

Roope Varhelahti

ALOITTAVAN RAKENNUSALAN YRITTÄJÄN  
LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketalouden koulutusohjelma  
2017

# Aloittavan rakennusalan yrittäjän liiketoimintasuunnitelma

Varhelahti, Roope  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Tammikuu 2017  
Sivumäärä: 33  
Liitteitä: 2

Asiasanat: Liiketoimintasuunnitelma, rakennusala, yrittäjyys, yrityksen perustaminen

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli laatia liiketoimintasuunnitelma aloittavalle rakennusalan yrittäjälle. Työn toimeksiantaja on toiminut rakennusalalla yhtäjaksoisesti vuodesta 2010 ja lähitulevaisuudessa olisi tarkoitus perustaa oma yritys.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa uudelle yrittäjälle tietopaketti yrityksen perustamisesta ja sen vaatimuksista sekä tuottaa varsinainen liiketoimintasuunnitelma liiketoiminnan aloittamisen tueksi. Liiketoimintasuunnitelmaa on myös tarkoitus käyttää osana yrityslainan hakemisprosessia.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Työ koostuu kahdesta eri osuudesta. Ensimmäisessä osuudessa käsitellään yrittäjyyden ja liiketoimintasuunnitelman teoriaa. Yrittäjyyden teoriassa keskityttiin oikean yrittäjyyden ja yritysmuodon löytämiseen ja valintaan, sekä tarkasteltiin toimialan kilpailutilannetta valtakunnallisesti ja paikallisesti. Liiketoimintasuunnitelman teoriaosuudessa käsiteltiin liiketoimintasuunnitelmalle olennaisia teoriaosuuksia kuten liikeideaa ja rahoituslaskelmaa.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa aloittavalle yrittäjälle kattava ja selkeä liiketoimintasuunnitelma yrityksen perustamiseen, siten että liiketoimintasuunnitelmaa pystyy myös käyttämään tulevaisuudessa esimerkiksi lainahakemuksessa.

## BUSINESS PLAN FOR A NEW CONSTRUCTION COMPANY

Varhelahti, Roope

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in business management

May 2017

Number of pages: 33

Appendices: 2

Keywords: Business plan, construction business, entrepreneurship, establishing a company

---

The purpose of this thesis was to create a business plan for a beginner entrepreneur. With the help of business plan the entrepreneur gets crucial information of establishing a company. The client of this thesis wants to establish a new construction company in the near future. Before making a new company it is good to make a business plan since it can be really helpful developing the company.

This thesis consists of two parts. First part is theory of the thesis and the second actual business plan. Theoretical part handles basics of entrepreneurship like different company forms, overall competition and competition in the market area. Also in this section of the thesis theory of business plan is covered.

The second part of this thesis is the actual business plan. In the business plan there are estimates of incomes and expenses. Also in this part there are listed several points why this company will be profitable in the future.

As a result of this thesis the client has now a large theoretical document to help him establish his company and the ways to make it profitable. The actual business plan proves that he company will be beneficial from the beginning.

1	JOHDANTO.....	5
2	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ JA TUTKIMUSMENETELMÄT.....	6
3	YRITYKSEN PERUSTAMINEN .....	7
3.1	Yritys ja yrittäjä .....	7
3.2	Yritysmuodot ja oikean yritysmuodon valinta.....	9
3.2.1	Yksityinen elinkeinoharjoittaja .....	9
3.2.2	Avoin yhtiö.....	10
3.2.3	Kommandiittiyhtiö .....	10
3.2.4	Osuuskunta.....	11
3.2.5	Osakeyhtiö.....	12
3.3	Toimintaympäristö.....	13
3.3.1	Kilpailu.....	14
3.3.2	Kilpailu Satakunnassa rakennusalalla .....	16
3.4	Asiakkaat.....	17
4	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	18
4.1	Liikeidea ja myyntisuunnitelma.....	20
4.1.1	Strategia, arvot, mission, visio .....	21
4.1.2	SWOT- analyysi .....	23
4.2	Markkinointi ja markkinointisuunnitelma .....	25
4.3	Rahoituslaskelma .....	27
4.3.1	Kohdeyrityksen budjetoidut tulot.....	28
4.3.2	Kohdeyrityksen budjetoidut menot .....	29
5	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	31
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä käsitellään uuden rakennusalan yrityksen perustamiseen liittyviä asioita. Perustana tässä työssä käytetään yrityksen perustamisen ja toiminnan ohjaamisen kirjallisuutta ja ohjeita. Työn jälkimmäisessä osuudessa perehdytään tarkemmin liiketoimintasuunnitelman teoriaan ja sen tarpeellisuuteen uuden yrityksen perustamisessa.

Yrityksen perustamiseen liittyy monia asioita ja vaihteita, jotka tulee huomioida jo hyvissä ajoin ennen yrityksen perustamista. Uuden yrittäjän tulee muun muassa huomioida onko yrityksellä toimintaedellytyksiä toimia halutulla toimialalla, selvittää sopivin yritysmuoto, selvittää erilaiset tarpeelliset lupa-asiat ja viranomaisilmoitukset, sekä laatia kattava liiketoimintasuunnitelma. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa uudelle aloittavalle yrittäjälle kokonaisvaltainen paketti, joka selittää yrityksen perustamisen vaiheet ymmärrettävästi, jotta yrityksen perustaminen olisi myöhemmin sen tullessa ajankohtaiseksi mahdollisimman helppoa.

Perustettavan yrityksen toimialana tulee olemaan laadukkaiden rakennusalanpalveluiden tuottaminen yrityksille ja yksityishenkilöille. Yrittäjällä itsellään on seitsemän vuoden kokemus erilaisista rakennusalan töistä isoista kerrostaloprojekteista pienempiin purkutöihin. Työn toimeksiantajalle ei ole aikaisempaa yrittäjyys kokemusta.

Liiketoimintasuunnitelmaa varten kerätyt tiedot hankitaan yrittäjää haastatteleamalla ja liiketoimintasuunnitelmaa koskevasta kirjallisuudesta. Tietoa on kerätty myös erilaisista alan julkaisuista ja tilastoista. Yrittäjää haastatteleamalla halusin selvittää yrittäjän motiivit yrityksen perustamisen taustalla, hänen toiminta-ajatuksensa, ammatitiosaamisen ja taloudelliset resurssit ja millaisia riskejä ja mahdollisuuksia hän näkee yrittämisessä.

## 2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Toiminnallinen opinnäytetyö tarjoaa vaihtoehdon ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Se voi olla alasta riippuen muun muassa ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohje, ohjeistus tai opas, kuten tässä tapauksessa markkinointisuunnitelma. Toisin sanoen toiminnallisella opinnäytetyöllä pyritään tavoittelemaan ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. On erittäin tärkeää, että toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät sekä käytännön toteutus että sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. Opinnäytetyön tulee olla työelämälähtöinen, käytännönläheinen sekä tutkimuksellisella asenteella toteutettu. Sen tulee myös osoittaa riittävällä tasolla alan tietojen ja taitojen hallintaa. (Vilka & Airaksinen 2003, 9-10.)

Toiminnallinen opinnäytetyö on hyvä toteuttaa toimeksiantajan toimesta, jolloin voi näyttää osaamistaan laajemmin sekä herättää kiinnostusta ja mahdollisesti työllistyä sen kautta. Työelämästä saatu opinnäytetyö tukee ammatillista kasvua ja etu on myös siinä, että omia tietoja ja taitoja on mahdollista peilata senhetkiseen työelämään ja sen tarpeisiin. Toimeksiannosta huolimatta on hyvä muistaa pitää kiinni alkuperäisistä tavoitteista ja opintoviikkomääristä, sillä ne voivat helposti laajentua mittavasti ellei rajaa tehtävää riittävästi. (Vilka & Airaksinen 2003, 16–19.)

Opinnäytetyöni on muodoltaan toiminnallinen eli siitä syntyy konkreettinen tuotos. Tämän työn lopullinen produkti on toimeksiantajalle tuotettava liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyöni perustuu toimeksiantajan kanssa käytyihin haastattelutilaisuuksiin sekä yrityksen perustamisen ja liiketoimintasuunnitelman teoriaan, jota sovelletaan käytännön työhön. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä on sovellettu olemassa olevaa teorian tietoa sekä kohteesta ja ympäristöstä kerättyä tietoa.

## 3 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

### 3.1 Yritys ja yrittäjä

Yrittäjän virallinen määritelmä riippuu viranomaisesta, esimerkiksi yrittäjä oikeudessa ja eläke- ja työttömyysasioissa yrittäjä määritellään eri tavoin. Tilastokeskus määrittelee yrittäjän mm. seuraavalla tavalla: Yrittäjäksi luetaan henkilö, joka harjoittaa taloudellista toimintaa omaan laskuun ja omalla vastuulla. Yrittäjä voi olla työnantajayrittäjä tai yksinäisyrittäjä, kuten ammatinharjoittaja tai freelancer. Osakeyhtiössä toimiva henkilö, joka yksin tai perheensä kanssa omistaa vähintään puolet yrityksestä, luetaan yrittäjäksi. (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017)

”Yrittäjyyteen ja yrittäjämäiseen toimintatapaan löytyy monia muotoja. Toiminta voidaan aloittaa franchisingyrittäjänä, kevytyrittäjänä, osuuskunnan jäsenenä, osakasyrittäjänä, sarjayrittäjänä, sivutoimisena tai väliaikaisena yrittäjänä.” (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

Yrittäjyyteen ja yrittäjämäiseen toimintatapaan löytyy monia muotoja. Toiminta voidaan aloittaa franchisingyrittäjänä, kevytyrittäjänä, osuuskunnanjäsenenä, osakasyrittäjänä, sarjayrittäjänä, sivutoimisena tai vaikka väliaikaisena yrittäjänä. Yrittäjänä toimiminen ei ole välttämättä loppuelämän valinta. Sivutoiminen yrittäjyys joko opiskelun tai palkkatyön ohessa on lisääntynyt. (Uusyrittäjäkeskus www-sivut 2017.)

Franchising mahdollistaa yritystoiminnan aloittamisen ilman omaa liikeideaa. Kyseessä on kahden itsenäisen yrityksen välinen pitkäaikainen yhteistyösopimus. Franchisingantaja luovuttaa maksua vastaan franchisingottajalle (joita voi olla useita) oikeuden käyttää toimintaohjeiden mukaisesti kehittämäänsä ja mallintamaansa liikeideaa. (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

”Niin sanottu kevytyrittäjyys on työn tekemisen muoto, jossa henkilö hankkii itse työnsä ja määrittelee sille hinnan. Laskutus ja palkanmaksu on ulkoistettu laskutuspalvelulle, joka pidättää oman palvelumaksunsa laskun summasta. Laskutuspalvelu

hoitaa kevytyrittäjän ennakonpidätykset, vakuutukset (tapaturmavakuutus, vastuuvakuutus) ja muut pakolliset työnantajamaksut (sairausvakuutusmaksu, työeläkemaksu, työttömyysvakuutusmaksu ja ryhmähenkivakuutusmaksu. (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

”Startup -yritykset ovat yleensä nuoria, toimintansa alkuvaiheessa olevia teknologia-alan yrityksiä, joiden liikeideassa on jotain uutta ja erilaista. Toimintaa rahoitetaan riskirahoituksella, koska yritys ei tuota vielä voittoa. Tavoitteena on nopea kasvu ja kansainvälistyminen.” (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

Yrityksen osakkaana toimiminen voi olla hyvin yrittäjämäistä toimintaa riippuen siitä, millä tavalla vastuut ja toimivalta on jaettu osakkaiden kesken. Esimerkiksi puoliso ja lapset voivat olla perheyrittäjien osakkaita. Pienyrityksissä osakkeiden luovuttaminen avainhenkilöille voi olla hyvä tapa sitouttaa heidät yritykseen ja sen kehittämiseen. (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

”Tiimiyrittäjyydessä usea henkilö, jolla on aikomus ryhtyä yrittäjäksi, perustaa yrityksen yhdessä. Kaikki nämä henkilöt ovat myös vastuussa yrityksen menestymisestä. Esimerkiksi kun kaksi yritystä yhdistyy eli fuusioituu, molempien yritysten vanhat osakkaat voivat tulla myös uuden yhtiön osakkaiksi. Etenkin monet nuoret perustavat helposti yrityksiä yhdessä. Nuorten perustamissa yrityksissä voi olla mukana osajia eri aloilta.” (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

Yritystoiminnan voi aloittaa sivutoimisena, esimerkiksi päätyön tai opiskelun ohella. Sivutoimisena voi ensin kokeilla, löytyykö riittävä määrä asiakkaita, ja arvioida, miten liiketoiminta kehittyy ja onko päätoimiselle yrittäjyydelle mahdollisuuksia. Taloudellinen riski on yleensä päätoimista yrittäjyyttä pienempi, koska omat tulot eivät välttämättä ole kokonaan riippuvaisia yrityksen menestymisestä. (Uusyrittäjäkeskuksen www-sivut 2017.)

Toimeksiantaja aloittaa yrityksensä nimenomaan sivutoimisena yrityksenä yrityksen alkuvaiheessa. Toimeksiantajalla on jo sovittuna urakka, joka tulee takaamaan suurimman osan yrityksen liikevaihdosta. Yrityksen ensimmäisen urakan aikana tarkas-



tellaan pysyykö liiketoiminta kannattavana pitkällä aikavälillä ja arvioidaan kuinka paljon toimeksiantoja voidaan tulevaisuudessa ottaa jo sovittujen urakoiden lisäksi.

### 3.2 Yritysmuodot ja oikean yritysmuodon valinta

”Yritysmuodon tarkka harkinta kannattaa, koska valinnalla on pitkävaikutteisia seurauksia tulevaisuuteen. Yritysmuoto vaikuttaakin, esimerkiksi yrityksessä olevien henkilöiden taloudellisiin vastuisiin, verotukseen sekä päätöksentekoon osallistumiseen. Aina kannattaa huomioida yritykseen osallistuvien henkilöiden elämäntilanne sekä taloudelliset resurssit.” (Meretniemi & Ylönen 2008, 40.)

#### 3.2.1 Yksityinen elinkeinoharjoittaja

Yksityisliikkeen eli yksityisen toiminimen perustaminen on kaikkein nopeinta ja halvinta. Toiminimen perustajia ovat elinkeinon-, ammatin- ja liikkeenharjoittajat. Tässä yhtiömuodossa korostuu yrittäjän oma ammattitaito ja osaaminen, koska yrityksen toiminta useasti perustuu siihen. Toiminimeä perustettaessa kannattaa tehdä perusilmoitus, koska rekisteröinti on tehokkain tapa suojata yrityksen toiminimi. Yksityinen elinkeinoharjoittaja on velvollinen tekemään perusilmoituksen kaupparekisteriin, kun

- hän harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa, kuten esimerkiksi taksit ja elintarvikeliikkeet
  - hänellä on toimitila, eli hänellä on omasta asunnosta erillinen pysyvä toimipaikka
  - hänen palveluksessaan on muu henkilö kuin aviopuoliso
- (Meretniemi & Ylönen 2008, 43.)

Yksityinen elinkeinoharjoittaja tekee kaikki yritystä koskevat päätökset itsenäisesti tai toiminnassa mukana olevan aviopuolison tai perheenjäsenen kanssa. Yrittäjä vastaa toiminnan riskeistä ja sitoumuksista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Yrittäjä voi ottaa varoja yrityksestä käyttöönsä vain yksityisottoina, joten hän ei saa nostaa palkkaa toiminimestä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 43.)

Toimeksiantaja on pohtinut yritysmuotoa ja valinta käytiin loppujen lopuksi toiminimen sekä osakeyhtiön välillä. Toiminimen puolesta puhui perustamisen helppous sekä halpuus, sekä varojen nostamisen helppous yrityksestä. Toimeksiantaja katsoi kuitenkin, että toiminimi ei olisi yrityksen pitkässä juoksussa paras vaihtoehto.

### 3.2.2 Avoin yhtiö

”Avoin yhtiö palvelee parhaiten pientä tai keskisuurta perheyrittäjästä. Avoimen yhtiön muodostavat kaksi tai useampi yhtiömies. Yhtiömieheksi kelpaa luonnollinen henkilö tai yhteisöjä kuten yhtiöitä. Avoimella yhtiöllä voi olla toimitusjohtaja, mutta pakollisia toimielimiä ei ole. Avoimen yhtiön muuttaminen kommandiittiyhtiöksi onnistuu sillä, että yhtiöön otetaan mukaan äänetön yhtiömies. (Meretniemi & Ylönen 2008, 45.)”

Avoin yhtiö syntyy, kun yhtiösopimus allekirjoitetaan, ellei syntyhetkestä sovita toisin. Yhtiömiehet vastaavat yhtiön veloista ja muista velvoitteista henkilökohtaisella omaisuudellaan. Avoimessa yhtiössä jokaisella yhtiömiehellä on mahdollisuus tehdä sitovia oikeustoimia, joista kaikki ovat vastuussa. Tästä syystä yhtiömiesten kesken tulee olla erinomainen luottamus. Tätä oikeutta voidaan kuitenkin rajoittaa yhtiömiesten sopimuksella. (Meretniemi & Ylönen 2008, 45.)

” Avoin yhtiö on ilmoitettava kaupparekisteriin ennen toiminnan aloittamista. Yhtiö syntyy jo yhtiösopimuksen solmimisella, joten kaupparekisteri-ilmoituksella on lähinnä syntymistä vahvistava vaikutus. Perusilmoituksen tekemisestä ovat vastuussa yhtiömiehet. Ilmoituksen voi tehdä yksikin yhtiömies kaupparekisteritoimistoista saatavalla lomakkeella. Ilmoitukseen on liitettävä yhtiösopimus ja todistus käsittelymaksun suorittamisesta.” (Suomen yrittäjät www- sivut 2017)

### 3.2.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiö eroaa avoimesta yhtiöstä siten, että siinä tulee olla vähintään yksi äänetön yhtiömies. Äänetön yhtiömies nimensä mukaisesti ei osallistu yhtiön hallin-

noimiseen, vaan hän toimii äänivallattomana pääoman sijoittajana. Kommandiittiyhtiö onkin käytännöllinen silloin, kun tarvitaan lisärahoitusta ja saatavilla on sellainen rajoittaja, joka ei halua osallistua yhtiön päivittäiseen toimintaan. Myös vastuunalaiset yhtiömiehet voivat sijoittaa varoja yritykseen, mutta myös pelkkä työpanos heidän osaltaan riittää. He vastaavat yhtiön velvoitteista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Tällöin he vastaavat yhtiön käytännön toiminnasta sekä tekevät sitä koskevat päätökset. (Meretniemi & Ylönen 2008, 46.)

”Äänetön yhtiömies toimii siis rahoittajana ja saa sijoittamalleen panokselle vuosittain määrätyn koron, jos voittoa syntyy. Äänetön yhtiömies ei osallistu yrityksen hallintoon, mutta hän voi olla yrityksen palkkalistoilla.” (Meretniemi & Ylönen 2008, 46.)

Kommandiitti syntyy samoin kuin avoin yhtiö eli kirjallisella sopimuksella. Sopimuksesta tulee ilmetä yksityiskohtaisesti, kuinka suuri osuus äänettömällä yhtiömiehellä on voittoon ja sijoituksen määrä. Kommandiittiyhtiössä perustajia tulee olla vähintään kaksi, ja ainakin yhden on oltava vastuunalainen yhtiömies. Myöskään kommandiittiyhtiöllä ei ole pakollisia toimielimiä, mutta yrityksessä voi olla toimitusjohtaja tai hallitus. Myös kommandiittiyhtiöllä tulee olla vähintään yksi tilintarkastaja, joka määrittää yhtiösopimuksessa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 47.)

#### 3.2.4 Osuuskunta

Osuuskunta on yhtiömuoto, jonka tarkoituksena on sen jäsenistön taloudenpidon tai elinkeinon tukeminen harjoittamalla taloudellista toimintaa siten, että osuuskunnan jäsenet käyttävät hyväkseen osuuskunnan tarjoamia palveluita. Toiminnan tarkoituksesta voi säännöissä määrätä toisin. Osuuskunnan voi mieltää eräänlaisena aatteellisen yhdistyksen liiketoiminnallisena vastinparina, jonka sääntely on melko samanaista kuin osakeyhtiöissä. Osuuskunnalla ei ole kiinteää osuuspääomaa, vaan se vaihtelee jäsenmäärän mukaan. Jäseneksi voi periaatteessa liittyä kuka tahansa, joskin osuuskunnan säännöissä voidaan määritellä edellytyksiä. Hallitus hyväksyy uudet jäsenet. Osuuskunnan jäsenet käyttävät osuuskunnassa samankaltaista valtaa kuin osakeyhtiön osakkeenomistajat. (Suomen yrittäjät [www-sivut](http://www-sivut) 2017.)

Jäseneksi liittyvät maksavat osuismaksun, joka on kaikille yhtä suuri. Tämän summan saa takaisin osuuskunnasta erotessaan. Joissain tapauksissa osuuskuntaan maksetaan liittymismaksu, jota ei palauteta jäsenen erotessa. Osuuskunta sopii yhtiömuodoksi pienyrittäjien verkostoitumisen muodoksi. Osuuskunta on perustettu silloin, kun se merkitään kaupparekisteriin. Vastuu osuuskunnassa on jäsenillä heidän maksamansa osuuspääoman määrän verran. Ylin päättävä elin osuuskunnassa on osuuskunnan kokous, johon voivat osallistua kaikki jäsenet. Päätökset tehdään äänestämällä, siten että jokaisella jäsenellä on käytettävissään yksi ääni. Lain mukaan osuuskunnalla tulee olla perustamiskokouksen valitsema hallitus, joka voi valita toimitusjohtajan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 48-49.)

### 3.2.5 Osakeyhtiö

”Silloin kun tarvitaan runsaasti pääomaa, on osakeyhtiö paras yhtiömuoto. Myös jos perustajia on useita, osakeyhtiö on hyvä valinta. Osakeyhtiön päämäärä on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, ellei yhtiöjärjestyksessä ole toisin määrätty. Osakeyhtiöitä on olemassa kahdenlaisia: yksityinen osakeyhtiö (Oy) ja julkinen osakeyhtiö (Oyj), jonka osakkeet noteerataan pörssissä.” (Meretniemi & Ylönen 2008, 50.)

Osakeyhtiötä voi olla perustamassa yksi tai useampi henkilö tai oikeushenkilö. Vastuu osakkailta rajoittuu sijoitettuun rahasummaan. Pelkästään sijoittajat voivat myös olla osakkaita, tällöin he eivät osallistu yrityksen toimintaan, mutta ovat mukana yhtiökokouksissa. Osakeyhtiö syntyy silloin, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin. Perustamiskokouksessa vastaavasti päätetään osakeyhtiön perustamisesta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 51.)

” Myös osakeyhtiössä osakkaat ovat vastuussa vain sijoittamansa osakepääoman verran. Käytännöllisesti katsoen yrittäjäosakas useimmiten takaa yrityksen velkoja omalla nimellään toiminnan alkupuolella sekä joutuu antamaan henkilökohtaista omaisuuttaan yrityksen velkojen vakuudeksi. Yhtiökokouksissa jokaista osaketta

kohden saa yhtä monta ääntä, esimerkiksi yhden äänen osaketta kohden, ellei toisin ole sovittu.” (Meretniemi & Ylönen 2008, 51.)

Yhtiön toimielimiä ovat yhtiökokous, hallitus ja toimitusjohtaja. Osakeyhtiölaissa on omaksuttu lähtökohta, että ylempi toimielin voi ottaa alemman toimielimen toimivaltaan kuuluvan asian päätettäväkseen. Näin ollen yhtiöjärjestyksessä voidaan määrätä, että yhtiökokous voi päättää toimitusjohtajan ja hallituksen yleistoimivaltaan kuuluvasta asiasta. Myös osakkeenomistajat voivat yksimielisinä tehdä yksittäistapauksessa päätöksen hallituksen tai toimitusjohtajan yleistoimivaltaan kuuluvasta asiasta. Vastaavasti hallitus voi yksittäistapauksessa tai yhtiöjärjestyksen määräyksen nojalla tehdä päätöksen toimitusjohtajan yleistoimivaltaan kuuluvassa asiassa. (Suomen yrittäjät www- sivut 2017)

Työn toimeksiantaja on valinnut tulevaksi yritysmuodokseen juurikin osakeyhtiön. Päätösvaiheessa keskustelimme toimeksiantajan kanssa eri vaihtoehtoista ja päätös tapahtui lopulta osakeyhtiön ja toiminimen välillä. Osakeyhtiöön päädyttiin, koska toimeksiantaja katsoi, että osakeyhtiö on luotettavampi ja helpommin markkinoitava potentiaalisten asiakkaiden silmissä. Osakeyhtiön puolesta puhui myös uusien jäsenten mukaan ottamisen helppous verrattuna toiminimeen. Yritykselle on myös tarkoitus ottaa lainaa heti yrityksen alkuvaiheessa, joten osakeyhtiö on myös siinä mielessä parempi vaihtoehto.

### 3.3 Toimintaympäristö

Yritysten toimintaympäristö muuttuu nopeammin kuin aikaisemmin. Entistä suurempi osa maailmasta on markkinatalouden piirissä, ja samalla yritysten markkina-alueet laajentuvat maapallon globalisaation myötä. Tämä markkinoiden laajentuminen merkitsee yrityksille uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia, mutta myös kiristyvää kilpailua. Taloudessa on käynnissä yritys- ja toimialarakennetta muokkaava syvä kehityskulku, ja toimintaympäristön muutokset tuovat kokonaan uusia palvelu- ja tuotetarpeita markkinoille. Globalisaatio ja nopea teknologinen kehitys lisää entistä erikoistuneimpien tuotteiden ja palvelujen tarvetta ja tarjoaa teknologian soveltamisen mah-

dollisuuksia monilla aloilla. Markkinoiden kansainvälistyessä yritykset pyrkivät vaurautumaan toimintaympäristön muutoksiin erikoistumalla, keskittymällä osaamisensa ydinalueille ja ulkoistamalla toimintojaan sekä rakentamalla yhteistyöverkostoja. (Hyrsky & Lipponen 2004, 9-10.)

Yrityksen toimintaympäristön ymmärtäminen on avainasemassa kaiken liiketoiminnan suunnittelemisessa ja kehittämisessä, myös tulevaisuuden tarkastelussa. Yrityksellä on sisäinen ja ulkoinen toimintaympäristö. Olennaista on tietää, mitä ympäristössä tapahtuu, millaisia vaikutteita yritys ympäristöstään saa ja miten yritys kommunikoi ympäristönsä kanssa. Ympäristöistä tietäminen ja niistä huolehtiminen turvaavat yritysten tulevaisuuden ja toimintakyvyn; sisäinen ympäristö liittyy organisaation kykyyn uudistua sekä kehittyä ja ulkoinen ympäristö liittyy yrityksen kykyyn ennakoita. (Ståle & Wilenius. 2006, 25-29.)

### 3.3.1 Kilpailu

Jokaisella yrityksellä on vastassaan kilpailijoita markkinoista riippumatta. Jos yritys aikoo menestyä kilpailussa, sen pitää selvittää, ketkä ovat markkinoiden tärkeimpiä toimijoita, mikä näiden markkinaosuus on, miten ne toimivat ja mitkä ovat niiden vahvuudet ja heikkoudet. Lisäksi pitää pyrkiä arvioimaan, voiko markkinoille tulla lisää kilpailijoita, miten nopeasti ne pystyvät markkinoille tulemaan ja mikä vaikutus niillä on yrityksen menestykseen. Kilpailijat tulee selvittää tarkoin, ja erityisen tärkeää on kuvata, miksi ja miten oma yritys on kilpailijoita parempi.” (McKinsey & Company 2001, 71.)

Kilpailijat eivät ole välttämättä pelkästään negatiivinen asia yrityksen kannalta. Pienyritys oppii toimialansa menestyvistä yrityksistä, jos se onnistuu selvittämään niiden menestyksen syyt ja vertaa niitä omaan yritykseen. Menestystekijöitä sovelletaan omaan yritykseen, kehitetään edelleen tai luodaan toiminnalle omat lähtökohdat. Siten löydetty menestymisen edellytykset ohjaavat pienyritystä rakentumaan kilpailukykyiseksi. Vertailtavan yrityksen on oltava todellinen kilpailija, jotta vertailusta on hyötyä eli pienyrityksen ei kannata verrata itseään suureen markkinoiden johtavaan yritykseen. Muiden yritysten seuranta korostuu erityisesti alan muutostilanteis-

sa. Jos esimerkiksi kilpailija ostaa toisen kilpailijan tai kilpaileva yritys ajautuu konkurssiin, se merkitsee muille yrityksille nopeita toimia ja joskus jopa merkittävää strategian muutosta. Tapa, jolla yritys suhtautuu toimialan muihin yrityksiin, on myös strateginen päätös. Toimialan muut yritykset ovat joko kovia kilpailijoita tai esimerkin ja vertailupohjan tarjoajia, yrittäjän omasta peruskäsityksestä riippuen. Pienyrityksen kannattaa todennäköisesti pitää muita yrityksiä esimerkkeinä, joiden avulla on mahdollista löytää toimialan menestymisen edellytyksiä. (Pitkämäki 2000, 42–43.)

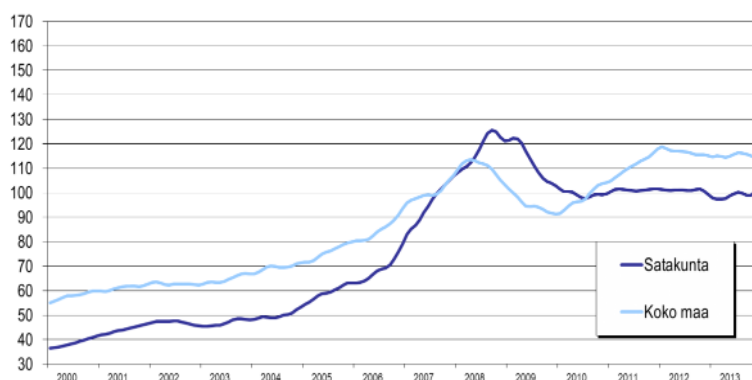
Suomessa on laaja ja monipuolinen rakennusala. RT Rakennusteollisuus joka on rakennusalan yritysten työmarkkina-asioiden, elinkeinopoliittisten ja teknisten kysymysten edunvalvoja kertoo, että kaupparekisterin mukaan rakennustoimialalla on merkitty 40000-50000 yritystä. Tosin päätoimisesti rakentamiseen keskittyvien yritysten määrä on vain alle 10000 yritystä. Kilpailu alalla on siis kovaa ja potentiaalisista asiakkaista on taistelemassa useita yrityksiä. Selvästi suurin osa alalla toimivista yrityksistä ovat pieniä tai keskisuuria yrityksiä, jotka työllistävät 1-4 henkilöä. (Rakennusteollisuuden www- sivut 2017.)

Tilastokeskuksen mukaan vuosi 2017 on lähtenyt liikkeelle rakennusosalalla positiivisesti. Sen mukaan rakennusyritysten liikevaihto kasvoi helmi-huhtikuussa 8,9 prosenttia ja myynnin määrä 6,7 prosenttia. Vuotta aiemmin liikevaihto kasvoi vastaavalla ajanjaksolla 6,9 prosenttia. Rakennusala on koko maassa jatkuvassa muutoksessa. Yleinen taloustilanne Suomessa on ollut nousussa usean kvartaalin ajan ja tulevaisuuden näkymät ovat positiiviset. Yritysten vaihtuvuus alalla on todella suurta. Tilastokeskus kertoo verkkosivuillaan tilastotietoa aloitetuista ja lopettaneista yrityksistä. Rakentamisen toimialalla koko maassa vuoden 2016 kolmannella kvartaalilla aloittaneita yrityksiä oli 824 ja lopettaneita edellisellä neljänneksellä 846. (Tilastokeskuksen www- sivut 2016.)

### 3.3.2 Kilpailu Satakunnassa rakennusosalalla

Satamittari verkkosivun mukaan rakentamisen suhdanteet ovat jatkuneet Satakunnassa melko vaisuina. Liikevaihto pysyi kuitenkin keskimäärin ennallaan vuoden 2013 jälkimmäisellä puoliskolla, mikä oli moneen muuhun toimialaan nähden kohtuullinen saavutus. Vaimeahkoa asuntorakentamista on paikannut liikerakentamisen nousu mm. Puuvillan kauppakeskustyömaan ansiosta. Maakunnan suhdannekuvaan vaikuttaa myös Olkiluodon ydinvoimalatyömaan vähittäinen hiljeneminen valmistumisen häämöttäessä. Yritysten tilanne vaikuttaa alueella kaksijakoiselta, sillä erityisesti voimakkaan, yli 15 %:n liikevaihdon nousun saavutti viime vuoden heinä–joulukuussa 39 % kannasta, vaikka liikevaihto ei koko alalla kohonnutkaan. Kaikkiaan liikevaihdon kasvattamiseen kyenneitä yrityksiä oli maakunnassa 49 % yritys-kannasta. Satakunnan rakennusalan valopilkkuja ovat olleet 5–20 henkilöä työllistävät yritykset, joiden liikevaihto nousi syyskesällä peräti runsaat 11 %. Aivan vuoden lopussa kasvua kertyi vielä kolmisen prosenttia. Alle viiden ja yli 20 henkilön yritysten loppuvuosi sujui selvästi kehnommassa merkeissä, sillä niiden liikevaihto putosi kolmisen prosenttia. Palkkasumma kasvoi jonkin verran syyskesällä, mutta nousu taittui loka–joulukuussa. Henkilöstömäärät kohosivat Satakunnassa hieman vuoden 2013 heinä–joulukuussa, ja nousu ylsi jonkin verran maakunnan yritysten keskiarvoa nopeammaksi. (Satamittarin www- sivut 2017)

Rakentamisen liikevaihdon kehitys Satakunnassa ja koko maassa (2010=100)



Kuvio 1. Rakentamisen liikevaihdon kehitys Satakunnassa ja koko maassa 2000–2013. (Satamittarin www- sivut 2017.)

Kuten kuviosta 1. näkee, rakennusalan liikevaihdon kehitys on ollut vuoden 2010 jälkeen jäljessä koko maan keskiarvoon verrattuna. Vuoden 2010 jälkeen kehitys on



ollut kuitenkin suotuisaa. Esimerkiksi Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2015 kolmannella neljänneksellä Satakunnan rakennusalan liikevaihdon kehitys oli kokonaan kärjessä. Tilastokeskuksen mukaan kasvua oli huomattavasti 14% verrattuna edellisvuoden vastaavaan ajankohtaan. (Tilastokeskuksen www- sivut 2016.)

### 3.4 Asiakkaat

Yrittäjälle on tärkeää tuntea asiakkaansa sekä, mitä tuotteen tai palvelun ominaisuuksia asiakkaat arvostavat ja mitä eivät pidä erityisen tärkeinä sekä, mikä vastaa heidän odotukseensa. On järkevää ryhmitellä yritysasiakkaat esimerkiksi yrityksen toimialan, koon tai sijainnin perusteella ja henkilöasiakkaat iän, sukupuolen, tulotason, koulutuksen, perheen koon tai asuinpaikan perusteella. Alussa on hyödyllistä keskittyä asiakasryhmiin, jotka todennäköisemmin ostavat tuotteen tai palvelun. Yrittäjän osaaminen, tuote ja asiakkaat muodostavat kokonaisuuden, jonka tulee olla tasapainossa. Tällöin yritys saavuttaa kilpailuetua kilpailijoihin nähden. (Liiketoimintasuunnitelman www- sivut 2017.)

”Yrityksen on tiedettävä syyt, joiden perusteella asiakas tekee valintansa eri yritysten tuotteiden ja palvelujen välillä. Yrityksen on tunnistettava asiakkaiden ostomotiivit ja rakennettava niiden varaan tuotteensa, palvelunsa ja liiketoimintansa eli yrityksen on kyettävä toiminnallaan täyttämään asiakkaiden odotukset. Eri asiakasryhmien odotukset ja tarve vaikuttavat keskeisesti niihin keinoihin, joilla yritys pyrkii saavuttamaan asiakkaansa. Asiakassegmentoinnin avulla yritys pystyy tunnistamaan ne ryhmät, joiden parissa yrittäminen parhaiten onnistuu. Asiakassegmenteikseen yritys valitsee ne, joiden odotuksiin sen oma osaaminen ja voimavarat parhaiten pystyvät vastaamaan.” (Pitkämäki 2000, 51–52.)

Asiakkaat ovat jokaisen yrityksen kulmakivi. Ilman maksavia asiakkaita yrityksellä ei ole tuloja ja sitä kautta yritystoiminta muuttuu mahdottomaksi. Toimeksiantajan tulevalla yrityksellä on tässä mielessä hyvä tilanne. Taustalla on jo sovittu kohdeyritykselle toimeksianto, joka tulee turvaamaan yrityksen ensimmäisen vuoden toiminnan. Toimeksianto tulee alkamaan joko vuoden 2017 alku talvesta tai mahdollisesti vuoden 2018 alussa. Jo sovittua urakkaa voidaan pitää sekä yrityksen vahvuutena

,että heikkoutena. Vahvuudeksi yhden urakkasopimuksen yritystä voidaan pitää yrityksen sitoutuminen urakkaan. Kun taustalla ei ole muita tekemättömiä töitä kohdeyritys voi keskittyä täysipäiväisesti meneillä olevaan urakkaan. Toisaalta kun yrityksen koko liikevaihto koostuu yhdestä toimeksiannosta, sitä voidaan pitää myös haittana. Mikäli olemassa oleva urakka päättyy ja uutta tulonlähdettä ei ole saatavilla yrityksen koko kassavirta tyrehtyy ja pahimmassa tapauksessa voi johtaa konkurssiin. Välttääkseen edellä mainitun tilanteen toimeksiantaja pyrkii luomaan kontakteja alan työllistäjiin töidensä ohella. Toimeksiantajan mukaan potentiaalisia asiakkaita markkina- alueella on useita ja tulevan urakan aikana olosuhteet suhteiden luomisille ovat hyvät.

#### 4 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Suomen yrittäjät toteavat verkkosivuillaan, että liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan kirjallista suunnitelmaa liiketoiminnasta. Se kuvaa, miten liikeidea lähdetään toteuttamaan käytännössä: yrityksen toimintaympäristö, toimintatavat ja tavoitteet. Se on kattava, yksityiskohtainen ja ajallisesti rajattu esitys, jossa ovat mukana pidemmän ajanjakson päämäärät ja määrälliset tavoitteet tulosbudjettien sekä rahoitus- ja kassavirtalaskelmien muodossa. Suunnitelmassa käydään läpi tuotteen ominaisuudet, asiakasryhmät, markkinoiden kilpailutilanne, yrittäjän tai yrittäjien koulutus ja osaaminen sekä miten yritys aikoo markkinoida. Liiketoimintasuunnitelmassa arvioidaan myös laskelmien avulla kannattavuus sekä rahamäärä, joka tarvitaan yritystoiminnan aloittamiseen (investointitarve). Hyvässä suunnitelmassa tuodaan esille myös riskitekijät, jotka voivat vaikuttaa yrityksen menestymiseen. Liiketoimintasuunnitelma on paitsi suunnitteluväline yrittäjälle itselleen, myös neuvottelutyökalu, kun keskustellaan mahdollisten rahoittajien, liikeyritysten, vuokranantajan tai vaikka tavarantoimittajien kanssa. Liiketoimintasuunnitelman avulla aloittava yrittäjä voi todistaa, että yritys menestyy, kun esimerkiksi tilinpäätöstiedot vielä puuttuvat. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma antaa käsityksen yrityksen kannattavuudesta ja tulevaisuuden näkymistä ja helpottaa rahoituksenhankkimista. Uusyrittäjäkeskuksen www- sivut 2017)

Monet ulkoiset sidosryhmät vaativat liiketoimintasuunnitelmaa yrityksen perustamisen tueksi. Liiketoimintasuunnitelmasta käy hyvin ilmi yrittäjän toiveet yrityksen tulevaisuudesta. Monet aloittavat yrittäjät tarvitsevat lainaa yrityksensä rahoittamiseksi. Sitä varten rahoituslaitokset ja ulkopuoliset sijoittajat vaativat liiketoimintasuunnitelmaa, jotta voidaan osoittaa, että yrityksellä on mahdollista pärjätä markkinoilla. Starttiraha on myös yleinen etuus, jota aloittavat yrittäjät hakevat yrittäjyyden alkuvaiheessa. Kuvio 2 kuvaa hyvin mitkä ulkoiset sidosryhmät käyttävät hyväksi yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa.



Kuvio 2. Liiketoimintasuunnitelman vaikutukset ulkoisiin sidosryhmiin.  
(Uusyrittäjäkeskuksen [www-](http://www-) sivut 2017.)

Liiketoimintasuunnitelmia on tarjolla alan kirjallisuudessa ja internetissä useita. Tässä työssä on päädytty käyttämään Yritystulkin pohjaa liiketoimintasuunnitelman muodostamisessa. Yritystulkin liiketoimintasuunnitelmapohja sopii hyvin pienen aloittavan yrityksen tarpeisiin. Toisena vaihtoehtona pohdittiin Uusyrittäjäkeskuksen mallia, mutta katsoimme yhdessä toimeksiantajan kanssa, että kyseinen malli olisi ollut liian laaja ja monimutkainen tämän yrityksen tarpeisiin.

#### 4.1 Liikeidea ja myyntisuunnitelma

”Liikeidean tulisi vastata kysymyksiin kenelle, mitä ja miten. Tällä voidaan lyhyesti kuvata, miksi yritystoimintaa harrastetaan. Liikeideassa kuvataan yleisesti kenen tarpeita varten yritys ja sen palvelut tai tuotteet on tehty. Siinä tulisi myös määrittellä, miten yritystoimintaa on tarkoitus harjoittaa ja määrittellä yrityksen asiakasryhmät. Yritystoiminnan harjoittamisen määrittelyssä voidaan kertoa palveluiden tai tuotteiden markkinoinnista, sekä myynnistä ja minkälaisissa tiloissa yritystoimintaa harjoitetaan.” (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 52.)

”Hyvä liikeidea on usein yksinkertainen ja sellainen, jolla voidaan saavuttaa taloudellista voittoa kohtuullisella vaivannäöllä. Tämä saavutetaankin yleensä, kun idea on hyvä ja asiakkaat arvostavat palvelua tai tuotetta ja ovat valmiit maksamaan niistä ilman rahallista kiukuttelua.” (Puustinen 2006, 41.)

Liikeidean ei tarvitse välttämättä olla mitenkään erityisen mullistava, eikä omaperäinen tai edes uusi. Vaikka liikeidea ei olisi edes hyvä, niin riittää kun se vain toimii. Monet yrittäjät ovatkin lainanneet liikeideansa ulkomailta, kuitenkin idean keksijää ärsyttämättä. Monesti jo olemassa olevia palveluita ja tuotteita kehitetään sellaisiksi, että ne säilyttävät vetovoimansa asiakkaisiin. Valtaosa yritystoiminnoista perustuu-kin, jonkin vanhan soveltamiseen. (Puustinen 2006, 39.)

Kohdeyrityksen liikeideana on tarjota elementtirakennuksen palveluita. Tarjotut palvelut kattaisivat koko rakennusprosessin suunnittelusta asennuspalveluihin. Palveluita tullaan tarjoamaan markkina-alueen suurille teollisuusyrityksille ja elementtitaloja rakennuttaville yrityksille ja yksityisasiakkaille. Yrityksen ensimmäisen vuoden aikana toimeksiantaja alkaa kartoittamaan lisää potentiaalisia asiakkaita ja oman urakointinsa aikana luomaan suhteita uusien toimeksiantojen saamiseksi. Toimeksiantaja sai liikeideansa työskennellessään nykyisessä työpaikassaan. Nykyinen työpaikka tarjoaa myös elementtiasennuksen palveluita, mutta ne eivät ole yrityksen ydintoimialaa. Toimeksiantaja on katsonut, että kyseiselle palvelulle olisi kuitenkin enemmän kysyntää kuin mitä markkinoilla on nyt palveluita tarjoavia yrityksiä.

Toimeksiantaja on käytyjen haastattelujen aikana katsonut, ettei yrityksen alkuvaiheessa ole tarpeellista laatia kattavaa myyntisuunnitelmaa. Tähän päätökseen päädyttiin valmiin urakkasopimuksen takia. Koska sovittu urakka tulee varmistamaan yrityksen toiminnan ensimmäiseksi vuodeksi, toimeksiantaja näki, että myyntisuunnitelma olisi parempi tehdä sen tullessa ajankohtaisemmaksi. Haastatteluiden aikana kuitenkin mietittiin alustavasti myyntisuunnitelman peruspiirteitä. Yritys tulee tuottaa elementtirakentamisen palveluita. Perinteisessä rakentamisessa kokonaisuudet rakennetaan pienistä rakennusmateriaaleista- ja tarvikkeita. Elementtirakentamisessa on kyse käytännössä suurempien materiaalien käytöstä. Elementit kootaan jo valmistusvaiheessa yhteen, jolloin varsinaisella rakennustyömaalla voidaan saada kustannussäästöjä nopeammalla aikataululla. Myyntisuunnitelman perusteita pohdittaessa yksi pääpiirre, joka nousi esiin oli, markkina-alueen potentiaaliset asiakkaat ja palvelun kysyntä tulevaisuudessa. Toimeksiantaja oli sitä mieltä, että asiakkaita varmasti on ja palvelulle on kyllä kysyntää, mutta kontaktien saaminen tulee olemaan vaikeaa ja vaatimaan paljon töitä. Firman oma auto tulee mahdollistamaan markkina-alueen koon kasvattamisen. Alustavasti markkina-alueena pidetään Satakunnan aluetta, mutta toimeksiantaja on myös varautunut tekemään työmatkoja muualle Suomeen, mikäli sopivia toimeksiantoja avautuu. Myyntityötä tulee tekemään vain toimeksiantaja itse. Ainakin yrityksen alussa toimeksiantaja tulee olemaan yrityksen ainut työntekijä.

#### 4.1.1 Strategia, arvot, mission, visio

”Strategia on keinot vision saavuttamiseksi” (Hakanen 2004, 16). ”Strategisen suunnittelun tavoitteena on varmistaa, että organisaation toimintaympäristön tarjoamat mahdollisuudet hyödynnetään parhaalla mahdollisella tavalla organisaation tavoitteiden ja resurssien puitteissa” (Ylikoski 1999, 208-209). ”Strategisen suunnittelun tulee toimia pohjana koko organisaation suunnittelulle” (Ylikoski 1999, 208-209). Strategia on konsepti, joka oikein toteutettuna mahdollistaa päämäärän saavuttamisen. Strategiaa laadittaessa on tärkeää tuntea yrityksen toimintaympäristö, asiakkaat ja kilpailijat, jolloin on mahdollista suunnitella toimenpiteitä. Mikäli yrityksellä ei ole visiota, ei voida myöskään tietää keinoja sen saavuttamiseksi. Tästä syystä vision määrittäminen ennen strategian määrittämistä on välttämätöntä. Lisäksi strategiaa

laadittaessa tulee huomioida se, miten koko yrityksen henkilöstö saadaan ymmärtämään strategia ja miten heidät voidaan sitouttaa toteuttamaan sitä. Strategian avulla yrityksen on mahdollista parantaa kilpailukykyään, luoda kilpailuetuja, uudistua sekä kehittää oppimista ja osaamista. (Hakanen 2004, 17-18.)

Missio kertoo yrityksen olemassaolon syyn ja sen roolista markkinoilla. Tällä tiedolla tuodaan toiminta-ajatus konkreettisesti esille eli mitä yritys tekee elääkseen. Mission avulla voidaan kuvata, millä tavalla yritys pyrkii tekemään maailmaa paremmaksi omalla toiminnallaan. Esimerkiksi matkailualalla missiona voisi olla turistien kaupunkikulttuurintuntemuksen parantaminen. Missiota voidaankin kuvata aatejärjestelmäksi tai tieksi, jota pitkin yritys kulkee ja lopulta lähestyy päämääräänsä. Missio pitäisikin tehdä aina asiakaskunnan ja markkinatilanteen mukaan. Huono esimerkki missioista olisi se, että siinä kerrottaisiin yrityksen haluavan pelkästään mahdollisimman paljon rahaa kassaan. Kun yritys kertoo kutsumustehtäväkseen pelkästään rahan hankinnan, kuinka moni asiakas haluaisi ostaa palveluita kyseiseltä yritykseltä. (Sipilä 2008, 13-14.)

”Visio sekoitetaan usein missioon, mutta pitää muistaa, että visio on kuva halutusta päämäärästä ja missio on tie, jolla päästään kohti visiota. Toteuttamalla missiotaan yritys voi muuttua visionsa kaltaiseksi. Käytetty terminologia saattaa kuulostaa hyvin ärsyttävältä, mutta tarkoitus on kuitenkin viedä asioita eteenpäin, jottei yrityksessä juututtaisi henkisesti vain suorittamisen tasolle ilman, että on näkemystä selkeistä tavoitteista ja merkityksistä. Toiminta-ajatuksen ja liikeidean tulisikin olla selkeitä kuvauksia siitä mitä yrityksessä tehdään. Vision ja mission avulla tuodaan esille yrityksen tavoitteet ja merkitykset.” (Sipilä 2008, 14)

Yrityksen arvojen tulisi olla sellaisia, joista kaikki yrityksen alaisuudessa toimivat pystyvät pitämään oikeasti kiinni arjen tekemisissä. Arvoja pidetään tärkeinä ja ne ovat tahtotilan ja vakaumuksen mukaisia asioita. Monesti yrityksen johto julistaa henkilökunnalle arvoja, jotka ovat vain yleviä ja kauniita sanoja ja niillä ei ole mitään tekemistä oikeiden arvojen kanssa, vaan ne ovat pelkkiä sanoja. Arvojen tulisi olla uskottavia ja todellisia, eikä yleisluonteisia lainattuja lauseita. Kun arvot sisältävät toisten kunnioittamisen, asiakaslähtöisyyden ja esimerkiksi tuloksellisuuden, ne eivät saa kuulostaa vain hyvältä vaan niiden toteuttamisen eteen tulee tehdä jotain.

Kun puhutaan asiakaslähtöisyydestä, se tarkoittaa sitä, että asiakas on kaikessa lähtökohtana ja menee asioiden edelle. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen on oltava valmis muuttamaan toimintaansa, jos asiakkaan tarpeet sitä vaativat. (Sipilä 2008, 14-15.)

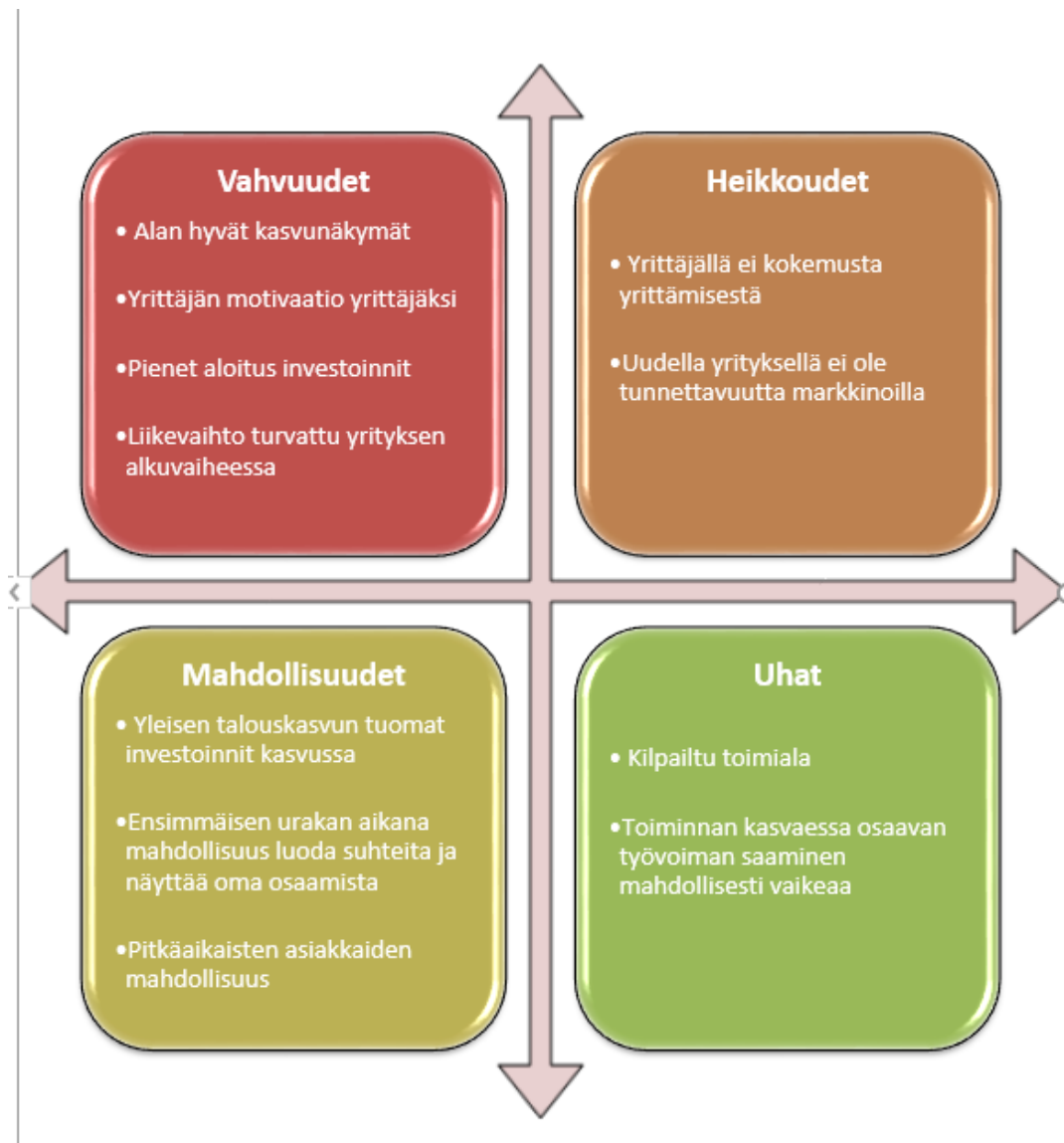
Kohdeyrityksen strategia on pitkäjänteisesti ja tasaisesti kasvattaa liiketoimintaa. Yrityksen toiminnan kehittyessä yritykseen tulevaa rahavirtaa käytetään kasvun edistämiseen ja yrityksen kehittämiseen. Yritys pyrkii saamaan ensimmäisen vuosien aikana jalansijaa markkinoilta tuottamalla edullisia ja laadukkaita palveluita alueen teollisuusyrityksille, ja sitä kautta tuoda yritys alueen toimijoiden tietoisuuteen. Toimeksiantaja näkee että, yrityksen visiona on taata asiakkailleen oman toimialansa parhaat asiakaskokemukset. Tämä ajatusmaailma heijastuu myös yrityksen arvoihin ja missioon. Yrityksen arvoissa avainsanana on asiakaskokemus ja sen jatkuva kehittäminen. Yrityksen missioksi voidaan kiteyttää mahdollisimman hyvän asiakaskokemuksen tuottaminen oman hyvän ja laadukkaan työn avulla.

#### 4.1.2 SWOT- analyysi

”SWOT-analyysissä yrityksen strategiaa tarkastellaan vertailemalla sen vahvuuksia ja heikkouksia toimintaympäristön luomiin uhkiin ja mahdollisuuksiin. Tavallisen nelikenttäisen analyysin lisäksi on kehitelty myös laajennettu kahdeksankenttäinen SWOT-analyysi, joka on suunniteltu helpottamaan strategian siirtämistä käytännön toimenpiteiksi.” (Vuorinen 2013, 88–90.) SWOT-analyysin tavoite on selvittää yrityksen vahvuudet ja heikkoudet verrattuna yrityksen kilpailijoihin. Kun nämä on selvitetty, tutkitaan yrityksen tulevaisuuteen liittyviä uhkia ja mahdollisuuksia. Vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä, jotka joko antavat yritykselle kilpailuetua tai vaikeuttavat kilpailuedun luomista. Mahdollisuuksilla tarkoitetaan niitä ulkoisia tekijöitä, joiden avulla yritys voi saavuttaa päämääränsä. Uhilla taas tarkoitetaan niitä ulkoisia tekijöitä, jotka estävät yritystä saavuttamasta tavoitteitaan. (Lahtinen & Isoviita 1998, 82.)

”SWOT- analyysin pohjalta voidaan laatia päämäärät sekä yksityiskohtainen toimenpidesuunnitelma niiden saavuttamiseksi.” (Lipiäinen 2000, 46.) ”SWOT- analyysissä

yrityksen strategiaa tarkastellaan vertailemalla sen vahvuuksia ja heikkouksia toimintaympäristön luomiin uhkiin ja mahdollisuuksiin. Tavallisen neli-kenttäisen analyysin lisäksi on kehitelty myös laajennettu kahdeksankenttäinen SWOT- analyysi, joka on suunniteltu helpottamaan strategian siirtämistä käytännön toimenpiteiksi.” (Vuorinen 2013, 88–90.)



Kuvio 3. Kohdeyritykselle laadittu SWOT- analyysi.

Kuviossa 3 kuvataan kohdeyritykselle tehtyä SWOT- analyysia. Analyysissä on tyyppisiä uuden aloittavan yrityksen huomioita. Vahvuuksia toimeksiantajan kanssa pohdittaessa esiin nousivat erityisesti yrittäjän itsensä halu ja motivaatio lähteä yrittäjäksi. Motivaation lisäksi toimeksiantaja katsoi, että uudelle yritykselle olisi nyt hyvä aika, kun asiantuntijat ovat ennustaneet yleisen talouden tilanteen paranemista. Vah-



vuuksiksi katsottiin myös turvattu rahavirta yrityksen alussa, sekä pienet aloitus investoinnit.

Heikkouksikseen toimeksiantaja on haastatteluiden aikana pitänyt omaa kokemattomuuttaan yrittäjänä. Vaikka toimeksiantaja on toimialansa ammattilainen, yrityksen hallinnollinen puoli askarruttaa ja huolestuttaa. Tähän ratkaisuksi on pohdittu yrittäjäkurssin käymistä, jossa keskityttäisiin yrityksen hallinnollisiin asioihin. Toisena heikkoutena pidetään uuden yrityksen tunnettavuutta markkinoilla. Potentiaalisilla asiakkailla saattaa olla ennakkoluuloja uutta toimijaa kohtaan ja helposti voidaan urakka antaa vanhalle tutulle yritykselle.

Yrityksen mahdollisuuksiksi on katsottu yleisen talouskasvun tuomat investoinnit, jotka näkyvät erityisen paljon rakennusalalla. Investointien lisääntyessä työt rakennusliikkeissä lisääntyvät ja myös uusilla tuntemattomilla yrityksillä on paremmat mahdollisuudet päästä paremmin markkinoille. Toiseksi mahdollisuudeksi toimeksiantaja on katsonut olemassa olevan sopimuksen tuomat hyödyt. Tekemällä hyvää jälkeä ja antamalla hyviä näyttöjä osaamisestaan on mahdollista luoda pitkäkestoisia asiakkuuksia, jotka hyödyttävät yritystä pitkällä aikavälillä. Myös uusien suhteiden luominen työn teon ohella on katsottu suureksi mahdollisuudeksi.

Uhkia mietittäessä esille nousi alan kova kilpailu. Rakennusalalla on huomattava määrä alan yrityksiä, joiden kanssa urakkasopimuksista kilpaillaan. Toiminnan kasvuaessa ongelmaksi voi syntyä myös osaavan työvoiman löytäminen. Kun koko rakennusalan työvoiman tarve nousee myös vapaana olevien työntekijöiden määrä vähenee ja rekrytoimisesta tulee yhä vaikeampaa.

#### 4.2 Markkinointi ja markkinointisuunitelma

”Markkinointi on ajatustapa tehdä ja toteuttaa valitun kohderyhmän tarpeisiin rakennettua ja segmenttiperusteisesti eriytettyä liiketoimintaa niin, että markkinointitoimin saadaan rakennettua kilpailuperusteinen tarjonta, joka saadaan vietyä tuloksellisesti ostohalua synnyttämällä kohdejoukon tietoisuuteen ja sitä kautta ensikaupaksi var-

mistaen näin aikaansaadun asiakkuuden syventämisen tulokselliseksi asiakassuhteeksi.” (Rope 2005, 41.)

Hyvin onnistuneella markkinoinnilla voidaan saada selville, mitä tuotteita tai palveluita tarvitaan ja keille niitä markkinoidaan. Sillä voidaan saavuttaa myös hyvä maine ja tunnettuus, sekä vakioasiakkaita, jotka toimivat puskaradiona. Lisäksi voidaan saavuttaa myyntitavoitteet sekä kehittää omaa osaamistaan markkinoinnin ja asiakassuhteiden hoitamisen saralla. Markkinointiajattelu on termi, jolla tarkoitetaan markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden ymmärtämistä ja niiden täyttämistä, ja sen tarkoituksena on luoda asiakkaille paras mahdollinen arvo. Markkinointi ei ole kuitenkaan pelkkää ulkoista markkinointia, joten on muistettava markkinoida myös sisäisesti. Sisäinen markkinointi kohdistuu yrityksen henkilökuntaan. Hyvän sisäisen markkinoinnin avulla henkilökunta kokee tuotteet tai palvelut läheisiksi, on tyytyväinen työhönsä ja näin auttaa myymään omalta osaltaan tuotteita tai palveluita myös asiakkaille. Markkinoinnilla on monia eri muotoja, jotka kaikki omalta osaltaan auttavat asiakkaiden hankkimisessa ja asiakassuhteen jatkumisessa. Eri markkinointi-muotoja ovat esimerkiksi yksilömarkkinointi, suhdemarkkinointi, kanta-asiakasmarkkinointi, elämysmarkkinointi, mobiili- ja Internet-markkinointi sekä integroitu markkinointi. (Viitala & Jylhä 2006, 114 – 116.) Kun yritys on saanut jo jonkin verran asiakkaita, nousee yksilömarkkinointi ja kanta-asiakasmarkkinointi tärkeiksi markkinointimuodoiksi, joiden avulla voidaan pitää ja laajentaa asiakaskuntaa. Markkinoinnin ja asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisen avuksi voi kehittää myös asiakaspalautejärjestelmän, jonka avulla yritys voi saada elintärkeää tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä. Jälkimarkkinoinnin toteuttamisessa on hyvä käyttää yrityksen asiakasrekisteriä, josta löytää helposti asiakkaiden yhteystiedot sekä mahdolliset toiveet ja kommentit, ja joiden avulla pystytään räätälöimään entistä parempia palveluja juuri heille. (Viitala & Jylhä 2006, 114 – 116.)

”Markkinointisuunnitelma on yrityksen käytännöllinen työkalu. Sen avulla huolehditaan, että markkinointi kohdistuu oikein, toimenpiteet ovat tehokkaita ja tavoitteiden toteutumista voidaan seurata. Markkinointisuunnitelma kuvaa yrityksen nykytilaa ja tavoitteita sekä erittelee ne toimenpiteet, joilla kasvu pyritään saavuttamaan. Suunnitelman tarkoitus on palvella yrityksen koko liiketoimintaa. Markkinointisuunnitelma

pitää sisällään tiedon markkinoista ja kilpailijoista. Se kuvaa kohdemarkkinoita eli kenelle yritys myy palvelujaan tai tuotteitaan ja minkälaisella markkinaosuudella.”

(Markkinointisuunnitelman www-sivut 2017.)

Tämän opinnäytetyön kohdeyritys ei tule yrityksensä alkuvaiheessa panostamaan merkittävästi markkinointiin rajallisten resurssien takia. Yrityksellä on perustamisvaiheessa sovittuna urakka, joka tulee kattamaan yrityksen ensimmäisen tilivuoden ja sen jälkeen on mahdollista, että projekti jatkuu. Toimeksiantaja kuitenkin haluaa, että työmailla yrityksellä olisi edes jotain näkyvyyttä. Yrittäjän kanssa onkin pohdittu erilaisia näkyvyyttä edistäviä markkinointikeinoja. Yritykselle tullaan ainakin hankkimaan uudet työasut jotka brodeerataan yrityksen nimellä. Myös pakettiauton teip-pausta pidetään mahdollisena. Yrittäjä pyrkii myös omalla huolellisella tekemisellään antamaan hyviä näyttöjä mahdollisille urakoiden toimeksiantajille.

Liiketoimintasuunnitelmaa varten laadittiin lyhyt markkinointisuunnitelman pohja. Vaikka yritys ei tule käyttämään markkinointiin paljon varojaan pyritään yritykselle saamaan näkyvyyttä muilla kustannusedullisilla tavoilla. Edellä mainittujen työvaat-teiden brodeerauksien lisäksi toimeksiantaja harkitsee esimerkiksi käyntikorttien teettämistä ja sosiaalisen median hyödyntämistä.

#### 4.3 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelman avulla on tarkoitus suunnitella ja osoittaa toiminnan kustannuksia ja investointeja ennen toiminnan käynnistämistä. Yksinkertaisimmillaan laskelman rahantarveosassa kuvataan, mitä pitää olla hankittuna tai hankkia, jolloin myyntituloja ei välttämättä ole vielä riittävästi, mutta kuluja on kuitenkin, kuten puhelinlaskut, oma tulotarve, palkat, vuokrat ja niin edelleen. Rahoituslaskelman kohdassa "rahan lähteet" luetellaan, mistä tarvittava rahoitus muodostuu. Tästä laskelmasta selviää esimerkiksi pankille se, paljonko lainaa ollaan hakemassa ja mitä lainasummalla on tarkoitus hankkia ja mitä muuta rahoitusta on. Laskelmasta selviävät myös yrittäjän omat rahalliset panostukset sekä olemassa olevien laitteiden ja työkalujen osuus. Laskelman avulla toiminnan aloittamiseen liittyviä taloudellisia riskejä ja tarpeita

voidaan tasapainottaa, suunnitella ja arvioida euroina. (Liiketoimintasuunnitelman www- sivut 2017)

Kohdeyritys tulee tarvitsemaan toimintansa aloittamiseen yrityslainaa. Uudelle yritykselle lainavaihtoehtoja on muutamia kuten pankit, Finnvera tai business enkelit. Toimeksiantaja on haastatteluvaiheessa pitänyt Finnveraa parhaana vaihtoehtonaan. Toimeksiantaja on katsonut, että Finnveran maltilliset lainankorot ja maksuajan joustavuus toisi yritykselle parhaan mahdollisen edun.

#### 4.3.1 Kohdeyrityksen budjetoidut tulot

Rahoituslaskelmaa tehtäessä yrityksen kokonaismyynniksi on laskettu 45 000€ ja laskelmat ovat tehty sen mukaan. 45 000€ on toimeksiantajan jo saaman sopimuksen laskutushinta. Sopimuksen mukaan on kuitenkin mahdollista, että urakan aikana tulee olemaan joitain erikseen laskutettavia lisätöitä jolloin kokonaismyynti saattaa nousta ensimmäisenä vuonna 65 000€. Jo sovitun urakan lisäksi ei ole budjetoitu muita tuloja. 45 000€ summa laskettu siten, että tällä myynnillä toimeksiantaja saa liiketoimintansa käyntiin ja se takaa yrittäjän henkilökohtaisen talouden. Mahdolliset lisätyöt laskutetaan asiakkailta tapauskohtaisesti.

Laskelmassa ei ole otettu huomioon rakennusalan käänteistä arvonlisäveroa, vaan laskelmat ovat tehty normaalin arvonlisäverokannan mukaan. Tätä suunnitelmaa tehdessä ei ole vielä tiedossa mikä osuus laskutettavasta työstä tulee olemaan käänteisen arvonlisäveron piirissä. Toimeksiantajan kanssa on katsottu, että on turvallisempaa tehdä laskelmat normaalin arvonlisäveron kanssa ettei yrityksen rahavirtaa yliarvioida. Lopuksi myyntiennusteessa on arvioitu tulevien tilikausien myynnin edistymistä. Yritykselle on ennustettu maltillista 3% vuotuista kasvua, jolloin toisen tilikauden arvonlisäverolliseksi myynniksi tulisi 46 350€ ja kolmannen vuoden myynniksi 47 740,5€. Kustannusten nousu on laskettu yleisen kuluttajahintaindeksin mukaan.

#### 4.3.2 Kohdeyrityksen budjetoidut menot

Rahoitusta tullaan tarvitsemaan yrityksen alkuvaiheessa. Suurin investointi tulee olemaan pakettiauton hankinta. Toimeksiantaja on seurannut automarkkinoita pitäen silmällä potentiaalisen oloisia pakettiautoja ja niiden hintoja, jotka voisivat sopia yritystoimintaan. Pakettiautoon on budjetoitu noin 6000€. Tällä hinnalla on mahdollista saada auto, jolla olisi vielä ajokilometrejä huomattavasti jäljellä. Pakettiautoa hankittaessa tullaan sen ulkonäölle antamaan paljon painoarvoa. Auto tulee edustamaan yritystä työmailla ja se on suuri osa yrityksen näkyvyyttä markkina-alueella.

Toinen suuri hankintaerä tulee olemaan työvälineiden ja työkalujen hankinta. Toimeksiantajalla on jo omassa omistuksessaan töihin sopivia työkaluja, mutta niiden soveltuvuutta pitää vielä tarkastella. Rahoituslaskelmassa on arvioitu työvälineiden hankintahinnaksi 3500 euroa. Summa on laskettu sillä oletuksella, että kaikki tulisi hankkia uutena ja toimeksiantaja ei voisi käyttää mitään omassa omistuksessaan olevaa tarvikkeistoa. Lukuun on laskettu myös pientarvikkeiden ja yleishyödyllisten tarvikkeiden osuus. Pientarvikkeisiin ja yleishyödyllisiin tarvikkeisiin kuuluu esimerkiksi rakennusalalle tyypillisiä tarvikkeita kuten muttereita, ruuveja, nippusiteitä ym.

Rakennusalalla työskentelevien on suoritettava useita kursseja ja kortteja voidakseen työskennellä rakennustyömailla. Tällaisia kortteja ovat esimerkiksi työturvallisuus-kortti, tulityökortti ja sähkötyöturvallisuuskortti. Toimeksiantajalla on nykyisestä työpaikkaan saatuna tarvittavat pätevyudet, mutta niiden voimassaoloajat on pääpiirteittäin määräaikaiset. Nykyiset kortit ja luvat ovat voimassa vielä hyvän aikaa, mutta toimeksiantajan mukaan henkilönostinkortista olisi ehdottomasti hyötyä tulevaisuudessa ja siihen on rahoituslaskelmassa budjetoitu 370€. Rahoituslaskelman kohtaan ”muut kulut”, johon koulutukset kuuluvat, on budjetoitu myös osakeyhtiön perustamismaksu 330€.

Markkinointikuluja yrityksellä ei tule olemaan paljoa, mutta myös ne on huomioitu rahoituslaskelmaa tehdessä. Rahoitusta tullaan tarvitsemaan auton teippaukseen, työvaatteiden brodeeraukseen ja mahdollisesti käyntikorttien tilaamiseen. Koko markki-

nointi budjetiksi on suunniteltu 350 euroa. 250 euroa menee pakettiauton teippaamiseen ja työvaatteiden brodeeraukseen ja käyntikortteihin molempiin 50 euroa.

Rahoituslaskelmassa on viimeisenä otettu huomioon kustannusylitysvaraus. Kustannusylitysvarauksen tarkoituksena on huomioida yllättävät menot ja budjetoitujen hankintojen ylitys. Kustannusylitysvarauksen määrä riippuu tarvittavan rahoituksen määrästä. Hyvänä summana pidetään 10-15% osuutta. Tässä tapauksessa, kun rahoitustarve on 10550€, kustannusylitysvaraukseksi on laskettu 1500 euroa.

Kokonaisrahoitustarpeeksi rahoitussuunnitelmassa on edellä mainituin tiedoin saatu 12 050€. Rahoitustarve koostuu koneista ja kalustosta, joka vie 10 200 euroa, pienestä markkinointibudjetista 350€ ja muusta käyttöpääomasta johon kuuluu vain kustannusylitysvaraus 1500€.

Rahoitusta tullaan tarvitsemaan luotonantajilta hieman alle 7000€. Rahoittajaksi on kaavailtu valtion rahoitusyhtiö Finnvera suopeiden lainaehtojen vuoksi. Loput rahoitustarpeesta toimeksiantaja korvaa omalla pääomalla ja yritykseen tulevalle kasvavirralla.

Yrityksen ensimmäisen vuoden toimintakustannukset on budjetoitu siten, että yritys tulisi tekemään nolla tuloksen. Lainojen takaisimaksu on tarkoitus aloittaa heti kun yritykseen alkaa virtaamaan rahaa. Kuukausittaiseksi maksueräksi on laskettu 117 euroa, joka myös sisältäisi koron osuuden. Koko vuoden lainan lyhennykseksi syntyi siis 1405€, tuleville vuosille jäisi yhä 5622€.

Palkkaa tekemästään työstään yrittäjä on budjetoinut maltillisesti noin 1750€ kuukaudessa. Tällöin koko vuoden palkoiksi muodostuisi 21000€. Yrittäjän saaman palkan lisäksi toimeksiantaja joutuu maksamaan myös palkkojen sivukuluja, eläkekuluja, henkilöstökuluja ja muita henkilösivukuluja kuten lakisääteisiä vakuutuksia. Näiden yhteissummaksi syntyy lähes 9000€, josta palkkojen sivukulujen osuus on huomattava, noin 8400€.

Suuri menoerä tulee olemaa myös pakettiauton vuotuiset kustannukset. Työmaiden välillä liikkuminen tulee nostamaan polttoainekuluja ja vakuutusmaksut ja katsastukset tulevat viemään myös osansa. Polttoainekuluihin on budjetoitu 1200€ ja auton

vakuutuksiin katsastuksiin ym. lakisääteisiin autokuluihin 100€. Toimeksiantaja katsoi ettei auton huoltoihin ole tarvetta budjetoida rahaa yrityksen ensimmäisenä vuonna. Välttääkseen huollot varmistetaan auton ostohetkellä, että auto on kunnossa.

Muita satunnaisia kuluja joita rahoituslaskelmaan otettiin huomioon ovat lähinnä yrityksen hallinnollisia kuluja. Kirjanpito tullaan ulkoistamaan tilitoimistolle ja Porin alueelta on mahdollista saada sopivaa palvelua 550€ vuodessa. Yritys tulee tarvitsemaan oman puhelinliittymän, johon on varattu 30€ kuukausimaksu jolloin vuosikustannukseksi tulee 360€. Vakuutusmaksuihin on varattu 54€ kuukausittainen budjetti, jolla maksetaan muun muassa vastuuvakuutusmaksu.

Ensimmäisen vuoden toimintakustannuksiksi on arvioitu kokonaisuudessaan 35111€. Vastaavasti vuoden tuloiksi ennustettiin verottomana 36290€. Näin ollen yrittäjälle jäisi tuloja menojen jälkeen tämän laskelman mukaan 1180€.

Tulevien vuosien toimintakustannuksia arvioitaessa on laskettu, että kulut nousisivat samassa tahdissa kuin yrityksen myynnit. Näin ollen vuotuiseksi toimintakustannuksien nousuksi on arvioitu 3% vuodessa.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajan käyttöön. Suunnitelman tarkoituksena oli antaa toimeksiantajalle kuva yrityksen perustamisen vaiheista ja perusteista ja saada selville onko yrityksellä mahdollisuuksia markkinoilla.

Opinnäytetyöprosessi sujui suurilta osin kohtalaisesti. Työn alussa yhdessä toimeksiantajan kanssa pohdittiin erityisesti yritysmuotoa ja erilaisia rahoituksen vaihtoehtoja. Yritysmuodon valinta oli huomattavan hankalaa, sillä sekä osakeyhtiössä ja toiminimessä olivat omat hyvät ja huonot puolensa. Loppujen lopuksi uskon, että yri-

tykselle löydettiin sopiva yritysmuoto. Ongelmaksi prosessin aikana muodostui lähinnä rajallinen ajan puute, sekä ajankohtaisen materiaalin löytämisen vaikeus. Kopäivätöiden ja opinnäytetyön kirjoittamisen yhtensovittaminen osoittautui huomattavasti vaikeammaksi kuin alun perin oletin. Töiden vuoksi aikaa opinnäytetyön kirjoittamiselle löytyi lähinnä viikonloppuisin ja välillä kirjoituskertojen välillä oli turhan paljon aikaa. Lopputulokseen olen suhteellisen tyytyväinen. Toimeksiantaja oli prosessin aikana aktiivinen ja haastatteluiden aikana päästin hyvinkin syvälle tulevan yrittäjän ajatusmaailmaan. Opinnäytetyön tarkoitus saavutettiin ja liiketoimintaosoittautui kannattavaksi.

Uskon, että toimeksiantaja saa tuotoksesta todellista hyötyä. Liiketoimintasuunnitelmaa on rakennettu pitäen silmällä Finnveran suosituksia ja vaatimuksia, jolloin myös mahdollisen lainan saamiselle on hyvät edellytykset. Teoriaosuudessa käsiteltiin erityisesti erilaisia yritys- ja yrittäjyyden muotoja, jotka arveluttivat toimeksiantajaa prosessin aikana. Opinnäytetyöprosessin aikana kerättiin myös paljon tietoa Satakunnan alueen potentiaalisista asiakkaista ja tutustuttiin pintapuolisesti alalla vallitsevaan kilpailutilanteeseen, josta on varmasti hyötyä yrityksen alkuvaiheessa.



## LÄHTEET

Hakanen M. 2004. Pk-yrityksen strategiatyö. 1. painos. Helsinki: Multikustannus Oy

Hyrsky, K. & Lipponen, H. 2004. Yrittäjäyyskatsaus 2004. Helsinki: Edita

Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Lahtinen J. & Isoviita A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Jyväskylä: Avaintulos Oy

Liiketoimintasuunnitelman www- sivut 2017. Viitattu 29.1.2017.  
[www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business\\_plan&subpage=customer\\_markets](http://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=customer_markets)

Lipiäinen T. 2000. Liiketoiminnan suunnittelu, markkinointi ja johtaminen uudella vuosituohannella. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

McKinsey & Company, 2001. Ideasta kasvuyritykseksi. Helsinki: WSOY

Meretniemi & Ylönen, 2008, Yrityksen perustajan käsikirja, Helsinki: Otava

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus

Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. Käytännön perustamistoimet. 2. uudistettu laitos.

Rakennusteollisuuden www- sivut, viitattu 4.4.2017.

<https://www.rakennusteollisuus.fi/>

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Helsinki: Tietosykli Oy.

Satamittarin www- sivut 2017. Viitattu 19.3.2017

<http://www.satamittari.fi/rakentaminen>

Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Ståle & Wilenius. 2006. Luova tietopääoma. Tulevaisuuden kestävä kilpailuetu. Helsinki: Edita

Suomen yrittäjien www-sivut 2017. Viitattu 28.1.2017.  
<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-javastuut/avoin-yhtio-317416>

Suomen yrittäjien www-sivut 2017. Viitattu 28.1.2017.

<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut/osakeyhtio-317935#quickset-valilehti=1>

Suomenyrittäjien www- sivut 2017. viitattu 28.1.2017.

<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut/avoin-yhtio-317416>

Tilastokeskuksen www- sivut 2016. Viitattu 17.4.2017

<http://www.stat.fi/uutinen/rakentamisen-ja-palveluiden-iikevaihto-kasvoivaltaosassa-maakuntia>

Tilastokeskuksen www- sivut 2016. Viitattu 17.4.2017

[http://www.stat.fi/til/aly/2016/03/aly\\_2016\\_03\\_2017-01-24\\_tau\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/aly/2016/03/aly_2016_03_2017-01-24_tau_001_fi.html)

Uusyrittäjäkeskuksen www- sivut 2017. Viitattu 28.1.2017.

[http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas\\_2013\\_web.pdf](http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2013_web.pdf) viitattu 29.1.2017

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja 20 työkalua. Helsinki: Talentum

## LIIKTEET

Liite 1.

# LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Porin Elemettiasennus

SAMK opinnäytetyö

1.4.2017



## LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

### PERUSTIEDOT YRITYKSESTÄ

Yrityksen nimi  
Porin Elementtiasennus

Y-tunnus  
Ei vielä  
olemassa

Perustamisajankohta  
Syksy 2017

Yrityksen katuosoite  
Ei täytetä opinnäytetyö osuuteen

Yhteys henkilön nimi  
Markus Seimelä

Postinumero  
xxx

Postitoimipaikka  
xxx

Puhelin ja sähköpostiosoite  
markus.seimela@gmail.com

Omistajien nimet	Asema yrityksessä	Omistusosuus/panos
Markus Seimelä	Omistaja	100% omistaja
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-

Tarkemmat henkilö- ja koulutustiedot löytyvät liiketoimintasuunnitelman lopusta.

### 1. LIIKEIDEA JA MYYNTISUUNNITELMA

#### YRITYKSEN TOIMIALA, TUOTE TAI PALVELU. MITÄ MYYN?

Porin Elementtiasennus myy asiakkailleen korkealaatuisia elementtiasennus palveluita.

#### YRITYKSEN ASIAKKAAT JA MARKKINA-ALUE. KENELLE MYYDÄÄN?

Yrityksen asiakkaina toimivat markkina-alueen teollisuus- ja yksityisasiakkaat Markkina-alueena toimii Satakunnan alue.

#### PALVELUN/TUOTTEEN KYSYNTÄ- JA TARJONTATILANNE NYT JA TULEVAISUUDESSA MARKKINA-ALUEELLASI?

Elementtiasennuspalveluiden kysyntä on noussut viime vuosina teollisen rakentamisen piirissä. Elementtimateriaalien laatu on noussut viime vuosina, mutta asennuspalveluita tarjoavia yrityksiä ei ole tullut markkinoille samalla tahdilla.

#### MITEN JA KUKA TUOTTEET TAI PALVELUT MYY? JOS MYYT TUOTTEET ITSE PALJONKO ARVIOIT SIIHEN KÄYTETTÄVÄN AIKAA?

Yrittäjä tuottaa ja toteuttaa palvelunsa yrityksen alkuvaiheessa yksin. Yrityksellä on sovittuna urakka, joka tulee kattamaan yrityksen ja yrittäjän kulut yrityksen aloittaessa toimintansa. Ensimmäisen urakan aikana yrittäjä aloittaa palveluidensa markkinoinnin ja pyrkii löytämään uusia toimeksiantoja.

#### MAINITSE KOLME KILPAILIJAA TAI KILPAILEVAA TUOTETTA/PALVELUA. MITEN TUOTTEESI/PALVELUSI EROAA KILPAILIJOISTA?

Mikmar Rakennus Oy, Mepora Oy, Porin Nostokonepalvelu.

Porin Elementtiasennus tulee kilpailemaan uusista markkina-alueen asiakkaista erikoistumisen avulla. Yritys tulee keskittymään vain elementtiasennuspalveluihin.

#### SELOSTA TOIMINTATAPASI. MITEN SE POIKKEAA KILPAILIJOISTA?

Yritys hoitaa elementtiasennusurakoinnin alusta loppuun. Asennuspalveluiden lisäksi yritys tarjoaa suunnittelupalveluita, sekä oikeanlaisten materiaalien tilauksen



Arvioi em. kilpailijoiden perusteella omat ylivoimatekijäsi. Missä olet parempi kuin kilpailijasi? Mitkä ovat ne tuotteesi/palvelusi ominaisuudet, jotka antavat sinulle menestymisen mahdollisuudet?

Ominaisuus / ylivoimatekijä	Hyöty asiakkaalle
Erikoistuminen	Parempi laatuista palveluita
Yritys juuri aloittanut toimintansa	Alhaisempi hinta
-	-
-	-
-	-
-	-

## 2. MARKKINOINTISUUNNITELMA

### SELVITYS MARKKINOINNISTA

Hyödynnätkö mainostoimistoa? Säännölliset markkinointipanostukset esim. lehdet, radio, netti....  
Kohdennetaanko markkinointia? Markkinointibudjetin suuruus?

### ASIAKASSELVITYS

	Tärkein asiakas tai asiakasryhmä	Toiseksi tärkein	Muut asiakkaat	Arvioitu liikevaihto yhteensä/ 1. vuosi
Tärkein tuote/palvelu Asennuspalvelut	Teollisuusasiakkaat	Yksityisasiakkaat	-	45000
Tuote/palvelu Suunnittelupalvelut	Teollisuusasiakkaat	Yksityisasiakkaat	-	-
Tuote/palvelu				
Arvioitu liikevaihto yhteensä/1. vuosi				45000

### MITÄ SEURAAVISTA MARKKINOINTIVÄLINEISTÄ JA -TOIMENPITEISTÄ AIOT TOTEUTTAA JA MILLOIN?

- Käyntikortit:  Logo eli liikemerkki:
- Oma domain tunnus sähköpostiosoitteeseen:  web – sivut:
- Liikemerkillä ja henkilön nimellä varustetut työasut:
- Auton ja/tai näyteikkunoiden teippaus yrityksen mainoksin:
- Mainoslippujen/banderollien/valomainoksen hankkiminen:
- Yrityksen logolla painetut kirjekuoret:  Esite:
- Yrityksen logolla painetut kirjepaperit:  Valomainos:

### MUITA MARKKINOINTITOIMIA?

mm.esitteet, markkinointitapahtumat, messut, suorajakelu, sponsorointi

### JOS TARVITSET AVAJAISMAINONTAA, MITEN AIOT SEN TOTEUTTAA?

Ei tarvetta avajaismainonnalle.

### 3. TOTEUTUSSUUNNITELMA

**MINKÄLAISILLA VÄLINEILLÄ, KONEILLA TAI KALUSTOLLA ALOITETAAN JA MISTÄ NÄMÄ HANKITAAN?**  
Yrityksen toimintaa varten tulee hankkia huomattava määrä kalustoa. Isoimpana hankintana tarvitaan pakettiauto. Pakettiauto tullaan hankkimaan käytettynä yksityisiltä markkinoilta. Muut tarvittavat välineet tullaan hankkimaan tukkuliikkeestä ja rakennusalan tarvikekaupoista.

**MISTÄ SAADAAN TARVITTAVAT RAAKA-AINEET TAI MYYTÄVÄT TAVARAT YMS. JA MIKÄ ON NÄIDEN TOIMITUSAIKA? MILLAISINA ERINÄ TILATAAN, ARVIOITU ALKUVARASTON ARVO TAI MÄÄRÄ? TARVITAANKO ALIHANKINTAA?**

Tarvittavat materiaalit tullaan hankkimaan erikseen urakoiden yhteydessä sen perusteella mitä työhön tarvitaan. Materiaalivarastoa ei tulla pitämään erikseen.

**MISTÄ JA MILLAISET TOIMITILAT YRITYKSELLE HANKITAAN?**

Yritykselle ei tarvitse hankkia erillisiä toimitiloja. Työtä tehdään toimeksiantajien määrämässä kohteissa. Yrityksen hallinnollisen asiat yrittäjä tekee kotoaan.

**MITEN TUOTTEET TOIMITETAAN ASIAKKAALLE?**

Tuotteet ja palvelut toimitetaan asiakkaille sopimusten mukaan.

**MITEN TALOUSHALLINTO (tarjoukset, laskutus, kirjanpito, tilaukset, laskujen maksu, perintä, palkat) HOIDETAAN?**

Yritys tulee ulkoistamaan taloushallinnon palvelut tilitoimistolle.

**MITEN SEURATAAN TUOTANNON TAI MYYNNIN TEHOKKUUTTA, AINEKULUJA, HÄVIKKIÄ, TYÖMENEKKIÄ JNE.?**

Yrittäjä itse pitää kirjaa hävikeistä ja tehokkuudesta.

### 4. HENKILÖSTÖSUUNNITELMA

**KUINKA MONTA TYÖNTEKIJÄÄ JA MILLAISTA TYÖVOIMAA TARVITAAN? MISTÄ TYÖVOIMA SAADAAN REKRYTOITYÄ?**

Yrittäjä tekee yrityksen alkuvaiheessa kaikki yrityksen työt itse. Tulevaisuudessa liiketoiminnan kasvaessa työntekijöitä palkaataan tarvittaessa.

**MITEN YLLÄPIDÄT HENKILÖKUNNAN TYÖMOTIVAATIOTA? MIHIN PALKKAUS PERUSTUU?**

-

**MITEN KEHITÄT HENKILÖKUNNAN AMMATTITAITOA TAI TARVITAANKO LIIKETOIMINNASSASI ERIKOISVAATIMUKSIA/PÄTEVYYKSIÄ?**

-

### 5. TALOUDELLISET LASKELMAT JA RAHOITUS

**RAHOITUS LYHYESTI**

- Yrittäjän oma rahoitus, mistä saadaan, kuinka paljon?  
Yrittäjällä on omia säästöjä noin 7000€ edestä.
- Muu rahoitus (pankki, Finnvera, avustukset)?
- Rahoitukselle annettavat vakuudet?

-

## 6. RISKIEN ARVIOINTI

### 6.1 MITÄ OMAISUUSRISKEJÄ TOIMINNASSANNE ON, JA MIKÄ ON NIIDEN TOTEUTUMISEN VAIKUTUS YRITYSTOIMINTAAN?

Omaisuus	Vahingon muoto	Vaikutus yritystoiminnalle
Pakettiauto	Auto rikki	Kulkeminen vaikeutuu
Työvälineet	Työvälineet rikki/ varkaus	Töiden viivästyminen

Miten riskit minimoidaan:

### 6.2 MITÄ HENKILÖRISKEJÄ TOIMINNASSANNE ON JA MIKÄ ON NIIDEN TOTEUTUMISEN VAIKUTUS?

Henkilön nimi ja tehtävä	Vahingon muoto	Vaikutus yritystoiminnalle
Yrittäjä	Loukkaantuminen	Töiden viivästyminen
Yrittäjä	Sairastuminen	Töiden viivästyminen

Miten riskit minimoidaan: Yrittäjä pitää huolta terveydestään. Loukkaantumisia pyritään välttämään hyvällä suunnittelulla ja valmistautumisella.

### 6.3 MITÄ TUOTEVASTUURISKEJÄ TOIMINNASSANNE ON, JA MIKÄ ON NIIDEN TOTEUTUMISEN VAIKUTUS?

Tuotevastuu ja siitä aiheutuva riski	Vaikutus yritystoimintaan
Vahinko toimeksiantajan omaisuudelle	Korvaukset
Tuote ei asiakkaan toiveiden mukainen	Korvaukset/ uusi työ

Miten riskit minimoidaan: Yrittäjä tekee työnsä mahdollisimman huolellisesti. Hyvä suunnittelu ennen töiden aloittamista.

### 6.4 MITÄ MUITA RISKEJÄ TOIMINNASSANNE ON, JA MIKÄ ON NIIDEN TOTEUTUMISEN VAIKUTUS YRITYSTOIMINTAAN?

Kuvaus riskitapahtumasta	Vaikutus yritystoimintaan
Yrityksen liikevaihto koostuu alkuvaiheessa yhdestä isosta sopimuksesta. Jos sopimusta ei jatketa suuri osa liikevaihdosta katoaa.	Yrittäjän tulot tippuvat huomattavasti.

Miten riskit minimoidaan:





## 7. PÄÄTAVOITTEET

MILLAINEN ON YRITYKSESI 5 VUODEN PÄÄSTÄ? MILLAINEN MARKKINA-ASEMA SILLÄ ON JA MIKÄ ON LIIKEVAIHDON SUURUUS? PALJONKO SINULLA ON TYÖVOIMAA?

Yritystä on tarkoitus kasvattaa hillitysti 5 vuoden aikana. Yrityksen ensimmäisen vuoden liikevaihdoksi on arvioitu 45 000€- 65 000€, joka kattaisi yrityksen kulut ja tarjoaisi elannon yrittäjälle. Seuraaville vuosille on ennustettu noin 10% liikevaihdon kasvua ja tarpeen mukaan yritykselle palkattaisiin toisena tai kolmantena vuonna palkattaisiin yritykseen ensimmäinen työntekijä.

## 8. YRITTÄJIEN HENKILÖKUVAUKSET JA TAVOITTEET YRITTÄJINÄ

### YRITTÄJÄ 1

Yrittäjän nimi	Henkilötunnus	Osuus yrityksestä ja/tai rahapanos
Markus Seimelä	-	100%
Yrittäjän katuosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
-	-	-

### KOULUTUS JA KURSSIT

Oppilaitos	Koulutusaika	Oppiarvo, kurssin aihe tms.
Winnova	2007-2010	Rakennusalan perustutkinto

### TYÖKOKEMUS

Työnantajan nimi	Työssäoloaika	Tehtävä
Veljet Mäkilä Oy	2015-	Rakennusasentaja
HA- Rakennus	2010-2015	Rakennusasentaja
Euran Rakennustarvike	2008 ja 2009 kesä	Rakennustarvikkeiden myyjä

ARVIOI KOULUTUKSESI JA AMMATTITAITOSI RIITTÄVYYTTÄ YRITYSTOIMINTAA AJATELLEN. MILLÄ OSA-ALUEILLA TARVITSET KEHITTÄMISTÄ JA MITEN AIOT SEN HANKKIA?

Yrittäjän taidoissa kehittämistä. Tarkoitus suorittaa yrittäjäkurssi ennen yrityksen perustamista.

MIKÄ SAA SINUT RYHTYMÄÄN YRITTÄJÄKSI JUURI NYT? MITKÄ OVAT HENKILÖKOHTAISET OMINAISUU-  
TESI, JOIDEN AVULLA USKOT MENESTYVÄSI YRITTÄJÄNÄ?

Toimialalla on nyt suuri kysyntä ja ala tarvitsee uusia yrittäjiä.

Liite 2.

Palvelun tarjoaja:



## YT4 TALOUSSUUNNITELMA

Yrityksen nimi  
Porin ElementtiasennusLaatija  
Roope VarhelahtiPvm.  
1.4.2017

RAHOITUSTARVE (sis. Alv.)		EUROA	RAHOITUS		EUROA	
<b>1. TOIMITILAT yhteensä</b>	Tuki-%		<b>6. PITKÄAIKAISET LAINAT</b>	Yhteensä	7 008	
- Maa-alueet, liittymämaksut yms.			Mista	Korko-%	Laina-aka (v.)	Pääoma
- Verottomat kiinteistöt			Finnvera		5	7 008
- Kiinteistöjen osto/rakentaminen			Pankki			
<b>2. KONEET JA KALUSTO yhteensä</b>	Tuki-%	10 200	<b>7. LEASINGRAHOITUS</b>			
Pakettiauto		6 000	<b>8. OSAMAKSU</b>			
Työkälu ja tarvikkeet		3 500	<b>9. YRITYSTUET</b>			
Muut kulut (Koulutukset, luvat, perusta		700	-ELY-keskuksen investointituet			
- liiketoimintakaupan tavaravarasto						
- alkuvarasto						
- verottomat koneet ja kalusto			<b>10. ARVONLISÄVERON PALAUTUS</b>		2 042	
<b>3. MARKKINOINTI-INVESTOINNIT</b>		350	<b>11. OMA RAHOITUS</b>	yhteensä	3 000	
Pakettiauton mainosteippaukset		250	- omistajien pääomasijoitukset		3 000	
Työ vaatteiden kirjalut		50	- Finnveran osakaslainat			
Käyntikorit		50				
<b>4. KEHITTÄMISINVESTOINNIT</b>						
<b>5. MUU KÄYTTÖPÄÄOMA</b>		1 500				
	Yhteensä	12 050		Yhteensä	12 050	
Rahan käyttö - Rahan lähteet, erotus		0		Avustukset ja ALV-palautus yhteensä	2 042	

TOIMINTAKUSTANNUKSET TILIKAUDELLE (alv 0 %)					
	Tilikauden pituus (kk)	1. TILIKAUSI		2. TILIKAUSI	2. TILIKAUSI
		Kuukausi	2018	2019	2020
		12	12	12	12
<b>12 Yrityksen ottamien lainojen lyhennys ja korko tilikaudella</b>	117	1 402	1 402	1 402	1 402
- josta koron osuus					
- lainojen pääoma kauden lopussa		5 606	4 205	2 803	
<b>13 Osamaksurahoituksen kustannukset tilikaudella</b>					
<b>14 TyEL-työntekijöiden ja TyEL-yrittäjien rahapalkat tilikaudella</b>	1 750	21 000	22 531	23 207	
- Rahapalkat kuukaudessa		1 750	1 803	1 857	
- pelkanmaksukuukaudet		12,0	12,5	12,5	
<b>15 Palkkojen sivukulut</b>	40 % sivukulu-%	700	8 400	9 013	9 283
<b>16 Eläkekulut tilikaudella</b>		7	87	89	92
- YEL-maksun vuosipalkka, joka eläkemaksun perusteena		30	360	371	382
- Käytettävä YEL-maksuprosentti laskennassa			24,10 %	24,10 %	24,10 %
- vapaaehtoiset eläkemaksut					
<b>17 Muut henkilösivukulut tilikaudella</b>		5	62	62	63
- YEL-yrittäjien tapaturma- ja henkivakuutusmaksut		5	62	62	63
- YEL-yrittäjien työttömyyskaasamaksut					
- muut TyEL-henkilöiden henkivakuutusmaksut					
<b>18 Muut henkilöstökulut tilikaudella</b>	25	300	309	318	
- työterveyshuolto					
- työsaatteet ja suojavälineet	25	300	309	318	
- muut vapaaeht. henkilöstökulut (henkilöstön ruokailu, koulutus, virkistys, lahjat yms.)					
<b>19 Toimitilakustannukset tilikaudella</b>					
- vuokrat ja vastikkeet					
- sähkön, lämmön ja veden kulutuskustannukset					
- palovakuutettavan omaisuuden arvo					
- korjaus, puhtaanapito, vartiointi, jäte					
<b>20 Leasingrahoituksen vuosikulut, kun jäännösarvo on</b>	30 %				
<b>21 Työkone- ja työajoneuvokulut tilikaudella, liikekäyttö</b>		192	2 300	2 300	2 369
- polttoainekulut		100	1 200	1 200	1 236
- huollot ja korjaukset					
- vakuutus, katsastus, käyttömaksut, siirtomaksut, muut kulut		92	1 100	1 100	1 133
<b>22 Atk-laitekulut ja -ohjelmakulut tilikaudella</b>					
- laite- ja ohjelmavuokrat, ohjelmat, päivitykset ja ylläpito					
- Atk-laitehankinnat (< 3 vuoden kalusto)					
<b>23 Muut kone- ja laitekulut tilikaudella</b>					
- kone- ja kalustohuolto ja korjaus					
- laitehankinnat (< 3 vuoden kalusto) ja pienhankinnat					
- muut kalustokulut					

24	Matkakulut (matkaliput, majoitus, ruokailu matkalla, muut matkakulut)				
25	Matkakustannusten korvaukset tilikaudella				
26	Markkinointikulut tilikaudella				
	- ilmoitustilakulut, mainostyökulut, painotuotteet				
	- muut markkinointikulut				
27	Hallintopalvelut tilikaudella	46	550	550	567
	- vuokratyövoima, laki-, perinta- ja konsultointipalvelut, muut hallintokulut				
	- taloushallintopalvelut, tilintarkastus	46	550	550	567
28	Tiedonhankinta tilikaudella (lehdet, kirjat, jäsenmaksut)				
29	Tieto- ja rahaliikenteen kulut tilikaudella	30	360	360	371
	- puhelinmaksut, datasiirtokulut	30	360	360	371
	- posti- ja lähettikulut				
	- rahaliikenteen kulut				
30	Vakuutusmaksut (vastuu-, keskeytys- ja oikeusturvavak., muut vakuutukset)	54	650	650	670
31	Toimistokulut				
32	Muut kulut (kokous-, neuvottelu-, ajoneuvojen yksityiskäyttö, muut kulut)				

MYYNTIENNUSTE (kaikki hinnat sis. arvonlisäveron)			1. TILIKAUSI		2. TILIKAUSI	2. TILIKAUSI
			Kuukausi	2018	2019	2020
<b>Suorite 1</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>	3 024,2	36 290	37 379	38 500
- veloitus hinta/yksikkö sisältäen arvonlisäveron				45 000,00	46 350,00	47 740,50
- veloitus hinta/yksikkö alv 0 %				36 290,32	37 379,03	38 500,40
- määrä (esim. laskutustunti)			0,1	1	1	1
<b>Suorite 2</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>				
- veloitus hinta/yksikkö sisältäen arvonlisäveron						
- veloitus hinta/yksikkö alv 0 %						
- määrä (esim. laskutustunti)						
<b>Suorite 3</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>				
- veloitus hinta/yksikkö sisältäen arvonlisäveron						
- veloitus hinta/yksikkö alv 0 %						
- määrä (esim. laskutustunti)						
<b>Tuote 1</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>				
- myyntihinta/kpl sis. arvonlisävero						
- myyntimäärä yksikköä						
- osto-/omakustannushinta/kpl sis. arvonlisäveron ja hävikin						
- hankintahinta ALV 0 %/kpl sis. hävikki						
- myyntikate-%						
- myyntikate euroa						
<b>Tuote 2</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>				
- myyntihinta/kpl sis. arvonlisävero						
- myyntimäärä yksikköä						
- osto-/omakustannushinta/kpl sis. arvonlisäveron ja hävikin						
- hankintahinta ALV 0 %/kpl sis. hävikki						
- myyntikate-%						
- myyntikate euroa						
<b>Tuote 3</b>	24,0 %	<b>Liikevaihto</b>				
- myyntihinta/kpl sis. arvonlisävero						
- myyntimäärä yksikköä						
- osto-/omakustannushinta/kpl sis. arvonlisäveron ja hävikin						
- hankintahinta ALV 0 %/kpl sis. hävikki						
- myyntikate-%						
- myyntikate euroa						
33	MYYNTIENNUSTEEN MUKAISET TUOTOT (SUORITTEET, MYYNTIKATTEET)		36 290	37 379	38 500	
34	- josta vähennetään TOIMINTAKUSTANNUKSET		-35 111	-37 266	-38 340	
35	Kuukauden toimintakustannukset x 2 = minimi käyttöpääoman määrä		5 852	6 211	6 390	
36	YRITTÄJÄLLE JÄÄVÄ TULO, KUN KAIKKI MENOT ON MAKSETTU		1 180	113	160	
37	POISTOT (25 % koneet ja kalusto, 7 % rakennukset)		-2 056	-1 542	-1 157	
38	YRITTÄJÄN VEROTETTAVA TULO		525	-28	405	
39	LIIVEVAIHTO		36 290	37 379	38 500	
40	Arvonlisäveron määrä		8 710	8 971	9 240	
41	KOKONAISMYYNTI		45 000	46 350	47 741	