



KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOIMINTAEDELLYTYKSET JA KANNATTAVUUS

Marjo Ylönen

**Opinnäytetyö
Kesäkuu 2009**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekijä(t) YLÖNEN, Marjo	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 88	Julkaisun kieli suomi
Työn nimi KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOIMINTAEDELLYTYKSET JA KANNATTAVUUS		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) PALMU, Risto		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä Kotityöpalveluyrittäjyys on lisääntynyt Suomessa viimeisten vuosien aikana. Yrittäjäksi aikovan on tärkeää tietää, mitkä ovat kotityöpalveluyrityksen toimintaedellytykset ja miten toiminta saadaan taloudellisesti kannattamaan. Opinnäytetyössä etsittiin käytänteitä, jotka ovat ominaisia menestyvälle kotityöpalveluyrityksille. Kotityöpalveluyrityksen kannattavuutta selvitettiin yrityksen perustamis- ja kannattavuuslaskelmin. Opinnäytetyöhön saatiin tietoa alan tutkimuksista, ajankohtaisista tiedotteista ja keskusteluista sekä potentiaalisten asiakkaiden että asiantuntijoiden kanssa. Kertyneen tiedon ja oman kokemuksen valossa laadittiin liiketoimintasuunnitelma viiden ja yhden hengen yrityksille. Liiketoimintasuunnitelmien laadinnassa käytettiin apuna Kokkolassa toimivan uusyrityskeskus Firmaxin laskentaohjelmaa. Yritysten perustamissuunnitelmien ja kannattavuuslaskelmien tuloksena oli, että yksinyrittäjän ansio ylittää palkkatyön ansioon, kuitenkin niin, että yrittäjän on hoidettava yrityksen asiat omalla ajallaan. Viiden hengen yritys tuottaa tätäkin heikomman nettovoiton. Kotityöpalveluyrityksen taloudellinen kannattavuus Kokkolan alueella edellyttää nykyisiä markkinahintoja korkeampia laskutushintoja. Kotityöpalveluyritykset kaipaavat lisää motivoitunutta ja ammattitaitoista työvoimaa, mutta työn vaativuus, sen osa-aikaisuus ja aliarvostus karsivat hakijoita. Kotityöpalveluala tarvitsee toimia, joilla sen arvoa nostetaan, laatua parannetaan ja kannattavuutta lisätään. Kotityöpalveluyritysten perustajat saavat työstä tietoa palvelujen tuottamisen todellisista kustannuksista. Palvelujen ostajille tehdään tiettäväksi, miten palvelut kannattaa hankkia ja mikä on niiden realistinen hintataso.		
Avainsanat (asiasanat) kotityöpalvelu, kotityöpalveluyritys, yrittäjyys, mikroyritys		
Muut tiedot Liitteinä kotityöpalveluyritysten liiketoimintasuunnitelmat 45 sivua.		

Author(s) YLÖNEN, Marjo	Type of Publication Bachelor´s Thesis	
	Pages 88	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title OPERATIONAL PRECONDITIONS AND PROFITABILITY OF A HOUSEWORK SERVICE COMPANY		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) PALMU, Risto		
Assigned by		
<p>Abstract</p> <p>The entrepreneurship in housework services has increased in Finland during the last few years. It is important to know the operational preconditions of a housework service company and how the operation can be made profitable. It was examined which are the characteristics of a successful business of the housework service companies. The profitability was studied by profitability and initial cost calculations.</p> <p>The thesis is based on studies of the branch, current newsletters and discussions with specialists and potential clients. By utilizing the information acquired this way, as well as in the author's personal experience, a business plan for companies of one and five persons was drafted. The business plans were executed by a calculating application of a new business center, Firmaxi, locating in Kokkola.</p> <p>The calculations indicated that the entrepreneur, operating alone, would earn as much as a wageworker. However, to reach the salary level of a wage earner, (s)he would have to do the company paperwork on his or her free time. A five-person company would give even a smaller net profit. It would require higher invoicing prices than the average market prices for a housework service company operating in the Kokkola region to be lucrative.</p> <p>The housework service companies need more well motivated and skilled labor, but the roughness, underestimation, and part-time nature of the work, decrease the number of the applicants. The housework service branch needs measures to raise its appreciation, improve its quality and increase its profitability. The thesis will provide future founders of housework service companies with information about the real expenses of producing services. The purchasers of the services are made aware of the fact how the services should be acquired and what their realistic price level is.</p>		
Keywords housework services, housework service company, entrepreneurship, micro enterprises		
Miscellaneous The business plans for enterprises of housework service companies, 45 pages.		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 KOTITYÖPALVELUT - KÄSITE JA TAUSTA	4
2.1 Kasvava kotityöpalvelujen tarve.....	5
2.2 Kotityöpalvelujen käyttäjät	6
2.3 Kotityöpalvelu ammattialana	7
3 KOTITYÖPALVELUYRITTÄJYYDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ..	8
3.1 Poliittinen toimintaympäristö	9
3.2 Taloudellinen toimintaympäristö	11
3.2.1 Kotitalousvähennys ja sen taloudelliset vaikutukset	12
3.2.2 Palveluseteli	13
3.3 Sosiaalinen toimintaympäristö	16
3.4 Teknologinen toimintaympäristö	17
4 YRITTÄJYYS JA YRITYKSEN TOIMINTAEDELLYTYKSET....	17
4.1 Kuluttajan asettamat vaatimukset ja niihin vastaaminen	19
4.1.1 Asiakkaiden odotukset.....	19
4.1.2 Asiakkaiden odotuksiin vastaaminen.....	20
4.1.3 Asiakkaat etsivät palvelua	21
4.2 Palvelun tuottajan ehdot menestymiselle ja kannattavuudelle	22
4.2.1 Asiakkaiden löytäminen.....	22
4.2.2 Kotityöpalveluyrityksen menestys- ja kannattavuustekijät	23
4.2.3 Kotityöpalveluyrityksen työvoima.....	24
4.2.4 Yrityksen koko	26
5 YRITYKSEN STRATEGIA	28
5.1 Visio ja strategia asiakaspalvelulähtöisessä toimintatavassa .	28
5.2 Markkinointi.....	29
5.3 Liiketoimintasuunnitelma.....	30
6 KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	31
6.1 Yksinyrittäjästä viiden hengen yritykseen	31
6.2 Viiden hengen yrityksestä takaisin yksinyrittäjäksi.....	35
7 KANNATTAAKO KOTITYÖPALVELUYRITTÄJYYS?	36

LÄHTEET	41
LIITTEET	44
Liite 1 Liiketoimintasuunnitelma: MATROONA himan helahoito	44
Liite 2 Liiketoimintasuunnitelma: MATROONA	67

KUVIOT

Kuvio 1. Nettoansioiden vertailu Matroonan himan helahoito	34
Kuvio 2. Nettoansioiden vertailu Matroona	34

1 JOHDANTO

Kotityöpalveluyrittäjyys on markkinatalouden viimeinen laajentumisalue. Yleisesti kannustetaan perustamaan kotityöpalveluyrityksiä, joiden palvelut auttavat ihmisiä heidän arjessaan, luodaan hyvinvointia ja synnytetään taloudellista hyötyä. Pieniä kotityöpalveluyrityksiä syntyykin jatkuvasti myös Kokkolan alueelle. Perustajina ovat eri alojen ammattilaiset ja yhteistä alkaville yrityksille on pieni koko, sillä yksinyrittäjyys on suosituinta. Yrittäjäksi aikovan on tärkeää ottaa selville, mitkä ovat kotityöpalveluyrityksen toimintaedellytykset. On tiedettävä, miten yritys saadaan menestymään ja tuottamaan sekä millaisia voimavaroja yrittäjältä se vaatii. Ensisijaisesti on selvitettävä, kannattaako kotityöpalveluyrittäjyys taloudellisesti. Matkailu-, ravitsemis- ja talousalan ammattilaisena on kiinnostavaa tutkia, onko kotityöpalveluyrittäjyydestä elinkeinoksi ja onko se varteenotettava vaihtoehto verrattuna vastaavaan palkkatyöhön.

Kotityöpalveluille on kysyntää, sillä julkisen sektorin tuottamat kotityöpalvelut ovat jatkuvasti supistumassa ja monissa kunnissa yhteiskunnan toimesta tuotetaan vain kotihoito. Tämän lisäksi kotityöpalvelujen tuottamisen tarpeen ovat luoneet naisten työssäkäynti, väestön ikääntyminen sekä perhe- ja kotitaloustyyppien muuttuminen. Nykyinen vaativa työelämä ei jätä aikaa eikä voimia kaikille täyspainoiseen kotitöiden hoitamiseen. Kotityöpalvelun hankkiminen mahdollistaa myös entistä vaativammiksi ja yksilökeskeisemmiksi muuttuneet kulutustottumukset ja elämänlaatua koskevat odotukset. Vuosittain laajeneva kotitalousvähennys ja kuntien tarjoamat palvelusetelit vauhdittavat kotityöpalveluyrittäjyyttä.

Kotityöpalveluja on käsitelty useissa laajoissa tutkimuksissa. Kotityöpalvelujen tarpeesta, käytöstä ja asiakkaiden odotuksista ovat tehneet selvityksiä muiden muassa Johanna Varjonen, Mari Koistinen ja Marja Rajala. Kari Niilola ja Mikko Valtakari ovat paneutuneet lähinnä kotityöpalvelujen työllistämisaikutuksiin ja kotitalousvähennyksen merkitykseen. Kotityöpalveluilla on merkittävä kansantaloudellinen merkitys, ja aiheeseen ovat kiinnittäneet huomionsa myös useat talous- ja yrittäjyyden tutkimukset. Kotityöpalvelujen tarve kasvaa koko ajan, ja apua tarvitaan mitä erilaisimpiin tehtäviin ja tilanteisiin. Asiakkaiden tulee saada palvelua kohtuullisella korvauksella, ja palvelun tarjoajalle pitää jää-

dä työstään kohtuullinen palkka. Tässä opinnäytetyössä etsittiin tutkimusten, muun kirjallisen tiedon ja toimivien kotityöpalveluyrittäjien sekä oman kokemuksen avulla kannattavan ja ammattimaisen kotityöpalveluyrityksen tunnusmerkkejä. Tiedon pohjalta laadittiin liiketoimintasuunnitelma viiden hengen ja yhden hengen kotityöpalveluyrityksille. Apuna käytettiin Kokkolan uusyrityskeskus Firmaxin laskentaohjelmaa.

2 KOTITYÖPALVELUT - KÄSITE JA TAUSTA

Kotityöllä on erilaisia määritelmiä, jotka poikkeavat vain vähän toisistaan.

Härkin mukaan tilastokeskus (2003) ryhmittelee kotityöt seuraavasti:

- kotitaloustyöt (ruokataloustyöt, siivous ja pyykinpesu)
- huoltotyöt (remontit ja pihanhoito)
- muut kotityöt (muun muassa asioiden järjestely ja suunnittelu)
- lastenhoito
- ostokset ja asiointi
- kotitöihin liittyvät matkat (Härkki 2008,6).

Kotityöpalvelut määritellään yksityisten tai julkisten järjestöjen tai kolmannen sektorin tarjoamiksi palveluiksi, jotka korvaavat palkkatyöllä perinteisesti ilman palkkaa kotona suoritetun työn (Kotityöpalvelut työllistäjänä 2001).

Hallmanin (1990,21) mukaan ”*kotitalous* on yhden tai useamman ihmisen muodostama yksikkö, jonka toiminnan tavoitteena on yksikön jäsenten tarpeiden tyydyttäminen”. Koistinen on todennut, että kotitalouden voimavarat ovat yhteisiä. Kotitaloudella ei ole vain taloudellisia tavoitteita. Sen sijaan hyvinvoinnin maksimointi on kotitalouden toimintoja ohjaava periaate (Koistinen 2003, 10). Härkki puolestaan sanoo kotityöpalvelun syntyvän silloin, kun koti-työ hankitaan kodin ulkopuolelta ja se muuttuu palveluksi (Härkki 2008, 6). Varsinaisilla kotityöpalveluilla tuetaan ihmisten ja perheiden selviämistä jokapäiväisessä elämässään omissa kodeissaan tai kodinomaisissa laitoksissa. Kotityöpalvelun tavoitteena on asiakaskodin hyvä arki (Kotityöpalveluala 2008). Härkki (2008) näkee kotityöpalvelut myös kansantalouden moottorina mainitessaan, että kotityöpalvelut helpottavat ja turvaavat kansalaisten selviytymistä arjessaan, lisäävät ihmisten voimavaroja, työssä jaksamista, työn te-

hokkuutta ja jopa kansakunnan tasolla tuottavuutta ja kilpailukykyä. (Härkki 2008, 5 - 6.)

Kotipalvelu taas tarkoittaa kunnan järjestämiä riittäviä palveluja arkielämästä selviytymiseen avun tarpeessa oleville asukkailleen (Sosiaalihuoltoasetus 607/ 83). Kotipalveluun kuuluvat kodinhoito ja terveydenhoito. Kodinhoito sisältää aterioiden valmistamista, siivousta ja kaupassa asiointia. Resurssien puutteessa kodinhoitoa on vähennetty ja kotipalvelu on useissa kunnissa muuttunut pelkäksi kotihoidoksi. Kotihoito tarkoittaa vain välttämättömien terveyspalvelujen tuottamista, muut tukitoiminnot ovat jäämässä pois. (Härkki 2008,6.)

2.1 Kasvava kotityöpalvelujen tarve

Samalla kun julkiset palvelut vähenevät, suuret ikäluokat lähestyvät elämäntavaihetta, jossa kotiin tarvitaan apua. Palvelujen kysyntää on lisännyt omaisille, kuten vanhemmille ja isovanhemmille hankittavien kotitalouspalvelujen vero- vähennyskelpoisuus vuodesta 2005 lähtien. Näillä tukitoimilla on vähennetty omaisten henkistä ja fyysistä kuormitusta huomattavasti. Vaikka 65 vuotta täyttäneet käyttävät niitä vielä suhteellisen vähän, avun tarve lisääntyy nopeasti iän lisääntymisen myötä. (Varjonen ym. 2007, 12.)

Palvelujen kysyntään vaikuttavat mahdollisesti myös mukavuus ja elämäntapa- tekijät. Hyvinvoinnin kasvu saattaa tuottaa mukavuutta tavoittelevia kuluttajia, jotka mukavoittavat arkeaan ostamalla kotityöpalveluja. (Mts. 2007, 13.) Kotitalouskyselyn mukaan kotitaloudet käyttivät kotipalveluiden ostamisen johdosta vapautuneesta ajasta 34 % oman ansiotyön tekoon, loput 66 % vapaa- aikaan tai muuhun ei-ansiotyöhön (Niilola ym. 2006, 84).

Kaikissa teollistuneissa maissa kotityö on jossain määrin muuttunut palkalliseksi työpaikoiksi kotityöpalvelujen piirissä. Syynä ovat useat yhteiskunnalliset ja taloudelliset muutokset, jotka ovat haaste hyvinvointijärjestelmille.

Tutkimuksen mukaan näitä syitä ovat

- naisten siirtyminen työmarkkinoille suuressa määrin

- väestön ikääntyminen
- perhe- ja kotitaloustyyppien muuttuminen
- entistä yksilökeskeisemmät kulutustottumukset ja elämäntavat
- entistä korkeammat elämänlaatua koskevat odotukset
- uusien joukkotoimintamallien kehittyminen yhteiskunnallisten ongelmien alueellista lievittämistä varten, näitä ovat kolmas sektori ja sosiaaliset yritykset jne. (Kotityöpalvelut työllistäjänä, 2001.)

Nykyään voidaan jo suuri osa kotitalouksissa tehtävistä töistä ostaa palveluina kodin ulkopuolelta. Vuosituhannen vaihteeseen asti palvelut on hankittu joko laillisesti tai laittomasti eri yrityksiltä tai tekijöiltä. Palveluita on saatu julkisen sektorilta tai se on subventoinut niiden hintaa. Yleistä on ollut myös turvautuminen sukulaisten, tuttavien tai naapurien apuun, tai kotitaloudet ovat vaihtaneet palveluita keskenään. Nykyään ollaan tilanteessa, jossa ihmissuhteet ovat höllentyneet, ja siksi on luultavaa, että nämä ilman rahaa toimivat palvelut vähenevät entisestään. (Niilola ym.2005, 23 - 24.) Noin 25 prosenttia suomalaisista talouksista ostaa kotityöpalveluja (Härkki 2008, 5). Aiemmin palveluja on ollut pakko ostaa muualta vain silloin, kun tehtävässä tai työssä vaadittavaa ammattitaitoa ei ole ollut kotitaloudella eikä sen perhe- tai ystäväpiirillä. Nykyisin puuttuvan ammattitaidon lisäksi monet muut asiat kasvattavat painetta ostaa palveluja. Yksi suurimmista on se, että 70 % suomalaisista naisista työskentelee kodin ulkopuolella eikä siksi pysty huolehtimaan kaikista kotitöistä. (Niilola ym. 2005, 24 - 25.)

2.2 Kotityöpalvelujen käyttäjät

Työministeriön tutkimuksen mukaan tulevaisuudessa kasvavia vakituisen siivous- ym. kotipalveluiden kohderyhmiä ovat kolmikymppiset lapsiperheet, varakkaat sinkut sekä miehet. Vaikka vanhuksset ovat tottuneet käyttämään yhteiskunnan tarjoamia kotipalveluja, he eivät mielellään osta niitä muualta. Mikäli apua tarvitaan, käännytään lasten tai lastenlasten puoleen. Tilanne muuttuneen suurten ikäluokkien siirryttyä eläkkeelle. Tämä ryhmä on jo tottunut ostamaan ja kuluttamaan palveluita. (Niilola ym. 2005, 26.) Härkin kanta on samansuuntainen, kotityöpalveluyritysten asiakkaina ovat uraperheet, kodeissaan asuvat vanhuksset, menevät sinkut ja senioriparit (Härkki 2008, 5). Aalto, Varjonen & Leskinen (2007) osoittavat, että elinvaiheittain tarkasteltaessa pal-

velusuuntautuneissa erottui kaksi suurta ryhmää: lapsiperheet, varsinkin sellaiset, joissa on aivan pieniä lapsia ja yli 75-vuotiaat yksin asuvat. läkkäät yksin asuvat miehet käyttävät kotitalouspalveluja enemmän kuin samanikäiset naiset. (Aalto, Varjonen & Leskinen 2007, 12.)

2.3 Kotityöpalvelu ammattialana

Kotityöpalvelualan ammattitehtävät ovat eri-ikäisten, erilaisissa ympäristöissä ja erilaisissa elämäntilanteissa elävien ihmisten arkipäivän auttamista sellaisissa tehtävissä, joissa ei tarvita terveydenhuoltoalan ammattikoulutusta. Kotityöpalvelun tehtäväalueita ovat entuudestaan kotisiivous, tekstiili- ja vaatehuolto, ruoanvalmistus, pihan ja puutarhan hoito, erilaiset kodin kunnostus- ja huoltotehtävät, henkilökohtainen avustaminen, kuten pukeutumis- ja peseytymis- ja ulkoiluapu sekä asiointi- ja kauppapalvelut. Kotitalouksien uudet tarpeet ovat luoneet kysyntää mm. kodin atk- ja digitaalisille taitaidoille, ympäristövaikutukset huomioon ottavalle ekopalvelulle sekä kulttuuriharrastusten mahdollistaville palveluille. (Kotityöpalveluala 2008.)

Koska kotityöpalvelut tarjoavat työsarkaa monenlaisille osaajille ja kotityötä korvataan ostopalveluilla yhä enemmän, niiden tekijöille avautuu paikka yhteiskunnan ammattilaisten joukossa. Vielä vuosituhatien vaihteen tietämillä Kokkolassakin kotipalveluja tekivät työllistetyt henkilöt ”siivousringeissä.” Työvoimatoimisto maksoi näille pitkäaikaistyöttömille korvausta, ja siivouksia hankkivat kotitaloudet maksoivat vain mitättömän vähän kuuden tunnin työstä kolme neljä kertaa kuukaudessa. Tämä vääristi hinnoittelua ja alihinnoittelu vaikuttaa monien ihmisten mielissä edelleen. Samalla alan arvostus oli olematon, koska siivoojilta ei vaadittu minkäänlaista ammattitaitoa. Tämän tilanteen luomasta mielikuvasta aletaan vähitellen päästä eroon.

Kotityöpalvelut-sana kuvaa kotityön ammatillisia osaamisvaateita, joiden lähtökohtana on palvelun kohderyhmän, ”kotitalouden” ja kuluttajan tunteminen. Kotityöpalvelun ammattialan työ tuottaa kotitalouspalveluita. (Härkki 2008, 6.) Kasvavaan kotityöpalveluyrittäjyyden tarpeisiin on tarjolla myös koulutusta. Varsinaisia kotityöpalvelualan ammatteja ovat kotitalousyrittäjä ja kotityöpalvelun ammattitutkinnon suorittanut henkilö. Opetushallitus julkaisi vuonna 2000 opetussuunnitelman ja näyttötutkinnon perusteet kotitalous- ja kuluttajapalve-

lujen perustutkinnolle. Kotitalousyrittäjäksi voi valmistua joko kolmivuotisesta kotitalouspalvelujen koulutusohjelmasta tai suorittaa se näyttötutkintona (Opetussuunnitelman ja näyttötutkinnon perusteet 2000.) Vuonna 2005 hyväksyttiin näyttötutkinnon perusteet kotityöpalvelujen ammattitutkinnolle (Näyttötutkinnon perusteet, 2005). Tutkinnon saadakseen henkilön tulee suorittaa vähintään kolme tutkinnon osaa seitsemästä mahdollisesta. Näin kotityöpalvelujen tuottajien osaaminen voi painottua hyvin eri tavalla (Härkki 2008, 7). Ammatillisten perustutkintojen uudistuessa vuonna 2010 hyväksytään uuden kotityö- ja puhdistuspalvelujen perustutkinnon perusteet. Kyseessä on koulutusammatti, joka tuottaa työntekijöitä kotityöpalvelualalle. Ammattitaitovaatimukset parantavat kotityöpalveluyritysten laatua, joka kohottanee aikanaan alan arvostusta. Tällä hetkellä edellä mainitulla tavalla koulutettujen lisäksi kodinhoitajan, lähihoitajan ja laitoshuoltajan ammatit ovat yleisiä kotityöpalvelualalla. Remontti- ja muuta kunnostustyötä tarjoavilla on taas niihin soveltuva ammattitaito.

Työntekijöiden ammattitaidon perustana ovat siis alalle soveltuva ammatillinen koulutus ja työkokemus. Kotityöpalvelujen tuottaja voi hankkia lisää vakuuttavuutta suorittamalla Palveluja Kotiin-osaamistestin, jota koordinoi www.elias.fi. Testin suorittamisella ja siitä saatavalla passilla on tarkoitus varmistaa kotityöpalvelun tuottajan vastuullisuus, neuvonnallisuus ja asiakaslähtöisyys kodin palveluprosessissa. Palveluja Kotiin-passin koulutuksen järjestävät palvelualojen oppilaitokset. (Härkki 2008, 142.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kannattaako kotityöpalveluyritys? Onko se taloudellisesti kannattavaa verrattuna palkkatyöhön? Näihin kysymyksiin vastausten etsimisen ohella tuodaan esille kannattavan kotityöpalveluyrityksen toimintaedellytykset.

3 KOTITYÖPALVELUYRITTÄJYYDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Yrityksen toimintaympäristö muuttuu koko ajan, ja yrittäjän osana on pitää huolta, että yritys on ajoissa varautunut muutoksiin. Viime vuodet poliittinen ja taloudellinen tilanne on ollut otollinen yrittäjyydelle. Sosiaaliturvaan on tullut

parannuksia vuoden 2006 alussa ja pienten yrittäjien palkkahallintoa helpottava www.palkka.fi-järjestelmä on saatavilla. Erilaisiin tuotekehitys- ja toimintamallien uudistuksiin on entistä helpompi saada rahaa. Erityisesti naisyrittäjyyttä pyritään edistämään. Innovaatioympäristö on useiden mittareiden mukaan maailman korkeatasoisimpia. Tutkimusresurssit ja työvoiman koulutustaso ovat erinomaiset, yritykset ja tutkimuslaitokset toimivat tiiviissä yhteistyössä, ja rahamarkkinat toimivat tehokkaasti. Nuoret arvostavat yrittäjyyttä vuoden 2005 barometrissä, ja yrittäjyyden asema koulutusjärjestelmässä jatkaa vahvistumistaan. (Kainlauri 2007, 45 - 46.)

Kuten aiemmin on todettu, suomalaisten vanheneminen etenee nopeasti. Yli 65-vuotiaiden osuuden koko väestöstä arvioidaan vuoteen 2030 mennessä kasvavan puolitoistakertaiseksi nykyisestä ja yli 80-vuotiaiden määrän kaksinkertaistuvan. (Wallenius & Hjelt 2004,17.) Julkisia palveluja ulkoistetaan, joka luo osaltaan mahdollisuuksia yksityisille toimijoille. Tiedonsiirron ja -hallinnan menetelmät muuttuvat, kun teknologia kehittyy. Virtuaaliset palveluratkaisut yleistyvät, ja välimatkat kotien ja palvelupisteiden välillä pienenevät. Tehotuoannon vastapainoksi halutaan yksilöllisiä tuotteita ja palveluja. Kunta- ja palvelurakennemuutoksen avulla halutaan paitsi edistää kuntien välistä yhteistyötä, myös verkottua muiden toimijoiden kanssa. Kuntien yhteistyö on lisääntynyt juuri tuki- ja ylläpitotoiminnoissa, jotka ovat kotityöpalveluyritysten alaa. Eri seuduilla ollaankin siirtymässä palvelustrategiaan, jossa myös mm. hyvinvointipalveluja tuotetaan verkostomaisesti. Yrityksen toimintaympäristöä voidaan analysoida monella tavalla. Yksi tapa on jakaa se poliittiseen, taloudelliseen, teknologiseen ja sosiaaliseen toimintaympäristöön. Rajaaminen on hankalaa ja jotkut alueet menevät myös päällekkäin, mutta jako helpottaa kuitenkin yrityksen toimintaympäristön hahmottamista. (Kainlauri 2007, 45 - 47.)

3.1 Poliittinen toimintaympäristö

Poliittisina päätöksinä ilmenevät asenne ja yleinen ilmapiiri yrittämistä kohtaan. Lainsäädäntö ja sen muutokset vaikuttavat kuluttajiin, yrityksiin ja markkinoihin. (Kainlauri 2007,47.) Matti Vanhasen II hallitusohjelma sisältää edellytyksiä palvelualan yrittäjyydelle. Sen mukaan hallituksen toimesta lisätään tutkimus- ja kehitysrahoitusta erityisesti palvelusektorilla ja tavoitteena on tuottavuuskehityksen parantaminen palvelualalla. Hallitus kiinnittää huomiota entistä

suotuisamman yritysympäristön luomiseksi tehostamalla toimia yrittäjyyden edellytysten parantamiseksi. Rahoitusta suunnataan yritysten osaamiseen, kasvuun ja verkostoitumiseen sekä kansainvälistymiseen ja näin parannetaan yritystukien vaikuttavuutta. Lisäksi hallitus varmistaa kilpailupolitiikan keinoin yksityisen ja julkisen palvelutuotannon tasavertaiset edellytykset. (Vanhanen II hallitusohjelma 2007, 47 - 50.)

Suomessakin kodin toiminnot ovat markkinaistumassa, mikä tarkoittaa sitä, että palveluilla on kansalaisten hyvinvoinnissa merkittävä tehtävä. Kansalaisten yksilöllisen hyvinvoinnin aikaansaaminen vaatii yhteiskunnalta laajaa palvelutarjontaa. Julkisen vallan rooli uusien markkinoiden luomisessa on talouspoliittinen asia. Se voi luoda markkinat omalla kysynnällään. Julkinen valta voi aktivoita uusien markkinoiden syntyä erilaisin toimin, esimerkiksi hintatuella tai muokkaamalla kansalaisten asenteita suotuisiksi uusia markkinatuotteita kohtaan. Kolmanneksi julkisen vallan tuottamia ovat työvoimapolitiittinen koulutus, työnvälityspalvelut ja starttiraha alkavan yrityksen toiminnan tukemiseksi. (Härkki 2008, 8.) Kotityöpalveluyrittäjät tuottavat nykyään osan palveluista kunnalle, sillä laki sosiaali- ja terveydenhuollon suunnittelusta ja valtiosuudesta vaatii kuntia järjestämään sosiaali- ja terveyspalveluja, mutta ei anna tarkempia määräyksiä velvollisuuden toteuttamisesta. Palveluseteli, josta enemmän seuraavassa luvussa, kuuluu tähän järjestelmään. (Kainlauri 2007, 47- 49.)

Kunnat ovat siis tehneet viime vuosina merkittäviä kehitystoimia rakenteellisten haasteiden sekä hankintojen kilpailuttamisen ja hankintatyön tehostamiseksi. Tilaaja-tuottajamalli on yleisesti hyväksytty kuntasektorilla kehittämisen lähtökohdaksi. Tilaaja-tuottajamallissa julkinen sektori keskittyy entistä selvemmin palvelujen järjestämiseen kuntalaisille. Palvelut tulee tuottaa mahdollisimman tehokkaalla tavalla. Taustalla on ajatus siitä, että markkinoiden hyödyntäminen tuotannossa johtaa hyvään lopputulokseen yhteiskunnan hyvinvoinnin kannalta. Palvelujen ulkoistaminen kannattaa siis vain, jos ulkoinen toimija pystyy tuottamaan palvelut tehokkaammin kuin kunta. Kilpailuttaminen johtaa palvelujen kehittämiseen. Kun yksityinen yrittäjä tuottaa palveluja sekä kunnalle että yksityiselle sektorille, paine palvelujen kehittämiseen on väistämätön. (Niilola & Valtakari 2006, 60,61.)

3.2 Taloudellinen toimintaympäristö

Taloudellinen tilanne vaikuttaa palvelujen hintaan ja kysyntään. Yksityisten palvelujen merkitys on olla täydentämässä kunnallista palvelutarjontaa. Yksityisiltä palveluntarjoajilta odotetaan enemmän laatua, vaihtoehtoja ja korostetummin yksilöllisyyttä. Elintason nousu ja lasku sekä korkotasoa ja inflaatio vaikuttavat ostokykyyn ja kysyntään. Kuluttajan toimintaympäristöön luetaan maksukyky, kiinnostus palveluja kohtaan, kulutustottumukset, elämäntilanne sekä arvot ja asenteet, jotka vaikuttavat palvelujen käyttöön. (Kainlauri 2007, 50.)

Varjonen ym. osoittavat, että asiakkaat ovat halukkaita maksamaan tunnilta kymmenestä viiteentoista euroon. Alaollitervon (2006) mukaan siivoustyöstä oltaisiin valmiita maksamaan keskimäärin 16 euroa tunnilta. Mikäli vastaaja voi käyttää hyväkseen 60 %:n kotitalousvähennyksen, laskutushinta voisi olla runsaat 25 euroa tunnilta. (Varjonen ym. 2007, 47.) Kotityöpalvelujen keskimääräinen tuntihinta vuonna 2004 oli 24 euroa. Kotityöpalveluyrittäjien mielestä kannattavuuden takia hintojen tulisi olla 10 -15 % korkeammat. (Niilola & Valtakari 2006, 55.) Hinnat vaihtelevat alueittain, mutta Kokkolassa tuntihinnat ovat tälläkin hetkellä 21 - 25 euron tietämissä. Kokkolassa on totuttu näihin aikoihin saakka saamaan kotiapua erittäin edullisesti kolmannen sektorin ja erilaisten projektien tarjoamina edullisina palveluina.

Kotityöpalveluja tarvitaan, mutta niiden hankkiminen korreloi taloudellisen vaurauden ja tulostason kanssa. Hyvin koulutetut asiakkaat ovat myös osaavia kuluttajia, jotka osaavat arvioida palveluinformaatiota, hyödyntää maksimaalisesti kotitalousvähennystä ja selviytyä myös siitä aiheutuvasta paperityöstä. Osaavat kuluttajat antavat myös palautetta palvelujen kehittämiseksi. Edullisemmassa asemassa muihin nähden ovat verkkoasiointiin tottuneet kuluttajat, joille palvelut ovat saatavissa vaivattomasti. Edellä olevat seikat sopivat niihin, joiden tulotaso on suhteellisen korkea, sillä useille tarvitsijoille kotityöpalvelun hankinta on liian kallista. (Varjonen ym. 2007, 13.)

Kunnalliseen taloudelliseen toimintaympäristöön vaikuttavat kunnan taloudellinen tilanne, työllisyysaste, yrittäjyyttä edistävät tai estävät tekijät, strategia ja poliittinen tahto. Ajankohtainen ja yhteiskunnallinen tilanne tarkoittaa kansantalouden tilaa, työllisyyttä ja poliittisten päätösten aikaansaamaa vaikutusta

yrittäjien tilaan ja palvelujen käyttöön. Esimerkiksi kotityön verovähennys on ollut yhteiskunnan keino lisätä kotona tuotettujen palvelujen kulutusta ja se on siinä onnistunut. Vuonna 2001 noin 72 000 veronmaksajaa käytti kotitalousvähennystä, luku oli vuonna 2005 jo 219 000 veronmaksajaa. (Kainlauri 2007,50.)

3.2.1 Kotitalousvähennys ja sen taloudelliset vaikutukset

Julkisen vallan näkyvimpiä toimia yrittäjyyden ja työllisyyden lisäämiseksi on kotitalousvähennys, joka aloitettiin kokeiluluontoisena vuonna 1997. Kotitalousvähennysjärjestelmä laajeni koko maahan vuonna 2001, ja jatkuvan kehittämisen tuloksena se on noussut kustannustehokkaaksi työllisyyden parantajaksi. (Esim. Niilola & Valtakari 2006.) Kotitalousvähennyksen tarkoitus on parantaa työllisyyttä siten, että kotitaloudet antavat kotitalouden töitä ulkopuolisen tehtäväksi (Kotitalousvähennys pähkinänkuoressa 2008).

Kotitalousvähennykseen on oikeutettu henkilö, joka maksaa palkkaa tai työkorvausta omassa asunnossaan tehtävästä tavanomaisesta kotitalous-, hoiva- ja hoitotyöstä tai asuntonsa kunnossapidosta tai remontista. Vuodesta 2005 alkaen vähennyksen on saanut myös työstä, joka on tehty omien tai puolison tai edesmenneen puolison vanhempien, kasvattivanhempien, ottovanhempien tai näiden suoraan ylenevässä polvessa olevien sukulaisten tai näiden puolisoitten käyttämässä asunnossa. Vähennystä eivät saa yhteisöt eivätkä yritykset, kuten asunto-osakeyhtiöt. Osakas tai hänen vuokralaisensa on oikeutettu vähennykseen niistä asunnossaan tehdyistä korjaustöistä, joista hän on vastuussa asunto-osakeyhtiölain tai yhtiöjärjestyksen mukaan. (Kotitalousvähennys verotuksessa 2008.) Jos työ on ostettu ennakkoperintärekisteriin merkityltä tuloveronalaista toimintaa harjoittavalta yrittäjältä tai yritykseltä, saa vähentää 60 % arvonlisäverollisesta työkorvauksesta. Myös, jos työkorvaus maksetaan yleishyödylliselle yhteisölle, siitä saa vähentää 60 %, mikäli työ on tavanomaista kotitaloustyötä tai hoiva- tai hoitotyötä. Kotitalousvähennykseen oikeutetusta työkorvauksesta vähennetään ensin omavastuuosuus, joka on 100 euroa henkilöä kohti vuodessa. (Kotitalousvähennys verotuksessa 2008.) Vuonna 2009 kotitalousvähennyksen enimmäismäärä henkilöä kohden on 3 000 euroa vuodessa.

Vuonna 2006 Kari Niilolan ja Mikko Valtakarin tekemä työpoliittinen tutkimus ”Kotitalousvähennys kotipalvelumarkkinoiden luojana ja työllisyyden lisääjänä” osoittaa, että kotitalousvähennys on lunastanut sille asetetut työllistämisaikutukset. (Niilola & Valtakari 2006,77.) Vuonna 2004 kotitalousvähennyksellä ostettujen palveluiden työllisyysvaikutus oli kotityöpalvelualoilla 12 100 työpaikkaa ja kotitalousvähennyksen nettovaikutus yli 4 600 työpaikka. Lisäksi kotitalousvähennyksen nk. vipuvaikutus on suuri palvelujen hankintaan ja sitä kautta työpaikkojen syntyyn, sillä ostettujen palvelujen arvo oli vuonna 2004 yli neljä kertaa suurempi kuin saadut verovähennykset. Vipuvaikutus on kasvanut vuosi vuodelta ja kotitalousvähennysjärjestelmän kustannustehokkuus työpaikkojen synnyttämisessä on myös jatkuvasti parantunut. Kotitalousvähennyksellä on välillisiä vaikutuksia työntekoon ja kansantalouteen. Yksi niistä on laittoman työn väheneminen kotisiivouksessa reilusta 62 prosentista 26 prosenttiin ja kotiremonteissa vajaasta 57 prosentista reiluun 23 prosenttiin. (Mts. 80, 83.)

Mainittuna vuonna se merkitsisi laskennallisesti noin 2 200 henkilötyövuoden siirtymistä harmaasta taloudesta viralliseen talouteen. Kotitalouksien palveluostojen johdosta vapautui aikaa, josta vajaa kaksi kolmasosaa käytettiin vapaa-aikaan ja muuhun ei ansiotyöhön ja reilu kolmannes omaan ansiotyöhön. Verosubvention ansiosta kotitaloudet saivat myös lisää ostovoimaa 65 miljoonaa euroa. Jos tästä summasta käytettäisiin kulutukseen kolme neljäsosaa, se vastaisi yhteiskunnassa laskennallisesti noin 570 henkilötyövuoden lisätyöpanosta. Lisäksi osa ostovoiman ja kulutuksen lisääntymisestä palautuu arvonlisäveroina talouteen. Kotitalousvähennys on synnyttänyt kotityöpalvelumarkkinat ja aktivoinut uutta palveluyrittäjyyttä. (Niilola & Valtakari 2006, 80, 83 - 85, 98, 111.)

3.2.2 Palveluseteli

Sosiaali- ja terveysalan palveluja on järjestetty vuodesta 2004 alkaen ottamalla käyttöön palveluseteli, joka on kunnan oman toiminnan ja ostopalvelujen lisä. Palveluseteli on esimerkiksi ostokuponki tai kunnan sitoumus maksaa yksityisen palveluntuottajan tekemästä palvelusta tietty, kunnan päättämä osuus kustannuksista. Näin lisätään erityisesti ikäihmisten, pitkäaikaissairaiden ja vammaisten kotona asumista ja itsenäistä selviytymistä. Palveluseteli voidaan

myöntää myös lapsiperheille ja omaishoitajien käyttöön parantamalla koti- ja tukipalvelujen saatavuutta. Palveluseteliä haetaan oman kunnan sosiaalitoimistossa, jossa saa myös neuvontaa setelin käyttöön. Kunnan edustaja myös arvioi hakijan palvelun tarpeen. Palvelusetelillä voidaan hankkia palvelua, jonka tarve arvioidaan aina erikseen (Palveluseteli – ohjeita käyttäjälle 2004.) Setelillä ostettavia palveluja voivat tuottaa ne sosiaalihuollon palveluntuottajat, jotka kunta on hyväksynyt. Yrityksen pitää olla merkitty ennakkoperintärekisteriin, ja muut kelpoisuusehdot ovat samat kuin kunnan palveluissa. Tukipalveluissa, jota on esimerkiksi siivouspalvelu, ei palvelun tuottajalta vaadita sosiaalialan koulutusta. (Palveluseteli – ohjeita käyttäjälle 2004.)

Palvelusetelin arvo määräytyy tapauskohtaisesti ja vaihteluväli on viidestä eurosta 20 euroon. Setelin arvo on vähintään 20 euroa tunnilta, jos kotitalouden tulot eivät ylitä tiettyä rajaa. Jos tulot ylittävät rajan, ne vähentävät setelin arvoa tietyn laskukaavan mukaisesti, kuitenkin niin, että alin arvo on viisi euroa tuntia kohden. Kunta voi korottaa setelin arvoa silloin, kun palvelua annetaan iltaisin tai viikonloppuisin. Tukipalveluissa, kuten siivouspalveluissa setelin arvo on kaikille tasasuuruinen tuloista riippumatta. Palvelusetelin arvon tulee kuitenkin olla kohtuullinen. Palveluseteliä käytetään niin, että siihen oikeutettu henkilö itse valitsee palveluntuottajan kunnan hyväksymien palveluntuottajien joukosta. Käyttäjä maksaa palveluntuottajan hinnan ja setelin arvon välisen erotuksen. Palvelu on arvonlisäverotonta, eikä palvelusetelillä ostetusta palvelusta enää saa kotitalousvähennystä. (Palveluseteli – ohjeita käyttäjälle 2004.)

Raija Volkin ja Tuula Laukkasen tutkimuksessa selvitettiin palvelusetelilainsäädännön toteutumista ja käyttöönoton edistymistä ja vaikutuksia. Tulokset osoittivat muun muassa, että vuosien 2006 - 2007 vaihteessa 126 kuntaa järjesti jotakin palvelua setelillä hankittavaksi. Kunnista neljännes järjestää sosiaalipalveluja, useimmin koti- ja siivouspalveluja sekä omaishoitoa tukevia palveluja. Vuonna 2006 palveluseteleitä oli myönnetty runsaalle 4 000 asiakkaalle. Kunnat ovat tyytyväisiä käyttökokemuksiinsa ja ilmaisevat lisäävänsä palvelusetelin käyttöä. Myös asiakkaat ovat tyytyväisiä; itse asioistaan päättävät asiakkaat pitävät sitä onnistuneena. Tyytyväisimpiä olivat lapsiperheet, jotka saivat palvelusetelin kotipalveluja varten tilapäiseen tarpeeseen, samoin kuin muut sellaiset, jotka saivat setelin tilapäiseen tai aika ajoin toistuvaan tarpee-

seen. Asiakkaat haluaisivat itse vaikuttaa palvelujen sisältöön nykyistä enemmän. (Volk & Laukkanen 2007, 3.)

Kokkolan seutukunnassa (Himanka, Kannus, Kokkola) palveluseteli on ollut käytössä vuodesta 2007 lähtien. Seteli on tarkoitettu yli 75-vuotiaille, mutta myös muille, joilla on selvä avuntarve ja joiden toimintakyky sitä vaatii. Myös omaishoidettava, jonka hoito on ympärivuorokautisesti sitovaa, tai, joka on moniongelmainen, voi saada palvelusetelin. Palveluseteli-tuottajarekisterissä ovat kaikki Kokkolan seutukunnalla toimivat kaupungin hyväksymät palveluntuottajat. Ohjeet palvelusetelin käytöstä ja samoin kuin esittelyt palvelun tuottajista ovat Kokkolanseudun Kehitys Oy:n nettisivuilla osoitteessa www.kosek.fi. (Palveluseteli 2008, Kokkolanseudun kehitys.)

Kokkolassa palveluseteliä on myönnetty etupäässä tilapäistarpeisiin, mutta on myös asiakkaita, joilla palvelusetelit on käytössään jatkuvasti. Palveluseteli myönnetään välttämättömään hoito- ja hoivapalveluun. Yksi esimerkki käyttäjästä on kotona asuva ikäihminen, jonka käsi murtuu ja joudutaan kipsaamaan. Silloin palvelusetelillä saadaan nopeasti välttämätöntä apua. Usein palveluseteli myönnetään sairaalasta kotiuttamisvaiheen tukemiseen, intervallihoidon vaihtoehdoksi tai omaishoitajien hoivissa olevan henkilön välttämättömien tukipalvelujen hankintaan. Lapsiperheet eivät vielä voi hankkia palveluja palvelusetelillä, mutta tulevaisuudessa sen käyttö tulee koskemaan myös näitä. Kokkolassa palvelusetelin hinta on 18 euroa arkisin ja 28 euroa viikonloppuisin. Kaupungin palveluna tarjottu sotaveteraanien siivousapu sekä aiemmin ”lumisetelillä” tarjottu pihan auraus tulevat nekin pian siirtymään palvelusetelijärjestelmään. (Jäväjä 2008.)

Kuten muuallakin, Kokkolan alueella palvelusetelin käyttö tulee siis laajenemaan vuosi vuodelta. Palvelujen järjestäjänä Kokkolan kaupunki on ollut tyytyväinen palvelusetelijärjestelmään. Asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelusetelijärjestelmään tutkitaan parhaillaan opinnäytetyönä. (Jäväjä 2008.) Palveluntuottajat pitävät palvelusetelijärjestelmää onnistuneena. Erään kotipalveluyrittäjän mukaan palveluseteliä käyttävät muodostavat pääosan heidän vakioasiakkaisistaan. Yritys on palveluseteliasiakkaiden lisääntyessä jatkuvasti kasvanut. Tällä hetkellä Kokkolan alueelle on suunnitteilla myös siivousseteli, jolla ostetut palvelut hankitaan pääasiassa kotityöpalveluyrittäjiltä.

3.3 Sosiaalinen toimintaympäristö

Sosiaalista toimintaympäristöä kuvaavat esimerkiksi väestörakenteen kehitys, asenteet, elämäntavat ja kulutustottumukset sekä niiden muutokset. Sosiaalinen toimintaympäristö kattaa myös yrittäjän ammatilliset ja yritystoimintaa edistävät verkostot, sekä yrityksen toimintaideologia. Sosiaalisen toimintaympäristön ulottuvuudet ovat yrittäjän arkielämän ja yrityksen tasoilla sekä laajemmassa yhteiskunnallisessa ympäristössä. Arkielämän tasolla sosiaaliseen toimintaympäristöön kuuluvat perhe ja muut lähiyhteisöt. Yritystoiminnan tasolla siihen kuuluvat työyhteisö, yrittäjäyhteisö, ammatilliset verkostot ja kilpailijat, yrityksen toimintaideologia ja arvoperusta sekä viranomaisyhteistyö. Yhteiskunnallinen sosiaalinen toimintaympäristö tarkoittaa kieltä, toiminta-aluetta ja paikallisia perinteitä, palvelujärjestelmää sekä muutoksia väestörakenteessa. (Kainlauri 2007,51- 52.) Keski-Pohjanmaan alueella tällä hetkellä toimivat kotityöpalveluyritykset ovat nuoria, joten ammatillista yhteisöä ei ole vielä olemassa. Yritykset toimivat itsenäisesti ja jokaisella on omat sosiaaliset verkostonsa.

Verkottuminen

Yhteistyö toisen samanlaisen tai suuremman alan yrittäjän kanssa on yksinyrittäjälle yksi tärkeimmistä menestystekijöistä. Verkottuminen alan muiden yrittäjien kanssa on välttämätöntä loman pitämisen ja vähintään sairastapauksen vuoksi (Niilola ym. 2005, 33). Varsinkin alkavat yrittäjät kaipaavat mentoointitukea. Jo kaksi yrittäjää voi keskustella yhteisistä asioista, mutta parempi olisi, jos lähialueella toimisi alan yrittäjien verkosto. Verkottumista toisten yrittäjien kanssa voi hyödyntää myös muussa toiminnassa kuten markkinointiviestinnässä ja tilausvolyymien kasvattamisessa. Yhdessä toisen yrittäjän kanssa on mahdollista ottaa vastaan ainakin tilapäisesti suurempia ja haasteellisempia tehtäviä, kuten remonttisiivousta sekä juhlien ja muiden tapahtumien järjestämistä. (Ks. Virtanen ja Leskinen 2005, 32.) Kotityöpalveluyrittäjän yhteistyötahoja ja sidosryhmiä ovat alan oppilaitokset, laite-, aine- ja pintamateriaalituottajat, omaa alaa lähellä olevat yritykset kuten kiinteistöpalvelu- ja rakennus- sekä isännöitsijäyritykset, joiden kautta on myös mahdollisuus saada uusia asiakkaita. Kunnan ja kolmannen sektorin kotityöpalvelu ovat luonnollisesti yrittäjän lähiverkossa.

3.4 Teknologinen toimintaympäristö

Alati kehittyvä teknologia on jo vaikuttanut kotityöpalveluun siten, että lähes kaikilla kotityöpalveluyrittäjillä on kotisivu ja asiakasyhteyksiä voidaan pitää yllä internetin kautta. Lisäksi on mahdollisuus käyttää sähköisiä asiakastietojärjestelmiä ja toimitilojen turvajärjestelmät ovat jo vakiintuneet käyttöön. Asiakkailla on henkilökohtaisia turvalaitteita ja odotettavissa on, että varsinkin iäkkäiden ihmisten asuntoja tehdään turvallisen ”älytalon” periaatteilla. Palveluyrittäjän tehtävistä harvaa voidaan automatisoida. Yksittäisissä laitteissa tapahtuu kehitystä, mutta esim. siivousrobottia tuskin on lähivuosina odotettavissa. Kehityksessä on kuitenkin oltava mukana niin, että on valmis tarvittaessa hyödyntämään teknologian kehitystä. Elektroniset laskut ovat jo tulleet ja saattaa olla, että kotityöpalveluyrittäjä avustaa asiakasta omalta yritykseltään tulleen laskun maksamisessa. (ks. Virtanen & Keskinen 2000, 14 -19.)

4 YRITTÄJYYS JA YRITYKSEN TOIMINTAEDELLYTYKSET

”Yrittäjä tekee mahdottomasta mahdollisen”, väittää Koiranen (2008, 5). Huomattavasti arkisempi yrittäjyyden määritelmä on 1700-luvulta. Sen mukaan yrittäjä on jokainen, jonka toiminnan kulut ovat tunnettuja, mutta tulot epävarmoja ja tuntemattomia. (Laukka - Sinisalo 2008.) Vanhimman tunnetun määritelmän esitti 1750-luvulla Richard Cantillon. Hän määritteli yrittäjän kaukonäköiseksi, taitavaksi ja määrätietoiseksi henkilöksi, joka on voittoa saadakseen valmis turvautumaan suuriin riskinalaisiin hankkeisiin. (Rissanen & Sinkkonen 2004, 13.) Yrittäminen toimintana on ihmisen pyrkimystä, ponnistelua ja ahkerointia asettamia tavoitteita tai päämääriään kohti. Yrittäjyys on myös toimeentulon hankkimista itselleen ja mahdollisesti työpaikkojen luomista myös muille. Suomen kielessä ei yrittäjä käsitteeseen välttämättä liity kasvuhakuisuutta. Englannin kielessä sana entrepreneurship (yrittäjyys) ja entrepreneurial (yrittäjämäisyys) ovat usein toimijan ja hänen toimintansa laadun määreitä. Näillä kuvataan toimijaa, joka hoitaa työtään tai yritystään määrätyllä tavalla. Huuskonen sanoo, että yrittäjyys on yrittäjänä toimimista ja yksi yrittäjyyden keskeinen tunnusmerkki on oman yrityksen perustaminen. (Rissanen & Sinkkonen 2004, 13 -14.)

Yrittäjältä vaaditaan ennen kaikkea yritteliäisyyttä ja halua toimia yrittäjänä. Usein on eroteltu toisistaan ulkoinen ja sisäinen yrittäjyys. Ulkoinen yrittäjyys tarkoittaa toimimista yrittäjänä ja yrityksen omistamista. Sisäinen yrittäjyys on Koirasen (2008, 3) mukaan yritteliäisyyttä jonkin organisaation jäsenenä tai omaehtoista yritteliäisyyttä. Kotityöpalveluyrityksissä työskenteleviltä henkilöiltä edellytetään vähintäänkin sisäistä yrittäjyyttä, sillä työskennellessään yksin hän joutuu tekemään sekä laadullisia että taloudellisia ratkaisuja päivittäin. Niilolan ja Valtakarin tutkimuksen (2006) mukaan Suomessa on vallalla yrittäjyyden paradoksi. Yhtäältä yrityksen perustaminen, sen hallinnon hoito on suhteellisen helppoa. Yrittäjällä on runsaasti käytössään tiedollista apua ja markkinat ovat vapaat. Toisaalta, yrityksiä on kuitenkin vähän. Tutkimuksessa syiksi ovat osoittautuneet pelko sosiaalisen verkon pettämisestä, velkaantumisesta. Velkarahalla yrittämistä vältetään, vaikka velkaa saakin helposti. Yrittäjäksi ryhtymistä estää myös se, että kyseisellä alalla on kova kilpailu ja sillä on paljon harmaata taloutta. Pelkona on kaiken uhratun menettäminen ja toiminnan loppuminen heti alkuvaiheessa. Yrittäjyydestä tulisi tuoda esiin positiivisia puolia sekä tarjota yrittäjäluentoja ja oppaiden lisäksi uusien yrittäjien kaipaamaa mentorointitukea. (Niilola & Valtakari 2006, 43 - 44.)

Kuvaillut asiat ovat ymmärrettäviä, sillä yrittäjäkokelaana olen huomannut, että yrittäjän verotuskiila on korkea. Lisäksi raskaan, vaikeasti rationalisoitavan ja vähän arvostusta omaavan työn muuttaminen voittoisaksi liiketoiminnaksi on haaste, joka edellyttää paljon muutakin osaamista kuin itse substanssityön. Kokeilunhalu muuttuu aika nopeasti epävarmuudeksi, joka puolestaan saa ihmisen pelaamaan varman päälle ja pysymään työntekijänä toisen yrityksessä.

Kokkolan alueen taloudellinen toimintaympäristö juontaa juurensa elinkeinoelämän murrokseen. Vaatetus- ja nahkateollisuuden lähes loputtua, varsinkin naisten osuus työttömistä kasvoi yhtäkkiä. Kokkolan seutukunnan työttömyysaste oli 1990-luvun lopulla jopa 5 prosenttiyksikköä muuta maata korkeammalla, Kokkolan kaupungissa tilanne oli heikoin. Vuoden 2005 tammikuuhun tultaessa ero oli kutistunut 0,1 prosenttiyksikköön. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2007 liikevaihdon kehitys oli nopeinta Keski-Pohjanmaalla, kasvua kertyi 12 prosenttia vuoteen 2006 verrattuna. Keski-Pohjanmaan liiton kehittämiskoordinaattori Kaj Lyyski toteaa, että kasvun vetureina olivat metalli-, konepa-

ja- ja veneteollisuuden yritykset, alueella olevan alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden ohella. (Talous kasvoi viime vuonna vireimmin Keski-Pohjanmaalla.) Tämänkaltainen kehitys oli omiaan lisäämään myös palvelujen tarvetta ja kysyntää. Mainitut kasvualat tarjoavat työpaikkoja enemmän miehille ja palvelualat taas työllistävät enemmän naisia. Erikoista on se, että maakunnista Keski-Pohjanmaalla naisten osuus yrittäjistä on suurin (4,1 %) KTM:n Rakennemuutoskatsauksen mukaan. (Hyvönen, Pihlaja & Rintala 2005, 29, 40.) Alkava naisyrittäjä löytää alueelta siis vertaistukea.

4.1 Kuluttajan asettamat vaatimukset ja niihin vastaaminen

Organisaatioiden toiminnan lähtökohta on jonkin hyödyn eli lisäarvon tuottamista jollekin organisaation ulkopuoliselle taholle. Organisaation sisällä on kysyttävä ja vastattava kysymyksiin: ”Mitä hyötyä me tuotamme?” ja ”Kuka on asiakkaamme ja miksi hän asioi juuri meidän kanssamme?” Jotta tämä tehtävä toteutuu, täytyy luoda itselleen asiakaskunta. On ajateltava ”mitä asiakas haluaa ostaa tai saada”. Asiakasta kiinnostavat hänen omat arvonsa, tarpeensa ja todellisuutensa. Kun pohditaan, miksi oma organisaatio on olemassa, pitää aloittaa asiakkaan todellisuudesta, hänen toiminnastaan, tilanteestaan ja tarpeistaan. Yrityksen on pystyttävä muuntamaan yhteiskunnassa esiintyviä tarpeita liiketoiminnallisesti kannattaviksi mahdollisuuksiksi. Vasta kun yrityksen henkilökunta on muuntanut erilaiset toiminnat kysynnäksi, on olemassa asiakas ja markkinat. Asiakkaan ostama tuote tai palvelu on hänelle aina hyödyke, eli se siis hyödyttää jollain tavalla asiakasta. Asiakas ei siis osta palvelua tai tuotetta, vaan sen tuottaman hyödyn tai lisäarvon, jonka hän uskoo saavansa. Samoin laatu on jokin hyöty, jonka asiakas uskoo saavansa. Asiakas saattaa kokea saavansa laatua silloin, kun jokin palvelu tai tuote on täyttänyt tai ylittänyt hänen ennako-odotuksensa. (Lindroos & Lohivesi 2006, 17 - 20.)

4.1.1 Asiakkaiden odotukset

Asenteen kotityöpalvelujen hankintaa kohtaan on tullut jatkuvasti myönteisemmäksi. Kotitalouspalvelut ovat todella kotiutumassa suomalaiseen yhteiskuntaan. Varjonen ym. (2007, 54) tutkivat suhtautumista kotityöpalveluihin. Vaikka enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että lasten on hyvä oppia selviytymään kotitöistä, lähes kaikki olivat yhtä mieltä myös siitä, että palvelujen ostomahdollisuus parantaa elämän laatua. Samoin useimpien mielestä kotitöiden

tekeminen toisen taloudessa vaatii ammattitaitoa ja yrityksiltä ostetut palvelut ovat ratkaisu ikääntymisen tuomiin ongelmiin.

Palvelun hankintaan vaikuttavat ensisijaisesti hinta ja luotettavuus. Luotettavuuden tärkeys ilmenee siitä, että palveluja ostetaan mieluiten tuttavien suosituksista. (Niilola & Valtakari 2006, 52.) Luotettavuutta kuvaavat myös muut tärkeimmät kuluttajien kotityöpalveluille asettamat kriteerit, kuten suomalaisuus, työntekijöiden ammattitaitoon panostaminen sekä yrityksen läheinen sijainti (Varjonen ym. 2007, 40). Palvelujen laadussa kaikkein tärkeimmäksi nousi sovitussa aikataulussa pysyminen sekä palvelun saatavuus sopivana ajankohtana. Seuraaviksi tulivat palvelun tuottajan tavoitettavuus ja kyky kohdata asiakas sekä mahdollisuus yksilöllisten toiveiden toteuttamiseen. Ammattitaito ja luotettavuus olivat lähes yhtä tärkeitä kuin edellä mainitut. (Mts 41.) Yrityksen kannattaa kysyä asiakkailtaan, mitä he haluavat. Palautteiden avulla voidaan toimintaa kehittää. Laurila (2007) toteaa, että lapsiperheet odottavat ammattitaitoisen työskentelyn ja hyvän lopputuloksen ohella yksilöllisyyttä. Työntekijältä odotetaan herkkyyttä asiakkaiden toiveille ja tarpeille, joustavuutta, tehokasta ajankäyttöä, huolellisuutta sekä aikataulussa pysymistä. (Laurila 2007.)

4.1.2 Asiakkaiden odotuksiin vastaaminen

Palvelujen standardisoinnilla (Niilola ym. 2005) saavutetaan merkittäviä etuja. Niihin kuuluvat toiminnan rationalisointi ja tehostaminen, töiden suunnittelu ja valvonta, työntekijöiden koulutus ja opastus sekä kustannusten laskenta. Palvelujen standardisointi ja tuotteistaminen helpottaa myös kuluttajien laatu- ja hintavertailuja ja tekee tuottajien välisestä kilpailusta läpinäkyvämpää. Kotipalvelutöistä esimerkiksi viikkosiivous on mahdollista standardisoida. (Niilola ym. 2005, 38.)

Kun hinta on niin ratkaiseva tekijä, kotityöpalvelun tuottajan on tarpeellista auttaa asiakkaitaan hyödyntämään etuisuuksiaan, kuten kotitalousvähennystä. Kotitalousvähennystä käyttäen yrittäjän kannattanee tehdä erilaisia laskelmia mahdollisille asiakkailleen markkinointiaankin varten. Näin kuluttajan tai asiakkaan on mahdollista nähdä palvelun lopullinen hinta. Koska kotityöpalveluista ei haluta maksaa paljoa, yrittäjän täytyy pystyä perustelevaan tuntihintansa. Kustannuslähtöinen hinta muodostuu itse työn tekemisestä johtuvista kustannuksista, yrityksen toiminnan kuluista sekä arvonlisäverosta. Hinnan sisältä-

mien tekijöiden tulee olla niin hyvin mielessä, että ne voi asiakkaille esittää. Hinnoittelussa tulee olla myös tietoinen muiden vastaavien palvelujen hintatasosta. Tarjontakin vaikuttaa hintoihin. Viikkosiivousta halutaan yleensä perjantaisin ja silloin hinta voi olla korkeampi kuin alkuviikon päivinä. Nyt perustettavan kotityöpalveluyritys Matroonan helahoito kotityöpalveluyrityksen osaikaiset työntekijät ovat työssä juuri loppuviikolla, jollin saavutetaan kyseinen hinnoittelu. Ratkaiseva on kuitenkin se, mitä kuluttaja on valmis palvelusta maksamaan, eli kuluttajalähtöinen hinta. Kuluttajat vertaavat hintaa muiden hintoihin ja jos hinta on kalliimpi, palvelun pitää tuottaa jotain heidän arvostamaansa lisäarvoa. (Härkki 2008, 140 - 141.)

Lisäarvoa voi tuottaa esimerkiksi monipuolisella palvelulla, vaikkapa tarjoamalla mattojen pesua paikan päällä tai siivousta ympäristöä säästäen. Juhlatai vierastarjottavien valmistaminen ja perhejuhlien valmistelu on helppo tilata henkilöltä, joka muutenkin on tuttu ja tuntee talon tavat. Kotityöpalvelujen tarjoaja, jolla on monipuolista tietotaitoa ja mielikuvitusta sekä Kokkolan alueella myös ruotsin kielen taito, voi suunnitella asiakkailleen juuri näiden kaipaamia palveluita, kunhan se on taloudellisesti kannattavaa. On hyvä muistaa, että kotitalouspalvelujen asiakkaat eriytyvät, sekä kokonaisuudessaan että saman segmentin sisällä. Tosiasia on, että kauppaa tehdään mieluiten tutun kanssa. Kotityöpalvelun tuottajan on oltava tunnettu, luotettava ja sellainen, jonka voi päästää omaan kotiin, vaikka itse ei olisi paikalla. Lisäksi palvelun tuottajalla tulee olla hyvä maine, mielellään lähipiirin suositus ja palvelun hinnan on oltava asiakkaan mielestä edullinen.

4.1.3 Asiakkaat etsivät palvelua

Tutkimuksen mukaan koko maata ajatellen kuluttajien tärkeimmät tietolähteet palveluja etsittäessä ovat sanoma-, paikallis- ja muut lehdet. Seuraavaksi tärkeimpänä on Internet, ja kolmanneksi eniten tietoa saadaan työtovereilta, tuttavilta, naapureilta tai sukulaisilta. Internet on tärkeä erityisesti pääkaupunkiseudulla ja nuorten (20 - 29-vuotiaiden) keskuudessa. Neljantenä ovat kotiin jaettavat esitteet ja mainokset, viidentenä puhelinluettelon keltaiset sivut ja kuudenneksi eniten tietoa saadaan suoraan palvelun tarjoajalta, kuten yritykseltä. (Varjonen ym. 2007, 38.) Ikääntyneille palveluja kannattaa, ainakin tois-taiseksi, markkinoida sanomalehdissä ja kotiin jaettavilla ilmoituksilla. Interne-

tin kautta tapahtuvaa markkinointia tulee kehittää, ja siellä olevan viestin tulee olla yksinkertainen ja selkeä. Kotisivulta pitää saada kokonaiskuva tuottajan palvelusta. Lisäksi sivujen käytön on oltava helppoa. (Varjonen ym. 2007, 77.) Yrittäjän säästää rahaa ja aikaa, kun hän selvittää, mitkä tiedotuskanavat ovat omalla alueella ja asiakassegmentille tehokkaimpia ja suuntaa markkinointiviestintänsä sen mukaan. Kotityöpalveluyrittäjän tavoitettavuus on tärkeää. Aina ei riitä, että soiton päässä on puhelinvastaaaja ja varsinkin vanhemmalle väelle on tärkeää, että heidän asiansa käsitellään heti. Yrittäjän on siksi varattava aikaa, lähes milloin tahansa, yhteydenpitoon asiakkaiden kanssa.

Koska kotipalvelutyöntekijää tarvitaan jopa seitsemänä päivänä viikossa, yrittäjällä ei ole lainkaan täysin vapaita päiviä. Tästäkin syystä kannattaa perustaa kotityöpalveluyrittäjien verkosto tai yhdistys edistämään yhteistyötä, jolloin kaikkien ei tarvitse päivystää viikonloppuja. Yhdistys auttaa vahvistamaan viestintää ja ajamaan yrittäjien etua sekä viimekädessä parantamaan laatua. (Varjonen ym. 2007, 77.) Etelä-Suomessa kotityöpalveluyrittäjyyttä on edistänyt [www.elias-](http://www.elias-nettitori.fi)nettitori, joka markkinoi ja koordinoi kotityöpalveluja. Nettitorin yrittäjille asetetaan tietyt vaatimukset, näin se ajaa sekä kuluttajien että yrittäjien etua. Jotain samankaltaista tarvittaisiin tänne Kokkolan alueelle. Olisi luotava organisaatio, jossa kotityöpalveluyritykset olisivat samalla viivalla, jolloin kuluttajat voisivat helpommin vertailla niitä ja hankkia palvelun turvallisesti. Yritykset hyötyisivät tällaisesta yhteismarkkinoinnista, siitä seuraisi yritysten välistä yhteistyötä ja sen jatkuvaa kehittämistä.

4.2 Palvelun tuottajan ehdot menestymiselle ja kannattavuudelle

4.2.1 Asiakkaiden löytäminen

Aloittavan yrityksen tärkein asia on asiakkaiden hankkiminen. On muistettava, että henkilökohtainen kontakti on usein paras. Pehr- Göran Kåla Kokkolan uusyrittäjäkeskuksesta suosittelee ihmisten tapaamista erilaisissa yhteyksissä, kuten kerhoissa, harrastuksissa, yhdistyksissä, erilaisissa tapahtumissa. (Kåla 2008.) Kannattaa myös esitellä yritystään vapaamuotoisesti tapaamilleen henkilöille ja tarjota suoraan palveluja. Kokemukseni mukaan näin saa nopeasti tuloksia. Tein soittokierroksen henkilöille, joiden oletin hankkivan kotityöpalvelua tulevaisuudessa ja hankin pienessä ajassa monta asiakasta. Nämä

olivat halukkaita ostamaan säännöllisesti kotityöpalveluja syntymässä olevalta kotityöpalveluyritys Matroonalta. Yleensä kotityöpalveluyrittäjät ilmoittavat paikallislehdissä ja jakavat mainoksia terveyskeskuksiin, sairaaloihin ja muihin paikkoihin, joissa mahdolliset palvelun tarvitsijat tai hankkijat liikkuvat. Koska kuluttajille on niin tärkeää luottamuksen saaminen palvelun tuottajaan, olisi yrityksen alkuvaiheessa tarpeen kertoa kuluttajille enemmän itsestään ja historiastaan, varustaa ilmoituksensa valokuvalla, johon on sijoitettu palvelun tuottajat, yrityksen tunnuksilla varustettu auto ja mahdolliset toimitilat. Tunnettuutta voi yrittää hankkia ilmaiseksi, jos saa paikallislehden esittelemään toimintaa, näin toimii Kokkolan seudulla kerran viikossa ilmestyvä Kokkola-lehti.

4.2.2 Kotityöpalveluyrityksen menestys- ja kannattavuustekijät

Tutkitusti siivous- ja remonttiyrittäjien mukaan yrityksen menestymisen ja kannattavuuden kannalta tärkeitä asioita ovat luotettavuus ja maine, vakituiset asiakkaat, työntekijöiden ammattitaito, kotitalousvähennys sekä hyvä yhteydenpito asiakkaiden ja työntekijöiden kanssa. Muita tärkeitä asioita ovat työvoiman pysyvyys ja erikoisosaaminen jollakin osa-alueella. Lisäksi tärkeitä ovat palvelujen kustannusten mukainen hinnoittelu, tehokas markkinointi ja asiakkaiden hankinta, markkinoiden mukainen hinnoittelu sekä kirjanpidon ulkoistaminen. Melko tärkeitä edellytyksiä olivat myös osa-aika- ja tuntityöntekijöiden käyttäminen siksi, että työvoimakustannusta tulee vain silloin, kun työntekijä on laskutettavassa työssä. Menestystekijöiksi luetaan myös palvelujen tuotteistaminen sekä verkottuminen toisten yritysten kanssa. (Niilola ym. 2005, 37.)

Siivouspalveluyrityksiä tutkittaessa kannattavan toiminnan perusedellytyksen muodostavat vakituiset asiakkaat ja säännölliset siivouskerrat. Kustannuksia vähennetään myös siten, että sovitaan kiinteä hinta. Tällä tarkoitetaan, että asiakkaita veloitetaan suoraan säännöllisesti tehtävän mukaan, riippumatta siihen kuluneesta ajasta. Yritys ei tarvitse toimistotiloja, tehokkuutta saadaan sitä enemmän mitä enemmän laskutuksessa ja kirjanpidossa käytetään ATK:ta. Yhteydenpito sekä laskutuksessa että tiedonvälityksessä on sähköposti. (Niilola & Valtakari 2006, 55.) Elektroninen laskutus on tätä päivää, ja sen piiriin tulisi saattaa mahdollisimman monet asiakkaat.

Valtakunnallisesti syitä kotityöpalveluyrityksen heikkoon kannattavuuteen on monia. Yksi on henkilökunnan suuri vaihtuvuus, toinen on se, että kotityötä on vaikea rationalisoida ja siirtymäkustannukset taloudesta toiseen vievät aikaa. Jos käytetään yrityksen välineitä ja aineita, niiden kanssa liikkuminen taloudesta toiseen on hankalaa. Tällöin tarvittaisiin auto, joka lisää myös kustannuksia jopa 500 euroa kuukaudessa työntekijää kohden. Siivoustyöstä tehty tutkimus osoittaa, että siirtymiin kuluu aikaa niin, että tehollinen työaika on 45 minuuttia tuntia kohti. (Niilola ym. 2005, 38). Edullisinta olisikin, jos asiakastaloudet sijaitsisivat lähellä toisiaan. Etäällä sijaitsevat asiakaskohteet voisi neuvotella hoidettavaksi toiselle yritykselle, jolle ne sopivat paremmin. (Niilola & Valtakari 2006, 55.) Matroonan himan helahoito-kotityöpalveluyrityksessä toimitaan niin, että työntekijöiden työpäivä on seitsemäntuntinen, mutta laskutettavia tunteja tulee päivää kohti kuusi tuntia. Näin yksi tunti päivässä jää siirtymiin käytettäväksi. Tietenkin, jos samassa kohteessa työskennellään sopimuksen mukaan seitsemän tuntia, laskutuskin tehdään seitsemältä tunnilta.

Tuotteistaminen ja standardisointi helpottaisivat yrittäjän suunnittelutyötä ja selkeyttäisivät asiakkaan valintoja. Kotirinki-kotipalvelu toimii franchising-periaatteella ja palvelutuotteet on täysin tuotteistettu, eli palvelu toimii tietyllä konseptilla. Hinnoittelu tapahtuu neliömetreittäin kolmella eri tasolla. Eri tilauksesta voidaan saada esim. ikkunanpesua ja kalusteiden puhdistamista. Yritys käyttää omia siivousvälineitään ja siivousaineitaan. Yritys kouluttaa ja antaa tuen yrittäjälle koko ajan. Näin kynnystä yrittäjyyteen on madallettu. (Kotirinki 2008.)

4.2.3 Kotityöpalveluyrityksen työvoima

Kotityöpalveluyritysten haasteena on saada työntekijöitä. Työtä aiheuttaa myös työntekijöiden taustojen selvittäminen, sillä työntekijän luotettavuus on kotitalouksille erittäin tärkeää (Niilola & Valtakari 2006,48). Eräät siivouspalveluyritykset tarkastavat, ettei työnhakijalla ole merkintää rikosrekisterissä. Vielä merkittävämpää on selvittää, onko henkilöllä alkoholi- tai huumeongelmaa. Niitä esiintyy myös kotitalousaloilla, ja työvoimaviranomaisten mahdollisuudet rekisteröidä tällaiset työnteon esteet ovat rajalliset. (Niilola ym. 2005, 45, 70.)

Siivoustyö ei ole kovinkaan arvostettua ja työvoimatoimistojen rekrytointiongelmia koskevassa kyselyssä se olikin ongelmallisin ammatti. Kotisiivoojan työ kiinnostaa vielä vähemmän. Kyselyn mukaan suurimmat syyt ongelmiin ovat

osa-aikaisuus, vuorotyö ja epäsovivat työajat sekä hakijoiden henkilökohtaiset ongelmat, kuten työmotivaatio ja työkyky. Työvoimaneuvojien mukaan ratkaisu voisi löytyä siivoojien koulutuksesta ja alan arvostuksen nostamisesta. (Niilola & Valtakari 2006, 56 - 57.)

Siivouspalveluyrityksiä koskeneessa tutkimuksessa tuli esille, että kotisiivoojan työ on yksinäistä. Työntekijöiden pysyvyyttä yrityksessä sekä motivaatiota edistävät siivoojien yhteiset tilaisuudet ja palaverit. Suuremmat yritykset järjestävät työntekijöilleen myös koulutuspäiviä, joissa voidaan tarjota uralla etenemismahdollisuuksia. Viimeksi mainittu seikka ei ole kuitenkaan lisännyt siivoojiksi haluavien määrää. Eräässä yrityksessä kotisiivoojille maksetaan noin euron korkeampaa tuntipalkkaa kuin laitossiivoojille, mutta tämä korvaus maksetaan sen jälkeen, kun siivooja on ollut palveluksessa kolme kuukautta, eikä hänen työstään ole tehty valituksia. Tämä yritys maksaa myös sadan euron korvauksen siivoojalle, jonka vinkin perusteella on voitu palkata uusi siivooja (Niilola ym. 2005, 45). Koska työntekijöiden vaihtuvuus on suuri, eräät yrittäjät palkitsevat töissä pysymisestä maksamalla parempaa palkkaa sitä mukaa, kun työssäoloaika pitenee. (Niilola & Valtakari 2006, 57.)

Kodeissa siivoaminen vaatii työntekijältä enemmän vuorovaikutus- ja päätätaitoja kuin laitossiivoojalta, eikä halukkaita kotisiivoojia hevin ilmaannu. Kun hyvä kotisiivooja löytyy, yritys pitää hänestä kaikin keinoin kiinni. Juuri nyt Kokkolan alueellakin kotityöpalveluyritykset etsivät työvoimaa. Yksi yrittäjästä kertoi tulleen siihen tulokseen, että kotityöpalvelun ihanne-työntekijä on keski-ikäinen nainen. Työntekijän odotetaan seurustelevan asiakkaan kanssa ja hoitavan hänen muitakin asioitaan kuin vain esimerkiksi siivoamisen. Asiakkaat kysyvät paljon neuvoa ja tarvitsevat apua esimerkiksi viranomaisien kirjeiden sisällön selvittämiseen ja moniin muihin nykyaikaisen elämän asioiden hoitoon. Työntekijän tulee olla elämäkokemusta omaava monitaituri, jolla on kyky tiedostaa asiakkaan tarpeet. Edellä olevan todistaa myös tutkimustieto. Vanhemmilla työntekijöillä katsottiin olevan monia vahvuuksia nuorempiin nähden, esimerkiksi kokonaisuuksien ja asiayhteyksien laajempi ymmärtäminen sekä kokemuksellisten toimintamallien käyttäminen. Innovaatioita kypsemät henkilöt pystyvät tuottamaan yhtä hyvin kuin nuoret, jopa paremminkin. (Wallenius & Hjelt 2005, 5.) Perustettavan Matroonan himan helahoitokotityöpalveluyrityksen neljä työntekijää ovat ennestään tunnettuja keski-

ikäisiä, ammattitaitoisia henkilöitä, joiden osaaminen ja luotettavuus ovat perustajan tiedossa.

Kotityöpalvelu on ammattitaitoa ja hyvää jaksamista vaativaa työtä. Siivous on raskasta ja monet tutkimuksessa mukana olleet sanoivat jaksavansa tehdä sitä vain 4 - 6 tuntia päivässä. Monissa suurissa yrityksissä osa-aikaisia ja tunti-työntekijöitä on jopa 40 - 60 prosenttia työvoimasta. Osa-aikaista siivoustyötä tekevät muun ohessa opiskelijat ja kotiäidit, mutta siitä saatava korvaus ei riitä elämiseen. Monet siivousyritykset käyttävät myös henkilöstövuokrausyritysten palveluita täydentävänä voimavarana. Useiden maahanmuuttajien ensimmäinen ammatti Suomessa on siivooja. Perinteisesti kotisiivoojaksi ei ole hyväksytty vierasperäistä henkilöä. (Niilola ym. 2005, 45 - 46.) Asenteet ovat tosin nyt muuttuneet. Usein maahanmuuttajat tulevat kulttuureista, joissa palvelutyötä arvostetaan. Kielen ja ammatin oppimisen myötä tulokkaat ovat lähes aina tervetulleita myös kotityöpalvelumarkkinoille, näin on todettu ainakin kokkolalaisyrityksissä. Muita mahdollisuuksia työvoimaongelmaan ovat tukityöllistetyt, matalapalkkatuen piiriin kuuluvat työntekijät. Oma lukunsa ovat opiskelijat, työssäoppijat tai harjoittelijat, joiden oppimisen mahdollistaminen ja oppimisen ohjaaminen sekä arvioiminen ovat yrittäjälle tulevia velvollisuuksia, mutta toisaalta on yksi käsipari lisää auttamassa. Lisäksi yrittäjä saa näin kasvateuksi itselleen työvoimaa. Tämä ja muu yhteistyö oppilaitosten kanssa avaa mahdollisuuksia tehdä kotityöpalvelualaa tunnetuksi, vaikuttaa opetussuunnitelmien sisältöön ja siten kehittää alaa.

4.2.4 Yrityksen koko

Yrittäjän kannattaa harkita tarkoin yrityksensä koko. Keski-Pohjanmaan työllisyysstrategia-tutkimuksen mukaan alueella olevat naisyritykset ovat enimmäkseen yhden ja kahden hengen toimijoita (Hyvönen, Pihlaja, Rintala 2005, 45). Muun muassa Virtanen ja Keskinen toteavat, että naisyrittäjille on ominaista yritystoiminnan pienimuotoisuus ja kasvuhaluttomuus (Virtanen & Keskinen 2000, 34). Kotityöpalveluyritykset ovat useimmiten yhden henkilön yrityksiä tai mikroyrityksiä, joiksi luetaan alle 10 hengen yritykset. Yksin yrittämisessä voi olla monia kielteisiä piirteitä kuten työuupumus, joka johtuu siitä, että varsinainen työaika kuluu palvelun tuottamisessa, laskutus, markkinointi sekä muut tehtävät hoidetaan iltaisin tai viikonloppuisin. Lisäksi yksinyrittäjältä

puuttuu mittakaavaetu etenkin ydintoiminnan oheistoiminnoissa. Yksin- ja mikroyritykset toimivat kuitenkin tehokkaasti, joustavasti ja asiakaslähtöisesti, monilla on pitkä työkokemus ja hyvä ammattitaito. Sen sijaan puutteellinen liiketoimintaosaaminen on johtanut alihinnoitteluun, joka johtaa epäterveeseen kilpailuun. (Niilola ym. 2005, 32 - 33.)

Kotipalvelujen hinnoissa ei hinnoitella kustannusten vaan markkinahintojen mukaan. Hinnoittelussa ei ole otettu huomioon useinkaan mahdollista sairastumista, loma-aikaa eikä itsensä kehittämiseen kuluvaan aikaa. (Niilola ym. 2005, 31 - 32.) Siivousyrityksiä koskevassa tutkimuksessa todetaan, että yksinyrittämistä suositeltavampaa on 4 - 6 henkilön mikroyritys, jossa osa työskentelee osa-aikaisesti. Näin on mahdollista suunnitella töitä joustavasti, ottaa huomioon sairastumiset, lomamatkat sekä hoitaa uudet ja kertasiivousasiakkaat. Kotityöpalveluyrittäjien mielestä uuden työntekijän palkkaamista estävät eniten työnteon korkeat sivukulut (51 %), sitten työntekijöiden vaikea saatavuus (35 %), ei työllistämistarvetta (24 %) sekä vaikeus selvittää työntekijöiden taustoja (26 %). (Niilola & Valtakari 2006, 56.)

Kotityöpalveluyritykset palkkaavat lisätyövoimaa varovasti. Mäen ja Pulkkinen tutkimus osoittaa, että yrityksen liikevaihdon kasvun olisi oltava 1,5 - 2 kertaa palkattavan bruttopalkka sivukuluneen, jotta palkkaaminen kannattaa. Työntekijän palkkaaminen lisää alkuvaiheessa yrittäjän työtä ja heikentää kannattavuutta, mutta helpottaa yrittäjän työtä myöhemmin. Moni yrittäjä ei tunne tai osaa hyödyntää määräaikaissuusia, osa-aikaissuusia ja koeaikoja työntekijää otettaessa. (Niilola & Valtakari 2006, 45). Kotitalousalojen yrittäjille vuonna 2004 tehdyssä kyselyssä selvisi, että työntekijän palkkaamista edistäviä tekijöitä olisivat kotitalousvähennys, arvonlisäveron alentaminen, suurempi palvelusetelin käyttöönotto, työnteon kannattavuuden lisääminen työttömyyteen nähden sekä verotusarvon määrittelemisen siivouspalveluille. Arvonlisäveron alennus ei tule kysymykseen toiminnoissa, jotka kuuluvat kotitalousvähennyksen piiriin. Verotusarvon määrittelemisen olisi yksi mahdollisuus kotityöpalveluyrityksille palkata lisää työntekijöitä. Perusteena olisi yritysten mukaan se, että kun työnantaja yritys ostaisi siivoukset, vakituisten siivousten määrä lisäntyisi ja samalla ostettaisiin enemmän ammatillista osaamista. (Niilola & Valtakari 2006, 47, 102, 118.)

5 YRITYKSEN STRATEGIA

Yrityksen toimintaa ohjaavat sen missio eli varsinainen tehtävä, visio ja strategia, josta käsin johdetaan yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Visio on organisaation näkemys siitä, millainen se haluaa olla tulevaisuudessa. Toimiva visio on realistinen, ymmärrettävä, toiminnallinen, mitattavissa ja innostava. Visiolla määritellään mitä tulisi saavuttaa ja millä ajalla. Strategia sisältää pohdintoja, johtopäätöksiä valintoja ja toimenpiteitä, joiden avulla yritys pyrkii saavuttamaan vision mukaiset päämäärät. Strategian kiteyttäminen on oman organisaation toiminnan innovointia. Siinä pyritään löytämään uusia tapoja tyydyttää asiakkaan tarpeita. Strategiaprosessissa muodostetaan valikoima keinoja, joiden avulla toimintaa kehitetään ja linjataan. (Lindroos & Lohivesi 2006, 26 - 28, 30.)

Strategia-käsitteellä on lukuisia määritelmiä. Kamenskyn mukaan: ”Strategia on yrityksen tietoinen keskeisten tavoitteiden ja toiminnan suuntaviivojen valinta muuttuvassa maailmassa” (Kamensky 2007). Strategia luo reunaehdot ja keinot vision saavuttamiselle, sen tulee olla ymmärrettävä ja konkreettinen. Strategian tulee antaa myös vastauksia käytännön ristiriita- tai vaihtoehtotilanteisiin. (Kallioinen 2007.) Pienessä yrityksessä strategia ja visiot ovat vain yrityksen perustajan päässä. Kun ne kirjoitetaan ja niistä keskustellaan yhdessä työntekijöiden kanssa, niistä saadaan muotoilluksi toiminta-ajatus tai liikeidea.

5.1 Visio ja strategia asiakaspalvelulähtöisessä toimintatavassa

Asiakaspalvelulähtöisen yrityksen tavoitteena on tavoitella asiakasuskollisuutta ja ajan myötä myös kumppanuutta. Vision perusteella asiakkaan tulisi pystyä erottamaan yrityksen toiminta sen kilpailijoista. Vision sisältämä palvelulupaus pitää pystyä purkamaan konkreettiseksi, asiakkaalle lisäarvoa tuottavaksi toiminnaksi. Toiminnan tulee olla sellaista, että asiakas pystyy sen myös todentamaan. Vision sanoman tulee olla asiakkaalle merkityksellinen ja siitä tulee välittyä tietty mielikuva, jota käytetään yrityksen viestinnässä. Asiakaspalvelu-

lähtöisessä toimintatavassa korostuu yrityksen tapa hoitaa asiakasyhteyksiä. Asiakkaan tulee saada ainutlaatuisia elämyksiä, joita luovat asiakkaan kanssa tekemisissä olevat henkilöt, juuri tässä on yrityksen tuottama lisäarvo. Tietenkin toimitetun palvelun tai tuotteen pitää täyttää asiakkaan sille asettamat odotukset. Asiakaspalvelulähtöisyys edellyttää, että asiakkaalle toimitetaan aina jollain lailla ainutlaatuinen ratkaisu. Asiakas etsii nimenomaan kokonaisratkaisuja. Kun yritys tarjoaa kokonaisratkaisua, sen hyväksi pitää jaksaa nähdä vai-
vaa. (Lindroos & Lohivesi 117, 133.)

5.2 Markkinointi

Markkinoinnin tulee edistää myyntiä ja toimia tiedottajana. Se kohdistuu yrityksen nykyisiin ja potentiaalsiin asiakkaisiin sekä sidosryhmiin. Kaikki viestintä ja kontaktit ovat markkinointia ja jokainen yrityksessä toimiva on markkinoija. Markkinoinnin tulee olla selkeää ja johdonmukaista sekä sopusoinnussa yrityksen toiminnan kanssa. Markkinointi on usein välttämätöntä yrityksen alkuvaiheessa, mutta onnistuessaan se maksaa itsensä takaisin. Markkinointi on järkevää toteuttaa yrityksen normaalissa toiminnassa. Kysyntälähtöinen markkinointi, josta kotityöpalveluyrityksessä on kyse, korostaa asiakaslähtöisyyttä ja asiakassuuntaista yksilöintiä. Yhä yleisempää on markkinoinnin kytkeminen osaksi asiakassuhde- ja yrityksen muuta toimintaa. On tärkeää kunnioittaa tiedostavaa asiakasta. Kuluttajan tukena ovat paitsi omat kokemukset, myös kulttuuri, jossa arkisetkin ostopäätökset ovat tiedettä. (Kainlauri 2007, 79 - 80.)

Asiakkaita määritellään markkinoilla asiakasryhmien eli segmenttien avulla. Segmentointi tapahtuu erilaisten käytännön tekijöiden mukaan. Segmentoinnin tarkoituksena on yrityksen kannattavuus. Aloittavan yrittäjän kannattaa keskittyä yhteen tai kahteen asiakasryhmään. Kotityöpalvelujen kohdalla tulee ottaa huomioon myös kunnan ostopäätösten tekijät. Tulee pitää huolta siitä, että yritys on kunnan hyväksymien palveluntuottajien listalla. Lisäksi asiakkaat saattavat verrata palvelua kunnalliseen, joten ainakin ammatillisuuden ja kustannustehokkuuden pitää olla kunnossa. (Kainlauri 2007, 80 - 81.)

5.3 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelman työstäminen alkaa ideoinnilla. Liiketoimintasuunnitelma on kirjallisessa muodossa oleva esitys yrityksestä ja sen toteuttamisesta. Se sisältää yrityksen palvelut, resurssit ja tavoitteet sekä arvioi kilpailutilannetta, rahoitusta ja uhkia. Se kuvaa myös yrityksen toimintamallin, strategian ja visiot. Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen perustamisen tärkein osa, sen tulee toimia helposti päivitettävänä työkaluna yrityksen arjessa. Liiketoimintasuunnitelma jäsentää yrittäjäksi aikovan omia ajatuksia ja toisaalta sen avulla yrittäjä voi vaikuttaa yhteistyökumppaneihinsa. Rahoittajat ja muut sidosryhmät ovat kiinnostuneita liiketoimintasuunnitelmasta. Samoin se toimii kattavana esitteenä, kun yrittäjä hakee yhteistyökumppaneita tai yrityksen toimintaa halutaan muuten arvioida. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen on prosessi, jossa ensimmäisessä vaiheessa opiskellaan toimialaa ja tutustutaan mahdollisten kilpailijoiden toimintaan. Sen jälkeen ryhmitellään tietoa ja hahmotellaan oman yrityksen malli. Lopuksi kirjoitetaan suunnitelma, jonka tulee vastata kysymyksiin mitä, miten ja miksi. (Kainlauri 2007, 37 - 38.)

Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä valitulla toiminta-alalla (<http://www.edu.fi/oppimateriaalit/>). Yritys on markkinoilla asiakkaita varten, mutta toimintaa on vaikea hallita sattumanvaraisesti. Liikeidea on yrittäjälle apu tuottavaan toimintaan siten, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. Toimivalla yrityksellä on ominaisuuksia, jotka vaikuttavat sen kilpailuetuun. Konkreettisuus edellyttää, että yritys on tarkasti määrännyt ja selvittänyt: ketkä kuuluvat kohderyhmään, mitkä ovat tuotteet, miten yrityksessä toimitaan ja mitkä ovat imagon tärkeimmät tekijät. Kolmanneksi menestyvä liikeidea on ainutlaatuinen, kilpailijoistaan erottuva, jolloin asiakkaat sitä arvostavat. Lopuksi liikeidean tulee olla todellinen, sen pitää ohjata käytännön toimintaa, liikeidean tulee näkyä. Liikeidean tuottamisen toteuttamisjärjestys etenee niin, että ensin valitaan ja määritellään kohderyhmä, sen jälkeen imago, jonka jälkeen kehitetään tuote tai palvelu ja lopuksi kehitetään tapa toimia. Alkavan yrittäjän on lähes mahdotonta hallita tätä prosessia. Riittävä kokemus liikeidean kehittämiseen puuttuu. Liikeidea onkin alussa tavoitteellinen. (Oma yritys. 2008, 25.)

6 KOTITYÖPALVELUYRITYKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

Kiinnostus kotityöpalveluyrityksen kannattavuutta kohtaan on ollut mielessäni jo vuosikausia. Työskentelin opettajien työelämäjaksolla kotityöpalveluyrityksessä keväällä vuonna 2005. Ihmettelin alhaisia laskutushintoja ja osaaikaista työntekoa, miettien samalla, että jaksaisinko tehdä tällaista työtä elääkseni. Yrittäjäkaksikko kuitenkin vaikutti tyytyväisiltä ja he selvästi olivat ylpeitä omasta yrityksestään. Jälkeenpäin olen keskustellut heidän kanssaan yrittämisestä ja heidän mielipiteensä ovat vahvistaneet monia kirjallisuudesta saatuja käsityksiä.

Varsinainen kotityöpalveluyrityksen suunnittelun käynnistin tutkimalla olemassa olevaa kirjallisuutta ja tutkimuksia. Samalla käytiin keskusteluja useiden henkilöiden kanssa. Rehtori Marja-Liisa Tenhusen (2008) ohjeen mukaan yritystä perustaessa strategiatyöskentelyä seuraa liiketoimintasuunnitelma, joka on siis kehitellyn strategian tuotos. Tenhusen mukaan kotityöpalveluyrityksen perustajan tulee olla mukana käytännön työssä ja pitää huolta tärkeimmistä eli avainasiakkaista. Pienyrittäjän kannattaa myös verkottua, jotta saa myös suurempia tilaustöitä esimerkiksi perussiivouksia ja kotijuhlia hoidetuksi.

Kauppaneuvos Martti Eurolan (2008) ohjeena on, että suurempiin urakoihin kannattaa palkata omia työntekijöitä, jotta tulos jää omalle yritykselle. Yrittäjä Orvokki Kentala (2008) neuvoi, että yksinyrittäjä tarvitsee kaverin vaikkapa sairauden tai muuan pakottavan esteen varalta. Seuraamalla hänen yrityksensä toimintaa, saa muutenkin oppia yrittäjyydestä ja erityisesti taloudellisesta tehokkuudesta.

6.1 Yksinyrittäjästä viiden hengen yritykseen

Huhtikuussa vuonna 2008 otin yhteyttä Uusyrittäjäkeskus Firmaxiin, jossa yritysneuvoja Pehr- Göran Kåla kertoi Firmaxin yrityspalveluista ja sain käyttööni kannattavuuslaskentaohjelman. Laskelmat ja suppean yrityssuunnitelman sain netissä olevalla alustalla kätevästi hänen kommentoitavakseen. Yrityssuunni-

telman kehittelin mukaillen Finnveran kustantamaa Liiketoimintasuunnitelma-työkirjaa (Ruuska, Karjalainen & Johnsson 2001). Koko työskentelyn ajan kävin epävirallisia keskusteluja myös kuluttajien kanssa, samalla pohdin kotityöpalveluyrityksen vaatimuksia erilaisten ihmisten kannalta. Vähitellen tulivat selville myös asiakassegmentit, joihin markkinointi kannattaisi ensisijaisesti suunnata. Samoissa suorissa keskusteluissa pohjustin asiakkaiden hankintaa.

Lähes vuoden prosessin aikana suunniteltu kotityöpalveluyritys muuttui ensin yhden hengen yrityksestä yhteensä viiden työntekijän työllistäväksi monipuoliseksi kotityöpalveluyritykseksi. Perusteena oli tutkimuksista kerätty tieto. Esimerkiksi olin saanut selville, että yksin yrittäminen paitsi johtaa helposti uupumukseen, myös estää yrityksen kehittämisen resurssien puutteessa. Muutenkin yrittäjälle avautuu mielenkiintoisempia haasteita ryhmässä kuin yksin puurtaen. Yrityksen tärkeiksi ominaisuuksiksi muodostuivat palvelualttius ja luotettavuus sekä kokonaisratkaisujen tuottaminen asiakkaille. Koska hyvät työntekijät ovat erittäin arvokkaita kotityöpalvelualalla, heistä täytyy pitää hyvää huolta. Kun työntekijät ovat tyytyväisiä, he pystyvät puolestaan antamaan asiakkaille parhaansa. Siksi tuntipalkka on kaikille 10 euroa tunnilta, joka on enemmän kuin vaikkapa laitossiivoojan keskimääräinen tuntiansio. Koulutusta pystyn alkuvaiheessa antamaan itse. Paitsi suoranaisesti työhön liittyvää opiskelua, työntekijöiden toivotaan osallistuvan myös omaan henkilökohtaiseen osaamisensa ja kiinnostuksensa mukaisiin koulutuksiin. Työntekijöiltä toivotaan myös ideointia yrityksen toimintaan ja yrityksen palvelujen kehittämiseen.

Vaikka yksinyrittämisessä on monia huonoja puolia, laskelmien mukaan yksinyrittäjän työ kannattaa taloudellisesti paremmin kuin viiden hengen yritystä pyörittävän työ. Useamman henkilön yrityksen omistajaa runsaammat toimitustyöt, asiakkaiden hankinta, poissaoloista johtuvat järjestelyt ja monet muut velvollisuudet. Laskelmissa kaikki toimitustyö jää yrittäjän iltaisin ja viikonloppuisin tehtäväksi. Kustannussyistä yrittäjä joutunee itse hoitamaan viikonloppu- ja iltatyöt. Viimeksi mainittujen korkeampia laskutushintoja eikä myöskään korkeampia työvoimakustannuksia ole laskelmissa otettu huomioon. Kannattavuutta on yritetty parantaa hiukan sillä, että kaksi osa-aikaista työntekijää tekevät viikkosiivouksia aina loppuviikolla, jolloin laskutettava tuntihinta on 28 euroa tunnilta, kun se muina aikoina ja muilla työntekijöillä on 25 euroa. Sa-

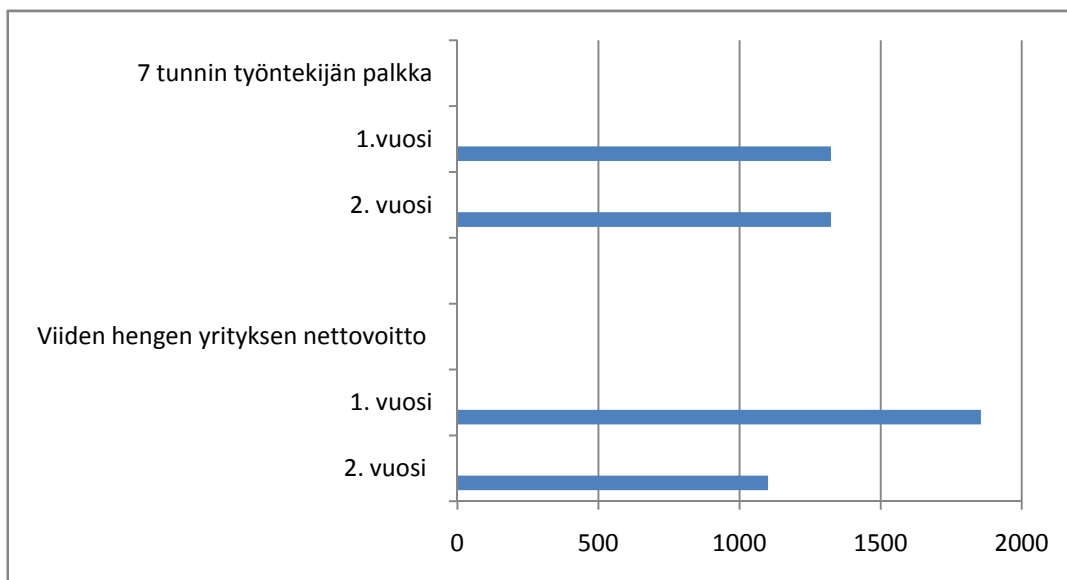
moin riskejä on yritetty välttää siten, että työntekijät työskentelevät tuntipalkalla ja työsopimukset kirjoitetaan kaikille aluksi ”kutsutaan töihin tarpeen mukaan”-periaatteella. Laskelmat on laadittu täystyöllisyyttä koskeviksi. Näistä kustannusten säästötoimista huolimatta kannattavuus ei ole riittävä. Nordeapankin yritysneuvoja Solveig Bäck (2008) totesikin tutustuttuaan alustavaan liiketoimintasuunnitelmaan, että tällaiset yritykset eivät ole kultakaivoksia.

Kotityöpalveluyritys Matroonan himan helahoito työllistää siis omistajan lisäksi kaksi kokoaikaista ja kaksi osa-aikaista työntekijää. Osa-aikaiset työskentelevät torstaisin ja perjantaisin kahdeksan tuntia kumpikin. Kaksi muuta työntekijää ja omistaja työskentelevät 35 tuntia viikossa. Työntekijöille maksetaan palkkaa yhdeltä tunnilta päivässä siirtymisiin, koska niitä yleensä tulee työpäivän aikana. Siten seitsemän tunnin työpäivästä voidaan yleensä laskuttaa asiakkaalta vain kuuden tunnin hinta, mutta työntekijä saa palkan seitsemältä tunnilta.

Ensimmäisen vuoden aikana yhtä työntekijää kohden työpäiviä tehdään keskimäärin 14 päivää kuukaudessa. Jos yrityksen halutaan tuottavan omistajalleen 18 000 euroa vuodessa, pitäisi päivää kohden voida laskuttaa noin 160 euroa. Laskelman mukaan ensimmäisenä vuonna tähän päästään. Toisena vuonna tulisi saada rahaa enemmän kassaan, koska oletettavasti yrityksen menotkin nousevat. Hinnan nostaminen on hankala toimenpide noin vuoden kuluttua yrityksen toiminnan aloittamisesta. Siksi kannattane aloittaa heti alussa hieman korkeammalla laskutushinnalla. Tähän voidaan päästä tuottamalla asiakkaille jotain ainutlaatuista lisäarvoa. Näin asiakkaat olisivat silti halukkaita hankkimaan Matroonan himan helahoito-kotityöpalveluyrityksen palveluja. Tilannetta parantaisi myös se, että kaksi muuta työntekijää tekisivät torstaille ja perjantaille sijoittuvia viikkosiivouksia, joiden hinta on 28 euroa tunnilta. Mattojen ja tekstiilien pesun osuutta voitaisiin lisätä, jolloin on hankintamenoihin lisättävä kuluvien pesuaineiden osuus.

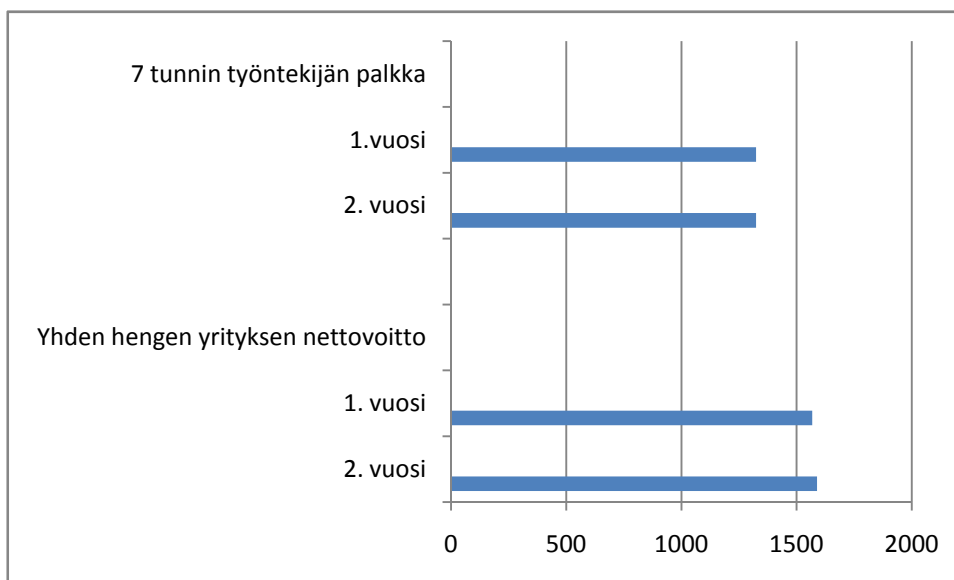
Matroonan himan helahoito-kotityöpalveluyrityksen työntekijät, jotka työskentelevät 35 tuntia viikossa, saavat lähes saman bruttopalkan kuin on yrityksen voitto ensimmäisenä vuonna (Kuvio1). Omistaja on sijoittanut yritykseen omia varojaan yli 20 000 euroa ja lisäksi omia koneitaan ja laitteitaan. Lisäksi omistaja tekee seitsemän tuntia päivässä varsinaista kotityöpalvelutyötä ja sen li-

säksi hoitaa kaikki muut yrityksen asiat. Näin ollen kotityöpalveluyrittäjän tuntipalkka on huomattavasti alhaisempi kuin työntekijöillä. Kuviossa 1 esitetään työntekijän nettopalkan ja viiden hengen yrityksen nettovoiton vertailu euroina kuukaudessa, vero on molemmissa 20 %.



Kuvio 1. Nettoansioiden vertailu Matroonan himan helahoito.

Kuviossa 2 esitetään työntekijän nettopalkan ja yksinyrittäjän yrityksen nettovoiton vertailu euroina kuukaudessa, vero on molemmissa 20 %.



Kuvio 2. Nettoansioiden vertailu, Matroona.

Johtopäätöksenä on, että yksinyrittäjä Matroonan nettovoitto on hiukan suurempi kuin työntekijän nettopalkka. Viiden hengen yrityksen Matroonan himan helahoito-yrittäjän nettovoitto jää reilusti alle työntekijän nettopalkan.

Lisähaasteena on riittävä asiakkaiden saaminen. Kyseessä on siis alkava yritys, jonka vuosittaisen liikevaihdon olisi pitänyt olla lähes 150 000 euroa vuodessa. Yritysneuvoja P-J Kålan (2008) ohjeena oli, että ainakin puolet asiakkaista pitäisi olla hankittuna ennen yrityksen perustamista. Lisäksi vielä puuttuvien asiakkaiden hankkimista varten pitäisi olla realistinen suunnitelma. Näin siksi, että yrittäjä voisi saada starttirahaa ja lainaa joko Finnveralta tai pankilta. Mutta asiakkaiden saaminen alkoi vaikuttaa ilman näitäkin tietoja liian isolta urakalta. Palasin alkuun, ja päädyin takaisin yksinyrittäjäksi. Tuotoksena työstä syntyivät viiden hengen Matroonan himan helahoito-kotityöpalveluyrityksen liiketoimintasuunnitelma (Liite 1) ja yhden hengen Matroona-yrityksen liiketoimintasuunnitelma (Liite 2).

P-J Kåla kertoi myös monen kotityöpalveluyrittäjän hankkivan yksi tai kaksi vakituista asiakasta yrityksistä, joille tehdään säännöllisesti siivoustyötä. Näin kevennetään raskasta kotityöpalvelutyötä, jossa työntekijä joutuu vaihtamaan työskentelypaikkaa montakin kertaa päivässä. Tämän työn tarkoituksena oli kuitenkin suunnitella nimenomaan kotityöpalveluyritys ja vastata kysymyseen, onko kotityö varteenotettava elinkeino, joten asiakkaita yritettiin hankkia kotitalouksista.

6.2 Viiden hengen yrityksestä takaisin yksinyrittäjäksi

Yksinyrittäjyyden hyvä puoli se, että päätöksiä saa tehdä vain itseään ja omaa työtään koskien. Kun hoitaa itse kaikki asiakkaat, tulee tuntemaan heidän yksilölliset tarpeensa ja on koko ajan tietoinen asiakkaiden tilanteista. Näin heitä pystyy myös palvelemaan mahdollisimman hyvin. Kuten aiemmin mainittiin, yksinyrittäjällä tulee olla yksi varahenkilö, joka on valmis työskentelemään silloin, kun yrittäjä on sairas tai haluaa pitää tai kouluttautua. Varahenkilö voi olla sellainen, joka voi kutsuttaessa lähteä työhön tai sellaisen puutteessa on käytettävä jopa vuokrattua työvoimaa. Jotta asiakasta voitaisiin palvella monipuolisemmin, Matroonan kotityöpalvelun yksinyrittäjä palkkaa tilapäisesti lisätyövoimaa mattojen, tekstiililattioiden ja pehmustettujen kalusteiden pesuun ja tarvittaessa muihinkin isompiin tilapäistöihin.

Yhden henkilön yrityksellä palkkamenoja on vain satunnaisesti, joten yrittäjän sijoitukset jäävät pieniksi. Varsinaista lainojen takaisinmaksua ei tarvita lainkaan. Matroonan yksinyrittäjä työskentelee 11 kuukautta vuodessa. Yrityksen voitto, verot poistettuna on noin 18 000 € vuodessa, jolla yrittäjä ansaitsee noin 1500 €n kuukaudessa. Matroonan yhden hengen yrityksessä on laskettu 6 laskutettavaa tuntia päivää kohden. Varsinainen työpäivä venyy, koska siirtyminen paikasta toiseen vie aikansa. Lisäksi kaikki toimistotyö, asiakkaiden hankkiminen ja muu työ tapahtuu omalla ajalla. Arkipäivistä tulee yli kahdeksantuntisia. Luultavasti aikaa myöten käy niin, että osa asiakkaista tarvitsee palveluja myös viikonloppuisin. Jos yrittäjä sitoo itsensä joka päiväksi työhön, on edessä umpikuja. Toivottavasti siinä vaiheessa voi palkata ainakin osa-aikaisen työntekijän tai päivystäjä vuoroviikonloppuja jonkun toisen yrittäjän kanssa. Matroonan yksinyrittäjän täytyy olla erittäin motivoitunut ja itsenäinen henkilö. Toisen palveluksessa kahdeksan tunnin työpäivillä pääsee suunnilleen samaan ansioon. Sen lisäksi eläke- ja monet muutkin etuudet ovat paremmat kuin yrittäjällä.

7 KANNATTAAKO KOTITYÖPALVELUYRITTÄJYYS?

Kotityöpalveluille on yhä kasvava kysyntä tulevaisuudessa. Kotitalouksien tarpeet ovat yhä moninaisempia. Näin myös erilaisille osajille tarjoutuu työtilaisuuksia. Mutta varsinkaan Kokkolan alueella ei ole totuttu vielä kattavaan palveluyhteiskuntaan. Suomessa on valiojoukko naisia, äitejä, jotka hoitavat ansiotyönsä ja lastensa ja ruokataloutensa ohella suuren omakotitalon vaatimat siivoustyöt, heidän mielestään se on osa naisen pätevyysvaatimuksia. Jotkut perheet pitävät kodin yhteisiä askareita tärkeänä yhdessäolon muotona, joka yhdistää perhettä.

Monilla on edelleen kynnys päästää vieras näkemään kodin salaiset sopukat. Kotityöpalvelun työntekijän tulee olla tuttu tai muuten täyttää luotettavuuden kriteerit. Jos kotityöpalvelua hankitaan, palveluntuottajan pitäisi olla muidenkin hyväksymä. Toisaalta taas ei haluta samaa siivoojaa kuin naapurilla. Jotkut asiakkaat toivovat, että siivooja käy talossa huomaamattomasti, jotteivät naapurit saa tietää siitä. Nämä piintyneet asenteet estävät osaltaan kotityöpalveluyrittäjyyden arvonnousua.

Kotitalousvähennys on lunastanut ainakin osittain sille asetetut vaatimukset työllistäjänä ja palvelujen hankinnan mahdollistumisena yhä useammalle. Kokemus kuitenkin osoittaa, että moni asiakas hankkii kotisiivouksensa laittomilta markkinoilta. Kotityöpalveluyrityksen kannattaa siksikin tehdä kotitalousvähennystä tunnetuksi ja siten valottaa asiakkailleen, mitä eri palveluja kotitalousvähennystä käyttäen voi hankkia. Se, että kotitalousvähennystä saa myös sukulaisille, kuten vanhemmille ostetusta kotityöstä, lisää kotityöpalvelumarkkinoita. Kotitalousvähennyksessä on niin, että mitä enemmän ostat, sitä enemmän säästät 3 000 euron rajaan saakka henkilöä kohden vuodessa.

Kotityöpalveluyritysten liikevaihto on alhainen, mikä kertoo siitä että alalla osa-aikaisuus on yleistä ja ansiot sen mukaiset. Väistämättä tulee mieleen, että kotityöpalveluyrittäjyys on jossain määrin ”pakkoyrittäjyyttä”. Kotityöpalveluyrittäjyys on sopiva ratkaisu sellaiselle motivoituneelle henkilölle, jolla ei ole muuta mahdollisuutta työllistyä tai joka asuu haja-asutusalueella, johon muiden palveluntarjoajien vaikutus ei ulotu. Ihannevaihtoehto kaupungissa on asua keskustassa ja hankkia asiakkaat pyöräily- tai kävelyetäisyydeltä säästämällä matkoissa aikaa ja rahaa. Tällaiseen on mahdollisuus ainakin suuremmissa kaupungeissa.

Kunnan palvelusetelin käyttö on laajentunut vuosi vuodelta. Kunnan hyväksymät palvelun tarjoajat saavat vakituisia asiakkaita tätä kautta. Yrittäjät tavoittelevat ja arvostavat pääsyä kunnan hyväksymäksi palvelun tarjoajaksi. Palvelusetelin käyttöönotto on useille kotityöpalveluyrityksille kasvun mahdollistaja, koska näin saadaan kaivattuja vakioasiakkaita.

On olemassa yrittäjäpersoonia, jotka nauttivat haasteista ja riskeistä ja ovat valmiita venymään sekä henkisesti että fyysisesti. Työn itsenäisyys ja tietty riippumattomuus houkuttelevat innokasta ja energistä persoonaa. Tällaisille henkilöille kotityöpalveluyritys on oikea valinta, jos ammattitaito on kohdallaan. Joka tapauksessa vakituiset asiakkaat ovat yrityksen kivijalka. Asiakkaiden hankkiminen kannattaa aloittaa jo paljon ennen yrityksen perustamista. Pääosan asiakkaista tulee olla valmiina, kun yritys käynnistyy.

Tuotteistaminen yksinkertaistaa markkinointia ja palvelujen keskinäistä vertailua huomattavasti. Kun palvelun ostajalle on selvää, mitä palveluun kuuluu, myös palvelun tuottaja saa helpommin katetta. Toisaalta, asiakkaan pitäisi saada sitä, mitä kokee tarvitsevansa. Ei siis saisi unohtaa, että kotityöpalvelu on henkilökohtaista palvelua, joka tapahtuu asiakkaan alueella ja jonka suorittamisesta sen käyttäjällä on varma henkilökohtainen mielipide. Siksi yrityksen tulee vastata aina näihin tarpeisiin ja toiveisiin tuottamalla täsmällisen palvelun lisäksi elämyksiä. Järjestelmä ei ole vielä toimiva tällaisenaan. Kummankaan tilanne ei ole hyvä, asiakkaat, varsinkin iäkkäämpi väki tarvitsee ja haluaa juuri heille sopivaa palvelua. Yrittäjä kyllä tuottaisi juuri sellaista, mutta asiakas ei ole aina valmis maksamaan korkeampaa hintaa, jonka palvelun yksilöllistämisen aiheuttaa.

Yksilöllisen palvelun vaatimus voidaan täyttää henkilökohtaisella haastattelulla ennen palvelusopimuksen tekemistä sekä sopimuksen aikana jatkuvalla hyvällä vuorovaikutuksella. Jos asiakkaisiin saa välittömät suhteet, yhteistyö toimii ja molemmat voivat olla tyytyväisiä. Erona julkiseen, yksityisen palveluntarjoajan etuna on se, että palveluja voidaan yksilöllistää. On kuitenkin muistettava, että jos kunta maksaa palvelun vaikkapa antamalla ostajalle palvelusetelin, siihen sisältyvät vain ne tehtävät, mitkä kunta on hyväksynyt. Jos asiakas tilaa sen lisäksi muita palveluja, hän maksaa itse palvelun ja maksu on kotitalousvähennyskelpoinen. Mutta jos asiakas itse ei ole oikeutettu kotitalousvähennykseen, hän maksaa sen kokonaan itse.

Yritysten pitää myös kehittää palvelujaan monipuolisemmiksi ja pitää niitä esillä. Monet tilaajat hankkivat kotityöpalveluyritykseltä vain siivousta. Kuitenkin monipuoliset palvelut parantavat asiakkaan elämänlaatua monella tavalla. Kotiruoka ja virkistysapu tuottavat lisäarvoa, jota ei voi yksiselitteisesti rahalla mitata. Niihin saadaan sisällytettyä ainutkertaisia elämyksiä, joita kotipalvelulta vaaditaankin. Kotiruoka tekee iäkkään silminnähdessä tyytyväiseksi, samoin taidenautinto antaa pitkäksi aikaa sisältöä ja hyvää mieltä sekä keskustelun aiheita. Useat iäkkäät henkilöt pannaan nykyään liian helposti eläkkeelle itse elämästä. Monesti vasta siinä vaiheessa, kun kunto alkaa olla heikko, hankitaan palveluja ulkopuolelta. Se on joillekin iäkkäille hämmentävää. Kun kotityöpalvelut saadaan osaksi ihmisten elämää jo aikaisemmassa vaiheessa, palvelusuhteen jatkuessa eläkeiässä on helppoa saada asiakkaan toiveet ja

yrittäjän palvelut vastaamaan toisiaan. On muodostunut kumppanuus, josta molemmat osapuolet hyötyvät. Ei pidä myöskään väheksyä syntyneen pitkäaikaisen ystävyyden merkitystä molempien elämää rikastuttavana tekijänä.

Ongelmana on tällä hetkellä se, että ala on aliarvostettu, eikä kotityöpalvelusta olla valmiita maksamaan riittävästi. Moni kuitenkin haluaa yksilöllisen kodin, jonka rakentamiseen ja sisustukseen on käytetty suurin osa ihmisen elämän aikana hankituista tuloista. Eikö oltaisi valmiit käyttämään varoja myös arvokkaan ja rakkaan asunnon asianmukaiseen hoitamiseen ja arvon säilyttämiseen? Perheen hyvinvointia ja elämän laatua kohotetaan hankkimalla kotiin apua. Kodin hoitaminen ja muut kotitaloustyöt tarjoavat monelle rentouttavaa tekemistä. Mutta silloin, kun perhevelvollisuudet ja ansiotyö ovat vaativia, olisi rutiinitehtävät hyvä antaa välillä muiden tehtäväksi ja käyttää aikaa ensiarvoisen tärkeisiin asioihin. Samoin perhejuhlien järjestäminen, muutto tai elämäntilanteen dramaattinen muutos, vaikkapa sairastuminen, ovat helpommin hallittavissa, kun kotiin saadaan tuttu, luotettava kotityöpalveluyrittäjä arjen pyörittämiseen ja tuomaan sitä kautta turvallisuutta ja jatkuvuutta elämään.

Iso joukko ihmisiä elää työssään kovien arvojen ehdoilla ja monet haluaisivat muutosta elämäänsä. Kun ihmiset vaihtavat ammattia, he hakevat usein pehmeitä arvoja ja työtä, josta saa henkilökohtaista tyydytystä. Toisten ihmisten auttaminen toimii lääkkeen tavoin, kun on väsynyt jatkuvaan tuottavuuden lisäämiseen ja kyllästynyt talouden neljännesvuosikatsauksiin. Kotityöpalvelu tarjoaa tekijälleen juuri tätä. Kokemuksien mukaan aiemmin kovan paineen alla työskennelleet henkilöt nauttivat saadessaan auttaa ihmisiä ja nähdessään työnsä tuloksen heti. Tähän työn väliaikaiseen vaihtamiseen voisi olla jokin järjestelmä, samantapainen kuin vuorotteluvapaa. Kun työskentelee välillä lähellä toisia ihmisiä ja heidän elämäänsä, saa uusia näkökulmia elämään ja työntekoon.

Kotityö on osittain fyysisesti raskasta, siksi työpari on tarpeen, kertovat kotityöpalveluyrittäjät, joilla on pitkä kokemus alalta. Kotityöpalveluyritys saattaisi toimia hyvin sopuisan pariskunnan voimin. Osalla asiakkaista on painavia huonekaluja ja mattoja, joiden käsittelemiseen tarvitaan miehen voimia ja suurta fyysistä ulottuvuutta. Samalla käyntikerralla hoidettaisiin sisätyöt, saattettaisiin piha kuntoon ja korjattaisiin narisevat ovet. Vähitellen kummallekin

kehkeytyisi luonteva rooli ja työnjako sujuisi kuin itsestään. Hyvä työpari tekee tunnissa enemmän kuin yksi ihminen kahdessa tunnissa, ja työ on mielekkäämpää. Kahden hengen yritys vaatii tietysti tuplasti asiakkaita.

Kotityöpalveluyritysten toiminta on yhteiskunnassa välttämätöntä ja kotityön tarve kasvaa jatkuvasti. Yrittäminen tulisi kuitenkin saada taloudellisesti kannattavaksi. Palvelusetelillä ostettavien palvelujen ja kotitalousvähennyksen laajentaminen ovat kotityöpalveluyritysten työllisyyden tukipilarit. Yrittäjän verotus vaikuttaa myös kohtuuttoman korkealta. Aloittava yrittäjä ei kykene hyödyntämään yrittäjyydelle otollista ympäristöä, jollei hän saa enemmän resursseja.

Tämän työn tuottamat tulokset osoittavat, että kotityöpalveluyrittäjyys ei näissä olosuhteissa ole taloudellisesti vertailukelpoinen vaihtoehto palkkatyölle. Jotain muutoksia tarvittaisiin, jotta kotityöpalveluyrittäjät eläisivät kotityöpalveluyrityksensä voitolla.

Tämä työ selvitti yleisellä tasolla kotityöpalveluyrittäjyyttä ja yritti muodostaa käsityksen toimivasta ja menestyvästä kotityöpalveluyrityksestä. Työn tuloksena laadittiin kaksi liiketoimintasuunnitelmaa. Vielä ennen varsinaista yrityksen perustamista pitäisi hankkia lisää asiakkaita ja tehdä koemarkkinointia suunnitelluille asiakassegmenteille.

Kotityöpalveluyrittäjyyden selvittäminen on antanut selvän kuvan yrittäjyydestä ja lisännyt entisestään arvostusta kotityötä kohtaan. Antoisinta työn tekemisessä oli keskustella yrityksestä ja havaita, miten kotityöpalvelujen tarve oli ajankohtainen yhä useammille ihmisille.

Seuraavaksi voisi tutkia kotityöpalvelutyön profiilin nostamismahdollisuuksia ja selvittää Kokkolan alueen kotityöpalveluyrittäjien tarpeita kouluttautumiseen ja halukkuutta yhdistyksen perustamiseen.

LÄHTEET

Aalto K., Varjonen J. & Leskinen J. 2007. Kotitalouspalvelujen käyttö ja kuluttajien odotukset. Teoksessa: Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2007. Toim. M. Lammi, M., Järvinen, R. & Leskinen, J. Kuluttajat kehittäjinä. Miten asiakkaat vaikuttavat palvelumarkkinoilla? Kuluttajatutkimuskeskus. Viitattu 14.07.2008. <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5133/05>.

Alkavan yrityksen markkinointistrategia. www.edu.fi:n oppimateriaalien verkkojulkaisu. Viitattu 8.7.2008.
<http://www.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/markkinoi>.

Eurola, M. 2002. Kauppaneuvos. Kokkola. Keskustelu.5.6.2008.

Hallman, H. 1990. Kodin talouden avaintieto. Helsinki: Yliopistopaino.

Huuskonen, V. Teoksessa: Hoivayrittäjyys. Rissanen, S. & Sinkkonen, L. 2004. Jyväskylä: PS- kustannus.

Hyvönen, E., Pihlaja, E. & Rintala, I. 2005. Keski-Pohjanmaan työllisyysstrategia. Mutti-hankkeen loppuraportti. Keski-Pohjanmaan liitto. Tulostettu: 30.11.2005. www.keskipohjanmaa.fi/ mutti.

Jäväjä, T. 2008. SAS-hoitaja. Kokkolan perusturva. Puhelinkeskustelu 17.7.2008.

Kainlauri, A. 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Helsinki: WSOYpro.

Kallioinen, J. 2007. Strategia. JRockyCO product life cycle management. Verkkosivu. 26.9.2007. Viitattu 20.7.2008.
<http://www.jrockyco.fi/testi/wordpress/?cat=8>

Kamensky, M. Sinisen ja punaisen meren strategiat. Strategia ratkaisee. PP-esitys. Verkkosivu 25.9.2007. Viitattu 7.7.2008
<http://www.inspecta.fi/sfs/julkaisut/docs/Mika%20Kamensky..>

Kentala, O. 2008. Yrittäjä. Kokkola. Suullinen tiedonanto. 16.7.2008.

Koiranen, M. Sisäinen yrittäjyys Jyväskylän yliopisto. PP- esitys verkossa. Viitattu 9.7.2008.
www.jyu.fi/economics/opiskelu/kurssimat/sisainenyrittajyys4.ppt

Koistinen, M. 2003. Arjen helpotusta vai turhaa ylellisyyttä: työssäkäyvien äitien ajatuksia kotitaloustyön teettämisestä. Pro gradu-tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Kotirinki. 2008. Esite.

Kotitalousvähennys pähkinänkuoressa. Kotitalousvähennys.fi. Viitattu 16.7.2008.
<http://www.kotitalousvahennys.fi/kotitalousvahennys/kotitalousvahennys.html>

Kotitalousvähennys verotuksessa 2008. Verohallituksen julkaisu 33.08 1.2.2008. Viitattu 16.7.2008.

<http://www.vero.fi/nc/doc/download.asp?id=5970;64367>

Kotityöpalveluala. Ammattinetti. Työvoimatoimisto. Ammattinetti-sivustot. Viitattu 30.6.2008.

http://www.ammattinetti.fi/c/portal/layout?p_l_id=1.2&p_p_id=aky-

Kotityöpalvelut työllistäjänä. 2001. Euroopan elin- ja työolojen kehittämissäätiön tutkimuksen verkkojulkaisu. Viitattu 30.6.2008.

<http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2001/02/fi/1/ef0102fi.pdf>

Kåla, P-J. 2008. Keski- Pohjanmaan uusyrityskeskus Firmaxi. Keskustelut 9.5.2008; 13.6.2008 ja Puhelinkeskustelut viikolla 26.2008.

Keskustelut liiketoimintasuunnitelma-työtilassa osoitteessa:

<https://ltsuyk.alfapalvelu.fi/ListFrontPage.action ajalla:5.5.2008> - 2.1.2009.

Laukka - Sinisalo, H. Akateeminen yrittäjäkoulu

Oppimateriaali verkossa. Tampere. Viitattu 9.7.2008.

http://www.yrittajakoulu.com/yrittajyyden_oppia/kannanotot/

Laurila, M. 2007. Laatukokemuksia ja odotuksia: lapsiperheet kotityöpalvelujen käyttäjinä. Tiivistelmä. Kotitaloustieteen pro-gradu tutkielma, Kotitalous- ja käsityötieteen laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 27.4.2009.

<http://kultu.kuluttajatutkimuskeskus.fi/lib4/src?PBFORMTYPE>

Lindroos, J-E., Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. Juva: Bookwell.

Niilola, K. & Valtakari, M. 2006. "Kotitalousvähennys kotipalvelumarkkinoiden luojana ja työllisyyden lisääjänä". Työministeriö. Työpoliittinen tutkimus-sarja 310. Helsinki. Viitattu 10.7.2008.

http://www.tyoministerio.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06

Niilola, K., Valtakari, M. & Kuosa, I. 2005. Kysyntälähtöinen työllistäminen ja kotitalousvähennys. Työministeriö. Työpoliittinen tutkimus-sarja 266. Helsinki. Viitattu 10.7.2008.

http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/

Näyttötutkinnon perusteet. 2005. Kotityöpalvelujen ammattitutkinto. Määräys //011/2005. Helsinki: Opetushallitus.

Oma yritys. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. 2008. Uusyrityskeskukset.

http://uusyrityskeskus.tx.fi/main/images/Perustamisopas_2008.pdf Tulostettu 30.5.2008.

Opetussuunnitelman ja näyttötutkinnon perusteet. 2000. Kotitalous- ja kuluttajapalvelujen perustutkinto. Kotitalouspalvelujen koulutusohjelma. Kotitalousyrittäjä. Määräys 16/011/2000. Helsinki: Opetushallitus.

Palvelut 2020. Tutkimuksen loppuraportti. Elinkeinoelämän keskusliitto 2006. Viitattu 7.7.2008.

http://www.ek.fi/ek_suomeksi/ajankohtaista/tutkimukset_ja_julkaisut/ek

Palveluseteli.2008. Kokkolanseudun Kehitys Oy:n sivusto.
Viitattu 17.7.2008.

http://www.kosek.fi/index.asp?page_id=4201&luokka_id=6&main=1

Palveluseteli - ohjeita käyttäjälle. Sosiaali- ja terveysministeriö. 19.03.2004.
STM:n sivusto.Viitattu 17.7.2008.

<http://www.stm.fi/Resource.phx/publishing/documents/1847/index.htm>

Rissanen, S. & Sinkkonen, L. 2004. Hoivayrittäjyys. Jyväskylä: PS- kustannus.

Ruuska, M.,Karjalainen, L. & Johnsson, R. 2001. Miten laaditaan hyvä liike-
toimintasuunnitelma Business Plan. Työkirja. 5.p.Kuopio:Finnvera.

Sosiaalihuoltoasetus 29.6.1983/607, § 9. Viitattu

13.07.2008.<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1983/19830607>

Talous kasvoi viime vuonna vireimmin Keski-Pohjanmaalla. Tilastokeskus.
Tiedote 26.5.2008. Viitattu 18.7.2008.

http://www.stat.fi/ajk/tiedotteet/v2008/tiedote_011_2008-05-26.html

Tenhunen, M - L. 2008. Rehtori, Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu.
Suullinen tiedonanto. 5.6.2008.

Tuotantotalous 15 ov. Oppimateriaali verkossa. Avoin yliopisto. Kuopion yli-
opisto. Savonia ammattikorkeakoulu. Viitattu 20.7.2008.

http://www.uku.fi/avoin/tuta/j1_3strategiset_elementit.htm

Wallenius, T. & Hjelt, M. 2004. Uhasta mahdollisuudeksi? – Väestön ikäraken-
teen muutokset ja sen seuraamukset . Suomen elinkeino-, teknologia-
ja innovaatiopolitiikalle. Viitattu 26.4.2009.

<http://www.ennakointifoorumi.fi/tiedostot/72.pdf>

Varjonen, J., Aalto, K. & Leskinen, J. 2005. Kotityön markkinat. Sitra.
Helsinki. Sitran raportteja 45. Viitattu 16.7.2008.

<http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti45.pdf>

Virtanen, N. & Keskinen, S. 2000. Yrittäjän muotokuva. Selvitys SYTY-2000®,
Terveempi yrittäjä - Terveempi Yritys-ohjelma. Turun aluetyö-terveyslaitos.
Turku. Viitattu 16.7.2008. <https://oa.doria.fi/handle/10024/19734>

Volk, R. & Laukkanen, T. 2007. Palvelusetelin käyttö kunnissa. Sosiaali- ja
terveysministeriön selvityksiä 2007:38. Helsinki. Viitattu 7.7.2008.

www.stm.fi/Resource.phx/publishing/store/2007/06/ka/passthru.pdf

Yrittäjän työterveyshuolto. Suomen yrittäjät verkkosivu. Viitattu 29.7.2008

<http://www.kela.fi/in/internet/suomi.nsf/NET/180701123310KÄ?openDocument>

LIITTEET

Liite 1 Liiketoimintasuunnitelma: MATROONA himan helahoito

SISÄLTÖ

1 PERUSTIEDOT	47
1.1 Liikeidea.....	47
1.2 Yhtiömuoto.....	48
1.3 Osaaminen - oma erikoisosaaminen.....	48
1.4 Syy yrityksen perustamiseen	48
1.4.1 Lähtökohtatilanne	48
1.4.2 Tekijät, joiden varaan yrityksen menestyminen perustuu:	49
2 KUVAUS PALVELUISTA	49
2.1 Palvelut	49
2.2 Käyttötarkoitus	50
2.3 Tuotekehitys.....	50
2.4 Omistuksellinen asema.....	50
2.5 Myyntimahdollisuudet	50
3 MARKKINATUTKIMUS JA -ANALYYSI	51
3.1 Asiakkaat	51
3.2 Asiakasanalyysi	51
3.2 Markkinoiden koko ja muutokset.....	52
3.3 Kilpailutilanne.....	52
3.5 Arvio markkinoista.....	54
4. MYYNTI- JA MARKKINOINTISUUNNITELMA	55
4.1 Markkinoinnin yleisstrategia.....	55
4.2 Hinnoittelu	55
4.3 Takuu	55
4.5 Myynninedistäminen	55
5 TOIMIPAikka, TILAT, TUOTANTO, OSTOT JA HENKILÖSTÖ	
.....	56
5.1 Sijainti	56
5.2 Toimitilat tuotantoinvestoinnit.....	56
5.3 Laadunvalvonta.....	56
5.5 Ostotoiminta.....	56
5.6 Työvoima	57
6 JOHTO JA ORGANISAATIO	57
6.1 Organisaatio.....	57
6.2 Johto ansioluettelo	57
6.3 Asiantuntijat ja konsultit	58
7 TALOUDELLISET ENNUSTEET	58
7.1 Kirjanpito ja tulosseuranta.....	58
7.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus	58
7.3 Laskennallinen liikeidean tarkastelu.....	60
7.4 Kannattavuuslaskelma	63
7.5 Kassavirta-analyysi	64
8. SWOT- ANALYYSIT	66

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Matroonan himan helahoito liikeidean hahmottaminen.....	47
TAULUKKO 2. Markkina- ja tuoteanalyysi MATROONA himan helahoito	52
TAULUKKO 3. Kilpailija-analyysi.	53
TAULUKKO 4. Ympäristöanalyysi	54
TAULUKKO 5. Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus.....	59
TAULUKKO 6. Laskennallinen liikeidean tarkastelu.	62
TAULUKKO 7. Kannattavuuslaskelma.....	63
TAULUKKO 8. Kassavirta-analyysi.....	65
TAULUKKO 9. SWOT-analyysi viiden hengen MATROONA himan helahoito.....	66
kotityöpalveluyrityksestä.	66
TAULUKKO 10. SWOT- analyysi yhden MATROONA – kotityöpalveluyritykselle.	66

1 PERUSTIEDOT

1.1 Liikeidea

Toiminta-ajatus: Matroona himan helahoito auttaa asiakkaitaan sujuvaan arkeen, tuottamalla kokonaisvaltaisia kotityöpalveluja kotien muuttuviin tarpeisiin. Taulukko 1 hahmottelee liikeidea.

TAULUKKO 1. Matroonan himan helahoito liikeidean hahmottaminen.

<p>Tarve / hyöty asiakkaalle</p> <ul style="list-style-type: none"> - sujuvoittaa arkea ja tarjoaa vapaa-aikaa vapauttamalla kotitaloudet raskaista ja vaativista tai rutiininomaisista kotitöistä sekä pienistä korjaustöistä -asiakkaat saavat asiantuntija-apua kodin hoitamiseen ravitsemukseen ja kodin juhlien järjestämiseen -mahdollistaa ikääntyneiden ja heikkokuntoisten kotona asumisen tarjoamalla kotiin monenlaisia palveluja, kotiruokaa, asiointi- ja virkistysapua 		<p>Tavoiteimago</p> <ul style="list-style-type: none"> -asiantunteva ja joustava kotitöiden haltuunottaja, jonka palveluja ostamalla asiakas voi parantaa elämänlaatuaan -moniosaaja, jolle voi jättää kaikki kodin työt 	
<p>Asiakkaat</p> <p>Kokkolan alueella uraperheet, sinkut, keski-ikäiset ja ikääntyneet. Sellaiset, joilla on osto-voimaa ja sekä osaavat käyttää kotitalousvähennystä, myös kaupunki hankkii ostopalveluna asiakkailleen</p>		<p>Tuotteet / palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> - erilaiset kotityöpalvelut myös tekstiilikalusteiden ja mattojen peruspuhdistus ja aterian- sekä kotijuhlien järjestäminen 	
<p>Tapa toimia</p> <ul style="list-style-type: none"> - alussa perustajan mukanaolon lisäksi on neljä osa - aikaista työntekijää, markkinointi tapahtuu pääasiassa henkilökohtaisilla yhteydenotoilla suoraan mahdollisiin palvelun hankkijoihin - yrityksellä on myös nettisivut, esitteitä jaetaan sinne missä asiakkaat liikkuvat ja tietuille asuinalueille - yrityksen perustaja esittelee yritystä eri tilaisuuksissa - rajoitettu lehtimainonta - kirjanpito annetaan tilitoimiston pidettäväksi 			
VOIMAVARAT			
Fyysiset	Taloudelliset	Henkiset	
perusvälineet ostetaan uusina, pakettiauto hankitaan käytettynä, koneista osa hankitaan uusina, osa käytettynä	- hanke ei vaadi suuria investointeja, tarvitaan vain vähän lainarahaa	perustajalla yli 30 vuoden kokemus alalta asiantuntijatehtävissä, yhdellä työntekijällä yrittäjätausta	

1.2 Yhtiömuoto

Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi.

Perustelut: yksinkertainen yrityksen alkutaipaleelle, ei vaadi sijoituksia, yritys ei sisällä suuria riskejä.

MATROONA himan helahoito T:mi

Luotsikuja 6

67100 KOKKOLA

Kotityöpalveluyritys, jonka omistaa Marjo Ylönen

Liikevaihtotavoite: 150000 €/ vuodessa toisesta toimintavuodesta alkaen

Henkilöstö: Marjo Ylönen, kaksi kokoaikaista kotityöpalvelutyöntekijää (35 h/viikko), kaksi osa- aikaista kotityöpalvelutyöntekijää (16 h/ viikko).

Varsinaisia toimitiloja ei ole, toimisto ja varasto sekä henkilökunnan tilat ovat omistajan asunnon yhteydessä.

1.3 Osaaminen - oma erikoisosaaminen

Osaan organisoida erilaisia puhtaanapidon ja ruokapalvelun tehtäviä, hoitaa perustehtävät sujuvasti ja tarvittaessa tarjota laajempaa palvelukokonaisuutta esim. perussiivouksia, ruokapalveluja, juhlien järjestämistä, pihojen hoitoa jne. Osaamisen olen hankkinut koulutuksen ja työelämän kautta.

1.4 Syy yrityksen perustamiseen

Halu nähdä, voiko kotityöpalveluyrittämisellä saada toimeentulon Kokkolanseudulla. Kiinnostus yritystoimintaa kohtaan, halu kehittyä yrittäjätaidoissa sekä pysyä vireänä vielä eläkkeellä, pyörittäen pientä yritystä.

Kotityöpalvelujen kysyntä lisääntynee väestön ikääntyessä ja toiveista viettää laadukasta elämää omassa kodissaan. Toinen pääkäyttäjärühmä ovat perheet, joiden arjen pyörittäminen hyötyy laadukkaasta kotiaavusta. Sinkut, sekä nuoret että varttuneemmat ovat kiinnostuneita yhä erilaisimmista asioista ja siksi valmiita luopumaan kotitöistä. On odotettavissa, että myös KUNTA (Kokkolan kaupunki) hankkii yritykseltä ostopalvelua asiakkailleen.

1.4.1 Lähtökohtatilanne

Olen tuntenut aina mielenkiintoa yritystoimintaa kohtaan. Olen saanut opettaa sitä ammatillisessa oppilaitoksessa mm. kotitalousyrittäjille, samoin kuin keilla opiskelijoiden kanssa pienimuotoista yritystoimintaa. Olen opiskellut myös yrittäjyyskasvatusta. Kotityöpalveluyrittäjäyys koskee omaa alaa ja kotitalousvähennys samoin kuin kotitalouksien yhä kasvavat tarpeet ovat li-sänneet kysyntää. Yrittämisessä on myös kysymys siipien kokeilemisesta, johon nyt näyttää olevan tilaisuus.

Yrityksen menestymismahdollisuudet

1.4.2 Tekijät, joiden varaan yrityksen menestyminen perustuu:

Palvelun tarve alueella:

Kokkolan alueella on jatkuvasti kasvava tarve kotityöpalveluille. Osa tarpeesta on vielä piilossa, koska monissa tapauksissa ikääntynyt auttaa ikääntyntyttä, omaishoitajat ovat uupuneita. Samoin keski-ikäisten taloudet ja nuoret perheet ja sinkut tarvitsevat apua kotitaloustöihin. Yrittäjä on tunnettu potentiaalisten palvelun hankkijoiden keskuudessa ja hänen organisoimiaan palveluja on hankittu aiemminkin kotitalouksiin.

Alan yritysten nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät:

Kotitalousvähennyksen tunnettuus ja laajeneminen tuo ratkaisevasti lisää asiakkaita. Uusia yrityksiä syntyy koko ajan, ala on kasvava. Tulevaisuudessa kotitalousvähennys lienee vielä käyttäjäystävällisempi ja yksinkertaisempi.

Kilpailutilanne ja oman yrityksen asema:

Hintakilpailu on kova, mutta oma yritys tarjoaa asiantuntevia kokonaisratkaisuja koskien asiakkaiden asuntoa, tekstiilienhuoltoa ja kiinteistöhuoltoa sekä kodin juhlapalvelua.

Oma osaaminen ja työkokemus alalta:

Ammatillinen osaaminen ja työkokemus ovat vahvalla pohjalla sekä siivouspalvelujen että ruokapalvelujen osalta. Työnjohto- ja organisointikokemusta on runsaasti, samoin kokemusta ihmisten ohjaamisesta, sekä erilaisten yrittäjyysprojektien järjestämisestä.

Omat yrittäjäominaisuudet:

Yrittäjämäinen elämänasenne on ollut välttämätön koko elämän ajan. Käytännön kokemusta omasta yrityksestä ei ole, sen sijaan työkokemusta alan yrityksessä toimimisesta on.

2 KUVAUS PALVELUISTA

2.1 Palvelut

- viikkosiivous
- perussiivous
- kasvien hoitaminen
- kotiruoka
- mattojen ja kalusteiden peruspuhdistus asiakkaan luona
- pihatyöt
- asunnon vahtimispalvelu
- pienet korjaustyöt, maalaaminen
- lumityöt
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- kotitalouden neuvonta
- asiointi, saattoapu, virkistysapu

2.2 Käyttötarkoitus

Asiakkaiden tarpeet, joihin vastataan

- viikkosiivous puhtaan kodin viehätys viikonloppuna ja vapaa - aikaa
- perussiivous: hankalat, raskaat ja aikaa vievät työt poistuvat, asiantuntija-apua kodin hoitamiseen
- kasvien hoitaminen
- mattojen ja kalusteiden puhdistaminen, joka kotikonstein on mahdotonta
- pihan toistuvat työt silloin kuin tarvitaan
- asunnon tai talon vahtiminen lomilla tai sairaalassaolon aikana
- pienet korjaustyöt, maalaaminen
- lumityöt
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- lisäarvoa tuomassa kotitalouden neuvontaa esimerkiksi pintamateriaalien hoidossa, ravitsemuksessa, kodin töiden organisoinnissa
- asiointi, saattoapu virastoihin ym.

2.3 Tuotekehitys

- Yhteistyö alan oppilaitosten kanssa, alan koulutustilaisuudet
- Yrittäjille tarkoitetut lyhytkurssit
- Ammattilehdet, verkkosivustot
- Yrittäjäverkosto
- Tutkimustoiminta asiakkaiden tarpeista ja toiveista

2.4 Omistuksellinen asema

Tavaramerkki Matroonan Himan Helahoito, joka rekisteröidään heti. Asiakassopimukset, jotka tehdään palvelun tilausvaiheessa.

- yel vakuutus
- toiminnan vastuuvakuutus
- yrittäjän tapaturmavakuutus
- työntekijöiden pakolliset vakuutukset

2.5 Myyntimahdollisuudet

- asiakaslähtöiset, joustavat ja monipuoliset palvelut
- asiantuntemus kotitalouden kysymyksissä, kokonaisuuksien haltuunotto

3 MARKKINATUTKIMUS JA -ANALYYSI

3.1 Asiakkaat

-keski-ikäiset uraa tekevät henkilöt
-painottavat luotettavuutta ja hyvää laatua, kokonaisvaltaista palvelua

-lapsiperheet, jossa molemmat vanhemmat ovat töissä
painottavat saatavuutta, palvelu mieluummin samana viikonpäivänä
-iäkkäiden taloudet
painottavat hintaa ja samanlaisena toistuvaa palvelua

-sinkkotaloudet, painottavat kokonaisratkaisuja

-"vanhat suhteet"- eli tunnen henkilöitä, joista luulen saavani asiakkaita, jotka saavat kotitalousvähennyksen

3.2 Asiakasanalyysi

Asiakkaat, asiakasryhmät:

- keski-ikäiset työssäkäyvät naiset ja miehet, jotka ostavat palveluja omalle perheelleen ja vanhemmilleen
- eläkeikäiset, jotka ostavat palveluja tiettyihin tehtäviin itselleen ja peruspalveluja vanhemmilleen
- nuoret perheet
- sinkkotaloudet

Asiakkaiden tarpeet, joihin vastataan

- viikkosiivous – puhtaan kodin viehätys viikonloppuna ja vapaa - aikaa
- perussiivous: hankalat, raskaat ja aikaa vievät työt poistuvat,
 - asiantuntija-apua kodin hoitamiseen
- kasvien hoitaminen
- mattojen ja kalusteiden puhdistaminen, joka kotikonstein on mahdotonta
- pihan toistuvat työt silloin kuin tarvitaan
- asunnon tai talon vahtiminen lomilla tai sairaalassaolon aikana
- pienet korjaustyöt, maalaaminen
- lumityöt
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- lisäarvoa tuomassa kotitalouden neuvontaa
- asiointi, saattoapu virastoihin ym.

Ostovoima:

- Asiakasryhmä on ostovoimaista, he osaavat hyödyntää kotitalousvähennystä, palveluja ostetaan keskimäärin 1500 – 3000 eurolla vuodessa.

Asiakasmäärä Kokkolan alueella: sopivan ikäisiä ja maksukykyisiä talouksia on arviolta noin 2000 -3000. Asiakasmäärä tulee kasvamaan, kotityöpalvelujen yleistyessä ja väestön ikääntyessä, samoin tieto kotitalousvähennyksestä vaikuttaa asiakasmäärää lisäävästi.

Palvelun hankkija on nuorten perheiden kohdalla usein perheen isä, harvemmin äiti. Sinkut hankkivat palvelun itse, keski-ikäisissä talouksissa molemmat aviopuoliset saattavat olla palvelun hankkijana. Ikäihmisille taas keski-ikäiset lapset tai muut omaiset hankkivat palvelun. Ostopäätös tehdään enimmäkseen tuttavien suositusten perusteella ja yrittäjään otetaan suoraan yhteyttä. Palveluja tarvitaan viikoittain, kahden viikon välein ja kerran kuukaudessa, myös kerralluonteista palvelua kysytään esimerkiksi muuton yhteydessä. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että tulee tähyillä mahdollisuuksia lisätä palveluja omalle asiakassegmentille, kun asiakkaat alkavat olla tuttuja ja lisäksi täydentää asiakaskuntaa jatkuvasti suhdemarkkinoinnilla nykyisiin asiakkaisiin. Harkintaan otetaan lähihoitajan palkkaaminen, jolloin palvelutarjonta laajentuisi.

3.2 Markkinoiden koko ja muutokset

Asiakkaat pyritään hankkimaan Kokkolan alueelta niin, että välimatkat eivät muodostu liian pitkiksi. Kolmen vuoden kuluessa yritämme olla toiseksi kysytyin kotityöpalveluyritys, viiden vuoden kuluessa kysytyin.

Aluksi saadaan n. 30 - 40 asiakasta, jatkossa noin 80 -100 asiakasta, joista jokainen hankkii palveluja noin 2000 - 3000 eurolla vuodessa. Markkina ja tuoteanalyysi on taulukossa 2.s

TAULUKKO 2. Markkina- ja tuoteanalyysi MATROONA himan helahoito

Asiakkaat Palvelut		Liikevaihto yhteensä euroina
Viikkosiivous		45.000
Perussiivous		20.000
Mattojen ja kalusteiden pesu		10.000
Pihan hoito		70.000 yhteensä
Korjaukset		
Ruokapalvelun järjestäminen,		
Asiointi, saattaminen ja virkistysapu		
Tarjoilut, juhlat ja muut palvelut		
		150.000

3.3 Kilpailutilanne

Kilpailutilannetta havainnollistetaan kilpailija-analyysillä taulukossa 3.

TAULUKKO 3. Kilpailija-analyysi.

Yritys	Markkinaosuus yksityisestä kotityöpalvelusta tällä hetkellä (karkea arvio)	Vahvat puolet	Heikot puolet	Huomautuksia
1. kolme yhtä vahvaa kilpailijaa A,B ja C	kunkin markkinaosuus 15 – 20%	-tunnettuus - ensimmäinen alallaan -vankka kokemus ja ammattitaito - erittäin edulliset hinnat	-siivous päätuote - ei paljoa laajenna tuotevalikoimaansa	A:lla laajentuminen alussa
2.	alle 5 %	-kokenut yrittäjä -vankka ammattitaito myös johtamisessa ja liikeasioissa	-siivous päätuote - toimii sekä yritystoiminnassa kotityöpalvelussa - jo nyt laajentunut	-vasta aloittanut
3.	n.30.000 € alle 4 %	- monipuoliset palvelut	-vasta aloittanut -yksinyrittäjä	
4. Kolmannen sektorin toimija	15 % vakiintunut asiakaskunta varsinkin erityisryhmistä	-erittäin hyvä laatu, -useampi henkilö työssä -edulliset hinnat - vankka kokemus ja ammattitaito	- hinnat kohonneet, vastaavat nyt markkinatasoa	-
<p>Kilpailun kehittyminen lähiaikoina:</p> <ol style="list-style-type: none"> – laajenemassa myös yrityssiivoukseen, palkkaa lisää työntekijöitä – laajenee aggressiivisesti, osaa markkinoinnin keinot, nousija, vaarallisin kilpailija - vahvistaa asemaansa tunnettuna ja laadukkaana <p>Kilpailu kiristyy koko ajan</p>				
<p>Mitä pitää tehdä</p> <ul style="list-style-type: none"> - kilpailijoista on hankittava vielä tarkempaa tietoa - keskityttävä vielä tehokkaammin omaan segmenttiin lähettämällä myyntikirjeitä noin 45 – 65- vuotiaiden talouksiin tietyillä asuntoalueilla 				

Arvioitu oma markkinaosuus ja myyntivolyymi

Markkinaosuus yritetään saada ensimmäisen kalenterivuoden aikana 12 % markkinoista, kolmen vuoden kuluessa 15 prosenttiin. Perusteluna on, että MATROONA toimii ”täsmämarkkinoinnilla ” ja monipuolisilla kokonaisvaltaisilla palveluilla.

3.5 Arvio markkinoista

- Väestö ikääntyy, jotkut jatkavat työelämässä pitempään, kotiapua tarvitaan enemmän.
 - Nuoret perheet eivät pidä enää kotitöitä velvollisuutenaan tai kunnia asiana.
 - Kotitalousvähennyksen käyttö on tullut tunnetuksi, se lisää työssäkäyvien mahdollisuuksia hankkia palveluja kotiin.
 - Kotitalousvähennys mahdollistaa myös palvelujen ostamisen sukulaisille esim. vanhemmille tai isovanhemmille.
 - Nuoret ja keski-ikäiset haluavat ostaa palveluja netistä, täytyy tehdä omat www-sivut.
 - Myös asiakasrekisteri atk-lla on ainakin myöhemmässä vaiheessa tarpeellinen
 - Markkinoita tutkitaan jatkuvasti, mille palveluille on tarvetta ja mitä kuluttajat toivovat
- teknologian kehitys ei paljoakaan vaikuta itse kotityöpalvelun tekemiseen, asiakashallintaan, maksuliikenteeseen vaikutukset voivat olla huomattavat. Taulukossa 4 esitetään yrityksen ympäristöanalyysi.

TAULUKKO 4. Ympäristöanalyysi

Ympäristötekijä	Nykytila	Kehitys tulevaisuudessa
Yleinen taloudellinen kehitys	Talouden kasvuennusteet ovat suuntautuneet alaspäin	Taloukasvu on hiipumassa
Työvoiman saatavuus	Tällä hetkellä osaava ja motivoitunut henkilöstö	Kotityöpalvelumarkkinoilla on pulaa sitoutuneesta työvoimasta
Lainsäädäntö	Nykyisin ei rajoita toimintaa, toisaalta ulkomaiset halvemmalla ulkomailla asuvalla työvoimalla toimivat yritykset voivat polkea hintoja.	Kotitalousvähennyksestä koskevan lainsäädännön toivotaan yksinkertaistuvan, jolloin palvelujen markkinointi on helpompaa.
Väestön ikärakenne	Väestö on ikääntymässä	Tarvitaan enemmän palveluja, joiden laatutavoitteet kasvavat, joka on hyvä asia tälle yritykselle.
Elämäntyyli ja vapaa aika	Kiire ja työn kuormittavuus on lisääntynyt, arvostetaan vapaa-aikaa, jota ei kokonaan haluta käyttää kotitaloustöihin.	Kotitaloustöiden ulkoistamisesta tulee vakiintunut käytäntö tietyn väestöryhmän keskuudessa.
Rahamarkkinat	Korkotaso ylhäällä, inflaatio korkea.	Kotitalouksien ostovoima on pienentymässä, kotitalousvähennys kuitenkin madaltaa palvelujen ostokynnystä.

4. MYYNTI- JA MARKKINOINTISUUNNITELMA

4.1 Markkinoinnin yleisstrategia

-Soitan henkilöille, joiden arvelen olevan kiinnostunut palveluistani, tarjoudun tulemaan kertomaan lisää.

- Etsin ihmisiä vapaamuotoisesti, tarjoan palveluja suullisesti, kysellen, mitä mieltä olisivat siitä, että saa tulla puhtaaseen kotiin ja tietävätkö he, että kotitalousvähennys-korvaa 60 % työn hinnasta. Annan henkilöille myös esimerkkilaskelmia kotitalousvähennyksen käytöstä.

- Pidän potentiaalisten palvelunhankkijoiden harrastus- ym. paikoissa infotilaisuuksia yrityksen toiminnasta, samoin joidenkin taloyhtiöiden kokouksien yhteydessä pikatiedote ja käyntikorttien jakaminen.

-Olen valinnut jo osan kortteleista, joihin jaan esitteitä ja teen soitot, joudun tekemään ennen aloitusta päätoimisesti markkinointia. Otan yhteyttä tuntemiini henkilöihin, jotka ovat potentiaalisia asiakkaita. Kuuden kuukauden ajan soitan viikottain 10-15 puhelua.

Lisäksi käytössä ovat käyntikortit, omat www. sivut, logo ja persoonallinen imago.

4.2 Hinnoittelu

-tuntiveloitus ylläpitosiivouksessa

-samoin perussiivouksessa, mutta todennäköisesti käytännössä on urakkahinta käytännöllisempi

-kasvien hoito ym erikoistyöt/ toimenpidehintaa

-vakituisilla asiakkailla laskutus kerran kuukaudessa

-vanhemmat henkilöt saattavat haluta maksaa käteisellä

hinnoittelu 25€/ tunti , viikkosiivous viikonlopuksi torstaina tai perjantaina 28€/ tunti.

Mattojen pesu on 16€/m²

4.3 Takuu

-asiakas tarkastaa siivouksen suorituspäivänä ja antaa heti muistutuksen epätyytyvästä palvelusta, jolloin asia korjataan

4.5 Myynninedistäminen

-suorat kontaktit kaupungilla, torilla ja tiettyjen ryhmien suosimilla alueilla asiakkaisiin ja lyhyt esitys liikeideasta ja kysymys ostatko palvelun?

-myyntikirje asiakkaiden kotiin esim. tietyissä taloissa ja soitto parin päivän sisällä

-lehti- ilmoitus alussa kerran kuukaudessa KOKKOLA- lehdessä

-MATROONAN autoon teippaukset

-esitteiden jakaminen sinne, missä potentiaaliset palvelujen hankkijat liikkuvat kuten terveyskeskuksen odotustiloihin

-maintostoimisto tekee: käyntikortit, www- sivut ja logon sekä auton teippaukset.

5 TOIMIPAikka, TILAT, TUOTANTO, OSTOT JA HENKILÖSTÖ

5.1 Sijainti

Kokkolassa on pienellä alueella kohtalaisesti asukkaita, ongelmana on, etteivät asiakkaat ole tottuneet maksamaan kotitöistä. Hyvänä puolena on, että suurin osa asiakkaista on pienellä maantieteellisellä alueella.

5.2 Toimitilat tuotantoinvestoinnit

- puhelin 100€
- tietokone 500€
- internet
- siivousvälineet 200€
- siivouskoneet- aluksi käytetyt 600€
- farmari- tai pakettiauto 4000€
- jossain vaiheessa ehkä tarvitaan ATK- asiakasjärjestelmä, johon tarvitaan asiantuntija- apua.

5.3 Laadunvalvonta

1. keskustelu ja asiakkaan haastattelu- tarpeet ja toiveet
2. ammattitaitoinen työskentely
3. työntekijän tarkastus
4. asiakkaan tarkastus

Palvelusopimukseen kuuluu asiakkaan haastattelu, jossa kartoitetaan tarpeet ja toiveet.

Asiakkaan haastattelulomakkeen perusteella tehdään palvelusuunnitelma. Työntekijä on velvollinen tarkastamaan työn laadun, asiakas tarkastaa työn omalta osaltaan. Asiakkaalta pyydetään palautetta laadusta suullisesti tai lomakkeella tarpeen mukaan, kuitenkin säännöllisesti.

5.5 Ostotoiminta

Ostopaikat:

- Hartman clean 30%
- K- rauta 25%

Molemmilla tavarantoimittajilla on samoja tuotteita, saatavuus voi vaihdella, siksi tarvitaan kaksi toimittajaa

-laskutus 1 kk välein- tai jos käteismaksu on edullisempaa, maksetaan kuukauden välein

Varasto:

- Puhdistusaineita:
- yleispesuaine 5 l
- emäksinen pesuaine 5 l
- vahanpoistoaine 5 l

-kalkinpoistoaine 5 l
tahrainpoistoaineita (2) varaston hinta 100€

5.6 Työvoima

- neljä työntekijää, joista kaksi osa- aikaista
- tilapäisesti opiskelija työssäoppimassa (ei maksa, mutta sisältää opettamisvelvoitteen ja arvioinnin), opiskelijat ovat aina ammattitaitoisen työntekijän ohjauksessa esim. työparina
- tukityöllistettävien saanti on epävarmempaa, hekin työskentelevät yrityksessä työskentelevän työparina tai ohjauksessa
- työntekijöille maksetaan parempaa palkkaa kuin markkinoilla, jotta he pysyisivät talossa

6 JOHTO JA ORGANISAATIO

6.1 Organisaatio

Marjo Ylönen

- orgnisointi, työskentely yrityksessä ja kaikki vastuut
- tarvittaessa yhteistyö toisen yrittäjän kanssa

Kotityöpalvelutyöntekijä Paula, työskentelee 7 tuntia päivässä viitenä päivänä viikossa. Hoitaa pääasiassa useita kertoja viikossa tarvitsevia asiakkaita, myös vanhusten- ja lastenhoitoa.

Kotityöpalvelutyöntekijät Unelma ja Kaarina työskentelevät kumpikin 7 tuntia päivässä, kahtena päivänä viikossa. He tekevät pääasiassa viikkosiivouksia ja perussiivouksia, myös kotivahtimista ja eläintenhoitoa tarvittaessa.

Kiinteistöjenhoitaja, matonpesijä ja siivoaja Uljas, hoitaa matonpesut, pihojen raskaat työt, lumityöt, maalaukset, korjaukset sekä on mukana tarvittaessa raskaissa siivoustöissä, myös kotivahtimista, työaika 7 h/pv.

Marjo työskentelee yrityksessä hoitaen avainasiakkaiden palvelut ja hankkii uusia asiakkaita, kehittää palveluja ja opiskelee liikkeenjohtoa.

6.2 Johto ansioluettelo

Marjo Ylönen

Luotsikuja 6

06-8220607

040-7696 390 06-8220607

avioliitossa

ei lapsia

kotitalousopettaja, kasvatus- ja opetusalan PD,

Facility Management erikoistumisopinnot, yrittäjäkasvatuksen erikoistumisopinnot, ammatillinen erityisopettaja,

tekeillä restonomin opinnäytetyö, muita kursseja lisäksi

Liikkeenjohtaminen ja yrityksen laskentatoimi sekä taloushallinto ovat tulevaisuudessa opiskeltavia asioita.

6.3 Asiantuntijat ja konsultit

Orvokki Kentala, yrittäjä, mentori
 -Helvi Timmer yrittäjä, mentori
 -Aviopoliso, jolla oma yritys on nyt lepäämässä
 -Eila Nuutinmäki, eläkkeellä oleva yrittäjä, mentori
 -Yrittäjien järjestöt
 -Tavarantoimittajat, muut alan yrittäjät, oppilaitokset
 -Asiantuntijaa tarvitsen juuri laskenta- ja talousasioissa, mentorit ovat hyvä ensikäden tuki.

Verkostoa on heti alettava laajentaa ja monipuolistaa.

Yhteistyökumppanin etsiminen voidaan aloittaa esimerkiksi vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

Kenelle toiselle olisi hyötyä osaamisestamme?

Kenen toisen osaamista, teknologiaa, kapasiteettia tai yhteyksiä voisimme hyödyntää?

Kenen heikkouksia voisimme paikata omalla osaamisellamme?

Kenen vahvuuksia voisimme hyödyntää paikkaamaan omia heikkouksiamme?

Näissä ajatuksissa lähetän muutamille saman ja lähialan pienyrittäjille, jotka ovat samalla kilpailijoita, kirjeet verkostoitumisen merkeissä.

7 TALOUDELLISET ENNUSTEET

7.1 Kirjanpito ja tulosseuranta

-Tarvitsen tilitoimistoa kirjanpitoon sekä neuvomaan alussa taloushallinnon kysymyksissä, maksutonta neuvontaa saan myös mentoreiltani.

7.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus

Lainan hakemisen sijaan, sijoitan yritykseen omia varoja.

Kolme ensimmäistä kuukautta työvoimaa on vain kaksi kokoaikaista henkilöä omistajan lisäksi. Työntekijöiden tuntipalkka on 10,00 €/ tunti ja laskutettavia tunteja päivää ja työntekijää kohden saadaan 6 tuntia noin 7 tunnin työpäivästä. Laskutettavan tunnin hinta on 25€/ h.Viikkosiivouksista, jotka ajoittuvat aina torstaille ja perjantaille, laskutetaan 28€/h.

Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus selviävät taulukosta 5.

TAULUKKO 5. Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus.

Rahan tarve			
Investoinnit			€
	Aineettomat hyödykkeet	Perustamismenot	65,00
	Aineelliset hyödykkeet	Tuotantovälineet/ atk	
		Auto	3279,00
		Puh, fax	205,00
		Asennukset	81,97
	Liikeirtaimisto	Toimistotarvikkeet	49,00
		Alkumainonta, esitteet	1450,00
	Palkat	Työntekijöiden palkat	20330,00
		Yrittäjän toimeentulot	4579,00
		Alkuvarasto	1000,00
	Pääoman tarve yhteensä		34213,97
	Rahan lähteet		
	Oma pääoma	Oma sijoitus rahana	6500,00
		Omat koneet ja kalusto	2500,00
		Oma sijoitus	14000,00
	Muu tulosrahoitus		12500,00
	Rahan lähteet yhteensä		35500,00

7.3 Laskennallinen liikeidean tarkastelu

Työpäivän pituus on 7 tuntia, josta saadaan laskutettavia tunteja 6h. Ensimmäisenä vuonna kaksi työntekijää, Paula ja Uljas tekevät 35-tuntista viikkoa. Kuukaudessa on keskimäärin 21 työpäivää ja päivässä 7 tuntia. Palkkojen sivukulut on laskettu www.yrittajat.fi palkkalaskurin mukaan.

Paulan ja Uljaksen palkkakulut: $2 \times 21 \times 7 \times 10 \text{ €} = 2\,940,00 \text{ €}$	
TyEL 17,3%	508,62 €
Sosiaaliturva, maksuluokka I 2,771%	81,47 €
Pakolliset vakuutukset 1,18%	34,69 €
Työttömyysvakuutusmaksu 0,7%	20,58 €
Lomaraha 4,5%	132,30 €
Muut sos.kulut, työterveys 0,8%	23,52 €
vapaaeht.sivukulut,työasut 0,7%	20,58 €
sosiaalikulut yhteensä 27,95%	821,76 €
Työnantajan kulut yhteensä kuukaudessa	3761,76 €
Vuosiloma ja palkalliset vapaapäivät 12,65%	371,91 €
Yhteensä	4 133,67 €

Yhteensä siis 4133,67€ kuukaudessa. Uljas on jo täyttänyt 54 vuotta. Työnantaja saa matalapalkkatukea 220 € kuukaudessa, jolloin lopulliseksi palkkakustannukseksi Paulan ja Uljaksen osalta tulee siis 3913,67 € kuukaudessa, **46 964,04 €** vuodessa.

Kaksi työntekijää (Kaarina ja Unelma) tekevät töitä torstaisin ja perjantaisin 8 tuntia, ensimmäisenä vuonna kumpikin työskentelee 9:n kuukauden ajan. Kuukaudessa he tekevät keskimäärin 11 päivää kumpikin.

Kaarinan ja Unelman palkkakulut: $2 \times 11 \times 8 \times 10 \text{ €} = 1760,00 \text{ €}$	
TyEL 17,3%	304,48 €
Sosiaaliturva, maksuluokka I 2,771%	48,77 €
Pakolliset vakuutukset 1,18%	20,77 €
Työttömyysvakuutusmaksu 0,7%	32,12 €
Lomaraha 4,5%	79,20 €
Muut sos.kulut, työterveys 0,8%	14,08 €
vapaaeht.sivukulut,työasut 0,7%	12,32 €
sosiaalikulut yhteensä 27,95%	491,92 €
Työnantajan kulut yhteensä	2251,92 € kuukaudessa,
sa,	
Tuntipalkkalaisille maksetaan lomaraha joka kuukausi, jolloin palkkaan lisätään 8%.	140,80 €
Yhteensä	2392,72 €

Unelman ja Kaarinan palkkakustannukset ovat yhteensä 2392,72 € kuukaudessa. Ensimmäisenä vuonna he kumpikin ovat työskentelevät 9:n kuukauden aikana, joten palkkakustannukset vuotta kohden ovat **21534,48 €**

Laskelmaa tarkastellaan toisen vuoden kohdalta, ensimmäisenä vuonna osa palkoista maksetaan lainarahalla ja kaikki työntekijät eivät ole työssä koko vuotta. Ensimmäisenä vuonna palkat ilman sivukuluja ovat 51360 € ja siitä summasta vähennetään 14000€, joka maksetaan (omalla sijoituksella) eli lainarahalla, näin palkkasummaksi jää 37360 €. Kassaan tulee laskutetuista tunneista ensimmäisenä vuonna 130444€ ja lisäksi tekstiilien ja mattojen pesusta 10000€, yhteensä kassaan tulee siis 140444 €.

Laskutettavia tunteja on toisena toimintavuonna seuraavasti 5 544 h, josta tulee kassaan 142758 €, mattojen ja kalusteiden pesusta saadaan lisäksi kassaan 11 218 €, joten toisena vuonna kassaan saadaan 153 976 euroa. On otettava huomioon inflaatio ja palkkojen nousu. Asiakkaille hintaa tuskin voi nostaa samassa suhteessa, näin ollen yrittäjän tulot ovat koko ajan heikommat kuin työntekijöiden tulot. Muistettava on, että laskutettavia tunteja päivää kohti saadaan vain 6, vaikka töitä tehdään 7 tuntia ja osa-aikaisten 8 tunnin työpäivästä laskutetaan 7 tuntia. Laskennallinen liikeidean tarkastelu on taulukossa 6.

TAULUKKO 6. Laskennallinen liikeidean tarkastelu.

			1. vuosi	2. vuosi
Tulot	Laji	alv%	euro	euro
	myynti	22	140444	153976
	Muu myynti	0	0	0
	Tulot yhteensä		140444,00	153976
Myynnin oi- kaisuerät	Arvonlisävero		25325,97	27766,16
Liikevaihto(tulot - arvonlisäverot)			115118,03	126209,84
Muuttuvat kulut(ilman alv)				
	Laji			
		ostot	4315,00	3115,00
	Muuttuvat kulut yhteensä		4315,00	3115,00
Myyntikate(liikevaihto-muutt.kulut)			110803,00	
	Yrittäjän eläkevakuutus		2781,00	3000,00
	Muut vakuutukset		528,00	528,00
	Työntekijöiden palkat		37120,00 *	52800,00
	Palkkojen sivukulut		20019,00	24816,00
	Puhelin/ Fax/Internet		1476,00	1344,44
	Kirjanpito		2953,00	3187,00
	Toimistokulut		386,00	308,00
	Matka/ autokulut		7980,00	10785,00
	Markkinointi		1950,00	978,00
	Koulutus		456,00	401,00
	Lehdet		56,00	60,00
	Korjaukset		500,00	550,00
	Työttömyyskassa		316,00	354,00
Kiinteät kulut yhteensä			76521,00	99123,00
Käyttökate (myyntikate – kiinteät kulut)			29921,03	23971,24
Poistot				
	Koneet ja kalusto		1360,00	1360,00
	Poistot yhteensä		1360,00	1360,00
Muut kulut				
	Korkokulut		1000,00	880,00
	Pankkikulut		120,00	220,00
	Muut kulut yhteensä		1120,00	1100,00
Tulos ennen veroja (voitto)			31802,51	21511,24
	Verot		30% 9540,75	20% 4302,37
	Lainojen lyhennys (oma sijoitus)		0	4000,00
Nettovoitto			22261,76	13209,47
Kuukaudessa			1855,15	1100,79

* 14 000 € maksettu lainalla(oma sijoitus)

7.4 Kannattavuuslaskelma

Kaksi osa- aikaista työntekijää, jotka tekevät kaksi päivää viikossa, tekevät ensimmäisenä vuonna 81 päivää kumpikin. Kaksi kokoaikaista tuntipalkkalaista tekevät ensimmäisenä vuonna 231 päivää kumpikin, samoin omistaja. Näin laskettuna saadaan keskimäärin 17 työpäivää kuukaudessa kutakin henkilöä kohden, laskuttaa voidaan kuudelta tunnilta päivässä. Näyttää siltä, että tuntilaskutusta on lisättävä 27 euroon tunnilta (keskimäärin). Tilanne korjautuisi myös jos myös Paula ja Uljas tekisivät torstaisin ja perjantaisin loppuviikolle tilattuja töitä, silloin voitaisiin laskuttaa yhteensä 28 tunnilta 28 €/h, jolloin kassaan tulisi vuodessa 3880,80 € enemmän. Mattojen ja tekstiilienpesun lisääminen toisi kassaan lisää euroja, mutta matonpesuaineiden hinta on silloin vähennettävä. Kannattavuuslaskelma on taulukossa 7.

TAULUKKO 7. Kannattavuuslaskelma.

		Kuukausitaso	Vuositaso
		€	€
Tavoitetulos (netto)		1500	18000
+ lainojen lyhennys		0	0
=Tulo verojen jälkeen		1500	18000
Verot (valtio ja kunta)		686	8232
= Rahoitustarve (Br –tulot)		2186	26232
+ Yrityslainojen korot		83	1000
A= Käyttökäytetarve		2269	27232
Kiinteät kulut: ilman alv	Yrittäjän eläkevak.	232	2781
	Muut vakuutukset	44	528
	Palkat	4280	51363
	palkkojen sivukulut	2012	21438
	Puhelin	123	1436
	Korjaukset	329	2953
	Toimistokulut	32	386
	Matkat/ auto	665	7980
	Markkinointi	38	1950
	Koulutus	5	458
	lehdet	41	56
	työttömyysvakuutus	30	354
	pankin kulut	10	120
	Poistot	113	1360
Kiinteät kulut yhteensä		8116	97394
A+B Myyntikäytetarve		10385,5	124626
+ Ostot (ilman alv)		360	4315
= Liikevaihto		10745,08	128941
+alv 22% liikevaihdosta		2363,92	28367,02
Kokonaismyynti/ laskutus		13109	157308,02
Laskutustavoitteet		veroton	verollinen
	/kuukausi/ v (11)	11721,91	14300,73
	/päivä /kk (14)	837,28	1021,48
5 henkilöä	/ tunti / pv (6)	139,55	170,25

7.5 Kassavirta-analyysi

Ensimmäisen toimintavuoden aikana ei makseta vielä kaikkia ko. vuoden arvonlisäveroja ja palkkakuluista 14000€ on katettu omalla sijoituksella eli lainarahalla, siksi kyseiset summat eivät täsmää laskennallisen liikeidean tarkastelun (Taulukko 6) kanssa. Verot on laskettu maksettavaksi kaikki ensimmäisen vuoden puolella.

Muut kiinteät kulut kattavat korjaukset ja työttömyyskassamaksun. Kassavirta- analyysi on taulukossa 8.

TAULUKKO 8. Kassavirta-analyysi.

Toimin- taKuu- kaudet		tammikuu	helmikuu	maaliskuu	huhtikuu	toukokuu	kesäkuu	heinäkuu	elokuu	syyskuu	lokakuu	marraskuu	joulukuu	Yht.
Kassa kuun alussa	omat sijoitukset	20500	5674,25	4448,5	5677,75	5283	7239,25	7199,5	7428,75	5304	4652,25	6476,50	8605,75	
Maksut kassaan														
+Myynti		0	6000	10500	11424	14600	14820	13600	11300	14600	14600	14500	14500	140444
Maksut kassasta														
Yrityksen	Lainojen lyhennys	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prog.vero	Verot			2058			2058			2058			2058	8232
	Korot	83	83	84	83	83	84	83	83	84	83	83	84	1000
	Arvonlisävero				1082	1893	2060	8633	2672	2452	2038	2633	2633	
	Aineet ja tarvikk.	700	150	150	368	368	369	368	368	369	368	368	369	4315
	Yritt.eläkevak.	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	2781
	Muut vak.	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	528
	Työnt. palkat	3360	3360	3360	4587	4587	4587	4587	4587	4587	4587	4587	4587	51363
	Palkk.sivukulut	1580	1580	1580	2155	2155	2155	2155	2155	2155	2155	2155	2155	24138
	Puh.fax	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	1476
	Kirjanpito	246	246	246	246	246	246	246	246	247	246	246	246	2953
	Toimistokul.	32	32	32	32	32	34	32	32	32	32	32	32	386
	Autokul.matk.	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	7980
	Markkinointik.	1350	50	50	55	55	55	55	56	56	56	56	56	1950
	Koulutusk.	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	458
	Lehdet		14			14			14				14	56
	Korjausk.	40	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	491
	Muut kiinteät kulut	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	816
Yrittäjän	Tavoitetulos/	500	500	500	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	1000	1000	17500
Invest.	Hankinnat	5765	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5765
Kassan +/- muutos		-14825,75	-1225,75	1229,25	-394,25	1956,23	-39,75	229,25	-2124,75	-651,75	1874,25	2129,25	54,25	

8. SWOT-ANALYYSIT

Swot analyysi on yksinkertainen tapa arvioida hanketta. MATROONA himan helahoito-yrityksen SWOT- analyysi taulukossa 9. Vertailun vuoksi vielä taulukossa 10. esitetään kokonaisarviointi yhden hengen yrityksestä.

TAULUKKO 9. SWOT-analyysi viiden hengen MATROONA himan helahoito kotityöpalveluyrityksestä.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> - pienet investointikustannukset - asiakkaita on jo hankittuna - osaava työvoima, jolla on hyvä motivaatio ja työmoraali - monipuoliset palvelut, juuri kaikkia näitä palveluja tarjoavia yrityksiä ei ole muita 	<ul style="list-style-type: none"> - vähän kokemusta taloudesta ja las- kentatoimesta - perustajalla ei ole yrittäjäkokemusta - asiakkaita pitää hankkia koko ajan
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> - potentiaalisia asiakkaita on tulossa koko ajan lisää - valmiudet saada hyvä maine ja kasvattaa asiakasvolyymiä 	<ul style="list-style-type: none"> - asiakkaiden luottamuksen saaminen - alalla kilpaillaan alhaisilla hinnoilla - ulkomailla asuvaa työvoimaa käyttävät yritykset pystyvät polkemaan hintoja, samoin siivousringit ja mahdollisesti kolmannen sektorin toimijat

TAULUKKO 10. SWOT-analyysi yhden MATROONA–kotityöpalveluyritykselle.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> -laaja ammatillinen osaaminen -alueen tuntemus -hyviä suhteita ja verkostoja -pienet riskit 	<ul style="list-style-type: none"> -yhden ihmisen yritys-- haavoittuva, jos esim sairastuu tai ei jaksaa tehdä yksin- tarvitsee apuun toisen yrittäjän -riskiä voi vähentää hoitamalla kuntoaan paremmin
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> -voidaan kehittää erikoiskohteiden puhdistamiseen erikoistuva yritys -liittää joidenkin tuotteiden myyntiä, esimerkiksi allergisten siivousaineet -laajentaa myös konsultoivaksi yritykseksi, -laajentaa hoivapalveluilla ja turvallisuuslaitteiden myynnillä -voi saada mainetta hyvänä koulutusyrityksenä -mahdollisuudet laajentua tuottamaan erilaisia palveluja 	<ul style="list-style-type: none"> -liian korkea ikä--- otetaan uusi yrittäjä jo seuraamaan ja oppimaan -muut yritykset, jotka myyvät halvemmalla -ostovoiman heikkeneminen yksityistalouksille, joka johtuu elinkustannusten noususta -yrityksien välinpitämättömyys siisteyttä ja viihtyisyyttä kohtaan

Liite 2 Liiketoimintasuunnitelma: MATROONA

Sisältö

1 PERUSTIEDOT	70
1.1 Liikeidea.....	70
1.2 Yhtiömuoto.....	71
1.3 Osaaminen - Oma erikoisosaaminen.....	71
1.4 Syy yrityksen perustamiseen	71
1.4.1 Lähtökohtatilanne	71
1.4.2 Tekijät, joiden varaan yrityksen menestyminen perustuu	71
2 KUVAAUS PALVELUISTA	72
2.1 Palvelut	72
2.2 Käyttötarkoitus	72
2.3 Tuotekehitys.....	73
2.4 Omistuksellinen asema.....	73
2.5 Myyntimahdollisuudet	73
3 MARKKINATUTKIMUS JA - ANALYYSI	73
3.1 Asiakkaat	73
3.2 Asiakasanalyysi	74
3.2 Markkinoiden koko ja muutokset.....	74
3.3 Kilpailutilanne.....	76
3.5 Arvio markkinoista.....	77
4. MYYNTI- JA MARKKINOINTISUUNNITELMA	78
4.1 Markkinoinnin yleisstrategia	78
4.2 Hinnoittelu	78
4.3 Takuu	78
4.5 Myynninedistäminen	78
5 TOIMIPAIKKA, TILAT, TUOTANTO, OSTOT JA HENKILÖSTÖ	79
5.1 Sijainti	79
5.2 Toimitilat tuotantoinvestoinnit.....	79
5.3 Laadunvalvonta.....	79
5.5 Ostotoiminta.....	79
5.6 Työvoima	80
6 JOHTO JA ORGANISAATIO	80
6.1 Organisaatio.....	80
6.2 Johto ansioluettelo	80
6.3 Asiantuntijat ja konsultit	80
7 TALOUDELLISET ENNUSTEET	81
7.1 Kirjanpito ja tulosseuranta.....	81
7.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus	82
7.3 Laskennallinen liikeidean tarkastelu.....	83
7.4 Kannattavuuslaskelma	85
7.5 Kassavirta-analyysi	86
8 SWOT- ANALYYSIT	88

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Matroona- kotityöpalveluyrityksen liikeidean hahmottaminen	70
TAULUKKO 2. Markkina- ja tuoteanalyysi MATROONA.....	75
TAULUKKO 2. Markkina- ja tuoteanalyysi MATROONA.....	75
TAULUKKO 3. Kilpailija-analyysi.	76
TAULUKKO 4. Ympäristöanalyysi.	77
TAULUKKO 5. Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus.....	82
TAULUKKO 6. Laskennallinen liikeidean tarkastelu	84
TAULUKKO 7. Kannattavuuslaskelma.....	85
TAULUKKO 8. Kassavirta-analyysi.....	87
TAULUKKO 9. SWOT- analyysi MATROONA – kotityöpalveluyritykselle.....	88
TAULUKKO 10. SWOT- analyysi MATROONA himan helahoito viiden hengen yritykselle.	88

1 PERUSTIEDOT

1.1 Liikeidea

Toiminta-ajatus: Matroona kotityöpalveluyritys auttaa asiakkaitaan sujuvaan arkeen, tuottamalla kokonaisvaltaisia kotityöpalveluja kotien muuttuviin tarpeisiin. Taulukko1 hahmottelee liikeidea.

TAULUKKO 1. Matroona- kotityöpalveluyrityksen liikeidean hahmottaminen

<p>Tarve / hyöty asiakkaalle</p> <ul style="list-style-type: none"> - apua arkeen ja tarjoaa vapaa – aikaa vapauttamalla kotitaloudet raskaista ja vaativista tai rutiininomaisista kotitöistä -asiakkaat saavat asiantuntija - apua kodin hoitamiseen ravitsemukseen ja kodin juhlien järjestämiseen - mahdollistaa ikääntyneiden ja heikkokuntoisten kotona asumisen tarjoamalla kotiin monenlaisia palveluja, kotiruokaa, asiointi- ja virkistysapua 		<p>Tavoiteimago</p> <ul style="list-style-type: none"> -asiantunteva ja joustava kotitöiden haltuun ottaja, jonka palveluja ostamalla asiakas voi parantaa elämänlaatuaan - moniosaaja, jolle voi jättää kaikki kodin ”naisten” työt 	
<p>Asiakkaat</p> <p>Kokkolan alueella uraperheet, sinkut, keskiikäiset ja ikääntyneet. Sellaiset, joilla on ostovoimaa ja sekä osaavat käyttää kotitalousvähennystä, myös kaupunki hankkii ostopalveluna asiakkailleen</p>		<p>Tuotteet / palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> - erilaiset kotityöpalvelut myös tekstiilikalusteiden ja mattojen peruspuhdistus ja ateria- sekä kotijuhlien järjestäminen 	
<p>Tapa toimia</p> <ul style="list-style-type: none"> - alussa perustaja työskentelee yksin, markkinointi tapahtuu pääasiassa henkilökohtaisilla yhteydenotoilla suoraan mahdollisiin palvelun hankkijoihin - yrityksellä on myös nettisivut, esitteitä jaetaan sinne missä asiakkaat liikkuvat ja tietyille asuinalueille - yrityksen perustaja esittelee yritystä eri tilaisuuksissa - rajoitettu lehtimainonta, - kirjanpito annetaan tilitoimiston pidettäväksi 			
VOIMAVARAT			
<p>Fyysiset</p> <ul style="list-style-type: none"> - perusvälineet ostetaan uusina, paketti-auto hankitaan käytettynä, koneista osa uusina, osa käytettynä 	<p>Taloudelliset</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - hanke ei vaadi suuria investointeja, lainarahaa ei tarvita 	<p>Henkiset</p> <p>perustajalla yli 30 vuoden kokemus alalta asiantuntijatehtävissä</p>	

1.2 Yhtiömuoto

Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi.

Perustelut: yksinkertainen yrityksen alkutaipaleelle, ei vaadi sijoituksia, yritys ei sisällä suuria riskejä.

MATROONA

Luotsikuja 6

67100 KOKKOLA

Kotityöpalveluyritys, jonka omistaa Marjo Ylönen

Liikevaihtotavoite: 40 000 – 50 000 € vuodessa.

Henkilöstö: Marjo Ylönen. Tarvittaessa palkataan tilapäistyövoimaa. Varsinaisia toimitiloja ei ole, toimisto ja varasto sekä henkilökunnan tilat ovat omistajan asunnon yhteydessä.

1.3 Osaaminen - Oma erikoisosaaminen

Osaan organisoida erilaisia puhtaanapidon- ja ruokapalvelun tehtäviä, hoitaa perustehtävät sujuvasti ja tarvittaessa tarjota laajempaakin palvelukokonaisuutta esim. perussiivouksia, ruokapalveluja, juhlien järjestämistä, pihojen hoitoa jne.

Osaamisen olen hankkinut koulutuksen ja työelämän kautta.

1.4 Syy yrityksen perustamiseen

Halu nähdä, voiko kotityöpalveluyrittämisellä saada toimeentulon Kokkolanseudulla. Kiinnostus yritystoimintaa kohtaan, halu kehittyä yrittäjätaidoissa. Kotityöpalvelujen kysyntä lisääntynee väestön ikääntyessä ja toiveista viettää laadukasta elämää omassa kodissaan. Toinen pääkäyttäjärühmä ovat perheet, joiden arjen pyörittäminen hyötyy laadukkaasta kotiaavusta. Sinkut, sekä nuoret että varttuneemmat ovat kiinnostuneita yhä erilaisimmista asioista ja siksi valmiita luopumaan kotitöistä.

On odotettavissa, että myös KUNTA hankkii yritykseltä ostopalvelua asiakkailleen.

1.4.1 Lähtökohtatilanne

Olen tuntenut aina mielenkiintoa yritystoimintaa kohtaan. Olen saanut opettaa sitä ammatillisessa oppilaitoksessa mm. kotitalousyrittäjille, samoin kuin koukeilla opiskelijoiden kanssa pienimuotoista yritystoimintaa. Olen opiskellut myös yrittäjyyskasvatusta. Kotityöpalveluyrittäjäyys koskee omaa alaa ja kotitalousvähennys samoin kuin kotitalouksien yhä kasvavat tarpeet ovat lisänneet kysyntää. Yrittämisessä on myös kysymys siipien kokeilemisestä, johon nyt näyttää olevan tilaisuus.

1.4.2 Tekijät, joiden varaan yrityksen menestyminen perustuu:

Palvelun tarve alueella:

Kokkolan alueella on jatkuvasti kasvava tarve kotityöpalveluille. Osa tarpeesta

on vielä piilossa, koska monissa tapauksissa ikääntynyt auttaa ikääntynyttä, omaishoitajat ovat uupuneita. Samoin keski-ikäisten taloudet ja nuoret perheet ja sinkut tarvitsevat apua kotitaloustöihin. Yrittäjä on tunnettu potentiaalisten palvelun hankkijoiden keskuudessa ja hänen organisoimiaan palveluja on hankittu aiemminkin kotitalouksiin.

Alan yritysten nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät:

Kotitalousvähennyksen tunnettuus ja laajeneminen tuo ratkaisevasti lisää asiakkaita. Uusia yrityksiä syntyy koko ajan, ala on kasvava. Tulevaisuudessa kotitalousvähennys lienee vielä käyttäjäystävällisempi ja yksinkertaisempi.

Kilpailutilanne ja oman yrityksen asema:

Hintakilpailu on kova, mutta oma yritys tarjoaa asiantuntevia kokonaisratkaisuja koskien asiakkaiden asuntoa, tekstiilienhuoltoa kodin juhlapalvelua.

Oma osaaminen ja työkokemus alalta:

Ammatillinen osaaminen ja työkokemus ovat vahvalla pohjalla sekä siivouspalvelujen että ruokapalvelujen osalta. Työnjohto- ja organisointikokemusta on runsaasti, samoin kokemusta ihmisten ohjaamisesta, sekä erilaisten yrittäjäprojektien järjestämisestä.

Omat yrittäjäominaisuudet:

Yrittäjämäinen elämänsenne on ollut välttämätön koko elämän ajan. Käytännön kokemusta omasta yrityksestä ei ole, sen sijaan työkokemusta alan yrityksessä toimimisesta on.

2 KUVAUS PALVELUISTA

2.1 Palvelut

- viikkosiivous
- perussiivous
- kasvien hoitaminen
- kotiruoka
- mattojen ja kalusteiden peruspuhdistus asiakkaan luona
- pihatyöt
- asunnon vahtimispalvelu
- pienet korjaustyöt, maalaaminen
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- kotitalouden neuvonta
- asiointi, saattoapu, virkistysapu

2.2 Käyttötarkoitus

Asiakkaiden tarpeet, joihin vastataan

- viikkosiivous puhtaan kodin viehätys viikonloppuna ja vapaa - aikaa
- perussiivous: hankalat, raskaat ja aikaa vievät työt poistuvat, asiantuntija-apua kodin hoitamiseen
- kasvien hoitaminen

- mattojen ja kalusteiden puhdistaminen, joka kotikonstein on mahdotonta
- pihan toistuvat työt silloin kuin tarvitaan
- asunnon tai talon vahtiminen lomilla tai sairaalassaolon aikana
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- lisäarvoa tuomassa kotitalouden neuvontaa esimerkiksi pintamateriaalien hoidossa, ravitsemuksessa, kodin töiden organisoinnissa
- asiointi, saattoapu virastoihin ym.

2.3 Tuotekehitys

- Yhteistyö alan oppilaitosten kanssa, alan koulutustilaisuudet
- Yrittäjille tarkoitettut lyhytkurssit
- Ammattilehdet, verkkosivustot
- Yrittäjäverkosto
- Tutkimustoiminta asiakkaiden tarpeista ja toiveista

2.4 Omistuksellinen asema

Tavaramerkki Matroonan Himan Helahoito, joka rekisteröidään heti.
Asiakassopimukset, jotka tehdään palvelun tilausvaiheessa.

- yel vakuutus
- toiminnan vastuuvakuutus
- yrittäjän tapaturmavakuutus
- työntekijöiden pakolliset vakuutukset

2.5 Myyntimahdollisuudet

- asiakaslähtöiset, joustavat ja monipuoliset palvelut
- asiantuntemus kotitalouden kysymyksissä, kokonaisuuksien haltuunotto

3 MARKKINATUTKIMUS JA -ANALYYSI

3.1 Asiakkaat

- keski-ikäiset uraa tekevät henkilöt
- painottavat luotettavuutta ja hyvää laatua, kokonaisvaltaista palvelua
- lapsiperheet, jossa molemmat vanhemmat ovat töissä
- painottavat saatavuutta, palvelu mieluummin samana viikonpäivänä
- iäkkäiden taloudet
- painottavat hintaa ja samanlaisena toistuvaa palvelua
- sinkkotaloudet, painottavat kokonaisratkaisuja
- "vanhat suhteet"- eli tunnen henkilöitä, joista luulen saavani asiakkaita, jotka saavat kotitalousvähennyksen

3.2 Asiakasanalyysi

Asiakkaat, asiakasryhmät:

- keski-ikäiset työssäkäyvät naiset ja miehet, jotka ostavat palveluja omalle perheelleen ja vanhemmilleen
- eläkeikäiset, jotka ostavat palveluja tiettyihin tehtäviin itselleen ja peruspalveluja vanhemmilleen
- nuoret perheet
- sinkkotaloudet

Asiakkaiden tarpeet, joihin vastataan

- viikkosiivous – puhtaan kodin viehätys viikonloppuna ja vapaa - aikaa
- perussiivous: hankalat, raskaat ja aikaa vievät työt poistuvat, asiantuntija-apua kodin hoitamiseen
- kasvien hoitaminen
- mattojen ja kalusteiden puhdistaminen, joka kotikonstein on mahdotonta
- pihan toistuvat työt silloin kuin tarvitaan
- asunnon tai talon vahtiminen lomilla tai sairaalassaolon aikana
- lumityöt
- tarjoilujen järjestäminen kotiin
- lisäarvoa tuomassa kotitalouden neuvontaa
- asiointi, saattoapu virastoihin ym.

Ostovoima:

- Asiakasryhmä on ostovoimaista, he osaavat hyödyntää kotitalousvähennystä, palveluja ostetaan keskimäärin 2 000 –3 000 eurolla vuodessa.

Asiakasmäärä Kokkolan alueella: sopivan ikäisiä ja maksukykyisiä talouksia on arviolta noin 2 000-3 000. Asiakasmäärä tulee kasvamaan, kotityöpalvelujen yleistyessä ja väestön ikääntyessä, samoin tieto kotitalousvähennyksestä vaikuttaa asiakasmäärää lisäävästi.

Palvelun hankkija on nuorten perheiden kohdalla usein perheen isä, harvemmin äiti. Sinkut hankkivat palvelun itse, keski-ikäisissä talouksissa molemmat avio- puoliset saattavat olla palvelun hankkijana. Ikäihmisille taas keski-ikäiset lapset tai muut omaiset hankkivat palvelun. Ostopäätös tehdään enimmäkseen tuttavien suositusten perusteella ja yrittäjään otetaan suoraan yhteyttä. Palveluja tarvitaan viikoittain, kahden viikon välein ja kerran kuukaudessa, myös kertaluonteista palvelua kysytään esimerkiksi muuton yhteydessä.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että tulee tähyillä mahdollisuuksia lisätä palveluja omalle asiakassegmentille, kun asiakkaat alkavat olla tuttuja ja lisäksi täydentää asiakaskuntaa jatkuvasti suhdemarkkinoinnilla nykyisiin asiakkaisiin.

3.2 Markkinoiden koko ja muutokset

Asiakkaat pyritään hankkimaan Kokkolan alueelta, niin, että välimatkat eivät muodostu liian pitkiksi. Kolmen vuoden kuluessa yritämme olla toisiksi kysytyin kotityöpalveluyritys, viiden vuoden kuluessa kysytyin.

Asiakkaiden ostot: n. 10 asiakasta ostaa palveluja 8 tuntia kuukaudessa, toiset 10 asiakasta ostavat n. 4 tuntia kuukaudessa. Osa asiakkaista on jo hankittu. Markkina- ja tuoteanalyysi on taulukossa 2.

TAULUKKO 2. Markkina- ja tuoteanalyysi MATROONA

Asiakkaat Palvelut		Liikevaihto yhteensä euroina
Viikkosiivous		25 000
Perussiivous		10 000
Mattojen ja kalusteiden pesu		10 000
Pihan hoito		5000
Korjaukset		
Ruokapalvelun järjestäminen,		
Asiointi, saattaminen ja virkistysapu		
Tarjoilut, juhlat ja muut palvelut		
		50 000

3.3 Kilpailutilanne

Taulukko 3 havainnollistaa kilpailutilannetta.

TAULUKKO 3. Kilpailija-analyysi.

Yritys	Markkinaosuus yksityisestä kotityöpalvelusta tällä hetkellä (karkea arvio)	Vahvat puolet	Heikot puolet	Huomautuksia
1. kolme yhtä vahvaa kilpailijaa 1,2,3	kunkin markkinaosuus 15 – 20%	-tunnettuus - ensimmäinen alallaan -vankka kokemus ja ammattitaito - erittäin edulliset hinnat	-siivous päätuote - ei paljoa laajenna tuotevalikoimaansa	A:lla laajentuminen alussa
2.	alle 5 %	-kokenut yrittäjä -vankka ammattitaito myös johtamisessa ja liikeasioissa	-siivous päätuote - toimii sekä yritys-että kotityöpalvelussa - jo nyt laajentunut	-vasta aloittanut
3.	n.30.000 € alle 4 %	- monipuoliset palvelut	-vasta aloittanut -yksinyrittäjä	
4. Kolmannen sektorin toimija	15 % vakiintunut asiakaskunta varsinkin erityisryhmistä	-erittäin hyvä laatu, -useampi henkilö työssä -edulliset hinnat - vankka kokemus ja ammattitaito	- hinnat kohonneet, vastaavat nyt markkinatasoa	-
Kilpailun kehittyminen lähiaikoina:				
4. – laajenemassa myös yrityssiivoukseen, palkkaa lisää työntekijöitä				
5. – laajenee aggressiivisesti, osaa markkinoinnin keinot, nousija, vaarallisin kilpailija				
6. - vahvistaa asemaansa tunnettuna ja laadukkaana				
Kilpailu kiristyy koko ajan				
Mitä pitää tehdä				
- kilpailijoista on hankittava vielä tarkempaa tietoa				
- keskityttävä vielä tehokkaammin omaan segmenttiin lähettämällä myyntikirjeitä noin 45 – 65-vuotiaiden talouksiin tietyillä asuntoalueilla				

Arvioitu oma markkinaosuus ja myyntivolyymi

Markkinaosuutta ei voi arvioida, mutta 20 ”kanta-asiakasta” pitää yrityksen pystyssä.

3.5 Arvio markkinoista

- Väestö ikääntyy, jotkut jatkavat työelämässä pitempään, kotiapua tarvitaan enemmän.
 - Nuoret perheet eivät pidä enää kotitöitä velvollisuutenaan tai kunnia asiana.
 - Kotitalousvähennyksen käyttö on tullut tunnetuksi, se lisää työssäkäyvien mahdollisuuksia hankkia palveluja kotiin.
 - Kotitalousvähennys mahdollistaa myös palvelujen ostamisen sukulaisille esim. vanhemmille tai isovanhemmille.
 - Nuoret ja keski-ikäiset haluavat ostaa palveluja netistä, täytyy tehdä omat www-sivut.
 - Myös asiakasrekisteri atk-lla on ainakin myöhemmässä vaiheessa tarpeellinen
 - Markkinoita tutkitaan jatkuvasti, mille palveluille on tarvetta ja mitä kuluttajat toivovat
- teknologian kehitys ei paljoakaan vaikuta itse kotityöpalvelun tekemiseen, sen sijaan asiakashallintaan, maksuliikenteeseen vaikutukset voivat olla huomattavat.
- Ympäristöanalyysi on taulukossa 4.

TAULUKKO 4. Ympäristöanalyysi.

Tärkeimmät ympäristötekijät, jotka vaikuttavat liiketoimintaan		
Ympäristötekijä	Nykytila	Kehitys tulevaisuudessa
Yleinen taloudellinen kehitys	Talouden kasvuennusteet ovat suuntautuneet alaspäin	Taloukasvu on hiipumassa
Työvoiman saatavuus	Vaikea saada motivoitunutta työvoimaa	Kotityöpalvelumarkkinoilla on pulaa sitoutuneesta työvoimasta
Lainsäädäntö	Nykyisin ei rajoita toimintaa, toisaalta ulkomaiset halvemmalla ulkomailla asuvala työvoimalla toimivat yritykset voivat polkea hintoja.	Kotitalousvähennystä koskevan lainsäädännön toivotaan yksinkertaistuvan, jolloin palvelujen markkinointi on helpompaa.
Väestön ikärakenne	Väestön keski-ikä on nousussa siten, että palvelujen tarvitsijoita on joka tapauksessa yhä enemmän	Tarvitaan enemmän palveluja, joiden laatutavoitteet kasvavat, joka on hyvä asia tälle yritykselle.
Elämäntyyli ja vapaa aika	Kiire ja työn kuormittavuus on lisääntynyt, arvostetaan vapaa-aikaa, jota ei kokonaan halua käyttää kotitaloustöihin.	Kotitaloustöiden ulkoistamisesta tulee vakiintunut käytäntö tietyn väestöryhmän keskuudessa.
Rahamarkkinat	Korkotasoa alhaalla,	Kotitalouksien ostovoima on pienentymässä, kotitalousvähennys kuitenkin madaltaa palvelujen ostokynnystä.

4 MYynti- JA MARKKINOINTISUUNNITELMA

4.1 Markkinoinnin yleisstrategia

Osa asiakkaista on jo hankittu suoraan tarjoamalla heille palveluja suoraan. Soitan henkilöille, joiden arvelen olevan kiinnostunut palveluistani, tarjoudun tulemaan kertomaan lisää.

- Etsin ihmisiä vapaamuotoisesti, tarjoan palveluja suullisesti, kysellen, mitä mieltä olisivat siitä, että saa tulla puhtaaseen kotiin ja tietävätkö he, että kotitalousvähennyskorvaa 60% työn hinnasta. Annan henkilöille myös esimerkkilaskelmia kotitalousvähennyksen käytöstä.

- Pidän potentiaalisten palvelunhankkijoiden harrastus- ym. paikoissa infotilaisuuksia yrityksen toiminnasta, samoin joidenkin taloyhtiöiden kokouksien yhteydessä pikatiedote ja käyntikorttien jakaminen.

- Olen valinnut jo osan kortteista, joihin jaan esitteitä ja teen soitot, joudun tekemään ennen aloitusta päätoimisesti markkinointia. Otan yhteyttä tuntemiini henkilöihin, jotka ovat potentiaalisia asiakkaita. Kuuden kuukauden ajan soitan viikottain 10-15 puhelua.

Lisäksi käytössä ovat käyntikortit, omat www. sivut, logo ja persoonallinen imago.

4.2 Hinnoittelu

- tuntiveloitus ylläpitosiivouksessa

- samoin perussiivouksessa, mutta todennäköisesti käytännössä on urakkahintaa käytännöllisempi

- kasvien hoito ym erikoistyöt/ toimenpidehinta

- vakituisilla asiakkailla laskutus kerran kuukaudessa

- vanhemmat henkilöt saattavat haluta maksaa käteisellä

hinnoittelu 27€/ tunti, Mattojen pesu on 16 €/m² joka sisältää työntekijän tuntipalkan.

4.3 Takuu

- asiakas tarkastaa siivouksen suorituspäivänä ja antaa heti muistutuksen epätyytyvästä palvelusta, jolloin asia korjataan

4.5 Myynninedistäminen

- suorat kontaktit kaupungilla, torilla ja tiettyjen ryhmien suosimilla alueilla asiakkaisiin ja lyhyt esitys liikeideasta ja kysymys ostaatko palvelun?

- myyntikirje asiakkaiden kotiin esim. tietyissä taloissa ja soitto parin päivän sisällä

- lehti- ilmoitus alussa kerran kuukaudessa KOKKOLA- lehdessä

- MATROONAN autoon teippaukset

- esitteiden jakaminen sinne, missä potentiaaliset palvelujen hankkijat liikkuvat kuten terveyskeskuksen odotustiloihin

- maintostoimisto tekee: käyntikortit, www- sivut ja logon sekä auton teippaukset.

5 TOIMIPAikka, TILAT, TUOTANTO, OSTOT JA HENKILÖSTÖ

5.1 Sijainti

Kokkola - pienellä alueella kohtalaisesti asukkaita, haitat. eivät ole tottuneet maksamaan kotitöistä. Hyvänä puolena on, että suurin osa asiakkaista on pienellä maantieteellisellä alueella.

5.2 Toimitilat tuotantoinvestoinnit

- puhelin 100€
- tietokone 500€
- internet
- siivousvälineet 200€
- siivouskoneet- aluksi käytetyt 600€
- farmari- tai pakettiauto 4000€
- jossain vaiheessa ehkä tarvitaan ATK- asiakasjärjestelmä, johon tarvitaan asiantuntija- apua.

5.3 Laadunvalvonta

1. keskustelu ja asiakkaan haastattelu- tarpeet ja toiveet
2. ammattitaitoinen työskentely
3. työntekijän tarkastus
4. asiakkaan tarkastus

Palvelusopimukseen kuuluu asiakkaan haastattelu, jossa kartoitetaan tarpeet ja toiveet.

Asiakkaan haastattelulomakkeen perusteella tehdään palvelusuunnitelma. Työntekijä on velvollinen tarkastamaan työn laadun, asiakas tarkastaa työn omalta osaltaan. Asiakkaalta pyydetään palautetta laadusta suullisesti tai lomakkeella tarpeen mukaan, kuitenkin säännöllisesti.

5.5 Ostotoiminta

Ostopaikat:

- Hartman clean 30%
- K- rauta 25%

Molemmilla tavarantoimittajilla on samoja tuotteita, saatavuus voi vaihdella, -laskutus 1 kk välein- tai jos käteismaksu on edullisempaa, maksetaan kuukauden välein

Varasto:

- Puhdistusaineita:
- yleispesuaine 5 l
- emäksinen pesuaine 5 l , -vahanpoistoaine 5 l
- matonpesuaine 5 l, tahrannoistoaineita (2)

varaston arvo 100 €

5.6 Työvoima

- yrittäjä toimii pääsääntöisesti yksin, tarvittaessa palkataan kiireapulainen
- tilapäisesti alan opiskelija työssäoppimassa (ei maksa, mutta sisältää opetamisvelvoitteen ja arvioinnin), opiskelijat ovat aina yrittäjän työparina hänen ohjauksessaan
- tukityöllistettävien saanti on epävarmempaa, hekin työskentelevät yrityksessä työskentelevän työparina tai ohjauksessa

6 JOHTO JA ORGANISAATIO

6.1 Organisaatio

Marjo Ylönen

- suunnittelee organisoi ja tekee työt yrityksessä
- tarvittaessa palkataan lisääpua
- suurissa urakoissa harkitaan myös yhteistyötä toisen yrittäjän kanssa
- aloitetaan verkostoituminen toisten alan yrittäjien kanssa

6.2 Johto ansioluettelo

Marjo Ylönen

Luotsikuja 6

06-8220607

040-7696 390 06-8220607

avioliitossa

ei lapsia

kotitalousopettaja, kasvatus- ja opetusalan PD,

Facility Management erikoistumisopinnot, yrittäjäkasvatuksen erikoistu-

misopinnot, ammatillinen erityisopettaja,

tekeillä restonomin opinnäytetyö, muita kursseja lisäksi

Liikkeenjohtaminen ja yrityksen laskentatoimi sekä taloushallinto ovat tulevaisuudessa opiskeltavia asioita.

6.3 Asiantuntijat ja konsultit

Orvokki Kentala, yrittäjä, mentori

-Helvi Timmer yrittäjä, mentori

-Aviopuoliso, jolla oma yritys on nyt lepäämässä

-Eila Nuutinmäki, eläkkeellä oleva yrittäjä, mentori

-Yrittäjien järjestöt

-Tavarantoimittajat, muut alan yrittäjät, oppilaitokset

-Asiantuntijaa tarvitsen juuri laskenta- ja talousasioissa, mentorit ovat hyvä ensikäden tuki.

Verkostoa on heti alettava laajentaa ja monipuolistaa.

Yhteistyökumppanin etsiminen voidaan aloittaa esimerkiksi vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

Kenelle toiselle olisi hyötyä osaamisestamme?

Kenen toisen osaamista, teknologiaa, kapasiteettia tai yhteyksiä voisimme hyödyntää?

Kenen heikkouksia voisimme paikata omalla osaamisellamme?
Kenen vahvuuksia voisimme hyödyntää paikkaamaan omia heikkouksiamme?
Näissä ajatuksissa lähetän muutamille saman ja lähialan pienyrittäjille, jotka ovat samalla kilpailijoita, kirjeet verkostoitumisen merkeissä.

7 TALOUDELLISET ENNUSTEET

7.1 Kirjanpito ja tulosseuranta

- Tarvitaan tilitoimistoa kirjanpitoon sekä neuvomaan alussa taloushallinnon kysymyksissä, maksutonta neuvontaa saadaan myös mentoreiltani.

7.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus

Yritys käynnistetään omin varoin.

Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus eli yrityksen kolmen ensimmäisen toimintakuukauden oletetut tulot ja menot selviävät taulukosta 5.

TAULUKKO 5. Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus.

Rahan tarve			
Investoinnit			€
	Aineettomat hyödykkeet	Perustamismenot	65,00
	Aineelliset hyödykkeet	Tuotantovälineet/ atk	1230,00
		Auto	3279,00
		Puh, fax	205,00
		Asennukset	82,00
	Liikeirtaimisto	Toimistotarvikkeet	49,00
		Muut laitteet ja välineet	1945,00
		Alkumainonta, esitteet	1450,00
	Palkat	Työntekijöiden palkat	
		Yrittäjän toimeentulot	4579,00
		Alkuvarasto	1000,00
	Pääoman tarve yhteensä		13 884
	Rahan lähteet		
	Oma pääoma	Oma sijoitus rahana	6500,00
		Omat koneet ja kalusto n 2500 €	
	Muu tulosrahoitus	kassaan tuleva myynti	7500,00
	Rahan lähteet yhteensä		14 000,00
	Rahan lähteiden ja tarpeiden erotus		116

7.3 Laskennallinen liikeidean tarkastelu

Matroonan yrittäjä Marjo työskentelee niin, että laskutettavia tunteja tulee keskimäärin 30 h viikossa, yhdentoista kuukauden ajan vuodessa. Tuntia kohden laskutetaan 27 €. Kun lisätyövoimaa palkataan, pitää liikevaihdon lisääntyä sillä hetkellä noin 1,5- 2 kertaa työntekijän palkkaan verraten. ensimmäisenä vuonna työntekijöiden palkkoja sosiaalikuluihin on maksettu 2500 €, jolta ajalta myynti on lisääntynyt 5000 €. Kyseessä on juhlien järjestäminen ja virkistysapu.

Toisena vuonna laskutushinta on 29 € tuntia kohden. Kulut ja menot ovat lisääntyneet samassa suhteessa. Ainoastaan markkinointikulut ovat vähentyneet, kun markkinointiviestintämateriaalia on jäljellä. Työvoimaa on jouduttu palkkaamaan 3500 eurolla, jolta ajalta myynti on lisääntynyt 6800 €. Laskennallinen liikeidean tarkastelu on taulukossa 6.

TAULUKKO 6. Laskennallinen liikeidean tarkastelu

			1. vuosi	2. vuosi
Tulot	Laji	alv%	euro	euro
	myynti	22	37 422	40 194
	juhlat ym.		3 000	6 800
	Muu myynti: kalusteiden ja mattojen pesu	0	3 000	6 500
	Tulot yhteensä		43 422	53 494
Myynnin oi- kaisuerät	Arvonlisävero 9 kk:lta		5 933	9 646
Liikevaihto(tulot - arvonlisäverot)			37 489	43 848
Muuttuvat kulut(ilman alv)				
	Laji	tt. palkat	2 500,00	3 500,00
		ostot ilman alv.	1 150,00	3 115,00
	Muuttuvat kulut yhteensä		3 650,00	6 615,00
Myyntikate(liikevaihto-muutt.kulut)			33839,00	37 233,00
	Yrittäjän eläkevakuutus		2 781,00	3000,00
	Muut vakuutukset		528,00	600,00
	Työntekijöiden palkat			
	Palkkojen sivukulut			
	Puhelin/ Fax/Internet		512,00	550,00
	Kirjanpito		2 953,00	3187,00
	Toimistokulut		305,00	337,00
	Matka/ autokulut		2 500,00	3000,00
	Markkinointi		1 950,00	578,00
	Koulutus		120,00	95,00
	Lehdet		28,00	30,00
	Korjaukset		220,00	220,00
	Työttömyyskassa		316,00	354,00
Kiinteät kulut yhteensä			8 876,00	11 951,00
Käyttökate (myyntikate – kiinteät kulut)			24 963,00	25 282,00
Poistot				
	Koneet ja kalusto		1 360,00	1360,00
	Poistot yhteensä		1 360,00	1360,00
Muut kulut				
	Korkokulut			
	Pankkikulut		80,00	90,00
	Muut kulut yhteensä		80,00	90,00
Tulos ennen veroja (voitto)			23 523,00	23 832,00
	Verot		20% 4 704,60	20% 4 766
	Lainojen lyhennys		0	
Nettovoitto			18 818,40	19 065,60
Kuukaudessa			1 568,20	1 588,90

7.4 Kannattavuuslaskelma

Lähtökohtana on, että yrittäjä ansaitsee 1500 € kuukaudessa.

TAULUKKO 7. Kannattavuuslaskelma.

		Kuukausitaso	Vuositaso
		€	€
Tavoitetulos (netto)		1 500	18 000
+ lainojen lyhennys		0	0
=Tulo verojen jälkeen		1 500	18 000
Verot (valtio ja kunta)		330	4 000
= Rahoitustarve (Br –tulot)		1 830	22 000
+ Yrityslainojen korot			
A= Käyttökattotarve		1 830	22 000
Kiinteät kulut: ilman alv	Yrittäjän eläkevak.	232	2 781
	Muut vakuutukset	44	528
	Palkat + sivukulut	208,3	2 500
	Puhelin	42,7	512
	Korjaukset	18	220
	Kirjanpito	246	2953
	Toimistokulut	25	305
	Matkat/ auto	208	2 500
	Markkinointi	162	1 950
	Koulutus	10	120
	lehdet	2,3	28
	työttömyysvakuutus	29,50	354
	pankin kulut	10	120
	Poistot	113,33	1 360
Kiinteät kulut yhteensä		1 107,4	13 198
A+B Myyntikatetarve		2 937,4	35 198
+ Ostot (ilman alv)		359,58	4 315
= Liikevaihto		3 296,98	39 513
+alv 22% liikevaihdosta		594,54	7 125
Kokonaismyynti/ laskutus		3 891,52	46 638
Laskutustavoitteet		veroton	verollinen
	/kuukausi/ v (11)		4 240
	/päivä /kk (21)		202
5 henkilöä	/ tunti / pv (6)		33,65

7.5 Kassavirta-analyysi

Ensimmäisen toimintavuoden aikana ei makseta vielä kaikkia ko. vuoden arvonlisäveroja, siksi kyseiset summat eivät täsmää laskennallisen liikeidean tarkastelun (Taulukko 6) kanssa. Verot on laskettu maksettavaksi kaikki ensimmäisen vuoden puolella. Muut kiinteät kulut kattavat korjaukset ja työttömyyskassamaksun. Kassavirta-analyysi on taulukossa 8.

TAULUKKO 8. Kassavirta-analyysi.

		tammikuu	helmikuu	maaliskuu	huhtikuu	toukokuu	kesäkuu	heinäkuu	elokuu	syyskuu	lokakuu	marraskuu	joulukuu	Yht.
Kassa kuun alussa	oma sijoitus	9500	1308,25	2233,50	4448,75	5533,00	6361,25	6026,50	5613,75	6310,00	5225,25	4217,50	3915,75	
Maksut kassaan		500	2500	3500	3700	3700	3700	3200	3500	3200	3200	3400	3322	37422
+Myynti	mattojen ym pesu			500		500	500		500	400		300	300	3000
+Myynti	juhlat ym			500	500	700	700		600					3000
Maksut kassasta														
Yrityksen	Lainojen lyhennys	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prog.vero	Verot			803			803			803			803	3212
	Korot													
	Arvonlisävero				90	451	811	757	884	884	577	830	649	5933
	Aineet ja tarvikk.	188	108	74	118	50	118	50	118	40	118	50	118	1150
	Yritt.eläkevak.	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	231,75	2781
	Muut vak.	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	528
	Työnt. palkat					375	375				375	375		1500
	Palkk.sivukulut					250	250				250	250		1000
	Puh.fax	112	37	37	36	36	36	36	36	36	36	37	37	512
	Kirjanpito	246	246	246	246	246	246	246	246	247	246	246	246	2953
	Toimistokul.	25	34	25	25	25	25	25	24	25	24	24	24	305
	Autokul.matk.	230	200	230	240	240	240	50	220	220	200	230	200	2500
	Markkinointik.	1350	50	50	55	55	55	55	56	56	56	56	56	1950
	Koulutusk.		60						30		30			120
	Lehdet		14						14					28
	Muut kiinteät kulut	0	50	44	30	68	0	118	0	98	0	128	0	536
Yrittäjän	Tavoitetulos/	500	500	500	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	15500	1000	18000
Invest.	Hankinnat	5765	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5765
Kassan +/- muutos		-8191,75	925,25	2215	1084,25	825,25	-334,75	-412,75	696,25	-1084,75	-1007,75	-301,75	213,25	
Kassa kuun lopussa		1308,25	2233,50	4448,75	5533,00	6361,25	6026,50	5613,75	6310,00	5225,25	4217,50	3915,75	4129,00	

8. SWOT- ANALYYSIT

Swot- analyysi on yksinkertainen tapa arvioida hanketta. Taulukossa 9 esitetään SWOT-analyysi yksinyrittäjän MATROONA yrityksestä. Vertailun vuoksi vielä taulukossa 10 esitetään SWOT- analyysi viiden hengen MATROONAN himan helahoito- kotityöpalveluyrityksestä.

TAULUKKO 9. SWOT-analyysi MATROONA–kotityöpalveluyritykselle.

Vahvuudet -laaja ammatillinen osaaminen -alueen tuntemus -hyviä suhteita ja verkostoja -pienet riskit	Heikkoudet -yhden ihmisen yritys-- haavoittuva, jos esim sairastuu tai ei jaksakaan tehdä yksin- tarvitsee apuun toisen yrittäjän -riskiä voi vähentää hoitamalla kuntoaan paremmin
Mahdollisuudet -voidaan kehittää erikoiskohteiden puhdistamiseen erikoistuva yritys -liittää joidenkin tuotteiden myyntiä, esimerkiksi allergisille turvalliset siivousaineet -laajentaa myös konsultoivaksi yritykseksi, -laajentaa hoivapalveluilla ja turvallisuuslaitteiden myynnillä -voi saada mainetta hyvänä koulutusyrityksenä -mahdollisuudet laajentua tuottamaan erilaisia palveluja	Uhat -liian korkea ikä--- otetaan uusi yrittäjä jo seuraamaan ja oppimaan -muut yritykset, jotka myyvät halvemmalla -ostovoiman heikkeneminen yksityistalouksille, joka johtuu elinkustannusten noususta -yrityksien välinpitämättömyys siisteyttä ja viihtyisyyttä kohtaan

TAULUKKO 10. SWOT- analyysi MATROONA himan helahoito viiden hengen yritykselle.

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> - pienet investointikustannukset - asiakkaita on jo hankittuna - osaava työvoima, jolla on hyvä motivaatio ja työmoraali - monipuoliset palvelut, juuri kaikkia näitä palveluja tarjoavia yrityksiä ei ole muita 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> - vähän kokemusta taloudesta ja las- kentatoimesta - perustajalla ei ole yrittäjäkokemusta - asiakkaita pitää hankkia koko ajan
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> - potentiaalisia asiakkaita on tulossa koko ajan lisää - valmiudet saada hyvä maine ja kasvattaa asiakasvolyyymiä 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> - asiakkaiden luottamuksen saaminen - alalla kilpaillaan alhaisilla hinnoilla - ulkomailla asuvaa työvoimaa käyttävät yritykset pystyvät polkemaan hintoja, samoin siivousringit ja mahdollisesti kolmannen sektorin toimijat