

**SAVONIA**

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

# MAASEUTUMATKAILUYRITYKSEN PERUSTAMINEN

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen

TEKIJÄ/T Pasi Ranta

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Pasi Ranta	
Työn nimi Maaseutumatkailuyrityksen perustaminen: Liiketoimintasuunnitelman laatiminen	
Päiväys 05.05.2024	Sivumäärä/Liitteet 43/2
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) toimeksiantajana toimi työn tekijä	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Maaseudulla liikkuesa mieleen nousi ajatus siitä, miten mielenkiintoista olisi pitää majataloa tai vastaavaa. Maaseutumatkailu on viime aikoina ollut kovassa nousussa, joten tuntui luontevalta tutustua asiaan tarkemmin. Tämän työn tavoitteena oli tehdä käytännössä toimiva liiketoimintasuunnitelma aloittavalle maaseutumatkailuyritykselle.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen, ja sen pohjalta laadittiin liiketoimintasuunnitelma. Työn teoriaosudessa käsitellään maaseutua ja sitä millainen se on alueena, sekä tutkitaan mitä tilastot kertovat maaseutumatkailusta ja sen kehityksestä. Työssä selvitetään mitä yritystoiminnan aloittaminen tulisi vaatimaan ja mistä siihen saa neuvoa ja apua. Liiketoimintasuunnitelma tehtiin opinnäytetyön valmistumisen loppupäässä, jotta teoriaosuutta voitaisiin hyödyntää sitä tehdessä. Myös rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat laadittiin.</p> <p>Tämän työn tuloksena syntyi toteutuskelpoinen liiketoimintasuunnitelma. Työssä selvisi, että liiketoiminta on kannattavaa, jos hinnoittelu ja käyttöaste osuvat kohdalleen. Kulut myös täytyisi pitää mahdollisimman pieninä. Lisäksi tehtiin tärkeitä taloudellisia laskelmia, jotta tiedetään mitä on odotettavissa, kun yritys ryhtyy toimimaan. Myös mahdolliset rahoituskanavat on syytä kartoittaa ennen yrityksen perustamista. On erittäin tärkeää myös erottua jollain tapaa kilpailijoista, jotta saisi kilpailuedun.</p>	
Avainsanat Maaseutumatkailu, Liiketoimintasuunnitelma, Majoitus, Talouslaskelmat	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management	
Author(s) Pasi Ranta	
Title of Thesis Starting a rural tourism business: Elaborating a business plan	
Date 05.05.2024	Pages/Appendices 43/2
Client Organisation /Partners Client for this work was the author himself	
<p><b>Abstract</b></p> <p>Rural tourism has been on the rise, so when in the countryside, the idea of how exciting it would be to run a guesthouse emerged. The objective for this bachelor's thesis was to make a functional business plan for a rural tourism company.</p> <p>This is a functional thesis, based on which a business plan was made. The Theoretical part of the thesis investigates what is countryside as an area and how it is developing. Also, information on what is needed to start a business is reviewed, and finally, where to find support and help to start a business. A business plan was developed at the end of the process based on the theoretical part. So, the theoretical part of the thesis could be in use for that. Also, Financial- and profitability calculations were also prepared.</p> <p>As a result of this work, a functional business plan was developed. The work revealed that the business is profitable if pricing and utilization are aligned correctly. Costs should also be kept as low as possible. Also, essential calculations were produced to know what to expect when the business starts to function. Figuring out potential sources of financing before establishing the business is also vital. It is also extremely important to stand out in some way from the competitors to gain a competitive advantage.</p>	
<p><b>Keywords</b></p> <p>Rural Tourism, Business Plan, Accommodation, Economical calculations</p>	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	6
2	MAASEUTUMATKAILU .....	7
2.1	Suomen erilaiset maaseutualueet.....	7
2.2	Pandemiat ja kriisit .....	8
2.3	Maaseutumatkailu .....	11
3	YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA HANKINTOJEN RAHOITUS .....	12
3.1	Yritysidea .....	12
3.2	Miten alkuun? .....	12
3.2.1	Elinkeino-, Liikenne- ja ympäristökeskusten (ELY-Keskukset) palvelut .....	12
3.2.2	Aloittavan yrittäjän palvelut .....	13
3.3	Yritysmuodot .....	13
3.4	Rahoitus.....	14
3.5	Pienen maaseutumatkailuyrityksen perustaminen.....	15
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	16
4.1	Liikeidea.....	16
4.1.1	Visio ja arvot .....	17
4.2	Strategia .....	18
4.3	Ympäristöanalyysi .....	18
4.3.1	Ulkoinen ympäristö .....	18
4.3.2	Sosiaalinen ympäristö .....	19
4.4	Kohderyhmä .....	19
5	KANNATTAVUUS JA SEN SUUNNITTELU .....	21
5.1	Laskentatoimet .....	21
5.2	Kannattavuus .....	21
5.3	Investoinnit .....	22
5.4	Hinnoittelu.....	22
5.5	Laskelmat suunnitellulle yritykselle .....	22
5.5.1	Tuotelaskelma .....	23
5.5.2	Kannattavuuslaskelma .....	23
5.5.3	Rahoitus ja tulossuunnitelma .....	24
5.5.4	Majoitteiden määrä ja tuotto .....	26

6 POHDINTA.....	28
LÄHTEET .....	30
LIITE 1: LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	32
LIITE 2: T2 LOMAKE .....	43

## KUVALUETTELO

KUVA 1. Kaupunki–maaseutuluokitus 2018 (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri 2.11.2021 - Suomen ympäristökeskus SYKE, CC BY 4.0) .....	8
KUVA 2. Yöpymisen sisältäneet kotimaanmatkat kuukausittain 2019–2021 elokuu. (Suomen virallinen tilasto (SVT)) .....	9
KUVA 3. Kotimaan yöpymisten määrä vuosina 2012–2019, (Suomen virallinen tilasto (SVT)) .....	10
KUVA 4. Yöpymisen sisältäneet kotimaanmatkat ja yöpymisten määrä (Suomen virallinen tilasto (SVT)).....	10
KUVA 5. Yritysmuodot vertailussa (Holopainen 2021) .....	14
KUVA 6. Yrityksen toimintaympäristöön vaikuttavia tekijöitä (Viitala, Jylhä 2015, 44).....	19
KUVA 7. Aurora huttien tuotto, huttien määrän mukaan eri käyttöasteilla. ....	26

## 1 JOHDANTO

Aika ajoin, orastavan asuntokuumeen innoittamana, olen innostunut tutkimaan myytäviä maaseutu-kiinteistöjä. Monesti eniten huomiota herättävät vanhat kiinteistöt suurella tontilla. Usein tontilla on ollut myös muuta rakennuskantaa, kuten navetta, varasto ja sauna. Tällaisia kohteita nähdessäni mietin aina, miten niitä voisi hyödyntää?

Työn päätarkoituksena oli suunnitella liikeidea maaseutumatkailuyritykselle ja laatia liiketoimintasuunnitelma. Työssä tutkitaan myös eri yritysmuotoja ja mietitään käytännön keinoja, miten majoitustoiminta voitaisiin aloittaa ja pitää yllä. Toiminnallisen opinnäytetyön teoriaosuus laadittiin tutkimalla aihetta käsittelevää kirjallisuutta, internet-julkaisuja sekä tilastotietoa. Tässä työssä tutkitaan mitkä tekijät voivat luoda kilpailuetua maaseutumatkailussa, sekä perehdytään tarkemmin maaseutuun ympäristönä. Liiketoimintasuunnitelman lisäksi laadittiin rahoituslaskelmat ja kannattavuuslaskelmat, jotta saataisiin mahdollisimman tarkka kuva, millaisen toimeentulon tällaisesta yrityksestä saisi.

On erittäin mahdollista, että en itse ole tämänhetkiseen elämäntilanteen takia ryhtymässä yrittäjäksi, mutta jos joku muu haluaa niin voi vapaasti ideoida minun opinnäytetyöni pohjalta oman yrityksen aloitusta. Ja jos itselleni myöhemmin kipinä syttyy voin aina palata tähän tuotokseen. Täten yksi työn tavoitteista on olla tukena uusille maaseutumatkailuyrityksen perustamista harkitseville tahoille, sekä kartoittaa valmiiksi mahdollisuuksia, jos opinnäytetyön tekijä tai lukija haluaa perustaa maaseutumatkailuyrityksen.

## 2 MAASEUTUMATKAILU

Maaseutu voidaan hahmottaa paikaksi, jota hallitsevat peltomaisemat, metsät ja vedet. Maaseutu voidaan myös käsittää paikaksi tai tilaksi, joka parantaa elämänlaatua. Nykyään maaseudun ympäristö nähdään enemmän tilana matkailun tuottamiselle ja kuluttamiselle, siksi perinteinen maataloustuotanto on saanut jäädä vähemmälle (Tuohino 2017, 84.)

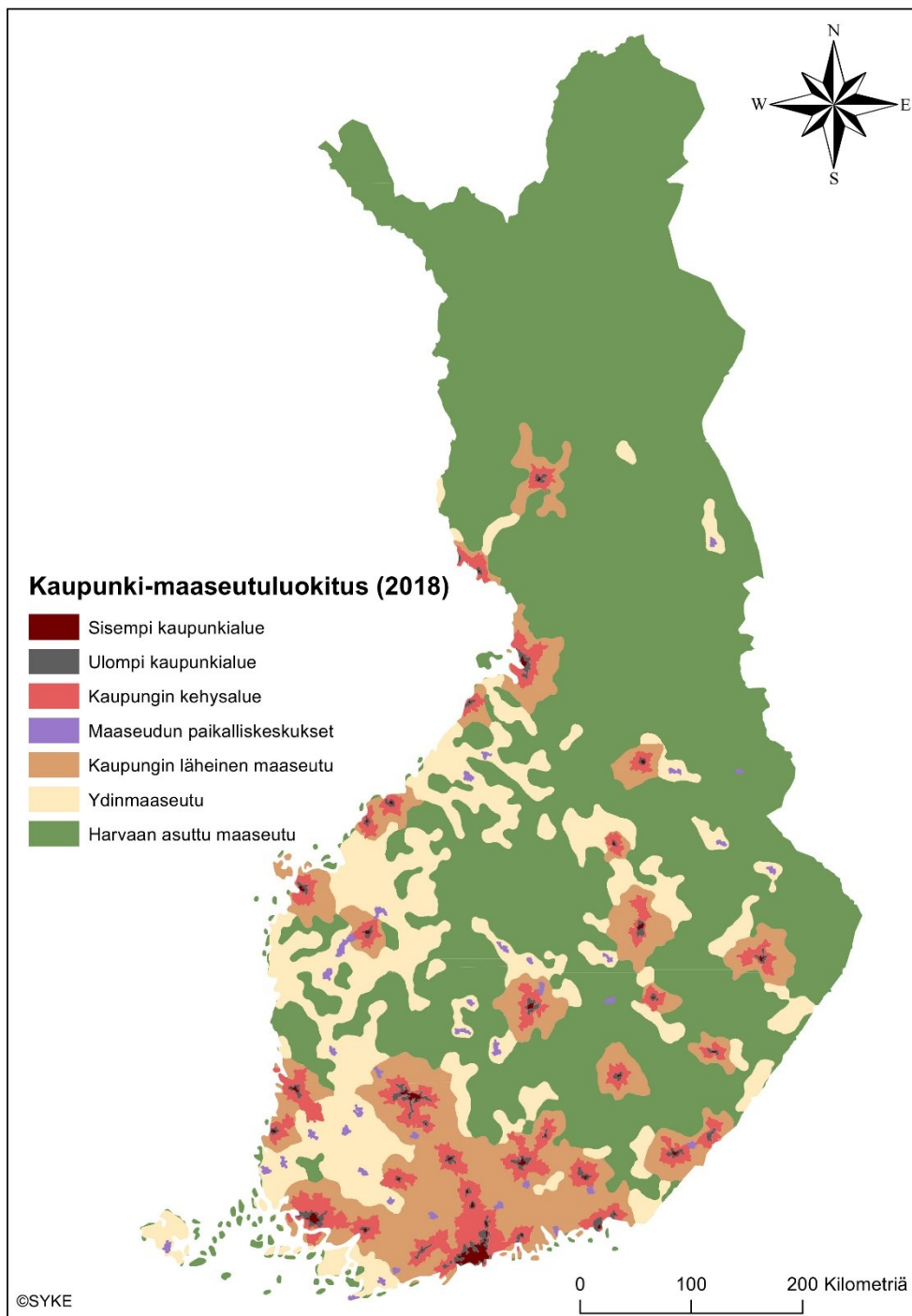
Maaseutumatkailu on vaikea määritellä tarkalleen, koska käsite on moniselitteinen. Maaseudun voidaan ymmärtää tarkoittavan eri asioita (Saarinen 2004, 2; Tuohino 2017, 82). Maaseutua on mahdollista määritellä useiden eri määrittelykriteereiden kautta, esimerkiksi voidaan käyttää väkilukua, väestötiheyttä, pendelöintiä tai elinkeinorakennetta (Tilastokeskus 2003).

Maaseutua ei nähdä enää vain ruokaa tuottavana alueena, vaan se on muuttunut kulutuksen kohteena olevaksi alueeksi. Kuluttajina toimivat vierailevat matkailijat, sekä alueen paikallinen väestö. Palvelujen tuottajina ovat eri alan yritykset. Maatalouden halutaan tuottavan puhtaan ja turvallisen ruoan lisäksi erilaisia virkistyspalveluita, kulttuurimaisemaa ja väljyyttä.

Ajattelevaiset ihmiset tarvitsevat yhteyttä merkityksellisiin paikkoihin. Kun he tuntevat kuuluvansa johonkin paikkaan, paikka muuttuu osaksi heitä itseään. Jos paikattomuus vahvistuu, tulee olemaan vain ympäristöjä, joiden sijainnilla ei ole merkitystä. Matkailuyrittäjät tulevaisuudessa vastaavat tähän paikattomuuden uhakuvaan. He jatkavat perinteitä, pitävät tiloja asuttuina, elävöittävät kyläyhteisöjä sekä siirtävät tarinoita seuraaville sukupolville. (Lassila 2005, 177–178.)

### 2.1 Suomen erilaiset maaseutualueet

Maaseutua voidaan kuvata tilastollisesta, sekä luokitella maaseutupolitiikassa paikkatietoihin pohjautuvalla kansallisella kaupunki-maaseutuluokituksella. Alueiden hallinnolliset rajat eivät vaikuta luokitukseen (kuva 1). Luokittelussa eritellään kolme erilaista kaupunkiluokkaa ja neljä erilaista maaseutuluokkaa. Maaseutuluokat käsittävät paikalliskeskukset, kaupungin läheisen maaseudun, ydinmaaseudun ja harvaan asutun maaseudun. On tärkeää huomata, että kullakin maaseutualueella on omat erityiset olosuhteensa. Suurimpien kaupunkialueiden ulkopuolella sijaitsevat taajamakeskukset, pikkukaupungit ja suuret kirkonkylät. Vain vajaa 6 prosenttia suomen väestöstä asuu vakituisesti maaseudun paikalliskeskuksissa. Kaupunkialueita fyysisesti ja toiminnallisesti lähellä on kaupungin läheinen maaseutu. Nämä alueet kytkeytyvät osaksi kaupunkien toiminnallista työssäkäyntialuetta. noin 7 prosenttia suomen väestöstä asuu kaupungin läheisellä maaseudulla. Ydinmaaseudulla vakituisesti asuu noin 10 prosenttia suomen väestöstä. Kun taas harvaan asutulla maaseudulla asuu vain noin 5 prosenttia suomen väestöstä. (Maaseutupolitiikka 2021)

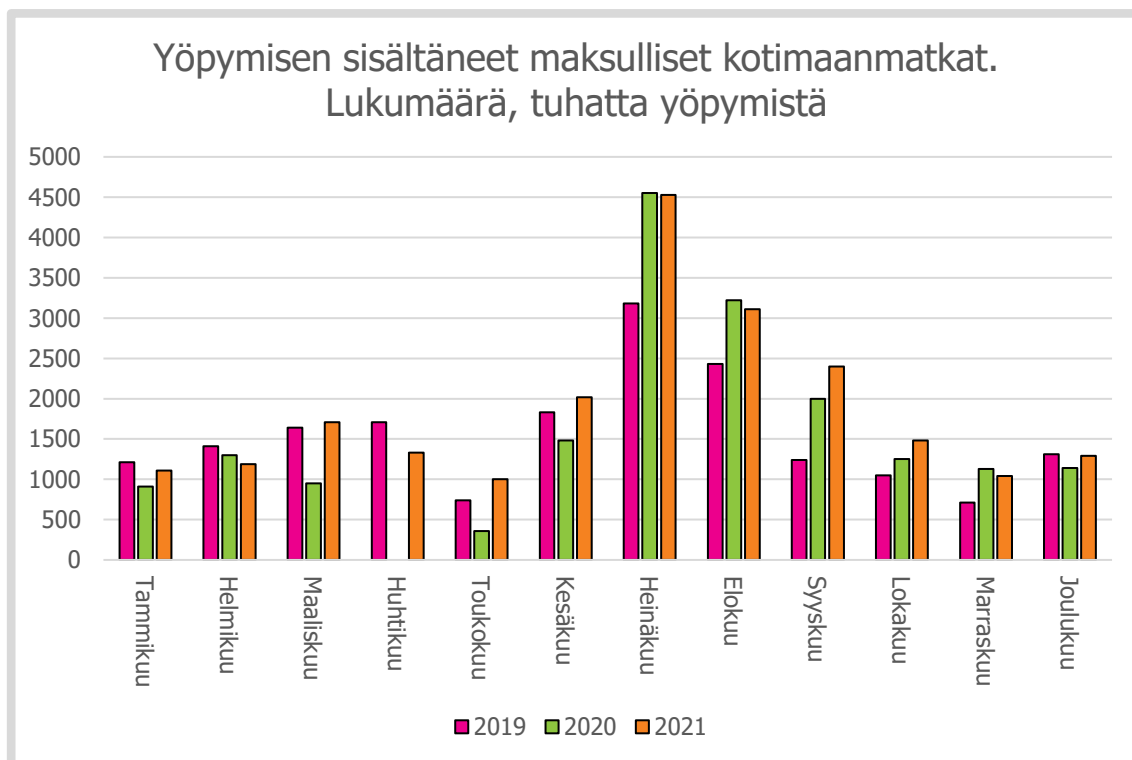


KUVA 1. Kaupunki–maaseutuluokitus 2018 (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri 2.11.2021 - Suomen ympäristökeskus SYKE, CC BY 4.0)

## 2.2 Pandemiat ja kriisit

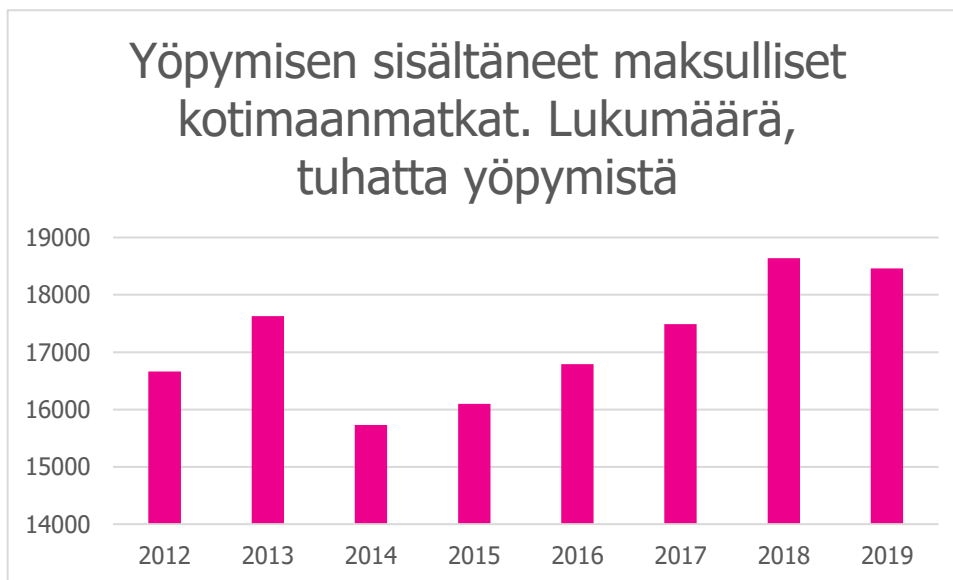
”Innostus lähimatkailuun sataa tulevaisuudessa entistä enemmän maaseudun laariin” otsikko maaseuduntulevaisuus artikkelissa (07.11.2020) kertoo hyvin maaseutumatkailun tulevaisuudesta. Artikkelissa on haastateltu tutkimuspäällikkö Juha Pesosta, joka on Itä-Suomen yliopiston yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunnasta. Lähimatkailu oli kasvava matkailumuoto jo ennen korona.

Koronaviruspandemian aiheuttama rajojen sulkeminen pakotti lähimatkailijoiksi myös sellaisia ihmisiä, joita lähimatkailu ei aiemmin ollut kiinnostanut. Vuonna 2020 suomalaiset ovat saaneet lukea esimerkiksi kansallispuistojen kävijäennätyksistä ja kotimaanmatkailun ennätyksellisyydestä. Matkailun historiaa tutkiessa voidaan todeta, että lähimatkailu oli suurimmalle osalle ainut vaihtoehto. Nykyään lähimatkailu on keino rakentaa omaa identiteettiään. Pesonen totesi, että koronan kiihdyttämä lähimatkailu on osittain keskittynyt maaseudulle. (Maaseudun tulevaisuus 2020)

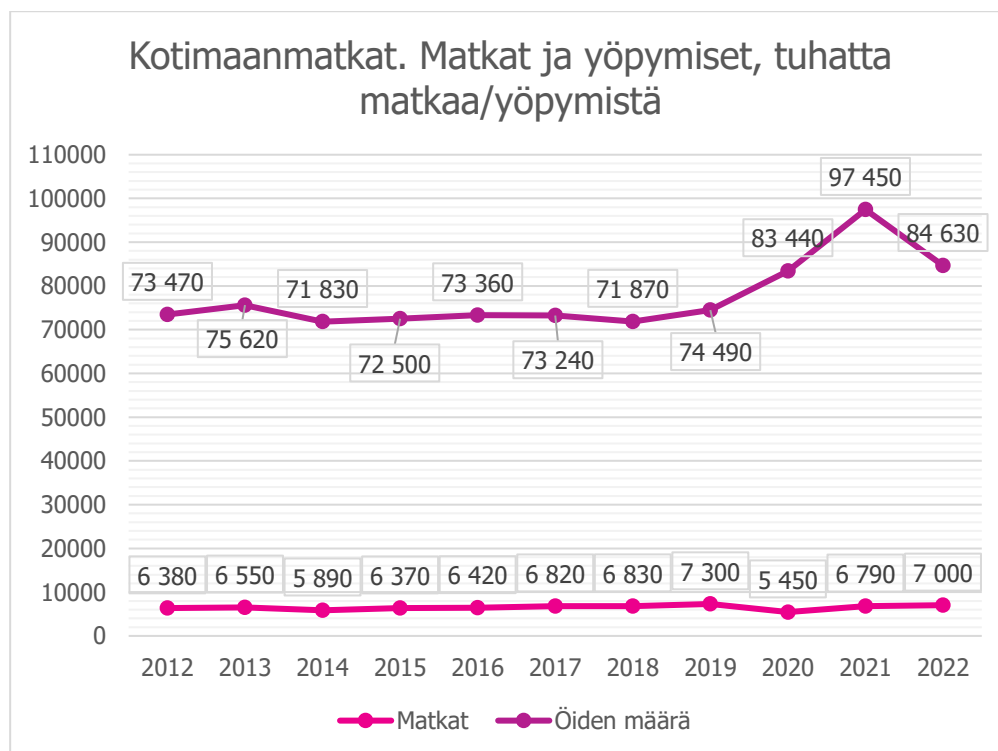


KUVA 2. Yöpymissä sisältäneet kotimaanmatkat kuukausittain 2019–2021 elokuu. (Suomen virallinen tilasto (SVT))

Myös tilastot näyttävät kotimaanmatkailun lisääntyneen koronan aikana (Kuva 2). Kotimaan maksulliset yöpymiset ovat pysyneet ensimmäisenä koronavuonna suunnilleen samana kuin vuonna 2019. Vuonna 2021 on jo selvästi merkkejä kasvusta verrattuna vuosiin 2019–2020. Ennen Koronaa kotimaanmatkailu oli melko tasaisessa kasvussa vuodesta 2014 alkaen (Kuva 3). Kuvaa 2 ja 3 vertailemalla voidaan todeta, että kotimaanmatkailu, kuten maaseutumatkailu oli kasvava trendi jo ennen koronaa. Koronan myötä olisi voitu olettaa, että matkailu olisi hiipunut, mutta se on pysynyt koronaa edeltävällä tasolla ja vuosi 2021 oli yöpymisten määrässä ennätysvuosi, matkojen määrän laskiessa hieman koronaa edeltäneestä ajasta (Kuva 4). Koronapandemian myötä jopa 16 % suomalaisista on yhdistänyt etätöiden tekemisen vapaa-ajan matkaan kotimaassa. (STT Info 2023)



KUVA 3. Kotimaan yöpymisten määrä vuosina 2012–2019, (Suomen virallinen tilasto (SVT))



KUVA 4. Yöpymisen sisältäneet kotimaanmatkat ja yöpymisten määrä (Suomen virallinen tilasto (SVT))

### 2.3 Maaseutumatkailu

Näyttää siltä, että maaseutumatkailu on noussut esiin merkittävänä ilmiönä koronapandemian myötä. Tilastot tukevat tätä näkemystä. Myös etätyön ja vapaa-ajan matkailun yhdistäminen on lisääntynyt. Maaseutu ei ole enää pelkästään ruuantuotantoon käytettävä alue, vaan rinnalle on tullut tarjolle virkistyspalveluita, kulttuurimaisemaa ja muita palveluita. Matkojen määrä on pysynyt jotakuinkin samana, mutta yöpymisten määrässä näkyy huima kasvu koronapandemian myötä. Vaikka vuonna 2022 matkustus ulkomaille onnistui jo helpommin, ei maaseutumatkailujen öiden määrä ole tipahtanut koronapandemiaa edeltävälle tasolle.

### 3 YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA HANKINTOJEN RAHOITUS

#### 3.1 Yritysidea

Yritysidea on se, joka kertoo mitä tarkoitusta varten yritys halutaan perustaa. Tärkeintä yritysideaa ja toiminta-ajatusta miettiessä on se, että idealle on kysyntää, sekä maksavia asiakkaita. Alussa on hyvä tarkastella ideaa potentiaalisen asiakkaan silmin. Millä keinoilla voit luoda arvoa asiakkaille oman osaamisellasi. Mihin sinulla on parhaat taidolliset, taloudelliset ja tiedolliset edellytykset? Liikeidea vastaa seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä yrityksesi tekee
- Mitä myyt
- Kuka on asiakkaasi, ja miten myynti tapahtuu?

Yrittäjän oma osaaminen ja markkinoiden aito kysyntä on se mihin hyvä yritysidea perustuu. Monien yritysten menestyksen taustalla on omistajien osaaminen ja ammattitaito. Juuri omasta osaamisesta ja ammattitaidosta syntyy uusia yrityksiä, etenkin palvelualoilla. Liikeidean ei tarvitse olla uusi menestyäkseen. Idea voi myös syntyä arjessa havaitusta ongelmasta, johon olet keksinyt ratkaisun. Muista myös, että vaikka oma idea voi tuntua parhaalta idealta koskaan, ei se sitä välttämättä ole. On siis hyvä tarkastella sitä kriittisesti ulkopuolisen silmin. (Uusyrittäjäkeskus 2021 s.22–23)

#### 3.2 Miten alkuun?

On olemassa monta erilaista palvelua, joiden puoleen yritykseen perustamista suunnitteleva voi kääntyä. Suomi.fi verkkosivuston yritykset ja palvelut osio sisältää neuvoja ja palveluita yrityksen eri elinkaaren vaiheisiin sekä kattavan tietopaketin yrittämisestä.

Oma Yritys-Suomi ([www.oma.yrityssuomi.fi](http://www.oma.yrityssuomi.fi)) on verkkotyötila yrittäjälle ja yrityksen perustajalle. Voit valmistella Oma Yritys-Suomessa yrityksen perustamista, suunnitella liiketoimintaasi ja selvittää kehittämismahdollisuuksia yrityksellesi. Palvelussa on työkaluja yritystoiminnan eri vaiheisiin. (OMAYRITYSSUOMI 2023)

Yritys-suomi puhelinpalvelusta (0295 020 500 arkisin klo 9–16.15) soittaja voi tiedustella julkisista yrityspalveluista, työnantajapalveluista sekä niihin liittyvistä sähköisistä palveluista. Näihin lukeutuvat mm. ELY-keskusten, TE-toimistojen, Patentti- ja rekisterihallituksen, Verohallinnon, Business Finlandin ja Finnveran palvelut. Tarvittaessa puhelu voidaan ohjata eteenpäin toiselle asiantuntijataholle, tai sopia henkilökohtainen tapaaminen yritysneuvojan kanssa. (Holopainen 2021 s.14–15)

##### 3.2.1 Elinkeino-, Liikenne- ja ympäristökeskusten (ELY-Keskukset) palvelut

ELY-keskukset tarjoavat neuvonta- ja tietopalveluja, sekä rahoitusta pk-yritysten kasvua ja kehittämistä varten. Palveluihin lukeutuvat Teknologian ja innovaatioiden kehittäminen, liiketoiminnan ja johtamistaitojen tehostaminen, sekä uusien työntekijöiden kouluttaminen.

Yritysten kehittämispalvelut lukeutuvat ELY-keskusten valikoimaan. Pk-yritysten kasvua, uudistamista, kansainvälistymistä, sekä työllisyyttä tuetaan ELY-keskusten tarjoamalla konsultointi ja koulutuspalveluilla. Näitä palveluja hyödyntämällä yritys saa hyvät lähtökohdat menestykseen muuttavassa maailmassa.

Analyysi-palvelu kertoo liiketoiminnan nykytilan kokonaiskuvan, sekä antaa kehittämissuunnitelman. Tämä palvelu on tarkoitettu sellaisille pk-yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita toimintansa kehittämisestä. Yrittäjälle saa toteutettavakseen ohjauksen analyysistä kootun kehittämissuunnitelman, johon lukeutuvat avainhenkilöiden koulutus tai muut palvelut.

Konsultointi on yksi ELY-keskusten tarjoamista palveluista. Nekin ovat tarkoitettu pk-yrityksille. Yrityksellä on oltava halu ja edellytykset kehittymiselle. Yrityksen kasvu, tehokkuus ja uudistaminen ovat konsultoinnin tavoitteena. Osa-alueita, joita kehitetään räätälöidysti ovat; kansainvälistyminen ja kasvu, johtaminen ja henkilöstö, innovaatioiden kaupallistaminen, markkinointi ja asiakkuudet sekä tuottavuus ja digitalisointi (Holopainen 2021 s.16)

### 3.2.2 Aloittavan yrittäjän palvelut

Työ- ja Elinkeinotoimistot (TE-toimistot) tarjoavat erilaisia palveluja yrittämisestä kiinnostuneille, yrittäjille ja yritystoimintaa aloittaville. TE-toimistot järjestävät uravalmennusta, joka tarjoaa mahdollisuuden tutustua yrittäjyyteen, vaihtoehtona palkkatyölle. Valmennuksesta saa yleiskuvan yrittäjyydestä ja yrityksen perustamisesta. TE-toimiston kautta pääsee myös erilaisiin muihin koulutuksiin, jotka parantavat lähtökohtia yrittäjyyteen.

Uusyrityskeskukset ovat myös hyvä ja ilmainen keino kartuttaa tietoaan aloittelevana yrittäjänä. Heiltä saa asiantuntija-apua monissa eri asioissa, kuten yritysideoarvioinnissa, laskelmien teossa, liikeidean kehittämisessä, rahoitusmahdollisuuksien selvittämisessä, käytännön perustoimenpiteissä sekä yritysmuodon valinnassa.

Muita tahoja, jotka tarjoavat apua ja neuvontaa aloittavalle yrittäjälle ovat TEM toimialapalvelu, ProAgria, kehitysyhtiöt sekä naisille maa- ja kotitalousnaisten yrityspalvelut. (Holopainen 2021 s.19–21)

### 3.3 Yritysmuodot

Suomessa suosituin yhtiömuoto on osakeyhtiö, joita Patentti- ja rekisterihallituksen tilastojen mukaan oli vuoden 2023 alussa 274 965 kpl. Toisena oli yksityinen elinkeinoharjoittaja 248 118 kpl. Kommandiittiyhtiöitä oli vain 22 315 kpl, ja avoinyhtiöitä, sekä osuuskuntia vieläkin vähemmän. Tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat yhtiömuodon valintaan ovat liiketoiminnan laajuus, perustajien lukumäärä, kasvusuunnitelmat, oma ajankäyttö ja yrityksen toimiala. Yksityinen elinkeinoharjoittaja, jota kansankielessä monesti kutsutaan toiminimeksi (lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan yrityksen nimeä), on henkilökohtaisella omaisuudellaan vastuussa kaikista tekemistään veloista, sitoumuksista ja sopimuksista. Jos olet ottanut paljon lainaa liiketoimintasi käynnistämiseen, mutta bisnes ei lähdekään pyörimään kunnolla, olet silloin itse henkilökohtaisesti maksuvelvollinen. Osakeyhtiössä riskit rajoittuvat pelkästään sijoittamaasi pääoman määrään, etkä ole henkilökohtaisesti vastuussa kaikesta. Myös osakeyhtiö on mahdollista perustaa yksin. Tällöin pitää kuitenkin nimetä osakeyhtiön hallitukseen varajäsen. Osakeyhtiössä, kuten osuuskunnassakin, osakkaan tai jäsenen vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomapanokseen. Monesti kuitenkin etenkin yrityksen alkuvaiheessa luottojen takaukset ja vakuudet kohdistuvat osakkaiden ja jäsenten omiin omistuksiin. (Yrityksenperustaminen.net 2023a) (Holopainen 2021 s.19–21)

	Yksityinen elinkeinoharjoittaja	Osakeyhtiö	Kommandiittiyhtiö	Avoin yhtiö	Osuuskunta
<b>Perustajien lukumäärä</b>		1 Vähintään 1	Vähintään 1 vastuunalainen ja yksi äänetön yhtiömies	Vähintään 2	Vähintään 1
<b>Pääoman tarve</b>	ei vähimmäispääomaa	Ei vähimmäispääomaa	Yhtiömiesten panostukset, ei vähimmäispääomaa	ei vähimmäispääomaa	Osuusmaksut
<b>Päätöksen teko</b>	Yrittäjä tekee itse	Yhtiökokous, hallitus ja toimitusjohtaja	Vastuunalainen yhtiömies	Yhtiösopimuksen mukaisesti	Osuuskunnan kokous ja toimitusjohtaja
<b>Riski ja vastuu</b>	Yrittäjä vastaa henkilökohtaisesti omaisuudellaan	Omistajat vastuussa pääoman verran	Vastuunalainen yhtiömies vastaa henkilökohtaisesti omaisuudellaan	Yhtiömiehet vastaavat henkilökohtaisesti omaisuudellaan	Osuuskunnan jäsenet vastuussa osuuspääoman määrällä
<b>Varojen nosto ja voitonjako</b>	Yksityisotto, ei palkkaa	Palkka, Osinko	Vastuunalainen: Palkka, voitto laina ja yksityisotot. Äänetön voitto-osuus	Palkka, voitto-osuudet, laina ja yksityisotot	Pääoman korot, ylijäämän palautukset, korvaukset ja palkka
<b>Verotus</b>	tuloksesta vero, henkilökohtaisessa verotuksessa yhdessä muiden tulojen kanssa	henkilökohtaista veroa yhtiöstä nostamastasi palkasta ja osingosta. Palkkojen maksu pienentää yhtiösi tulosta = vähemmän tuloveroa	Yritystoiminnan tuloksesta veroa, henkilökohtaisessa verotuksessa yhdessä muiden tulojen kanssa	yritystoiminnantuloksesta veroa, henkilökohtaisessa verotuksessa yhdessä muiden tulojen kanssa	henkilökohtaista veroa yhtiöstä nostamastasi palkasta ja ylijäämästä. Palkkojen maksu pienentää yhtiösi tulosta = vähemmän tuloveroa
<b>Perustamisilmoituksen hinta</b>	Sähköisesti 60€ / Paperilomakkeella 115€	Sähköisesti 275€ / paperilomakkeella 380€	240 €	240 €	380 €
<b>Yleisluonnehdinta</b>	sopii jos yrityksen toiminta on kohtalaisen pientä ja perustuu lähinnä omaan työpanokseen. Se on yritysmuotona kevyin. Myös sen perustaminen on helppoa ja edullista.	sopii jos yritystoimintasi on suurempaa, yritys pyrkii laajenemaan ja perustajia on useita. Pienemmät taloudelliset riskit kuin esimerkiksi toiminimessä. Ei kovin kevyt yritysmuoto	Sopii jos yrityksen toiminta on pienehköä ja perustuu lähinnä omaan työpanokseesi mutta haluat mukaan tutun sijoittajan. Yritysmuotona kevyempi kuin esimerkiksi osakeyhtiö.	Sopii jos yrityksesi toiminta on kohtalaisen pientä ja luotat yhtiökumppaniin täysin. Yritysmuotona kevyempi kuin esimerkiksi osakeyhtiö.	sopii hyvin yhteisyrityksyyteen. Sen kautta helppo myydä omaa osaamistasi melko riskittömästi. Osuuskunta on yritysmuotona kevyehkö.

KUVA 5. Yritysmuodot vertailussa (Holopainen 2021)

Sopiva yritysmuoto on syytä valita omien tavoitteiden perusteella. Pienimuotoista toimintaa aikovan on hyvä ottaa toiminimi ja ruveta yksityiseksi elinkeinon harjoittajaksi. Tämä on myös erittäin mahdollinen vaihtoehto omalla kohdallani, sillä en todennäköisesti ole luopumassa niin sanotusta päivätyöstä. Toiminnan laajentuessa on mahdollista vaihtaa toiminimi osakeyhtiöksi. Jos suunnitelmissa on laajentaa yritystoimintaa nopeasti, kannattaa valita joku muu yritysmuoto. Jos yrityksen perustaja on useampi, ovat osakeyhtiö tai kommandiittiyhtiö hyviä vaihtoehtoja. (KUVA 5)

### 3.4 Rahoitus

Tunnetuin tuki, jota aloittava yritys voi saada on starttiraha. Tukea käytetään maksamaan yrittäjälle palkkaa ensimmäisten toimintakuukausien aikana. Starttirahan suuruus on 33,78 euroa päivässä ja sitä maksetaan viideltä päivältä viikossa. Tästä summasta maksetaan vielä verot, eli mainittu summa on bruttotuloa. Tukea saadaan ensin puoli vuotta, jonka jälkeen on mahdollista hakea toista saman mittaista tukikautta. Kaikki yrittäjät eivät kuitenkaan voi saada starttirahaa. (TEM 2023)

Yksi itse yrityksen toimintaa rahoittava instanssi on Finnvera. Se on suomen valtion omistama rahoittaja, jolta saa lainoja esimerkiksi uuden yrityksen perustamiseen, jo olemassa olevan liiketoiminnan ostamiseen tai nykyisen yrityksen laajentamiseen ja kasvuun. Rahoitus hoidetaan yhteistyössä

pankkien kanssa. Nopean rahoituksen tarpeeseen Finnvera ei ole paras vaihtoehto, sillä papereita tarvitsee täyttää useita, ja rahoituspäätöksen harkinta-aika on pitkä. Myös omarahoitussuutta pitää olla 10–20 %, riippuen rahoitusmuodosta. Poikkeuksena on alkutakaus, jolla autetaan yritystä saamaan rahoitusta pankista.

Business Finland muodostui vuodenvaihteessa 2018, jolloin valtion innovaatorahoituskeskus Tekes, sekä Finpro kansainvälistymispalvelu yhdistyivät. Business Finland tarjoaa rahoitusta yrityksille, tutkimusorganisaatioille ja julkisille toimijoille. Tärkeimpänä kohteena ovat kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtäävät pk-yritykset. Yksi heidän tunnetuimmista rahoituskeinoistaan on innovaatioaseteli, jonka suuruus on 6200 euroa. Setelillä voi hankkia asiantuntija palveluita tuotteen- tai palveluidean kehittämiseen.

Nopeaan rahan tarpeeseen sopii parhaiten laskurahoitus, jolla saadaan muutettua erääntymättömät laskut heti rahaksi. Tässä vaihtoehdossa laskurahoitusta tarjoava yritys ostaa sinulta laskun ja ottaa pienen prosenttiosuuden siitä palkkioksi. Laskurahoituksia tarjoavia yrityksiä on esimerkiksi Fellow finance, Svea Ekonomi ja rahoittaja.fi. On mahdollista myydä vain yksi lasku, mutta pankit ja monet rahoitusyhtiöt tarjoavat myös pidempiä sopimuksia.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus (lyhennettynä ELY-keskus) voi olla myös rahoituksen järjestäjä. Heidän tarjoamiin vaihtoehtoihin lukeutuvat yrityksen kehittämisavustus ja maaseudun yritysrahoitus. ELY-keskuksen rahoitus on tarkoitettu liiketoiminnan kehittämiseen tai täysin uuden liiketoimintamallin luomiseen. Kansainvälistymiseen tähtäävä toiminta pk-yrityksillä on yksi kohde, johon tukea myönnetään. Maaseudun yritysrahoitus on tarkoitettu ylläpitämään ja lisäämään maaseudun elinvoimaa uuden yritystoiminnan kautta. Yrityksen ei tarvitse välttämättä toimia maatalouden alalla, vaan riittää, että toimipaikka sijaitsee maaseudulla. Tukea myönnetään yrityksen perustamiseen, sekä kasvuun tähtääviin investointeihin. (yrityksen-perustaminen.net 2021b)

### 3.5 Pienen maaseutumatkailuyrityksen perustaminen

Jos yrityksellä on jossain vaiheessa aie palkata henkilöstöä töihin, kannattaa ottaa suoraan yritysmodoksi joku muu kuin yksityinen elinkeinonharjoittaja. Vaikka alkuun suunnitelmissa olisikin hankkia vain pikkuisen lisätienestiä, saattaa myöhemmin toiminnan laajentaminen kiinnostaa. Siksi onkin perusteltua valita heti alkuun yhtiömuodoksi joku soveltuvampi, kuten osakeyhtiö. Tällöin et myöskään rahallisesti ole vastuussa yrityksen toiminnasta. Satsatun pääoman lisäksi ainoastaan sellainen oma omaisuus, joka on kiinnitetty rahoituksen vakuudeksi, on mahdollista menettää.

Rahoitusta kannattaa tiedustella ELY-keskuksen maaseudun yritysrahoituksesta. Tukea voi hakea myös toimintaa laajentaessa. Starttiraha on myös hyvä apu aloittavalle yrittäjälle, sillä uutta yritystä aloittaessa ei tuottoa alussa välttämättä juurikaan synny, jolloin palkkaakaan ei pysty yrittäjälle maksamaan. Näin pystyt turvaamaan toimeentulosi yritystoiminnan alussa.

## 4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen tuotos organisaation strategiasta ja yrityksen tulevaisuuden liiketoiminnan rakenteesta laskelmien ja taulukoiden avulla. Hyvästä liiketoimintasuunnitelmasta löytyy myös tieto siitä, miten yritys aikoo tehdä rahaa. Liiketoimintasuunnitelma on usein jopa kymmenien sivujen pituinen, lisäksi se olisi hyvä tiivistää myös yhdeksi A4 kokoiseksi tiedostoksi, esitysversioksi. Siitä näkee yhdellä silmäyksellä mitä yrittäjä tai vaikka tuotepäällikkö aikoo tehdä liiketoiminnan osalta. Pidempi versio tukee esitysversiota ja siitä löytyy tarkemmat tiedot, näkemykset ja laskelmat esitysversion aihepiireistä. Yksi liiketoimintasuunnitelman tekemisen tavoitteista on kannustaa arvioimaan kriittisesti liiketoiminnan menestymismahdollisuuksia. Menestymisellä tarkoitetaan tuloksellista yritystoimintaa pitkällä aikavälillä. Jos yritys pärjää kilpailussa, sekä luo lisäarvoa asiakkailleen, tällöin yritys toimii tuloksekkaasti. (Hesso 2015, 13–14) Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan liikeidea ja liiketoimintamalli, sekä kerrotaan päämäärä, tavoitteet ja strategiat niiden saavuttamiseksi. (Viitala, Jylhä 2014, 50).

Moni mahdollinen yritystoiminnan rahoittaja vaatii liiketoimintasuunnitelmaa laina- ja tukipäätöstä varten. Liiketoimintasuunnitelma voi muodostua seuraavista kokonaisuuksista:

- Perustiedot suunnitellusta yritystoiminnasta
  - Yrityksen nimi, yritysmuoto, sijainti, toimiala, toiminta-ajatus, sekä tiedot perustajista, kuten osaaminen, kokemus ja kielitaito
- Kuvaus yrityshankkeesta
  - Palvelut, asiakkaat ja heidän tarpeensa, markkinat ja kilpailijat, tapa toimia sekä yrityksen voimavarat
- Kirjanpito ja talouden suunnittelu
  - Kirjanpidon ja maksuliikenteen järjestäminen, lainat, takaukset ja vakuudet
- Laskelmat
  - Rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelma, sekä tulosbudjetti
- Swot analyysi
  - Vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkatekijät
- Tiivistelmä ja johtopäätökset

(Holopainen 2021, 13–14)

### 4.1 Liikeidea

Liiketoimintasuunnitelma on tuotos yrityksen liiketoimintaan vaikuttavista tekijöistä ja menestystekijöistä. Yksi näkökulma Liiketoimintasuunnitelman tekemisestä on, että sen tekeminen on tärkeämpää kuin itse tuotos. Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa tekijä itse oppii samalla kun hän suunnittelee. Hän pohdiskelee kriittisesti niitä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen tulevaan menestykseen tai mahdollisiin uhkiin, jotka voivat tuhota yrityksen. Kaikissa liiketoimintasuunnitelmarungoissa, joihin Hesso on törmännyt, määritellään liikeidea. Liikeidea tiivistää pidemminkin liiketoimintasuunnitelman muutamaksi lauseeksi; mitä, missä ja kenelle otsikoiden alle. Mitä kertoo yrityksen tuottamista palveluista tai tuotteista. Näistä kerrotaan niin selkeästi, että mahdollinen asiakas ja rahoittaja ymmärtävät niiden lisäarvopotentialin asiakkaalle ja yritykselle. Miten kertoo logiikan, jolla

yritys saa tuotteet tai palvelut asiakkaan tietoon ja ostettavaksi. Myös yrityksen pelisuunnitelma eli strategia suunnitellaan tässä osuudessa. Kenelle määrittelee yrityksen asiakkaat ja sen, miten yritys erottuu massasta. (Hesso 2015. 24) Selander ja Vuokko toteavat kirjassaan (Selander ja Vuokko, 2007), että edellisten kysymysten lisäksi liikeidea kertoo, millaista imagoa yritykselle haetaan.

Oman yritykseni liikeidea on tarjota elämyksellistä majoituspalvelua. Mahdollisia oheispalveluita voisivat olla ruokapalvelut, sauna, puoti, sekä kokous- ja ohjelmapalvelut. Tavoitteena on tuottaa asiakkaalle laadukas kokemus. Palvelut toteutetaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Toimipaikkana toimii pohjois-Savossa sijaitseva maalaistalo, oman asuinpaikan läheisyydessä. Näin asiakaspalvelun tarpeeseen vastaaminen voisi olla mahdollisimman välitöntä. Pääasiakas segmentti on yksin matkustavat henkilöt ja pienet ryhmät. Jakelukanavina toimivat omat kotisivut, some sekä isot kansainväliset jakelukanavat kuten Booking.com. Kohteeksi on ajateltu pääasiassa kotimaanmatkajat, mutta myös kansainvälisiä vieraita voitaisiin tavoitella englanninkielisellä markkinoinnilla.

Majoituksen ohella tarjolla on aamiaista ja mahdollisesti muitakin ruokia. Yksi tulevaisuuden yritystoiminnan laajennusmahdollisuus on laajempi ravintolatoiminta, jota tämän työn laskelmissa on jo suunniteltu. Muita laajennusmuotoja voisivat olla verkkokauppa ja puoti, joissa myydään itsetehtyjä tai lähellä tuotettuja tuotteita, kuten ruokaa, käsitöitä, tai jonkun spesifin alan tuotteita esim. panimo- ja pizza tarvikkeet. Myytävät tuotteet olisivat sen hetken trendien mukaisia, tällä hetkellä moni suomalainen on kiinnostunut paremman pizzan valmistamisesta itse. Myös pienpanimon perustaminen olisi yksi tapa laajentaa toimintaa, jos toimitilat taipuvat sellaiseen.

Aluksi yritystä on tarkoitus pyörittää päivätyön ohella. Jos alkaa näyttämään siltä, että tulot riittävät lähes toimeentuloon, on mahdollista vähentää päivätyön tunteja tai lopettaa kokonaan ja laajentaa yritystoimintaa ravintolalla, pienpanimolla tai puodilla/verkkokaupalla. Ravintolan suosiota on mahdollista kokeilla etukäteen järjestämällä esim. popup-tapahtumia, joissa voi paistaa esimerkiksi pizaa. Samalla tehdään tunnetuksi yritystä, ravintolan osaamista ja saadaan asiakaspohjaa.

#### 4.1.1 Visio ja arvot

Yrityksen arvot ovat ohjeita, joita noudatetaan matkalla kohti visiota. Arvojen noudattaminen on erittäin tärkeää, ei vain tiimihengen kehittämiseksi ja ylläpitämiseksi, vaan myös siksi, että niiden noudattaminen vaikuttaa yrityksen maineeseen. Jos yritys ei noudata omia arvojaan, se voi aiheuttaa ongelmia, sillä työntekijät, kilpailijat, asiakkaat ja sidosryhmät seuraavat tarkasti yrityksen arvojen noudattamista. Sosiaalisen median ja perinteisen median kautta pienikin virhe voi saada suurta huomiota ja tuottaa yritykselle suuren laskun mainehaittana (Hesso 2015, 28)

Visio kertoo, mihin yritystoiminnalla halutaan päästä. Se on tavoite, joka antaa voimaa työn tekemiselle. Vision toteuttaminen edellyttää ahkeraa työskentelyä, toimivaa strategiaa ja ripauksen onnea. (Hesso 2015. 24) Yrityksen visio on kuvaus siitä, millaisessa tilanteessa yritys haluaa olla tulevaisuudessa tietyllä aikavälillä. Esimerkiksi viiden vuoden visio voi olla, että yritys toimii kotimaansa markkinajohtajana ja on kaksinkertaistanut työntekijämääränsä. Tämän esimerkin kaltainen visio ei ole kuitenkaan hyvä. Olisi parempi, jos Visio olisi muita innostava ja haluttava. Tällöin yrityksen työntekijöiden on helpompaa sitoutua siihen. Pelkkä voiton ja toiminnan kasvattamisen maksimoiminen ei

ole hyvä visio. Monesti visio on lyhennetty tarinaksi tai sloganiksi. Vision jälkeen on aika luoda yritykselle strategia, eli keinot millä päästään aiemmin luotuun visioon. (Yrityksen-perustaminen.net 2023c)

## 4.2 Strategia

Aiemmin mainittu visio kertoi yritystoiminnan päämäärän. Strategia kertoo sen, millä keinoilla yritys pääsee asetettuun päämäärään. Strategia voi myös olla tapa millä yritys kasvaa, tai tapa millä saadaan tuottavuutta lisättyä. Joissain liiketoimintasuunnitelmissa ei mainita ollenkaan sanaa strategia vaan se sulautuu liikeidean määrittelyyn. Yrityksen strategia olisi hyvä olla sellainen, että kaikki yrityksen työntekijät voivat sitoutua siihen myös arjessa. (Yrityksen perustaminen.net 2023c) (Hesso 2015, 79)

## 4.3 Ympäristöanalyysi

Liiketoimintasuunnitelmissa käytetään termejä kohderyhmä tai segmentti. Toinen termi näille on strategiset businessalueet. Ne muodostavat alueet, joille on oma kilpailustrategia. Yksi esimerkki näistä on yksityiset hammasklinikat, jotka palvelevat vain tietyn pienen kohderyhmän tarpeita. Suurin osa ajattelee, että yksityiset hammasklinikan palvelut ovat turhia ja kalliita. He eivät olekaan yksityisten hammasklinikoiden kohderyhmää, sen sijaan kipua ja hammasoperaatioita kammoksevat henkilöt ovat valmiita maksamaan enemmän asiantuntevasta ja mahdollisimman kivuttomasta palvelusta. (Hesso 2015, 34) On siis selvää, että minunkin kannattaa miettiä tarkkaan, ketkä olisivat minun maaseutumatkailuyritykseni palveluista kiinnostuneita asiakkaita, ja luoda palvelut potentiaalisinta asiakasryhmää ajatellen.

### 4.3.1 Ulkoinen ympäristö

Ulkoista ympäristöä analysoidessa aloitetaan tarkastelu niin sanotun isomman mittakaavan markkinailmiöistä, alkaen poliittisen ympäristön analysoimisesta. Seuraavana mietitään taloudellisen, sosiaalisen ja teknologisen ympäristön vaikutuksia, sekä sitä miten ympäristötietoisuuden lisääntyminen vaikuttaa yritystoimintaan. Viimeisenä käydään läpi lainsäädännöllisen ympäristön analysointi. Tämä on tärkeää, sillä se luo monelle yritykselle kilpailuetua. Lainsäädännöllisten muutosten takia moni liiketoiminta on onnistunut parantamaan toimintaansa tai saanut viimeisen kuoliniskun esimerkiksi arvonlisäveroprosentin noston takia. Suuren mittakaavan analysoinnin jälkeen tarkastellaan kilpailijoita ja asiakkaita. Kilpailijoita tutkitaan tarkasti ja määritellään heidän kilpailuetunsa perusta. Kun kilpailutilanne tunnetaan hyvin, on helpompaa luoda strategia. Asiakasanalyysissä selvitetään muun muassa kuluttajien ja ostavien organisaatioiden ostokäyttäytymisen perustaa, ostohistoriaa ja mahdollisesti uusien kohderyhmien ominaispiirteitä. On tärkeää, että käytettävät analyysimenetelmät ovat valideja ja luotettavia. (Hesso 2015, 35) Toimintaympäristö saattaa olla suuresti poikkeava eri maanosissa ja maissa. Muuttuvia ympäristöön vaikuttavia tekijöitä on kuvattu alla olevassa kuvassa (KUVA 6). Näistä avaan enemmän sosiaalista ympäristöä, eli sosiaalisia tekijöitä.



KUVA 6. Yrityksen toimintaympäristöön vaikuttavia tekijöitä (Viitala, Jylhä 2015, 44)

#### 4.3.2 Sosiaalinen ympäristö

Sosiaalinen ympäristö muuttuu jatkuvasti ja saattaa vaihdella huomattavasti. Tarkastellessa pelkäänsä Suomen pääkaupunkiseutua, voidaan havaita asuinalueen perusteella määräytyvää luokkajakoja. Kun otetaan tarkasteluun ansiotulot eri asuinalueilla, löydetään suuria eroja kotitalouksien välillä. Kulutuksen siirtyminen vihreisiin arvoihin, sekä vastuullinen kuluttaminen ovat yrityksen strategisen suunnittelun kannalta tärkeitä ilmiöitä. Metsäteollisuus on panostanut jo pitkään yritys vastuuseen, sekä ympäristövastuuseen. Sertifioimalla metsiä on saatu ostajien hyväksyntä liiketoiminnan vihreydelle. Etenkin nykyään sosiaalisen median valtakaudella on syytä olla varovainen toiminnassaan, sillä yksi ihminen saa kokemuksensa nopeasti satojen ihmisten tietoisuuteen. Sosiaalisen ympäristön analysointi on haasteellista, tärkeintä on arvioida kohdemarkkinan sosiaalinen rakenne. Yksi ilmainen keino arvioida tietyn alueen sosiaalista ympäristöä on hyödyntää Tilastokeskuksen tarjoamaa informaatiota. (Hesso 2015, 39–41)

#### 4.4 Kohderyhmä

On tärkeää määritellä potentiaaliset asiakkaat ja selvittää heidän tarpeensa. Visit Finlandin tutkimuksessa kerrotaan, asiakassegmenttien monipuolistumisesta. Matkailun rakenne on myös muuttunut moninaiseksi, asiakkaat löytävät pääkohteiden rinnalle vähemmän tunnettuja kohteita. Asiakassegmenttejä voi käyttää strategisessa työssä hyväksi ja keskittää viestintä, palvelukehitys ja myynnin edistäminen juuri potentiaalisimmalle kohderyhmälle. (Visit Finland 2023)

Kun yritys on määritellyt asiakkaansa, sen on hyödyllistä laajentaa tätä näkemystä segmentoinnin avulla. Mikrotason markkinaselvityksessä pohditaan ja analysoidaan, millaisia erilaisia asiakasryhmiä markkinoilta löytyy. Tämän perusteella valitaan asiakasryhmistä mahdollisimman samankaltaisia asiakkaita. Kun potentiaalisia asiakasryhmiä muodostetaan, tehdään se miettimällä heidän ostokäyttä-

tymistänsä, arvioimalla asiakkaiden motiiveja ostaa palveluita ja tuotteita juuri tältä yritykseltä. Näiden pohdintojen perusteella eri asiakasryhmille tarjotaan tuotteita ja palveluita, jotka parhaiten sopivat heidän tarpeisiinsa ja odotuksiin. (Virtanen, Pellikka 2021, 36)

Oman majoitusyritykseni kohderyhmä olisi pääasiallisesti tavalliset kuluttajat, mutta myöskään yrityksiä ja yhdistyksiä ei kannata unohtaa. Heille suunnittelen ja tarjoan palvelukokonaisuuksia, kuten kokouspalveluja ruokineen. Myös virkistymiseen suunniteltu ohjelma voisi toimia hyvin yrityksille ja yhdistyksille. Tavoitteena on tarjota ekologisia, laadukkaita ja muusta massasta poikkeavia elämyksiä.

## 5 KANNATTAVUUS JA SEN SUUNNITTELU

Jotta yrityksellä olisi jatkuvuutta, on liiketoiminnan oltava kannattavaa. (Pesonen, Siltanen & Hokkanen 2006, s.55) Uutta yritystä suunnittelevan kannattaa aina tehdä kannattavuuslaskelma. Sillä saadaan selville, paljonko kustannuksia syntyy, sekä nähdään, kuinka paljon rahoitusta tarvitaan. Laskelmat antavat käsityksen siitä, kuinka suuret tulot yrityksen on saatava, jotta kulut katetaan. Jos kannattavuuslaskelmat on tehty huolimattomasti, ovat muutkin laskelmat pielessä. Siksi on ensisijaisen tärkeää, että jo suunnitteluvaiheessa on selvillä kaikki mahdolliset kustannukset kuten vakuutukset ja vuokrat, jotta hinnoittelupäätösten tekeminen tulevaisuudessa olisi helpompaa. (Pesonen ym. 2006. s.56)

Tyypillisimmin käytettyjä tunnuslukuja, joita käytetään kannattavuuden mittaamiseen, ovat liikevoittoprosentti, koko pääoman tuottoprosentti, oman pääoman tuottoprosentti ja sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Liikevoittoprosentti kertoo kannattavuudesta tuloslaskelman näkökulmasta. Muut tunnusluvut kertovat miten jokin pääomalähteistä on tuonut yritykselle varoja. Liikevoittoprosentti muodostuu jakamalla tuloslaskelman liikevoitto saman tilikauden liikevaihdolla. Se kertoo prosentuaalisen osuuden, mikä liikevaihdosta on jäänyt jäljelle operatiivisten liiketoiminnan kulujen jälkeen. Voidaan ajatella, että liikevoittoprosentti kertoo, kuinka kustannustehokkaasti yritys toimii. (Jormakka, Koivusalo, Lappalainen & Niskanen 2021 s.141–142)

Yritystoiminnan kannattavuuden parantamiseksi täytyy analysoida yrityksen toimintaa kannattavuuden näkökulmasta. Ei ole väliä onko yritys jo hyvin menestyvä, tulosta voi silti parantaa. (Selander & Valli 2007 s. 104)

### 5.1 Laskentatoimet

Laskentatoimea käytetään, jotta saadaan yrityksen laskentatieto talteen. Tällöin sitä voidaan myöhemmin vertailla nykytilanteeseen. Laskentatoimen tehtäviin sisältyvät liikekirjanpito, kustannuslaskenta, palkkalaskenta, varastokirjanpito, käyttöomaisuuskirjanpito ja muut tietojenkeruujärjestelmät. Näitä hyödynnetään ulkoisessa laskentatoimessa, sekä sisäisessä laskentatoimessa. Sisäinen ja ulkoinen laskentatoimi tuottavat informaatiolaskelmia. Ulkoisessa laskentatoimessa tuotetaan tietoa yrityksen liiketoiminnan tuloksesta ja taloudellisesta tilanteesta yrityksen ulkopuolisille sidosryhmille, esimerkiksi rahoittajille. Kirjanpidosta saatu tilinpäätös on yksi ulkoisen laskentatoimen tuottama informaatiolaskelma. Sisäinen laskentatoimi tuottaa tietoa yrityksen johdolle toiminnan kannattavuudesta tai päätöksien kannattavuudesta. Ilman tätä tietoa on vaikea arvioida mikä osasto on kannattava. (Selander, Valli 2007 s.26–27)

### 5.2 Kannattavuus

Yrityksen kannattavuutta arvioidessa tarvitaan laskentatoimea. Majoitusalan ydintoiminnoille se on tärkeä aputoiminto. Kaksi laskentatoimen pääluokkaa ovat kirjaamistehtävät, eli rekisteröimistehtävät ja tuloslaskentatehtävä, sekä hyväksikäyttötehtävät. Kirjanpidon avulla kerätään yrityksen taloutta koskevaa tietoa, joka toteutetaan kirjaamistehtävillä. Päätösten ja suunnitelmien tukena käytetään tuloslaskenta- ja hyväksikäyttötehtävää. Näillä tehtävillä laaditaan erilaisia laskelmia ja raportteja. (Heikkilä & Saranpää 2010, 13; Heikkilä & Viljanen 2000, s.170)

Kuten jo aiemmin on todettu, yrityksen toiminta tulisi olla kannattavaa. Tätä mitataan laskemalla tuottojen ja kustannusten erotus. Kannattavuus syntyy siitä, että yritystoimintaan on satsattu vähemmän, kuin siitä saadaan tuottoa. Tämä on tärkeää yritystoiminnan jatkuvuuden kannalta. Kirjanpidosta selviää, kuinka paljon yritys on tuottanut tulosta. Tulosta on hyvä verrata muihin yrityksen tunnuslukuihin, kuten liikevaihtoon. Tällöin pystymme vertailemaan saatua tulosta muihin alan yrityksiin, joilla toiminta on pienempää tai suurempaa. (Selander, Valli. 2007 s.36)

### 5.3 Investoinnit

On selvää, että yrityksen alkuvaiheessa pitää tehdä investointeja. Ne ovat aineellisia hankintoja, joita tarvitaan liiketoiminnan mahdollistamiseksi. Näihin lukeutuvat rakennukset, maa-alueet, koneet ja laitteet. Myös aineettomia hankintoja on paljon, niihin lukeutuvat tuote- ja palvelukehitysinvestoinnit, sekä henkilöstön koulutus. Investointeja tarvitaan myös tuotannon aloittamiseen, tehostamiseen, lisäämiseen tai asetettujen säännösten noudattamiseen. Investoinnit mahdollistavat kustannuksien vähenemisen, esimerkiksi yrityksen aseman vahvistumisen tai ne voivat avata uusia mahdollisuuksia markkinoilla. Investoinnit saattavat syödä kassasta kerralla suurenkin summan rahaa, mutta pitkällä aikavälillä ne tuottavat kuitenkin tuloa. Kannattavuuslaskelmassa investointien hankinta hinnasta lasketaan vuotuinen poisto investoinnin ja kulumisen mukaan. (Viitala & Jylhä 2014, s. 314–315)

### 5.4 Hinnoittelu

Myytävän palvelun tai tuotteen hinta voidaan määrittää muutamasta eri lähtökohdasta. Perinteisessä hinnoittelussa myyntihinnan on katettava kaikki tuotteen valmistuksesta tulleet kustannukset. Hinnoittelun pohjana voi olla myös tulostavoite, jolloin tuotteiden tai palveluiden myyntihinnoilla on kyettävä pääsemään yritykselle asetettuun tulostavoitteeseen. Markkinalähtöisessä hinnoittelussa otetaan huomioon markkinoiden tilanne kyseisen tuotteen tai palvelun osalta. Jos tuote tai palvelu poikkeaa muusta tarjonnasta positiivisesti laadullaan, tai on uusi, on se tällöin houkuttelevampi kuluttajan näkökulmasta. Tässä tapauksessa myyntihinta voi asettua kahta edeltä mainittua tapaa korkeammaksi. Markkinalähtöisessä hinnoittelussa voi olla myös tarjontaa vastaavasta palvelusta/tuotteesta, tällöin tuotteen myyntihinta voi asettua kannattamattomaksi.

### 5.5 Laskelmat suunnitellulle yritykselle

Olen tehnyt tätä kuvitteellista majoitustoimintaa harjoittavalle yritykselle erilaisia laskelmia, joilla pyritään ennustamaan yrityksen tuloja ja menoja. Olen käynyt luvut läpi entisen tilitoimistoyrittäjän kanssa ja ne ovat hyvinkin realistisia, kunhan myyntityössä ja hinnoittelussa onnistutaan. Hinta- pyyntö majoituksesta on ehkä hieman suuri, mutta tällaisia majoitusratkaisuja ei tällä hetkellä ole kovinkaan monta. Pohjois-Savon alueella tiedän ainoastaan Kunnonpaikalla ja yhdellä toiminimi yrittäjälle olevan vastaavia Kuopion läheisyydessä. Joten markkinalähtöisen hinnoittelun periaatteella voi tästä pyytää hieman korkeampaa summaa. Ja jos hinnan takia tuote ei lähde myymään voidaan hintaa tiputtaa, jolloin käyttöaste kasvaa.

## 5.5.1 Tuotelaskelma

Näihin laskelmiin olen olettanut, että majoituksia myydään keskimäärin 1 päivässä. Lisäksi olen laskenut, että ruokaa ja juomaa myydään päivittäin 2 kpl. Tämä luku on ajateltu keskiarvoksi, sillä jonnain päivänä ei välttämättä myydä yhtään, joku toinen päivä menekkiä on enemmän. Majoitusliike olisi auki 330 päivänä vuodessa. Näillä luvuilla myyntiä kertyisi vuodessa yhteensä 113 190 € (Taulukko 1).

## TUOTE- LASKELMA

Yritys: RantapaikkaAukiolopäivät/v: **330**

Tuoteryhmä	Myyntihinta	Alv %	Veroton hinta	Ainekulut veroton	Kate	Kate% verottomasta	Myyntimäärä/v	Myyntimäärä/pv	Myyntiyht
Ruoka	18,00	14	15,79	6,00	9,79	62,0	660	2	11880
Juoma	3,50	24	2,82	1,00	1,82	64,6	660	2	2310
Majoitus	300,00	10	272,73	10,00	262,73	96,3	330	1	99000
		24	0,00		0,00		0		0
Yht/ ka			19,42				1650	5	113190

TAULUKKO 1. Tuotelaskelma

## 5.5.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelmassa (Taulukko 2) olen käyttänyt tuotelaskelman myyntimääriä. Lisäksi olen laskenut palkkaa maksettavan itselleni 1400 € kuussa. Vuokriin olen laskenut 5000 € jos tarvittava kiinteistö sijaitsee esimerkiksi vuokratontilla. Vakuutuksiin ja energiaan olen laskenut yhteensä 6000 €. Markkinointiin, hallintoon ja muihin kuluihin olen laskenut tarvittavan 6000 €. Rahoitusta lyhennetään korkojen kanssa 10 000 € vuodessa ja sama summa menisi poistoihin. Näillä luvuilla jäisi tulokseksi 35 356 €, mikä on hyvä, etenkin kun korkokulut ovat nykyään korkeammat kuin laskelmien tekoaikana. Myös energiakuluissa voi esiintyä hinnanvaihtelua.



## TAULUKKO 3. Rahoituslaskelmat

## Rahoitus

Kannattavuus/tuloslaskelma = toiminnan (myynnin kannattavuus)			Rahan käyttö			
Liikevaihto	102 284	100	Investoinnit		poisto%	poisto e
- muuttuvat kulut	7 920		Koneet ja laitteet	5 000	25 %	1 250
Myyntikate	94 364	92,3	Kiinteistö	220 000	4 %	8 800
- henkilöstökulut	22 000				0 %	0
Palkkakate	72 364	70,7	Käyttöpääoma		0 %	0
- kiinteät kulut	27 050		pohjakassa	2 000	yht	10 050
Käyttökate	45 314	44,3	alkuvarasto	3 000		
- poisto	10 050					
Liiketulos	35 264	34,5	Lainanlyhennykset			
Korkokulut	10 000		pankkilaina lyh.	10 000		
Tulos ennen veroja	25 264	24,7	<b>Rahan tarve</b>			
Välittömät verot 20%	5 053		<b>yht</b>	<b>240 000</b>		
Nettotulos	20 211	19,8				

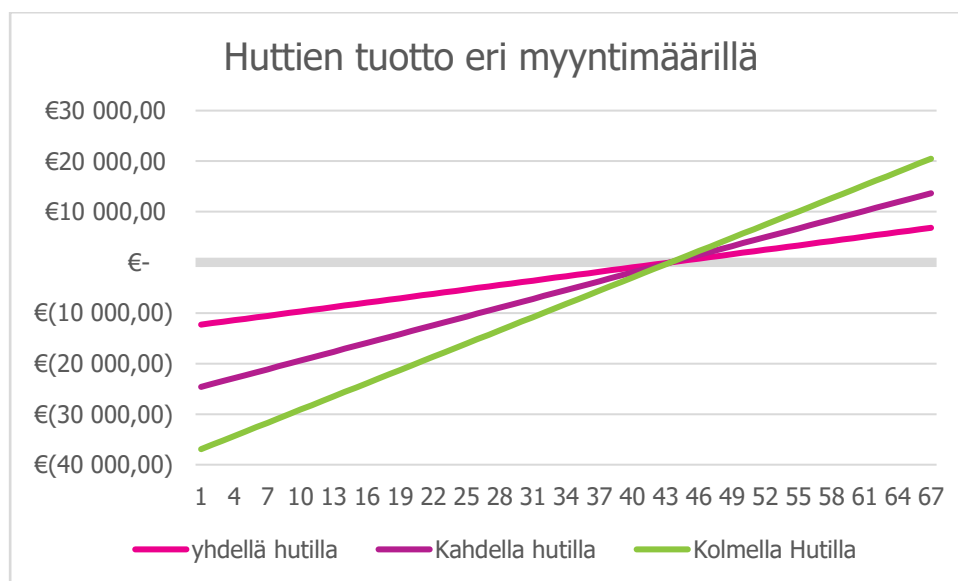
Rahan lähteet			
		korko	lyhen- nys/v
Oma sijoitus	25 000	5 %	20
Pankkilaina	200 000	10 000	10 000
Avustus	15 000		
nettotu- los+poistot=	Rahoitustulos	30 261	
	<b>Rahan lähteet</b>		
	<b>yht</b>	<b>270 261</b>	
	Yli/alijäämä	30 261	

Moni rahoitustaho kuten pankit, ELY-keskus ja Finnvera vaativat suunnitelmia rahoitusta vastaan. Ja heille yleensä pitää lähettää tulossuunnitelma eli T2 lomake. Löydät sen liitteistä (Liite 2). Palkkaa maksetaan vuoden aikana 22 000 €. Toiminta jäisi tällöin plussalle yli 20 000 €. Ennuste kohdassa 1 olen ajatellut, että liiketoiminnan tuotot kasvavat 5 %, kuten myös aine- ja tarvikkäkäyttö. Palkkaa

nostetaan 1000 € enemmän, muut kulut pysyvät samana. Tällöin tulos kasvaa lähes 4000 €. Seuraavaan ennusteeseen olen laskenut samalla tavalla, lisäksi muut kulut nousevat myös. Ennuste 3 kohdassa tuottojen on arveltu kasvavan hieman enemmän.

#### 5.5.4 Majoitteiden määrä ja tuotto

Käytän tässä työssä majoituksen rakennuskustannuksen hintana AuroraHut Oy:n nettisivuilta löytyviä hintoja. Aurora Hut on tyylikäs lasikattoinen majoitusyksikkö, jossa löytyy talvelle myös lämmitys. Ne on mahdollista laittaa järvelle kellumaan, sekä varustaa moottorilla, jolloin niillä voi myös liikkua vesillä. Hinta opinnäytetyön tekemisen aikana oli alkaen 49500 € tai 60kk leasing sopimuksella 891 €/kk. (Aurora Hut Yrittäjälle 2022) Nämä hinnat ovat perusvarustuksella, eli todennäköisesti lopullinen hinta on hieman korkeampi.



KUVA 7. Aurora huttien tuotto, huttien määrän mukaan eri käyttöasteilla.

Aurora hutit ovat sisältä tyylikkäitä ja niissä yöpyminen on usein melko arvokasta, jos vertaa tavalliseen hotellihuoneeseen. Yllä kuvassa 7 on laskelmia, joista selviää huttien tuotto eri myyntimäärillä. Laskelmassa on laskettu yöpymisen hinnaksi 300 € ja ainekulut 10 €. Näissä laskelmissa on lisätty 1050 € kuukaudessa leasing kuluja jokaiselle hutille, jotta selviää, olisiko leasing kannattavaa. Jos hutteja onnistutaan myymään 44 päivää vuodessa, jäädään laskelmien mukaan voitolle. Mitä useampi hutti, sitä isompi voitto tai sitä suurempi tappio. Siksi olisikin hyvä kokeilla aluksi pienellä määrällä hutteja, etenkin jos suunniteltu oma työpanos ei alkuun ole kovin suuri. Näin voidaan myös minimoida riskejä.

TAULUKKO 4. Huttien käyttöastelaskelmat, leasing kulut huomioituna.

Mahdollinen Huttien määrän arvioitu vaikutus käyttöasteeseen.						
Huttien lukumäärä						
	1	2	3	4	5	6
Käyttöaste	24 %	25 %	26 %	25 %	22 %	20 %
Leasing vuodessa	-12600	-25200	-37800	-50400	-63000	-75600
Saatu tulo	23760	49500	77220	99000	108900	118800
Kulut/majoitus	-792	-1650	-2574	-3300	-3630	-3960
Tuotto	10368	22650	36846	45300	42270	39240

Kuvassa 7 huttien käyttöaste on sama riippumatta huttien määrästä. Aluksi onkin syytä miettiä tarkkaan, montako näitä on tarpeen alussa olla. Jos hutteja on liian vähän, kaveriporukat eivät välttämättä mahdu majoittumaan niissä yhtä aikaa. Tällöin menetetään potentiaalisia asiakkaita. Jos alkuun hommataan liian monta huttia, käyttöaste voi jäädä liian pieneksi, jolloin yritystoiminta ei ole kannattavaa. Taulukossa 4 on arvioitu huttien käyttöastetta ja laskettu sen mukaan huttien tuotto. Majoituksen hinta on näissäkin laskelmissa 300 €, sivukulujen ollessa 10 €. Tässä laskelmassa on kuluihin lisätty leasing 1050 € kuukaudessa, jotta selviää mahdollisen leasingin kannattavuus. Majoitusta on mahdollista varata 330 päivänä vuorokaudessa. Taulukossa 4 olen laskenut myös eri käyttöasteilla saatavat tulot. Olen arvioinut, että yhdellä hutilla käyttöaste olisi 24 % ja käyttöaste hie- man kasvaisi kolmeen huttiin asti. Neljästä hutista eteenpäin arvioin käyttöasteen lähtevän laskuun. Olen tämän taulukon perusteella aiemmissa laskelmissa päätenyt käyttämään neljää huttia, jotka hankitaan leasingin sijaan lainarahalla.

## 6 POHDINTA

Itselleni tärkeä asia suunnitellessa majoituspalveluita on vastuullisuus ja ekologisuus. On ollut ilo huomata, että vastuullisuus ja ekologisuus on muodostumassa pikkuhiljaa kansainvälisen matkailun megatrendiksi (Kv-matkailu tulevaisuuden trendit. 2021, 2). Olen havainnut, että etenkin isommat majoituslaitokset eivät ole toimissaan ainakaan näkyvästi vastuullisia tai ekologiaa. Esimerkkinä tiedän yhden kylpylähotellin, jossa ei kerätä asiakkaiden ruokatähteitä biojäteastiaan, vaan ne laitetaan energijätteeseen. Yksi mahdollinen syy miksi isommat majoituslaitokset eivät ryhdy niin nopeasti vastuullisiksi ovat aloituskustannukset. Jos esimerkiksi käsisaippua muuttuu yhtäkkiä tuplasti kalliimmaksi ja kerralla pitäisi hankkia 1000 uutta käsisaippua, kynnys hankinnan toteuttamiseen kasvaa. Pienemmällä yrityksellä kertakustannus ei ole niin suuri ja kynnys tähän toimeen on pienempi. On kuitenkin hyvä ottaa huomioon ekologisuus ja vastuullisuus heti uutta yritystä aloittaessa, ja suunnitella toiminta alusta alkaen näiden arvojen mukaiseksi.

Tätä työtä tehdessä opin paljon rahoituslaskelmien teosta ja summien pyörittely Excel taulukossa oli mielestäni mukavaa. Avustusten mahdollisuuksien monimuotoisuus tuli itselleni täysin yllätyksenä. Monesti matkaillessa näkee kylttejä, että jotain on tehty hankerahoituksella, mutta en ollut tietoinen siitä, miten monelta taholta Suomestakin niitä voi hakea.

Tilastotietoa matkailusta löytyy erittäin paljon, onkin syytä olla tarkkana mitä tietoja omiin tarkoituksiin käyttää. Kotimaan matka ja kotimaan yöpyminen kuulostaa samalta asialta, mutta luvut kertovat aivan toista. Kotimaan matka sisältää yöpymisen, mutta yöpyminen tarkoittaa yhtä yötä majoitusliik-  
keessä. (Stat.fi käsitteet 2023)

Jos ryhdyn itse maaseutumatkailuyrittäjäksi lähitulevaisuudessa, suunnittelen sen heti vastuulliseksi ja ekologiseksi, sillä asiakkaat arvostavat näitä ominaisuuksia valitessaan yritystä. Jotkin asiakasryh-  
mät saattavat jopa tehdä ostopäätöksensä pelkästään näiden ominaisuuksien perusteella. Kun oikeat toimitilat löytyvät, määräytyvät muut toimet niiden mukaan. Kokous- ja juhlatila on aina hyvä lisä matkailuyritykselle ja ravintolapalvelut tukevat majoitustoimintaa. Tähän kaikkeen löytyy itseltäni osaamista, joten on mahdollista työllistää itseni yrittäjänä tulevaisuudessa kokonaan. Nämä lisätoimet ovat myös yksi keino luoda kilpailuetua muihin toimijoihin. Tässä työssä laskelmat on tehty Aurora Hut majoitteilla, jotka tuovat luksuksen ja luonnon lähelle majoittujaa. Tämäkin on yksi kilpailu-  
valtti millä voi erottua muista alan yrityksistä.

Hinnoittelu on syytä miettiä tarkkaan. Tässä työssä hinta on laitettu tarkoituksella melko korkeaksi, jolloin käyttöaste on pienempi. Jos yön hintaa tiputtaa esim. 100 € / yö niin yhdellä iglulla pitäisi myydä vain 67 yötä, jotta päästään samaan tulokseen kuin kalliimmalla hinnalla myydessä. Eli pitäisi myydä vain 23 yötä enemmän.

Myytävän tuotteen tavoite on olla selkeästi muusta erottuva ja Pohjois-Savossa on toistaiseksi lasi-  
igluja vähän tarjolla. Tuotteen ollessa harvinaisempi ja laadukas, voi hinnoittelussa käyttää markki-

nalähtöistä hinnoittelua, jolloin saadaan parempi kate tuotteelle. Myytävässä palvelussa on hyvä ottaa myös huomioon matkailun megatrendit, jotta tuote on houkuttelevampi ja myy paremmin. Näitä trendejä on syytä myös korostaa tuotteen markkinoinnissa.

Suomen matkailua kehittävä ja alan yrityksiä tukeva Visit Finland on tutkinut matkailun signaaleja. Visit Finlandin ennakointitiimi yhdessä kansainvälisen verkoston kanssa on tehnyt havainnon voimakkaimmista signaaleista, eli matkailun megatrendeistä. Top 3 matkailun megatrendit:

1. Digitalisaatio & Teknologia
2. Kestävä matkailu
3. luonto- ja outdoors-matkailu

Digitaalisten palveluiden kehityksessä on kyse asiakaskeskeisyydestä. Ne auttavat matkailijoita saavuttamaan haluamansa, kuten ostamaan palveluita, hankkimaan tietoa tai kokemaan elämyksiä. Tulevaisuudessa näiltä palveluilta odotetaan enemmän räätälöitävyyttä, automatisaatiota, yksilöllisyyttä ja älykkyyttä. (Visit Finland 2021)

Tämän opinnäytetyön menetelmien ja tutkimustietojen perusteella oli helppoa kehittää liiketoimintasuunnitelma. Internetistä löytyy paljon hyviä pohjia liiketoimintasuunnitelmalle. Päädyin itse käyttämään YritysEspoon valmista pohjaa. Liiketoimintasuunnitelma löytyy työn liitteenä (Liite 1).

## LÄHTEET

- Aurora Hut yrittäjälle 2022. <https://aurorahut.com/aurorahut-yrittajalle/>. Viitattu 3.12.2022
- Elinympäristön tietopalvelu liiteri - Suomen ympäristökeskus SYKE. <https://liiteri.ymparisto.fi/2.11.2021> Viitattu 2.11.2021
- Hesso, Johannes 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma.
- Holopainen, Tuulikki 2021. Yrityksen perustamisopas: käytännön perustamistoimet
- Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J. & Niskanen, M. 2021. Laskentatoimi. 7. uudistettu painos. Edita. Helsinki. viitattu: 15.10.2023
- Kv-matkailu tulevaisuuden trendit 2021. <https://www.businessfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/kansainvalisen-matkailun-tulevaisuuden-trendit-2022-visit-finland.pdf>. Viitattu 4.12.2022
- Lassila, Hilikka 2005. Matkailutilan sukupolvenvaihdos talonpoikaisten arvojen ohjaamana prosessina. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13216/951392260X.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Viitattu 18.1.2021.
- Maaseudun tulevaisuus 2020 <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/i ihmiset-kulttuuri/artikkeli-1.1233776> Viitattu 16.11.2020
- Maaseutupolitiikka 2021. Maa- ja metsätalousministeriö - Ajassa uudistuva maaseutu: Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2021–2027 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-382-4> Viitattu 1.11.2021
- Omayrityssuomi 2023. <https://www.suomi.fi/palvelut/verkkosiointi/oma-yritys-suomi-ely-keskusten-seka-te-toimistojen-kehittamis-ja-hallintokeskus/d42a59d4-d9e9-4e7c-99b9-4b56a04a001c> Viitattu 18.5.2023
- Pesonen I, Siltanen, T. & Hokkanen, T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. 3. uud. p. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Saarinen, Jarkko 2004. Maaseutu tietotaloudessa-Innovaationäkökulma kaupungin ja maaseudun vuorovaikutuksessa. [http://www.mua.profiili.fi/SIRA\\_Files/downloads/Arkisto/MUA\\_lehti/2004/3\\_04\\_saarinen.pdf](http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Arkisto/MUA_lehti/2004/3_04_saarinen.pdf).2021 Viitattu 2.11.2021
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Suomalaisten matkailu. ISSN=1798-8837. [http://www.stat.fi/til/smat/2021/14/smat\\_2021\\_14\\_2021-10-21\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/smat/2021/14/smat_2021_14_2021-10-21_tie_001_fi.html) Viitattu 1.12.2021
- Selander K., Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja Kannattavuus matkailu- ja ravitsemisala
- Stat.fi käsitteet 2023. Verkkosivu <https://www.stat.fi/meta/kas/index.html> Viitattu 19.10.2023

STT info 2023. Ifin tutkimus: Yllättävän moni suomalainen yhdistää etätyöt ja vapaa-ajan matkan 2023, verkkojulkaisu <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69987268/ifin-tutkimus:-yllattavan-moni-suomalainen-yhdistaa-etatyot-ja-vapaa-ajan-matkan?publisherId=69817318&lang=fi> Viitattu 18.10.2023

TEM 2023 Työ- ja Elinkeinoministeriö 2023. <https://tem.fi/starttiraha> Viitattu 20.05.2023

Tilastokeskus 2003. Mikä on maaseutu? Tilastokeskus - Tietoaika - Mikä on maaseutua? [https://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_03\\_03\\_tyovoima\\_laatikko.html](https://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_03_03_tyovoima_laatikko.html) Viitattu 19.10.2021

(Suomen virallinen tilasto (SVT)) Suomalaisten matkailu. Kuva 2. Yöpymisen sisältäneet kotimaanmatkat kuukausittain 2019–2021 elokuu Kuva 3. Kotimaan yöpymisten määrä vuosina 2012-2019 Kuva 4 Yöpymisten sisältäneet kotimaanmatkat ja yöpymisten määrä. <https://stat.fi/tilasto/smat/index.html> Viitattu 20.10.2023

Tuohino, Anja 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet [https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen\\_avaink%C3%83%C2%A4sitteet\\_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen_avaink%C3%83%C2%A4sitteet_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y) Viitattu 19.10.2021

Uusyrityskeskus 2021 Perustamisopas aloittelevalle yrittäjälle 2021. [https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2021/03/Perustamisopas\\_2021\\_uusi.pdf](https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2021/03/Perustamisopas_2021_uusi.pdf) Viitattu 18.10.2021

Viitala, R. & Jylhä, E. 2014: Liiketoimintaosaaminen, menestyvän yritystoiminnan perustaminen. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Virtanen, Pellikka 2021 Uuden liiketoiminnan kehittäminen ja kaupallistaminen <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2021080442062> Viitattu 19.10.2021

Visit Finland 2021. Kansainvälisen matkailun tulevaisuuden trendit 2022 <https://www.visitfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/kansainvalisen-matkailun-tulevaisuuden-trendit-2022-visit-finland.pdf> Viitattu 20.10.2023

Visit Finland 2023. Tunnista kohderyhmäsi, asiakkaasi ja vahvuutesi <https://www.visitfinland.fi/4adb6a/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/tunnista-kohderyhmasi-asiakkaasi-ja-vahvuutesi.pdf> Viitattu 18.10.2023

Yrityksen-perustaminen.net 2023a. <https://yrityksen-perustaminen.net/yritysmuodot/> Viitattu 15.10.2023

Yrityksen-perustaminen.net 2023b. <https://yrityksen-perustaminen.net/rahoitus/> Viitattu 15.10.2023

Yrityksen-perustaminen.net 2023c. <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/#visio> Viitattu 15.10.2023

## LIITE 1: LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

## LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

- Yrityksen (työ)nimi: Rantapaikka

## TAUSTATIEDOT

Yrityksen perus- ja yhteystiedot

Toimiala: Majoitus

Yrityksen (suunniteltu) nimi: -

Yhtiömuoto: Tmi

Osoite: -

Postinumero: -

Postitoimipaikka: -

Yrityksen perustamisvuosi: -

Henkilöstömäärä: 1-2

Internet-osoite: -

Y-tunnus: -

Yrityksen omistajat ja omistusosuudet prosentteina: Pasi Ranta 100%

## 1. 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. Ytimekäs, selkokielineen ja täsmällinen kuvaus.*

Liikeidea on tarjota elämyksellistä majoitustoimintaa oheispalveluineen (ruokailu, sauna, puoti, tilavuokra, kokouspalvelut ja ohjelmapalvelut). Tavoitteena on saada asiakkaalle laadukas majoituskokemus, joka toteutetaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti.

Toimipaikkana pohjois-Savossa sijaitseva maalaisympäristö oman asuinpaikan läheisyydessä, jotta asiakaspalvelun tarpeeseen vastaaminen olisi mahdollisimman välitöntä.

Pääasiakas segmentti on yksin matkustajat ja pienet ryhmät. Jakelukanavina omat sivut ja isot kansainväliset jakelukanavat (Esimerkiksi Booking.com). Pääasiassa kotimaan matkajat, mutta myös englanninkielisellä markkinoinnilla tavoitellaan kansainvälisiä vieraita.

Majoituksen lisäksi tarjolla lisämaksusta aamiaista ja muita ruokia. Yksi mahdollinen tulevaisuuden yritystoiminnan laajennus mahdollisuus on ravintola toiminta. Muita mahdollisia laajennus mahdollisuuksia on verkkokauppa ja puoti, jossa myydään itsetehtyjä tai lähellä tuotettuja tuotteita, kuten ruoka, käsityöt, tai jonkun spesifin alan tuotteiden myynti (panimo- ja pizza tarvikkeet). Myytävät tuotteet olisivat sen hetken trendien mukaiset, kuten tämän kirjoitus hetkellä moni suomalainen on kiinnostunut paremman pizzan valmistuksesta. Myös pienpanimon perustaminen olisi yksi tapa laajentaa toimintaa, jos toimitilat taipuvat sellaiseen.

Aluksi yritystä on tarkoitus pyörittää päivätyön ohella ja jos näyttää, että tulot riittävät lähes toimeentuloon on mahdollista vähentää päivätyö tunteja tai lopettaa kokonaan ja laajentaa yritystoimintaa ravintolalla, pienpanimolla tai puodilla/verkkokaupalla. Ravintolan suosiota on mahdollista kokeilla järjestämällä popup-tapahtumia, joissa voi paistaa esimerkiksi pizzeriaa. Samalla tuodaan tunnetuksi ravintolan osaaminen ja saadaan asiakaspohjaa.

## 2. 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 yrittäjäkokeemusta tai oletko suorittanut yrittäjyyskoulutuksen?*

Kahden yrittäjän poikana yrittäminen tullut erittäin tutuksi. Myös edelliset opinnot Jyväskylän ammatti-korkeakoulussa Tiimiakatemiassa ovat tuoneet valmiutta toimia yrittäjänä. Olen toiminut nykyisessä työssäni johtajan sijaisena hänen ollessaan lomalla.

Majoitusala on tullut tutuksi myös asiakkaan ja tilaajan näkökulmasta. 13 vuotta olen kiertänyt ympäri Eurooppaa erilaisissa majoituksissa ryhmien kanssa. Olen myös myynyt matkapaketteja, jotka sisältävät majoituksen. Tämä osaaminen on vahvistunut myös vastaanotto virkailijan työllä, jota teen satunnaisesti Kylpylähotelli Kunnonpaikassa.

Omiin harrastuksiini on kuulunut jo pitkään matkailu, sekä ruokakulttuuri. Nämä vahvistavat näkemystäni majoitusliikkeen palveluiden tuottamisesta. Koronan myötä vapaa-ajan lisääntyttyä olen monen muun suomalaisen tavoin ryhtynyt tutkimaan oluen panemisen saloja ja tehnyt pieniä eriä erikoisolutia. Viimeimpänä perehtymisen aiheenani on ollut pizzan valmistaminen.

### 3. SWOT-ANALYYSI

*SWOT-analyysissä voit tarkastella yritystoimintasi menestystekijöitä ja riskejä.*

<p><b>Yrittäjän vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mitä osaamista sinulla on</li> <li>- missä olet hyvä</li>   <li>- Hyvät kontaktit ja tukiverkostot</li> <li>- Opintoja ja kokemusta yrittämisestä</li> <li>- Omien kiinnostusten kohteiden myynti</li> <li>- Hygienia ja anniskelupassi</li> <li>- Kielitaito hyvä (Englanti, ruotsi ja alkeita useista kielistä)</li> </ul>	<p><b>Yrittäjän heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Puuttuuko sinulta jotain taitoja, jotka olisivat yrittämisen kannalta oleellisia</li> <li>- Miten heikkouksia voisi korvata</li> <li>- Luvat, kielitaito, mitä muuta</li>   <li>- Ei ole ollut omaa yritystä (poislukien opiskelija yritys tiimiakatemiassa)</li> <li>- Uskallus</li> <li>- Nuoria lapsia perheessä, joille pitää antaa myös aikaa</li> </ul>
<p><b>Markkinoiden mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miten markkina on muuttumassa, minkä ongelman uusi yrityksesi ratkaisee</li> <li>- Miksi asiakkaat olisivat valmiita ostamaan palvelua nimenomaan sinulta</li>   <li>- Lähimatkailun suosion kasvu</li> <li>- Vastuullisen matkailun suosion kasvu</li> <li>- Yritystoiminnan laajentuminen ja sen suosion hyödyntäminen muissa yrityksen toiminnoissa. Esimerkiksi pizzeria ravintola tai pienpanimo</li> <li>- Ekologinen matkailu</li> </ul>	<p><b>Markkinoiden uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miksi yritys ei menestyisi</li> <li>- Mitä sellaista yllättävää voisi tapahtua, ettei tämä toimisi</li>   <li>- Toimitilat tulevat olemaan todennäköisesti maaseudulla, jollain vanhalla maatilalla. Yllättäviä kustannuksia voi syntyä tarvittavista korjaustoimista</li> <li>- Pandemia ja rajoitukset</li> <li>- Keskittyminen väärin asioihin</li> <li>- Sota</li> <li>- Energia--kriisi</li> </ul>

## 4. TUOTTEET JA PALVELUT

*Kuvaile yleisesti, mitä tuotteita tai palveluja tarjoat.*

## Tuotteet ja palvelut

*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.*

<p>Tuote/palvelu 1:</p> <p>Majoitus Ekologisessa mökissä</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Majoitustarpeen täyttäminen vastuullisesti ja elämyksellisesti</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Ekologisuus, vastuullisuus ja elämyksellisyys, luonto</p>

<p>Tuote/palvelu 2:</p> <p>Ruokapalvelut, aamupala</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Maha tulee täyteen ja hyvä mieli hyvästä ruuasta</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Maku, lähiruoka</p>

<p>Tuote/palvelu 3:</p> <p>Kokouspalvelu/tilavuokra</p>
---

<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Kokouspalvelut/tilavuokra hienossa ympäristössä.</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Miljöö, oheispalvelut</p>

<p>Tuote/palvelu 4:</p> <p>Vuokraväline palvelut</p>
<p>Tuotteen/palvelun hyöty asiakkaalle:</p> <p>Lisää sisältöä lomaan (esim. Sup-lauta, kanootti/kajakki, mönkijä, moottorikelkka, soutuvene)</p>
<p>Kilpailuetu:</p> <p>Mahdollisesti alueella ei muita toimijoita</p>

## 5. KENELLE JA MIKSI?

*Kuka on asiakas? Onko kyseessä kuluttajille (B2C) vai yrityksille (B2B) suunnattu palvelu? Miten tavoitat asiakkaat ja millainen olisi ihanneasiakas?*

<p><b>Asiakkaat</b></p> <p>Pääsääntöisesti B2C, mutta myös yrityksille kannattaa tarjota virkistymis ja kokouspalveluita, koska silloin saadaan myytyä kerralla enemmän palveluita. Yhdistyksille voi tarjota kokouspalveluita ja virkistyspalveluita.</p>
<p><b>Asiakkaiden ostomotiivit</b></p> <p>Ekologisuus, laatu, erilaisuus ja elämys</p>

**Asiakkaiden ostokriteerit**

Hinta, vastuullisuus ja suositukset

**Asiakasriskit**

Asiakasryhmä, joka ei ota palveluita, koska luulevat, että hinta on kalliimpi, koska palvelut ovat ekologisia ja vastuullisia. Siksi etsivät jonkun hieman edullisemmän ja luulevat sisällön olevan parempi, koska ei tarvitse maksaa lisää ekologisuudesta tai vastuullisuudesta.

**6. 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 jakelukanavien kautta, joita alkuun ovat ainakin omat verkkosivut ja booking.com. Booking.com ottaa komission myynnistä, mutta se tavoittaa suuren määrän potentiaalisia asiakkaita, jolloin saadaan mahdollisimman hyvä varausaste vuokrattaville mökeille. Markkinatutkimus tehdään ennen toiminnan käynnistämistä, jotta saadaan hintataso sellaiselle tasolle, että majoituksen tarvitsijat eivät kaihda paikkaa hinnan takia. Toki hieman korkeampi hintataso voi olla kuin muilla, koska majoitusvaihtoehdoksi tarjotaan vain ekologisia mahdollisimman hiilineutraaleja vaihtoehtoja.

Markkinoinnissa käytetään hyväksi somea ja googlen maksullisia mainoksia. Alkuun mahdollisimman paljon näkyvyyttä joka kanavaan ja kun alkuhuomio on saatu, niin keskitytään someen. Mahdollisesti myös tarjotaan ilmaisia majoituksia bloggareille ja tubettajille ym. vastaaville. Lähellä olevat asukkaat ovat myös potentiaalisia asiakkaita, koska varmasti uusi yritys kiinnostaa lähellä asuvia, joten flyereita kannattaa laittaa läheisten kauppojen ilmoitustauluille, sekä lyhty-

pylväisiin. Kotisivut teen alkuun itse, koska osaamista löytyy. Yritystoiminnan laajentuessa mahdollisesti käytetään ulkopuolisen palveluja, kun tarvitaan monia eri toimintoja nettisivuilta. Markkinointimateriaalit syntyvät myös omasta toimesta.

Yrityksen imago pyritään tekemään laadukkaaksi ja maanläheiseksi. Tarjotaan vastuullista majoitusta, sekä elämyksiä luonnon rauhassa.

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

- Ei juurikaan myytäviä tuotteita. Jotain lähituottajien hyvin säilyviä tuotteita voi olla myynnissä. Nämä voi hakea itse omalla autolla tai moni tuo myyntiin tuotteitansa.

### Jakelutieverkosto

**Markkinoille meno ja jakeluverkosto.**

Nettisivut, booking.com, sosiaalinen media.

**Kohdemarkkina ja kohderyhmät**

Kaveriporukat, perheet, pienet ryhmät, elämyksen hakijat, yhdistykset.

## 7. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

*Toiminta-alue***Kilpailijat. Ketkä ovat kilpailijoita?**

Muut maatilamatkailu yritykset, joita on jo monia. Myös isojen kaupunkien ja kylien majoituspalvelut vaikuttavat kysyntään.

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

Ekologisuus, vastuullisuus ja ennen kaikkea sijainti. Yksi mahdollinen alue missä voisi olla potentiaalia olisi Lapinlahden Alapitkä. Se on pieni kylä Kuopion ja Iisalmen välissä. Alueella on jo monta pientä majoitustoimintaa sisältävää yritystä, mutta ne ovat melko kaukana alueen päätien 5-tien varrelta.

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

Mahdollisesti Catering yritykset, siivouspalvelut ja kyläyhdistys, jos halutaan ulkoistaa osa toiminnoista.

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

Pandemiat voi tuoda rajoituksia, mutta esimerkiksi koronan vaikutus ei ole näyttänyt huonontavan pieniä maaseutumatkailu yrityksiä vaan pikemminkin päinvastoin. Energiakriisi voi nostaa energian hintoja huomattavasti. Tällä hetkellä näyttää myös, että vastuullisen matkailun megatrendi ei ole hiipumassa. Riskinä on, jos toimitilat ovat vanhassa maatilassa, yllättävät suuret korjaustyöt.

## 8. VISIO

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

Tavoitteena saada alkuun pieni vakiintunut lisätienesti. Muutaman vuoden jälkeen on hyvä harkita olisiko joku suunnitelluista yritystoiminnan laajennuksista mahdollista järjestää. Tavoitteena on saada toimeentulo omasta yrityksestä tulevaisuudessa.

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

Digitaalisuus on valtaamassa myös matkailualaa, joten kannattaa pysyä mukana kehityksen kelkassa. Moni matkailuyritys on jo kokeillut AR-toimintaa ja pitää selvittää onko tämä tuonut hyötyä yrityksille. Matkailuala on myös ollut koko ajan kasvava ala, joten tulevaisuuden näkymät ovat hyvät.

## 9. MUUTA HUOMIOITAVAA

**Luvat ja ilmoitukset**

Matkustajailmoitukset, ilmoitus terveydensuojeluviranomaiselle, Palvelukohteen opastelupahakemus, rakennuslupa ja poistumisturvallisuusselvitys.

**Vakuutukset ja sopimukset**

Vastuuvakutus.

**Immateriaalioikeudet**

Alkuun ei, mutta laajentuessa varmasti tarvitaan.

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

Yritysneuvoja/tilitoimisto yrittäjä Äiti. Ravintola Mestareiden toimitusjohtaja. Ja tärkeimpänä vaimo.

## 10. 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.*

Kyseessä on siis maatilamatkailuyritys, jossa pienimuotoista majoitustoimintaa aluksi. Kaikki konkretisoi-tuu, kun oikeat tilat tulevat vastaan. Nimeksi tulee todennäköisesti joku paikkaan, esim. Tontin tai alueeseen viittaava nimi. Yritysmuoto todennäköisesti tmi, ellei löydy toista osakasta, jolloin tehdään suoraan Oy. Domain varataan heti kun yrityksen nimi selkiytyy. Työntekijöitä ei tarvita ainakaan muutamaan vuoteen. Vakuutusten kustannukset eivät ole vielä tiedossa. Kirjanpidon teen itse.

Alkuun tarvitaan 200 000 € investointeihin, jotta saadaan tarvittavat majoitustilat rakennettua (muutama mökki). Av laitteita löytyy omasta takaa, jotka voin lahjoittaa yrityksen käyttöön. Alkuun ei ole tavoitteena saada koko toimeentuloa yritystoiminnasta, jolloin yritystoiminnan saaminen kannattavaksi on suhteellisen nopeaa (vuosi).

## LIITE 2: T2 LOMAKE

YRITYSTUTKIMUS-  
NEUVOTTELU-  
KUNTATULOS-  
SUUNNI-  
TELMA

T2

Päivämäärä

18.10.2023

Sähköposti-  
osoiteLaa-  
tijaPuhelin-  
numero

Yritys

Rantapaikka		Pasi	
-------------	--	------	--

	Toteutu- nut til- kausi	Ennuste 1		Ennuste 2		Ennuste 3			
		/	%	/	%	/	%		
1	102 284		107 398,2		112 768,1		118 407,0		
2	Liiketoiminnan muut tuotot +								
<b>3</b>	<b>LIIKETOIMINNAN TUOTOT YHTEENSÄ =</b>	<b>102 284</b>	100,0	<b>107 398,2</b>	100,0	<b>112 768,1</b>	100,0	<b>118 407,0</b>	100,0
4	Aine- ja tarvikkeikäyttö -	7 920	7,7	8 316,0	7,7	<b>8 731,8</b>	7,7	9 168,0	7,7
5	Ulkopuoliset palvelut -								
6	Henkilöstökulut -	22 000	21,5	23 000,0	21,4	<b>24 000,0</b>	21,3	25 000,0	21,1
7	Liiketoiminnan muut kulut -	27 050	26,4	27 500,0	25,6	<b>28 050,0</b>	24,9	30 000,0	25,3
8	Valmisteveraston li- säys/vähennys +/-								
<b>9</b>	<b>KÄYTTÖKATE =</b>	<b>45 314</b>	44,3	<b>48 582,2</b>	45,2	<b>51 986,3</b>	46,1	<b>54 239,0</b>	45,8
10	Suunnitelman mu- kaiset poistot -	10 050	9,8	9 385,0	8,7	8 813,0	7,8	8 313,0	7,0
<b>11</b>	<b>LIIKETULOS =</b>	<b>35 264</b>	34,5	<b>39 197,2</b>	36,5	<b>43 173,3</b>	38,3	<b>45 926,0</b>	38,8
12	Tuotot osuuksista ja muista sijoituksista +								
13	Muut korko- ja rahoi- tustuotot +								
14	Korkokulut ja muut rahoituskulut -	10 000	9,8	9 000,0	8,4	8 000,0	7,1	7 000,0	5,9
15	Välittömät verot -	5 053	4,9	6 039,0	5,6	7 034,0	6,2	7 785,0	6,6
<b>16</b>	<b>NETTOTULOS =</b>	<b>20 211</b>	19,8	<b>24 158,2</b>	22,5	<b>28 139,3</b>	25,0	<b>31 141,0</b>	26,3
17	Satunnaiset tuotot +								
18	Satunnaiset kulut -								
<b>19</b>	<b>KOKONAISTULOS =</b>	<b>20 211</b>	19,8	<b>24 158,2</b>	22,5	<b>28 139,3</b>	25,0	<b>31 141,0</b>	26,3
20	HENKILÖSTÖ KES- KIMÄÄRIN	1		1		1		1	