



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

LOMA-ASUNTOJEN VUOKRAUSTOIMINTA

Katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan ko.
Opinnäytetyö
Syksy 2011
Markus Joutsi

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

JOUTSI, MARKUS: Loma-asuntojen vuokraustoiminta
Katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin

Hotelli- ja ravintolajohtamisen opinnäytetyö, 59 sivua, 24 liitesivua

Syksy 2011

TIIVISTELMÄ

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on kaksiosainen. Teoreettisessa osuudessa tutustutaan loma-asuntojen vuokraukseen toimialana, loma-asuntoon matkailutuotteena ja matkailuyrittäjyyteen. Toiminnallisessa osuudessa laaditaan katsaus liiketoimintasuunnitelman pääkohtiin loma-asuntojen vuokrauksen aloittamisesta kiinnostuneelle toimeksiantajalle.

Suomessa on vahva kesämökkikulttuuri, ja uusia loma-asuntoja rakennetaan jatkuvasti lisää. Loma-asuntojen käyttöastetta voidaan parantaa hyvin suunnitellulla vuokraustoiminnalla. Opinnäytetyön avulla pyritään selvittämään, mitä matkailuyrittäjäksi ryhtyminen vaatii, tarvitseeko loma-asuntojen vuokrausta varten perustaa yrityksen, ja kuinka kannattavaa loma-asuntojen vuokraustoiminta voi olla.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön perusteella voidaan sanoa, että loma-asuntojen vuokraustoiminnan aloittaminen vaatii paljon pääomaa ja suuria investointeja. Hyvin suunnitellulla toiminnalla voidaan saada lisäansioita, mutta liiketoiminnalliseen kannattavuuteen vaaditaan useampia ympärivuoden vuokratyössä olevia loma-asuntoja.

Matkailuyrittäjänä menestyminen vaatii huolellista matkailutuotteen markkinoinnin ja rahoituksen suunnittelua. Sijainnilla ja saavutettavuudella on suuri merkitys, ja loma-asuntojen vuokraustoiminnassa oheispalveluiden tarve on syytä huomioida.

Avainsanat: Loma-asunto, majoituspalvelun vuokraus, liiketoimintasuunnitelma, matkailuyrittäjyys, matkailutuote

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality

JOUTSI, MARKUS: Holiday home rental activity
 Survey to business plans main points

Bachelor's Thesis in Hotel & Restaurant management, 59 pages, 24 appendices

Spring 2011

ABSTRACT

This functional thesis is comprised of two parts. The theoretical part considers holiday homes rental as a branch of business, holiday home as a tourism product and tourism entrepreneurship. The functional part is a survey of a business plan's main points which is made for the client for this thesis. The client is interested in starting a holiday home rental activity.

Finland has a strong summer house culture and new all-year holiday homes are continuously being built more. The utilization rate of the holiday homes can be improved by well planned rental activity. This thesis aspires to find out what it takes to begin as a tourism entrepreneur, answering questions such as do you have to start your own company to rent holiday homes and how profitable holiday homes rental activity can be.

On the basis of the thesis, it can be noticed that starting a holiday home rental activity requires a lot of capital and large investments. Well planned rental activity can bring additional income but to be a profitable business there is need for more than one holiday home which is rentable all-year.

Success in tourism entrepreneurship assumes a carefully planned tourism product, marketing and financing. Location and accessibility play a main role and supplementary services are considerable in holiday homes rental activity.

Key words: holiday home, accommodation services rental, business plan, tourism entrepreneurship

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön taustaa	1
1.2	Työn tavoitteet ja raja	2
1.3	Toimeksiantajan ja esimerkkikohteen kuvaus	3
1.4	Keskeiset käsitteet	4
2	LOMA-ASUNTOJEN VUOKRAUS TOIMIALANA	7
2.1	Markkinat Suomessa	7
2.1.1	Kysyntä ja tarjonta Pirkanmaalla	8
2.2	Tulevaisuuden näkymät	9
2.3	Kohderyhmät	10
3	LOMA-ASUNTO MATKAILUTUOTTEENA	12
3.1	Sesongit ja varausasteet	12
3.2	Loma-asuntojen varustelu ja MALO-luokitus	12
3.3	Rakennuskustannukset	15
3.4	Siivous ja ylläpito	16
3.5	Välittäjät ja varausjärjestelmät	17
4	MATKAILUALAN YRITTÄJÄKSI RYHTYMINEN	20
4.1	Liiketoimintasuunnitelma	21
4.1.1	Yritysmuodot	22
4.1.2	Yritystoiminnan aloittaminen	24
4.2	Rahoitus ja kannattavuus	26
4.3	Matkailuyrityksen markkinointi	32
4.3.1	Markkinointisuunnitelma	34
4.3.2	Tuotteistaminen ja tuotelomake	35
4.3.3	Markkinointiviestintä	36
4.3.4	Markkinointi- ja jakelukanavat	37
4.4	Matkailun lait	39
4.4.1	Lainsäädäntö ja viranomaiset	39
4.4.2	Verotus ja vakuutukset	41
5	CASE NIITTYLÄNRANTA -PROSESSIN KUVAUS	44
5.1	Suunnittelu ja toteutus	44
5.2	Päätöksien ja valintojen perustelut	45

5.3	Johtopäätökset	46
5.4	Arviointi	48
5.4.1	Oma arviointi	48
5.4.2	Toimeksiantajan arviointi	50
LÄHTEET		52
LIITTEET		59
KATSAUS LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN PÄÄLINJOIHIN		59

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Mökkeily on monelle tapa irrottautua arjesta, rentoutua ja päästä kosketukseen luonnon kanssa. Jotkut nauttivat mökkeilystä yksin, useimmat perheen ja tuttujen kanssa. Suomessa on virallisten tilastojen mukaan n. 500 000 loma-asuntoa ja 2.5 miljoonaa kotitaloutta, eli noin joka viidennellä taloudella on oma loma-asunto. Vuosittain noin puolet suomalaisista viettää aikaansa omalla, sukulaisten tai tuttavien omistamalla, tai vuokratulla mökillä. Näin suuri vapaa-ajan asuntojen kanta ja käyttö on kansainvälisestikin verrattuna ainutlaatuista. Mökkeily kuuluu suomalaiseseen elämäntapaan. (Suomi rakentaa 2011.)

Moni haaveilee kesäloman viettämisestä mökkeillen, ja myös ympärivuotinen mökkilomailu on lisääntynyt mökkien varustelun parantumisen myötä. Mökkien ja tonttien kallistuneet hinnat rajaavat kuitenkin mahdollisuutta hankkia oma loma-asunto. Kaikki eivät edes halua omaa loma-asuntoa, koska kunnossapitotyöt ja kustannukset vievät aikaa lomailulta ja aiheuttavat rahanmenoja.

Lomamökkien vuokraus on suosittu tapa lomailijoilla, joilla on aikaa mökkeilyyn vain muutama viikko vuodessa. Vuokramökkien kysyntä on kovaa etenkin kesäsesongilla sekä joulunaikaan ja hiihtolomilla, ainakin jos mökki sijaitsee hiihtokeskusten lähetyvillä. Lomamökkien vuokrauksen yleistymisen tarjoaa matlamman kynnyksen mökkilomailuun, ja myös ulkomaalaiset kyselevät yhä enemmän vuokramökkien perään. (Berghäll ym. 2008, 20–21.)

Lomamökin ja tontin omistajaa tai sellaisen rakentamista ja ostamista suunnittelevaa henkilöä voi kiinnostaa kohteen vuokraustoiminta joko liiketoiminnallisesti, pienenä lisäansiona tai rakennus- ja ylläpitokustannusten vähentämistarkoituksessa. Mitä mökin vuokraustoiminta vaatii mökin omistajalta? Kuinka paljon mökin vuokrauksella voi saada ansioita? Entä, jos mökkejä on useampia? Tarvitseeko toimintaa varten perustaa yritys?

Maan suurin loma-asuntojen välittäjä Lomarengas on laskenut, ettei yksittäisen mökin vuokraus tee ketään rikkaaksi. Parhaassa tapauksessa vuokrauksella kattaa ylläpitokustannukset. Huipputuottoon voi päästä omistamalla korkeatasoisen loma-asunnon järven rannalta, läheltä hiihtokeskusta. (Rajalahti 2004.)

1.2 Työn tavoitteet ja rajaus

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön päätavoitteena on laatia realistinen katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin loma-asuntojenvuokrauksesta kiinnostuneelle toimeksiantajalle. Katsauksessa pyritään mm. kustannuslaskelmien ja markkina-analyysin avulla selvittämään, millaista lisäansiota vuokraustoiminnasta voi saada, minkä kokoinen loma-asunto kannattaa rakentaa, ja missä vaiheessa loma-asuntojenvuokraustoiminta muuttuu kannattavaksi liiketoiminnaksi.

Työn alataavoitteena on löytää toimialaan liittyvää tuoretta tietoa. Työn tietoperustassa tutkitaan mm. toimialan markkinoita, kysyntää ja tulevaisuuden näkymiä. Tutustutaan lomamökkiin matkailutuotteena. Selvitetään matkailualan yrittäjäksi ryhtymisen vaatimuksia, rahoitusta ja kannattavuutta, markkinointia ja annetaan tietoa liiketoimintasuunnitelmasta.

Työ etenee osin mukailien ns. oivalluttavaa vetoketjumallia, joka tarkoittaa, että tietoperusta ja opinnäytetyön prosessi raportoidaan rinnakkain ja toisiinsa limittyen (Vuorijärvi 2009, 9). Tällä pyritään siihen, että lukijan mielenkiinto pysyy paremmin yllä ja teoriassa esitetyt asiat konkretisoituvat välittömästi lukijalle. Esimerkkikohde tuodaan siis esiin teorialukujen yhteydessä.

Tässä työssä keskitytään vain loma-asunnonvuokraustoimintaan ja siihen liittyviin mahdollisiin lisäpalveluihin. Matkailuyrittäjyyttä ja kannattavuutta tarkastellaan lähinnä vain loma-asunnon omistajan näkökulmasta. Katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin on muotoiltu palvelemaan esimerkkikohdetta. Katsauksen laajuus on kaksi loma-asuntoa, joiden avulla toiminnan kannattavuudesta saa jo käsityksen. Esimerkkikohteessa loma-asunnonvuokraustoiminnan on tarkoitus

toimia sivuelinkeinona yhdessä metsätalouden kanssa. Opinnäytetyön liitteenä oleva katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin on toimeksiantajan pyynnöstä salainen.

1.3 Toimeksiantajan ja esimerkkikohteen kuvaus

Työn tilaajana toimii yksityinen maanomistaja Pirkanmaalta. Ranta-
asemakaavoitetuille tonteille on mahdollista rakentaa loma-asunto kaavassa määriteltujen rajoitusten puitteissa. Toimeksiantaja on kiinnostunut loma-
asuntobisneksestä lähinnä sivuelinkeinona ja tarvitsee siitä tietoa. Toisena sivuelinkeinona on metsätalous. Häntä mietityttää, minkälaiselle loma-asunnolle olisi markkinoita, ja tarvitseeko hänen perustaa yritys toiminnan aloittamiseksi, sekä mitä tukia ja avustuksia hän voi hakea. Toimeksiantajan toivomuksena on saada myös konkreettista tietoa siitä, miten loma-asunnon koko vaikuttaa investoinnin kannattavuuteen, ja millä keinoin kannattavuutta voitaisiin vielä parantaa.

Esimerkkikohte Niittylänranta sijaitsee Pirkanmaalla Pälkäneen kunnan Luopioisten keskustaajaman itäpuolella Kukkia-järven rannalla. Niittylänrannan alueella on neljä ranta-asemakaavoitettua tonttia, joille on mahdollista rakentaa loma-asunto. Kullekin tontille saa sijoittaa yhden loma-asunnon ja tarpeelliset sauna- ja talousrakennukset. Rakennusten yhteenlaskettu kerrosala tonttia kohden saa olla enintään 140 m², josta loma-asunnon ja saunojen yhteenlaskettu pinta-ala saa olla enintään 120 m². Alueella ei ole erityisiä rantarakentamista rajaavia luontoarvoja. Ranta-alueet ovat pääosin hyvin hoidettuja talousmetsiä. (Niittylän ranta-asemakaava 2007, 4–5, 17.)

Kukkia-järvi kuuluu valtaosin Pälkäneeseen ja on Suomen 88. suurin järvi. Järvi on kirkasvetinen ja suhteellisen karu jylhine kalliorantoinen. Veden laatu ja vesistön virkistysarvo reittivesistönä ovat erinomaisia. Kukkia on kalaisa järvi, jonka harvinaisia kasveja ovat Ormio ja Raani. Kukkian alue kuuluu osittain valtakunnalliseen rantojensuojeluohjelmaan. Alueella on myös yksityinen luonnonsuojelualue. (Aarre-lehti 2011, 84.)

Niittylänrannan alueella ei ole vakituista asutusta. Alueella on kaksi vapaa-ajan asuntoa, joista toinen on Niittylän tilan entinen talouskeskus. Kukkia-järven ranta-alueille on muodostunut pääosin loma-asutusta. Niittylänrannan aluetta ei ole liitetty kunnallisen vesihuollon piiriin, joten alueen vesihuolto ja jätevesien käsittely tulee pystyä järjestämään rakennuspaikkakohtaisesti. Alueelle on olemassa valmiit tieyhteydet, jotka vievät rantaan saakka. Ranta-alueilla ei ole ulkopuolisia kiinnostavia erityisiä maastokohteita esim. hiekkarantoja tai luonnonsatamia. (Niittylän ranta-asetus 2007, 6–7.)

Lähimmät palvelut sijaitsevat Rautajärven ja Luopioisten keskustaajaman alueella. Rautajärven taajamassa on n. 200 asukasta ja Luopioisten keskustaajamassa n. 500–600 asukasta. Luopioisissa on mm. ajanmukainen terveysasema, kauppa-, pankki- ja postipalvelut, liikuntahalli, kuntosali, kirjasto sekä lounas- ja iltaravintola. Kauppa-auto tulee kaksi kertaa viikossa n. 4 km:n päähän Niittylänrannasta. Matkailijoille on seudulla tarjolla Sappeen hiihtokeskus (aktiviteetteja myös kesäaikaan), Laipanmaan erämaa-alue sekä useita kotiseutumuseoita ja maatilamatkailukohteita. (Rautajärvi 2011; Pälkäne 2011.) Google Maps -reittihauulla mitattuna Rautajärvelle tulee matkaa n. 10 km ja Luopioisiin n. 15 km. Tampereelle matkaa on n. 70 km, Lahteen n. 90 km ja Helsinkiin n. 170 km. Sappeen hiihtokeskus sijaitsee n. 25 km päässä. Niittylänrannan viereisille maille (n. 1 km) on myös rakennettu yksityinen Golf-kenttä. (Google Maps 2011.)

1.4 Keskeiset käsitteet

Keskeiset käsitteet ovat vapaa-ajan asunto, majoituspalvelun vuokraus, liiketoimintasuunnitelma, matkailuyrittäjäyys, matkailutuote ja maaseutumatkailu.

Vapaa-ajan asunnolla voidaan tarkoittaa kesämökkiä, loma-asuntoa tai huvilaa. Kesämökki viittaa tyypillisesti ei-ympärivuotiseen asumismuotoon, jonka varustelu on melko vaatimaton. Vapaa-ajan asunto sekä loma-asunto viittaavat sekä yksityiseen mökkiin että kaupalliseen majoitukseen. Korvaamalla sana mökki sanalla asunto korostetaan, että varustelu ja rakennuksen laatu on korkeammalla

tasolla, ja ne soveltuvat ympärivuotiseen käyttöön. Huvilan kohdalla voidaan odottaa, että varustuksen taso on korkea ja pinta-ala suuri. (Perrels & Kangas 2007, 2.)

Majoituspalvelun vuokrauksesta yleisin esimerkki on lomamökkien vuokraus. Vuokraustoiminta nostaa jo olemassa olevien mökkien käyttöastetta, kun mökkiä vuokrataan sen muuten ollessa käyttämättömänä. (Berghäll ym. 2008, 21.) Majoitus- ja ravitsemistoiminnan laissa (308/2006) kerrotaan, että majoitustoiminnalla tarkoitetaan ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asukkaille (Finlex 2011).

Pesosen ym. mukaan (2006, 26) liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan yrityksen koko liiketoiminnan tarkkaa suunnittelua ja sen kirjallista kuvausta. Se kattaa yrityksen toiminnan laajasti ja monipuolisesti. Jokaisen aloittavan yrityksen kannattaa ehdottomasti laatia liiketoimintasuunnitelma. Myös toimivien yritysten kannattaa tarkistaa liiketoimintasuunnitelmansa säännöllisin väliajoin.

Matkailuyrittäjyyteen kuuluu tuntea matkailun toimiala. Matkailun toimialaa käsitellään laajana eri toimialojen kokonaisuutena, jossa majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä henkilöliikenne ovat keskeisessä osassa. Muita keskeisiä toimijoita ovat matkatoimistot sekä vetovoimana aktiviteetteja ja tapahtumia tarjoavat yritykset ja yhteisöt. (Harju-Autti 2009, 8.) Monimuotoisuudesta huolimatta kaikilla on tavoitteena kaupata tuotteita ja palveluita, jotka tuottavat asiakkaalle mielihyvää. Matkailu liiketoimena on palveluyrittäjyyttä tarjoamalla ruokaa, majoitusta ja muita vastaavia palveluita matkailijoille. (Lazer ym. 2006, 5.)

Matkailutuote on palvelu, joka tuotetaan ja kulutetaan yhtä aikaa. Palvelun kuluttamiseen liittyy usein jonkin tarpeen tyydyttämisen kokemus. Asiakkaat ja palveluyritys vaikuttavat palvelukokemuksen syntymiseen. Matkailutuote koostuu viidestä osasta eli kohteen vetovoimatekijöistä, kohteen palveluista, saavutettavuudesta, kohteen mielikuvista sekä hinnasta. Tekijöistä muodostuu paketti, jota kehitetään jatkuvasti palvelemaan asiakkaiden muuttuvia tarpeita. (Komppula & Boxberg 2002, 10–12.)

Maaseutumatkailu liittyy läheisesti mökkien eli loma-asuntojen vuokraamiseen. Maaseutumatkailun palvelut voidaan jakaa viiteen päätuotekokonaisuuteen eli mökkien vuokraukseen, aamiaismajoitukseen, maatilalomiin, kylämatkailuun ja lomakyläin. Lomakylällä tarkoitetaan tässä yhteydessä mökinvuokrauksen jalostuneempaa muotoa, jossa majoituspalveluihin on lisätty myös ravintolapalvelut. Mökkivuokraus alkoi 1950- ja 1960 luvuilla ja on edelleen maaseutumatkailun perustuote. Mökkien vuokraus oli maanomistajille keino lisäansioiden hankkimiseen, ja osalle yrittäjistä mökkien vuokrauksesta ja siihen liittyvistä muista matkailupalveluista on syntynyt päätoimi entisen maatalouden harjoittamisen rinnalle. (Ryymän 2008, 8,19.)

2 LOMA-ASUNTOJEN VUOKRAUS TOIMIALANA

Loma-asutus on Suomessa suosittua. Loma-asuntojen vuokraus käsittää tyypillisiä järvenrantamökkejä tai matkailukeskusten yhteyteen rakennettuja loma-asuntoja. Loma-asunnot ovat yleensä omistajaperheen käytössä. Osa omistajista tai jokin organisaatio vuokraa asuntoja tai mökkejä muille matkailijoille. Yhä kasvava osa mökinvuokraajista harjoittaa toimintaa ammattimaisina matkailuyrittäjinä. Vuokralaiset hankitaan joko itse tai välitysorganisaation kautta. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 30.)

Mökinvuokrausta voivat harjoittaa maatilatalouden harjoittajien lisäksi muutkin yrittäjät, jotka omistavat tonttimaata maaseudulla. Mökinvuokrauksen perustuote on mökki, sauna ja vene. Palvelutarjontaa voidaan kasvattaa mm. kalastusluvilla sekä aterial- ja ohjelmapalveluilla. Mökinvuokraus ei sido kovin paljon työvoimaa, mutta sitäkin enemmän pääomaa. Ohjelmapakettien (esim. hiihto, laskettelu, kalastus, metsästys) koostaminen, mökkien rakentaminen ympärivuoden asuttaviksi ja varustelutason parantaminen ovat edellytyksiä mökkien käyttöaikojen jatkamiselle. Perustuote on houkutteleva lähinnä vain kesäaikaan. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 31.)

2.1 Markkinat Suomessa

Vuonna 2005 valmistuneen selvityksen mukaan Suomessa oli arviolta 12 000 vuokrauksen piirissä olevaa lomamökkiä. Valtaosa niistä on vesistöjen rannoilla, ja seuraavaksi suurin ryhmä on hiihtokeskusten vaikutusalueella. Lisäksi Suomen yksityisistä vapaa-ajan asunnoista ainakin osaa vuokrataan ajoittain myös muille. Vuokrausmäärästä ei ole olemassa yksityiskohtaisia arvioita, mutta periaatteessa yksityiset loma-asunnot muodostavat valtavan majoituspaikkareservin kaupallisesti toimivien majoittajien rinnalle ja samalla merkittävän tilastoimattoman kilpailijan. (Ryymän 2008, 24.)

Kesämökkirekisterin mukaan Suomessa oli vuonna 2007 lähes 480 000 kesämökkiä. Yksityisiä mökkejä oli noin 450 000 ja yhteisöjen mökkejä noin 30 000 kpl.

14 prosenttia mökkiläisistä oli valmis harkitsemaan mökkinsä vuokraamista seuraavan kolmen vuoden aikana. Toteutuessaan tämä tarkoittaisi lähes 60 000 mökin tuleamista vuokramarkkinoille. (Nieminen 2009, 3–5.) Suomen virallisen tilaston mukaan vuonna 2009 suomessa oli yli 485 000 kesämökkiä (Suomen virallinen tilasto 2009a).

Selkeitä, varmoja ja tarkkoja tilastoja kaupallisen vuokramökkitoiminnan ja yksityisen tarjonnan laajuudesta ei ole saatavilla, sillä kaikkea yksityistä vuokraustointia ei välttämättä edes ilmoiteta verotussyistä. (Berghäll ym. 2008, 15.)

2.1.1 Kysyntä ja tarjonta Pirkanmaalla

Maakunnista eniten mökkejä on Varsinais-Suomessa, lähes 48 000. Seuraavaksi eniten mökkejä on Etelä-Savossa ja Pirkanmaalla. Vuonna 2009 Pirkanmaalla oli n. 45 000 mökkiä, joista Ylöjärvellä n. 4200 ja Pälkäneellä n. 4000. Mökin käyttöaste on suurinta Itä-Uudellamaalla ja Pirkanmaalla, n. 90 vuorokautta vuodessa. (Nieminen 2009, 19, 28; Pirkanmaan liitto 2011). Majoitusliikkeiden (hotellit, matkustajakodit, retkeilymajat, lomakylät, leirintäalueet) kapasiteetti oli Pirkanmaalla tammikuussa 2011 huoneiden lukumäärällä mitattuna 3 776 (Suomen virallinen tilasto 2011). Tilasto ei pidä sisällään alle 10 huoneen/mökin majoitusliikkeitä. Vuonna 2004 Pirkanmaalla oli 289 rekisteröitynyttä matkailu ja virkistyspalveluja tarjoavaa pienyritystä (Matkailu- ja virkistyspalvelut 2011). Pirkanmaan yksittäisten henkilöiden tarjoamista vuokramökeistä ei ole tarkkaa lukumäärää, mutta niitä on alueella runsaasti tarjolla. Mökkien laatu ei välttämättä vastaa kysynnän vaatimuksia, erityisesti ulkomaalaiset asiakkaat vaativat vuokramökeiltä hyvää varustetasoa ja laadukkuutta. (Viherkoski 2000)

Pitkällä, noin viikon kestoisella kotimaan vapaa-ajan matkalla suomalainen valitsee mieluiten vuokramökin. Toiseksi mieluisin on hotellimajoitus. Pääosa pitkistä vapaa-ajan matkoista suuntautuu ensi sijassa Pohjois-Suomeen. Lyhyillä kotimaan matkoilla vuokramökit ja leirintäalueet jäävät selvästi hotellien varjoon. Vapaa-ajan matkojen kokonaiskysyntä on Pirkanmaalla maan kolmanneksi suurinta yh-

dessä Varsinais-Suomen ja Pohjois-Pohjanmaan kanssa. Lapissa ja Uudellamaalla kysyntä on suurempaa. (Harju-Autti 2007, 18)

Internetin mökinvälityspalveluista Mökkiavain välittää yli sataa lomamökkiä Pirkanmaan ja Satakunnan alueelta (Mökkiavain 2011). Mökit.fi -sivusto välittää pelkästään Pirkanmaan alueelta yli sataa vuokramökkiä (Mökit 2011). Maan suurimman mökkienvälittäjän Lomarenkaan sivuilta löytyy toista sataa mökkiä Hämeen ja Pirkanmaan alueelta, mutta vain neljä vuokramökkiä Pälkäneen kunnan alueelta (Lomarengas 2011). Lisäksi Pälkäneen kunnan mökkimajoitusta tarjoavat ainakin Evinsalon piilopirtit, Heikkilän majatalo, Kukkian mökki ja marja, Sappeen matkailukeskus, Uotilan edustushuvilat ja mökit, Villa Hepolahti, Hernesiemen maatilamatkailu ja Järvelän tila. (Mihin.fi 2011; Pälkäne 2011).

2.2 Tulevaisuuden näkymät

Mökkikannan kehityspolku vuoteen 2025 -tutkimuksen mukaan (Berghäll ym. 2008, 14) mökinvuokrauksen ja mökinvaihdon yleistymisen myös tavallisten omistajien keskuudessa kasvattaa mökkipäivien tarjontaa. Mökkivaihdon ja vuokrauksen yleistymisen tarjoaa matalamman kynnyksen mökkilomailuun ja lisää mökin käyttöastetta. On odotettavissa, että vaihtelunhaluiset mökin omistajat ja ulkomaalaiset kyselevät yhä enemmän esim. time-share-järjestelyiden ja kaupallisten mökkien perään.

Kynnys vuokraamiseen saattaa madaltua kokemusten yleistyessä ja toiminnan vakiintuessa. Hyvällä paikalla sijaitsevia mökkejä ei kannata pitää tyhjillään käyttämättöminä, kun niitä voi vuokrata kovaan hintaan, silloin kun ei itse ehdi paikalle. Vuokraukseen vaikuttaa myös mökkien varustelutaso. (Berghäll ym. 2008, 14.)

Tulevaisuudessa matkailukysyntä kasvaa. Matkailukysyntä yksilöityy ja muuttuu teema- ja toimintapainotteiseksi. Majoituspalveluja käyttävät tulevaisuudessa entistä enemmän keski-ikäisten kotitaloudet. Palvelujen tuotekehitys ja markkinointi ovat avaintekijöitä tulevaisuuden majoitus- ja ravitsemispalvelun kilpailukyvyn kannalta. Brändäystä ja tuotteistamista pidetään alalla voimistuvana kehityspiirteenä etenkin kansainvälistymisen vuoksi. Varsinkin majoituspuolella brändäys

yleistyy. Liiketoiminnan hallintaa sekä myyntiä, suunnittelua ja markkinointia siirretään yhä enemmän sähköiseen muotoon. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2005, 46–47.)

Tulevaisuuden tutkija, professori Sirkka Heinonen puhuu hitaamman elämäntavan, Slow lifen puolesta. Hän sanoo, että kiire on tietoyhteiskunnan musta surma, ja hitauden vallankumous on nousemassa. Ihmisillä on tarve hiljaisuuteen, rauhallisuuteen ja pysähtymiseen, jotka tasapainossa kiireen ja tehokkaan työskentelyn kanssa nostavat elämänlaatua ja luovuutta. Suomessa on jo valmiina erinomainen maaperä hitauden kulttuurille, joka näkyy kesämökkikulttuurina ja luonnon arvostuksena. Hitaassa matkailussa haetaan elämyksiä luonnosta, hiljaisuudesta, hitaudesta ja rentoutumisesta. (Heinonen 2010.)

2.3 Kohderyhmät

Maaseutumatkailun toimialaraportissa kerrotaan, että kotimaisten ja ulkomaisten asiakkaiden suhde jakautuu maaseutumatkailussa kuten muussakin matkailussa noin 80/20 (Ryymän 2008, 17). Kotimainen perusasiakas on omalla autolla liikkuva lapsiperhe, kaveriporukka tai harrasteryhmä. Vakioasiakkaita on n. 40 %. Tavallisesti seurueeseen kuuluu 2–4 henkilöä. Ulkomaiset asiakkaat ovat lapsettomia aviopareja, tuttavaryhmiä tai lapsiperheitä. Ulkomaalaisista eniten mökkejä vuokraavat saksalaiset, venäläiset ja ruotsalaiset. Perusasiakaskunta tyytyy vuokramökkiin ja sen tarjoamiin harraste- ja lomailumahdollisuuksiin. Mökkiyrittäjä voi myös erikoistua erilaisiin asiakasryhmiin, joiden tarpeet otetaan huomioon jomökin varustusta ja oheispalveluja suunniteltaessa. Uusia vuokramökkejä suunniteltaessa on otettava huomioon mm. tietoliikennevalmiuksien tarve. (Ryymän 2008, 17; Mökkivuokraus 2005, 3.)

Tilastokeskuksen selvityksen mukaan kotimaassa tehtiin vuonna 2009 noin 5,2 miljoonaa sellaista vapaa-ajan matkaa, jonka aikana käytettiin maksullisia majoituspalveluita, kuten hotellia, leirintäaluetta tai vuokrattua mökkiä. Maksullisen majoituksen vapaa-ajan matkoilla yövyttiin yhteensä 14,8 miljoonaa kertaa (45 %), joista hotelleissa 6,6 miljoonaa ja vuokratuissa mökeissä 3,9 miljoonaa

(26 %). Yöpymiset vuokramökeissä lisääntyivät 3 prosenttia vuodesta 2008. (Suomen virallinen tilasto 2009b.)

Rajahaastattelututkimus selvitti, että vuonna 2009 Suomessa vieraili yli 3,4 miljoonaa yöpyvää ulkomaalaista matkustajaa. Puolet ulkomaalaisista yöpyi hotelleissa tai motelleissa ja neljännes tuttavien ja sukulaisten luona. Vuokramökeillä yöpyi 120 000 (4 %) ulkomaalaista matkustajaa, ja vuokramökeillä vietettiin keskimäärin 6,3 yötä. (Tilastokeskus 2010, 5.)

3 LOMA-ASUNTO MATKAILUTUOTTEENA

3.1 Sesongit ja varausasteet

Lomarenkaan Internet-sivuilla kerrotaan, että mökin vuokraus on suosittua kesällä etenkin viikoilla 25–32 ja kevättalvisin viikoilla 8–17. Myös joulukuusi, uusivuosi ja pääsiäinen ovat suosittuja vuokrausajankohtia. (Lomarengas 2011a.)

Lomamökkien sesonkiaika on juhannuksesta elokuun loppuun. Myös joulunai-kaan ja hiihtolomilla on enemmän kysyntää, ainakin mikäli mökki sijaitsee hiihtokeskuksen lähellä. Vuonna 2005 mökkivälittäjien arvioiden mukaan keskimääräinen varausaste oli 49 %, joka ylittää niukasti saman vuoden hotellien käyttöasteen n. 48 %. Varausaste on sitä korkeampi, mitä korkeatasoisempi mökki on kyseessä. (Mökkivuokraus 2005, 5.)

Maaseutumatkailuyritysten majoituskapasiteetin keskimääräinen käyttöaste oli vuonna 2007 varsin alhainen, 29 %. Samaan aikaan hotellien käyttöaste oli n. 50 %. Ainoastaan kesäaikaan, lähinnä heinäkuussa maaseutumatkailuyritykset ylittävät hotellien käyttöasteet. Varausasteet vaihtelevat suuresti vuoden aikana. (Ryymän 2008, 25.)

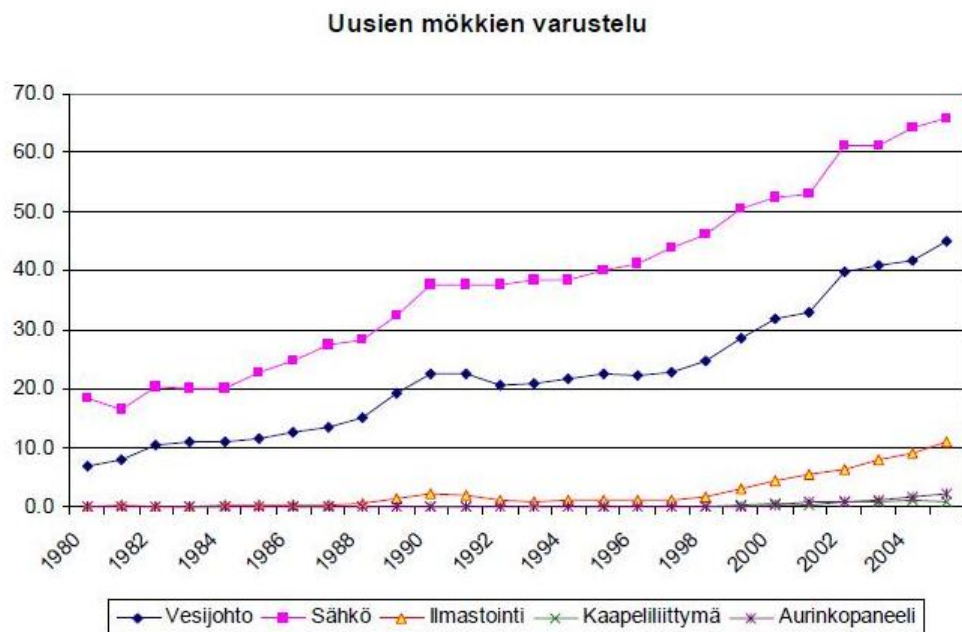
Esimerkkikohteen loma-asuntoja on tarkoitus tarjota vuokralle ympäri vuoden. Kesäkuukaudet ovat luonnollisesti sesonkiaikaa, mutta hyvin varustellulla ja kohdallisen lähellä hiihtokeskusta sijaitsevalla loma-asunnolla oletetaan kysyntää olevan myös talvisaikaan, etenkin lomakuukausina. Tarjoamalla mökkiä aktiivisesti myös ulkomaalaisille voidaan varausaste saada hyvälle tasolle koko vuodeksi.

3.2 Loma-asuntojen varustelu ja MALO-luokitus

Ihmiset edellyttävät vuokramökeiltä keskimäärin parempaa varustelutasoa kuin omilta mökeiltään, koska halutaan että eläminen on helppoa. Vuokramökeiltä vaaditaan myös ehdotonta siisteyttä. Lomarenkaan toimitusjohtaja Juha-Pekka Olkkolan mukaan halutuimpia vuokramökkejä ovat keskitason mökit, joissa on 2–

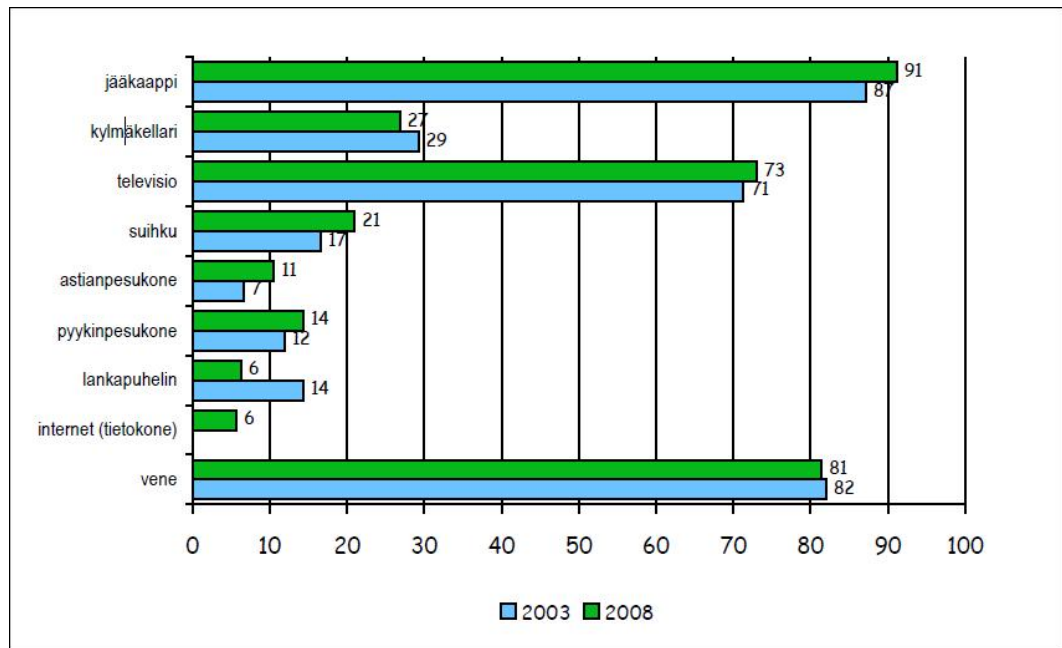
3 huonetta, juokseva vesi ja sisävesi. Luksusmökkejäkin on tarjolla, tosin vain murto-osa kokonaistarjonnasta, ja niille on oma käyttäjäkuntansa. Suuret, useiden makuuhuoneiden mökit, joiden varustelutaso on selvästi parempi kuin keskimääräisen suomalaisen kodin, houkuttelevat etenkin venäläisiä matkailijoita ja yrityksiä. Suomeen tullaan kuitenkin ennen kaikkea puhtaan luonnon ja rauhan vuoksi, jolloin asumiskohteen ylellisyys ei ole valinnan keskeinen syy. (Rikkilä 2007.)

Kaikkien kesämökkien keskikoko vuonna 2009 oli 47 m² (Suomen virallinen tilasto 2009c). Majoitustoiminnan toimialaraportissa (Harju-putti 2007, 28) huomauteaan, että suhteellisen runsaasta mökkikapasiteetista huolimatta tuotetarjonta ei vastaa kansainvälistä kysyntää. Varsinkin Venäjän markkinoille korkeatasoisille mökkikylille on kysyntää myös tulevaisuudessa. Eurooppalaisten, erityisesti saksalaisten vaatimuksina ovat tasokkaat ja tilavat mökit, joissa kunkin huoneen yksityisyys on huomioitu rakenteellisesti. Käytännössä tämä tarkoittaa ovellisia huoneita ja perhekunnittain omia wc-tiloja.



Kuvio 1. Uusien mökkien varustelu. (Berghäll ym. 2008, 25.)

Mökkien varustelu on parantunut ja yleistynyt uusissa mökeissä. Sähkö asennetaan suoraan noin 65 prosenttiin uusista mökeistä, vesijohto noin 45 prosenttiin ja ilmastointi yli 10 prosenttiin. Aurinkopaneeli löytyy vain muutamalta prosentilta uusista mökeistä. (Berghäll ym. 2008, 25–26.)



Kuvio 2. Kesämökkien varusteita. (Nieminen 2009, 23.)

Vuonna 2008 lähes kaikilla mökeillä oli jääkaappi. Astian- ja pyykinpesukoneet ovat yleistyneet viiden vuoden (2003–2008) aikana. Internet on käytössä ainoastaan kuudella prosentilla mökeistä, lukuun ei tosin sisälly matkapuhelimen nettiyhteys. (Nieminen 2009, 23–24.)

MALO-luokitus on maaseutumatkailuyritysten majoitustilojen valtakunnallinen tekninen laatuluokitus, joka soveltuu myös yksittäisten loma-asuntojen luokituksiksi. Luokitus pitää sisällään sekä perusvaatimukset majoitukselle että lomamökkien jaon eri luokkiin teknisen varustetason perusteella. Valtakunnan suurin loma-asuntojen välittäjä Lomarengas tukeutuu omassa luokituksessaan myös MALO-luokitukseen. (MEK 2004, 11.)

Lomarengas luokittelee majoitustilat viiteen tähtiluokkaan (Lomarengas 2011b). Jokaisen majoitustilan tulee täyttää majoitustiloja koskevat perusvaatimukset. Mökkien varustus ja sisustus eivät vaikuta suoraan tähtiluokkaan. Mökkivarustukseen kuuluvat myös peitot, patjat, tyynyt sekä ruokailu- ja keittoastiat. Viiden tähden mökkien varustukseen kuuluu jo runsaasti kodinkoneita mm. astian- ja pyykinpesukone sekä mikroaaltouuni. Kaikilla mökeillä on sauna. Kiuas on useimmi-

ten puukiuas. Vaikka mökeissä on juokseva vesi, se ei välttämättä ole tarkoitettu juotavaksi. Seuraavassa suuntaa antava luokitus viidennen tähtiluokan tarvittavista vaatimuksista.

***** Tupakeittiö tai erillinen keittiö ja olohuone. Huoneistoalaa vähintään 42 m². Yksi, useimmiten kaksi ovellista makuuhuonetta. Juokseva kylmä ja lämmin vesi sekä suihku, toisinaan juomavesi haetaan itse. WC. Oma sauna, erillinen pesu- ja pukuhuone. Sähkövalo, -liesi, -jääkaappi/pakastin, lämmitys. Takka. Astian- ja pyykinpesukone, mikroaaltouuni. (Lomarengas 2011b.)

Suomesta löytyy 3000 luokiteltua vuokramökkiä. Lähes puolet luokitelluista mökeistä kuuluu 3–4 luokkiin ollen hyvää keskitasoa. Noin 16 % kuuluu korkeimpaan 5. luokkaan ja lähes 40 % 1–2 luokkiin. (Majoitu maalla 2011.)

Niittylänrantaan kaavoitetuille tonteille on mahdollista rakentaa tonttia kohden maksimissaan 120 m²:n kokoinen loma-asunto, jos sauna on samassa rakennuksessa, tai 95 m²:n mökki ja 25 m²:n erillinen sauna. Mökeissä olisi keittiön lisäksi 2-3 huonetta ja makuupaikat 6-8 henkilölle. Varustelultaan ja luokitukseltaan loma-asunnot kuuluisivat 5 tähden luokkaan. Loma-asuntojen rakentamisessa otetaan huomioon yksityisyys (mm. ovelliset makuuhuoneet).

3.3 Rakennuskustannukset

Loma-asunnon koko, toteuttamistapa ja varustelutaso vaikuttavat suurimpina tekijöinä rakennuskustannuksiin. Suomirakentaa.fi -sivuston mukaan (2011b) suurin vaikuttaja kustannusten syntymiseen on rakentaja itse. On ratkaisevaa mistä lähtökohdista ja millä periaatteella loma-asuntoa lähdetään rakentamaan. Yksinkertaisemmalla suunnittelulla, edullisimmilla materiaaleilla, omalla työllä ja omalla puutavaralla tehty vaatimattomasti varustettu mökki tulee varmasti edullisemmaksi kuin ammattilaisilla teetetty korkeatasoinen loma-asunto.

Suunnitteluvaiheessa rakennuskustannuksiin voidaan vaikuttaa eniten, koska keskeiset rakennukseen liittyvät päätökset tehdään silloin. Myös rakennuksen aikana

on tärkeää seurata kustannuksia, koska niihin voidaan vielä vaikuttaa, mikäli ne poikkeavat suunnitellusta. Rakennettavan rakennuksen tilat määritellään ja kustannukset päätetään hyvin pitkälti hankesuunnitteluvaiheessa. Hankesuunnitteluvaiheessa tulisi olla selvillä, kuinka monta makuuhuonetta tarvitaan, rakennetaan-ko toinen kerros jne. Mikäli suunnitelmia tarvitsee vielä muuttaa esim. budjet-tisyistä, onnistuu se vielä helposti. (Suomi rakentaa 2011b.)

Suomirakentaa.fi (2011b) on laskenut, että 60 m²:n kokoinen kesäkäyttöön tarkoi-tettu mökki tulee maksamaan 68 000 euroa ja 90 m²:n kokoinen ympärivuotiseen käyttöön tarkoitettu huvila 110 000 euroa. Laskelmissa kaikki työt on teetetty ammattimiehillä (palkka 22 € sivukuluineen). Neliömetrihinta on pienemmässä 1 130 euroa ja suuremmassa 1 220 euroa. Neliöhintojen ero selittyy suurelta osin varustelutasolla mm. paremmilla lvi-järjestelmillä ja kodinkoneilla.

Esimerkkikohteen rakennuskustannuksia arvioidaan ja tarjouksia kilpailutetaan eri rakennusliikkeiltä avaimet käteen periaatteella. Niittylänrannan loma-asuntojen kaavailtu koko tulee olemaan n. 120 m²:n luokkaa, joten rakennuskustannukset nousevat n.150 000 euroon.

3.4 Siivous ja ylläpito

Kiinteistöhuolto on mahdollista ostaa ulkopuoliselta tai tehdä itse. Ylläpidon tar-ve, korjaukset ja vahingot vaihtelevat tilanteen mukaan. Ylläpitokustannuksiin luetaan ainakin tietyt, lämmityskulut, vesimaksut, jätehuolto, kiinteistöhuolto-työt, korjaukset, vakuutukset, kiinteistövero ja siivous. Kiinteistöhuoltoa voi arvioida käytettyjen tuntien mukaan. Vuokralaisten aiheuttamat pienet vahingot kannattaa pääsääntöisesti korjata itse. Yleisenä käytäntönä on, että käyttäjä hu-olehtii itse mökin siivouksesta ja loppusiivouksesta, ellei toisin sovita. Varastojen ja teknisten tilojen huolehtiminen kuuluu kiinteistönhoidon piiriin. Liinavaatteita tulee olla varattuna yhtä paljon kuin mökissä on vuodepaikkoja. Jos liinavaatteet vuokrataan mökin yhteydessä, tulee niiden hinnoittelu olla selkeästi sopimuseh-doissa. (Vuokrattavan vapaa-ajan asunnon omistajan opas 2011).

Esimerkkikohteen ylläpitotyöt ja kiinteistönhoito pystytään hoitamaan pääsääntöisesti itse. Siivous ja liinavaatteet on erikseen hinnoiteltu, ja niiden käytöstä sovi-
taan erikseen vuokraajan kanssa. Suuremmat korjaukset ja huollot tehdään am-
mattilaisten toimesta.

3.5 Välittäjät ja varausjärjestelmät

Mökin omistaja voi välittää mökkiään joko itse esim. Internet-sivujen ja lehti-
ilmoitusten välityksellä tai mökkivälitysliikkeen kautta. Mökkivälitysliikkeen
käyttäminen tuo parhaimmillaan tehokkaan myynnin, mutta siitä joutuu maksa-
maan välityspalkkion. Myös jotkin alueelliset matkailuorganisaatiot välittävät
mökkien yhteistietoja. (Mökkivuokraus 2005, 6.)

Ryyminin mukaan maaseutumatkailuyritysten sijainnin hajanaisuus sekä palvelui-
den monimuotoisuus vaikeuttavat usein tuotteiden markkinointia. Markkinointi- ja
myyntikanavana käytetään usein alueellisia ja paikallisia markkinointiorganisaati-
oita, markkinointiprojekteja sekä valtakunnallisia ketjuja. Tuotteita markkinoi-
daan ja myydään huomattavissa määrin myös itse. Helpoimmaksi ja varmimmaksi
myytäväksi tuotteeksi Ryymin mainitsee hyvin varustetun loma-asunnon, jonka
välitys voidaan hoitaa helposti sähköisten varauskanavien kautta. (Ryymin 2008,
16.)

Lomarengas on Suomen suurin mökkilomia välittävä yritys, jonka valikoimissa on
yli 3000 mökkiä (Lomarengas 2011c). Lomarengas on panostanut vahvasti säh-
köiseen välitykseen. Internet-palvelun kautta voi hakea mökkejä eri tarkoitusten
mukaan esim. kalamökkejä tai hiihtokeskuksissa olevia kohteita (Ryymin 2008,
16). Muita välitysliikkeitä ovat mm. mökkiavain.fi, nettimökki.com, mökkilo-
ma.net, mökit.fi, lomaovi.fi ja villipohjola.fi. Mökkiavain välittää mökkejä vain
Pirkanmaan ja Satakunnan alueelta. Muilta palveluilta löytyy tarjontaa ympäri
Suomea. Lomaovi erottui palveluista raikkaudella, kansainvälisyydellä ja moni-
puolisella mökkihaulla, jossa mökkejä voi hakea esim. aktiviteettien perusteella.
Ilmaisia ilmoituspalveluja ovat esim. huvila.net, joka toimii vain ilmoitusfooru-

mina, eikä osallistu kohteiden vuokrauskuvioihin, kuten ei myöskään keltainenporssi.fi, ostamyy.com tai tori.fi.

Maaseutumatkailun toimialaraportin mukaan valtakunnalliset välittäjäorganisaatiot ovat merkittävä myyntikanava ja melkeinpä ainoa varma tie ulkomaan markkinoille. Toinen vaihtoehto on matkailukeskusyhteistyö. Välittäjät tarkastavat myytävien tuotteiden laadun ja osaavat hinnoitella tuotteet niiden tasoa ja sijaintia vastaavasti. Välittäjäorganisaatiota valittaessa yritysten on myös ratkaistava, turvautuvatko ne yleisvälittäjiin vai teematuotteisiin erikoistuneen välittäjän palveluihin. (Ryymän 2008, 17.)

Matkailunedistämiskeskus eli MEK toteuttaa mökki- ja maaseutulomailun tuotemarkkinoinnin vuosille 2011–2013. Vuoden 2011 kohdemarkkinamaat ovat Saksa ja Sveitsi. Kampanjan aluksi tavoitteena on nostaa saksalaisten ja sveitsiläisten osuus ulkomaalaisista mökkilomailijoista 20 %:iin vuoteen 2014 mennessä. Kohderyhmänä ovat yksilöllisestä ja tasokkaasta mökki- ja maaseutulomailusta kiinnostuneet ns. modernit humanistit. Go Cottage -nimisellä kampanjalla haetaan myös uusia, nuoria Suomi-kävijöitä, esim. lapsiperheitä. Kesän 2011 markkinoinnissa esille nostetaan vesi, mökki ja luonto. Kampanjan partnerina toimii mm. Lomarengas Oy, jonka kautta myös yksittäiset mökki- ja maaseutumatkailuyritykset tulevat esille. Myös maaseutumatkailun kehittämistyötä tekevän Lomalaidun Ry:n ja alan yritystoimintaa edustavan Suomen Maaseutumatkailu Ry:n edustajat ovat olleet mukana kampanjan suunnittelussa ja toteutuksessa. (SMMY Maaseutumatkailu 2011).

Mökinomistajan ohjekirjassa (Mökkivuokraus, 2005, 19) on kerrottu välittäjän tehtävät mökkivuokrauksessa. Jos välittäjää ei ole, omistaja huolehtii itse seuraavista ohjeista: välittäjä saattaa mökit tarjolle asiakasystävällisesti, sopii oikeasta hinnoittelusta, huolehtii helposta varausjärjestelmästä, tekee varaussopimuksen asiakkaan kanssa ja huolehtii laskutuksesta.

Varausjärjestelmän tulisi olla asiakkaalle mahdollisimman helppokäyttöinen. Tavoitettavuuteen tulee erityisesti panostaa. Varaustapoina voivat olla Internet, puhelin tai sähköposti. Internet-varausjärjestelmä on ainoa, joka on asiakkaan käytet-

tävissä 24 tuntia vuorokaudessa asiakkaalle parhaiten sopivana ajankohtana.
(Mökkivuokraus 2005, 20.)

Internet on osoittanut tehokkuutensa myös maaseutumatkailukohteiden myynnissä ja markkinoinnissa. Internet vaatii myös yritykseltä aktiivista toimintaa mm. tietojen päivityksen ja varaustilanteen seurannan osalta. Internet toimii tehokkaana myyntivälineenä vain tehokkaan myyjän välineenä. (Ryymän 2008, 17.)

Niittylänranta liittyy yhden suuren nettivälittäjän sivuille, joiden kautta asiakas hoitaa varaukset kätevästi. Lisäksi tehdään omat ilmaiset ja persoonalliset kotisivut, joiden kautta varauksia voi tehdä sähköpostitse, ja laitetaan ilmoituksia Internetin ilmaispalveluihin.

4 MATKAILUALAN YRITTÄJÄKSI RYHTYMINEN

Kilpailun, talouden ja väestön vivahteiden laajuus on luonut maailman, jossa pieni on kaunista. Yhteiskunta ja liiketoimintajärjestelmä ovat riippuvaisia yrittäjistä, joilta edellytetään tekoja ja riskien ottamista tarjotakseen ihmisille hyödykkeitä ja palveluita, joita he tarvitsevat. Yrittäjyyden hyödyllisiä puolia ovat mahdollisuus oman kohtalon hallitsemiseen, mahdollisuus vaikuttaa, mahdollisuus hyödyntää koko oma potentiaali, mahdollisuus rajoittamattomiin etuihin ja mahdollisuus olla yhteiskunnalle hyödyllinen. Samaan aikaan tulee kuitenkin tiedostaa yrittäjyyden haittapuolet kuten ansioiden epävarmuus, sijoitetun pääoman menettämisen riski, pitkät ja rankat työpäivät ja suuri vastuu. (Clarke & Chen 2007, 270.)

Matkailualan yrittäjäksi ryhtymiseen on matala kynnys, ja alalla on paljon pieniä toimijoita. Matkailuyrittäjyys ei kuitenkaan ole usein niin helppoa kuin odotetaan. Pienet toimijat muodostuvat kahdesta ryhmästä, jotka ovat elämäntapayrittäjät ja korkean kasvun hankkeet. Elämäntapayrittäjyyttä ei ole suunniteltu kasvatettavaksi laajaksi yritystoiminnaksi. Korkean kasvun hankkeita johdetaan usein pienen joukon voimin, ja ne suuntaavat suurille markkinoille. Clarke & Chen 2007, 272–273.)

Matkailuyrityksen menestystekijöitä ovat sijainti ja saavutettavuus. Hyvät lento-, juna- ja tieliikenneyhteydet vaikuttavat asiakkaan valintoihin. Toiminnan jatkuvuus ja kannattavuus voidaan turvata luomalla oikea tuotemielikuva ja ylläpitämällä sitä. Liiketaloudelliset ongelmat aiheuttavat matkailuyrittäjille eniten huolia. Ne heijastuvat kannattavuuden ja rahoituksen riittämättömyytenä, jolloin toiminnan tehokkuus kärsii. Matkailun alalle tulon kynnys on ollut perinteisesti matala. Matkailualan yrittäjäksi on ryhdytty monenlaisista lähtökohdista, myös ilman matkailun liiketoiminnan osaamista. (Harju-Autti 2009, 43–44.)

Aineettomuus on yksi matkailun toimialalle tyypillinen piirre. Useimmat palvelut ovat aineettomia, eikä rahalle saada mitään aineellista vastiketta. Matkailussa ostetaan kokemuksia, joiden arviointi riippuu ostajan subjektiivisesta näkemyksestä.

Matkailun palveluita ei myöskään voi varastoida ja myydä, kun ajankohta on suosittuampi. Mikäli hotellihuone jää myymättä, on sen myyntimahdollisuus menetetty. (Bender & Sharpley 2005, 88.)

4.1 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan ennen kaikkea yrittäjää itseään varten. Myös rahoittajat ovat kiinnostuneita siitä esim. pankkilainaa, starttirahaa tai muita tukia haettaessa. Liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään liikeidean, tuotteet ja palvelut, asiakkaat, toimintatavan, vision, toimialan ja markkinatilanteen, kilpailijat, sekä laskelmat ja lisätiedot. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24–25.) Menestyvä matkailuyritys kirjassa (Pesonen ym. 2006, 27) kerrotaan, että yleensä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään ainakin markkina-analyysin, yrityksen tavoitteet, markkinointisuunnitelman, tuotanto- ja tuotekehityssuunnitelmat, yrityksen osaimisen, taloussuunnitelman ja riskien arvioinnin.

Liiketoimintasuunnitelmassa vastataan mm. seuraaviin kysymyksiin: Keitä ovat yrityksen avainhenkilöt? Mitä he osaavat tehdä? Ketkä ovat yrityksen keskeiset asiakkaat? Millaisia ovat asiakkaiden tarpeet? Mitkä ovat yrityksen tuotteet? Miten tuotteet hinnoitellaan? Miten toiminnasta saadaan palautetta? Paljonko kustannuksia liiketoiminta aiheuttaa? Miten yrityksen toiminta rahoitetaan? Mitkä ovat yrityksen riskit, ja miten niitä ennakoidaan? (Pesonen ym. 2006, 27.)

Esimerkkikohteen liiketoimintasuunnitelmaehdotuksen pohjana käytetään sovitetusti Hämeen Uusyrityskeskukseen tuottaman Koti & Mökki -työkirjan Paras Liiketoimintasuunnitelma -runkoa. (Koti & Mökki -työkirja)

Ensin esitellään liikeidea, eli mitä, kenelle ja miten tehdään. Liikeideamatriisista selviävät palvelun tarve ja hyöty asiakkaalle, imago, asiakkaat, tuotteet ja palvelut, tapa toimia sekä voimavarat. Perustiedot yrityksestä pitävät sisällään mm. yhtiömuodon, yrityksen sijainnin ja yrittäjien kuvauksen. Yrittäjäominaisuudet voidaan arvioida esim. SWOT-analyysillä. Suunnitelmasta tulee myös selvitä,

mikä on tuote tai palvelu, jota myydään, ja mitä hyötyä siitä on asiakkaalle. Tulee myös miettiä, miten erotutaan kilpailijoista. Asiakasryhmät segmentoidaan esim. asiakkaiden sijainnin ja ostotottumuksien avulla. Esitellään 3–5 tärkeintä kilpailijaa, kilpailutilanne, kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet, hinta/laatusuhde sekä suunnitelma verkostoitumisesta. Markkinoinnista selvitetään markkinointitilanne, markkinointikeinot ja kilpailijoiden markkinointi. Riskejä voidaan arvioida SWOT-analyysillä. Lopuksi esitetään laskelmat, jotka pitävät sisällään investoinnit, kiinteät kustannukset, myyntibudjetin, aloittavan taseen, tuloslaskelman ja tulosvertailun. (Koti & Mökki -työkirja)

Liiketoimintasuunnitelman aluksi on hyvä antaa kuvaus yritystoiminnasta. Kuvauksesta tulee käydä ilmi, kuka yrityksen perustaa (nimet), milloin yritys perustetaan (ajankohta), ja mitä perustetaan (yrityksen nimi ja muoto)? Kuvauksessa on myös oltava liikeidean lyhyt ja selkeä kuvaus sekä tavoitteet ja päämäärät. (Yrityksen perustajan opas 2011, 14.)

4.1.1 Yritysmuodot

Yritysmuotoa kannattaa harkita huolellisesti, koska se vaikuttaa esim. yrityksessä mukana olevien henkilöiden taloudellisiin vastuisiin, päätöksentekoon osallistumiseen, verotukseen ja yrityksen lopettamistapaan (Meretniemi & Ylönen 2008, 40–41). Kannattaa huomioida myös osallistuvien elämäntilanne sekä taloudelliset resurssit. Ensimmäisenä päätetään perustetaanko henkilö- vai pääomayritys. Henkilöyrityksiä ovat toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. Osakeyhtiö ja osuuskunta ovat pääomayrityksiä.

Toiminimen omistajan vastuu yrityksen velvoitteista on rajaton, eli hän vastaa toiminnasta koko omaisuudellaan. Yrityksen omaisuutta ja tuloja käsitellään toiminimen omistajan tuloina. Tulot lisätään yrittäjän muihin tuloihin, eikä niitä voi hajauttaa maksamalla palkkaa itselle tai puolisolle. Pääomatuloista menee 28 %:n vero, ja ansiotuloa verotetaan progressiivisen tuloverotaulukon mukaan, joten verorasituksen kannalta on ratkaisevaa katsotaanko saatava tulo ansio- vai pääomatuloksi. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 5.)

Avoin yhtiö on käyttökelpoinen erityisesti pienissä ja keskisuurissa yrityksissä, joissa on vähän yhtiömiehiä. Avoin yhtiö on tyypillinen perheyrittäjämuoto, jossa yhteistyökyky on välttämätön edellytys yritystoiminnan onnistumiselle. Kaikilla yhtiömiehillä on henkilökohtainen vastuu yhtiön velvoitteista. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 6.)

Avoimesta yhtiöstä tulee kommandiittiyhtiö, kun sovitaan jonkin yhtiömiehen vastuun rajoittamisesta vain sijoituspanoksen suuruiseksi, tai kun mukaan otetaan sijoittajaksi äänetön yhtiömies. Yhtiömiehet eli osakkaat vastaavat henkilökohtaisesti omalla omaisuudellaan yhtiön veloista ja muista velvoitteista. Avoimesta ja kommandiittiyhtiöstä voidaan maksaa palkkaa yhtiömiehille ja nostaa rahaa yksityisottoina. (Meretniemi & Ylönen 2008, 44–45.)

Osakeyhtiö on paras yhtiömuoto, kun tarvitaan runsaasti pääomaa ja perustajia on useita. Osakeyhtiön voi perustaa myös yksin. Osakkaat ovat vastuussa vain sijoitetusta rahamäärästä, ja osakkaat voivat olla pelkästään sijoittajia, jolloin he eivät osallistu yrityksen toimintaan paitsi olemalla mukana yhtiökokouksissa. Osakeyhtiöllä on oltava hallitus, pienelle yritykselle riittää yksi hallituksen jäsen ja yksi varajäsen. Toimitusjohtaja on valittava, mikäli osakepääoma ylittää 80 000 €. Osakkeen omistajat voivat saada yhtiöstä rahaa joko palkkana, osinkotuloina tai lainana. Yksityisen osakeyhtiön osakepääoma on vähintään 2500 €, johon voidaan lukea myös esim. koneita ja laitteita. (Meretniemi & Ylönen 2008, 50–52.)

Osinkoja jaettaessa niiden verokohtelu riippuu siitä, jaetaanko osinkona enemmän vai vähemmän kuin 9 %:n tuotto laskettuna osakkeen matemaattiselle arvolle. Jos jaetaan vähemmän kuin 9 %, osinko on 90 000 euroon asti verovapaata tuloa, ja 90 000 euron ylittävältä osalta 70 % on pääomatuloa (veroprosentti 28 %) ja 30 % verovapaata tuloa. Jos osinkoa jaetaan enemmän kuin 9 %, ylittävältä osasta verotetaan 70 % ansiotulona henkilökohtaisen veroprosentin mukaisesti ja 30 % verovapaana tulona. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 7.)

Esimerkkikohde harjoittaa metsätaloutta, ja sillä on Y-tunnus. Mahdolliset vuokratulot ovat pääomatuloa, joiden veroprosentti tällä hetkellä on 28 %.

Toiminimeä ei käytännössä kannata perustaa, koska oikeuskäytännössä laajamittaisakaan itsenäistä vuokraustoimintaa ei ole pidetty elinkeinotoimintana (KHO 1988 B 508). Henkilöyhtiön (avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö) perustaminen ei myöskään muuttaisi tilannetta, koska yhtiön omistamista kiinteistöistä saadut vuokratulot katsotaan yhtiömiesten henkilökohtaiseksi tuloksi (pääomatuloksi). Kun esimerkkitapauksessa tarvitaan runsaasti pääomaa, on osakeyhtiö suositeltavin yritysmuoto. Muihin yritysmuotoihin verrattuna osakeyhtiössä on etuna myös se, että osakas voi itse päättää, kuinka paljon yritystoiminnan tuloa hän nostaa itselleen verotettavaksi. Toisaalta osakeyhtiön pyörittämisestä tulee melkoisesti lisätöitä ja jonkin verran kuluja.

4.1.2 Yritystoiminnan aloittaminen

Yrittäjäksi ryhtyminen vaatii henkilöltä tiettyjä ominaispiirteitä ja riittäviä henkilökohtaisia ominaisuuksia, joita kaikilla ei ole. Ennen kaikkea yrittäjällä on oltava riittävästi pääomaa taloudellisten resurssien varmistamiseksi. Menestyvällä yrittäjällä on myös riittävästi osaamista yrityksen toiminta-ajatuksen toteuttamisesta sekä markkinointi-, talous- ja rahoitusasioista. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Marary 2008,4.)

Ihmisen yrittäjämäistä asennetta kutsutaan sisäiseksi yrittäjyydeksi. Sisäiseen yrittäjyyteen voidaan laskea kuuluvaksi omatoimisuus, aktiivisuus, sitoutuminen, itseohjautuvuus, elämänikäinen oppiminen, sopeutumiskyky, hyvä työn hallinta, erilaiset taidot ja valmiudet, mielekäs työ, hyvä työviihtyvyys, tuloksellisuus ja tavoitteellinen liiketoiminta, vastuu, rohkeus ja uskallus, päämäärätietoisuus jne. Yritteliäällä ihmisellä on tarve suoriutua itsenäisesti ja oma-aloitteisesti tehtävistään. Hänellä on myös vahva itsetunto ja luottamus siihen, että hän selviää töissään. Yrittäjyys liittyy myös uuteen ryhtymiseen, aloitteellisuuteen, riippumattomuuteen ja uuden luomiseen, innovaatioon. (Luukkanen & Vuorinen 2002, 14.)

Mietittäessä yritystoiminnan aloittamista sen vahvuuksia ja heikkouksia voidaan arvioida myös SWOT-analyysillä. Tämän varsin yleisen analysointimenetelmän

nimi muodostuu sanoista: strenghts = vahvuudet, weaknesses = heikkoudet, opportunities = mahdollisuudet ja threats = uhat. Analyysissa vahvuudet ja heikkoudet ovat yleensä yrityksen sisäisiä tekijöitä, ja mahdollisuudet ja uhat ovat ulkopuolisia, tulevaisuudessa mahdollisesti tapahtuvia tekijöitä. Analyysia tehtäessä realistisuus on tärkeää. (Meretniemi & Ylönen 2008, 34.)

Riskien hallinnan lähtökohta on riskien tunnistaminen ja analysointi. Pesosen ym. mukaan on olemassa henkilöstöriskejä, taloudellisia riskejä, toiminnallisia riskejä, toimintaedellytyksiin liittyviä riskejä, sidosryhmiin liittyviä riskejä sekä omaisuus- ja keskeytysriskejä.

Henkilöstöriskejä ovat mm. yrittäjän työkyky, oman talouden turvaaminen, osaaminen ja onnettomuudet. Talousriskit liittyvät kannattavuuteen, maksuvalmiuteen ja vakavaraisuuteen. Toiminnan organisoinnin riskejä ovat mm. toiminnan kehittämiseen, avainasiakkaisiin ja alihankkijoihin sekä sopimus- ja vastuuasioihin liittyvät riskit. Toiminnan riskejä voi vähentää seuraamalla kilpailijoiden toimintaa ja seuraamalla matkailutrendejä. Toimintaedellytyksiin liittyviä riskejä voivat olla mm. koneet ja laitteet, alihankinnat, ympäristö, toimitilat ja tuotteiden laatu. Sidoryhmien (asiakkaiden, rahoittajien, alihankkijoiden, viranomaisten ja matkailuorganisaatioiden) häiriöt verkostossa voivat keskeyttää liiketoiminnan. Omaisuusriskejä ovat esim. tulipalo, vuotovahingot, tietovuodot, varkaudet ja ilkivalta. (Pesonen ym. 2006, 74–78.)

Esimerkkikohteen riskejä on kartoitettu liiketoimintasuunnitelman yhteydessä. Suurimpana riskinä voidaan pitää sitä, että loma-asuntoja ei saada vuokrattua riittävän moneksi kuukaudeksi, ja vuokrauksesta aiheutuneita kuluja ei voida kattaa.

Oman yritystoiminnan tuotteen ja palvelun kehittämiseksi liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä olla kohta, jossa käydään läpi tuotteen nykytila, kehittäminen ja tavoitteet. Voidaan myös pohtia kilpailijoiden strategioita ja kehittämisen tarvetta sekä tuotteen kehittämiseen suunniteltua budjettia. (Yrityksen perustajan opas 2011, 15.)

4.2 Rahoitus ja kannattavuus

Aloittavan yrittäjän tulisi laskea, paljonko tarvitaan alkupääomaa ja käyttöpääomaa. Kulujen selvityksen jälkeen voi ryhtyä suunnittelemaan rahoituksen hankkimista. Investointilaskelman avulla voi suunnitella yrityksen rahan tarvetta ja rahoitusta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 36, 78).

Mökinvuokraustoimintaa suunniteltaessa suurin investointi on itse mökki, olettaen että on maanomistaja. On hyvä muistaa, että investointipäätös on kertaluontoinen. Merkittävää investointia tehtäessä tulevaisuus on aina ennustamista. Investoinnin valintakriteerit ovat arvostus- ja näkemyskysymyksiä, ja niihin liittyy paljon muuttuvia tekijöitä. Investoinnin rahoituksessa rahan lähteen ja rahan käytön pitää luonteeltaan vastata toisiaan. Kun ryhdytään pitkävaikutteiseen hankkeeseen, tulee se myös rahoittaa pitkäaikaisella rahoituksella. Pitkäaikaisia rahoitusvälineitä ovat oma pääoma eli osakepääoman korottaminen ja pääomalaina omistajilta tai pitkäaikainen laina. (ProAgria Yritys 2011).

ProAgrian investoinnin laskentaoppaan mukaan investointilaskelmat edellyttävät huolellista kulujen ja tuottojen arviointia. Investointibudjettiin kannattaa lisätä 20 % ylimääräistä. Kaikkia investoinnin tekemiseen liittyviä asioita ei voi mitata mitareilla tai arvioida numeroilla. Numeroin voidaan arvioida hankkeen kokonaiskustannukset eli perusinvestointi, vuosittain syntyvät tuotot, vuosittain syntyvät kulut, laskentakorkokanta, investoinnin vaikutus eli pitoaika sekä investointikohteen jäännösarvo (ProAgria Yritys 2011).

Niittylänrantaan vaaditaan huomattavia investointeja toiminnan aloittamiseksi. Suurimman investoinnin eli loma-asunnon kustannuksiin vaikuttaa huomattavasti loma-asunnon koko. Liiketoimintasuunnitelman laskelmissa on laskettu kahden erikokoisen loma-asunnon kustannusarviot. On hyvä muistaa, että rakennettavaa loma-asuntoa voidaan käyttää myös itse, tai se voidaan myydä.

Yritystoiminnassa mahdollisimman suurella oman pääoman osuudella on tärkeä merkitys. Mitä suurempi oman pääoman määrä on, sitä helpommin löytää myös ulkopuolista rahoitusta eli vierasta pääomaa. Toisin kuin vierasta pääomaa, omaa

pääomaa ei tarvitse lyhentää, eikä siitä makseta korkoja. Kaikki mahdolliset omarahoituksen lähteet on hyvä pyrkiä etsimään. Arvioiden mukaan yrittäjän oman sijoituksen tulisi olla vähintään 20 % koko pääoman tarpeesta. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 8–9). Kohteen ensimmäistä mökkiä rahoitettaessa oman pääoman osuus on noin puolet arvioiduista kokonaiskustannuksista.

Vieraan pääoman pääasiallinen rahoitus tulee yleensä pankeilta. Pankkilainoihin vaaditaan lähes poikkeuksetta vakuudet, jotka voivat olla takauksia tai reaaliomaisuutta. Ilman vakuuksia lainan korko nousee. Pankit vaativat hyvin perusteltua liiketoimintasuunnitelmaa laskelmineen, ja yrittäjän oman talouden tulee olla kunnossa. Yleisin laina-aika on 1–5 vuotta, mutta pidempiäkin lainoja voi saada. Pk-yritystoimintaan voi saada lainaa myös valtion erityisrahoitusyhtiö Finnveralta, joka rahoittaa tuotantotoiminnan lisäksi myös matkailualaa. Majoitus- ja ravitsemisalalle voidaan myöntää myös pienlainoja, investointi- ja käyttöpääomalainaa, kehittämislainaa sekä yrittäjälainaa. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 9; Meretniemi & Ylönen 2008, 78–80.)

Pienlaina on tarkoitettu enintään viisi henkilöä työllistävän yrityksen toiminnan rahoittamiseen. Pienlainaa voi saada 3 500–35 000 euroa. Lainajan pituus on viisi vuotta, eikä lainaa tarvitse lyhentää ensimmäisenä vuotena. Investointi- ja käyttöpääomalainat on tarkoitettu investointien ja käyttöpääoman rahoittamiseen. Kehittämislaina on tarkoitettu yrityksen kehitysprojektin rahoittamiseen. Yrittäjälaina on henkilökohtainen laina. Se on tarkoitettu uuden yrityksen perustamiseen, jo toiminnassa olevan yrityksen osakkeiden ostamiseen tai osakepääoman korottamiseen. Sen määrä on 8 400–85 000 euroa. Laina-aika on enintään 10 vuotta, joista viisi ensimmäistä ovat lyhennysvapaita. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 9; Meretniemi & Ylönen 2008, 81.)

Tukia omalle yritystoiminnalle voi hakea TE-keskuksista eli Työvoima- ja elinkeinokeskuksista (nykyään ELY-keskus, Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus). Matkailualan ja palveluyritysten investointeihin voidaan myöntää investointitukea 10–30 % käyttömaisyksien menoista. Kehittämistukea voi saada mm. tuotteiden kehittämiseen 35–45% aiheutuneista menoista. TE-keskusten maaseutu-

osastot voivat myöntää kehittämisavustusta mm. matkailu- ja vapaa-ajan palvelujen kehittämiseen. Työttömälle työnhakijalle voidaan myöntää starttirahaa yritystoiminnan aloittamiseksi. Tuki on 430–770 euroa kuukaudessa, ja sitä myönnetään keskimäärin kuudeksi kuukaudeksi. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 10–11.)

ELY-keskuksen linjauksena mökkivuokrauksen tukien myöntämisessä on, että maaseutumatkailun mökki-investointeja tuetaan, kun yrityksen koko investoinnin jälkeen on vähintään kaksi talviasuttavaa viikkovuokrauksessa olevaa mökkiä (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2010).

Tukia voivat myöntää myös Leader-toimintaryhmät (Leader 2011), joiden tarkoitus on maaseudun kehittäminen ja uusien työpaikkojen ja yritysten synnyttäminen asukkaiden paikallisella ja aktiivisella toiminnalla. Mikroyritykset voivat hakea Leader-toimintaryhmien kautta käynnistystukea, investointitukea ja kehittämistukea. Leader toimintaryhmät saavat rahoitusta toiminnalleen Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Rahoitus koostuu Euroopan Unionin, Suomen Valtion ja toimialueen kuntien osuuksista.

Esimerkkikohteen ensimmäiseen mökkiin otetaan puolet pankkilainaa. ELY-keskusten tuet ja yrityksen perustamisen tuet ovat ajankohtaisia vasta toisen mökin rahoitusta suunniteltaessa.

Aloittavan yrityksen täytyy tehdä kannattavuuslaskelma, jolla selvitetään kaikki yritystoimintaan kohdistuvat menot. Kannattavuuslaskelman avulla voidaan selvittää rahoitustarvetta. Laskelmassa lähdetään liikkeelle kustannuksista. Yhteenlasketut kustannukset kertovat, kuinka paljon vähintään tarvitaan myyntiä. Yrityksen kannattavuuden seurannan tulee olla jatkuvaa. Tuloslaskelma on käyttökelpoinen pohja kannattavuuslaskelmalle (Pesonen ym. 2006, 56.)

Tuloslaskelman tehtävänä on laskea yrityksen tuotot ja kulut sekä niiden erotuksena toiminnan tulos. Kirjassa Hinnottelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla (Selander & Valli 2007, 53) on esitelty seuraavanlainen sisäisen eli yri-

tyksen omaan käyttöön tarkoitetun tuloslaskelman malli mökinvuokraustoimintaan:

Tuloslaskelma

Myyntituotot

– Alv.

Liikevaihto

– Muuttuvat kustannukset

Myyntikate

– Henkilöstökustannukset

Palkkakate

Kiinteät kustannukset

– Kunnossapito

– Vakuutukset

– Kiinteistövero

– Jätehuolto

– Hallintokulut

– Markkinointi

– Autokulut

– Koulutus ja kehitys

Käyttökate

– Rakennuksen poisto

– Kaluston poisto

– Korkokulut

Tulos (Selander & Valli 2007, 147.)

Liikevaihto on yrityksen verottoman myynnin määrä, josta on vähennetty arvonnalisävero. Muuttuvat kustannukset ovat sellaisia liiketoiminnan kuluja, jotka muuttuvat myynnin määrän muuttuessa. Liikevaihdon ja muuttuvien kustannusten erotusta kutsutaan myyntikatteeksi, joka tarkoittaa käytössä olevaa rahasummaa muiden kuin myynnin määrästä riippuvien kustannusten kattamiseen. Kiinteät kustannukset ovat kustannuksia, joiden määrä ei muutu myyntimäärän muuttuessa.

Käyttökate tarkoittaa tulosta, joka jää jäljelle, kun myyntikatteesta vähennetään kaikki muut varsinaisen liiketoiminnan kulut. Käyttökateen tulee riittää vielä mm. lainojen ja korkojen kattamiseen, jonka jälkeen saadaan tulos. (Pesonen ym. 2006, 57–60.)

Yritystoiminnan kannattavuudessa hinnoittelu on tärkeä tekijä. Selander ja Valli (2007, 68) esittelevät kolme lähtökohtaa hinnoittelulle. Ensimmäinen on perinteinen hinnoittelu eli ns. omakustannehinnoittelu, jossa myyntihinnan on katettava

kaikki tuotteen valmistuksesta aiheutuneet kustannukset. Toisessa eli tulostavoitteeseen perustuvassa hinnoittelussa tuotteiden myyntihintojen on kyettävä kattamaan yritykselle asetettu tulostavoite. Kolmannessa, markkinalähtöisessä hinnoittelussa huomioidaan markkinoiden tilanne. Tuotteen laadusta ja kysynnästä riippuen hinnan voi asettaa huomattavasti korkeammaksi kuin kahdessa aiemmassa hinnoittelulähtökohdassa.

Matkailu- ja ravitsemisalalla asiakkaat ovat hintatietoisia ja vertailevat hintoja paljon. Yritykselle on edullista, jos se pystyy pitämään hinnat samalla tasolla alueen kilpailijoiden kanssa. Hinnoissa on myös hyvä olla pientä jouston varaa, jolloin voi tehdä hintojen muutoksia ilman suurta myynnin ja kannattavuuden menetystä. (Selander & Valli 2007, 69.)

Myyntihinta voidaan laskea kahdella eri tavalla, mitä ennen yrityksen on valittava liikeideaan sopiva hinnoittelupolitiikka. Perinteinen tapa on arvioida tuotteelle sopivalta tuntuva myyntihinta siten, että liikeidea, kilpailijat ja sijainti on huomioitu. Seuraavaksi tarkastetaan kateprosentti. Toisessa tavassa valitaan ensin haluttu kateprosentti alan keskiarvojen tai omien historiatietojen perusteella ja lasketaan sen mukaan myyntihinta. (Selander & Valli 2007, 79.)

Lomamökkien vuokraustoiminnassa mökkien hinnoittelua ja kannattavuutta suunniteltaessa oleellisia tekijöitä ovat mökistä aiheutuneet muuttuvat kustannukset ja rakennuksen poisto (Selander & Valli 2007, 146). Poisto tarkoittaa laskennallista vuosikustannusta kaluston tai rakennuksen hankintahinnasta. Yrityksen tuloverotuksessa hyväksytty enimmäispoisto on mökin osalta 4 % menojäännöspoistona. Kaluston vastaava poisto on 25 %. Sisäisissä laskelmissa voidaan käyttää hyväksytystä poistosta poikkeavaa summaa. Sisäisissä laskelmissa muuttuviin kustannuksiin kannattaa sijoittaa energiakustannukset, koska mökin lämmitys- ja ylläpitokuluja ei synny mökin ollessa tyhjä.

Mökin käyttökäytavoitteeseen vaikuttaa ratkaisevasti, millainen takaisinmaksuaika mökin hankinta- ja rakennuskustannuksille halutaan. Pelkästään vuokratyöhön rakennettu mökki täytyy saada maksettua takaisin kohtuullisessa ajassa (esim. 10–25 vuotta). Mikäli mökki on omassa käytössä, ja sitä vuokrataan vain

satunnaisesti, ei vuokraustoiminnan tarvitse maksaa takaisin koko hankintahintaa. (Selander & Valli 2007, 146.)

Yksi kannattavuuden tärkeimmistä mittareista on sijoitetun pääoman tuotto-prosenti. Se lasketaan kaavalla $100 \times [\text{nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot (12 kk)}] / \text{sijoitettu pääoma}$. Yritykseen sijoitetun pääoman tuoton pitäisi olla vähintään yhtä suuri kuin sen vieraasta pääomasta maksama korko. Pitkällä tähtäyksellä pääomantuoton pitäisi kuitenkin olla selvästi parempi kuin lainakorko, jotta yrityksen toiminta olisi kannattavaa. (Alsola & Lauslahti 2006, 50.)

Sijoitetun pääoman tuoton viitteelliset normiarvot ovat:

Erinomainen	yli 15 %
Hyvä	10–15 %
Tyydyttävä	6–10 %
Välttävä	3–6 %
Heikko	alle 3 %

(Kauppalehti Balance 2011).

Budjetin laatiminen kuuluu aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan. Tavallisesti yrityksessä tehdään kaksi budjettia: rahoitus- ja tulosbudjetti. Budjetteja tehdään yleensä kuukausi- tai vuositasolla. Rahoitusbudjetin tehtävä on varmistaa rahoituksen riittävyys budjettikaudeksi. Rahoitusbudjettiin kerätään kaikki kauden kassaan ja pankkitilille maksetut maksut sekä kassasta ja pankkitililtä maksetut suoritukset. Rahoitusbudjetin tehtävänä on ennakoida ja tehostaa yrityksen rahojen käyttöä. Tulosbudjetti laskee yrityksen tuloksen eli ennakoi kannattavuutta tulevalta budjettikaudelta. Budjettien laatiminen yrityksen aloitusvaiheessa on haastavinta, koska ei ole aiempaa tietoa, johon lukuja voisi verrata. (Selander & Valli 2007, 162, 164.) Budjetin tueksi tarvitaan arvio tuotteiden myyntimäärästä, myyntiarviosta euroissa sekä kysynnän ennusteet. Matkailuyritysten on otettava huomioon kausivaihtelut, jotka voivat olla hyvinkin suuria. (Pesonen ym. 2006, 69.)

4.3 Matkailuyrityksen markkinointi

Markkinointi on yrityksen kokonaisvaltainen ja asiakaslähtöinen tapa ajatella ja toimia. Matkailuyrityksen markkinoinnin suunnittelun vaiheet ovat: perustietojen hankkiminen, tavoitteiden asettaminen, toimenpidevaihtoehtojen kehittäminen ja parhaan vaihtoehdon valinta, yksityiskohtainen toimintaohjeiden laatiminen, toteutus ja seuranta. (Pesonen ym. 2006, 28–29.)

Palvelujen markkinoinnin kilpailukeinoja ovat tuote ja palvelu, paikka ja aika, markkinointiviestintä ja promootio, hinnoittelu ja kustannusten hallinta, palveluprosessit, niiden suunnittelu ja hallinta, tuottavuus ja palvelun laatu, palveluyrityksen henkilöstön ammattitaito, osaaminen, asenne ja suhtautuminen sekä palvelun tuotannon ja kulutuksen fyysinen ympäristö.

Edellä mainittuja markkinoinnin kilpailukeinoja kutsutaan myös nimellä markkinointimix, joka on käyttökelpoinen työväline yritysten operatiivisten markkinointitoimenpiteiden tekemiseen. Kilpailukeinoja yhdistelemällä matkailuyritys pyrkii kilpailemaan muiden toimijoiden kanssa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 11–12.)

Palveluyrityksen markkinointi on kokonaisvaltaista liiketoiminnan johtamista ja liittyy läheisesti matkailuyrityksen liikeideaan. Markkinointi voi tarkoittaa hyvin erilaisia asioita eri tilanteissa, yrityksissä tai hankkeissa. Markkinointi voi olla mainontaa tai se voi painottua joskus enemmän tuotekehitykseen, viestintään tai kampanjointiin. Matkailussa markkinointia on myös myynnin edistäminen, jota tekevät Matkailun Edistämiskeskus MEK, kunnat ja alueorganisaatiot. Markkinoinnin kannattavuus syntyy asiakas ja yhteistyösuhteiden kautta. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 13–14.)

Markkina-analyysi selvittää liiketoiminnan markkinoita, joilla yritys toimii. Se on laadittava uutta yritystoimintaa aloitettaessa, jotta suunnitelmat perustuvat todelliseen tilanteeseen.

Markkina-analyysi pitää sisällään matkailutuotteen nykyisen kysynnän ja tulevaisuuden näkymät. Tulee selvittää, millaisille markkinoille yritys suuntautuu, mil-

laisia toimijoita markkinoilla on, kuinka suuret ovat kokonaismarkkinat, ja erikoistuuko yritys johonkin tiettyyn toimialaan, kohdealueeseen tai kohderyhmään.

Markkinoiden rakennetta hahmotellessa tulee huomioida, missä markkinat sijaitsevat, ja millainen on kohderyhmän tai kohdealueen asiakkaiden rakenne. Ostokäyttäytymistä arvioidaan selvittämällä, miksi asiakkaat ostavat yrityksen tarjoamia tuotteita, mistä matkailupalvelut hankitaan, ja missä vaiheessa tehdään ostopäätös? Kilpailutilannetta selvitetään kilpailevien yrityksiä määrällä ja kuvauksella sekä esitellään merkittävimmät kilpailijat, kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet. (Pesonen ym. 2006, 32–33.)

Niittylänrantaan kaavailtujen kokoisille hyvätasoisille ja järvenrannassa sijaitseville loma-asunnoille on kysyntää etenkin kesäaikaan. Tämä on nähtävissä esim. tarkasteltaessa Lomarenkaan välittämien vastaavanlaisten mökkien varaustilanteita kesäviikkoina. Tulevaisuudessa kysyntä voi kasvaa entisestään, koska luonnon, rauhallisuuden ja hiljaisuuden arvostus on maailmanlaajuisesti leviävä ilmiö. Erikoistumiseen ei liiemmin ole tarvetta, koska uskotaan, että edellä mainitut arvot yhdessä aktiviteettien (golf, kalastus, kanoottiretkeily, hiihto, laskettelu) kanssa ovat hyvä yhdistelmä sellaisenaan. Ulkomaalaisista asiakkaista voidaan palvelua suunnata erityisesti saksalaisille ja huomioida heidän toiveitaan. Kohteen suunnittelussa pyritään ottamaan huomioon perheiden tarpeet.

Asiakkaat tekevät ostopäätöksensä Internetissä heräävien mielikuvien ja aikaisempien kokemustensa perusteella. Kilpailevia yrityksiä on, mutta niistä pyritään erottumaan luomalla asiakkaalle kuva tasokkaasta ja turvallisesta mökkielämyksestä, joka tarjoaa ulkomaalaisille ripauksen eksotiikkaa syrjäisen sijainnin vuoksi. Pyritään myös siihen, että palvelu on kilpailijoita tasokkaampaa ja asiakkaiden toiveet otetaan huomioon.

4.3.1 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelmassa tulee kiinnittää huomiota erityisesti kohderyhmän valintaan ja keskittyä siihen. Myös tuotteiden hinnoittelu ja hinnoitteluperusteet ovat tärkeitä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 114.)

Potentiaalisesta asiakaskunnasta on valittava oma kohderyhmä (Pesonen ym. 2006, 34). Tarjoamalla kaikkea kaikille ei pysty kohdentamaan markkinointia kaikkein potentiaalisimmille asiakkaille. Kohderyhmän rajaamisesta käytetään termiä segmentointi. Segmentoinnin perusteina ovat kuluttajien tarpeet ja ostokäyttäytyminen sekä niihin vaikuttavat tekijät. Matkailuyritykset kohtaavat asiakkaita, joilla on erilaisia tarpeita. Segmentointiperusteilla on erilaisia vaihtoehtoja toteuttaa omia tavoitteita.

Segmentoimattomassa markkinoinnissa markkinoiden lohkomisen antamia mahdollisuuksia ei hyödynnetä, vaan samaa matkailupalvelua tarjotaan kaikille potentiaalisille asiakkaille. Segmentoimaton markkinointi on tavallista pienten matkailuyritysten ja erityisesti maatilamatkailuyritysten keskuudessa. Segmentoidussa markkinoinnissa markkinat on ryhmitelty ja tuotetaan erilaisia palveluvaihtoehtoja eri segmenteille. Matkailupalveluja erilaistetaan ja asiakkaita lähestytään eri argumentein. (Albanese & Boedeker 2002, 134–135.)

Keskitettyssä markkinoinnissa kaikki matkailumarkkinointi kohdennetaan yhteen segmenttiin, koska uskotaan, että ollaan vahvoja juuri sillä segmentillä. Asiakaslähtöisesti räätälöidyssä markkinoinnissa segmentit jakautuvat yhä pienempiin lohkoihin, jotta asiakkaiden yksilöllisiä tarpeita voidaan kohdata paremmin. (Albanese & Boedeker 2002, 134–135.)

Esimerkkikohde Niittylänrannan potentiaalisia kohderyhmiä olisivat kotimaiset ja ulkomaiset perheet, jotka arvostavat luonnon rauhaa ja puhtasvetistä järveä. Aktiiviteeteistä kiinnostuneilla on mahdollisuus kalastukseen ja ravustukseen, golfiin tai hiihtoon ja lasketteluun. Ulkomaalaisista asiakkaista voitaisiin keskittyä erityisesti saksalaisten toiveisiin ja tarpeisiin, koska he ovat jo nyt merkittävä joukko

ulkomaalaisista mökinvuokraajista, ja heidän määrän voidaan olettaa kasvavan tulevaisuudessa Saksaan suunnattujen markkinointikampanjoiden ansiosta.

4.3.2 Tuotteistaminen ja tuotelomake

Peruspalvelupaketilla tarkoitetaan asiakkaalle suunnattuja tuotteita ja palveluja. Paketti koostuu kolmesta kerroksesta, jotka ovat ydinpalvelut, avustavat palvelut ja tukipalvelut. Ydinpalvelu on syy markkinoilla olemiseen, eli majoitusyrityksessä se on yöpyminen. Ydinpalvelua ei voida toteuttaa ilman avustavia palveluja, ja ne ovat välttämättömiä myös palveluprosessin kannalta. Mökin vuokrauksen avustava palvelu on esim. mökin välityspalvelu. Tukipalvelut eivät ole välttämättömiä, vaan niiden tehtävänä on tuoda lisäarvoa asiakkaalle ja lisätä kohteen kiinnostavuutta. Mökin vuokrauksen tukipalveluna voi olla yhteistyö paikallisen kalastusoppaan kanssa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 205–206.)

Menestyvä matkailuyritys kirjassa (Pesonen ym. 2006, 35–36) opastetaan, että matkailuyrityksen markkinoinnin erittäin oleellinen kilpailukeino on se, mitä myydään eli tuote ja palvelu. Majoituspalvelun erilaisia tuoteaihoita ovat esim. kahden hengen mökkimajoitus, neljän hengen mökkimajoitus tai aittamajoitus. Tuotelomake sopii tuotteiden kehittämiseen, ja on samalla muistilista tuotteen sisällöstä.

Tuotelomake pitää sisällään tuotteen nimen ja lyhyen kuvauksen tuotteesta. Tuotteen nimen tulisi ytimekkäästi kuvata tuotetta. Nimi on yleensä ensimmäinen johon asiakkaat törmäävät. Nimen on annettava voimaa tuotteelle, koska se tuottaa tehoa myös markkinointiin. Matkailualalla mielikuvien myyminen on suuressa roolissa. On tärkeää miettiä tuotteen käyttötarkoitus ja asiakkaan ostotarve. Asiakas ei välttämättä vuokraa mökkirakennusta vaan mahdollisuuden esim. rentoutumiseen, kalastukseen ja uintiin.

Markkinat ja asiakkaat esitellään ja pohditaan tarkemmin markkina-analyysia. Ketkä ovat todelliset, juuri tämän tuotteen potentiaaliset asiakkaat? Vaihtelee kysyntä esim. vuodenaikojen mukaan? Kuka perheessä tai yrityksessä päättää

tuotteen hankinnasta? Millaista vastaavien tuotteiden kysyntä on tällä hetkellä, ja miten kysyntä mahdollisesti muuttuu lähitulevaisuudessa? Tulee myös miettiä, miten palvelu tuotetaan. Tuotteen olennaisin osa on sisältö. On kerrottava, mistä tuote koostuu, mitä kaikkea se käsittää, onko tuote saatavissa ympäri vuoden, ja mitkä ovat mahdollisten yhteistyökumppaneiden roolit? (Pesonen ym. 2006, 37–38.)

Koko prosessi on mietittävä ensin asiakkaan näkökulmasta. Mitä asiakas tekee ensin? Miten hän voi ostaa tuotteen? Miten hän on yhteydessä yritykseen? Miten asiakasta palvellaan eri vaiheissa, ja mitä kaikkea hintaan sisältyy? Yksittäisen tuotteen markkinointiviestintä on suunniteltava osana koko markkinointiviestintää. Miten asiakas tavoittaa tuotteen parhaiten, ja miten tuote saadaan asiakkaiden ulottuville? Käytetäänkö markkinointiorganisaatiota? (Pesonen ym. 2006, 38–40.)

Hinnoittelussa otetaan huomioon mm. kohdeasiakkaat, heidän ostokäyttäytymisensä ja tuotteen valmistamisesta aiheutuvat kustannukset. Oikea hinnoittelu varmistaa tuotteen myynnin, kannattavuuden ja mielikuvan. Matkailutuotetta suunniteltaessa kannattaa miettiä, mitä lisäpalveluja tuotteeseen voisi liittää. Majoituksen lisäpalvelu on perinteisesti ollut aamiainen. Majoitukseen liitettävissä lisäpalveluissa voi käyttää luovuutta. Verkostoituminen alueen muiden yritysten kanssa antaa lisäarvoa. Yritykselle on tärkeää sekä vastaanottaa että pyytää palautetta, joten on mietittävä, miten tuotteesta voisi tehdä entistä paremman? (Pesonen ym. 2006, 40–41.)

4.3.3 Markkinointiviestintä

Yrityksen markkinointiviestintäohjelman neljä tärkeintä keinoa ovat mainonta, myynnin edistäminen, pr-toiminta ja henkilökohtainen myyntityö. Mainonta on tietyn yrityksen yleistä ideoiden, tuotteiden ja palveluiden esittelyä. Myynnin edistämisen tarkoitetaan lyhyen tähtäyksen toimenpiteitä, joilla pyritään vilkastuttamaan tuotteen tai palvelun myyntiä. Pr-toiminnalla rakennetaan hyvät suhteet yrityksen sidosryhmiin mm. luomalla positiivista yrityskuvaa. Henkilökohtainen

myyntityö on suullista kommunikaatiota yhden tai useamman mahdollisen asiakkaan kanssa myyntitarkoituksessa. (Kotler ym. 1999, 489–490.)

Markkinointiviestinnällä kerrotaan asiakkaille yrityksen tuotteista, palveluista ja olemassaolosta. Viestinnän on oltava kohderyhmän mukaan uskottavaa ja luontevaa. Tarjonnasta viestitään niitä asioita, joista kohderyhmä on kiinnostunut. Viestinnässä kannattaa myös miettiä millaisiin tunnevaikutuksiin halutaan pyrkiä. (Pesonen ym. 2006, 50.) Matkailupalveluja ostettaessa matkailija hakee tyydytystä emotionaalisiin ja tunneperäisiin sekä persoonallisuuteensa liittyviin tarpeisiin. Tällaisiin tarpeisiin voidaan viestinnässä vedota suunnittelemalla ja luomalla mielikuvia, jotka herättävät ja vastaavat viestin vastaanottajassa edellä mainittuja tarpeita. (Albanese & Boedeker 2002, 179–180.)

Luonto, järvi, puhtaus, hiljaisuus, rentous ja rauha ovat sanoja joilla esimerkiksi kohde Niittylänrantaa halutaan markkinoida. Kalastus, ravustus, golf ja laskettelu mielletään myös rennoiksi ja rauhallisiksi harrastuksiksi, joten niiden esiin nostaminen tukee hyvin markkinointiviestintää.

4.3.4 Markkinointi- ja jakelukanavat

Matkailuyrityksen markkinointi- ja jakelukanavia ovat mm. oma markkinointi, välittäjien markkinointi, matkailuorganisaatioiden tekemä markkinointi, matkatoimistojen markkinointi, yrittäjien yhteistyömarkkinointi sekä alueorganisaatioiden markkinointi (Pesonen ym. 2006, 45–46).

Uusia asiakkaita ja markkinoita haettaessa markkinointikanavat ovat matkailuyritykselle välttämättömiä. Matkailuorganisaatioiden tekemän laajan yleismarkkinoinnin ansiosta pienten yritysten on helpompi saada tuotteensa esille kaukana sijaitseville markkinoille. Matkailuorganisaatiot voivat olla paikallisia, matkailukeskuksia, maakunta- tai suuralueorganisaatioita. (Boxberg ym. 2000, 68–74.)

Maaseutumatkailu- ja mökkiyrityksille suoramyynä on merkittävä jakelutie asiakkaiden saavuttamiseksi. Suurella osalla yrityksistä on kanta-asiakkaita, sekä kotimaisia että ulkomaisia. He saapuvat vuodesta toiseen samaan aikaan ja tekevät

varauksen vuotta aikaisemmin. Yhteistyö alueen muiden matkailuyrittäjien kanssa edesauttaa tuotteen markkinointia ja alentaa markkinointikuluja, kun kustannuksia voi jakaa. (Boxberg ym. 2000, 134.)

On helppoa arvioida, että tulevaisuudessa sähköisen markkinoinnin ja Internet-markkinoinnin osuus tulee kasvamaan entisestään. Internetin avulla matkailuyritys voi markkinoida tuotteitaan kustannustehokkaasti ja kohdennetusti oikealle kohderyhmälle oikeaan aikaan. Asiakas voi varata ja maksaa majoittumisensa tai muun palvelun jo ennen sen käyttöä. Matkailun toimiala hyötyy Internet-markkinoinnista kaikkein eniten. (Kauppinen 2011.) Lomamökkien vuokrauksessa yleisimpiä markkinointitapoja ovat omat Internet-sivut tai liittyminen välittäjän palveluun, joka hoitaa markkinoinnin. Varaukset hoidetaan sähköisellä varausjärjestelmällä, joka on asiakkaan käytettävissä vuorokauden ympäri.

Alueellisen Visit Tampere -matkailutoimiston VisitTampere.fi on Tampereen seudun ja lähialueiden matkailuportaali, johon Pirkanmaan matkailuyrittäjät voivat syöttää yrityksensä tiedot tuotekortille. Sivustolta löytyy paljon tietoa Tampereen ja lähialueiden aktiviteeteista, nähtävyyksistä ja majoitustarjonnasta. Pälkäneen matkailusta huolehtii Pälkäneen kunta, jonka kotisivuilla myös matkailuyrittäjät näkyvät. Pälkäneen kunta tekee yhteistyötä Visit Tampereen kanssa. (Visit-Tampere 2011; Pälkäneen kunta, 2011)

Niittylänrannan markkinointi tapahtuisi kokonaan Internetissä ja puskaradion kautta. Markkinointia tehdään yhteistyössä välityspalvelun kanssa ja perustetaan omat ilmaiset kotisivut. Linkitytään myös alue- ja matkailuorganisaatioiden sivuille, kuten Pälkäneen matkailu ja VisitTampere.fi. On pidettävä huolta, että sekä välittäjän että omilta sivuilta löytyy runsaasti edustavia kuvia kohteesta ja siihen liittyvistä aktiviteeteista. Yhteistyötä tehdään tarvittaessa läheisen golfkentän ja Sappeen hiihtokeskuksen kanssa.

4.4 Matkailun lait

4.4.1 Lainsäädäntö ja viranomaiset

Matkailuyrityksen perustamiseen liittyy monia lakeja, joista yrittäjän on oltava ajan tasalla. Seuraavat lait ovat esitelty Ulla Huovisen teoksessa Matkailun lainsäädäntö ja pohjautuvat Suomen lainsäädäntöön (Finlex).

Yritystoimintaa säätelevä yleislaki on laki elinkeinon harjoittamisen oikeudesta (122/1919). Elinkeinoon harjoittamiseen liittyviä yleislakeja ovat mm. kaupparekisterilaki (129/1979), toiminimilaki (128/1979), kirjanpitolaki (1336/1997) ja tilintarkastuslaki (936/1994).

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta (308/2006) säätelee majoitustoimintaa ja ravitsemistoimintaa. Ennen majoitus- tai ravitsemisliikkeen toiminnan aloittamista elinkeinonharjoittajan on tehtävä perusilmoitus kaupparekisteriin ja aloittamisilmoitus verottajalle sekä työnantajan perusilmoitus, mikäli palveluksessa on vähintään kaksi työntekijää vuoden ajan. Lisäksi on tehtävä sijaintipaikan poliisille ilmoitus, jossa ilmoitetaan toiminimi, osoite, puhelinnumero, asiakaspaikkamäärä, aloitusajankohta ja mahdollinen anniskelulupa. Poliisi välittää tiedot terveydensuojeluviranomaisille sekä palo- ja pelastusviranomaisille. (Huovinen 2002, 12–13; Finlex 2011.)

Yöpyvästä asiakkaasta on täytettävä matkustajakortti, jonka matkustaja allekirjoittaa. Majoitusliikkeen harjoittajan tulee säilyttää korttia vähintään vuosi, ja vain poliisilla on oikeus kortin tietoihin. Ulkomaalaisten asiakkaiden matkustajakortit on toimitettava poliisille saapumispäivää seuraavana päivänä, ellei poliisi toisin myönnä. Lisäksi muista kuin pohjoismaisista asiakkaista on tehtävä myös lähtöilmoitus seuraavana päivänä. (Huovinen 2002, 15; Finlex 2010.)

Kuluttajansuojalaki (38/1978) suojelee kuluttajaa heikompana osapuolena elinkeinonharjoittajan epäasiallisilta myynti- ja markkinointikeinoilta. Kuluttajansuojalaki on yleislaki, jonka matkailualaa koskevia erityislakeja ovat mm. val-

mismatkalaki (1079/1994) ja laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta (75/2004.) (Huovinen 2002, 43; Finlex 2011.)

Mökinvuokrauksen suurin välittäjä Lomarengas Oy soveltaa vuokraukseen omia varausehtojaan. Varausehtojen mukaan asiakkaan varaus vahvistetaan ennakkomaksun tai koko vuokrasumman suorittamisella. Koko vuokrasumma pitää maksaa viimeistään kuusi viikkoa ennen loman alkua. Jos loppusuoritusta ei makseta eräpäivään mennessä, katsotaan varaus peruuntuneeksi ja maksettua ennakkomaksua ei palauteta. (Huovinen 2002, 92.)

Matkailutuotteen markkinointi perustuu vahvasti mielikuvilla markkinointiin. Kuluttajansuojalaki suojaa kuluttajaa epäasialliselta markkinoinnilta, joten markkinointilainsäädäntö on syytä tuntea (Huovinen 2002, 94–104). Markkinointiin liittyen kuluttajansuojalaissa mainitaan mm. hyvän tavan vastainen menettely, totuudenvastaisuus ja harhaanjohtaminen, hinnat ja alennukset, kylkiäiset ja yhdistetyt tarjoukset sekä vertaileva mainonta.

Ympäristönsuojelu perustuu viranomaisten ennakkovalvontaan, joka hoidetaan vaatimalla yritykseltä erilaisia lupia ennen toiminnan aloittamista (Huovinen 2002, 128–137; Finlex 2011). Ympäristönsuojeluun liittyviä lupia ovat kaavoitus perustuen maankäyttö, ja rakennuslakiin (895/1999), ympäristönsuojelulainsäädäntö (86/2000), jätehuoltolaki (1072/1993), jokamiehen oikeudet: liikkuminen luonnossa ja vesialueilla, luonnontuotteiden ottaminen, metsästys ja kalastus sekä maastoliikennelaki (1710/1995).

Mökkikirjan (2005, 9) mukaan uudisrakennuskohteissa kannattaa ottaa yhteyttä kunnan rakennusvalvontavirastoon. Vanhan ja yksityiskäytössä olevan mökin ottaminen vuokrauskäyttöön ei yleensä edellytä rakennuslupaa. Vanhojen mökkien jätevesijärjestelyiden uusiminen ja wc:t edellyttävät viranomaisten lupaa.

4.4.2 Verotus ja vakuutukset

Yrittäjien ja yritysten on ilmoitauduttava ennakkoperintärekisteriin ja maksettava ennakkoveroa, jotta asiakas ei olisi ennakonpidätysvelvollinen. Rekisteriin merkitään elinkeinon- ja maatalouden harjoittaja ja muu tulonhankkimistoimintaa harjoittava henkilö. (Meretniemi & Ylönen 2008, 64–65.)

Majoitustoimintaan ja mökinvuokraukseen kuuluvia verovelvoitteita ovat tulovero, kiinteistövero ja arvonlisävero. Tuloverot verotetaan yritysmuodon ja yrittäjän muun toiminnan mukaan. (Mökkikirja 2005, 9.) Kiinteistövero on kiinteistön arvon perusteella kunnalle vuosittain maksettava vero, jonka suorittaa kiinteistön omistaja. Kunnat päättävät kiinteistöveroprosentit vuosittain. Kesämökkien veroprosentit liikkuvat 0,6–1,35 rajoissa. (Verohallinto 2011a.)

Arvonlisäverotus koskee vain elinkeinotoimintana harjoitettavaa majoitustoimintaa. Yksityishenkilön harjoittama kesämökinvuokraus on verotonta. Majoitustoiminnan arvonlisäverollisuus on kuitenkin tulkinnallista. Verohallituksen mukaan on otettava huomioon toiminnan luonne, laajuus sekä asumisaika. Loma-asuntojen vuokraus voidaan katsoa arvonlisäverolliseksi, mikäli verovelvollisella on lyhytaikaisessa vuokrauskäytössä jatkuvasti vähintään kaksi loma-asuntoa. Veroton majoitustoiminta voidaan myös katsoa verolliseksi, mikäli on todennäköistä, että toiminta tulee laajenemaan lähivuosina elinkeinotoimintana tapahtuvaksi majoitustoiminnaksi. (Verohallinto 2011b.) Arvonlisäverotuksessa verolliseksi katsottava loma-mökkien vuokraustoiminta katsotaan tuloverotuksessa joko elinkeinotoiminnaksi tai liitännäiselinkeinoksi, mikäli samassa yhteydessä harjoitetaan maa- tai metsätaloutta (Verohallinto 2011b). Liitännäiselinkeinoa ei veroteta omana yrityksenä.

8 500 euron vuotuisen liikevaihdon alle jäävien yritysten ei tarvitse rekisteröityä tai maksaa arvonlisäveroa. Jos raja kuitenkin ylittyy, täytyy yrittäjän rekisteröityä, maksaa koko tilikauden myynnin verot ja lisäksi veronlisäys maksujen myöhästyisestä. Majoitustoiminnan arvonlisäverokanta on 9 %. (Meretniemi & Ylönen 2008, 62; Yritys-Suomi 2011.)

Esimerkkikohteen toiminta on siis arvonlisäverotonta niin kauan kuin vuokrataan vain yhtä lomamökkiä. Kun esimerkkikohte on pelkästään metsätalouden harjoittaja, hän ilmoittaa vuokratulot lomakkeella 7 A, ja ne ovat verotonta pääomatuloa. Siinä vaiheessa, kun päätetään toiminnan laajentamisesta, kannattaa vuokraustoiminnasta hakeutua arvonlisäverolliseksi, koska tällöin toimintaan liittyvien kulu- jen osalta saadaan arvonlisävero takaisin. Luonteva vaihe on esimerkiksi se, kun toista mökkiä aletaan rakentaa. Verottaja hyväksynee arvonlisäverovelvollisuuden, kun sille toimitetaan suunnitelma toiminnan laajentamisesta. On huomattava, että vuokratuotoista maksettava alv on tällä hetkellä 9 %, kun taas vuokraustoimintaan liittyvistä hankinnoista voidaan suurimmasta osasta tehdä yleisen verokannan mukainen alv-vähennys, joka on tällä hetkellä 23 %. Arvonlisäverovelvollisuus tuo siis tässä tapauksessa veroetuja.

Yrityksen menoja on mahdollista vähentää verotuksessa. Vähentämiskelpoisia ovat esim. tulonhankkimisesta johtuneet menot, markkinointikulut ja liikkeen perustamismenot. Verovähennykset pienentävät yrittäjän verotettavaa tuloa. Vähennysoikeuteen edellytetään, että menon tarkoitus käy ilmi kirjanpidon tositteesta eli laskusta tai kuitista. (Meretniemi & Ylönen 2008, 60.) Mökinvuokraustoimintaa varten ostetuista palveluista ja tavaroista maksetut arvonlisäverot saa vähentää arvonlisäverotilityksessä (Mökkikirja 2005, 10).

Rakennuksen hankintameno voidaan vähentää vuokratuloista vuotuisin poistoin. Vuotuinen poisto on 4 prosenttia asuin-, toimisto- tai muun vastaavan rakennuksen kuten kesämökin jäljellä olevasta hankintamenosta. (Verohallinto 2011c). Muita vapaa-ajan asunnosta aiheutuvia verotuksessa vähennyskelpoisia kustannuksia ovat hoitovastike, vakuutusmaksut, maksut sähköstä ja kaasusta, vesimaksu, mahdollisten kiinteistöhoitopalveluiden käyttö, osa korjauskuluista, kalustohankinnat ja tulonhankkimislainan korot. Myös kiinteistöveron saa vähentää vuokratuloista verotuksessa. (Huovinen 2011)

Mökinvuokraukseen kohdistuvien menojen vähentäminen voi edellyttää, että mökkiä tarjotaan aktiivisesti vuokralle koko vuoden ajan (Verohallinto 2011d). Mikäli mökki on osan vuodesta sekä yksityiskäytössä, vuokrauskäytössä että tyhjiillään, on vuokrauspyrkimyksistä kyettävä esittämään riittävä näyttö. Riittävä

näyttö voi olla esimerkiksi sopimus vuokralle välittäjän kanssa. Tällöin vähennyskelpoisia ovat sekä vuokrauskäytön että tyhjilläänoloajan kulut. Mikäli vuokrauskäytöstä ei pystytä esittämään riittävää näyttöä, katsotaan että vähennyskelpoisia kuluja ovat vain vuokrauskäytön ajalta syntyneet kulut. (Huovinen 2011)

Mahdollinen yrityksen perustaminen esimerkkitilanteeseen tulee ajankohtaiseksi myös siinä vaiheessa, kun on päätetty toiminnan laajentamisesta. Siten toimintaan liittyvien kustannusten vähentäminen verotuksessa tulisi varmimmin hoidetuksi, ja voidaan hakea mm. edellä esitettyjä tukia omalle yritystoiminnalle. On kuitenkin mahdollista jatkaa myös ilman yrityksen perustamista, mikäli rahoitus järjestyy. Vuokraustoimintaan liittyvät kulut voi joka tapauksessa vähentää. Arvonlisäverovelvolliseksi kannattaa kuitenkin hakeutua, vaikkei yritystä tässä vaiheessa perustettaisikaan.

On todennäköistä, että esimerkkitilanteeseen tulee olemaan sekä vuokrauskäytössä, yksityiskäytössä että tyhjillään. Varmin osoitus mökin aktiivisesta, ympärivuotisesta vuokralle tarjoamisesta on sopimus välittäjän kanssa. Kulut, joita ei voida liittää selvästi pelkästään vuokraamiseen tai yksityiskäyttöön, ovat siis suurimmalta osin vähennyskelpoisia, koska yksityiskäytön osuus on melko pieni.

Yrittäjällä on velvollisuus järjestää työntekijöilleen vakuutusturvaa (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2008, 26). Lakisääteisiä vakuutuksia ovat työntekijän eläkevakuutus, yrittäjän eläkevakuutus, lakisääteinen tapaturmavakuutus työttömyysvakuutusmaksu ja työntekijöiden ryhmähenkivakuutus. Mökinomistajan ohjekirjan mukaan (Mökkivuokraus 2005, 10.) mökkien vuokraustoiminnassa aiheellisia vakuutuksia ovat kiinteistön vakuutukset tai täysarvovakuutus (palo-, murto-, ilkivalta-, vuoto-, luonnonilmiö- ja rikkoutumisvahingot), toiminnan vastuuvakuutukset (esim. lomailijoiden tapaturmavahingot lomamökistä johtuvasta syystä), oikeusturvavakuutus (esim. asianajokulut) ja keskeytysvakuutukset.

5 CASE NIITTYLÄNRANTA -PROSESSIN KUVAUS

5.1 Suunnittelu ja toteutus

Opinnäytetyöprosessi sai alkunsa helmikuussa 2011, jolloin toimeksiantaja ehdotti aiheita. Aihe vaikutti mielenkiintoiselta, joten laadin siitä opinnäytetyösuunnitelman. Toimeksiantajalla ei ollut aikarajoitusta, mutta alkuperäisen aikatauluni mukaan työn oli tarkoitus olla valmiina syksyllä tai viimeistään Jouluna 2011.

Alusta asti oli selvää, että työ on kaksivaiheinen. Ensin kirjoitetaan tietoperusta, jonka jälkeen laaditaan liiketoimintasuunnitelma. Aineistoihin tutustuminen ja tietoperustan kirjoittaminen alkoi helmikuussa. Huomasin, että loma-asunnon vuokraustoiminta on monia kiinnostava aihe, ja se on herättänyt keskustelua, mutta siitä on tehty suhteellisen vähän vakuuttavia tutkimuksia.

Työn tietoperusta valmistui alustavaan muotoonsa toukokuussa, jolloin oli myös ensimmäinen tapaaminen ohjaajan kanssa. Teimme tietoperustan rakenteeseen hieman muutoksia, ja huomasin tarvitsevani enemmän syvyyttä tekstiini ja ns. järeämpiä lähteitä. Kesän tullessa opinnäytetyöprosessi jäi kokonaan tauolle työni ja muiden kiireiden vuoksi.

Elokuun lopussa prosessi jatkui työn lomassa, ja tarkoituksena oli aloittaa opinnäytetyön toinen osa eli liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Tapaamisessa ohjaajani kanssa sovimme, että liiketoimintasuunnitelma muuttuu liiketoimintasuunnitelmaehdotukseksi tai katsaukseksi liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin. Syys-lokakuussa aloitin työn toiminnallisen osuuden laatimisen ja muokkasin samalla työn tietoperustaa lopullisempaan muotoonsa.

Lopulta päädyttiin siihen, että laaditaan katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin. Katsauksen laatimiseen tarvittiin runsaasti tietoa sekä kohteesta että loma-asunnon vuokraukseen liittyvistä yleisistä asioista, kuten kuluista ja markkinoinnista. Case Niittylänrannan suunnittelua vaikeutti se, että kohteessa ei ole valmiita loma-asuntoja vuokraukseen, vaan ne pitää ensin rakentaa. Toisaalta tämä antaa

mahdollisuuden suuntautua johonkin tiettyyn kohderyhmään, ja asiakkaiden tarpeet voidaan huomioida paremmin.

Lokakuun lopussa katsaus oli valmiina laskelmineen. Laskelmat tehtiin Excel-ohjelmalla valmiiden taulukoiden pohjalta. Laskelmien laajuuteen vaikutti kahden erikokoisen mökin huomioon ottaminen ja se, harjoitetaanko toimintaa yksityishenkilönä vai perustetaanko sitä varten osakeyhtiö. Lokakuun lopussa ja marraskuun alussa työtä vielä viimeisteltiin, jotta se olisi valmiina marraskuun seminaaria varten.

5.2 Päätöksien ja valintojen perustelut

Opinnäytetyöprosessi päätettiin aloittaa, koska työn toimeksiantaja oli kiinnostunut mahdollisesta loma-asuntojen vuokraustoiminnan aloittamisesta ranta-asemakaavoitetuilla tonteillaan. Tontteja on kaikkiaan neljä. Katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin päätettiin rajata kahteen loma-asuntoon, koska toimeksiantaja saa jo näiden perusteella käsityksen toiminnan kannattavuudesta ja pystyy helposti kasvattamaan loma-asuntojen määrää laskelmissa. Sen vuoksi laskelman pohjat on laadittu Excel-taulukoihin, joita voi helposti muuntaa.

Toimeksiantaja oli myös kiinnostunut mahdollisesta yrityksen perustamisesta ja yhtiömuodosta. Selvitysten ja keskustelujen jälkeen päätettiin laskelmat tehdä kahdella tavalla: 1. vuokraustoimintaa harjoitetaan yksityisesti ja 2. vuokraustoimintaa harjoitetaan osakeyhtiömuotoisesti.

Toimeksiantaja halusi tietää, miten rakennuksen koko vaikuttaa kannattavuuteen. Tämän vuoksi laskelmiin otettiin maksimirakennusoikeuden kokoisen loma-asunnon lisäksi toinen jonkin verran pienempi vaihtoehto. Neliömääriä muuttelemalla toimeksiantaja pystyy jatkossa hakemaan optimikokoista loma-asuntoa. Toimeksiantaja ei ollut kiinnostunut pienemmistä ja rakennuskustannuksiltaan halvemmista mökeistä, koska yksi mahdollisuus on, että rakennettava loma-asunto jää jossain vaiheessa hänen tai hänen perheensä omaan käyttöön.

Tässä vaiheessa toimeksiantaja ei ole vielä päättänyt, rakennetaanko sauna erikseen vai loma-asunnon yhteyteen. Erillinen sauna saattaisi olla parempi vaihtoehto, koska se voitaisiin rakentaa lähemmäksi rantaa. Toisaalta loma-asunnon yhteydessä oleva sauna tulisi hieman halvemmaksi. Laskelmissa asiaan ei ole otettu kantaa, vaan on käytetty keskimääräisiä neliöhintoja. Katsauksen tuote- ja palveluosiossa on käytetty esimerkkinä huvilaa, jossa sauna on erillistila, mutta se sijaitsee saman katon alla kuin varsinainen loma-asunto.

Toimeksiantajan tarkoituksena on pyrkiä harjoittamaan vuokraustoimintaa ympärivuotisesti. Tämän vuoksi laskelmissa on oletettu, että vuokratuottoja saadaan ensimmäisenä vuonna yhdeksältä kuukaudelta ja toisena vuonna kymmeneltä kuukaudelta. Tavoitteen realistisuudesta on keskusteltu toimeksiantajan kanssa, ja hän tiedostaa tässä olevan riskin. Laskelmista tulee hyvin esiin se, että tämän tasoisten loma-asuntojen vuokraustoiminnasta ei saada kannattavaa, ellei vuokratuottoja saada lähes ympärivuotisesti.

Toimeksiantaja haluaa, että katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin pidetään salaisena. Katsaus sisältää tietoa, jota kilpailijat saattaisivat käyttää hyväkseen, ja toisaalta lopullista päätöstä vuokraustoiminnan aloittamisesta ei ole tehty. Lisäksi toimeksiantaja haluaa suojata yksityisyyttään.

5.3 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteissa ja rajauksessa etsittiin vastausta seuraaviin kysymyksiin: millaista lisäansiota vuokraustoiminnasta voi saada, minkä kokoinen loma-asunto kannattaa rakentaa, ja missä vaiheessa loma-asuntojenvuokraustoiminta muuttuu kannattavaksi liiketoiminnaksi. Työn alatavoitteena oli löytää toimialaan liittyvää tuoretta tietoa.

Esimerkkitapauksessa lisäansioiden saaminen edellyttää suuria investointeja. Tilanne olisi toinen, jos edes yksi loma-asunto olisi jo olemassa. Opinnäytetyön ja siinä esitettyjen laskelmien pohjalta voidaan todeta, että se tuotto mikä saadaan, vaatii paljon työtä ja hyvää suunnittelua. Toiminta sitoo runsaasti pääomaa, mikä

tuo tullessaan paljon riskejä. Kynnys tehdä uusi investointi on melko suuri. Toki kannattaa ottaa huomioon, että loma-asunnolla voi olla käyttöä perheelle tulevaisuudessa, tai se voidaan myös myydä. Yhtä loma-asuntoa vuokraamalla voidaan myös kerätä kokemuksia jatkoa varten, jos toimintaa päätetään laajentaa.

Loma-asunnon huolellinen suunnittelu on avainasemassa. Neliömäärä kannattaa minimoida siten, että turhia neliöitä ei ole, koska jokainen neliö lisää kustannuksia. Huonejärjestelyjen tulisi olla sellaiset, että ne tukisivat vuokraustoimintaa (riittävästi makuuhuoneita jne.). Loma-asunnon malli ja muoto kannattaa suunnitella mahdollisimman yksinkertaisiksi mutta kuitenkin tyylikkääksi. Nykyisin on saatavilla moderneja valmismökkejä, jotka täyttävät nämä kriteerit. Katsauksen tuote- ja palveluosiossa on esimerkkinä tällainen huvila.

Liiketoiminnan muuttuminen kannattavaksi edellyttää, että investointikustannukset pyritään kaikin keinoin minimoimaan tinkimättä kuitenkaan tasosta ja että tuottoja saadaan riittävän pitkältä ajalta, lähes ympärivuotisesti. Investointien suunnittelussa on tärkeää, että tarjoukset pyydetään niin valmismökeistä kuin perinteisin tavoin pitkistä puutavarasta rakennetuista vaihtoehtoista sekä rakennusliikkeiltä että pienemmiltä yrittäjiltä. Oman metsän puiden hyödyntäminen rakennusmateriaalina kannattaa myös selvittää, vaikkakin siinä kustannukset saattavat nousta lähelle valmiin puutavaran tasoa, kun työ kaatamisesta lähtien joudutaan teettämään ulkopuolisilla. Tällöin myös tavaran hankkiminen olisi ajallisesti huomattavasti pitempi prosessi kuin jos se hankittaisiin suoraan puutavaraliikkeen hyllystä.

Loma-asunnon varustus ja kalustus tulee suunnitella siten, että perittävä vuokra voidaan hinnoitella mahdollisimman korkeaksi. Jos viikkovuokralaisia ei koko ajan ole saatavilla, pitää myös viikonloppuja markkinoida tehokkaasti. Niistä saatava vuorokausihinta on huomattavasti korkeampi kuin viikkohinnan mukaan laskeutu keskimääräinen vuorokausihinta. Oheistoimintoja kannattaa tarjota käytettävissä olevien resurssien ja mahdollisuuksien mukaan.

Toimeksiantajaa kiinnosti, minkälaiselle loma-asunnolle olisi markkinoita, ja tarvitseeko hänen perustaa yrityksen toiminnan aloittamiseksi, sekä mitä tukia ja avustuksia hän voi hakea.

Suomen suhteellisen runsaasta mökkikapasiteetista huolimatta tuotetarjonta ei vastaa kansainvälistä kysyntää. Varsinkin venäläisten ja saksalaisten vaatimukseksi on tilavat ja tasokkaat mökit. Myös suomalaiset edellyttävät vuokramökeiltä huomattavasti parempaa varustelutasoa kuin perinteisiltä suomalaisilta mökeiltä. Sen vuoksi kannattaa rakentaa joko 4. tai 5. luokan loma-asunto.

Ei ole oleellista eroa siinä, perustetaanko osakeyhtiö vai harjoitetaanko vuokraus-toimintaa yksityisesti metsätalouden ohessa. Verotuksellisesti yhtiömuotoisesta toiminnasta ei ole muita etuja kuin se, että yhtiöverot ovat tällä hetkellä kaksi prosenttiyksikköä pääomaveron alhaisempi. Yhtiön perustaminen voi olla järkevää, jos sen puitteissa harjoitetaan jotain muutakin toimintaa ja kaikki perheenjäsenet ovat toiminnassa mukana. Myös siinä tapauksessa, että bisnes alkaa pyöriä hyvin, kannattaa perustaa yhtiö.

Tukia ja avustuksia voidaan hakea käytännössä vasta siinä vaiheessa, kun toista loma-asuntoa aletaan rakentaa. Tämä on mm. ELY-keskuksen linjaus. Lainoista voi neuvotella oman pankin lisäksi esim. erityisrahoitusyhtiö Finnveran kanssa, joka myöntää pienlainoja, investointi- ja käyttöpääomalainaa, kehittämislainaa sekä yrittäjälainaa.

5.4 Arviointi

5.4.1 Oma arviointi

Opinnäytetyön päätavoitteena oli laatia realistinen katsaus liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin, missä myös onnistuttiin. Liiketoimintasuunnitelman tärkeimpänä osa-alueena voidaan pitää laskelmia, jotka antavat suuntaa toiminnan kannattavuudesta. Loma-asunnon rakentaminen syö valtavasti pääomaa, ja veisi vuosia,

jotta päästäisiin hyvään tuottoon. Tämäkin edellyttäisi useampaa loma-asuntoa, ja ne tulisi olla vuokrattuna lähes koko vuoden ympäri. Loma-asunnon rakentaminen ei kuitenkaan ole välttämättä huono investointi, jos sille on tulevaisuudessa omaa käyttöä ja vuokrauksella haetaan vain pieniä lisäansioita.

Alatavoitteena oli löytää tuoretta tietoa aiheesta. Opinnäytetyön tietoperusta koostaa yhteen tietopakettin loma-asunnon vuokrauksesta kiinnostuneelle ja osoittaa, että toiminnalle on olemassa markkinat ja kysyntää, kunhan itse tuote ja markkinointi ovat kunnossa. Toisaalta tietoperustasta selviää, että toiminnan aloittaminen vaatii perehtymistä matkailuyrittäjyyteen liittyviin velvoitteisiin ja rahoituksen hankkiminen on suuressa roolissa.

Työn pohjalta toimeksiantaja voi harkita toiminnan aloittamista uudessa valossa, ja päätöksien tekeminen on varmasti helpompaa. Mikäli toiminta päätetään aloittaa, luo valmis liiketoimintasuunnitelmaehdotus sille hyvän pohjan.

Opinnäytetyön tavoitteet on täytetty, ja toimeksiantajaa kiinnostaviin kysymyksiin saatiin vastaukset. Työstä käy ilmi, miten kannattavaa loma-asuntojen vuokraus voisi toimeksiantajalle olla. Toiminnan kustannukset on eroteltu, ja niiden avulla saa realistisen käsityksen rahan tarpeesta. On myös selvitetty, mitä toiminnan tuottavuus edellyttää. Loma-asunnon koon vaikutus toiminnan kannattavuuteen on myös huomioitu. Toimeksiantajalle on myös vastattu yrityksen perustamiseen ja rahoitukseen liittyviin kysymyksiin.

Aikataulullisesti työ eteni melko verkkaisesti. Suurin syy tähän oli kesä, joka katkaisi työnteon muutamaksi kuukaudeksi. Näin ollen työn toiminnallisen osion tekeminen alkoi vasta kesän jälkeen. Alkuperäisen aikataulun ja tavoitteiden mukaisesti työn oli tarkoitus olla valmiina syyskuussa. Ehdoton takaraja oli kuitenkin joulukuu. Kokonaisuudessaan prosessi kesti helmikuusta marraskuuhun eli 10 kuukautta.

Haastavinta opinnäytetyöprosessissa oli saada toimiva runko ja oikea sisältö työhön. Työssä täytyi ottaa huomioon toimiala, matkailutuote, matkailuyrittäjyys ja liiketoimintasuunnitelman sisältö. Laajoista aihealueista pyrittiin tuomaan esiin

oleelliset asiat, ja työn rakennetta muokattiin useaan otteeseen. Haastetta tarjosi myös liiketoimintasuunnitelma, joka muuttuikin katsaukseksi liiketoimintasuunnitelman päälinjoihin. Liiketoimintaa suunniteltaessa on kerrottava mahdollisimman tarkasti ja vakuuttavasti tulevasta toiminnasta. Katsausta laadittaessa täytyi tehdä yhteistyötä toimeksiantajan kanssa, jotta se vastaisi mahdollisimman hyvin hänen toiveitaan. Oli myös haasteellista saada työn tietoperusta ja toiminnallinen osio keskenään tasapainoon, jotta ne tukisivat mahdollisimman hyvin toisiaan.

Itse olen lopulliseen opinnäytetyöhön tyytyväinen ja uskon, että myös toimeksiantaja saa siitä irti sen, mitä halusikin. Jos tekisin jotain toisin, niin käyttäisin aikani tehokkaammin ja aloittaisin toiminnallisen osion kirjoittamisen aikaisemmin. Työn tekeminen oli opettavainen prosessi, ja siinä yhdistyi erilaiset aihepiirit. Prosessin kautta pääsi käyttämään ja virkistämään mm. laskentatoimen, markkinoinnin ja yrittäjyyden kurssien oppeja.

5.4.2 Toimeksiantajan arviointi

Opinnäytetyön toimeksiantaja arvioi työtä seuraavasti:

Opinnäytetyön teoriaosuuden pohjalta olen saanut loma-asuntojen vuokraustoiminnasta ajantasaista tietoa. Sen perusteella on muodostunut hyvä käsitys toimialan markkinoista, kysynnästä ja tulevaisuuden näkymistä. Loma-asunto matkailutuotteena -osio on tuonut uuden näkökulman ajatella vuokraustoimintaa tuotteena ja palveluna. Yrittäjäksi ryhtymisen aakkoset on tuotu monipuolisesti esille. Toki sen jälkeen, kun päätös yrittäjäksi ryhtymiseksi on tehty, asioihin on paneuduttava vielä syvällisemmin. Yhtiömuotojen esittely on edelleen vahvistanut käsitystäni siitä, että osakeyhtiö on tässä tapauksessa ainoa varteenotettava vaihtoehto.

Opinnäytetyön käytännön osuuden tarkoituksena oli laatia realistinen ehdotus liiketoimintasuunnitelmaksi loma-asuntojen vuokraustoimintaan. Saattaa olla, että asettamani vaihtoehdot ja rajaukset eivät välttämättä ole olleet opinnäytetyön monipuolisuuden kannalta parhaita mahdollisia, mutta ne ovat sellaisia, jotka tässä esimerkkitapauksessa ovat eniten kiinnostaneet. Käytännön osuus on tuonut konk-

reettisesti esille sen, että tuotteistaminen ja markkinointi ovat erittäin tärkeitä asioita liiketoiminnan aloittamista suunniteltaessa. Asetettuihin kysymyksiin olen myös saanut vastaukset. Näistä oleellisin oli se, missä vaiheessa vuokraustoiminta muuttuu kannattavaksi liiketoiminnaksi. Tämä tulee laskelmista hyvin esille. Vaikka jo etukäteen oli käsitys siitä, että pääoman tarve on suuri, niin lopulta investointien suuruus kuitenkin yllätti. Mielestäni voidaan hyvin puhua liiketoimintasuunnitelmaehdotuksesta, koska siltä pohjalta on helppo lähteä työstämään asioita eteenpäin.

Päätös siitä, kannattaako mökkiyrittäjäksi ryhtyä, on nyt huomattavasti helpompi.

LÄHTEET

Aarre-lehti. 2011. Kirkas Kukkia. Aarre 4/11.

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Alhola, K & Lauslahti, S. 2006. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. WSOY.

Boxberg, M., Komppula, R., Korhonen, S., Mutka, P. 2001. Matkailutuotteen markkinointi- ja jakelukanavat. Helsinki: Edita Oyj.

Clarke & Chen. 2007. International Hospitality management concepts and cases. Elsevier Ltd.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2005. Palvelut 2020 - kohti palvelujen tulevaisuutta. Helsinki.

Harju-Autti, A. 2007. Majoitustoiminta. Toimialaraportti. KTM:n ja TE-keskusten julkaisut.

Huovinen, J. P. 2011. Loma-asunnon tulot ja menot. Talous Taito 6/2011.

Huovinen, U. 2002. Matkailun lainsäädäntö. 2. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Immonen, R., Ossa, J. & Villa, S. 2011. Osakeyhtiön pääoman hallinta. Helsinki: Talentum.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. 1999. Marketing for hospitality and tourism. Prentice Hall Inc.

Lazer, W., Dallas, M. & Riegel, C. 2006. Hospitality and tourism marketing. Educational institute of the American hotel & lodging association.

Luukkainen, O. & Wuorinen, J. 2002. Yrittävä elämänsenne. Kasvaminen yksilönä ja yhteisönä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry. 2008. Yrityksen perustaminen hotelli- ja ravintola-alalle.

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. 1. painos. Keuruu: Otava.

Niittylän ranta-asemakaava. 2007. Pälkäne Kukkian Mustankuusenselkä. Pirkanmaa: Ympäristösuunnittelu Oy.

Pender, L. & Sharpley, R. 2005. The management of tourism. Sage Publications Ltd.

Pesonen, I., Siltanen, T., Hokkanen, T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U.M. 2007 Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2009. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Kolmas painos. Helsinki: Restamark.

Riikkilä, K. 2007. Mökkimatkailu on nousussa. Matkailusilmä 2/2007.

Ryymin, J. 2008. Toimialaraportit. Maaseutumatkailu. TEM:n ja TE-keskusten julkaisu.

Selander, K & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Vuorijärvi, A. 2009. Omaleimaiset tekstikäytännöt? Helsinki: Haaga-Helia.

Sähköiset lähteet

Berghäll, E., Perrels, A. & Sahari A. 2008. Mökkikannan kehityspolku vuoteen 2025 asti. Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus [viitattu 1.3.2011]. Saatavissa http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/k455.pdf.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2010. Manner-Suomen maaseudun kehittämishjelma 2007-2013 tukee maaseudun yritystoimintaa [viitattu 19.4.2011]. Saatavissa http://www.sysma.fi/filelibrary/documents/elinkeino/Tiedotepohja_ely_Kirkkokatu.pdf.

Finlex 2011. Ajantasainen lainsäädäntö [viitattu 30.9.2011]. Saatavissa <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/>.

Google maps 2011. Reittiohjihaku [viitattu 30.8.2011]. Saatavissa <http://maps.google.fi/>.

Harju-Autti, A. 2009. Matkailun yleisosa. Toimialaraportti 9/2009. TEM:n ja TE-keskusten julkaisu [viitattu 5.10.2011]. Saatavissa http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/894/Matkailun_yleisosa_2009_netti.pdf.

Heinonen, S. 2010. Sirkka Heinosen haastattelu. Toimittaja Sannimari Tuomola 2010 [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa http://yle.fi/alueet/hame/hidas_hame/2010/03/hitauden_vallankumous_tulee_-_oletko_valmis_1463220.html.

Kauppalehti Balance. 2011. Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI) [viitattu

2.10.2011]. Saatavissa

<http://www.kauppalehti.fi/balance/tulkintaohjeet/index.jsp?oid=20110261955>.

Kauppinen, I. 2011. Matkailumarkkinointi. Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy

[viitattu 18.4.2011]. Saatavissa <http://www.matkailumarkkinointi.com/>.

Koti & Mökki -työkirja. Hämeen Uusyrityskeskus. Neuvontamateriaalit. Liiketoimintasuunnitelmamallit [viitattu 22.8. 2011]. Saatavissa

http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/materiaalit/oppaat_2006/koti_ja_mokki.pdf

Leader. 2011. Leader – paikallista, omaehtoista vaikuttamista toimintaryhmissä

[viitattu 14.4.2011]. Saatavissa <http://www.maaseutu.fi/fi/index/leader.html>.

Lomarengas. 2011a. Mökin vuokraus [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa

<http://www.lomarengas.fi/mokin-vuokraus>.

Lomarengas. 2011b. Tähtiluokitus Malo [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa

<http://lomarengas.sevennet.net/?deptid=786>.

Lomarengas. 2011c. Lomamökit. [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa

<http://infoweb.lomarengas.fi/Suomeksi/Majoitus/Lomamokit.iw3>.

Majoitu maalla. 2011. Mökkimajoitus [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa

https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/Majoituspalvelut/M%F6kki_majoitus1.

Matkailu- ja virkistyspalvelut. 2011. MTT [viitattu 4.4.2011]. Saatavissa

https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/maaseutuyritys/palvelut/maaseudunpien_yritysrekisteri/matkailu.

MEK. 2004. Matkailuyritysten kansainvälistymisopas [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/730493a8cd104eacc22570ac00411b4b/f2965356ec89c70cc225735b0032a92e/\\$FILE/Kansainvalistymisopas2004.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/730493a8cd104eacc22570ac00411b4b/f2965356ec89c70cc225735b0032a92e/$FILE/Kansainvalistymisopas2004.pdf).

- Mihin.fi. 2011. Majoitus Pälkäne [viitattu 1.6.2011]. Saatavissa <http://www.mihin.fi/fi/mihin/p%C3%A4lk%C3%A4ne/accommodation>.
- Mökkivuokraus. 2005. Mökinomistajan ohjekirja [viitattu 15.2.2011]. Saatavissa <http://www.mokkiloma.net/materiaali/mokkikirja.pdf>.
- Nieminen, M. 2009. Kesämökkibarometri 2009 [viitattu 16.2.2011]. Saatavissa http://www.tem.fi/files/22175/Mokkibaro08_raportti.pdf.
- Perrels, A. & Kangas, E. 2007. Vapaa-ajan asuntojen omistus ja käyttöesiselvitys ekotehokkuuden kartoitusta varten [viitattu 3.10.2011]. Saatavissa http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/k417.pdf.
- Pirkanmaan liitto. 2011. Asuminen Pirkanmaalla [viitattu 14.4.2011]. Saatavissa <http://www.pirkanmaa.fi/1654.html>.
- Plusarkkitehdit. 2011. Plushuvilat / mallisto [viitattu 12.10.2011]. Saatavissa <http://www.plusarkkitehdit.fi/plushuvilat/?page=mallisto&language=su>.
- ProAgria Yritys. 2011. ProAgria - Menestyksen mahdollisuuksia. YT22 Investoinnin laskenta [viitattu 16.4.2011]. Saatavissa https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/ProAgria/verkkopalvelut/yritys/Yrityksen%20talous/YT22_Investoinnin_laskenta_ProAgria07072010.pdf.
- Pälkäne. 2011. Pälkäneen kunta. Saatavissa www.palkane.fi.
- Pälkäneen kunta. 2011. Majoitus [viitattu 1.6.2011]. Saatavissa <http://www.palkane.fi/index.php?mid=1&pid=80>.
- Rajalahti, H. 2004. Älä sijoita mökkiin. Talouselämä [viitattu 15.2.2011]. Saatavissa <http://www.talouselama.fi/sijoittaminen/article162008.ece>.
- Rautajärvi. 2011. Rautajärven kylä. Saatavissa www.rautajarvi.fi.
- .SMMY Maaseutumatkailu. 2011. Go Cottage -kampanja Saksan ja Sveitsin

markkinoille starttaa [viitattu 26.4.2011]. Saatavissa
<http://www.smmmy.fi/sitenews/view/-/nid/35/ngid/1/>.

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2009a. Rakennukset ja kesämökit. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 18.4. 2011]. Saatavissa
http://www.tilastokeskus.fi/til/rakke/2009/rakke_2009_2010-05-28_tie_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2009b. Suomalaisten matkailu. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 5.4.2011]. Saatavissa
http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tie_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2009c. Kesämökit 2009. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 14.4.2011]. Saatavissa
http://tilastokeskus.fi/til/rakke/2009/rakke_2009_2010-05-28_kat_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2011. Majoitustilasto. Liitetaulukko 1. Kaikkien majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttö, tammikuu 2011. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 4.4.2011]. Saatavissa
http://www.stat.fi/til/matk/2011/01/matk_2011_01_2011-03-17_tau_001_fi.html.

Suomi rakentaa. 2011. Mökkeily kuuluu suomalaiseen elämäntapaan [viitattu 15.2.2011]. Saatavissa
<http://www.suomirakentaa.fi/pienrakentajasivut/lomarakentaminen/suunnittelu-ja-valmistelu/moekki-kuuluu-suomalaiseen-elaemaentapaan>.

Suomi rakentaa. 2011b. Lomarakentamisen kustannukset ja kustannusten hallinta [viitattu 7.6.2011]. Saatavissa
<http://www.suomirakentaa.fi/pienrakentajasivut/lomarakentaminen/suunnittelu-ja-valmistelu/lomarakentamisen-kustannukset-ja-kustannusten-hallinta>.

Tilastokeskus. 2010. Rajahaastattelututkimus 2009 [viitattu 5.4.2011]. Saatavissa
http://www.stat.fi/til/rajat/2009/03/rajat_2009_03_2010-06-09_fi.pdf.

Verohallinto. 2011a. Kiinteistövero [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa

http://www.vero.fi/?article=899&domain=VERO_MAIN&path=5,40&language=FIN.

Verohallinto. 2011b. Majoitustoiminnan verotuksesta [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa

http://www.vero.fi/default.asp?path=5,40,87&article=441&domain=VERO_MAIN.

Verohallinto 2011c. Vuokratulot [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa

<http://portal.vero.fi/public/default.aspx?uielements=2&nodeid=8356>.

Verohallinto 2011d. Vapaa-ajan asunnon yksityiskäyttö [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa

http://www.vero.fi/default.asp?path=5,40,87&article=7406&domain=VERO_MAIN.

Viherkoski, P. 2000. Esiselvitys matkailun teemaohjelmaa varten. Pirkanmaan Maaseudun Kehittämisyhteistyö Ry [viitattu 17.3.2011]. Saatavissa

<http://www2.te-keskus.fi/new/pir/maaseutu/matkohj.htm>.

Visit Tampere. 2011. Visit Tampere -matkailuneuvonta ja -tiedotus, opasvälitys [viitattu 12.9.2011]. Saatavissa http://www.visittampere.fi/p/visittampere_fi.

Vuokrattavan vapaa-ajan asunnon omistajan opas. 2011. Hailuoto.fi [viitattu 7.6.2011]. Saatavissa <http://www.hailuoto.fi/tiedostot/Matkailu/Vuokrattavan-vapaa-ajan-asunnon-opas-Hailuoto-2011.pdf>.

Yrityksen perustajan opas. 2011. OP [viitattu 7.6.2011]. Saatavissa

<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150104910>.

Yritys-Suomi. 2011. Verokannat [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa

<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15704>.

LIITTEET

KATSAUS LIKETOIMINTASUUNNITELMAN PÄÄLINJOIN