). Luettu 20.5.2024

Saiturin matkassa. Yhteiskäyttöautot Helsingissä: Vertailu. Luettavissa: [Yhteiskäyttöautot Helsingissä: Vertailu | Saiturin matkassa](#). Luettu: 20.5.2024

Suomi.fi. Liiketoimintasuunnitelma. [Liiketoimintasuunnitelma - Suomi.fi](#). Luettu: 16.5.2024

Traficom. Yhteiskäyttöautojen tarjonta, käyttö ja markkinatilanne. [Yhteiskäyttöautojen tarjonta, käyttö ja markkinatilanne | Tieto Traficom](#). Luettu: 19.5.2024.

Uusyrittäjäkeskus. 2022. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. PDF-dokumentti. Luettu: 17.5.2024

Yrittäjän. 2024. Aloittavan yrityksen rahoitus: katso 9 eri vaihtoehtoa. [Aloittavan yrityksen rahoitus: katso 9 eri vaihtoehtoa \(yrittajan.fi\)](#). Luettu: 16.5.2024

Yrityksen-perustaminen.net. Liiketoimintasuunnitelma (LTS). [Liiketoimintasuunnitelma | Ohjeet & pohja \[DOC ja PDF\] \(yrityksen-perustaminen.net\)](#). Luettu: 15.5.2024

Liitteet

Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma osa 1/9

Liiketoimintasuunnitelma

Liikeidea

Kuvaile liikeideasi lyhyesti. Mieti, että kerrot ulkopuoliselle kuulijalle ensimmäistä kertaa, millaista yritystä olet perustamassa. Mitä yritys myy, kuka on asiakas ja miten myynti tapahtuu. Jos yritykselläsi on erilliset toimitilat, missä ne sijaitsevat.

Yritys ostaa käytettyjä autoja, jotka ovat pääosin pakettiautoja. Autot eivät ole kaikista uusimpia eivätkä erityisen vanhoja, sillä tavoitteena on pitää vuokrauksen hinta alhaisena, mutta autojen ajettavuus ja toimintavarmuus hyvänä. Nämä autot laitetaan vuokralle yhteistyökumppanin alustapalveluun, jonka kautta palveluun tunnistauneet henkilöt voivat vuokrata siellä tarjolla olevia autoja. Autoihin asennetaan laite, jonka avulla autojen ovet voi avata puhelinsovelluksella. Tämän ansiosta kenenkään ei tarvitse olla luovuttamassa tai vastaanottamassa autoa, vaan asiakkaat voivat tehdä nämä itsenäisesti heille sopivana ajankohtana. Laite myös paikantaa auton, jolloin asiakkaat löytävät sen helposti. Se myös tunnistaa autolla ajatun matkan sekä polttoaineen tason, jolloin asiakas joutuu jälkikäteen automaattisesti maksamaan ylimääräistä, jos hän on ajanut yli sovittujen kilometrien tai ei ole tankannut autoa. Autot on mahdollista vuokrata yhdestä tunnista yhteen kuukauteen.

Asiakkaiksi tavoittelen helsinkiläisiä, joilla ei ole omaa pakettiautoa, mutta he kuitenkin tarvitsisivat sellaista hetkellisesti kuljettaakseen tavaroita. Esimerkiksi, jos joku henkilö on muuttamassa, mutta hän ei pysty tai halua maksaa paljoa muuttoavusta, voi hän vuokrata pakettiauton ja siirtää tavarat itse. Tämä tulee asiakkaalle huomattavasti halvemmaksi, mutta hän kuitenkin joutuu tekemään fyysistä työtä. Siksi suurin osa yrityksen asiakkaista onkin nuorempia henkilöitä.

Ongelmatilanteissa ja kysymyksissä asiakkaan on mahdollista ottaa yhteyttä yritykseen sovelluksen kautta, mutta tavoitteena ei ole ylläpitää 24/7 avoinna olevaa tukea, vaan tuki on tarkoitettu ei kiireellisille asioille. Autoon liittyvissä ongelmatilanteissa asiakkailla kuitenkin on käytettävissään vakuutusyhtiön tarjoama tiepalvelu, joka on avoinna 24/7. Autoissa on myös kaskovakuutus, jotta vahinkotilanteissa auto saadaan takaisin toimintaan.

Autot viedään huoltoon säännöllisesti ja aina tarvittaessa, jotta autojen ajomukavuus ja toiminta pysyy hyvänä.

Tällainen yritys ei välttämättä tarvitse toimitiloja, enkä sen takia suunnittele niitä hankkivani.

Liite 2. Liiketoimintasuunnitelma osa 2/9**Oma osaaminen**

Yrittäjyys on uskoa omaan osaamiseen. Mitä sellaista koulutus- ja työtaustaa tms. sinulla on, joka auttaa yrittäjäksi lähtemisessä? Jos osaaminen perustuu harrastuksiin tai muuhun osaamiseen, kirjoita omin sanoin, miksi osaat tämän toimialan yrittämisen. Entä onko sinulla aikaisempaa yrittäjäkokemusta tai oletko suorittanut yrittäjyyskoulutuksen?

Olen melkein valmis tradenomi, joten osaan joitain yritystoimintaan liittyviä asioita. Olen myös ollut paljon töissä asiakaspalvelutehtävissä, eli olen hyvä siinä.

Liite 3. Liiketoimintasuunnitelma osa 3/9**SWOT-analyysi**

SWOT-analyysissä voit tarkastella yritystoimintasi menestystekijöitä ja riskejä.

Yrittäjän vahvuudet <ul style="list-style-type: none">- Yritystoiminnan laskelmien tekeminen- Asiakaspalvelu- Paineensietokyky	Yrittäjän heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- Toimialaosaaminen, minulla ei ole paljoa kokemusta autoista- Minulla ei myöskään ole kokemusta yrittäjänä toimimisesta
Markkinoiden mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none">- Monet eivät enää halua ostaa omaa autoa varsinkaan Helsingissä, joten auton vuokraus on hyvä vaihtoehto- Ihmiset arvostavat nykyään paljon helppoutta ja itsenäisyyttä, ja autojani voi vuokrata helposti ja itsenäisesti	Markkinoiden uhat <ul style="list-style-type: none">- Yhteiskäyttöautoja on monella muullakin, siksi panostan ensi vain pakettiautoihin, joita on vähemmän- Autot voivat yllättäen hajota, joka vaikuttaisi liiketoimintaan- Yrityksen autot eivät ole sähköautoja, joten ympäristötietoisuuden lisääntyminen saattaa vaikuttaa markkinoihin

Liite 4. Liiketoimintasuunnitelma osa 4/9**Tuotteet ja palvelut**

Kuvaile yleisesti, mitä tuotteita tai palveluja tarjoat.

Auton vuokraus

Nimeä pääasialliset tuotteesi ja/tai palvelusi ja niiden hinta (tuntihinta, urakkahinta, jne.); kuvaile, mikä sen hyöty on asiakkaallesi ja onko sinulla jotain erityistä kilpailuetua muihin alan toimijoihin nähden. Kilpailuetua voi tulla esimerkiksi ajantasaisesta koulutuksesta, kielitaidosta, hinnoittelusta, tuotteen uutuusarvosta tai tietystä ominaisuudesta jne.

Tuote/palvelu 1:

Auton vuokraus per päivä noin 60e (alv 0 %)

Kilpailuetu:

Auton helppo saatavuus ja itsenäinen nouto ja palautus, sekä hyvä hinta-laatu suhde.

Liite 5. Liiketoimintasuunnitelma osa 5/9

Kenelle ja miksi?

Kuka on asiakas? Onko kyseessä kuluttajille (B2C) vai yrityksille (B2B) suunnattu palvelu?

Miten tavoitat asiakkaat ja millainen olisi ihanneasiakas?

Asiakkaat:

Asiakkaat ovat noin 20-40- vuotiaita helsinkiläisiä.
Asiakkaat voivat myös olla Helsinkiin muuttavia tai Helsingistä muuttavia.
He ovat huono tai keskituloisia.
Palvelu on suunnattu kuluttajille, mutta palvelu voi houkuttaa myös yrityksiä.

Asiakkaiden ostomotiivit:

Tarve kuljettaa tavaroita.
Haluaa itse kuljettaa tavarat.

Asiakkaiden ostokriteerit:

Hinta-laatusuhde
Nopea nouto ja palautus
Asiakkaalle sopiva varausaika

Asiakasriskit:

Auto saattaa olla jäänyt likaiseksi edellisen asiakkaan jäljiltä, jolloin asiakkaan kokemus kärsii.
Auto voi hajota kesken vuokrauksen, joka pilaa asiakkaan kokemuksen.

Liite 6. Liiketoimintasuunnitelma osa 6/9

Miten toimin?

Myynti ja markkinointi

Asiakkaan tarpeen määrittely. Miten myyntiä käytännössä tehdään? Miten tavoitan asiakkaani/kohderyhmäni? Markkinatutkimus ennen toiminnan käynnistämistä? Mitä markkinoinnin kanavia/työkaluja olet suunnitellut käyttäväsi? Miten markkinointi hoidetaan? Kuka tekee kotisivut ja alkuvaiheen markkinointimateriaalit, oletko aikeissa käyttää somemarkkinointia, mikä on yrityksesi imago/brändi?

Myynti tapahtuu siten, että asiakas itsenäisesti vuokraa auton sovelluksen kautta, jonka jälkeen hän voi noutaa ja palauttaa auton vuokra-ajan sisällä. Asiakkaat löytävät autoni yhteistyökumppanini markkinoinnin avulla heidän sovelluksestaan.

Tuotanto ja logistiikka

Jos kyseessä tavaroiden myynti, mistä ne tulevat, miten logistiikka hoidetaan jne.?

Autot käyn ostamassa niitä myyville henkilöiltä sopivan auton löytyessä. Autot käyn noutamassa itse tai maksan autojen toimituksesta minulle.

Jakelutieverkosto

Markkinoille meno ja jakeluverkosto:

Maksan alustapalvelulle välityspalkkiota autojen vuokrauksesta, jolloin he mainostavat autoani puolestani.

Kohdemarkkina ja kohderyhmät:

Pääkaupunkiseudulla asuvat, Helsinkiin tai Helsingistä tavaraa tuovat ihmiset.

Liite 7. Liiketoimintasuunnitelma osa 7/9

Toimintaympäristö

Toiminta-alue

Kilpailijat. Ketkä ovat kilpailijoita?

Muut samalla alustapalvelulla autojaan tarjoavat sekä toiset yrityksen, jotka vuokraavat autojaan. Isoin kilpailu on yritysten kanssa, jotka vuokraavat myös pakettiautoja. Tällaisia yrityksiä ovat esim. 24rent, PakuKympillä ja Sixt.

Kilpailutilanne. Tärkein kysymys on, miten erottaudut muista saman alan toimijoista?

Erotaudun muista kilpailijoista hyvällä hinta-laatusuhteella sekä nopealla ja itsenäisellä auton noudolla ja palautuksella.

Muut yritykselle tärkeät ulkopuoliset tahot ja yhteistyökumppanit (esim. alihankkijat)

GoMore (alustapalvelu)
Autojen huoltoyhtiöt
Autojen tarvikkeita myyvät liikkeet

Toimintaympäristön riskit. Onko toimintaympäristössä tai isommissa megatrendeissä näköpiirissä muutoksia, jotka voivat muuttaa ostoskäyttäytymistä?

Sähköautojen suosio voi kasvaa niin paljon, ettei kukaan halua vuokrata polttomoottoriautoja. Sähköautot ovat kuitenkin vielä niin kalliita, että se näkyy myös vuokrahinnoissa. Jos kuljetuspalvelut paranevat ja halpenevat huomattavasti, voi olla, että se vähentää pakettiautojen vuorausta.

Liite 8. Liiketoimintasuunnitelma osa 8/9

Visio

Pidemmän aikavälin visio yrityksestä. Minkälaisena näet yrityksesi tilanteen esim. 3–5 vuoden sisällä?

Näen, että yritykseni on laajentanut toimintaansa hankkimalla lisää autoja. Autot saattavat olla jopa normaaleja henkilöautoja. Kasvumahdollisuutena on myös valmistaa itse laitteet ja sovellukset, joiden avulla minun ei tarvitse maksaa välityspalkkiota GoMorelle.

Kuvaile oman toimialasi tulevaisuuden näkymiä (esimerkiksi teknologia, kilpailu) ja kehityksen suuntaa. Entä onko yritykselläsi kenties tulevaisuudessa kansainvälistymissuunnitelmia?

Tällä alalla autot ja teknologia tietenkin kehittyvät ja parantuvat, mutta en näe sillä välttämättä kauhean suurta vaikutusta autojen vuokraamisen, sillä teknologia on nyt jo todella edistynyt. Uskon, että yhteiskäyttöautojen tarve kasvaa tulevaisuudessa, ja kilpailu todennäköisesti siinä samalla. En kuitenkaan suunnittele yritykseni kansainvälistymistä, mutta en myöskään rajaa sitä pois vaihtoehdoista.

Muuta huomioitavaa

Luvat ja ilmoitukset:

Ennakonperintärekisteri
Arvonlisäverovelvollistenrekisteri

Vakuutukset ja sopimukset:

Liikenne- ja kaskovakuutukset
Toiminnan vastuuvakuutus
Sopimus alustapalvelun kanssa

Immateriaalioikeudet:

Ei ole tarvetta.

Yrittäjän tukiverkko. Onko sinulla lähipiirissä mentoreita, yrittäjätuttavia tms., josta saat tarvittaessa apua?

Sukulaisissani on yrittäjiä, joilta voin pyytää neuvoja.

Liite 9. Liiketoimintasuunnitelma osa 9/9

Oma yritykseni

Millaisen yrityksen perustat? Mikä ja mistä sen nimi tulee? Oletko jo pohtinut yritysmuotoa? Millaisen domainin varaat kotisivuillesi? Tarvitsetko tai joko olet löytänyt toimitilat? Tarvitsetko työntekijöitä? Oletko jo kartoittanut vakuutukset ja tilitoimiston?

Tässä voit pohtia ja avata sanallisesti myös yrityksen alkuvaiheen rahoitustarvetta, mitä toiminnassa tarvittavia välineitä sinulla mahdollisesti jo on valmiina/omasta takaa ja mitkä ovat tärkeimmät investointitarpeet toiminnan käynnistämiseksi. Oma arviosi siitä, kuinka kauan kannattavan liiketoiminnan saavuttamisessa kestää.

Yritys vuokraa pakettiautoja asiakkailleen.

Yrityksen suunniteltu muoto on osakeyhtiö.

Tällainen yritys ei tarvitse toimitiloja.

Yritys ei tarvitse työntekijöitä.

Yrityksen liikenne- ja kaskovakuutukset ovat halvimmat tämän suunnitelman tekoaikaan If:llä, joten ne kannattaa ostaa heiltä.

Alkuvaiheen rahoitus riippuu ostettavien autojen määrästä, mutta esimerkiksi 10 auton hankkimiseksi rahoitusta tarvitsisi noin 80000 euroa.

Arvioisin, että liiketoiminta on kannattavaa muutaman kuukauden sisällä toiminnan aloittamisesta, mutta kuitenkin viimeistään vuoden sisällä aloittamisesta.