Riikka Kontio

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KENKÄLIIKKEELLE

Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Joulukuu 2016

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	**Aika** Joulukuu 2016	**Tekijä/tekijät** Riikka Kontio
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KENKÄLIIKKEELLE		
Työn ohjaaja Jorma Saloniemi		**Sivumäärä** 19 + 14
Työelämäohjaaja Marko Ovaskainen		

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma fiktiiviselle kenkäliikkeelle Jyväskylään, joka olisi myös mahdollista perustaa laaditun suunnitelman pohjalta.

Käytin teoriaosuudessa Jyväskylän kaupunginkirjaston materiaaleja ja käytin myös internetistä löytämiäni sivustoja. Liiketoimintasuunnitelman tein Keski-Pohjanmaan Uusyrityskeskus Firmaxin liiketoimintasuunnitelmapohjan avulla. Firmaxin sivuilta löytyivät myös tarvittavat laskelmapohjat.

Opinnäytetyöni koostuu teoriapohjasta ja varsinaisesta kenkäliikkeen liiketoimintasuunnitelmasta. Liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen perustiedot, kuvauksen liikeideasta, kuvauksen myynnistä ja markkinoinnista, yrityksen taloustiedot ja SWOT-analyysin. Lopusta löytyy myös yhteenveto.

Asiasanat
Liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, kenkäliike

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date December 2016	Author Riikka Kontio
Degree programme Business Administration		
Name of thesis BUSINESS PLAN FOR SHOE COMPANY		
Instructor Jorma Saloniemi		**Pages** 19 + 14
Supervisor Marko Ovaskainen		

The aim of this thesis was to create a business plan for a fictional shoe shop in Jyväskylä, which would possibly become a real company based on the plan.

This thesis consists of a theoretical part and there is attached real business plan for a shoe company. The business plan includes basic information on the company, the sale of the description of the business idea, the description and marketing, financials information on the company and a SWOT analysis. In the end can also be found a summary of the plan.

I used a lot of Jyväskylä's library materials in the theoretical part and I did use good webpages, too. The business plan was made using Central Ostobothnia Enterprise Agency Firmaxi's business plan model which was good and clear.

Key words
business plan, entrepreneurship, shoe shop

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO 1

2 YRITTÄJYYS JA YRITYSTOIMINTA 2
2.1Liikeidea ja strategia 2
2.2Visio 3
2.3Analyysit 4
2.4Yritysmuodot 5
2.4.1 Yksityinen elinkeinoharjoittaja eli toiminimi 5
2.4.2 Avoin yhtiö 6
2.5.3 Kommandiittiyhtiö 6
2.6.4 Osakeyhtiö 7
2.5 Aloittavan yrityksen rahoituksen suunnittelu 7
2.6 Riskit ja SWOT-analyysi 9

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA 10
3.1Liiketoimintasuunnitelman laadinta ja sisältö 10

4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KENKÄLIIKKEELLE 11
4.1 Keski-Pohjanmaa Uusyrityskeskus 11
4.2 Firmaxin suunnitelmapohjaa hyödyntäen tehdyn kenkäliikkeen liiketoimintasuunnitelman rakenne 11

5 YHTEENVETO JA POHDINTA 13

LÄHTEET 14

LIITE

Liiketoimintasuunnitelma kenkäliikkeelle

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda mahdollisimman realistinen liiketoimintasuunnitelma Jyväskylään perustettavalle kenkäliikkeelle. Valitsin työn aiheeksi kenkäliikkeen liiketoimintasuunnitelman, koska olen aina ollut kiinnostunut erilaisista kengistä ja kenkämuodista. Olisi hienoa, jos voisin yhdistää työn ja kiinnostukseni kenkiä kohtaan. Olen huomannut, että Jyväskylässä olisi tarvetta uudelle kenkäliikkeelle, koska kenkien myyntimarkkinat ovat pienentyneet huomattavasti muutaman vuoden aikana eikä tämän hetkinen tarjonta vastaa kysyntää. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen opinnäytetyönä tuntui luontevalta vaihtoehdolta, koska koulussa olemme tehneet liiketoimintasuunnitelmia ja olen pitänyt liiketoimintasuunnitelmien tekemisestä.

Työssä käyn läpi liiketoimintasuunnitelman eri vaiheet ja sen rakenteet. Työssäni keskityn liikkeen perustamisen pääpiirteisiin ja tärkeimpiin ominaisuuksiin. Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on kiteyttää koko yrityksen liiketoiminta sekä selventää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia. Työn sisältö on tehty vastaamaan yksityisyrittäjän liiketoimintasuunnitelmaa. Olen etsinyt tietoa yrityksen perustamisesta ja sen eri vaiheista monista kirjoista. Kirjojen avulla sain hyviä ideoita ja pystyin tekemään liiketoimintasuunnitelmastani mahdollisimman realistisen ja kattavan.

Toisessa luvussa käsittelen yrittäjyyttä ja yritystoimintaa. Tässä luvussa perehdyn liikeideaan, strategiaan, visioon ja analyyseihin. Toisessa luvussa käyn läpi myös eri yritysmuodot ja niiden ominaisuudet. Luvussa perehdytään myös riskeihin ja SWOT-analyysiin. Näiden jälkeen perehdytään liiketoimintasuunnitelman suunnitteluun ja toteuttamiseen. Neljännessä luvussa kerron hieman Keski-Pohjanmaan Uusyrityskeskuksesta ja kuinka hyödynsin heidän materiaaleja ja työkaluja liiketoimintasuunnitelmani tekemisessä. Liitteenä on valmis liiketoimintasuunnitelma kenkäliikkeelle.

2 YRITTÄJYYS JA YRITYSTOIMINTA

Yritystoiminta on jatkuvaa tavaroiden tai palveluiden tuottamista ja myymistä asiakkaille. Yritystoiminnan harjoittajaa kutsutaan yrittäjäksi, joka sijoittaa yritykseensä liikeidean, työpanoksensa ja pääomaa sekä uskoo saavansa toiminnasta voittoa. Vaikka yrityksiä on monia erilaisia monilta eri aloilta, niiden perustoimintaperiaate on samanlainen. Yritykset hankkivat yrityksen omistajilta ja mahdollisilta muilta rahoittajilta kuten pankeilta pääomaa, jolla ne voivat ostaa ulkopuolelta raaka-aineita, koneita, laitteita, toimitilaa ja työvoimaa. Näiden avulla yritys tuottaa tavaroita ja palveluita. (Yritystoiminta 2016.)

2.1 Liikeidea ja strategia

Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä toiminta-alallaan. Se kuvaa yrityksen suhteellista etua ja vahvoja puolia kilpailijoihinsa nähden. Liikeidea määrittelee, kuinka toiminta-ajatusta toteuttamalla ansaitaan rahaa ja saadaan aikaan kannattavaa toimintaa. Liikeidea sisältää kuvaukset tuotteista, markkinoista ja organisaation toimintatavasta. (Holopainen & Levonen 2008, 22.)

Liikeidea koostuu kolmesta osasta: mitä, kenelle ja miten. 'Mitä' tarkoittaa tuotteita tai palveluja, joita yritys myy. 'Kenelle' tarkoittaa yrityksen asiakaskohderyhmää ja mihin tarpeeseen tuotetta tai palvelua myydään. 'Miten' tarkoittaa sitä, miten tuotteet tai palvelut tuotetaan ja saadaan asiakkaille saataville. Liikeidean pohjalta yritys tekee liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelma on yleensä luottamuksellista aineistoa, jota ei luovuteta ulkopuolisille. (Yrityshelposti.)

Liikeidea kertoo, mitä ja minkälaisia tuotteita tai palveluita yritys tarjoaa. Liikeidea kertoo, mille asiakkaille ja asiakasryhmille tuotteet tai palvelut kohdistetaan ja millaista imagoa ja mainetta yritys tavoittelee. Lisäksi se kuvaa yrityksen menestystekijöitä ja kertoo, miten yrittäjyys muu-

tetaan liiketoiminnaksi. Liikeidea on tärkeää kirjata mahdollisimman tarkkaan. Kuvauksen perusteella liikeideaa on helppo jatkossa myös kehittää. Liikeideassa huomion kohteena ovat asiakkaat, yrityksen tuotteet ja kilpailuedut. Se perustuu aina asiakkaan tarpeisiin, ja siinä selvitetään, miten nämä tarpeet voidaan tyydyttää. Tarkoituksena on korostaa yrityksessä toimivien ihmisten osaamista ja yhteistyötä. Liikeidea ei ole toimiva, jos henkilöstön toiminta ei vastaa sitä laatua, johon tuote- ja markkinaratkaisulla pyritään. Siksi liikeidea onkin yrityksen kokonaisvaltainen ja jatkuvan kehittämisen tulos ja kohde. (Viitala & Jylhä 2010, 51.)

Yritys tarvitsee strategian, koska se tarvitsee toimintaansa ohjaavat ja suuntaa näyttävät pitkän aikavälin tavoitteet. Jokaisella yrityksellä on strategia, mutta kaikki yritykset eivät lyö strategiaa täysin lukkoon vaan ajan kanssa sitä voidaan muokata. Jokainen yritys kuitenkin noudattaa jotakin perusideaa toiminnassaan. Tämä perusidea on yrityksen strategia. Strategia sisältää toimintaan liittyvien pitkän ajanjakson perusratkaisujen ja tavoitteiden tietoisesti tehdyt valinnat jatkuvasti kehittyvässä toimintaympäristössä. (Vilkkumaa 2007. 69–70.)

2.2 Visio

Visio kuvaa tavoitetilaa, jossa yrityksen halutaan olevan tietyn ajanjakson kuluttua. Monilla hyvin menestyvillä yrityksillä on selkeä ja voimakas visio. Hyvä visio on johdonmukainen, selkeä ja yksinkertainen. Vision määrittelemisen jälkeen yritys luo strategian, jonka avulla päästään haluttuun tavoitetilaan. (Pk-yritysten johtamistyökalupakki.)

Hyvän vision ominaisuuksia ovat selkeys, johdonmukaisuus, uskottavuus, voimakkuus, riittävä joustavuus ja riittävä pitkäaikaisuus. Hyvän vision tarkoituksena on kertoa henkilöstölle, mitä on tarkoitus saavuttaa pitkän ajan kuluessa. Vision tulee olla selkeä ja yksinkertainen, että jokainen sen ymmärtää. Visio on osattava purkaa käytännön tekemiseksi ja vision tulee olla yrityksessä jatkuvan keskustelun kohteena. Visio ohjaa ajattelua ja toimintaa haluttuun ja vision osoittamaan suuntaan. (Vilkkumaa 2007, 82–83.)

2.3 Analyysit

Ympäristöanalyysi tarkoittaa yrityksen ulkoisen toimintaympäristön ja liiketoimintaan liittyvien toimialojen kuvausta. Ympäristöanalyysissä hankitaan tietoa muun muassa toimintaympäristöstä, toimialasta ja yleisestä taloudellisesta kehityksestä. (Koski & Virtanen 2005, 46.)

Markkina- ja kilpailija-analyysissä selvitetään yrityksen tavoiteltu asiakasryhmä, mille markkinoille yritys on menossa ja miten yritys etenee markkinoilla. Kilpailija-analyysin tarkoitus on saada tietää, miten asiakkaat suhtautuvat alan toimintaan, tuotteisiin ja palveluihin. Analyysistä selviää myös se, mitä asiakkaat arvostavat ja mikä on muiden kilpailijoiden antama kilpailuetu, hyöty ja arvo. Kilpailijat voidaan jakaa neljään eri ryhmään. Ensimmäinen ryhmä ovat merkittävät kilpailijat, joiden kanssa yritys kilpailee koko ajan ja yrittää viedä niiden asiakkaansa. Näillä yrityksillä on samanlainen asiakaskohderyhmä. Toinen ryhmä ovat pienet yritykset, joista ajan kanssa voi tulla merkittäviä kilpailijoita. Kolmas ryhmä ovat uudet ja tulevat yritykset. Neljäs ryhmä ovat uudet ja tulevat kilpailijat uusien ja vaihtoehtoisten tuotteiden ja palveluiden kautta. (Vilkkumaa 2007,120–121.)

Asiakasanalyysi perustuu erilaisiin ja eri näkökohtia painottaviin selvityksiin asiakaskohderyhmäjaottelun mukaisista asiakkaista. Jos yrityksellä on useita asiakaskohderyhmiä, analyysi tulee tehdä kaikkien ryhmien osalta. Asiakasanalyysi jaetaan neljään eri osaan: asiakaskannattavuus, asiakkuusvoima, asiakaspotentiaali ja asiakastietämys. Yrityksen asiakasanalyysiin kuuluu toimialan potentiaalisen kysynnän, kertaostomäärien ja ostokäyttäytymisen analysointi. (Vilkkumaa 2007,113.)

2.4 Yritysmuodot

Yritysmuotoja on useita, joista jokainen yrittäjä löytää varmasti itselleen sopivan yritysmuodon. Yrityksen toiminnan luonne vaikuttaa olennaisesti yritysmuodon valintaan. Yritysmuotoa valittaessa yrittäjän tulee ottaa huomioon mm., kuinka monta perustajia on, kuinka paljon yritys

tarvitsee pääomaa, miten vastuu jakautuu, kuka tekee päätökset ja miten jaetaan voitot ja tappiot. (Raatikainen 2012, 68.)

Yritysmuodot jaetaan kahteen eri pääryhmään: henkilöyrityksiin eli toiminimiin, avoimiin- ja kommandiittiyhtiöihin sekä pääomayrityksiin eli osakeyhtiöihin ja osuuskuntiin. Suurin ero näiden ryhmien välillä on, että henkilöyrityksissä yrittäjät vastaavat yrityksen veloista henkilökohtaisella omaisuudellaan, kun taas pääomayrityksissä vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomapanokseen. (Viitala & Jylhä, 2010, 65.)

2.4.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi

Yksinkertaisin tapa ryhtyä yrittäjäksi on perustaa oma toiminimi eli ryhtyä yksityiseksi elinkeinonharjoittajaksi. Toiminimen perustaminen ei vaadi kirjallisia sopimuksia, mutta liiketoimintasuunnitelma on silti hyvä tehdä. Elinkeinonharjoittajia ovat liikkeenharjoittajat ja ammatinharjoittajat. Liikkeenharjoittajalla on usein palkattuja työntekijöitä ja kiinteä toimipaikka. Esimerkkejä liikkeenharjoittajista ovat parturikampaajat, kioskien pitäjät ja pienien autoliikkeiden ja -korjaamojen yrittäjät. Ammatinharjoittajat toimivat usein yksin. Hyviä esimerkkejä ammatinharjoittajista on taksin kuljettajat, kirvesmiehet ja nuohoojat. Yksityinen elinkeinon harjoittaja (toiminimi) on luonnollinen henkilö, joko ammatin- tai liikkeen harjoittaja, joka harjoittaa yritystoimintaa yksin ilman yhtiökumppania, mutta voi palkata työvoimaa. Elinkeinonharjoittaja työskentelee itsenäisesti ja kantaa vastuun yritystoiminnasta koko omaisuudellaan. Yrittäjä ei voi nostaa palkkaa yrityksestään, mutta hän voi ottaa varoja käyttöönsä. Näitä nostoja kutsutaan yksityisotoiksi. (Raatikainen 2012, 69.)

2.4.2 Avoin yhtiö

Avoimen yhtiön voi perustaa kaksi henkilöä. Perustajat ovat yleensä luonnollisia henkilöitä, mutta ne voivat olla myös niin sanottuja oikeushenkilöitä. Yhtiömiehinä voivat olla luonnollinen henkilö ja toinen osakeyhtiö. Yhtiösopimuksen tulee olla kirjallinen, jossa yrityksen nimen ja

kotipaikan lisäksi tulee mainita toimiala, yhtiömiesten keskinäinen työnjako, yhtiöosuudet, tilikausi, tilintarkastaja ja merkintä siitä, miten mahdollinen voitto tai tappio jaetaan. Avoimessa yhtiössä yhtiömiehet ovat vastuussa avoimen yhtiön sitoumuksista yhteisvastuullisesti koko omaisuudellaan. Mahdollinen velkoja voi vaatia maksua siltä yhtiömieheltä, jolla arvelee olevan eniten varoja. Avoimen yhtiön verotettava tulo jaetaan yhtiömiehille heidän omistuksiensa suhteessa. (Eskola, Hakala, Liljeström & Raatikainen 2005, 47.)

2.4.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on oltava vähintään yksi vastuunalainen yhtiömies ja yksi äänetön yhtiömies, joka toimii yhtiössä sijoittajana. Yhtiömiehet voivat olla joko luonnollisia tai oikeushenkilöitä, mutta on tavallista, että kaikki yhtiömiehet ovat luonnollisia henkilöitä. Kaikki yhtiömiehet allekirjoittavat yhtiösopimuksen, joka sisältää toiminnan kannalta keskeiset asiat. Vastuunalainen yhtiömies vastaa yhtiön sitoumuksista koko omaisuudellaan, mutta äänettömän yhtiömiehen vastuu rajoittuu hänen sijoittamaansa pääoman panokseen. Äänettömän yhtiömiehen henkilökohtainen omaisuus ei ole vaarassa, jos kommandiittiyhtiö ajautuu selvitystilaan. (Eskola ym. 2005, 48.)

2.4.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö voi olla julkinen tai yksityinen. Julkisen osakeyhtiön lyhenne on Oyj. Vain julkiset osakeyhtiöt voivat olla pörssiyhtiöitä. Yhtiön osakkeet noteerataan Arvopaperipörssissä. Osakkeita voi ostaa kuka tahansa meklariliikettä apuna käyttäen. Osakeyhtiölain mukaan yhtiön voi perustaa yksi henkilö, mutta silloin yhtiön hallituksessa on oltava vähintään kolme henkilöä. (Eskola ym. 2005, 49.)

2.4.5 Osuuskunta

Osuuskunnassa omistajia kutsutaan jäseniksi. Jäsenien osuusmaksuista koostuva peruspääoma on nimeltään osuuspääoma. Voiton sijasta puhutaan ylijäämästä ja tappiovuonna puhutaan alijäämästä. Osuuskunnan jäsen vastaa osuuskunnan sitoumuksista vain sijoittamansa rahamäärän perusteella – ei henkilökohtaisella omaisuudellaan. (Eskola ym. 2005, 49.)

2.5 Aloittavan yrityksen rahoituksen suunnittelu

Yrityksen perustamisvaiheessa yrittäjän tulee varmistaa, että perustamis- ja käynnistämisvaiheeseen on riittävästi rahaa. Yrittäjänä voi käyttää joko omaa pääomaa tai hankkia ulkopuolista rahoitusta. Yrityksen alkuvaiheessa yrittäjä voi hakea starttirahaa oman toimeentulonsa turvaksi. Starttirahaa tulee hakea ennen yritystoiminnan aloittamista. Starttiraha on tarkoitettu yrittäjyyden aloittamisen tueksi. Starttirahalla maksetaan yrittäjän oma toimeentulo. Starttirahan myöntää työ- ja elinkeinotoimisto. Työ- ja elinkeinotoimisto arvioi, onko yrittäjyys asiakkaalle sopiva työllistymisvaihtoehto. Starttirahan perustuki vuonna 2016 on 32,68 e/vrk. Starttirahaa myönnetään yleensä 6 kuukaudeksi ja erityispäätöksellä sitä voidaan jatkaa 2–6 kuukaudella. Lain mukaan starttirahaa voidaan maksaa enintään 12 kuukauden ajan. (Summarum 2016.)

Perustamisvaiheessa yrityksen perustajan tulee varmistaa yrityksen rahoitus joko omalla pääomalla tai ulkopuolisella rahoituksella. Usein tuen saamisen edellytyksenä ovat muun muassa yrittäjäkokemus tai -koulutus, mahdollisuudet kannattavaan toiminta, tarpeellisuus yrittäjäksi ryhtyvän toimeentulon kannalta sekä se, että yritystoimintaa ei ole aloitettu ennen kuin tuen myöntämisestä on tehty päätös. (Yrityssuomi, Yrityksen rahoitus.)

Yrityksen rahoitus jaetaan tulo- ja pääomarahoitukseen. Tulorahoituksella tarkoitetaan rahoitusta, joka saadaan, kun myyntituloista vähennetään vastaavat menot, esimerkiksi ostomenot.

Pääomarahoitus jakautuu vieraaseen pääomaan ja omaan pääomaan. Vieras pääoma voi olla joko lyhytaikaista tai pitkäaikaista. Lyhytaikainen vieraspääoma tulee maksaa takaisin vuoden kuluessa. Pitkäaikaisessa pääomassa takaisinmaksuaikaa on yli vuosi. Yrittäjä voi sijoittaa yritykseen myös omaa rahaa ja omaa omaisuutta. Tätä kutsutaan omaksi rahoitukseksi. Tällaisia sijoituksia ovat esimerkiksi koneet ja laitteet. Myös osakkaiden sijoittama raha on tärkeä rahoituslähde. (Raatikainen 2012, 118.)

Taloudellista kannattavuutta yritys voi arvioida tekemällä rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat. Rahoituslaskelman avulla yritys voi selvittää, mitä hankintoja yrityksellä on heti alkuvaiheessa. Laskelmaan tulee kirjata myös lainat ja omat rahalliset panostukset. Kannattavuuslaskelma auttaa hahmottamaan yrityksen myyntitavoitteen. Kannattavuuslaskelmassa tarkastellaan kuluja ja laskelmassa määritellään, kuinka paljon työtunteja tulotarpeiden tyydyttämiseen tarvitaan. Laskelma osoittaa, kuinka paljon yrityksen täytyy saada myyntiä tietyllä hinnalla tiettynä aikana. Kannattava toiminta kattaa kulut ja tuottaa tuloa. (Yrityssuomi. Kannattavuus- ja rahoituslaskelmat.)

2.6 Riskit ja SWOT-analyysi

Riskillä tarkoitetaan vahingon tai tappion uhkaa tai vaaraa. Yrittäjän tulee ottaa huomioon esimerkiksi mahdolliset työkoneiden rikkoutumiset, varkaudet ja tulipaloriski. Yrityksen riskit voidaan luokitella liikeriskeihin, rikoksiin, omaisuusvahinkoihin, henkilöriskeihin, keskeytys- ja riippuvuusvahinkoihin ja vahingonkorvausvaatimuksiin. (Raatikainen 2012, 102.)

Riski käsitteenä voidaan määritellä monella tavalla. Riskien toteutuminen merkitsee toimijalle jotain ei toivottavaa tapahtumaa. Liike-elämässä riskin toteutumiseen liitetään yleensä jonkin asteisen tappion tai menettämisen uhka. Riskien hallinta pitää sisällään kaikki ne toimenpiteet, joilla yritys pyrkii minimoimaan riskit ja riskeistä aiheutuvat kustannukset. Vakuuttaminen on yksi osa riskinhallintaa. Vakuutusyhtiöt ovat ottaneet riskinhallinnan asiantuntijoina tehtäväkseen myös asiakkaidensa riskien kartoittamisen ja tarjoavat asiantuntijapalveluita. (Sutinen & Viklund 2005, 145.)

Yrityksen tietoisuus omista riskeistään on ensimmäinen askel riskienhallintaan ja -torjuntaan. Suojautuminen tuntematonta vastaan on äärimmäisen vaikeaa. Riskit voidaan jakaa liikeriskeihin ja vahinkoriskeihin. Vahinkoriskejä ovat tyypillisimmillään esinevahingot ja kiinteistöön kohdistuvat vahingot, kuten vesivahingot ja tulipalot. Vahinkoriskit ovat yleensä vakuutettavissa ja riski näin siirrettävissä ainakin osittain vakuutusyhtiölle. Vahinkoriskejä voidaan nimittää myös staattisiksi riskeiksi. Liikeriskit puolestaan johtuvat yrityksen toiminnasta. Liikeriskeistä voidaan mainita luottotappiot ja epäonnistuneet mainoskampanjat. Liikeriskejä voidaan kutsua dynaamisiksi riskeiksi. (Sutinen & Viklund 2005, 145.)

Hyvä SWOT-analyysi sisältää olennaiset menestymisen edellytykset, joita verrataan omiin vahvuuksiin ja heikkouksiin. SWOT-analyysissä käydään läpi yrityksen vahvuudet, mahdollisuudet, heikkoudet ja uhat. (Pitkämäki 2000, 79–80.)

SWOT-analyysin idea on luoda tilannearviota suunnitelmien ja päätöksenteon perusteiksi. Analyysin avulla voidaan havainnoida samaan aikaan sekä yrityksen ulkopuolisia asioita että yrityksen sisäisiä asioita. SWOT-analyysin nimi tulee englanninkielisistä sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysistä saa parhaimman hyödyn, kun sen täyttää huolellisesti. Analyysistä tulisi tehdä johtopäätöksiä, eikä jättää analyysiä vain vahvuuksien, heikkouksien, uhkien ja mahdollisuuksien tasolle. (Viitala & Jylhä 2010, 59–60.)

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen tiivis esitys yrityksen toiminnan kokonaisuudesta. Liiketoimintasuunnitelmasta käyvät ilmi yrityksen perustamisen vaiheet, menestystekijät, tulolähteet ja strategia. Liiketoimintasuunnitelmassa yritys joutuu kartoittamaan oman osaamisensa, vahvuutensa ja heikkoutensa. Yrityksen tulee ottaa huomioon kilpailijansa markkinakentässä. Hyvästä suunnitelmasta käyvät ilmi ne tekijät, joiden avulla yritys rakentaa toimintansa ja menestyy. (Pitkämäki 2000, 9.)

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen käsikirja, jota tarvitaan menestyvän yrityksen yritystoiminnan käynnistämiseen. Liiketoimintasuunnitelma auttaa hahmottamaan ja suunnittelemaan yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi yrityksen liikeidea, tuotteet ja palvelut, asiakkaat ja markkinat, käytännön järjestelyt, rahoituslaskelmat ja kannattavuuslaskelmat. (Yrityssuomi, Yrityksen rahoitus.)

3.1 Liiketoimintasuunnitelman laadinta ja sisältö

Liiketoimintasuunnitelmasta on paljon hyötyä yrityksen toiminnassa. Liiketoimintasuunnitelma tarjoaa hyvän rungon yrityksen suunnittelulle. Suunnitelma pakottaa yrittäjän miettimään tulevia asiakkaita, kilpailijoita, omia tavoitteita ja yrityksen taloudellisia asioita. Liiketoimintasuunnitelmassa hahmotellaan yrityksen kokonaisuutta. Suunnitelmassa käydään läpi, miten tuotteita tai palveluita voidaan markkinoida, sekä mitä tuotteet ja palvelut ovat. Yrityksen suunnittelussa tulee ottaa myös huomioon kuinka paljon yritys tarvitsee työntekijöitä ja miten yrityksen toiminta tullaan rahoittamaan. (Edu liiketoimintasuunnitelma.)

4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KENKÄLIIKKEELLE

Tämän työn tarkoituksena on ollut laatia mahdollisimman realistinen ja toimiva yrityksen perustamistilanteessa käytettävä liiketoimintasuunnitelma.

4.1 Keski-Pohjanmaa Uusyrityskeskus

Firmaxi on Kokkolassa toimiva Keski-Pohjanmaan Uusyrityskeskus. Firmaxi tarjoaa maksutonta neuvonta- ja esivalmennusta yrityksen perustamista harkitseville henkilöille.

Firmaxin liiketoimintasuunnitelmapohja on selkeä ja sisältää kaikki tarvittavat asiat, joita hyvä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään. Olemme myös koulussa käyttäneet samaa pohjaa koulutehtävissämme, joten liiketoimintasuunnitelmapohja oli jo ennestään tuttu. Tämän takia valitsin Firmaxin liiketoimintasuunnitelman pohjan. Firmaxin internet-sivuilta löytyvät myös hyvät pohjat laskelmille, joita hyödynsin työssäni.

4.2 Firmaxin suunnitelmapohjaa hyödyntäen tehdyn kenkäliikkeen liiketoimintasuunnitelman rakenne

Ensimmäisenä liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi yrityksen perustiedot. Perustiedoissa selvitetään yrityksen liikeidea, valittu yhtiömuoto ja syy yrityksen perustamiseen. Liikeideassa kuvaillaan, minkälaista yritystä ollaan perustamassa. Perustiedoissa käydään myös läpi yritykselle valittu yhtiömuoto ja miksi tämä yhtiömuoto yritykselle valittiin. Perustamisen syyt analysoidaan myös. Pyrkien vastaamaan siihen, miksi tämä on yritys on haluttu perustaa.

Kolmannessa osiossa käydään läpi yrityksen tuotteet, jossa kerrotaan tuotteiden ominaisuuksista ja materiaaleista. Tässä osiossa esitetään myös tuotteiden käyttötarkoitus ja tuotekehitys. Selvitetään myös läpi, ketkä ovat yrityksen pahimmat kilpailijat ja analysoidaan mikä on markkinoiden tilanne ja minkälaisia tapahtumia tulevaisuudessa voi esiintyä.

Neljännessä osiossa perehdytään yrityksen myyntiin ja markkinointiin liittyviin asioihin. Miten yritys aikoo markkinoida tuotteitaan ja missä yritys aikoo markkinoida tuotteitaan? Osiossa käydään läpi yrityksen markkinointi- ja myyntisuunnitelmia sekä pohditaan myös tuotteiden hinnoittelua.

Viidennessä osiossa käydään läpi yrityksen kivijalkamyymälän sijainti, toimitilat ja tuotantoinvestoinnit. Osiossa suunnitellaan myös aukioloajat yritykselle. Tässä osiossa käytäisiin myös läpi, kuinka monta työntekijää yritykseen palkattaisiin, jotta yritys toimisi mahdollisimman hyvin ja työajat olisivat realistiset.

Kuudennessa osiossa pohditaan yrityksen talousasioita. Tässä kerrotaan, miten yrityksen kirjanpito hoidetaan ja miten alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus toteutetaan. Tähän osiossa on myös lisätty investointilaskelma ja kannattavuuslaskelma, jotka on yritetty toteuttaa mahdollisimman realistisesti.

Seitsemännessä ja viimeisessä osiossa käydään läpi SWOT-analyysi. Analyysissä pohditaan yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Tässä selvitetään karkeasti yrityksen hyviä ja huonoja puolia, ja pohditaan minkälaisia asioita yrittäjän tulisi ottaa huomioon.

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia mahdollisimman realistinen liiketoimintasuunnitelma kuvitteelliselle kenkäliikeyritykselle. Kävin liiketoimintasuunnitelmassani läpi yrityksen perustamisen päävaiheet. Tarkan liiketoimintasuunnitelman tekemiseen olisi pitänyt vielä tarkemmin syventyä yrittäjyyteen ja liiketoimintaan, kuin mitä itse tässä opinnäytetyössä tein.

Liiketoimintasuunnitelmasta tuli tavoitteiden mukaisesti mielestäni realistinen ja hyvä pohja mahdollisen yritystoiminnan aloittamiselle. Laskelmat ovat suuntaa antavia, koska tarkkoja lukuja ei voi tietää suunnitteluvaiheessa, mutta yritin selvittää mahdollisimman realistiset hinnat kaikille kuluille ja investoinneille. Laskelmista käy ilmi, että yritys tekee voittoa ensimmäisenä vuonna, jos onnistuisin myymään kenkiä suunnitelmani mukaisesti.

Opin työtä tehdessäni, että yrityksen perustaminen on hyvin tarkkaa ja aikaa vievää työtä. Yrittäjäksi ryhtyminen vaatisi paljon rohkeutta ja sisua, jotta voisi tulla menestyväksi yrittäjäksi.

LÄHTEET

Edu liiketoimintasuunnitelma. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www04.edu.fi/liiketoiminta-suunnitelma/addcollapsing.asp?file=yritystoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoiminta-suunnitelmaa.html. Viitattu 20.9.2016

Eskola, A., Hakala, R., Liljeström S. & Raatikainen, L. 2005. Töissä yrityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy

Holopainen, T. & Levonen, A. 2008. Yrityksen perustajan opas: silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita

Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Pitkämäki A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Pk-yritysten johtamis- ja kehittämistyökalupakki. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/strategiat2.htm. Viitattu 17.8.2016

Raatikainen L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Bookwell Oy

Summarum, Uuden yrityksen rahoitus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.summa-rum.fi/uuden-yrityksen-rahoitus/. Viitattu 19.8.2016

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

Viitala, R. & Jylhä, E. 2010. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita Publishing Oy

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

Yrityshelposti. Www-dokumentti. Saatavissa: http://yrityshelposti.fi/oppaat. Viitattu 10.8.2016

Yrityssuomi. Kannattavuus- ja rahoituslaskelmat. Www-dokumentti. Saatavissa: https://www.yrityssuomi.fi/rahoitus-ja-kannattavuuslaskelmat. Viitattu 11.6.2016

Yrityssuomi. Yrityksen rahoitus. Www-dokumentti. Saatavissa: https://www.yrityssuomi.fi/rahoitus1. Viitattu 11.6.2016

Yritystoiminta. Yritystoiminnan perusteet. Www-dokumentti. Saatavissa: https://sites.google.com/site/yritystietoa/yritystoiminnan-perusteet. Viitattu 20.10.2016

LIITE 1

Riikka Kontio

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KENKÄLIIKKEELLE

SISÄLLYS

1 PERUSTIEDOT 1
1.1 Liikeidea 1
1.2 Yhtiömuoto 1
1.3 Syy perustamiseen 1

2 KUVAUS TUOTTEISTA 2
2.1 Kuvaus 2
2.2 Käyttötarkoitus 2
2.3 Tuotekehitys 2

3 MARKKINATUTKIMUS JA -ANALYYSIT 3
3.1 Asiakkaat 3
3.2 Kilpailijat 3
3.3 Arvio markkinoista ja ympäristössä tapahtuvista muutoksista 3

4 MYYNTI- JA MARKKINOINTI 5
4.1 Markkinointi 5
4.2 Hinnoittelu 5

5 TOIMIPAIKKA, TILAT, TUOTANTO JA HENKILÖSTÖ 6
5.1 Sijainti 6
5.2 Toimitilat ja tuotantoinvestoinnit 6
5.3 Aukioloajat 6
5.4 Työvoima 7

6 TALOUS 8
6.1 Kirjanpito 8
6.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus 8

7 SWOT-ANALYYSI 11
7.1 Vahvuudet 11
7.2 Heikkoudet 11
7.3 Mahdollisuudet 11
7.4 Uhat 11

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Rahantarvelaskelma

TAULUKKO 2. Kannattavuuslaskelma

1 PERUSTIEDOT

1.1 Liikeidea

Liikeideana on myydä muodikkaita kenkiä nuorille ja aikuisille. Tarkoituksena olisi erottua muista kenkäliikkeistä ja tarjota erilaisia ja edullisia jalkineita, joita muista liikkeistä ei saa.

1.2 Yhtiömuoto

Valitsin yhtiömuodoksi yksityisen elinkeinonharjoittajan eli toiminimen. Toiminimi on tässä vaiheessa kaikkein helpoin yhtiömuoto ja se tuntui sopivimmalta vaihtoehdolta omaa yritystäni ajatellen. Huono puoli toiminimessä on se, että joudun vastaamaan henkilökohtaisella omaisuudellani koko yrityksestä, mikä on iso riski.

1.3 Syy perustamiseen

Olen aina ollut kiinnostunut kengistä, kenkämuodista ja yrityksen perustamisesta. Jyväskylä tarvitsee uusia kenkäliikkeitä, koska tällä hetkellä kaupungissa on hyvin vähän kenkäliikkeitä kaupungin kokoon nähden. Tarve on suurempi kuin tarjonta. Kaupungista puuttuu kenkäliike, josta saisi hieman erikoisempia ja nuorekkaampia kenkiä. Tällä hetkellä Jyväskylän kenkäliikkeet tarjoavat hyvin yksinkertaisia jalkineita ja tarjonta on kaikissa kenkäliikkeissä hyvin samankaltainen. Uusille kenkäliikkeille Jyväskylässä on kysyntää, mutta tähän tarpeeseen ei ole vielä vastattu.

Jyväskylässä on tällä hetkellä vain muutama kenkäliike, joten kilpailua ei ole niin paljon kuin voisi olettaa olevan. Kaupunki tarvitsee lisää uusia ja muodikkaita liikkeitä keskustan alueelle, koska monet kaupoista ovat siirtyneet kauppakeskuksiin keskustan ulkopuolelle. Monet ihmiset edelleen haluavat ostaa jalkineensa kivijalkamyymälöistä, koska kenkien sovittaminen koetaan tärkeäksi. Nettikaupoista tilattuja kenkiä pitäisi tilata useampi pari, jotta niistä voisi valita sopivimmat. Tässäkin tapauksessa voi kuitenkin käydä niin, etteivät kengät olekaan sopivat ja hyväntuntuiset juuri omaan jalkaan. Myös jalkineen ulkomuoto voi poiketa nettikaupassa olleesta kuvasta, eivätkä jalkineet vastaakaan odotuksia. Kivijalkamyymälässä voi heti nähdä, miellyttääkö kenkä ulkoisesti ja onko se sopiva itselle kaikin puolin.

2 KUVAUS TUOTTEISTA

2.1 Kuvaus

Liikkeessä myydään eri mallisia ja eri materiaaleista tehtyjä kenkiä. Kenkävalikoima vaihtelee sesonkien mukaan, jotta yritys voi vastata jokaisen vuodenajan kysyntään ja tarpeeseen. Kenkien materiaalit vaihtelevat, jotta saatavilla olisi mahdollisimman monenlaisia tuotteita. Tuotteiden materiaaleina toimivat erilaiset kankaat, nahkat ja muovit. Tuotteet tulevat ulkomailta.

2.2 Käyttötarkoitus

Jokainen ihminen tarvitsee useita jalkineita ja jalkineet kuluvat, mikä saa kuluttajat ostamaan lisää jalkineita. Kuluttajat tarvitsevat erilaisia kenkiä eri vuodenajoille. Talvella ei voi käyttää samoja kenkiä kuin kesällä, koska talviaikaan kengiltä edellytetään erilaisia ominaisuuksia kuin kesällä.

Suurin osa naisista pitää myös tärkeänä sitä, että jokaiseen tilaisuuteen löytyy sopivat kengät. Kenkiä tulee olla eri värisiä, eri mallisia ja eri materiaaleista tehtyjä. Kenkien tulisi olla myös mukavia ja malleja tulisi löytyä riittävästi, jotta jokainen löytäisi kengät, jotka sopivat omaan jalkaan.

2.3 Tuotekehitys

Tuotteiden materiaaleja pystytään kehittämään jatkuvasti. Erilaisia materiaaleja pystytään hyödyntämään ja näillä saadaan aikaan kestävämpiä ja monikäyttöisempiä kenkiä. Urheiluun suunniteltuja kenkiä kehitetään jatkuvasti. Uusimmat kenkämallit ovat hyvin kevyitä ja jalan muotoja mukailevia. Kengän pehmeä ja kevyt muotoilu takaa hyvän istuvuuden ja miellyttävän käyttökokemuksen kuluttajalle. Tätä muotoilua voidaan tuoda myös vapaa-ajan kenkiin, jotta kenkien mukavuutta saataisiin parannettua myös vapaa-ajan kengissä.

Tuotekehityksen kannalta on myös tärkeää kuunnella asiakasta ja asiakkaan toiveita ja tarpeita. Näin saadaan kehitettyä kysyntää vastaavia tuotteita. Kysyntää vastaavat tuotteet myyvät paremmin, koska asiakkaat saavat mitä haluavat.

3 MARKKINATUTKIMUS JA -ANALYYSI

3.1 Asiakkaat

Liikkeen kohderyhmänä toimivat nuoret ja aikuiset ihmiset. Tuotteiden hinnat ovat kohtuullisia, joten myös nuorilla on varaa ostaa liikkeen tuotteita. Jyväskylä on iso opiskelijakaupunki ja tämä kenkäliike tarjoaisi myös edullisia kenkiä opiskelijoillekin.

3.2 Kilpailijat

Tällä hetkellä Jyväskylän keskustassa on vain neljä jalkineliikettä. Liikkeet ovat Kookenkä, Ecco, Zatza ja CapeOasis. Nämä liikkeet ovat olleet jo kauan Jyväskylässä ja valikoima on melko suppea. Kengät ovat melko pelkistettyjä ja melko kalliita. Tällä hetkellä kaupungissa ei ole nuorille aikuisille suunnattuja kenkäliikkeitä ja sille olisi kysyntää ja tarvetta.

Jyväskylässä on kaupungin kokoon nähden melko vähän liikkeitä, joissa myydään jalkineita. Vain jalkineita myyviä liikkeitä on vain kourallinen, koska muutaman viime vuoden aikana jalkineliikkeet ovat vähentyneet, joten kilpailua ei tällä hetkellä ole kovin paljon. Kaupungin keskustasta on lähtenyt myös pois paljon liikkeitä, joissa oli kattava jalkineosasto. Kilpailu on vähentynyt huomattavasti viime vuosien aikana.

Tällä hetkellä Jyväskylästä puuttuu kenkäliike, joka myy muodikkaita ja tyylikkäitä kenkiä. Tämän hetkiset kilpailijat myyvät hyvin pelkistettyjä kenkiä. Kengistä puuttuu yksilöllisyys ja muodikkuus. Haluaisin tarjota asiakkaille jalkineita, joissa on luonnetta, koska tällä hetkellä sitä ei juurikaan ole saatavilla.

3.3 Arvio markkinoista ja ympäristössä tapahtuvista muutoksista

Jyväskylän keskustan alueella on useita vapaita liiketiloja ja tämä mahdollistaa uusien kilpailijoiden tulon keskustan ytimeen. Markkinat voivat mahdollisesti kiristyä ja kilpailua voi tulla enemmän. Muutoksia tapahtuu jatkuvasti, koska keskustan alueella liikkeiden vaihtuvuus on melko yleistä.

Uskon, että liikkeeni tulee vastaamaan tarpeeseen, koska kysyntää on. Usein keskustassa etsitään kenkäliikkeitä ja kuluttajat yllättyvät liikkeiden vähyydestä. Tämän hetkinen tarjonta ei selvästikään vastaa kysyntää.

4 MYYNTI- JA MARKKINOINTI

4.1 Markkinointi

Tuotteita markkinoidaan paikallisissa lehdissä ja televisiossa. Tarkoituksena on myös mainostaa tuotteita omilla tuotekuvastoilla, joita jaetaan kotitalouksiin muiden mainosten mukana. Liikkeen ulkopuolella olisi myös standeja, joissa kerrottaisiin parhaimmista tarjouksista ja uutuuksista. Mainontaa tehtäisiin aina tarvittaessa sesonkien aikaan ja alennusmyyntien aikaan.

4.2 Hinnoittelu

Liikkeestä löytyy edullisempia ja myös hieman hintavampiakin tuotteita. Hintavammat tuotteet on tehty paremmista materiaaleista. Halvemmat jalkineet eivät ole merkkituotteita ja ne tulevat maista, joissa tuotanto ja materiaalit ovat halvempia. Suurin osa tuotteista on kuitenkin edullisia, jotta mahdollisimman monella kuluttajalla olisi mahdollisuus ostaa liikkeen tuotteita. Yhden kenkäparin keskihinta on noin 40 euroa.

5 TOIMIPAIKKA, TILAT, TUOTANTO, OSTOT JA HENKILÖSTÖ

5.1 Sijainti

Liike sijaitsisi Jyväskylän keskustassa Kolmikulman ostoskeskuksessa. Sijainti on hyvin keskeisellä paikalla Jyväskylän keskustassa. Kolmikulmassa on paljon erilaisia liikkeitä, mikä saa kuluttajat tekemään ostoksiaan Kolmikulmassa. Kolmikulmassa on myös oma parkkihalli, mikä helpottaa asiakkaiden tulemista ostoksille ostoskeskukseen. Kolmikulman ostoskeskuksen liiketilat ovat hieman edullisempia kuin Forumin, joka on Jyväskylän suurin ostoskeskus. Edullisempi vuokrahinta on yrityksen perustamisvaiheessa tärkeää, koska ylimääräistä rahaa ei ole vielä käytettävissä.

5.2 Toimitilat ja tuotantoinvestoinnit

Liiketilat olisivat noin 70 neliötä. Liiketilat ovat melko kalliita, joten kovin suurta liiketilaa en voi aluksi vuokrata. Liiketilaan ostetaan korkeita hyllyjä, jotta tilan neliöt saadaan hyödynnettyä mahdollisimman hyvin. Liiketilaan ostetaan muutama matalampi taso, johon voidaan sesonkien mukaan asetella sesonkituotteita liikkeen oven läheisyyteen. Liikkeeseen olisi tarkoitus hankkia myös peilejä ja sovituspenkkejä, jotta asiakkaat voisivat sovitella kenkiä mahdollisimman helposti. Tarkoituksena olisi etsiä siistit mutta käytetyt kalusteet liikkeeseen, jottei liikkeen perustamisvaiheessa liikkeen kalusteisiin menisi suurinta osaa rahoista.

Toimitilojen lisäksi liikkeeseen pitäisi hankkia kassakone, tietokone ja maksupääte. Maksupääte vuokrataan liikkeeseen. Takahuoneeseen tulisi hankkia toinen tietokone, jotta siellä voi tehdä rauhassa muita liikkeen töitä, joita ei voi hoitaa myymälän puolella. Toimitilojen puhtaanapidon hoitaisin itse.

5.3 Aukioloajat

Aukioloajat olisivat ostoskeskuksen mukaiset aukioloajat. Suurin osa liikkeistä sulkee samoihin aikoihin. Liikkeet aukeavat kymmenen aikoihin ja sulkevat illalla 19:00–20:00. Aion käyttää samoja aukioloaikoja kuin muutkin ostoskeskuksen liikkeet. Näin saan maksimoitua liikkeen tuottavuuden. Oman liikkeeni aukioloajat olisivat ma-pe 10:00–19:00 ja la-su 10:00–18:00.

5.4 Työvoima

Työntekijöitä liikkeessä olisi aluksi vain yrittäjä itse, mutta toiminnan vakiintuessa noin 3 henkilöä. Aion itse myös toimia liikkeessä myyjänä ja samalla myös myymäläpäällikkönä. Minä tekisin suurimman osan toimistotöistä, mutta kirjanpidon hoitaisi ulkopuolinen henkilö. Liikkeessä näiden henkilöiden lisäksi työskentelisi ajoittain opiskelijoita, jotka suorittaisivat harjoittelujaksoja liikkeessä. Liikkeeseen palkkaisin tarvittaessa lisää henkilöstöä, jos yrityksestä tulisi kannattava ja olisi varaa palkata enemmän työntekijöitä. Työntekijöiltä edellyttäisin sosiaalisuutta ja kokemus myyjän työstä olisi plussaa. Työntekijöille annettaisiin koulutusta kenkien materiaaleihin ja kenkien hoitoon liittyen.

6 TALOUS

6.1 Kirjanpito

Tarkoitukseni on palkata ulkopuolinen henkilö huolehtimaan kirjanpidosta, koska se ei ole minun vahvin alueeni. Kirjanpito on hyvin tärkeä osa yrityksen toimivuutta, joten haluan palkata henkilön, joka osaa ja tietää, mitä tekee. Tarvitsen kirjanpitäjäksi sellaisen henkilön, joka tuntee kirjanpidon hyvin.

6.2 Alkuinvestoinnit ja niiden rahoitus

Tarkoituksena olisi hakea pankista lainaa. Omaa pääomaa ajattelin sijoittaa yritykseen myös, jotta yrityksen perustaminen olisi helpompaa.

TAULUKKO 1. Investointilaskelma

Investoinnit:			
	Aineettomat hyödykkeet:	Perustamismenot:	75 €
	Koneet ja kalusto:	Kalusteet:	5000 €
		Kassakone:	400 €
		Puh ja tietoliikenne:	500€
	Liikeirtaimisto:	Toimistotarvikkeet:	200 €
		Investoinnit yht:	6175 €

Ensimmäisen kuukauden menot:		
Markkinointi:	Alkumainonta / esitteet:	3 000 €
Vuokrat:	Toimitiloista / takuuvuokra:	4 500 €
	Leasing maksupääte:	40 €
Palkat:	Työntekijöiden palkat:	1 000 €
	Yrittäjän palkka:	2 000 €
Vaihto- ja rahoitusomaisuus:	Alkuvarasto:	4 800 €
	Alkukassa:	500 €
Pääoman tarve yhteensä:		15 840 €
Investoinnit yhteensä:		6 175 €
Pääoman tarve ja investoinnit yhteensä:		22 015 €

Rahan lähteet:		
Oma pääoma:		
	Oma sijoitus rahana:	5 800 €
	Myynti:	10 800 €
		16 600 €
Lainapääoma:		
	Pankkilaina:	8 000 €
	Rahan lähteet yhteensä:	24 600 €
Rahan lähteiden ja tarpeen erotus:		2 585 €

TAULUKKO 2. Kannattavuuslaskelma

Ensimmäisen vuoden kannattavuuslaskelma.

Myynti:	129 600 €	
Kenkien osto:	57 600 €	
Myyntivoitto:	72 000 €	
Kiinteät kulut sis. alv.:	71 100 €	
Tulos:	900 €	
Yrittäjän eläkevakuutus:	2 000 €	
Muut vakuutukset:	300 €	myymälän irtaimisto/kalusteet
Palkat:	36 000 €	
Palkkojen sivukulut:	7 000 €	
Vuokrat:	18 000 €	
Sähkö:	480€	
Vesi:	360 €	
Puhelin ja tietoliikenne:	480 €	
Kirjanpito:	1 920 €	
Toimistokulut:	480 €	
Matka/autokulut:	1 200 €	
Markkinointi:	6 000 €	
Koulutus:	400 €	
Korjaukset:	400 €	
Puhtaanapito	480 €	
Lainan lyhennys + korko:	1 000 €	
Kiinteät kulut =	71 100 €	

7. SWOT-analyysi

7.1 Vahvuudet

- Vähän kilpailijoita
- Laajat tuotevalikoimat
- Kohtuulliset hinnat
- Nuorekas tuotevalikoima
- Sijainti

7.2 Heikkoudet

- Ei aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä

7.3 Mahdollisuudet

- Tulla Jyväskylän monipuolisimmaksi ja suosituimmaksi kenkäliikkeeksi
- Laajentaa liiketiloja

7.4 Uhat

- Vaikeudet rahoituksen kanssa
- Olemassa olevat nettikaupat
- Uudet kilpailijat
- Liiketiloissa mahdollisesti tapahtuvat vahingot