

Liiketoimintasuunnitelma

Yritys X Oy

LAB-ammattikorkeakoulu

Tradenomi (AMK)

2024, syksy

Ville Norppa

Tiivistelmä

Tekijä	Julkaisun laji	Valmistumisaika
Ville Norppa	Opinnäytetyö, AMK	2024
	Sivumäärä	
	27	
Työn nimi		
Liiketoimintasuunnitelma		
Yritys X Oy		
Tutkinto ja koulutusala		
Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja)		
Yritys X Oy		
Tiivistelmä		
<p>Opinnäytetyössä laadittiin liiketoimintasuunnitelma perustettavalle Yritys X Oy:lle, jonka toiminta keskittyy ensiapukurssien ja ensiapuvälineiden myyntiin Pyhätunturin alueen matkailualan yrityksille. Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa liiketoimintamahdollisuuksia ja luoda vankka suunnitelma yrityksen menestymiselle. Työssä tutkittiin markkina-aluetta, arvioitiin potentiaalisten asiakkaiden määrää ja analysoitiin yhteiskunnallisia tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan PESTEL-analyysin avulla. Teoriaosuudessa perehdyttiin liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman laatimiseen tarvittaviin menetelmiin sekä käytettiin PESTEL-, Porterin viiden kilpailuvoiman mallia ja SWOT-analyysia syvällisen liiketoimintakuvan saamiseksi. Tutkimuksen tulokset osoittivat, että Yritys X Oy:lla on hyvät edellytykset kannattavaan toimintaan alueellaan.</p>		
Asiasanat		
Liiketoimintasuunnitelma, SWOT-analyysi		

Abstract

Author(s)	Type of Publication	Published
Ville Norppa	Thesis, UAS	2024
	Number of Pages	
	27	
Title of Publication		
Business Plan		
Yrityks X Oy		
Degree, Field of Study		
Degree Programme in Business Administration		
Organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party)		
Yrityks X Oy		
Abstract		
<p>This thesis developed a business plan for the soon-to-be-established company, Yrityks X Oy, which will focus on providing first aid courses and selling first aid supplies to tourism companies in the Pyhätunturi area. The aim of the thesis was to explore business opportunities and create a robust plan for the company's success. The study examined the market area, assessed the number of potential customers, and analyzed societal factors that could impact the business using a PESTEL analysis. The theoretical part delved into the methods required for creating a business idea and business plan, utilizing the PESTEL analysis, Porter's Five Forces model, and SWOT analysis to gain a comprehensive understanding of the business environment. The research results indicated that Yrityks X Oy has good prospects for profitable operations in its targeted region.</p>		
Keywords		
Business plan, SWOT-analysis		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Liiketoimintaidea	3
3	Ensiapu- ja turvallisuuskoulutusten tarve matkailualalla	5
4	Liiketoimintasuunnitelma.....	7
5	Liiketoimintasuunnitelman sisältö.....	9
5.1	SWOT-analyysi	10
5.2	Porterin viiden voiman analyysi	13
5.3	Pestel-analyysi	14
6	Menetelmät.....	16
7	Liiketoimintasuunnitelma Yritys X Oy:lle	18
7.1	Yritys X Oy:n SWOT-analyysi.....	20
7.2	Porterin viiden voiman analyysi Yritys X Oy:stä	22
7.3	Pestel-analyysi Yritys X Oy:lle	23
8	Yhteenveto ja pohdinta	26
	Lähteet	27

1 Johdanto

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö tuottaa liiketoimintasuunnitelman Yritys X Oy:lle, joka toimii opinnäytetyön tilaajana. Yritys X Oy on uusi, Itä-Lapissa toimiva yritys, joka keskittyy ensiapukoulutuksen ja -välineiden tarjoamiseen paikallisille yrityksille ja yksityishenkilöille. Yrityksen tavoitteena on parantaa alueen ensiapuvalmiuksia ja lisätä ensiaputaitojen osaamista erityisesti matkailualalla, joka on merkittävä elinkeino Itä-Lapissa. Matkailualueilla, joissa sesongit voivat olla lyhyitä ja henkilöstö vaihtuvaa, ensiapukoulutuksen merkitys korostuu, ja se tarjoaa asiakkaille lisäarvoa turvallisuuden takaamisessa.

Yritys X Oy:n liikeidea on kypsynyt päivätyön ohella, ja ideointia on tapahtunut erityisesti silloin, kun yrityksen perustaja oli kolme vuotta töissä matkailualalla. Tämä kokemus auttoi ymmärtämään matkailualan erityistarpeita ensiapukoulutuksessa ja välineistön saatavuudessa. Liikeidea pohjautuu siis käytännön kokemukseen ja alueen tarpeisiin, jotka ovat tulleet esiin omassa työssä ja havaintojen pohjalta.

Yritys X Oy:n kilpailutekijät perustuvat paikallisen asiakaskunnan tuntemukseen, joustaviin palveluratkaisuihin ja asiantuntevaan koulutustarjontaan. Yrityksen erityisosaaminen keskittyy ensiapukoulutukseen, jossa käytetään nykyaikaisia menetelmiä ja välineitä, jotka vastaavat alueen tarpeita ja olosuhteita. Kilpailijoihin verrattuna Yritys X Oy pystyy tarjoamaan räätälöityjä koulutuspaketteja erityisesti matkailualalle ja alueen muille pienille ja keskikokoisille yrityksille.

Yrityksen kilpailukykyä tukee myös se, että toiminta on sivutoimista. Tämä mahdollistaa kustannustehokkuuden ja joustavuuden, koska yritystoiminnan ei tarvitse kattaa suuria kiinteitä kuluja. Yritys X Oy voi näin tarjota asiakkailleen kilpailukykyiset hinnat ja erikoistuneita palveluja ilman suurta taloudellista painetta. Lisäksi koulutukset pidetään asiakkaiden omilla tiloilla, mikä minimoi matkakulut ja takaa palveluiden saavutettavuuden ja mukautettavuuden.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on laatia kattava liiketoimintasuunnitelma, joka luo perustan yrityksen toiminnalle ja kasvulle tulevaisuudessa. Taloudelliset laskelmat ovat kuitenkin jätetty pois, ja tämä opinnäytetyö keskittyy pelkästään kilpailukyvyn analyysiin eri menetelmillä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa keskitytään liiketoiminnan peruspilareihin, kuten liikeidean kehittämiseen, liiketoimintasuunnitelman laatimiseen sekä markkinoiden analysointiin. Erityisesti keskitytään kartoittamaan potentiaalisia asiakkaita ja kohderyhmiä ensiapukursseille. Näihin kohderyhmiin kuuluvat esimerkiksi paikalliset matkailuyritykset, luonto-oppaat, retkeilykeskukset sekä muut alueen toimijat, jotka hyötyisivät ensiapuosaamisesta osana

omaa palvelutarjontaansa. Lisäksi yritys suunnittelee myyvänsä ensiapuvälineitä, kuten ensiapupakkauksia, paine- ja kiristyssiteitä ja muita ensiapuvälineitä, joista on hyötyä asiakasyritysten päivittäisessä toiminnassa.

Opinnäytetyön tutkimusosassa käytetään Pestel-analyysia vertaamaan liiketoimintaa ja liikeideaa suhteessa laajempaan toimintaympäristöön ja sen muuttuviin tekijöihin. Soikkelin mukaan (Soikkeli, 2021) Pestel-analyysi käsittelee poliittisia, taloudellisia, sosiaalisia, teknologisia, ekologisia ja lainsäädännöllisiä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa Yritys X Oy:n toimintaan. Tällä tavoin yritys saa paremman käsityksen liiketoimintaympäristöstään ja siihen liittyvistä riskeistä ja mahdollisuuksista. Esimerkiksi ekologiset ja sosiaaliset trendit, kuten kestävän kehityksen painottaminen matkailualalla, voivat tarjota yritykselle mahdollisuuksia erikoistua vastuullisiin ja ympäristöystävällisiin ensiapuratkaisuihin.

Opinnäytetyön tavoitteena on mahdollistaa Yritys X Oy:lle selkeämpi ja tarkempi käsitys liiketoimintaympäristöstä sekä siitä, millaisia kilpailu- ja kasvumahdollisuuksia sillä on. Lisäksi tavoitteena on, että yritys pystyy liiketoimintasuunnitelman avulla kehittämään toimintaansa pitkäjänteisesti ja saavuttamaan taloudellisesti kannattavan liiketoimintamallin.

Yritys X Oy on perustettu vuonna 2024, ja sen kotipaikka on Itä-Lapissa, Pelkosenniellä. Yrityksen perustaja ja toimitusjohtaja on tällä hetkellä yrityksen ainoa työntekijä, mutta liiketoimintasuunnitelman tavoitteena on myös selvittää mahdollisuudet laajentaa toimintaa tulevaisuudessa ja palkata lisää henkilöstöä. Yrityksen kasvusuunnitelmiin kuuluu palvelutarjonnan laajentaminen Itä-Lapin alueella ja mahdollisesti myös naapurikuntiin sekä laajempaan matkailusektoriin koko Lapin alueella.

Yrityksen toiminta-alue kattaa tällä hetkellä Itä-Lapin viisi kuntaa: Pelkosenniemi, Kemijärvi, Posio, Salla ja Savukoski. Näillä alueilla toimii useita matkailualan yrityksiä, joista monet hyötyisivät laadukkaista ensiapukursseista ja välineistä. Näiden yritysten kanssa tehtävän yhteistyön avulla Yritys X Oy pyrkii luomaan pitkäaikaisia asiakassuhteita ja rakentamaan maineensa luotettavana ja ammattitaitoisena ensiapupalvelujen tarjoajana.

Yrityksen pääasialliset kohderyhmät ovat matkailualan yritykset, mutta myös muut alueen toimijat, kuten luonto-oppaat ja kunnalliset organisaatiot, voivat hyötyä sen palveluista.

Tämä opinnäytetyö tarjoaa Yritys X Oy:lle liiketoimintasuunnitelman, jonka avulla yritys voi kehittää toimintaansa ja vahvistaa asemaansa alueellisena toimijana.

2 Liiketoimintaidea

Yritys X Oy:n liikeidea perustuu ensiapukoulutusten ja ensiapuvälineiden tarjoamiseen erityisesti Itä-Lapin alueella toimiville matkailualan yrityksille, luonto-oppaiden organisaatioille sekä muille toimijoille, joille ensiapuvalmius on olennainen osa turvallisuusprosessia. Yrityksen perustaja ja toimitusjohtaja tuo mukanaan vahvan osaamisen ensiapukoulutuksen saralta: hän on sertifioitu Emergency First Response -ensiapukouluttaja (Emergency First Response a.), aktiivinen sopimuspalokuntalainen sekä ensivasteryhmän jäsen. Lisäksi hän kouluttaa taisteluensiavun ja taistelupelastaja kursseja Maanpuolustuskoulutusyhdistyksessä, mikä tuo syvällistä osaamista erityyppisistä hätätilanteista ja niiden hallinnasta. Hän toimii talvisin myös vapaaehtoisena ski patrol:ina laskettelukeskuksissa.

Omistajan monipuolinen tausta tarjoaa Yritys X Oy:lle kilpailuedun – yritys ymmärtää syvällisesti ensiapukoulutusten merkityksen, erityisesti matkailualan toimijoiden ja luonnossa toimivien yritysten tarpeiden näkökulmasta. Lisäksi omistajan kokemus matkailualalta ja hiihtokeskustoiminnasta luo selkeän kuvan siitä, millaisissa olosuhteissa ensiaputaitoja tarvitaan, ja kuinka koulutusten ja välineiden avulla voidaan ennaltaehkäistä ja hallita vaaratilanteita. Tämä ymmärrys on avainasemassa koulutusten suunnittelussa, jotka räätälöidään asiakkaan toimintaympäristöön ja sen asettamiin vaatimuksiin.

Yritys X Oy tarjoaa Emergency First Response -järjestön ensiapukoulutuksia, jotka kattavat sekä perustason ensiaputaidot että vaativimmat jatkokoulutukset (Emergency First Response b.). Kursseja voidaan muokata erityisesti kohderyhmän tarpeisiin, mikä tekee niistä relevantteja ja arvokkaita asiakkaille, kuten matkailuyrityksille, jotka toimivat vaativissa luontoympäristöissä. Lisäksi yritys tarjoaa korkealaatuisia ensiapuvälineitä, joiden avulla asiakkaat voivat varmistaa, että heillä on asianmukaiset resurssit hätätilanteisiin reagoimiseen.

Yrityksen kohderyhmään kuuluvat Itä-Lapin matkailualan yritykset, kuten luonto-opaspalvelut, majoitusliikkeet ja ohjelmapalvelut, joille turvallisuus ja ensiapuosaaminen ovat keskeisiä tekijöitä toiminnan laadussa ja asiakastyytyvyydessä. Lisäksi yksityishenkilöt, jotka osallistuvat luontoaktiviteetteihin, voivat hyötyä Yritys X Oy:n palveluista parantamalla omaa ensiapuvalmiuttaan. Omistajan tausta matkailualalla ja hiihtokeskuksessa lisää ymmärrystä siitä, kuinka tärkeää on tarjota oikeanlaista ensiapuosaamista juuri näissä ympäristöissä.

Yritys X Oy:n kilpailuetu perustuu omistajan laajaan kokemukseen ja asiantuntemukseen, joka kattaa sekä siviili- että puolustuspuolen ensiapukoulutuksen. Tämä yhdistettynä paikallisten tarpeiden ja olosuhteiden ymmärtämiseen mahdollistaa sen, että yritys voi tarjota

asiakkailleen juuri heidän toimintaansa ja riskeihinsä sopivia ratkaisuja. Erityisesti matkailualalla, jossa asiakkaiden turvallisuudella on suuri merkitys, Yritys X Oy tarjoaa lisäarvoa kilpailijoihin nähden.

Yritys X Oy:n palveluiden hinnoittelu on kannattavaa mutta asiakaslähtöistä. Palvelupaketteja voidaan räätälöidä asiakkaiden budjettiin sopiviksi, ja yritys keskittyy pitkäaikaisten asiakassuhteiden rakentamiseen. Erityisesti kanta-asiakasohjelmat ja jatkuva koulutustarjonta voivat houkutella asiakkaita palaamaan Yritys X Oy:n palveluiden pariin.

Liikeidean keskiössä on asiakaslähtöisyys ja korkean lisäarvon tarjoaminen erityisesti turvallisuudessa. Omistajan monipuolinen osaaminen sekä ensiavun että matkailun alalta tukee yrityksen kykyä vastata kohderyhmän erityistarpeisiin ja luoda samalla menestyvää ja kestävää liiketoimintaa.

3 Ensiapu- ja turvallisuuskoulutusten tarve matkailualalla

Matkailuala, erityisesti luonnossa ja syrjäisillä alueilla tapahtuva toiminta, asettaa merkittäviä vaatimuksia turvallisuudelle ja ensiapuvalmiudelle. Tämä korostuu erityisesti Itä-Lapin kaltaisilla alueilla, joissa olosuhteet ovat vaativia, sää voi muuttua nopeasti ja matkat lähimpään sairaanhoitolaitokseen voivat olla pitkiä. Ensiapuosaaminen on olennaista, jotta mahdollisiin hätätilanteisiin voidaan reagoida nopeasti ja tehokkaasti. Tämä on elintärkeää paitsi asiakkaiden turvallisuuden, myös yritysten toiminnan ja maineen kannalta. Matkailualalla ensiapukoulutusten kustannustehokkuus ja niiden vaikutus riskien hallintaan ovat myös merkittäviä näkökohtia. Tutkimukset ovat osoittaneet, että ensiapukoulutuksen tarjoaminen voi vähentää vakavien onnettomuuksien riskiä ja parantaa selviytymismahdollisuuksia erityisesti syrjäisillä alueilla, joissa viiveet avunsaannissa ovat suuremmat (World Health Organization 2005).

Pelkästään Pyhätunturin matkailualueella toimii noin 25 matkailualan yritystä, jotka tarjoavat monipuolisia palveluja, kuten majoitusta, ohjelmanpalveluja ja ravintolapalveluja (Pyhätunturi). Nämä yritykset muodostavat merkittävän potentiaalisen asiakaskunnan ensiapukoulutuksille. Alueen yritykset kohtaavat samoja haasteita kuin muualla Itä-Lapissa, kuten pitkät etäisyydet hätäpalveluihin ja luonnonolosuhteiden luomat riskit. Yritys X Oy:n tarjoamat räätälöidyt koulutukset voivat auttaa näitä yrityksiä vastaamaan turvallisuusvaatimuksiin ja parantamaan henkilökunnan valmiuksia hätätilanteissa.

Matkailualalla toimivien yritysten on ensisijaisen tärkeää varmistaa, että niiden henkilökunnalla on asianmukaiset ensiaputaidot. Tämä ei ole pelkästään eettinen velvollisuus, vaan myös lakiin perustuva vaatimus. Suomen työturvallisuuslain (738/2002) 46 § mukaan työnantajan on huolehdittava, että työpaikalla on tarpeelliset ensiapuvalmiudet sekä tarvittavat välineet mahdollisten onnettomuuksien tai sairaskohtausten varalta. Laki edellyttää myös, että työpaikalla on riittävä määrä työntekijöitä, joilla on koulutus hätäensiapua varten. Tämä koskee erityisesti toimialoja, joissa työskennellään riskialttiissa olosuhteissa, kuten matkailualalla syrjäseuduilla, missä hätäavun saapuminen voi viivästyä.

Yritys X Oy tarjoamat ensiapukoulutukset vastaavat juuri näihin tarpeisiin. Koulutusten tavoitteena on varmistaa, että matkailuyritysten henkilökunta on valmiina toimimaan nopeasti hätätilanteissa. Tämä voi pelastaa ihmishenkiä, mutta se auttaa myös yrityksiä täyttämään lainsäädännön vaatimukset ja parantamaan heidän turvallisuusvalmiuksiaan. Yritykset, joiden henkilökunta osaa toimia ammattimaisesti onnettomuus- ja hätätilanteissa, voivat myös vähentää merkittävästi potentiaalisia vahinkoja ja välttää negatiivisia vaikutuksia liiketoimintaan.

Ensiapuvalmius on tärkeä osa yrityksen riskienhallintaa, ja se vaikuttaa suoraan matkailijoiden turvallisuuden tunteeseen. Asiakkaat arvostavat palveluntarjoajia, jotka huolehtivat heidän hyvinvoinnistaan ja turvallisuudestaan, mikä voi olla merkittävä kilpailuetu. Erityisesti seikkailu- ja luontomatkailussa turvallisuuskysymykset voivat olla ratkaiseva tekijä matkailijan valitessa palveluntarjoajaa. Matkailuyrityksille on eduksi viestiä asiakkailleen, että he ovat varautuneet mahdollisiin hätätilanteisiin kouluttamalla henkilökuntansa asianmukaisesti ja hankkimalla tarvittavat välineet. Matkailualan turvallisuuskäytäntöjä tarkastellut tutkimus osoittaa, että turvallisuuden merkitys korostuu erityisesti luonto- ja seikkailumatkailussa, jossa riskejä voi syntyä esimerkiksi vaikeakulkuisessa maastossa tai haastavissa sääolosuhteissa (Hallikainen & Tuohino 2020).

Ensiapukoulutukset eivät ole ainoastaan hyödyllisiä vaaratilanteiden hallinnassa, vaan ne luovat myös luottamusta henkilökunnan keskuudessa. Koulutettu henkilökunta tuntee olonsa varmemmaksi ja kykenee reagoimaan rauhallisesti ja tehokkaasti erilaisiin tilanteisiin. Tämä lisää työyhteisön turvallisuuskulttuuria ja parantaa koko organisaation resilienssiä hätätilanteita kohtaan. Yritys X Oy:n tarjoamat koulutukset voidaan räätälöidä juuri matkailuyritysten tarpeisiin, ottaen huomioon erityiset riskit ja tilanteet, joita yritykset voivat kohdata.

Yritys X Oy:n perustajan vahva kokemus ensiapukouluttajana ja aktiivisena ensivastetoimijana yhdistettynä hänen matkailualan taustaansa antaa yritykselle erinomaiset lähtökohdat ymmärtää matkailualan erityistarpeet. Omistajan tausta sopimuspalokunnassa ja hänen kokemuksensa Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen taisteluensiapukoulutuksista tuo koulutuksiin syvällistä käytännön osaamista, jota voidaan soveltaa myös matkailuyritysten arjessa. Tämä ainutlaatuinen yhdistelmä matkailualan ymmärrystä ja turvallisuusosaamista varmistaa, että Yritys X Oy pystyy tarjoamaan asiakkailleen koulutuksia, jotka vastaavat sekä lainsäädännön vaatimuksiin että käytännön tarpeisiin.

Lopuksi on tärkeää huomioida, että ensiapukoulutukset ja turvallisuusvalmiudet eivät ole kertaluontoisia investointeja. Ne vaativat jatkuvaa päivittämistä ja harjoittelua, jotta henkilökunta pysyy valmiudessa toimimaan nopeasti ja tehokkaasti. Yritys X Oy pyrkii rakentamaan pitkäaikaisia asiakassuhteita tarjoamalla säännöllisiä koulutuksia ja välinepäivityksiä, mikä takaa yrityksille jatkuvasti ajantasaisen ensiapuvalmiuden.

4 Liiketoimintasuunnitelma

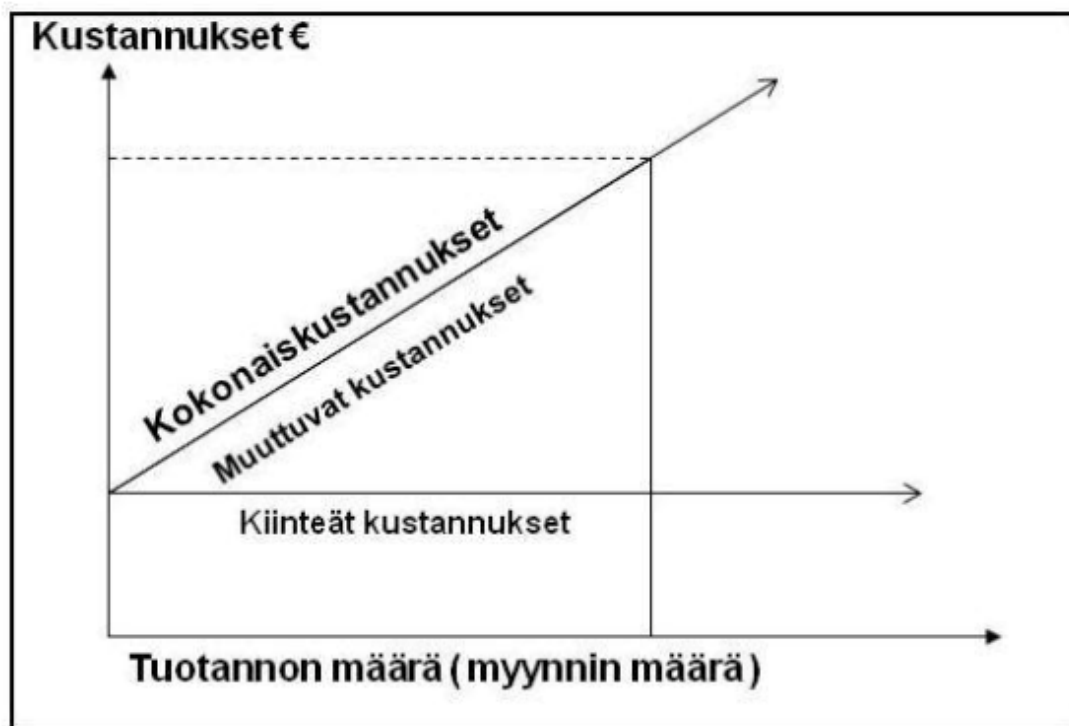
Liiketoimintasuunnitelman rakenne voi vaihdella, eikä ole olemassa yhtä oikeaa mallia. Suunnitelma muodostuu yrityksen perustajan ideoiden ja tavoitteiden pohjalta ja sen avulla tuodaan esille yrityksen tarjoamat palvelut, kuten Yritys X Oy:n tarjoamat ensiapukurssit ja miten ne vastaavat markkinoiden tarpeisiin. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma antaa selkeän kuvan yrityksestä, alkaen sen nimestä ja yhteystiedoista sekä käsittäen tiedot yrityksen toimialasta, yhtiömuodosta ja erityisosaamisesta (Uusyrittäjäkeskus, 2024). Yritys X Oy kohdalla tämä osaaminen perustuu ensisijaisesti omistajan kattavaan ensiapu- ja turvallisuusalan kouluttajataustaan sekä hänen kokemukseensa matkailualalta, mikä tukee yrityksen tarjoamien palveluiden laatua ja kohdistusta matkailualan erityistarpeisiin

Hyvä liiketoimintasuunnitelma toimii myös yrittäjälle itselleen selkeänä pohjana siitä, mitä yritys myy, kenelle ja millä tavalla. Yritys X Oy:n tapauksessa liiketoimintasuunnitelmassa määritellään yrityksen tarjoamat ensiapukurssit matkailuyrityksille, Itä-Lapin alueella. Tämä selkeyttää toimintaa myös mahdollisten rahoittajien näkökulmasta. Rahoitusta hakiessa suunnitelman avulla voidaan esitellä, mihin rahoitusta tarvitaan, millaisella pääomarakenteella on suunniteltu ja millä aikataululla toimintaa on tarkoitus kehittää. On tärkeää muistaa, että rahoitus on palvelu, jonka yritys ostaa; näin ajateltuna rahoittajat voivat olla ratkaisemassa yrityksen kasvun rahoittamiseen liittyviä haasteita (Uusyrittäjäkeskus, 2024).

Liiketoimintasuunnitelmassa tuodaan esille yrityksen tavoitteet ja niiden saavuttamiseen liittyvät laskelmat, kuten kannattavuuslaskelmat. Yritys voi arvioida myyntiään euroissa, osallistujien määränä tai toteutuneiden kurssien lukumääränä, mikä riippuu liiketoiminnan erityispiirteistä. Rahoittajat ovat erityisen kiinnostuneita yrityksen tuotto-odotuksista, joten tuottotavoitteiden on oltava realistisia ja selkeästi esitettyjä. Lisäksi liiketoimintasuunnitelmasta on käytävä ilmi, mistä ja miten yrityksen rahoitus tulee, oli se sitten yrittäjän omia sijoituksia tai ulkopuolista rahoitusta (Suomi.fi, 2024).

Liiketoimintasuunnitelman laadinnassa on tärkeää asettaa selkeät tavoitteet. Näitä voivat olla taloudelliset tavoitteet, asiakasmäärät ja muut toimintaa tukevat mittarit. Yritys X Oy voi asettaa tavoitteita esimerkiksi ensiapukurssien kysynnän kasvattamiselle matkailualan yritysten keskuudessa Itä-Lapissa. Tavoitteiden tulee olla realistisia ja mitattavissa, jotta niiden saavuttamista voidaan seurata ja arvioida (Holvi.fi, 2024).

Kannattavuuslaskelmissa arvioidaan, kuinka paljon yrityksen tulee myydä kursseja, jotta toiminta olisi kannattavaa. Yritys X Oy kohdalla laskelmat voivat kattaa esimerkiksi ensiapukurssien hintatason ja tarvittavat osallistujamäärät, jotta yritys saavuttaa asettamansa tuottotavoitteet. Kiinteät kulut, kuten markkinointi- ja vakuutuskulut, muodostavat merkittävän osan aloittelevan yrityksen menoista, ja nämä kulut on suunniteltava tarkasti, sillä ne ovat riippumattomia myyntimääristä. Kiinteät kustannukset voivat olla riskitekijä, sillä niiden määrä ei jousta, vaikka myynti laskisi (Osaavayrittaja).



Kuvio 1. Kokonaiskustannukset (Osaavayrittaja)

Yritystoiminnan alkuvaiheessa tarvitaan myös käyttöpääomaa ja investointeja. Alkuinvestointien rahoitus on tärkeä suunnitella liiketoimintasuunnitelmassa, ja usein yrityksen alkuvaiheessa tarvitaan ulkopuolista rahoitusta. Rahoitusta voi hakea monista lähteistä, kuten pankeista, rahoitusyhtiöiltä tai julkisyhteisöiltä, kuten Finnveralta ja Business Finlandilta. Liiketoimintasuunnitelmassa rahoitusrakenne tulee rakentaa siten, että pääoman kustannukset pysyvät kohtuullisina ja rahoitusriskit hallinnassa (Yrittajat.fi, 2024).

5 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelma voidaan jakaa kuuteen keskeiseen osa-alueeseen, jotka helpottavat suunnitelman rakentamista ja varmistavat sen kattavuuden.

1. Tuote tai palvelu, liikeidea

- Mitä myydään, kenelle, miten ja miksi?
- Mitkä ovat toiminnan tavoitteet?

2. Markkinatilanne ja kilpailijat

- Mitkä ovat yrityksen kilpailuvaltit ja miten se voi erottua markkinoilla?
- Mitä uutta tai kilpailijoista erottuvaa yritys tarjoaa?
- Onko tuotteen tai palvelun hinnoittelu kohdallaan?
- Millainen on kysynnän ja tarjonnan tasapaino markkinoilla?
- Mitkä ovat kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet?

3. Omat vahvuudet ja heikkoudet

- SWOT-analyysi yrityksen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista.

4. Asiakkaat

- Mikä asiakasryhmä on toiminnan kohteena?
- Miten tavoitellaan valittua asiakasryhmää ja onko potentiaalisia asiakkaita riittävästi?

5. Rahoitus

- Miten toiminta rahoitetaan, ja onko tarpeen varata rahoitusta esimerkiksi varastoa varten?
- Kuinka kassavirta, kiinteät kulut ja muut tulonlähteet on suunniteltu?
- Miten varmistetaan puskurivarojen riittävyys, erityisesti uuden yrityksen alkuvaiheessa?

6. Käytännön toimet

- Liiketilän hankinta, kaluston hankinnat, markkinointisuunnitelmat, vakuutukset, kirjanpito ja yrityksen oikeudellinen muoto (Yrityksen perustaminen, 2024).

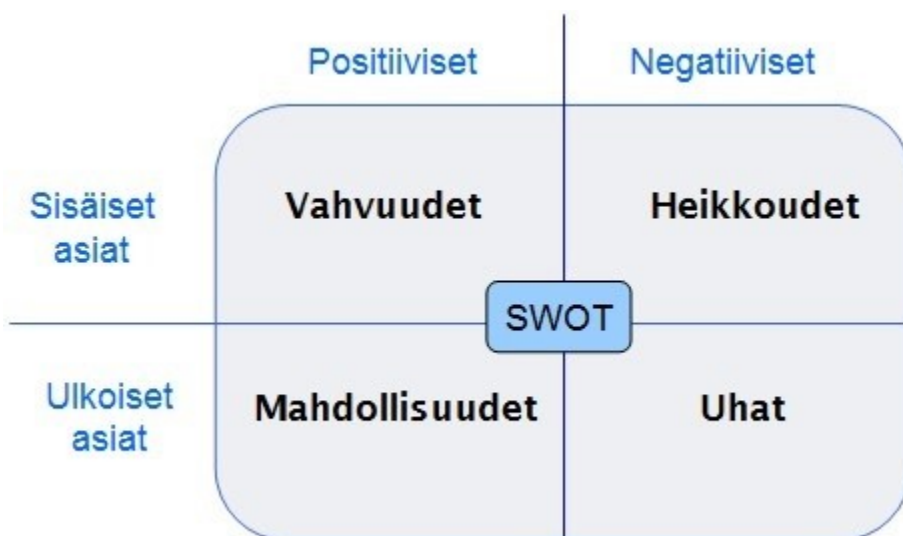
5.1 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on strateginen työkalu, jolla yritys voi arvioida omaa toimintaansa ja toimintaympäristöään neljän eri tekijän kautta. SWOT tulee englannin sanoista *Strengths* (vahvuudet), *Weaknesses* (heikkoudet), *Opportunities* (mahdollisuudet) ja *Threats* (uhat) (Molarius R. Meristö T. 2007).

Analyysiä käytetään usein liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa, jolloin se antaa selkeän kokonaiskuvan yrityksen tilanteesta ja mahdollisista kehitysalueista. SWOT-analyysi soveltuu hyvin aloittaville yrityksille, mutta myös olemassa oleville yrityksille, jotka tarkastelevat toimintaansa muutostilanteessa. Analyysiä voidaan hyödyntää myös yksittäisten projektien arvioinnissa ja henkilökohtaisten vahvuuksien ja heikkouksien kartoittamisessa.

Vaikka SWOT-malli kehitettiin alun perin suuremmille organisaatioille, se soveltuu erinomaisesti myös pienyrityksille ja yksinyrittäjille. Pienyrittäjälle se voi tarjota selkeyttä ja rakennetta yritystoiminnan analysointiin, mikä voi tuntua haastavalta ilman työkaluja. Analyysin suurin hyöty on siinä, että se kannustaa tarkastelemaan yritystä ulkopuolisesta näkökulmasta. Tämä auttaa havaitsemaan liiketoiminnan mahdollisia pullonkauloja ja hyödyntämättömiä mahdollisuuksia, joita ei välttämättä muuten huomaisi. Kokonaisvaltainen SWOT-analyysi auttaa myös hienosäätämään strategiaa, kun yritys ja markkinatilanne kehittyvät, ja säännöllisesti tehtynä se voi tukea jatkuvaa parantamista ja markkinoihin sopeutumista.

SWOT-analyysissä yrityksen toiminnan tarkastelu jaetaan neljään osa-alueeseen: sisäisiin vahvuuksiin ja heikkouksiin sekä ulkoisiin mahdollisuuksiin ja uhkiin. Näin yritys saa selkeän käsityksen omista resursseistaan ja toimintaympäristöstään, mikä mahdollistaa suunnitelmallisen kehitystyön. (Holvi a.)



Kuvio 2. Swot-analyysi (Suomen Riskienhallintayhdistys).

Vahvuudet

SWOT-analyysin ensimmäinen osio käsittelee yrityksen vahvuuksia. Vahvuudet ovat tekijöitä, jotka auttavat yritystä menestymään markkinoilla ja erottumaan kilpailijoista. Pienyrityksissä vahvuudet voivat liittyä esimerkiksi yrittäjän omaan osaamiseen, asiakaspalveluun, tuotteiden laatuun tai yrityksen maineeseen. Nämä ovat elementtejä, joihin yritys voi tukeutua toimintansa kehittämisessä ja joilla se voi rakentaa kilpailuetua.

Esimerkkejä vahvuuksista:

- Vahva brändi ja asiakassuhteet
- Sitoutunut henkilöstö tai yrittäjän erityisosaaminen
- Asiakslähtöisyys ja korkealaatuinen palvelu
- Kustannustehokkuus ja innovaatiot
- Tunnettuus ja asiakkaiden uskollisuus

Kysymyksiä vahvuuksien kartoittamiseen:

- Miksi asiakkaat valitsevat juuri yrityksesi?
- Missä yrityksesi on kilpailijoita parempi?
- Mitkä ovat yrityksesi brändin ja tuotteiden vahvuudet?

Heikkoudet

Heikkouksien tunnistaminen on yhtä tärkeää kuin vahvuuksienkin, sillä niiden arviointi mahdollistaa parannusten kohdentamisen oikeisiin asioihin. Heikkouksia voivat olla esimerkiksi resurssien puute, rahoituksen riittämättömyys tai asiakaspalvelun ongelmat, jotka voivat heikentää asiakaskokemusta. Pienyrityksissä heikkoudet voivat liittyä usein yrittäjän omaan osaamiseen, resurssien rajallisuuteen tai liiketoiminnan prosesseihin.

Esimerkkejä heikkouksista:

- Puutteet rahoituksessa
- Rajoitetut resurssit ja työntekijöiden määrä
- Laadunvalvonnan tai asiakaspalvelun haasteet

Kysymyksiä heikkouksien kartoittamiseen:

- Mitä kilpailijat tekevät yritystäsi paremmin?
- Mitkä ovat yleisimmät asiakkailta tulevat kritiikin aiheet?
- Missä liiketoiminnan osa-alueissa olisi eniten parantamisen varaa?

Mahdollisuudet

Mahdollisuudet ovat SWOT-analyysin kasvupotentiaalia korostava osio, joka keskittyy ulkosiin tekijöihin. Tunnistamalla markkinan tuomat mahdollisuudet yritys voi suunnata resurssejaan kasvun kannalta tärkeisiin alueisiin. Mahdollisuuksia voivat olla esimerkiksi uudet markkinat, tuoteinnovaatiot, laajentuminen eri asiakassegmentteihin tai digitalisaation hyödyntäminen.

Esimerkkejä mahdollisuuksista:

- Uudet markkina-alueet tai asiakassegmentit
- Teknologian tai digitalisaation hyödyntäminen liiketoiminnassa
- Kasvupotentiaali nykyisillä markkinoilla

Kysymyksiä mahdollisuuksien kartoittamiseen:

- Mitä markkinoilta puuttuu, mitä yrityksesi voisi tarjota?
- Miten myyntiä ja asiakaspalvelua voisi kehittää?
- Voitko laajentaa toimintaa uusille asiakasryhmille tai alueille?

Uhat

Uhat ovat SWOT-analyysin tasapainottava osa, jonka avulla yritys voi arvioida toimintaympäristönsä riskitekijöitä. Uhkien kartoittaminen auttaa ennakoimaan ulkoisia riskejä ja vaurutumaan niihin hyvissä ajoin. Uhat voivat olla esimerkiksi markkinatilanteen muutoksia, kilpailun kiristymistä tai lainsäädännön muutoksia, jotka voivat vaikeuttaa yrityksen toimintaa.

Esimerkkejä uhista:

- Kilpailijoiden määrä ja kilpailun kiristyminen
- Taloudelliset riskit ja suhdannevaihtelut
- Lainsäädännön muutokset, jotka vaikuttavat toimialaan

Kysymyksiä uhkien kartoittamiseen:

- Mitkä tekijät voivat estää yrityksen kasvua?
- Millaisia haasteita kilpailijat asettavat yrityksellesi?
- Mitkä ovat markkinan talousnäkömät ja riskitekijät?

SWOT-analyysin avulla yrittäjä saa kokonaisvaltaisen kuvan yrityksen sisäisistä ja ulkoisista tekijöistä, jotka voivat vaikuttaa liiketoiminnan menestykseen. Analyysin pohjalta on helpompi suunnitella toimenpiteitä, joilla yritys voi vahvistaa vahvuuksiaan, kehittää heikkouksiaan, hyödyntää mahdollisuuksia ja varautua uhkiin. SWOT-analyysi tukee liiketoiminnan kasvua, kehitystä ja sopeutumista muuttuviin markkinatilanteisiin. (Holvi, 2024)

5.2 Porterin viiden voiman analyysi

Porterin viisi voimaa -malli on analyysityökalu, joka tunnistaa ja arvioi viisi kilpailuvoimaa, jotka muovaavat jokaista toimialaa. Nämä viisi voimaa auttavat määrittämään toimialan vahvuuksia ja heikkouksia, ja niitä analysoimalla voidaan kehittää yrityksen strategiaa toimialan kilpailutilanteessa. Porterin malli auttaa ymmärtämään kilpailun tasoa sekä tunnistamaan toimialan rakenteen ja sen vaikutukset yrityksen kannattavuuteen. Sitä voidaan soveltaa laajasti eri talouden osa-alueille arvioitaessa alan pitkäaikaista kannattavuutta ja yrityksen mahdollisuuksia erottua kilpailijoistaan. Viiden voiman malli on nimetty Harvard Business Schoolin professori Michael E. Porterin mukaan, joka kehitti mallin vuonna 1979, ja siitä on tullut olennainen työkalu liiketoimintastrategiassa. (Bruijl, G. 2018).

Mallin viiteen voimaan kuuluvat:

1. Kilpailu alan sisällä – Miten voimakas kilpailu on toimialalla, ja kuinka monta vahvaa kilpailijaa alalla toimii.
2. Uusien tulokkaiden uhka – Kuinka helppoa uusien kilpailijoiden on päästä markkinoille ja uhata vakiintuneiden yritysten asemaa.
3. Toimittajien neuvotteluvoima – Kuinka paljon valtaa toimittajilla on hinnoittelun ja tarjonnan osalta yrityksen suuntaan.
4. Asiakkaiden neuvotteluvoima – Asiakkaiden kyky vaikuttaa hintoihin ja vaatia korkeaa laatua.
5. Korvaavien tuotteiden tai palveluiden uhka – Vaihtoehtoisten tuotteiden tai palveluiden uhka, jotka voivat vähentää kysyntää yrityksen tarjonnalle.

Porterin viiden voiman analyysi on keskeinen työkalu johtajille, jotka haluavat ymmärtää ja kehittää strategioita yrityksensä kilpailuaseman vahvistamiseksi. Malli auttaa yritystä arvioimaan, mihin sen tulisi keskittyä pitkän aikavälin kannattavuuden parantamiseksi. (Vares 2023.)

5.3 Pestel-analyysi

Yritys ei toimi erillään ympäristöstään, vaan sitä ympäröivät monet reunaehdot, joihin se ei voi suoraan vaikuttaa omalla toiminnallaan. Näiden reunaehtoien ymmärtäminen ja niihin sopeutuminen ovat kuitenkin välttämättömiä yrityksen menestyksen kannalta. Yrityksen on analysoitava ja ymmärrettävä näiden ulkoisten tekijöiden vaikutukset omaan liiketoimintaansa, jotta se voi toimia tehokkaasti niiden asettamissa rajoissa (Niskala, S. 2022).

PESTEL-analyysi on työkalu, joka auttaa yritystä arvioimaan toimintaympäristönsä ulkoisia tekijöitä. Se toimii viitekehyksenä, jonka avulla yritys voi tarkastella ympäristössään tapahtuvia muutoksia eri näkökulmista ja ymmärtää, miten nämä muutokset voivat vaikuttaa sen liiketoimintaan.

PESTEL on lyhenne sanoista:

- Poliittinen
- Ekonominen
- Sosiaalinen
- Teknologinen
- Ekologinen
- Laillinen

PESTEL-analyysin osa-alueet

1. Poliittiset tekijät

- Mitkä poliittiset päätökset tai muutokset voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan, lainsäädäntöön tai verotukseen? Esimerkkejä ovat kansainväliset sopimukset, turvallisuuspoliittiset linjaukset sekä alue- tai sosiaalipoliittiset toimet.

2. Taloudelliset tekijät

- Miten taloudelliset muutokset vaikuttavat yrityksen toimintakykyyn ja kehitykseen? Esimerkkeinä ovat inflaatio, kuluttajien ostovoima, lainaehojen muutokset ja verotus.

3. Sosiaaliset tekijät

- Kuinka yhteiskunnan asenteet ja arvot vaikuttavat markkinoihin? Esimerkiksi kuluttajien trendit, käyttäytymistavat ja väestön ikääntyminen voivat muuttaa asiakaskuntaa ja kysynnän painopisteitä.

4. Teknologiset tekijät

- Miten teknologinen kehitys vaikuttaa yrityksen toimintaan? Teknologiset innovaatiot voivat tuoda uusia mahdollisuuksia, kuten tehokkaampia toimintatapoja tai uusia tuotteita.

5. Ekologiset tekijät

- Miten ympäristötekijät, kuten ilmastonmuutos, raaka-aineiden saatavuus ja yrityksen hiilijalanjälki, vaikuttavat sen toimintaan ja vastuullisuuteen?

6. Lailliset tekijät

- Miten lainsäädäntö ja sen muutokset vaikuttavat yrityksen toimintaan? Esimerkkejä ovat työlainsäädäntö, kuluttajansuoja sekä tasa-arvo- ja turvallisuusmääräykset.

Jokainen näistä tekijöistä asettaa reunaehjoja yrityksen toiminnalle. Niiden tunnistaminen ja vaikutusten ymmärtäminen antavat yritykselle mahdollisuuden ennakoida ja sopeutua muutoksiin. Ennakoimalla muutosten vaikutukset yritys voi lisätä joustavuuttaan, kehittää toimintaansa ja parantaa kilpailukykyään markkinoilla (Soikkeli, 2021).

6 Menetelmät

Opinnäytetyössä käytetty tutkimusmenetelmä on toimintatutkimus, joka on erityisesti käytännön ongelmien ratkaisemiseen suunnattu lähestymistapa. Toimintatutkimus on luonteeltaan osallistavaa, ja se yhdistää tutkimuksen ja kehittämisen. Se eroaa perinteisestä tutkimuksesta siinä, että tutkija ei ole ulkopuolinen tarkkailija, vaan toimii aktiivisesti mukana tutkimuskohteessa, vaikuttaen tutkimusprosessiin ja sen tuloksiin. Tavoitteena on parantaa käytäntöjä ja tuottaa uusia ratkaisuja käytännön ongelmiin. Tällä lähestymistavalla saadaan aikaan muutoksia, koska osallistujat itse ovat mukana kehityksessä, mikä vahvistaa tutkimuksen käytännön merkitystä ja relevanssia. Toimintatutkimus on erityisen soveltuva liiketoimintasuunnitelman laatimiseen, sillä siinä voidaan jatkuvasti mukauttaa suunnitelmaa ja toimia reaktiivisesti liiketoimintaympäristön muutoksiin. Kun tutkija on itse mukana toimintaympäristössä, kuten Yritys X Oy:ssä, tutkimuksen tulokset voidaan heti ottaa käytäntöön (Koski, P. & Kelo, M. 2019.).

Liiketoimintasuunnitelman tueksi on käytetty myös useita strategisia analyysejä: SWOT-, PESTEL- ja Porter-malleja. Näiden työkalujen avulla on pystytty analysoimaan liiketoimintaympäristöä ja tunnistamaan sekä yrityksen sisäisiä että ulkoisia tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa Yritys X Oy:n toimintaan.

SWOT-analyysin käyttö

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on olennainen työkalu liiketoimintasuunnitelman laadinnassa, koska se mahdollistaa yrityksen nykytilan tarkastelun ja antaa selkeän kuvan sen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista. Yritys X Oy:n tapauksessa SWOT-analyysi auttoi tunnistamaan omistajan monipuolisen osaamisen ensiapu- ja matkailualalta, joka on selkeä vahvuus. Heikkouksina taas voidaan pitää yrityksen uutta asemaa markkinoilla ja tunnettuuden puutetta. Mahdollisuuksia ovat esimerkiksi kasvava kysyntä matkailualan turvallisuus- ja ensiapukoulutuksille, kun taas uhkia voivat olla kilpailijoiden tulo markkinoille ja taloudelliset haasteet.

PESTEL-analyysin käyttö

PESTEL-analyysi (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) on työkalu, joka auttaa tarkastelemaan laajempia ympäristötekijöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan. Yritys X Oy:n tapauksessa PESTEL-analyysi toi esiin muun muassa lainsäädännölliset tekijät, kuten työturvallisuuslain, joka tukee ensiapukoulutusten kysyntää matkailualalla. Lisäksi analyysi nosti esiin taloudelliset ja sosiaaliset tekijät, kuten matkailualan suhdanteet ja asiakkaiden kasvavan kiinnostuksen turvallisuuskysymyksiin. Näiden

tekijöiden ymmärtäminen on auttanut Yritys X Oy:tä valmistautumaan liiketoimintaympäristön mahdollisiin muutoksiin.

Porter-analyysin käyttö

Porterin viiden voiman analyysi (Kilpailu alalla, Uusien tulokkaiden uhka, Toimittajien neuvotteluvoima, Asiakkaiden neuvotteluvoima, Korvaavien tuotteiden uhka) on analyysityökalu, joka auttaa ymmärtämään kilpailukenttää. Analyysi on erityisen hyödyllinen Yritys X Oy:lle, koska se paljastaa kilpailuympäristön, jossa yritys toimii. Esimerkiksi kilpailu on suhteellisen vähäistä paikallisesti, mutta suuriin valtakunnallisiin toimijoihin, kuten Suomen Punaiseen Ristiin, verrattuna Yritys X Oy:n erottuvuustekijänä on sen kyky tarjota räätälöityjä ja paikallisesti saatavilla olevia kursseja. Tämän takia Porter-analyysi on antanut yritykselle selkeän kuvan siitä, miten vahvistaa omaa kilpailuasemaansa.

Yhteisesti nämä analyysit ja toimintatutkimusmetodi auttavat luomaan Yritys X Oy:lle realistisen ja käytännönläheisen liiketoimintasuunnitelman, joka ottaa huomioon yrityksen nykytilan ja tulevaisuuden mahdollisuudet.

7 Liiketoimintasuunnitelma Yritys X Oy:lle

Kuten aikaisemmin todettiin, liiketoimintasuunnitelma voidaan jakaa kuuteen keskeiseen osa-alueeseen, jotka jäsentävät yrityksen toimintaa ja auttavat hahmottamaan tavoitteet sekä strategiat. Yritys X Oy:n liiketoimintasuunnitelma keskittyy tarjoamaan Itä-Lapin matkailualalle ensiapukoulutusta ja ensiapuvälineitä. Alla esitellään yrityksen liiketoimintasuunnitelman sisältö.

Tuote tai palvelu

Yritys X Oy tarjoaa ensiapukoulutuksia ja -välineitä Itä-Lapin alueen matkailualan yrityksille, kuten luonto- ja seikkailumatkailutoimijoille sekä majoituspalveluille. Yrityksen päätuotteena ovat erityisesti matkailualan tarpeisiin räätälöidyt ensiapukurssit, joissa keskitytään syrjäisillä alueilla toimimiseen ja luonto-olosuhteisiin sopiviin hätäensiaputaitoihin. Kurssit suunnitellaan asiakkaiden tarpeisiin, ja niiden laajuus sekä sisältö vaihtelevat perustason ensiaputaidoista vaativampiin.

Kurssit järjestetään asiakasyritysten omissa tiloissa, mikä mahdollistaa yritykselle joustavuuden ja vähentää tilakustannuksia. Tämä lähestymistapa on myös asiakkaalle kätevä ja tekee koulutusten osallistumisesta vaivattomampaa.

Yrityksen lisätuotteena myydään laadukkaita ensiapuvälineitä, joita matkailuyritykset voivat hankkia. Näillä palveluilla Yritys X Oy pyrkii vastaamaan alueen matkailualan tarpeisiin ja parantamaan asiakasyritystensä turvallisuusvalmiuksia.

Markkinatilanne ja kilpailijat

Itä-Lapin alueen matkailualalla on kasvava tarve turvallisuus- ja ensiapukoulutuksille. Yritys X Oy on tässä markkinassa ainutlaatuinen asema, sillä se on ainoa paikallinen toimija, joka pystyy joustavasti ja nopeasti vastaamaan alueen yritysten tarpeisiin. Yritys X Oy:n kilpailuetu perustuu sen kykyyn tarjota matkailualalle räätälöityjä ensiapukursseja suoraan asiakasyritysten omissa tiloissa, mikä parantaa koulutusten saavutettavuutta ja helpottaa yritysten osallistumista. Merkittävimpinä epäsuorina kilpailijoina voidaan pitää Suomen Punaista Ristiä (SPR) ja alueen kansalaisopistoja, jotka järjestävät ensiapukursseja Itä-Lapissa. Näiden koulutusten haasteena on kuitenkin, että ne eivät ole yhtä joustavia tai matkailualan erityistarpeisiin kohdennettuja. SPR:n ja kansalaisopistojen kurssit ovat usein vakioituja, ja niiden aikataulut ja sisällöt eivät aina sovi matkailualan erityisiin vaatimuksiin. Yritys X Oy pystyy erottumaan kilpailijoistaan tarjoamalla asiakaskohtaisesti räätälöityjä kursseja, jotka vastaavat paikallisten matkailuyritysten konkreettisiin tarpeisiin. Yrityksen joustavuus ja nopea reagointikyky tekevät siitä houkuttelevan vaihtoehdon alueen matkailualan toimijoille,

jotka tarvitsevat erityisesti heille suunnattuja ja helposti saavutettavia turvallisuuskoulutuksia.

Yrityksen ja omistajan vahvuudet ja heikkoudet

Yritys X Oy:n vahvuutena on omistajan laaja ja monipuolinen kokemus ensiapukouluttajana sekä hänen aktiivinen roolinsa sopimuspalokuntalaisena ja ensivasteryhmän jäsenenä. Omistaja tuntee matkailualan vaatimukset ja osaa yhdistää tämän ymmärryksen ensiapuvalmiuksien kehittämiseen, mikä tuo merkittävää lisäarvoa asiakkaille. Yrityksen heikkoutena voi olla sen uusi asema markkinoilla, mikä vaatii tehokasta markkinointia ja tunnettujen kasvattamista.

Mahdollisuuksia tarjoaa kasvava tarve turvallisuuskoulutuksille matkailusektorilla, ja yrityksen liiketoimintaa voidaan laajentaa lähikuntiin sekä muihin turvallisuuskoulutuksiin. Riskinä ovat kilpailijoiden mahdollinen markkinoille tulo ja taloudelliset vaihtelut, jotka voivat vaikuttaa matkailuyritysten investointimahdollisuuksiin.

Asiakkaat

Yritys X Oy:n kohderyhmänä ovat Itä-Lapin matkailualan yritykset, kuten luonto-oppaat, retkeilykeskukset ja ohjelmapalveluyritykset, jotka hyötyvät ensiapukoulutuksista ja välineistä. Tavoitteena on tavoittaa asiakkaat alueen matkailumessuilla, verkostoitumalla paikallisten toimijoiden kanssa sekä digitaalisen markkinoinnin avulla. Asiakaskuntaa pyritään sitouttamaan pitkäaikaiseen yhteistyöhön tarjoamalla säännöllisiä päivityskursseja ja välinehuoltoa.

Yritys X Oy:n palveluille on kysyntää, sillä alueen matkailualan yritykset ovat kiinnostuneita parantamaan turvallisuustasoaan ja viestimään siitä asiakkailleen. Asiakaskunnan laajentaminen voi tapahtua lähialueille, joissa myös tarvitaan ensiapukoulutusta ja -välineitä matkailijoiden turvallisuuden varmistamiseksi.

Rahoitus ja budjetointi

Toiminnan aloitus rahoitetaan omistajan omilla sijoituksilla ja mahdollisesti pienellä ulkopuolisella rahoituksella, joka voidaan hakea esimerkiksi paikallisilta pankilta tai Finnveralta. Alkuinvestointeihin kuuluvat koulutusvälineet ja markkinointimateriaalit, joiden arvioitu kustannus on noin 10 000 euroa. Ensimmäisten kuukausien aikana Yritys X Oy pyrkii varmistamaan taloudellisen vakauden keräämällä tuloja ensiapukoulutuksista ja välineiden myynnistä. Koska tilavuokratukustannuksia ei synny, budjetti kohdistetaan muihin kiinteisiin kuluihin, kuten markkinointiin, vakuutuksiin ja kirjanpitoon.

Käytännön toimet

Yritys X Oy:n liiketoimintamalli ei edellytä kiinteää toimipistettä, koska kurssit järjestetään asiakasyritysten tiloissa. Tämä vähentää tilakustannuksia ja mahdollistaa yritykselle joustavuuden tarjota koulutuksia suoraan siellä, missä niitä eniten tarvitaan. Koulutuskalustoon kuuluu ensiaputarvikkeita ja -laukkuja, defibrillaattoreita ja audiovisuaalisia välineitä koulutusten toteuttamista varten.

Yrityksen markkinointiin panostetaan erityisesti digitaalisen mainonnan kautta, ja tavoitteena on laajentaa näkyvyyttä paikallisten verkostojen avulla. Yritys X Oy harkitsee vuokratyövoiman käyttöä sesonkiaikoina koulutusten kasvaessa, mikä antaa yritykselle joustavuutta ja mahdollistaa nopean reagoinnin kysyntään. Vakuutukset ja kirjanpito on hoidettu paikallisen toimijan kautta, mikä helpottaa hallinnointia ja takaa tarvittavan tuen liiketoiminnan alkuvaiheessa.

7.1 Yritys X Oy:n SWOT-analyysi

Vahvuudet (Strengths)

- Paikallinen asiantuntemus ja joustavuus: Yritys X Oy on ainoa paikallinen toimija Itä-Lapissa, joka tarjoaa ensiapukoulutuksia matkailualalle erityisesti räätälöityinä. Yrityksen joustavuus mahdollistaa nopean reagoinnin asiakkaiden tarpeisiin, ja kurssit voidaan järjestää suoraan asiakasyritysten tiloissa, mikä lisää niiden saavutettavuutta ja tehokkuutta.
- Omistajan laaja asiantuntemus: Yritys X Oy:n omistajalla on monipuolinen kokemus ensiapukouluttajana, sopimuspalokuntalaisena ja ensivasteryhmän jäsenenä, mikä lisää yrityksen uskottavuutta ja asiantuntemusta.
- Matkailualan ymmärrys: Omistajan kokemus matkailualalta ja hiihtokeskustoiminnasta auttaa yritystä ymmärtämään matkailualan turvallisuus- ja ensiaputarpeita. Tämä tausta tuo merkittävää lisäarvoa palveluihin verrattuna muihin ensiapukoulutuksia tarjoaviin toimijoihin.

Heikkoudet (Weaknesses)

- Uusi yritys markkinoilla: Yritys X Oy on vasta aloittanut toimintansa, joten tunnettujen rakentaminen ja markkinoiden saavuttaminen vie aikaa ja vaatii resursseja. Asiakas pohjan kasvattaminen edellyttää tehokasta markkinointia ja luottamuksen rakentamista asiakaskuntaan.

- Kilpailijoiden valtakunnallinen asema: Vaikka Yritys X Oy:llä on paikallinen etu, Suomen Punainen Risti ja kansalaisopistot voivat olla tunnetumpia valtakunnallisesti. Tämä saattaa vaikuttaa asiakkaiden päätöksiin valita suurempi ja tunnetumpi toimija, vaikka kurssit eivät olisikaan räätälöityjä.

Mahdollisuudet (Opportunities)

- Kasvava kysyntä turvallisuus- ja ensiapukoulutuksille: Itä-Lapin matkailualan kasvu lisää tarvetta ensiapu- ja turvallisuuskoulutuksille. Matkailuyritykset ovat valmiita investoimaan turvallisuuteen parantaakseen asiakaskokemusta ja vastatakseen lainvelvoitteisiin (Työturvallisuuslaki 738/2002).
- Asiakaslähtöisten kurssien kehittäminen: Yritys X Oy:llä on mahdollisuus kehittää ja laajentaa koulutustarjontaansa esimerkiksi luonnossa selviytymistaitoihin ja muihin turvallisuuskoulutuksiin, mikä kasvattaa potentiaalista asiakaskuntaa.
- Pitkäaikaisten asiakassuhteiden rakentaminen: Tarjoamalla säännöllisiä päivityskursseja ja ensiapuvälineiden huoltopalveluita Yritys X Oy voi sitouttaa asiakkaita pitkäaikaiseen yhteistyöhön.

Uhat (Threats)

- Kilpailijoiden toiminnan laajentuminen: Jos suuret toimijat, kuten SPR tai kansalaisopistot, laajentavat kurssitarjontaansa ja sopeuttavat niitä matkailualan erityistarpeisiin, tämä voi vähentää Yritys X Oy:n kilpailuetua.
- Taloudelliset vaihtelut matkailualalla: Matkailualan mahdolliset taloudelliset haasteet, kuten kausivaihtelut tai suhdanteiden laskut, voivat vaikuttaa matkailuyritysten kykyyn investoida turvallisuuskoulutuksiin, mikä puolestaan voi vähentää Yritys X Oy:n kysyntää.
- Lainsäädännön muutokset: Turvallisuuskoulutusten ja ensiapuvelvoitteiden muutokset voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan ja aiheuttaa tarpeen päivittää koulutusten sisältöä ja kurssivaatimuksia.

7.2 Porterin viiden voiman analyysi Yritys X Oy:stä

Porterin viiden voiman mallin avulla voidaan arvioida Yritys X Oy:n kilpailuasemaa ja ulkoisia voimia, jotka vaikuttavat sen toimintaan.

1. Uusien tulokkaiden uhka

- Yritys X Oy:llä on paikallisesti vahva asema, mutta markkinoille voi tulla uusia toimijoita, jotka pyrkivät vastaamaan matkailualan ensiapukoulutusten tarpeisiin. Suurempien toimijoiden, kuten SPR:n, kiinnostus laajentaa koulutustarjontaansa Itä-Lapin alueella voi lisätä kilpailua ja vaikeuttaa yrityksen aseman säilyttämistä.

2. Toimittajien neuvotteluvoima

- Yritys X Oy:n toimittajien neuvotteluvoima on melko vähäinen, koska ensiapuvälineitä ja koulutusmateriaaleja on saatavilla useilta toimittajilta. Tämä vähentää riippuvuutta yksittäisistä toimittajista ja mahdollistaa kilpailukykyisten hintojen hyödyntämisen.

3. Asiakkaiden neuvotteluvoima

- Itä-Lapin matkailualan yritykset ovat Yritys X Oy:n pääasiallinen asiakaskunta. Asiakkaiden neuvotteluvoima voi kasvaa, jos heillä on vaihtoehtoja, kuten SPR:n tai kansalaisopistojen järjestämiä kursseja, jotka saattavat tarjota koulutusta edullisemmin tai vakiintuneemmalla maineella. Yritys X Oy:n joustavuus ja kyky räätälöidä kursseja ovat kuitenkin etuja, jotka vahvistavat sen asemaa asiakkaiden keskuudessa.

4. Korvaavien tuotteiden tai palveluiden uhka

- Yritys X Oy:n palvelut, kuten matkailualalle suunnatut ensiapukurssit, ovat varsin erikoistuneita. Kilpailua voi kuitenkin syntyä, jos matkailualan yritykset päättävät esimerkiksi kouluttaa henkilökuntansa itse tai käyttää digitaalisia kursseja ja verkkokoulutuksia, jotka voivat tarjota halvempia ja ajasta riippumattomia vaihtoehtoja.

5. Kilpailu alan sisällä

- Kilpailutilanne Itä-Lapissa on Yritys X Oy:lle suotuisa, sillä se on ainoa paikallinen toimija, joka pystyy reagoimaan alueen matkailualan tarpeisiin nopeasti ja joustavasti. SPR:n ja kansalaisopistojen kurssit ovat epäsuoria kilpailijoita, mutta niiden kurssit eivät ole kohdennettuja erityisesti matkailualan tarpeisiin. Tämä tekee Yritys X Oy:stä houkuttelevan vaihtoehdon matkailuyrityksille, jotka arvostavat räätälöityjä, paikallisesti saavutettavia kursseja.

7.3 Pestel-analyysi Yritys X Oy:lle

Yritys X Oy toimii Itä-Lapin alueella tarjoten ensiapukoulutuksia ja -välineitä erityisesti matkailualan yrityksille, kuten luonto- ja seikkailumatkailutoimijoille. Yrityksen toimintaympäristöön vaikuttavat monet ulkoiset tekijät, jotka ovat tärkeää huomioida liiketoiminnan suunnittelussa ja kehittämisessä. Alla on esitetty Yritys X Oy:n PESTEL-analyysi, jonka avulla tarkastellaan niitä poliittisia, taloudellisia, sosiaalisia, teknologisia, ekologisia ja laillisia tekijöitä, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan.

Poliittiset tekijät

Yritys X Oy:n toiminta on sidoksissa politiikkaan ja lainsäädäntöön, jotka vaikuttavat matkailualan turvallisuusvaatimukseen ja ensiapuvalmiuden sääntelyyn. Suomessa työturvallisuuslaki (738/2002) velvoittaa työnantaja huolehtimaan siitä, että työntekijöillä on riittävä ensiapukoulutus erityisesti silloin, kun työhön sisältyy riskejä. Tämä lainsäädäntö luo perustan Yritys X Oy:n palveluille, sillä matkailualalla ensiaputaitojen merkitys on suuri syrjäisissä ja luonnonläheisissä kohteissa.

Poliittiset päätökset, jotka liittyvät aluepolitiikkaan ja matkailun edistämiseen, voivat myös vaikuttaa yrityksen toimintaan. Esimerkiksi alueellisen kehityksen tukeminen Itä-Lapissa voi lisätä matkailua alueella, mikä kasvattaa kysyntää Yritys X Oy:n palveluille. Myös turvallisuuden liittyvät kansainväliset suositukset ja standardit saattavat tulevaisuudessa korostaa entistä enemmän ensiapukoulutuksen merkitystä, mikä voi vahvistaa Yritys X Oy:n asemaa markkinoilla.

Taloudelliset tekijät

Yritys X Oy:n toimintaan vaikuttavat merkittävästi matkailualan taloudelliset suhdanteet. Jos alueen matkailu kasvaa, myös yrityksen palveluille voi olla enemmän kysyntää. Toisaalta, taloudellisen taantuman aikana matkailualan yritykset voivat joutua leikkaamaan kulujaan, mikä saattaa vaikuttaa Yritys X Oy:n asiakasmääriin ja liikevaihtoon. Yrityksen on hyvä varautua tällaisiin suhdannevaihteluihin ja pitää taloudelliset puskurit riittävällä tasolla.

Taloudelliset tekijät, kuten inflaatio, ostovoima ja lainan korot, voivat myös vaikuttaa yrityksen toimintakuluihin ja asiakashintojen asettamiseen. Inflaatio voi nostaa ensiapuvälineiden hintoja, mikä voi vaikuttaa tuotteiden kannattavuuteen. Lisäksi mahdolliset muutokset verotuksessa ja yritystuissa voivat vaikuttaa yrityksen taloudelliseen tilanteeseen, ja Yritys X Oy:n tulisi olla tietoinen näistä taloudellisista reunaehdoista.

Sosiaaliset tekijät

Yritys X Oy:n toimintaan vaikuttavat myös yhteiskunnalliset arvot, asenteet ja trendit. Yhä useampi matkailija ja matkailualan yritys on kiinnostunut turvallisuudesta ja vastuullisuudesta, ja asiakkaiden odotukset turvallisuusvalmiuksien suhteen ovat kasvaneet. Tämä luo kysyntää Yritys X Oy:n tarjoamille ensiapukoulutuksille, sillä turvallisuus on tärkeä kilpailuvaltti etenkin luonnossa toimiville matkailuyrityksille.

Työntekijöiden asenteet ja hyvinvointi ovat myös keskeisiä sosiaalisia tekijöitä, jotka vaikuttavat yritystoimintaan. Yritys X Oy:n tarjoamat koulutukset voivat parantaa yritysasiakkaiden työntekijöiden turvallisuuden tunnetta, ja hyvä ensiapuosaaminen voi lisätä työntekijöiden hyvinvointia ja luottamusta työympäristöönsä. Lisäksi yhteiskunnan väestörakenteen muutos, kuten väestön ikääntyminen, voi vaikuttaa ensiapukoulutuksen tarpeisiin esimerkiksi palvelualoilla, joissa turvallisuus on korostuneessa asemassa.

Teknologiset tekijät

Teknologinen kehitys vaikuttaa Yritys X Oy:n toimintaan useilla tavoilla. Digitaalinen markkinointi ja online-palvelut mahdollistavat yritykselle laajemman näkyvyyden ja tavoitettavuuden, mikä voi olla hyödyllistä etenkin alueellisesti keskittyneessä toiminnassa. Sosiaalinen media, verkkosivut ja muut digitaaliset kanavat tarjoavat tehokkaan tavan tavoittaa asiakas-kuntaa, lisätä yrityksen tunnettuutta ja markkinoida koulutuksia.

Ekologiset tekijät

Ympäristöön liittyvät tekijät ovat keskeisiä Yritys X Oy:n toiminnassa, sillä se toimii luontokohteiden läheisyydessä ja palvelee matkailualaa, joka on suoraan riippuvainen ympäristöstä. Ilmastonmuutos ja ympäristötietoisuuden lisääntyminen voivat vaikuttaa matkailualan

yrittäjiin sekä niiden vastuullisuuskäytännöistä tuleviin odotuksiin. Yritys X Oy voi vastata näihin odotuksiin tarjoamalla koulutuksia, joissa huomioidaan luonnossa toimimisen erityispiirteet ja ekologinen kestävyys.

Ympäristötekijöihin liittyy myös raaka-aineiden saatavuus, mikä voi vaikuttaa ensiapuvälineiden valmistukseen ja toimitusketjuihin. Jos ympäristöystävällisyys ja hiilijalanjäljen pienentäminen tulevat entistä merkityksellisemmiksi yritysten ostopäätöksissä, Yritys X Oy voi hyötyä tarjoamalla vastuullisesti tuotettuja ja ympäristöystävällisiä tuotteita ja koulutuksia.

Lailliset tekijät

Yritys X Oy:n toimintaa ohjaavat erilaiset lainsäädännölliset vaatimukset, jotka koskevat erityisesti turvallisuus- ja työelämäsääntelyä. Työturvallisuuslaki velvoittaa yritykset varmistamaan työntekijöiden turvallisuuden, mikä lisää ensiapukoulutusten kysyntää ja tukee Yritys X Oy:n liiketoimintaa (Työturvallisuuslaki 738/2002). Lisäksi matkailualan erityislainsäädäntö ja mahdolliset ympäristömääräykset voivat asettaa uusia vaatimuksia yrityksille, mikä saattaa lisätä Yritys X Oy:n palveluiden kysyntää.

Lailliset vaatimukset, kuten työsuojaus ja kuluttajansuojaan liittyvät säädökset, vaikuttavat suoraan siihen, millaisia palveluita Yritys X Oy:n on tarjottava ja millä ehdoilla. Tulevat lainsäädännön muutokset voivat tuoda uusia vaatimuksia ensiapukoulutusten sisällölle ja asiakaspalvelun tasolle. Lisäksi yrityksen tulee varmistaa, että se täyttää kaikki tarvittavat vakuutus- ja kirjanpito vaatimukset, jotka voivat olla erityisen tärkeitä matkailu- ja turvallisuus-alalla toimiville yrityksille.

8 Yhteenveto ja pohdinta

SWOT- ja Porterin viiden voiman mallien perusteella Yritys X Oy:llä on vahva asema Itä-Lapin paikallisilla markkinoilla erityisesti matkailualan tarpeisiin suunnattujen ensiapukoulutusten tarjoajana. Yrityksen keskeiset vahvuudet – joustava palvelumalli, asiakaslähtöisyys ja omistajan laaja ensiapuosaaminen – tuovat kilpailuetua tunnetumpien toimijoiden, kuten Suomen Punaisen Ristin, tarjoamiin koulutuksiin nähden. Mahdollisuuksia Yritys X Oy:lle luovat kasvava kiinnostus turvallisuus- ja vastuullisuuskoulutuksiin sekä asiakaskohtaisesti räätälöityjen kurssien kehittäminen.

Tulevaisuudessa Yritys X Oy voi vahvistaa markkina-asemaansa laajentamalla palvelutarjontaansa ja rakentamalla pitkäaikaisia asiakassuhteita. On kuitenkin tärkeää huomioida matkailualan taloudelliset vaihtelut ja kilpailun kiristyminen, sillä nämä voivat vaikuttaa koulutusten kysyntään. Lainsäädännön muutokset, kuten työturvallisuutta ja vastuullisuutta koskevat säädökset, ovat merkittäviä yrityksen toiminnan kehittämisessä, ja niiden huomiointi voi lisätä palvelujen houkuttelevuutta asiakkaiden ja markkinoiden näkökulmasta.

PESTEL-analyysin mukaan Yritys X Oy:n toimintaympäristöön vaikuttavat ulkoiset tekijät, joihin yrityksen tulee mukautua menestyäkseen. Poliittiset ja lailliset säädökset, kuten työturvallisuuslaki, tukevat palveluiden kysyntää, mutta taloudelliset suhdanteet voivat vaikuttaa asiakaskunnan investointikykyyn. Yhteiskunnalliset arvot ja ekologiset tekijät lisäävät vastuullisuuden merkitystä, mikä voi vahvistaa Yritys X Oy:n asemaa markkinoilla. Lisäksi teknologian kehitys voi avata uusia mahdollisuuksia sekä koulutusten toteuttamiseen että markkinointiin.

Yritys X Oy:lle on tärkeää tarkastella toimintaympäristöään säännöllisesti PESTEL-tekijöiden näkökulmasta, jotta yritys voi ennakoida muutoksia ja sopeutua nopeasti markkinoiden tarpeisiin. Näin yritys pystyy kehittämään toimintaansa joustavasti, säilyttämään kilpailuetunsa ja varmistamaan markkina-asemansa paikallisilla markkinoilla myös tulevaisuudessa.

Lähteet

Bruijl, G. 2018. The Relevance of Porter's Five Forces in Today's Innovative and Changing Business Environment. Viitattu 28.11.2024. Saatavissa https://www.researchgate.net/profile/Gerard-Bruijl/publication/326026986_The_Relevance_of_Porter's_Five_Forces_in_Today's_Innovative_and_Changing_Business_Environment/links/5c14165c299bf139c7593f03/The-Relevance-of-Porters-Five-Forces-in-Todays-Innovative-and-Changing-Business-Environment.pdf

Emergency First Response a. Emergency First Response etusivu. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://www.emergencyfirstresponse.com>

Emergency First Response b. Emergency First Response Courses. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://www.emergencyfirstresponse.com/courses/>

Finlex. 2024. Työturvallisuuslaki 738/2002, 46 §. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020738#L5P46>

Hallikainen, V. & Tuohino, A. 2020. Riskienhallinta luontomatkailussa: Käytänteitä ja näkemyksiä suomalaisilta matkailuyrittäjiltä. *Matkailututkimus*, 16(2), 8–21.

Holvi a. Miten teen SWOT-analyysin? Viitattu 5.11.2024. Saatavissa <https://www.holvi.com/fi/holvipedia/swot-analyysi/>

Holvi b. Yrityksen tavoitteet. Viitattu 5.11.2024. Saatavissa <https://www.holvi.com/fi/holvipedia/yrityksen-tavoitteet/>

Koski, P. & Kelo, M. 2019. Toimintatutkimus menetelmänä. Viitattu 28.11.2024 Saatavilla <https://blogit.metropolia.fi/masterminds/2019/09/30/toimintatutkimus-menetelmana/>

Kuvio 1. Osaava yrittaja. Kokonaiskustannukset. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://www.osaavayrittaja.fi/kannattavuuslaskenta/tuotot-ja-kustannukset>

Kuvio 2. Suomen Riskienhallintayhdistys. Swot-analyysi. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Molarius, R., & Meristö, T. 2007. LAADUKAS SWOT Työkalu pk-yrityksen innovaatiovetoisen tulevaisuuden menestyksen turvaamiseksi, 10. Saatavissa https://www.researchgate.net/publication/312020497_LAADUKAS_SWOT_Tyokalu_pk-yrityksen_innovaatiovetoisen_tulevaisuuden_menestyksen_turvaamiseksi

Niskala, S. 2022. Developing a new strategy for a micro company. Viitattu 28.11.2024. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/748243/Niskala_Saija.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Osaavayrittaja. 2024. Tuotot ja kustannukset. Viitattu 5.11.2024. Saatavissa <https://www.osaavayrittaja.fi/kannattavuuslaskenta/tuotot-ja-kustannukset>

Pyhätunturi. Aktiviteetit. Viitattu 28.11.2024. Saatavissa <https://www.pyha.fi/fi/aktiviteetit>

Soikkeli, J. 2021. Yrittäjä – Tiedätkö mikä on PESTEL-analyysi? Viitattu 6.11.2024. Saatavissa <https://www.redesan.fi/yrittaja-tiedatko-mika-on-pestel-analyysi/>

Suomi.fi. 2024. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja laskelmat. Viitattu 5.11.2024
Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/liiketoimintasuunnitelma>

Uusyrittäjäkeskus. 2024. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 5.11.2024. Saatavissa <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>

Vares, V. 2023. Porterin viiden kilpailuvoiman malli. Rahapedia.com. Viitattu 5.11.2024. Saatavissa https://rahapedia.com/porterin-viiden-kilpailuvoiman-malli/#Mitka_ovat_Porterin_viiden_voiman_heikkoudet

World Health Organization (WHO). 2005. Prehospital Trauma Care Systems. Viitattu 21.10.2024. Saatavissa <https://www.who.int/publications/i/item/prehospital-trauma-care-systems>

Yrittajat.fi. 2024. Rahoitus. Viitattu 5.11.2024. Saatavissa <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/rahoitus/>