

Liiketoimintasuunnitelma tulevalle liikunta-alan yritykselle

Yasamin Salonen

Opinnäytetyö

Liikunnan ja vapaa-ajan koulutus

2014



Koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Yasamin Salonen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2009</p>
<p>Raportin nimi Liiketoimintasuunnitelma tulevalle liikunta-alan yritykselle</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 38+8</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Sanna Vuorio, Outi Kangas-Korhonen</p>	
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee yrityksen perustamisen liiketoimintasuunnitelman teoreettisesti ja muodollisesti. Viitekehys muodostuu yrityksen perustamisesta ja erityisesti liiketoimintasuunnitelman läpikäymisestä. Muodollisessa osassa annetaan alkavalle yrittäjälle neuvoja yrityksen perustamiseen ja laaditaan liiketoimintasuunnitelma. Yritys on liikunta-alan yritys, joka tarjoaa joogaa ja siihen liittyviä palveluja sekä tuotteita.</p> <p>Opinnäytetyösä on kaksi tavoitetta. Ensimmäinen tavoite on kerätä riittävästi tietoa ja käytännön ohjeita yrityksen perustamista varten sekä laatia liiketoimintasuunnitelma. Toinen tavoite on saada realistinen kuva yritystoiminnasta, lisätä valmiuksia ja rohkeutta yrittäjäksi ryhtymiselle ja käydä läpi liiketoimintasuunnitelman eri osat niin, että se olisi toteuttamiskelpoinen.</p> <p>Yrityksen perustamisen teoreettisessa osassa kirjataan läpi yrityksen perustamisprosessi. Siinä käydään läpi yrittäjyyden määritelmä, mitä se nykypäivänä tarkoittaa, miksi lähteä yrittäjäksi ja mitä osaamista se vaatii unohtamatta liikunta-yrittäjyyttä ja sen haasteita. Yrityksen perustamisen osiossa kirjataan perustamistoimet toiminimelle. Liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään teoriaa liikeideasta, osaamisen kuvausta, tuotteen kuvausta, työn tavoitteet, asiakkaista ja heidän tarpeistaan, yrityskuvasta, kilpailutilanteesta, tuotteesta ja palvelusta, markkinoinnista ja mainonnasta, rahoituksesta ja myyntilaskelmasta, SWOT-analyysistä ja kestävästä kehityksestä. Tuotososiossa tehtyyn liiketoimintasuunnitelma kirjataan teoriaosuuden pohjalta toteuttamiskelpoiset kohdat toiminimelle.</p> <p>Opinnäytetyössä tehty liiketoimintasuunnitelma selvitti alkavalle yrittäjälle yritystoiminnan käynnistämistoimia, mitä yrityksen perustaminen vaatii ja mistä asioista tulee olla perillä. Se selvitti myös millaista yritystoimintaa kannattaisi lähteä pyörittämään ja millillä resursseilla. Liiketoimintasuunnitelman kirjaaminen selkeytti näkemystä omasta yrityksestä ja liikeideasta. Suunnitelman tiedot toimivat myös hyvänä pohjana yrityksen toiminnan laajentamiselle tulevaisuudessa. Lopputuloksena tullaan perustamaan toiminimi, jonka toiminta perustuu aluksi ammatin harjontaan asiakkaan tarjoamissa tiloissa.</p>	
<p>Asiasanat yrittäjyys, yrityksen perustaminen, liikeidea, liiketoimintasuunnitelma</p>	

<p>Authors</p> <p>Yasamin Salonen</p>	<p>Group or year of entry</p> <p>2009</p>
<p>The title of thesis</p> <p>A BUSINESS PLAN FOR A FUTURE SPORT INDUSTRY COMPANY</p>	<p>Number of report pages and attachment pages</p> <p>38+8</p>
<p>Advisor(s)</p> <p>Sanna Vuorio, Outi Kangas-Korhonen</p>	
<p>This study deals with the creating of a company's business plan, theoretically and technically. The framework consists of the founding of the company and especially undergoes the business plan. In the formal section advice is given on starting a business and the making of the business plan. The company is going to offer yoga and related services and products.</p> <p>This study had two goals. The first goal is to collect enough information and practical advice on starting a business, as well as drawing up a business plan. The second goal is to get a realistic picture of the enterprise, to increase the ability and the courage to become an entrepreneur and go through the different parts of a business plan so that it would be viable.</p> <p>Theoretical part of this thesis undergoes the start-up process. It deals with the definition of entrepreneurship; what it means today, why to become an entrepreneur and what skills it requires, not forgetting the sport industry and its challenges. In the start-up section, the business plan is written. Business plan includes the theory of the business idea, competence description, product description, job objectives, customers and their needs, corporate image, competition, product and service, marketing and advertising, financing and sales calculation, SWOT-analysis and sustainable development. Business plan is written on the basis of the theoretical part.</p> <p>This business plan clarifies how to start up a business, what the company requires and what issues one has to know. It also explains what kind of business one should begin to run, and with what resources. The business plan also clarifies the vision of the company and the business idea. Plan data also serves as a good basis for expanding the operations operations` s in the future. On the basis of this study, it seems that trade name will be established to practice the profession as a part-time business.</p>	
<p>Key words</p> <p>entrepreneurship, business start-up, business idea, business plan</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Yrittäjäyys	3
2.1	Liikunta- ja hyvinvointiyrittäjäyys	3
2.2	Liikunta- ja hyvinvointiyrittäjäyys tulevaisuus	5
2.3	Jooga-alan yrittäjäyys.....	5
3	Yrityksen perustaminen	6
3.1	Yritysidea	7
3.2	Yrittäjäyysvalmiudet	8
3.3	Yhtiömuoto	9
3.4	Yrityksen rahoitus ja talous	11
3.4.1	Budjettilaskelma	12
3.4.2	Palvelun hinnoittelu.....	12
3.4.3	Kirjanpito ja tilintarkastus	13
3.5	Riskit, vakuutukset ja yrittäjän sosiaaliturva	14
3.6	Verotus ja ALV	14
4	Liiketoimintasuunnitelma	16
4.1	Liikeidea	16
4.2	Osaamisen kuvaus	16
4.3	Asiakkaiden tarpeet ja niiden täyttäminen	17
4.4	Yrityskuva	17
4.5	Kilpailutilanne	18
4.6	Tuote ja palvelu.....	19
4.7	Markkinointi	20
4.8	Rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelmat	21
4.9	SWOT-analyysi	21
4.10	Kestävä kehitys	22
5	Työn tavoite.....	24
6	Työn vaiheet	25
7	Liiketoimintasuunnitelma liikunta-alan yritykselle.....	27
7.1	Liikeidea	27

7.2	Liikeidean SWOT-analyysi.....	27
7.3	Osaaminen.....	29
7.4	SWOT –analyysi yrittäjänä.....	29
7.5	Palvelu.....	31
7.6	Hinnoittelu.....	31
7.7	Asiakkaat.....	32
7.8	Yrityskuva.....	32
7.9	Markkinointi ja mainonta.....	32
7.10	Kilpailijat.....	33
7.11	Kirjanpito ja talouden suunnitelu.....	33
7.12	Laskelmat.....	33
8	Palaute.....	34
9	Pohdinta.....	36
	Lähteet.....	37
	Litteet.....	40

1 Johdanto

Yrittämistä on pidetty elintärkeänä yhteiskunnan hyvinvoinnille valtaosassa maailmaa jo 1700-luvulta lähtien. Tänä päivänä yrittäjyys ja sen tukemisen keinot ovat nousseet erityisen kiinnostuksen kohteeksi. Itsensä työllistäminen on selkeä trendi työelämässä. Se antaa ihmisille mahdollisuuden ansaita elantonsa, tarjoaa työntekijöille mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen sekä itsensä ja työnsä kehittämiseen. Perinteiseen työllistämiskykyyn ei enää voida luottaa ja julkinen sektori vähentää henkilöstöään yksityistämällä palvelujaan. (Viitala & Jylhä 2001, 9, 14.) Yrittämisessä on yhteiskunnassa keskeinen rooli sillä yritykset tuottavat pääosan yhteiskunnan tarjoamista tavaroista ja palveluista. Yritykset luovat työpaikkoja, maksavat veroja, käyvät ulkomaankauppaa ja edistävät yhteiskunnallista kehitystä. (Alikoski & Hakonen & Viitasalo 2013, 15.)

Liikunta-alan yrityksillä on keskeinen rooli hyvinvointipalvelujen kehittämisessä ja tarjonnassa. Yritykset luovat myös liikunnan kannalta olennaisia edellytyksiä eli liikunta-paikkoja ja -välineitä. Suomalaisen yhteiskunnan tulevaisuutta luotaavissa tutkimuksissa ja selonteoissa todetaan, että yrittäjyyden lisääminen ja tukeminen on yhteiskuntamme tulevaisuuden ja kilpailukyvyn avaintekijöitä. Suomi ei selviä rakennemuutoksesta ilman pk-yrityssektorin kasvua. (Heikkala & Koivisto 2010, 2.)

Yrittäjä-olosuhteet ovat Suomessa monella tapaa ihanteelliset. Täällä on mittausten mukaan myönteinen yrittäjyysilmapiiri, korkea koulutustaso, edistynyt tasa-arvo, kehittynyt tutkimus- ja innovaatiotaso, toimiva infrastruktuuri sekä julkiset yritysten rahoitus- ja neuvontapalvelut. (Lyytinen&Piha 2004, 14.) Suomessa yrityksiä on 320 700, joista suurin osa on pienyrityksiä. Mikroyritysten määrä, jossa työskentelee alle 10 henkilöä, Suomen yrityksistä on 303 000 eli 95%. (Alikoski ym, 19.)

Liikunta-alan yrityksiä on Tilastokeskuksen vuositilaston (2007) mukaan 4 807.

Liikunta-ala on yksi nopeimmin kasvavista toimialoista väestön ikääntymisen, lisääntyvän terveystietoisuuden ja nousevan elintason myötä. Asiantutjat ovat yksimielisiä liikunnan merkittävästä vaikutuksesta työssä jaksamiseen, ikääntyneiden toimintakyvyn ylläpitämiseen sekä lasten ja nuorten terveyskäyttäytymiseen ja liikunnallisen elämäntavan tukemiseen. (Heikkala & Koivisto 2010, 38.)

Liikunnalle on yhä enemmän tarvetta. Liikunta on suosittu harrastus ja osa nykyaikaista elämäntapaa. Haluan omalta osalta tyydyttää tätä kasvavaa tarvetta ja tuoda omaa osaamistani fyysisestä ja psyykkisestä hyvinvoinnista kiinnostuneille ihmisille. Lopputyön tavoitteena olisi saada toimiva liiketoimintasuunnitelma liikunta-alan toiminimen käynnistämiseksi ja tätä kautta tarjota tulevaisuudessa ihmisille hyvän olon ja mielen liikunta- paikkaa hyvinvoinnistaan kiinnostuneille vantaalaisille.

2 Yrittäjyys

Vuonna 1975 ranskalainen Richard Chantillon on määritellyt yrittäjyyden seuraavasti: “Yrittäjä on kaukonäköinen, taitava ja määrätietoinen henkilö, joka on voittoa saadakseen valmis tarttumaan suuriin riskialaisiin hankkeisiin”. (Sutinen & Viklund 2005, 34.)

Yrittäjyys on ajattelu- ja suhtautumistapa työntekoon. Yrittäjäksi aikovalla on yritystoiminnalleen selkeä tavoite: ansaita rahaa. Yrittämisen muita tavoitteita ovat esimerkiksi mahdollisuus olla itsensä herra, mahdollisuus toteuttaa itseään, halu menestyä tai harrastuksesta saavutetun osaamisen hyödyntäminen. Kuka tahansa voi ryhtyä yrittäjäksi, mutta hänellä tulee olla kyky arvioida omaa osaamistaan ja rohkeutta tarttua uusiin haasteisiin. Yrittäjyys voidaan jakaa kolmeen päätyyppiin: sisäinen yrittäjyys, ulkoinen yrittäjyys ja omaehtoinen yrittäjyys. Sisäisellä yrittäjyydellä tarkoitetaan työntekijää, joka sitoutuu työskentelemään yrityksessä kuin olisi itse yrityksen omistaja. Ulkoisella yrittäjyydellä tarkoitetaan toimintatapaa, jossa yksilö omistaa yrityksen ja johtaa sitä tukenaan vahvoja sisäisiä työntekijöitä, sisäisiä yrittäjiä. Omaehtoisessa yrittäjyydessä yksilö ottaa vastuuta omasta työllistymisestään, toimeentulostaan, opiskelustaan ja niihin kuuluvista riskeistä, eduista ja haasteista. (Alikoski ym. 2013, 16, 18.)

Yrittäjäksi ryhtymisessä suuressa roolissa ovat kokemus, pätevyys, itseluottamus sekä kyky kantaa taloudellisia ja henkisiä velvoitteita. Yrittäjäksi ei synnytä hetkessä vaan se on yleensä pitkäaikaisen pohdinnan tulos. Yrittäjäksi valikoidutaan ja yrittäjyyteen kasvetaan synnynnäisten ominaisuuksien, opittujen asioiden ja tilannetekijäiden myötä. (Viitala & Jylhä 2001, 38, 43.) On myös tärkeää tiedostaa yrityksen olemassaolon perusta ja toimia sen mukaan. Yrityksellä on oltava jokin tarkoitus, miksi se on olemassa. Onko se tuottaakseen asiota ja palveluja asiakkaille ja tätä kautta hyödyttääkseen yhteiskuntaa vai tuottaakseen voittoa ja tätä kautta hyödyttääkseen myös yhteiskuntaa. (Vilkkumaa 2007, 17.)

2.1 Liikunta- ja hyvinvointiyrittäjyys

Liikunta-ala sijoittuu sekä luovien toimialojen että hyvinvointialojen alle. Sillä tarkoitetaan liiketoimintaa, joka synnyttää aineetonta arvoa, esimerkiksi tuotemerkkejä, patente-

ja tai tekijänoikeuksia. Näitä syntyy myös liikunta-alan yritystoiminnassa, mutta aineeton arvo on ennen kaikkea itsensä toteuttamista, iloa, hyvää seuraa, terveyttä ja hyvinvointia. Alan yrittäjyys on moniulotteinen ja hajanainen, koska yritykset eivät muodosta yhtenäistä, selkeästi rajattua toimialaa, vaan toimivat monien toimialojen reuna-alueilla ja väli- maastossa. Liikunta-alan yrittäjyys ulottuu perinteisestä urheilusta esimerkiksi matkailuun ja ohjelmalveluihin, urheiluvälineiden valmistamiseen, organisaation konsultoinnista yksilölliseen elämäntapavalmennukseen. (Kuvio 3.) Tyypillisiä esimerkkejä yritystoimin- nasta ovat yksityiset liikuntapaikat ja -keskukset, toiminimellä toimivat liikunnanohjaajat, henkilökohtaiset trenarit, valmennusliiketoiminta, toiminimen tai osakeyhtiön perusta- neet huippu-urheilijat ja urheiluopistojen omistamat kaupalliset yritykset (Heikkala & Koivisto 2010, 9, 39.)



Kuvio 1. Mitä on yrittäjyys? (Heikkala & Koivisto, 2010, 9.)

2.2 Liikunta- ja hyvinvointiyritysten tulevaisuus

Liikunnan vaikutukset tunnistetaan terveyden ja hyvinvoinnin, kilpailukyvyyn, jaksamisen ja yhteisöllisyyden edistämässä. Liikunta on myös yhä selkeämmin elämäntyyli kuluttamiseen tottuneille sukupolville. Alan odotetaan kasvavan tulevaisuudessa voimakkaasti. Sosiaali- ja terveysmenojen kasvaessa palvelutarpeisiin vaikuttaminen korostuu. Parasta julkisen terveydenhuoltomenojen kasvun hillintää on sairauksien ja toimintakyvyn heikentymisen ennalta ehkäiseminen ja terveyden edistäminen. Vuonna 2020 visio liikunta-alalla on elinvoimainen, kehittyvä ja moniulotteinen yrityskehitys, jonka kasvua ja kehittämistä tukevat hallinnolliset rakenteet ja palvelut. (Heikkala & Koivisto 2010, 10.)

2.3 Jooga-alan yrittäjäyys

Taloussanomissa 14.8.2012 kirjoitettiin, että useat pienet salit ovat lopettaneet toimintansa Helsingissä. Isommissa saleissa asiakasmäärän laskua ei kuitenkaan juurikaan näy. Saleja ovat ajaneet ahdinkoon keskustan kohonneet vuokrat, koventunut kilpailu ja joogabuumin tasaantuminen. Joogan ja bisneksen yhdistäminen ei tunnu helpolta, koska kyse on lajista missä korostetaan henkisiä arvoja. Joogaan liittyvä ideologinen puoli voi häiritä liiketoimintaa. Siksi joogabisnes vaatii avoimuutta ja ankaruuden karsimista. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä ole kiinnostuneita joogan filosofiasta eikä enää loputtoman innoissaan astanga joogasta. Monille nykyihmisille jooga on ensisijaisesti vain itämaista liikuntaa josta he hakevat rauhoittumista, helpotusta kireytyviin lihaksiin tai muuten vain hyvää oloa. He haluavat kokeilla muitakin joogalajeja. Se on hyvä asia, sillä se voisi tuoda joogan piiriin myös tavallisia asiakkaita.

3 Yrityksen perustaminen

Jokaisen uuden yrittäjän on hyvä ennen yritystoiminnan käynnistämistä selvittää, mitä kaikkea yrityksen perustaminen ja pyörittäminen vaatii. Epäonnistumisia ja riskitilanteita voidaan välttää hyvällä ennakkosuunnittelulla ja valmistelulla. On myös hyvä pohtia, miksi haluaa perustaa oman yrityksen. (Viitala & Jylhä 2001, 23.) Yrittäjäksi aikovan on mietittävä millaisena näkee yrittäjyytensä, kuinka laaja yritystoiminnasta tulee, millaista osaamista on yritystoimintaa varten ja millaista koulutusta tarvitaan. (Heiskanen ym. 1998, 23.)

Yritystoiminnan tavoitteena on, että yrittäjä menestyy ja tekee voittoa. Menestyminen yrittäjän ammatissa vaatii tekijältään paljon. Yrittäjä tarvitsee päättäväisyyttä ja itseluottamusta, uskoa omaan ideaan. Yrittäjällä tulee olla vahva ammattitaito ja markkinoiden tuntemus toimialalta, jolle hän aikoo. Hän tarvitsee tervettä luottamusta toisiin ihmisiin. Epäonnistumiset ja tappiot on hyväksyttävä ja niistä on otettava opiksi. (Heiskanen ym. 1998, 6.)

Yhtiömuodolla on merkitystä, sillä se vaikuttaa siihen, millä tavoin yrittäjän täytyy hoitaa oma taloutensa. Yhtiömuotoja on useita ja sen valintaan vaikuttavat esimerkiksi yrityksen pääomatarve, verotukseen liittyvät kysymykset, palkan nostaminen yrityksestä, yhtiöstä luopumisen helppous, päätöksenteon helppous ja hallinnon järjestäminen sekä yrityksen toiminnan valvominen. (Heiskanen ym. 1998, 23.)

Liikeideasta laaditaan liiketoimintasuunnitelma, selvitetään yritystoiminnan luvanvaraisuus, haetaan mahdollinen starttiraha ja tai muuta rahoitus, valitaan yhtiömuoto, tehdään perustamisilmoitus yritystietojärjestelmään, avataan pankkitili ja järjestetään kirjanpito ja vakuutukset kuntoon. (Kuvio 2.)



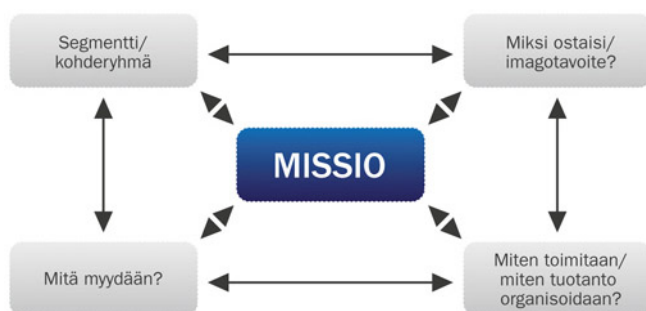
Kuvio 2. Yrityksen perustamisen vaiheet. (Yrityksen perustajan opas 2014, 9.)

3.1 Yritysidea

Yritystoiminnan perustamisen lähtökohta on halu ja tahto toimia yrittäjänä. Aloittaminen ja yrityksen menestyksekkäs hoitaminen perustuu hyvään ja toimivaan liikeideaan. (T&E 2009, 13.) Ennen aloittamista on pystyttävä arvioimaan, voiko idea selviytyä kilpailussa. Onko joku on valmis maksamaan saadakseen itselleen yrityksen tarjoaman tuotteen tai palvelun? Yrittäjä kehittelee yritysideaansa, tarkastelee omia vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkopuolisia uhkia ja mahdollisuuksia. Näin yritysidea täsmentyy liikeideaksi

jolle rakennetaan toiminta-ajatus, visio, arvot, strategia ja tavoitteet. (Heiskanen ym. 1998, 30.)

Liikeideassa on määritelty, mitä palveluja yritys tarjoaa, mille asiakryhmille ne kohdistetaan, millä tavalla yritys toimii ja millaista imagoa se luo. Pitää miettiä mihin haluaa ja mihin tulee panostaa. Liikeidea kuvaa yrityksen menestystekijöitä ja kertoo, miten yrittäjyys muutetaan liiketoiminnaksi. Liikeidean neljästä osa-alueesta käy ilmi mitä tuotetaan, kenelle tuotetaan, miten tuotetaan ja miksi asiakas valitsee juuri tämän yrityksen. (Kuvio 3.) Idean mahdollisimman tarkka kirjaaminen on tärkeää, jotta ideaa voidaan arvioida ja kehittää. Toisin sanoen liikeidea on yritystoiminnan peruslinjaus, joka kertoo miksi se on tarkoitus perustaa. Se antaa tiivistetyn kuvan kokonaisuudesta ja yrityksen toimintafilosofiasta muutamalla sanalla. Liiketoiminnan perusidea käy selville silmänräpäyksessä. (Viitala & Jylhä 2010, 39, 40, 51.)



Kuvio 3. Liikeidean osa-alueet (Sutinen&Viklund 2005, 55.)

3.2 Yrittäjyysvalmiudet

Yrityksen perustaminen vaatii kovaa työtä, omistautumista ja paljon aikaa eikä yritys ole milloinkaan valmis. Yrittäjän tulee olla innovatiivinen, kehittää jotakin erilaista ja omaa, olla ylpeä siitä mitä tekee ja tehdä sitä 100 prosenttisesti sydämellään. On hyvä myös tietää, että yrityksen pyörittäminen on mahdotonta ilman riskinottoa. (Branson 2012, 11, 27.) Hyvä yrittäjä sietää epävarmuutta, hänellä on rohkeus tehdä päätöksiä ja hän omaa riskinottokykyä. Hänellä on jatkuva halu oppia ja kehittyä, innostusta omaan tekemiseen ja halu jakaa sitä muille. Vastuullinen toiminta, ahkeruus ja pitkäjänniteisyys kuuluvat myös yrittäjyyteen. Hänen pitää uskoa omaan toimintaansa sekä löytää omat vahvuuten-

sa ja kyky hyödyntää muiden vahvuuksia. Lisäksi hänellä tulee olla liiketalouden osaamista ja tahto menestyä. (Alikoski ym. 2013, 19.)

Omien arvojen ja työtehtävän moraalien välinen tasapaino on tärkeää. Ihmiset pystyvät myymään menestyksellisesti vain sellaista, johon he itse uskovat ja jonka he kokevat jollakin tavalla oikeutetuksi. Yrittäjän arvot heijastuvat yrityksen kulttuuriin ja ne eivät voi olla ristiriidassa yritystoiminnan kanssa. Yritys henkilöityy usein vahvasti yrittäjään. Yrittämistä harkitsevalla tulee olla ajatus siitä, mitä yrittäjyydestä voi saada ja mitä se vaatii. Yrittäjällä on yrityksessään 4 roolia: sijoittaja investoi yritykseen ja rahoittaa toimintaa, johtaja vastaa yrityksen toiminnasta, myyjä markkinoi yrityksen palveluja ja tekijän myy yrityksen palveluja. (Pyykkö, 2011, 38.)

Yrittäjän on hyvä pitää mielessään Pyykön 10 viisautta yrittäjyydestä:

1. Rahanteko, jolloin taataan taloudellinen menestys
2. Merkitys eli työllä on tarkoitus
3. Identiteetti eli yritys on osa itseään
4. Kontrolli eli vastuu ja mahdollisuus toteuttaa itse suunnittelemaansa strategiaa
5. Keskittyminen eli työhön upputuminen itse haasteen vuoksi, ei palkinnon vuoksi
6. Kilpailu eli voitto, näyttämisen halu, itsensä ylittäminen
7. Suoriutuminen eli työn teko ja siinä onnistuminen
8. Asiakas eli tyytyväinen maksava asiakas
9. Luotettavuus eli lunastetut lupaukset
10. Tulevaisuus eli usko parempaan huomiseen

3.3 Yhtiömuoto

Yritysmuodon valinta vaikuttaa siihen, millä tavoin yrittäjän täytyy hoitaa oma taloutensa. Yrittäjäksi aikovan on myös mietittävä, kuinka laaja yritystoiminnasta tulee ja kuinka tuleva yhtiömuoto sopii toimintaympäristöön ja toiminnan muuttuessa uusiin tilanteisiin. Yhtiömuodon valintaan vaikuttavat myös yrityksen pääoman tarve, vastuu yrityksen veloista ja velvotteista, verotukseen liittyvät kysymykset, yhtiöstä luopumisen helppous, voiton ja tappion jakaminen, päätöksenteon helppous ja joustavuus sekä hallinnon järjestäminen ja yrityksen toiminnan valvominen. (Alikoski ym. 2013, 22, 23.)

Toiminimi sopii tilanteisiin, jossa omistaja päättää itse yrityksestä koskevista asioista. Yrittäjä toimii yksityisenä elinkeinoharjoittajana. Toiminta perustuu yrittäjän oman ammattitaidon ja oman osaamisen myymiseen. Toiminimen lyhenne on Tmi. (Alikoski ym. 2013, 24.) Sen perustaminen ja lopettaminen on nopeaa. Perustamiskustannukset ovat vähäiset ja verotus on yksinkertaista. Tulot ovat haltijan henkilökohtaisia tuloja ja ne verotetaan ansio- tai pääomatulona. Jos toiminta ei ole laajaa, menojen ja tulojen yksinkertainen listaus ja yhteenlasku riittää. (Leppänen&Partanen 2013, 49.)

Toiminimiyrittäjät jaetaan ammattinharjoittajiin, jotka voivat toimia ammatissaan ilman pysyvää toimipaikkaa ja ilman ulkopuolista työvoimaa sekä liikkeenharjoittajiin, joilla on pysyvä toimipaikka tai jotka voivat työllistää toisia henkilöitä. Ammattinharjoittaja pitää yksinkertaista kirjanpitoa ja liikkeenharjoittaja pitää kahdenkertaista kirjanpitoa. (Yrityksen perustajan opas 2014, 27.)

Kaikki yritykset rekisteröidään kaupparekisteriin, mutta toiminimeä ei ole pakko rekisteröidä. Toiminimi on kuitenkin rekisteröitävä Verohallinnon asiakkaaksi, kuten kaikki muutkin yritykset. Jokaisen yrityksen on tehtävä perustamisilmoitus verohallintoon. Ilmoituksessa kerrotaan yrityksen perustiedot, arvio ensimmäisen tilikauden liikevaihdosta sekä arvio verotettavasta tulosta. (Yrityksen perustajan opas, 2014, 27.)

Helpoin tapa saada toiminimeen yksinoikeus on rekisteröidä nimi kaupparekisteriin. Toiminimi ilmoitetaan kaupparekisteriin perustamisilmoituslomakkeilla, jotka löytyvät YTJ-palvelusta saatavalla Y3 -lomakkeella. Lisäksi täytetään henkilötietolomake. Rekisteröinti maksaa 105 euroa, ja toiminnan voi aloittaa heti perustamisilmoituksen jälkeen. Mikäli yrityksen nimen eli toiminimen rekisteröinnille on olemassa este, kaupparekisteristä otetaan yhteyttä kaupparekisteri-ilmoituksella mainittuun yhteyshenkilöön tai yritykseen ja pyydetään ilmoittamaan uusi toiminimi. Toiminimeä ei kannata painattaa lomakkeisiin eikä mainoskylttejä tilata, ennen kuin toiminimi on merkitty kaupparekisteriin. (Patentti ja rekisterihallinto; Yrityksen perustamis opas 2014, 27.)

3.4 Yrityksen rahoitus ja talous

Yritystä perustettaessa rahoitussuunnitelmat on tehtävä huolellisesti. Niiden tarkoituksena on turvata yritystoiminnan jatkuminen yrityksen elinkaaren eri vaiheissa. Rahoitussuunnitteluun kuuluu mm. maksuliikenteen hoito, investointien ja käyttöpääoman rahoitus, korko- ja kurssiriskeiltä suojaautuminen sekä vakuuksien hyödyntäminen. (Heiskanen ym. 1998, 65.)

Pienyrittäjälle ei ole ensisijaista osata kaikkia rahoitusmarkkinoiden osa-alueita vaan ymmärtää miten talous toimii ja mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen tulokseen. Tärkeää on hoitaa maksut ja ilmoitukset ajallaan ja huolehtia, että yrityksen kassaan tulee enemmän rahaa kuin sieltä lähtee. Taloushallinnon voi aina siirtää ulkopuoliselle asiantuntijalle, mutta vastuu yrityksen taloudesta on aina yrittäjällä. (Leppänen&Partanen 2013, 57.)

Yritykseen on sijoitettava riittävä määrä rahaa toiminnan ja kulujen kattamiseksi. Rahaa kuluu kiinteiden kustannusten, vieraan pääoman kustannusten ja yrityksen perustamisesta aiheutuvien kustannusten maksamiseen. Ensimmäisiä vuosia varten tarvitaan riittävä puskuri pääoman toiminnan turvaamiseksi, koska myyntituloja kertyy vasta useiden kuukausien kuluttua toiminnan aloittamisesta. Yrityksen tarvitsemien investointien rahamäärästä ja toiminnan alkuvaiheessa tarvittavasta rahamäärästä muodostuu yrityksen toiminnan aloittamiseen tarvittava kokonaismäärä. Kustannuksia voi kuitenkin olla todellisuudessa enemmän. Siksi rahatarpeeseen lisätään kustannusylitysvaraus, jonka suuruus on 15-30% rahatarpeen yhteismäärästä. Rahatarpeen selvittämisen jälkeen on mietittävä, mistä saadaan tarvittava määrä rahaa. (Alikoski ym. 2013, 155, 166.)

Yrityksen tärkein lainan lähde ovat pankit. Muita lähteitä ovat valtion erityisrahoituslaitokset, vakuutusyhtiöt, rahoitusyhtiöt, avustukset erilaisilta julkisilta tahoilta ja yrityksistä sekä EU-rahoituslähteet. Lainatusta rahasummasta tehdään lainasopimus, jossa sovitaan mm. lainan euromäärä, laina-ajan pituus, maksuerien suuruus, maksuerien tiheys, lainan korko ja muut rahoituskulut sekä lainan vakuudet. (Heiskanen ym. 1998, 67, 68.)

Avustuksista ja tukimahtollisuuksista saa lisätieto TE-toimistoista, ELY-keskuksista, Finnveran ja Yritys- Suomi sivustoilta.

3.4.1 Budjettilaskelma

Budjetti on työkalu, jonka avulla yrityksen kuukaudeksi tai vuodeksi laaditut tavoitteet muutetaan rahamääräiseksi toimintasuunnitelmaksi. Budjettilaskelma auttaa ennakoimaan rahan riittävyyttä. Sen avulla voit myös ennakoida, milloin yrityksen tilille tulee rahaa ja milloin on tiukempaa. Tämä auttaa ajoittamaan tilauksia tai hankintoja oikeaan ajankohtaan. Budjetti olisi järkevintä laatia koko vuodeksi. Jokainen yritys tekee halua-mansa näköiset budjetit tiettyjen peruseriaatteiden mukaisesti. Budjetissa tehdään laskelmat esimerkiksi myynti-, osto- ja henkilökustannuksille, lasketaan yrityksen tulos sekä seurataan rahojen riittävyyttä. (Alikoski ym. 2013, 119, 121.) Toisin sanoen budjetointi esittää euroina sen, mitä liiketoimintasuunnitelman mukaisesti tehdään ja samalla se toimii toimintasuunnitelman toteuttamisen luvullisena apuvälineenä. Se kuvastaa tekemisen tuottamia euromääräisiä lukuja. Siksi se tulee kytkeä tiukasti liiketoimintasuunnitelmaan. (Vilkkumaa 2007, 147.)

Budjetointi aloitetaan käymällä läpi seuraavan vuoden tuloja ja kuluja. Budjettiin kirjataan yrityksen tuotteiden tai palveluiden suunnitellut myyntimäärät ja myyntihinnat sekä niiden perusteella määräytyvät myyntituotot. Seuraavaksi hahmotellaan tulevan vuoden kuluja: kuukausittain toistuvia kuluja, markkinointikuluja sekä tavarahankintoja. Näitä menoja kirjataan aina sen kuukauden kohdalle, jolloin oletetaan niiden olevan ajankoh-taista. (Auriayrityslaskenta.) Budjetointi toimii pienissä yrityksissä siten, että yritykselle syntyvät kustannukset luetteloidaan, niille määritetään hinta ja lasketaan, kuinka paljon myyntituloja tarvitaan, jotta syntyneet kustannukset ja haluttu voittotavoite saadaan katetuksi. (Alikoski ym. 2013, 121.)

3.4.2 Palvelun hinnoittelu

Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat lähtökohtaisesti kustannukset. Hinnoittelua tehdessä mietitään, mitä palvelu maksaa yrittäjälle. Maksu koostuu materiaaleista, työpanostuksesta, työvälineistä ja hankintakuluista, mutta niihin vaikuttavat myös kilpailijat ja asiakkaat, jotka muodostavat markkinat. Jotta saisi perustan tuotteen hinnoittelulle, on tunnettava

tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat kustannustekijät. Hinnoittelun perusteena ovat esim tuotteen laatu, tuotteeseen liittyvät kiinteät kustannukset, voitto, verot, kilpailijoiden hintataso ja markkinatilanne. (Alikoski ym. 2013, 61; Sipilä 2008, 200.)

Hinnoittelu on tärkeä kilpailutekijä, mutta ei ainoa. Usein ajatellaan vain hintakilpailua eli myydään halvemmalla kuin kilpailijat. Sopivaa hinnoittelua asetettaessa tulee miettiä myös mistä lisäarvosta asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Maksavatko he esimerkiksi imagosta, tuotteen laadusta tai hyvästä asiakaspalvelusta. Hinnoittelussa suurin haaste onkin optimipisteen löytämisessä kysynnän ja kilpailun sekä tuotantokustannusten välissä. Hyvä hinnasto kertoo asiakkaalle sekä tuotteen hinnan että sisällön. Hinnoittelussa voi käyttää myös apukeinoja, kuten tutustumistarjouksia, sopimushintaa tai tiettyä tarjousajankohtaa. Näillä keinoilla voi löytää perushintatason. Kuluttaja on kiinnostunut vain arvonlisäverollisesta loppuhinnasta, mutta yritykselle täytyy jäädä osa tuotteen myynnistä katteena. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013, 19; Sipilä 2008, 203.)

3.4.3 Kirjanpito ja tilintarkastus

Kirjanpitolain mukaan kaikki yritykset ovat kirjanpitovelvollisia. Yrittäjän pitää tarkastella yrityksensä toimintaa sen kannattavuuden ja taloudellisuuden kannalta. Usein yrittäjä käyttää talousasioiden hallinnassa tilitoimiston apua jo alkuvaiheesta lähtien. Kirjanpidossa yrityksen menoja, tuloja ja rahoitustapahtumia seurataan kirjanpilotileillä. Tilikauden lopussa tehdään tilinpäätös, jossa lasketaan tilien saldo ja tehdään tarpeelliset siirrot ja oikaisut, jotta saadaan selvitettyä liiketoiminnan todellien tulos. Tilinpäätös sisältää tuloslaskenna, taseen sekä toimintakertomuksen. (Väitala & Jylhä 2001, 140.)

Kirjanpitolaki määrittelee, että ammatinharjoittajan kirjanpitoa koskee poikkeus, joka sallii ammatinharjoittaja pitävän yhdenkertaista kirjanpitoa. Ehtona on, että yrittäjällä on tilikautena kalenterivuosi. Se tarkoittaa käytännössä sitä, että merkitään liiketapahtumina saadut tulot sekä maksetut menot, korot ja verot. Myös tavaroiden ja palvelujen oma käyttö on merkittävä liiketapahtumina kirjanpitoon. Yhdenkertainen kirjanpito on aina maksuperusteista eli menot ja tulot kirjataan sille päivälle, jona maksu suoritetaan. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa liiketapahtuman kohdalle merkitään sekä rahan käyttö että rahan lähde ja tapahtuma kirjataan kahdelle tilille. (Wikipedia, 2014.)

3.5 Riskit, vakuutukset ja yrittäjän sosiaaliturva

Yrityksen toiminnan ja jatkuvuuden turvaaminen on yrittäjälle elinehto ja samalla riskienhallinnan keskeinen tavoite. Yrittäjän ja vakuutusyhtiön asiantuntijan kanssa arvioidaan yrityksen riskejä ja toiminnan uhkakuvia, minkä pohjalta voidaan koota riskienmukainen vakuutusturva. Yrittäjä voi vakuuttaa itsensä sekä yrityksensä yrittäjien tapaturmavakuutuksella. Vakuutuksesta maksetaan korvauksia sekä työssä että vapaaajalla sattuneista tapaturmista ja ammattitaudeista. Se otetaan aina nimetyille henkilöille. (Heiskanen ym. 1998, 60, 62.)

Yrityksen vakuutuksista suurin osa on lakisääteisiä. Työnantajan maksettavia sosiaalivakuutuksia ovat työeläkevakuutus, tapaturmavakuutus, työttömyysvakuutus ja ryhmähenkivakuutus. Pakollisia vakuutuksia voidaan täydentää vapaaehtoisilla vakuutuksilla (Alikoski ym. 2013, 138, 140.) Liikunta-alalla olennaisia vapaaehtoisia vakuutuksia ovat vastuuvakuutus, jolla turvataan mahdollisista asiakkaille aiheutetuista vahingoista, oikeusturvavakuutus kiistatilanteiden varalta, kiinteistövuutus ja keskeytysvakuutus esimerkiksi toimitilan tuhoutumisen jälkeisen remontin aikaisen tulovirran katkeamisen ja asiakaskadon paikkaamiseksi. (Kangas-Korhonen, O, 2014.)

Yrittäjän on myös itse huolehdittava sosiaaliturvastaan. Hänen on hankittava eläkkeensä turvaksi YEL-vakuutus. Se antaa yrittäjälle toimeentulon silloin, kun hänen yrittäjätoimintansa oleellisesti heikkenee tai päättyy työkyvyttömyyteen tai eläkkeeseen.

Eläkevakuutus määräytyy yrittäjän työtulon mukaisesti. (Alikoski ym. 2013, 138, 140.) Myös sairausvakuutuslaki koskee yrittäjää. Hän on oikeutettu sairauspäivärahaan, äityis- ja isyysrahaa ja muihin sairausvakuutuslain nojalla maksettaviin korvauksiin. (Heiskanen 1998, 60.)

3.6 Verotus ja ALV

Kaikki tulot ovat veronalaista tuloa. Veroja maksetaan tulojen ja yrityksen tuloksen mukaan. Toiminimen tulos verotetaan yrittäjän ansio- tai pääomatulona josta vähennetään veronalaisesta tulosta sen hankkimisesta aiheutuneet menot. Hyvällä suunnittelulla pysyy ennakoimaan yrityksen tulot ja tekemään tilikauden aikana mahdollisia muutoksia

yrittäjien verotuksessa.

Jokaisen yrityksen on tehtävä perustamisilmoitus verohallintoon. Ilmoituksessa kerrotaan yrityksen perustiedot, ennakkoveron määräämistä varten arvio ensimmäisen tilikauden liikevaihdosta sekä arvio verotettavasta tulosta. Ilmoitus jätetään verotoimistoon. (Yrittäjien perustajan opas 2014, 36.)

Arvonlisävero on kulutusvero, joka maksetaan tavaran tai palvelun hankinnan yhteydessä. Tavaroista ja palveluista arvonlisävero on 24%, elintarvikkeista ja ravintola- ja ateriapalvelujen arvonlisävero on 14%. Yrittäjä perii veron asiakkaaltaan ja tilittää myyntiensä mukaisen arvonlisäveron valtiolle joko kuukausittain tai vuosittain. Jos liikevaihto jää vuodessa alle 8500 euroa, yrittäjä on vapautettu arvonlisäverosta. (Leppänen&Partanen 2013, 64; Yrittäjien perustajan opas 2014, 38.) 1.1.2013 alkaen liikuntapalveluiden verokanta(ALV) on ollut 10%. (Kangas-Korhonen, O, 2014.)

4 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan kirjallista suunnitelmaa liiketoiminnasta, jossa kuvataan miten liikeidea toteutetaan käytännössä. Se on yrityksen perustamisen dokumentointia toiminnasta ja toimintaperiaatteista sekä voimavaroista ja niiden kartuttamisesta. Suunnitelman avulla arvioidaan yrittäjän henkilökohtaiset yrittäjäedellytykset, määrittellen tavoitteet ja keinot, kuvataan toimintaympäristö, kartoitetaan riskit ja mietitään keinot niiden välttämiseksi, ennakoidaan tuotot ja kustannukset sekä arvioidaan henkilöstötarpeet ja rahoitus. Siinä käydään läpi myös tuotteen ominaisuudet, asiakasryhmät, markkinoiden kilpailutilanne, yrittäjän koulutus ja osaaminen sekä miten yritys aikoo markkinoida. Se on myös neuvottelutyökalu, kun keskustellaan mahdollisten rahoittajien, liikekumppanien, vuokranantajan tai tavaratoimittajan kanssa. (Viitala, Jylhä 2001, 41; Suomen Uusiyrittäjäkeskukset ry 2014, 11.)

Liiketoimintasuunnitelman merkitys on aloittavan yrittäjän kohdalla erittäin suuri, sillä se selvittää ajatuksia yrityksen menestyksen varmistamiseksi. Se on henkinen matka, jonka aikana yrittäjälle selviää ja varmistuu, kannattaako lähteä luomaan uutta liiketoimintaa ja miten se kannattaa tehdä. Se vaatii kärsivällistä ja monipuolista pohdintaa, selvitystyötä, analysointia ja laskemista. (Viitala, & Jylhä 2001, 48.)

4.1 Liikeidea

Liikeidea on kuvaus jossa kerrotaan mitä yritys tekee, kenelle se myy tuotteitaan ja miten yritys toteuttaa nämä sekä mikä on yrityksen imago. Liikeidea kuvaa yrityksen menestystekijöitä. Sen taustalla ovat asiakkaat, tarpeet, tuotteet ja yrityksen kilpailuetu. On myös syytä kertoa mitä uutta liikeideassa on ja miksi asiakkaat olisivat kiinnostuneita tuotteesta tai palvelusta. Liikeidea täyttää asiakkaiden tarpeen, on innovatiivinen, ainutlaatuinen, ja luo pitkällä aikavälillä kannattavaa toimintaa. (Leppänen & Partanen 2013, 21; Suomen Uusiyrittäjäkeskukset ry 2014, 12; Viitala ym. 2001, 65.)

4.2 Osaamisen kuvaus

Osaamisen kuvauksessa kirjataan yrittäjän osaamisen, joka tukee liikeidea. Alkava yrittäjä kirjaa koulutustaustansa, vahvuutensa ja heikkoutensa. Osaamista ovat tiedot, taidot,

kokemukset, asenteet sekä kontaktit ja verkostot. Osaamistaan ja persoonallisia ominaisuuksiaan voi testata Finveran yrittäjättestillä tai Vantaan Uusyrityskeskukseen yrittäjättestillä. Testivastauksien avulla voi pohtia mitä uutta oppii itsestään, mitä ajatuksia vastaukset vahvistivat, mikä oli yllättävää, mitkä ovat vahvuudet yrittäjänä, mihin asioihin pitää kiinnittää huomiota ja mitä ominaisuuksia haluaa itsessään kehitettävän ja miten. (Suomen Uusyrityskeskukset ry 2014, 9,10.)

4.3 Asiakkaiden tarpeet ja niiden täyttäminen

Asiakkaat ovat yksi yrityksen tärkeimmistä voimavaroista. On tärkeää, että asiakkaiden tyytyväisyyttä ja uskollisuutta seurataan aktiivisesti, ja tyytymättömyyttä aiheuttaviin tekijöihin puututaan. Asiakastyytyväisyyskysely on erinomainen väline tähän.

Asiakaskohderyhmän valinta on olennainen tehtävä yrityksen toiminnan suunnittelussa. Ketkä ovat asiakkaat, paljonko heitä on, missä he ovat, millä perusteella he tekevät ostopäätöksen, mitä asioita asiakkaat arvostavat palvelussa tai tuotteessa, mikä on asiakkaan ongelma tai tarve mihin tuodaan ratkaisu. Kun on päätetty millaisia asiakkaita yritys ryhtyy tavoittelemaan, selvitetään millaisia tarpeita, vaatimuksia ja arvostuksia näillä asiakkailla on. Jokainen valittu asiakaskohderyhmä on riittävän suuri kokonaisuksyynnältään muodostaakseen pohjan kannattavalle liiketoiminnalle. (Vilkkumaa 2007, 86-92; Suomen Uusyrityskeskukset ry 2014, 12.)

Asiakstarpeita voidaan parhaiten selvittää kysymällä niitä suoraan kohderyhmään kuuluvilta asiakkailta. Mitä he haluavat ja mitkä tekijät eniten vaikuttavat heidän ostopäätöksiinsä. Hyvä asiakastuntemus on perustana sille, että yritys kykenee kehittämään itselleen sellaiset tuotteet ja toimintatavan joita sen asiakaskunta arvostaa. Kilpailijoita parempi asiakastuntemus voi tuoda yritykselle selvää kilpailuetua.

4.4 Yrityskuva

Yritys määrittelee yrityskuvatavoitteensa eli sen, minkälainen se asiakaskohderyhmän silmissä haluaa olla. Yrityskuva muodostuu asiakkaan mielessä ja useista tekijöistä esimerkiksi asenteista, arvoista, uskomuksista, odotuksista, tunteista, käsityksistä, ennakkoluuloista, kokemuksista muiden alan toimioiden toiminnasta, viiteryhmiä antamat aja-

tus- ja kokemuspohjat ja tietoperusteiset tiedot. (Kuvio 4.) Siksi yrityskuva kehitetään aina asiakaskohderyhmälle ja tämän vuoksi asiakaskohderyhmän määrittely on tärkeää. Mitä paremmin yritys tuntee asiakkaansa, sitä paremmat mahdollisuudet on kehittää hyvä ja toteuttamiskelpoinen yrityskuva. Oma asiantuntijuutta kunnioittava yrityskuva vaikuttaa vahvasti siihen, millaisena ympäristö, asiakkaat ja oma henkilöstö kokevat yrityksen. Tärkein tekijä yritys kuvan muodostamisessa on henkilökohtainen vuorovaikutus, mutta kaikkiin vaikuttaviin tekijöihin on otettava kantaa tavoitetasoa ja suuntaa pohtien. (Vilkkumaa 2007, 96-98.)



Kuva 4. Yritys kuva käytännössä. (Vilkkumaa 2007, 98.)

4.5 Kilpailutilanne

Miksi asiakkaan kannatta ostaa yrityksen palvelu tai tuote kilpailijan tuotteen tai palvelun asemasta? Kilpailuetu on se tekijä, jonka yritys katsoo toteuttavan asiakkaan toiveet, tarpeet ja odotukset, joka on erilainen kuin kilpailija ja josta asiakas on valmis maksamaan riittävästi. Yrityksen on osattava muodostaa asiakaskohderyhmänsä riittävän oikein. Vastaamalla kysymykseen on myös osattava toteuttaa se ja voidakseen luvata asiakkaille hänen arvostamansa asian, on yrityksen tiedettävä, mitä asiakas odottaa ja arvostaa.

Valittu kilpailuetu ja sen perusteella annettu arvolupaus on sovelluttava yrityksen filosofiaan, ihmiskäsitykseen ja uskomuksiin. Kilpailuetu erottaa yrityksen tuotteen ja palvelun kilpailijoiden tuotteesta ja palvelusta ja se antaa asiakkaalle lisäarvon tai lisähyödyn. Kilpailuetu soveltuu yrityksen haluamaan yrityskuvaan eikä ole ristiriidassa sen kanssa. (Vilkkumaa 2007, 94, 95.)

4.6 Tuote ja palvelu

Tuotteiden ja palvelujen sisältö rakentuu useammasta osasta. Ydinosan tulee olla hyvä ja toteuttaa asiakkaan siihen liittyvät tarpeet, toiveet ja odotukset. On tärkeää myös kehittää muita osia siten, että ne tukevat ydinosan houkuttelevuutta. Tämäkin edellyttää, että yritys tuntee asiakkaidensa toiveet, tarpeet ja odotukset sekä ostoperusteet hyvin. Tuotteella takoitetaan fyysisiä tavaroita ja erilaisia palveluita joka on yrityksen näkökulmasta mitä yritys myy ja asiakkaan näkökulmasta mitä asiakas ostaa. On tunnettava tuotteidensa ja palveluidensa elinkaari sekä koko ajan kehitettävä uusia tuotteita ja palveluita siten, että tulevat toimintaedellytykset ovat turvatut. Yrityksellä on oltava eri vaiheissa olevia tuotteita ja palveluja ja on osattava kyseenalaistaa niiden sisältöä. (Viitala & Jylhä 2007, 99, 100; Alikoski ym. 2013, 58.)

Tuotteen kuvauksessa tuote tai palvelu kuvataan kriittisesti asiakkaan näkökulmasta kilpailijoihin verrattuna esimerkiksi mitä yritys myy, miksi ja millä hinnalla. Kun asiakkaat ostavat tuotteita tai palveluita, heillä on aina ennako-odotuksia. Hyvä laatu tarkoittaa tuotteen tai palvelun virheettömyyttä. Puutteet aiheuttavat valituksia, synnyttävät tyytymättömyyttä, laskevat myyntituloja, kohottavat kustannuksia ja huonontavat yrityksen mainetta. On myös hyvä ottaa huomioon tässä vaiheessa tuotteiden ja palvelun hinnoittelu. Tuotteen hinta koostuu materiaaleista, työpanoksesta, työvälineistä ja tuotteen hankintakuluista. Hinnoittelussa tulee miettiä, mitkä kaikki seikat vaikuttavat tuotteen myyntiin: tuotteen laatu, muuttuvat ja kiinteät kustannukset, kuinka paljon yrittäjä tarvitsee yritystoiminnastaan voittoa, verot, kilpailijoiden hintataso ja markkinatilanne.

Hinta luo asiakkaalle mielikuvan yrityksen imagosta ja sen tuotteista ja palveluista. Asiakas odottaa kalliilta tuotteelta tai palvelulta aina enemmän kuin halvemmilta tuotteilta tai palveluilta. (Alikoski ym. 2013, 43, 58.)

4.7 Markkinointi

Tämän päivän markkinoinnissa asioita pyritään katsomaan asiakkaan kannalta. Palvelun saatavuuden, tunnistettavuuden ja omaleimaisuuden avulla hänen valintansa pyritään tekemään helpoksi. Tavoitteena on pysyvä asiakasuhde. (Sipilä 2008, 9.)

Yrityksen on laadittava toimintansa tueksi myynti- ja markkinointisuunnitelma. Olisi hyvä myös miettiä yrityksen ilme, nimi ja brändi. Markkinointi tähtää yrityksen ja sen tarjonnan erottamiseen massasta eli näkyvyyteen, tunnettuuteen ja muistettavuuteen. Tehokkaan markkinoinnin tuloksia ovat oikein valitut kohderyhmät ja asiakkaat, oikeat tuotteet ja palvelut, myyntitavoitteiden saavuttaminen, pitkäaikaiset asiakkaat, jotka suosittelevat tuotteita myös muille sekä hyvä maine. Pitkäaikaisten asiakkaiden asiakasuskollisuuden ylläpitäminen on tärkeää, sillä uusien asiakkaiden hankkiminen on kalliimpaa kuin vanhojen säilyttäminen. (Viitala & Jylhä 2001, 82; Suomen Uusyrityskeskus ry 2014, 17.)

Onnistunut markkinointi on yritykselle vahva kilpailuetu. Sen lähtökohtana ovat asiakkaiden tarpeet, toiveet ja ostotoiminta. On tehtävä töitä asiakkaiden hankkimiseen, levitettävä tietoa tuotteistaan sekä ihmisten tarpeista. Yritys saattaa jopa olla luomassa käsityksiä siitä, mikä on tavoittelemisen arvoista elämää. Yrityksen liikeidea ja markkinointiajattelu ovat suunnittelun perusta. Ensin selvitetään liikeidean toteuttamiseksi ne periaatteet, joita halutaan noudattaa. Suunnitelma on selvitys siitä mitä, missä, milloin, miten ja millä välineillä tehdään työtä ja palvellaan asiakkaita. Markkinointia suunniteltaessa otetaan huomioon seuraavat asiat: kohderyhmä, palvelusta saatava hyöty, hinta, miksi hänen kannattaa ostaa yritykseltä sekä markkinointiviestintä ja jakelustrategia. (Viitala & Jylhä 2006, 81.)

Kukuttajasuojalain mukaan markkinoinnissa ei saa käyttää hyvän tavan vastaista menettelyä. Mainonnassa ei saa viestitä yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjen periaatteiden vastaisia arvoja. Väkivallan käyttöä ei ole hyväksyttävää missään muodossa, sukupuoleen tai syntyperään perustuva syrjintää ei sallita ja lapsen etu on otettava huomioon. Asiakas tarvitsee ostopäätöksensä tekemiseen tiedon mitä tarjotaan, kuka tarjoaa, millä hinnalla ja

turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot.

Myyntitoiminnassa on aina kyse kontaktoinnista. Ilman kontakteja ei synny kauppoja. Myyjän on osattava kartoittaa asiakkaan tarve. Menestyvä myyjä on kiinnostunut asiakkaansa haasteista, haluaa auttaa ja tarjota ratkaisuja. On kysyttävä oikeat kysymykset ja selvitettävä asiakkaan tarpeet. Asiakkaan tilannetta tulee kunnoittaa, koska voi olla että apua ei ole juuri sillä hetkellä tarjoattavana. On hyväksyttävä myös se tosiasia että useimmat kontaktit eivät johda kauppoihin, mutta kun on tarpeeksi monta EI-vastausta sekaan tuleen myös KYLLÄ-vastauksia. (Sipilä 2008, 193-195.)

Kuten jo aikaisemmin on tullut selväksi yrityksen käynnistämisvaiheessa maksavien asiakkaiden löytäminen on ensiarvoisen tärkeää. Myynnin alussa voi lähestyä tuttuja ihmisiä, työkavereita, naapureita ja muita tuntemia ihmisiä. Sähköpostia voi lähettää osoitekirjasta löytyville kontakteille ja kertoa uudesta yrityksestä. Yritystä voi samalla kuvaila heille ja pyytää apua uusien asiakkaiden löytämiseksi. Yhteisöpalveluja voi myös hyödyntää. Jos yritys tarjoaa palveluita paikallisesti, voi myös keksiä erilaisia lähestymistapoja esimerkiksi mainokset yrityksestä kauppojen, päiväkotien ja kirjaston ilmoitustauluille.

4.8 Rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelmat

Rahoituslaskelmassa kartoitetaan rahan tarpeet ja lähteet. Tarpeina luetellaan ne investoinnit, joita täytyy tehdä liiketoiminnan käynnistämiseksi. Kannattavuuslaskelmassa arvioidaan, missä kohtaa valitulla hintatasolla syntyy nollatulot myyntimäärään nähden. Sen avulla voidaan analysoida, onko myyntitavoite realistinen. Myyntilaskelmassa voidaan jakaa kannattavuuslaskelman osoittama minimilaskutustavoite eri asiakasryhmien kesken. (Perustamisopas 2014, 12-14.)

4.9 SWOT-analyysi

Liiketoimintasuunnitelman yhtenä tärkeänä osana on arvioida toiminnan suunnitelman mahdolliset riskit ja miten niihin reagoidaan. Tähän tarkoitukseen on hyvä käyttää SWOT-analyysiä. Se on yksi liiketoimintasuunnitelman monipuolisimmista työkaluista. Analyysin avulla yrittäjä voi tarkastella yhtä aikaa sekä yrityksen ulkopuolisia voimia että

yrityksen sisäisiä tekijöitä. Se opettaa yritystä kohdistamaan huomion oikeisiin asioihin, painamaan vahvuuksien voimalla eteenpäin sekä tunnistamaan ja varomaan sudenkuoppia. SWOT-taulukon (Kuvio 5.) ylärivillä on nykytila ja yrityksen sisäiset asiat. Alarivillä on tulevaisuus ja ulkoiset asiat. Vasemmalla puoliskolla ovat myönteiset asiat ja oikealla kielteiset asiat. Vahvuuksia tulee vahvistaa, heikkouksia kehittää, mahdollisuuksia on hyödynnettävä ja uhkia on vältettävä. Lyhenne SWOT tulee englannin sanoista Strengths eli vahvuudet, Weaknesses eli heikkoudet, Opportunities eli mahdollisuudet ja Threats eli uhat. (Viitala & Jylhä 2006, 45, 60; Perustamisopas 2014, 16.)



Kuvio 5. Yrityksen SWOT-analyysi. (Alikoski ym. 2013, 45.)

4.10 Kestävä kehitys

Suomi on sitoiutunut vaativiin kansainvälisiin ympäristövelvoitteisiin ja ympäristötietoisuus on kasvanut viime vuosina kaikilla yhteiskunnan osa-alueilla.

(Heikkala ym. 2010, 11) Ympäristöajattelusta ja ekotehokkuudesta on tullut tärkeä ja hyväksytty yhteiskunnallinen kysymys. Ympäristön suojeleminen on vakavasti otettava yhteiskunnallinen kysymys josta keskustellaan myös valtaapitävien keskuudessa. Vastuullinen kulutus näkyy yhä useammin moraalisen kansalaisvelvoitteena sekä osana järkevää

kotitalouden hoitoa. Kuluttaja nähdään merkittävänä markkinavoimana, joka pakottaa yritykset ja markkinat vihertymään. (Heiskanen 2004, 291.)

Vihreys on markkinointivaltti ja ekologisesti kestävien toimintatapojen edistäminen eri mittakaavoissa on yrittäjyyskentälle mahdollisuus. Ympäristövastuullinen liiketoiminta on pienyrityksen kilpailukykyyn vaikuttava tekijä. Se vaikuttaa liikeoimintaan ja siksi toimialaa ja toimintaa aloittaessa on hyvä huomioida ympäristöasiat. Esimerkiksi hiilijalanjälki on noussut nopeasti brändirakentajan työkaluksi yhä uusilla aloilla. Kuluttajat ovat nykyisin hyvin tietoisia ja arvostavat yrityksiä, jotka toiminnassaan huomioivat ympäristöasiat. Liikunta-alalla ympäristöajattelu konkretisoituu esimerkiksi raaka-aineiden ja energiakulutuksen minimointiin. (Heikkala & Koivisto 2010, 11; Viitala & Jylhä 2001, 258; Perustamisopas 2013, 42.)

5 Työn tavoite

Opinnäytetyön ensimmäinen tavoite on perehtyä yrittäjyyteen ja kerätä riittävästi käytännön tietoja ja taitoja sekä yhteyksiä yrittäjänä toimimisesta. Aineistona käytetään olemassa olevia kirjoja ja tutkimuksia.

Toisena tavoitteena on liiketoimintasuunnitelman tekeminen alkavalle liikunta-alan yritykselle. Suunnitelma auttaa selkiyttämään liikeidea sekä auttaa yrittäjää arvioimaan yritysidean toteuttamiskelpoisuutta ja valmiuksia ryhtyä yrittäjäksi. Liiketoimintasuunnitelmassa kirjataan liikeidea, kartoitetaan yrittäjän osaaminen, kuvataan tuotetta, selvitetään asiakkaat ja kilpailutilanne, luodaan yrityskuva, suunnitellaan markkinointia, mainontaa ja rahoitusta sekä huomioidaan mahdolliset ympäristöseikat. Valmis liiketoimintasuunnitelma ja sen toteuttamiskelpoisuus arvioidaan kolmen henkilön toimesta.

6 Työn vaiheet

Tämä opinnäytetyö on produktiivtyyppinen työ, jonka tuotoksena on liiketoimintasuunnitelma tulevalle liikunta-alan yritykselle. Työn vaiheet olivat

1. Teoriaan tutustuminen
2. Liikeidean kirjaaminen
3. Yrittäjyystestit
4. Liiketoimintasuunnitelman kirjaaminen

Opinnäytetyön tarkoituksena on perustaa liikunta-alan yritykselle toiminimi, jonka toiminta olisi alussa sivutoimista ammatinharjontaa. Yrittäjällä ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä. Siksi teorian kartuttaminen onkin aiheellista ennen liiketoimintasuunnitelman kirjaamista. Työvaiheiden tarkka kirjaaminen ja sen pohjalta liikeidean työstäminen liiketoimintasuunnitelmaksi on tämän lopputyön tuotos.

Liikeidean kirjaamisen tarkoituksena on selkiyttää liikeideaa, jonka pohjalta laaditaan liiketoimintasuunnitelma. Liikeidea sisältää SWOT-analyysin, jonka avulla kartoitetaan idean vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

Yritys-Suomen tai Finnveran yrittäjätestin avulla yrittäjäksi ryhtyvä voi testata valmiuksiinsa yrittäjäksi ryhtymiseen. Testi koostuu kahdeksasta eri osa-alueesta. Vastaukset muodostavat suuntaa-antavan arvion valmiuksista ryhtyä yrittäjäksi sekä omista vahvuuksista ja heikkouksista. Lisäksi testistä saa yhteenvedon vastauksista, joista voi keskustella yritysneuvojan kanssa. Testin tekeminen vie vain hetken ja lopputuloksen saa myös pdf-dokumenttina.

Toiminimen perustaminen on yritysmuodoista yksinkertaisin. Koska liiketoimintaa on tarkoitus aloittaa sivutoimena, liiketoimintasuunnitelman osa-alueita on karsittu vastaamaan yrittäjän tarpeita. Tulevaisuudessa, liiketoiminna laajentuessa, liiketoimintasuunnitelman osa-alueita muokataan aina tarvittaessa vastaamaan paremmin sen hetkistä toimintaa. Liiketoimintasuunnitelmaan kirjataan:

1. Liikeidea
2. Liikeidean SWOT-analyysi

3. Osaaminen
4. Yrittäjän SWOT-analyysi
5. Palvelu
6. Hinnoittelu
7. Asiakkaat
8. Yrityskuva
9. Markkinointi ja mainonta
10. Kilpailijat
11. Kirjanpito
12. Laskelmat

7 Liiketoimintasuunnitelma liikunta-alan yritykselle

7.1 Liikeidea

Aloittava yritys on tarkoitettu tuottamaan matalan kynnyksen joogapalveluja yhdistäen joogaa suomalaiseen luontoon ja kulttuuriin. Erilaiset joogatunnit ja teemat sopivat myös joogaa taitamattomille. Asiakas nähdään yksilönä, jolloin voidaan huomioida erilaisia tarpeita ja haluja. Ohjaukset tullaan alussa tarjoamaan asiakkaan järjestämissä tiloissa. Liiketoiminnan kasvaessa tarkoituksena on vuokrata toimitilat. Samaan yhteyteen tulee pieni myymälä, jossa on tarjolla erilaisia luonnonmukaisesti ja ekologisesti tuotettuja vaatteita, kauneudenhoitotuotteita sekä elintarvikkeita. Toimitilan yhteydessä toimii pieni ”olohuone”, jossa asiakkaat voivat nauttia kupin luomuteetä ja nauttia hyvästä olostä. Toimitila tulisi löytyä lähellä luontoa ja kulkuyhteyksiä, mutta kaukana kiireestä. Yrityskuva tulee viestimään kiireettömyyttä, rauhoittumista, pysähtymistä, aistillisuutta, yhteisöllisyyttä, hyvää oloa ja suvaitsevaisuutta.

7.2 Liikeidean SWOT-analyysi

Liikeidean vahvuuksina ovat erilainen lähestyminen joogaan, uudenlainen joogakonsepti, jossa korostuu suomalaisuus, asiakasystävällisyys, yksilöllisyys, ammattitaito ja joustavuus. Toimitila tulee olemaan keskeisessä roolissa konseptin kannalta. Tuleva yrittäjä on toiminut joogaohjaajana vuodesta 2010 ja hankkinut kokemusta ohjaajan tehtävistä ja asiakaspalvelusta. Yrittäjä voi asiakkaan tarpeiden mukaan ohjata erilaisia ryhmiä ja yksilöitä. Ohjaus voi tapahtua yrittäjän tiloissa tai asiakkaan valitsemissa paikoissa.

Suomi on innostunut joogaamaan. Tarjontaa on varsinkin pääkaupunkiseudulla runsaasti. PK-seudulla järjestetään perinteisten joogamuotojen lisäksi muun muassa hot joogaa, äijäjoogaa, vauvajoogaa, seniorijoogaa, solarjoogaa ja saunajoogaa. Siksi erottuminen on haastavaa ja kilpailu suurempien jooga-alayrittäjien kanssa kovaa.

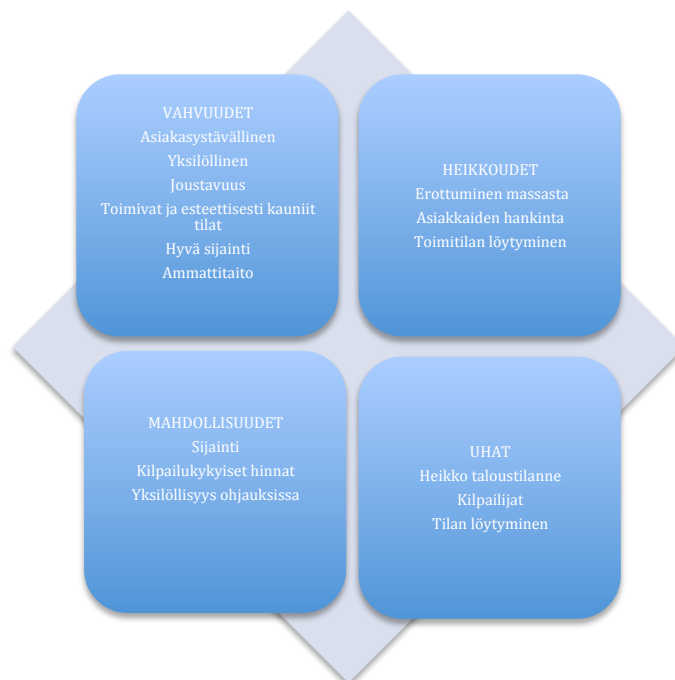
Toimitilan löytäminen tulee olemaan myös haastavaa.

Pääkaupunkiseudun joogatarjonta on runsasta. Sijainnilla on suuri merkitys, mikä nostaa vuokratkustannuksia joka lisää asiakasmäärän tarvetta. Siksi Helsingissä pärjäävät isot salit

jotka sijatsevat keskeisellä paikalla. Vantaalla tarjonta on suppeammin. Painoarvoa lisäävät konseptin omaperäisyys, toimitilan viihtyvyys, hyvät liikenneyhteydet, kilpailukykyiset hinnat ja pienemmät ryhmäkoot ja yksilöllisyys ohjauksissa. Yrityksen tärkeimpiä tavoitteita on saada asiakkaiksi ne ihmiset, jotka eivät ole uskaltaneet vielä joogan pariin, jotka ajattelvat esimerkiksi joogaan tarvittavan erityistaitoja, venyviä lihaksia tai joustavia niveliä. Toisaalta uusien harrastajien kiinnittäminen yrityksen asiakkaiksi ei ehkä tuota tarpeeksi tulosta ja siksi on saatava myös jo joogan löytäneitä yrityksen asiakkaiksi.

Useat pienet salit ovat lopettaneet Helsingissä. Kohonneet vuokrat, koventunut kilpailu ja joogabuumin tasaantuminen ovat ajaneet saleja ahdinkoon. Joogan ja bisneksen yhdistäminen ei ole helppoa, koska kyse on lajista jossa korostetaan henkisiä arvoja. Joogaan liittyvä elämäntattomuus voi myös häiritä liiketoimintaa. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä ole kiinnostuneita joogan filosofiasta. Siksi joogabisnes vaatii avoimuutta ja ankaruuden karsimista. Taloussanomien (14.08.2012)

Pääkaupunkiseudulla jooga-alan yrittäjiä on runsaasti, mutta Vantaalla suurin kilpailija on Yoga Nordic, joka tarjoaa mm. hotjoogaa. Ilmiö on uusi ja siksi ihmiset ovat innostuneet siitä varsinkin kylminä kausina. Tulevan toimitilan sijainti tulisi olla mahdollisimman kaukana kilpailijasta. Talouden heikot näkymät on myös uhka. Siksi hinnat tulisi olla kilpailukykyiset mutta realistiset. Yrityksen toimitilojen löytäminen on erittäin haastavaa, koska vaatimukset ovat kovat: luonnonläheisyys, tilavat tilat, hyvät kulkuyhteydet ja kohtuulliset vuokratulot.



7.3 Osaaminen

Yrittäjällä on vankka pedagoginen ja liikunallinen ammattitaito. Perustaja on suorittanut liikunnanohjaajatutkinnon vuonna 2001 ja opettajan pedagogiset opinnot 2006. Jooga-harrastus on alkanut vuonna 2005. Hän on toiminut joogaohjaajana vuodesta 2010. Hän on suorittanut mm. Ladylineen joogaohjaajakurssin 2010 ja opiskelee tällä hetkellä RYT500 Yoga source – koulutuksessa, joka päättyy joulukuussa 2014. Hän on aloittanut erilaisten liikuntatuntien ohjaamisen vuodesta 1991. Opetustyönsä hän aloitti vuonna 2001. Päätyönsä ohella hän ohjaa joogaa Vantaan aikuisopistolla kolme viikkotuntia.

7.4 SWOT –analyysi yrittäjänä

Analyysissä tarkastellaan miten yrittäjän vahvuuksia kehitetään, miten heikkouksia voi poistaa, miten yrittäjän mahdollisuuksia voidaan hyödyntää ja miten yrittäjän uhkia torjua.

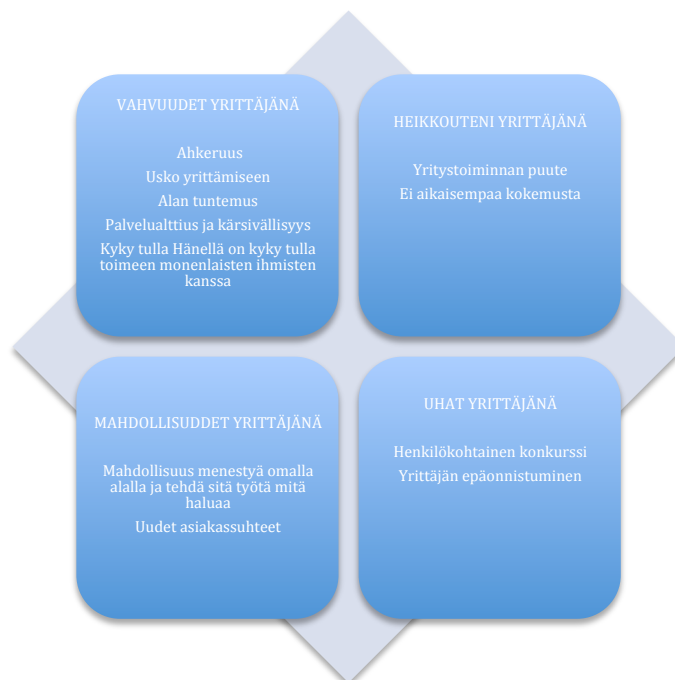
Yrittäjä on ahkera, asiakasystävällinen ja toimialansa hyvin osaava. Hänellä on pitkä historia asiakstyöskentelystä ja liikunnanohjauksesta. Hän on aidosti kiinnostunut ihmisistä ja hänellä on kyky tulla toimeen erilaisten ja eri-ikäisten ihmisten kanssa. Hän on

saanut hyvää palautetta asiakkailtaan ja He ovat kannustaneet oman yrityksen perustamiseen. Hän pitää ammattitaitoaan yllä erilaisilla koulutuksilla ja kursseilla.

Yrittäjällä ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä. Hänellä ei ole markkinoinnin ja liiketoiminnan osaamista. Myös talouden suunnittelu ja sen seuranta asettavat suuria haasteita.

Yrittäjäksi aikovalla on realistiset suunnitelmat yrityksen perustamiseen. Hänellä on halu ryhtyä tulevaisuudessa yrittäjäksi ja toteuttaa unelmansa eli saada harrastuksesta elinkeino. Omassa työssä viihtyminen ja henkinen kasvaminen tuovat lisäarvoa yrittäjäksi ryhtymiseen. Myös uusien asiakassuhteiden solmiminen ja niistä huolehtiminen on tärkeää. Yritystoiminnan aloittamiseen ei tarvita suuria pääomakustannuksia tai vierasta pääomaa. Jos liiketoiminta on kannattavaa voi sivutoimisesta yrittäjyydestä tulla päätoiminen yrittäjyys.

Päätoimisena yrittäjänä toimiminen vaatii aikaa ja rahaa. Omaa pääomaa ei ole. Oma jaksaminen sekä taloudellinen tilanne ja sen heikkeneminen askarruttavat. Lähteekö yritys tuottamaan, saadaanko riittävästi asiakkaita ja pystytäänkö niistä pitämään kiinni? Riittävätkö yrityksen tulot kattamaan yrityksen velkoja ja elääkö sillä sen jälkeen? Jos yritys laajenee riittävätkö yrittäjän resurssit? Suurin uhka on kuitenkin epäonnistuminen, mitä sen jälkeen?



7.5 Palvelu

Päätuote on yksilöllinen ja asiakkaan toiveet ja taustan huomioon ottava joogaohjaus. Asiakkaan odotukset ja toiveet kartoitetaan etukäteen, ja joogaa ohjataan näiden mukaan joko yksin tai pienryhmissä. Myöhemmin voi myyntiin tulla ympäristöystävällisesti ja ekologisesti tuotettuja tarvikkeita esimerkiksi kosmetiikkaa, elintarvikkeita ja vaatteita. Toiminta voidaan aloittaa ilman kiinteää toimitilaa, jolloin ohjaus tapahtuu asiakkaiden tarjoamissa tiloissa. Toiminta laajentuessa ja toimitilan löytyessä palvelua tullaan tarjoamaan asiakkaille Vantaalla sijaitsevalla salilla, jossa on mahdollisuus rentouttaviin ja terapeutisiin joogahetkiin, mahdollisuus pysähtyä hetkeksi ja irtautua arjen pyörteistä, nauttia kuppi rentouttavaa teetä hyvässä seurassa ja mukavassa ympäristössä. Toiminnan keskeisiin arvoihin kuuluvat suvaitsevaisuus, luottamuksellisuus, kunnioitus, hyvinvointi, turvallisuus, rehellisyys sekä ympäristömyönteiset kuluttajatuotteet ja toimitilat.

7.6 Hinnoittelu

Aloittava yrittäjä saattaa joutua tinkimään hinnoista saadakseen asiakkaita. Alussa voi joutua tyytymään pienempään taloudelliseen tuottoon, mutta myöhemmässä vaiheessa, liiketoiminnan kasvaessa hintoja voi korottaa maltillisesti. Tällä hetkellä ohjauksesta

saatava tuntipalkka on pieni. Palkka nousee jonkin verran, kun ryhtyy yrittäjäksi välikäden poistuessa.

7.7 Asiakkaat

Joogan mystisyys ja hengellisyys koetaan negatiivisina asioina, ja siihen liitetty kurinalaisuus ja filosofisuus eivät houkuttele tavallista suomalaista. Joogan tuomat hyödyt tulisi kuitenkin olla jokaisen ihmisen ulottuvilla ja siksi huomio kohdistuu sellaisiin henkilöihin jotka eivät uskaltaudu trendikkäille joogasaleille. Asiakkaita voi rekrytoida esimerkiksi terveyskeskuksista, neuvoloista, kauneushoitoloista, äiti-lapsi-liikuntaryhmistä, hierojilta ja fysioterapeuteilta, omilta tuttavilta ja heidän tuttaviltaan, hyvinvointimessuilta, seurakuntatoiminnasta jne. Ydinasiakkaina ovat sellaiset henkilöt, jotka haluavat saavuttaa mielenrauhaa ja elämäniloa, säilyttää ja ylläpitää luontaista liikkumiskykyään, joilla ei ole ehkä aikaisempaa kokemusta joogasta.

7.8 Yrityskuva

Yrityskuvassa painottuvat positiivisia mielikuvia joogassa: eksotiikka, rauhallisuus, tyyneys, venyvyys, hyvä olo ja luonnollisuus. Positiivisia mielikuvia luodaan hyvällä tilasuunnittelulla, sisustamisella ja ammattitaitoisella ohjaamisella. Ihmisen luonnollisuutta ja yksilöllisyyttä korostetaan hyväksymällä asiakas sellaisena kun hän on.

Ohjauksen ja toimitilan ilmapiiri tulee olla rauhallinen, fyysisen tilan sisustus luo lisää tunnelmaa ja henkiä rauhallisuutta. Ryhmäkoot pidetään pieninä jotta yksilöllisyys säilyy. Toimitilaan on helppo tulla ja siellä on mukava myös viettää aikaa.

7.9 Markkinointi ja mainonta

Toiminna alkuvaiheessa ja toimitilan puuttuessa asiakkaita hankitaan nykyisiltä joogaryhmiltä, tutuilta ja heidän lähipiiristä. Hyvä markkinointi vaatii osaamista, joten yrittäjä hankkii osaamisen mainostoimistosta. Yrittäjällä on henkilökohtaisia suhteita mainostoimistoon. Markkinoinnissa ja mainonnassa tuodaan selkeästi esille sen, mitä tarjotaan ja millä hinalla. Markkinointi tullaan kohdistamaan pääosin vantaalaisiin ja tulevan toimitilan lähellä oleviin kuntiin. Helppo ja edullinen tapa tavoittaa suuri joukko ihmisiä on

perustaa omat kotisivut, sosiaalinen media sekä flayerit, pieniä mainoslappusia joita jaetaan esimerkiksi kadulla tai messuilla.

7.10 Kilpailijat

Vantaalla joogaa harrastetaan mm. Vantaan aikuisopistossa, Vantaan joogayhdistyksen toimesta, liikuntakeskuksissa ja Yoga Nordicilla. Yoga Nordicin vahvuudet ovat tuntitarjonnan runsaus ja erilaiset ohjaajat sekä hot jooga. Heidän heikkoutensa ovat suuret ryhmäkoot ja tilan ahtaus. Yksilöllistä ohjaamista on tarjolla, mutta se tulee kovin kalliiksi. Aikuisopiston vahvuudet ovat huokeat hinnat, mutta ryhmät ovat suuria eivätkä tilat ole kovin houkuttelevia. Liikuntakeskuksissa harjoitettu jooga voi olla jumppamaista tai ympäristö ei tue rauhoittumista ja hiljentymistä. Yksittäiset joogaohjaajat harjoittavat toimintaansa erilaisissa toimitiloissa, joita ei ole välttämättä tarkoitettu joogaamiseen.

7.11 Kirjanpito ja talouden suunnittelu

Toiminnan ollessa pientä yrityksen kirjanpito ja talouden suunnittelu tapahtuu pääosin yrittäjän toimesta. Tarvittaessa konsultaatioapua voi pyytää lähipiiristä. Toiminnan laajentuessa yrittäjä haluaa keskittyä yrittämiseen ja antaa talousasioiden hallinnan ja kirjanpidon asiantuntijan hoidettavaksi.

7.12 Laskelmat

Yrityksen toiminnan käynnistämiseen ei tarvita vierasta pääomaa. Se tullaan käynnistämään niin, ettei siihen tarvita vierasta pääomaa. Toiminta aloitetaan sivutoimena eikä yrittäjä luovu palkkatyöstään. Toimintaa voi alussa harjoittaa asiakkaiden tarjoamissa tiloissa, mutta tietyt välinehankinnat ovat pakolliset. Koska ohjattavien ryhmien koko tulee säilyttää pienenä, ohjaaminen voidaan aloittaa maksimissaan kymmenelle hengelle. Joogakauppa Yogalifesta voi hankkia matot, tiilet, vyöt, bolsterit ja huovat 10 asiakkaalle noin 1500 euron hintaan. Rahan lähde näihin hankintoihin on yrittäjän omaa pääomaa. Yrityksen laajentuessa ja rahoitustarpeen ilmetessä yritys voi hakea erilaisia rahoituskeinoja pankista tai esimerkiksi starttirahaa.

8 Palaute

Liiketoimintasuunnitelmasta saadun palautteen perusteella liikeideaa toimii sellaisenaan vaikka se ei eroa suuresti muihin jooga-alan yrityksiin. Se antoi yleiskuvan liikeideasta. Konseptista kaivattiin hieman omaperäisempää ja laskelmat voisivat olla tarkemmat.. Yrittäjän osaamista pidettiin riittävänä, mutta taloudellista osaamista tulisi hieman kehittää. Palautteen antajina toimivat yksityisyrittäjä ja freelancer toimittaja Eija Kautonen, Tampereen Ely-keskus Tinnu Salonen sekä Design toimisto Bond graafinen suunnittelija Marko Salonen.

Liikeidea on hyvä: matalan kynnyksen joogaa tavallisille pulliaisille. Yksilöllistä ohjausta niille, jotka eivät syystä tai toisesta käy ryhmäohjauksissa. Joogaa pitää markkinoida lajina, joka ei vaadi rautaista fyysistä kuntoa tai venyvyyttä. Se sopii kaikille ja kaiken ikäisille ja kaiken kuntoisille. Jokainen aloittaa omalta tasoltaan.

Taloudellinen katsaus on realistinen. Sivutoiminen yrittäjäyys sopii joogaohjaajalle, sillä pääosalla asiakkaista on aikaa harrastuksiin vain työaikojen ulkopuolella, ei työpäivinä. Lisäksi päätoiminen yrittäjäyys ei ole tällä hetkellä ajankohtaista tai taloudellisesti järkevää. Tiloja ei kannata vuokrata ennen kuin asiakaskunta hahmottuu ja asiakasmäärä tai kuukausitulot voi arvioida tarkemmin.

Kohderyhmää on tarkennettava: ikä, sukupuoli, liikuntaharrastuneisuus.

Suomalaisilla on iso kynnys päästää asiakas omaan kotiinsa. Asiakkaiden kartoittaminen ja houkuttelu kannattaa aloittaa viidakkorummulla eli lähipiiristä. Se toimii myös markkina-analyysina kiinnostuksen mittaamiseen.

Hinnoittelu kaipaa tarkennusta: toimiiko kertamaksuna, kuukausimaksuna vai laskutusena? Mitä maksaa henkilöä kohti? Vaikka vierasta pääomaa ei tarvita eikä yrittäjä ole taloudellisesti riippuvainen toiminimensä tuloista, suositellaan tarkkaa hinta-analyysiä ennen markkinoinnin tai toiminnan käynnistämistä. Mikä on kilpailijoiden hinta yksilöllisestä joogaohjauksesta. Minkä yrittäjä näkee kannattavana tuntihintana? Toimintaa ei kannata lanseerata reilusti normalihintaa alemmilla hinnoilla, sillä asiakkaan voi olla vaikea

hyväksyä hinnankorotusta. Esimerkiksi 50% alennus tai ilmainen tutustumistunti voi toimia houkuttimena, mutta asiakkaalle pitäisi kertoa myös tunnin faktinen hinta.

Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi korostaa, että päätoiminen yrittäjäyys alkaa vain, jos yritykselle löytyy riittävä asiakaskunta ja kohtuuhintaiset tilat. Lisäksi tulisi korostaa että liikeideassa keskityttiin markkinointiin ja yritysidean etsimiseen koska pääomia ja lainanottohalukkuutta ei ole. Jos liiketoiminta menestyy ja laajenee tulevaisuudessa, liiketoimintasuunnitelmaa on päivitettävä, mikä yhtiömuoto?

Alkava yrittäjä voi kasvattaa yrittätietouttaan esimerkiksi TE-keskuksen Minustako yrittäjä –infossa.

9 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoittena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma tulevalle liikunta-alan yritykselle. Tarkoituksena oli saada riittävä määrä tietoa yrityksen perustamista sekä selkiyttää liikeideaa. Lisäksi tavoitteena oli selvittää yrittäjyysvalmiudet, mitä yrittäjyyteen vaaditaan ja mitä se tulee käytännössä yrittäjältä vaatimaan. Opinnäytetyössä on esitetty yrityksen perustaminen ja liiketoimintasuunnitelma teoreettisesti ja työn lopputuloksena on liiketoimintasuunnitelma aloittavalle ammatinharjoittajalle.

Liiketoimintasuunnitelman tekeminen on yksilöllistä ja jokaisesta liiketoimintasuunnitelmasta tulee oma kokonaisuus. Liiketoimintasuunnitelman osa-alueiden painotus vaihtelee liikeidean mukaan, mutta rakenne on suurelta osin samanlainen. Suunnitelma etenee monivaiheisesti ja kaikki sen osa-alueet liittyvät toisiinsa jollakin tapaa. Pelkkä toimiva liikeidea ei riitä, mutta on hyvä pitää se mielessä, koska liiketoimintasuunnitelma pohjautuu juuri liikeideaan. Opinnäytetyössä on käytetty liiketoimintasuunnitelman esimerkkirakennetta Yrityksen perustajan oppaasta, ja se on räätälöity ammatinharjoittajana toimimista varten. Työn lähteinä käytettiin liiketoimintasuunnitelmasta kertovia teoksia, kolme haastattelua sekä liikeidean toimialasta kertovia ajankohtaisia artikkeleja.

Opinnäytetyö oli henkilökohtainen tarkastelu yrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen. Suunnitelman kirjaaminen auttoi yrittäjää ja hän sai liiketoimintasuunnitelmasta työkalun yritystoiminnan kehittämiseksi. Liikeidea selkiytyi, mutta yrityksen perustaminen jäi edelleen askarruttamaan puutteellisten laskelmien ja heikon taloudellisen tilanteen pelosta. Toiminimen perustaminen ja ammatinharjoittajana toiminen ei tuota ongelmia, mutta liiketilän vuokraaminen ja ryhtyminen liikkeenharjoittajaksi jää vielä tulevaisuuteen. Liikeideaa tullaan muokkaamaan ja tarkentamaan saatujen arvioiden perusteella.

Lähteet

Alikoski, R., Hakonen, M., Viitasalo, J. 2013. Yritystoiminnan taitajakasi. Helsinki: Sanoma pro Oy

Auria yritys-laskenta. Luettavissa: <http://blogi.auriayrityslaskenta.fi/?Tag=budjetointi>.
Luettu 22.4.2014

Branson, R., 2012. Like a virgin. UK: Virgin books

ELY-keskus. Luettavissa: <http://www.ely-keskus.fi>. Luettu 23.4. 2014

Finnvera. Luettavissa: <http://www.finnvera.fi/Tuotteet-ja-FAQ/Lainat>. Luettu
23.4.2014. www.finverasfi/static/yritystajatesti/. Luettu 3.5.2014

Heiskanen, K., Kekäläinen, S., Lundén, A., Vanhanen, R. 1998. Elämäni Yritys. Lappeenranta: Lappeenrannan Kirjapaino Oy

Heikkala, J., Koivisto, N., 2012. Liikunta-alan yrittäjyyden kehittämissstrategia 2020. Sporttipaino Oy. Luettavissa: http://www.diges.info/pdf/Liikunta-alan_yrittajyyden_kehittamisstrategia_2020.pdf. Luettu 28.4.2014

Immonen, R., 2002. Yritysmuodot ja liiketoiminta. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino

Kangas-Korhonen, O., 13.5.2014. Lehtori

Kautonen, E., 7.5.2014. Yrittäjä. Haastattelu

Ketola, T., 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Helsinki: Edita prima Oy

Kotler, P., 1990. Markkinoinnin käsikirja. Helsinki. Gummerus kirjapaino Oy.

Leppänen, O., Partanen, P., 2013. Yrityksen perustajan pikaopas.

Lyytinen, J., Piha, K. 2004. Yritä edes, 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi. Helsinki: Talentum

Patentti ja rekisterihallitus. Luettavissa:
<http://palveluverkko.prh.fi/toiminimiopas/rekisterointi-frame.htm>. Luettu 3.4.2014

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki. WSOY pro Oy

Taloussanomat. Luettavissa:

<http://www.taloussanomat.fi/yrittaja/2012/08/13/joogasaleja-nurin-ei-sovi-pienyrittajalle/201235317/137>. Luettu 23.4.2014

Salonen, M. 5.5.2014. Yrittäjä. Haastattelu

Salonen, T. 5.5.2014. ELY-keskus. Haastattelu

Sipilä, L, 2008. Käytännön markkinointi. Keuruu. Otavan kirjapaino oy

Sutinen, M., Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt kysyä. Kuopio: Kirjakas KY

Taloushallintoliitto. Luettavissa: <http://www.netvisor.fi/palvelut/sahkoinen-taloushallinto/?gclid=CPik3siz770CFUHecgodT64AUQ>. Luettu 6.5.2014

TE-palvelut. Luettavissa: <http://www.te-palvelut.fi/te/fi/>. Luettu 28.4.2014

T&E. 2009. Yrityksen perustamisopas, käytännön perustamistoimet. Helsinki: Edita

Uusyrittäjäkeskukset. 2013. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013.

Viitala, R., Jylhä, E. 2001. Menestyvä yritys, Liiketoiminnan perusteet. Helsinki: Edita

Vilkkumaa, Matti. 2007. Viisas yritys. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Yrityksen perustaminen. Luettavissa: <http://yrityksen-perustaminen.net/toiminimen-perustamisilmoitus/>. Luettu 3.4.2014

Yritys-Suomi. Luettavissa: <https://www.yrityssuomi.fi/fi/yrityksen-perustaminen>. Luettu 3.5.2014



Yrittäjäprofiili

OMAT YRITTÄJÄVAHVUUTESI

MÄÄRÄTIETOINEN, AMMATTIT JA PITKÄ KOKEMUS ALATA, SOSIAALINEN, KYKY TULLA TOIMEEN IHMISTEN KANSSA

MENESTYKSEEN TARVITTAVA OSAAMINEN

OSAAMISENI ON RIITTÄVÄÄ: AMMATTITAITO TOIMIALASTA, OHJAAJAKOKEMUS, UUSIEN ASIOIDEN OMAKSUMISKYKY
TARVITSEN HIEMAN LISÄÄ OSAAMISTA: RISKINOTTOKYKY, KAUPALLISEN ALAN KOKEMUS
TARVITSEN PALJON LISÄÄ OSAAMISTA: YRITTÄJÄKOKEMUS

Riittävä osaaminen on yksi keskeisimmistä yrittäjyyden menestystekijöistä. Sinun kannattaakin laatia määrätietoinen, tarvittaessa jopa viikkotasolle ulottuva tietojen kartuttamissuunnitelma. Kun nyt tiedät, millä alueilla tarvitset lisää tietoa ja osaamista, voit tehdä tarkan suunnitelman siitä, kuinka käytännössä tulet lisäämään valmiuksiasi menestykseen.

Tietoa yrittämiseen liittyvistä asioista saat esimerkiksi näiltä toimijoilta, eikä myöskään verkostoitumisen voimaa kannata unohtaa. Oman toimialasi menestyneiltä yrittäjiltä voi olla paljon opittavaa.

www.yrityssuomi.fi | www.te-keskus.fi | www.uusyrittajakeskus.fi | www.yrittajat.fi

MERKITTÄVIMMÄT HAASTEESI MATKALLA MENESTYKSEEN

YRITYKSEN TALOUTEEN LIITTYVÄT HAASTEET

Nyrkkisääntö on, että aloittavan yrityksen ensimmäinen vuosi on enemmän tai vähemmän heikkotuloinen. Yrityksen toiminnan saaminen täyteen vauhtiin ja jalansijan löytäminen markkinoilta ottaa aina oman aikansa. Kiinteitä kuluja on kuitenkin usein runsaasti, yrityksen perustamiskulut mukaan lukien. Tästä syystä tarvitset riittävästi omaa pääomaa, ja mahdollisesti myös ulkopuolista rahoitusta.

Mieti ensin, kuinka paljon olet todella valmis investoimaan omaa rahaa yritykseesi. Tämän jälkeen on aika arvioida kuinka paljon tarvitset ulkopuolista rahoitusta. Ja ennen kaikkea: mistä voit rahoitusta hankkia?

Rahoitusta tarjoavat esimerkiksi nämä toimijat:

www.nordea.fi | www.osuuspankki.fi | www.sampo.fi | www.aktia.fi | www.optia.fi | www.saastopankki.fi | www.alandsbanken.fi
www.tapiola.fi | www.paikallisosuuspankit.fi | www.tekes.fi | www.sitra.fi | www.finnvera.fi | www.veraventure.fi

Saadaksesi ulkopuolista rahoitusta eli lainaa saatat tarvita vakuuksia. Kartoita nämä vakuudet jo varhaisessa vaiheessa ja mieti, haluatko sitoa niitä yritykseesi. Mieti myös, mikä on oikea ja tasapainoinen oman ja vieraan pääoman suhde. Tämä suhde määrittää yrityksesi vakavaraisuuden.

YRITYKSEN RAHOITUSOSAAMINEN JA RAHOITUSSUUNNITTELU

Pääsääntöisesti voidaan sanoa, että rahoitussuunnittelu kannattaa suosiolla jättää ammattilaisille – ellei juuri se sitten satu olemaan erityisosaamistasi. Toimiva yhteistyöverkosto on laki-, vero- ja kirjanpitoasioissa enemmän kuin paikallaan.

Lisätietoja saat vaikkapa täältä:

www.yrityssuomi.fi

TOIMINTAYMPÄRISTÖN RIITTÄMÄTÖN TUNTEMUS

Toimitko paikallisesti vai aluetasolla, valtakunnallisesti vai valtakunnan rajojen ulkopuolella? Keitä muita samalla alalla toimii? Ketkä ovat kilpailijoitasi, ja millaisia he ovat? Ovatko asiakkaitasi kuluttajat, yritykset vai välilliset asiakkaat? Miten seuraat toimintaympäristön muutoksia ja näiden muutosten vaikutusta liiketoimintaasi?

Yritystoimintaa aloitettaessa sinun tulee pyrkiä vastaamaan mahdollisimman perusteellisesti kaikkiin näihin kysymyksiin.

Apua toimintaympäristön kartoittamiseen liittyvissä kysymyksissä löydät täältä:

www.finpro.fi

TAVOITTEESI YRITTÄJÄNÄ

1. ITSENSÄ TYÖLLISTÄMINEN, 2. TALOUDELLINEN HYVINVOINTI, 3. ITSENÄISYYS JA TYÖTÄ NAUTTIMINEN

VIIKOTTAINEN TYÖAIKA, JONKA YRITYKSESI HOITO TULEE SINULTA VAATIMAAN

Arviosi mukaan yrityksesi hoitoon kuuluu korkeintaan 20-30 TUNTIA VIIKOSSA. Tämä merkitsee ajankäytöllisesti sitä, että yrityksesi yksittäisten myyntitapahtumien on oltava verrattain suuria. Muuten yrittäjätulo ei riitä kokopäiväiseen yrittäjyyteen.

TARVITSEMASI KUUKAUSITTAINEN YRITTÄJÄTULO (NETTO)

3000 EURO/KK

Yrittäjyyden alkutaipaleeseen liittyy usein runsaasti kuluja, ja voi kestää jonkin aikaa ennen kuin yritys alkaa tuottaa konkreettista yrittäjätuloa.

Samaan aikaan tarvitset kuitenkin rahaa päivittäiseen elämiseen. Siksi tarvitsemasi yrittäjätulon määrä kannattaa arvioida mahdollisimman tarkasti jo etukäteen.

AIKA, JONKA KULUESSA YRITYKSESI ALKAA TUOTTA A TARVITSEMAASI YRITTÄJÄTULO A

Suunnitelmiasi mukaan yrityksesi alkaa tuottaa yrittäjätuloa eli palkkaa VUODEN päästä.

Tämä tarkoittaa sitä, että selviytyäksesi ensimmäisen vuoden maksuista on omaa pääomaa oltava riittävästi suhteessa vieraaseen pääomaan. Rahoituksellista joustoa voit saada myös lyhennysvapaasta vuodesta pitkäaikaisille veloille. Varmista kuitenkin että kykenet suoriutumaan kiinteistä kuukausittaisista maksuista sekä lainojen koroista.

YRITYKSESI TARJONTA

LIIKUNTAALAN PALVELUJA
OHEISTUOTTEITA: ELINTARVIKKEITA JA VAATTEITA

ASIAKKAIDEN SAAMA HYÖTY

HYVÄÄ OLOA
LAADUKASTA, AMMATTITAITOISTA JA HYVÄÄ
PALVELUA LÄHELLÄ
TOIMIVAT TOIMITILAT
KILPAILUKYKYISET HINNAT

YRITYKSESI TÄRKEIMMÄT KILPAILIJAT

YOGA NORDIC
VANTAAN AIKUISOPISTO
VATAAN JOOGAOPISTO

Tarkastele koti- ja ulkomaisia kilpailijoitasi: mitkä toimijat ovat merkittäviä, ja mitkä vähemmän merkittäviä. Analysoi myös kilpailijakenttää kokonaisuudessaan: koostuuko se monesta pienestä vai harvoista suurista toimijoista? Jos kilpailukenttä on erityisen haasteellinen, sinun kannattaa harkita kilpailija-analyysin teettämistä täällä:

www.finpro.fi

YRITYKSESI TÄRKEIMMÄT KILPAILUTEKIJÄT

LAATU
HINTA
VIERAALU

**YKSILÖLLISYYS
SAATAVUUS**

KASSAVIRTA

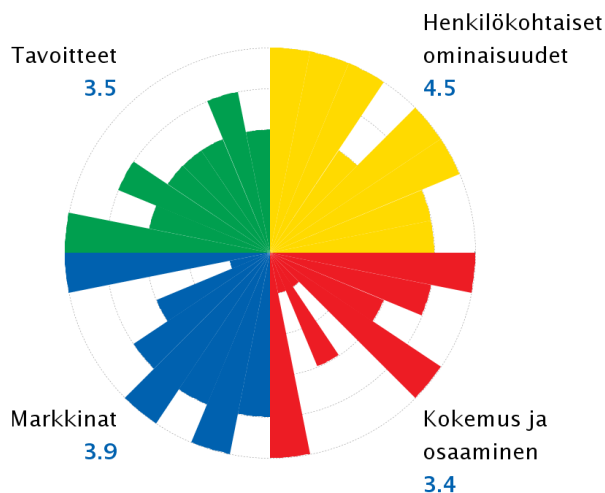
**EHDOT, JOILLA SUORITAT OSTOT:
ENNAKKOMAKSU
HETI TAVARAN VASTAANOTTAMISESTA**

**EHDOT, JOILLA MYYT YRITYKSESI TUOTTEITA/PALVELUJA:
ENNAKKOMAKSU
KÄTEINEN (KÄT. ASIAKIRJ. VAST.OTTAMISESTA)
HETI TAVARAN VASTAANOTTAMISESTA**

Kassavirran kannalta olennaista on, että ostovelat ja myyntisaatavat ovat mahdollisuuksien mukaan tasapainossa. Jos näyttää siltä että myyntisaatavat eräytyisivät toistuvasti ostovelkoja myöhemmin, tulee tämä ottaa huomioon yrityksen käyttöpääoman tarvetta määriteltäessä. Muuten yrityksesi saattaa pahimmassa tapauksessa ajautua rahoitusvaikeuksiin.

YRITTÄJÄTESTIN YHTEENVETO

Alla oleva kaavio kuvastaa tehdyn testin tuloksia eri osa-alueilla. Kaavion alla on arviot tilanteestasi koskien henkilökohtaisia ominaisuuksiasi, kokemusta ja osaamista, markkinoita ja tavoitteita. Saat myös arviot vahvuuksistasi ja heikkouksistasi. Otathan huomioon, että arviot perustuvat ainoastaan vastaamiisi kysymyksiin. Olet vastannut 32 kysymykseen yhteensä 32 kysymyksestä.


Arviot

Henkilökohtaiset ominaisuudet	4.5	Sinulla on erinomaiset henkilökohtaiset ominaisuudet yrittäjyyden näkökulmasta. Sinulla ei ole suuria heikkouksia, mutta vahvuuksia sitäkin enemmän. Henkilökohtaisilla ominaisuuksillasi voit tarvittaessa paikata paljonkin esimerkiksi kokemuksen puutetta tai vähäistä tietoa toimintaympäristöstä. Tulet todennäköisesti menestymään yrittäjaurallasi.
Kokemus ja osaaminen	3.4	Sinulla on hyvät taidot ja osaamista ja kokemusta yritystoiminnan eri osa-alueilta. Tunnistat puutteesi ja tiedät miten niitä kehitetään. Hyvän verkoston ja tiimin avulla pystyt hoitamaan yrittäjän tehtävät kunnialla.
Markkinat	3.9	Sinulla on hyvä kuva markkinoista, asiakkaista ja kilpailijoista. Joudut vielä miettimään paikkaasi markkinoilla, ja sitä miten vastaat kilpailijoiden tarjontaan ja miten tuotteesi/palvelusi soveltuu valitsemallesi toimialalle. Sinulla on mahdollisuudet onnistua.
Tavoitteet	3.5	Olet tavoitteellinen ja asetat tavoitteita toiminnallesi. Rakennat toiminnan laajuuden sinulle sopivaksi. Et välttämättä lähde suurisuuntaisiin riskihankkeisiin. Tulet pärjäämään yrittäjänä ja parhaassa tapauksessa menestyt hyvin.

Vahvuudet

Henkilökohtaiset ominaisuudet	Olet todella kiinnostunut kehittämään ominaisuuksiasi. Käytät tarvittaessa runsaasti aikaa ja varojasi, jotta saat haluamasi asian paremmalle tasolle.
Henkilökohtaiset ominaisuudet	Olet todella kiinnostunut tutkimaan kaikki mielenkiintoiset ja mahdollisesti sinulle hyödylliset kysymykset ennalta ja oma-aloitteisesti. Olet hyvin valmistautunut useissa tilanteissa, koska olet jo hankkinut tietoa etukäteen.
Henkilökohtaiset ominaisuudet	Olet todella kiinnostunut itsesi kehittämisestä ja käytät itsetutkistelua jatkuvasti. Pyrit pitkäjänteisesti erittelemään tunteitasi, tuntemuksiasi, uskomuksiasi sekä arvioimaan, miten käyttäytymisesi vaikuttaa ympäristöösi.
Henkilökohtaiset ominaisuudet	Toimit hyvin itsenäisesti ja itseohjautuvasti. Nautit siitä, kun saat itse päättää asioista etkä juuri kaipaa toisten ihmisten mielipiteitä. Itsenäisytesi vahvistaa uskoasi omaan kykyihisi, vaikka joskus tekisitkin vääriä ratkaisuja.
Henkilökohtaiset ominaisuudet	Olet erinomaisen päättäväinen niissä asioissa, joihin ryhdyt. Sinusta löytyy tarvittaessa horjumattomuutta, tarmoa ja lujaa luonnetta, jos asiat ovat hankalia ja niitä pitää viedä eteenpäin. Usein saat tämän takia paljon aikaiseksi ja se lisää itseluottamustasi.
Kokemus ja osaaminen	Sinulla on paljon kokemusta toimialalta, johon aiot yrittäjäksi. Sinulla on selvä suunnitelma miten toimia yrittäjänä valitsemallasi toimialalla. Tunnet ansiotason sekä ketkä ovat vahvat toimijat ja miten yrityksesi paikka löytyy markkinoilta.
Kokemus ja osaaminen	Käytät monipuolisesti ja päivittäin internetin palveluja. Se on luontainen osa työ- ja vapaa-aikaasi. Haet tietoa helposti ja nopeasti. Tämä antaa sinulle vahvan pohjan myös yritystoimintaan liittyvien tarpeiden hoitamiseen.
Kokemus ja osaaminen	Olet ollut myyntitehtävissä aikaisemmin. Olet myynyt erilaisia tuotteita ja palveluja, joten myyntityö on sinulle tuttua. Hyvä myyntitaito ja -kokemus antavat hyvän pohjan yrityksen menestymiselle.
Markkinat	Sinulle omatoimisuus ja omien päätösten tekeminen on todella tärkeää. Haluat johtaa toimintaa ja päättää tärkeistä asioista. Itseohjautuva toimintatapa on yrittäjän menestymiselle avainasia.
Markkinat	Sinulle on erittäin tärkeää, että sinulla on henkilökohtaisia tavoitteita. Voit olla ns. oman tien kulkija, jolla on vahva käsitys siitä, mitä haluat tehdä. Olet voimakkaasti sitoutunut viemään sinulle tärkeitä asiota eteenpäin.
Markkinat	Olet toiminut aktiivisesti sähköisessä mediassa jo pitkään. Sinulle on luontaista ajatella, että sähköinen kaupankäynti on tulevaisuutta, etkä voisi ajatella yritystoimintaasi ilman näitä mahdollisuuksia.
Tavoitteet	Sinulla on jo hyvä tuntemus toimialasta, jolle aiot tai olet selvittänyt toimialan toimintamallit. Olet arvioinut mahdollisuutesi sijoittua toimialalle ja olet valmis aloittamaan yritystoiminnan.

Heikkoudet

Kokemus ja osaaminen	Et ole suorittanut mitään yrittämiseen liittyviä opintoja. Mikäli koulutustaustasi tukee yrittäjyyttä, tämä ei ole ongelma. Jos se ei tue, sinun on perehdyttävä tietoihin yrittäjän asemasta ja vastuista yhteiskunnassa ja henkilökohtaisessa elämässä.
Kokemus ja osaaminen	Sinulla ei ole kokemusta markkinoinnista, jonka avulla on edistetty tuotteen tai palvelun myyntiä. Markkinoinnin perusteiden selvittäminen ja niiden hyödyntäminen omaiin tuotteisiin ja palveluihin on tärkeää menestyksen kannalta.
Markkinat	Sinulla ei ole mitään halua, mahdollisuutta tai suunnitelmia toimia Suomen rajojen ulkopuolella.

KYSYMYKSET JA VASTAUKSET

Osa 1. Henkilökohtaiset ominaisuudet

Haluatko kehittää itseäsi jatkuvasti?: 5

Onko sinulle luontaista ottaa selvää asioista?: 5

Onko sinulla taipumusta itsetutkisteluun?: 5

Onko sinulla mielestäsi hyvä luottamus omiin kykyihisi?: 3

Pystytkö mielestäsi toimimaan itsenäisesti?: 5

Oletko mielestäsi päättäväinen?: 5

Onko sinulle luontevaa asettaa tavoitteita ja työskennellä niitä kohden?: 4

Pidätkö itseäsi luovana ihmisenä?: 4

Osa 2. Tiedot ja osaaminen

Onko sinulla kokemusta toimialalta, johon aiot yrittäjäksi?: 5

Tukeeko koulutustaustasi yrittäjäksi ryhtymistä?: 4

Ymmärrätkö mistä yrityksen kulut ja tulot ylipäättään muodostuvat?: 3

Osaatko käyttää internetin tarjoamia palveluja?: 5

Oletko suorittanut yrittäjyyteen liittyviä opintoja?: 1

Onko sinulla kokemusta ihmisten johtamisesta?: 3

Onko sinulla kokemusta tuotteiden tai palvelujen markkinoinnista?: 1

Onko sinulla kokemusta tuotteiden tai palvelujen myymisestä? : 5

Osa 3. Mitkä asiat askarruttavat?

Yrityksen talouteen liittyvät haasteet: **Kyllä**

Oma jaksaminen, työn ja vapaa-ajan tasapainottaminen: **Kyllä**

Rahoitusosaaminen ja rahoitussuunnittelu: **Kyllä**

Toimintaympäristöön liittyvä tuntemus: **Kyllä**

Käytännön kokemuksen puute: **Ei**

Oman talouden kunnossapitäminen: **Kyllä**

Perheeseen/lähipiiriin liittyvät haasteet: **Ei**

Työntekijöihin liittyvät haasteet: **Ei**

Osa 4. Yrittämisen odotukset ja tavoitteet

Haluatko kasvattaa omaa osaamistasi omien tavoitteidesi mukaisesti?: **4**

Haluatko itse päättää mitä teet?: **5**

Haluatko luoda uusia juttuja?: **4**

Haluatko luoda jotain omaa?: **5**

Haluatko ansaita merkittävästi enemmän yrittäjänä?: **4**

Haluatko, että yrityksesi kasvaa?: **3**

Haluatko toimia kansainvälisesti?: **1**

Haluatko käyttää sähköisen liiketoiminnan mahdollisuuksia?: **5**

Osa 5. Yritysidea ja sen sisältö

Myyn tuotteita: **Ei**

Myyn palveluja: **Kyllä**

Myyn kuluttajille: **Ei**

Myyn yrityksille: **Ei**

Myyn paikallisesti: **Kyllä**

Myyn alueellisesti: **Ei**

Myyn koko Suomessa: **Ei**

Aion laajentua ulkomaille 1 vuoden sisällä: **Ei**

Myyn myös sähköisesti (verkossa): **Kyllä**

Osa 6. Tarjonta asiakkaille

Oletko selvillä, millä toimialalla aiot toimia?: **5**

Oletko selvittänyt, ketkä ovat potentiaalisia asiakkaitasi?: **3**

Oletko selvittänyt, mitä etuja ja hyötyjä tarjoat asiakkaillesi?: **4**

Oletko miettinyt miten tuotteesi/palvelusi hinta muodostuu?: **3**

Oletko selvittänyt, onko hinta alempi, sama vai kalliimpi kuin kilpailijoilla?: **3**

Osa 7. Kilpailijat

Oletko selvittänyt millainen kilpailutilanne toimialalla on?: **3**

Oletko selvittänyt ketkä ovat kilpailijoitasi?: **4**

Oletko miettinyt, miten rahoitat toiminnan alkuvaiheen?: **3**

Osa 8. Yrityksesi kilpailuedut

Tuotteen/palvelun laatu on parempi kuin kilpailijoilla: **Ei**

Tuotteen/palvelun hinta on parempi kuin kilpailijoilla : **Ei**

Tuote/palvelu on yksilöllisempi kuin kilpailijoiden tuote/palvelu : **Kyllä**

Tuote/palvelu on helpommin asiakkaan saatavilla kuin kilpailijoiden: **Ei**

Tuote/palvelu on helpommin sovittavissa asiakkaan tarpeisiin kuin kilpailijoiden tuote/palvelu: **Kyllä**

Muu, mikä?: **Ei vastattu**