

Heidi Keskilammi

Liiketoimintasuunnitelma hyvinvointialan yritykselle

Opinnäytetyö

Kevät 2010

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Liiketalouden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Liiketalouden koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto:

Tekijä: Heidi Keskilampi

Työn nimi: Liiketoimintasuunnitelma hyvinvointialan yritykselle

Ohjaaja: Kirsti Sorama

Vuosi: 2010

Sivumäärä: 44

Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyöni tarkoitus oli laatia liiketoimintasuunnitelma perustettavalle hyvinvointialan yritykselle. Työssä lähdettiin liikkeelle liikeideasta, jota täsmennettiin erilaisten ympäristöanalyysien avulla.

Ympäristöanalyysien avulla pyrittiin muodostamaan mahdollisimman laaja ja tarkka käsitys yrityksen tulevasta toimintaympäristöstä. Niiden avulla ennustettiin myös alan tulevaa kehitystä sekä havaittiin toimintaympäristön yrittäjälle luomia mahdollisuuksia kasvattaa liiketoimintaa.

Liiketoimintasuunnitelmalle ja liikeidealle tehtiin lopuksi SWOT-analyysi, jonka avulla arvioitiin perustettavan yrityksen heikkouksia ja vahvuuksia, sekä uhkia ja mahdollisuuksia, jotta yrittäjä osaisi valmistautua liiketoiminnan mahdollisiin riskeihin.

Opinnäytetyön myötä yrittäjä sai paljon tietoa tulevasta toimintaympäristöstään. Hän löysi selkeän suunnan siihen, mihin suuntaan hän lähtee liiketoimintaansa kasvattamaan ja mistä ympäristön tarjoamista mahdollisuuksista hänen vahvuutensa voisi muodostua.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, liikeidea, ympäristöanalyysi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business School
Degree programme: Business Management
Specialisation:

Author: Heidi Keskilampi

Title of thesis: A Business plan for a future welfare sector company

Supervisor: Kirsti Sorama

Year: 2010

Number of pages:44

Number of appendices: 2

The objective of my thesis was to create a business plan for a future company in the welfare sector. At the beginning I started to write this thesis from the business idea that was made more specific with the help of different environmental analysis.

The environmental analysis aimed at forming a most extensive and accurate idea about the company's future operating environment. They were also used to predict the future development and to observe opportunities the environment gave to the entrepreneur to expand the business.

Finally a SWOT-analysis was made concerning the business plan and the business idea. It was used to estimate the established company's strengths and weaknesses, as well as threats and opportunities, in order to prepare the entrepreneur for the potential risks.

The entrepreneur got a lot of new information about her new operating environment thanks to my thesis. She got a clear view about in which direction she should start to grow her business and which environmental possibilities her strength could consist of.

Keywords: a business plan, business idea, environmental analysis

SISÄLTÖ	
OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ.....	2
THESIS ABSTRACT	3
SISÄLTÖ.....	4
KUVIO JA TAULUKKO LUETTELO	6
1 JOHDANTO.....	7
1.1 Työn tarkoitus ja tavoite	7
1.2 Toimialan kuvaus	8
1.3 Työn rakenne	11
2 LIIKEIDEA JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	12
2.1 Palvelut/ tuotteet	12
2.2 Markkinat.....	13
2.3 Toiminta-ajatus.....	14
3 YMPÄRISTÖANALYYSI	17
3.1 PESTEL-analyysi	17
3.1.1 Poliittinen ympäristö.....	17
3.1.2 Taloudellinen ympäristö	19
3.1.3 Sosiaalinen ympäristö	20
3.1.4 Teknologinen ympäristö	21
3.1.5 Ekologinen ympäristö.....	21
3.1.6 Laillinen ympäristö	22
3.1.7 Kilpailuanalyysi	23
3.2 Kilpailija-analyysi.....	24
3.3 SWOT-Analyysi.....	25
4 TOTEUTUS	29
4.1 Yhtiömuoto	29
4.2 Luvat ja ilmoitukset.....	29
4.3 Vakuutukset	30
4.4 Toimitila.....	30
4.5 Kirjanpito	31
4.6 Visiot ja strategiat.....	31
4.7 Palvelut	32
4.8 Asiakkaat.....	32

4.9 Markkinointistrategia	33
4.9.1 Markkinointikanavat	34
4.9.2 Markkinointiviestintä.....	35
4.10 Rahoitus	35
5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	37
LÄHTEET.....	39
LIITTEET	41

KUVIO JA TAULUKKO LUETTELO

Kuvio 1.	10
Kuvio 2.	21
Kuvio 3.	27

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö lähti liikkeelle tulevan yrittäjän liikeideasta ja oman yrityksen perustamishalusta. Tuleva yrittäjä on 47-vuotias nainen, joka on valmistunut hierojaksi Tampereen urheiluhieroja koulusta kesällä 2009. Omasta yrityksestä hän on haaveillut jo jonkin aikaa, mutta rohkeus viedä asiaa eteenpäin on tähän asti puuttunut. Nyt rohkeutta kuitenkin on löytynyt ja virallisesti liiketoiminnan on suunniteltu alkavan vuoden 2011 alusta. Siihen asti tehdään valmisteluja ja mahdollisesti hankitaan jo tulevana syksynä lisäkoulutusta.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja liikeidean kannattavuuden pohtiminen ovat tärkeitä vaiheita yrityksen perustamisessa. Suomen ja maailmantalouden epävakaus korostavat liiketoimintasuunnitelman merkitystä, niin yrittäjän itsensä, kuin sijoittajienkin vakuuttajana. Aiheen kiinnostavuutta ja sen tekemisen tärkeyttä lisäsi myös sen toteuttaminen lähisukulaiselle.

1.1 Työn tarkoitus ja tavoite

Työn tarkoituksena oli laatia liiketoimintasuunnitelma hyvinvointialan yritykselle ja perehtyä mahdollisimman hyvin ja kattavasti sen tulevaan toimintaympäristöön. Ympäristöä pyrittiin kuvaamaan analyysien avulla ja löytämään niiden kautta mahdollisuuksia yrityksen menestymiselle. Näistä PESTEL-analyysi nousee esiin tärkeimpänä ja kattavimpana ympäristöä kuvaavana analyysinä. Liiketoimintasuunnitelma, analyysit ja strategiat on pyritty määrittelemään ja kuvaamaan mahdollisimman tarkasti, jotta työ sellaisenaan olisi yrittäjälle tietoa ja apua tarjoava, käytökelpoinen työkalu.

Liiketoimintasuunnitelmaa analysoidaan myös SWOT-analyysin avulla, joka keskittyy yrityksen heikkouksiin ja vahvuuksiin, sekä toimintaympäristön uhkiin ja mahdollisuuksiin. Heikkouksien ollessa tiedossa, pystyy yrittäjä varautumaan ja vaikuttamaan niihin, samoin kun ympäristöstä tuleviin uhkiin ja mahdollisuuksiin. Tiedostamalla ja varautumalla näihin uhkiin pystytään minimoimaan paremmin liiketoi-

minnan riskejä. Mahdollisuuksista puolestaan pyritään löytämään yrittäjälle suuntia liiketoiminnan kannattavaksi tekemiseen ja tulevaisuuden kehittymiselle.

Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on olla yrittäjälle mahdollisimman kattava ja käyttökelpoinen työkalu. Päivittämällä liiketoimintasuunnitelmaa, yrittäjä voi tulevaisuudessakin arvioida toimintaansa ja havaita ympäristön muutoksia sekä kehittää toimintaansa niiden mukaisesti. Alalla on jonkin verran kilpailua ja se varmasti vielä tulevaisuudessa tulee kovenemaan. On erittäin tärkeää tehdä jatkuvasti havaintoja toimintaympäristöstään, jotta sen muutoksiin ja markkinoiden tarpeeseen pystytään reagoimaan nopeasti. Nykyisessä yritysmaailmassa nopeasti reagoiminen on elinehto.

1.2 Toimialan kuvaus

Hallituksen keväällä 2005 käynnistämä kunta- ja palvelurakennemuutos hanke on tuonut muutoksia terveydenhuollon alalle. Hankkeen tarkoituksena on ollut palveluntuotannon tehokkuuden lisääminen ja palvelujen saatavuuden turvaaminen muuttuvissa olosuhteissa. Hankkeen tarkoitus on myös selkiyttää julkisen sektorin eri toimijoiden rooleja. Maaliskuussa 2005 tuli voimaan myös uusi lainsäädäntö hoitoon pääsyn turvaamiseksi. Muutos on näkynyt muun muassa julkisen sektorin leikkausjonojen lyhentymisenä. Tässä olisi vielä varaa hyödyntää enemmän yksityisen sektorin kapasiteettia. (Toimialaraportti 2/2006.)

Yksityisiä sosiaali- ja terveystalvuluja tarjoavia yrityksiä ja yrittäjiä määrittelee hyvin pitkälti lainsäädäntö. Käytännössä lakiperustaisten palveluiden rinnalla sama yritys voi myydä muitakin palveluita. Hyvinvointialan yrittäjyyden kenttä on siis moninainen jo sen vuoksi, että hyvinvointi määritelmän alle mahtuu monenlaista palveluntuotantoa. (Kainlauri 2007, 41.)

Tilastokeskus otti vuonna 2003 käyttöön toimialaluokituksen Tol 2003:n, joka ryhmittelee kaiken yritys- ja palvelutuotannon. Tässä luokituksessa sosiaali- ja terveystalvuluilla on omat pääryhmänsä. Hierontayrittäjä kuuluu terveydenhoidon palvelujen ryhmään, joka puolestaan jakautuu sairaalapalveluihin ja lääkäripalvelui-

hin, hammashoidon palveluihin ja muuhun terveydenhuoltoon. Hieronta lukeutuu näistä puolestaan viimeisenä mainittuun muuhun terveydenhuoltoon. (Kainlauri 2007, 20.)

Palvelujen tuottajat jaetaan kolmeen ryhmään; 1. julkisen sektorin palveluntuottajat, joihin kuuluu kunnat ja kuntayhtymät, 2. yksityiset yritykset, 3. säätiöt, järjestöt ja muut yleishyödylliset palveluntuottajat eli niin kutsuttu kolmas sektori. Esimerkiksi henkilöstön ja kustannusten perusteella voidaan arvioida yksityisten palveluntuottajien osuutta sosiaali- ja terveyspalveluista. Tilastot osoittavat selkeästi toimialan kehityssuunnan: yksityisten palveluyksiköiden määrä ja osuus palvelutoiminnasta on kasvava.

Tilastotiedote vuodelta 2005, joka on koottu yksityisten terveydenhuollon palvelujen tuottajien lääninhallituksille lähettämistä toimintakertomuksista, kertoo että suuri osa yksityisten palvelujen tuottajista toimii eteläisessä Suomessa ja erityisesti suurissa kaupungeissa. Toimintakertomus saatiin 3 196 palvelujen tuottajalta kun vuotta aikaisemmin määrä oli 3 038. Eniten, 1459 kappaletta, oli fysioterapiaa antavia palvelujen tuottajia. (Terveyden ja hyvinvoinninlaitos, [viitattu 25.4.2010].)

Tilastokeskuksen toimipaikkalaskurin mukaan Tampereella oli vuoden 2009 lopussa 78 kappaletta 0-4-hengen toimipaikkoja yksityisen terveydenhuollon ja muun terveyspalvelun tarjoajana. Pirkkalassa vastaava luku oli 4 kappaletta. Hierojia varmasti on alueella enemmän, mutta nämä yrittäjät tarjoavat laajemmin palveluita ja usein esimerkiksi fysioterapiaa ja nämä fysioterapiaa pääasiassa harjoittavat yrittäjät ovat oma ryhmänsä eivätkä lukeudu tässä muihin palveluntarjoajiin.

Yksityiset terveyspalvelut on pienyritysvaltainen toimiala. Tämä käy osin ilmi alla olevasta taulukosta, jossa terveyspalveluyritysten toimipaikkoja on luokiteltu henkilöstön määrään perustuvan jaottelun mukaisesti. Valtaosa, lähes 98 % toimipaikoista oli pieniä, alle kymmenen työntekijän yrityksiä. (Taulukko 1.)

1. Taulukko Toimipaikat henkilöstön kokoluokan mukaan 1998. 2004

kokoluokat	alle 10	10-49	50-249	yli 250	yht.
Toimipaikat 1998	9787	165	22	0	9974
Toimipaikat 1999	9955	166	24	0	10145
Toimipaikat 2000	10771	177	24	1	10973
Toimipaikat 2001	11170	187	24	1	11382
Toimipaikat 2002	11547	211	25	1	11784
Toimipaikat 2003	12037	231	25	1	12294
Toimipaikat 2004	12200	228	29	1	12458
suht.osuudet	97,93	1,83	0,23	0,01	100

Väestön ikääntyminen lisää merkittävästi terveyspalvelujen kysyntää seuraavina vuosikymmeninä. Yli 85-vuotiaiden osuus kaksinkertaistuu nykyisestä 30 vuodessa (75 000:sta 150 000:een). Ikääntyville kansalaisille ja vanhuksille suunnattujen palvelujen, myös terveyspalvelujen, kysyntä kasvaa siten merkittävästi. Maan sisäinen muuttoliike lisää terveyspalvelujen kysyntää erityisesti kasvukeskuksissa. Kansalaisten tulo- ja koulutustason nousu muuttavat kysynnän rakennetta. Kansalaiset odottavat saavansa nykyistä yksilöllisempiä, laadukkaampia palveluja ja ovat entistä valmiimpia maksamaan niistä. Teknologian ja tutkimuksen kehitys tarjoavat jatkuvasti uusia ratkaisuja ja mahdollistavat esimerkiksi entistä vaikeampien sairauksien hoidon. Näin ollen uudet ratkaisut lisäävät palvelujen kysyntää. Yksityiset palvelutuottajat menestyvät markkinoilla pystyessään tarjoamaan palveluja joustavasti, kustannustietoisesti, nopeasti ja laadukkaasti. Yksilöllisten tarpeiden huomioiminen on usein helpompaa yksityisellä kuin julkisella sektorilla. Yksityisten tuottajien kilpailuetuja ovat vapaus valita hoitoajankohta ja hoitava lääkäri tai hoitaja. Joustava mahdollisuus huomioida asiakkaiden alati muuttuvat tarpeet on yksityisen sektorin yksi merkittävimmistä menestystekijöistä. (Toimialaraportti 2/2006.)

1.3 Työn rakenne

Työ lähtee liikkeelle liikeidean hahmottamisesta. Liiketoimintaa ideoidaan ja kuvataan sen tulevia palveluja ja tuotteita, markkinoita ja yrityksen toiminta-ajatusta. Ideoinnin jälkeen tutustutaan liiketoimintasuunnitelman teoriaan sen laatimiseksi.

Teorian jälkeen tulevan yrityksen toimintaympäristöä havainnoidaan ympäristö-analyysien avulla. Ympäristöanalyysinä käytettiin PESTEL-, kilpailu- ja SWOT-analyysseja. Toimintaympäristön analyysillä pyrittiin mahdollisimman kattavasti kuvaamaan ympäristöä, jossa yritys tulee toimimaan.

Analyysien jälkeen havainnot vietiin liiketoimintasuunnitelmaan ja pohdittiin havaintojen perusteella yrityksen toteutusta. Toteutuksessa mietitään yhtiömuodon valintaa, lupa- ja vakuutusasioita, liiketilaa, taloutta ja kirjanpitoa sekä yrityksen strategioita ja tulevaisuuden visioita.

2 LIIKEIDEA JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Uuden yrityksen idea lähtee liikkeelle markkinoilla olevasta ongelmasta ja sen tavoitteena on tarjota ratkaisu asiakkaan tarpeisiin (McKinsey & Company 2001,53). Uusille tuotteille tai palveluille on löydyttävä kysyntää, jotta kannattava liiketoiminta on mahdollista. Mikäli liikeideana on palvelujen myyminen, on palvelut tuotteistettava hinnoiteltavaksi ja palvelun tarjoamisen helpottamiseksi.

Toiminta perustuu yrittäjän näkemyksiin mahdollisuuksista toimia ja menestyä alalla (Kainlauri 2007, 35). Liikeidea hahmoteltaessa vastataan kysymyksiin: mitä, kenelle ja miten.

Liikeideointivaiheessa yritys hakee vielä muotoaan (Kainlauri 2007, 36). Liiketoimintasuunnitelman edetessä ideat on tarkoitus konkretisoida ja tarkentaa yksityiskohtaisiksi.

2.1 Palvelut/ tuotteet

Tuotteet ja palvelut vastaavat kysymykseen mitä. Tuotteiden/ palveluiden tulee olla asiakkaan tarpeisiin sopivia. Yrittäjän on pohdittava niiden tarjoamaa hyötyä asiakkaille ja mitä asiakkaan mahdollisia ongelmia tuotteilla/ palveluilla voidaan ratkaista.

Terveys- ja hyvinvointialan yrittäjän asiakkaan ongelmat ovat usein terveyteen ja työkyvyn ylläpitoon liittyviä seikkoja. Yhä useammin hierontapalvelun asiakkaaksi hakeutuu omasta hyvinvoinnistaan ja sen ylläpidosta kiinnostunut henkilö. Suomalaiset kuluttavat Tilastokeskuksen mukaan nykyään kymmenen kertaa enemmän kuin sata vuotta sitten. Asumisen-, liikenteen- ja elintarvikkeiden kulutuksen jälkeen suurin menoerä onkin henkilökohtaisen hyvinvoinnin ja koulutuksen kaltaiset

muut menot, jotka vastaavat noin 11,5 % kotitalouksien kokonaismenoista. (GlobalFinland, [viitattu 4.4.2010].)

Yritystoiminnan alussa yrittäjä on suunnitellut tarjottaviksi palveluiksi klassista hierontaa sekä intialaista päähierontaa. Klassisen hieronnan avulla yrittäjä pyrkii helpottamaan asiakkaan fyysisen hyvinvoinnin ongelmakohtia. Tällöin henkilöllä on konkreettisia ongelmia joiden vuoksi hän hakeutuu asiakkaaksi.

Klassisella hieronnalla ja etenkin intialaisella päähieronnalla yrittäjä pyrkii vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin psyykkisen hyvinvoinnin edistäjänä. Hieronta on monelle asiakkaalle panostamista omaan henkiseen hyvinvointiin, fyysisen hyvinvoinnin rinnalla. Yrittäjän on tarkoitus palvelussaan korostaa juuri henkisen hyvinvoinnin ja stressittömyyden merkitystä ja tuottaa asiakkaalle mahdollisimman kiireetön ja miellyttävä henkilökohtainen kokemus.

Tulevaisuudessa yrittäjä on suunnitellut lisäävänsä palveluihinsa vielä kuumakivihieronnan ja mahdollisesti myös muita fyysistä ja psyykkistä hyvinvointia lisääviä palveluita kouluttautumalla.

2.2 Markkinat

Markkinat vastaavat kysymykseen kenelle. Yrittäjän on mietittävä keitä olisivat ne ihmiset tai yritykset jotka käyttäisivät yrittäjän palveluita. Lisäksi yrittäjän tulee pohdita miten kyseiset asiakasryhmät eli segmentit tavoitetaan.

Yrittäjän ajatuksena on lähteä tavoittelemaan asiakkaiksi etupäässä naisia. Naisien tulotaso on viime aikoina kasvanut ja näin ollen heillä on enemmän rahaa käytettävissään. (Kauppalehti, [viitattu 4.4.2010].) Yrittäjä arvelee myös hierojan sukupuolella olevan enemmän väliä naisille kuin miehille ja naisten olevan helpompina asiakkaiksi naiselle. Iältään yrittäjä arvioi näiden naisten olevan kolmesta kymmenestä ikävuodesta ylöspäin.

Yrittäjä aikoo selvittää myös mahdollisuuksiaan tarjota palveluaan lähialueiden yritysten työtoimintaan. Palvelu toteutettaisiin joko yrittäjän omissa tai yrityksen tiloissa. Kotikäyntien mahdollisuutta tultaisiin tarjoamaan kaikilla asiakkaille.

2.3 Toiminta-ajatus

Yrityksen toimintatapa vastaa kysymykseen miten. Yritykselle tulee miettiä toimintatapa, joka vastaa sekä markkinoiden, että tuotteiden/palveluiden vaatimuksia.

Yrittäjä on koulutettu hieroja ja merkitty terveydenhuollon ammattirekisteriin. Hän tulee toimimaan yksityisyrittäjänä vuokraamassaan liiketilassa. Liiketila voisi sijaita kauppakeskuksen tai liikekiinteistön yhteydessä Tampereella Peltolammin-Koivistonkylän alueella. Liiketilalla pyritään vaikuttamaan palvelun saatavuuteen. Palvelun saatavuutta helpotetaan myös tarjoamalla kotikäyntejä kaikilla asiakkaille.

Yksilöllinen ja asiakkaan tarpeet huomioiva laadukas ja ammattitaitoinen palvelu ovat tärkeimpiä toiminnan menestystekijöitä. Yrittäjän ja asiakkaan välille pyritään luomaan hyvä vuorovaikutussuhde ja yrittäjän omalla persoonalla on suuri merkitys tämän toteuttamisessa. Näin toimimalla pyritään luottamuksellisiin ja kestäviin asiakassuhteisiin.

Liikeideaa voidaan järjestelmällisesti kehittää kohti varsinaista liiketoimintaa liiketoimintasuunnitelman avulla (McKinsey & Company, 2001, 47). Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen yritysidea ja sen toteuttamista koskeva dokumentti ja sen laatiminen on kansainvälinen tapa. (Edu, [viitattu 20.4.2010].) Sen tarkoitus on jäsentää suunnitellun liiketoiminnan toteuttamismahdollisuuksia, täsmentää hahmotelmia ja paljastaa toiminnan heikkouksia. Suunnitelma esittelee yrityksen palvelut, resurssit ja tavoitteet sekä arvioi rahoitusta, kilpailutilannetta ja uhkia sekä kuvaa yrityksen toimintamallin, strategian ja visiot. (Kainlauri 2007, 37.) Yrityksen menestyksen ja kehityksen kannalta yritystoiminnan on oltava voittoa tuottavaa ja kannattavaa. Liiketoimintasuunnitelma on erityisen tärkeä yrittäjälle itselleen, mut-

ta myös mahdolliset rahoittavat edellyttävät sitä lähes aina. (Enter, [viitattu 10.4.2010].)

Vakuuttava liiketoimintasuunnitelma on kattava. Se ei pidä sisällään, sen enempää eikä vähempää, kuin kaiken mitä yrityksen rahoittamista varten tulee tietää. Se on rakenteeltaan selkeä ja yksinkertainen eli hyvin jäsennelty sekä ymmärrettävä. Siinä on käytettävä täsmällisiä sanoja ja se on kirjoitettu lyhyesti ja ytimekkäästi. Liiketoimintasuunnitelman tulee olla myös tiivis ja lukijaystävällinen. Mikäli yritys toimii tai sen on tarkoitus tulla toimimaan kansainvälisesti tai rahoitusta haetaan ulkomailta, on liiketoimintasuunnitelma hyvä kirjoittaa myös englanniksi. (McKinsey & Company, 2001, 48).

Liiketoimintasuunnitelman ytimenä toimii hyvin suunniteltu liikeidea. Toimintaympäristön merkitys on aina aloittavalle yritykselle suuri ja toimintaympäristön kuvaus onkin tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa. Toimintaympäristöä voidaan hahmottaa erilaisten toimintaympäristöä hahmottavien analyysien avulla. Tässä työssä toimintaympäristön hahmottamiseen tullaan käyttämään PESTEL-analyysiä ja toiminnan vahvuuksia ja heikkouksia SWOT-analyysin avulla.

Taloudelliset laskelmat kuuluvat oleellisena osana myös liiketoimintasuunnitelmaan. Laskelmien on tarkoitus osoittaa liiketoiminnan olevan kannattavaa. Liiketoimintasuunnitelman laatimisessa tarvitaan liiketaloudellisten asioiden tuntemusta (McKinsey & Company, 2001, 48.)

Liiketoimintasuunnitelma etenee nykyhetkestä tulevaisuuteen, yleensä 2-3 vuoden päähän. Se ennakoii myös tulevaisuutta, tunnistaa ja varautuu riskeihin ja on kriittinen. (Edu, [viitattu 20.4.2010].) Liiketoimintasuunnitelman lopullisena tarkoituksena on luoda konkreettinen ohjelma, jota seuraamalla on, mahdollisuus saavuttaa asetut pitkän- ja lyhyen aikajänteen tavoitteet.

Liiketoimintasuunnitelmaa tulisi päivittää ja terävöittää jatkuvasti liiketoiminnan yhteydessä. Päivittämällä suunnitelmaa yrittäjä säilyttää käsityksen toiminnan ydinalueista kirkkaana. Liiketoiminnassa tapahtuu muutoksia väistämättä vuosien varrella. Selkeän suunnitelman avulla yrittäjä pystyy paremmin vastaamaan markkinoiden muuttuviin tarpeisiin.

3 YMPÄRISTÖANALYYSI

Analyysit antavat perustan menestykselle liiketoiminnalle. Analyysit kuvaavat ilmiöitä erilaisista näkökulmista ja tarjoavat mahdollisuuden tuntea paremmin omaa yritystä tai organisaatiota ja sen ympäristöä. (Kamensky 2000, 102.) Ympäristöanalyysiä tehtäessä on tärkeää ottaa huomioon kaikki ne keskeiset asiat, jotka vaikuttavat yrityksen menestymiseen pitkällä aikavälillä. Yrityksen menestymisen kannalta on tärkeää, osata tarkastella oikeita asioita toimintaympäristöstä. (Rope 2003, 68-69.) Ympäristöanalyysien avulla saadaan tärkeää tietoa organisaation ympäristöstä, sekä siihen vaikuttavista tekijöistä. Ne auttavat arvioimaan toimintaympäristön luonnetta sekä tulevia muutoksia. (Näsi 2001, 39.)

3.1 PESTEL-analyysi

Yrityksen ympäristöä sekä toimialaa voidaan analysoida PESTEL-analyysin avulla. Toimintaympäristöä analysoidaan tällöin poliittisten, taloudellisten, sosiaalisten, teknologisten, ekologisten sekä laillisten tekijöiden kautta. Analyysissä arvioidaan näiden tekijöiden aiheuttamia uhkia ja mahdollisuuksia. (Johnsson, Scholes & Whittington 2005, 15), myöhemmin (Johnsson ym. 2005.) PESTEL- analyysiä voidaan tarkastella pidemmällä tai lyhyemmällä aikavälillä, riippuen yrityksen koosta ja toimialasta.

Ympäristöä analysoitaessa on työssä keskitytty analysoimaan yrittäjän kannalta merkityksellistä Tampere-Pirkkalan aluetta, jonne tulevaa yritystä suunnitellaan.

3.1.1 Poliittinen ympäristö

Poliittisiin ympäristötekijöihin kuuluvat muun muassa valtiovalta ja verotus. Poliittisia tekijöitä, jotka vaikuttavat perustettavaan yritykseen, ovat hallitus sekä kunnallinen poliittinen ympäristö. Suomen hallitusohjelmassa on kolme sovittua poikki-

hallinnollista politiikkaohjelmaa: työn, yrittämisen ja työelämän politiikkaohjelma, terveyden edistämisen politiikkaohjelma sekä lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelma. (Valtioneuvosto 2007.) Työn, yrittämisen ja työelämän politiikkaohjelma pitää sisällään seuraavaa: *Talouuskasvun ja työllisyyden turvaaminen vaatii, että yritystoiminnan harjoittamisen edellytykset ovat hyvässä kunnossa ja että kansalaisten yrittäjäyshalukkuutta ja myös valmiutta kasvattaa yrityksiä voidaan lisätä. Suomessa on nyt ennätysmäärä yrityksiä ja yrittäjiä (pois lukien alkutuotanto). Yritysten määrä oli vuoden 2006 lopussa noin 243 000. Yrittäjien lukumäärä oli työvoimatutkimuksen mukaan vuoden 2006 lopussa noin 230 000. (Hallituksen strategia asiakirja 2007.)* Voidaan siis todeta, että Suomessa poliittinen ympäristö on yrittäjiä tukeva ja kannustava. Yrittäjähalukkuutta sekä yritysten kasvupalukkuutta pyritään myös hallitusohjelman mukaan edistämään.

Elinkeinoelämän keskusliitto toteaa PK- ohjelmassaan vuodelle 2010, että PK-yritysten merkitys suomalaisen yhteiskunnan rakentajana sekä työllisyyden ja hyvinvoinnin luojana kasvaa kansainvälistymisenkin vuoksi huomattavasti. Merkittävä osa uusista työpaikoista syntyy jo nyt PK-yrityksiin. Ohjelman tavoitteena on Yrittäjyys-Suomi ja ohjelmakauden tavoitteita on muun muassa nostaa uusien yritysten perustaminen 30 000 vuodessa, joka nykyisin on 22 000, sekä lisätä yritysten kasvupalukkuutta ja vientiä. (Elinkeinoelämän keskusliitto, [viitattu 24.4.2010].)

Edellä mainittuja tavoitteita on tukenut vuonna 2005 tehdyt verouudistukset, jotka sisälsivät muun muassa huojennuksen sukupolvenvaihdoksiin yrityksissä. Elinkeinoelämän keskusliitto ajaa jatkuvasti myös muita yrittäjien verotusta koskevia asioita ja tavoitteena on kannustava . ei lannistava verotus. (Elinkeinoelämän keskusliitto, [viitattu 24.4.2010].) Myös yrittäjien sosiaaliturvaan tuli parannuksia vuoden 2006 alussa ja pienten yrittäjien palkkahallintoa tuli helpottamaan yhteiskunnan ylläpitämä www.palkka.fi-järjestelmä.

3.1.2 Taloudellinen ympäristö

Taloudellisia tekijöitä ovat esimerkiksi rahoitus, inflaatio ja työttömyys. Taloudellinen kehitys vaikuttaa tuotantotekijöiden ja hintoihin ja kysyntään. Yrityksen liiketoiminnan kannalta on olennaista, onko tärkeiden tuotantotekijöiden hinnoissa odotettavissa olevia muutoksia. Kuluttajien ostokykyyn ja tuotteiden kysyntään vaikuttavat elintason nousut ja laskut. Inflaation tai korkotason muutokset ja niiden mahdolliset vaikutukset liiketoimintaan kannattaa selvittää liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä. (Liiketoimintasuunnitelma, [viitattu 15.4.2010].)

Suomen Pankin ennusteen mukaan talouskasvu jää vaimeaksi vuoden 2011 alku-puolelle saakka ja nopeutuu selvemmin vasta ennustejakson lopulla. Kuluttajien vahva luottamus, matala korkotaso ja käytettävissä olevien tulojen kohtuullinen nousu vauhdittavat kuitenkin kulutuksen kasvuun jo vuonna 2010. Työmarkkinoiden taantuma jatkuu vielä tänä vuonna. Sen jälkeen tilanne alkaa helpottaa. Työllisten määrän arvioidaan vähenevän vuonna 2010, pysyvän lähes ennallaan vuonna 2011 ja kasvavan vuonna 2012. Työttömyysaste pysyy noin 9 prosentissa vuonna 2010. Inflaatio pysyy maltillisena. Kotitalouksien säästämisaste nousi huomattavasti vuonna 2009, kun kotitaloudet leikkasivat kulutustaan huolimatta siitä, että niiden käytettävissä olevat tulot kasvoivat. Kun kuluttajien luottamus oman talouden tilaan vähitellen kohenee, kotitaloudet lisäävät kulutustaan ja niiden säästämisaste alenee uudelleen. Kotitalouksien säästämisaste säilyy kuitenkin positiivisena koko ennustejakson ajan. (Euro & Talous 1/2010.)

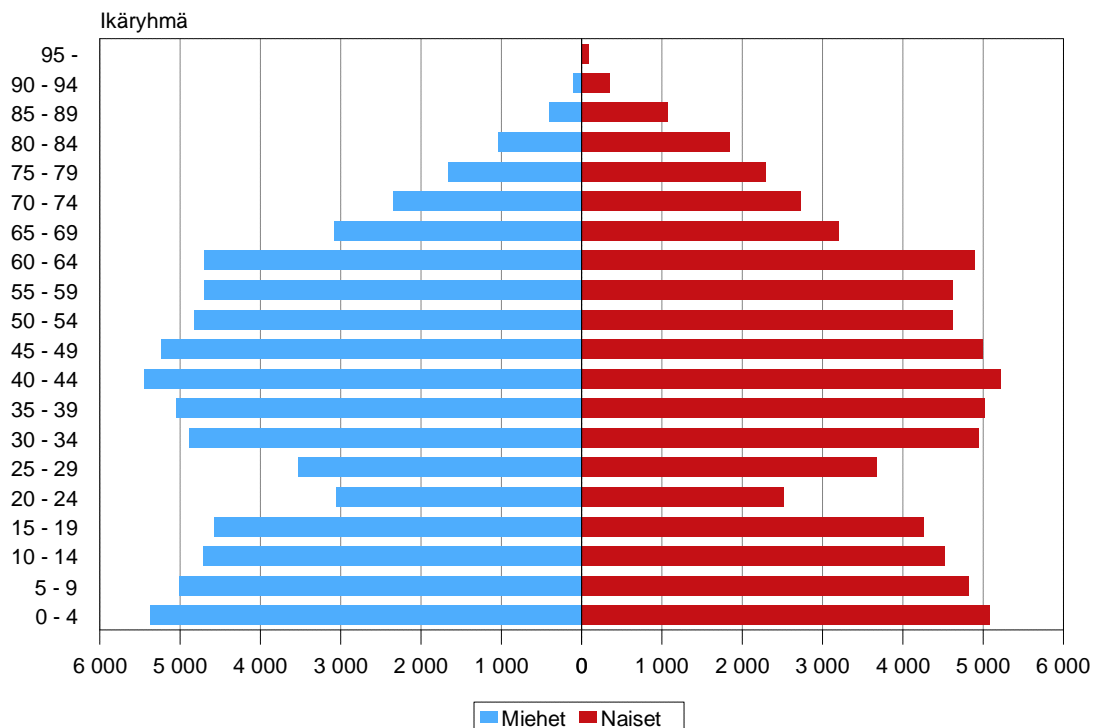
Taloustaantumaa vaikuttaa edelleen talouden kasvuun, niin Suomessa, kuin muuallakin. Taantumasta ollaan kuitenkin toipumassa vähitellen ja nopeimmin tämän ennustetaan näkyvän kuluttajissa. Kotitalouksien käytettävissä olevat tulot ovat kasvaneet. Yleisen näkemyksen mukaan palvelualoilla, erityisesti hyvinvointipalveluissa on kasvumahdollisuuksia (Suomen kilpailukyky ja toimintaympäristö- kansainvälinen vertailu 2006).

3.1.3 Sosiaalinen ympäristö

Sosiaalisia tekijöitä ovat muun muassa väestörakenne, muutokset elintavoissa, kulutus ja asenteet. Nämä vaikuttavat tuotteiden ja palveluiden kysyntään. Suuret yhteiskunnalliset muutokset eli megatrendit synnyttävät liiketoiminnan mahdollisuuksia välittömästi ja vaihteittain. Suurten ikäluokkien eläköitymisellä Suomessa, hyvinvointiyhteiskunnan muutoksilla ja toimintojen ulkoistamisella ja globalisaatiolla on monensuuntaisia vaikutuksia. Palvelujen kysyntä ja yritysten myynti tulevat väestön ikääntymisen myötä kasvamaan. (Kainlauri 2007, 46.) Ikääntyminen ja väestön rakenne Tampereen kehyskunnissa nähdään seuraavasta kuviosta. (Kuvio 2.) Väestön ikääntyminen tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia hyvinvointialan yrittäjälle. Kehittämällä hoitomuotoja tai palvelukokonaisuuksia voi yrittäjä vastata ikääntyvän väestön tarpeisiin ja luoda näin kilpailuetua muihin yrittäjiin verrattuna.

2. Kuvio Väestön ikä- ja sukupuolirakenne Tampereen kehyskunnissa

Väestön ikä- ja sukupuolirakenne Tampereen kehyskunnissa 2009



SeutuNet
Vuoden 2010 aluerajat
Lähde: Tilastokeskus/Väestötilastot

3.1.4 Teknologinen ympäristö

Teknologista ympäristöä analysoitaessa keskitytään teknologian kehitykseen, sen muuttumisnopeuteen ja uusiin innovaatioihin. Teknologian kehitys näkyy jokaisella toimialalla erilaisin ilmenemismuodoin. Kehitys ilmenee muun muassa uusissa sovelluksissa ja tuotantomenetelmissä, tietoliikenteessä, sekä markkinointikanavissa. Uudet teknologiat saattavat helpottaa työkuva jollain aloilla samoin kuin luoda kilpailuetuja.

Hyvinvointialan yrityksessä esimerkiksi asiakasyhteydenpito Internetin välityksellä on teknologian sovellus, jota tuleva yrittäjä tulee varmasti hyödyntämään toiminnassaan. Tärkeää on seurata myös välineiden ja toimitilojen turvateknisien ratkaisujen kehittymistä, sillä ne voivat tuoda toimintatapoihin uusia mahdollisuuksia ja parantaa työergonomiaa ja asiakkaan kokemuksia. Teknologista kehitystä tullaan hyödyntämään myös markkinointikanavien valinnassa.

3.1.5 Ekologinen ympäristö

Ekologiseen ympäristöön voidaan lukea ympäristönsuojelulainsäädäntö sekä jätteen käsittely. Tähän voidaan laskea kuuluvaksi myös energian kulutus. Ympäristölainsäädännön noudattaminen vaikuttaa mahdollisesti asiakkaiden mielikuviin tulevaisuudessa yhä enemmän, sillä ympäristökysymykset ovat hyvin ajankohtaisia meillä ja maailmalla.

Ympäristölainsäädännön noudattaminen ja ympäristöasioiden huomioonottaminen toiminnassa nähdään myös tämän aloittavan yrittäjän mahdollisuutena. Ympäristöasioista huolehtiminen tuodaan asiakkaiden tietoisuuteen yrittäjän ja hänen yrityksensä arvojen kautta.

3.1.6 Laillinen ympäristö

Lainsäädäntö ja asetukset asettavat liiketoiminnalle puitteet. Ne määräävät mikä on sallittua milläkin toimialalla ja niiden tarkoituksena on asettaa rajat joiden mukaan yritystoimintaa harjoitetaan. Lainsäädännön tarkoituksena on edesauttaa kuluttajaa ja suojella yritysten välistä vapaata kilpailua. (Rope 2003, 64.)

Laki yksityisestä terveydenhuollosta (152/1999) määrittää laboratoriotoimintaa, radiologista toimintaa ja siihen verrattavissa olevia kuvantamis- ja tutkimusmenetelmiä, sekä muita terveydentilan toteamiseksi tai hoidon määrittämiseksi tehtäviä tutkimuksia ja toimenpiteitä. (Kainlauri, 2007, 18.) Suorituskykyä parantava toimenpide kuten hieronta kuuluu tämä lain piiriin. Laki säätelee sen, että toiminnalla tulee olla asianmukaiset tilat ja laitteen sekä lain edellyttämä henkilökunta. (Kainlauri 2007, 18.)

Yksityisten terveyspalvelujen tuottaminen on luvanvaraista toimintaa, johon lupa haetaan lääninhallitukselta ennen toiminnan aloittamista. Toiminnan aloittamisen jälkeen tehdään lääninhallitukselle myös toiminnan aloittamisilmoitus. Lisäksi lääninhallitus valvoo toimintaa myös luvan saannin jälkeen. Toimintakertomusten ja tarkastuskäyntien avulla lääninhallitukset tarkastavat, että luvanvaraisten palveluntuottajien toimintaedellytykset ovat kunnossa. Valvojana kunnissa on kunnan terveyslautakunta tai vastaava toimielin, jolla on velvollisuus ilmoittaa toiminnan puutteista lääninhallitukselle, joka puolestaan vaikuttaa siihen miten puutteet korjataan. (Kainlauri 2007, 19.)

Kapea-alainen pitäytyminen yksittäisissä, esimerkiksi luvanvaraisessa terveyspalveluissa ei ole liiketoiminnan näkökulmasta aina ajanmukaista eikä järkevää (Kainlauri 2007, 19). Tämä onkin aloittavalle yrittäjälle aloitus vaiheessa uhka, sillä hän ei tarjoa muuta kuin luvanvaraista palvelua. Tähän uhkaan pyritään vaikuttamaan lisäämällä palveluiden määrää yrittäjän kouluttautumisen myötä.

3.1.7 Kilpailuanalyysi

Liike-elämässä tarkoitus on saavuttaa kilpailuetua muihin kilpailijoihin nähden. Ympäristössä on olemassa useita tekijöitä, jotka vaikuttavat kilpailuun. Porter on luonut mallin kartoittamaan yrityksen kilpailuympäristöä. Mallin keskeisiä tekijöitä ovat; uusien kilpailijoiden tulo alalle, korvaavien tuotteiden uhka, toimittajat, asiakkaat ja nykyiset kilpailijat. Kilpailuanalyysi on sidoksissa PESTEL-analyysiin, sillä jotkut kilpailutekijät voivat olla yritykselle sekä uhkia, että mahdollisuuksia. (Johnsson ym. 2005, 78,89.)

Yksityiselle terveydenhuolto alalle aikovaa toimijaa sitovat lainsäädäntö ja erilaiset asetukset. Tämä rajoittaa alalle tulevien uusien kilpailijoiden määrää. Toimialaraportista käy ilmi, että alan yritykset ovat usein mikroyrityksiä. Yritysten ollessa hyvin yrittäjänsä näköisiä, tulee miettiä se miten kilpailijoista erotutaan eduksi. Asiakkaille on pyrittävä tuottamaan lisäarvoa palveluilla ja niiden laadulla, sekä luotava imago joka kestää vertailun muihin kilpailijoihin. Yrittäjä on itse osa yrityksensä imagoa ja hänellä on tärkeää rooli sen luomisessa.

Korvaavien tuotteiden uhka on myös olemassa alalla. Erilaisia hyvinvointia edistäviä tuotteita sekä hieromalaitteita on tullut markkinoille. Yrittäjä ei kuitenkaan usko näiden laitteiden mahdollisuuksiin hieronnan korvaajana. Hän uskoo kuitenkin, että asiakkaan kokemaa yksilöllisyyttä ja huomioimista sekä käyntikokemus tulevat entistä tärkeämmäksi. Hierojalla käynnistä on tehtävä asiakkaalle korvaamattomissa oleva hetki joka on ainutlaatuinen.

Trendiksi alalle on tullut myös erilaiset hyvinvointikeskukset, joissa tarjotaan monia hyvinvoinnin ja kauneudenhoidon palveluita saman katon alla. Tällaisien keskuksien kanssa ei suoranaisesti ole tarkoitus kilpailla, mutta ne on hyvä huomioida ja tiedostaa mihin suuntaan ala on kehittymässä suunniteltaessa omaa toimintaa ja hahmoteltaessa omaa markkina-aluetta.

3.2 Kilpailija-analyysi

Liike-elämässä tarkoitus on saavuttaa kilpailuetua kilpailijoihin nähden. Toimintaympäristössä on useita tekijöitä, jotka vaikuttavat kilpailuun. Kilpailija-analyysin avulla on tarkoitus oppia kilpailijoista ja ymmärtää heidän tekemiään ratkaisuja ja suunnitelmia. Kilpailija-analyysi auttaa yrittäjää ennakoimaan kilpailijoitansa ja suunnittelemaan omaa strategiaansa ja löytämään ne keinot, joiden avulla se voi hyötyä kilpailijoiden mahdollisista heikkouksista. Tavoitteena on säilyttää yrityksen kilpailukyky ja pyrkiä kehittämään omaa toimintaa. Kilpailija-analyysillä pyritään tuomaan esiin kilpailijoiden heikkouksia ja vahvuuksia. Lahtinen & Isoviita jakaa kilpailijat neljään eri luokkaan; ydin-, marginaali-, tarve- ja potentiaaliset kilpailijat.

1. Ydinkilpailijat

Ydinkilpailijat toimivat samoilla markkinoilla kuin me. Heillä on useita vahvuuksia, mikä tekee heistä tärkeimmän analysoitavan ryhmän.

2. Marginaalikirpailijat

Marginaalikirpailijat toimivat samoilla markkinoilla kuin me, mutta heillä ei ole kovin paljon vahvuustekijöitä, joten heidän taholtaan tuleva uhka on vähäisempi kuin ydinkilpailijoiden aiheuttama uhka.

3. Tarvekirpailijat

Tarvekirpailijat eivät toimi samalla toimialalla kuin me. Heidän tuotteensa tyydyttävät kuitenkin samaa tarveryhmää kuin omat tuotteemme, joten heidät on hyvä tuntea, koska he saavat osan markkinoista.

4. Potentiaaliset kirpailijat

Potentiaaliset kirpailijat ovat yrityksiä, jotka voivat tulevaisuudessa kiinnostua toimialasta esimerkiksi toimialan kannattavuuden vuoksi (entrypaine).

(Isoviita & Lahtinen 2/1998:59)

Kilpailija-analyysi tehdään yrittäjälle vasta toiminnan käynnistyttyä, sitten kun asemaa markkinoilla on saavutettu ja yrityksellä on pysyviä asiakkaita. Tällöin saadaan kattavampaa kuvaa siitä millä alueella yritys toimii ja ketkä yrityksen kanssa samalla markkinalla toimivat todelliset kilpailijat.

3.3 SWOT-Analyysi

SWOT-analyysi on yritysten ja organisaatioiden kehittämisen työkalu. Sen avulla voidaan toimintaa suunnitella määrittelemällä ensin yrityksen heikkouksia ja vahvuuksia sekä toimintaympäristöön liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia. Yrittäjäksi ryhtyvän on hyvä tehdä SWOT-analyysi liikeideastaan ja suunnitellusta toiminnasta. Toiminnan kunnolla käynnistyttyä on hyvä palata SWOT-analyysiin ja miettiä kohtaavatko ennustetut sen hetkistä tilannetta ja onko muutoksia tapahtunut eri osa-alueilla sekä soveltaa analyysiä muihin yrityksen toimintoihin. Analyysin avulla voidaan nimetä toimintaan vaikuttavia tekijöitä sekä tehdä tulevaisuuteen tähtääviä suunnitelmia. Kuinka heikkouksista voidaan tehdä vahvuuksia ja kuinka uhkatekijät voidaan nähdä mahdollisuuksina, ovat SWOT-analyysin tärkeimpiä kysymyksiä. Tässä opinnäytetyössä SWOT-analyysi on tehty yrityksen liiketoimintasuunnitelmasta, sillä toiminta ei ole vielä varsinaisesti alkanut ja siinä keskitytään yrityksen alkutaipaleeseen toiminnan aloittamisen jälkeen.

Yrityksen SWOT- analyysi havainnollistettiin nelikenttämallissa. (Taulukko 3.)

3. Taulukko Yrityksen SWOT-analyysi nelikentässä

Heikkoudet yrittäjän kokemattomuus palveluiden vähäisyys vakio asiakkaiden puute	Vahvuudet tuore koulutus, viimeisimmät tiedot keskittyneisyys, toiminnan aloituksen kannalta hyvä uusi ajanmukainen toimitila henkilökohtaiset kontaktit
Uhat talouden hidas elpyminen tavoiteltua asiakaskuntaa ei saavuteta tavoiteltu imago ei toteudu	Mahdollisuudet väestön ikääntyminen kuntien rakennemuutokset vihreät arvot, luonnonmukaisuus markkinoinnin mahdollisuudet, jakelukanavat, sosiaalinen media verkostoituminen

Heikkoutena nähdään yrittäjän kokemattomuus, sekä liiketoiminnan harjoittamisesta, että itse hieronnasta. Koulutetut hierojat tekevät konkreettista työtä varsin paljon koulutuksensa aikana, mutta vasta toiminnan aloittaneesta hierojasta voi ajatella hänen olevan kokematon. Yrittäjällä on kuitenkin tässä hänen ikänsä ja elämäkokemuksensa puolellaan. Palveluiden vähäisyys on myös heikkous, sillä alkuun keskitytään pelkästään luvanvaraiseen toimintaan. Asiakkaita tulisi saavuttaa riittävän monta, jotta toiminta pääsee alkamaan ja tietenkin se on haasteellisempaa kun asiakkaat täytyy saada houkuteltua yhdellä palvelulla.

Alkuvaiheessa keskittyminen vain muutaman palvelun tarjoamiseen voi olla vahvuuskin, koska tällöin voidaan keskittyä sen tuottamiseen ja kehittämiseen sekä saada arvokasta käytännön kokemusta. Lisäksi pieni kokemuksen puute saa tekemään työn hyvin perusteellisesti ja asiakkaan tarpeet huomioiden, alkukartoituksia myöten. Perusteellisuuden asiakas näkee monesti vahvuutena ja se saa heidät tuntemaan heidän asiansa ja vointinsa tärkeäksi.

Vakioasiakkaita ei myöskään alkuvaiheessa ole. Joitain asiakkaita on olemassa yrittäjän aikaisemmista henkilökohtaisista kontakteista, mutta suuresta määrästä ei ole kuitenkaan kyse. Vakioasiakkaiden puute aiheuttaa epävarmuutta yrityksen tuloihin, joten olisi toivottavaa, että asiakaskuntaa saataisiin vakiinnutettua mahdollisimman nopeasti. Aikaisempia henkilökohtaisia kontakteja alueella toimiviin palvelutaloihin tullaan myös hyödyntämään alkuvaiheen markkinoinnissa ja tavoittamaan sitä kautta heti potentiaalinen kohderyhmä. Nämä aikaisemman työsuhteen aikana luodut henkilökohtaiset kontaktit voidaan katsoa myös eduksi yrittäjälle. Verkostoituminen näiden kontaktien avulla voisi olla yrittäjälle myös tulevaisuuden mahdollisuus.

Yrittäjän ja yrityksen vahvuutena on myös uutuus. Yrittäjällä on tuore koulutus, joka on tarjonnut yrittäjälle alan viimeisimmät tiedot ja taidot. Lisäksi hänen toimitalansa tulee olemaan uusi tai uudistettu, ajanmukainen ja houkutteleva. Työvälineet tulevat myös olemaan uudet, ajanmukaiset ja alan kehittyneimmät.

Talouden hidas elpyminen saattaa olla uhka liiketoiminnan aloitukselle. Tällä hetkellä kuluttajien usko omaan talouteensa ja sen paranemiseen on suhteellisen hyvä, mutta kotitalouksien säästämisastetta on syytä tarkkailla. Talouden kehittymisen ennusteet ovat vielä maltillisia, mutta kuitenkin positiivisia.

Liiketoiminnan uhkana on myös se, että tavoiteltua, potentiaalista asiakaskuntaa ei tavoiteta niin tehokkaasti kuin haluttaisiin tai keinot tavoitella heitä ovat vääriä. Se, että haluttua imagoa ei tavoiteta, saattaa myös muodostua uhaksi liiketoiminnalle. Markkinoiden keinot tulisi pohtia hyvin tarkasti, jotta resursseja ei käytetä turhiin markkinoinnin ponnisteluihin, vaan ne kohdennetaan oikein ja tehokkaasti valittuihin kohderyhmiin. Tavoitellun kohderyhmän trendejä ja kulutustottumuksia sekä niiden kehittymistä tulee seurata jatkuvasti.

Megatrendeistä väestön ikääntyminen voidaan nähdä suurena mahdollisuutena yritykselle. Mahdollisuuksia tarjoaa myös viime aikoina puhuttanut työurien pidentäminen, sillä yhä useampi ikääntyvä suomalainen viihtyisi pidempään työelämässä. Tämä on mahdollista ikääntyvien entistä paremman fyysisen kunnon ja eliniän pidentymisen myötä.

Lainsäädännön ja kuntien rakennemuutosten myötä ihmiset ovat myös enemmän oppineet hyödyntämään ja hakeutumaan yksityisen sektorin tuottamiin palveluihin. Yksityisistä palveluista on tullut kansalaisille tutumpia ja ne ovat tulleet laajemmin kansalaisten käyttöön.

Perustettavan yrityksen mahdollisuuksiin on luettu luonnonmukaiset hoitomuodot. Niiden suosion ajatellaan kasvavan, ihmisten suosiessa muutenkin luonnonmukaisia ja ekologisia tuotteita. Ilmastonmuutos- ja luonnonilmiökeskustelut ovat herättäneet ihmiset ajattelemaan ja käyttäytymään ekologisemmin. Keskusteluista tuttu ekologinen jalanjälki on lähes kaikille jo tuttu käsite.

Keskittymällä toimintaympäristön mahdollisuuksiin ja käyttämällä ne hyödykseen, yrittäjä uskoo, että liiketoimintaa on mahdollista kehittää ja saada kannattavaa tulevaisuudessa.

4 TOTEUTUS

4.1 Yhtiömuoto

Liiketoiminta aloitetaan toiminimellä, sillä liiketoiminnan tarkoitus on, ainakin alkuun, turvata tulot vain yhdelle henkilölle. Toiminimi on yleinen vaihtoehto yksin toimivalle palveluyrittäjälle. Yrittäjä on yksin vastuussa kaikista yrityksen sitoumuksista ja veloista. Yritys on osa omistajansa liiketoimintaa ja varallisuutta. Toiminimi tullaan ilmoittamaan kaupparekisteriin, vaikka se ei kaikissa tapauksissa olekaan välttämätöntä. Toiminimen perustaminen vaatii myös kohtuullisen vähän kirjallisia paperitöitä. Toiminimen etu on myös tässä tapauksessa se, että se on helppo vaihtaa muuhun yhtiömuotoon toiminnan laajentuessa tai verotettavan tulon mahdollisesti kasvaessa ilman raskaita veroseuraamuksia.

4.2 Luvat ja ilmoitukset

Ennen toiminnan aloittamista on siihen haettava lupa Lääninhallitukselta, joka myöntää luvat yksityisenterveydenhuollonpalveluihin. Koulutettu hieroja on nimikesuojattu ammattihenkilö, joka tarkoittaa sitä että hän voi koulutuksensa perusteella käyttää kyseistä ammattinimikettä. Nimikkeeseen oikeutetut henkilöt ovat merkitty sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valviran rekisteriin. Kaupparekisteriin tehdään maksullinen rekisteröinti kun lääninhallituksen luvat ovat kunnossa.

Aloitus-, muutos- ja lopettamisilmoitukset yrittäjä tekee verohallinnolle sekä Patentti- ja rekisterihallitukselle. Näissä ilmoitetaan aiottu toimiala, joka voi käsittää eri palveluja ja toimintoja. Toimiala kannattaa määritellä mahdollisimman laajasti ja kattavasti, koska elinkeinonharjoittaja ei voi työskennellä toimialansa ulkopuolella. Tarvittaessa ilmoitetaan tässä yhteydessä myös arvonlisäverovelvollisuudesta, rekisteröidytään työnantajaksi ja ennakonperintärekisteriin.

Toiminimen aloittamisesta tehdään aloittamisilmoitus verotoimistossa, jonka jälkeen saadaan käyttöön yritykselle y-tunnus, joka yksilöi yritykset. Yritykselle hankitaan y-tunnus jo syksyllä 2010, vaikka liiketoiminta virallisesti aloitetaankin vasta vuoden 2011 alussa.

4.3 Vakuutukset

Vakuutukset voidaan jakaa toiminnan- ja henkilövakuutuksiin. Toiminnan vakuutus viittaa yrityksen vahingonkorvausvastuuseen ja siihen kuuluvat myös omaisuuden, kuten toimitilojen ja kaluston vakuuttaminen. Henkilövakuutuksiin kuuluvat yrittäjän eläkevakuutus ja työntekijöiden tapaturmavakuutus. Yrittäjän on huolehdittava lakisääteisen eläkevakuutuksen ottamisesta ja se on otettava viimeistään kuuden kuukauden kuluessa toiminnan aloituksesta. Aloittava yrittäjä saa näistä eläkevakuutusmaksuista alennusta ensimmäiset neljä vuotta. Vakuutustarve on yksilöllinen ja yritystoiminnan mukainen. Vakuutusyhtiöt osaavat tarjota apuaan näiden tarpeiden kartoitukseen ja vakuutusyhtiöitä tullaan kilpailuttamaan. Vaakutuksia tullaan ottamaan ainakin yrittäjän eläkevakuutus, lakisääteinen potilasvakuutus sekä toimitilojen vahinkoja kattava vakuutus.

Yrittäjä liittyy myös yrittäjien työttömyyskassaan, jolloin yrittäjällä on oikeus työttömänä ollessaan ansiopäivärahaan työttömyyskassasta tietyin ehdoin.

4.4 Toimitila

Toimitilana harkittiin huonetta yrittäjän yksityisasunnosta tai vuokrattua liiketilaa ja päädyttiin ratkaisuun, että vuokrataan liiketila. Työ halutaan selkeästi tapahtuvan erillään yrittäjän muusta elämästä ja lääninhallituksen vaatimukset toimitilasta sekä turvallisuudesta ovat yksinkertaisemmin toteutettavissa tällä ratkaisulla. Kunnan terveyslautakunta tarkastaa tilat ja niiden soveltumisen ennen toiminnan aloitusta. Sopivaa liiketilaa yrittäjä ei ole vielä löytänyt, mutta hän etsii sitä jatkuvasti Tampereelta Koivistokylä-Peltolampi alueelta, sekä Pirkkalan Partolan alueelta. Partolan seudun etuna on sen jatkuva kasvaminen. Alueella on paljon uudisrakentamista ja

liiketilaa rakenteilla kauppakeskuksen ja Citymarketin lähistölle. Alueella on myös juuri avattu uusi kuntosali. Koivistonkylä- Peltolammin etuna olisi alueellisuus ja väestöikäntymisen megatrendin näkyvyys. Alueella sijaitsee paljon vanhempia kerrostalo asuntoja ja näissä moni on alkuperäisasukas. Koivistonkylässä sijaitsee myös vanhusten palvelukoti ja paljon seniori-ikäisten asuntoja. Kauppakeskus täälläkin alueella on juuri uudistunut ja se houkuttelee varmasti myös asiakasomistaja kävijöitä alueelle. Satoja työpaikkoja lisää alueelle tuo tänä kesänä avattava Suomen suurin Ikea.

4.5 Kirjanpito

Yrittäjä on pohjakoulutukseltaan yo-merkonomi ja hän on ajatellut tehdä, ainakin ensimmäisen vuoden kirjanpidon itse. Tämä teettää yrittäjälle paljon lisätyötä, mutta hän ajatteli, että hänen on näin helpompi seurata yrityksen taloudellista tilannetta ja hän pääsee syventymään siihen kunnolla sekä säästää hieman aloitus vuoden kuluissa. Ensimmäisen toimintavuoden jälkeen, kun nähdään miten liiketoiminta on alkanut ja miten se tulee jatkumaan, harkitaan kirjanpidon teettämistä mahdollisesti ulkopuolisella yrityksellä, jotta yrittäjän työtaakka ei kasva liian suureksi.

4.6 Visiot ja strategiat

Yrittäjä uskoo saavansa liiketoiminnan kannattamaan alueella niin, että se turvaa hänen tulonsa tulevaisuudessa, vaikka Tampereen kunnallinen politiikka ei aloittavaa hierojaa suosikaan vaan alueella ajatellaan olevan ylitarjontaa. Talouden näkymät ovat kuitenkin viime aikoina parantuneet, kuten Suomen pankin julkaisusta edellä PESTEL-analyysissä esitettiin. Näiden valossa yrittäjä uskaltautuu omaa yritystä lähteä perustamaan. Tarkoitus on lähteä kasvattamaan toimintaa pikkuhiljaa, mutta kuitenkin mahdollisimman nopeasti hankkia lisäkoulutusta, jotta yrityksen tarjoamia palveluja voidaan lisätä ja näin ollen pysyä mukana alalla vallitsevassa kilpailutilanteessa, jossa alan yrityksillä on kasvava määrä tarjottavia erilaisia hyvinvoinnin ja kauneudenhoidon palveluita.

Kilpailustrategiaan kuuluu yrittäjän kouluttautuminen luonnonmukaisiin hyvinvointia edistäviin menetelmiin. Moni hyvinvointialan yritys on laajentanut palveluaan juuri kauneushoitoalalle, mutta ajattelimme yrittäjän vahvuuden tulevan luonnonmukaisuuden, ekologisuuden ja vihreyden megatrendistä. Tulevaisuudessa nämä +vihreät arvot+ tulevat entistä tärkeämmäksi myös suomalaisille puhuttaessa maapallon lämpenemisestä ja muista maapallon muutoksista ja sen tuhoutumisesta ihmisten johdosta. Luonnonmukaisilla hoitomenetelmillä voidaan tukea yrityksen imagoa luonnonmukaiseen suuntaan ja tukea markkinointia näillä vihreillä toimintatavoilla.

Ikääntyvän väestön tarpeisiin tullaan vastaamaan joustavuudella ja palvelun kotiin saatavuudella. Tämä palveluominaisuus tullaan tuomaan esille myös markkinoinnissa.

4.7 Palvelut

Aluksi tullaan tarjoamaan vain klassista hierontaa ja intialaista päähieronta. Näistä palveluista on tehty hinnastoa ja hinnoittelua varten 30, 45 ja 60 minuutin kokonaisuuksia. Hinnat määritellään kiinteiden kustannusten sekä yleisen hintatason mukaan. Asiakkaan toivomusten mukaisesti tehdään myös pidempiä hoitoja ja näille lisätunneille määritellään erillinen hinta. Hintatasoa verrataan muihin saman alan yritysten hintoihin ja hinnat tuodaan niin lähelle niitä kuin se on kannattavasti mahdollista, jotta yrittäjä ei häviä hintakilpailussa.

Tulevaisuudessa palveluihin tullaan lisäämään luonnonmukaisia hoitoja, jotka edistävät hyvinvointia. Näitä hoitomuotoja varten yrittäjä tulee kouluttautumaan.

4.8 Asiakkaat

Kohderyhmän valinta eli segmentointi on erittäin tärkeä osa yrityksen markkinointisuunnitelmaa. Markkinointistrategiaan perehdytään syvällisemmin markkinointistrategia otsikon alla.

Segmentoinnin lähtökohtana on se, että eri markkinoilla ja asiakasryhmillä on erilaiset perusteet tekemilleen ostopäätöksille. Siksi kaikille asiakasryhmille ei kannata markkinoida samalla tavalla, vaan eriyttämällä eli differoimalla ja kohdistamalla markkinoinnista saadaan taloudellisempaa ja tehokkaampaa.

Tavoitelluiksi ja potentiaalisimmiksi asiakkaiksi määräytyi analyysien avulla ikään-tyvät ihmiset, joiden osuus väestöstä on voimakkaasti kasvava sekä luonnonmu-
kaisuutta ja ekologisuutta arvostavat nuoremmat aikuiset. Klassisen hieronnan palveluja houkutellaan käyttämään myös urheilijoita, joilla hieronnan tarvetta on useasti ja joita on helpohkoa tavoittaa alueella toimivien monien urheiluseurojen kautta.

4.9 Markkinointistrategia

Aloittelevan yrityksen markkinointistrategian lähtökohtana on liikeidea ja toiminta-ajatus. Toiminta-ajatus kertoo, miksi yritys perustetaan, liikeidea on puolestaan kuvaus yrityksen tavasta menestyä valitulla toiminta-alalla.

Markkinointistrategiaa harkittaessa on konkretisoitava toiminnan tavoitteet. Tavoite on tietyn ajan ja ohjelman puitteissa toteutuvien tulosten odotusarvo. Tulostavoitteita asetettaessa on kiinnitettävä huomiota niiden realistisuuteen, yksiselitteisyyteen, kannattavuuteen ja haastavuuteen. Jokainen yrityksen työntekijä vaikuttaa toiminnan kannattavuuteen. Markkinoinnin tavoiteasetannan alueita ovat

1. myyntitavoitteet (menekki, markkinaosuus ja myynnin rakenne)
2. mielikuvatavoitteet (yrityskuva, tuotekuva, hintakuva, palvelukuva)
3. kannattavuustavoitteet (myyntikate, käyttökate, nettotulos)

Tuleva yrittäjä ei ole asettanut ensimmäiselle vuodelle merkittäviä tulostavoitteita, sillä päämääränä on pikemminkin saada liiketoiminta käynnistettyä ja tehdä yrittäjä tunnetuksi asiakkaille. Alkutaipaleen markkinoinnissa on tärkeää luoda yrityskuva alusta alkaen palveluhenkiseksi ja laadukkaaksi, asiakkaan toiveet ja tarpeet huomioivaksi sekä yksilölliseksi. Asiakkaan tulee tuntea olevansa osaavissa, luotettavissa ja asiantuntevissa käsissä.

Tulevaisuuden tavoitteena olisi tavoittaa ja luoda vakioasiakaskunta niin, että yrityksen kaikista asiakkaista noin 60-70 % olisi säännöllisiä kävijöitä, jotta yrityksen tulovirta pysyisi jatkuvana ja vakaana. Tämä helpottaisi huomattavasti yrittäjän elämää ja tuloja sekä menoja pystyttäisiin ennakoimaan ja arvioida paremmin.

Vakio-asiakkaita pyritään hankkimaan tarjoamalla heille kanta-asiakaskortteja, joilla saa joka viidennen hieronnan puoleen hintaan. Myynninedistämiseksi käytössä on lisäksi sarjakortit, joilla voi ostaa kuusi hierontakäyntiä viiden hinnalla. Lahjakortteja myydään asiakkaiden toiveiden mukaisesti vaikkapa sarjana kymmenen hoitoa tai vain yhdelle hoitokerralle.

4.9.1 Markkinointikanavat

Ikääntyvät ihmiset on ajateltu tavoitettavan markkinoinnilla lehtien kautta. Erityisesti tarkoitus on näkyä paikallisissa lehdissä ja alueellisissa jakeluissa sekä tapahtumissa. Lisäksi tulostetaan mainoksia, jotka kiinnitetään alueen yleisille ja maksuttomille ilmoitustauluille. Joulun aikaan tullaan todennäköisesti julkaisemaan mainos koko Tampereen alueella ilmestyvässä ilmaisjakelulehti Tamperelaisessa. Julkaisua kuitenkin tullaan harkitsemaan vielä yrityksen sen hetkisen taloustilanteen mukaan, sillä mainos kyseisessä lehdessä on melko hintava, vaikka se olisi-kin pieni kokoinen.

Nuoremman kohderyhmän asiakkaat tavoitetaan Internetin kautta ja näin ollen yritykselle tullaan toteuttamaan kotisivut, joita on päivitettävä ja pidettävä ajan tasalla, sillä ne eivät saa sisältää vanhaa tietoa, nykyään kun lähes kaikki mahdollinen on saatavissa Internetistä. Yritys tulee näkymään myös Internetin tarjoamissa yrityshaku palveluissa ja sivut tehdään niin että ne löytyvät hakukoneella. Sivujen

tekemiseen ja ylläpitoon ei tarvitse suurta investointia tehdä, sillä niitä tekemään ja päivittämään saadaan sukulainen. Sosiaalisen median mahdollisuuksien hyödyntämistä mietitään myös, ainakin toiminnan kasvamisen myötä.

4.9.2 Markkinointiviestintä

Markkinointia tullaan toteuttamaan harkitusta ja täsmällisesti valituille kohderyhmille. Markkinointia varten tullaan yritykselle suunnittelemaan logo ja mainoksia varten suunnitellaan myös yrityksen värimaailmaa ja ulkoasua, jotta yritys näyttäisi ulospäin mahdollisimman yhtenäiseltä. Samoja värityksiä tullaan käyttämään sekä liiketilassa, että mainonnassa. Ulkoasulla pyritään luomaan kuva asiantuntevasta, luonnonmukaisesta ja ystävällisestä sekä hyvää oloa tuottavasta yrityksestä ja palvelusta. Viestinnän tulee tukea yrityksen imagoa.

4.10 Rahoitus

Aloittavan yrittäjän on suunniteltava aina taloutensa huolellisesti. Olennainen osa tätä suunnittelua on laskelmien tekeminen. Laskelmat eivät ole ainoastaan yrittäjää itseään varten, vaan myös sidosryhmiä varten. Tukia ja lainoja haettaessa on mukaan liitettävä aina myös kannattavuuslaskelmat. Laskelmien avulla yrittäjä tai tuleva yrittäjä osoittaa, että liiketoiminta on kannattavaa.

Perustamisvaiheessa selvitetään alkupääoman ja ensimmäisten kuukausien juoksevien kulujen määrä. Tarve vaihtelee toiminnan, kuten tarjottavan palvelun, mukaan. Toimitilojen valmistelu lisää myös kuluja. Alkupääoman tarpeeseen otetaan huomioon kaikki ne kulut, jotka ovat tarpeellisia toiminnan käynnistämisen kannalta. Investointikulut on järkevää pyöristää ylöspäin. Aloittava yrittäjä selvittää investointikulujen lisäksi myös käyttöpääoman tarpeen. Käyttöpääoman tarve kattaa yrityksen perustamis-, markkinointi-, vuokra- ja palkkakulut sekä vakuutusmaksut ja tarvittavat käteisvarat. (Kainlauri 2007, 108.)

Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat on tehty Internetistä löytyvän laskurin avulla. Laskelmat on esitelty työn liitteissä. (Liite 1 ja 2.) (Rahoitussuunnitelma. [viitattu 13.5.2010].)

Yrittäjällä on omaa pääomaa säästettynä liiketoiminnan aloitusta varten. Yrityksen perustamiskustannuksia ei ole arvioitu suuriksi, mutta niihin saattaa tulla jonkin verran lisää, riippuen siitä minkälainen liiketila yritykselle löydetään ja vaatiiko kyseinen tila muutoksia tai remonttia. Liiketilaa etsittäessä pyritään kyllä löytämään mahdollisimman vähäistä laittoa tarvitseva, vaatimukset täyttävä tila. Perustamiskuluissa liiketilasta on huomioitu takuuvuokran osuus. Kalusteet hankitaan osittain uusina ja osaa löytyy jo nyt yrittäjän varastosta. Kalustehankinnoista suurin on laskelmissa sähköisen hoitopöydän hankkiminen. Varastoon ei tarvitse laskea kuluja, sillä varasto on jo olemassa.

Laskelma on vielä suurpiirteinen, sillä tarkkoja lukuja, muulle kuin sähköiselle hierontapöydälle, ei ole. Luvut tullaan täsmentämään laskelmaan kun ne saadaan selville. Nyt luvut ovat arvioitu yläkanttiin. Tarvittavan lainapääoman yrittäjä kattaa pankkilainalla, josta alustavia neuvotteluja on käyty.

Kannattavuuslaskelma on vielä hyvinkin epätarkka, sillä lukuja on vaikea saada. Laskelmaa tullaan täydentämään lukujen selvittyä.

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli antoisa projekti. Sen ajankohtaisuuden huomasi muun muassa siitä, kuinka monta sivua Internetistä löytyikään ohjeita sen laatimiseksi. Valmiita täytettäviä suunnitelmiakin oli löydettävissä kymmenittäin.

Ympäristöanalyysien merkitys oli suunnitelmalle ja sen muotoilulle erittäin tärkeää. Niiden avulla saatiin paljon konkreettista tietoa toimintaympäristöstä ja pystyttiin miettimään sen tulevia muutoksia. Toiminnan aloituksen kannalta on tärkeää, että on pohtinut valmiiksi heikkouksia ja uhkia, jotta niihin osaa varautua eikä välttämättä säikähdä niiden tullessa todellisiksi. Ympäristöstä oli oikeastaan ainoastaan "musta tuntuu"-tietoa, joten oli hyvä käydä läpi todellisia ja konkreettisia lukuja ja asioita sekä miettiä syy- ja seuraussuhteita. Kaikkia vastaan tulleita asioita ei ollut yrittäjä osannut ajatellakaan.

Kaikkein tärkeimpänä esiin nousi toimintaympäristön mahdollisuudet. Liiketoiminnan tarkoitus on turvata yrittäjän toimeentulo eikä siitä tavoitella kovin suurta. Silti kehitystä liiketoiminnassa ja palveluissa on kuitenkin tapahduttava, jotta yritys pysyy mukana kilpailussa. Mahdollisuuksia pohtimalla yrittäjä löysi itselleen ja yritykselleen selkeän suunnan, johon toimintaa lähdetään kehittämään. Koulutustarve tuli myös pian esiin, mahdollisuuksien ja suunnan löytymisen myötä. Yrittäjä tulee hakeutumaan koulutuksiin luonnonmukaisista hoitokeinoista ja niistä, ydinosaamisen lisäksi, tullaan tekemään yrityksen vahvuus.

Suunnitelman tekeminen kirjalliseen muotoon, auttoi myös yrittäjää paljon suunnittelussa. Kun asiat ja kirjaa ylös, niistä tulee konkreettisempia eivätkä ne jää vain ilmaan leijuviksi ajatuksiksi. Ajatuksista tulee todellisia ja niihin on helpompi sitä kautta asennoitua ja mieltää itsensä yrittäjäksi tulevaisuudessa. Kirjaamisvaiheessa olisi vielä voinut varmistaa ja voi miettiä, että onko minusta todella yrittäjäksi. Tämä liiketoimintasuunnitelma ainoastaan vahvisti yrittäjän haluja yrittäjäksi ryhtymisestä ja innosti häntä luomaan liiketoimintaansa mielekkäästi.

Liiketoimintasuunnitelmasta yrittäjä sai todella hyvän työkalun yritystoiminnan kehittämiseksi jatkossa. Sen avulla ja sitä päivittämällä yrittäjä voi myös arvioida yrityksensä silloista tilaa verrattuna tässä suunnitelmassa esitettyihin asioihin. Liikeidea ja -toimintaa on hyvä päivittää jatkuvasti sen muuttuessa ja tarkentuessa, pitää visiot mielessä ja visioida uutta sekä toimia strategioiden mukaan.

Yrittäjä on tyytyväinen liiketoimintasuunnitelmaan ja sen hänelle tuottamaan tietoon toimintaympäristöstä. Hän on entistä vakuuttuneempi siitä, että haluaa ryhtyä yrittäjäksi ja tehdä siten mielekästä työtä sekä kehittyä työssään.

LÄHTEET

Johnsson, G. Scholes J & Whittington R. 2005. Exploring corporate strategy. Seventh edition. London: Prentice Hall.

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

Kamensky, M. 2002. Strateginen johtaminen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy

McKinsey & Company. 2001. Ideasta kasvuyritykseksi. Porvoo: WSOY

Näsi, J., Aunola, M. 2001. Yritysten strtrategiaprosessit. Yleinen teoria ja suomalainen käytäntö. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Rope, T. 2003. Johdon markkinointiratkaisut- strateginen markkinointi. Porvoo: WSOY

Verkkolähteet

Elinkeinoelämän keskusliitto, [viitattu 24.4.2010]. Saatavissa: <http://www.ek.fi/www/fi/index.php>

Enter.[viitattu 10.4.2010]. Saatavissa: <http://www.ypenter.fi/?q=KQn8Cz2VfO999UDhdKzNe2qz dqGKYXfx502D>

Euro & Talous. Suomen pankin verkkojulkaisu. 1/2010. Saatavissa: http://www.bof.fi/fi/julkaisut/euro_ja_talous/index.htm?year=2010

GlobalFinland, Ulkoasiain ministeriö [viitattu 4.4.2010]. Saatavissa: <http://global.finland.fi/Public/Default.aspx>

Hallituksen strategia asiakirja. 2007. Saatavissa: <http://www.vnk.fi/julkaisukansio/2007/j18-j19-hallituksen-strategia-asiakirja/pdf/fi.pdf>

Kauppalehti. 2009. Verkkolehti artikkeli: maailman nopeimmin kasvava markkina: naiset. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2009/10/27346>

Liiketoimintasuunnitelma. [viitattu 15.4.2010]. Saatavissa: <http://www.liiketoimintasuunnitelma.com/ohje.html>

Rahoitussuunnitelma. [viitattu 13.5.2010]. Saatavissa: <http://yritysrekisteri.ouka.fi/laskurit/kannattavuuslaskelma/kannattavuuslaskelma.php?nettotulostavoitekk=2000&lainanlyhennyskk=200&verotkk=&korotkk=&yelkk=&muutvakuutuksetkk=100&palkatkk=&vuokratkk=600&sahkojavesikk=&puhelinkk=50&kirjanpitokk=&toimistokulutkk=&autokk=&markkinointikk=50&koulutuskk=&lehdetkk=10&korjauksetkk=&kassakk=&muutkk=&ostotkk=>

Suomen kilpailukyky ja toimintaympäristö- kansainvälinen vertailu. 2006.

Terveiden ja hyvinvoinninlaitos, [viitattu 25.4.2010]. Saatavissa: http://www.thl.fi/fi_FI/web/fi/etusivu

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2006. Terveys- ja sosiaalipalvelun toimialaraportti. vaatii kirjautumisen. Saatavissa: <http://www.temtoimialapalvelu.fi>

Valtioneuvosto. 2007. Saatavissa: <http://www.valtioneuvosto.fi/ministeriot/tem/fi.jsp>

LIITTEET

Rahoitussuunnitelma

RAHAN TARVE

Perustamismenot: Yht.

Liiketilat:

-	kiinteistö	
-	tontti	
-	osakkeet	
-	rakennus	
-	vuokraoikeus	
-	vuokratakuu	<input type="text" value="2000"/>
- remontointi	Yht.	

Koneet	ja	kalusto:
-		ostohinta
- asennus ja kuljetus		Yht. <input type="text" value="1999"/>

Irtaimisto	ja	sisustus:
-		konttoritarvikkeet
- muut tarvikkeet		Yht. <input type="text" value="1000"/>

Alkumainonta:		ilmoitukset
-		mainoskirjeet
- kyltit, teippaukset jne.		Yht. <input type="text" value="200"/>

Palkat:

Yht.

Alkuvarasto ja kassa:

Yht.

Muut:

Yht.

Rahan tarve yhteensä:

5199

RAHAN LÄHTEET

Oma pääoma:

Yht.

Tarvittava lainapääoma:

2199

Rahan lähteet yhteensä:

5199

1. Liite2.KANNATTAVUUSLASKELMA

	Kuukaudessa	> Vuodessa
Tavoitetulos (Netto)	2000	24000
Lainojen lyhennys	200	2400
Verot (valtio+kunta)		0
Yrityslainojen korot		0
Käyttökatearve	2200	26400
Kiinteät kulut (-ALV 0%)		
Yrittäjän eläkevakuutus (YEL)		0
Muut vakuutukset	100	1200
Työntekijöiden palkat		0
Palkkojen sivukulut (n.30%)	0	0
Vuokrat	600	7200
Sähkö ja vesi		0
Puhelin ja fax	50	600

Kirjanpito	<input type="text"/>	0
Toimistokulut	<input type="text"/>	0
Auto- ja matkakulut	<input type="text"/>	0
Markkinointi	<input type="text" value="50"/>	600
Koulutus	<input type="text"/>	0
Lehdet yms.	<input type="text" value="10"/>	120
Korjaukset	<input type="text"/>	0
Yrittäjän työttömyyskassamaksu	<input type="text"/>	0
Muut	<input type="text"/>	0
Kiinteät kulut yhteensä	810	9720
Myyntikatetarve	3010	36120
Ostot (-alv 0%)	<input type="text"/>	0
Liikevaihto	3010	36120
Arvonlisävero (22%)	662.2	7946.4
Kokonaismyynti tai -laskutus	3672.2	44066.4