

Arja Onatsu

Käsityötaito- ja ompelualan liiketoiminta- suunnitelma

Ompelimo

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Maaliskuu 2015

Tekijä Otsikko	Arja Onatsu Käsityötaito- ja ompelualan liiketoimintasuunnitelma. Ompelimo
Sivumäärä Aika	39 sivua + 6 liitettä Maaliskuu 2015
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Talous ja rahoitus
Ohjaaja	Lehtori Iiris Kähkönen
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma käsityö- ja ompelualalle. Opinnäytetyössä käytettävä menetelmä oli kehittämishanke. Tavoitteena oli hyödyllisen taidon ja tiedon tuottaminen. Tarkoituksena oli, että tämän työn avulla käsityöryhtäjäksi aikova pystyy ymmärtämään alan yrityksen perustamisen ja käytännön toimien vaatimuksen.</p> <p>Viitekehyksessä esiteltiin ensiksi alustava liikeidea, sen jälkeen kehittämishankkeen tehtävä ja päämäärä sekä strategia ja liiketoiminnan käytännön toimenpiteet. Suunnitelmasa selvitettiin toiminnan tavoitteet, tuottavuus ja kannattavuus, joka onkin yleisesti kohonnut 2000-luvulla. Tarkastelun kohteena olivat käsityöyritykset, joissa on vain kaksi työntekijää, sillä pienen kokonsa vuoksi monet yritykset ovat pystyneet sopeuttamaan kustannuksensa myynnin kehitystä vastaaviksi. Seuraavaksi analysoitiin toimintaympäristöä ja kilpailijoita, laadittiin markkinointisuunnitelma, rahoituslaskelmat ja riskikartoitus.</p> <p>Opinnäytetyöllä ei ollut toimeksiantajaa. Opinnäytetyön tekijä tulisi itse hyödyntämään liiketoimintasuunnitelmaa mahdollisen oman yrityksen perustamisessa. Yrityksen olisi tarkoitus aloittaa toimintansa vuoden 2015 aikana pääkaupunkiseudulla. Toiminnan onnistumisen mahdollisuudet olisivat hyvät, koska samankaltaisia yrityksiä ei ole kovin paljon Etelä-Suomen alueella.</p>	
Avainsanat	liiketoimintasuunnitelma, käsityö, ompeluala, liikeidea

Author Title Number of Pages Date	Arja Onatsu Business Plan for an Artisan 39 pages + 6 appendices March 2015
Degree	Bachelor of Business Administration, BBA
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Accounting and Finance
Instructor	Iiris Kähkönen, Senior Lecturer
<p>The purpose of this thesis was to create a functional business plan for handcraft and sewing industry. In the thesis, the method used was a development project. The goal of development was to develop useful skills and knowledge. It was envisaged that this work allows the artisans considering becoming entrepreneurs to understand the field of business creation and the requirement of practical action.</p> <p>The preliminary business idea was first introduced in the frame of reference, followed by the task and goals of the development project, as well as by strategy and business practice measures. The plan examined the operation's objectives, productivity and profitability, which have generally increased in the 2000s. The objects of the examination were craft enterprises, which have only two employees. Because of their small size, many companies have been able to adapt their costs comparable to sales developments. Next the business environment and competitors were analysed, followed by, drafting the marketing plan, financial statements and risk mapping.</p> <p>The author of the thesis will be using the business plan on the event of possibly starting her own business. The company should be operational within year 2015 around the metropolitan area. The operation would have a good chance of success, because there are not many similar companies around southern Finland.</p>	
Keywords	business plan, handcraft, sewing industry, business idea

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen kuvaus	1
1.2	Tavoite ja tarkoitus	2
1.3	Työn rakenne	4
2	Toimialakatsaus	5
2.1	Käsityö ammattina	5
2.2	Käsityöalan yrittäjyys	5
2.3	Alan kehitysnäkymät	7
3	Suomen talouden vaikutus yrittäjyyteen	8
3.1	Suomen talouden kehitys	8
3.2	Käsityöalapalveluiden talouskehitys	11
4	Liiketoimintasuunnitelma	12
4.1	Liiketoimintasuunnitelman periaatteet	12
4.2	Toimintamallit	13
4.2.1	Toiminta-ajatus ja liikeidea	13
4.2.2	Yrityskuva	15
4.2.3	Arvot ja strategia	16
4.3	Markkina-analyysi	17
4.3.1	Perustamisvaiheen markkina-analyysi	17
4.3.2	Toimintaympäristö	18
4.3.3	Kilpailija-analyysi	19
4.4	Käytännön ratkaisut	19
4.4.1	Yhtiömuoto ja yrityksen nimi	19
4.4.2	Toimitilat, laitteet ja tarvikkeet	20
4.4.3	Luvat, ilmoitukset ja vakuutusasiat	21
4.5	Markkinointisuunnitelma ja strategia	21
4.5.1	Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä	21
4.5.2	Markkinoinnin tavoitteet ja kohderyhmä	22
4.5.3	Suunnitelmat asiakassuhteiden luomiseksi ja ylläpitämiseksi sekä hinnoittelu	23
4.5.4	Markkinoinnin keinot ja kanavat sekä palvelujen konkretisointi	25

4.6	Yrityksen kehittämistoimenpiteet	26
4.6.1	Tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	26
4.6.2	Muut kehittämissuunnitelmat	26
4.7	Riskikartoitus ja haavoittuvuusanalyysi	27
4.7.2	Toimenpiteet riskien hallitsemiseksi	29
4.7.3	Työsuojelu	30
4.8	Yritystoiminnan taloussuunnittelu	31
4.8.1	Rahoitussuunnitelma-, kannattavuus-, rahoitus- ja tuloslaskelmat	31
4.8.2	Verotus ja kirjanpito	32
4.9	SWOT- analyysi	34
5	Loppupäätelmät	35
5.1	Yhteenveto ja johtopäätökset	35
5.2	Opinnäytetyön arviointi ja oma oppiminen	37
	Lähteet	39

Liitteet

- Liite 1. Investointilaskelma
- Liite 2. Käyttöpääoman tarve
- Liite 3. Rahoitustarvelaskelma ja hinnasto kustannuksista
- Liite 4. Kassavirtalaskelma
- Liite 5. Tulos- ja tase-ennusteet
- Liite 6. Liiketoimintasuunnitelman kooste

1 Johdanto

1.1 Aiheen kuvaus

Käsityöalalla suunnitellaan ja valmistetaan tuotteita melkein kaikkeen sisustukseen, vaatetukseen ja elinympäristöön. Käsityöläinen vastaa koko tuotteen valmistuksesta alkuvalmisteluista, siis raaka-aineista, lopulliseksi valmiiksi tuotteeksi. Suomessa käsityön ammattilaisia toimii mm. puu-, metalli-, tekstiili-, vaatetus-, koru-, keramiikka-, kivi-, rakennus- ja konservointialoilla. Käsityöammateissa korostuu selvästi yksilöllinen tekeminen, erinomaiset kädentaidot sekä tuotteiden korkeatasoinen suunnittelu ja valmistus. Sellaista ei monissakaan muissa ammateissa kohdata. Työtä tehdään usein perinteiseen työtapaan käsillä, mutta sitä tehdään paljon myös erilaisilla työkaluilla ja koneilla. (Ammattinetti.)

Kerrannaisvaikutukset kansantaloudessa näkyvät selvimmin käsityöyritysten työllistämisaikutuksissa, joissa on välillisesti monia alihankkijoita ja palveluyritysten työntekijöitä. Käsityöläisiä arvioidaan työllistettävän yleisesti noin 30 000 henkilöä. Tässä työllisyysarviossa on yhdistettynä kaikenkokoisten ja kaikilla toimialoilla toimivien, osittainkin kädentaitoihin tuotantonsa perustavien yritysten välittömät ja välilliset työllisyysvaikutukset. Vuonna 2003 käsityöyritykset työllistivät Tilastokeskuksen YTR:n (Yritys- ja toimipaikkarekisteri) mukaan noin 13 700 henkilöä, mikä oli tuolloin 4,3 % mikroyritysten (yritys, joka työllistää vähemmän kuin kymmenen henkilöä) henkilöstöstä. Käsityöyritysten pieni koko ilmeneekin siitä, että käsityöyritykset työllistivät Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2003 keskimäärin vain 1,5 henkeä. YTR:n mukaan vuonna 2003 Suomessa toimi noin 9 400 käsityöyritystä. (Lith 2005, 13.)

Luutosen & Äyväriin mielestä käsityöläiselle käsityö on kokonaisvaltainen tuotantoprosessi tai valmistustekniikka, jota käytetään hyvin monipuolisesti esimerkiksi tuotesuunnittelussa ja tuotteen viimeistelyssä. Käsityö on luonteeltaan hyvin työvaltaista, mutta silti hyvin mielenkiintoista niiden mielestä, jotka pitävät sen alan työstä. (Luutonen & Äyväri 2002, 72.)

Käsityö ja siihen liittyvän toiminnan tiedetään muuttuvan, ja lopullista määritelmää on vaikea tehdä. Käsityö on uusia ilmaisuja ja toimintatapoja omaksuvaa ihmisen luovaa

toimintaa, eli se ei ole ollenkaan katoavaa jäännettä menneestä. Määritelmä vaihtelee maittain, ja suomalaisessa määrittelyssä taustalta löytyvät ammatit, jotka kuuluivat aiemmin kotiteollisuuden piiriin ja joissa valmistetut tuotteet ovat lähinnä kestokulutus-hyödykkeitä. (Lith 2005, 74.)

Käsityön voisi kuvailla uusiutuvaksi moni-ilmeiseksi ilmiöksi, koska se osoittautuu todella hyvin muuntautuvaksi, sitkeäksi ja säilyväksi alueeksi. Yhteiskunnallisen tilanteen uudistuessa käsityölle on avautunut vain lisää uusia mahdollisuuksia. Käsityöalan olemassaolon ennuste on myönteinen: ala pääsee yhä enemmän tuoreille toiminta-alueille. (Kaukinen & Collanus 2006, 7.)

Suomessa on todettu olevan paljon hienoa osaamista sekä hyviä ja lahjakkaita käsityöläisiä ja muotoilijoita. Suurin osa käsityöläisistä pitää asiakkaan näkemyksen huomioon ottamista tarpeellisena ja on siksi valmis tekemään tilaus- ja sarjatyötä. Käsityöyrittäjän menestyminen on jäänyt yleisestikin salaisuudeksi, koska kilpailutilanne on kova ja laatuvaatimukset korkeat.

1.2 Tavoite ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on saada laadituksi laadukas käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma mahdollisesti toimintansa aloittavalle uudelle ompelu- ja käsityötaimolan yrittäjälle. Liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus sisältää kaikki se oleellinen ja tärkeä tieto, jota uusi yrittäjä tarvitsee yritystoimintaa suunnitellessaan tai sitä käynnistäessään. Liiketoimintasuunnitelmaan sisältyy niin teoriaa kuin käytännönläheisiä tietoja, neuvoja tai ohjeistuksia, joiden avulla aloitteleva yrittäjä selviää niin viranomaisten kuin muiden sidosryhmien kanssa käytävistä neuvotteluista tai muista vastaavista tilanteista.

Liiketoimintasuunnitelman aloitusvaiheessa ompelualan yritys palvelisi korjausompelupalveluita tarvitsevia. Suunnitelmaa laadittaessa ja luotaessa jatkuvasti uusia ideoita hyvin monipuolisesti toiminta laajentuu ompelupalveluja asusteista sisustustekstiileihin sekä monipuolisia lanka- ja käsityötarvikkeita tarjoavaksi käsityöalan kannattavaksi yritykseksi.

Tarkoituksena on kartoittaa käsityöalan nykytilannetta ja tulevaisuutta sekä miettiä alan kehityssuuntia. Opinnäytetyö on kehittämishanke, jonka teoreettiseen viitekehykseen kuuluu saada kattava käsitys siitä, mitä yrityksen perustaminen vaatii. Lisäksi työssä tarkastellaan käsityöyrittäjyyden tämänhetkistä tilaa Suomessa. Kehittämistyötä voidaan hyödyntää liiketoiminnassa uusien toimintamallien, tuotteiden, palvelujen tai työ- kulttuurin jalostamisessa. Kehittämishanke opinnäytetyössä voi olla lisäksi myös toimintaa uusien käytäntöjen kehittämisessä ja suunnittelussa koko organisaatiossa ja työyhteisössä. Tässä opinnäytetyössä esitellään myös naisyrittäjyyden tilaa Suomessa (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2009, 15).

Suunnitelman pohjana on toiminnan kokonaisuuden hallinta ja sen jäsentely eri osa- alueiksi. Siten yritys hallitsee valitsemaansa liiketoiminta-alueetta. Toiminnan kokonai- suuden voi jakaa viiteen osa-alueeseen, joihin kuuluvat yrityksen markkinointi, tuotan- to, kehitys, talous ja henkilöstö eli työntekijät. Kaikkien toimintojen johdonmukainen kehittäminen yhdenmukaisesti tukee yrityksen päämäärää, liiketoiminta-alueetta ja ta- votteita. Yrityksen olisi tarkoitus aloittaa toimintansa ensi vuoden puolella eli vuoden 2015 aikana pääkaupunkiseudulla. Toiminnan aloitukselle mahdollisuudet onnistumi- seen olisivat hyvät, koska samankaltaisia yrityksiä ei ole useitakaan Etelä-Suomen alueella.

Yritysmuodon valinnassa huomioidaan yritystoiminnan tulevaisuus eli se, että toimin- nan kasvaessa joudutaan usein vaihtamaan yritysmuotoa. Tämän vuoksi valitaan heti muuteltavissa oleva yritysmuoto. Valitsemalla yhtiömuodoksi toiminimen perustaja ryh- tyy yrityksen yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi. Toiminnan toteutustavan vuoksi ompelu- ja käsityötaitoalan liiketoiminta tarvitsee sopivan tilan toimintansa harjoittamiseen, jotta toteutustapa olisi toimiva. Esimerkiksi aluksi yrittäjän on kustannussyistä kannat- tavampaa harjoittaa toimintaa kotoa käsin.

Yritysmuodon valinnan jälkeen etsitään tietoa uutta perustettavaa yritystä varten useis- ta eri lähteistä. Verohallinnosta saa monia yrittäjälle tarvittavia tietoja, ja sinne yrittäjä joutuu tekemään erilaisia ilmoituksia. Työ- ja elinkeinotoimistosta saa tietoa starttira- hasta, ja yrityskeskuksista löytää muuta hyödyllistä tietoa. Vakuutusyhtiöstä saa tietoa muun muassa eläkemaksuista ja muista pakollisista ja vapaaehtoisista vakuutuksista. Pankista ja Finnverasta löytää tietoa mahdollisesta lainasta osana yrityksen rahoitusta, jos sellaiseen syntyy tarvetta.

1.3 Työn rakenne

Aluksi opinnäytetyössä perehdytään käsityötoimialakatsaukseen, käsityöhön ammattina, käsityöyrittäjyyteen ja alan kehitysnäkymiin, koska siten saa hyvän tietämyksen käsitteestä ”käsityö” ja alaan kuuluvasta yrittäjyydestä. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan kokonaisvaltaista liiketoimintaa. Siinä esitellään yrityksen toimintamallia ja toimialan suunnitelman sisältöä, joka koostuu liikeyrityksen määritelmästä, tavoitteista ja keinoista ja jossa kuvaillaan yrityksen palvelut ja tuotteet. Lisäksi pohditaan toiminnan kannattavuutta ja yrittäjän resursseja. (Koski & Virtanen 2005, 18.)

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan juuri yrittäjää itseään varten, ja sen avulla on helppoa suunnitella, ohjata ja seurata yrityksen toimintaa. Liiketoimintasuunnitelma on myös apuväline ja monesti vaatimus eri rahoituslaitoksille, kun ne tekevät rahoituspäätöstä yritykselle. Hyvin laaditun liiketoimintasuunnitelman rahoituslaskelman avulla yrittäjä pystyy ennakoimaan rahoituksen tarvetta ja määrittelemään sisään tulevan rahavirran määrää. Samalla voidaan selvittää taloussuunnitelmaa ja yrityksen liiketoiminnan kannattavuutta.

Yrityksen perustamisessa tärkeä on markkinointisuunnitelma, jonka tarkoituksena on selvittää, miten uutta yritystä perustettaessa hankitaan yritykselle asiakkaita. Markkinointia suunniteltaessa on huomioitava sekä ulkoisen että sisäisen markkinoinnin tarpeet ja kohderyhmät. Tässä suunnitelmassa käytetään esimerkiksi hinnoittelua sekä erityyppisiä markkinointikanavia ja lisäksi palveluiden konkretisointia. Yritystoiminnan erilaiset riskit kartoitetaan, jotta niiltä osattaisiin välttyä. Lopuksi tehdään SWOT-analyysi, joka havainnollistaa tulevan yrittäjän ja yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Tämän pohjalta lopuksi arvioidaan liiketoimintaa kokonaisuutena ja sitä, onko kannattavaa perustaa liiketoimintaa.

2 Toimialakatsaus

2.1 Käsityö ammattina

Käsityöalalla tarkoitetaan toimialoja, joilla valmistetaan yksilöllisiä tai piensarjatuotteita käsityömäisin menetelmin. Käsityö voi myös tarkoittaa niin sanottua immateriaalista tuotetta, kuten palvelua tai toimintaa, jonka tuloksena syntyy kokemus tai esimerkiksi opitaan jokin käsityötekniikka. Käsityöyrityksen lähtökohtana on usein yrittäjän oma ammatillinen osaaminen ja tuoteidea. (Luutonen & Äyväri 2002, 11.)

Käsityöalan työllistävän vaikutuksen arvioidaan olevan noin 20 000 henkilöä. Käsityöalalla olevilla yrittäjillä valtaosalla on monivuotinen käsi- ja taideteollisuusalan koulutus, ja heistä suuri joukko toimii erilaisissa opetus- ja ohjaustehtävissä. Kaikki itsenäiset käsityön ammattilaiset eivät kuitenkaan pidä itseään varsinaisena yrittäjänä vaan esimerkiksi taiteilijoina. Yritys tai oman toiminnan yhtiöittäminen on vain heille väline toteuttaessa tuoteidea ja kanavoida toiminnasta aiheutuneet tulot ja menot (Kälviäinen 2005, 5.)

2.2 Käsityöalan yrittäjyys

Pääosa käsityöyrittäjistä on yksinyrittäjiä, joilla on monta roolia: suunnittelija, valmistaja, markkinoija ja talouspäällikkö. Käsityöyritykset tuottavat paitsi näkyviä tuotteita, myös käsityötuotteisiin liittyviä korjaus- ja koulutuspalveluja. Käsityön ja käsityöyrittäjyyden ulottaminen laajemmin palveluhyödykkeisiin voi aiheuttaa silti ongelmia, vaikka palvelut tuotettaisiinkin käsityönä. Esimerkkinä voidaan mainita parturit ja kampaamot taikka teollisten tuotteiden muotoilu- ja suunnittelupalveluja tuottavat yritykset. Käsitteet voivat myös vaihdella maittain, sillä Keski- ja Etelä-Euroopassa käsityötyönimikkeen alle luetaan usein parturit, kampaajat ja kosmetologit. (Lith 2005, 9).

Näkyvimpiä käsityöyrityksiä ovat käsityötyyppisiä tuotteita valmistavat tai niiden korjauspalveluja tuottavat alle kymmenen hengen yritykset. Pienet käsityöyritykset toimivat enimmäkseen kotimarkkinoilla, joissa pääasialliset asiakkaat ovat toimialasta riippuen yksityiset kotitaloudet, kauppa tai päähankkijoina toimivat suuremmat yritykset. Tarkastelun kohteena olevista vähintään kahden työntekijän käsityöyrityksistä, on kannattavuus ja toiminnan tuottavuus kohonnut 2000-luvulla. Sillä yrityksen pienen koon vuoksi

monet ovat pystyneet sopeuttamaan kustannuksensa myynnin kehitystä vastaaviksi. Myös yritysten omavaraisuusaste on pysynyt mittauksissa tyydyttävällä tasolla, vaikka pienissä yrityksissä omavaraisuusasteen muutokset voivat vaihdella muuttuneissa suhdannetilanteissa. Lähiajan odotukset ovat tällä toimialalla kuitenkin varovaisen myönteiset (Lith 2005, 40).

Myynnin kehitys on ollut käsityötoimialoilla keskimäärin melko hidasta 2000-luvun alussa johtuen suhdannetaantumassa ja asiakastoimialojen vaikeuksien vuoksi. Heikointa kehitykset ovat olleet vuosina 2001–2003 kaikkein pienimmissä alle kahden työntekijän yrityksissä ja niissä yrityksissä, jotka toimivat mm. teollisuuden alihankkijoina. Edellisestä johtuen, käsityöyrityksistä on todettu viidennes kuuluvan kohonneen tai suuren riskin yrityksiin, jos lähtökohtana ovat yrityksen talous, maksuhäiriöiden määrä tai verojäämät. Verojäämiä on noin viidennes yrityksistä, mutta myös valtaosalla verovelat ovat hyvin pieniä. Suhteellisesti eniten ongelmallisia yrityksiä toimii kirjansidonnin ja painamisen toimialalla sekä puusepäntuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa. Eniten käsityöyritysten määrä on lisääntynyt huonekalujen valmistuksessa ja laivojen ja veneiden valmistuksessa ja korjauksessa. (Lith 2005, 40.)

Yritysmäärän lisäys suhteessa yrityskannasta on ollut suurinta soitinten ja keraamisten tuotteiden valmistuksessa. Jalkineiden ja nahkatuotteiden korjauksessa (suutarit), tekstiilien, vaatteiden, nahkatuotteiden, kivituuotteiden, puusepän ja muiden puutuotteiden valmistuksessa sekä kirjansidonnin ja painamisen toimialoilla yritysten määrä on kuitenkin vähentynyt. (Yritys- ja toimipaikkarekisteri, teoksessa Lith 2005, 15, taulukko 1.)

Taulukko 1. Käsityöyritykset toimialoittain vuonna 2003 ja niiden määrän suhteellinen kasvu vuodesta 1995 (Yritys- ja toimipaikkarekisteri, teoksessa Lith 2005, 15).

Toimialaryhmä (Nace 2002)	Yrityksiä 2003, lkm	Määrän lisäys 1995–2003, lkm	Määrän lisäys 1995–2003, %
Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus	1 349	-82	-5,7
Huonekalujen valmistus	1 352	105	8,4
Vaatteiden valmistus	1 144	-28	-2,4
Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus	1 137	9	0,8
Tekstiilien valmistus	884	-31	-3,4
Kirjansidonta ja painaminen	756	-44	-5,5
Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus	483	85	21,4
Pelien, leikkikalujen ja yms. tuotteiden valmistus	442	53	13,6
Kellojen, kultasepäntuotteiden yms. korjaus	406	40	10,9
Kultasepäntuotteiden valmistus	270	14	5,5
Nahan ja nahkatuotteiden valmistus	252	-59	-19,0
Kivituotteiden valmistus	238	-16	-6,3
Jalkineiden ja nahkatuotteiden korjaus	220	-30	-12,0
Keraamisten tuotteiden valmistus	149	32	27,4
Urheiluvälineiden valmistus	133	19	16,7
Lasin ja lasituotteiden valmistus	97	13	15,5
Soitinten valmistus	74	36	94,7
Käsityöyritykset yhteensä	9 386	116	1,3

2.3 Alan kehitysnäkymät

Käsityötoimialoilla tuotteiden markkinointia ja erityisesti vientiin liittyviä kehityshankkeita pidetään yleisesti merkittävimpänä kehittämisen kohteena. Tuotekehityksellä on käsityöyritykselle enemmän tai vähemmän jatkuva kehitysprosessi, jossa muokataan vanhoja tuotteita ja tuodaan uusia tuotteita markkinoille. Tuotekehitystä tehdään asiakkaiden toivomuksesta tai yhteistyössä asiakkaan kanssa etenkin yksilöllisesti räätälöidyissä tuotteissa (Lith 2005, 40).

Käsi- ja taideteollisuusosalalla menestyvän yrityksen piirteitä ja mittareita ovat esimerkiksi seuraavat:

- Taloudelliset kriteerit: Yritys on kannattava ja saa siitä toimeentulonsa.
- Yrittäjän elämäntapa, arvot ja asenteet: Motivaationa pitkäjänteiseen työhön ja tekemiseen on luovuuden ja ilon tuottama tunne onnistumisesta.
- Tuotteisiin yhdistetyt ominaisuudet: Tuotteet ovat hyvälaatuisia, myyviä, asiakkaiden arvostamia, tarpeelliseksi kokemia ja käyttäjille iloa tuottavia.
- Imago: Suunniteltu yrityksen ja tuotteen imago on menestyksen osoitus ja tunnettuus: yrityksen, tekijän tai tuotteiden tunnettuus, myönteinen julkisuus. (Luukkonen & Äyväri 2002, 202 – 204.)

3 Suomen talouden vaikutus yrittäjyyteen

3.1 Suomen talouden kehitys

Suomen talouden kehitystä ja vaikutusta yrittäjyyteen on tarkasteltu Bruttokansantuotteen volyymin muutoksella neljänneksittäin vuosina 1991 - 2014, sekä volyymin muutoksesta edellisen vuoden vastaavasta neljänneksestä. Kuviosta 1 nähdään, miten tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan bruttokansantuotteen volyyymi kasvu huhti - kesäkuussa 0,2 prosenttia edelliseen vuosineljännekseen verrattuna. Vuoden 2013 toiseen neljännekseen verrattuna bruttokansantuote pieneni 0,1 prosenttia, koska toisella neljänneksellä oli yksi työpäivä vähemmän kuin vuosi sitten. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Tästä seurauksena on kansantalouden yleinen taantumus, kun bruttokansantuotteen volyyymi laskiessa näin kahtena peräkkäisenä vuosineljänneksenä. Volyymin merkittävä hinta muutoksista puhdistettua tietoa. Viitevuoden 2000 hintaiset volyymit on ilmaistu suhteessa vuoden 2000 käypähintaiseen (euromääräiseen) tasoon. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen bruttokansantuotteen muutos tarkentui -0,3 prosenttiin edellisestä neljänneksestä (oli -0,4 %), vertailu vuoden takaiseen pysyi ennallaan -0,3 prosentissa. Viennin volyyymi kasvoi toisella neljänneksellä 2,2 prosenttia edellisestä neljänneksestä ja 0,9 prosenttia vuoden takaisesta. Tuonti kasvoi 2,4 pro-

senttia edellisestä neljänneksestä ja 3 prosenttia vuoden takaisesta. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Yksityisen kulutuksen volyymi pieneni toisella neljänneksellä 0,3 prosenttia edellisestä neljänneksestä ja 0,2 prosenttia vuoden takaisesta. Kiinteän pääoman bruttomuodostus eli investoinnit kasvoivat 0,5 prosenttia edellisestä neljänneksestä mutta vähenivät 3,5 prosenttia vuoden takaisesta. (Neljännesvuositilinpito 2003. Tilastokeskus, kuvio 1).



Kuvio 1. Bruttokansantuotteen volyymin muutos neljänneksittäin vuosina 1991 - 2014 sekä volyymin muutos edellisen vuoden vastaavasta neljänneksestä (Tilastokeskus 2003).

Kuviossa 1 ilmenee, kuinka Suomen bruttokansantuote on kehittynyt vuosineljänneksittäin sekä mitkä toimialat ovat kasvaneet ja kuinka paljon. Selkenee myös edistävätkö tuotannon kasvua esimerkiksi vienti vai investoinnit ja millä tavoin kotitalouksien kulutus on muuttunut edellisestä neljänneksestä sekä palkkojen nousu viime vuodesta. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Talouden kasvulla, jonka tulisi olla jatkuvaa ja luonteeltaan työllistävää on siten keskeinen vaikutus yhteiskunnan kehityksen kokonaiskuvaan. Jolloin suomalaisen hyvinvoin-

tiyhteiskunnan ja laajan sosiaalsektorin menojen rahoittaminen olisi tasa-painoista suhteessa julkisen sektorin tuloihin. Kestävän talouskasvun tueksi tarvitaan työllistävän talouspolitiikan sekä teknologian kehittymistä. Teknologiaalla on kasvun jatkumisen vaikutus ja se auttaa samalla hillitsemään luonnonvarojen käyttöä. Tulevaisuuden suurimmaksi uhkaksi kansantalouden kokonaistyöpanoksen laskulle sekä tuottavuuden kasvuvauhdin hidastumiselle voimme pitää väestön ikääntymistä ja työtätekevien osuuden supistumista. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Vuonna 2014 Suomen BKT:n ei ennustettu kasvavan, mutta sen vuoden sisäinen kasvu muodostui positiiviseksi suhdannekäänteellä. Siinä kaikkein positiivisin ja merkittävin oli nettoviennin vaikutus. Yksityinen kulutus ei lisääntynyt edellisvuodesta ja yksityisetkin investoinnit vähenivät 4,6 % asuinrakennusinvestointien ja kone- ja laiteinvestointien heikon kehityksen vuoksi. Työmarkkinoiden tilanne heikkeni, ja myös työllisyys väheni edellisestä vuodesta 0,4 prosentilla. Siitä seurauksena oli työttömyysasteen nousu 8,6 prosenttiin ja inflaation jääminen 1,1 prosenttiin, josta n. 0,5 %-yksikköä tuli välillisen verotuksen muutoksista. Näin on ennustettu tapahtuvan myös vuonna 2015. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Tämän vuoden 2015 kasvuksi on ennustettu tulevan 1,2 %, ja näin kasvu muuttuisi laajapohjaisemmaksi, kun yksityisen kulutus lisääntyy noin 0,3 %. Markkinaosuuksien menettämisen jatkuessa viennin kasvu jää siten maailmankaupan kasvua hitaammaksi. Työmarkkinoiden tilanteen pysyessä edelleen heikkona ennustetaan työttömyyden vähenevän 8,5 prosenttiin edellisvuodesta ja työllisyyden lisääntyvän vain vajaalla puolella prosentilla. Työmarkkinoiden yhteensopivuusongelmien ennustetaan jatkuvan edelleen merkittävästi ja rakenteellisen työttömyyden lisääntyvän korkeaksi. Inflaation odotetaan olevan noin puolentoista prosentin tuntumassa. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Vuoden 2016 talouskasvuksi ennustetaan 1,4 %, jossa kotimainen kysyntä muodostuu edellisvuosia merkittävämmäksi kasvun lähteeksi. Kuitenkin Suomen viennin on edelleen ennustettu kehittyvän maailmankauppaa hitaammin. Julkisen talouden on huomioitu pysyvän alijäämäisenä pitkään heikon suhdannetilanteen vuoksi. Julkisyhteisöjen rahoitusasemaa rasittaa lisäksi väestön ikääntymisestä aiheutuvat menot. Valtion rahoitusaseman joudessa selvästi eniten menee valtion talous syvästi alijäämäiseksi, vaikka alijäämän ennustetaan kuitenkin pienenevän sopeutustoimien ja viriävän talouskasvun myötä. (Taloudellinen katsaus. 2014.)

Käsi- ja taideteollisuusliitto Taidon selvityksen Käsityörittäjä 2009 tulosten mukaan käsityöalan yritysten tilanne vaikuttaa vakaalta. Lisäksi talouden taantumasta voikin olla vetoapua käsityöalalle, koska kuluttajia kiinnostavat ennen kaikkea yksilölliset käsi-työtuotteet. Taantumana johdosta asiakkaat matkailevat enemmän kotimaan kohteissa ja käyttävät rahansa suomalaisiin tuotteisiin, joissa hinta ja laatu ovat kohdallaan. (Yksilöllisyys on käsityö- ja muotoilutuotteen menestystekijä.)

3.2 Käsityöalal palveluiden talouskehitys

Kansainväliset vertailut kuvaavat Suomen yritysten toimintaympäristön sijoittuvan aivan parhaimpien joukkoon, koska yritystoiminnan harjoittamisen puitteet ovat täällä hyvät. Koska hallinnolliset rasitteet maassamme ovat kansainvälisesti vertaillen hyvin vähäiset ja myös rahoituksen saatavuudessa ei ole ongelmia. Tutkimukset kuitenkin osoittavat uusien pk-yritysten olevan edelleen rahoitusongelmissa sekä toimintansa alkuvaiheessa että myös myöhemmässä vaiheessa. (Luutonen & Äyväri 2002, 151–159.)

Käsityöalal palveluiden talouskehitystä kuvannut Karjalainen on todennut käsityörittäjän rahoitusmahdollisuudet puutteellisiksi, koska käsityöala ei pääse osalliseksi läheskään kaikista tuista ja ei saa mahdollisuutta lainata kyseistä rahaa sen toimialan, kokonsa, sijaintinsa tai toimintansa luonteen vuoksi (Karjalainen 2002, 112.) Tämän perusteella käsityöalalle tyypillisiä kilpailukykytekijöitä olisi arvioitava omana kokonaisuutenaan sekä ennakoita alalle ominaisen toimintaympäristön muutoksia.

Suomessa laajan käden taitojen osaajien joukossa kehitys on painottunut koulutus- ja kulttuuripolitiikan saralle. Toiminnan muuttuessa harrastuksesta kannattavaksi yritys-toiminnaksi, pitäisi näin yritystoiminnan tukipalveluja olla käytettävissä. Näistä merkittävimmäksi tulevat yritystuet ja tuetut neuvonta ja koulutuspalvelut eli kehittämisspalvelut. Yritystukien myöntämisen avulla kehitettäisiin taloudellista kehitystä ja työllistymistä sekä myötävaikutettaisiin kannattavan yritystoiminnan synnyttämiseen tai jo toimivien pk-yritysten kilpailukyvyyn paranemiseen. (Luutonen & Äyväri 2002, 151–159.)

Käsityöalan yritystuista ei ole ollut käytettävissä erittelevää tilastotietoa. Esimerkkinä Työvoima- ja elinkeinokeskusten – TE -keskusten – myöntämät erilaiset yritystuet ovat suuntautuneet pienille alle 10 henkilöä työllistäville käsityöalan yrityksille. Lisäksi toimintaympäristötuella tuettaisiin käsityöalan yritysten yritysautomotoiminnan edistämistä. Tukea siten myönnettäisiin yritysten tarpeita vastaavasti. Esimerkiksi käsityöelinkei-

non kehittämiseksi on toteutettu vuosina 1995–2000 yhteistyössä Käsi- ja taideteollisuusliiton kanssa projektimuotoisena merkittävä alan kehittämisohjelma, jolla on tarkoitus edistää alan yritysten kilpailukykyä ja parantaa edellytyksiä alan uuden yritystoiminnan syntyemiselle. (Luutonen & Äyväri 2002,155.)

Edellä mainittuina vuosina eli 1995–2000 Kehittämisprojektissa koulutettiin valtakunnallinen Taito tuottamaan – oppimateriaalisarja ja -julkaisusarja sekä kehitettiin Internetissä toimiva käsityöläisten markkinointipaikka Suomen Taitoverkko sekä samoin käynnistettiin Taito Shop -liikeketjun toiminta. Taitava-kehittämisohjelman lisäksi alan yritystoiminnan erityispiirteitä on otettu huomioon DesignStart-kehittämisohjelmassa, joka on tarkoitettu erikoisesti piensarjaa valmistaville käsityöalan yrittäjille muotoiluosaamisen kehittämiseen tai graafisen yrityskuvan luomiseen. (Yksilöllisyys on käsityö- ja muotoilutuotteen menestystekijä.)

Käsityöalan kehittämistä on lisätty siis merkittävästi viime vuosien aikana. Hallinnonalalla on esimerkiksi rahoitettu pienempiä, alueellisesti toteutettuja alan yritystoiminnan kehittämisohjelmia. Myös yritysten tukijärjestelmät on jatkuvasti kehitettävänä yritysten ja niiden muuttuvan toimintaympäristön tarpeita vastaavaksi. Näin on mahdollista arvioida ja tunnistaa koko ajan kullekin alalle ominaisia kilpailukykytekijöitä ja toimintaympäristön muutoksia. (Yksilöllisyys on käsityö- ja muotoilutuotteen menestystekijä.)

4 Liiketoimintasuunnitelma

4.1 Liiketoimintasuunnitelman periaatteet

Opinnäytetyön aihe on laatia liiketoimintasuunnitelma mahdollisesti uudelle perustettavalle ompelu- ja käsityötaitoalan yritykselle. Aiheella ei ole toimeksiantajaa, mutta itselläni on aikomus käyttää laatimaani liiketoimintasuunnitelmaa perustaessani yritystä. Liiketoimintasuunnitelman aloitusvaiheessa ompelu- ja käsityötaitoalan yritys palvelisi korjausompelupalveluita tarvitsevia. Suunnitelmaa laadittaessa ja luomalla jatkuvasti hyvin monipuolisesti uusia ideoita, toiminta kehittyy laajentumalla ompelupalveluista ja asusteista, sisustustekstiileihin sekä monipuolisista lanka - ja käsityötarvikkeista tarjottavaksi käsityöalan kannattavaksi yritykseksi.

4.2. Toimintamallit

4.2.1 Toiminta-ajatus ja liikeidea

Toiminta-alue ja suunnitelma syntyvät toimintaympäristön ja menestymisen tekijöitä pohdittamalla sekä vertaamalla niitä omiin mahdollisuuksiin. Siitä löydetään omaperäisen liikeidean, josta voi keksiä keinot liikeidean toteuttamiseksi. Liiketoiminta-alueeseen kuuluu, että suunnitellaan, kenelle asiakkaille ja asiakasryhmille palvelu suuntautuu sekä mitä tuotteita ja tuoteryhmiä tarjotaan. Samoin on yrityksen maantieteellinen toiminta-alue määriteltävä. Imago ilmaisee miten yritys haluaa asiakkaiden mieltävän yrityksen ja sen tuotteet ja asemoinnit. Yritys asemoituu omalla toiminnallaan toimialan arvoketjussa, hinta-arvoakselilla, suhteessa muihin yrityksiin asiakkaiden mielisissä sekä muihin tuotteisiin. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 49.)

Toiminta-ajatuksen on tarkoitus kertoa, miksi yritys on olemassa ja se perustetaan. Toiminta-ajatukselle on käyttöä päivittäisessäkin liiketoiminnassa, etenkin yrityksillä, joissa on organisaatiotasojen ylemmän ja alimman tason välissä runsaasti. Lisäksi suuremmissa yrityksissä esimerkiksi pidetään huolta, että kaikkien yrityksen työntekijöillä sekä ulkopuolisilla sidosryhmillä on samanlainen ja selkeä kuva siitä, mitä yritys on tekemässä ja miksi. Toiminta-ajatuksen määritelmän voi kuvata sanalla missio. Samoin liiketoimintasuunnitelman tiivistäjänä se toimii, koska siitä selviää liiketoiminnan perusidea hyvin nopeasti. (Sutinen & Viklund 2004, 55.)

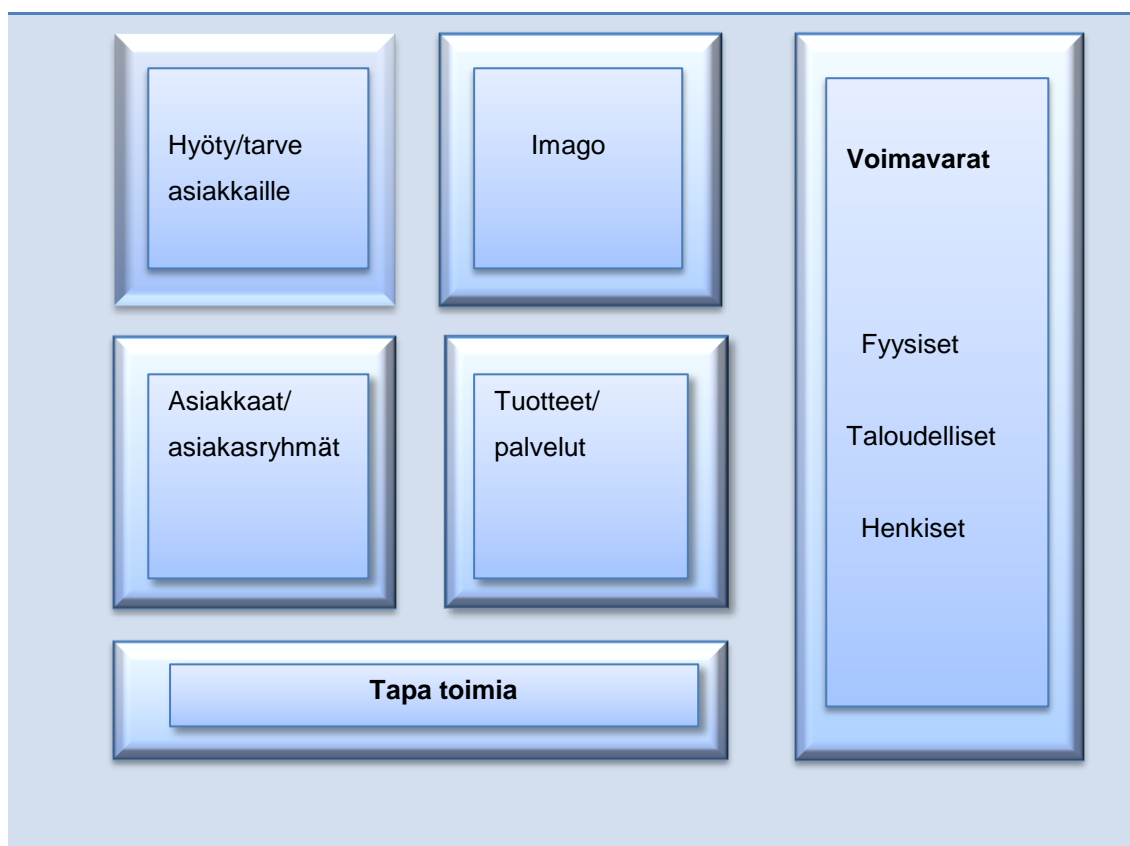
Toiminta-ajatuksena on laatia liiketoimintasuunnitelma mahdollisesti uudelle perustettavalle ompelu- ja käsityötaitoalan yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman aloitusvaiheessa ompelu- ja käsityötaitoalan yritys palvelisi korjausompelupalveluita tarvitsevia. Suunnitelmaa laadittaessa ja luomalla jatkuvasti hyvin monipuolisesti uusia ideoita, toiminta kehittyy laajentumalla ompelupalveluista ja asusteista, sisustustekstiileihin sekä monipuolisista lanka- ja käsityötarvikkeista tarjoavaksi käsityöalan kannattavaksi yritykseksi.

Liikeidea on yritysideasta kehitelty kuvaus yrityksen toiminnasta. Se on konkreettisempi, käytännönläheisempi ja laajempi kokonaisuus toiminta-ajatuksen verrattuna. Liikeideassa selvitetään tarkasti mitä, miten ja kenelle tuotteita ja palveluja markkinoidaan sekä tuotetaan, myydään ja toimitetaan asiakkaille. Liikeidean sisäiseksi rooliksi voi-

daan kutsua yrittäjän tehdessä paperille yrityksen liikeidean, jossa joutuu perustelemaan itselleen ja selvittämään ajatustensa loogisuutta ja yhteensopivuutta. Näin idea toimii myös kehitystyökaluna. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 49.)

Ulkoiseen yritysideoon rooliin liittyy ympäristönpaine, mikä on useamman uuden yrittäjän perustamisvaiheeseen kuuluva vaihe ulkopuolisista sidosryhmistä riippuvuus. Näihin ryhmiin voisi liittää esimerkiksi yksityiset ja julkiset rahoittajat, riskisijoittajat, työvoimaviranomaiset, jne., heille yrittäjän on vakuutettava liikeideansa toimivuus. Siitä määritellään, miten saadaan menestyvä ja kannattava yritys. (Sutinen & Viklund 2005, 56.)

Ompelu- ja käsityötaitoalan yritykselle liikeidean dynaamista mallia voisi kuvata (kuvio 2, Sutinen & Viklund 2005, 58.) mahdollisimman pelkistetyllä mallilla alkuvaiheessa, jotta siitä muodostuisi hyvä kokonaisuus sekä itselle ja muille. Sekä liikeidean tulee näyttää yrittäjältään (Pitkämäki 2001, 86).



Kuvio 2. Liikeidean dynaaminen malli (mukaillen Sutinen & Viklund 2005, 58).

Liikeideassa aiemmin kuvattu, mitä, miten ja kenelle tuotteita ja palveluja markkinoidaan sekä tuotetaan, myydään ja toimitetaan asiakkaille tarpeen ja hyödyn mukaan. Eli

korjaus- ja ompelualan tarjontaa käsityöalan yrityksessä, vaatteiden erilaisia korjaustöitä, muokkaamista toimivaksi ja suunnittelua ja ompelua omien henkilökohtaisten mittojen, tarpeitten ja toiveitten mukaan.

Imagoon kuuluisi asiakaskeskeinen, laadukas työ, joustava palvelu, kiireetön hyvin asiakasta palveleva toiminta sekä oikein kohdennettu markkinointi. Asiakasryhmiä huomioon otettaessa toimintatavoiksi palvelua päivisin olisi siihen aikaan jolloin asiakkaille olisi tarvetta asioida. Esimerkiksi eläkkeellä olevilla olisi aikaa joustavasti päivisin ja työssä olevilla ihmisillä ja opiskelijoilla aikaa enemmänkin iltaisin ja viikonloppuisin asiointiin.

Liikeidean dynaamisessa mallissa nämä kaikki osa-alueet vaikuttavat toisiinsa eli yritykseen sisäisesti ja ulkoisesti. Voimavarana yrittäjän täytyy pitää fyysistä ja henkistä hyvinvointia eli pitämällä kaikin puolin terveydestä huolta, harrastamalla esimerkiksi monipuolista liikuntaa vapaa-aikana ja lepoakin tarpeen mukaan niin saa lisäarvoa ja energiaa yrityksen toiminnan pitämiseen. Taloudelliselta kannalta ompelualan -yritys aloittaisi toiminnan pienimuotoisesti ensin kotitiloissa ja myöhemmin toiminnan edistyessä siirtäisi liiketilan vilkkaalle ja uudelle keskeiselle asuinalueelle.

4.2.2 Yrityskuva

Yrityskuvan kokonaisuus hahmottuu liikeideasta ja tulevaisuuden kuvasta eli visiosta. Tavoitteena suunnitella ja luoda näkemys yrityksen tulevaisuudesta kolmen, viiden tai kymmenen vuoden päähän. Vision kannattaa olla innostava ja selkeä sekä mahdollisemman yksityiskohtainen ja vakuuttava, tarvittaessa se parantaa rahoituksen saantiakin suunnitellessa aloittelevaa liiketoimintaa (Meretniemi & Ylönen 2009, 29). Vision epäonnistuttua voi valinnoillaan vaikuttaa kilpailukyvyn menettämiseen (Pitkämäki 2001, 87.)

Visiolla opitaan ymmärtämään ympäristöarvoja ja toimintaa. Se johtaa ajatteluväylälle, jolla päästään ihmisten yhteiseen näkemykseen suunnasta ja sitoudutaan siihen. Se auttaa ymmärtämään vision ja strategian välistä suhdetta. Saadaan tietää toiminnan ”juoni”, joka luo perustaa liiketoimintasuunnitelmaan ja toteutuvaan strategiaan. Hyvä visio toteuttaa ja vakuuttaa sidosryhmät. (Kamensky 2008, 86–87.)

Vision avulla hahmotetaan toimialan kehityssuunta ja tulevaisuuden tavoitetilä eli millaiseksi yrityksen halutaan kehittyvän ja millainen yritys luodaan. Ompelu- ja käsityöyrityksen visiona on tulla tunnetuksi, osaavaksi, ainutlaatuiseksi, erinomaiseksi tai erilaisen luomista suhteessa muihin yrityksiin. Riittävän asiakaskunnan ja -asiakkaiden tarpeiden löytäminen sopivalla hinta-laatu suhteella on lähtökohtana ompelualan yrityksessä.

4.2.3 Arvot ja strategia

Arvot ohjaavat yrityksen toimintaa. Koko organisaation arvot on laitettava tärkeysjärjestykseen ja niitä myös noudatetaan sekä niiden kuuluu sopia yhteen yrityksen strategian, toiminta-ajatuksen ja vision kanssa (Alikoski & Hakonen & Viitasalo 2013, 47). Jo pa kymmenestä perusarvosta, neljä ydinarvoa voi laittaa tavoiteryhmään, jotka ovat kannattavuus, asiakas, sisäinen tehokkuus ja kehittäminen. Suosituimpia ja eniten käytettyjä arvoja ovat asiakaslähtöisyys, kehittyminen, tuloksellisuus, yksilön kunnioittaminen ja yhteistyö (Kamensky 2008, 76).

Perustettavan eli käsityöalayrityksen arvoihin pyritään asiakaslähtöisellä ja tuloksellisella palveluhenkisellä yhteistoiminnalla. Myös tuotteiden ja palvelujen laadukkuudella ja luotettavuudella korostaen käytännön ammattiosaamista ja asiantuntemusta. Lisäksi ympäristöystävällisyydellä ja ihmisen kokonaisvaltaista yksilöllisyyttä, vastuullisuutta ja luovuutta arvostamalla.

Strategia luo perustan liiketoimintasuunnitelmaan. Strategian luomisella ja liikeidean kehittämällä löydetään uusia mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja ilmapiiristä. Siinä katsellaan asioita luovasti, monesta perspektiivistä, nähdään uusia mahdollisuuksia, tarkastelemalla todellisuutta oman näkökulman ulkopuolelta irtautuen ajasta ja paikasta. Suunnitellaan ajattelemalla ja uskomalla vaikuttaa asioihin ja siihen visioon oikeilla valinnoilla ja ahkeralla työllä. Suunnitelma toteutuukin vision ollessa oikea ja on onnea yrityksen perustamisessa. Strategia on onnistunut, jos yritys menestyy. (Meretniemi & Ylönen 2009, 29.)

Strategisessa suunnittelussa päämääränä on tila, johon yritys tahtoo päästä, visioon tulevasta eli tahtotilaan. Aikajänteen on oltava tarpeeksi pitkä noin kolmesta viiteen vuoteen, jotta tämä kaikki voitaisiin toteuttaa on huomioitava yritys ympäristön muutok-

set ja taloudellinen tilanne. Vision toteuttamisessa on myös hyvä tietää sopiva ajankoh- ta ja toimintavarmuus, johon on koko yrityksen henkilökunnan ja johdon sitouduttava. Kaikissa yrityksissä markkinointistrategia ja visio ovat osa markkinoiden suunnittelua.

Strategisessa suunnittelussa kaikkein vaikeinta on hallita strateginen näköala, tunnis- taen markkinoiden menestystekijät. Strategiatyypit voidaan eritellä kasvu-, kannatta- vuus- ja erikoistumisstrategioihin, ”kuinka yritys saavuttaa tavoittelemansa kasvun ja kannattavuuden ja millaisia erikoistumisvaihtoehtoja on olemassa.” (Raatikainen 2004, 75.) Nykyaikana menestyminen vaatii yrityksiltä erikoisosaamista ja erikoistumista tiet- tyihin tuotteisiin tai asiakasryhmiin.

Ompeluala-yrityksen strategiana on tietoisesti tavoitteiden ja toiminnan suuntaviivojen valinta muuttuvassa toimintaympäristössä. Ennakointi valppaasti ympäristön muutok- siin ja reagoimalla niihin nopeasti muuttamalla omaa toimintaa jo mahdollisesti ennen toimintaympäristön muutoksia. Lisäksi yrityksen muokatessa aktiivisesti itse toimin- taympäristöä ja vaikuttaa siten asiakkaiden tarpeisiin ja kilpailijoiden toimintaan. Ajatte- lemalla toimintaa pitkäjänteisesti ja näin turvaa siten jatkuvuuden. Esimerkiksi osaami- sen tarve saattaa kasvaa nopeammin kuin kyky hankkia uutta osaamista. Siksi on yrit- täjällä tärkeää käydä kouluttautumassa oma osaaminen nykyhetken vaatimusten tasol- le ja tuottamaan asiakkaille lisäarvoa uudistumalla ajoissa. Markkinoimalla ennakkoon omia palveluja on mahdollista näin tunnistaa myös todellinen kilpailutilanne käsityöalal- la.

4.3 Markkina-analyysi

4.3.1 Perustamisvaiheen markkina-analyysi

Markkina-analyysin tekemättä jättäminen perustamisvaiheessa voi johtaa suuriin vir- heinvestointeihin. Hyvin tehtynä markkina-analyysi nopeuttaa pääsyä kannattavaan liiketoimintaan. Markkina-analyysissä tärkeimmät tehtävät ovat oikeat ja objektiiviset johtopäätökset, joita myös sovelletaan liiketoimintaan. Yrityksen ylimmän johdolla sitou- tuminen näihin tehtäviin ja osallistuminen strategiatyöskentelyyn on hyvin merkityksel- listä tässä vaiheessa. (Meretniemi & Ylönen 2009, 114.)

Liike-toimintasuunnitelma aloitetaan laajasta kokonaisuudesta, jossa selvitetään mark- kina-analyysillä tulevan yrityksen toimialan tilanne ja kilpailijat. Arvioidaan aluksi uuden

yrittäjien toimintaympäristö sekä mitkä ovat markkinoille tuloa rajoittavat esteet. Esitellään toimialasta koko, rakenne, kannattavuus, kasvu ja kausivaihtelut sekä tulevaisuudennäkymät. Markkinoille tuloa rajoittavia esteitä voivat olla esimerkiksi suuret alkuiinvestoinnit, väärät asiakasryhmät, vaikea hintakilpailu tai alalla jo olevien yritysten luja ja vakaa markkina-asema. (Puustinen 2006, 62–64.)

Markkina-analyysin tekeminen auttaa yritystä ymmärtämään yrityksen odotuksia ja tavoitteita. Mikäli markkinat ovat pienenevät tai kehitystrendit näyttävät olevan epäsuosiollisia yrityksen tavoitteiden toteuttamiselle, niin on harkittava kannattaako toiminnan aloittaminen kyseisillä markkinoilla. Myönteisessä tapauksessa kannattaa kehittää liiketoimintasuunnitelmaa nopeasti. Tärkeämpää on trendien selvittäminen ja seuraaminen kuin nykytilan tunteminen, koska se usein ratkaisee liiketoiminnan kehityksen. Käsityötoimialaan liittyvää on kerrottu aiemmin toimialakatsauksessa ja sen alaluvuissa eli käsityö ammattina, käsityöalan yrittäjyys sekä alan kehitysnäkymät.

4.3.2 Toimintaympäristö

Toimintaympäristön tarkastelusta saa hyvän pohjan yritysidean kehittämiseksi ja yrityksen toiminnalle. Toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin ennakoiminen on mahdollista paneutumalla tekemiseen huolellisesti ja keskittymällä kriittisesti sen hetkisiin asioihin seuraamalla koko ajan toimintaympäristön tapahtumia. Yrityksen kannalta huomioitava jatkuvasti tuotteiden muuttumiset ja mihin suuntaan kehitys kulkee. (Ali-koski & Hakonen & Viitasalo 2013, 33–34.)

Ompelu- ja käsityöalan yritys perustettaisiin Vantaalle, tulevaisuuden suunnitelmissa uudelle asuinalueelle Kivistöön. Kaavoitetulla asuutontomessualueelle Vantaan Kivistöön rakennetaan yli 350 uutta asuntoa niin kerrostaloja kuin pientaloja. Kivistön asuinalue valmistuu uuden Kehäradan varrelle, lähelle lentokenttää, Hämeenlinnan väylää ja muita pääteitä. Kulkuyhteydet Kivistöstä ovat erinomaiset eri puolille pääkaupunkiseutua.

Nykyinen Kivistön pientaloalue on rakentunut 1950-luvulta lähtien yli 3000 asukkaan kyläksi. Kehärata yhdistää Vantaankoskenradan lentoaseman kautta päärautaan ja se otetaan käyttöön junaliikenteen käynnistyessä kesällä 2015. Lisäksi valmistuu myös bussiterminaali sekä liityntäpysäköinti paikkoja. (Palveluesite. 2014).

4.3.3 Kilpailija-analyysi

Yrityksen arvioidessa kilpailutilannettaan se tunnistaa oman asemansa monien muiden yritysten joukossa. Kilpailija-analyysin perusteella selvitetään ja arvioidaan, miten paljon yrityksellä on kilpailijoita ja lisäksi toimialan keskeisiä menestymisen edellytyksiä. Kilpailuetujen saavutus on avainetu yrityksen suunnittelussa ja strategisessa ajattelussa. Ja siitä lähteitä voi löytää jokaisesta toiminnosta. Toimintaympäristöä arvioidessa voi tulla eteen jotain yllättäviäkin asioita, koska kilpailuetu voi ilmaantua missä tahansa yrityksen lohossa. Voi liittyä esimerkiksi hyvään palveluun, nopeisiin ja virheettömiin korjauksiin, jne. Etu saattaa olla markkinoinnissakin. (Pitkämäki 2001, 39).

Toimialalla yritykset kilpailevat hyvistä suhteista, samoista sidosryhmistä sekä asiakkaista sekä heidän avainhenkilöistä. Merkitsevää kilpailuetuihin on saavuttaa paljon luottamuksellisia, henkilökohtaisia suhteita, niin toimittajiin, viranomaisiin ja julkiseen sanaan. Kaikki tällainen edellä mainittu korostuu juuri yritysten liiketoiminnassa. Käsi-työ- ja ompeluala on hyvin kilpailtu ja kilpailu tulee todennäköisesti kiristymään entisestään uusien toimijoiden pyrkiessä alalle. Yritykseni kriittisimmät kilpailijat löytyvät lähialueen ompelualalla toimivat yritykset. (Pitkämäki 2001, 39–40).

Kilpailevien yritysten suurimpia heikkouksia tuntuivat olevan henkilökunnan asenteet ja vaihtuvuus. Kilpailijoiden vahvuuksiksi ompelimoni kokee stabiilin markkina-aseman ja sitä myötä vakaan asiakasvirran. Näihin tekijöihin yritys pyrkii kiinnittämään erityistä huomiota omaa palveluaan suunniteltaessa ja asemoidessaan itseään markkinoille. Ompelu-yritykseni haluaa erottautua kilpailijoista erinomaisen, henkilökohtaisesti räätälöidyn palvelun avulla ja tarjoamalla tietyille tarkasti segmentoidulle kohderyhmälle aivan uudenlaisen palvelun, hyvällä hinta-laatu-suhteella.

4.4 Käytännön ratkaisut

4.4.1 Yhtiömuoto ja yrityksen nimi

Yritysmuodon valinta on yrityksen perustamisen kannalta merkittävä. Valittaessa yritys-tyyppiä on sisäistettävä se, että yritykset ovat jokainen yksilöitä, joten kaavaa yritys-tyyppiä valintaan ei ole. Siksi on mietittävä yritys-tyyppiä aina yksilöllisesti jokaiselle yritykselle. Samoin on huomioitava millainen yrityksen pääoman tarve tulee olemaan ja miten yrityksen vastuut tulevat jakautumaan. (Puustinen 2006, 94.)

Myös verotukselliset näkökohdat ja tulevaisuus huomioidaan valintaa tehtäessä. Yritystoiminnan kasvaessa joudutaan usein vaihtamaan yritysmuotoa ja näin ollen valitaan jo aluksi sellainen yritysmuoto, joka olisi helposti muutettavissa. Yksinkertaisin ja edullisin tapa käynnistää liiketoiminta on valita yhtiömuodoksi toiminimi eli alkaa yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi, jossa työskentelee aluksi vain yksi henkilö. Toiminimen ja osakeyhtiön voi perustaa yksin, mutta avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö tai osuuskunta voi tulla kyseeseen, jos yrityksen perustajia on useita. (Puustinen 2006, 94; Meretniemi & Ylönen 2009, 40–41; Isokangas & Kinkki 2003, 182, 187.)

Opinnäytetyö suunnitellaan toiminimelle. Sillä se on tässä sopivin myös verotuksellisesti, koska tuotot ovat aluksi sen verran pieniä. Mikäli yritystoiminta laajenisi esimerkiksi muihin kaupunkeihin tai kansainvälisesti, niin yritysmuodon vaihtaminen osakeyhtiöksi olisi ajankohtaista.

Yrityksen nimeksi voi vahvistaa Patentti- ja rekisterihallitus hyväksymän nimen, joka sitten rekisteröidään kaupparekisteriin. Nimi kuvastaa yrityksen toimialaa ja markkinointia ja laadukkuutta. Lisäksi se on helppo muistaa omaperäisyyden, selkeyden sekä muista erottautumisen johdosta. Käynnistäessä ompelualan liiketoimintaa valitaan yhtiömuodoksi toiminimi eli yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi, jossa työskentelee aluksi vain yksi henkilö. Nimeksi voi valita sellaisen, joka kuvastaa yritystä ja sen laatua, toimintaa ja tunnelmaa eli ehdottaisin nimeksi Ompelimo.

4.4.2 Toimitilat, laitteet ja tarvikkeet

Toimitilaa valittaessa on huomioitava sen sijainti ja hintasuhde, paikan määräytymisen perusteella. Yrityksen toimipisteen sijoittaminen kaupunkiin tai taajamaan, jossa sen asiakaskuntaan kuuluvat kuluttaja-asiakkaat. Valintaan vaikuttaviin tekijöihin huomioidaan hyvät liikenneyhteydet asiakkaiden saamiseksi. Toimitilat valitaan paikasta, jossa ympäröivien yritysten toiminta tuo asiakkaita myös omaan yritykseen. (Puustinen 2006, 153–154.)

Suunnitelmissa on ompeluyritykseni perustaminen kotiini tai sopivan yritystilan mahdollisesti saatua, sen olisi parhaiten olla hyvin vilkkaalla ostoskeskusalueella. Suunnitelmissa olisi liike avata uusimmalle perustettavalle toimialueelle, esimerkiksi Vantaalle Kivistöön. Ompeluliikkeeseen tarvittaviin laitteisiin ja tarvikkeisiin kuuluvat kalusteet,

ompelukoneet, hyllyt, pöydät, tuolit ja kaikkea ompeluun liittyviä tarvikkeita. Yrityksen erilaisten paperiasioiden, puhelin- ja laskutusasioiden hoitamiseen tarvitaan esimerkiksi tietokone, tulostin, puhelin ja maksupäätelaitte. Toimitilan siisteydestä huolehtimiseen tarvitaan lisäksi siivoustarvikkeita, kuten imuri, moppi ja muita pesuvälineitä. Liitteessä 1 ilmoitetaan kaikki kalusteiden- ja tarvikkeiden hinnat. (Vuokraa maksupääte.2010.)

4.4.3 Luvat ja ilmoitukset ja vakuutusasiat

Yrityksen toimintaan saamiseksi, on yrityksen tehtävä ensin monia hakemuksia ja ilmoituksia. Patentti- ja rekisterihallitukseen tai TE-keskukseen tulee tehdä perustamisilmoitus ja samaan kaupparekisteri-ilmoitukseen voi merkitä liittymisen ennakkoprintärekisteriin, arvolisäverovelvolliseksi ja rekisteröityä työnantajaksi. (Meretniemi & Ylönen 2009, 130; Yksityisen elinkeinon-harjoittajan perustamisilmoitus. 2015.). Näin yritystoiminta on luvanvaraista ja Kaupparekisteriin ilmoitetaan yrityksen toimiala. Samalla ilmoitusta tehdessä kannattaa valita kaikki toimialat, joilla yritys voi toimia, sillä yritys ei saa toimia ilmoittamiensa toimialojen ulkopuolella. Muutosten tekeminen myöhemmin on maksullista. Nimi rekisteröidään, koska silloin yrittäjä saa yksinoikeuden yrityksensä nimeen. (Puustinen 2006, 112.) Rekisteröinnin yhteydessä toiminimen perustamiseksi riittää sen rekisteröinti ennen liiketoiminnan käynnistämistä ja sen maksaminen viimeistään ilmoitusta jätettäessä.

Vakuutuksista yrittäjän ainoa pakollinen lakisääteinen vakuutus on yrittäjien eläkevakuutus YEL -vakuutus, jos yrittäjän työtulo on vähintään 7 502,14 euroa vuonna 2015 ja työskentelee yrityksessä (pelkkä omistaminen ei edellytä vakuuttamista) ja yritystoiminta on kestänyt yhtäjaksoisesti neljä kuukautta. Vapaaehtoisia vakuutuksia ovat tapaturma-vakuutus myös oikeusturva- ja vastuuvakuutus, kiinteistön ja omaisuuden vakuuttamiseksi sekä keskeytymisvakuutus, turvaa liiketoiminnan keskeytymisestä aiheutuvan tulojen menetyksen. (Kenen pitää ottaa vakuutus. 2015.)

4.5 Markkinointisuunnitelma ja strategia

4.5.1 Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä

Yrityksen myydessä tuotteitaan on mainonnan tehtävänä ilmaista ja kertoa asiakkaille, mitä ja millaisia tuotteita ja palveluja yritys tarjoaa sekä mistä ja miten niitä voi hankkia ja mitä ne maksavat. Yritysten markkinointiviestintä perustuu yrityksen markkinointistra-

tegiaan, jossa on perusteltu selvästi, millaisin periaattein varmistetaan menestyminen kilpailussa ja mihin tulevaisuudessa on kannattavaa panostaa. Markkinoitavat tuotteet tai palvelut ovat tuotteistettuja, ja ne on tarkoitettu vastaamaan asiakkaiden osto- ja kulutustarpeisiin. Näiden perusteella laaditaan markkinointisuunnitelma ja strategia. Sosiaalinen media liittyy myös aina vain enemmän yritysten ja organisaatioiden markkinointiviestintään. (Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä. 2015.) Markkinointiviestintä koostuu seuraavista osista: mainonta, myyntityö, myynninedistäminen sekä tiedotus- ja suhdetoiminta. (Mainonnan tunnistettavuus 2014. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Strategian perusteella yrityksessä suunnitellaan markkinointiviestintä, jonka kohteena ovat sekä kuluttajat että jälleenmyyjät. Yrityksen markkinointiviestinnän tarkoituksena on kertoa hyödykkeen olemassaolosta sekä saada asiakas kiinnostumaan tuotteesta, tiedostamaan tarvitsevansa tuotteen, ostamaan tuotteen ja ostamaan uuden tuotteen tai liitännäistuotteita jatkuvuuden kannalta. Markkinointiviestintä on viime vuosien kuluessa lisääntynyt huomattavasti. Medioiden määrän kasvu on monipuolistanut markkinointiviestinnän muotoja ja laajentanut sen toimintaympäristöä. (Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä. 2013.)

4.5.2 Markkinoinnin tavoitteet ja kohderyhmä

Markkinoinnin tavoitteena on tehdä ompelimoa tunnetuksi ja mahdollistaa markkinoille tulo uutena kilpailijana. Markkinoinnilla pyritään erottautumaan kilpailijoista, joita alueella riittää. Yritys pyrkii löytämään sopivimmat ja parhaat asiakkaat sekä olemaan erilainen vaihtoehto vaatteiden käyttömahdollisuuksissa.

Markkinointikanavina käytetään perinteistä painettua mediaa. Yritys julkaisee mainontaa ainakin käsityölehdissä ja muissa käsityötä harrastaville suunnatuissa lehdissä ja tiedotteissa. Yritys jakaa myös mainoksia postilaatikoihin ympäri pääkaupunkiseutua. Mainontailmoittelua viedään samoin myös, kuin kuvio 3:ssa on esitetty eli harrastusseuroille ja erilaisille yrityksille, joiden arvioidaan käyttävän ompeluyrityksen palveluja, esimerkiksi seuraaviin: julkiset tilat, myymälä- ja muut ostopaikat, koulut, urheilujärjestöt, kulttuuri- ja viranomaistiedotusvälineet.



Kuvio 3. Markkinointiviestinnän tavat ja mediaympäristö (Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2014).

4.5.3 Suunnitelmat asiakassuhteiden luomiseksi ja ylläpitämiseksi sekä hinnoittelu

Tehokas markkinointi on tarkoitus aloittaa noin puoli vuotta ennen avaamista, jotta yritys saa asiakaspaikat mahdollisimman tehokkaasti hyödynnettyä jo heti avatessaan. Markkinointikampanjoiden aikataulu selkiytyy, kunhan yritys saa laadittua valmiiksi sopimukset esimerkiksi tiloista ja rahoituksesta. Markkinointiin käytetään ensimmäisenä vuonna noin kymmenen prosenttia arvioidusta liikevaihdosta ja tulevina vuosina markkinoinnin tarvetta arvioidaan uudelleen mahdollisen käyttöastevajauksen mukaan. Yritys ei kuitenkaan lopeta markkinointiin panostamista, vaan budjetoi tulevaisuudessa markkinointiin noin viisi prosenttia liikevaihdosta.

Yritys pitää markkinoinnin onnistumista tärkeänä osa-alueena yrityksen imagon muodostumiselle. Yrityksen tulevaisuuden suunnitelmiin kuuluu todennäköisesti liiketoiminnan laajentaminen, monipuoliseksi lanka- ja käsityötarvikkeista tarjoavaksi ja mittatilausvaatteiden valmistusyritykseksi palvelen laajempaa asiakasjoukkoa. Liiketoiminnan alkuvaiheessa ompelu- ja käsityöalan yritys palvelisi korjausompelupalveluita tarvitsevia. Tuotteiden korjaustöiden tuotehinnasto on määritelty kuviossa 4 mukailten pukuompelija Irinan tuotehinnastoa.

Korjaustöiden tuotehinnasto	Euroa
Juhla- häähuku	
Helmanlyhennys	18–30
Kavennus sivusaumoista	20
Nyöritys juhlapukuu	40
Nappi/lenkki helman kiinnitys	5–8
Olkaimien lyhennys	10
Housut	
Lahkeen lyhennys (koneommel)	10
Lahkeen lyhennys (upslaaki)	10
Lahkeen pidenny	15
Lahkeen kavennus/levennys	20
Kavennus vyötäröstä keskitakasaumasta	25
Vetoketjun vaihto	20
Jakku/Takki	
Hihojen lyhennys	15
Hihojen siirto (olkalinjan kavennus)	30
Kavennus	8€/sauma
Helman lyhennys	20
Vuorin vaihto	50
Vetoketjun vaihto toppatakissa	25
Hame	
Helman lyhennys (vuoriton)	10
Helman lyhennys (vuorillinen)	15
Helman lyhennys (leveä helma)	10 €/ 20
Vetoketjun vaihto	10
Kavennus vain vyötäröstä (kahdesta saum.)	10
Kavennus helmaan saakka (kahdesta saum.)	20
Pussin poisto	5 €/sauma
Vuorin vaihto	20
Kotelomekko/Leninki	
Helman lyhennys	30
Pussin poisto/osakavennus	5 €/sauma
Kavennus (kainalosta lantioon)	10 €/sauma
Kavennus (kainalosta helmaan)	15 €/sauma
Muotolaskoksen muutos	5
Vetoketjun vaihto	30
Paita/Pusero	
Kavennus	20
Muotolaskoksien ompelu	10
Hihojen lyhennys	15
Helman lyhennys	15
Hihojen siirto (olkalinjan kavennus)	40
Kodintekstiilit	
Verhot - (kapea päärme)	5
(leveä päärme)	8
Verhot - rypytysnauhan ompelu	10

Kuvio 4. Korjaustöiden tuotehinnasto (mukaillen Pukuompelija Irina).

Suunnitelmaa laadittaessa ja luomalla jatkuvasti hyvin monipuolisesti uusia ideoita, toiminta kehittyi laajentamalla ompelupalveluista ja asusteista, sisustustekstiileihin sekä mahdollisesti monipuolisista lanka - ja käsityötarvikkeista tarjoavaksi käsityöalan kannattavaksi yritykseksi. Vaatteiden mittatilaustyön hinnoittelusta on kuviossa 5 tuotehinnasto määritelty mukaillen yrityskilpailijani pukuompelija Irinan tuotehinnastoa.

Vaatteet mittatilaustyönä	Euroa
(materiaali ei sis. tähän hintaan)	
(vuorillinen/vuoriton)	
Suorahame	120/100
Kaitalehame	150/100
Toppi	150/100
Pusero	150
Tunika (hihaton)	200/150
Tunika (hihallinen)	250/200
Kotelomekko (hihaton)	250/200
Kotelomekko (hihallinen)	300/250
Leninki/Mekko (hihaton)	250/200
Leninki/Mekko (hihallinen)	300/250
Jakku	350/300
Bolerojakku	250/200
Liivi	200/150
Korsetti	300
Bleiseri	500
Naistenhousut	200/150
Miestenpaita	150
Miestenpukuhousut	200
Miestenpukutakki	600
Miestenpukuliivi	200
Ulsteri/Päällystakki	500
Juhla-, Iltapuku	500
Hää-, Vanhojentanssienpuku	alk.600
Asusteet	
Iltalauku/Käsilaukku	80
Irtohihat/Käsineet	50
Hartiahuivi	40

Kuvio 5. Vaatteiden mittatilaustyön hinnoittelu (mukaihen Pukuompelija Irina).

4.5.4 Markkinoinnin keinot ja kanavat sekä palvelujen konkretisointi

Markkinoinnin tarkoituksena on uutta yritystä perustettaessa hankkia yritykselle asiakkaita, ja tulevaisuudessa jo olemassa oleva yritys pyrkii uusasiakashankinnan lisäksi säilyttämään vanhat asiakkuudet markkinoinnin avulla. Markkinointia suunniteltaessa on huomioitava sekä ulkoisen että sisäisen markkinoinnin tarpeet ja kohderyhmät. Suunnittelussa lähdetään liikkeelle sisäisestä markkinoinnista, joka kohdistuu pääosin yrityksen henkilöstöön, sisäisen markkinoinnin ollessa kunnossa voidaan alkaa suunnitella ulkoisen markkinoinnin toimia.

Markkinointikanavina käytetään perinteistä painettua mediaa. Yritys julkaisee mainontaa ainakin käsityölehdissä ja muissa käsityötä harrastaville suunnatuissa lehdissä ja tiedotteissa.. Mainontailmoittelua viedään samoin myös, harrastus-seuroille ja erilaisille yrityksille, esimerkiksi seuraaviin: julkiset tilat, myymälä- ja muut ostopaikat, koulut, urheilujärjestöt, kulttuuri- ja viranomaistiedotusvälineet.

Yrityksen laajentuessa joskus tulevaisuudessa vuosien kuluttua monipuolisemmaksi se pyrkii myös viemään markkinointia internetiin julkaisemalla mainoksia koko väestölle suunnattujen sivustojen yhteydessä. Mainonnan ulkoasua suunniteltaessa yritys tulee hyödyntämään alan asiantuntijapalveluita, kuten media- ja mainostoimistoja.

4.6 Yrityksen kehittämistoimenpiteet

4.6.1 Tuotteiden ja palvelujen kehittäminen

Yrityksen ja sen palveluiden menestyminen markkinoilla sekä markkinoinnin menestyksenkäs onnistuminen vaativat sen, että aktiivisesti alan ammattilehtiä seuraamalla sekä tiedostamalla mitä kohderyhmämme tarvitsee, voidaan tuotteita ja palveluja uudistaa sekä kehittää tulevaisuudessa. Tarkoituksena on, että kehittämällä ja uudistamalla toimintatapoja ydinpalvelussa sekä liitännäis- ja tukipalveluissa yritys erottuu kilpailijoistaan edukseen, koska yrityksen kohderyhmä on erittäin tarkasti ja harkitusti rajattu ja se tulee huomioida tuote- ja palvelukehitystä suunniteltaessa.

4.6.2 Muut kehittämissuunnitelmat

Vision laatimisessa ompelimo hahmottelee yritykselleen toteutettavissa olevan vision 3-5 vuodeksi eteenpäin. Se myös tarkentaa vision asiakkuuksien, talouden, prosessien ja henkilöstön näkökulmasta ottaen huomioon toiminnan tuloksellisuuden, kestävän kehityksen sekä voimassa olevan lainsäädännön. Yritys määrittelee vision perusteella realistiset päämäärät asiakkuuksille, taloudelle, prosesseille ja henkilöstölle. Yrityksen strategian laatimisessa (miten visioon päästään) laatii yritykselle päästrategian, jolla visio saavutetaan. Tarkoituksena on viestiä yrityksen strategiat vuorovaikutteisesti merkittäville sidosryhmille. Yrityksen kehittämissuunnitelman laatimisessa ompelimo määrittelee vision ja strategian perusteella liiketoiminnan keskeiset kehittämiskohteet hyödyntäen tarvittaessa asiantuntijoita sekä asettaa kehittämiskohteet perustellusti

tärkeysjärjestykseen. Tarkoitus on laatia yritykselle kehittämissuunnitelma eli määrittellä konkreettiset kehittämistoimenpiteet ja niille tavoitteet sekä aikatauluttaa toimenpiteet 3-5 vuodelle.

Palvelun laatua voidaan parantaa esimerkiksi kuukausittain tai useammin erilaisilla kampanjatuotteilla ja kanta-asiakas tarjouksilla. Yrityksen vahvuus tulee sen muuntumiskyvystä, tarpeesta pysyä ajanhermoilla sekä kyvystä aistia ihmisten alati muuttuvista tarpeista ja reagoida lakimuutoksiin eturintamassa. Lisäksi yritys voi pohtia tulevaisuudessa uusien toimipaikkojen aukaisemista, jos yrityksen toiminta on tarpeeksi kannattavaa, sillä palveluiden kysyntä kasvaa kasvamistaan.

4.7 Riskikartoitus ja haavoittuvuusanalyysi

Ensimmäiseksi luodaan kokonaiskuva yrityksen haavoittuvuudesta ja sen kaikkea toimintaa uhkaavista riskeistä. Riskien tunnistaminen aloitetaan juuri kartoitusmenetelmillä. Tärkeimmistä onnistuneen riskianalyysin edellytyksistä on riittävän selkeä tavoitteiden määrittely, sillä se ohjaa koko analyysin toteutusta. Yritysturvallisuusriski on yleisnimitys kaikille mahdollisille yrityksen toimintaan kohdistuville ei-toivotuille tapahtumille. Kaikkia riskejä ei voida kokonaan poistaa, mutta hyvin varautumisella ja suunnittelulla niitä on mahdollisuus hallita. Riskejä voidaan jaotella eri ryhmiin sen mukaan mihin yrityksen toimintoihin yritysturvallisuuden osa-alueisiin ne vaikuttavat. Esimerkkinä mainittakoon henkilöriskit, tietoriskit, ympäristöriskit ja niin edelleen. Yleinen perusjaottelu on jako vahinkoriskeihin ja liikeriskeihin, joista ensin mainituilla katsotaan olevan vain negatiivisia vaikutuksia, ja jotka toteutuessaan ovat aina haitallisia. Liikeriskit puolestaan ovat liiketoimintaan liittyviä riskejä (esimerkiksi uuden tuotteen lanseeraus markkinoille), joilla voi olla positiivisiakin seurauksia. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 137.)

Riskien arvioinnin jälkeen tehdään päätös riskienhallintatoimenpiteistä ja toimenpiteet jaetaan neljään luokkaan. Riskin välttäminen tai poistaminen merkitsee toiminnan lopettamista, vaikka se ei ole mahdollista. Riskin pienentämistä voi vaikuttaa sen todennäköisyyteen tai seurauksiin niitä vähentämällä. Riskin siirtämisestä on kyse silloin, kun sopimuksilla tai vakuuttamalla pyritään siirtämään vastuu osin tai kokonaan ulkopuoliselle taholle. Joidenkin riskien kohdalla ei ole muita vaihtoehtoja kuin riskin hyväksyminen eli pitäminen omalla vastuulla. Riskienhallintatoimenpiteitä suunniteltaessa on tär-

keätä huomioida niiden toteutusmahdollisuudet sekä kustannukset suhteessa saata-vaan hyötyyn. Riskienhallintaan kuuluu, että sen tarkoituksena on tukea yrityksen normaalia toimintaa ja tavoitteita sekä turvata siten jatkuvuus. (Raatikainen 2004, 102.)

Liikeriskeinä ovat omistajan päätökset, joiden vaikutukset ovat kauaskantoisia. Tällaisia ovat esimerkiksi kallis pankkilaina, laajennus ulkomaille tai huono työntekijä. Sitä ettei yritys tavoita asiakkaitaan voidaan myös pitää liikeriskinä. Vahinkoriskit tapahtuvat onnettomuuksien kautta, joista esimerkkeinä voidaan mainita tulipalot, murrot, ilkivallat, tulvat, luonnonmullistukset, työtapaturmat, kuolemantapaukset, liikenneonnettomuudet ja rikkoutumiset. Henkilöriskit kohdistuvat yrityksen henkilökuntaan ja sitä kautta yritykseen. Myös henkilökunnan vaihtuvuus ja siirtyminen kilpailijalle voivat aiheuttaa yritykselle huomattavaa vahinkoa. Eronnut henkilö vie ehkä pahimmassa tapauksessa mennessään myös joukon asiakkaita. Rahoitusriskit aiheutuvat veloista. Mitä enemmän yrityksellä on velkaa omaan pääomaan nähden, sitä enemmän sillä on myös rahoitusriskiä. (Isokangas & Kinkki 2003, 124–125.)

Riskianalyyssissä tarkasteltavan kohteen rajausta määritellään analyysille asetettavien tavoitteiden perusteella. Kohdeyritys Ompelimo on pieni yritys, jonka kaikki toiminnot vaikuttavat välittömästi toisiin toimintoihin, sen vuoksi on otettava tarkastelun kohteeksi koko yritys sekä kaikki sen prosessit. Myös jakoa vahinko- ja liikeriskeihin ei suositella esille tuomisessa, koska erilaisia riskejä on tarkasteltava samanaikaisesti. Lisäksi myös yrityksen johto näkee riskit kokonaisuutena sillä riskien arviointi on työpaikan omaa normaalia toimintaa. Kohdeyrityksen riskeihin voi liittää seuraavat riskityypit (kuvio 6):

- liikeriskit: taloudellinen, tekninen.
- rahoitusriskit: äkilliset menot, huono tulovirta
- omaisuusriskit: murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo
- keskeytysriskit: tavarantoimituksen viivästyminen
- vastuuriskit: työpalvelun epäonnistuminen, korvausvastuu
- tietoriskit: asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä, loukkaantuminen
- henkilöriskit: yrittäjän sairastuminen, loukkaantuminen.

Riskityyppi		Riski	Suojautumiskeinot
Liikeriskit	Taloudellinen	Kilpailijoiden vahvuus Asiakkaiden puute Talouden lasku, asiakkaiden väheneminen	Asiakassuhteiden luominen Mainonnan lisäys
	Tekninen	Liikaa palveluita Laadun heikkeneminen	Tarjotaan vain kysytyimpiä palveluita
Rahoitusriskit		Äkillisiä menoja Huono tulovirta	Lisälaina Menojen karsiminen
Omaisuuksriskit		murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo	Irtaimisto- ja kiinteistövuokraus, huolto- ja sammutusvälineet
Keskeytysriskit		Tavarantoimitus viivästyy	Riittävästi tarvikkeita varastossa
Vastuuriskit		Työpalvelu epäonnistuu Korvausvastuu	Koulutuksen päivittäminen, Huolellisuus
Tietoriskit		Asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä	Tietojen suojaus
Henkilöriskit		Yrittäjän sairastuminen tai loukkaantuminen	Tapaturma- ja sairauskulu- ja Työttömyyskassa -eläke

Kuvio 6. Ompelimon riskit.

4.7.2 Toimenpiteet riskien hallitsemiseksi

Yrityksen on varauduttava hyvin ja ennakoitava mahdollisia riskejä. Yrityksen on tehtävä toimenpiteitä riskien pienentämiseksi, välttämiseksi, siirtämiseksi ja kantamiseksi. Liikeriski jää aina omistajan kannettavaksi. Liikeriskiä vastaan ei voi suojautua edes vakuuttamalla. Vahinkoriskejä vastaan yritys voi suojautua vakuuttamalla toimintaansa. Vakuuttamisessa yritys siirtää osan riskistä vakuutusyhtiön ja sitä kautta vakuutusyhtiön kaikkien asiakkaiden kannettavaksi. Osa yrityksen henkilökuntaan kohdistuvista henkilöriskeistä on lakisääteisesti pakko vakuuttaa, esimerkiksi tapaturmavakuutus, sairausvakuutus, henkivakuutus ja eläkevakuutus. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 133–137.)

Riskinhallintakeinoina ovat muun muassa seuraavat asiat, joita käydään tässä kappaleessa lävitse. Riskien tunnistaminen luetteloimalla riskit tekee niiden ymmärtämisen helpommaksi ja näkyväksi kaikille yrityksen työntekijöille. Arvioimalla riskien todennäköisyyksiä ja suuruuksia niihin voidaan ennalta ehkäisevästi varautua. Toimenpiteinä voidaan 1. välttää riskejä, jolloin ei harjoiteta lainkaan riskialtista toimintaa, 2. pienentää riskejä, esimerkiksi hankkimalla turvalaitteet, alkusammutusvälineet sekä harkitsemalla tehdä liikepaikan valinta, 3. kantaa riskejä, esimerkiksi liikeriski kannetaan, jos mahdollinen vahinko on merkityksetön tai jos riskinhallintakustannukset ovat liian kalliita, 4. siirtää riski toisen kannettavaksi esimerkiksi tekemällä vakuutus-, vuokra- tai kauppasopimus, 5. varautuminen vahinkoihin, siten että kaikki toiminnot vaikuttavat välittömästi toisiin toimintoihin, ja näitä seurataan sekä vahingoista opitaan. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 133–137.)

4.7.3 Työsuojelu

Työsuojelun yhteistoiminnalla edistetään työnantajan ja työntekijöiden välistä vuorovaikutusta sekä tehdään mahdolliseksi työntekijöiden osallistuminen ja vaikuttaminen työpaikan turvallisuutta sekä terveellisyyttä koskevien asioiden käsittelyyn. Paikallisesti sovitaan työsuojeluvaltuutetun toimialueesta ja työsuojeluvaltuutettujen määrästä. Palvelualoilla on tyypillisesti alakohtaisesti sovittu muun muassa työsuojelutoimikunnan jäsenmäärästä, ja työsuojeluasiamiesten valinnan mahdollisuudesta. Työnantaja vastaa kaikesta työsuojeluun liittyvästä työpaikalla. Työturvallisuuslain mukaan työnantajan on tarpeellisilla toimenpiteillä velvollinen huolehtimaan työntekijöiden turvallisuudesta ja terveydestä työssä. Työnantajan on otettava huomioon työhön, työolosuhteisiin ja muuhun työympäristöön samoin kuin työntekijän henkilökohtaisiin edellytyksiin liittyvät seikat. Turvallisuus on pyrittävä varmistamaan jo työn ja työtilojen suunnitteluvaiheessa. Työsuojelutoiminta on jatkuvaa. (Laki työsuojelun valvonnasta ja työpaikan työsuojeluyhteistoiminnasta 2006. Lain soveltaminen ja tarkoitus.)

Työnantajan tehtävänä on nimetä työpaikan työsuojelun yhteistoimintaa varten työsuojelupäällikön, mikäli hän ei toimi itse tässä tehtävässä. Työnantaja laatii työpaikalle työsuojelun toimintaohjelman, johon kirjataan muun muassa tiedot työpaikan vaaroista ja niiden välttämistä. Toimintaohjelmassa on kirjattuna, miten työturvallisuus on organisoitu ja miten vastuut jakautuvat. Toimintaohjelman tulee kattaa työkykyä ylläpitävä

toiminta. Työntekijöiden ikääntyminen on otettava huomioon työsuojelutoimista päätettäessä. Jokaisen työntekijän tulee tulla kohdelluksi yhdenvertaisesti. (Laki työsuojelun valvonnasta ja työpaikan työsuojeluyhteistoiminnasta 2006. Lain soveltaminen ja tarkoitus.)

Kohdeyrityksen työsuojelusta eniten huomioitavia asioita ovat työympäristön suunnittelu, ergonomia, työpaikkojen turvallisuus ja terveysvaatimukset, koneturvallisuus, ilmanvaihto, lämpöolot, valaistus ja henkinen hyvinvointi työssä. Työnantaja vastaa kaikesta työsuojeluun liittyvästä työpaikalla. Työturvallisuuslain mukaan työnantajan on tarpeellisilla toimenpiteillä velvollinen huolehtimaan työpaikan turvallisuudesta ja terveydestä työssä. Työnantajan on otettava huomioon työhön, työolosuhteisiin ja muuhun työympäristöön samoin kuin työntekijän henkilökohtaisiin edellytyksiin liittyvät seikat.

4.8 Yritystoiminnan taloussuunnittelu

4.8.1 Rahoitussuunnitelma-, kannattavuus-, rahoitus- ja tuloslaskelmat

Liiketoimintasuunnitelma on myös apuväline ja monesti eri rahoituslaitosten vaatimus, kun ne tekevät rahoituspäätöstä yritykselle. Hyvin laaditun liiketoimintasuunnitelman rahoituslaskelman avulla yrittäjä ennakoii rahoituksen tarvetta ja määrittelee sisään tulevan rahavirran määrää. Rahoitussuunnitelma on se mitä yritys tarvitsee ulkopuolista rahoitusta hakiessaan. Rahoituslaitokset saattavat kuitenkin vaatia ulko-puolisen tahon tekemää liiketoimintasuunnitelmaa. Näitä tahoja ovat esimerkiksi lähes koko Suomessa toimivat uusyrityskeskukset, kuntien elinkeinoasiamiehet, TE-keskukset, Finnvera. Jos yrityksellä on oma tilitoimisto, niin monesti myös tietenkin tilitoimiston kautta on mahdollisuus saada liiketoimintasuunnitelma. Tunnetun pankin kanssa asioitaessa useimmiten kuitenkin riittää liiketoimintasuunnitelma, josta ilmenevät kaikki seuraavat seikat: tiivistelmä, markkina-analyysi, oman yrityksen kuvaus, rahoitussuunnitelma sekä riskianalyysit. (Naisyrittäjälaina. 2014; Puustinen 2006, 61.)

TE - keskukselta saa hakea yritykseen starttirahaa, jos siihen on oikeutettu. Starttirahan tarkoituksena on edistää uuden yritystoiminnan syntymistä ja henkilön työllistymistä. Starttirahan on tarkoitus turvata yrittäjän toimeentulo sinä aikana, jonka yritystoiminnan käynnistäminen ja vakiinnuttaminen kestää, kuitenkin enintään 18 kuukauden ajan. Starttirahaa myönnetään työttömälle työnhakijalle sekä ei-työttömälle esimerkiksi

palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä kokoaikaiseksi yrittäjäksi siirtyvälle. Työ- ja elinkeinotoimistossa edellytetään ennen Starttirahan myöntämistä, että yrittäjyys on starttirahan hakijalle sopivin työllistymisvaihtoehto. (Aloittavan yrittäjän palvelut. 2014.)

Tuen saamisen edellytyksinä ovat esimerkiksi ammattiin riittävä yrittäjäkokemus tai -koulutus, liiketoiminta arvioitu kannattavaksi, tarpeellisuus yrittäjäksi ryhtyvän toimeentulon kannalta sekä se, että yritystoimintaa ei ole aloitettu ennen tuen myöntämispäätöstä. Starttirahan määräytyminen vuonna 2015 on seuraavanlainen: Starttirahaa haetaan 6 kuukauden jaksossa, jokaista erillisellä hakemuksella. Enimmäistukiaika on 12–18 kuukautta. Ensimmäiseltä 6 kuukauden jaksolta on mahdollisuus saada 39,36 euroa päivältä eli noin 850 euroa kuukausi ja seuraavista jaksoista 32,80 euroa päivältä eli noin 710 euroa kuukausi. Nämä on harkinnanvaraista, henkilökohtaista ja veronalaista tuloa. Lisäosan suuruus vaihtelee tapauksittain työ- ja elinkeinotoimiston harkinnan mukaan. Lisäosan suuruus on enintään 60 % perustuen määrästä. (Luovan alan yritysten rahoitusmahdollisuudet Keski-Suomessa. 2015.)

Käsityöalan yritystoiminnan käynnistäminen vaatii rahoitusta. Kannattavaa onkin anoa naisyrittäjälainaa yrityksen nimellä ennen rekisteröintiä. Seuraavaksi anotaan starttirahaa, koska rahoitusyhtiön lausuntoa tarvitaan tuen myöntämiseen asioidessa työvoimatoimistossa. Myönteisen päätöksen saatua, Ompelimo-yritys voidaan rekisteröidä kaupparekisteriin. Yritystoiminnan käynnistämiseen tarvittavaa lisärahoitusta kannattaa hakea Finnveran naisyrittäjälainasta, huomioiden lainan koron määrän. (Aloittavan yrittäjän palvelut. 2014.)

4.8.2 Verotus ja kirjanpito

Ompelimo-yrityksen verotuksessa on huomioitavaa, kuin yleensä toiminimen verotuksessaakin tuloverotus, ennakkoverot ja arvonnlisäverot. Lisäksi sitä verotetaan pääoma- ja ansiotulon mukaan. Verotettava tulos saadaan vähentämällä kulut tuotoista. Tästä summasta vähennetään myös tappiot, josta ilmenee verotettava yritystulo. Yritysten verot kiristyivät vuonna 2015. Vuonna 2015 pääomatulojen veroprosentti on 30 ja 50 000 euroa ylittävältä osalta 33. Pääomatuloverotuksen progressioraja aleni 50 000 eurosta 40 000 euroon vuoden 2014 alussa. Ansiotulon osuus on yritystulon ja pääomatulo-osuuden erotus. Ansiotuloja koskee progressiivinen verotus, jolloin yrityksen ansiotulot voidaan lisätä yrittäjän muihin mahdollisiin ansiotuloihin kuten palkkatuloihin. (Arvonnlisäverotus. 2014.)

Liiketoimintaa harjoittavat ovat arvonverovelvollisia. Arvonlisävero eli kulutusvero sisältyy tavaroiden ja palveluiden myyntihintaan. Ostaja eli asiakas maksaa veron yrittäjälle käyttäessään palvelua ja yrittäjä toimittaa veron valtiolle. Näin edellytyksenä, että tavara tai palvelu on ostettu toiselta arvonlisäverovelvolliselta. Yrittäjän kuuluu rekisteröityä arvonverovelvolliseksi, mikäli liikevaihto on tilikauden eli 12 kuukauden aikana yli 8500 euroa. Arvonlisäveron yleinen verokanta on 24 %. Alennettua verokantaa sovelletaan pieniin korjauspalveluihin, jotka kohdistuvat: polkupyöriin, kenkiin, nahkatavaroihin sekä vaatteisiin ja liinavaatteisiin, mukaan lukien muutostyöt. Muihin kuin edellä mainittuihin tavaroihin kohdistuviin korjauspalveluihin ja tavaramyyntiin sovelletaan yleistä 24 %:n verokantaa. Myös korjauspalvelujen yhteydessä asennettuina myytäviin varaosiin sovelletaan yleistä verokantaa. (Arvonlisäverotus. 2014.)

Yrityksen liiketoiminnan menoista saa tehdä vähennyksiä verotuksessa, siten verotettava tulo pienenee. Vähennyksiin kuuluu tulonhankkimisesta johtuneet menot, markkinointikulut, liikkeen perustamismenot, puolet edustuskuluista, työmarkkinajärjestöjen jäsenmaksut ja liiketilan vuokra. Ompelimon kohdalla voi tehdä vähennyksiä arvonlisäverosta, YEL- maksuista, kaluston ja laitteiden poistoista sekä mahdollisista autokuluista (Puustinen 2006, 234, 236).

Lain mukaan yritykset ovat velvollisia pitämään kirjanpitoa. Sitä voidaan käyttää taloudellisen tilanteen kartoittamiseen, kannattavuuden ja vakavaraisuuden tarkasteluun sekä yrityksen maksettavien verojen laskemiseen. Useat tilitoimistot tekevät tarjouksia, joista selviää koko palvelun hinnan määräytyminen. Laskutusperusteena voi käyttää tositteiden ja vientien lukumäärää, työtunteja tai kuukausiveloitusta. Siihen kuuluu myös kirjanpidon lisäksi kuukausittain saatava tuloslaskelma ja tase. Lisäksi päiväkirja, pääkirja, veroilmoituksen tekeminen ja tilinpäätöstietojen toimittaminen verottajalle laskutetaan usein erikseen. (Meretniemi & Ylönen 2009, 140, 142–143.) Kirjanpito kannattaa ulkoistaa, jos tulevalla yrittäjällä ei ole tarvittavaa talousosaamista. Käsiyöalan eli ompelimo-yrittäjä voisi tehdä itse kirjanpidon yrityksessään, koska hänellä on koulutusta siihen niin merkonomi- kuin tradenomiopinnoista.

4.9 SWOT-analyysi

Yrityksen SWOT-analyysissä on lueteltuina yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkatekijät.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus edullisiin tiloihin • Sijainti • Kysyntä • Markkinointi / Viestintä • Aukioloajat asiakkaiden tarpeiden mukaan • Talousosaaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sijainti • Varamiesten puuttuminen • Ei yrittäjäkokemusta
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> • Vakiintunut markkina-asema • Kysynnän kasvu • Toiminnan laajentaminen • Palveluiden lisääminen / monipuolistaminen • Mahdollisuus valita asiakkaansa 	<ul style="list-style-type: none"> • Kilpailijoiden lisääntyminen • Julkisen sektorin rahoituksen kiristyminen / talousongelmat • Yrittäjän jaksaminen • Kiinteistön mahdolliset ongelmat • Ajankäyttö

Kuvio 7. Ompelimon SWOT-analyysi.

Yrityksen SWOT-analyysissä on lueteltuina yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkatekijät. Yrityksen vahvuuksina (kuvio 7) ovat sen mahdollisuudet suhteellisen edullisiin tiloihin, jotka sijaitsevat hyvällä paikalla pääkaupunkiseudulla. Yrityksen vahvuutena kilpailijoihin nähden on sen monipuolinen asiakasryhmä. Omistajan kokemus ompelualalta on selkeä etu uutta yritystä perustettaessa. Sekä viestintäosaaminen ja asiakaslähtöisyys on vahvuuksina. Yrityksen aukioloajat myös kuuluvat vahvuuksiin, koska ne on helppo muunnella asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden mukaan tiettyihin aikoihin päivästä ja viikosta. Talousosaaminenkin kuuluu yrittäjän vahvuuksiin monipuolisen koulutuksen ansiosta, jolla on huomattavaa merkitystä.

Yrityksen heikkoutena ja vahvuutena voidaan pitää sijaintia. Kaupungin keskustan ympäristö, tai että se sijaitisi kauniilla paikalla maalaismaisemassa hyvien luontomahdollisuuksien keskellä ja onko toimintaan saatavilla tarpeeksi asiakkaita. Asiaan saa sel-

vyiden, kunhan yritys on toiminut sopivan hetken alalla. Lisäksi kokemattomuus yrittäjänä toimijana saattaa koitua heikkoudeksi. Samoin varamiehen puuttuminen tilanteessa, jos tulee esimerkiksi terveysongelmia yrityksen omistajalle.

Ajankäyttöä voidaan pitää uhkana tai mahdollisuutena sen mukaan, miten yrittäjä osaa aikaa hallita. Kilpailijoita voidaan pitää uhkana heidän vahvemman ja pitemmän yrittäjyyskokemuksen ja osaamisen johdosta. Julkisen sektorin rahoituksen kiristyminen tai talousongelmat ovat myös ennen kaikkea pienen yrityksenkin uhkana. Lisäksi omistajan jaksaminen vaikuttaa paljon yritykseen.

Mahdollisuutena voidaan pitää yrityksen omistajan lomien saatavuus ja pitäminen, kun siihen on tilaisuus ja ajankäyttömahdollisuus. Lisäksi mahdollisuuksiin voidaan määritellä yrityksen kasvaessa ja markkina-aseman vakiintuessa, kysynnän kasvu ja toiminnan laajentaminen. Samoin asiakkaitensa valinnan mahdollisuus lisää palvelujen monipuolistamisen ja lisäämisen.

5 Loppupäätelmät

5.1 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyöni oli tyyliltään kehittämishanke (Opinnäytetyön eri tyypit. 2014). Opinnäytetyöni tavoitteena oli laatia liiketoimintasuunnitelma mahdollisesti uudelle perustettavalle ompelualan yritykselle, jossa itse tulen käyttämään liiketoimintasuunnitelmaa hyväkseni työssäni. Ompelualan liiketoimintasuunnitelma kiinnostaa mahdollisen yrityksen perustamisen johdosta. Yrityksen perustaminen oli ollut suunnitelmissa useasti aiemminkin, mutta se sopisi tällä hetkellä elämäntilanteeseeni parhaiten.

Liiketoimintasuunnitelman aloitusvaiheessa ompelualan yritys palvelisi korjausompelupalveluita tarvitsevia. Suunnitelmaa päivittämällä ja luomalla jatkuvasti hyvin monipuolisesti uusia ideoita toiminta kehittyi laajentamalla ompelupalveluista ja asusteista sisustustekstiileihin sekä monipuolisia lanka- ja käsityötarvikkeista tarjoavaksi käsityöalan kannattavaksi yritykseksi. Opinnäytetyönä tehtävän liiketoimintasuunnitelman tein yksilötyönä. Olen talous- ja rahoituspuolen opiskelija, mutta käsityö- ja ompeluala

ovat tulleet tutuksi ja kiinnostavaksi harrastuksistani, jotka ovat olleet aina elämässäni ajankohtaisina.

Lähdeaineistossa käytin ja hyödynsin lähteenä käsityöalaan liittyvää kirjallisuutta ja Internetistä löytyvää tietoa. Yritysmuodon valinnan jälkeen etsin tietoa uudelle perustettavalle yritykselle ainakin seuraavista lähteistä: verohallinnosta sain monia yrittäjälle tarvittavia tietoja, sekä sinne yrittäjä joutuu tekemään erilaisia ilmoituksia. Työ- ja elinkeinotoimistosta sain tietoa starttirahasta, sekä yrityskeskuksista muuta hyödyllistä tietoa. Vakuutusyhtiöstä sain tietoa muun muassa eläkemaksuista, sekä muista pakollisista ja vapaaehtoisista vakuutuksista. Pankista ja Finnverasta sai tietoa mahdollisesta lainasta osana yrityksen rahoitusta, jos sellaiseen syntyy tarvetta.

Tulevalle yrittäjälle liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli tärkeää liikeidean toimivuuden arvioimiseksi. Tämä on myös tärkeää yritystä perustettaessa, rahoitusta haettaessa ja päätöksiä tehtäessä. Opinnäytetyössä arvioitiin tulevan yrittäjän soveltuvuutta yrittäjäksi ja selvitettiin, mikä antaa varmuutta ja tuo esille kehitystarpeet, jos siihen on tarvetta.

Opinnäytetyössä käsiteltiin kaikki käsityöalan kannalta merkitykselliset liiketoimintasuunnitelman osa-alueet ja kehitettiin toimintamallit liiketoiminnalle. Yritysmuodoksi valittiin aloittaa yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi eli edullisin tapa käynnistää liiketoiminta on valita yhtiömuodoksi toiminimi. Yritystoiminnan kasvaessa voi harkita yritysmuodon vaihtamista ja valita jo aluksi sellainen yritysmuoto, joka olisi helposti muutettavissa.

Yrityksen nimeä mietittäessä valittiin yritykseen sopivasti kuuluva ja sitä kuvaava nimi. Toimitiloiksi vaihtoehtoina on sopivan tilan löytyminen tai liiketoiminnan aloittaminen kotona. Tarvittavien koneitten ja laitteitten hankinnat pyritään valitsemaan edullisimmista. Yrittäjälle ja yritykselle hankitaan pakolliset ja vapaaehtoiset vakuutukset sekä pankkitili ja maksupäätte. Yrityksen rekisteröinnin yhteydessä voi hoitaa samalla kaikki pankki-, vakuutus- ja veroasiat.

Markkinointi kanavina käytetään perinteistä painettua mediaa. Markkinoinnin tavoitteena on tehdä ompelimoa tunnetuksi ja mahdollistaa markkinoille tulo uutena kilpailijana. Markkinoinnilla pyritään erottautumaan kilpailijoista, joita alueella riittää. Yritys pyrkii

löytämään sopivimmat ja parhaat asiakkaat sekä olemaan erilainen vaihtoehto vaatteiden käyttömahdollisuuksissa.

Käsityöalan yritystoiminnan käynnistämiseen haetaan rahoitusta anomalla naisryrittäjälainaa yrityksen nimellä ennen rekisteröintiä. Seuraavaksi anotaan starttirahaa, koska rahoitusyhtiön lausuntoa tarvitaan tuen myöntämiseen asioidessa työvoimatoimistossa (Aloittavan yrittäjän palvelut.2014.) Myönteisen päätöksen saatua, Ompelimo-yritys voidaan rekisteröidä kaupparekisteriin. Yritystoiminnan käynnistämiseen tarvittavaa lisärahoitusta kannattaa hakea Finnveran naisryrittäjälainasta. Kirjanpidon voi hoitaa itse, koska on talousosaamista tai sen voi ulkoistaa tilitoimistolle. Opinnäytetyön lopussa käsiteltiin riskejä ja niiden välttämiseksi tehtyjä suunnitelmia ja lopuksi SWOT-analyysissä hahmottuu liikeidean kokonaisuus.

5.2 Opinnäytetyön arviointi ja oma oppiminen

Käsityöryrittäjän arkea vuosia seuranneena ja omiinkin harrastuksiini liittyen, päätös käsityön liittämiseksi osaksi opinnäytetyön aihetta tuntui luonnolliselta ja kiinnostavalta. Liiketoimintasuunnitelmasta oli saatavilla runsaasti tietoa eri kirjalähteistä ja internet-sivuilta. Luotettavimpina tietolähteinä on käytetty esimerkiksi verohallinnon ja eri järjestöjen, esimerkiksi Uusyrittäjäkeskuksen internet-sivuja. Tietoa rahoituksen järjestämisestä on haettu suoraan rahoittajien sivuilta, kuten Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriön Internet-sivuilta. Samoin myös muun tiedon selvittämisessä, on haettu mahdollisimman tuoretta tietoa, vaikka sitä ei aina ole ollut saatavissa.

Tutkimuksellisen opinnäytetyön laatua arvioidaan reliabiliteetilla ja validiteetilla. Tässä opinnäytetyössä ei ole tehty tutkimusta, muuta kuin eri lähteistä on otettu erilaista tietoa avuksi selvittämällä oleellista asiaa. Reliabiliteetti kuvaa käytetyn menetelmän luotettavuutta. Ompelimon voi mielestäni perustaa ja sen perusteella toinenkin henkilö voisi päästä samoihin tuloksiin. Menetelmä vaikuttaa luotettavalta.

Validiteetti kuvaa puolestaan tulosten pätevyyttä ja sitä voidaan tarkastella sisäisenä ja ulkoisena validiteettina. Sisäisen validiteetin voi jakaa esimerkiksi käsitevaliditeettiin ja menetelmän validiteettiin. Ulkoisella validiteetilla mitataan saatujen tulosten yleistettävyyttä, että missä määrin voitaisiin yleistää koskemaan samanaikaisesti tutkittavan kohteen kaltaisia kohteita.

Mielestäni opinnäytetyön tavoitteet toteutuivat, sillä lopputulokseksi saatiin toteutuskel-
poinen liiketoimintasuunnitelma käsityöalalle, jossa liikeidea ja suunnitelma on nyt val-
miina. Tämän tekeminen selkiytti yrityksen perustamisprosessin ymmärtämistä ja antoi
hyvin tietoa, missä järjestyksessä asiat kannattaa hoitaa tulevana yrittäjänä. Sekä oli
myös mielekästä tehdä, koska oli kohteena todellinen liiketoimintasuunnitelma tulevalle
yritykselle.

Lähteet

Aloittavan yrittäjän palvelut. 2014. Yrittäjälle. Työnantajalle. Te-palvelut. Työ- ja elinkeinoministeriö. Päivitetty 20.1.2014

[Http://www.tepalvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/index.html](http://www.tepalvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/index.html). Luettu 15.8.2014.

Alikoski, Risto & Hakonen, Marika & Viitasalo, Jari 2013. Yritystoiminnan taitajaksi. Sanoma Pro, Helsinki.

Ammattinetti. Käsiyö. [Http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/4/93_ammattiala](http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/4/93_ammattiala). Luettu 20.10.2014.

Arvonlisäveroitus. 2014. Verohallinto.

[Http://www.vero.fi/fi/Verohallinto/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus](http://www.vero.fi/fi/Verohallinto/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus). Luettu 12.12.2014.

Isokangas, Jouko & Kinkki, Seppo. 2003. Yrityksen perustoiminnot. WSOY, Helsinki.

Kamensky, Mika 2008. Strateginen johtaminen. Menestyksen timantti. Talentum Media, Helsinki.

Karjalainen, Lasse 2002. Käsiyöyrityksen talous. Yliopistopaino, Helsinki.

Kaukinen, Leena & Collanus, Miia 2006. Tekstejä ja kangastuksia. Puheenvuoroja käsiyöstä ja sen tulevaisuudesta. Akatiimi, Tampere.

Kenen pitää ottaa vakuutus. 2015. Elo. [Http://www.elo.fi/yrittaja/yel-vakuutus/kenelle](http://www.elo.fi/yrittaja/yel-vakuutus/kenelle). Luettu 9.2.2015.

Koski, Toivo & Virtanen, Markku 2005. Tulos. Liiketoiminnan suunnittelulla menestyseen. Otava, Helsinki.

Kälviäinen, Mirja 2005. Käsiyö, yrittäjyys, hyvinvointi. Uusia liiketoimintapolkuja. KTM, Helsinki.

Laki työsuojelun valvonnasta ja työpaikan työsuojeluyhteistoiminnasta 2006. Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060044](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060044). Luettu 15.1.2015.

Liittymät. Elisa. [Http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa#!/liittymat](http://oma.elisa.fi/yrityksille/verkkokauppa#!/liittymat). Luettu 12.12.2014.

Lith, Pekka 2005. Käsiyöyrittäjäyys Suomessa 2000-luvulla. Yritykset ja alan keskeiset kehityslinjat. KTM, Helsinki.

[Http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/\\$file/jul10elo_2005.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/$file/jul10elo_2005.pdf). Luettu 1.1.2015.

Luovan alan yritysten rahoitusmahdollisuudet Keski-Suomessa. Jyväskylän yliopisto ry.

[Http://luovapaja.fi/uploads/b1/b7/b1b73a26cb6748811b941329c6273d4c/Luovan-alan-rahoitusmahdollisuudet-Keski-Suomessa.pdf](http://luovapaja.fi/uploads/b1/b7/b1b73a26cb6748811b941329c6273d4c/Luovan-alan-rahoitusmahdollisuudet-Keski-Suomessa.pdf). Luettu 4.1.2015.

Luutonen, Marketta & Äyväri, Anne 2002. Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsiyöyrittäjyyteen. Edita, Helsinki.

Mainonnan tunnistettavuus 2014. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. [Http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Markkinointi-ja-mainonta/mainonnan_tunnistettavuus](http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Markkinointi-ja-mainonta/mainonnan_tunnistettavuus). Luettu 12.12.2014.

Markkinointiviestintä julkisessa organisaatiossa 2006. Kuluttajavirasto. [Http://www.ktolhanke.net/vivako/tiedostot/File/Ylierkkila2.swf/](http://www.ktolhanke.net/vivako/tiedostot/File/Ylierkkila2.swf/) Luettu 12.12.2014.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. 1.–2.painos. Otava, Helsinki.

Naisyrittäjälaina. Finnvera. [Http://www.finnvera.fi/.Lainat/Naisyrittajaelaina](http://www.finnvera.fi/.Lainat/Naisyrittajaelaina). Luettu 12.10.2014.

Neljännesvuositilinpito 2003. Tilastokeskus. [Http://www.tilastokeskus.fi/](http://www.tilastokeskus.fi/). Luettu 12.10.2014.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro, Helsinki.

Opinnäytetyön eri tyypit. 2014. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyöohje. [Http://www.metropolia.fi/koulutusohjelmat/hyvinvointi-ja-toimintakyky/toimintaterapia/tyoelamayhteistyo/](http://www.metropolia.fi/koulutusohjelmat/hyvinvointi-ja-toimintakyky/toimintaterapia/tyoelamayhteisty/). Luettu 15.1.2014.

Palveluesite 2014. Vantaan kaupunki. [Http://www.vantaa.fi/fi/osallistu_ja_vaikuta/aluetoimikunnat_/kivisto](http://www.vantaa.fi/fi/osallistu_ja_vaikuta/aluetoimikunnat_/kivisto) Luettu 12.10.2014.

Pitkämäki, Ari 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2. painos. Talentum Media, Helsinki.

Pukuompelija Irina. [Http://www.pukuompelijairina.com/tuotteet.htm](http://www.pukuompelijairina.com/tuotteet.htm). Luettu 24.11.2014

Puustinen, Terho 2006. Avain omaan yritykseen. 2. uudistettu laitos. Kirjakas, Nurmi-järvi.

Raatikainen, Leena 2004. Liikeideasta liikkeelle. 8. uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Sosiaalinen media ja markkinointi viestintä. 2013. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. [Http://www2.kuluttajavirasto.fi/Page/69d393e7-7bc4-4b5d-b610-f108b9fb69a4.aspx](http://www2.kuluttajavirasto.fi/Page/69d393e7-7bc4-4b5d-b610-f108b9fb69a4.aspx). Luettu 12.12.2014.

Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä. 2015. Someco. [Http://someco.fi/blogi/sosiaalinen-media-ja-markkinointiviestinta-vuonna-2014/](http://someco.fi/blogi/sosiaalinen-media-ja-markkinointiviestinta-vuonna-2014/). Luettu 1.2.2015.

Sutinen, Mika & Viklund, Esa 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta – mutta et tiennyt keneltä kysyä. Kirjakas Ky, Kuopio.

Taloudellinen katsaus, syksy 2014. Valtiovarainministeriö. 24a/2014. [Http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/02_taloudelliset_katsaukset/20140915Taloud/name.jsp](http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/02_taloudelliset_katsaukset/20140915Taloud/name.jsp). Luettu 10.12.2014.

Vuokraa maksupäätte. 2010. Luottokunta. [Http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/maksupaatteet/erilliset_maksupaatteet](http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/maksupaatteet/erilliset_maksupaatteet). Luettu 12.12.2014.

Yksilöllisyys on käsityö- ja muotoilutuotteen menestystekijä. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry.

[Http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu_pdf_tiedostot/Kasityo_yrittaja2009_tiedote.pdf](http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu_pdf_tiedostot/Kasityo_yrittaja2009_tiedote.pdf). Luettu 4.1.2015.

Yksityisen elinkeinoharjoittajan perustamisopas. Patentti- ja rekisterihallitus. Kaupparekisteri. Yksityinen elinkeinoharjoittaja. [Http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html](http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html). Luettu 10.10.2014.

Investointilaskelma

Investointilaskelma		
Koneet ja laitteet tietokone ja näyttö	Hinta/€ 1 200	Tiedot käytettynä
tulostin	100	käytettynä
maksupäätelaite:	100	käytettynä
puhelin	250	käytettynä
pölynimuri	190	
hinnoittelukone +6 rullaa	29	
ompelukone ja Saumuri	1 300	Belniitta Jaguar 977 ompelukone ja Jaguar 097saumuri (käytettynä)
Irtaimisto ja kalusteet		
Vaatekaappi	300	kaluste pyörillä, käytettynä
Kassapöytä + tarvikkeet	620	käytettynä
Myymäälä hylly / pöytä	100	
Työtuoli	100	käytettynä
Asiakastuoleja 4 kpl	200	
moppi	20	
ym. pesuvälineitä	50	
Matot, verhot	100	
Työpöytä		
	100	
Sovitus sermi	150	
Muita työtarvikkeita	250	
<u>Yhteensä</u>	<u>5 159</u>	
Kustannusylitysvaraus 5-10%	500	

Käyttöpääoman tarve

Käyttöpääoman tarve 2 kk		
	Hinta/€	Tiedot
<u>Yrityksen perustamiskustannukset</u>		
Toiminimen rekisteröinti	75	
<u>Markkinointi</u>		
Lehti-ilmoitukset	119	
Esitteet	60	500 kpl
Käyntikortit	20	300 kpl
Ikkunateippaukset	200	teipit + asennus
<u>Yleiset kustannukset 2 kuukaudelta</u>		
<u>Puhelin- ja Internetliittymä</u>		
Internet	74	24 kk, 24 Mbit/s
Puhelin	74	24 kk, 2 500 min, 300 kpl
Maksupäätelaite	66	
Sähkö	90	36 kk, 930 ADSL
Vakuutukset	83	
YEL-vakuutus	333	
Kirjanpito	50	
<u>Yhteensä</u>	<u>1 244</u>	
Kustannusylitysvaraus 5 – 10 %	200	

Rahoitustarvelaskelma ja hinnasto kustannuksista

Rahoituslaskelma			
	euroa		euroa
Investoinnit	5 159	Omat säästöt	2 000
Käyttöpääoma	622	Lainat rahoitusyhtiöiltä	3 781
Rahoitustarve yhteensä	5 781	Pääoma yhteensä	5 781

Selitys kustannuksista			
	Hinta/ €	Tarjoaja	Lähde
Toiminimen rekisteröinti	75,00	PRH	Yksityisen elinkeinoharjoittajan perustamisilmoitus.
Vantaan sanomat	98,00	25,20+alv.	Ilmoitushinnat.
Esitteet	30	Whyprint	Taittamaton esite.
Käyntikortit	10	LogiPrint	Käyntikortit.
Internet	37	Elisa	Internet-yhteydet
Puhelinliittymä	37	Elisa	Liittymät.
Maksupäätelaite	50	Luottokunta	Vuokraa maksupäätelaite
Tietokone ja näyttö	1 200	Verkkokauppa	Tuote 11457.
Tulostin	100	Gigantti	Canon-monitoimilaite
Puhelin	250	Elisa	Puhelimet

Kassavirtalaskelma

Kassavirtalaskelma	1.toimintavuosi
Kassaanmaksut	
Alkukassa	0
Oma pääoma	2 000
Lainat	3 781
Myynnit	40 000
<u>Yhteensä</u>	<u>45 781</u>
Kassastamaksut	
Ostot	2 000
Koneet ja kalusteet	5 159
Yksityisotot	0
YEL	1 998
Sähkö	540
Lainanlyhennykset	0
Korot	83
Markkinointi	700
Puhelin, Internet, maksupäätte	1 280
Vakuutus	500
Verot	6 461
<u>Yhteensä</u>	<u>18 721</u>
<u>Loppukassa</u>	<u>27 060</u>

Koneet ja kalusteet	
Koneet ja laitteet	3 169
Pienhankinnat	<u>1 990</u>
<u>Yhteensä</u>	<u>5 159</u>

Tulos- ja tase-ennusteet

Tulosennuste	euroa
Liikevaihto	40 000
Ostot	2 000
Markkinointi	700
Henkilöstökulut	1 998
Vakuutukset	500
Poistot ja arvonalentumiset (75%)	2 377
Pienhankinnat	1 990
Liiketoiminnan muut kulut	1 820
=Liiketulos	28 615
Rahoituskulut (korot)	83
= Voitto / tappio ennen veroja	28 532
Verot	<u>6 461</u>
<u>Tilikauden tulos</u>	<u>22 071</u>

Ansiotulo	28 532		
Valtio	16 100 eurosta	Alaraja 8	
	12 432	6,50 %	808,08 816,08
Kunnallisvero	18 %		5 135,76
Kirkollisvero	1,0%		285,32
Sairausvakuutuksenmaksut	0,82 %		<u>223,96</u>
Ansiotulojen verot ja maksut yhteensä			6 461,12
Pääomatulovero			<u>0</u>
<u>Maksettavaa yhteensä</u>			<u>6 461,12</u>

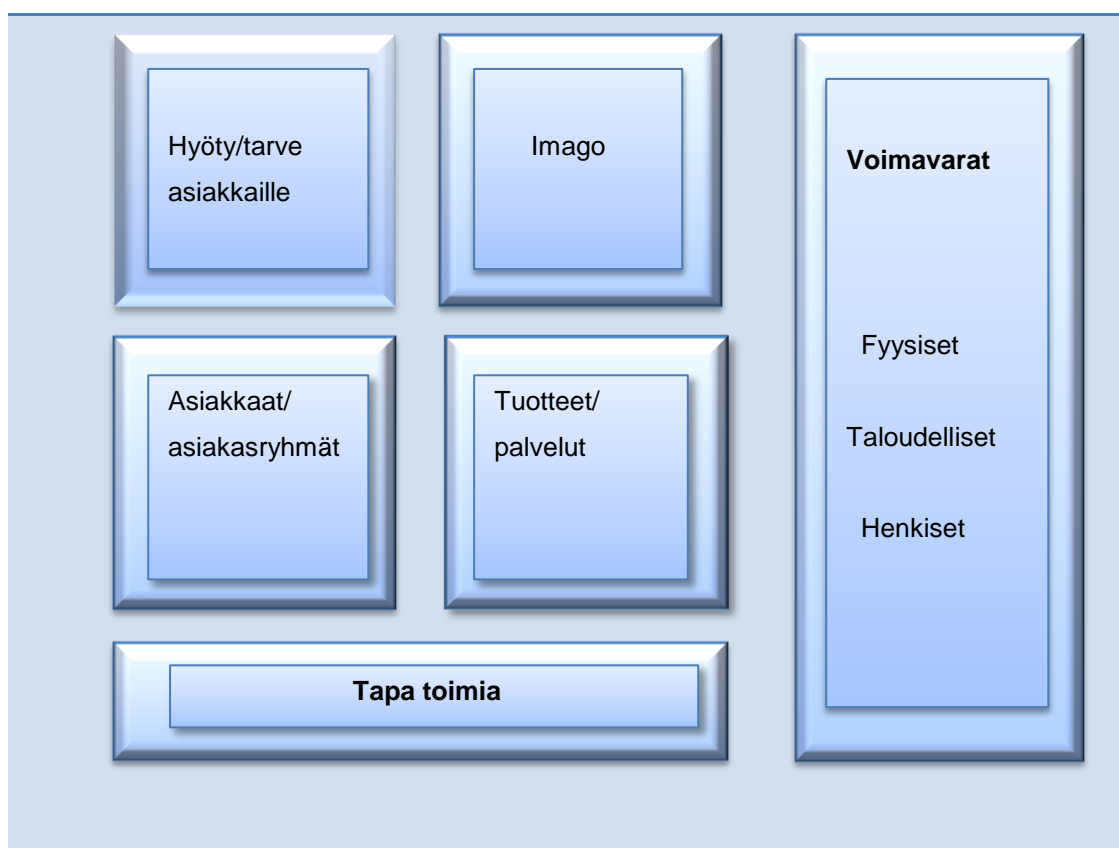
		<u>Tase-ennuste</u>	
<u>Vastaavaa</u>		<u>Vastattavaa</u>	
<u>Pysyvät vastaavat</u>		<u>Oma pääoma</u>	
Koneet ja kalusteet (25%)	792	Omat sijoitukset	2 000
		Tilikauden tulos	<u>22 071</u>
<u>Vaihtuvat vastaavat</u>		<u>Vieras pääoma</u>	
Loppukassa	27 060	Pitkäaikainen	3 781
<u>Vastaavaa yhteensä</u>	<u>27 852</u>	<u>Vastattavaa yhteensä</u>	<u>27 852</u>

Liiketoimintasuunnitelman kooste

1 Liikeidea

Ompelimo yritys palvelee aloitusvaiheessa korjausompelupalveluita tarvitsevia. Toiminnan edistyessä avataan liiketila vilkkaalle ja uudelle keskeiselle asuinalueelle Vantaalla. Yritys on ompelupalveluista ja asusteista sisustustekstiileihin sekä monipuolisista lanka- ja käsityötarvikkeita tarjoava käsityöalan kannattava yritys.

Ompelu- ja käsityötaitoalan yritykselle liikeidean dynaamista mallia voisi kuvata (kuvio 1, Sutinen & Viklund 2005, 58) mahdollisimman pelkistetyllä mallilla alkuvaiheessa, jotta siitä muodostuisi hyvä kokonaisuus sekä itselle että muille. Lisäksi liikeidean tulee näyttää yrittäjältään (Pitkämäki 2001, 86).



Kuvio 1. Liikeidean dynaaminen malli (mukaillen Sutinen & Viklund 2005, 58).

Toisin sanoen korjaus- ja ompelualan palvelua myydään käsityöalan yrityksessä, joka tarjoaa vaatteiden erilaisia korjaustöitä ja muokkaamista toimivaksi, suunnittelua sekä ompelua omien henkilökohtaisten mittojen, tarpeitten ja toiveitten mukaan. Imagoon kuuluisi asiakaskeskeinen, laadukas työ, joustava palvelu, kiireetön hyvin asiakasta palveleva toiminta sekä oikein kohdennettu markkinointi. Eri asiakasryhmiä huomioitaessa aukioloajat määräytyisivät asiakaslähtöisesti siten, että niissä otettaisiin huomioon eri asiakasryhmät.

2 Toiminta-ajatus, visio ja arvot

Toiminta-ajatuksena on laatia liiketoimintasuunnitelma uudelle mahdollisesti perustettavalle ompelu- ja käsityötaitoalan yritykselle. Ompelu- ja käsityöyrityksen visiona on olla tunnettu, osaava, ainutlaatuinen, erinomainen ja suhteessa muihin yrityksiin erilaisista luova. Lisäksi visiona on havaita sopivat tarvittavat asiakkaat palvelumyynnin ostamiseen. Arvoihin pyritään asiakaslähtöisellä ja tuloksellisella palveluhenkisellä yhteistoiminnalla, ympäristöystävällisyydellä sekä ihmisen kokonaisvaltaisen yksilöllisyyden, vastuullisuuden ja luovuuden arvostamisella.

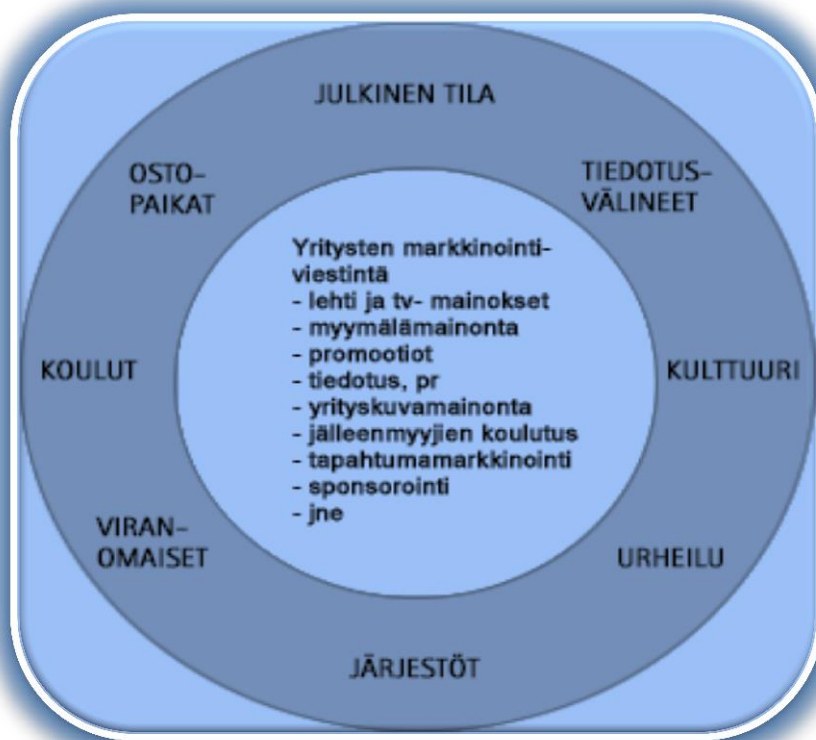
3 Markkinointi ja strategia

3.1 Markkinointi

Markkinoitavat tuotteet tai palvelut ovat tuotteistettuja, mikä tarkoittaa sitä, että ne on tarkoitettu asiakkaiden ostettavaksi ja kulutettavaksi. Tuotteiden ja palvelujen perusteella laaditaan markkinointisuunnitelma ja -strategia. Markkinointiviestintä koostuu seuraavista osista: mainonta, myyntityö, myynninedistäminen sekä tiedotus- ja suhde-toiminta. Markkinointikanavina käytetään perinteistä painettua mediaa. Yritys julkaisee mainontaa ainakin käsityölehdissä ja muissa käsityötä harrastaville suunnatuissa lehdissä ja tiedotteissa. Lisäksi se jakaa myös mainoksia postilaatikoihin ympäri pääkaupunkiseutua. Mainontailmoittelua viedään myös samoin kuin kuviossa 2 on esitetty eli harrastusseuroille ja erilaisille yrityksille, esimerkiksi seuraaviin kohteisiin: julkiset tilat,

myymälä- ja muut ostopaikat, koulut, urheilujärjestöt sekä kulttuuri- ja viranomaistiedotusvälineet.

Yrityksen laajentuessa joskus tulevaisuudessa vuosien kuluttua monipuolisemmaksi se pyrkii myös viemään markkinointia internetiin julkaisemalla mainoksia koko väestölle suunnattujen sivustojen yhteydessä. Markkinointiviestintä on viime vuosien kuluessa lisääntynyt huomattavasti. Medioiden määrän kasvu on monipuolistanut markkinointiviestinnän muotoja ja laajentanut sen toimintaympäristöä. (Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä 2015).



Kuvio 2. Markkinointiviestinnän tavat ja mediaympäristö (Kuluttajavirasto).

3.2 Strategia

Strategian perusteella suunnitellaan markkinointiviestintä, jonka kohteena ovat sekä kuluttajat että jälleenmyyjät. Suunnitelmaan kuuluvat seuraavat asiat:

- tietoiset tavoitteet ja toiminnan suuntaviivojen valinta

- ennakointi ja reagointi ympäristön muutoksiin nopeasti
- oman toiminnan muuttamisen ennakointi ennen toimintaympäristön muutoksia
- yrityksen aktiivisen toimintaympäristön muokkaamisen vaikutus asiakkaiden tarpeisiin ja kilpailijoiden toimintaan
- toiminnan pitkäjänteisyys ja jatkuvuuden turvaaminen
- osaamisen ja nopean uuden kasvukyvyn hankkiminen
- oman osaamisen nykyhetken vaatimusten tasolle kouluttautuminen ja uudistuminen ajoissa tuottamaan asiakkaille lisäarvoa
- todellisen kilpailutilanteen tunnistaminen käsityöalalla markkinoimalla ennakkoon omia palveluja.

4 Kilpailijat

Yritykseni kriittisimmät ompelualan kilpailijat ovat lähialueen ompelualalla toimivat yritykset. Kilpailevien yritysten suurimpia heikkouksia ovat henkilökunnan asenteet ja vaihtuvuus. Lisäksi niiden vahvuuksiksi ilmeni stabiili markkina-asema ja sen myötä vakaa asiakasvirta. Kilpailijoita voidaan pitää uhkana myös heidän vahvemman ja pitemmän yrittäjyyskokemuksensa ja osaamisen vuoksi. Näihin tekijöihin yritys pyrkii kiinnittämään erityistä huomiota suunnitellessaan omaa palveluaan ja asemoidessaan itseään markkinoille.

Yrityksen kilpailustrategiaksi on valittu tuotedifferointi, jolla pyritään vastaamaan olemassa olevien yritysten pyrkimyksiin estää yrityksen pääsy markkinoille. Ompeluyritykseni haluaa erottautua kilpailijoista erinomaisen, henkilökohtaisesti räätälöidyn palvelun avulla ja tarjoamalla tietyille tarkasti segmentoidulle kohderyhmälle aivan uudenlaisen palvelun hyvällä hinta-laatusuhteella.

5 Käytännön ratkaisut

5.1 Ompelimon käytännön toimet

- Perustettava yritys: ompelimo.

- Yhtiömuoto: toiminimi.
- Rekisteröinti: ilmoitus kaupparekisteriin.
- Liiketila: Vantaalta.
- Muut hankinnat: kalusteet, tarvikkeet, laitteet, yms.
- Vakuutukset: oikeusturvavakuutus, tapaturmavakuutus, toiminnan vastuuvakuutus ja irtaimistovakuutus, yrittäjien eläkevakuutus YEL.
- Ilmoitukset: Yrityksen tulee tehdä perustamisilmoitus Patentti- ja rekisterihallitukseen tai TE-keskukseen, mikäli yritystoiminta on luvanvaraista. Samaan kaupparekisteri-ilmoitukseen voi merkitä liittymisen ennakkoperintärekisteriin ja arvolisäverovelvolliseksi ja rekisteröityä työnantajaksi.
- Pankkiasiointi: pankkitili ja maksupäätte.

6 Riskit

Kohdeyrityksen riskeihin voi liittää riskityypit, jotka on kuvattu myös kuviossa 3:

- Liikeriskit: taloudellinen, tekninen.
- Rahoitusriskit: äkilliset menot, huono tulovirta.
- Omaisuusriskit: murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo.
- Keskeytysriskit: tavarantoimituksen viivästyminen.
- Vastuuriskit: työpalvelun epäonnistuminen, korvausvastuu.
- Tietoriskit: asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä.
- Henkilöriskit: yrittäjän sairastuminen, loukkaantuminen.

Riskityyppi		Riski	Suojautumiskeinot
Liikeriskit	Taloudellinen	Kilpailijoiden vahvuus Asiakkaiden puute Talouden lasku, asiakkaiden väheneminen	Asiakassuhteiden luominen Mainonnan lisäys
	Tekninen	Liikaa palveluita Laadun heikkeneminen	Tarjotaan vain kysytyimpiä palveluita
Rahoitusriskit		Äkillisiä menoja Huono tulovirta	Lisälaina Menojen karsiminen
Omaisuuksriskit		murto, varkaus, vesivahinko, tulipalo	Irtaimisto- ja kiinteistö- vakuutus, huolto- ja sammutusvälineet
Keskeytysriskit		Tavarantoimitus viivästyy	Riittävästi tarvikkeita varastossa
Vastuuriskit		Työpalvelu epäonnistuu Korvausvastuu	Koulutuksen päivittäminen, Huolellisuus
Tietoriskit		Asiakastietojen vuotaminen asiakasrekisteristä	Tietojen suojaus
Henkilöriskit		Yrittäjän sairastuminen tai loukkaantuminen	Tapaturma- ja sairaskulu- ja Työttömyyskassa - eläke

Kuvio 3. Ompelimon riskit.

7 Taloussuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on myös apuväline ja monesti eri rahoituslaitosten vaatimus, kun ne tekevät rahoituspäätöstä yritykselle. Hyvin laaditun liiketoimintasuunnitelman rahoituslaskelman avulla yrittäjä ennakoi rahoituksen tarvetta ja määrittelee sisään tulevan rahavirran määrää. Rahoitussuunnitelma on se, mitä yritys tarvitsee ulkopuolista rahoitusta hakiessaan. Lisäksi on tehtävä myös kannattavuus-, rahoitus- ja tuloslas-

kelmat. Samoin verotukselliset asiat ja yrityksen kirjanpidon velvollisuus on huomioitava. Nämä asiat on luetteloitu seuraavassa:

- rahoitussuunnitelma-, kannattavuus- ja rahoituslaskelmat ja tulos- ja tase-laskelma: liitteissä laskelmat
- verotus: tuloverotus, ennakkoerot ja arvonlisäverot
- kirjanpito: yrittäjä tekee itse kirjanpidon tai ulkoistaa.

8 SWOT-analyysi

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus edullisiin tiloihin • Sijainti • Kysyntä • Markkinointi / Viestintä • Aukioloajat asiakkaiden tarpeiden mukaan • Talousosaaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sijainti • Varamiesten puuttuminen • Ei yrittäjäkokemusta
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> • Vakiintunut markkina-asema • Kysynnän kasvu • Toiminnan laajentaminen • Palveluiden lisääminen / monipuolistaminen • Mahdollisuus valita asiakkaansa 	<ul style="list-style-type: none"> • Kilpailijoiden lisääntyminen • Julkisen sektorin rahoituksen kiristyminen / talousongelmat • Yrittäjän jaksaminen • Kiinteistön mahdolliset ongelmat • Ajankäyttö

Kuvio 4. Ompelimon SWOT-analyysi.

9 Laskelmat

Yrityksen perustamista varten tarvitaan seuraavat:

- kassabudjetti
- tulos- ja tasebudjetit.