



VAAATELIIKE MOREnos LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Anne Nokipii

**Opinnäytetyö
Marraskuu 2008**



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Liiketalous

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	2
1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet.....	3
1.2 Tutkimusmenetelmä.....	3
1.3 Tutkimuksen rakenne.....	4
2 LIIKEIDEAN TAUSTA JA LIIKEIDEAMALLI.....	4
2.1 Liikeidean tausta.....	5
2.2 Yrityksen toiminta-ajatus ja liikeidea.....	5
2.3 Liikeideamalli.....	5
2.3.1 Toimintatavat.....	6
3 YRITYSMUOTO JA TOIMINIMI.....	9
3.1 Yksityinen toiminimi.....	9
3.2 Ilmoitukset viranomaisille.....	10
4 MARKKINAT JA KILPAILIJAT.....	10
4.1 Asiakasanalyysi.....	10
4.2 Kilpailu- ja kilpailija-analyysi.....	11
4.3 Yrityksen sijainti.....	13
4.4 Aloittavan yrityksen markkinointi.....	14
4.4.1 Sissimarkkinointi.....	14
5 YRITYSTOIMINNAN RISKIT.....	15
5.1 Riskianalyysi.....	16
5.1.2 Henkilöriski.....	16
5.1.3 Omaisuusriski.....	17
5.1.4 Kilpailuriski.....	17
5.1.5 Kuljetusriski.....	17
5.1.6 Yhteiskunnallinen riski.....	18
6 RAHOITUS.....	18
6.1 Lainanhakuprosessi.....	19
6.2 Rahoituksen järjestäminen.....	20
6.3 Perustamislaskelmat.....	21
6.3.1 Investointilaskelma.....	21
6.3.2 Käyttöpääoman tarvelaskelma kahdelle kuukaudelle.....	21
6.3.3 Rahoitustarvelaskelma eli yritysidean hinta.....	22
6.3.4 Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle.....	23
6.3.5 Ensimmäisen vuoden myyntitarvelaskelma.....	24
6.3.6 Tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle.....	24
7 ARVIO KOKO YRITYSHANKKEESTA.....	26
LÄHTEET.....	27
LIITTEET.....	29
Liite 1 Takaajan tiedot lomake.....	29
Liite 2 Tietoja yrityksen taloudellisesta.....	30
Liite 3 Y- 3 Lomake.....	32

KUVIOT

KUVIO 1. Riskien hallinnan kokonaisuus	16
--	----

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Liikeideamalli	6
TAULUKKO 2. Hinnoittelulaskelma	13
TAULUKKO 3. MOREnos yrityksen riskianalyysi	18
TAULUKKO 4. Rahoituksen järjestäminen	20
TAULUKKO 5. Investointilaskelma	21
TAULUKKO 6. Käyttöpääoman tarvelaskelma	22
TAULUKKO 7. Yritysidean hinta	23
TAULUKKO 8. Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle	23
TAULUKKO 9. Tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle	25

1 JOHDANTO

Liiketoimintasuunnitelma on yritystoiminnan aloittamista suunnittelevalle tärkeä apuväline, jonka myötä aloittavalle yrittäjälle muodostuu realistinen kuva omasta yritystoiminnastaan sekä yrityksen menestymismahdollisuuksista markkinoilla. Tämä opinnäytetyö käsittelee pienyrityksen liiketoimintasuunnitelman eri vaiheet syventyen yrityksen rahoitusosioon sekä kannattavuuslaskelmiin.

Tämänhetkisen maailman taloudellisen tilanteen ja pankkien toisiaan kohtaan olevan epäluottamuksen aikana tarkat kannattavuuslaskelmat, sekä realistinen liiketoimintasuunnitelma auttavat yritystä saamaan rahoitusta yritystoiminnan aloittamiseen. Tärkeää on myös tässä markkinatilanteessa tiedostaa yritystoiminnan riskit sekä oman yrityksen vahvuudet kun mietitään kannattaako yritystoimintaa aloittaa vai ei?

Aloittavan pienyrittäjän omat vahvuudet sekä kekseliäisyys markkinoinnissa nousevat myös tärkeään asemaan vaikean koko maailmaa ravisuttavan taantumana aikana. Yrittäjän tulee pohtia tarkkaan löytyykö häneltä tarpeeksi halua ja vahvuuksia selviytyä liiketoiminnan ensimmäisistä elinvuosista. Liiketoimintasuunnitelman avulla nämä asiat tulevat konkreettisesti esille ja auttavat yrittäjää tekemään ratkaisunsa yritystoiminnan aloittamisesta.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Lähtökohtana tämän opinnäytetyön tekoon on MOREnos naistenvaateliikkeen perustaminen Jyväskylään. Liikeidea kyseiseen liiketoimintaan on ollut mielessäni useita vuosia ja siitä on hiljalleen kehittynyt alustava liiketoimintasuunnitelma. Syvällisen liiketoimintasuunnitelman saamiseksi halusin hyödyntää oppimaani ammattikorkeakoulussa ja tehdä opinnäytetyön syventyksen ensisijaisesti seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä on yrityksen rahoituksen tarve?
- Kannattaako liikeideallani perustaa pienyritystä vai ei?

Tutkimuksen tarkoituksena on tehdä liiketoimintasuunnitelma aloittavalle pienyritykselle. Liiketoimintasuunnitelmassa syvennyttään yrityksen rahoituksen tarpeeseen sekä kannattavuuslaskelmiin. Tämä liiketoimintasuunnitelma tulee olemaan yritykselle rahoitusta haettaessa oleellinen dokumentti lainanhakuprosessissa.

Tutkimuksen tavoitteena on saada selville liikeideani kannattavuus sekä yrityksen rahoituksen tarve. Tutkittu tieto tulee valmistamaan minua henkisesti yrittäjyyteen, koska alustava liiketoimintasuunnitelma muuttuu tämän työn myötä konkreettisesti liiketoimintasuunnitelmaksi.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Analyysin pääpaino on kvalitatiivisessa tutkimuksessa mielipiteiden sekä niiden syiden ja seurausten pohdinnassa. Tutkimuksessa keskitytään johtopäätösten tekemiseen haastattelun pohjautuvasta aineistosta. Laadullinen tutkimus on arvioivaa, luovaa ja kuvailevaa. (Kvalitatiivinen tutkimus 2007.) Tutkimus toteutetaan haastattelemalla teema-

haastattelun avulla Keski-Suomen Osuuspankin Yrityspalvelujen rahoituspäällikköä sekä naisyrittäjää Jyväskylän alueelta.

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, jossa haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin. Tällöin määritellään eri aihepiirejä, mutta kysymyksillä aihepiirien sisällä ei ole tarkkaa muotoa. (Hirsjärvi & Hurme 1995, 35 - 36.) Rahoituspäällikön haastattelun tarkoituksena on saada syvyyttä tutkimuksen rahoitusosioon lainan myöntämiseen liittyvissä kysymyksissä. Puolestaan naisyrittäjän haastattelua hyödynnettiin yritysmuodon valintaan liittyvissä kysymyksissä.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus koostuu seitsemästä eri pääkappaleesta. Kaikissa pääkappaleissa on teoreettista sekä empiiristä tutkimusta. Empiirinen tutkimus painottuu kuitenkin päälukuun kuusi. Luvussa kaksi perehdytään liikeidean taustoihin aloittaen yrittäjän omasta taustasta. Lisäksi esitetään yrityksen liikeideamalli ja sitä tukevat toimintatavat. Kolmannessa luvussa tulee tarkasteluun yritysmuodon valintaan liittyvät argumentit sekä yritystoimintaa aloitettaessa tarvittavat ilmoitukset viranomaisille. Yrityksen markkinointia sekä kilpailijoita arvioidaan luvussa neljä. Luvussa viisi paneudutaan yritystoiminnan riskeihin ja niiden hallintaan. Luvun kuusi rahoitusosio on syvälinen ja analyysoiva kokonaisuus. Siinä perehdytään yrityksen rahoituksen järjestämiseen sekä kannattavuuslaskelmiin. Viimeisessä luvussa seitsemän analysoidaan aiempien lukujen perusteella yritysidean kannattavuutta sekä tulevaisuuden visioita.

2 LIIKEIDEAN TAUSTA JA LIIKEIDEAMALLI

Oma kiinnostukseni yrittäjäksi lähti ajatuksesta saada itse vaikuttaa omaan tulevaisuuteeni ja luoda itselleni työpaikka, jossa saan ottaa joka päivä haasteita vastaan. Kaupalliseen alaan kiinnostus heräsi jo heti lukion jälkeen, jolloin pääsin opiskelemaan Jyväskylän Kauppaoppilaitokseen. Opintojeni päätyttyä lähdin syventämään osaamistani Jyväskylän ammattikorkeakouluun, josta valmistun keväällä 2009.

2.1 Liikeidean tausta

Asuin noin kaksi vuotta Espanjassa vuosina 2004 sekä 2006, jolloin kiinnostukseni heräsi latinomuotia kohtaan. Latinomuodissa korostuvat naisellisuus, värikkyys glamour ja esteettisyys. Vaikutteita latinomuoti on saanut niin alkuperäiskansojen perinteistä kuin myös muotivirtauksista maailmalta. (Carolina Herrera 2008.) Tunnettuja latinomuodin nimiä maailmalta ovat Óscar de la Renta, Carolina Herrera sekä Esteban Cortazar. Carolin Herreran luomuksiin pukeutui muun muassa Caroline Kennedy. Esteban Cortazar on tunnettu asuistaan, joihin maailman tähdet pukeutuvat. Suositussa Sinkku-elämää sarjassa on nähty useasti hänen suunnittelemissa asuja. (Esteban 2004.)

Espanjassa pienyrittäjyys on voimissaan, mikä näkyy lukuisissa boutique tyyllisissä kaupoissa katujen varsilla. Kadut täyttyvät niin espanjalaisesta muodista kuin myös maahanmuuttajien tuomista muoti tuulahduksista heidän omista kotimaistaan. Kaikkien noiden värikkäiden eri tyylien keskeltä löysin itseäni eniten kiehtovan latinomuodin. Latinalaisesta Amerikasta tuotavat vaatteet ja tekstiilit sopivat mielestäni hyvin suomalaiseen makuun. Vaatteiden mitoitukset ovat suomalaiselle vartalotyypille sopivia ja kauniit elävät värit antavat lisäeloa Suomen pimeisiin syys- ja talvikausiin. Lisäksi naiselliset leikkaukset vaatteissa antavat oman lisäarvonsa muun muassa työvaatetukseen.

2.2 Yrityksen toiminta-ajatus ja liikeidea

Sutisen ja Viklundin (1999) mukaan yrityksen toiminta-ajatus määrittää yrityksen toiminnan perussuunnan sekä määrittää miksi se on olemassa. Pienyrityksen näkökulmasta toiminta-ajatuksen vieminen paperille auttaa liiketoiminnan perusidean saamista esille. Näin ollen se toimii myös liiketoimintasuunnitelman tiivistäjänä. (Sutinen & Viklund 2005, 55.) MOREnos vaateliikkeen toiminta-ajatuksena on tarjota työssäkäyville aikuisille naisille valtavirrasta poikkeavia laadukkaita vaatteita niin työhön kuin vapaa-aikaan.

2.3 Liikeideamalli

Yrityksen perustamisen alkuvaiheessa on tärkeää selvittää yritystoiminnan edellytykset menestyä omalla liikeidealla valitulla toiminta-alalla. Oma taloustilanne sekä oma

osaamisen taso ovat tarkastelukohteina oleellisia. Yritystoiminnan kokonaisuuden hahmottamista auttaa liikeideamalli, jonka avulla saadaan selville yrityksen toiminnot kokonaisuutena. (Raatikainen 2001, 31.) Liikeidea määrittelee siis sen miten saadaan aikaan kannattavaa liiketoimintaa ja ansaitaan rahaa toiminta-ajatusta toteuttamalla (Yrityksen perustajan opas-silta yrittäjyyteen 2006, 22). MOREnos vaateliikkeen liikeidea pohjautuu vahvaan osaamiseen ja haluun tuoda maahan laadukkaita vaatteita, joilla asiakas erottuu edukseen valtavirrasta. Laadukas ja asiakaslähtöinen palvelu on myös tärkeässä asemassa boutique tyylistä pienyritystä perustettaessa.

TAULUKKO 1. Liikeideamalli (Raatikainen 2006, 180 mukailten)

<p>Tarve/hyöty asiakkaalle</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tulla huomatuksi – Yksilöllisyys – Korostaa naisellisuutta 	<p>Mielikuva Yrityksestä/Imago</p> <ul style="list-style-type: none"> – Uudistuva – Yksilöllinen – Laadukkaat tuotteet – Asiantunteva palvelu – Kansainvälinen
<p>Asiakkaat/ Asiakasryhmät</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aikuiset +25 työssäkäyvät naiset, joilla kiinnostus erottua valtavirrasta 	<p>Tuotteet/Palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> – Vaatteiden ja korujen jälleenynti

2.3.1 Toimintatavat

Markkinointi

Aloittavan yrityksen markkinoinnin suunnittelu tulee aloittaa hyvissä ennen yrityksen perustamista. Markkinointi alkaa jo siinä vaiheessa, kun yritykselle valitaan nimi. Nimen valinta on yritykselle varsin tärkeä markkinoinnin väline. Nimi luo mielikuvia yrityksen tuotteista ja palveluista. (Parkkinen 1999, 114 - 115.) Markkinoinnin tulee olla huolellista ja suunnitelmallista, jotta saavutetaan markkinoinnille asetetut tavoitteet. Tavoitteiden saavuttamista auttaa markkinoinnin ydinprosessien tiedostaminen sekä niiden määrittely. Kotler kiteyttää markkinoinnin ydinprosessit seuraavasti: 1. tilaisuuksien tunnistaminen ja määrittely, 2. uusien tuotteiden kehittäminen, 3. asiakkaiden saaminen, 4. asiakkaiden pitäminen ja asiakasuskollisuuden rakentaminen, sekä 5. tilausten toimittaminen. Näiden prosessien läpikäynti auttaa yritystä menestymään ja kasvamaan. (Kotler 2005, 2.)

MOREnos vaateliikkeen markkinoinnissa tullaan käyttämään paikallista lehtimainontaa, liikkeen ensimmäisinä elinkuukausina. Mainokset tulevat olemaan Suurjyväskylän lehdissä. Jyväskylän keskustan alueen toimistoihin sekä pankkeihin tullaan lähettämään mainoskirje uudesta avattavasta vaateliikkeestä avajaistarjouksien kera, jotta potentiaaliset asiakkaat saavat tietoonsa yrityksen ja sen tarjonnan. Lisäksi A4 kokoisia mainoslehtisiä tullaan laittamaan ilmoitustauluille pitkin Jyväskylää muun muassa ostoskeskuksiin, yliopistolle ja ammattikorkeakoululle. Mainoslehtisistä löytyy yrityksen yhteystiedot, sekä houkuttelevia avajaistarjouksia. Näiden lisäksi yritykselle perustetaan omat internet sivut. Ennen yrityksen virallista avaamista pidetään avajaiset kutsuvieraille, joiden on silloin mahdollisuus tutustua yrityksen tuotevalikoimaan rauhallisesti illanvieton muodossa.

Henkilöstö

Henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara sekä sidosryhmä. Yrityksen muodostavat ihmiset, eivät koneet ja laitteet. Menestyneen yrityksen taustalla ovat motivoituneet ja aktiiviset työntekijät, jotka jaksavat työssään hyvin. Myös yrityksen markkinoinnista yrityskuvan luojina ulkopuolisille ihmisille työntekijät ovat tärkeässä asemassa. Pienyritys voi hyvin kilpailla motivoituneilla ja hyvin palvelevilla työntekijöillään isojen yritysten vierellä. Asiakkaat arvostavat henkilökohtaista palvelua ja siksi pienten yritysten palvelualttius usein palkitaan. Henkilökunnan jaksamiseen ja motivoimiseen auttaa henkilöstön mahdollisuus kehittyä työtehtävissään, saada vaikuttaa päätöksentekoon, kokea tasapuolisuutta työpaikalla sekä saada koko henkilöstön sekä esimiehen täyden tuen työtehtäviin liittyen. (Pitkämäki 2001, 69 - 71.)

Yritykseen tulee työskentelemään yrityksen omistaja sekä hänen aviomiehensä. Alkuvaiheessa ei tulla palkkaamaan lisätyövoimaa, ennen kuin nähdään kuinka yritystoiminta lähtee käyntiin. Näin myös minimoidaan ylimääräisiä kuluja. Liikkeen aukioloajat ovatkin valittu aluksi hieman suppeammiksi arkisin klo 11 -19 ja lauantaisin klo 10 -14, jotta yrityksen ainoa naistyöntekijä pystyy kyseiset työvuorot hoitamaan. Miestyöntekijä auttaa tilauksien tekemisessä, paperiasioissa, budjetoinnissa, logistikkassa sekä liiketilan remontoinnissa ja kunnossapidossa. Yrittäjän ystävä tullaan kouluttamaan boutiqueissa työskentelemiseen, mahdollisten yllättävien tapauksien varalle.

Logistiikka ja varastointi

Materiaalivirrat ovat logistiikan lähtökohtana. Niiden säilymiseen ja katkeamattomuuteen liittyy kuitenkin epävarmuutta, jolloin materiaalivirrat eivät kulje tasaisesti, johon tavarantoimittajien katkoksista tai asiakkaiden kysynnän epätasaisuudesta. Varastointi tuo avun tähän ongelmaan. Varastointia käytetään tasaamaan kysynnän ja tarjonnan vaihteluita. Taloudellisuus ohjaa varastointia, tämä tarkoittaa että liian suuria varmuusvarastoja ei pidetä, vaan tuotteita on sen verran että kysyntä voidaan tyydyttää halutulla tasolla. (Kinkki & Isokangas 2004, 115.)

MOREnos liikkeeseen ostetaan maahantuojilta 4 kertaa vuodessa, isommat erät vaatteita sekä koruja. Niitä säilytetään niin yrityksen varastossa kuin yrittäjän omassa kotivarastossakin, liiketilan pienuuden vuoksi. Lisäksi valikoimaa täydennetään Kolumbiasta tuotavilla koruilla, sekä lisäasusteilla. Nämä tuotteet hankitaan Calilta jokavuotisen lomamatkan yhteydessä yrittäjän miehen toimesta.

Talous

Yritystoiminnan edellytyksenä on kannattavuus. Perusteellisella taloussuunnittelulla pystytään varautumaan liiketoiminnan ylä- ja alamäkiin. Yritysjohdon päätöksenteon avuksi tulee yrityksellä olla tehokkaat laskentajärjestelmät. Kirjanpito on ulkoinen laskentatoimi. Jokaisessa pienessäkin yrityksessä kirjanpito hoidetaan, sillä se on lain vaatima toiminto. Yrityksen taloudellinen tulos selviää kirjanpidon avulla. Sisäinen laskentatoimi kertoo kehityksen suunnasta yritysjohdolle laskelmien perusteella. Päätöksenteon avuksi tarvitaan suunnittelu- ja kannattavuuslaskelmia sekä tunnuslukuja. Ihmisten ja koneiden todellisia tekemisiä seurataan toimintolaskennassa. Sen tavoitteena on todenmukaisten tuottojen ja kustannusten seuraaminen. (Raatikainen 2006, 55 – 56.)

Euromääräisiä toimintasuunnitelmia ovat budjetit eli talousarviot. Vastuualueittain ja osatoiminnoittain tehdään yrityksissä osabudjetteja. Näistä muodostuu yrityksen talousarvio. Osabudjetteja ovat osto-, myynti-, palkka- ja valmistus budjetti. Osabudjettia ja sen toteutumista tulisi seurata kuukausittain, jotta siitä tuleva hyöty saataisiin maksimoitua. (Raatikainen 2006, 56.)

Yrityksen tilinpäätös tehdään vuosittain sisältäen tuloslaskelman sekä taseen. Tämän avulla saadaan selville yrityksen tuottama voitto. Kyseiset tiedot toimivat myös ve-

roilmoituksen pohjatietona. Hyvin järjestetyn talouden seurantajärjestelmän avulla pystytään seuraamaan kuinka paljon yrityksellä on likvidiä pääomaa, kuinka paljon rahaa menee velkojen maksuun sekä miten paljon rahaa on sidottuna tuotannontekijöihin. Lisäksi tunnusluvuilla mitataan yrityksen tuottoa, kannattavuutta ja maksuvalmiutta eli likviditeettiä. Lähtevistä ja tulevista rahavirroista saadaan tietoa kassabudjetin avulla. Sitä seuraamalla tiedetään yrityksen maksuvalmius suoriutua eräännyvistä menoista. (Raatikainen 2006, 56 - 57.)

MOREnos yrityksessä muut talousasiat hoidetaan itse kirjanpitoa lukuun ottamatta. Kirjanpito ulkoistetaan, koska yrittäjällä itsellään ei ole siitä riittävän hyvää osaamista.

3 YRITYSMUOTO JA TOIMINIMI

Yritysmuotoja on valittavana useita. Yritysmuodon valintaperusteeseen vaikuttaa muun muassa perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuun jako sekä toiminnan joustavuus. Pientä yritystä perustettaessa yhtiömuodoltaan yksinkertaisin on yksityinen toiminimi. (Yrityksen perustamisopas 2000, 17.)

3.1 Yksityinen toiminimi

Sopivin yhtiömuoto MOREnos vaateliikkeelle on yksityinen toiminimi. Yhtiömuodon valintaan vaikuttaneet tekijät ovat vapaa päätöksenteko-oikeus yritystä koskevissa asioissa, sekä yksin yrittäjäksi ryhtyminen.

Keskustelua yrityksen perustamisesta on käyty myös yrittäjäystävänä kanssa, jonka kautta tietoa yksityisestä toiminimestä on saatu. Yksityinen toiminimi on yritysmuotona luonteva valinta silloin kun lähdetään perustamaan yritystoimintaa yksin. Yrittäjällä on vapaa päätöksenteko-oikeus, joka helpottaa ja nopeuttaa päivittäistä yritystoimintaa. Huomioitava on kuitenkin, että yrittäjällä henkilökohtainen vastuu yrityksen veloista. Mahdollisten taloudellisten vaikeuksien kohdatessa taloudelliset tappiot sekä maineen menetys kaatuvat yrittäjän harteille. (Mononen 2008.)

3.2 Ilmoitukset viranomaisille

Mikäli yrityksellä on pysyvä toimipaikka, on se velvollinen tekemään elinkeinotoiminnan aloittamisesta perusilmoituksen kaupparekisteriin (Holopainen 2006, 195). Yksityisen elinkeinonharjoittajan perusilmoitus tulee tehdä ennen liiketoiminnan aloittamista. Y3- lomakkeen voi tulostaa yritys- ja yhteisötietojärjestelmän sivuilta osoitteesta www.ytj.fi, kyseinen lomake löytyy liitteestä 3. (Kaupparekisteri 2008). Perustamisilmoitukseen täytettävät tiedot ilmoitetaan kaupparekisteriin ja verottajalle. Y-tunnuksen saa, kun ilmoitus on tehty. Y-tunnus vastaa yksityishenkilön henkilötunnusta. Käsittelymaksu kyseiselle ilmoitukselle on 65 euroa. (Perustamistoimet 2008.)

Yrityksen toiminimeksi valitaan MOREnos. Nimi tulee mieheni sukunimestä, mutta näin jaoteltuna isoihin ja pieniin kirjaimiin se tarkoittaa myös sanayhdistelmänä enemmän meille. Lisäksi nimi on helppo lausua ja sana MORE viittaa runsauteen myös boutiqueen tavaravalikoimassa. Yrityksen toiminimeen voidaan liittää myös Tmi pääte yritysmuodon tunnuksena (Holopainen 2006, 194). MOREnos toiminimeen ei kuitenkaan kyseistä päätettä tule.

4 MARKKINAT JA KILPAILIJAT

Jyväskylässä on paljon vaatetarjontaa naisille, minkä vuoksi erikoistuminen on tärkeää kun pyritään saavuttamaan oma asiakassegmentti. Kilpailijoiden tunteminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta voidaan heidän markkinaosuudesta saada itselleen oma osa. Yrityksen sijainnilla on myös suuri vaikutus asiakaskunnan muodostumiseen. Näkyvyys ennen kaikkea, mahdollistaa markkinoilla selviytymisen taantuma vuosienkin aikana.

4.1 Asiakasanalyysi

Asiakasanalyysin tarkoituksena on hahmottaa ketkä ovat potentiaalisia asiakkaita yritykselle. Analyysi auttaa puolestaan markkinointia jolloin tiedetään, minkälaisille asiakasryhmille mainontaa ryhdytään kohdistamaan. Asiakasanalyysi koostuu pohdinnasta, jossa selvitetään yrityksen muun muassa asiakkaat ja asiakasryhmät, pohditaan minkä tarpeen yrityksen tuotteet asiakkaalle tyydyttävät, millainen mainonta tavoitai-

si kohderyhmän, mistä ja milloin ostetaan sekä kuka tekee lopullisen ostopäätöksen. (Raatikainen 2006, 86.)

MOREnos yrityksen tyypillinen asiakas on yli 25-vuotias toimistotöissä työskentelevä nainen, joka pukeutuu aikaa seuraten, mutta haluaa erottua joukosta. Hän ei pelkää käyttää värikkäitä vaatteita ja naisellisia leikkauksia vaan on valmis valitsemaan tuotteita, jotka herättävät huomiota. Tyypillistä asiakkaalle on naisellisuus sekä halu kokeilla uusia tuotteita ja tuotemerkkejä. Asiakas saa joka kerta asioidessaan MOREnos liikkeessä yksilöllistä palvelua ja sen tuotteen joka sopii hänen tyyliinsä. Asiakkaalle ei pakota tuotteita vaan esitellään tuotevalikoimaa, ja luvataan hänelle yksilöllinen asukokonaisuus. Tuotteita tilataan vain muutama kappale aina yhtä kokoa, joten kun tuotteen ostaa tietää ettei tule samanlaista paitaa tai housuja vastaan kaupungilla. Yrityksen aukioloajat tukevat myös työssäkäyvien aikataulua, ja liikkeen aukiolo aikoja tullaan laajentamaan tarpeen ja kysynnän mukaan.

Lopullisen ostopäätöksen tekee liikkeessä asiakas itse. Asiakkaista halutaan tehdä kanta-asiakkaita ja asiakastyytyväisyyteen panostetaan, jotta asiakasuskollisuus säilyisi. Kanta-asiakkaat pyritään sitouttamaan hyvällä palvelulla ja laadukkailla, erilaisilla vaatteilla sekä uusilla vaatemerkeillä. Kanta-asiakkaan uskotaan asioivan liikkeessä vähintään kaksi kertaa kuukaudessa ja kertaostoksen uskotaan olevan noin 37 euroa. Markkinat vaatealalla ovat hyvin kilpailtuja ja siksi erikoistuminen on tärkeää. MOREnos tulee erikoistumaan naisten työvaatetukseen toimistotyötä tekeville. Tarjontaa kuitenkin on myös juhlapukeutumiseen.

4.2 Kilpailu- ja kilpailija-analyysi

Kilpailija-analyysiin on otettu viisi MOREnos yrityksen kilpailijaa Jyväskylän keskustan alueelta analysoitavaksi. Kyseiset yritykset ovat valittu tuotevalikoimansa perusteella. Kaikissa näissä yrityksissä kohderyhmänä ovat aikuiset naiset.

Vila Clothes

Vila Clothesin tuotevalikoima on kilpailijayrityksistä kaikkein nuorekkain. Yritys toimii Franchising ketjuna mikä tuo vahvoina puolina esiin yrityksen tunnettuuden sekä mahdollistaa edulliset hinnat tuotteille. Heikkona puolena on vaatevalikoiman samanlaisuus, minkä vuoksi yksilöllistä vaatetta on kyseisestä liikkeestä turha hakea.

Tosin yrityksen edulliset hinnat saattavat mennä yksilöllisyyden edelle joidenkin asiakkaiden kohdalla. Lähinnä tämän vuoksi yritys on vakavasti otettava kilpailija MORENokselle. Palvelu Vila liikkeessä on hyvää ja asiantuntevaa. Vila Clothes toimitiloiltaan on selkeä sekä siisti. Sijainti on myös kohdallaan.

Your Face

Your Face on kilpailija-analyysin toinen yritys. Vahva myymälä ketjusto sekä laadukkaat tuotteet ovat tämän yrityksen valtti. Heillä on paljon toimistotyöhön soveltuvia klassisia vaatteita aikuisille naisille sekä juhlapukeutumiseen asukokonaisuuksia. Liiketila on valoisa ja palvelu laadukasta. Sijaintina Torikeskus on liikkeelle hyvä. Kilpailijoita on ympärillä mutta se taas tuo asiakasvirtaa kyseiselle alueelle. Liikkeen tuotteiden kalleus vähentää asiakasvolyyymia, mutta asiakas tietää aina ostavansa laadukasta, kun asioi heillä.

Aleksi 13

Liikkeellä on pitkä historia mikä näkyy yrityksen tunnettuudessa ja myymäläverkostossa. Monipuolisuus tuotevalikoimassa on erityisesti tämän liikkeen valtti. Tarjolla on sekä naisille että miehille vaatteita työelämään, vapaa-aikaan sekä juhlaan. Tuotteiden hinnat vaihtelevat edullisista tuotteista kalliisiin merkkituotteisiin. Liikepaikkana Aleksi 13 tilat ovat mitä mainioimmat suoraan Forumissa Jyväskylän ydinkeskustassa. Heikkona puolena yrityksellä on myyjien vähäisyys liikkeessä. Yksilöllistä palvelua he eivät pysty tarjoamaan, joten laajan tuotevalikoiman keskellä asiakkaalta voi jäädä ostokset tekemättä, jos hän ei löydä haluamaansa, sopivaa kokoa tai tulee valinnan vaikeus laajan tuotevalikoiman keskellä.

Kappahl

Ison vaateketjun tunnettuus on tämän ketjun ehdoton valtti. Lisäksi tuotteilla on edulliset hinnat ja sijainti liikkeelle on mitä erinomaisin. Sisäänkäyntejä on liikkeeseen kaksi Jyväskeskuksen sisältä sekä yksi kävelykadulta suoraan liikkeeseen. Liike tarjoaa vaatteita niin naisille, lapsille kuin miehille. Tuotevalikoimissa on ainoastaan heidän omia tuotemerkkejä, mutta niitä löytyy niin arkeen kuin juhlaankin. Heikkoina puolina yrityksellä on tuotevalikoiman samanlaisuus ja myyjien vähäisyys liikkeessä.

Yellow

Yritys sijaitsee torikeskuksessa ja on erikoistunut myymään housuja naisille. Tuotevalikoimaan kuuluu myös yläosia, mutta valikoiman yksipuoleisuus on tämän liikkeen heikoin kohta. Laadukkaita merkkejä on tarjolla, mutta liike ei ole tarpeeksi houkutteleva saamaan yritystä kasvamaan. Palvelu on tasokasta Yellowssa jonka vuoksi yritykselle on varmasti kasvanut kanta-asiakasjoukko, mikä tukee liikkeen myyntiä parhaiten.

TAULUKKO 2. Hinnoittelulaskelma (Raatikainen 2006, 185)

Yritys	Vahvat puolet	Heikot puolet
Vila Clothes	Franchising, Edulliset hinnat	Ketjun vuoksi valikoiman samanlaisuus kaikissa liikkeissä
Your Face	Vahva myymäläketjusto, laadukkaat tuotteet	Kalleus
Aleksi 13	Iso vaateketju, pitkä historia, paljon eri vaatemerkkejä	Myyjien vähäisyys
Kappahl	Franchising, edulliset hinnat	Valikoiman samanlaisuus
Yellow	Laadukkaat merkit	Valikoiman yksipuoleisuus

4.3 Yrityksen sijainti

Yrityksen sijainnilla on keskeinen merkitys, jotta saadaan näkyvyyttä sekä yrityksen kohderyhmäasiakkaat käymään liikkeessä. Yritystoiminta tulisi sijaita siellä missä markkinat ovat. Sijaintiin vaikuttavia tekijöitä markkinoiden lisäksi ovat kustannustekijät, työvoima, pääoma, raaka-aineet, ilmasto, visiot, ympäristö vaikutukset, kuljetusreitti, energia, kustannustekijät sekä lainsäädäntö. (Raatikainen 2006, 92 – 93.)

Yritys tullaan perustamaan johonkin Jyväskylän keskustan kauppakeskuksista keskele ydinkeskustaa. Hyviä vaihtoehtoja ovat Torikeskus, Jyväskeskus sekä Forum. Liiketila tullaan aluksi vuokraamaan ja myöhemmin yritystoiminnan vakaantuessa tullaan miettimään oman liiketilan ostoa. Kustannuksia kuukausivuokran muodossa nykyiseen liiketilaan kuluu arvion mukaan 900 €/kk vuokrattaessa 30 m². Lisäksi omis-

tajat yleensä pyytävät noin 2-3 kuukauden vuokravakuuden vuokrattavasta liiketilasta sekä uutta vuokralaista vakuuttamaan kyseisen liiketilan.

Yrityksen tuotevalikoimalla halutaan tavoittaa työikäiset aikuiset naiset, jotka haluavat näkyvyyttä niin työ- kuin arkipukeutumiseen. Liikepaikan valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat sen vuoksi keskeisyys. Toimistotöissä olevien naisten työpaikat sijaitsevat suurilta osin keskustan tuntumassa, ja siksi liikepaikka halutaan mahdollisimman keskeiselle paikalle, jotta uusi liike huomataan heti aluksi ja myös tulevaisuudessa. Näin ollen saavutetaan nopeammin tunnettuutta sekä ohikulkijoita käymään boutique-essa.

4.4 Aloittavan yrityksen markkinointi

Aloittavan yrityksen markkinoinnin tarkoituksena on tuoda yritystä sekä tuotteita potentiaalisten asiakkaiden tietoisuuteen. Markkinoinnin kohdistaminen oikeille asiakasryhmille on aluksi haasteellista ja aikaa vievää, joten oikeiden mainontakanavien löytäminen on ensiarvoisen tärkeää. Markkinoinnin tehtävänä on myös saada selville asiakkaiden tarpeet, ja toisaalta mahdollisesti luoda uusia tarpeita asiakkaille. (Raatikainen 2001, 37.)

Pienyrityksen markkinoinnin taistelukeinoja isoja yrityksiä vastaan on useita. Paljon on yrittäjästä itsestään kiinni kuinka paljon aikaa käytetään oman alan julkaisujen lukemiseen, markkinointikirjallisuuteen sekä suhdetoimintaan. Nämä kaikki edesauttavat pienyritystä selviytymään ja kehittymään isojen yritysten rinnalla ja saavuttamaan oman asiakaskuntansa. Tärkeää yrityksen markkinoinnissa on markkinaraon löytäminen ja siinä specialistiksi kehittyminen. Pienyrityksen tulee myös olla joustava tarjouksen ja tuotteen rakentamisessa säilyttääkseen kanta-asiakkaansa. Palvelun tulee liikkeessä olla hyvää ja laadukasta, koska se on kilpailukeinona korvaamatonta. Lisäksi kanssakäymisestä asiakkaan kanssa tulisi tehdä henkilökohtaista, jotta opitaan tuntemaan asiakas ja näin kartoittamaan paremmin hänen tarpeensa. (Kotler 2005, 108.)

4.4.1 Sissimarkkinointi

Maailmantalouden tämänhetkisen epävakaa tilanteen vuoksi erilaiset markkinoinnin muodot tulevat entistä tärkeämpinä esiin mukaan lukien sissimarkkinointi. Sissimarkkinointi tarkoittaa markkinointia, jossa yrittäjä käyttää enemmän järkeään kuin rahaa.

Sissimarkkinoinnissa käytetään markkinoinnin keinoja, jotka ovat epätyypillisiä normaaliin markkinointiin verraten. Tärkeintä on että sissimarkkinoija opiskelee asiakkaidensa ostokäyttäytymistä ja hän tavoittelee hyvää tulosta pelkkien myyntilukujen sijaan. (Parantainen 2005, 11.)

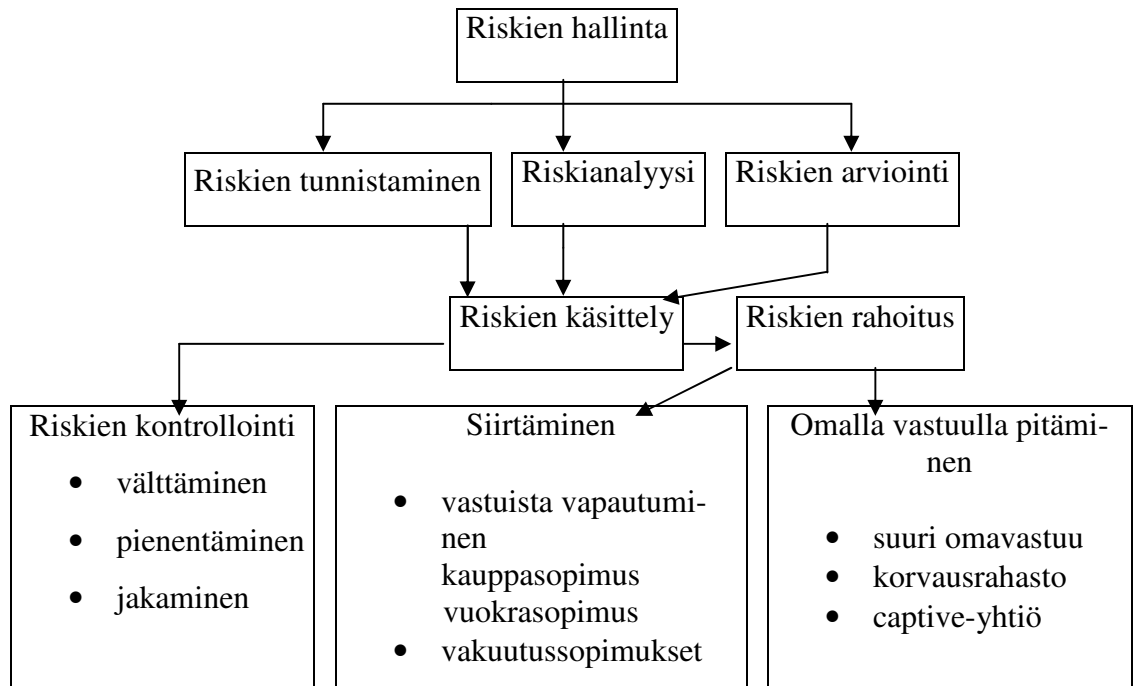
Sissimarkkinointi eroaa tavallisesta markkinoinnista usealla eri tavalla. Sissimarkkinoija ei hae pelkästään lineaarista kasvua asiakkaita hankkimalla, vaan huomattavasti rajumpaa geometrista kasvua. Toisin sanoen etsitään tilaisuuksia tehdä suurempia kauppoja jo olemassa olevien asiakkaiden kanssa. Myös yhteistyö kilpailijoiden kanssa kuuluu sissimarkkinointiin. Kilpailijoita ei pelätä vaan niistä yritetään hyötyä kaikin keinoin. Sissimarkkinoija toimii aina asiakkaansa eduksi, jos tilanne niin vaatii. Kilpailijaa voidaan myös suositella, mikäli siitä syntyy vaan lyhyen aikavälin tappioita. (Parantainen 2005, 16 - 17.)

Markkinoinnin eri menetelmät ovat sissimarkkinoijalle tärkeitä, koska hän ei usko yksittäiseen keinoon markkinoinnissa vaan laajempiin kokonaisuuksiin. Luonti on tärkeämpää kuin laskeminen kuinka monta kauppaa on tehnyt, sillä uuden hyvin hoidetun asiakassuhteen solmiminen tulee poikimaan lukuisia kauppoja myöhemmin. Tekniikkaa hyödynnetään kaikin tavoin, koska se on helppokäyttöistä ja edullista. Sissimarkkinoinnissa on oleellista ratkaista asiakkaan tarpeet, sen vuoksi tärkeintä on opetella tuntemaan asiakkaat. Luonteeltaan markkinointihenkinen myyjä soveltuu parhaiten sissimarkkinoijaksi, koska myynnin ja markkinoinnin rajat rikkoontuvat tätä markkinoinnin muotoa käyttäessä. (Parantainen 2005, 16 - 17.)

5 YRITYSTOIMINNAN RISKIT

Yritystoiminnassa riskien ottaminen on yritykselle olennainen osa liiketoimintaa. Riski on epäsuotuisan tapahtuman mahdollisuus, johon liittyy pelko taloudellisista menetyksistä. Osaan riskeistä liittyy myös voittomahdollisuus, tätä riskiä kutsutaan liikeriskiksi. Liikeriskit liittyvät yrityksen normaaliin toimintaan ja niihin liittyy tappion ohella tuotto-odotusten pieneneminen. Usein suuret voitto-odotukset sisältävät myös suuremman riskin eli tappion mahdollisuuden. Riskin sietokyky onkin yrittäjän tärkeä ominaisuus, koska yritystoiminnassa riskien arviointi ja riskien otto on arkipäivää. (Kinkki & Lehtisalo 1996, 180 - 181.)

Liiketoimintaan liittyy runsaasti erilaisia uhkatekijöitä, eikä niitä kaikkia edes osata ennakoida. Näitä ovat esimerkiksi sosiaaliset, poliittiset, taloudelliset sekä tekniset muutokset. (Kinkki & Lehtisalo 1996, 180). Osaan riskeistä voidaan kuitenkin varautua vakuuttamalla, ja näin ollen siirtää vastuu vakuutus sopimuksilla muiden kannettaviksi. Tyypillisesti tällaiset riskit ovat vahinkoriskejä ja niihin liittyy tappionvaara. Seuraukset ovat siis aina haitallisia riskin toteutuessa. (Kinkki & Isokangas 2002, 12.



KUVIO 1. Riskien hallinnan kokonaisuus (Kinkki & Isokangas 2002, 13 mukaillen)

5.1 Riskianalyysi

Yrityksen normaalin päätöksentekoprosessin osa on riskianalyysi. Sen edellytyksenä on riskien tunnistaminen. Tavoitteena on saattaa yrityksen tietoisuuteen riskit, joilta yrityksen on mahdollista myös suojautua taloudellisten tappioiden vähentämiseksi. (Kinkki & Isokangas 2002, 132.)

5.1.2 Henkilöriski

MOREnos yrityksen riskit ovat pienyritykselle tyypillisiä riskejä. Yrityksessä toimii ainoastaan kokopäiväisenä yksi työntekijä yrityksen omistaja, joten henkilöriski on täten huomioitava asia. Mikäli ainoa työntekijä esimerkiksi sairastuu, on yrityksellä koulutettu varatyöntekijä olemassa. Henkilöriski voi tulla yritykselle kalliiksi, sillä avainhenkilön sairastuttua, vammauduttua tai siirrettyä toisen yrityksen palvelukseen

uuden henkilön löytäminen että koulutus voivat viedä paljon aikaa ja rahaa. (Kinkki & Isokangas 2002, 125.)

5.1.3 Omaisuusriski

Omaisuusriski on myös huomioon otettava asia. Tämä riski kohdistuu yrityksen omaisuuden ja aiheuttaa sille vahinkoa. Omaisuus voi tuhoutua kokonaan, hävitä tai vaurioitua. Riskien kohteena on yrityksen kalusto, vaihto- ja käyttöomaisuus sekä ajoneuvot. Uhkatekijöinä omaisuudelle ovat tulipalo, savuvaurio, murto, vesivaurio sekä homevauriot. (Kinkki & Isokangas 2002, 125.) Näiden riskien vuoksi yrityksen paloturvallisuus on otettu erityisesti huomioon, ja yrityksen hälytysjärjestelmät tullaan tarkistamaan huolella. Myös mahdollisten vesivaurioiden osalta liike- ja varastotilat tullaan tarkastamaan huolella ennen liiketoiminnan aloittamista. Lisäksi yrityksellä on vakuutukset voimassa aineellisten vahinkojen korvaamiseksi.

5.1.4 Kilpailuriski

Jyväskylässä naistenvaatealalla on kova kilpailu ja tarjontaa on runsaasti saatavilla kaupungin kokoon nähden. Tämän vuoksi oikein hinnoitellut tuotteet, liiketilan oikea koko sekä liiketilan keskeinen sijainti ovat tärkeitä suojautumistoimenpiteitä tälle riskille. Lisäksi erikoistuminen alalla on tärkeää, koska tällöin mallistot erottuvat kilpailijoista ja markkinapaikka omalle pienyritykselle säilyy. Tärkeää on myös saavuttaa kanta-asiakkaita ja saada heidän asiointinsa pidettyä yrityksellä.

5.1.5 Kuljetusriski

Kuljetusriski muodostuu yrityksen eri materiaali- ja informaatiovirroista. On mahdollista että tilattu tavara ei saavu perille ehjänä, oikean määräisenä tai -laatuisena. Tavara saattaa myös hävitä matkalla tai olla saapumatta oikeana päivänä yritykselle. Kuljetusriski sisältää sekä yrityksestä lähtevän että yritykseen saapuvan informaatio- ja materiaalivirran. (Kinkki & Isokangas 2002, 126.)

Kuljetusriskin suojautumistoimenpiteenä on valita eri tavarantoimittajia, jotta riski saadaan minimoitua. Näin ollen voidaan vastaavaa tuotetta tilata toista kautta, mikäli tilaus jostain syystä viivästyy toisaalla. Kuljetusriskin varalle yritys tai tavarantoimittaja on vakuuttanut tavarantoimittajan, jotta mahdolliset kuljetusriskit saadaan korvattua myöhemmin.

5.1.6 Yhteiskunnallinen riski

Yhteiskunnalliset riskit liittyvät lainsäädännön sekä viranomaisten päätösten aiheuttamiin odottamattomiin tilanteisiin. Esimerkiksi verolainsäädäntö tai poliittiset tilanteet voivat muuttua. Yrityksille voidaan asettaa myös uusia velvoitteita, joista sen on selviydyttävä. (Kinkki & Isokangas 2002, 126.)

Maaailman taloustilanne ja siihen liittyvä taantuman pelko Euroopassa ja Yhdysvalloissa korostavat omalta osaltaan tämän riskin havainnoinnin tärkeyttä muutaman seuraavan vuoden ajan. Yritystä perustettaessa tulee entistä enemmän miettiä millä voilyymillä sitä lähdetään perustamaan ja onko omat tuotteet todella niin erilaisia, jotta asiakasvirtaa riittää. Myös pankkien luottamuspuola toisiaan kohtaan omalta osin vaikeuttaa lainansaantia, joten yrityksen perustamislaskelmat tulee olla erittäin realistiset. Toisaalta nyt on myös tärkeä miettiä perustaako yrityksen nyt vai odottaako maailman tilanteen rahamarkkinoiden rauhoittumista.

TAULUKKO 3. MOREnos yrityksen riskianalyysi (Raatikainen 2006, 188 mukailten)

Riski	Suojautumistoimenpide	Mahdollinen vakuutus
Henkilöriski	koulutettu varatyöntekijä	
Omaisuusriski	paloturvallisuus, Turvallisuuden priorisointi	Vakuutus
Kilpailuriski	oikein hinnoitellut tuotteet, liiketilan oikea koko ja keskeinen sijainti. Erikoistuminen	
Kuljetusriski	useita tavarantoimittajia	Vakuutus
Yhteiskunnallinen riski	Yrityksen koko, lainan määrä	

6 RAHOITUS

Yrityksen perustaminen edellyttää pitkäjänteistä ja huolellista talouden suunnittelua. Yrityksen rahoituksen tarve selviää liiketoimintasuunnitelmasta, josta nähdään yrityksen perustamislaskelmat. Suunnitelmallisuus sekä tarkat perustamislaskelmat ovat tärkeässä asemassa kun haetaan yritykselle lainaa liiketoiminnan aloittamiseen.

Aloittavan yrityksen menot syntyvät jo ennen varsinaisten tulojen syntymistä, joten rahoituksen tarve on tällöin suuri heti jo alkumetreillä. Liiketoiminnan alkuvaiheessa yritys tarvitsee rahaa käyttöomaisuuden hankkimiseen. Käyttöomaisuus muodostuu koneista, laitteista sekä kalustosta. (Yrityksen rahoituksen tarve 2008.) Lisäksi rahaa tarvitaan käyttöpääomaan toiminnan alussa.

6.1 Lainanhakuprosessi

Pankista lainaa haettaessa tulee aloittavalla yrityksellä olla kannattavuuslaskelmat tehtynä sekä haettavan lainan käyttötarkoituksen selvitys paperilla. Realistinen suunnitelma helpottaa lainan saantia, koska uskottavat kannattavuuslaskelmat auttavat pankkivirkailijaa tekemään lainanmyöntöpäätöksen tukeutuen pankin ehtoihin sekä uuden aloittavan yrityksen tulevaisuuden näkymiin. Lisäksi pankin omat tarkastajat haluavat tietää mihin käyttötarkoitukseen lainat myönnetään, siksi perustelut ovat myös pankin puolesta tärkeitä. (Översti 2008.)

Överstin mukaan alkuvaraston ja kassajärjestelmien hankkimiseen yksi hyvä lainavaihtoehto on velkakirjalaina. Puolestaan ostojen rahoittamista ja kassavirtaa tasoittamaan on valittavana muun muassa luotollinen yritystili. Yhden täyden tilikauden jälkeen yrityksellä on lisäksi mahdollisuus hakea luottokorttia. (Översti 2008.)

Lainan vakuudeksi tarvitaan takaaja. Yksi henkilö pystyy takaamaan lainaa 17 000 € asti. Vakuudeksi voidaan tarvittaessa ottaa myös asunto tai yrittäjän omalle varallisuudelle voidaan laskea vakuusarvo. Lainanhaku prosessissa täytetään takaajan tiedot lomake niin takaajan kuin hakijankin osalta kirjanpidollisista syistä. Lomake liitetään rahoituspäätökseen. Lomake löytyy liitteestä 1. Lisäksi täytetään tietoja yrityksen taloudellisesta tilanteesta lomake. Kyseinen lomake löytyy liitteestä 2. Luotonhakijan osalta maksukykylaskelma, hakijan velat, hakijan varallisuus sekä hakijan antamat

takaukset ovat oleellinen osa lainanmyönnössä käsiteltävistä kokonaisuuksista. (Översti 2008.)

MOREnos yrityksen rahoitus koostuu omista sijoituksista, joita on 10 000 euron arvosta rahana sekä 5000 euron arvosta koneina ja laitteina. Lisäksi tarvitaan 10 000 € suuruinen velkakirjalaina pankista kattamaan yrityksen alkuvaiheen rahoitusta. Lainan vakuudeksi yrittäjä joutuu ottamaan takaajan. Takaajaksi on lupautunut yrittäjän lähi sukulainen.

6.2 Rahoituksen järjestäminen

Alla olevassa kaaviossa käydään läpi oman rahoituksen osuus sekä ulkopuolisen rahoituksen tarve. Omia sijoituksia on rahana 10 000 euroa sekä koneina ja laitteina 5000 euron arvosta. Laiteomaisuutena muun muassa puhelin, tietokone, tulostin, faxi, TV, cd- soitin, taukotilan kahvinkeitin sekä mikro.

Ulkopuolisen rahoituksen tarve on 10 000 euroa. Tuolla rahasummalla tullaan rahoittamaan muun muassa alkuvarasto 6000 euron arvosta sekä osa alkukuukausien yleiskustannuksista kuten takuuvuokra.

TAULUKKO 4. Rahoituksen järjestäminen (Raatikainen 2006, 189 mukailleen)

Oma rahoitus	Oma sijoitus rahana	10.000 €
	oma sijoitus omaisuutena, koneet ja laitteet	5.000 €
	Yhteensä	15.000 €
Ulkopuolinen rahoitus	Pitkäaikaiset lainat	10.000 €
	Yhteensä	10.000 €

6.3 Perustamislaskelmat

6.3.1 Investointilaskelma

Investointilaskelmasta käy ilmi mihin liiketila- ja tavara hankintoihin yrityksellä kuluu rahaa yritystoiminnan alkuvaiheessa. Liiketilän korjauksiin ja muutostöihin varaudutaan 1000 euron suuruisella summalla, lisäksi koneisiin ja laitteisiin kuten kassapäätteeseen kuluu rahaa yhteensä 1300 euroa. Investoinnit tekevät yhteensä 2530 euroa.

TAULUKKO 5. Investointilaskelma (Raatikainen, 2006, 190)

Liiketilat	Liiketilöjen korjaus ja muutostyöt	1000 €
Koneet ja laitteet		500 €
Irtaimisto ja sisustus	Toimistokalusteet	500 €
	Toimistotarvikkeet	300 €
Yhteensä		2300 €
	Kustannusylitysvaraus 10 %	230 €
Investoinnit yhteensä		2530 €

6.3.2 Käyttöpääoman tarvelaskelma kahdelle kuukaudelle

Käyttöpääoman tarvelaskelma kertoo mihin yrityksellä kuluu rahaa ensimmäisien kahden kuukauden aikana. Yrityksen perustamisilmoitus maksaa 65 euroa. Markkinointiin on arvioitu menevän 500 euroa. Alkuvaraston hankintaan on varattu 6000 euroa, tarkempi hinta täsmentyy kun viimeiset kaupat lyödään lukkoon tavarantoimittajien kanssa. Vuokriin menee vuokravakuuden kanssa yhteenlaskettuna 3600 euroa. Yrittäjän oma palkka on 1500 euroa kuukaudessa eli 3000 euroa kahdessa kuukaudessa. Yrittäjän eläkevakuutukseen yrittäjän tuloista menee 463,50 €. Alle 53-vuotiaille yrittäjille YEL-vakuutusmaksu on 20,8 %. Yrittäjä joka aloittaa yritystoimintaansa ensimmäistä kertaa on oikeutettu 25 % alennukseen YEL maksuista, lopullinen prosentti on siten 15,45 %. (Holopainen 2006, 302.) Yleiskustannuksiin on laskettu me-

nevän 1430 euroa. Lisäksi on huomioitava kustannusylitysvaraus 10 %. Käyttöpääoman tarve on täten 15 926,35 euroa kahdelle ensimmäiselle kuukaudelle.

TAULUKKO 6. Käyttöpääoman tarvelaskelma (Raatikainen 2006, 191)

Yrityksen perustamiskulut	Yhtiön rekisteröinti	65 €
Markkinointi	Ikkunateippaukset	100 €
	Mainoskirjeet	100 €
	Muu mainosmateriaali	300 €
Alkuvarasto		6000 €
Vuokrat	liiketilän vuokra 2 kk	1800 €
	vuokravakuus	1800 €
Palkat	yrittäjälle	3000 €
Sivukulut (YEL)		463,50 €
Yleiskustannukset 2 kk	Yrityksen vakuutukset	100 €
	Puhelin	100 €
	Sähkö	70 €
	Tietoliikenne	70 €
	Toimistokulut	60 €
	Postikulut	50 €
	Käteiskassa	400 €
Yhteensä		14 478,50 €
	Kustannusylitysvaraus 10 %	1447,85 €
Käyttöpääoma yhteensä		15 926,35 €

6.3.3 Rahoitustarvelaskelma eli yritysideoan hinta

Rahoitustarvelaskelmasta käy ilmi yritysideoan hinta. Rahan tarve yhteensä MOREnos yritykselle tulee olemaan 18 456,35 euroa. Tämä summa sisältää kaikki investoinnit, käyttöpääoman sekä kustannusylitysvarauksen, joka on 10 % käyttöpääoman sekä investointien yhteenlasketusta summasta. Yrityksellä on omaa rahoitusta 10 000 eurolle sekä ulkopuolista rahoitusta 10 000 euroa, joten sillä saadaan katettua menot, kun rahan tarve on yhteensä 18 456,35 euroa.

TAULUKKO 7. Yritysidean hinta (Raatikainen 2006, 192)

Investoinnit	2300 €
Käyttöpääoma	14 478,50 €
Kustannusylitysvaraus	1677,85 €
Rahan tarve yhteensä	18 456,35 €

6.3.4 Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle

Myyntikatetarvelaskelman ideana on saada selville miten paljon tuotteita joudutaan myymään, että saavutetaan ainakin nollatulot. Yrityksellä menee ensimmäisen vuoden aikana lainojen lyhennyksiin 5000 euroa ja lainojen korkoihin noin 7 % riippuen korkojen kehityksestä. Käyttökattarve on rahoitustarve 5000 euroa sekä lainojen korot yhteenlaskettuna 5350 euroa. Vuokriin, palkkoihin sekä muihin kiinteisiin kuluihin menoerä on yhteensä 38 881 euroa. Myyntikatetarve on siten käyttökattarve yhteenlaskettuna vuokran, palkkojen, palkkojen sivukulujen sekä muiden kiinteiden kulujen kanssa yhteensä 44 231 euroa vuodessa. Kannattavan liiketoiminnan raja siis saavutetaan euromäärällä 44 231 ja vasta tämän päälle tulevat eurot alkavat tuottaa voittoa.

TAULUKKO 8. Myyntikatetarvelaskelma ensimmäiselle toimintavuodelle (Raatikainen 2006, 193)

Minimitulostavoite		+/-0
Lainojen lyhennykset		5000 €
Rahoitustarve		5000 €
Lainojen korot	n. 7 %	350 €
Käyttökattarve		5350 €
Vuokrat		10800 €
Palkat		18000 €
Palkkojen sivukulut		2781 €
Muut kiinteät kulut		
	Markkinointi	1500 €
	Yrityksen vakuutukset	600 €
	Puhelin	600 €
	Sähkö	420 €

	Tietoliikennekulut	420 €
	Toimistokulut	360 €
	Postikulut	300 €
	Korjaukset ja huollot	500 €
	Siivous	200 €
	Käteiskassa	2400 €
Muut kiinteät kulut yht.		7 300 €
Yhteensä		38 881 €
Myyntikatetarve		44 231 €

6.3.5 Ensimmäisen vuoden myyntitarvelaskelma

Asiakkaan keskiostos 20 € ilman alv. Tunnissa 2 asiakasta ja päivässä 16 asiakasta. 96 asiakasta viikossa ja kuukaudessa 384 asiakasta. 1. toimintavuoden myynti 92 160 € eli 4608 asiakasta vuodessa. Yrityksen katetuottotavoite on 33 %. Laskukaavana on käytetty myyntitarvelaskelmaa. (Raatikainen 2006, 137.)

$$\text{Liikevaihtotarve} = \frac{44231 \times 100}{x} = 33$$

x

$$x = \frac{44231 \times 100}{33}$$

33

x = 134 033, 33 €. Tähän lisätään toimialan arvonlisävero 22 %, niin saadaan myyntitarve.

$$134\,033,33 \times 1,22(\text{alv}) = 163\,520,66 \text{ €}$$

1 vuoden myyntitarve 163 520, 66 €

6.3.6 Tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle

Myynnin MOREnos yritykselle arvioidaan olevan ensimmäisenä toimintavuotena 92 160 euroa ja myyntikatetarve yritykselle nollatuloksella on 44 231 euroa. Tulossuunnitelman tarkoituksena on laskea yrityksen tulos ennen veroja. Liikevaihto MOREnos yrityksellä on laskelmien mukaan 90 316,80 euroa ja myyntikate 88 316,80 euroa.

Lisäksi käyttökate on 49 435,80 euroa. Yrityksen rahoitustulos on siten 49 085,80 euroa ja tulos ennen veroja 42085,80 €.

TAULUKKO 9. Tulossuunnitelma 1. toimintavuodelle (Raatikainen 2006, 195)

Tulossuunnitelma		euroa
Myyntitulot		92 160 €
– alennukset (kilpailuti- lannevaraus 2 %)		1843,20 €
LIKEVAIHTO		90 316,80 €
Muuttuvat kulut	aineet ja tarvikkeet	2000 €
MYYNTIKATE		88 316,80 €
Kiinteät kulut	palkat+ sivukulut	20 781 €
	vuokrat	10 800 €
	muut kiinteät kulut	7 300 €
Kiinteät kulut yhteensä		38 881 €
KÄYTTÖKATE		49 435,80 €
– korot ja muut rahoitus- kulut		350 €
RAHOITUSTULOS		49 085,80 €
– lainojen lyhennykset		5000 €
TOIMINNALLINEN NETTOTULOS		44 085,80 €
+/- Muut tuotot/kulut		– 2000 €
TULOS (ennen veroja)		42085,80 €

7 ARVIO KOKO YRITYSHANKKEESTA

MOREnos yrityksen perustamista puoltaa monta asiaa lukuina. Yritystoiminta on kannattavaa ja lainan määrä suhteellisen pieni, johtuen yrittäjän omista säästöistä. Menot pystytään pitämään kurissa maahantuoja kilpailuttamalla ja hankintojen yhteydessä tarkasti vaihtoehtoja punnitin. Yrityksen liiketoiminta aloitetaan pienimuotoisesti vuokratiloissa, eikä omaa liiketilaa hankita ennen kuin tiedetään yrityksen todellinen kannattavuus useamman vuoden jälkeen.

MOREnos yrityksen vahvuuksia tuottavuus lukujen lisäksi on tuotevalikoima, joka on täysin erilainen kuin muilla vaateliikkeillä Jyväskylässä. Mahdollisuuksia yrityksellä on kasvattaa tunnettuutta joka vuosi ja erinomaisten asiakaskokemusten pohjalta saada vakiinnettua oma asiakaskunta yritykselle. Yritystoiminnan pyörähdettäessä käyntiin on tuotevalikoiman räätälöintiin mahdollisuus, jos asiakkaat kokevat siinä olevan puutteita tai jos huomataan, että jotain tiettyä tuotetta menisi vieläkin enemmän kaupaksi.

Yrityksen heikkoudet ovat tunnettuuden puute. Uuden yrittäjän suhdetoiminta on myös vähäistä verrattuna alalla pidempään oleviin. Varsinaisia uhkia yrityksen perustamiseen on heikentynyt taloustilanne. Pankeista on tällä hetkellä vaikeampi saada lainaa ja yritystoiminnan riskit ovat liian suuret aloitettavaksi vaatealan liiketoimintaa Jyväskylän alueelle.

Yritystoimintaa ei aloiteta heti, johtuen globaalista finanssikriisistä. Nyt kun koko liiketoimintasuunnitelma on valmiina, pystytään tarkkailemaan markkinoiden kehitystä. Sen jälkeen vasta myöhemmässä vaiheessa päätetään milloin on oikea aika tulla markkinoille. Lisäaikaa tarvitaan myös maahantuojien kilpailuttamiseen ja kunnan toimitilan löytämiseen. Yrityksen perustamisella ei ole kiire, koska yrittäväksi aikovalla on vakituinen työsuhde. Maailman taloustilanteen ollessa näinkin synkkäennusteinen ainakin seuraavat kaksi vuotta on yrityksen perustamista päätetty lykätä.

LÄHTEET

- Carolina Herrera. n.d. Viitattu 23.11.2008. [Http://www.carolinaherrera.com](http://www.carolinaherrera.com) , Communications, Biographies, Carolina Herrera.
- Esteban. 2004. Viitattu 22.11.2008. [Http://estebancortazar.com](http://estebancortazar.com), Esteban.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1995. Teemahaastattelu. 7 p. Helsinki: Yliopistopaino.
- Holopainen, T. 2006. Establishing and doing Business in Finland. 3., uudistettu p. Helsinki: Edita.
- Kinkki, S. & Isokangas, J. 2002. Yrityksen perustoiminnot. 1-3 p. Vantaa: WSOY.
- Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 1996. Yritystietous. Porvoo: WSOY.
- Kotler, P. 2005. Kotlerin kanta. Markkinoinnin maailmanauktoriteetti vastaa kysymyksiin. Helsinki: Rastor.
- Kvalitatiivinen tutkimus. 2007. Taloustutkimus Oy. Viitattu 20.05.2008. [Http://www.taloustutkimus.fi](http://www.taloustutkimus.fi), Tuotteet ja palvelut, Tiedonkeruuratkaisut ja monitilaja tutkimukset, Kvalitatiivinen tutkimus.
- Mononen, M. 2008. Yksityisyrittäjä. Haastattelu 28.09.2008.
- Parantainen, J. 2005. Sissimarkkinointi. Hämeenlinna: Talentum Media.
- Parkkinen, K. 1999. Yrittämisestä ammatti? Helsinki: Edita.
- Perustaminen. 2008. Patentti- ja rekisterihallitus. Viitattu 23.11.2008. [Http://www.prh.fi](http://www.prh.fi), Kaupparekisteri, Yksityinen elinkeinonharjoittaja, Perustaminen.
- Perustamistoimet. n.d. Viitattu 23.11.2008. [Http://nordea.fi](http://nordea.fi), Yritykset ja yhteisöt, Yrityksen vaiheet, Aloittava yritys, Toiminnan aloittaminen, Perustamistoimet.
- Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2 p. Saarijärvi: Gummerus kirjapaino.
- Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5 p. Helsinki: Edita.
- Yrityksen perustajan opas, silta yrittäjyyteen. 2006. 13. uudistettu p. Helsinki: Edita Publishing.
- Yrityksen perustamisopas käytännön perustamistoimet. T&E keskus yritysosasto. 2000. 10., uudistettu p. Helsinki: Edita.

Yrityksen rahoituksen tarve. 2006. Opetushallitus. Viitattu 01.10.2008.
<http://www.edu.fi>, Oppimateriaalit, Yrityksen lainarahoitus, Yrityksen rahoituksen tarve.

Översti, K. 2008. Rahoituspäällikkö, Yriyspalvelut, Keski-Suomen Osuuspankki. Haastattelu 31.01.2008.

LIITTEET

Liite 1 Takaajan tiedot lomake



TAKAAJAN TIEDOT

1 (1)

Liite rahoituspäätökseen

PÄÄVELALLINEN	Sukunimi ja etunimet	Henkilötunnus		
TAKAAJAN TIEDOT	Takaajan nimi, ammatti ja osoite	Henkilötunnus		
		Puhelin kotiin ja matkapuhelin		
TYÖSUHDE	Työnantajan nimi	Puhelin toimeen		
	Bruttotulot yhteensä €/kk (päätoimesta/sivutoimesta)	Nettotulot yhteensä €/kk (päätoimesta/sivutoimesta)		
	Työsuhte alkoi pp.kk.vv	Työsuhte on <input type="checkbox"/> Vakituinen <input type="checkbox"/> Määräaikainen		
	Muut tiedossa olevat työsuhteen jatkuvuuteen vaikuttavat tekijät			
TAKAAJAN LUOTOT MUILLE PANKEILLE SEKÄ MUUT VELAT JA VASTUUT	Velan määrä	Käyttötarkoitus	Velanantaja	Yhteisvelallinen/Päävelallinen
	0,00	Takaajan kaikki velanhoitomenot kuukaudessa yhteensä		euroa.
	Onko takaajalla ollut muita kuin vähäisiä maksuviivästyksiä?			
Onko takaajalla ollut tuomioistuimen myöntämä velkajärjestely tai yrityssaneeraus?				
TAKAAJAN ANTAMAT TAKAUKSET	Rahamäärä	Kenen vastuista annettu		
TAKAAJAN VARALLISUUS	Varallisuuden laji (kuten kiinteistöt, asunto-osakkeet yms.)	Koko omaisuuden käypä arvo €	Takaajan omistusosuus	Onko varallisuus vakuutena, missä?
	Sijoitusvarallisuuden laji Talletukset			
	Arvo-osuustilit			
	Rahasto-osuudet			
	Säästövakuutukset			
	Eläkevakuutukset			
	Jos varallisuus on muun kuin oman luoton vakuutena, velallisen nimi			Päävelan määrä
LISÄTIEDOT	Luotonhoitokyyky €/kk (takaajan arvio)			
HENKILÖLUOTTOTIETOJEN KÄYTTÖ	Pankki käyttää luottoa myöntäessään ja valvoessaan sekä takausta tai panttia hyväksyessään sitoumuksen antajan henkilöluottotietoja. Luottotiedot hankitaan Suomen Asiakastieto Oy:n luottotietorekisteristä.			
ALLEKIRJOITUKSET	Edellä olevat tiedot vakuutan oikeiksi.			
	Päivämäärä ja paikkakunta	Takaajan allekirjoitus		

Liite 2 Tietoja yrityksen taloudellisesta tilanteesta 1/2


**TIETOJA YRITYKSEN TALOUDELLISESTA
TILANTEESTA** 1 (2)
Yksityistakaaja tai yksityinen pantinantaja

YRITYKSEN TIEDOT	Yrityksen nimi ja osoite	Toiminnan aloittamis- vuosi	Y-tunnus
YRITYKSEN TOIMINNAN LAAJUUS, KESKEISET VARAT JA VELAT	Tiedot perustuvat yrityksen viimeksi laatiman tilinpäätöksen tietoihin <input type="checkbox"/> Tilinpäätöstietoja ei ole saatavissa. Syy:		Tiedot annettu <input type="checkbox"/> Markkoissa <input type="checkbox"/> Euroissa
	Toiminnan laajuus		
	Edellisen tilikauden liikevaihto	Edellisen tilikauden voitto/tappio	Työntekijöiden määrä
	Vastaavaa		Vastattavaa
	Pysyvät vastaavat		Oma pääoma
	Vaihtuvat vastaavat		Tilinpäätössiirtojen kertymä
			Pakolliset varaukset
		Vieras pääoma	
Vastaavaa yhteensä		Vastattavaa yhteensä	
Vieraan pääoman määrä tämän asiakirjan allekirjoitushetkellä		Vieraan pääoman määrä	
MUITA TIETOJA YRITYKSEN TILANTEESTA	Olenneiset muutokset yrityksen maksukyvyssä viimeisimmän tilinpäätöksen jälkeen		
	Onko yrityksellä ollut muita kuin vähäisiä maksuviivästyksiä		
	Onko yrityksellä ollut tuomioistuimen myöntämä yrityssaneeraus?		
	Yrityssaneeraus voi raueta yrityssaneerauksesta annetun lain (25.1.1993/47) mukaisten edellytysten täyttyessä.		
YRITYKSEN ANTAMAT TAKAUKSET JA PANTIT (yleis- ja erityis- vakuudet)	Rahamäärä	Kenelle annettu	
	Edellä olevat tiedot perustuvat luotonhakijan pankille antamiin tietoihin eikä pankki vastaa niiden oikeellisuudesta. Tässä asiakirjassa mainittu velallisen varallisuus ei ole ilman eri sitoumusta haettavan luoton vakuutena.		
PANKKI TÄYTTÄÄ	Päivämäärä	Pankin nimi	
ILMOITTAJA- PANKISSA OLEVAT LUOTOT	Tililuotoissa ja muissa limiittyyppisissä luotoissa ilmoitetaan myönnetty määrä luottokohtaisesti ja muissa luotoissa jäljellä oleva pääoma luottokohtaisesti.		
TIETOJA TÄY- TETAKAUKSEN TAI TÄYTE- PANTIN ANTA- JALLE	Ensisijainen pantti		Ensisijaista panttia paremmalla etusijalla olevat kiinnitykset pääomaltaan yhteensä
	Velat, joista ensisijainen pantti vastaa ennen haettavaa luottoa		
MAKSUHÄIRIÖ- MERKINNÄT	Suomen Asiakastieto Oy:n luottotietorekisterissä olevat maksuhäiriömerkinnät Luotonhakijalla maksuhäiriötä <input type="checkbox"/> Ei <input type="checkbox"/> Kyllä Suomen Asiakastieto Oy:ltä saatu printti liitteeksi silloin, kun yrityksellä on maksuhäiriömerkintöjä (printti ei saa sisältää asiakashäiriörekisterimerkintää → asiakashäiriömerkintä voi olla vain yksityishenkilöllä).		
MUUT MAKSU- VIIVÄSTYKSET (mm. tilinylityk- set)			
TIETOJEN ANTAMINEN	Pankilla on oikeus luovuttaa ehdottomilleni takaaajille ja pantinantajille tämä asiakirja liitteineen ja muita yrityksen maksukykyyn liittyviä tietoja.		

Katuosoite

Puhelin

Faksi

www.op.fi

Sähköposti

Y-tunnus

Kotipaikka

Liite 2 Tietoja yrityksen taloudellisesta tilanteesta 2/2**TIETOJA YRITYKSEN TALOUDELLISESTA 2 (2)
TILANTEESTA
Yksityistakaaja tai yksityinen pantinantaja**

ALLEKIRJOITUKSET	Allekirjoittanut vakuuttaa edellä olevat tiedot oikeiksi. Päivämäärä ja paikka
	Luotonhakijan allekirjoitus
	Olen saanut viimeistään takaus-/panttaussitoumuksen allekirjoituspäivänä tiedon tämän asiakirjan sisällöstä sekä vastaanottanut siitä jäljennöksen. Päivämäärä ja paikka
	Takaajan/pantinantajan allekirjoitus
	Takaajan/pantinantajan allekirjoitus