



Liiketoimintasuunnitelma Siivousalan yritykselle

Jenna Haapala

Opinnäytetyö
Syyskuu 2015
Liiketalouden koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

JENNA HAAPALA:
Liiketoimintasuunnitelma Siivousalan yritykselle

Opinnäytetyö 47 sivua, joista liitteitä 25 sivua
Syyskuu 2015

Opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia ajantasaista tietoa hyvän liiketoimintasuunnitelman kokoamisesta. Mitä tulevan yrittäjän on otettava huomioon ennen kuin hän alkaa keskustella rahoittajien tai muiden liiketoiminnasta mahdollisesti kiinnostuneiden tahojen kanssa? Tutkimuksen tarkoitus oli saada kerättyä kattavasti tietoa liiketoimintasuunnitelman teosta ja siihen liittyvästä olennaisista ja tärkeimmistä sisällöistä.

Opinnäytetyö koostuu yrityksen suunniteluun liittyvästä teoriasta ja liiketoimintasuunnitelmasta yritykselle, joka toimii siivousalalla. Teoriaosuuteen kuuluu tietoa riskienhallinnasta ja uuden yrityksen kannattavuuden arvioinnista, jotka kuuluvat liiketoimintasuunnitelmaan.

Opinnäytetyön laatimisessa käytettiin paljon erilaista kirjallisuutta lähteenä. Suurimaksi osaksi tiedonlähteenä käytettiin Yritys-Suomen laatimaa yritysopasta sekä Ollis Leppäsen kirjaa Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin. Opinnäytetyössä on otettu huomioon nykypäivän muuttuneet toimintatavat ja karsittu turhanpäiväinen tieto pois.

Liiketoimintasuunnitelmassa pyritään huomioimaan koko ajan aloittava ja uusi yritys. Tiedonhankinnan tuloksena oli tarkoitus myös koota aloittavalle yrittäjälle liiketoimintasuunnitelma Tampereelle tulevaan siivousalanyritykseen. Yrityksen tarkoituksena on tuottaa siivouspalvelua yksityishenkilöille sekä rakennus- ja remontointialan pienyrityksille. Tämän työn tarkoitus on olla tulevaisuudessa erittäin tärkeä työkalu tulevalle yrittäjälle.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

JENNA HAAPALA:
Business Plan for Cleaning Field

Bachelor's thesis 47 pages, appendices 25 pages
September 2015

The aim of this thesis is to collect information about creating a good business plan. The point of research is to collect inclusive information about making a business plan and about all the essential and most important info related to good business plan.

The theoretical part planning and business plan for a company in cleaning business. It concerns risk management and the evaluation of profitability of a new company, which are part of the business plan.

Vast amount of literature was used as a source in the making of the thesis. Most used source was Yritysopas by Yritys-Suomi and Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin by Ollis Leppänen.

The business plan concentrated on starting and new business all the time. The outcome of the research was to collect information for a start up in cleaning services in Tampere area.

The point of the cleaning business is to provide services for private persons and for small time construction and renovation businesses.

Key words: entrepreneurship, business plan, clean industry

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	LIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	6
	2.1 Liikeidea	6
	2.2 Toimiala.....	7
	4.3 Yrityksen visio, strategia ja arvot	8
3	MARKKINAT.....	10
	3.1 Potentiaali ja Omat palvelut.....	10
	3.2 Asiakaslähtöisyys.....	11
	3.2.1 Asiakkaan tunnistaminen	12
	5.3 Kilpailijat	14
4	RISKIENHALLINTA.....	14
	4.1 Kannattavuuslaskelma	16
	4.2 Rahoituslaskelma.....	17
5	TOIMINTA & KÄYTÄNTÖ.....	18
	5.1 Yhtiömuoto	18
	5.2 Luvat	19
	5.3 Kirjanpito.....	19
	5.4 Rahoitus	20
	5.5 Myynti & Markkinointi	20
6	POHDINTA.....	22
	LÄHTEET.....	23
	LIITTEET	24
	Liite 1. Riskienhallintalomake	24
	Liite 2. Kannattavuuslaskelma	25
	Liite 3. Rahoituslaskelma	26
	Liite 4. Liiketoimintasuunnitelma Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	

1 JOHDANTO

Kirjoittajalle on tärkeää, että aihe on kiinnostava sekä hyödyllinen. Hän on yrittäjähenkilö ja yrittäjäyys on hänen mielenkiinnonkohteensa. Työn tarkoituksena on tehdä tutkimusta mahdollisesta alasta, jolla kirjoittaja voisi jatkaa yrittäjänä valmistumisensa jälkeen. Työssä yhdistetään yrittäjäyys ja tulevaisuuden mahdollisuudet.

Työttömien määrä kasvaa joka puolella Suomea, ja Pirkanmaalla on tällä hetkellä 34 723 työtöntä työnhakijaa. Luku on 11 % korkeampi kuin vuotta aikaisemmin. Nuorten ja muiden aikuisten suomalaisten tulevaisuus on pitkälti yrittämisessä. Yrittämällä itsensä työllistäminen on todennäköisempää kuin vakituinen työpaikka. (Jylhä & Viitala 2014, 14–17; Suomen Yrittäjät Ry 2014)

Tulevalla yrittäjällä on ollut jo pitkään palo yrittäjäyteen ja tämän työn idea oli tämän vuoksi helppo löytää: Liiketoimintasuunnitelma Siivousalan yritykselle. Suunnitelmalla on todella iso merkitys tulevaisuudessa niin kirjoittajalle itselleen kuin hänen lähipiirilleen. Mikäli työn tuloksena syntyy kannattava liikeidea, on tarkoitus perustaa yritys seuraavan vuoden sisällä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa ajankohtaista tietoa liiketoimintasuunnitelman kokoamisesta, joka auttaa tulevaa/tulevia yrittäjiä hahmottamaan yrityksen kannattavuus, riskit sekä mahdollisuudet. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on myös olla työväline rahoitusta hankkiessa sekä keskustellessa muiden sidosryhmien kanssa.

Opinnäytetyö alkaa liikeideasta ja sen laajemmasta tarkastelusta. Tämän jälkeen tarkastellaan yksityiskohtaisemmin markkinoita. Riskienhallinnan ja kannattavuuden tarkempi tarkastelu sijoittuu opinnäytetyön keskivaiheille. Lopuksi opinnäytetyössä käsitellään käytäntöä ja tarkemmin aloittavan yrityksen toimenpiteitä. Liitteistä löytyy mm. opinnäytetyön käytännön tuotoksena liiketoimintasuunnitelma siivousalan aloittavalle yritykselle sekä laadintaan tarkoitettuja laskelmia sekä taulukoita.

Opinnäytetyön ideana tiivistetysti on oppia yrittämisestä, yrityksen menestymiseen liittyvistä tekijöistä sekä laatia valmis ja käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma liikeidealle.

2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma (Business Plan) on kehitetty USA:ssa ja suomalaisten yritys-toimintaan se on otettu käyttöön 1980-luvulla. (Toivanen 2007, 8)

Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on antaa kokonaisvaltainen kuvaus yritysideo-asta tai yrityksen toiminnasta. Edelleen moni rahoittaja vaatii liiketoimintasuunnitelman ennen kuin aloitetaan keskustelua rahoitusratkaisuista. Eri tahot ja pankin voivat arvioida liiketoimintasuunnitelman avulla yrityksen kannattavuuden, taloudellisen tilan, mahdollisuudet sekä onko yrityksellä tavoitteita kehittää toimintaansa. Rahoittajat kuten Finnvera ja pankit vaativat myös yrittäjän henkilökohtaisen talouden olevan kunnossa. (Finnvera 2014)

2.1 Liikeidea

Liikeidean tarkoitus on tiivistää yrityksen tuleva toiminta-ajatus. Liikeidea on liiketoimintasuunnitelman tärkein asia, koska se on yrityksen syy olla olemassa. Pauli Vahtera tiivistää näin: “Liikeideaa pidetään tärkeänä osana liiketoimintasuunnitelmaa. Kellään ei ole eikä pidä olla aloittaessa kirkasta liikeideaa. Liikeidea kehittyy työtä tehdessä asiakaspalvelun kautta.”(Vahtera. 2011, 57) Liikeidean tässä vaiheessa pitäisi kuitenkin vastata vähintään näihin kysymyksiin: Mitä asiakkaalle myydään? Kenelle myydään? Miten myydään? (Veritas 2014)

Liikeidean määrittäminen ei kuitenkaan ole vielä hyvä liikeidea. Nykyaikana ihmisille aika on rajallista ja sitä käytetään harkitusti. Tästä syystä hyvästä liikeidean määrittelystä täytyy käydä ilmi paljon informaatiota. (Johansson 2012)

Johansson H. kirjoittaa artikkelissaan hyvän liikeidean koostuvan viidestä asiasta:

- Must to have -ongelma
- Ymmärrettävä
- Skaalautuva
- Uniikki
- Nopeasti testattava

Liikeideasta on käytävä ilmi minkä asiakkaan ongelman yrityksen on tarkoitus ratkaista. Liikeidea voi olla yrittäjän mielestä mahtava idea toimia yrittäjänä. Kaikessa on kuitenkin kysymys, miten asiakas hyötyy tuotteesta tai palvelusta. Hyödyn on ratkaistava asiakkaan ongelma, jotta asiakas on valmis maksamaan siitä. (Johansson 2012; Jylhä & Viitala 2013)

Liikeidea on määriteltävä selkeästi ja ymmärrettävästi. Lukijan on ymmärrettävä idea heti. Rahoittajatahot pyytävät liiketoimintasuunnitelman ennen neuvottelutilanteita tarkasteltavaksi. Lisäkysymyksille tai argumenteille ei välttämättä ole tilaisuutta ollenkaan. (Johansson 2012)

Skaalatutuvuuden avulla selviää liikeidean kohderyhmän laajuus. Onko kohderyhmä tarpeeksi iso tai palvelu/tuote mukautuva eri kohderyhmille. Tuotteen tai palvelun on erotauduttava jotenkin kilpailijoista tai sen on oltava uusi. (Johansson 2012)

Hyvä liikeidean tunnusmerkkejä on sen testattavuus. Testattavuuden tarkoituksena on selvittää vastaus seuraavaan kysymykseen. Tarvitaanko tuotteen tai palvelun testaamiseen suuria summia pääomaa vai voidaanko tuotteen myynti aloittaa hypoteesin avulla? (Johansson 2012)

Saku Tuominen ja Risto Kuulasmaa määrittävät tärkeimmäksi asiaksi tuotteessa ja palvelussa sen kiinnostavuuden ja hyvyyden. Mikään tuote tai palvelu ei menesty ellei se ole kiinnostava, eikä pelkästään kiinnostava tuote riitä mikäli tuote tai palvelu ei ole hyvä. (Tuominen & Kuulasmaa 2013, 27)

2.2 Toimiala

Suomessa yrityksen toimiala jaetaan eri pääluokkiin ja tämän lisäksi alaluokkiin. Päätoimiala määräytyy yrityksen toiminnan perusteella. Toimialaluokitukset ovat peräisin Euroopan yhteisön määrittämisistä, joita kutsutaan lyhenteellä NACE. Suomessa käytetyt luokitukset kutsutaan lyhenteellä TOL. Tilastokeskus pystyy tekemään erilaisia tutkimuksia luokitusten avulla. (Jylhä & Viitala 2013, 18–19; Tilastokeskus 2014)

On hyvä tutustua toimialaan ja muihin toimialalla toimiviin yrityksiin. Tilastokeskuksen ja Ely-keskuksen kautta saa monenlaista tietoa esimerkiksi samalla toimialalla toimivista yrityksistä. (Jylhä & Viitala 2013, 18)

4.3 Yrityksen visio, strategia ja arvot

Yrityksellä ja kaikella toiminnalla on yleensä päämäärä, jota kutsutaan yritystoiminnassa visioksi. Yrityksen strategia taas määrittää miten visiota kohti ollaan menossa. Visio on hyvä sisällyttää myös liiketoimintasuunnitelmaan. Rahoittajatahon on tällöin helpompi arvioida yrittäjän sekä yrityksen tahtoa ja suuntaa tulevilla markkinoilla. (Jylhä & Viitala 2013, 52-53)

Toiseksi liiketoimintasuunnitelmaa käytettäessä yrityksen työvälineenä esimerkiksi päätöksenteossa on strategia ja visio hyvä olla määritettynä. Tällöin voidaan arvioida ovatko käytännön ratkaisut strategian ja vision mukaisia. Arvot ovat toimintatapoja miten toimitaan. (Jylhä & Viitala 2013, 52-53)

Rekrytointitilanteissa on tärkeä tuoda ilmi yrityksen visio, strategia ja arvot uusille työntekijöille. Pienen yrityksen on hyvä pitää nämä alusta asti tietoisesti mukana toiminnassaan, jotta pysytään oikealla tiellä. Liiketoimintasuunnitelmaa ja kaikkea sen sisältöä voi tulevaisuudessa tarpeen mukaan muokata. (Jylhä & Viitala 2013, 52-53)

“Henry Mintzberg, yksi strategia- ajattelun suurimpia vaikuttajia, on esittänyt viisi tapaa hahmottaa, mitä strategia on. Hänen mukaansa strategia sisältää seuraavat näkökulmat:

- Strategia on suunnitelma, joka voi olla yksityiskohtainen tai yleisellä tasolla. Se on määritelty ja systemaattinen ajattelu- ja päätöksentekoprosessi, jonka tuloksena syntyy suunnitelma
- Strategia on juoni, jolla päätetään selviytyä vaikeasta markkinatilanteesta
- Strategia on toimintamalli, joka muotoutuu ajan myötä yrityksen tiedostetuista tai tiedostamattomista tavoista toimia
- Strategia on yrityksen asema markkinoilla, ja se määritellään suhteessa kilpailijoihin ja toimintaympäristöön.

- Strategia on jaettu käsitys siitä, miten edetään.” (Jylhä & Viitala 2013, 52-53)

3 MARKKINAT

Tavoitellut asiakkaat eli ostajat ovat yksinkertaisuudessaan markkinat. Nykyään asiakkailla on mahdollisuus ostaa lähes mitä vain ja mistä vain. Kauppaa ei käydä pelkästään Tampereella tai Suomessa, vaan jokainen internetin päässä istuva ostaja on katselemassa koko maailman näyteikkunoita. Tuotteiden ja palveluiden vertailumahdollisuus on kasvanut internetin myötä ja samaan aikaan on myös kilpailijoiden lukumäärä on lisääntynyt. (Tuominen & Kuulasmaa. 2011, 19)

Asiakkaat tietävät tarpeensa ja vaihtoehtojen määrän. Yrittäjän on hyvin tärkeä tuntea asiakkaansa ja heidän käyttäytymisensä. Yhtä tärkeää on tuntea ja tiedostaa kilpailijat. Kilpailijat ulottuvat toiselle puolelle maailmaa alusta asti, mutta asiakkaat sen sijaan ovat aluksi pienemmällä pinta-alalla. (Jylhä & Viitala 2013, 66)

Markkinoiden tiedostamisen kannalta kannattaa tutustua maailman tapahtumiin ja kehitykseen. Internetin myötä meillä on myös hyvin helppo etsiä tietoa ja löytää hyödyllistä asiaa lyhyessä ajassa. (Tuominen & Kuulasmaa 2011, 69)

Leppänen kiteyttää asian mielestäni hyvin: “Markkina koostuu ostajista, toimiala myyjistä. On tärkeämpää tietää, mikä on sinun markkinasi, kuin tietää, millä toimialalla toimit.” (Leppänen. 2013, 67)

3.1 Potentiaali ja Omat palvelut

Tarkastellaan omaa tuotetta tai palvelua markkinoiden kannalta: Onko tuotteelle tai palvelulle tarvetta globaalisti? Liittyykö tuotteeseen trendejä? Onko otettava huomioon eettisyys tai/ja ekologisuus? Vaikuttaako politiikka ja lainsäädäntö toimintaan? (Jylhä & Viitala 2013, 41-43)

Leppänen ehdottaa vastaamaan oman toiminnan tarkastelussa näin seuraaviin kysymyksiin:

- “Onko markkina sellainen, että voit pienelläkin osuudella siitä käynnistää yritystoimintasi?
- Onko markkinoilla riittävästi asiakkaita, jotka ovat valmiita maksamaan palvelustasi ja tuotteestasi hinnan, joka kattaa kulusi ja jättää tilillesi katetta maksamaan yrittäjäriskisi?
- Onko markkinalla tilaa uudelle toimijalle, ja kuinka helppoa sillä on saada oma paikka vakiinnutettua?
- Oletko ollenkaan oikealla markkinalla?
- Mitkä trendit ja hiljaiset signaalit vaikuttavat markkinaan? Millaisia muutoksia markkinassa on tapahtunut ja millaisia muutoksia on odotettavissa?
- Millaiset ovat markkinan kasvunäkymät?
- Millaisia uusia mahdollisuuksia markkinalla voi avautua kasvun tai muutosten perusteella?” (Leppänen 2013, 68)

3.2 Asiakslähtöisyys

Nykypäivän asiakkaat eivät ole määriteltävissä enää yksinkertaisiin mies/nainen nuori/vanha -rooleihin. Yksilöillä on tänä päivänä jo useita rooleja. Asiakkailla on paljon mahdollisuuksia ostaa ja löytää tuotteita ilman etsimistä. Asiakkaat eivät silti tiedä vielä kaikkia mahdollisia tarpeitaan. Tässä on vielä syy siihen, ettei uusien yritysten synty ei ole vielä loppunut. (Jylhä & Viitala 2013, 71)

Asiakslähtöinen ajattelu on tullut yrityselämään 1980-luvulla, jolloin aloitettiin tutki-
maan asiakastilanteita ja asiakaspalvelua. (Jylhä & Viitala 2013, 64)

Nykyään suurin osa yrityksistä pyrkii asiakslähtöiseen toimintaan. Tutkimusten mukaan kuitenkin vain 20 prosenttia yrityksistä on asiakslähtöisiä, vaikka 80 prosenttia väittää olevansa. Asiakslähtöinen toiminta on asiakkaalle hyödyllistä ja tuottaa arvoa. Yrityksen on tunnettava asiakkaansa ja heidän tarpeensa parhaalla mahdollisella tavalla. Yrityksen on myös koko ajan pyrittävä ymmärtämään asiakastaan paremmin sekä nopeammin. (Jylhä & Viitala 2013, 64)

Liiketoimintasuunnitelmaa työstäessä on tärkeä määrittää yrityksen tuottaman tuotteen tai palvelun kohderyhmä. Tämän jälkeen asiakas on se, joka tietää parhaiten onko tuotteesi tai palvelusi toimiva ja maksaisiko asiakas siitä. (Leppänen 2013, 66)

Missään liiketoiminnan vaiheessa ei saa unohtaa asiakkaalle kommunikointia ja asiakaspalvelua. Mikäli asiakkaalla on tarve tuotteelle tai palvelulle tai se ratkaisee asiakkaan ongelman, siihen lisätessä hyvää asiakaspalvelua on kaupat melkein tehty. Hyvällä asiakaspalvelulla tarkoitetaan sellaista palvelua, minkä asiakas kokee hyväksi. Tästä syystä asiakas on tunnettava hyvin. (Vahtera, P 2011, 58)

3.2.1 Asiakkaan tunnistaminen

Asiakkaan tunteminen on tärkeää koko yritystoiminnan takia. Asiakkaan tunnistaminen on iso apu markkinoinnin suunnittelussa. Asiakas on kuitenkin löydettävä ensin. Asiakkaan kohdentamiseen on hyvä käyttää aikaa ja esimerkiksi rakentaa asiakashahmoja. Hahmojen luomisen voi aloittaa rajaamalla asiakkaan tietoja. (Jylhä & Viitala 2013, 74; Leppänen 2013, 63)

Leppänen (2013) listaa erilaisiksi asiakasryhmiä rajaaviksi tekijöiksi muun muassa:

Yritysassiakaissa

- toimiala
- yrityksen henkilöstömäärä
- yrityksen liikevaihto ja kannattavuus
- yrityksen ikä
- ovatko yrityksen asiakkaat yrityksiä vai kuluttajia
- kotipaikka ja toimipaikkojen määrä
- yrityksen tavoitteet (kasvu, kansainvälistyminen)
- arvot
- yrityksen omistus
- miten yritystä johdetaan
- päättäjän tehtävä ja rooli yrityksessä
- tunnistetut ongelmat tai haasteet

Kuluttaja-asiakkaissa

- ikä
- sukupuoli
- kotipaikka
- koulutus
- työpaikka
- tulotaso
- siviilisääty
- asumismuoto
- perheenkoko
- terveys ja hyvinvointi
- missä ja miten tekee päivittäisostoksia
- miten kulkee työmatkansa
- mitä tuotteita tai palveluita käyttää
- millä vuosikymmenellä on elänyt nuoruutensa
- mitä harrastaa ja mitä lapset harrastavat
- kiinnostuksen kohteet
- mitä urheilulajeja tai joukkueita seuraa
- lempimusiikki, tv-ohjelmat ja kirjallisuus
- asenteet, arvot
- unelmat, tavoitteet ja tulevaisuuden suunnitelmat
- verkostot ja yhdistykset, joihin kuuluu (Leppänen 2013, 71)

Tämän jälkeen on hyvä pohtia asiakkaan käyttäytymistä ja ajatuksia valitessaan tuotteita ja palveluita. Asiakkaan ajatusten kautta pystyy miettimään asiakkaan ongelmat ja kysymykset. Asiakkaat ovat ne joilta saat varmimman tiedon heidän käyttäytymisestään ja ajatuksistaan. Yrittäjän omat ajatukset tuotteesta voivat poiketa ja näin mahdollistaa väärityneen ajatuksen asiakkaasta. Omien asiakkaiden löytäminen ja heihin tutustuminen on tärkeää. (Leppänen 2013, 69-72)

5.3 Kilpailijat

Kilpailu on välttämätöntä yrittämisessä. On hyvä ja tärkeä tuntea kilpailijansa, sillä taistelu samoista asiakkaista ja samoilla markkinoilla on koko ajan käynnissä. Tärkeintä kilpailijoiden tarkkailussa on löytää omat kilpailijansa. Kilpailun määrittämiseen voi myös käyttää erilaisia analyyseja. Tiedostaen kilpailijan vahvuudet ja heikkoudet sekä oman erottautumisen heistä, voi jo parantaa omaa markkinointia ja asemaa markkinoilla. Tässä voidaan käyttää apuna Leppäsen erottautumismatriisiä (KUVA 1.) tai pelkkiä kysymyksiä. Jylhä (2013) kirjoittaa kilpailun analysoinnin tärkeydestä näin: ”Markkinoita tulisi analysoida laajemmin: Mitkä kaikki alat kilpailevat asiakkaan kiinnostuksesta? Esimerkiksi ihmisten vapaa-ajasta kilpailevat monen alan yrityksiä.”

1) Mikä on tarjoamasi ratkaisu asiakkaalle? (palvelu, tuote, sovellus)	2) Mitkä ovat tarjoamasi ratkaisun edut asiakkaalle? (miksi siitä kannattaa maksaa?)	3) Mitkä ovat asiakkaan vaihtoehdot?	4) Mitkä ovat parhaan kilpailevan vaihtoehdon edut asiakkaalle?	5) Mitkä ovat sinun tarjoamasi ratkaisun edut suhteessa kilpaileviin vaihtoehtoihin?

KUVA 1. Erottutumismatriisi (Leppänen 2013, 88)

4 RISKIENHALLINTA

Yrittämisessä on aina riski. Riskejä on otettava menestyäkseen ja niiden ottaminen kertoo myös yrityksen kasvuhaluudesta. Yritystoiminnassa ei voida koskaan kokonaan välttää riskejä. Riskejä on kuitenkin mahdollista hallita ja tämän myötä pienentää, siirtää tai poistaa. Yleisiä yrittämiseen liittyviä riskejä ovat:

- taloudelliset riskit
- turvallisuuteen liittyvät riskit
- henkilöriskit
- sopimus- ja vastuuriskit
- sairastumis- ja kuolemariskit
- vahingot tuotteissa tai tuotannossa riskit
- rikos- tai tapaturmariskit
- kysynnässä tapahtuvat muutosriskit
- ympäristöriskit. (Holopainen 2010, 16; Jylhä & Viitala 2013, 288)

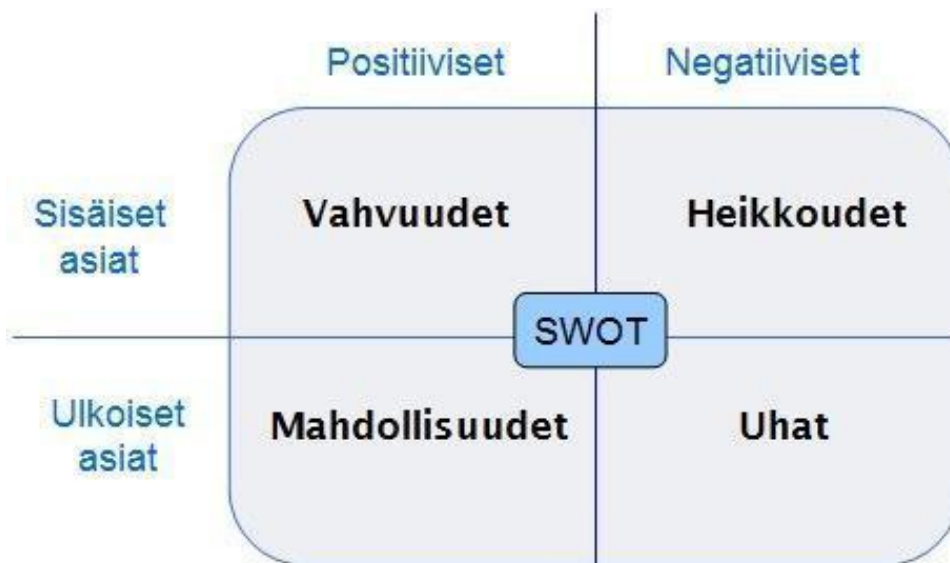
Kokonaisvaltaisesta riskienhallinnasta käytetään lyhennettä ERM, joka tulee englannin kielen sanoista enterprise risk management. (Jylhä & Viitala 2013, 287)

Riskienhallinnassa lähdetään liikkeelle riskien tunnistamisesta. On tärkeä tietää omaan yritykseen ja sen ympärille kohdistuvat mahdolliset riskit. Yrityksen on hyvä tutustua perusteellisesti omaan yritykseen ja siihen liittyviin riskeihin sekä arvioida niitä. Tällä tavoin yritys voi suunnitella toimintaa riskien välttämiseksi ja ennakoida riskien syntymisen. (SRHY 2015)

Riskienhallinnassa on hyvä käyttää hallintamenetelmiä sekä dokumentointia. Riskienhallintaan kuuluu tärkeänä osana sen seuranta ja varasuunnitelmat. (SRHY 2015) Dokumentoinnin avulla on helppo palata riskien pariin säännöllisesti. Varasuunnitelmien tekeminen on hyvä tehdä kirjallisesti. Toimintamallit ovat siten heti valmiina, jos riski realisoituu. (SRHY 2015) Opinnäytetyön liitteenä on riskienhallintaan tarkoitettu lomake. (SRHY 2015) (LIITE 1. Riskienhallintakaavio)

Riskienhallinta ei ole pelkästään yrityksen johdon tehtävä, vaan hyvään riskienhallintaan osallistuu yrityksen sisällä jokainen. Johdon tehtävä on auttaa henkilöstöä ja muita osallisia sisäistämään toimintaperiaatteet ja jokaisen oma rooli. (Jylhä & Viitala 2013, 287; SRHY 2015)

Liiketoimintasuunnitelmaan voi analysoida riskejä jo suunnitteluvaiheessa, esimerkiksi oheisen SWOT-analyysin avulla. SWOTissa voidaan ottaa käsiteltäväksi koko yritys tai jakaa yrityksen eri osa-alueisiin ja tehdä useampi analyysi. Analyysiin kerätään yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, mahdollisimman yksityiskohtaisesti.



KUVA 2. SWOT-analyysi. (SRHY 2015)

4.1 Kannattavuuslaskelma

Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu olennaisena osana kannattavuuslaskelma, jonka avulla kartoitetaan yrityksen taloudellista riskiä eli onko toiminta kannattavaa. Lasketaan yrityksen tarvittava myynti, jotta päästään kriittiseen pisteeseen (KRP) eli nollatulokseen. Lasketaan realististen hintojen perusteella tarvittava myynti ja tulos, tämän jälkeen vähennetään yrityksen pakolliset menot eli kiinteät ja muuttuvat kustannukset. Kannattavuuslaskelmasta nähdään siis arviolta yrityksen minimitaloite myynnissä. Taloite voidaan jakaa vuosi-, kuukausi-, viikko- ja päivätasolle, mikä auttaa havainnollistamaan taloiteen realistisuuden. Tämän laskelman on myös tarkoitus kertoa, onko uusi yritysto-

minta kannattavaa. Yrityksen jo toimiessa kannattavuuslaskelman avulla pystytään arvioimaan tulevaisuuden kannattavuutta esimerkiksi muutosten takia. (Holopainen 2014, 14) (LIITE 2. Kannattavuuslaskelma)

4.2 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelma liiketoimintasuunnitelmassa kertoo miten yrityksen toiminnan aloitus on tarkoitettu rahoitettavan. Kuinka paljon rahoitusta tarvitaan ja mihin se on tarkoitus sijoittaa. Rahoituslaskelmaan laaditaan yksityiskohtaisesti kaikki investoinnit ja rahalliset menot. Rahoituslaskelmaan lasketaan myös tulevien kuukausien kiinteät kustannukset, kuten toimitilojen vuokra, sähkö ja vesi. Yrityksen myyntiä ei voida koskaan taata alkutaipaleella, siksi ne lasketaan mukaan tarvittavaan rahoitukseen. Yrittäjän on tärkeä huomioida myös oma tulon tarpeensa tässä kohtaa. (Holopainen 2014, 12–13) (LIITE 3 Rahoituslaskelma)

5 TOIMINTA & KÄYTÄNTÖ

Yritystoimintaa aloitettaessa täytyy ottaa huomioon lainsäädännölliset asiat ja yrityksen perustamiseen liittyvät muodollisuudet. Yrittäjän on ilmoitettava yrityksensä eri rekistereissä. Seuraavaksi käyn läpi mitä eri asioita täytyy tehdä, jotta liiketoiminta saadaan pyörimään. (Vahtera 2011, 34)

5.1 Yhtiömuoto

Yrityksen perustamisvaiheessa on päätettävä yrityksen yhtiömuoto. Yleensä yhtiömuoto määräytyy yrittäjälle hänen tarpeidensa mukaan. Yhtiömuodot eroavat toisistaan paitsi vastuu- ja voitonjakojen perusteella, myös verotuksellisesti sekä hallinnollisesti. Yrityksen toiminnan laajuus on otettava huomioon yhtiömuodon valinnassa. Suomessa toimivat yhtiömuodot ovat: toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö, julkinen osakeyhtiö ja osuuskunta. Nämä jaetaan kahteen pääryhmään: henkilöyhtiöihin ja pääomayhtiöihin. (Jylhä & Viitala 2013, 47)

Toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö ovat henkilöyhtiöitä. Henkilöyhtiöissä yrittäjä tai yrittäjät vastaavat toiminnastaan omalla omaisuudellaan. Pääomayhtiöissä kuten osakeyhtiö, osuuskunta ja julkinen osakeyhtiö, vastuu toiminnasta ja veloista on vain sijoitetun pääoman suuruus. (Jylhä & Viitala 2013, 48)

Leppäsen mukaan seuraavien kysymysten, avulla tulevan yrityksen yhtiömuotoa on helppo kartoittaa:

- Ryhdytkö yrittäjäksi yksin vai kumppanin / kumppanien kanssa?
- Mikä on pääoman tarve ja miten muu rahoitus hankitaan?
- Miten vastuu yrityksen veloista ja velvoitteista hoidetaan?
- Miten joustavaa toiminta on ja miten päätöksenteko hoidetaan?
- Miten toiminnan jatkuvuudesta huolehditaan?
- Miten voitot ja tappiot jaetaan?
- Mitkä ovat verotukselliset tavoitteet?
- Miten yritys perustetaan?
- Miten ”paperisota” hoidetaan?.” (Leppänen 2013, 100–101)

5.2 Luvat

Yritysmuodon valitsemisen jälkeen seuraavana on lupien ja ilmoitusten vuoro. Yrityksen toimialasta riippuen on tarkistettava luvanvaraisuus. Useilla toimialoilla on erilaisia määräyksiä ja lupia, jotka täytyy hakea yritykselle, jotta se voi toimia oikeudellisesti. Kaikki lupiin liittyvä löytyy www.yrityssuomi.fi, sivustolta. (Holopainen 2014, 25)

Kaikkien yritysten on hankittava itselleen Y-tunnus. Y-tunnuksen yritys saa ilmoittautuessaan kaupparekisteriin YTJ-lomakkeella. Aloittaessa toimintaa on myös ilmoitettava arvonlisäverorekisteriin samalla YTJ-lomakkeella sekä työnantajarekisteriin, mikäli yrittäjä palkkaa työntekijöitä enemmän kuin yhden henkilön. (Jylhä & Viitala 2013, 51-52)

5.3 Kirjanpito

Kirjanpitolain mukaan jokaisen yrityksen on pidettävä kirjanpitoa. Yrittäjän on helpoin ostaa palvelu toiselta yritykseltä. Yrittäjän on kuitenkin tärkeä tietää perusasiat kirjanpidosta, koska on vastuussa kirjanpidon toteutumisesta ja sen oikeellisuudesta. (Holopainen 2013, 34)

Kirjanpitoon kuuluu tositteiden eli laskujen ja kuittien ylöskirjaaminen sekä palkanlaskenta. Riippuen yrityksestä täytyy yrittäjän pitää yksinkertaista (toiminimi) tai kahdenkertaista kirjanpitoa (kaikissa muissa yhtiömudoissa). Mikä näiden ero on?. Yrityksen kirjanpidossa puhutaan tilikausista, joka on yleensä 12 kuukautta. Kauden päättyessä tehdään tilinpäätös kuluneesta kaudesta. Kaikkien muiden paitsi yksityisen elinkeinoharjoittajien on hankittava myös tilintarkastaja, joka tarkastaa kauden kirjanpidon ja tilinpäätöksen. (Holopainen 2013, 34-35)

5.4 Rahoitus

Yritystoimintaa aloittaessa tarvitaan lähes aina rahaa. Aikaisemmin käytiin läpi rahoituslaskemaa, josta käy ilmi tarvittava pääoman määrä. Yrityksen rahoittamiseen on erilaisia vaihtoehtoja. (Holopainen 2013, 21)

Oma pääoma on tietenkin paras vaihtoehto, mutta aina yrittäjällä ei ole tarvittavaa summaa säästössään. Yrittäjän tulee kuitenkin sijoittaa myös omaa rahaa tai omaisuutta yritykseen. (Holopainen 2013, 21)

Rahaa voi myös lainata pankeilta tai yritysrahoittajilta esimerkiksi erityisrahoitusyhtiö Finnveralta, jolloin puhutaan vieraasta pääomasta. Rahaa voi lainata myös läheisiltä tai sijoittajilta. Vieraassa pääomassa on aina mukana ylimääräisiä kustannuksia kuten korko, mikä täytyy muistaa ottaa huomioon. Yrittäjän on hyvä aina vertailla lainoja eri tahoilta, jotta löytää itselleen parhaimman. (Holopainen 2013, 21)

Sijoittajat haluavat vastineeksi useimmiten rahaa eli sijoittaja ostaa osuuden yrityksestä ja näin ollen yrityksen tehdessä voittoa, maksetaan sijoittajalle osakeantia/voittoa. (Holopainen 2013, 21)

Ely-keskukselta on mahdollista hakea toimintaan avustuksia etukäteen, mutta avustusten tarkoitus ei ole rahoittaa toimintaa vaan edesauttaa. Te-keskuksesta voi hakea starttirahaa, joka on tarkoitettu uuden yrityksen perustamiseen ja alkutaipaleelle. Ely- ja Te-keskuksen avustukset ovat haettavia ja niiden saamiseen vaikuttaa liiketoimintasuunnitelma ja yrityksen kannattavuus. (Holopainen 2013, 21–22)

5.5 Myynti & Markkinointi

Yrityksen toiminnalle on erittäin olennaista markkinointi ja myynti, vaikka se ei ole pakollista. Markkinoinnin avulla tehdään asiakkaat tietoiseksi yrityksestä ja sen toiminnasta. (Loikkanen & Peltomäki & Vuolle 2012, 5) Markkinoinnin yhteydessä puhutaan myös mainonnasta, joka eroaa markkinoinnista siten, että sen tarkoitus on saada asiakas ostamaan tuote tai palvelu. (Holopainen 2014, 17)

Markkinointia ja mainontaa on monenlaista esimerkiksi puskaradio, lehtimainonta, telemarkkinointi, sosiaalisen median mainonta (some), printtimainonta (valotaulut, banderollit, flayerit), sissimarkkinointi, tapahtumamarkkinointi ja radio- ja tv-markkinointi. (Holopainen 2014, 18)

Yrityksen on hyvä suunnitella omaa markkinointiaan kohderyhmänsä kautta, jota käsiteltiin aikaisemmin. Hyvä markkinointi herättää asiakkaan huomion ja sen myötä kiinnostuksen tuotteeseen tai palveluun. (Loikkanen & Peltomäki & Vuolle 2012, 10)

Markkinoinnin lisäksi erityisen tärkeää on myynti. Myynti on yritystoiminnan edellytys. Yrittäjän on koko ajan hankittava itselleen uusia asiakkaita, jotta tulosta saadaan aikaiseksi. Myynti on ihmisten välistä kommunikointia sekä sen tarkoitus on saada mainonnan lailla asiakas ostamaan tuote tai palvelu. (Holopainen 2014, 17)

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli oppia yrittäjyydestä sekä erityisesti siivousalan yrittämisestä liiketoimintasuunnitelman avulla. Aloitin tutkimuksen ja opinnäytetyön kirjoittamisen alkuvuodesta. Sain mahdollisuuden paneutua asiaan täysin ja 3 viikon ajan keskityin työhöni täysin. Työn viimeistely venähti kesään asti ja sen koin epäonnistumisena.

Opin todella paljon uutta asiaa liiketoimintasuunnitelman laatimisesta ja sen tärkeydestä. Käytin lähteenä paljon Ollis Leppäsen kirjaa Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin. Kirjan nimeä en opinnäytetyöni tekemisen jälkeen täysin allekirjoita, mutta se ei kirjan tarkoituskaan mielestäni ole. Opin yleisesti monia asioita yrittämiseen ja liiketoimintaan liittyen.

Nälkä kasvaa syödessä ja opinnäytetyötä laatiessa yrittäjyys sekä siihen liittyvät eri osa-alueet ja niiden kiinnostavuus jatkoi kasvamistaan sisälläni. Intohimoni on yrittämisessä ja sen monipuolisessa maailmassa. On hyvin tärkeä tarkastella liikeideaa usealta eri kannalta ja käydä läpi useita eri kysymyksiä ennen toiminnan aloittamista. Oma kiinnostukseni myös aloittavien yrittäjien konsultointiin heräsi ja olenkin saanut keskustella aiheesta yrittämisestä kiinnostuneiden henkilöiden kanssa.

Käytännön työn avulla sain mielestäni realistisen kuvan siivousalasta ja sen markkinoista. Käytännön työn avulla yrittäjät ja sidosryhmät saavat kuvan uudesta yrityksestä ja sen toiminnasta. Tämän työn avulla voidaan laittaa liiketoiminta käyntiin.

LÄHTEET

Finnvera. 2014 Miten yritystä arvioidaan. Liiketoiminnan-aloittaminen. Viitattu 8.1.2015. <http://www.finnvera.fi/Liiketoiminnan-aloittaminen/Rahoituksen-hakeminen/Miten-yritystae-arvioidaan>

Holopainen T. 2010. Yrityksen perustamisopas. Edita. Helsinki.

Johansson, H. 2012. Yrityksen perustaminen. Liikeidea. Viitattu 9.1.2015 <http://www.tuotantotalous.com/liikeidea-tuottava-liikeidea/>

Jylhä, E & Viitala, R. 2013. Liiketoimintaosaaminen menestyvän yritystoiminnan perusta. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Leppänen, O. 2012. Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin. Tammi. Helsinki

Loikkanen, V & Peltomäki, M & Vuolle, P. 2012. Markkinointiopas. Edita. Helsinki.

SRHY Suomen riskienhallinta yhdistys. 2015. Riskienhallinta. Rieskienhallintaperiaatteet. Viitattu 10.1.2015. <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=riskienhallinnan-periaatteet>

Suomen Yrittäjät Ry. 2014. Yrittäjyys Suomessa. Viitattu 8.1.2015. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyysuomessa/>

Tilastokeskus. 2014. Käsitteet ja määritelmät. Toimiala. Viitattu 9.1.2015 <http://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/toimiala.html>

Toivanen, M. 2007. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Tradenomin koulutus. Liiketalouden koulutusohjelma. Viitattu 8.1.2015. 9.1.2015 <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/12384/KHL4HMinnaT.pdf?sequence=1>

Tuominen, S. Kuulasmaa, R. 2011. Matkanopas. Helsinki. Tammi Kustannusyhtiö Oy.

Vahtera, P. 2011. Yrittäminen on kaunein tapa ottaa vastuu omasta elämästä. Paulivahtera Oy. Helsinki.

Veritas Eläkevakuutus. 2014. Yrityksen perustaminen. Liikeidea. Viitattu 9.1.2015. <https://www.veritas.fi/yrittajat/yrityksen-perustaminen/liikeidea>

LIITTEET

Liite 1. Riskienhallintalomake

Riskienhallintatoimenpiteet suunnittelu, toteutus ja seuranta

Yritys: _____ Pvm: _____

Laatija: _____

Riski tai Ongelma	Riskin syyt	Pahimmat seuraukset	Riskin suuruus	Toimenpiteet	Toteutusajankäyttö ja vastuuhenkilö	Asia hoidettu

Seuraava käsiteltävä ja kokoonkutsuja:

Laatijat: Matti Vuori & Jukka Lepistö, VTT Automaatio. Copyright © 1998 PK-RH -hanke. Työvälinesarjan ovat pääosin rahoittaneet Euroopan sosiaalirahasto ja sosiaali- ja terveysministeriön Työsuojelurahasto.

Versio 1.0. 24.9.1998. Tiedosto: kor-tun-yhteenvetolomake.doc

Liite 2. Kannattavuuslaskelma

ESIMERKKI KANNATTAVUUSLASKELMASTA:	kk	Vuosi (12 kk)
= Tavoitetulos (netto) (mm. yrittäjän oma palkkatavoite)	1 500 e	18 000 e
+ lainojen lyhennys	100 e	1 200 e
TULOT VEROJEN JÄLKEEN	1 600 e	19 200 e
+ verot 22 %	451 e	5 415 e
= Rahoitustarve	2 051 e	24 615 e
+ lainojen korot	27 e	324 e
A. KÄYTTÖKATE (tarve)	2 078 e	24 939 e
+ Kiinteät kulut (Alv 0 %)		
YEL-vakuutus 18,17 % (vuosityötulo 12 000 e)	182 e	2 180 e
palkat		
palkan sivukulut		
toimitilakulut		
korjaukset ja ylläpito	30 e	360 e
leasingmaksut		
viestintäkulut (puhelin, internet tms)	80 e	960 e
toimistokulut	20 e	240 e
matka- ja autokulut, päivärahat	500 e	6 000 e
markkinointikulut	200 e	2 400 e
kirjanpito, tilintarkastus, veroilmoitus jne.	100 e	1 200 e
työttömyyskassa, yrittäjäjärjestö tms.	30 e	360 e
muut kulut (vakuutusmaksut jne.)	100 e	1 200 e
B. KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	1 242 e	14 900 e
MYYNTIKATETARVE (A+B)	3 320 e	39 842 e
+ ostot (aineet ja tarvikkeet) (Alv 0 %)	425 e	5 100 e
LIKEVAIHTOTARVE	3 745 e	44 942 e
+ Alv 24 %	899 e	10 786 e
KOKONAISMYYNTI- / LASKUTUSTARVE	4 644 e	55 728 e

Liite 3. Rahoituslaskelma

RAHAN TARVE	Eur
perustamismenot	100 e
tuotantovälineet	2 000 e
laiteasennukset	500 e
tietokoneet ja ohjelmat	1 500 e
auto	
puhelin/fax/internet	200 e
toimistotarvikkeet	300 e
apporttiomaisuus (olemassa olevat koneet, työvälineet ja tarvikkeet)	500 e
markkinointi-investoinnit	800 e
alkuvarasto	1 000 e
käyttöpääoma	3 200 e
kassareservi	700 e
RAHAN TARVE YHTEENSÄ	10 800 e

RAHAN LÄHTEET	Eur
Oma pääoma	
osakepääoma	
omat rahasisjoitukset	4 300 e
apporttiomaisuus	500 e
osakaslaina	
Lainapääoma	
pankkilaina	6 000 e
Finnveran laina	
muu laina	
RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ	10 800 e

Liite 4. Liiketoimintasuunnitelma**Salattu****1(21)**