


KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
liiketalouden koulutusohjelma

Jenni Hallikainen

HYVINVOINTIALAN LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUDET

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2013

	<p>OPINNÄYTETYÖ Maaliskuu 2013 Liiketalouden koulutusohjelma</p> <p>Karjalankatu 3 80200 JOENSUU p. (013) 260 6800</p>
<p>Tekijä Jenni Hallikainen</p>	
<p>Nimeke Hyvinvointialan liiketoimintamahdollisuudet</p> <p>Toimeksiantaja Yritys x</p>	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Terveys ja sen edistäminen ovat nousseet maailmanlaajuisiksi trendi-ilmiöiksi. Nykypäivän ihmiskuva ja elämäntyylin nopeatahtisuus ovat nostaneet kasvavaan suosioon arkielämän hyvinvointia ja jaksamista parantavat palvelut, joihin kuuluvat myös uutena kasvavana toimialana vaihtoehtoiset hoitomuodot.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia hyvinvointialan, yrittäjyyden ja Suomen talouden nykytilaa ja kehitystä sekä alan liiketoimintamahdollisuuksia. Opinnäytetyössä käsiteltiin teorian pohjalta myös liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueita. Opinnäytetyön produktina laadittiin liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajan tulevalle yritykselle. Tutkimuksen avulla toimeksiantajan on helppoa koota suunnitelmiaan ja selvittää kokonaisvaltaisesti liiketoimintamahdollisuuksia ja kannattavuutta perustaessaan yritystä.</p> <p>Opinnäytetyöni oli toiminnallinen tutkimus, jonka tutkimusaineisto kerättiin kirjoituspöytä-tutkimusmenetelmän ja teemahaastattelujen avulla. Haastattelut nauhoitettiin sekä litte-roitiin ja analysoitiin teemoittain. Toimialaan vaikuttavat vahvasti kansantalouden muutokset, suhdanteet ja kysyntä. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että liiketoiminta on järkevää aloittaa maltillisesti epävarman taloustilanteen, kysynnän ja kulutuksen vuoksi. Kuluttajien ostovoiman ennustetaan edelleen heikkenevän vuoden 2013 aikana. Pk-yrityksissä rahoituksen saatavuutta pahempana ongelmana pidetään heikkoa kysyntää. Yrityksien lyhyen aikavälin näkymät näyttävät heikoilta ja epävarmoilta.</p>	
<p>Kieli suomi</p>	<p>Sivuja 72 Liitteet 2 Liitesivumäärä 33</p>
<p>Asiasanat Hyvinvointiala, vaihtoehtolääkintä, yrittäjyys, talous, liiketoimintasuunnitelma</p>	



THESIS
March 2013
Degree Programme in Business Economics
Karjalankatu 3
FI 80200 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260 6800

Author
Jenni Hallikainen

Title
Exploring the Business Opportunities in Wellness Industry

Commissioned by
Company x

Abstract

Health and health promotion have become global trends. Today's concept of man and hectic life style have increased the popularity of services that promote welfare and coping with everyday life. Such services include a new growing field of business, alternative treatments.

The purpose of this thesis was to investigate the current state and development of the welfare industry, entrepreneurship and Finnish economy, as well as to investigate the business opportunities in the field. The theoretical part of the thesis also discusses the various aspects of a business plan. The thesis resulted in a business plan, which will help the client to compile his ideas and examine business opportunities and profitability when setting up a company.

The thesis was practice-based. The material was collected by using a desk research method and theme interviews. The interviews were recorded, transcribed and thematically analyzed. The industry is strongly influenced by the changes in the national economy, business cycles and demand. On the basis of the results, it can be concluded that it is best to start business unhurriedly because of the uncertain economic situation, demand and consumption. Furthermore, consumer purchasing power is expected to deteriorate further in 2013. Low demand is considered to be a bigger problem for SMEs than their access to finance. Taking all this into consideration, the company's short-term prospects seem unstable.

Language
Finnish

Pages 72
Appendices 2
Pages of Appendices 33

Keywords
Wellness industry, alternative treatment, entrepreneurship, economy, business plan

Sisältö

1	Johdanto.....	5
1.1	Tausta.....	5
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne	6
2	Hyvinvointiala.....	7
2.1	Hyvinvointipalvelujen tuottajat.....	8
2.2	Hyvinvointialan kehitys.....	9
2.3	Täydentävät hoitomuodot	10
2.4	Luontaishoitojen tulevaisuuden näkymät	13
3	Yrittäjyys ja yritystoiminta Suomessa.....	16
3.1	Yritystoiminnan ja yrittäjyyden merkitys	16
3.2	Yritystoiminta Suomessa	18
3.3	Hyvinvointialan yrittäjyys.....	19
3.4	Yrittäjyys Pohjois-Karjalassa.....	20
4	Toimintaympäristö.....	24
4.1	Taloudellinen toimintaympäristö	25
4.2	Suomen talouden kehitys.....	25
4.3	Poliittinen toimintaympäristö	34
5	Liiketoimintasuunnitelman osa-alueet.....	36
5.1	Omistus ja perustajatiimi.....	37
5.2	Liikeidea.....	38
5.3	Visio ja liiketoimintastrategia.....	39
5.4	Kysyntä ja kilpailu	39
5.5	Asiakkaat	41
5.6	Markkinointisuunnitelma	43
5.6.1	Myyntitavoitteet.....	45
5.6.2	Markkinoinnin kilpailukeinojen kehittäminen	45
5.7	Palvelujen tuottamissuunnitelma	49
5.8	Henkilöstösuunnitelma.....	50
5.9	Taloussuunnitelma.....	52
5.10	Riskien arviointi.....	54
5.10.1	Riskianalyysi yrityksen suurimmista riskeistä.....	55
5.10.2	Riskienhallinta.....	55
5.11	SWOT-analyysi.....	57
6	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus	58
6.1	Tutkimusmenetelmät.....	58
6.2	Aineiston käsittely- ja analysointimenetelmät.....	61
7	Tulokset ja johtopäätökset	62
8	Pohdinta.....	65
8.1	Opinnäytetyöprosessin arviointi	65
8.2	Luotettavuus ja eettisyys.....	66
8.3	Jatkotutkimusmahdollisuudet.....	68
	Lähteet.....	69

Liitteet

Liite1	Liiketoimintasuunnitelma
Liite 2	Liiketoimintasuunnitelman talouslaskelmat

1 Johdanto

1.1 Tausta

Hyvinvointi on yksi ihmisen onnellisuuden ja terveyden lähtökohdista. Hyvinvointipalvelut ovat nousseet yhä kasvavaksi toimialaksi, joiden markkinat ovat vasta auenneet. Kasvavana toimialana hyvinvointiala tarjoaa myös monia liiketoimintamahdollisuuksia. Syinä hyvinvointipalveluiden suosioon ovat muun muassa kiireellisyyden ja aikataulunormien lisääntyminen sekä kasvava halu huolehtia omasta terveydestään ja hyvinvoinnistaan. Halu hoitaa omaa kehoaan ja mieltään on noussut yhä tärkeämmäksi osaksi ihmisten elämää. Luonnonmukaisuudesta ja hyvinvoinnista on tullutkin 2000-luvulla uudenlainen kansainvälinen trendi-ilmiö.

Hyvinvointialan yhtenä toimialana ovat vaihtoehtoiset hoitomuodot eli luontais-hoidot. Luonnonmukaisia yrttejä, eteerisiä öljyjä ja kasveja sekä muita perinteisiä hoitomenetelmiä on käytetty jo tuhansia vuosia muun muassa lääkkeinä ihmisten kipujen hoitamiseen ja parantamiseen. Suomessa kalevalaiset jäsenkorjaajat ja kansanparantajat ovat oman maamme luonnonmukaisten hoitomenetelmien historiaa. Nykypäivänä luontaishoidoilla tarkoitetaan rentouttavia hoitoja, joiden tarkoituksena on parantaa asiakkaiden fyysistä ja henkistä hyvinvointia.

Opinnäytetyöni aihevalintaan vaikutti toimeksiantajan tarve liiketoimintasuunnitelmalle oman hyvinvointialan yrityksen perustamista varten. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi naispuolinen henkilö, joka aikoo perustaa luontaishoitoyrityksen tulevaisuudessa. Kiinnostus yrittäjänä toimimisesta, itsenäisyys ja mielenkiinto toimialaa kohtaan sekä alan aiempi työkokemus ja osaaminen ovat vaikuttaneet toimeksiantajan päätökseen ryhtyä juuri luontaishoitoalan yrittäjäksi. Opinnäytetyössä toimeksiantaja halutaan pitää anonyyminä. Toimeksiantajaan viitataan tekstiviitteissä muun muassa sanoilla toimeksiantaja ja yrittäjä sekä lähdeviitteissä tulevana yrittäjänä.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne

Opinnäytetyöni päätavoitteena on tutkia hyvinvointialan, yrittäjyyden, toimintaympäristön ja talouden nykytilaa sekä tulevaisuuden näkymiä. Opinnäytetyössä keskitytään kuvaamaan tarkemmin myös luontaishoitoalaa ja alan kehitystä sekä liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueita. Lisäksi opinnäytetyön toiminnallisena osana, produktina, laadittiin liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle. Liiketoimintasuunnitelmaa ja yrityksen konseptia suunniteltaessa on käytetty hyväksi hyvinvointialasta, markkinoista, kysynnästä ja Suomen taloudesta saatua tietoa. Tavoitteena on tiivistää juuri toimeksiantajalle tärkeitä tietoja yrittäjäksi ryhtyessä sekä antaa lisää informaatiota alan tulevaisuuden liiketoimintamahdollisuuksista.

Opinnäytetyö ja liiketoimintasuunnitelma ovat tarpeellisia apuvälineitä toimeksiantajalle hänen harkitessaan yritystoiminnan aloittamista. Opinnäytetyön ja liiketoimintasuunnitelman avulla toimeksiantajan on helppoa selvittää kokonaisvaltaisesti yritystoiminnan mahdollisuuksia ja kannattavuutta. Liiketoimintasuunnitelma auttaa toimeksiantajaa myös organisoimaan ja toteuttamaan ideoitaan sekä suunnitelmiaan yksityiskohtaisesti. Toimeksiantaja tarvitsee liiketoimintasuunnitelmaa muun muassa hakiessaan ulkopuolista rahoitusta, sillä rahoittajat edellyttävät aina liiketoimintasuunnitelman esittämistä.

Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jonka jälkeen luvussa kaksi esitellään hyvinvointialaa, täydentäviä hoitomuotoja ja luontaishoitojen tulevaisuuden näkymiä. Lisäksi luvussa määritellään tarkemmin hyvinvointialan ja täydentävien hoitomuotojen käsitteitä. Teoriaosan kolmas luku käsittelee yrittäjyyttä ja yritystoimintaa Suomessa. Luvussa kuvataan yritystoiminnan ja yrittäjyyden merkitystä, hyvinvointialan yrittäjyyttä sekä yritystoimintaa Suomen ja Pohjois-Karjalan mitakaavoissa. Seuraavassa luvussa neljä kerrotaan yritystoimintaan vaikuttavista taloudellisesta ja poliittisesta toimintaympäristöstä. Taloudellisessa toimintaympäristössä käsitellään tiivistetysti Suomen talouden kehitystä ja tulevaisuuden näkymiä. Poliittisessa toimintaympäristössä keskitytään kuvaamaan täydentävien hoitomuotojen lainsäädäntöä.

Luvussa viisi on kerrottu lyhyesti liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueista. Taivotteena on antaa toimeksiantajalle tietoa juuri hänen tulevan yrityksen kannalta tärkeistä toimintamahdollisuuksista. Aihealueita ovat muun muassa visio, asiakkaat, markkinointisuunnitelma ja riskien arviointi. Kuudennessa luvussa kerrotaan tarkemmin opinnäytetyössä käytetyistä tutkimusmenetelmistä ja tutkimuksen toteuttamisesta. Luvussa seitsemän käsitellään opinnäytetyön tulokset ja johtopäätökset. Viimeisenä lukuna on pohdinta, jossa on esitetty opinnäytetyöprosessin arviointi, analyysit opinnäytetyön luotettavuudesta ja eettisyydestä sekä jatkotutkimusmahdollisuudet. Lopuksi on esitetty opinnäytetyössä käytetyt lähteet sekä liitteet. Liitteinä ovat liiketoimintasuunnitelma ja liiketoimintasuunnitelman talouslaskelmat.

2 Hyvinvointiala

Suomessa on pitkälle kehitetty terveydenhuoltojärjestelmä. Nykypäiväinen ihmiskuva korostaa omasta ja läheisten hyvinvoinnista huolehtimista sekä hyvinvointipalvelujen käyttämistä. Pakollisten sosiaali- ja terveystalveluiden rinnalle arkielämän hyvinvointia ja jaksamista parantavat palvelut ovat tulleet yhä tärkeämmiksi ihmisille. (Kainlauri 2007, 10.) Lisäksi terveydestä ja sen edistämisestä on noussut keskeinen puheenaihe ja trendi-ilmiö. Nykypäivänä ihmisten työrytmi ja elämäntyyli ovat nopeatahtisia. Usein ihmiset toteavatkin olevansa väsyneitä, stressaantuneita ja jännittyneitä. Näiden syiden takia monet ihmiset etsivät keinoja ja paikkaa, jossa he voivat rauhoittua ja rentoutua saaden sisäisen tasapainon ja harmonian kehon ja mielen välille. (Suontausta & Tyni 2005, 48.)

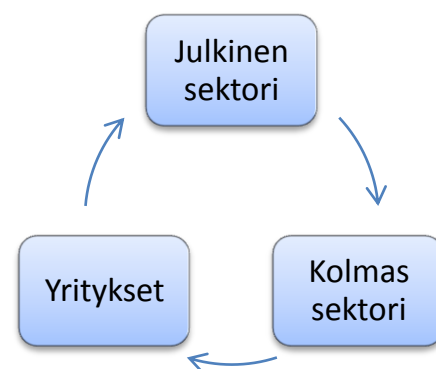
Terveyden ja hyvinvoinnin käsitteitä on usein vaikea määrittellä yksiselitteisesti, sillä määritelmiä on monia sekä käsitteet kietoutuvat usein toisiinsa. Luonnontieteellis-läketieteellisesti terveys tarkoittaa sairauden puuttumista tai ihmisen hyväkuntoisuutta. Maailman terveysjärjestön World Health Organization, WHO, määrittelee terveyden fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tilaksi, jolloin puhutaan usein myös ihmisen kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista. (Suontausta & Tyni 2005, 17.)

Laajaan ja monipuoliseen hyvinvointialaan kuuluu suuri joukko erilaisia palvelu-aloja ja yrityksiä. Toimiala käsittää niin viihtymisen, vapaa-ajan kuin sosiaali- ja terveysalan ammattiryhmät. Yrittäjän toiminnan käsitteellinen määrittelyminen onkin tärkeää jo liiketoimintasuunnitelman tekovaiheessa sekä mahdollisille rahoittajille ja yhteistyökumppaneille liikeideasta kerrottaessa. (Kainlauri 2007, 13, 16, 23.) Opinnäytetyössä on tarkoituksena keskittyä yleisesti hyvinvointialan sekä luontaishoitajien tutkimiseen. Luontaishoidoista kerrotaan tarkemmin luvussa kaksi ”Täydentävät hoitomuodot”.

Tilastokeskus otti vuonna 2009 käyttöön uuden tilastollisen toimialaluokituksen Tol 2008, joka ryhmittelee kaiken yritys- ja palvelutuotannon. Toimialaluokituksen avulla kuvataan yhteiskunnan taloudellista toimintaa. Luontaishoidot kuuluvat Tol 2008 -luokituksessa ”Muu palvelutoiminta (S)” -osioon. Tässä luokassa luontaishoitoala kuuluu muut henkilökohtaiset palvelut -ryhmään, joka jakaantuu edelleen alaryhmään ”Kylpylaitokset, saunat, solariumit ym. palvelut”. Luontaishoitajien lisäksi ryhmään kuuluvat saunat, kylpylät, solariumit, hieronta, vartaloitokset sekä muut fyysistä hyvinvointia edistävät palvelut. (Tilastokeskus 2012.)

2.1 Hyvinvointipalvelujen tuottajat

Hyvinvointipalveluja tuottavat yksityiset yritykset, julkisyhteisöt ja kolmannen sektorin toimijat (kuvio 1). Julkisten palveluiden tuottajina ovat valtio ja kuntasektori eli kunnat ja kuntayhtymät. Julkisen sektorin tuottamat palvelut rahoitetaan osittain tai kokonaan julkisin varoin, pääsääntöisesti verovaroin. Julkiseksi palveluiksi käsitetään muun muassa sosiaali- ja terveyssektorin palvelut, kuten terveyskeskusten, koulujen, kirjastojen, päiväkotien, poliisin ja tuomioistuimen palvelut. (Hallipelto 2008, 12–13.) Suomalaiset ovat hyvin ehdottomia kunnallisista palveluista vaikka suhtautuvatkin palveluihin usein kriittisesti. Kuluttajat käyttävät usein yksityisen sektorin tarjoamia hyvinvointipalveluja täydentämään tai korvaamaan kunnallisia palveluvaihtoehtoja. (Kainlauri 2007, 10.)



Kuvio 1. Palvelujen tuottajat.

Yksityiset yritykset, julkisyhteisöt ja kolmannen sektorin toimijat eroavat paljon tavoitteidensa, toimintojensa ja perusteidensa osalta. Kolmannen sektorin toimijat ovat yhdistyksiä, säätiöitä ja järjestöjä, joiden päämääränä on ensisijaisesti jokin muu kuin voiton tavoittelu. Julkinen sektori eli valtion ja kuntien muodostamat hallinnolliset yksiköt tuottavat erilaisia palveluja kuluttajille. Hyvinvointipalveluista suuren osan tuottavat edelleen kunnat, joilla on keskeinen rooli vastatessaan sosiaali- ja terveydenhuollon palveluista ja niiden järjestämisvastuusta. Kunnilla on vastuu välttämättömien ja tarpeellisten palveluiden saataavuudesta ja järjestämisestä kuntalaisilleen. Kuntalain mukaan kunnan on järjestettävä sille laissa säädetyt tehtävät joko itse, yhteistoiminnassa muiden kuntien kanssa tai hankkimalla palvelut ostopalveluina muilta palvelujen tuottajilta. Yksityisen sektorin yritykset toimivat seuraten markkinatalouden toimintaperiaatteita, joiden tavoitteena on yritystoiminnassa taloudellisen voiton tuottaminen yritykselle. (Heiskanen, Jumppanen & Träsk 2007, 14.)

Yksityisellä sektorilla palvelujen sisällön ja tarjonnan määrää itse palvelujen tuottaja. Palvelujen käyttäjä maksaa täyden hinnan yksityisen sektorin tarjoamista palveluista, minkä takia palvelujen tuottaminen on vahvasti riippuvainen kysynnästä. Tuottajien ja yksityisen sektorin yritysten täytyy pystyä vastaamaan mahdollisimman kattavasti markkinoiden vaatimuksiin ja tarpeisiin. (Hallipelto 2008, 13–14.)

2.2 Hyvinvointialan kehitys

Suomessa hyvinvointivaltion kehittyminen alkoi Suomen sotien jälkeen ja kesti 1990-luvun alun lamavuosiin asti. 1990-luvun lamavuosien jälkeen Suomessa on tehty monia rakenteellisia ja toiminnallisia muutoksia, joissa kehityksen tärkeänä osana ovat olleet muun muassa kuntien roolien muutokset palvelujen tuottajana. Suomessa on siirrytty vähitellen monituottajamalliin, jossa kunnat tarjoavat osan palveluista itse ja osan ostopalveluina. Uudistuksien tarkoituksena on pyrkiä hidastamaan kuntien menojen nousua sekä luoda edellytyksiä palvelujen kehittämiseksi. (Kainlauri 2007, 13, 47.)

Suomalaisten hyvinvointipalveluiden toimintaympäristöön ja kehitykseen vaikuttavat laajimmillaan maailmanlaajuiset muutokset. Maailmanlaajuiseen kehitykseen vaikuttavat myös useat toisiinsa kiinnittyneet megatrendit, joita ovat muun muassa monien elämänalueiden kansainvälistyminen, teknologian kehitys, markkinoiden reaaliaikaisuus sekä aineettoman pääoman merkityksen kasvu taloudellisessa kehityksessä. Suomalaiseen yhteiskuntaan vaikuttavia keskeisiä megatrendejä ovat Hallipellon (2008, 29) mukaan muun muassa yksilöllisyyden korostuminen, väestön ikärakenteen muutokset, kansainvälinen kehitys sekä uudet ammatit ja työpaikat. Väestön ikärakenteen muutoksilla on monia sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia. Globalisaation sekä tieto- ja viestintäteknologian kehitys vaikuttavat aineettomien tuotteiden ja palveluiden kulutukseen sekä liiketoiminnan ja palvelualojen määrään. Kehitys synnyttää myös uusia ammatteja ja ammattialoja, joissa voidaan hyödyntää uudenlaista osaamista. (Hallipello 2008, 29, 26–27, 31.)

Suomalaisen talouselämän tulevaisuuden menestysklustereina pidetään muun muassa hyvinvointiklusteria, kemia- ja bioklusteria. Kaikkia edellä mainittuja toimialoja voimistavina tekijöinä pidetään väestön ikääntymistä, globaalin työnjaon muutoksia, verkostoitumisen monipuolisuutta, palvelujen merkityksen kasvua, turvallisuutta sekä viihteen ja vapaa-ajan tuotealueiden kasvamista. Hyvinvointiklusterin liiketoiminta ja tuotesovellukset perustuvat ihmisten omatoimiseen haluun ylläpitää hyvinvointiaan ja terveyttään. (Suontausta & Tyni 2005, 62, 65.)

2.3 Täydentävät hoitomuodot

Maailmalla ja Suomessa on jo vuosikymmeniä käytetty laajemmalti terveydenhuollossa virallisen koululääketieteen rinnalla vaihtoehtoista lääketiedettä, johon kuuluvat erilaiset luontaishoitomenetelmät, kuten aroma- ja vyöhyketerapia, homeopatia ja ravintoterapia. Maailman terveysjärjestö WHO:ssa perinteinen lääketiede (traditional medicine, TM) määritellään eri kulttuureissa esiintyvistä teorioista, uskomuksista sekä kokemuksista muodostuvaksi kokonaisuudeksi. Nämä tiedot, taidot ja käytännöt ovat keinoja terveyden ylläpitämiseksi sekä

fyysisten ja psyykkisten sairauksien ehkäisemiseksi, diagnosoimiseksi ja parantamiseksi. Alaa kutsutaan usein vaihtoehtoiseksi tai täydentäväksi lääketieteeksi (complementary and alternative medicine, CAM). (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

Yhdysvalloissa sijaitsevan kansallisen vaihtoehtoisen lääketieteen, CAM -keskuksen, The National Center for Complementary and Alternative Medicine (NCCAM), mukaan täydentävään vaihtoehtoiseen lääketieteeseen kuuluvat

- luontaistuotteet
- mieli-kehoterapiat ja
- manipulaatiohoidot.

Mieli-kehoterapiat sisältävät muun muassa joogan, meditaation, syvähengitysharjoitukset sekä taichin. Myös akupunktiota pidetään osana mieli-kehoterapioita, jonka lisäksi se on energialääketieteen ja perinteisen kiinalaisen lääketieteen osa. Kolmanteen ryhmään, manipulaatiohoitoihin, kuuluvat kiropraktiikka, fysioterapia, homeopatia, osteopatia sekä erilaiset hierontaterapiat. Ryhmään kuuluu myös perinteinen kiinalainen lääketiede. Kansallisen vaihtoehtoisen lääketieteen, CAM -keskuksen luokittelussa täydentävään lääketieteeseen kuuluvat myös sukupolvelta toiselle periytyvät parantajien hoitomuodot sekä alkuperältään itäisiä ja läntisiä terapioita, joita käytetään edistämään fyysistä, emotionaalista, psyykkistä ja henkistä hyvinvointia. (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

Tilastokeskuksen luokittelun mukaan luontaishoitajien tarkoituksena on ehkäistä ja hoitaa psyykkisiä ja fyysisiä vaivoja, sairauksia sekä vammoja käyttäen hyväksi luonnonlääkintää ja muita terapioita, jotka perustuvat vanhoihin traditioihin ja tapoihin. Luontaishoitajan tehtävänä on muun muassa potilaan tutkiminen, sairauden tai vaivan määrittelyminen, oikeanlaisen hoitomuodon suosittelu ja sairauden tai vaivan hoitaminen stimuloimalla luontaista parantumista lääkekasvien, yrttien, eläinuutteiden avulla sekä muita perinteisiä tekniikkoja hyväksi käyttäen. Lisäksi luontaishoitajien tehtävänä on asiakkaan neuvominen

ruokavaliossa sekä muissa terveyden ja hyvinvoinnin säilyttämisen ja edistämisen asioissa. (Tilastokeskus 2010.)

Luontaishoitomenetelmiä ja vaihtoehtolääkintää ei opeteta länsimaisessa lääkärin koulutuksessa. Vaihtoehtolääkinnän ja koululääketieteen raja on jossain määrin liikkuva, sillä esimerkiksi kiropraktiikkaa, akupunktiota tai hierontaa saatetaan pitää tilanteesta riippuen joko vaihtoehtoisena tai lääketieteellisenä hoitona. Vaihtoehtoisten hoitomuotojen tarkkaa lukumäärää ei tiedetä, sillä määrä vaihtelee muun muassa hoitojen luokittelutavan mukaan. Useissa vaihtoehtolääketieteen kirjoissa puhutaan 100–200 vaihtoehtoisesta hoitomuodosta, mutta alan asiantuntijat puhuvat myös jopa yli 500 erilaisesta hoitomuodosta. Luonnonlääketieteen Keskusliitto kertoo Internet -sivuillaan reilusta 70 vaihtoehtoisesta hoitomuodosta. (Enkovaara 2012, 224, 226.)

Luontaishoidot ja koululääketiede

Monet ihmiset käyttävät luontaistuotteita, -lääkkeitä ja luonnonmukaisia hoitomenetelmiä terveytensä hoitamisessa. Luontaishoitojen ja -lääkkeiden suosio kasvaa jatkuvasti, mutta ne eivät kuitenkaan korvaa perinteisen lääketieteen hoitoa. Vaihtoehtoisia hoitomuotoja hyödyntävistä asiakkaista monet luottavat vakavamman sairauden kohdalla lääkärin diagnooseihin ja koululääketieteellisiin terveydenhoidon ratkaisuihin. Luonnonmukaiset hoitomenetelmät täydentävät usein tiettyjen sairauksien, esimerkiksi selkäkipujen, hoitoa ja ne tehoavat hyvin tavallisiin vaivoihin, kuten yskään, vilustumissairauksiin tai vatsavaivoihin. Hoidot eivät vaikuta pelkästään fyysisesti lievittäen kipua ja monia muita fyysisiä ongelmia, vaan hoidot vaikuttavat vahvasti myös psyykkiseen hyvinvointiin. (Sanoukian & Valta 2004, 16.)

Ihmiset ovat yhä enemmän huolissaan tavanomaisten lääkkeiden sivuvaikutuksista ja myrkyllisyydestä. Nykypäivän ihmisten terveystietoisuus on muuttunut suuntaan, jossa valitaan mieluummin luonnonmukainen hoitomenetelmä kemiallisten lääkkeiden sijaan. (Helin 2009a, 5.) Sanoukian ja Vallan mukaan (2004, 8) terveyden hoitaminen luontaislääkkeillä, kotihoidolla ja elintapojen muutoksil-

la on hellävaraisempaa ja miellyttävämpää kuin vahvojen lääkkeiden käyttäminen. Sivuvaikutuksia koetaan olevan myös vähemmän kuin perinteisen koululääketieteen menetelmissä. Yrttilääketieteessä on erilaisia vaikuttavia aineosia, jotka tasapainottavat toistensa vaikutuksia. Koululääketieteen käyttämissä lääkkeissä on usein vain yksi voimakkaasti vaikuttava aineosa, joka voi saattaa elimistön epätasapainoon ja luoda näin uusia ongelmia, jotka vaativat uusia hoitomenetelmiä. Luontaishoidot ovat myös osa päivittäistä hyvinvointia. Luontainen terveydenhoito painottuu koko ihmisen hyvinvointiin ainoastaan tiettyihin oireisiin keskittymisen sijaan. Hoitojen tarkoituksena on myös ehkäistä sairauksia ottamalla huomioon elimistön omat parantavat voimavarat, joita pyritään vahvistamaan.

Helinin (2009a, 2) mukaan terveydenhuollon järjestelmä on pintarakenteiltaan hyvin järjestäytynyt, mutta syvärakenteissa järjestelmä yleensä heikkenee. Toisin sanoen mitä lähemmäksi yksilöllisiä tarpeita mennään, sitä huonommaksi järjestelmä muuttuu. Terveydenhuollon järjestelmän rakentuminen pinnalliseksi ilmenee ihmisten tyytymättömyytenä terveydenhuollon palveluihin. Helinin mielestä (2009a, 2) rakenteet ovat päinvastaiset vaihtoehtoisissa hoitomuodoissa, joissa mitä lähemmäksi yksilöllisiä tasoja mennään, sitä paremmaksi järjestyksen taso muuttuu. Täydentävissä hoitomuodoissa tärkeänä osana hoitoja ovat hoitajan ja hoidettavan vuorovaikutussuhde. Useimmille hoitomuodoille on olennaista tutustua potilaan kokemuksiin ja vaivoihin, jolloin potilaan kuunteleminen on edellytys tiedon saannille ja hoitopäätöksiä pohjana.

2.4 Luontaishoitojen tulevaisuuden näkymät

Maailman terveysjärjestön WHO:n mukaan täydentävien vaihtoehtohoitojen käyttö lisääntyy tulevaisuudessa ympäri maailmaa. Täydentäviä hoitomenetelmiä ei ole vielä oikeudellisesti tunnustettu osaksi terveydenhoitojärjestelmää suurimmassa osassa maailmaa. Kuitenkin WHO:n ja Euroopan Unionin, EU, strategioissa on selkeä suunta ottaa täydentävät hoitomuodot mukaan Euroopan kansanterveyden rakentamiseen. WHO ja Euroopan Unioni ovat yhdessä julkaisseet monia ohjelmasuosituksia, strategioita ja julistuksia, joissa kehote-

taan jäsenmaita tukemaan vaihtoehtoisten hoitomuotojen kansainvälistä kehitystä ja yhdistämistä osaksi yhteiskunnan virallisen terveydenhuollon järjestelmää. Yhdistämistä voidaan tukea muun muassa dokumentoimalla täydentävien hoitojen käyttöä sekä tutkimalla niiden vaikutuksia, potilasturvallisuutta ja kustannustehokkuutta. WHO ja EU ovat kehottaneet jäsenmaitaan myös hyväksymään täydentäviä hoitomuotoja tarjoavien terapeuttien oikeudellinen asema sekä määrittelemään hoitomuotojen korkeatasoiset koulutuskriteerit. (Helin 2009b, 3,5.)

Tulevaisuudessa yhdeksi suurimmista ongelmista nousee Euroopassa yhä kasvavat terveydenhoitokulut, kroonisten sairauksien lisääntyminen sekä niiden tehokkaan hoidon epäonnistuminen. WHO:n, Euroopan komission sekä Stefano Maddalenan tukemassa lakitieteellisessä tutkimuksessa vuonna 2005 todettiin, että terveydenhuollon nykyisistä käytännöistä on huomattavissa selvä suuntaus kohti vaihtoehtoisten hoitomuotojen käytön kasvamiseen. Tulevaisuudessa täydentävien hoitomuotojen rooli terveydenhuollossa on yhä suurempi ja kasvanut rooli on jo nyt huomattavissa länsimaisessa yhteiskunnassa. Lakisääteisen tutkimuksen pohjalta pystytään ennustamaan, että vaihtoehtoisten hoitomenetelmien kasvu tulee jatkumaan tulevaisuudessakin niin kauan kuin biolääketiede ei pysty tarjoamaan uusia yhä parempia hoitoratkaisuja täyttämään asiakkaidensa tarpeita. Täydentävien hoitomenetelmien myönteiseen tulevaisuuteen vaikuttaakin merkittävästi biolääketieteen kyvyttömyys hoitaa tiettyjä sairauksia, joihin täydentävät hoitomuodot voivat tarjota parantavan tai paremman hoitoratkaisun. Tutkimuksen mukaan olisikin tärkeää pyrkiä hyödyntämään vaihtoehtoishoitojen antama potentiaali hyvinvointialan kehittämisessä. (Helin 2009b, 5–6.)

Virallista koululääketiedettä ja perinteistä luonnonlääketiedettä ei tulisi asettaa vastakkain, vaan alojen tulisi täydentää toisiaan asiakkaan hoidossa. Asiakas, joka käyttää luontaishoitoja, voi myös käyttää koululääketieteen tarjoamia palveluita. Yhteistyötä on kehitetty monissa maissa parempaan suuntaan, joissa luontaislääketiede ja -hoidot ovat osa terveydenhuoltojärjestelmää. Keskinäisen ymmärryksen heikkoon syntymiseen voi olla yhtenä syynä luontaislääketieteen tietopohjan ja ideologian perustan eroaminen koululääketieteen toimintamalleista. Tulevaisuudessa luontaishoitojen avulla olisi mahdollista vähentää tervey-

denhuoltopalveluiden kuormitusta, lisätä työhyvinvointia ja jaksamista sekä pidentää vanhuksien kotihoidon aikaa. (Kouvo-Sillanpää & Sood 2008.)

Luontaishoitojen tutkimus

Luonnonlääketiede painottaa mielen ja kehon yhteyttä. Tätä näkemystä vahvistavat myös useat tieteelliset tutkimukset. Tutkimukset ovat osoittaneet, että potilaat, jotka ajattelevat myönteisesti ja käsittelevät tunneperäisiä ongelmiaan, paranevat helpommin esimerkiksi niveltulehduksen tai syövän kaltaisista sairauksista. Aivot ja keho ovat tiiviissä yhteydessä toisiinsa hormonien, kemiallisten välittäjäaineiden ja muiden kemikaalien välityksellä. (Sanoukian & Valta 2004, 8.)

Vaihtoehtolääkinnän ja lääkekasvien tutkimus ovat lisääntyneet sekä tutkimusten laatu on parantunut viimeisen kymmenen vuoden aikana. Yhdysvaltain terveysvirasto, National Institutes of Health, NIH, käyttää nykyisin 300 miljoonaa dollaria vuodessa vaihtoehtolääkinnän tutkimiseen. Tulevaisuudessa tutkimukset voidaan mahdollisesti laajentaa reaktioiden ja mekanismien tutkimiseen, joihin hoitojen ja valmisteiden mahdolliset vaikutukset elimistössä voivat perustua. Euroopan Unioni, Euroopan lääkevirasto sekä Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea ovat mukana tukemassa luontaishoitojen tutkimista. Fimea on Suomessa myytävillä uusille ja perinteisillä kasvirohdosvalmisteille luvan ja rekisteröinnin myöntävä elin. Euroopan lääkevirasto ja Fimea arvioivat tiettyjen lääkekasvien sisältämien kasvisrohtovalmisteiden vaikutuksia, tehokkuutta sekä turvallisuutta. Arvioinnit perustuvat kyseisillä lääkekasveilla tehtyihin tutkimuksiin ja kasvien perinteisiin käyttötarkoituksiin sairauksien ja oireiden helpottamisessa. Arviointien ja tutkimusten perusteella määritellään, voidaanko kyseistä lääkekasvia sisältävää kasvisrohtovalmistetta suositella kuluttajille esimerkiksi nuhakuumeen tai unettomuuden ehkäisemiseen ja helpottamiseen. (Enkovaara 2012, 238–239.)

Euroopan Parlamenttiin perustettiin vuonna 2010 CAM Interest Group, jonka mukaan Euroopan kansalaisten kuuleminen vahvisti käsityksiä vaihtoehtoisen

luontaislääketieteen ja virallisen koululääketieteen yhteistyön parantamisen edistämisestä. Vuonna 2010 käynnistetty EU:n CAMbrella -hankkeen tarkoituksena on koota tarkasteltavaksi eurooppalaisia vaihtoehtoisen lääketieteen tutkimuslaitoksia ja hankkeita. Tarkoituksena on muun muassa kehittää hoitomenetelmien ja termien käsitteistöä, kartoittaa asiakkaiden tarpeita sekä luoda yhtenäinen suunta luontaislääketieteen alan tutkimukselle. Hankkeessa on mukana 16 tieteellistä organisaatiota 12 eri maasta. (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

Suomessa julkista rahoitusta ei ole myönnetty luontaishoitoalan tutkimus- ja kehittämistyöhön. Kouvo-Sillanpään ja Soodin (2008) lehdistötiedotteessa nostetaan esille Pia Maria Jonssonin lausunto Suomen Lääkärilehden (26/2007) artikkelissa ”Vaihtoehtoiset ja täydentävät hoitomuodot pohjoismaisessa lainsäädännössä”. Artikkelin mukaan alan kehittämisessä parempaan suuntaan sekä potilaiden aseman vahvistamiseksi, tutkimuksien avulla olisi mahdollista antaa kuluttajille realistista tietoa luontaishoitojen turvallisuudesta ja vaikutuksista. Tutkimuksien avulla tieteellisen näytön kasvaessa jotkin täydentävistä hoitomuodoista voisivat mahdollisesti siirtyä lääketieteen alaisuuteen sekä osaksi terveydenhuoltoa. (Kouvo-Sillanpää & Sood 2008.)

3 Yrittäjyys ja yritystoiminta Suomessa

3.1 Yritystoiminnan ja yrittäjyyden merkitys

Yrittäjyydellä ja yritystoiminnalla on vaikutuksia monilla eri tasoilla. Yhteiskunnan näkökulmasta yritykset luovat työpaikkoja, mahdollistavat resurssien tehokkaan käytön ja maksavat suoraan tai välillisesti suurimman osan julkisista menoista. Nykyisin yli 2/3 työtä tekevästä ihmisistä on yrityksen palveluksessa. Yritykset ja yritysten palveluksessa toimivat henkilöt muodostavat verotuloilla noin 80 prosenttia julkisen sektorin tuloista. Yritysten merkitys ja vastuu työllistäjinä kasvaa myös tulevaisuudessa, sillä julkinen sektori tulee karsimaan tehtäviään muun muassa ulkoistamalla toimintoja työllistäen näin entistä vähemmän ihmi-

siä. Yrityksien tehokas resurssien käyttö perustuu tutkimustuloksiin, joiden mukaan julkisen sektorin yksiköissä ja suunnitelmatalouksissa ei päästä samalle tasolle työmotivaation synnyttämisessä ja tehokkuudessa kuin yksityisellä sektorilla.

Yhteiskunnan näkökulmasta yrittäjyydellä ja yritystoiminnalla on merkittävä rooli myös innovaatioiden lähteinä, kehityksen edellä viejinä ja kansainvälisten kontaktien luojina. Kehittymiseen ja innovaatioiden eteenpäin viemiseen vaikuttaa muun muassa kilpailu, sillä yrityksiä on pakko kehittää jatkuvasti liiketoimintaansa pysyäkseen mukana kilpailussa ja pyrkiäkseen olemaan kilpailijoitaan parempia. (Sutinen & Viklund 2005, 9-10.) Yritykset ovat tärkeässä osassa yhteiskunnan kehityksessä sekä Suomen kansainvälisen kilpailukyvyyn ylläpitämisessä. Yrityksen menestyminen ei ole etu ainoastaan yrittäjälle, vaan menestyksestä hyötyvät myös asiakkaat, työntekijät, rahoittajat sekä muut yhteistyökumppanit. Suomen tulevaisuuteen vaikuttaa vahvasti myös kansainvälinen kilpailu. (Lojander & Suonpää 2004, 10.)

Kuluttajan näkökulmasta katsottuna yritystoiminnan merkitys perustuu yritysten tavaroiden ja palvelujen tuottamiseen kuluttajille. Lisäksi yritykset tarjoavat kuluttajille valintamahdollisuuksia sekä mahdollisuuden elämänlaadun parantamiseen. Kilpailun ansiosta tuotteiden ja palvelujen hinnat eivät nouse liian korkeiksi tai hinnat voivat jopa laskea, jolloin kuluttajan on mahdollista hankkia enemmän tuotteita tai palveluja käytettävissä olevalla rahamäärällään. Kuluttajilla on myös mahdollisuus vaikuttaa yritystoiminnan kehitykseen ostopäätöksillään. Markkinatalous perustuu rahan käytön demokratiaan, jossa kuluttajat ohjaavat ostopäätöksillään yritysten käyttäytymistä ja tulevaisuuden valintoja. (Sutinen & Viklund 2005, 11.) Yrittäjän näkökulmasta yritystoiminta on yrittäjälle elämäntapa, joka antaa yrittäjälle toimeentulon. Yritystoiminta on myös tapa päästä eteenpäin antaen yrittäjälle mahdollisuuden kokeilla omia rajojaan ja hyödyntää kaiken osaamisensa. (Sutinen & Viklund 2005, 11.)

3.2 Yritystoiminta Suomessa

Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan Suomessa oli yrityksiä vuoden 2010 lopussa, alkutuotanto poisluettuna, 270 000 kappaletta. Yritykset ovat lisääntyneet 2000-luvulla eniten kiinteistö- ja liike-elämän, rakentamisen, sosiaali- ja terveyspalvelujen sekä henkilökohtaisia palveluja tuottavilla toimialoilla. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2011, 9.) Yrityksille on tyypillistä muun muassa yrittäjyyden paikallisuus ja pienimuotoisuus. Palveluja tuotetaan usein yrityksen sijaintikunnan alueelle ja alueen kuluttajien tarpeisiin. (Kainlauri 2007, 24.)

Suomalaisen koulutusjärjestelmän kaikilla tasoilla on pyritty lisäämään yrittäjyyskasvatuksen määrää. Lisäksi Suomessa on panostettu yhä enemmän naisyrittäjyyteen ja sen edistämiseen muun muassa tukemalla naisyrittäjien perhe-elämän ja työn yhteensovittamista. (Kainlauri 2007, 30.) Tutkimukset osoittavat naisyrittäjien suurimpien ongelmien liittyvän juuri uran ja perhe-elämän yhteensovittamiseen. Tutkimuksien mukaan naiset kokevat usein perheen ja lähiympäristön tuen riittämättömäksi, kun taas miehet kokevat saavansa yrittäjänä tukea ainakin tyydyttävästi. (Sutinen & Viklund 2005, 43.)

Vuonna 2009 naisyrittäjiä oli 83 000 pois suljettuna alkutuotanto ja avustavat yrittäjäjäsenet. Naisyrittäjien määrän kasvu on ollut jatkuvaa 2000-luvulla, johon ovat vaikuttaneet muun muassa kotitalousvähennysjärjestelmä, kuntien palvelutuotannon aukeaminen kilpailulle sekä ostopalvelujen lisääntyminen sosiaali- ja terveyspalveluissa. Naisyrittäjyyden kasvuun vaikuttavia tekijöitä ovat myös työ- ja elinkeinoministeriön mukaan palvelusetelilaki sekä tulo- ja vaatimustasojen nousu, jotka ovat antaneet markkinoille tilaa yhä laadukkaammille liikunta- ja muille henkilökohtaisille palveluille. Naisyrittäjien määrän kasvu 2000-luvulla keskittyy lähes kokonaan yksityisyrittäjyyteen. Naiset muodostavat selvästi enemmistön yrittäjistä sosiaali- ja terveyspalveluissa ja henkilökohtaisissa palvelualoissa, joita ovat muun muassa kampaamotoiminta ja useat virkistyspalvelut. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010,137,139.)

Työ- ja elinkeinoministeriön vuoden 2010 yrittäjyyskatsauksen (2010, 19) mukaan väestön vanheneminen lisää palveluiden kansantaloudellista merkitystä. Katsauksessa todetaan myös, että muun muassa sosiaali- ja terveyspalvelut ovat kasvava yritysalue, joissa oman kasvualueensa muodostavat erilaiset hemmottelu-, elämys- sekä liikuntapalvelut. Uudenlaiset palvelut eivät lisää pelkästään palvelujen tuotantoa, vaan voivat myös syrjäyttää perinteisiä palveluja, elleivät perinteisten palvelujen yritykset ryhdy laajentamaan ja kehittämään toimintaansa uusille alueille.

Yksityisen sektorin palvelujen tuottajien täytyy tulevaisuudessa olla yhä monipuolisempia. Palvelutuottajista parhaimmassa asemassa ovat tulevaisuudessa toimijat, jotka pystyvät hyödyntämään toimialalla monipuolista osaamistaan ja työskentelemään mahdollisimman laajalla alueella suhdeverkostoja ja yhteistyötä hyödyntäen. Tulevaisuudessa vahvassa asemassa ovat myös yrittäjät, jotka voivat tarjota laadukkaita ja joustavia palveluita erilaisille asiakasryhmille heidän tarpeidensa mukaan. (Kainlauri 2007, 10.)

Yksityisten palvelutuottajien toiminnan kehitystä seurataan erilaisten rekisterien ja tilastojen avulla; lääninhallitukset ylläpitävät rekistereitä, Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskus Stakes julkaisee tilastotutkimuksia, kauppa- ja teollisuusministeri julkaisee toimialaraportteja, jotka kuvaavat sosiaali- ja terveysalan nykytilannetta ja kehitysnäkymiä sekä Työvoima- ja elinkeinokeskuksissa laaditaan ennakoititutkimuksia alan yritystoiminnan ja työllisyyden kehityksestä. (Kainlauri 2007, 24.)

3.3 Hyvinvointialan yrittäjyys

Hyvinvointiala on kasvava ja ajankohtainen yrittäjyyden ala lisääntyvän terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen ja palvelujen käytön vuoksi. Hyvinvointialan toimintaan määrittelevät niin lainsäädäntö, kunnallinen toimintaympäristö kuin myös kuluttajien tarpeet, tavat ja ostovoima. Monet ajankohtaiset tekijät, kuten väestön ikääntyminen, palvelujen kysyntä ja kunta- ja palvelurakennemuutokset synnyttävät uudenlaisia liiketoimintamahdollisuuksia. (Kainlauri 2007, 9.)

Hyvinvointialaa ja yrittäjyyttä on tutkittu noin kymmenen vuoden ajan. Tutkimuksissa saatujen tuloksien mukaan hyvinvointialan yrittäjiä yhdistää vahva ammattitaito ja pitkä kokemus palkkatyöstä. Yrittäjän työkokemus on kertynyt yleensä julkisen sektorin palveluksessa. Lisäksi yhtenäisenä tekijänä on halu tarjota erilaisia ja parempia palveluja kuluttajille kuin julkinen sektori. Yrittäjät kokevat pystyvänsä luomaan nykyisiä palveluja parempaa palvelukulttuuria omissa hoiva- ja hoitoyrityksissään. Yksilöllisempien palvelujen tarjoaminen on ollut useille yrittäjille motiivi ja kannustin oman yritystoiminnan aloittamisessa. Liiketoiminnan tavoitteena ei välttämättä ole suuri taloudellinen tulos, vaan laadukkaiden hoito- ja hoivapalveluiden tarjoaminen asiakkaille. (Kainlauri 2007, 30, 33–34.)

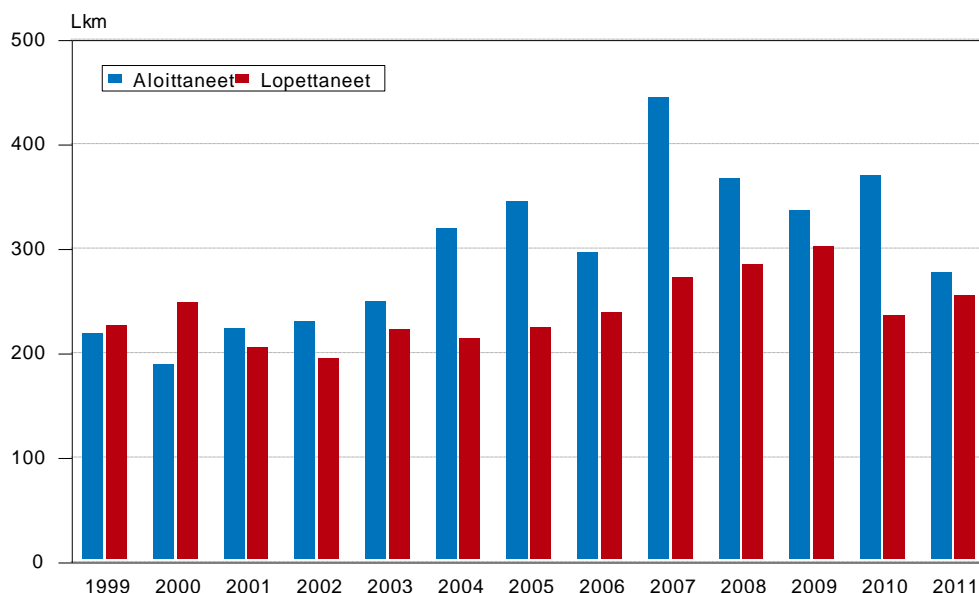
Hyvinvointialalla on tapahtunut palvelujen yhdistymistä muihin palvelutuotantoihin muodostaen laajempia kokonaisuuksia. Asiakasryhmien kokonaisvaltaisen palvelemisen tarkoituksena on pyrkiä huolehtimaan mahdollisimman laajalaisesti asiakasryhmien tarpeista tarjoamalla asiakkaille kattavasti erilaisia hyvinvoinnin palveluita, tuotteita ja toimintoja. Esimerkiksi hyvinvointikeskukset, jotka tarjoavat erilaisia terveydenhuoltoa täydentäviä hoitoja ja kauneudenhoitopalveluita ovat lisääntyneet. Hyvinvointikeskusten kohderyhmänä ovat etenkin hyvin toimeentulevat työssäkäyvät naiset. (Kainlauri 2007, 19–20.)

3.4 Yrittäjyys Pohjois-Karjalassa

Pohjois-Karjalassa ja Joensuussa on monipuolinen elinkeinorakenne sekä positiivinen yrittäjyysilmapiiri. Tulevaisuudessa kansainvälisen tason metsä- ja luonnonvaraosaamisen lisäksi alueen vahvuuksia ovat muun muassa teknologiateollisuus, metalli- ja muovituotejärjestelmät, elämysteollisuus sekä hyvinvointiosaamisen toimialue. Pohjois-Karjalassa palvelusektorin suhdannenäkymät ovat valoisat, sillä alueen positiivisiin näkymiin vaikuttaa muun muassa venäläisasiakkaiden määrän vahva kasvuvauhti. Erityisesti venäläismatkailijoiden määrän kasvaminen on vaikuttanut palvelu- ja matkailualan yritysten liiketoimintaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Tilastokeskuksen tietojen mukaan yritysten määrä on lisääntynyt vuosien 2007–2012 aikana noin tuhannella yrityksellä Pohjois-Karjalassa. Vuonna 2011 Pohjois-Karjala oli 8 566 yrityksen kotikunta. Yritysmäärän tasainen noin 200–300 yrityksen vuotuinen kasvuvauhti hidastui vuosina 2009 ja 2011, jolloin pohjoiskarjalaisten yritysten määrällinen kasvu jäi alle sadan yrityksen. (Karjalainen 2012.) Vuonna 2007 aloittaneiden yritysten määrä oli huomattavasti korkeampi kuin aikaisempina vuosina (kuviot 2). Vuoden 2007 jälkeen aloittaneita yrityksiä on ollut suhteellisen hyvin. Vuonna 2010 lopettaneita yrityksiä oli vähemmän kuin keskimäärin aikaisempina vuosina 2007–2009 sekä lisäksi aloittaneiden yritysten määrä kasvoi vuoden 2009 määrästä. Vuonna 2011 aloittaneiden yrittäjien määrä oli huomattavasti vähäisempi verrattuna aikaisempiin vuosiin. Kuviosta voidaan huomata, että etenkin aloittaneiden yritysten määrä on keskimääräisesti kasvanut vuosien varrella verrattaessa vuoden 1999 määrään.

Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Joensuussa 1999–2011



SeutuNet
 Vuoden 2012 aluerajat
 Lähde: Tilastokeskus/Yritykset

Kuvio 2. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset Joensuussa 1999–2011 (Tilastokeskus 2012).

Pohjois-Karjalan mittakaavassa etenkin maa-, metsä- ja kalatalous sekä tukku- ja vähittäiskaupan toimipaikkojen lukumäärät ovat vähentyneet vuosien 2009–2011 aikana. Verrattaessa Joensuun alueen mittakaavaan, tukku- ja vähittäiskauppa lisääntyivät Joensuun alueella vuosien 2009–2011 välillä. Joensuun alueella maa-, metsä- ja kalatalous vähentyivät hieman vuoden 2009 mittauksesta vuoden 2011 mittaukseen. Pohjois-Karjalan mittakaavassa pieniä muutoksia on huomattavissa myös teollisuuden, sosiaali- ja terveystalouden ja rakentamisen toimialoilla, joiden toimipaikkojen lukumäärä on kasvanut vuosien 2010–2011 välillä. Kuljetuksen ja varastoinnin sekä majoitus- ja ravitsemusalan toimipaikkojen lukumäärät ovat vähentyneet. Muu palvelutoiminta alalla, johon myös luontaishoidot kuuluvat, ei ole Pohjois-Karjalan mittakaavassa ollut merkittäviä muutoksia. (Tilastokeskus 2013).

Joensuun alueen toimipaikkojen lukumäärissä vaihtelua on eniten tukku- ja vähittäiskaupan, teollisuuden, kuljetus- ja varastointi sekä majoitus- ja ravitsemusaloilla. Tukku- ja vähittäiskaupan sekä teollisuuden toimialoilla yritysten määrä on kasvanut vuosien 2010–2011 aikana. Teollisuuden toimialan vaihteluihin vaikuttavat vahvasti talouden muutokset ja kansainvälinen kehitys. Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toimiala, koulutus ja kiinteistöala ovat olleet myös kasvusuunnassa vuosien 2009–2011 aikana. Kuljetus- ja varastointi sekä majoitus- ja ravitsemusaloilla yritysten määrä on vähentynyt vuosina 2010–2011. Kohtuullisen samantasoisina vuosien 2009–2011 välillä ovat pysyneet muun muassa rakentaminen, vakuustoiminta ja hallinto- ja tukipalvelut.

Muu palvelutoiminta -sektorilla toimipaikkojen lukumäärä on pysynyt suhteellisen samana, noin 280 yrityksessä, vuosien 2009–2011 välillä Joensuun alueen mittakaavassa. Vuonna 2010 muun palvelutoiminnan toimipaikkojen määrässä on huomattavissa pieni lasku. (Tilastokeskus 2013). Pohjois-Karjalan yritysrekisterin mukaan vuoden 2013 alussa Joensuun seudulla toimi 134 muihin terveyspalveluihin kuuluvaa yritystä, jotka kuuluvat toimipaikkajaottelussa Muu palvelutoiminta -ryhmään. Ryhmään kuuluu muun muassa fysikaalisia hoitolaitoksia, erilaisia hieronta-alan yrityksiä ja luontaisterapeutteja. (Pohjois-Karjalan yritysrekisteri 2013.)

Yritysilmastotutkimus

Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n julkaisi kolmatta kertaa yritysilmastotutkimuksen, joka esittää arvioita kuntien nykyisestä elinkeinopolitiikasta sekä tulevaisuuden näkymistä. Elinkeinoelämän keskusliiton yritysilmastotutkimuksessa vuonna 2012 oli mukana 25 seutukuntaa ja 50 kuntaa, joista saatiin eniten yritysjohtajien vastauksia. Tutkimuksien tulokset pohjautuvat tilastotietoihin ja tehtyyn yrityskyselyyn. Tulokset ovat suuntaa-antavia, joiden tarkoituksena on herättää keskustelua muun muassa kuntapäätäjien ja yritysjohtajien keinoista rakentaa yrityksille entistä kilpailukykyisempi toimintaympäristö. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2012.)

Taulukon 1 mukaan Joensuun seudun yritysilma on parantunut. Taulukossa on esitetty suluissa vuoden 2011 sijoitus. Joensuun seudun yritysilma oli vuonna 2011 sijalla 20, kun taas vuonna 2012 Joensuun seutu nousi tilastossa ylöspäin sijalle 14. Joensuun seudun yritysilman paraneminen kuudella sijalla on yksi parhaimmista verrattaessa muiden 25 kunnan sijoituksia vuosina 2011 ja 2012. Lisäksi esimerkiksi vuonna 2011 sijalla yksi ollut Salon seutukunta on tippunut vuoden 2012 tutkimuksessa sijalle kymmenen.

Taulukko 1. Seutukunnat yritysilmaston mukaisessa paremmuusjärjestyksessä vuonna 2012 (Elinkeinoelämän keskusliitto 2012).

Seutukunta	Kokonaispisteet
1. Seinäjoen seutukunta (5.)	73
2. Tampereen seutukunta (2.)	70
3. Loimaan seutukunta (8.)	67
4. Helsingin seutukunta (6.)	63
5. Hämeenlinnan seutukunta (9.)	63
6. Oulun seutukunta (13.)	63
7. Ylä-Savon seutukunta (7.)	61
8. Turun seutukunta (7.)	60
9. Vaasan seutukunta (11.)	58
10. Salon seutukunta (1.)	58
11. Lahden seutukunta (3.)	55
12. Mikkelin seutukunta (18.)	55
13. Rauman seutukunta (16.)	55
14. Joensuun seutukunta (20.)	54
15. Imatran seutukunta (4.)	48
16. Porin seutukunta (12.)	44
17. Rovaniemen seutukunta (21.)	44
18. Jyväskylän seutukunta (15.)	44
19. Lappeenrannan seutukunta (19.)	43
20. Kuopion seutukunta (17.)	42
21. Savonlinnan seutukunta (-)	40
22. Raaseporin seutukunta (-)	36
23. Kotka-Haminan seutukunta (25.)	35
24. Kouvolan seutukunta (22.)	33
25. Kajaanin seutukunta (23.)	30

4 Toimintaympäristö

Yrityksien toimintaympäristöissä tapahtuu jatkuvasti muutoksia. Toimintaympäristön analysoiminen on aikaan ja yrityksen toiminnalliseen ympäristöön vaikuttavien tekijöiden tutkimista. Yrittäjän on tärkeää pyrkiä seuraamaan alan kehitystä sekä arvioimaan muutoksien vaikutuksia omaan yritystoimintaan. Hyvinvointialan yrittäjän on tärkeää tietää väestöön ja kunnallisten palvelujen järjestämiseen liittyvistä tapahtumista ja muutoksista. Lisäksi yrittäjän on hyvä seurata osaamisalueensa tutkimuksia ja trendejä sekä perehtyä oman toimialansa lainsäädäntöön. (Kainlauri 2007, 45, 53.)

4.1 Taloudellinen toimintaympäristö

Taloudellinen tilanne vaikuttaa yritystoiminnassa muun muassa palvelujen hintaan ja kysyntään. Taloudellisessa toimintaympäristössä elintason nousulla ja laskulla sekä korkotasolla ja inflaatiolla on vaikutuksia kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja – kykyyn sekä kysyntään. Yrityksien kannalta merkityksellisiä asioita ovat kuluttajien maksukyky sekä kiinnostus palveluita kohtaan. Palvelujen käyttöön vaikuttavat kuluttajien elämäntilanne, kulutustottumukset, arvot ja asenteet. Yhteiskunnan kansantaloudellisella tilanteella, työllisyydellä ja poliittisilla päätöksillä on myös omat vaikutuksensa yritysten liiketoimintaan sekä kuluttajien palvelujen ja tuotteiden käyttöasteeseen. (Kainlauri 2007, 49–50.)

4.2 Suomen talouden kehitys

Yksityinen kulutus

Yksityinen kulutus on kasvanut noin kolme prosenttia vuodessa viimeisen kymmenen vuoden ajan. 1990 -luvun lamavuodet pienensivät merkittävästi yksityistä kulutusta työttömyyden ja kuluttajien säästämisasteen nousun vuoksi. Kuluttajat säästivät muun muassa vaatteiden, kestopavaroiden ja vapaa-ajan menoissa. Yksityisen kulutuksen monien vuosien kasvu kääntyi jälleen laskuun vuonna 2009. Vuonna 2010 yksityinen kulutus kasvoi 2,6 prosenttia. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2011.)

Vuoden 2012 alussa yksityinen kulutus kannatteli Suomen kansantalouden kasvua. Kulutuksen kasvu alkoi hidastua vuoden 2012 toisella puoliskolla, johon vaikutti vahvasti kuluttajien luottamuksen vähentyminen taloustilanteeseen. Yksityisen kulutuksen määrä vaihteli suuresti vuonna 2012, johon vaikutti muun muassa autoveromuutokset. Autoveromuutokset aiheuttivat uusien autojen kaupan voimakkaan vaihtelun. Kulutuksen kasvuvauhdin hidastumiseen myös loppuvuonna 2012 vaikutti vähittäiskaupan vähäinen kasvu. Vuodelta 2013 odotetaan kotitalouksien ostovoiman supistumista ja tämän seurauksena yksityisen kulutuksen kasvun pysähtymistä. Yksityisen kulutuksen arvioidaan kääntyvän

kasvuun vasta vuonna 2014, jolloin talouskasvu ja inflaation hidastuminen alkaivat tukea reaalityulojen kehittymistä. Kuluttajien arviot sekä omasta että Suomen talouden kehityksestä ovat epäluuloiset. (Suomen pankki 2012, 6.)

Talouskasvu ja työllisyys

Talouden maailmanlaajuinen taantuma vuonna 2008 vaikutti suuresti eri maiden ja alueiden talouteen. Suomessa tuotannon voimakas lasku sekä työttömyyden lisääntyminen vaikuttivat kaikkien alueiden kehitysnäkymiin heikentävästi. Ennen vuoden 2008 taantumaa oli pitkä nousukausi, jolloin vuosien 2004–2008 aikana työllisten määrä lisääntyi koko maassa 170 000 hengellä sekä työvoima noin 100 000 henkeä. Tällöin myös työttömien määrä laski noin 70 000 hengellä. Vuoden 2008 taantumassa palattiin kuitenkin takaisin vuoden 2005 lukemiin, sillä vuosina 2008–2010 työllisten määrä laski noin 100 000 henkeä ja työttömien määrä lisääntyi 60 000 hengellä. (Mella 2012, 1.)

Työttömyys alkoi lisääntyä jo vuoden 2012 loppupuolella. Lokakuussa 2012 työttömyysaste oli 7,9 prosenttia, joka oli 0,3 prosenttiyksikköä suurempi kuin vuotta aikaisemmin. Työttömyysasteen noustessa myös työllisten määrä on vähentynyt. Ennusteiden mukaan työttömyysaste nousee 8,4 prosenttiin vuonna 2013. Kuitenkin työttömyyden kasvua uskotaan hidastavan suurten ikäluokkien eläkeikään tuleminen, joka vähentää työvoiman tarjontaa. Vuonna 2014 työttömyyden odotetaan alkavan vähentyä hitaasti. (Suomen pankki 2012, 6.)

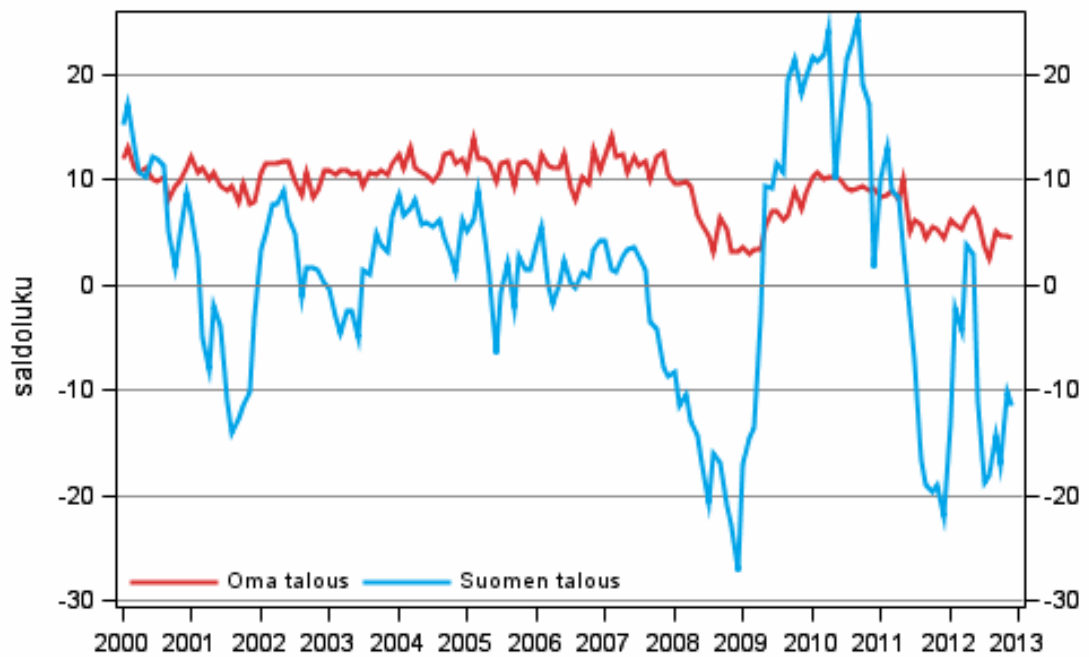
Vuonna 2009 Suomen kokonaistuotanto laski ennätysellisesti kahdeksan prosenttia. Vuonna 2010 useimmissa maissa talouskasvu voimistui ja kasvua jatkui vuoteen 2011 asti. Vuosina 2010 ja 2011 kasvua kertyi kolme prosenttia. Vuonna 2012 talouskasvu kääntyi jälleen laskuun. Maailmanlaajuiseen talouskasvun voimakkaaseen laskuun ja pysähtymiseen ovat syinä muun muassa finanssi-kriisi ja julkisen talouden velkaantuminen. (Mella 2012, 1.) Talouskasvun nopeaan hidastumiseen Suomessa on syynä kotimaisten markkinoiden kysynnän lasku. Vuonna 2012 talouskasvu jäi 0,3 prosenttiin ja vuonna 2013 talouden kasvuvauhdin oletetaan pysyvät hitaana, noin 0,4 prosentissa. Talouskasvun

ennustetaan nopeutuvan 1,5 prosenttiin vuonna 2014. Talouskasvun jatkuminen hitaana sekä bruttokansantuotteen kasvun hidastuminen heikentävät tulevaisuudessa myös työllisyyttä. (Suomen pankki 2012, 6.)

Luottamus

Kuluttajien odotuksiin talouden kehityksessä vaikuttavat selvästi kansainvälisen talouskehityksen lisääntyvä epävarmuus sekä Suomen oman talouden lähiaikojen heikkous. Alkuvuoden 2012 talouden odotuksien paranemisen jälkeen kuluttajien odotukset omaan ja Suomen talouteen heikkenivät nopeasti vuoden 2012 puolessa välin (kuvio 3). Vuoden 2012 lopussa kuluttajien odotukset talouteen alkoivat jälleen vahvistua. (Suomen pankki 2012, 10.)

Luottamusindikaattorien mukaan talousluottamus heikkeni kaikilla päätoimialoilla vuonna 2012. Luottamus talouteen on ollut viimeksi yhtä heikko vuosina 2009 ja 2010. Joulukuussa 2012 kuluttajien luottamisindikaattori oli 3,5, joka osoittaa luottamuksen selvää nousua (kuvio 4). Luottamusindikaattori oli marraskuussa 1,0 ja lokakuussa -1,6. Joulukuun 2012 luottamusaste, 3,5, oli hieman vahvempi kuin vuoden 2011 joulukuun tulos. Luottamustaso on kuitenkin heikompi mitattuna keskimääräisesti pitkällä aikavälillä. (Suomen pankki 2012, 10.) Tilastokeskuksen luottamusindikaattorin kuviosta 4 voidaan huomata, että vuoden 2012 alkupuoliskolla luottamus oli korkealla, jonka jälkeen luottamustaso romahti vuoden 2012 keskivaiheella. Vuoden 2012 loppupuolella luottamustaso alkoi jälleen kasvaa. (Tilastokeskus 2012.)



Kuvio 3. Kuluttajien odotukset omasta ja Suomen taloudesta (Tilastokeskus 2012).



* keskiarvo 10/1995 - 12/2012

Kuvio 4. Kuluttajien luottamusindikaattori 2000–2013 (Tilastokeskus 2012).

Rahoitusmarkkinat

Tutkimuksien mukaan suomalaisen rahoitusjärjestelmän tila on tyydyttävällä tasolla ja pankkien riskipainotettu vakavaraisuus on pysynyt vahvana. Etenkin suurten pankkien kannattavuutta ovat parantaneet vuonna 2012 kaupankäynnin ja sijoitustoiminnan tuottojen kasvu. Pankkien tasejärjestelyistä johtuen riskipainottamaton omavaraisuusaste on kuitenkin alentunut ja on kansainvälisessä vertailussa heikko. Perinteisen pankkitoiminnan kannattavuutta on sen sijaan heikentänyt talletuskorkojen lainakorkoja hitaampi lasku, jonka johdosta korkokatteet eli korkotuottojen ja korkokulujen välinen erotus on pienentynyt. Korkomarginaalien eli pankin otto- ja antolainauskorkojen välisen eron kasvu on kuitenkin osaltaan helpottanut pankkien tilannetta. (Suomen pankki 2012, 17.)

Suomen rahoitusmarkkinoiden tilanteen ollessa edelleen vakaa on talouden epävarmuus kasvanut siitä huolimatta nähtävästi. Suomen lyhyen aikavälin ennusteet talousnäkymistä ovat vaikeat sekä makrotalouden riskit ovat suuret niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. Epävarmuuden kasvaminen on vaikuttanut pankkien luottopolitiikan kiristymiseen, joka näkyy selkeimmin kotitalouksien ja yritysten lainojen lainamarginaalien suurenemisena. (Suomen pankki 2012, 18.)

Korot ja valuuttakurssit

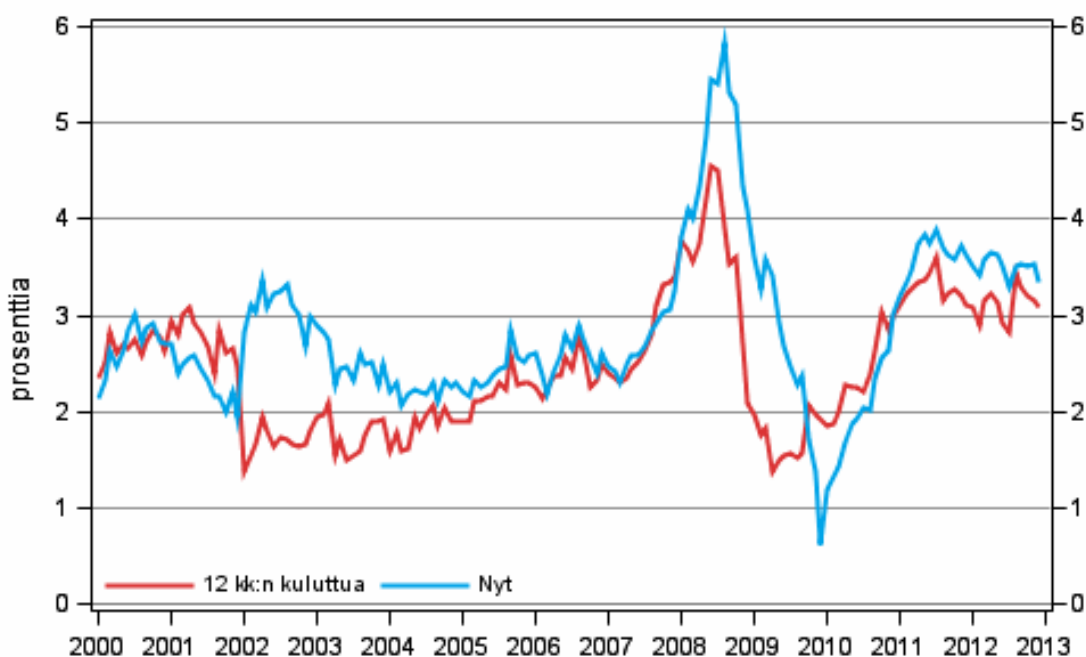
Kolmen kuukauden Euriborin oletetaan pysyvän markkinaodotuksien mukaan lähes nykyisellä noin 0,2 prosentin tasolla vuoden 2013 loppuun asti. Kolmen kuukauden Euriborin ennustetaan nousevan 0,4 prosenttiin vuoden 2014 viimeisellä neljänneksellä. Suomen valtion kymmenen vuoden obligaatiokorko eli pitkä korko laskee lokakuun 2012 1,8 prosentista vuoden 2013 ensimmäisellä neljänneksellä 1,6 prosenttiin. Pitkän koron ennustetaan nousevan vuoden 2014 viimeiseen neljännekseen mennessä 2,3 prosenttiin. Lyhyiden ja pitkien korkojen eron ennustetaan suurenevan tulevaisuudessa. Vuoden 2013–2014 ennustejakson aikana euron ulkoisen arvon ennustetaan pysyvän muuttumattomana. (Suomen pankki 2012, 16.)

Suomen pankin tilastojen mukaan Euribor-korot ovat pysyneet vuoden 2013 alussa tasaisina. Vuoden 2012 syyskuusta lähtien kolmen, kuuden ja kahdenkuukauden Euribor-korot ovat laskeneet. Kuitenkin kuuden ja kolmen kuukauden Euribor-koroissa tapahtui nousua tammikuun 2013 lopussa, jonka jälkeen korot ovat jälleen laskeneet helmikuussa 2013. Yhden viikon ja kuukauden Euribor-korot ovat pysyneet tasaisen matalina. (Suomen pankki 2013.)

Verotuksen ja inflaation kehitys

Julkisen talouden velkaantuminen jatkuu vuonna 2013. Kuntien velkaantuminen kiihtyy vuonna 2014, vaikka valtionvelan kasvu hidastuu. Verotuksen kiristäminen nostaa myös veroastetta etenkin vuonna 2013. Veroaste kohoaa 45 prosenttiin bruttokansantuotteesta vuonna 2014, mikä on 1,7 prosenttiyksikköä suurempi kuin 2011. Välillisten verojen korotuksien vuoksi kuluttajahintojen nousu jatkui nopeana vuonna 2012. (Suomen pankki 2012, 6–7.)

Vuoden 2012 loppupuolella inflaatio oli keskimäärin 3,3 prosenttia (kuvio 5), joka on keskimäärin 0,3 prosenttia nousua alkuvuoden mittauksista. Vuoden 2013 alussa 24 prosenttiin noussut arvonlisävero nopeuttaa myös inflaation kasvua 2,4 prosenttiin, mikä tarkoittaa rahan ostovoiman heikkenemistä ja siitä aiheutuvien hintojen nousua. Kuitenkin vuonna 2014 talouden hidas kasvu, energiaraaka-aineiden hintojen lasku sekä yksikkökustannuksien nousun hidastuminen vähentävät myös inflaatiopainetta vuodelle 2014. Yhdenmukaistetun kuluttajahintaindeksin mukaan inflaatio jää 1,6 prosenttiin vuonna 2014. (Suomen pankki 2012, 7.)



Kuvio 5. Inflaation kehityksen kuvaus 2000–2012 (Tilastokeskus 2012).

Yrityksien tulevaisuuden näkymät

Suomen yritystoiminnan liikevaihto kääntyi voimakkaaseen laskuun vuonna 2009, jota ennen seurasi pitkä kasvujakso. Vuoden 2009 aikana liikevaihdon voimakas lasku kiihtyi edelleen, jolloin erityisesti teollisuuden ja viennin liikevaihtojen laskut olivat voimakkaita. Yritystoiminta pääsi uudelleen kasvuun vuonna 2010, jonka jälkeen kasvu jatkui vuoden 2011 ajan. Suomen mittakaavassa nopeinta kasvu on ollut palvelujen, kaupan ja rakentamisen toimialoilla. (Mella 2012, 4.)

Pohjois-Karjalan maakunta nousi keskivertoa nopeammin taantumasta vuonna 2010. Vuonna 2010 koko maan liikevaihto oli noin 12 prosenttia kun taas Pohjois-Karjalassa liikevaihto oli yli 18 prosenttia. Myönteisintä liikevaihdon kehitys oli metalliteollisuuden ja metsäsektorin toimialueilla. Lisäksi suurimmalla osalla muista toimialoista liikevaihto kehittyi positiivisesti. Kaupan ja palveluiden alalla liikevaihto kasvoi noin kahdeksan prosenttia ja rakennusalaalla yhdeksän prosenttia. Vuoden 2010 suurin kasvulukuihin vaikutti vastinvuoden 2009 liikevaiht-

don alhaisuus, joka johtui yleisestä talouden taantumasta. Tämä huomioon ottaen Pohjois-Karjalan kehitys on ollut silti positiivista. (Pohjois-Karjalan talouskatsaus 2011.)

Yrityksien lyhyen ajan suhdannekuvat ovat kuitenkin edelleen heikentymässä koko Suomen mittakaavassa. Etenkin rakentamisen ja teollisuuden tuotannon odotetaan vähenevän. Suhdannekuvien heikentymisellä on monenlaisia vaikutuksia yritysten toimintaan. Toistaiseksi yritysten liikevaihdot ovat pysyneet pienessä kasvussa sekä yritysten liiketoiminta on pysynyt kannattavana suhdanteiden heikkenemisestä huolimatta. Yritysten keskimääräinen velkaantuneisuus ja konkurssien määrä eivät ole myöskään kasvaneet merkittävästi. (Suomen pankki 2012, 18.)

Rahoitusmarkkinoiden kriisiherkkyydellä sekä sääntelyn tiukentamisella on kuitenkin odotusten mukaan merkitystä myös yritysrahoitukseen. Suomalaiset yritykset ovat saaneet hyvin rahoitusta olosuhteiden epävarmuudesta huolimatta. Tähän ovat vaikuttaneet muun muassa Suomen pankkisektorin vakaa tila sekä pankkiluottojen korkojen mataluus verrattaessa muun euroalueen korkoihin. Suomalaisen yritysten luottokannan kasvu onkin nopeampaa kuin muiden euroalueen maiden. (Suomen pankki 2012, 18.)

Lisäksi yrityksille myönnettyjen lainojen ehdot ja vakuusvaatimukset ovat kiristymässä. Lainaehtojen kiristyminen näkyy etenkin suuremmissa yli miljoonan euron lainoissa, joissa korkoero supistui voimakkaasti muun euroalueen vastaavanlaisiin lainoihin nähdessä syksyn 2012 aikana. Lisäksi pankkirahoituksen myöntämisessä on tapahtunut tiukentumista. Euroopan keskuspankin puolivuositteittain teettämän rahoituksen selvittämiskyselyn mukaan pienten ja keskisuurten yritysten rahoitustoiminta on vaikeutunut entisestään euroalueella. Suomalaisen pk-yritysten osalta rahoituksen saatavuus on vaikeutunut suuresti viimeisen puolen vuoden aikana, minkä johdosta myös pankkien yrityslainakannan kasvu hidastui vuoden 2012 viimeisten kuukausien aikana. Suurten ja keskisuurten yritysten rahoituksen saatavuutta helpottavat markkinoilta hankittavat suorat joukkovelkakirjarahoitukset, joiden käyttömäärä on kasvanut huomattavasti. Ongelmat rahoituksen saannissa koskevatkin suurimmaksi osaksi pie-

niä yrityksiä. Kuitenkin pienien yritysten pääoman ja vientirahoituksen saatavuutta ovat helpottaneet Finnveran takauskiintiöiden kasvattaminen. Rahoituksen saatavuuttakin pahempana ongelmana euroalueen pk-yrityksissä koetaan kysynnän vähyys. (Suomen pankki 2012, 18.)

Kotimarkkinoiden kysyntä

Vuoden 2012 alkupuolella kotimarkkinoiden palveluiden ja tavaroiden tuottajien taloudelliset näkymät huonontuivat kysynnän heikentymisen vuoksi. Palvelutuotanto ja vähittäiskauppa jäivät vuonna 2012 edellistä vuotta hitaammiksi. Kuluttajien epävarmuus talouden kehityksestä vaikuttaa myös vähittäiskauppaan, jonka kasvun ennustetaan pysyvän heikkona. Säästämisasteen aleneminen säilyttää kulutuksen samalla tasolla vuonna 2013 vaikka kuluttajien reaalitytulot alenevat. Väestön ikääntymisestä johtuen terveys- ja sosiaalipalvelujen kysyntä pysyy entisellä tasolla. (Suomen pankki 2012, 21.)

Tulevaisuuden suurimpia haasteita ovat sosiaali- ja terveyspalvelujen kysynnän kasvu sekä kasvun edellyttämät muutokset palvelurakenteessa, jotka kohdistuvat etenkin ikääntyneiden palvelujen muutoksiin. Keskeisiksi asioiksi nousevat tulevaisuudessa erityisesti sosiaali- ja terveyspalveluiden kehittäminen. Suomen terveyspolitiikassa on noussut esille myös terveyden edistämisen ja ehkäisevän toiminnan merkitys sosiaali- ja terveyspalvelujen kysynnän ja menojen kasvun hallinnassa. Sosiaali- ja terveysmenojen osuuden kansantalouden kokonaistuotannosta ennustetaan nousevan pitkällä aikavälillä useita prosenttiyksiköitä muun muassa väestön ikääntymisestä johtuen. Menojen kasvusta noin 80 prosenttia uskotaan painottuvan työeläkemenoihin ja loput 20 prosenttia sosiaali- ja terveysmenoihin ja -palveluihin. Ennusteisiin vaikuttavat suuresti muutokset, joka osoittaa, että etenkin poliittisilla valinnoilla on useita vaikutusmahdollisuuksia hallita sosiaalimenojen kasvu kohtuullisena väestön ikääntyessä. (Karvonen, Moisio & Vaarama 2010, 27–28, 78.)

4.3 Poliittinen toimintaympäristö

Lainsäädännön ja asetusten tarkoituksena on määritellä toimialojen yleisiä ehtoja ja rajoja, joiden mukaan yritysten on harjoitettava liiketoimintaansa. Lainsäädännön pyrkimyksenä on myös suojella kuluttajaa ja yritysten vapaata kilpailua. (Rope 2003, 64.) Lainsäädäntö ja sen muutokset vaikuttavat kuluttajien käyttäytymiseen, markkinoihin ja tätä kautta myös yrityksiin. Yksityisten yritysten, jotka tarjoavat sosiaali- ja terveystalvveluja, toimintaa ohjaa hyvin pitkälti lainsäädäntö. (Kainlauri 2007, 41, 47.) Kuitenkin muista pohjoismaista poiketen Suomessa ei ole luontaisterapia-alan lainsäädäntöä. Norjassa, Ruotsissa ja Tanskassa on luontaisterapeutit ja luontaishoitojen toimialan kattava lainsäädäntö, joka perustuu maiden terveydenhuoltolakiin. (Kouvo-Sillanpää & Sood 2008.)

Luonnonlääketieteen Keskusliitto ajaa luontaislääketiedettä koskevaa lakiehdotusta myös Suomeen. Lakiehdotuksesta on lähetetty esityksiä sosiaali- ja terveysministeriöön. Vaatimuksena on saada Suomeen luontaishoitoalaa koskeva lainsäädäntö, jossa säädetään alan koulutuksesta, hoitajien asemasta ja rekisteröitymisestä sekä hoitomuotojen tutkimuksesta ja terveydenhuollon ammattilaisten perehdyttämistä luontaishoitoihin. Lainsäädännön avulla voidaan taata parempi potilasturvallisuus ja ammattitaitoinen hoito kuluttajille. Nykyisin myös kouluttamattomat luontaishoitajat voivat tarjota luontaishoitopalveluja asiakkailleen. (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

Osa Suomen terveydenhuollon ammattihenkilöistä, kuten lääkäreistä, sairaanhoitajista ja fysioterapeuteista, ovat kouluttautuneet myös luontaisterapeuteiksi. Kuitenkin vaikka perinteisen koululääketieteen suhtautuminen on viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana muuttunut myönteisemmäksi, ennakkoluuloja luontaishoitoja kohtaan on edelleen paljon. Luonnonlääketieteen Keskusliitto uskoo alan lainsäädännön ja oikeanlaisen tiedon lisääntymisen vaikuttavan positiivisesti asenteisiin. Lisäksi toivotaan, että yhteistyö lääkäreiden ja koulutettujen luontaishoitajien välillä saataisiin vahvistumaan kansainvälisen suuntauksen mukaisesti. (Kouvo-Sillanpää & Sood 2008.)

Luonnonlääketieteen Keskusliiton eettiset ohjeet

Vaikka Suomessa ei ole luontaislääketiedettä koskevaa lainsäädäntöä, Luonnonlääketieteen Keskusliitto on määritellyt luontaishoitajilleen luontaisterapeuttien eettiset ohjeet.

- Luontaishoitajan tarjoaman hoidon tavoitteena on terve ihminen, johon pyritessä on käytettävä hyödyksi niin täydentävän kuin virallisen terveydenhoidon tietoja. Terapeutin on toimittava yhteistyössä virallisen terveydenhuollon kanssa sekä ohjattava asiakas tarvittaessa heidän luokse. Lisäksi terapeutilla ei ole oikeutta muuttaa lääkärin määräämää lääkitystä.
- Terapeutin on kunnioitettava ihmisen vapaata tahtoa ja itsemääräämisoikeutta. Terapeutin ja asiakkaan hoitosuhteen perustana on yhteisymmärrys, luottamus ja avoin vuorovaikutus. Terapeutin tehtävänä on kertoa asiakkaalle ymmärrettävästi suunnitellun hoidon käytännöt.
- Terapeutteja koskee salassapitovelvollisuus, jolloin terapeutin on pidettävä salassa asiakkaan antamat tiedot. Lisäksi terapeutin on pidettävä yllä asiakaskortistoa, johon hän merkitsee kulloisetkin hoitotoimenpiteet ja –suositukset.
- Terapeutti toimii parhaalla mahdollisella tavalla ammattitaitoisesti hoitaessaan potilastaan. Terapeutin on myös mahdollisuuksiensa mukaan pidettävä yllä sekä kehitettävä ammattitaitoaan ja seurattava ja edistettävä oman alansa kehittämistä ja tutkimusta. (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

Lisäksi luontaisterapeutteja koskee omavalvonta, johon kuuluvat koulutuksen vastaaminen Luonnonlääketieteen Keskusliiton vaatimuksia, Luonnonlääketieteen Keskusliiton eettisten ohjeiden ja sääntöjen noudattaminen sekä toiminnan vastuuvakuutuksen eli hoitovastuuvakuutuksen voimassa oleminen. Luonnonlääketieteen Keskusliiton kaikilta jäseniltä edellytetään toiminnan vastuuvakuutus. (Luonnonlääketieteen Keskusliitto 2012.)

5 Liiketoimintasuunnitelman osa-alueet

Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on osoittaa kuinka yrityksen toiminta on suunniteltu toteutettavaksi. Suunnitelman avulla yrityksen tavoitteet on mahdollista toteuttaa määrätietoisesti ja sen kehittämisen avulla pyritään tasaiseen jatkuvassa hallinnassa olevaan kehitykseen muuttuvissa olosuhteissa. (Lipiäinen 2000, 15.) Liiketoimintasuunnitelma kirkastaa ja kokoaa yhteen alustavia suunnitelmia ja paljastaa yritystoiminnassa olevat heikkoudet, puutteet, markkinapotentiaalin sekä yleiskuvan resursseista. Lisäksi sen avulla yrittäjä voi vakuuttaa yhteistyökumppaninsa, rahoittajat sekä muut tärkeät sidosryhmät liiketoiminnan toimivuudesta. Liiketoimintasuunnitelmassa esitetään yrityksen palvelut, resurssit ja tavoitteet sekä arvioidaan rahoitusta, uhkia sekä toimialan kilpailua ja markkinoita. Suunnitelma kertoo myös tulevan toimintamallin, visiot ja strategian. Liiketoimintasuunnitelma, jonka tarkoituksena on kattaa muutaman vuoden toiminta, on tärkeä osa yrityksen perustamisprosessia. (Kainlauri 2007, 37.)

Opinnäytetyössä oli tarkoituksena lähestyä liiketoimintasuunnitelman osa-alueita enemmän yrittäjää hyödyntävästä näkökulmasta kuin tutkien kaikkia mahdollisia liiketoimintamahdollisuuksia esimerkiksi yhtiömuodon valinnassa. Tavoitteena oli koota tietoa toimeksiantajalle juuri hänen yrityksensä kannalta tärkeistä asioista ja toimintatavoista.

Liiketoimintasuunnitelman osa-alueet -luvussa käsitellään erillisinä aihekokonaisuuksina omistus ja perustajatiimi, liikeidea, visio ja strategia, kysyntä ja kilpailu, asiakkaat, markkinointi-, palvelujen tuottamis-, henkilöstö- sekä talous-suunnitelma ja riskien arviointi. Lisäksi Liiketoimintasuunnitelman osa-alue -luvun viimeisenä aiheena on SWOT-analyysi. Opinnäytetyön produktina tehdyssä liiketoimintasuunnitelmassa käsitellään myös yritystoiminnan taustaa, jossa kerrotaan, kuinka liiketoimintaidea on saanut alkunsa. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluvia alueita, kuten kysyntää, toimintaympäristöä ja hyvinvointialan kehitystä, on käsitelty aiemmin opinnäytetyön eri luvuissa, jonka takia kyseisiä

aihepiirejä ei käsitellä enää uudelleen Liiketoimintasuunnitelman osa-alueet - luvussa.

Liiketoimintasuunnitelman runkona on käytetty Finnveran aloittavan yrittäjän liiketoimintasuunnitelmamallia, jota on muokattu toimeksiantajan yritykselle sopivaksi kokonaisuudeksi. Liitteenä olevan liiketoimintasuunnitelman (liite 1) haastateltavana oli opinnäytetyön toimeksiantaja, joka aikoo perustaa yrityksen vuoden 2013 lopussa. Lisäksi opinnäytetyön liitteenä ovat tulevan yrityksen tauluslaskelmat (liite 2), jotka ovat suuntaa antavia.

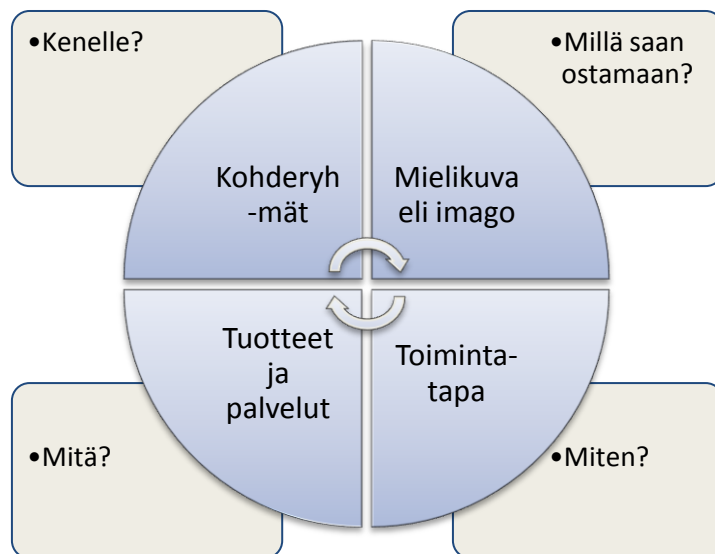
5.1 Omistus ja perustajatiimi

Omistajien tärkeä merkitys ja rooli korostuvat etenkin yritystoiminnan perustamisvaiheessa sekä yritystoiminnan onnistumisessa ja jatkuvuudessa. Omistajat antavat yrityksen perustamisvaiheessa merkittävän omaisuus- ja työpanoksen yritykselle. Suomessa on paljon yhden omistajan yrityksiä. (Lojander & Suonpää 2004, 14.)

Perustettaessa yritystä on oleellista pohtia mihin yritystoiminnalla pyritään. Mikäli liiketoiminnan tarkoituksena on turvata yhden henkilön tai hänen perheensä tulot, toiminimi on yleensä paras ratkaisu. Toiminimi on nopein ja helpoin tapa aloittaa yritystoiminta sekä se on myös yksi yleisimmistä vaihtoehtoista liikkeenharjoittajalle tai yksin toimivalle palveluyrittäjälle. Toiminimessä yrittäjä vastaa kaikista yrityksen veloista ja sitoumuksista, jolloin yritys on osa omistajan varallisuutta. (Kainlauri 2007, 124.) Puhuttaessa yhtiömuodon valinnasta tarkoitetaan tällöin muun muassa osake-, kommandiitti- ja avointa yhtiötä sekä osuuskuntia. Toiminimeä käyttävä yritys eli yksityinen elinkeinonharjoittaja ei ole yhtiö vaan yritystoimintaa harjoittava luonnollinen henkilö. Tällöin henkilö käyttää yritystoiminnassaan toiminimeä yhtiömuodon sijaan.

5.2 Liikeidea

Liikeidea ohjaa ja kuvastaa yrityksen toimintaa. Yrityksen tarkoituksena on pyrkiä luomaan asiakkailleen arvoa, joka on suurempi kuin sen tuottamiseen tarvittavat kustannukset. (Karlöf & Helin Lövingsson 2006, 72.) Toiminnan havainnollistaminen tukee liiketoiminnan alkuun saamista ja asiakaskontaktien luomista sekä keskustelua mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Aineettomissa palveluissa, kuten hoito- ja hoivatyön palveluissa, on erittäin tärkeää liikeidean konkretisoiminen ja havainnollistaminen. (Kainlauri 2007, 35.) Palveluyrityksen liikeidean (kuvio 6) tarkoituksena on kuvastaa mitä palveluja yritys tuottaa, millaiset ihmiset tai yritykset kuuluvat sen asiakassegmenttiin, miten palvelut tuotetaan yrityksessä sekä millaista yrityskuvaa yritys haluaa viestittää itsestään kuttajille (Kinnunen 2004, 9).



Kuvio 6. Yrityksen liikeidean osat (Bergström & Leppänen 2007, 21).

5.3 Visio ja liiketoimintastrategia

Visio

Visio määrittää yrityksen keskipitkän aikavälin, noin 3-5 vuoden tavoitteet. Keskipitkän aikavälin tavoitteiden saavuttamiseksi yrityksessä suunnitellaan myös vuositason liiketoiminnalliset tavoitteet. Kokonaisvaltaisesti määritellyn vision avulla yrityksen on helpompaa sitoutua asetettuihin tavoitteisiin, pyrkimyksiin sekä toiminnan kehittämiseen. (Lipiäinen 2000, 50.)

Liiketoimintastrategia

Strategialla tarkoitetaan yrityksen nykytilanteessa tehtäviä suunnitelmia, päätöksiä ja toimenpiteitä tulevaisuuden toiminnan varmistamiseksi, haluttujen tuloksien saavuttamiseksi sekä mahdollisuuksia hyödyntämiseksi (Karlöf & Helin Lövingsson 2006, 77). Strategiassa määritellään yrityksen menetelmälliset valinnat, joiden avulla yritys saavuttaa liiketoimintatavoitteet vuoden aikataulussa sekä suunnitellun visionsa 3-5 vuoden päästä. Strategia on yrityksen valintoja jatkuvasti muuttuvassa maailmassa, kovenevassa kilpailussa ja asiakassuhteiden säilyttämisessä. (Lipiäinen 2000, 55–56.)

5.4 Kysyntä ja kilpailu

Kysyntä

Jatkuvasti kasvava joukko ympäri maailmaa omaksuu terveellisen elämäntavan, koska terveellinen elämäntavalla on hyvinvointia edistävää ja sairauksia ehkäisevää vaikutusta. Hyväkuntoisuutta sekä nuorekkuutta haluavia terveystietoisien kuluttajien määrä kasvaa koko ajan. Ihmisten laaja terveystietoisuus, väestön ikääntyminen ja työelämän muutokset ovat tuoneet mukanaan suuren merkityksen henkisen hyvinvoinnin lisäämiseen ja stressin vaikutuksen vähentämiseen. (Suontausta & Tyni 2005, 49–50.) Kulutustottumuksia koskevat pitkän aikavälin

tutkimukset osoittavat, että itsensä panostamisen markkinat ovat avautuneet ja kysyntä kasvaa nopeaa vauhtia. Tilastokeskuksen mukaan suomalaiset kuluttavat nykyisin kymmenen kertaisesti verrattuna sata vuotta olleeseen kulutukseen. Asumisen, elintarvikkeiden ja liikenteen kulutuksen jälkeen suurin kuluttajien menokohta on kulutuksen ja henkilökohtaisen hyvinvoinnin kaltaiset muut menot, joiden määrä on noin 11,5 prosenttia kotitalouksien kokonaismenoista. (Keskilammi 2010, 12.)

Kysyntä kuvastaa markkinoiden kokoa eli etukäteen arvioitua myynnin määrää kappaleina tai euroina, jonka asiakkaat suunnittelevat ostavansa tietyllä aikavälillä ja alueella. Kokonaiskysyntä kertoo koko toimialan arvioidun myynnin määrän, joka sisältää myös eri asiakasryhmien kysynnän määrät. Kokonaiskysynnän lisäksi yrityksen kannattaa arvioida markkinaosuutensa, joka kertoo yrityksen tai sen tuotteiden ja palveluiden menestymisen verrattuna kilpailijoihin. Markkinaosuus on mahdollista arvioida koko maan, tietyn alueen tai paikkakunnan mukaan. Useilla toimialoilla kysynnän vaihtelut ovat yleisiä, jolloin puhutaan suhdanne-, kausi- tai muotivaihteluista. (Lahtinen & Isoviita 2004, 18–19.)

Kysyntää aiheuttavia tarpeita ovat muun muassa nälkä, rahapula tai arvostuksen saaminen. Tarpeiden lisäksi kysyntään vaikuttavat myös monet yksittäiset asiat, joita ovat taloudelliset tekijät, psykologiset tekijät ja sosiologiset tekijät. Taloudellisia tekijöitä ovat muun muassa tuotteen hinta, yleinen taloudellinen tilanne, ostovoima ja tuotteen välttämättömyys kuluttajalle. Psykologisia tekijöitä ovat muun muassa asenteet, tarpeet, persoonallisuus sekä oppiminen sekä kysyntään vaikuttavia sosiologisia tekijöitä ovat ostopäätökseen vaikuttavat ryhmät, elämäntyyli, kulttuuri, sosiaaliluokka sekä arvot ja normit. (Sutinen & Viklund 2005, 14.)

Kilpailu

Taloudellisesta näkökulmasta katsottuna kilpailu tarkoittaa eri yritysten välistä hinta- ja laatukilpailua. Kilpailussa pärjääminen vaatii yrittäjältä tehokkaita ja nopeasti reagoivia toimintatapoja sekä yrityksen eri voimavarojen tehokasta

käyttöä. (Hallipelto 2008, 21.) Kilpailutilanne ja kysyntä ovat tärkeimpiä tekijöitä, jotka vaikuttavat yrityksen menestymiseen. Kilpailun kovetessa myös kuluttajien vaatimukset ja vaihtoehdot ovat lisääntyneet. Yrityksen on hyvä selvittää kilpailevat yritykset sekä heidän tuotteensa ja palvelunsa, niiden heikkoudet ja vahvuudet sekä seurata kilpailijoidensa toimintaa. Liiketoimintapäätöksiä tehtäessä yrityksen tulisi huomioida ja varautua myös kilpailijoiden päätöksiin sekä arvioida millaiset vaikutukset päätöksillä on oman yrityksen toimintaan ja kannattavuuteen. Kilpailutilanteen realistinen tutkiminen on osa yrityksen toimintaa ja menestymistä. (Lojander & Suonpää 2004, 31.)

5.5 Asiakkaat

Hyvinvointi- ja terveysalan yrittäjän asiakkaiden ongelmat liittyvät usein terveyden, hyvinvoinnin tai työkyvyn ylläpitoon. Hierontapalvelun asiakas on usein myös hyvinvoinnistaan, sen edistämisestä ja ylläpidosta kiinnostunut henkilö. Asiakkaat haluavat usein apua kiputilojen hoitoon tai mukavan rentouttavan hetken arjen keskellä.

Asiakassegmentoinnissa mahdolliset asiakkaat jaetaan ryhmiin ennalta määriteltujen kriteerien, kuten esimerkiksi samanlaisten luonteenominaisuuksien, uskomuksien ja käyttäytymisen, mukaan. Perinteisiä tapoja jaotella ihmisiä ovat sukupuoli, kansallisuus, tulotaso ja ikä. (French, Merritt & Reynolds 2011, 18.) Segmentointi on onnistunut, jos kriteerien perusteella on syntynyt mahdollisimman sisäisesti yhdenmukaisia asiakasryhmiä. Yrityksen on oleellista tietää toimintansa kannalta tärkeimmät ja tavoiteltavimmat eli maksuvalmiit asiakkaat. Nämä asiakkaat haluavat maksaa yrityksen tuotteista ja palveluista, koska he hyötyvät niistä eniten. Segmentoinnissa yrityksen on taloudellisesti järkevää jaotella tuotteensa, palvelunsa sekä mainonta kutakin ryhmää koskevaksi. (McKinsey & Company 2000, 71–72.) Asiakassegmentoinnissa huomioon otettavia asioita ovat muun muassa kilpailijoiden lukumäärä ja strateginen toiminta sekä markkinoiden koko (Lipiäinen 2000, 219).

Erityisesti yritykset, jotka ovat kiinteitä toimipaikkayrityksiä, kuten kaupat, ravintolat ja parturit, toimivat usein maantieteellisen segmentoinnin takia paikallismarkkinoilla. Tällöin ratkaisevana tekijänä on kuinka pitkä säde eli maantieteellisen segmentin raja yrityksen ympärille piirretään, jotta yrityksellä olisi riittävä määrä asiakkaita. Maantieteellisen segmentoinnin lisäksi yrityksen täytyy ryhmittellä asiakkaansa myös muita segmentointiperusteita käyttäen, kuten iän tai sukupuolen mukaan. (Rope 2011, 37.)

Hyvinvointialan yrityksen kannattaa segmentoinnissaan huomioida mahdollisuuksien mukaan suurena potentiaalisena asiakasryhmänä ikääntyvät ihmiset. Teollistuneiden maiden väestön odotettu keskimääräinen elinikä nousee jatkuvasti, sillä joka neljäs vuosi odotettua elinikää nostetaan yhdellä ikävuodella. Nykyisin ikääntynyt väestö on aikaisempaa terveempää, aktiivisempää, vaikutusvaltaisempaa ja varakkaampaa. Kulutuskysynnän keskeisenä asia onkin, miten kasvava väestönosa, ikääntyvät kuluttajat, käyttävät eläkkeelle siirtymisensä jälkeen vapaa-aikansa ja taloudelliset varansa. Senioriväestön keskuudessa suuressa kysynnässä ovat etenkin palvelut ja tuotteet, jotka auttavat ihmisiä pysymään nuorekkaina ja huolehtimaan ulkonäöstä, tuntemaan ihmiset hyvinvoiviksi sekä ehkäisemään sairauksia ja pidentämään elinikää. Ikääntyneet muodostavat jatkuvasti suurenevan joukon terveys- ja hyvinvointipalveluiden kuluttajina. (Suontausta & Tyni 2005, 49.) Pohjois-Karjalan väestö ikääntyy keskimääräisesti muuta Suomea nopeammin, sillä yli 75-vuotiaiden määrän ennustetaan lähes kaksinkertaistuvan vuodesta 2007 vuoteen 2030 mennessä. Vuonna 2007 yli 75-vuotiaita oli Pohjois-Karjalassa 9 100 ja vuoteen 2030 mennessä yli 75-vuotiaita ennustetaan olevan noin 18 000. (Josek 2010.)

Asiakassuhteiden hallinta

Yrityksen on tärkeää keskittyä perustamisvaiheessa uusien asiakkaiden hankintaan. Asiakassuhteiden hoitamiseen kuuluu lisäksi asiakassuhteiden ylläpito, jotta asiakkaat jatkaisivat yrityksen tuotteiden ja palveluiden käyttämistä. Oikeanlaisen asiakassuhteiden hallinnan avulla yritys saa uskollisia kanta-asiakkaita, jotka markkinoivat ja suosittelevat myös itse yrityksen palveluita ja

tuotteita muille kuluttajille. Yrittäjän on oleellista pystyä erottamaan, asiakassuhteiden hallinnassa, kannattavat ja kannattamattomat asiakkaat. Tällöin yrityksen on helpompi panostaa toiminnassaan ja asiakassuhteiden hallinnassa kannattavien asiakkaiden säilyttämiseen sekä kannattamattomien asiakkaiden asiakassuhteiden ja markkinoinnin kehittämiseen. (McKinsey & Company 2000, 83.)

Karlöfin ja Helin Lövingssonin (2006, 93) mukaan asiakkaan saama arvo on pienissä yrityksissä suurempi kuin suurissa yrityksissä. Asiakkaiden eli markkinoiden läheisyys merkitsee, että erilaiset seikat huomataan pienissä yrityksissä herkemmin kuin suurissa. Asiakkaan käyttäytymisestä, reaktioista ja tunteista pieni yritys voi huomata muutokset nopeammin, jolloin yritys voi myös toimia joustavammin ja asiakaslähtöisemmin.

5.6 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelmalla tarkoitetaan ideoita, joiden avulla yrityksen tuotteet tai palvelut markkinoidaan asiakkaille. Markkinointisuunnitelma on tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa, sillä sen avulla asiakas päättää tarvitaanko yritystä, sen tuotteita ja palveluja. Markkinointisuunnitelman pohjana on yrityksen tarkka ja kokonaisvaltainen tiedon kerääminen ja analysointi, joiden pohjalta tehdään tarvittavat päätökset. Informaatiota yrityksen tulisi kerätä yrityksen toimialasta, kilpailusta ja markkinointitavoista (kuvio 7).

(Lipiäinen 2000, 84, 86, 98)



Kuvio 7. Yleisen tutkimusstrategian komponentit (Lipiäinen 2000, 98).

Markkinointi on yrityksen ulospäin näkyvin toiminto, jonka perusteella kuluttajat luovat käsityksensä yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista. Nykyisin markkinointina pidetään mainonnan ja myyntityön lisäksi asiakassuhteiden luomista,

tuotekehitystä sekä asiakkaiden tarpeiden täyttämistä. Yrityksen markkinoinnin tehtäviä ovat muun muassa yrityksen olemassaolon ja palveluiden tiedottaminen, myönteisen kuvan luominen, kiinnostuksen ja ostohalun herättäminen sekä asiakassuhteiden kehittäminen ja ylläpito. (Bergström & Leppänen 2007, 9-10.)

Markkinoinnin yhdeksi tärkeimmäksi tehtäväksi on noussut todellisen lisäarvon tuottaminen, josta asiakas on valmis maksamaan toistuvasti, samalla yritystä mainostaen. Kuitenkin lisäarvon tuottaminen asiakkaille on vaikeutunut, koska erilaisia tuotevaihtoehtoja on paljon tarjolla sekä tuotteet muistuttavat yhä enemmän toisiaan. (Leppäsen 2007, 16.) Nykyisin kuluttajien tavoittaminen on helpompaa, mutta heidän huomionsa kiinnittäminen yhä vaikeampaa. Markkinoinnin kehitykseen 2000 -luvulla on vaikuttanut muun muassa kansainvälistymisen myötä uudistunut kilpailuympäristö, viestintäteknologian kehitys ja monipuolistunut mediaympäristö. Yhdeksi yrityksiä menestystekijäksi on noussut kyky pystyä herättämään ihmisissä mieleenpainuvia mielikuvia monissa eri mediaympäristöissä. (Hollanti & Koski 2007, 14.)

Perustettavan yrityksen ongelmana on, etteivät kuluttajat tiedä yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista. Yrittäjän tehtävänä on suunnitellun markkinoinnin avulla saada itsensä ja palvelunsa näkyviin. Yrittäjän on luotava mielikuvia asiakkaille: yrityksen palvelut ovat laadukkaita, tarpeellisia, edullisempia tai parempia kuin kilpailijoiden palvelut. (Bergström & Leppänen 2007, 9.) Markkinoinnissa huomioon otettavia asioita ovat muun muassa asiakasryhmät ja markkinointibudjetti, jonka yrittäjä on suunnitellut markkinointiin, myyminen ja myyntityöhön. Monen aloittavan yrityksen ongelmana on liian vähäinen rahallinen panostaminen alkumarkkinointiin. (Raatikainen 2012, 94–95.)

Hyvinvointialalla markkinointi on enemmän asiakaskeskeistä kuin tuotekeskeistä. Asiakassuhdemarkkinoinnissa pohjana on asiakaslähtöisyys, jonka perusteella yritys kehittää, tuottaa ja markkinoi asiakkaiden tarpeisiin vastaavia tuotteita ja palveluja. Tarkoituksena on pyrkiä asiakastyytyvyyteen ja uskollisuuteen sekä näiden kautta kanta-asiakassuhteisiin. Asiakassuhdemarkkinointi on suhteiden luomista sekä kehittämistä pyrkimyksenä saada niistä kannattavia ja pysyviä. (Lahtinen & Isoviita 2004, 8.)

5.6.1 Myyntitavoitteet

Yrityksen tulee arvioida myynnin tulevaisuuden kehitystä. Erityisesti huomiota tulee kiinnittää tunnuslukujen ja asiakassuhteiden kehittymiseen sekä tulevaisuuden myyntimäärään, asiakkaisiin ja ajankäyttöön. Myyntitavoitteen on tarkoitus olla käsitys siitä, kuinka paljon palveluja täytyy myydä, jotta asetetut tavoitteet saavutetaan. Yrityksen on tärkeää pyrkiä luomaan mahdollisimman luotettava ja realistinen myyntitavoite, joka ohjaa yrityksen toimintaa. Liian pieni myyntitavoite ei tuota yritykselle maksimaalista voittoa ja liian korkeat tavoitteet jäävät usein saavuttamatta. Myyntitavoitteita toteutumista mitataan ja seurataan myyntiennusteiden avulla. Tavoitteiden saavuttamiseksi on tärkeää asettaa myös välitavoitteita, jolloin toimintaa voidaan ohjata erilaisin toimenpitein oikeaan suuntaan. (Laine 2008, 259–260, 267.)

Myyntitavoitteita on mahdollista laskea muun muassa kannattavuuslaskelman avulla. Kannattavuuslaskelma kertoo yrityksen vuoden tai vähintään muutaman kuukauden ennakkoidun tuloksen. Kannattavuuslaskelman avulla yrittäjä voi arvioida, kuinka paljon palveluita täytyy myydä, jotta rahat riittävät elämiseen sekä liiketoiminnasta aiheutuvien kulujen maksamiseen. Tällöin puhutaan usein myös kriittisen pisteen eli myynnin minimitason selvittämisestä. (Kainlauri 2007, 109.)

5.6.2 Markkinoinnin kilpailukeinojen kehittäminen

Markkinoinnin kilpailukeinot koostuvat tuotteista, hinnasta, myyntityöstä ja jakelusta. Kokonaisuutta kutsutaan myös nimellä markkinointimix. Erityisesti toimialoilla ja tilanteissa, joissa kilpailijoiden tuotteet ovat asiakkaiden mielestä yhtä hyviä, tuotteen menestymisen kasvavassa kilpailussa vaikuttaa vahvasti myös palvelun laatu sekä muut markkinointitoimenpiteet. Kuluttajat tekevät usein ostopäätöksensä asiakaspalvelun, suositusten, yrityksen ja tuotteen maineen, tuloksellisen mainonnan tai osaavan myyntityön perusteella. (Lahtinen & Isoviita 2004, 2.)

Tuotteet ja palvelut

Tuote on yrityksen kilpailukeinojen perusta, sillä muiden kilpailukeinojen menettelmät riippuvat yrityksen asiakkailleen tarjoamista tuotteista ja palveluista. Tuote voi olla mitä tahansa, mitä tarjotaan ostettavaksi tai kulutettavaksi tarkoituksena täyttää asiakkaan mielihaluja ja tarpeita. Asiakas ostaa hyötyä ja mielihyvää, joita tuote tai palvelu hänelle tarjoaa. (Bergström & Leppänen 2007, 112, 115.) Yrityksen valikoima- ja lajitelmaratkaisut ovat tärkeitä päätöksiä toiminnan kannalta. Valikoimien muodostamisessa yrityksen on huomioitava tavoitteensa, voimavaransa, kilpailutilanteensa ja kuluttajien ostotavat. Yrityksellä voi olla ydinpalveluiden lisäksi oheispalveluja ja – tuotteita, jotka luovat lisäarvoa ydintuotteelle. Oheispalvelujen avulla yritys voi muokata tuotetarjouksensa asiakkaiden yksilöllisiä tarpeita vastaaviksi. (Lahtinen & Isoviita 2004, 77.)

Palveluyrityksissä kaiken ytimenä on asiakkaille tarjottava palvelu. Nykypäivän kilpailussa pelkästään ydinpalvelu ei riitä hyvien tuloksien tuottamiseen eikä pysyvään markkina-asemaan. Yrityksille on tärkeää pystyä tuottamaan palvelujen lisäaineokset kilpailijoitaan paremmin, sillä asiakkaan tyytymättömyys ei yleensä liity ydinpalveluun vaan ydintä ympäröiviin osa-alueisiin. (Grönroos 2009, 55) Palveluyrityksessä koko yrityksen toiminta ja palvelutapahtuma ovat markkinointia. Hyvä palvelu muodostuu ilmapiiristä, palvelukokonaisuudesta, laadusta sekä palvelun tuotannosta. (Lahtinen & Isoviita 2004, 40.)

Nykyisin yhä enemmän markkinoinnissa korostuvat yksilöllisyys ja elämyksellisyys. Asiakkaat haluavat yhä enemmän vaikuttaa tavaroiden ja palvelujen ominaisuuksiin sekä palvelutapaan. Nykypäivänä tuotteiden ja palveluiden tulisi olla ainakin jossain määrin räätälöitävissä asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Palveluilta odotetaan enemmän laatua, vaihtoehtoja sekä korostettua yksilöllisyyttä. (Bergström & Leppänen 2007, 15.)

Hinnoittelupolitiikka

Yritys tekee hintapolitiikassa yksityiskohtaisia päätöksiä palvelujen hintatasosta, jossa määritellään sekä tuoteryhmien että yksittäisten tuotteiden ja palveluiden yleisesti noudatettavat tasot. Yrityksen hintapolitiikka määrittää myös kuinka ja milloin yritys muuttaa markkinoilla olevien tuotteidensa ja palvelujensa hintoja. Hintapoliittisiin toimenpiteisiin kuuluvat lisäksi alennukset ja maksuehdot. (Lah-
tinen & Isoviita 2004, 100.)

Hinta on yrityksen merkittävä kilpailukeino, sillä hinta vaikuttaa suoraan yrityk-
sen kannattavuuteen. Tuotteet ja palvelut hinnoittelussa on huomioitava muun
muassa asiakkaiden maksuvalmius, kilpailukykyisyys, kannattavuus ja voiton
maksimointi. Hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä ovat myös kustannukset, yrityk-
sen tavoitteet, julkisen vallan määräykset ja säännökset, kilpailu, hintatietoisuus
sekä kysyntä. (Bergström & Leppänen 2007, 139–140.) Kehityksen myötä kulut-
tajat ovat yhä tietoisempia globaalista tarjonnasta ja markkinahinnoista. Tämän
johdosta hinnoittelustrategioiden ja saatavuuden merkitys ovat korostuneet.
(Hollanti & Koski 2007, 14.)

Myyntikanavat

Markkinoinnissa on huomioitava, mitä kanavia käytetään yrityksen tuotteiden,
palveluiden ja brandien myynnissä. Harkittaessa myyntikanavien valintastrate-
gioita on huomioitava, että asiakas ostaa tyypillisesti tuotetta kolmelta – neljältä
eri myyjältä. (Lipiäinen 2000, 191.) Markkinointia suunniteltaessa yrittäjän on
tiedettävä valittujen asiakasryhmiensä mediakäyttö, esimerkiksi mitä lehtiä ja
ohjelmia asiakasryhmä mahdollisesti seuraa vai tavoittaako yrittäjä asiakkaat
paremmin postin tai Internetin välityksellä. Yrittäjän on myös selvitettävä millai-
nen viesti puhuttelee ostajaa ja saa ostajan vakuuttuneeksi. (Bergström & Lep-
pänen 2007, 78.)

Hyvinvointipalveluiden markkinoinnissa on huomattu, että syksyllä ja joulun lä-
hettyvillä postitetut markkinointikirjeet ja lehtimainonta lisäävät myyntiä. Markki-

nointikirjeet ja lehtimainonta toimivat lähinnä muistutuksena ja virikkeenä lahjan etsijöille. (Lipiäinen 2000, 138.) Yhtenä merkittävänä myyntikanavana hyvinvointialalla on myös niin sanottu puskaradio, jonka avulla yrityksellä on mahdollisuus saada lisää asiakaskuntaa. Asiakkaan kokemus laadukkaasta, odotukset täyttävästä palvelukokonaisuudesta saa asiakkaan kertomaan positiivisesta kokemuksestaan myös muille kuluttajille, ystäville ja perheenjäsenille mainostajan samalla yritystä. (Kivimäki 2008, 24.)

Viestintä

Markkinointiviestintä on yrityksen asiakkaisiin ja muihin sidosryhmiin kohdistamaa viestintää. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on varmistaa kysyntä viestimällä yrityksen tuotteista ja palveluista sekä muista markkinoinnin kilpailukeinoista. Markkinointiviestintään sisältyy mainonta, suhde- ja tiedotustoiminta, henkilökohtainen myyntityö ja myynnin edistäminen. (Hollanti & Koski 2007, 21.) Yrityksen viestimien mielikuvien ja lupauksia tulisi olla rehellisiä ja yhteneväisiä yrityksen toiminnan kanssa. Etenkin pienyrittäjien ei kannata muodostaa persoonansa ja toimintansa välille ristiriitaista viestintää. (Kainlauri 2007, 79.)

Yhtenä tärkeänä viestinnän keinona ja myyntikanavana hyvinvointipalveluiden myymisessä on henkilökohtainen myyntityö. Henkilökohtainen myyntityö ei ole aina kaikkein kustannustehokkainta, mutta on tärkeä osa viestin ymmärtämisessä ja kaupan varmistamisessa. Henkilökohtaisen myyntityön etuja ovat muun muassa molemminpuolinen luottamus ja kommunikointi, vuorovaikutus sekä myyjä saa käsityksen ostajan tarpeista. Kommunikointi asiakkaan kanssa säästää myös suuren määrän aikaa tarpeettomalta markkinointiviestinnältä sekä niiden kustannuksilta. (Lipiäinen 2000, 129, 197.) Tulevaisuudessa mainonnan ja viestinnän tulisi olla yhä yksilöllisempää, sillä asiakkaat haluavat vastaanottaa markkinointiviestintää itse valituilla tavoilla ja itselle sopivaan aikaan. (Bergström & Leppänen 2007, 16.)

5.7 Palvelujen tuottamissuunnitelma

Palveluprosessi

Palveluprosessia eli – tapahtumaa kuvataan yleensä vaiheittaisena prosessina. Yrityksen tavoitteena on luoda palvelujen ja tuotteiden avulla arvoa asiakkaalle erilaisia liiketoimintaprosesseja hyväksi käyttäen. Asiakkaan kokemassa arvossa koko palveluketjulla palveluprosessin alusta loppuun on tärkeä merkitys. Prosessilla tarkoitetaan toisiinsa yhdistyvää toimintojen kokonaisuutta ja prosessin läpiviemiseen tarvittavia voimavaroja. (Laamanen & Tinnilä, 2009, 121.) Asiantuntemusta vaativissa palveluprosesseissa ja tuotannossa korostuu ihmisten välinen vuorovaikutus. Tutkimusten mukaan henkilökohtaisen vuorovaikutuksen ollessa suuri, parantaa se myös mielikuvaa palvelun tuottajasta sekä luo uskottavuutta yritystä ja tuottajaa kohtaan. Koettuun palvelun laatuun ja odotuksiin vaikuttaa paljon asiakkaan mielikuvat yrityksestä. (Kinnunen 2004, 13, 17.) Lisäksi asiakkaiden mielikuvaan yrityksestä vaikuttaa myös palveluympäristö. Palvelualoilla on tärkeää kiinnittää huomiota palveluympäristöön, sillä ympäristöllä on suuri merkitys palveluprosessin onnistumisen ja asiakastyytyväisyyden kannalta. (Lahtinen & Isoviita 2004, 43.) Toimintaympäristöstä, kuten esimerkiksi liiketilasta saadaan viihtyisiä ja toimiva värien, kalusteiden, valojen ja sisustuksen avulla.

Palvelujen kehittäminen

Nykyisin nopeasti muuttuva toimintaympäristö asettaa jatkuvasti uusia vaatimuksia yritysten kehittämiselle. Asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset, trendien muutokset, koveneva kilpailu sekä teknologian kehitys, pakottavat yritykset yhä aktiivisempaan kehittämiseen. Yrityksen kehittämiseksi voidaan luokitella kaikki yritykselle sekä sen asiakkaille lisähyötyä antava toiminta. Yrityksen tulisi kehittää koko yritystoimintaa. (Lojander & Suonpää 2004, 155.) Palvelualojen innovaatioiden vaikutuksien arvioiminen ja mittaaminen, esimerkiksi tuottavuuden paranemisena, on kuitenkin haasteellisempaa kuin tavaroiden tuotannossa. Palvelualoilla kehittämistoiminnalla voidaan tarkoittaa esimerkiksi palvelujen laadun tai asiakastyytyväisyyden parantamista. (Hallipelto 2008, 37.)

Yhtenä yrityksen menestymisen keinona voivat olla tuotteiden ja palveluiden erilaistaminen sekä laadun ja palveluiden kehittäminen. Lisäksi tärkeänä osana on myös asiakaspalvelun kehittäminen. Asiakaspalvelun parantaminen voi olla haastavaa, sillä asiakkaat, palvelutilanteet ja -kokemukset ovat jokaisella asiakkaalla erilaiset. Asiakkaiden kokiessa saman palvelun eri tavoin asiakaspalvelun tasoa on vaikea saada tasalaatuiseksi. Palvelujen kehittämisessä yrittäjän tulisi perehtyä asiakkaiden odotuksiin sekä kokemuksiin, joiden vertailu kuvaistaa asiakaspalvelun laatua. (Bergström & Leppänen 2007, 86, 98.) Palvelujen kehittämisessä keskeiseksi asiaksi nousevat tuotantoprosessit, sillä palvelujen kuluttamisen ja tuottamisen toimenpiteet tapahtuvat samanaikaisesti (Kinnunen 2004, 29).

5.8 Henkilöstösuunnitelma

Sidosryhmät

Sidosryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Yrityksen sisäisiä sidosryhmiä ovat yrityksen johto, henkilöstö ja omistajat. Ulkoisia sidosryhmiä ovat muun muassa asiakkaat, julkinen valta, lainanantajat, tavarantoimittajat ja kilpailijat. Nykyään yritystoiminta on sidosryhmien kanssa käytävää yhteistyötä, joissa henkilökohtaisilla suhteilla on suuri merkitys. Yrityksen menestymiseen vaikuttaa se kuinka hyvät ja luottamukselliset suhteet yrittäjä pystyy luomaan sidosryhmiin. (Lojander & Suonpää 2004, 14.) Yrityksen kannattaa pyrkiä tavarantoimittajien kanssa laajaan yhteistyöhön. Yhteistyön sujuessa moitteettomasti ja tuotteiden hinnoittelun ja laadukkuuden ollessa hyvät yrittäjän on helppoa hankkia uudetkin tuotteet samoilta toimittajilta. Tavarantoimittajat voivat myös lähettää esimerkiksi näytteitä, joiden perusteella ostaminen helpottuu. (Bergström & Leppänen 2007, 73.)

Toiminnan kehittäminen

Yrityksen laadukkaaseen palveluun vaikuttaa voimakkaasti yrityksen henkilöstön osaamistaso, sillä henkilöstön on osattava tehdä työnsä kerralla oikein. Henkilöstön taitojen ollessa riittämättömät kärsii myös palveluprosessin tekninen laatu. Henkilöstön osaamisella ja osaamisen kehittämällä on vaikutusta sekä yrityksen palvelujen laatuun että tuottavuuteen. (Grönroos 2009, 297–298.)

Yrityksen kokonaisosaamisen kuvaaminen antaa tietoa eri tehtävien vaatimasta osaamisesta sekä kehityksen suunnittelusta. Yrityksen näkyvää ja näkymätöntä osaamista voidaan hyödyntää kokonaisvaltaisesti, kun yritys on selvittänyt mitä osaamista yritys tarvitsee tulevaisuudessa sekä mitä osaamista yrityksellä jo on. Kokonaisvaltaisen osaamisen ja kehityssuunnitelmien kuvaamisen jälkeen yritys voi hyödyntää, kehittää ja vahvistaa osaamistaan parhaalla mahdollisella tavalla tulevaisuuden tavoitteiden saavuttamiseksi. (Hätönen 2005, 9.)

Työhyvinvointi

Työmotivaatiolla tarkoitetaan ihmisen sitoutumisen astetta työtehtäviensä ja yhteisönsä kannalta sekä työntekijän valmiutta ponnistella organisaation menestymisen eteen. Henkilön täytyy kokea työnsä merkitykselliseksi ja tärkeäksi sekä kokea henkilökohtaista vastuullisuutta työsuorituksistaan. Lisäksi henkilön pysymiseen motivoituneena ja tehokkaana täytyy hänellä olla realistinen kuva yrityksen tulevaisuudesta, työstään ja osaamisestaan. Palautteen ja odotuksien työn tuloksista täytyy olla riittäviä ja säännöllisiä. (Flink, Reiman & Hiltunen 2007, 274–275.)

Hyvinvoiva henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara, sillä työhyvinvoinnilla on vaikutusta yrityksen kilpailukykyyn, kannattavuuteen ja imagoon. Hyvinvoiva henkilö on muun muassa motivoituneempi, innovatiivisempi ja voimavaraisempi, joilla on suoraan vaikutusta yksilön tuottavuuden kasvuun, sairauspoissaolojen ja tapaturmien vähentymiseen ja työn laadun paranemiseen. Työterveyslaitos

on julkaissut monenlaisia muun muassa työhyvinvointiin, ergonomiaan ja työympäristöön ja – kykyyn liittyviä artikkeleja ja dokumentteja. Työterveydenlaitoksen julkaisuja on muun muassa ”Yrittäjän työterveyshuolto – opas työterveyshuollon toteuttamiseksi”. (Työterveyslaitos 2012.)

5.9 Taloussuunnitelma

Aloittavan yrityksen huolellinen talouden suunnittelu on tärkeää, minkä oleellinen osa on erilaisten talouslaskelmien tekeminen. Yrittäjä pystyy arvioimaan toimintansa kannattavuutta meno- ja tulolaskelmien avulla. Laskelmat ovat yrittäjää itseään ja sidosryhmiä varten, joiden avulla yrittäjä osoittaa liiketoimintansa kannattavuuden. (Kainlauri 2007, 107.)

Laskelmat on hyvä tehdä vuosi-, kuukausi- tai päivätasolla, jotta yrittäjä näkee kuinka paljon myyntiä täytyy olla päivässä, jotta liiketoiminta olisi kannattavaa. Monesti laskelmat osoittavat muuten hyvän liiketoimintasuunnitelman epärealistisuuden, jos tulot eivät riitä kattamaan toiminnasta syntyneitä kustannuksia. Etenkin toiminnan alkuvaiheessa yritys joutuu taistelemaan olemassaolostaan, jolloin tarkat taloudelliset laskelmat auttavat yrittäjää tietämään liiketoiminnan kehityksen. Yrittäjällä kannattaa olla käytössään pääomaa hiukan enemmän kuin mitä laskelmat osoittavat. Aloittavan yrityksen ongelmia ovat muun muassa pääoman ja vakuuksien puute, koska tulo-rahoitusta ei vielä ole toiminnan alkuvaiheessa. Yrittäjän kannattaa tehdä tarkat selvitykset rahamäärän tarpeesta ja pääoman hankinta paikoista. Yrittäjän on selvitettävä rahoitustarpeen määrä liiketoiminnan käynnistämisen ja alkuvaiheen pyörittämiseen sekä muihin pakollisiin menoihin ja investointeihin. (Lojander & Suonpää 2004, 31.)

Toiminnan rahoitus

Yrityksen perustamiseen liittyvistä toiminnoista rahoituksen järjestäminen on yksi oleellisimmista ja haasteellisimmista. Pääomasijoittajat kiinnostuvat ainoastaan yritysideoista, joihin on laadittu tarkka ja yksityiskohtainen liiketoiminta-

suunnitelma. (McKinsey & Company 2000, 14.) Yritystoiminta ja sen mahdollinen kasvu sekä investoinnit on mahdollista rahoittaa tulorahoituksella, pääomarahoituksella tai muilla rahoitusmuodoilla eli vieraalla pääomalla kuten esimerkiksi lainalla. Yritystoiminnan pitkällä aikavälillä ainoastaan tulorahoitus mahdollistaa menestyvän liiketoiminnan. Pitkällä aikavälillä yrityksen on pyrittävä saamaan toimintansa pyörimään tulorahoituksella eli yrityksen myyntituloilla, vuokra- ja pääomatuloilla ja mahdollisilla muilla satunnaisilla tuloilla. (Miettinen, Linnosmaa & Kannisto 2010, 259.)

Yrityksen perustamisvaiheessa selvitetään investointien eli alkupääoman tarve sekä ensimmäisten kuukausien juoksevien kulujen määrä. Alkupääoman tarve vaihtelee toiminnan ja tarjottavien palvelujen mukaan. Investointeihin kuuluvat kaikki kulut, jotka ovat oleellisia yritystoiminnan perustamisen kannalta. Investointeja voivat olla esimerkiksi toimitilat, työskentelyvälineet, kalusteet ja kuluneuvot. Investointikuluihin ja laskelmiin kannattaa lisätä myös kustannusylitysvaraus. (Kainlauri 2007, 108.) Normaalialueen taloustilannetta heikommalla näkymällä Suomen taloudessa ovat vaikuttaneet myös investointien vähyytenä. Kuitenkin vaihtelut ovat suuria muun muassa toimialasta ja yrityksen koosta riippuen. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2012.)

Yritystoiminnan voi aloittaa ilman omaa sijoitusta, kuten rahaa tai muuta rahanarvoista omaisuutta, mutta aloittaminen on yksinkertaisempaa ja turvallisempaa, jos yrittäjällä on jo kohtuullinen pääoma sijoittaa yritykseensä. Ulkopuolinen rahoitus koostuu lainarahoituksista ja muista ulkopuolisista rahoituksista. Yleisimpiä rahoitusmuotoja ovat

- Työ- ja elinkeinotoimistolta haettava starttiraha,
- TE-keskuksen pienten ja keskisuurien yritysten investointi- ja kehittämishoidot,
- Finnveran lainat, kuten pienlainat ja naisyrittäjälainat,
- Tekesin kautta haettava rahoitus sekä
- pankkilainat. (Kainlauri 2007, 113–114.)

Naisyrittäjälaina on suunnattu yrityksille, joissa naiset ovat enemmistöosakkaina ja yritystoimintaa johtaa yksi naisomistaja. Naisyrittäjälainaa saava yritys voi olla toimintaansa aloittava yritys tai toimiva yritys, jossa työskentelee enintään viisi henkilöä. Naisyrittäjälainan tarkoituksena on käyttää laina yrityksen liiketoiminnan kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin sekä muihin liiketoiminnan aloittamis- ja laajennustoimintoihin ja yrityksen kehittämiseen.. (Holopainen 2012, 170.)

Talouden seuranta ja ennusteet

Yrityksen menestymisen ja kannattavuuden kannalta talouden seurannalla on suuri merkitys. Talouden tarkalla ja yksityiskohtaisella seurannalla pyritään välttämään ennalta arvaamattomat taloudelliset kriisit, jolloin tilanteen korjaaminen voi olla liian myöhäistä. Yrityksen olisikin tärkeää kehittää itselleen systemaattinen talouden seurantamalli, jonka avulla yrityksen talouden seuranta olisi helppoa. (Viitala & Jylhä 2001, 132.)

5.10 Riskien arviointi

Yrityksen liiketoimintaan liittyvät riskit ovat joko yrityksen omasta toiminnasta syntyneitä riskejä tai toimintaympäristön muutoksista johtuvia riskejä. Yrityksen toiminnan kannalta yrittäjän on pyrittävä tunnistamaan riskit ajoissa sekä arvioitava niitä jatkuvasti. Yrityksen perustamisvaiheessa riskit halutaan usein kertoa ja jakaa sijoittajien kanssa, sillä riskien totuudenmukainen, perusteellinen ja avoin käsitteleminen kohentaa ja voimistaa sijoittajien luottamusta yritystä kohtaan. Riskien sisällyttäminen liiketoimintasuunnitelmaan kertoo liikeidean kokonaisvaltaisesta pohtimisesta sekä suunnitelmien perustumisesta realistisiin arvioihin liiallisen optimistisuuden sijasta. (McKinsey & Company 2000, 123–124.)

Yksi vakiintuneimmista tavoista luokitella yrityksen riskit on jakaa ne neljään riskilajiin, jotka ovat strategiset, operatiiviset, taloudelliset ja vahinkoriskit (Immonen, Kallio, Koskinen & Rajamäki 2010, 70). Yritykseen kohdistuvia vahinko-

riskejä ovat esimerkiksi tulipalot, ilkivalta ja murrot, joilta yritys voi välttyä vakuutuksien avulla. Taloudelliset riskit ovat usein niin kutsuttuja kaksipuolisia riskejä, joihin liittyy aina sekä voiton että tappion mahdollisuus. Taloudelliset riskit voidaan jakaa edelleen perusliiketoiminnan riskeihin ja rahoitusriskeihin. Rahoitusriskeihin kuuluvat maksuvalmius-, markkina- ja luottoriskit. Operationaaliset riskit voivat johtua yrityksen puutteellisista järjestelmistä, toimintatavoista tai valvontarutiineista. (Kinnunen, Leppiniemi, Puttonen & Virtanen 2002, 239–240.) Hyvinvointialan yrityksissä teknologian sovellukset ovat esimerkiksi asiakkaiden kanssa pidettävää yhteydenpitoa Internetin välityksellä, sähköisiä asiakastietojärjestelmiä, hoito- tai palvelusuunnitelmia ja toimitilojen turvateknisiä menetelmiä (Kainlauri 2007, 53).

5.10.1 Riskianalyysi yrityksen suurimmista riskeistä

Yrityksien tulisi tehdä tietyn aikavälein riskianalyyseja. Yrityksen riskianalyysin vaiheet ovat riskien tunnistaminen, todennäköisyyden ja niiden suuruuden arviointi. (Sutinen & Viklund 2005, 146.) Riskien analysoimisessa yrityksen on pyrittävä mahdollisimman yksityiskohtaiseen analysointiin niin riskien syiden kuin riskien vaikutuksien ja todennäköisyyksien alueilta. Riskien vaikutuksien ja toteutumisen todennäköisyyksien ymmärtäminen mahdollistavat riskien vertailumisen toisiinsa sekä riskien tärkeysjärjestykseen asettamisen. Analysoinnin lopputuloksena yrittäjän on helpompi käsittää, mitkä ovat merkittävimpiä haittoja ja vahinkoja aiheuttavia riskejä, mitkä riskit ovat vaarallisia yritystoiminnan kannalta sekä mitkä pienet riskit toistuisivat liian usein. (Immonen ym. 2010, 86.)

5.10.2 Riskienhallinta

Yrityksen tunnistettuaan yritystoimintaansa koskevat riskit riskianalyysin jälkeen, yrittäjän on valittava riskienhallintakeinot eli riskienhallintastrategiansa. Riskienhallinnan keinot on mahdollista jakaa neljään ryhmään. Yrittäjän mahdollisuudet ovat riskin välttäminen, riskin siirtäminen, riskin pienentäminen sekä riskin hyväksyminen. Riskienhallinnassa käsitellään yrityksen toimenpiteitä ris-

kien ilmaannuttua sekä yrityksen mahdollisia riskejä ehkäiseviä toimenpiteitä. Tavoitteena on pyrkiä mahdollisimman tehokkaaseen resurssien käyttöön löytämällä sopivat ja oikeat keinot jokaisen riskin osalta. (Sutinen & Viklund 2005, 146–147.)

Riskienhallinnan tavoitteena on tukea yrityksen päätöksentekoa, jotta yrittäjä voi tehdä päätöksiä tietoisena riskeistä sekä tehtyjen päätösten vaikutuksista yrityksen riskikokonaisuuteen. Riskienhallinnan jatkuva ylläpito edellyttää yrityksen riskikuvan jatkuvaa päivittämistä. Riskien hallinnointi ja päätösten tekeminen edellyttävät analysointia, jotta vaikutukset myös ymmärrettäisiin. Yrityksen on myös hyvä tiedostaa oma riskinkantokykynsä sekä riskinottohalunsa siitä kestääkö yritys liiketoimintapäätösten mukana tulevat riskit ja haluaako yritys edes ottaa enää uusia riskejä. Aloittavassa yksityisyrittäjäydessä riskienhallinnalla on tärkeä rooli, etenkin jos yrityksen alkuaika on haasteellinen. Yksikin vääränlainen ratkaisu voi muodostaa riskin, joka pakottaa yrityksen lopettamaan. Pienissä yrityksissä riskienhallinta voi olla avuksi tehtävien päätösten ja kehityksien valmistelussa ja arvioimisessa. (Immonen ym. 2010, 12, 49.)

Riskienhallintaprosessin kaikki elementit huomioon ottava kokonaisuus muodostuu viidestä vaiheesta, joita ovat tavoitteiden määrittely ja kohdentaminen, riskien tunnistaminen ja arviointi, riskienhallintatoimenpiteet mukaan lukien suunnittelu ja toteutus, riskien raportointi ja seuranta sekä toteutettujen riskienhallintatoimenpiteiden arviointi ja jatkuva seuranta. (Immonen ym. 2010, 92.)

Yrityksen vakuutuksen riskienhallinnan keinona

Yrittäjällä on mahdollisuus ottaa erilaisia vakuutuksia yritystoimintaan liittyvien riskien minimoimiseksi. Vakuutukset ovat yritystoiminnan riskienhallinnan peruskeinoja, joiden tavoitteena on riskien siirtäminen vakuutusyhtiöille. Yritys suunnittelee omat vakuutustarpeensa yrityksensä koon, taloustilanteen, toimialan ja kilpailun perusteella. (Lojander & Suonpää 2004, 73.) Yrittäjän pakollinen vakuutus on yrittäjäeläkevakuutus. Lisäksi muita vakuutuksia ovat yrityksen koosta ja henkilömäärästä riippuen työntekijöiden eläkevakuutus, tapaturmava-

kuutus, työttömyysvakuutus, työntekijöiden ryhmähenkivakuutus sekä yrittäjän tapaturmavakuutus ja henkivakuutus. Yrittäjällä on mahdollisuus liittyä myös yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi, jos hän haluaa itselleen ansiosidonnaisen työttömyysturvan. Yrittäjien työttömyyskassoja pitävät Ammatinharjoittajien ja Yrittäjien Työttömyyskassa (AYT) ja Suomen Yrittäjien Työttömyyskassa (SYT). (Holopainen 2012, 53, 127, 133.)

Kiinteistöön kohdistuvia vakuutuksia ovat muun muassa palo- ja kiinteistövakuutukset. Liiketoimintaan liittyviä vakuutuksia ovat keskeytys-, oikeusturva- ja yrityksen vastuuvakuutus sekä tuotevakuutus. Irtaimiston vakuuttamiseen liittyviä vakuutuksia ovat konerikko-, murto-, ryöstö- ja kuljetuskaluston vakuutukset sekä all risk -vakuutus. (Sutinen & Viklund 2005, 149,150.)

Luontaishoitajilla ei ole mahdollisuutta hakea Potilasvakuutuskeskuksen myöntämää potilasvahinkovakuutusta, sillä luontaishoitajat eivät kuulu virallisen terveydenhuollon alaisuuteen (Kouvo-Sillanpää & Sood 2008). Luontaishoitoalan yrittäjällä on kuitenkin mahdollisuus ottaa esimerkiksi Luontaislääketieteen keskusliiton tarjoama hoitovastuuvakuutus, joka kattaa yleisen toiminnan vastuuvakuutuksen, toimenpidevakuutuksen hoidosta aiheutuneille vahingoille, hoidon yhteydessä asiakkaalle sattuvat tapaturmat ja vastuuvahinkojen selvittämiseen liittyvän oikeusturvan. Hoitovastuuvakuutus kattaa siis muun muassa vastuuris- kit, hoitovirheen sattuessa. Hinta hoitovastuuvakuutukselle on 175 euroa vuonna 2013. (Luontaislääketieteen Keskusliitto 2013.)

5.11 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin on yksi yrityksen kehittämiseen käytetty apuväline. Analyysissa yrityksen liiketoimintaa suunnitellaan määrittelemällä ensin yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä yrityksen toimintaympäristöön liittyvät mahdollisuudet ja uhkat. SWOT-analyysin yrittäjän kannattaa tehdä sekä itsestään että liiketoimintaideastaan. Myöhemmin yrityksen jo toimiessa SWOT-analyysia voi soveltaa esimerkiksi verkostosuhteisiin, johtamiseen tai yrityksen henkilöstön analysointiin. Analyysin avulla yrittäjän on helpompaa pohtia toimintaan vaikuttavia

tekijöitä sekä toteuttaa pidemmän aikavälin suunnitelmia. Tärkeää on pyrkiä muuttamaan heikkoudet vahvuuksiksi ja uhkatekijät mahdollisuuksiksi. SWOT-analyysi on hyvä yhteenveto liiketoimintasuunnitelmasta, sillä se vastaa osaltaan riskianalyysiä. (Kainlauri 2007, 34, 41.) Liiketoimintasuunnitelmassa on tehty sekä yrittäjän että yrityksen SWOT-analyysi, jotka on kuvattu lisäksi taulukon avulla havainnollistamisen parantamiseksi.

6 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

6.1 Tutkimusmenetelmät

Menetelmävalinnat tulisi aina pohjautua tutkimustehtävään ja -ongelmaan. Menetelmävalintoja tehdessä täytyy pohtia millaista tietoa tarvitaan ja millaisilla keinoilla tietoa, näkökulmia ja ratkaisuehdotuksia saadaan parhaiten. Erilaisiin menetelmiin perehtyminen on tärkeää, jotta tutkimusta ei tehtäisi nopeiden ratkaisujen pohjalta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 12.) Toiminnallisessa opinnäytetyössä laadullisen tutkimusmenetelmän valinta on toimiva ratkaisu toteutettaessa esimerkiksi selvitys. Laadullinen tutkimusasetus on suosittu vaihtoehto tilanteessa, jossa tarkoituksena on toteuttaa kohderyhmän tai yksilön näkemyksiin ja ajatuksiin pohjautuva idea. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 63.)

Haastattelumenetelmä on yksi käytetyimmistä tiedonkeruutavoista. Haastattelua käytetään tutkimusaineiston saamiseksi, jonka jälkeen aineistoa analysoidaan ja tulkitaan tieteellisen tutkimustehtävän selvittämiseksi. Haastattelujen avulla on mahdollista saada parhaimmillaan perusteellista ja monipuolista informaatiota. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 52.) Anttilan (2006, 195) mukaan halutessamme saada tietoa esimerkiksi ihmisten asenteista, mielipiteistä ja kokemuksista on haastattelu järkevä valinta tutkimusvälineeksi. Haastattelu on myös nopea ja suhteellisen yksinkertainen tapa koota aineistoja ilman että työ määrä kasvaa liian suureksi tai aikataulu pettäisi.

Haastattelutyyppejä ja -tapoja on monia erilaisia, jolloin myös haastatteluja voidaan jakaa eri perustein ryhmiin. Useasti käytetty luokittelutapa perustuu haastattelun kiinteyteen ja jäsentyneisyyteen. Tällöin merkittävässä osassa ovat haastateltavalle annettava liikkumatila sekä haastattelukysymyksien tarkkuus. Haastattelun tarkkuus ja muodollisuus riippuvat siitä, millaista tietoa haastattelulla tavoitellaan. Haastattelutyypit voidaan jakaa kahteen ryhmään, jossa strukturoituhaastattelu eli lomakehaastattelu muodostaa oman ryhmänsä ja puolistrukturoitu ja strukturoimaton haastattelu omansa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43–44.) Erilaisia haastattelumenetelmiä ovat muun muassa avoin ja teema-haastattelu, strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu sekä ryhmähaastattelu.

Teemahaastattelussa on aiempien tutkimuksien ja aiheeseen tutustumisen pohjalta tehdyt aihepiirit, jotka käsitellään haastattelun aikana. Tarkoituksena ei ole edetä yksityiskohtaisia kysymyksiä käyttäen vaan laajemmin ennalta suunniteltujen teemojen avulla, jotka ovat kaikille haastateltaville samat. Haastattelulla ja teemojen käsittelyllä ei ole tiukkaa etenemisjärjestystä. Haastattelussa huomioidaan ihmisten tulkinnat sekä keskustelussa pyritään vapaamuotoisuuteen ja luonnollisuuteen. Tärkeänä osana haastattelua pidetään haastateltavan kokemuksia, mielipiteitä ja perusteluja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 54.)

Tutkimuksissa puhutaan usein myös teoriataustasta. Teoriaa käytetään avuksi tutkimuksen pohjustamiseksi. Tutkija koostaa teoreettisesta viitekehyksestä kokonaisuuden, jossa käsitellään aikaisempia tuloksia useista aiheeseen liittyvistä näkökulmista. Teorian tulisi myös kytkeytyä luontevasti tutkimusongelmaan, jotta kokonaisuudesta muodostuisi looginen. Taustoituksen lisäksi teoriaa tarvitaan aineistonkeruun suunnittelemiseen. Esimerkiksi haastattelukysymyksiä ja –teemoja valittaessa on tärkeää perehtyä myös teoriaan. Teoriaa käytetään myös tehtyjen havaintojen ja tuloksien jäsentäjänä sekä teorian avulla havainnot ja tulokset on helpompi myös tulkita ja analysoida. Teoria antaa tutkijalle uusia näkökulmia, monipuolistaa tulkintoja sekä herättää uusia kysymyksiä. Oman aineiston havainnot ja teoria yhdistyvät, jolloin teoria antaa omille havainnoille vertailukohteen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 10–11.)

Opinnäytetyöni oli toiminnallinen tutkimus, jonka produktina syntyi liiketoimintasuunnitelma. Toiminnallisen opinnäytetyön produktina toteutetaan esimerkiksi jokin tuote, opas, suunnitelma tai tapahtuma. Myös toiminnallisessa opinnäytetyössä tulisi käyttää hyväksi teoreettista viitekehystä ja alan teorioista nousevia tarkastelutapoja omien valintojen perusteeksi. Teoria, käsitteet ja tietoperusta toimivat työn peilauspintoina, joiden kautta tarkastellaan opinnäytetyötä sekä aiheeseen lähestymistapoja, käsitteitä ja valintoja. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 41–42.)

Opinnäytetyössä käytettiin laadullisia tutkimusmenetelmiä ja tutkimusaineisto kerättiin kirjoituspöytä tutkimusmenetelmän ja teemahaastattelujen avulla. Opinnäytetyössä perehdyttiin hyvinvointialan, yrittäjyyden ja talouden nykytilaan ja kehitykseen sekä liiketoiminnan eri osa-alueiden tutkimiseen kirjoituspöytä tutkimusmenetelmän avulla. Opinnäytetyön pohja-aineistona hyödynnettiin aikaisempaan alan kirjallisuutta, artikkeleita, asiantuntijoiden lausuntoja, organisaatioiden ja tutkimuslaitoksien tilastoja ja julkaisuja. Liiketoimintasuunnitelman osa-alue toteutettiin kirjoittamalla teoriaa jokaisesta teemasta erikseen kirjoituspöytä tutkimusmenetelmää käyttäen sekä haastatteleamalla toimeksiantajaa.

Tutkimuksen toteuttamiseen valittiin haastattelumenetelmäksi teemahaastattelu, sillä liiketoimintasuunnitelmassa oli jo valmiiksi määritellyt aihe-alueet, joiden mukaan kysymykset oli myös helppo jaotella. Lisäksi aineiston käsittely ja jatko-toimenpiteet helpottuivat. Haastatteluissa pyrittiin vapaamuotoiseen keskusteluun, jossa huomioitiin haastateltavan mielipiteet ja pohdinnat. Erilaisten valinta- ja toimintamahdollisuuksien pohtiminen ja keskusteleminen antoivat uusia näkemyksiä tulevan yrityksen toimintaan.

Nauhoitettuja haastatteluja toteutettiin kolme kappaletta 8.11.2012–4.1.2013 aikana. Haastatteluissa oli mukana teemoittain laadittu kysymysrunko sekä haastattelujen aikana kirjoitin myös lyhyitä muistiinpanoja. Haastattelukysymykset oli jaettu Finnveran liiketoimintasuunnitelmamallin mukaan teemoihin. Haastattelun pääteemat olivat

- yritystoiminnan lähtökohtatilanne
- asiakkaat
- liikeidea
- visio ja strategia
- markkinointisuunnitelma
- palvelujen kehittäminen
- palvelujen tuottaminen
- henkilöstö- ja
- taloussuunnitelma sekä
- riskien arviointi.

6.2 Aineiston käsittely- ja analysointimenetelmät

Aineiston käsittelemisen tarkoituksena on valmistautua varsinaiseen analysointiin. Litteroinnilla tarkoitetaan nauhoitettujen haastattelujen tai tutkimukseen osallistuneiden vastaajien omalla käsialalla kirjoittamien vastauksien muuntamista tekstimuotoon, jolloin teksti- ja puhedokumenttien käsittely, hallinnointi ja työskentelyn helpottuvat. Litteroinnin tarkkuuteen, esimerkiksi kirjoitettaessa puhtaaksi nauhoitettu haastattelu, vaikuttaa tutkimusongelma sekä analysointitapa. Mikäli kieli ja kielenkäyttö eivät ole analyysin kohteena litterointia ei tarvitse suorittaa erikoismerkkejä käyttäen. Tärkeintä on, että kaikki lauseet ja virkkeet saadaan kirjoitettua ylös. Haastatteluista saatetaan poimia myös vain keskeisimmät kohdat, jolloin keskustelusta litteroidaan vain tutkittavan aiheen kannalta tärkeät asiat. Puolistrukturoidussa, tiettyihin asioihin tarkasti keskittyvässä haastattelussa voidaan kerätä vain tutkimuksen kannalta oleelliset kohdat. Kuitenkin kaikkein varmintä on litteroida aluksi mahdollisimman kattavasti ja yksityiskohtaisesti. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006, 77–78.) Vilkan (2005, 116) mukaan litteroinnin tulee tavasta huolimatta vastata haastateltavien suullisia lausumia ja asioille antamia merkityksiä, jolloin haastateltujen puhetta ei saa litteroinnissa muuttaa.

Aineiston litteroinnin jälkeen laadullisen aineiston analyysissä aineistoa käydään läpi järjestelmällisesti, jolloin tarkoituksena on pilkkoa, koota ja täydentää aineistoa. Analyysissä kokonaisuutta jaetaan pienempiin osiin tarkastelemista varten, jonka jälkeen osista kootaan ja jäsennetään yhtenäinen kokonaisuus. Asiat tulisi pyrkiä liittämään suurempaan kokonaisuuteen, jolloin aineistosta löytyisi jotakin yleisempää kuin vain yksittäisiä vastauksia. (Saaranen-Kauppinen &

Puusniekka 2006, 93.) Analyysi on myös aineksien luokittelemista erilaisten teemojen tai aiheiden mukaan. Tarkoituksena on saada esille tutkimuksen kannalta tärkeät seikat, tiivistää haastattelujen sisältöjä ja rakennetta sekä tarkastella tutkimusongelmien kannalta keskeisten asioiden esiintymistä teksteissä. Oleellista on etsiä tutkimusongelmaan näkökulmia, joiden avulla selvitetään aineiston liittymistä itse tutkimustehtävään. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 72–73.)

Opinnäytetyössä käytettiin haastattelujen käsittelytapana litterointia, joka suoritettiin aluksi haastatteluteemojen mukaisesti mahdollisimman kattavasti ja tarkasti. Tämän jälkeen aihealueita rajattiin tarpeiden mukaan. Liiketoimintasuunnitelmaan kerättiin sen kannalta keskeiset tiedot, sillä liiketoimintasuunnitelmasa pyrittiin tiiviyyteen ja olennaisten asioiden esittämiseen. Teemahaastattelua oli helpointa myös analysoida teemoittain. Teemahaastatteluaineiston analysoimisessa aineisto järjestettiin haastatteluteemoittain, jolloin kunkin teeman alle koottiin haastattelusta ne kohdat, joissa kyseisestä teemasta oli keskusteltu. Tämän jälkeen kävin aineistoa läpi uudelleen kirjoittaen ylös muistiinpanoja ja esille nousseita uusia tarkentavia kysymyksiä.

7 Tulokset ja johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää hyvinvointialan, yrittäjyyden ja toimintaympäristön nykytilaa ja tulevaisuuden näkymiä. Hyvinvointialan kuvauksessa kerrottiin myös enemmän luonnonlääketieteen ja luontaishoitojen nykytilasta, tutkimuksesta ja tulevaisuuden kehityksestä. Lisäksi opinnäytetyöhön kuului liiketoimintasuunnitelman osa-alueiden tarkastelu sekä produktina liiketoimintasuunnitelma. Hyvinvointiala on käsitteenä ja toimialana hyvin laaja, jonka takia aihealuetta oli aluksi vaikea rajata. Opinnäytetyössä pyrittiin keskittymään hyvinvointipalveluiden osa-alueeseen tutkien tarkemmin juuri toimeksiantajalle yrityksen perustamisen kannalta tärkeitä tietoja. Opinnäytetyössä kerätyn teoriakokonaisuuden tarkoituksena on tukea tekemääni tutkimusta sekä antaa toi-

meksiantajalle yleiskuva alan tulevaisuuden kehityksestä ja liiketoimintamahdollisuuksista.

Terveys ja sen edistäminen ovat nousseet maailmanlaajuisiksi trendi-ilmiöksi. Maailmaa muuttavat useat megatrendit, joita ovat muun muassa kansainvälistyminen, aineettoman pääoman merkityksen korostuminen, ekologisuus, luonnonmukaisuus, itsestään huolehtiminen ja terveys. Nykypäivän perinteisten sosiaali- ja terveyspalvelujen rinnalle ovat nousseet arkielämän hyvinvointia ja jaksamista parantavat palvelut, joihin kuuluvat myös luontaishoidot. Muun muassa työ- ja elinkeinoministeriön mukaan sosiaali- ja terveyspalvelut ovat tulevaisuudessa kasvava yritysalue, joissa oman kasvualueen muodostaa myös erilaiset hemmottelu- ja elämyspalvelut. Etenkin potentiaalisina kasvavina asiakasryhminä ovat ikääntyvät ihmiset, työkäiset naiset ja etenkin Itä-Suomessa venäläisturismi. Kasvavana toimialana luontaishoidoilla, elämysmatkailulla ym. hyvinvointialan palveluilla on potentiaalisia mahdollisuuksia uudenlaiseen liiketoimintaan oikeanlaisen konseptin löytyessä.

Hyvinvointialan monipuolisilla markkinoilla toimii paljon yrityksiä, joka aiheuttaa alalla myös voimakasta kilpailua. Luontaishoitajien ja muiden hierontayrityksien lisäksi toimialalla on paljon korvaavia tuotteita ja palveluita, joiden kanssa yritys joutuu kilpailemaan. Kilpailijoina ovat luontaishoitoyrityksien lisäksi myös muut hyvinvointialan palveluja tarjoavat yritykset kuten esimerkiksi kampaamot ja kauneudenhoitoyritykset. Yhä voimistuvan kilpailun takia yrityksen täytyy pystyä luomaan vahva yhteistyöverkosto muiden sidosryhmien kanssa sekä kilpailukykyinen ja monipuolinen palveluvalikoima.

Toimialaan vaikuttaa vahvasti kansantalouden muutokset, suhdanteet sekä kysyntä ja kuluttajien varallisuus. Palvelualat kärsivät ensimmäisenä talouden heikosta kehityksestä, kuluttajien karsiessa ensimmäisenä lisäpalveluista, jotka eivät vaikuta elämän perustarpeisiin. Kuluttajat jättävät helposti oman hyvinvoinnin edistämisen ja virkistämisen palvelut pois, mikäli epävarmuus, taantuma ja mahdolliset irtisanomisaallot ovat ajankohtaisia. Vuonna 2013 kuluttajien ostovoiman ennustetaan edelleen supistuvan, jonka seurauksena yksityisen kulutuksen kasvu heikkenee. Yksityisen kulutuksen odotetaan nousevan kasvuun

vasta vuonna 2014 talouskasvun, reaalityulojen kasvun ja inflaation hidastumisen myötä. Kuluttajien arviot Suomen talouden kehityksestä ovat edelleen epäluuloiset. Myös yritysten lyhyen aikavälin suhdannekuvat vaikuttavat heikoilta. Toistaiseksi yritysten liiketoiminta on pysynyt kannattavana ja yritysten keskimääräinen velkaantuminen tai konkurssien määrä eivät ole kasvaneet huomattavasti taloudellisesta tilanteesta huolimatta. Rahoitusmarkkinoiden epävarmuus on vaikuttanut lainaehtojen ja vakuusvaatimusten kiristymiseen sekä yritysrahoitukseen. Rahoitusmarkkinoiden muutoksilla on vaikutuksia etenkin pieniin ja keskisuuriin yrityksiin. Pk-yrityksissä suurimpana uhkana pidetään rahoituksen saatavuuden lisäksi kysynnän vähyyttä.

Luontaishoidoista ja niiden toimivuudesta on myös vastakkaisia mielipiteitä, joita ei käsitelty opinnäytetyössä. Luontaishoitoja kohtaan on myös kielteisiä ja epäileviä mielipiteitä hoitojen tehokkuudesta ja toimivuudesta. Luontaishoitoja pidetään muun muassa "huuhaa" -menetelminä, lume -hoitoina ja manipulointina. Vaihtoehtoisten hoitomuotojen maineen parantamisen ja toimialan kehittämisen takia olisikin tärkeää edistää luonnonlääketieteen tutkimustyötä, jotta hoitojen tehokkuudesta ja vaikutuksista saataisiin lisää tietoa. Lisäksi on tärkeää tutkimustiedon myötä ajaa luontaishoitoalan kehitystä eteenpäin muun muassa luontaishoitoa koskevan lainsäädännön avulla. Mikäli tulevaisuudessa luontaishoitojen liiketoimintapotentiaali halutaan hyödyntää mahdollisimman kattavasti hyvinvointialan kehityksessä ja terveydenhuollonpalveluiden kuormituksen vähentämisessä, edistävänä toimenpiteenä olisi luontaishoitojen käytön hyväksyminen virallisen koululääketieteen ja terveydenhuollon rinnalle.

Tutkimuksen perusteella liiketoiminta on järkevää aloittaa maltillisesti ja rauhallisesti heikon taloudellisen tilanteen, kulutuksen ja kysynnän takia. Kannattavana ratkaisuna on tutustua aluksi Joensuun seudun tarjoamiin liiketoimintamahdollisuuksiin, kysyntään, asiakkaisiin sekä kilpailijoihin ja heidän toimintaansa. Tutustumalla ensin toimialueeseen toimeksiantajan on helpompaa arvioida tulevaisuuden liiketoimintamahdollisuuksia, kysyntää ja mahdollista kannattavinta palveluvalikoimaa. Yrityksen kannattaa pyrkiä saamaan aluksi positiivista näkyvyyttä tehokkaan markkinoinnin avulla. Toimeksiantajaa helpottaa yritystoiminnan perustamisessa hänen toinen työnsä. Työ takaa hänelle varman tulonläh-

teen oman yrityksen perustamisen alkuvaiheessa, jolloin yrityksen liiketoiminta ei ole vielä päässyt kunnolla alkuun ja asiakaskuntaa ei ole muodostunut tarpeeksi. Mikäli toimeksiantaja kokee, ettei tällä hetkellä ole edullinen aika aloittaa yritystoimintaa, mahdollisuutena on myös yrityksen perustamisen siirtäminen tulevaisuuteen. Tällä välin toimeksiantaja voi jatkaa entisessä työssään ja kehittää omaa osaamistaan kouluttautumalla lisää. Tällöin perustaessaan yritystä toimeksiantajalle olisi jo perustamisvaiheessa suurempi palvelukokonaisuus, jonka ansiosta hän pystyisi tarjoamaan monipuolisempia palveluita asiakkailleen.

8 Pohdinta

8.1 Opinnäytetyöprosessin arviointi

Opinnäytetyöprosessi oli jaettu viiteen päävaiheeseen, joita olivat käynnistys-, suunnittelu-, työskentely-, viimeistely- ja päättämisvaihe. Aloitin opinnäytetyöni tekemisen syksyllä 2012, jolloin tein ensimmäisenä vaiheena tutkimussuunnitelman. Lisäksi suunnittelin opinnäytetyön runkoa ja mahdollisia kysymyksiä toimeksiantajalle liiketoimintasuunnitelmaan liittyen. Talven 2012 aikana suoritin haastattelut toimeksiantajan kanssa sekä kirjoitin opinnäytetyöhön kuuluvaa teoriaa. Vuoden 2013 alussa kokosin teoria-aineiston ja liiketoimintasuunnitelman lopulliseen kirjalliseen muotoon.

Opinnäytetyön työskentelyvaihe pitkittyi hieman aikataulullisesti, sillä alustavien suunnitelmien mukaan tarkoituksena oli valmistua tammikuussa 2013. Viivästymiseen vaikutti töittäni alkaminen lokakuussa 2012, jonka takia opinnäytetyön tekeminen jäi iltoihin ja viikonloppuihin. Opinnäytetyön valmistumisen viivästyminen ei vaikuttanut toimeksiantajan yrityksen perustamisajankohtaan, sillä toimeksiantajan on suunnitellut perustavansa yrityksensä vasta vuoden 2013 loppussa. Opinnäytetyöprosessi sujui muuten mutkattomasti muun muassa toimeksiantajan kanssa hyvin sujuneen yhteistyön ja aikataulun joustavuuden takia. Opinnäytetyön tekeminen oli oppimisprosessina hyödyllinen. Opinnäytetyön

teon aikana sain tärkeää tietoa hyvinvointialasta, yrittäjyydestä sekä Suomen talouden nykytilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Lisäksi sain tärkeää tietoutta yrittäjyyteen vaikuttavista tekijöistä ja toiminnoista liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueiden tutkimisen yhteydessä.

Valittuna tutkimusmenetelmänä käytettiin kirjoituspöytä tutkimusta ja teema-haastattelua. Menetelmälliset valinnat olivat mielestäni onnistuneita, sillä opin näytetyö perustuu suureksi osaksi aikaisempia tutkimuksien, kirjallisuuslähteiden, artikkelien ym. materiaalin tutkimiseen. Lisäksi teemahaastattelu oli mielestäni järkevin ja vaivattomin tapa kerätä tietoa liiketoimintasuunnitelmaan toimeksiantajalta. Teemoiteltujen haastattelujen ja vastauksien avulla aineiston käsittely ja analysointi olivat helpompaa ja vaivattomampaa.

8.2 Luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen luotettavuuden arviointi on tärkeässä roolissa tieteellisessä tutkimuksessa, koska tutkimukselle on määritelty tiettyjä normeja sekä arvoja, joihin tutkimuksen tulisi pyrkiä. Perinteisiä tutkimuksen luotettavuuden käsitteitä ovat reliabiliteetti ja validiteetti. Vaikka käsitteiden validiteetti ja reliabiliteetti käytöstä laadullisessa tutkimuksessa on vaihtelevia näkemyksiä, luotettavuuden parantamisen keinot ovat silti hyvin samanlaiset. Tekstien analysoimisessa on tärkeää tehdä perusteltuja ja aukikirjoitettuja luokitteluja sekä haastatteluissa kysymyksien esitestaus ja harjoittelu lisäävät usein myös luotettavuutta. Tutkimustuloksiin on aina hyvä suhtautua kriittisesti sekä pohtia tuloksien merkitystä. Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä pystytään parantamaan juuri tutkijan kriittisellä ja arvioivalla asenteella. Tutkijan tulisi asennoitua tutkimustaan kohtaan tiedonhaluisella ja kyseenalaistavalla asenteella eikä tutkijan tulisi aina hyväksyä tuloksia luotettavina. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 24, 25–26.)

Tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta voidaan kasvattaa tutkimuksen osien ja vaiheiden harkinnalla sekä kuvaamalla aineiston hankkimisessa, purkamisessa ja analysoimisessa käytetyt periaatteet. Myös kehittämällä tutkimusase-

telmia sekä perehtymällä aihepiiriin arkistoaineisiin ja vertaamalla niihin omia tuloksia, voidaan tutkimuksen tietoarvo ja luotettavuus saada paremmiksi. Tutkimuksen luotettavuuden arvioiminen on mahdollista vertaamalla tuloksia tutkimusongelmiin sekä niiden ratkaisemiseen käytettyihin menetelmiin. Paras mahdollinen kuva saadaan tarkastelemalla tutkijan koko tutkimusprosessia kokonaisuudessaan vaihe kerrallaan sekä pohtimalla tutkimusprosessin sopivuutta päämäärän tavoittamiseksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 26–27.)

Etiikan peruskysymyksissä on kysymys oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta. Vilka (2005, 21) pitää tutkimuksen tekemisen vaatimuksena hyvän tieteellisen käytännön eli tutkimusetiikan noudattamista. Hyvien tieteellisten käytäntöjen mukaan tutkija noudattaa eettisesti kestäviä tiedonhankinnan menetelmiä sekä tutkimusmenetelmiä. Tutkija perustaa tiedonhankintansa alansa tieteellisen kirjallisuuden tuntemiseen, asianmukaisiin tietolähteisiin, havaintoihin sekä oman tutkimuksena analysointiin. Tutkija osoittaa tutkimuksellaan tutkimusmenetelmien, tiedonhankinnan ja tutkimustulosten hallintaa. Hyvä tieteellinen tutkimuskäytäntö edellyttää myös rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta työskentelyssä sekä tuloksien esittämisessä. Tutkijan on kunnioitettava tutkittavia ja toimeksiantajia, jolloin esimerkiksi toimeksiantajan ja tutkittavien nimiä ei saa julkaista ilman asianomaisten lupaa. Tutkijan on myös oltava rehellinen ja vilpittömän toisia tutkijoita kohtaan kunnioittamalla muiden tutkijoiden työtä ja saavutuksia. Huomiota tuleekin kiinnittää tarkkoihin lähdeviitteisiin sekä omien tuloksien erottamiseen toisten tutkijoiden tuloksista. Tutkimuksen täytyy olla myös hyvin suunniteltu, toteutettu ja raportoitu. (Vilka 2005, 30, 32–33.)

Tutkijan käyttäessä yleisesti tunnettuja ja standardoituja tiedonkeruumenetelmiä ei tutkijalle muodostu tutkimusasetelman mahdollisia eettisiä ongelmia. Tutkimuksen eettisiin velvollisuuksiin kuuluu myös tutkimuksen raportointi. Tutkijalla on velvollisuus raportoida tutkimustuloksista mahdollisimman tarkasti ja rehellisesti. Tutkimuksessa on myös esitettävä analyysiprosessin eteneminen sekä tuloksien saannin menetelmät, jotta voidaan varmistua tutkimuksen luotettavuudesta ja oikeista toimintatavoista. Ainoastaan tuloksien esitleminen ei siis riitä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 20, 22.)

Opinnäytetyötä ja tutkimusta tehdessä noudatettiin tutkimusetiikkaa eli hyviä tieteellisiä käytäntöjä sekä rehellisyyttä, vilpittömyyttä ja huolellisuutta. Opinnäytetyössä käytettiin tunnettuja ja standardoituja tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmiä sekä käsittely- ja analysointitapoja opinnäytetyön luotettavuuden ja pätevyyden varmistamiseksi. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käytettiin osa-alueisiin koskevaa tieteellistä kirjallisuutta sekä muita asianmukaisia tietolähteitä kuten artikkeleja, tilastoja ja julkaisuja. Opinnäytetyössä ja teorialähteiden käytössä pyrittiin kriittiseen ja tutkivaan asenteeseen. Lisäksi kiinnitettiin huomiota tarkoihin lainaus- ja lähdeviitteisiin sekä omien tuloksien erottamiseen muiden tutkijoiden tuloksista.

8.3 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Tulevaisuudessa toimeksiantaja voi hyödyntää tietoutta alan kehityksessä oman liiketoimintansa suunnittelemisessa ja aloittamisessa. Opinnäytetyön avulla toimeksiantaja voi selvittää yritystoimintansa mahdollisuuksia ja kannattavuutta toimialalla. Ajatuksien kypsyttely ja järjesteleminen ovat hyödyllisiä tapoja valmistautua yrittäjyyteen. Lisäksi toimeksiantaja voi pitää opinnäytetyötä ja liiketoimintasuunnitelmaa tavoitteiden saavuttamisen välineenä. Liiketoimintasuunnitelma auttaa toimeksiantajaa mahdollisten rahoittajien saamisessa, mutta se ei yksinään varmista yrityksen menestymistä ja kannattavuutta. Suunnitelman avulla yrittäjän on kuitenkin helpompi päästä tavoitteisiinsa sekä verrata omaa yritystään realistisemmän tietopohjan avulla muihin kilpaileviin yrityksiin.

Liiketoimintasuunnitelman avulla toimeksiantaja säilyttää tarkan käsityksen liiketoiminnan ydinasioista ja alueista. Lisäksi liiketoiminnan kehittäminen ajantasaisten suunnitelmien ja talouslaskelmien avulla on vaivattomampaa sekä toimeksiantajan on tulevaisuudessa helpompaa arvioida ja muokata yritystoimintaansa sekä palveluitaan asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Toimeksiantaja voi hyödyntää myös tulevaisuudessa opinnäytetyössä käytettyjä lähteitä, kuten Suomen pankin, työ- ja elinkeinoministeriön, Työterveyslaitoksen, Tilastokeskuksen ja Elinkeinoelämän keskusliiton julkaisuja ja artikkeleja toimintaympäristön seurannan välineinä.

Lähteet

- Airaksinen, T. & Vilkka, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Hamina: Akatiimi Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Elinkeino, -liikenne- ja ympäristökeskus. 2012. ELY-keskus aktiivisesti kohti vuotta 2013. http://www.elykeskus.fi/fi/ELYkeskukset/varsinaisuomene-ly/Ajankohtaista/uutiskirjeet/Uutiskirjeaineistokansiot/6_2012/ELY-keskusaktiivisestikohtivuotta2013.aspx. 18.2.2013.
- Elinkeinoelämän keskusliitto. 2011. Kulutus. http://www.ek.fi/ek/fi/suhdanteet_ym/perustietoja_suomen_taloudesta/kulutus.php. 23.1.2013.
- Elinkeinoelämän keskusliitto. 2012. Kuntien yritysilmasto 2012. http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/2012/9_syys/kuntien_yritysilmasto_2012_web.pdf. 24.1.2013.
- Enkovaara, A-L. 2012. Rohto, tutkittua tietoa luontaistuotteista. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Flink, A-L., Reiman, T. & Hiltunen, M. 2007. Heikoin lenkki? Riskienhallinnan inhimilliset tekijät. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- French, J., Merritt, R. & Reynolds, L. 2011. Social Marketing Casebook. London: SAGE Publications Ltd.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WS Bookwell Oy.
- Hallipelto, A. 2008. Paras tuottakoon! Hyvinvointipalveluiden tulevat markkinat. Vammala: Kunnallisalan kehittämissätiön Polemia-sarjan julkaisu 2008:68.
- Heiskanen, U-M., Jumppanen, A. & Träsk, M. 2007. Hyvinvointialan nykytila ja tulevaisuus Etelä-Pohjanmaalla, maakunnallinen tarve- ja kehittämisselvitys. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Julkaisu11.pdf>. 24.1.2013.
- Helin, K. 2009a. Täydentävien hoitomuotojen moniulotteinen kenttä. Luonnonlääketieteen keskusliitto. Raportti 1.2009. http://www.lkl.fi/uutiset/Taydentavien_hoitomuotojen_moniulotteinen_kentta2632009.pdf. 14.9.2012.
- Helin, K. 2009b. Täydentävien hoitomuotojen kansainvälinen kehitys, WHO:n ja EU:n suositukset jäsenvaltioille. Luonnonlääketieteen keskusliitto. Raportti 2.2009. http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=122630&name=DLFE-8652.pdf. 13.9.2012.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hollanti, J. & Koski, J. 2007. Visio - markkinoinnin soveltaminen liiketoiminnassa. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

- Holopainen, T. (toim.) 2012. Yrityksen perustamisopas. Jyväskylä: WS Bookwell Oy.
- Hätönen, H. 2005. Osaamiskartoituksesta kehittämiseen. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Immonen, I., Kallio, J., Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä - käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Jonsson, P. M. 2007. Vaihtoehtoiset ja täydentävät hoitomuodot pohjoismaisessa lainsäädännössä. Suomen lääkärilehti 26/2007. Suomen Lääkäriliitto.
- Josek. 2010. Joensuun kaupunkiseudun elinkeino-ohjelma 2010-2013. http://www.josek.fi/files/file/elinkeino-ohjelma_2010-2013.pdf. 12.12.2013.
- Kainlauri, A. 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Helsinki: WS Bookwell Oy.
- Karjalainen. 6.9.2012. Yrittäjyys on myös Pohjois-Karjalan menestymisen tae. <http://www.karjalainen.fi/fi/mielipiteet/mielipiteet/paakirjoitus/item/11954-yrittajyys-on-myos-pohjois-karjalan-menestyksen-tae>. 19.1.2013.
- Karlöf, B. & Helin Lövingsson, F. 2006. Organisaation olemus. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Karvonen, S., Moisio, P. & Vaarama, M. 2010. Suomalaisten hyvinvointi 2010. Helsinki: Terveystieteiden tutkimuskeskus. <http://www.thl.fi/thl-client/pdfs/8cec7cec-5cf3-4209-ba7a-0334ecdb6e1d>. 14.9.2012.
- Keskilampi, H. 2010. Liiketoimintasuunnitelma hyvinvointialan yritykselle. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opin- näytetyö.
- Kinnunen, J., Leppiniemi, J., Puttonen, V. & Virtanen, K. 2002. Tietoa yrityksen taloudesta. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: Werner Söderström Osa- keyhtiö.
- Kivimäki, K. 2008. Luontaishoitoyrittäjyyden kannattavuus ja menestykseen vaikuttavat tekijät. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulu- tusohjelma. Opin- näytetyö.
- Kouvo-Sillanpää, A. & Sood, A. 2008. Luonnonlääketieteen Keskusliitto LKL ry koulutettujen luontaisterapeuttien asialla. Lehdistöiedote. <http://www.homeopaatit.fi/fi/nw/448/lehdist%C3%B6tiedote.html>. 3.1.2013
- Laamanen, K. & Tinnilä, M. 2009. Prosessijohtamisen käsitteet. Espoo: Tekno- logiainfo Teknova Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos Oy.
- Laine, P. 2008. Myynnin anatomia, Anna asiakkaan ostaa. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Lipiäinen, T. 2000. Liiketoiminnan suunnittelu, markkinointi ja johtaminen uudel- la vuosituohannella. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lojander, T., Suonpää, J. & Luoto, P. (toim.) 2004. Firma, käytännön yritystoi- minta. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Luonnonlääketieteen Keskusliitto. 2012. Laki. <http://www.lkl.fi/laki>. 7.1.2013.

- Luonnonlääketieteen Keskusliitto. 2012. Mitä ovat CAM –terapiat?
<http://www.lkl.fi/resource/file/file/Tutkimus%20-%20Helena/CAM-terapiat,%20mita%20sisalyy.pdf>. 13.9.2012.
- Luonnonlääketieteen Keskusliitto. 2013. Terapeuttien eettiset ohjeet.
<http://www.lkl.fi/terapeuttirekisteri/eettiset-ohjeet>. 20.11.2012.
- Luonnonlääketieteen Keskusliitto. 2013. Vakuutus. <http://www.lkl.fi/vakuutus>.
 20.1.2013.
- McKinsey & Company. 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. Helsinki: Werner Söderström Oy.
- Mella, I. 2012. Maakuntien suhdannekehitys 2010–2012. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki.
http://www.tem.fi/files/32252/Maakuntien_suhdannekehitys_2010-2012.pdf. 21.1.2013.
- Miettinen, A., Linnosmaa, I. & Kannisto, K. 2010. Toimiva talous: Kuluttaja, yritys ja kansantalous. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Pohjois-Karjalan talouskatsaus 1/2011. Joensuun seudun kehittämissyhtiö.
http://www.josek.fi/files/file/Taloukatsaus_1_2011_nettiin170511.pdf.
 21.1.2013.
- Pohjois-Karjalan yritysrekisteri 2013. <http://yritysrekisteri.josek.fi/>. 21.1.2013.
- Raatikainen, L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Rope, T. 2003. Johdon markkinointiratkaisut- strateginen markkinointi. Helsinki: Rope, T. 2011. Voita markkinoilla. Helsinki: Helsingin Kamari Oy.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV- menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf.
 4.9.2012.
- Sanoukian, M. & Valta, T. 2004. Luonnonmukainen kotihoito. Teoksessa Kervinen, A. (toim.) Curling everyday ailments the natural way. Helsinki: Oy Valitut Palat – Reader’s Digest Ab. (Englanninkielinen laitos, kirjoittajat: Alexander, J., McLaughlin, C., Ostrov, R., Selby, A., Teasdill, W. & Wilkinson, P.)
- Suomen Pankki. Euro & Talous. 2012. Talouden näkymät 5/2012. Helsinki: Edita Prima Oy.
http://www.suomenpankki.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/talouden_nakymat/Documents/ET512_2012.pdf. 13.1.2013.
- Suomen pankki. 2013. Euriborkorot päivittäin.
http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/korot/Pages/tilastot_markkina-ja_hallinnolliset_korot_euriborkorot_pv_chrt_fi.aspx. 25.1.2013.
- Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta, mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia - ammattikorkeakoulu. Julkaisusarja B6/2004.
- Taustamusiikki asiakastilassa 2013.
http://www.teosto.fi/sites/default/files/files/H13_Taustamusiikki%20asiakastilassa%202013.pdf. 18.1.2013.
- Tilastokeskus 2012. Aloittaneet ja lopettaneet yrityksen Joensuussa 1999-2011.
http://www.tilastokeskus.fi/tup/seutunet/josek_yritykset.html.
 21.1.2013.

- Tilastokeskus, ammattiluokitus 2010. Luontais- ja vaihtoehtohoitajat.
<http://www.stat.fi/meta/luokitukset/ammatti/001-2010/3230.html>.
15.1.2013.
- Tilastokeskus. 2012. Kuluttajabarometri 2012, joulukuu.
http://www.tilastokeskus.fi/til/kbar/2012/12/kbar_2012_12_2012-12-27_tie_001_fi.html. 15.1.2013.
- Tilastokeskus. 2013. Toimipaikat päätoimialoittain Pohjois-Karjalassa ja Joensuussa 2009–2011.
http://www.tilastokeskus.fi/tup/seutunet/josek_yritykset.html.
19.1.2013.
- Tuleva yrittäjä. 2012. Polvijärvi. Nauhoitettu haastattelu 8.11.2012.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Yrittäjyyskatsaus 2010. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2010:60. Helsinki. Työ- ja elinkeinoministeriö.
http://www.tem.fi/files/27967/TEM_60_2010_netti.pdf. 14.9.2012.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2011. Yrittäjyyskatsaus 2011. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2011:34. Helsinki. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Alueelliset kehitysnäkymät syksyllä 2012.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1530/Alueelliset_kehitysnakymat_syksy_2012.pdf. 15.1.2013
- Työterveyslaitos. 2012. Työhyvinvointi kannattaa myös taloudellisesti.
<http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/Sivut/default.aspx>. 27.1.2013.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2001. Menestyvä yritys: Liiketoimintaosaamisen perusteet. Helsinki: Edita Oyj.
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi Oy. WSOY.

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
liiketalouden koulutusohjelma

Jenni Hallikainen

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2013

Sisältö

1	Lähtökohtatilanne	3
1.1	Yritystoiminnan tausta.....	3
1.2	Omistus ja perustajatiimi.....	4
2	Liikeidea.....	4
3	Visio ja liiketoimintastrategia	5
4	Kysyntä ja kilpailu	7
5	Asiakkaat	8
6	Markkinointisuunnitelma	10
6.1	Markkinoinnin tavoitteet	10
6.2	Myyntitavoitteet.....	11
6.3	Markkinoinnin kilpailukeinojen kehittäminen	12
6.3.1	Tuotteet ja palvelut	12
6.3.2	Hinnoittelupolitiikka	12
6.3.3	Myyntikanavat.....	13
6.3.4	Viestintä.....	14
7	Palvelujen tuottamissuunnitelma	14
7.1	Palveluprosessi.....	14
7.2	Palvelujen seuranta	17
7.3	Palvelujen kehittäminen	17
8	Henkilöstösuunnitelma.....	18
8.1	Sidosryhmät.....	18
8.2	Toiminnan kehittäminen.....	19
8.3	Työhyvinvointi	19
9	Taloussuunnitelma.....	20
9.1	Toiminnan rahoitus	20
9.2	Talouden seuranta ja ennusteet	21
10	Riskien arviointi.....	22
10.1	Riskianalyysi yrityksen suurimmista riskeistä.....	22
10.2	Riskienhallinta.....	23
11	Yrityksen SWOT-analyysi	26
	Lähteet.....	30

1 Lähtökohtatilanne

1.1 Yritystoiminnan tausta

Ennen aromaterapiakoulutuksen aloittamista tuleva yrittäjä valmistui merkonomiksi Suomen Liikemiesten kauppaoppilaitoksesta vuonna 1998. Ajatus tulevan ammatin ympärillä toimivasta luontaishoitoja tarjoavasta yrityksestä syntyi jo aromaterapiakoulutuksen opiskelujen ohessa. Hyvinvointialaan liittyvän koulutuksen yrittäjä sai sen aikaiselta työnantajaltaan. Kyseisen yrityksen omistaja on kehittänyt koulutusohjelman yhdessä lääkäreiden, laitevalmistajien ja muiden alan asiantuntijoiden kanssa. Koulutuksessa suoritettiin myös luontaisterapia ammattina – osion, johon kuuluivat alan lainsäädäntö, historia sekä tutustuminen muihin terapiamuotoihin. Aromaterapeutin koulutukseen kuuluivat myös peruslääketieteen opintoja, jotka yrittäjä suoritti Keho- ja tunneterapiakeskus Kairon Instituutissa. Koulutetuksi aromaterapeutiksi yrittäjä valmistui vuonna 2005.

Yrittäjyydessä kiinnostaa eniten työn itsenäisyys sekä mahdollisuus kaikkien yrityksen osa-alueiden itsenäiseen hallintaan. Itsenäisyys sekä kyky hallita yrityksen monia eri osa-alueita ovat tulevalle yrittäjälle ennestään tuttuja osa-alueita aikaisemmista työkokemuksista. Yrittäjänä myös työn haasteellisuus tuo intoa ja jokaisen päivän erilaisuus motivaatiota työhön. Yrittäjänä ei voi mennä sieltä mistä aita on matalin vaan yrittäjän täytyy kasvaa myös henkisesti yrityksen mukana. Yrittäjän täytyy pystyä tekemään myös nopeita ratkaisuja ongelmatilanteissa.

Tuleva yrittäjä kertoo saaneensa paljon erityisosaamista, tietoja ja taitoja yrittäjänä toimimiseen aikaisemmista sekä nykyisestä työstään. Nykyisessä työssään hän vastaa muun muassa yrityksen markkinoinnista, vakuutuksista sekä tekee tiivistä yhteistyötä tilitoimiston kanssa. Työskenneltyään samanaikaisesti lisäksi hyvinvointialan yrityksessä, hän hoiti hyvinvointialan yrityksen arkipäivän toiminnan käytännössä yksin ja itsenäisesti. Tuleva yrittäjä kertoo saaneensa työkokemuksensa ansioista vahvan osaamisen asiakaspalveluun sekä hoitoalan

yrittäjien liittyvien tehtävien hoitamiseen. Hänellä on hoitoalan työkokemusta yli neljän vuoden ajalta ja itse palveluprosessien läpi vieminen on jo tuttua.

1.2 Omistus ja perustajatiimi

Tuleva yrittäjä aikoo perustaa yrityksen yksin, jolloin hän on myös vastuussa yrityksen toiminnasta, veloista ja sitoumuksista. Yrityksen mahdollinen yritysmuoto on toiminimi, sillä toiminnassa halutaan aluksi edetä rauhallisesti ja mutkattomasti. Liiketoiminnan tarkoituksena on turvata yhden henkilön tulot.

2 Liikeidea

Yrityksen liikeideana on tarjota laadukkaita luontaishoitoja sekä miehille että naisille, jotka haluavat hoitaa kehoaan ja mieltään. Luontaishoitojen tarkoituksena on helpottaa stressiä ja kiputiloja, kuten hartia- ja selkäsärkyjä sekä rentouttaa. Luontaishoidot auttavat sekä fyysisesti että psyykkisesti parantaen hyvinvointia. Yritystoiminnan alussa tarkoituksena on keskittyä aromaterapiahoitoihin, jonka jälkeen tulevaisuudessa palvelukonseptia on tarkoituksena laajentaa.

Yrityksen suurimpana asiakasryhmänä ovat 30–50 –vuotiaat naiset. Yritys tarjoaa luontaishoitoja sekä liiketilassaan että mahdollistaa asiakkaille myös kotikäynnit, jotta palveluja voivat käyttää myös asiakkaat, jotka eivät pääse toimipisteelle. Kotikäynnit sopivat muun muassa ikääntyneille ihmisille. Lisäksi tulevaisuudessa mahdollisia asiakkaita ovat myös yritysasiakkaat. Tarkoituksena on tarjota erilaisia palvelupaketteja yrityksille. Lisäksi mahdollisuutena on tarjota yritysten henkilökunnalle esimerkiksi 20–30 minuutin niskahartia hierontoja tai intialaista päähierontaa, jotka on helppo tehdä asiakkaan istuessa. Nämä hoidot tapahtuisivat asiakasyrityksen omissa tiloissa, jolloin asiakkailla ei kulu aikaa siirtymiseen. Hieronnat voidaan toteuttaa päivällä työ- tai taukoajalla. Nämä virkistävät työntekijää sekä parantavat työkykyä.

Yritys panostaa muun muassa asiakeskeisyyteen, yksilöllisyyteen, palveluun ja joustavuuteen sekä yritys tarjoaa laadukkaita palveluja kilpailukykyiseen hintaan. Hoitoja tarjotaan rauhallisessa ja viihtyisissä tiloissa, jonne asiakas voi tulla rauhoittumaan ja rentoutumaan.

3 Visio ja liiketoimintastrategia

Visio

Yritys pyrkii aloittamaan liiketoiminnan maltillisesti ja rauhallisesti. Tarkoituksena on aluksi tutustua toimialaan, markkina-alueeseen, asiakkaisiin ja alueen kilpailijoihin sekä heidän toimintaansa. Tärkeää on myös yrityksen imagon ja yrityskuvan luominen sekä oikeiden markkinointitapojen löytäminen.

Laadulliset tavoitteet niin asiakaspalvelussa, aromaterapiahoidoissa kuin muussa liiketoiminnassa ovat tärkeitä ja yritystoiminnan eri laatutekijöitä seurataan sekä kehitetään tarpeiden mukaisesti. Laadulla on suuri merkitys asiakassuhteen jatkuvuuden kannalta, sillä laadukas palveluprosessi parantaa mahdollisuuksia asiakkuuden jatkumiseen. Asiakastavoitteissa pyrkimyksenä on olla maltillinen ja keskittyä kannattavien ja pysyvien asiakassuhteiden luomiseen. Tarkoituksena on keskittyä saamaan yksi asiakas kerrallaan sekä luomaan mahdollisimman nopeasti jatkumo asiakassuhteeseen. Lisäksi tarkoituksena on myös luoda uusia asiakassuhteita tehokkaan markkinoinnin avulla. Keskipitkän aikavälin tavoitteena on saada pieni pysyvä asiakaskunta, joka varmistaa yrittäjän toimeentulon. Kustannustavoitteissa pyrkimyksenä on pitää kustannukset mahdollisimman matalina harkittujen ratkaisujen avulla, jotta liiketoiminta pysyisi kannattavana ja kehittyisi. Tavoitteena on maltillinen kasvu niin asiakasmäärissä kuin toiminnan laajentamisessa. Toiminnasta on tarkoituksena saada tasainen ja jatkuva toimeentulo.

Liiketoimintastrategia

Yritystoiminnan alussa, ennen varsinaisen oman pysyvän toimitilan perustamista, tarkoituksena on saada positiivista mainetta sekä asiakaskuntaa vuokraamalla toimitilat käyttöön toiselta yrittäjältä esimerkiksi iltaisin. Hoitoja tehdään aluksi parina päivänä viikossa ja työmäärää lisätään asiakasmäärän ja kysynnän kasvun mukaan. Tulevaisuudessa yrittäjän tarkoituksena on kuitenkin perustaa oma liiketilallinen yritys. Mahdollisuutena on myös että liiketoimintatiloissa voisi toimia myös toinen saman alan yrittäjä, esimerkiksi hieroja tai kosmetologi, jonka kanssa mahdolliset kustannukset, kuten vuokra, olisi mahdollista jakaa. Samalla yritykset voivat tarjota yhdessä asiakkailleen monipuolisemmin erilaisia palveluja.

Yritys keskittyy ensimmäisen vuoden ajan aromaterapiahoitoihin. Ensimmäisen vuoden aikana on tarkoituksena saada vakituinen asiakaskunta sekä toimiva markkinointi ja myynti. Esimerkiksi toimivan lahjakorttimyynnin avulla on mahdollista saada uusia asiakkaita tutustumaan oman yrityksen palveluihin. Lisäksi ensimmäisen vuoden aikana liiketilan toiminta ja omat rutiinit halutaan toimiviksi sekä asiakkaita hyvin palveleviksi.

Yrityksen strategiaan kuuluu hankkia tasaisin väliajoin lisäkoulutusta luontaishoitojen alalta, jotta tulevaisuudessa myös palveluvalikoiman voidaan laajentaa asiakastarpeiden ja kysynnän mukaan. Seuraavina vuosina palvelutarjontaan tulevia muita hoitomuotoja ovat esimerkiksi shiatsu ja intialainen päähieronta. Uusien hoitomuotojen ottaminen palveluihin vie kuitenkin aikaa, sillä koulutus voi kestää yli kaksi vuotta. Koulutuksen aikana on kuitenkin mahdollista tehdä jo harjoitushoitoja, joita voi tarjota tutuille asiakkaille harjoittelijahintaan. Ensimmäisen vuoden jälkeen yritykseen tulee myös tuotemyyntiä, esimerkiksi hoitoja tehostavia kotihoitotuotteita. Koti- ja yrityskäyntimahdollisuuden yrittäjä pyrkii aloittamaan 1-3 vuoden kuluttua liiketoiminnan aloittamisesta.

Tarkoituksena on luoda asiakkaita kiinnostava palvelukokonaisuus, jonka avulla yrittäjän on mahdollista pysyä mukana jatkuvasti muuttuvassa ja tiukentuvassa kilpailussa. Kilpailijoista yritys pyrkii erottautumaan asiakaskeskeisellä, yksilölli-

sellä, joustavalla ja ekologisella toiminnalla. Asiakkaille halutaan luoda kuva ammattitaitoisesta ja asiakkaan tarpeet huomioon ottavasta yrityksestä. Yritys pidetään auki asiakkaiden tarpeiden mukaisesti.

4 Kysyntä ja kilpailu

Kysyntä

Luontaishoitojen toimiala on vielä kehitysvaiheessa ja koulutettuja luontaishoitajia on suhteellisen vähän alueittain tarkasteltaessa, jolloin myös alalla on tilaa uusille yrittäjille. Tutkimuksien mukaan kysyntä luontaishoitoja kohtaan kasvaa jatkuvasti. Lisäksi erilaisia hoitomuotoja on paljon, joka mahdollistaa hyvien yhteistyöverkostojen syntymisen. Toimialueena, jossa yrittäjä harjoittaa liiketoimintaansa, on mahdollisesti Joensuun kaupunki sekä sen pienemmät lähikunnat. Yrityksen asiakkaat tulevat sijaitsemaan laajalla alueella, sillä Joensuun kaupungin keskustan lisäksi kaupungin ympärillä sijaitsee paljon pieniä kuntia lyhyiden etäisyyksien päässä.

Kilpailu

Luontaishoitojen alalla ei ole muodostunut vielä suurta kilpailua, koska toimialalla on vielä suhteellisen vähän yrittäjiä. Luontaishoitojen markkinat ovat melko uudet eivätkä markkinat ole vielä kokonaisuudessaan auenneet. Hyvinvointialan monipuolisilla markkinoilla toimii paljon yrittäjiä ja katsottaessa laajemmin kilpailutilannetta voidaan huomata, että kilpailua on enemmän. Kilpailijoina ovat luontaishoitoa tarjoavien yritysten lisäksi myös muut hyvinvointialan palveluja tarjoavat yritykset. Kilpailijoina ovat tällöin esimerkiksi kampaamot ja kauneudenhoitolayrityksiä. Yritykset kilpailevat kuluttajien tarpeista sekä siitä millaisiin palveluihin kuluttajat käyttävät ylimääräisen rahansa.

Yrityksen tärkeimmät kilpailijansa ovat juuri erilaiset kauneushoitolat sekä spa -hoitolat ja – kylpylät. Kilpailijoiden vahvuuksina ovat palveluiden monipuolinen valikoima, vakiintunut asiakaskunta ja hinnoittelu. Suuret kilpailijat voivat tarjota paljon erilaisia hoitoja, kuten aroma-, kasvo- ja jalkahoitoja, jolloin asiakas saa samasta paikasta monta eri palvelua. Lisäksi isot hoitolat voivat tarjota palveluja halvemmalla. Monet kilpailijat tarjoavat myös kotihoitotuotteita. Suurilla kilpailija yrityksillä heikkoutena on pienempi yksilöllisyys, koska kauneushoitoalalla ei välttämättä tehdä esimerkiksi alkukartoituksia ennen hierontaa. Lisäksi kauneushoitoloitten ja koulutettujen aromaterapeuttien hoitojen päämäärät voivat olla hyvinkin erilaiset. Kylpylöissä hoitojen tarkoituksena voi olla ainoastaan rentouttaminen. Tällöin myös hoitoöljyseoksia voi olla ainoastaan yksi jokaista tunnetilaa kohtaan, kuten esimerkiksi virkistävä tai rauhoittava hoitoöljyseos.

Aromaterapeuteilla päämäärinä rentoutuksen lisäksi ovat kiputilojen hoito ja poistaminen hoitojen avulla. Aromaterapeuteilla jokaiselle asiakkaalle rakennetaan omanlainen sopiva öljyseos erilaisista öljyistä jokaiselle käyntikerralle erikseen juuri sen hetken tarpeiden mukaan. Tulevan yrityksen vahvuudet kilpailijoihin nähden ovat asiakkaan yksilöllinen huomioiminen ja heidän kuunteleminen, joustavuus, tiivis koulutus ammattiin sekä vahva yhteistyö- ja sidosryhmäverkosto. Lisäksi yritys luo kilpailukykyisen palveluvalikoiman ja hinnoittelun. Kilpailijat voivat olla myös hyviä yhteistyökumppaneita, joka lisää myös asiakassuhteita ja myyntiä. Eri hoitojen tarjoajat voivat suositella toisten yrittäjien tuotteita ja palveluja asiakkailleen, mikäli asiakkaat haluavat kokeilla tai tarvitsevat kipujen lievitykseen jotakin muuta hoitoa.

5 Asiakkaat

Yrityksen palvelut sopivat kaikenikäisille naisille ja miehille, sillä kehon ja mielen hyvinvointi ei katso ikää. Asiakasryhmät koostuvat ihmisistä, jotka haluavat apua kiputilojen hoitoon tai mukavan rentouttavan hetken arjen keskellä. Lisäksi asiakasryhmänä on mielen virkeyttä tarvitsevat. Yrityksen palveluiden pääkäyttäjänä uskotaan olevan 30–50 -vuotiaat naiset, koska he seuraavat paljon tren-

dejä ja kauneusvinkkejä median ja ystäviensä suosituksien kautta. He ovat myös kiinnostuneita kehon ja mielen hyvinvoinnista sekä haluavat hemmotella itseään hakemalla omaa aikaa perheen ja työn vastapainoksi. Asiakkaina käy odotetusti enemmän naisia kuin miehiä, sillä tutkimuksien mukaan naiset käyttävät enemmän hyvinvointipalveluja kuin miehet. Hoidot sopivat myös erikoishuomiota tarvitseville ihmisille, kuten raskaana oleville naisille. Tällöin hoitomenetelmät ja toimintatavat ovat joltain osin erilaisia. Asiakkaiden erilaiset tarpeet ja vaatimukset huomioidaan yksilöllisesti keskustelemalla asiakkaiden kanssa ennen jokaisen hoitokerran aloittamista. Palvelutilanteessa kaikille asiakkaille on samanlaiset rutiinit ennen ja jälkeen hoidon.

Tulevalle yrittäjälle on jo muodostunut jonkin verran pysyvämpää asiakaskuntaa, jotka ovat käyneet aromaterapiahoidoissa säännöllisesti jo parin vuoden ajan. Yrityksen tavoitteena on saada yrityksen kaikista asiakkaista vakioasiakkaiksi noin 70 prosenttia kävijöistä, jotta yrityksen tulot pysyisivät vakaina. Lisäksi yrityksessä käy myös yksittäisiä hoitoja ottavia asiakkaita.

Asiakassuhteiden hallinta

Asiakassuhteita ja niiden kehitystä tullaan seuraamaan muun muassa asiakaskorttien avulla, joihin merkitään hoitokerrat, asiakkaan palaute hoitojen tuloksellisuudesta sekä yrittäjän omat kommentit hoidon aikana havaituista kehon toiminnoista. Asiakkaiden tyytyväisyyttä mitataan heti hoidon jälkeen kyselemällä asiakkaan tuntemuksia ja olotilaa. Hoitosarjoissa seurataan tarkasti jokaisen hoitokerran välissä asiakkaan tuntemuksia ja hoitojen vaikutuksia. Asiakkaiden valitukset käsitellään heti ja tarpeelliset muutokset tehdään mahdollisimman pian. Yhteydenpito asiakkaisiin tapahtuu puhelimitse, tekstiviestitse ja sähköpostin välityksellä. Tulevaisuudessa myös sosiaalinen media, kuten Facebook, on yksi yhteydenpidon välineistä. Sosiaalisessa mediassa sekä yrityksen Internet-sivuilla yritys markkinoi palveluitaan ja yritystä sekä ilmoittaa esimerkiksi tarjouksista. Asiakkaat on mahdollista saada pysymään asiakassuhteessa monien vuosien ajan hyvien hoitojen ja hoitotuloksien ansioista. Asiakkaiden pysyvyyteen vaikuttavat lisäksi yrittäjän oma panostus työhönsä ja asiakaspalveluun.

6 Markkinointisuunnitelma

6.1 Markkinoinnin tavoitteet

Markkinoinnin tavoitteena on tuoda positiivista näkyvyyttä yritykselle, saada kulluttajat kiinnostumaan yrityksestä, asiakasmäärän kasvattaminen sekä ylläpitää kanta-asiakkaiden mielenkiinto yritystä kohtaan. Markkinointia ja sen tehokkuutta seurataan toteutuneen myynnin, asiakassuhteiden ja – määrien kautta. Tuleva yrittäjä pyrkii hyödyntämään markkinoinnissaan menetelmiä, jotka hän on kokenut tehokkaiksi ja joita hän käyttänyt aikaisemmin työelämässään. Näitä ovat muun muassa Internet -sivut, alan lehdet ja ilmoitustaulut. Lisäksi yritys hyödyntää myös toimialan sivustoja, kuten Luontaishoitojen Keskusliiton Internet -sivuja sekä mahdollisten yhteistyökumppaneiden sivustoja.

Yritystoiminnan alussa markkinointiin tullaan keskittymään ja käyttämään enemmän aikaa. Markkinointi ja sen menetelmät pyritään suunnittelemaan tarkasti ja huolellisesti seuraten jatkuvasti syntyviä kustannuksia, sillä kustannukset pyritään pitämään mahdollisimman alhaisina. Markkinointiin on suunniteltu käytettäväksi pääsääntöisesti noin viisi tuntia kuussa yritystoiminnan tasaannuttua. Kuitenkin markkinointiin käytetty aika vaihtelee myös vuoden ja sesonkiaikojen mukaan. Esimerkiksi joulukuussa, äitienpäivänä sekä keväällä, jolloin kysyntä ja lahja- ja sarjakorttien myynti kasvavat. Sesongeissa on nähtävissä, että kesällä asiakkaita on vähemmän kun taas syksyllä ja keväällä asiakasmäärä on suurempi.

Tarkoituksena on pyrkiä hoitamaan markkinointi itse. Ainoana ulkoistettavana tehtävänä on Internet -sivujen toteuttaminen, jossa yrittäjä on kuitenkin vahvasti mukana suunnittelussa. Mahdollisuutena on esimerkiksi Internet-sivujen suunnittelu ja toteutus opiskelijatyönä. Investoinneissa on varauduttu myös Internet-sivujen suunnittelun kustannuksiin.

6.2 Myyntitavoitteet

Yritykselle ei ole asetettu ensimmäiselle vuodelle merkittäviä tulostavoitteita. Tarkoituksena on saada yritystoiminta käynnistettyä sekä saada yritys näkyviin ja tunnetuksi kuluttajille. Myyntitavoitteena on yritystoiminnasta koituvien kustannuksien kattaminen sekä oman toimeentulon saaminen. Myyntitavoitteena on saada aluksi noin viisi asiakasta viikossa, josta määrä nousee asiakaskunnan kasvaessa sekä toiminnan vakiinnuttua.

Yrittäjän perustaessa alun vuokratuolitoiminnan jälkeen oman liiketilan asiakasmäärän tulisi minimissään kattaa noin 3200 euron kuukausittaisen käyttöpääomatarpeen. Käyttöpääoman tarpeeseen on huomioitu yrittäjän yksityisotot. Ensimmäisten kuukausien aikana tarvittava rahamäärä on suurempi esimerkiksi takuuvuokran huomioimisen ja toiminnan vakiintumattomuuden takia. Yritystoiminnan tasaannuttua käyttöpääoman tarve voi laskea, sillä tuotteita ym. materiaaleja ei tarvitse välttämättä hankkia joka kuukausi yhtä paljon. Yrityksen toiminnan vakiinnuttua asiakkaita tulisi olla päivässä keskimäärin kolme ja kuukaudessa noin 63–65. Mikäli yrityksen käyttöpääoman tarve kasvaa tai yritys haluaa saada toiminnastaan enemmän voittoa, myyntitavoitteen on oltava suurempi. Tällöin asiakasmäärän tulisi kasvaa 70 - 80 henkilöön kuukaudessa, jolloin yritys saisi voittoa keskimäärin 500–1000 euroa. Asiakasmääriin vaikuttavat myös eri palveluiden hinnoittelupolitiikka, joka voi laskea asiakasmäärää ja samalla parantaa voittoa.

Yrityksen palveluiden pääasiakasryhmänä uskotaan olevan 30–50 -vuotiaat naiset. Asiakasryhmittäin jakaantuvassa myynnissä 30–50 -vuotiaiden naisten uskotaan tuottavan myyntituotoista noin 60 prosenttia. Alle 30 -vuotiaiden naisten uskotaan kattavan noin 15 prosenttia myynnistä ja yli 50 -vuotiaiden naisten noin 20 prosenttia. Kaiken ikäisten miesten osuus yrityksen myynnistä oletetaan olevan pieni, noin viisi prosenttia. Yrityksen tavoitteena on saada yrityksen kaikista asiakkaista vakioasiakkaiksi noin 70 prosenttia kävijöistä.

6.3 Markkinoinnin kilpailukeinojen kehittäminen

6.3.1 Tuotteet ja palvelut

Yrityksen palveluina ovat luontaishoidot, joiden tarkoituksena on hoitaa ihmisen kehoa ja mieltä, rentouttaa sekä helpottaa stressiä ja kiputiloja. Toiminnan alussa palveluvalikoimaan kuuluu aromaterapiahieronta, mutta tulevaisuudessa palvelukonseptia on tarkoituksena laajentaa. Palveluja ei ole varsinaisesti jaoteltu erikseen asiakassegmenteittain, mutta palveluvalikoiman laajentuessa tiettyjä palveluja voidaan markkinoida enemmän asiakasryhmille, jotka käyttävät ko. palveluita eniten. Palvelut muokataan jokaiselle asiakkaalle yksilöllisesti, jolloin kokonaisvaltaisuus, kehon ja mielen hyvinvointi, otetaan huomioon jokaista hoitokertaa ajatellen. Aromaterapiahoidoissa oikeiden yksilöllisesti joka kerta erikseen valittavien eteeristen öljyjen yhdistelmällä on suuri merkitys hoitojen kannalta.

Asiakkaan saa ostamaan palveluja uudestaan laadukas hoito tai hoitosarja, asiakaspalvelun laatu, oma palvelualltius, asiakkaan huomioon ottaminen sekä kilpailukykyiset hinnat. Lisäksi hyvään asiakaspalveluun kuuluu asiakkaan neuvominen ja opastaminen. Asiakkaan opastamisella varmistetaan myös, että hänellä on tarvittavat tiedot luontaishoidoista, niihin käytetyistä menetelmistä ja tuotteista.

6.3.2 Hinnittelupolitiikka

Yrityksen palvelujen hinnoittelu perustuu yleiseen toimialan hinnoittelupolitiikkaan. Yrityksen palvelujen hintoihin vaikuttaa myös kuukausittaisten kustannuksien kattaminen. Lisäksi palvelujen hintojen tulee olla kilpailukykyisiä. Yrityksessä ei ole tarkoituksena alihinnoitella palveluja, sillä toiminnan kannattavuuden säilymisen ja tuloksellisuuden kannalta hinnan laskeminen ilman että kustannukset olisivat osaltaan pienentyneet, ei ole yrityksen toiminnan kannalta järkevää. Hinnastot pidetään helposti asiakkaiden nähtävillä sekä hinnat tarkistetaan säännöllisesti vastaamaan yleistä kustannus- ja hinnoittelutasoa. Hintatasoon

vaikuttaa muun muassa verotus ja sen muutokset. Vuoden 2013 alussa arvonnisävero nostettiin 24 prosenttiin.

Hinnoittelussa eri hoitomuodoilla, kuten kokokehon aromahieronnalla sekä selkä- ja hartiahieronnalla, on erilliset hinnat. Tulevaisuudessa palvelukonseptin laajentuessa myös muilla hoitomuodoilla tulee olemaan omat hinnat. Kaikilta yrityksen asiakkailta peritään yritystoiminnan alussa samasta hoidosta sama hinta. Yrityksessä on aika ajoin myös kampanjoita sekä tarjouksia, joilla pyritään saamaan kuluttajat kiinnostumaan yrityksen palveluista. Tulevaisuudessa mahdollista ovat myös esimerkiksi opiskelija- tai eläkeasiakasalennukset.

6.3.3 Myyntikanavat

Markkinoinnin pääpainona ja myyntikanavina pidetään pääsääntöisesti Internet sekä puskaradio- markkinointia. Parhaimpana ja tehokkaimpana myyntikanavana pidetään puskaradiota, jossa asiakkaan kokemukset yrityksen toiminnasta ja palveluista välittyvät eteenpäin asiakkaalta asiakkaalle. Tyytyväinen asiakas on halukas kertomaan kokemuksistaan myös muille kuluttajille. Paras markkinoinnin väline on tyytyväiset asiakkaat, jolloin varmistamalla erinomainen palvelu sekä hyvät hoitotulokset saadaan kanta-asiakkaiden kautta positiiviset kokemukset myös muille kuluttajille eteenpäin.

Markkinointikanavina ovat puskaradion lisäksi yrityksen omat Internet-sivut, Facebook, jaettavat lehtiöt ja yrityksen, kuten kauppojen ilmoitustaulut. Sosiaalinen media tulee olemaan yksi tärkeimmistä markkinointikanavista. Toiminnan aloitusvaiheessa mainoksia laitetaan myös luontaisterapia-alan lehtiin. Yrittäjä ei halua välttämättä lähteä mainostamaan Internetin yrityshakusivustojen kautta niiden kalleuden vuoksi. Yrityshakusivustoja on olemassa monia, joten oikean tulosta parantavan sivun löytäminen on vaikeaa. Lisäksi tarkoituksena on etsiä keinoja ja kanavia, joiden avulla tavoitaisi Joensuun kaupungin alueella toimivat yritykset ja niiden henkilökunnan, jolloin mahdollisuutena olisi tarjota myös palveluja myös asiakasyrityksille. Tuleva yrittäjä pitää vahvuuksinaan hyviä

myyntityötaitojaan, suhdeverkostojaan ja asiakaspalvelua, sillä yrittäjällä on jo vuosien kokemus asiakaspalvelusta ja myyntityöstä.

6.3.4 Viestintä

Markkinointiviestintä pyritään kohdentamaan aina valituille kohderyhmille. Viestintätavat ja -muodot ovat suurimmaksi osaksi kaikille asiakasryhmille samat. Asiakkaisiin pidetään yhteyttä pääasiassa sähköpostin ja sosiaalisen median välityksellä. Lisäksi tarjouksia ja tiedotteita voidaan lähettää kanta-asiakkaille tekstiviestitse. Mahdollisuutena on markkinointi- ja tiedotusviestinnän lähettäminen iäkkäämmille asiakkaille myös kirjeitse. Uusien asiakkaiden hankkimiseen yritys käyttää myös mainoslehtisiä, joita on mahdollista jakaa koteihin tai ilmoitustauluille sekä käyntikortteja.

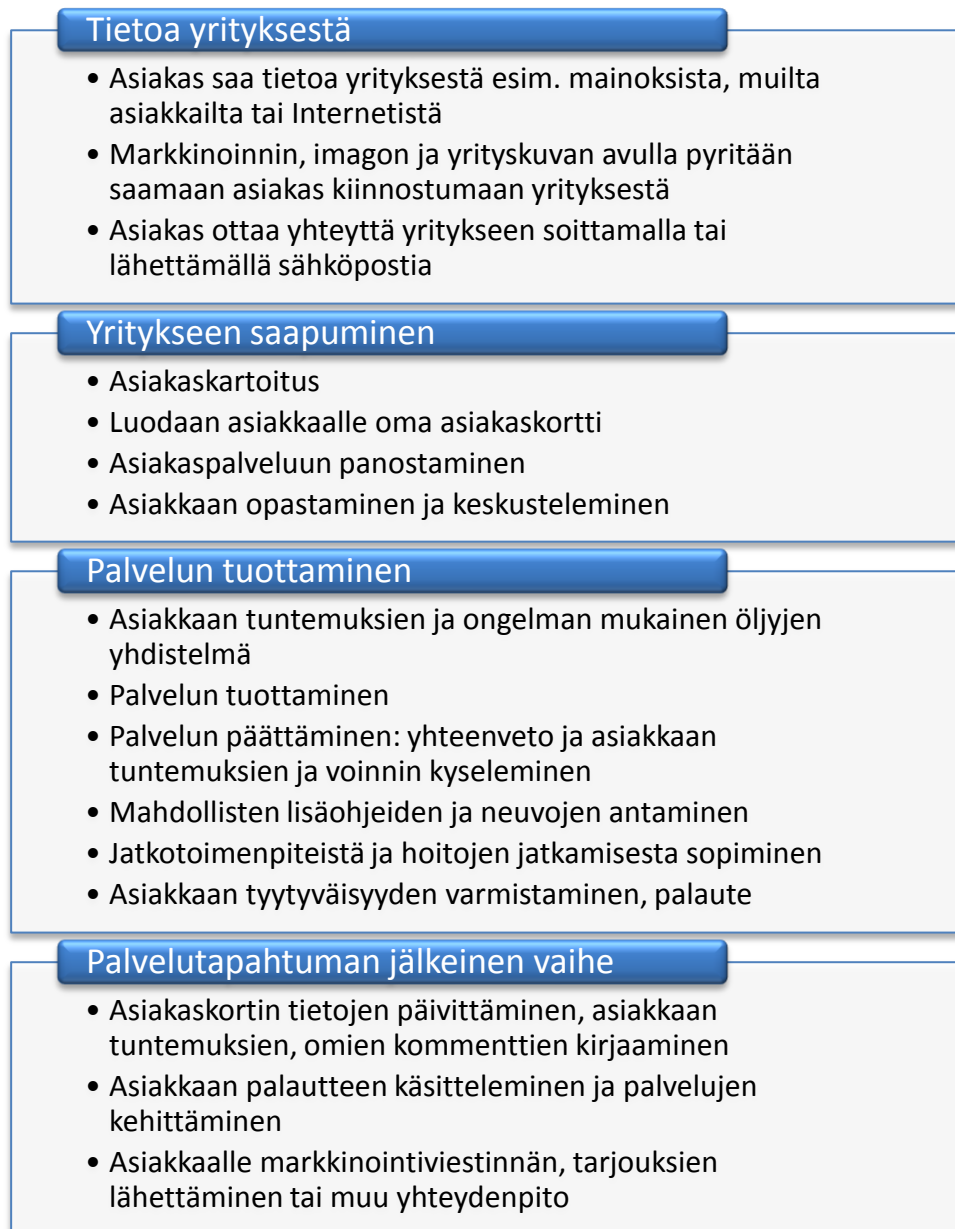
Yritys haluaa viestittää asiakkailleen erityisesti yrityksen toimintatapoja sekä arvoja, joita ovat yksilöllisyys, asiakaslähtöisyys, ekologisuus ja asiakkaan ja kehon kunnioittaminen sekä luonnonmukaisuus. Yritys käyttää 100 prosenttisesti puhtaita luonnontuotteita, jotka on tehty parhaista raaka-aineista ammattilaisten toimesta. Yrittäjä toimii myös eettisesti oikein Luonnonlääketieteen keskusliiton laatimien sääntöjen mukaisesti. Yrittäjä toimii ihmiskehoa kunnioittaen ja ottaen huomioon myös asiakkaan mahdolliset sairaudet ja lääkitykset. Yrittäjä kunnioittaa myös lääketiedettä ja lääkäreiden toimintaa toimimalla samansuuntaisesti myös omissa hoidoissaan sekä kehottaessaan tarvittaessa ottamaan yhteyttä terveydenhuollon ammattilaiseen. Yrityksen toimintatavat ja hoidot tukevat ihmisen kehon ja mielen hyvinvointia.

7 Palvelujen tuottamissuunnitelma

7.1 Palveluprosessi

Kuluttaja saa yrityksestä tietoa esimerkiksi yrityksen Internet-sivuilta, sosiaalisesta mediasta, muilta yrityksen asiakkailta, ilmoitustaulu- tai lehtimainoksista.

Yritys pyrkii tehokkaan kohdennetun markkinoinnin lisäksi yrityskuvan ja imagon avulla saamaan kuluttajat kiinnostumaan yrityksen palveluista. Asiakas kiinnostuttua palveluista hän ottaa yhteyttä yritykseen soittamalla tai lähettämällä sähköpostia. Kuviossa 1 on kuvattu yrityksen palveluprosessin vaiheet.



Kuvio 1. Palveluprosessin vaiheet.

Asiakkaan saapuessa ensimmäisen kerran yritykseen asiakas täyttää alkukyselyn, jossa kartoitetaan asiakkaan mahdolliset sairaudet, allergiat, stressi, univaikeudet tai kehossa olevat vammat. Kiputiloissa asiakkaalla on mahdollisuus esittää kipujen voimakkuus. Lisäksi asiakkaalta kysytään ruokavaliosta ja liikunnasta sekä sen hetkisestä hyvinvoinnista. Alkukartoituksessa huomioidaan myös minkälaiseen ongelmaan, esimerkiksi hartiasärkyihin, stressiin, kiputilojen hoitoon, mielen ja kehon virkistämisen, asiakas haluaa ratkaisun. Seuraavaksi asiakkaalle valitaan sopiva hoitomuoto. Esimerkiksi aromaterapiahoidossa asiakkaalle valitaan ja sekoitetaan sopiva öljyseos juuri sen hetkisten tarpeiden ja tunteuksien mukaan. Öljyseokset valitaan ja tehdään aina yksilöllisesti.

Kolmantena vaiheena on itse palvelun tuottaminen. Hieronta kestää noin 1-2 tuntia. Tarkoituksena on keskittyä kokonaisvaltaisesti kehon toimintojen huomiointiin ja stressin ja kiputilojen lieventämiseen. Tärkeää on pyrkiä huomioimaan kaikki kehon muutostilat. Kehon kiputilojen hoidossa otetaan tarkasti huomioon kipujen sijainti ja mahdolliset heijasteet ja säteilyt kehon muihin osiin. Kiputilojen hoidossa pyritään säännöllisiin asiakaskäynteihin, jotta paras mahdollinen vaikutus saataisiin aikaiseksi kipujen lieventämisessä ja kokonaan häviämässä. Tärkeänä osana hoitoja on myös tunnelma ja musiikki. Musiikin tarkoituksena on rauhoittaa ihmisen mielentila sekä rentouttaa. Palvelujen tuottamiseen tarvitaan sähkökäyttöinen hoitopöytä tai satulatuoli, jotka hankitaan mahdollisesti käytettynä kustannuksien pienentämiseksi. Lisäksi yrittäjällä on matkakäyttöinen hoitopöytä kotikäyntejä varten.

Aromaterapiahoidon jälkeen yrittäjä kartoittaa asiakkaan vointia ja tunteuksia sekä ottaa vastaan asiakkaan palautteen. Asiakkaan laatuodotuksina ovat ennen hoitoja hoidon jälkeinen hyvä ja rentoutunut olo sekä hyvän olon jatkuminen myös seuraavina päivinä hoidon jälkeen. Hoitosarjoissa asiakkaiden odotukset keskittyvät suuresti olon paranemiseen jokaisen hoitokerran jälkeen sekä mahdollisten kipujen helpottamiseen tai häviämiseen kokonaan hoitojen jatkuessa. Asiakkaan tyytyväisyys on yksi tärkeimmistä palvelun laadun mittareista, sillä palvelu tuotetaan samanaikaisesti kun se kulutetaan. Tarkoituksena on antaa asiakkaan lähteä rauhassa niin, että asiakkaiden välissä on riittävästi aikaa,

jolloin seuraava asiakas ei ole vielä odottamassa vuoroaan. Se luo rauhatonmuutta ja kiireellisyyden tunnetta. Tässä vaiheessa halutaan, että asiakkaalla on hyvä ja kiireetön olo, kun hän poistuu. Asiakkaan lähdettyä yrittäjä merkitsee asiakkaan kommentit, tuntemukset ja omat kommentit hoidon aikana huomioituista havainnoista asiakaskorttiin. Asiakkaalle lähetetään markkinointiviestintää hänen toiveidensa mukaisesti. Yritys tiedottaa asiakkaitaan muun muassa yrityksen tarjouksista.

7.2 Palvelujen seuranta

Yrityksessä seurataan koneiden ja laitteiden kuntoa säännöllisesti sekä huolletaan niitä tarvittaessa. Yrityksessä pyritään seurannan, laitteiden puhdistamisen ja välihuoltojen avulla ennakoimaan koneiden kunnon säilyminen. Ennalta ehkäisevä huolehtiminen pidentää myös laitteiden käyttöikää.

Palveluihin, kuten asiakastyytyväisyyteen ja kehitykseen, liittyvä seuranta hoidetaan yrityksessä itse. Asiakkaiden tyytyväisyyttä seurataan ja pidetään yllä asiakaskorttien päivittämisellä, palautteen saannilla sekä erillisillä tyytyväisyyskyselyillä. Lisäksi yrityksessä seurataan tuotteiden toimittajien mahdollisia uutuuksia ja toiminnan muutoksia.

7.3 Palvelujen kehittäminen

Yritys pyrkii tulevaisuudessa kehittämään palveluitaan seuraten asiakkaiden tarpeiden, markkinoiden ja kysynnän sekä luontaisterapiamuotojen kehitystä muun muassa Luonnonlääketieteen Keskusliiton kautta. Säännösten ja ohjeiden lisäksi tulevaisuudessa mahdollinen luontaishoitajia koskeva laki ohjaa vahvasti yrityksen toimintaa. Yrittäjä haluaa olla mahdollisuuksien mukaan itsekin mukana alan ja palvelujen kehittämisessä, sillä kehitys vaikuttaa myös asiakkaiden etuun saada parempaa palvelua. Palvelujen kehittämiseen ja hoitojen parantamiseen vaikuttaa myös yrittäjän oman osaamisen kehittäminen ja kou-

luttautuminen. Lisäksi yrittäjä pyrkii pitämään yhteyttä myös muihin alan ammattilaisiin.

Yrityksessä otetaan huomioon asiakkaiden tarpeet, vaatimukset sekä palaute kehitettäessä ja parantaessa palveluja. Palautetta toivotaan ja sitä myös pyydetään asiakkailta heti hoitokerran jälkeen. Henkilökohtainen suorapalaute koetaan yrityksessä parhaaksi mahdolliseksi tavaksi. Tulevaisuudessa asiakaskunnan kasvettua mahdollisia ovat myös erilliset palautekyselyt. Kyselyiden tarkoituksena on olla ytimekkäitä ja lyhyitä, joissa asiakkailta kysytään vain oleellisia palvelujen ja oman toiminnan kehittämiseen vaikuttavia mielipiteitä.

Yrityksen prosessien, toimintojen ja palvelujen kehittämisessä otetaan huomioon myös ekologisuus ja haitallisten ympäristövaikutusten estäminen muun muassa kierrättämisen avulla. Tarkoituksena on pyrkiä kierrättämään mahdollisimman hyvin muun muassa paperijäte sekä muut tarvikkeet. Hoitoöljyt ovat suurimmaksi osaksi lasipulloissa, jotka myös kierrätetään. Yritys pyrkii myös muuten käyttämään ekologisia ja vähän kuormittavia tuotteita toiminnassaan.

8 Henkilöstösuunnitelma

8.1 Sidosryhmät

Yrityksen sidosryhmät ovat välittömästi tekemisissä yrityksen kanssa. Yrityksen sidosryhmiä ovat asiakkaat, kilpailijat, tavarantoimittajat, rahoittajat, kollegat, luontaisterapiakouluttajat sekä Luontaislääketieteen Keskusliitto. Tuleva yrittäjä pyrkii pitämään tiivistä yhteyttä muiden luontaishoitajien ja luontaisterapiakouluttajien sekä asiakkaiden kanssa.

Eteeriset hoitoöljyt hankitaan suoraan tukkumyyjiltä sekä luontaistuotteita valmistavilta yrityksiltä. Tarkoituksena on tehdä heidän kanssa tukkusopimus, jolloin tuotteet saadaan halvemmalla. Kaikki mahdolliset tarvikkeet ja tuotteet pyritään saamaan samoista paikoista, jolloin myös toimituskuluissa ja -maksuissa

säästetään. Yrityksen tarvitsema tavarantoimitus on vähäistä. Tarvikkeiden tilaaminen tapahtuu pääsääntöisesti sähköisesti Internetin kautta tai puhelimitse sekä tavarat toimitetaan postitse. Sujuvuuden kannalta on tärkeää, että luontaistarvikkeita myyviä tavarantoimittajia olisi vähintään kaksi, jolloin on mahdollista tilata toiselta toimittajalta, jos ensisijaiselta tuote on loppunut tai toimittajat ei muiden syiden vuoksi voi toimittaa tilausta.

8.2 Toiminnan kehittäminen

Omaa osaamista on mahdollista kehittää tutustumalla alan julkaisuihin ja lehtiin, keskustelemalla kollegoiden kanssa ja osallistumalla alan seminaareihin ja luentoihin aktiivisesti. Lisäksi yrittäjä parantaa ja pitää yllä omaa osaamistaan tekemällä hierontaa jatkuvasti, jolloin myös tekniikka parantuu ja rutinoituu. Palvelukokonaisuutta tullaan laajentamaan aromaterapiahoitojen lisäksi muun muassa shiatsu-hoitoihin ja intialaiseen päähierontaan 2-3 vuoden kuluessa toiminnan aloituksesta. Uusien luontaishoitomuotojen koulutukset kestävät noin kaksi vuotta. Tuleva yrittäjä haluaa kehittää omaa osaamistaan ja hankkia lisäkoulutuksia, kun yrityksen toiminta on vakiintunut ja yrittäjällä on näihin myös taloudellisesti ja ajallisesti mahdollisuus.

8.3 Työhyvinvointi

Itsestään, omasta jaksamisesta ja terveydestä huolehtiminen ovat tärkeässä asemassa yrityksen toiminnan ja talouden kannalta yrittäjän ollessa ainut henkilö yrityksessä. Esimerkiksi yrittäjän sairastuttua koko liiketoiminta kärsii. Yrittäjä pitää yllä omaa työhyvinvointia käyttämällä kollegojen palveluita huoltaen myös omaa kehoaan ja hyvinvointiaan. Fyysisestä ja psyykkisestä hyvinvoinnistaan huolehditaan myös pitämällä yleiskunto hyvänä säännöllisen liikunnan ja terveellisen ruokavalion avulla. Tärkeää on myös muistaa rentoutua vapaaajallaan pyrkien välillä unohtamaan työasiat, mikä voi olla joskus yrittäjälle haastavaa. Palvelutilanteessa yrittäjä on hyvin lähellä asiakkaan elämää ja kuuntelee usein sekä asiakkaiden elämän ilot että surut. Yrittäjälle onkin tärkeää

ää pystyä olemaan ajattelematta asiakkaan elämää omalla vapaa-ajallaan. Säännöllisten vapaapäivien lisäksi yrittäjä pitää lomaa tietyin väliajoin.

Lisäksi yrittäjä huolehtii työkyvystään ja sen ylläpitämisestä työn ergonomisilla ratkaisuilla, kuten työasennon avulla sekä riittävien taukojen avulla. Työmotivaatio säilytetään positiivisen elämänasenteen avulla sekä asettamalla itselle sopivan suuruisia tavoitteita mielenkiinnon ylläpitämiseksi. Yrityksen toimintaa ja arkea piristetään pienillä yksityiskohdilla ja toiminnoilla.

9 Taloussuunnitelma

9.1 Toiminnan rahoitus

Tuleva yrittäjä sijoittaa yritykseen omaa pääomaa yritystoiminnan alussa. Omalla pääomalla on tarkoitus kattaa investointien hankinta. Työvälineistä yrittäjä omistaa jo suurimman osan, mutta suurin investointi on sähköinen hierontapöytä sekä satulatuoli, jotka hankitaan käytettyinä. Yrittäjä omistaa jo atk-laitteista tietokoneen ja aikoo käyttää tätä myös työkoneenaan. Atk-laitteista yrittäjä aikoo hankkia tulostimen. Liiketilaan on tarkoituksena hankkia lipasto, tuolia ja mahdollisesti sohva. Lisäksi hankitaan myös joitakin sisustustarvikkeita, kuten mattoja, verhot ja naulakko. Sisustukseen käytetään yrittäjällä itsellään olevia sisustustarvikkeita sekä pieniä tarvikkeita ostetaan myös uutena tai mahdollisuuksien mukaan käytettyinä. Muuttuvat kustannukset ovat materiaalien hankintakustannuksia. Kiinteät kustannukset koostuvat suurimmaksi osaksi markkinointi-, kiinteistö-, vakuutus- ja kirjanpidon kustannuksista.

Lisäksi yrittäjä tarvitsee vierasta pääomaa yrityksen alun toimintaan, käyttöpääomaan ja mahdollisten lisäkustannuksia kattamiseen. Yritys tarvitsee lainarahoitusta 4-5 ensimmäiselle vuodelle ja pyrkii tämän jälkeen toiminnan pyörittämiseen tulorahoituksella. Toiminnan päivittäisessä pyörittämisessä suurimmat kustannukset ovat tilojen vuokrakustannukset. Toiminnan alussa yrittäjä haluaisi mahdollisesti vuokrata liiketilasta huoneiston, jossa toimii jo saman alan yrittäjä.

Yrittäjällä on mahdollisuutena myös vuokrata yksin liiketila, mutta toiminnan alussa voisi olla halvempaa huoneistovuokran tai yhdessä toisen yrittäjän kanssa toimiminen.

9.2 Talouden seuranta ja ennusteet

Yrittäjä seuraa yrityksen talouden toteutumista sekä talouden kehitystä kirjanpidon ja omien havaintojen avulla. Kirjanpito palvelut yrittäjä ulkoistaa tilitoimistolle, jotta yrittäjä saisi tarkkaa tietoa yrityksensä kehityksestä sekä aikaa vapautuu yrittäjältä muiden tehtävien hoitamiseen. Yrittäjä hoitaa itse laskujen maksun, mutta toimittaa tietyn väliajoin laskut eteenpäin tilitoimistolle, joka kirjaa tapahtumat kirjanpitoon. Tilitoimisto hoitaa myös tilinpäätöksen, jonka tarkistaa erillinen tilintarkastaja.

Taloussuunnitelmassa yrittäjä aikoo laatia laskelmia yrityksen taloudesta esimerkiksi laskelman avulla, joka kertoo kuinka paljon asiakkaita yritys tarvitsee viikossa ja kuukaudessa, jotta yrityksen toiminta säilyisi positiivisena ja kerryttäen voittoa. Palveluiden myynnissä esiintyy myös kausivaihteluita, mikä vaikuttaa tulosennusteisiin. Yritys pyrkii ennakoimaan tulosennusteita kuukausittain. Oletetusti suurin myyntihuippu keskittyy joulua edeltäviin ja jälkeisiin kuukausiin.

Suomen ja kansainvälisen talouden kehitystä seurataan uutisista sekä muista virallisista ja luotettavista lähteistä, kuten esimerkiksi Suomen pankin ja talouslehtien julkaisuista. Suomen talouden kehityksellä ja sen seuraamisella yrittäjä voi ennakoita tulevaisuuden kehitystä ja sen vaikutuksia yritystoimintaan. Muutokset kansainvälisessä ja Suomen taloudessa vaikuttavat vahvasti myös yritykseen, sillä palvelualalla toimintaan vaikuttavat muun muassa kuluttajien rahankäytön aste ja kysyntä. Monesti kuluttajat leikkaavat ensimmäiseksi kulutustaan ei pakollisista palveluista ja tuotteista.

10 Riskien arviointi

10.1 Riskianalyysi yrityksen suurimmista riskeistä

Riskialue	Kuvaus	Riskitaso	Toimenpide
Taloudelliset riskit	Taloudellisen tilanteen heikentyminen, asiakkaiden puute, kilpailijoiden asema ja suuruus	Keskinkertainen	Tehokas markkinointi, palvelujen kehittäminen, resurssien tehokas käyttö, suunnittelu, seuranta ja ennakointi, säästäminen
Sosiaaliset riskit	Yhteistyön tai asiakassuhteen epäonnistuminen	Pieni	Tehokas yhteistyö, sopimukset, tehokas viestintä, sitoutuminen, laadukas palvelu
Tekniset riskit	Tietovuodot, koneiden tai atk-laitteiden rikkoutuminen,	Keskinkertainen	Salassapitovelvollisuuden noudattaminen, koneiden kunnon seuranta ja huolto, varmuuskopiointi
Rahoitusriskit	Huono tulos, äkilliset menot, liiallinen riskinotto	Keskinkertainen	Resurssien tehokas käyttö, lisälaina, menojen karsiminen, suunnitelmallisuus
Omaisuusriskit	Murto, vesivahinko, tulipalo	Pieni	Omaisuusvakuutukset, sammutusvälineet, huoltovälineet, kameravalvonta
Keskeytysriskit	Tavaran toimituksien viivästymisen, talouden ja kysynnän heikentyminen	Pieni	Kaksi tavarantoimittajaa, varaston ylläpito, seuranta, suunnittelu
Vastuuriskit	Hoitovirhe, korvausvastuu	Pieni	Huolellisuus, koulutuksen lisääminen ja päivittäminen, hoitovastuuvakuutus
Henkilöriskit	Motivaation puute, sairastuminen, loukkaantuminen, uupumus, stressi	Suuri	Ennakointi, joustavuus, Työhyvinvoinnista ja jaksamisesta huolehtiminen

Kuvio 2. Riskianalyysi yrityksen suurimmista riskeistä.

Yrityksen riskianalyysissä (kuviot 1 ja 2) voidaan todeta, että yrityksen suurimpina riskeinä ovat taloudelliset, tekniset ja rahoitus- sekä henkilöriskit. Etenkin taloudellisilla ja henkilöriskeillä on merkittäviä vaikutuksia yrityksen toimintaan heikon taloustilanteen sekä yksinyrittäjyyden takia. Yrityksen taloudellisena riskinä on muun muassa kilpailijoiden vahva asema markkinoilla, joka voi vaikuttaa yrityksen asiakkaiden määrään. Lisäksi taloudellisena riskinä on kansainvälisen ja Suomen talouden edelleen heikentyminen, koska taloudellisen tilan huononeminen vaikuttaa kulutuksen ja kysynnän vähenemisenä. Kuluttajien karsiessa menoistaan niin sanotut ylimääräiset hyvinvointipalvelut ovat ensimmäisissä joukossa, joista luovutaan taloudellisen tilanteen huonontuessa. Rahoitusriskeinä ovat muun muassa heikko tulos, äkilliset menot ja liiallinen riskinotto.

Yrityksen yksi suurimmista riskeistä on henkilökohtaiset riskit yrittäjän ollessa ainut henkilö yrityksessään. Yrittäjä on yrityksensä avainhenkilö, joka vastaa koko yrityksensä toiminnasta ja tuloksesta. Teknisinä riskeinä ovat muun muassa atk-laitteiden rikkoutumiset ja virukset, jotka voivat aiheuttaa yrityksen tietojen, kuten asiakaskorttien, taloustietojen ja yrityksen muiden tärkeiden tiedostojen katoamisen.

Yrityksen toimintaan vaikuttavina pienempinä riskeinä arvioidaan olevan sosiaaliset, omaisuus-, varastointi ja vastuuriskit. Vastuuriskinä voi olla esimerkiksi hoitovirhe. Lisäksi riskeinä ovat myös omaisuusriskit eli kiinteistöön kohdistuvat vahinkoriskit, kuten mahdolliset tulipalot, murrot tai vesivahingot.

10.2 Riskienhallinta

Kuviossa 2 on esitetty riskianalyysin lisäksi riskienhallinnan erilaisia toimenpiteitä. Taloudellisilta riskeiltä pyritään välttymään tehokkaan markkinoinnin, palveluiden kehittämisen ja resurssien tehokkaan käytön avulla. Lisäksi yrityksessä pyritään suunnittelemaan yrityksen toimintaa sekä seuraamaan ja ennakoimaan toimialan ja talouden muutoksia. Rahoitusriskeiltä pyritään välttymään resurssien tehokkaan käytön, mahdollisten lisälainojen, menojen karsimisen ja suunnitelmallisuuden avulla.

Yrittäjän on pidettävä huolta omasta hyvinvoinnistaan. Henkilöriskeiltä pyritään välttymään huolehtimalla työhyvinvoinnista ja jaksamisesta. Ergonomia on yksi tärkeä työhyvinvoinnin alue. Ergonomiassa huomioon otettavia asioita ovat muun muassa työasennon oikeellisuus, työkengät sekä hoitopöydän korkeus. Lisäksi merkittävää on myös riittävän useat tauot päivän aikana sekä mahdolliset taukovenyttelyt käsille ja ranteille, jotka altistuvat työssä kovalle rasitukselle. Henkilöriskejä, kuten uupumista, liiallista stressiä, kiireellisyyttä ja loukkaantumisia pyritään ehkäisemään yrityksen toiminnan taukojen, loman, ennakoinnin ja suunnittelun avulla.

Yrityksen teknisiltä riskeiltä, kuten atk-laitteiden rikkoutumisilta tai viruksilta välttyään koneiden kunnon seurannalla sekä tärkeiden asiakirjojen varmuuskopiointin avulla. Varmuuskopiot voidaan ottaa joko paperillisina versioina tai siirtämällä kopioita esimerkiksi ulkoiselle kovalevyille. Yrittäjä aikoo pitää esimerkiksi asiakaskortiston paperillisena versiona. Mahdolliset sähköiseen hoitopöytään tulevat viat korjataan mahdollisimman pian. Yrittäjällä on käytössään myös tavallinen kannettava hoitopöytä, jota voi myös käyttää tarvittaessa.

Yrityksen pienemmiltä riskeiltä, kuten omaisuusriskeiltä suojaudutaan omaisuusvakuutuksen, sammutus- ja huoltovälineiden, seurannan ja valvonnan avulla. Keskeytysriskiltä pyritään välttymään kahden tavarantoimittajan, varaston ylläpidon ja seurannan avulla. Varastointiriski on yrityksessä pieni, sillä yrityksen varastot ovat pienet ja varastoja pyritään täyttämään jatkuvasti pienissä määrissä. Varastointiin liittyy anomaterapiaöljyjen ym. tuotteiden varastointi. Vastuuriskeiltä, kuten hoitovirheiltä, pyritään välttymään huolellisuudella, koulutuksen lisäämisellä ja päivittämisellä sekä hoitovastuuvakuutuksella. Lisäksi myös muilta yllä mainituilta riskeiltä yrittäjä voi suojautua erilaisten vakuutuksien avulla.

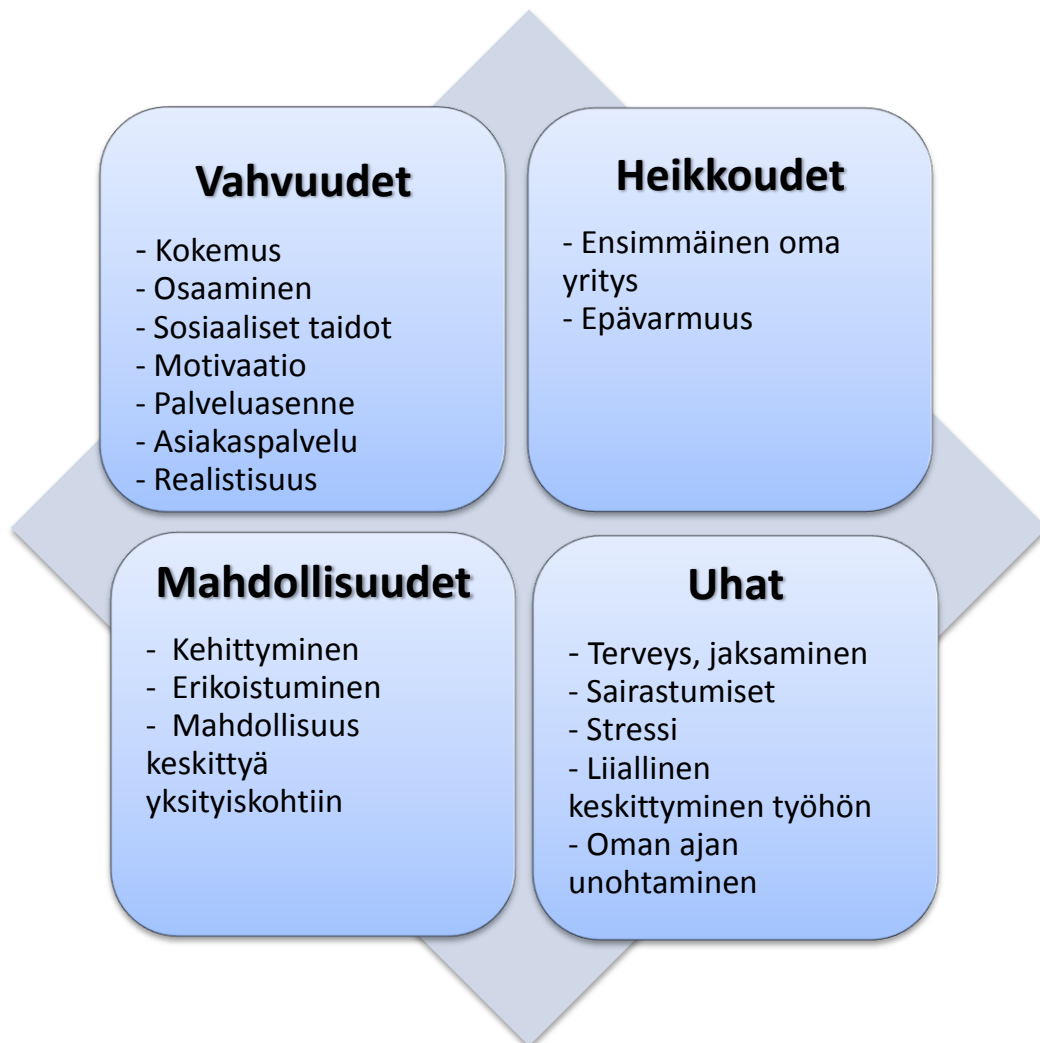
Yrityksen vakuutukset riskienhallinnan keinona

Yrityksen muihin päivittäisiin ongelmiin ja talousongelmiin yrittäjä varautuu ottamalla erilaisia vakuutuksia, jotka pienentävät yritykselle kohdistuvaa rahallista vastuuta. Yrittäjällä on jo valmiiksi Luontaislääketieteen keskusliiton tarjoama hoitovastuuvakuutus, joka kattaa yleisen toiminnan vastuuvakuutuksen, toimenpidevakuutuksen hoidosta aiheutuneille vahingoille, hoidon yhteydessä asiakkaalle sattuvat tapaturmat ja vastuuvahinkojen selvittämiseen liittyvän oikeusturvan. Hoitovastuuvakuutus kattaa siis muun muassa vastuuriskit, hoitovirheen sattuessa. Hinta hoitovastuuvakuutukselle on 175 euroa vuonna 2013. (Luontaislääketieteen keskusliitto 2013.)

Lisäksi yrittäjä aikoo ottaa yrittäjän tapaturmavakuutuksen ja perusvakuutuksen tai omaisuusvakuutuksen, joka kattaa muun muassa ilkivallan, murrot ja palovahingot. Tapaturmavakuutuksen hinta on Ilmarisen mukaan 0,3-8 prosenttia henkilön palkasta työn vaarallisuuden eli työn riskin mukaan. Mikäli tapaturmavakuutus olisi 3 prosenttia palkasta, maksua kertyisi noin 67 euroa kuukaudessa. Yrityksen tärkeimpiä asioista ovat sen omaisuus, johon on sidoksissa usein suuri määrä pääomaa. Omaisuusvahinko voi aiheuttaa suuren uhkan sattuaan yrityksen tulevaisuudelle. Lisäksi yrittäjällä on lakisääteiset yrittäjän eläkevakuutus sekä yrittäjän henkilövakuutus. Yrittäjä maksaa muun muassa yrittäjän eläkettä ja muita sosiaali- ja työttömyyskassamaksuja, jolla turvataan mahdolliset äkilliset muutokset yrittäjän uralla.

11 Yrityksen SWOT-analyysi

Yrittäjän SWOT-analyysi



Kuvio 3. Yrittäjän SWOT-analyysi.

Yrittäjän vahvuuksia (kuvio 3) ovat muun muassa kokemus ja osaaminen. Yrittäjä on saanut erityisosaamista aikaisemmista ja nykyisestä työstään, sillä hän on vastannut yli kymmenen vuoden ajan markkinoinnista, vakuutuksista ja ajanvarauksista sekä asiakastapaamisista. Aikaisemmassa luontaishoitoalan työpaikassaan yrittäjä vastasi pääasiassa itsenäisesti yrityksen toiminnasta ja tulosvastuusta. Työkokemus on antanut vahvan osaamisen asiakaspalveluun se-

kä hoitoalan yrityksen liittyvien asioiden ja toimintojen hoitamiseen. Kokemukset ovat antaneet valmiudet oman yrityksen perustamiseen. Tuleva yrittäjä kertoo saavansa myös paljon motivaatiota työhönsä asiakaspalvelusta ja onnistumisista sekä hän omaa myös hyvät sosiaaliset taidot arkipäivän, asiakkaiden ja kollegojen kanssa kommunikointiin.

Tuleva yrittäjä koki aiemmin työskennellessään luontaishoitolayrityksessä heikkoudeksi liian helposti asiakkaiden omiin ongelmiin syvällisesti ja tunteellisesti mukaan menemisen. Kuitenkin työvuodet ovat tuoneet kokemusta ja nykyisin asia on kääntynyt vahvuudeksi, sillä nykyisin hän on enemmän vain kuuntelija, joka auttaa näin myös asiakkaan henkistä hyvinvointia. Tuleva yrittäjä pitää heikkoutenaan myös liiallisen työn tekemisen, joka on myös uhka. Uhkana on liiallinen asiakkaiden ja työn huomioiminen unohtaen oma jaksaminen. Etenkin yrityksen alkuvaiheessa itsensä loppuun polttaminen ja oman yksityisen ajan unohtaminen ovat monelle yrittäjälle suuria uhkia.

Mahdollisia muita uhkia ovat oman terveyden kestättömyys, mahdolliset pitkäaikaissairaudet, stressi ja oman jaksamisen heikentyminen. Yrittäjä kuitenkin uskoo pitkän kokemuksensa asiakkaiden kanssa työskentelystä jo opettaneen milloin on hyvä antaa aikaa myös itselleen ja pitää pieni hengähdystauko. Yleisenä heikkoutenaan on kokemattomuus yrittäjänä toimimisesta, vaikka kokemusta ja osaamista asioiden hoitamisesta jo on. Kysymyksessä on ensimmäinen oma yritys, jossa kaikkea oleellista ei välttämättä tule huomioitua tarvittavan ajoissa. Tämä luo tietynlaista epävarmuutta omia taitoja ja yrityksen ylläpitoa kohtaan.

Yrittäjänä onnistumisen mahdollisuudet ovat hyvät, sillä perusosaaminen ja toimintatavat ovat jo tuttuja asioita. Tällöin mahdollisuutena on keskittyä jo alussa myös pieniin yksityiskohtiin, kuten esimerkiksi yrittäjän arkeen sekä kulujen seurantaan ja itsensä kehittämiseen. Yrittäjän ei tarvitse kantaa ylimääräistä stressiä normaalien arjen toimintojen onnistumisesta. Yritystoiminnan käynnistyttyä ja vakiinnuttua yrittäjä uskoo, että hänellä on mahdollisuutena kehittää oman osaamisensa lisäksi myös luontaishoitoalaa muiden kollegojen ja asiantuntijoiden kanssa ja tuoda näin alalle uutta osaamista ja näkökulmia.

Liikeidean ja yrityksen SWOT-analyysi



Kuvio 4. Liikeidean ja yrityksen SWOT-analyysi.

Yrityksen vahvuutena (kuvio 4) pidetään jo olevia kanta-asiakkaita, toiminnan asiakslähtöisyyttä ja palveluiden yksilöllisyyttä. Aromaterapiahoitot ovat kokonaisvaltaisia, joissa otetaan huomioon sekä fyysinen että psyykinen hyvinvointi. Yrityksen vahvuuksia ovat myös liiketilan sijainti lähellä keskustaa ja asiakkaita sekä yrityksen aukioloajat. Yrittäjä pitää yrityksensä auki asiakkaiden tarpeiden mukaan. Lisäksi yritystoiminnan vahvuutena on luontaishoitojen luonnon-

mukaisuus sekä kasvava kysyntä ja markkinat, sillä luontaishoitojen ja muiden erilaisten hyvinvointipalveluiden kysyntä on tutkitusti kasvamassa.

Tällä hetkellä yrityksen yhtenä heikkoutena on palvelukokonaisuuden pienuus, sillä yritys tarjoaa vain aromaterapiahoitoja. Tulevaisuudessa palvelukokonaisuutta tullaan kuitenkin laajentamaan. Lisäksi alalla on paljon kilpailijoita sekä korvaavia tuotteita, jonka takia kilpailu on toimialalla kovaa. Lisäksi Suomen taloudellinen tilanne on tällä hetkellä heikko, joka vaikuttaa myös uusien asiakkaiden saamiseen heikentävästi.

Yrityksen mahdollisuutena on toiminnan kehittäminen ja palvelukokonaisuuden laajentaminen. Yrityksen toiminnan vakiinnuttua mahdollisuutena on hankkia myös liikekumppani, joka voisi vastata esimerkiksi ravitsemusneuvonnasta tai toisenlaisista hoitomuodoista. Yritystoiminnan mahdollisuutena ovat myös suuret ikäluokat ja heille sopivien palveluiden tarjoaminen. Luontaishoitoalan yleinen kehittyminen luo myös uusia mahdollisuuksia luontaisalan yrityksille.

Alan kehittymättömyys on myös suuri uhka yrityksille, sillä jos ala ei jatka kehittymistään, myös asiakkaiden määrä vähenee. Mikäli ala ei pääse potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa suosioon vaan saa täystyrmäyksen, yrityksen tulevaisuuden mahdollisuudet heikentyvät. Uhkana on myös Suomen taloudellisen tilan huonontuminen, mahdolliset taantumet ja irtisanomisuhat, jotka vaikuttavat myös kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja kysyntään.

Lähteet

Luonnonlääketieteen Keskusliitto. 2013. Vakuutus. <http://www.lkl.fi/vakuutus>.
20.1.2013.

Taustamusiikki asiakastilassa 2013.

http://www.teosto.fi/sites/default/files/files/H13_Taustamusiikki%20asiakastilassa%202013.pdf. 18.1.2013.

Tuleva yrittäjä. 2012. Polvijärvi. Nauhoitettu haastattelu 8.11.2012.

Tuleva yrittäjä. 2012. Polvijärvi. Nauhoitettu haastattelu 19.12.2012.

Tuleva yrittäjä. 2012. Polvijärvi. Nauhoitettu haastattelu 4.1.2013.

Talouslaskelmat

Käyttöpääoman tarve 1 kk	Hinta / €	Tiedot
Yrityksen perustamiskustannukset		
Toiminimen rekisteröinti	75,00	1. kuussa
Markkinointi		
Ajanvarauskalenteri	4,00	48 €/ v.
FI -verkkotunnus (domain)	3,00	98 € / 3 v.
Esitteet	20,00	
Käyntikortit	2,00	10 €/ 250 kpl
Vuokrat		
Liiketilän vuokra / kk	500,00	
Vuokravakuus	500,00	1. kuussa
Palkat		
Yksityisotot	1500,00	
Yleiset kustannukset		
Teostomaksu + alv.	13,57	13,57/kk
Hoitoöljyt ja -tarvikkeet	50,00	
Korjaus ja ylläpito	50,00	
Toimistotarvikkeet	20,00	
Puhelinliittymä	30,00	
Internetliittymä	20,00	
Sähkö + vesi	50,00	
Vakuutukset	82,00	
YEL -vakuutus	397,00	4768 € / v.
Syt-kassa	38,00	362/ v.
Kirjanpito	100,00	
Yhteensä		
Kustannusylitysvaraus 5 %	172,73	
Käyttöpääoman tarve yhteensä	3627,30	

Investointilaskelma		
	Hinta / €	Tiedot
Liiketila		
Ikkunateippaukset	200,00	
Koneet ja laitteet		
Tulostin	100,00	
Sähköinen hoitopöytä	1000,00	Käytettynä
Satulatuoli	200,00	Käytettynä
Imuri	100,00	
Internet-sivujen suunnittelu	200,00	
Irtaimisto ja sisustus		
Kalusteet	350,00	Käytettynä
Sisustus (matot, verhot)	150,00	
Lakanat, peitot, tyynyt	100,00	
Kauratyynyt	50,00	
Siivoustarvikkeet	50,00	
Pyyhkeet	60,00	
Parilakanat	38,00	100 kpl
Vaihto- ja rahoitusomaisuus		
Alkuvarasto	30,00	
Käyttöpääomavaraus/kassa	400,00	
Yhteensä		
Kustannusylitysvaraus 5 %	151,40	
Investoinnit yhteensä	3179,40	

Rahoituslaskelma			
	euroa		euroa
Investoinnit	3179,40	Omat säästöt	3000,00
Käyttöpääoman tarve	3627,70	Avustukset	0,00
Kustannusylitysvaraus 5 %	340,36	Lainat rahoitusyhtiöiltä	4147,46
Rahoitustarve yhteensä	7147,46	Pääomantarve yhteensä	7147,46

Kannattavuuslaskelma		
	Kuukaudessa	Vuodessa
=TAVOITETULOS (netto)	1500	18000
+ Lainojen lyhennys, laina-aika 5 v.	69,12	829,49
= TULOT VEROJEN JÄLKEEN	1569,12	18829,49
+ Verotus (20 %)	313,82	3765,90
=RAHOITUSTARVE	1882,94	22595,39
+ Yrityksen lainojen korot (1,65%)	31,10	372,82
A =KÄYTTÖKATE	1914,04	22968,21
+ Kiinteät kulut (ilman ALV.)		
- YEL % vuositulo 18 000 -Ale% = 17,55	397,33	4767,69
- muut vakuutukset	82	984
- palkat	0	0
- palkkojen sivukustannukset %	0	0
- toimitilakulut	550	6600
- viestintäkulut	50	600
- kirjanpito	100	1200
- toimistokulut	20	240
- markkinointi	73	876
- koulutus, kirjat, lehdet	0	0
- korjaukset ja ylläpito	50	600
- matka- ja autokulut	0	0
- työttömyyskassamaksu (SYT) 1,7 %	38	362
- Sosiaaliturvamaksu 2,04%	46,19	554,3
B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	1406,52	16783,99
A+B = MYYNTIKATETARVE	3320,56	39752,20
+ Ostot (ilman ALV.)	50	600
 LIIKEVAIHTOTARVE	3370,56	40352,2
- Muut nettotulot	2916,67	35000
+ ALV.- % 24%	700,00	8400,00
KOKONAISMYynti/ -LASKUTUSTARVE	1153,89	13752,2