

Soodapuhallusyrityksen perustaminen
Liiketoimintasuunnitelma

Tommi Kilvio

Kaupan ja kulttuurin osaamisala
Liiketalouden opinnäytetyö
Tradenomi

TORNIO 2014

TIIVISTELMÄ

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU, Kaupan ja kulttuurin toimiala

Koulutusohjelma:	Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä(t):	Tommi Kilvio
Opinnäytetyön nimi:	Soodapuhallusyrityksen perustaminen – liiketoimintasuunnitelma
Sivuja (joista liitesivuja):	42 (2)
Päiväys:	28.11.2014
Opinnäytetyön ohjaaja:	Jukka Lauri
<p>Opinnäytetyön aiheena oli liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustettavalle soodapuhallusyritykselle. Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä laadullista tutkimusmenetelmää käyttäen. Tavoitteena oli tutkia, millainen on hyvän liiketoimintasuunnitelman rakenne, ja mitä asioita tulisi ottaa huomioon yrityksen perustamisessa. Tavoitteena oli tuottaa laadukas liiketoimintasuunnitelma ja selvittää, onko soodapuhallusyrityksen perustaminen taloudellisesti kannattavaa.</p> <p>Opinnäytetyön teoria rakennettiin ammatilliseen kirjallisuuteen pohjautuen. Apuna käytettiin alalla toimineelle yrittäjälle tehtyä haastattelua. Lähteinä käytettiin internetiä, kirjoja ja lehtien artikkeleita, joissa käsiteltiin yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja laajasti liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueita. Oman liiketoimintasuunnitelman tueksi tehtiin markkinatutkimus, jotta ymmärrettäisiin mahdollisen kuntapuolen asiakkaan tarpeet.</p> <p>Yrittäjälle tehdyssä teemahaastattelussa käytiin läpi asioita, joita yrityksen perustamisessa, toiminnassa ja liiketoimintasuunnitelman laadinnassa tulisi ottaa huomioon. Samalla selvitettiin yrittäjän näkemyksiä soodapuhalluksesta ja sen käyttökohteista. Markkinatutkimus toteutettiin Oulun kaupungin työntekijöiden teemahaastatteluina, ja sillä selvitettiin yrityksen markkinapotentiaalia kuntapuolella.</p> <p>Liiketoimintasuunnitelman osana tehdystä taloussuunnitelmasta voidaan päätellä, että soodapuhallusyrityksen perustaminen on taloudellisesti kannattavaa. Valmista liiketoimintasuunnitelmaa voidaan hyödyntää haettaessa ulkopuolista rahoitusta yrityksen toiminnan aloittamiseen, ja sitä voidaan käyttää perustettavan yrityksen tukena sen alkuvaiheesta alkaen.</p>	
Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, yrityksen perustaminen, yrittäjyys	

ABSTRACT

LAPLAND UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business and Culture

Degree programme:	Business Administration
Author(s):	Tommi Kilvio
Thesis title:	Establishing a soda blasting company – business plan
Pages (of which appendixes):	42 (2)
Date:	28.11.2014
Thesis instructor:	Jukka Lauri
<p>The topic of this thesis is compiling a business plan for a new soda blasting company. This practice-based thesis was made via the qualitative research method. The objective of this research was to examine what the structure of a good business plan is and which details need to be taken into account when establishing a company. Another objective was to produce a good business plan and to determine if establishing a soda blasting company is economically viable.</p> <p>The theoretical framework of this research relies on professional literature discussing the topics of this research, consisting of professional books, Internet articles and a theme interview of a former entrepreneur in the soda blasting industry. The theory discusses the aspects of a company's establishment and more broadly the theory of a business plan. A market research was conducted to find out the needs of a potential municipality customer.</p> <p>The theme interview was carried out by interviewing an entrepreneur. In the theme interview, the main points establishing a company, a company's operations and the aspects that are to be taken into account when creating a business plan were covered in detail. The market research was carried out by interviewing the employees of city of Oulu to clarify the market potential of the company on municipal side.</p> <p>From the financial plan which was compiled for the business plan, it can be concluded that establishing a soda blasting company is economically viable. The finalized business plan can be used when applying for external funding for starting up a business and it can be used as a support tool for the newly established company in its early stage of its operations.</p>	
Asiasanat: business plan, establishing a company, entrepreneurship	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	3
ABSTRACT	4
SISÄLLYS	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tietoa soodapuhalluksesta	7
1.2 Opinnäytetyön tavoite, tutkimuskysymykset ja rajaus.....	8
1.3 Tutkimusmenetelmän valinta ja perustelut	9
2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN	10
2.1 Yrittäjyys.....	10
2.2 Yritysmuodot	11
2.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi	11
2.2.2 Osakeyhtiö	12
2.3 Rahoitus	13
3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	15
3.1 Liikeidea.....	15
3.2 SWOT-analyysi.....	16
3.3 Tavoitteet ja visio.....	17
3.4 Kilpailu.....	18
3.5 Asiakkaat ja markkinointi	18
3.6 Henkilöstösuunnitelma.....	19
3.7 Talous.....	20
4 EMPIIRISEN AINEISTON HANKINTA	21
4.1 Markkinatutkimus	21
4.2 Markkinatutkimuksen tulokset ja pohdinta.....	22
5 SOODAPLUS OY:N LIKETOIMINTASUUNNITELMA	25
5.1 Yritysmuodon valinta.....	25
5.2 Liikeidea.....	25
5.3 SWOT-analyysi.....	26
5.4 Tavoitteet ja visio.....	28
5.5 Kilpailu.....	29
5.6 Asiakkaat ja markkinat.....	30
5.7 Markkinointisuunnitelma	30

5.7.1 Tavoitteet	30
5.7.2 Markkinointikanavat ja toteutus.....	31
5.8 Henkilöstösuunnitelma.....	32
5.9 Taloussuunnitelma	33
5.9.1 Ensimmäinen toimintavuosi.....	34
5.9.2 Toinen toimintavuosi	37
6 POHDINTA	39
LÄHTEET	40
LIITTEET	42

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tehdä liiketoimintasuunnitelma Oulun seudulle tulevaisuudessa perustettavalle soodapuhalluspalveluja tarjoavalle yritykselle. Kuulin soodapuhalluksesta ensimmäisen kerran joitakin vuosia sitten rakennusalalla olleelta ystävältäni, joka kertoi alan huikeasta potentiaalista, sillä käyttökohteita soodalla oli rajattomasti ja työllä korkeat katteet. Aiheen valintaan vaikuttaa se, että olen aina ollut kiinnostunut yrittäjyydestä ja miettinyt oman yrityksen perustamista. Yrittäjäksi ryhtymisen ajatusta ovat voimakkaasti ajaneet toivo paremmasta tulotasosta ja päätöksenteon vapaudesta omien työskentelytapojen suhteen. Tämän opinnäytetyön avulla minulla on mahdollisuus selvittää, onko soodapuhallus juuri se ala, jolle kannattaa alkaa yrittäjäksi. Aloittavan yrityksen toimintaan liittyy kuitenkin paljon erilaisia riskejä, mutta juuri tällä hetkellä Suomi tarvitsee uutta toivoa, sillä taloudellinen taantuma on jatkunut jo pitkään, uusia yrittäjiä ja heidän luomiaan työpaikkoja tarvitaan paikkaamaan eläkkeelle jäävien suurten ikäluokkien jättämää aukkoa kansantaloudessamme.

1.1 Tietoa soodapuhalluksesta

Soodapuhallus keksittiin New Yorkissa vuonna 1985, kun insinöörit miettivät, miten voisivat puhdistaa vapauden patsaan kuluttamatta sen pintaa ja saastuttamatta lähialueen vesistöä tai muuta ympäristöä. Hiekkapuhallus oli pois suljettua, koska se olisi vahingoittanut vapauden patsaan kuparipintaa, joten insinöörit keksivät kokeilla vaihtoehtoisena puhallusmenetelmänä soodapuhallusta, kun tiedettiin, ettei soodalla ollut haittaavaa vaikutusta luontoon. Testausten jälkeen myös huomattiin, ettei soodalla ollut hiovaa vaikutusta mm. alumiiniin, kupariin, puuhun eikä edes lasipintaan. Sooda ei aiheuttanut myöskään vahinkoja esineiden tiivisteille, laakereille tai muille liikkuville osille. Soodapuhalluksen menestystarina oli näin saanut alkunsa. (Nordblast Suomi 2014, haku-päivä 10.11.2014.)

Soodapuhaltaminen toimii käytännössä samalla periaatteella kuin hiekkapuhaltaminen. Ruiskutettavana aineena käytetään hiekan sijasta natriumbikarbonaattikiteitä eli tavallista ruokasoodaa, jonka eron huomaa marketista saatavasta ruokasoodasta vain isommasta raekoosta. Soodakide on paljon pehmeämpi materiaali kuin hiekka, joten soodapuhaltaminen ei vahingoita eikä lämmitä puhdistettavaa pintaa. Soodan ja ilman seos ammu-

taan puhdistettavaan kohteeseen noin 3–10 barin paineella, jolloin soodarae hajoaa. Myös puhallusjäte on helpompaa käsitellä kuin hiekkapuhalluksessa. Jätettä syntyy kuudesosa verrattuna hiekkapuhaltamiseen, eikä sitä tarvitse erikseen kerätä talteen, sillä soodajauhe on PH-arvoltaan neutraalia, vesiliukoista ja luontoon hajoavaa. Tämä mahdollistaa menetelmän monipuolisemman käytön, sillä esimerkiksi lasipinnan reunoja puhallettaessa ei lasia tarvitse erikseen suojata. Menetelmä on hiekkapuhallusta kalliimpi, mutta usein kustannustehokkaampi. Esimerkiksi saneerauskohteissa, joissa talon ulkoikkunoiden ympäristöt putsataan, saadaan työ tehtyä huomattavasti nopeammin, sillä lasien ja ympäristön suojaamiseen ei kulu aikaa. (Nordblast Suomi 2014, hakupäivä 10.11.2014.)

1.2 Opinnäytetyön tavoite, tutkimuskysymykset ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on tutustua, mitä yrittäjäksi ryhtyminen vaatii itse yrittäjältä, yksin perustettavan yrityksen yhtiö- ja rahoitusmuotoihin ja selvittää, mitä kaikkea tulee ottaa huomioon tehdessä hyvää liiketoimintasuunnitelmaa uudelle yritykselle. Opinnäytetyön produktina syntyy perustettavan soodapuhallusyrityksen liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyöni tutkimuskysymykset ovat:

- Millainen on hyvän liiketoimintasuunnitelman rakenne?
- Millaisille soodapuhallusyrityksen palveluille on tarvetta Oulun seudulla?
- Voiko soodapuhallusyrityksen perustaminen olla taloudellisesti kannattavaa?

Mikäli opinnäytetyön teon myötä selviää, että yrityksen tarjoamille palveluille on tarvetta ja soodapuhallukseen keskittyvän yrityksen perustaminen on taloudellisesti kannattavaa, tehdään päätös soodapuhallusyrityksen perustamisesta. Lopullisen tuotoksen on tarkoitus toimia pohjana perustettavalle yritykselle sen ensi hetkistä lähtien. Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan myös käyttää apuna haettaessa ulkopuolista rahoitusta yrityksen toiminnan aloittamiseen.

Opinnäytetyö on rajattu alueellisesti Oulun seutuun. Olen rajannut pois opinnäytetyöstäni juridiikkaan, kirjanpitoon ja verotukseen liittyvät käytännöt, jotka tulee kuitenkin ottaa huomioon yritystä perustettaessa.

1.3 Tutkimusmenetelmän valinta ja perustelut

Toteutan opinnäytetyöni toiminnallisena opinnäytetyönä. Toiminnallinen opinnäytetyö jakautuu raporttiosuuteen eli toiminnallisen osuuden monipuoliseen tietoperustan pohjaan ja lopullisena tuotoksena syntyy aina jokin konkreettinen tuote, joka on rakennettu hankitun tiedon pohjalta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on oiva mahdollisuus yhdistää sekä teoria että empiria. (Vilkkä 2010, 15–18, hakupäivä 25.11.2014.) Raporttiosuuden lisäksi opinnäytetyöni toiminnallisena osuutena syntyy liiketoimintasuunnitelma tulevaisuudessa perustettavan yrityksen tueksi.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä voidaan käyttää laadullista tutkimusmenetelmää, jossa käytetään hyväksi monenlaisia aineiston keruumenetelmiä. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä sopii toiminnallisen opinnäytetyön toteuttamiseen, kun tavoitteena on kohderyhmän näkemyksiin perustuva idea ja sen ymmärtäminen. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63.) Laadullisella tutkimuksella tutkitaan kertaluontoista tapausta, jossa tutkijan ja tutkittavan asian välillä on välitön kontakti. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija on kiinnostunut ilmiön ymmärtämisestä tekstien ja kuvien avulla. (Kananen 2008, 24–25.) Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä sopii opinnäytetyölleni, koska olen kiinnostunut yrittäjyydestä ja tavoitteenani on ymmärtää, mitä yrityksen perustamisessa tulee ottaa huomioon ja selvittää, mitä hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää. Hankittua tietoa ja teoriaa soveltamalla rakennan toimivan liiketoimintasuunnitelman ideoimalleni yritykselle.

Opinnäytetyön raporttiosuus sisältää teoriaosuuden ja markkinatutkimuksen. Teoriaosuuden aineistoa olen kerännyt monipuolisesti luotettavista internetlähteistä, lähdekirjallisuudesta ja aiemmin alalla toimineen monialayrittäjän temahaastattelusta. Käyn teoriaosuudessa läpi yrittäjyyttä, yksinyrittäjän mahdollisia yhtiö- ja rahoitusmuotoja sekä liiketoimintasuunnitelmassa käytettyjen osien teoriapohjaa. Opinnäytetyössä syntyvää produktia eli liiketoimintasuunnitelmaa varten toteutan laadullisen markkinatutkimuksen, jonka tarkoituksena on selvittää perustettavan yrityksen markkinapotentiaalia. Avaan empiirisen aineiston hankinnan tarkemmin luvussa neljä. Viimeisenä osiona on opinnäytetyön toiminnallisena osuutena syntyvä liiketoimintasuunnitelma perustettavalle soodapuhallusyritykselle.

2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

2.1 Yrittäjyys

Yrittäjäksi ryhtymisen motiivit vaihtelevat henkilöstä riippuen. Yrittäjyyttä pohtiva voi haluta itsenäisyyttä ja määräysvallan omasta toiminnastaan ja aikataulustaan. Joku toivoo enemmän itsensä toteuttamista ja ideoimista, joku toinen taas toivoo parempaa tulotasoa ja haluaa rikastua yrittäjänä. Jopa elämäntilanne, kuten työttömäksi joutuminen, voi ajaa yrittäjyyden tielle. Syy yrittäjäksi ryhtymiseksi voi olla mikä tahansa, mutta aina tärkein yrityksen perustamisen taustalla oleva lähtökohta on oma sisäinen palo ja tahto ryhtyä yrittäjäksi. Pelkkä halu ja tahto eivät yleensä riitä pohjaksi vaan lisäksi tarvitaan ammattitaitoa ja yrittäjän tehtävässä tarvittavia ominaisuuksia. (Holopainen & Levonen 2008, 17.)

Yrittäjäksi ryhtyminen vaatii persoonallisuutta, johon liitetään tiettyjä yrittäjäominaisuuksia. Yleisempiä yrittäjyyteen liitettäviä ominaisuuksia ovat voimakas usko omaan liikeideaan, oma-aloitteisuus, päätöksentekokyky, epävarmuuden sieto, tiedostettu riskienhallinta, pitkäjänteisyys ja tavoitteiden asettaminen. Vaikka sinulla olisi kaikki tarvittavat ominaisuudet, parhaimmillaankin ne antavat vain valmiudet yrittäjyyteen, mutta eivät takaa menestystä. (Holopainen ym. 2008, 18–19.) Yrittäjänä tulotaso voi vaihdella paljon, eikä lomaa voi pitää milloin itse haluaa, sillä yritys on aina riippuvainen yrittäjän henkilökohtaisesta työpanoksesta. Tämä korostuu etenkin yksinyrittäjillä. Pitkäjänteisyys ja rohkeus palkitaan, eikä vastoinkäymisistä saa lannistua. (Karjalainen 9.10.2014, haastattelu.)

Yrittäjäksi alkavalla yritysidea on yleensä jo muokkautunut liikeideaksi ja se halutaan toteuttaa käytännössä. Yrityksen perustamisvaiheessa on suunniteltava tarkkaan yrityksen toimintoja sen eri vaiheisiin, sillä tehdyt päätökset tulevat olemaan pitkävaikutteisia. Siksi suunnittelussa tulee kiinnittää huomiota mm. seuraaviin osa-alueisiin; liikeidean pohtimiseen, tuotteiden/palveluiden kokonaisuuteen, yritykselle sopivan yhtiömuodon valintaan, rahoituksen järjestämiseen, omistussuhteisiin, markkinoinnin toteuttamiseen, investointeihin ja muuhun taloussuunnitteluun. Näihin osa-alueisiin yrittäjä joutuu perehtymään liiketoimintasuunnitelman kautta. (Viitala 2006, 21–22.)

2.2 Yritysmuodot

Yritykselle sopivaan yritysmuotoon vaikuttavat monet tekijät ja näitä ovat perustajien lukumäärä, rahoituksen tarve, vastuun ja päätöksenteon jakautuminen, laajentumisodotukset ja yrityksen mahdollinen myynti ja lopettaminen (Viitala 2006, 54–55). Jos yrityksellä ei ole kuin yksi perustaja, vaihtoehtoina toimivat joko toiminimi tai osakeyhtiö. Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö ovat pois suljettuja, koska perustamiseen tarvitaan ainakin kaksi yhtiömiestä. Osuuskunnalla perustajia tulee olla vähintään kolme. (Keskuskauppakamari 2011, 14, hakupäivä 30.10.2014.) Yritysmuodon valinnassa tulee ottaa huomioon toiminnan laajuus ja sen mukanaan tuomat riskit. Pienen yrityksen kohdalla toiminimi on hyvä yritysmuoto, mutta hiemankaan suuremman yrityksen kohdalla osakeyhtiö on parempi, sillä riskit ovat osakeyhtiöllä. Yrittäjällä ei näin riskiä oman pääoman menettämisestä. (Karjalainen 9.10.2014, haastattelu.)

2.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi

Suomessa voi toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana luonnollinen henkilö, jolla on vakituinen asuinpaikka Euroopan talousalueella. Muualla asuvat tarvitsevat yrityksen perustamiseen luvan Patentti- ja rekisterihallitukselta. Toiminimellä toimivat yrittäjät jaetaan ammatinharjoittajiin ja liikkeenharjoittajiin. Erona näissä on, että liikkeenharjoittaja voi palkata myös ulkopuolista työvoimaa. Toiminimi sopii monesti uuden pienyrittäjän yritysmuodoksi. Toiminimen perustaminen on helpoin yrittämisen aloittamismuoto, sillä siihen ei tarvita erillisiä perustamisasiakirjoja. Toiminnan aloittamisesta tulee tehdä vain tehdä perustamisilmoitus Verohallintoon ja kaupparekisteriin Y3-lomakkeella sekä maksaa 105 euron suuruinen rekisteröintimaksu. Toiminimellä toimivissa yrittäjä tekee itse yritystä koskevat päätökset ja on samalla vastuussa yhtiön taloudesta ja sen veloista koko omaisuudellaan. Vaikka toiminimi on kokonaan yrittäjän omistuksessa, tulee oma ja yrityksen talous pitää erillään kirjanpidolla. Toiminimi ei tarvitse myöskään erillistä tilintarkastajaa. (Suomen uusyrityskeskukset 2014, 27, hakupäivä 30.10.2014.)

2.2.2 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö on toiminimen ohella ainoa yhtiömuodon vaihtoehto, jos haluaa alkaa yksinyrittäjäksi. Yhtiön hallitukseen tarvitaan silti toinen henkilö, joka toimii nimellisesti hallituksen varajäsenenä. Yksityisessä osakeyhtiössä osakepääoman tulee olla vähintään 2500 euroa, joka toimii yrityksen taloudellisena vakuutena. Osakepääoma suojaa yrityksen velkojia mahdollisen konkurssin sattuessa. Osakeyhtiö on ainoa yhtiömuoto, jossa yrityksen omistaja ei ole taloudellisessa vastuussa yrityksen varoista ja veloista. (Suomen uusyrityskeskukset 2014, 27, hakupäivä 30.10.2014.)

Osakeyhtiö tulee rekisteröidä kaupparekisteriin ennen kuin se on lainvoimainen toimija markkinoilla. Kaupparekisteriin tehtävästä perustamissopimuksesta tulee käydä ilmi yhtiöjärjestys, jonka tulee sisältää vähintään kolme kohtaa: toiminimi, kotipaikka ja toimiala. Perustamissopimuksesta ilmenevät hallituksen jäsenet, toimitusjohtaja, osakkeiden määrä, hinta ja maksupäivä. Yhtiön kaikki osakkeet tulee merkitä samassa. Tämän jälkeen yhtiö on juridinen toimihenkilö ja valmis hakemaan muun muassa yrityslainaa. (YritysHelsinki 2013, 30, hakupäivä 10.11.2014.)

Osakeyhtiölaki määrittää yhtiön toimintaan liittyviä perusasioita. Yhtiöllä tulee olla hallitus, joka vastaa yrityksen hallinnosta. Hallituksen tulee kokoontua säännöllisesti, minimissään kerran vuodessa. Nykyään tilintarkistaja ei ole enää pakollinen, jos enintään yksi alla olevista ehdoista toteutuu:

- Taseen loppusumma on yli 100 000 euroa.
- Liikevaihto on yli 200 000 euroa.
- Yhtiön palveluksessa on yli kolme henkilöä.

Osakeyhtiöstä voi saada palkkaa joko ansiotulona tai yritys voi jakaa osakkailleen osinkoa, jolloin tulo on pääomatuloa. Yhtiön osingonjaossa tulee ottaa huomioon tärkeimmät asiat. Yhtiön varojen jaosta tekee aina päätöksen yhtiökokous. Varoja ei voida jakaa osinkona, jos yhtiöllä on yhtään velkaa tai varojen jako vaikuttaa yhtiön maksukykyyn. (Karttunen, Koivunen, Laasanen, Sippel, Uitto & Valtonen 2009, 423–436.)

2.3 Rahoitus

Aloittava yritys voi tarvita ulkopuolista rahoitusta yritystoiminnan käynnistämiseen, joten erilaiset rahoitusmahdollisuudet on hyvä selvittää ennen varsinaisen yritystoiminnan aloittamista. Rahoituksen tarve on riippuvainen alkuinvestointitarpeen määrästä, joka riippuu yritysideoista: aiotaanko myydä tuotetta vai palvelua ja kuinka laajaa yrityksen toiminta tulee alussa olemaan. Tavoitteena on saada yritystoiminta kannattavaksi, jolloin rahoitusta ei enää tarvittaisi. Jos itse yrittäjä on valmis käyttämään omarahoitusta, kuten rahaa tai muuta omaisuuttaan, yrityksen käynnistämiseen, ei ulkopuolista rahoitusta välttämättä tarvita. (Suomen uusyrityskeskukset 2014, 21, hakupäivä 30.10.2014.) Rahoituksen tarve on yrityksen koosta riippuvainen ja kuinka suureksi toimintaa aiotaan kasvattaa. Työtä myydessä pelkkä omarahoitus ei yleensä riitä. Uuden yrittäjän kannattaa tehdä tarkat tulevaisuuden suunnitelmat, koska ne helpottavat rahoituksen hakemista yritykselle. (Karjalainen 9.10.2014, haastattelu.)

Starttiraha on Suomen valtion, TE-keskuksen kautta myöntämä harkinnanvarainen avustus työttömälle työnhakijalle ja kokoaikaiseksi alkavalle yrittäjälle. Starttirahan tarkoituksena on turvata uuden yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan alkuvaiheessa, mutta pisimmillään 18 kuukauden ajaksi. Starttiraha muodostuu kahdesta osasta, perusosasta ja lisäosasta. Perusosan suuruus vuonna 2014 on 32,66 euroa päivältä. Tämän lisäksi voi hakea lisäosaa, jonka suuruus on enintään 60 prosenttia perusosasta eli 19,60 euroa päivältä. Starttirahaa haetaan joko TE-toimiston verkkopalvelussa tai työ- ja elinkeinotoimistosta kirjallisella hakemuksella. Alalle sopiva koulutus katsotaan eduksi tukea haettaessa. Starttiraha myönnetään aina tapauskohtaisesti, eikä sen saamisesta voi olla varma ennen lopullista päätöstä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, hakupäivä 30.10.2014.)

Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus, Tekes, myöntää pk-yrityksille päätöksenvaraista yrityksen perustamislainaa. Laina on luonteeltaan riskilaina, jonka voi saada ilman vakuuksia. Lainan takaisinmaksuaika on maksimissaan kymmenen vuotta, joista korkeintaan viisi vuotta voi olla lyhennysvapaita vuosia. Jos yrityksen taloudellinen tilanne muuttuu radikaalisti, laina-aikaa voidaan pidentää korkeintaan kahteenkymmeneen vuoteen. Lainasta voi saada ennakkoon korkeintaan 30 prosenttia. Lainan korko on

kolme prosenttiyksikköä alle sen hetkisen peruskoron, mutta minimissään aina yhden prosentin. Lainaa voi hakea erillisellä lainahakemuksella valtionkonttorilta. (Teknologian kehittämiskeskus Tekes 2014, hakupäivä 30.10.2014.)

Finnverasta voi hakea yrittäjälainaa. Yrittäjälaina on henkilökohtainen laina, joka on kohdistettu pk-yrityksille lähes kaikilla toimialoilla, mutta joiden toimintamuotona on osakeyhtiö. Yrittäjälainan määrä on suuruudeltaan 5 000 – 100 000 euroa, johon tarvitaan vähintään viidesosa omarahoitusta. Yrittäjälainan korko on 6 kk euriborkorko ja sen hetkinen korkomarginaali. Tarvittavista vakuuksista neuvotellaan lainanottajan kanssa aina tapauskohtaisesti. Finnvera tekee ennen lainapäätöstä selvityksen yrityksen edellytyksistä taloudellisesti kannattavaan liiketoimintaan. Nopeuttaakseen lainapäätöstä yrittäjän kannattaa tehdä hyvä liiketoimintasuunnitelma. Rahoitusta haetaan sähköisessä muodossa Finnveran kotisivuilla. (Finnvera 2014, hakupäivä 30.10.2014.)

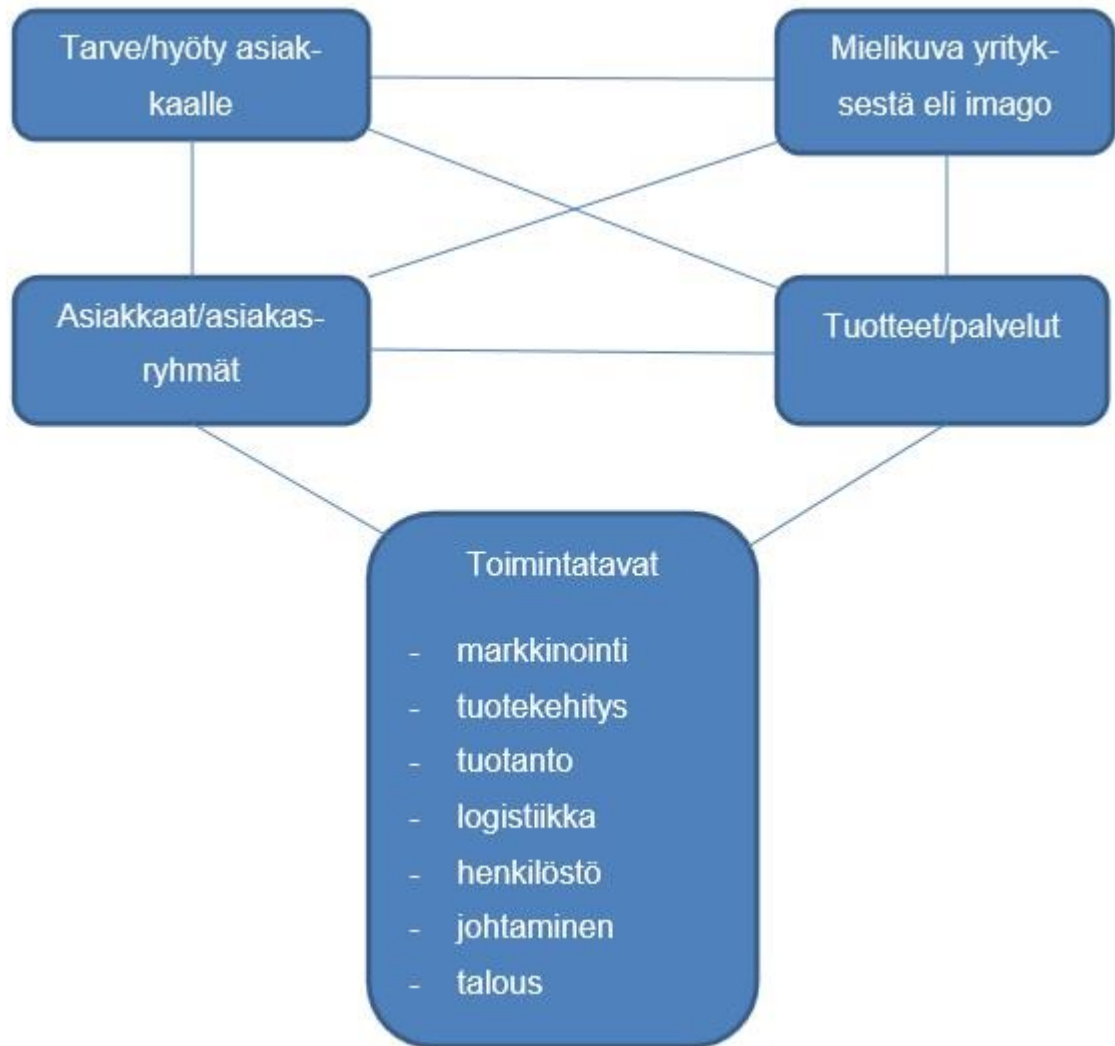
3 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen esitys, jonka tavoitteena on toimia yrityksen keskeisenä menestystekijöiden kartoittamisen välineenä. Lähtökohtaisesti liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen liikeidean, tavoitteet ja vision, kilpailun ja toimintaympäristön kartoittamisen, potentiaaliset asiakkaat, markkinointisuunnitelman, henkilöstötarpeen ja taloudellisen suunnittelun. Suunnitelman sisältöä ja laajuutta ei ole silti määriteltä tarkkaan, sillä osatekijöiden periaatteiden hahmottamisen ja kokonaisuuden tulee olla yrittäjän tai yhteisön omissa käsissä. Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma antaa tiedon yrityksen kannattavuudesta ja tulevaisuuden näkymistä. Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan hyödyntää myös starttirahaa tai lainarahoitusta haettaessa, mutta yleensä eniten suunnitelmasta hyötyy sen tehnyt yrittäjä. (Pitkämäki 2000, 9–15; Suomen uusyrityskeskukset 2014, 11, hakupäivä 30.10.2014.)

Aloittavan yrittäjän kohdalla liiketoimintasuunnitelmalla on erittäin suuri merkitys, sillä sen avulla selviää yrityksen menestymisen mahdollisuudet. Tämän henkisen matkan aikana yrittäjälle varmistuu ja selviää, miten uutta liiketoimintaa kannattaa luoda ja miten se käytännössä kannattaa tehdä. Monipuolisen liiketoimintasuunnitelman tekeminen vaatii pohdintaa, selvitystyötä, tiedon analysointia ja laskelmien tekoa. (Viitala & Jylhä 2001, 48.)

3.1 Liikeidea

Liikeidea kuvaa yrityksen tapaa menestyä valitulla toimialalla. Liikeidea kertoo, mitä tuotteita tai palveluja myydään, kenelle niitä myydään, miten niitä aiotaan myydä ja millaista imagoa tavoitellaan. Liikeideasta selviää, miksi kyseinen yritys voi menestyä, mikä on tuotteen tai palvelun hyöty asiakkaalle, jotta hän on siitä valmis maksamaan. Liikeidean ei tarvitse olla mullistava, mutta sen tulisi täyttää asiakkaan tarve ja luoda taloudellisesti kannattavaa toimintaa pitkällä aikavälillä. (Suomen uusyrityskeskukset 2014, 10, hakupäivä 30.10.2014.) Liikeideamallin avulla tarvittavat asiat voidaan esittää vaivattomasti (kuva 1).



Kuva 1. Liikeideamalli (Raatikainen 2006, 39.)

3.2 SWOT-analyysi

Uuden yrityksen alku on usein vaikeaa, ja alkuun liittyy paljon erilaisia uhkia. SWOT-analyysi on liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä yksi tärkeimmistä aputyökaluista. SWOT-analyysillä voidaan yksinkertaisesti mitata sekä yrityksen sisäiset vahvuudet ja heikkoudet että ulkoiset mahdollisuudet ja uhat yrityksen toimintaympäristössä. (Pitkämäki 2000, 79.) Lyhenne SWOT koostuu englannin kielen sanoista Strengths - vahvuudet, Weaknesses - heikkoudet, Opportunities - mahdollisuudet ja Threats - uhat, jotka yleensä kuvataan nelikenttämenetelmän avulla (kuva 2).

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
Tässä hetkessä olevat menestystekijät.	Tässä hetkessä olevat menestystekijät, joita yritys ei hallitse.
MAHDOLLISUUDET	UHAT
Yrityksen mahdollisuudet tulevaisuudessa liiketoimintaympäristössä.	Tulevaisuudessa toimintaa uhkaavat tilanteet liiketoimintaympäristössä.

Kuva 2. SWOT-analyysi (Pitkämäki 2000, 79.)

Analyysin jälkeen yrityksen tulee käydä läpi nelikentän ruudut. Vahvuuksia tulee vahvistaa ja niitä pyritään hyödyntämään myös jatkossa. Kaikkia heikkouksia ei voida mitenkään poistaa, joten niitä pyritään korjaamaan ja parantamaan. Mahdollisuuksia tulee hyödyntää ja uhkiin tulee varautua hyvällä suunnittelulla. SWOT-analyysin suosio perustuu sen yksinkertaisuuteen. (Suomen riskienhallintayhdistys ry, liikeriskit, hakupäivä 24.11.2014.) Liiketoimintasuunnitelmassani SWOT-analyysi on esitetty kyseisen mallin mukaisesti.

3.3 Tavoitteet ja visio

Yrityksen tulee kirjata tavoitteensa liiketoimintasuunnitelmaan. Tavoitteiden tulee olla selkeitä ja helposti seurattavia. Yleensä tavoitteet sidotaan aikaan, ja ne myös määrittävät yrityksen strategian. Tavoitteet asettavat yrityksen toiminnan suunnan ja muodostavat toiminnalle selkeän pohjan. Tavoitteet ovat sekä ihmislähtöisiä että numeerisia. Keskeisimmät yritykselle riittävät tavoitteet voivat liittyä muun muassa toiminnan kasvuun, markkina-asemaan, taloudelliseen kannattavuuteen ja imagoon. (Pitkämäki 2000, 102–103.) Visio on yrityksen selkeä ja yksinkertainen tulevaisuuden näkymä, jonka toivotaan toteutuvan. Selkeä visiointia auttaa yrityksen tietyllä aikajänteellä kohti haluttua suuntaa. (Pitkämäki 2000, 86–87.)

3.4 Kilpailu

Kilpailijoiden tunteminen on tärkeässä roolissa liiketoimintasuunnitelmassa, koska samalla toimialalla olevat yritykset kilpailevat lähtökohtaisesti samasta asiakaskunnasta. Jotta yritys löytää oman kilpailuetunsa, joutuu se pohtimaan toiminnan eri osa-alueita. Kilpailuetuina voivat olla hinta, laatu, palvelu, toimitustapa tai maksuehdot. Kilpailuetua voidaan saada myös sidosryhmien arvostamisella ja näin luomalla niiden avainhenkilöihin luottamuksellinen suhde. (Pitkämäki 2000, 39–40.) Kilpailija-analyysissä kartoitetaan omalla markkina-alueella toimivien kilpailijoiden heikkoudet ja vahvuudet, sekä tuotteet että palvelut (Ilmoniemä, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 52–53).

Oulun lähistöllä on vain kaksi soodapuhalluspalveluja tarjoavaa yritystä. Pohjolan soodapuhallus, jonka toimitilat sijaitsevat Iissä ja Lapin soodapuhallus, jonka toimipaikka on Kemissä Paattion teollisuusalueella. Molemmista kilpailijoista kerrotaan tarkemmin omassa liiketoimintasuunnitelmassani.

3.5 Asiakkaat ja markkinointi

Myytävällä palvelulla tai tuotteella yritetään täyttää mahdollisten tulevien asiakkaiden tarpeet. Asiakkaat ryhmitellään segmentoinnilla tarkoituksenmukaisten kriteerien perusteella. Segmentointi onnistuu, kun sen avulla löydetään ryhmiä, joita voi palvella mahdollisimman tehokkaasti. Ryhmiin jako voidaan toteuttaa muun muassa asiakkaan sijainnin, tulotason tai tarpeiden perusteella. Kun tiedetään potentiaaliset kohderyhmät, voidaan suorittaa kohdistettua markkinointia. (McKinsey & Company 2000, 72–73.)

Asiakaskohtaisessa eli segmenttimarkkinoissa pohditaan, mitkä markkinoinnin keinot ovat sellaisia, joilla halutut kohderyhmät saavutetaan parhaiten. Tärkeimmiksi valituille segmenteille tehdään kohdistettua markkinointiviestintää, jotta markkinointi on kustannustehokasta. (Lehikoinen 2012, 21–24, hakupäivä 10.11.2014.) Henkilökohtainen myyntityö on tehokasta myydessä soodapuhalluspalveluja yritysasiakkaille. Suorat yrityksille tehtävät soitot ja tiedustelut toimivat parhaiten uusien asiakassuhteiden luonnissa ja yrityksen markkinoinnin tehostamisessa. (Karjalainen 9.10.2014, haastattelu.)

Sekä autoharrastajien että veneharrastajien puolella on valtava asiakaspotentiaali. Molemmat asiakasryhmät voivat käyttää soodapuhalluspalveluita eri tarkoituksiin. Jos näille ryhmille markkinoidaan oikein, potentiaali voidaan muuttaa myös myynniksi. (Karjalainen 9.10.2014, haastattelu.) Oulun seudun vesistö koostuu useista jokireiteistä ja laajasta meriyhteydestä Pohjanmerelle. Pelkästään Oulun kaupungilla on yhteensä noin 1 800 venepaikkaa Oulujoella. (Veneily 2014, hakupäivä 18.11.2014.) Oulussa järjestettävä harrasteajoneuvojen näyttelytapahtuma kerää vuosittain noin 7 500 kävijää (American Car Show Ouluhallissa, hakupäivä 18.11.2014). Liiketoimintasuunnitelmassani esitän kaksi tärkeintä kuluttajapuolen asiakassegmenttiä. Soodapuhallusyrityksen potentiaalisimmiksi yksityispuolen asiakkaiksi olen valinnut auto- ja veneharrastajat.

Some-markkinointi eli markkinointi sosiaalisessa mediassa on markkinoinnin keino, jonka avulla voidaan välittää kaupallisia viestejä sosiaalisia alustoja käyttäville potentiaalisille asiakkaille. Nykyaikaisen yrityksen on käytännössä pakko olla sosiaalisessa mediassa, sillä yhä useampi olettaa, että yritys on tavoitettavissa vuorokauden ympäri verkkokanavissa. Somen käyttö on jo yleisempää kuin perinteisen sähköpostin käyttö, joten sosiaalinen media on erinomainen tapa saavuttaa kaikki Internetissä aikaansa viettävät. Yrityksen tulee suunnitella sosiaalisen median käyttöä ja sen on valittava ne some-verkoston komponentit, joiden avulla se voi parhaiten saavuttaa yrityksen markkinointitavoitteet. Facebook-mainonta on yksi tärkeimmistä some-markkinoinnin kanavista. Facebookissa yritys voi tehdä kustannustehokkaasti nettimainontaa valituille kohde-ryhmille. (Olin 2011, 10–16.) Yrityksen omat Internet-sivut ovat tärkeä markkinoinnin väline. Käyttäjän tullessa sivustolle, hän päättää nopeasti, tuleeko viipymään siellä. Tämä vaihe on ratkaiseva: jos sivu ei ole oikea tai se ei houkuttele käyttäjää pysymään sivuilla, hän siirtyy nopeasti toiselle sivustolle. (Isohookana 2007, 274.)

3.6 Henkilöstösuunnitelma

Henkilöstösuunnitelmasta tulee selvittää yrityksen henkilöstön määrä ja rakenne, oletta-
mus määrän ja rakenteen kehityksestä, työsuhdemuodot ja työntekijöiden ammatillisen
osaamisen tarve. Suunnitelman tarkempi rakenne määräytyy aina yrityksen tarpeiden
mukaisesti. Henkilöstösuunnitelman laajuus ei ole sen itsetarkoitus, vaan suunnitelmas-

sa kannattaa keskittyä haluttujen tavoitteiden selkeään esittelyyn. (Skurnik-Järvinen 2010, 27–28.)

Uuden henkilöstön palkkaaminen on kallis investointi ja sitä tulee tarkoin miettiä. Tavoitteena on, että uusi työntekijä tuottaa yritykselle merkittävää lisäarvoa. Työnhaku-kanavan tulee olla mietittynä. Uusia työntekijöitä voidaan hakea esimerkiksi työvoimatoimiston avulla, lehti-ilmoituksilla tai vuokratyövoimayrityksistä. Myös sidosryhmien antamat suositukset uudesta työntekijästä kannattaa ottaa huomioon. Yleisimmät valintaperusteet valittavalle henkilölle ovat ammattitaitoisuus sekä työnkuvaan pätevä sopivuus. Henkilöstön valintaperusteina käytetään yleisimmin hakupaperia, haastattelua, erilaisia testejä ja suosituksia. (Sutinen & Antikainen 1998, 362–366.)

3.7 Talous

Huolellinen talouden suunnittelu on tärkeää yritystä perustettaessa. Liikeidean toteuttaminen tulee pukea numeroiksi, ensisijaisesti yrittäjää itseään varten, mutta laskelmista on apua myös ulkopuolista rahoitusta haettaessa. Koska liiketoimintaan sisältyy yleensä piilokustannuksia, joita ei välttämättä havaita, usea aloittava yrittäjä yliarvioi yrityksen tuloja ja aliarvioi sen menoja. Yrittäjä voi luulla voivansa tarjota tai valmistaa tuotteita halvemmalla kuin mihin hän oikeasti pystyy. Tällöin myös taloudelliset laskelmat voivat pettää ja niihin on kiinnitettävä tarkkaan huomiota. (Keskuskauppakamari 2011, 22–24, hakupäivä 30.10.2014.)

Liiketoimintasuunnitelman tulee sisältää alustavat laskelmat perustettavan yrityksen taloudesta. Taloussuunnitelmasta selviää yrityksen investointitarpeen määrä, jolla toiminta saadaan käyntiin, toimintakustannukset, myyntiennuste sekä tulosarvio. (Suomen Uusyrityskeskukset 2014, 12–14, hakupäivä 14.11.2014.)

4 EMPIIRISEN AINEISTON HANKINTA

Opinnäytetyön teoriaosuuden aineistoa keräsin monipuolisesti luotettavista internetlähteistä, lähdekirjallisuudesta ja aiemmin alalla toimineen monialayrittäjän teemahaastattelusta. Teemahaastattelu toteutettiin Little Dragon ravintolassa Oulussa 9.10.2014. Henri Karjalainen on vuosikymmeniä kestäneellä yrittäjäturallaan perustanut lukuisia yrityksiä, joista yksi on ollut myös soodapuhallusyritys. Yrittäjä ei halunnut, että haastattelua nauhoitetaan, mutta siitä tehtiin tarkat muistiinpanot opinnäytetyötä varten. Haastattelun myötä saatiin monipuolisesti tietoa yrittäjyydestä, yrityksen perustamiseen ja toimintaan liittyvistä asioista sekä soodapuhalluksesta alana. Haastattelusta saatuja tietoja käytettiin opinnäytetyön lähteenä teorian tukena. Teemahaastattelun aiheet on esitetty liitteessä 1.

4.1 Markkinatutkimus

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella ei haluta saavuttaa tilastollisia yleistyksiä, vaan sillä tutkitaan pientä kohderyhmää, jolla on tietoa tai kokemusta tutkittavasta ilmiöstä. Tutkittavien valinta ei saa olla satunnaista, vaan sen tulee sekä harkittua että tarkoituksenmukaista. Lumipallo-otannassa tutkijalla on tiedossa avainhenkilö, joka voi ohjata hänet toisen haastateltavan luo. Tätä jatketaan niin kauan, kunnes saavutetaan piste, jossa uusia tahoja ei enää nimitä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 88–89.) Teemahaastattelun aineiston tulkintaan on kaksi periaatteellista etenemistietä. Toisen mukaan aineistossa tulee pitäytyä tiukasti ja analysoida vain aineistossa ilmitulleita asioita. Toisen tavan mukaan aineistoa voidaan pitää lähtökohtana tutkijan tulkinnoille ja pohdiskeluil- le. Tällöin aineistoa käytetään vain apuvälineen asemassa. (Tilastokeskus 2014, haku- päivä 28.11.2014.)

Omassa liiketoimintasuunnitelmassa esitän kahden tärkeimmän kuluttajapuolen asiakas- segmentin lisäksi potentiaalisimpina asiakkaina sekä kuntapuolen että yrityspuolen asi- akkaat. Valitsin laadullisen markkinatutkimuksen kohteeksi Oulun kaupungin. Oulun kaupungilla on kymmenittäin eri hallintokuntia, virastoja, laitoksia ja yksiköitä. Mark- kinatutkimuksen kohderyhmäksi valitsin Liikelaitos Oulun Tilakeskuksen, Oulun Vesi liikelaitoksen, Oulun teknisen liikelaitoksen ja Yhdyskunta- ja viherpalvelut ja näiden päättäjät. Tavoitteena oli osittain lumipallo-otantaa käyttämällä saada vastaus tutkimuk-

seen neljältä hallintokunnalta/liikelaitokselta. Markkinatutkimuksella oli, suppeaa otantaa käyttämällä, tarkoitus saada suuntaa-antava arvio perustettavan soodapuhallusyriityksen markkinapotentiaalista kuntapuolella. Markkinatutkimus toteutettiin puolistrukturoituina puhelinhaastatteluina (liite 2). Haastatteluista tehtiin kattavat muistiinpanot.

4.2 Markkinatutkimuksen tulokset ja pohdinta

Markkinatutkimukseen sain kahden viikon aikana vastauksen kolmelta liikelaitokselta, yhdeltä hallintokunnalta ja yhdeltä sen alaiselta yksiköltä. Oulun Vesi liikelaitos ei vastannut jätettyihin soittopyyntöihin. Kaikki haastatellut halusivat pysyä nimettöminä, mutta heidän toimenkuvansa kyseisissä yksiköissä on mainittu.

Yhdyskunta- ja ympäristöpalvelujen kunnossapitopäällikön mukaan he vastaavat esimerkiksi alikulkujen puhtaanapidosta. Seinät yritetään pitää puhtaina graffiteista, jotta viereen ei heti ilmestyisi uutta sotkua. Puhdistukseen on käytetty myös soodapuhallusta ja se on havaittu hyväksi vaihtoehdoksi graffitien poistossa. Haastattelussa kävi ilmi, että graffitien poistoja voisi olla vähemmänkin. Aikaisempina vuosina myös heillä graffitien poistoon on kulunut huomattavia summia rahaa, vuonna 2013 arviolta noin 20 000 euroa. Tämän hetkinen taloudellinen tilanne on vaikuttanut siihen, ettei graffitien poistoon ole budjetoitu erikseen rahaa vuonna 2014. Kunnossapitopäällikkö arvio, että Oulun teknisellä liikelaitoksella on eniten tarvetta graffitien poistolle kaupungin laitoksista. Asiantuntija arvioi myös yksittäisten taloyhtiöiden olevan potentiaalisia asiakkaita. Taloyhtiöiden hallitukset tekevät päätökset graffitien poistoista, yleensä isännöitsijöiden kanssa yhteistyössä.

Katu- ja viherpalvelut on Yhdyskunta- ja ympäristöpalvelujen alainen yksikkö. Se tekee esimerkiksi leikkipuistoalueiden kunnossapitoa. Haastateltu ylläpitosuunnittelija ei nähnyt graffitien tekoa merkittävänä ongelmana yksikkönsä osalta. Haastattelussa silti selvisi, että Katu- ja viherpalvelut käyttävät pelkkiin graffitien poistoon puistoista vuosittain karkean arvion mukaan noin 15 000 euroa. Käytetyistä graffitien poistomenetelmistä ei ollut yksityiskohtaista tietoa, mutta soodapuhalluksen hän näki mahdollisena graffitien puhdistuskeinona. Ylläpitosuunnittelijan mukaan oli hyvin todennäköistä, että esimerkiksi liikeyriitykset voivat käyttää soodapuhallusta graffitien poistoon liiketilojen ikkunoista.

Liikelaitos Oulun Tilakeskukselta haastattelin sekä kiinteistöpäällikköä että taloussih-
teeriä. Tilakeskus poistaa graffiteja mm. kouluista ja virastoista. Se käyttää graffitien
poistoon kiinteistönhoitajia, jotka tilaavat poistotyön aina tapauskohtaisesti. Oulun Ti-
lakeskukselle graffitien poisto on muodostunut ongelmaksi, sillä graffiteja ei välttämättä
saada pois perinteisiä menetelmiä, kuten pesuaineita käyttämällä. Vaikeammissa tapa-
uksissa on käytetty ulkopuolisia graffitien poistoon erikoistuneita yrityksiä. Myös soo-
dapuhallus on todettu toimivaksi vaihtoehdoksi, mikäli sitä on ollut tarjolla. Oulun Tila-
keskuksella kuluu vuosittain huomattavia summia rahaa graffitien poistoon. Kulut olivat
vuoden 2013 aikana noin 50 000 euroa, mutta kokonaissumma nousee vuonna 2014
arviolta 60 000 euroon.

Oulun Tekninen liikelaitos eli Tekli jakautuu useampaan eri yksikköön. Kiinteistöistä
vastaavan työnjohtajan mukaan graffiteja poistetaan paljon, muttei osannut arvioida
ongelman laajuutta tarkemmin. Tekli ei pidä erikseen kirjaa graffitien poistoista. Siitä
aiheutuvat kulut lasketaan julkisivujen puhdistusmenoihin. Teklillä soodapuhallusta on
käytetty sekä graffitien poistossa että julkisivujen puhdistuksessa. Soodapuhallusta pi-
dettiin isoissa kohteissa varsin kilpailukykyisenä poistomenetelmänä hintansa puolesta.

Markkinatutkimusta tehdessä selvisi, että kohderyhmän hallintokunnat ja liikelaitokset
on jaettu vielä pienemmiksi yksiköiksi, joilla kaikilla on eri vastualueet. Tuntuu järjet-
tömältä, että Oulun kaupunki on jaettu ensin kymmeneen itsenäisiin hallintokuntiin ja
liikelaitoksiin, jonka jälkeen nämä on jaettu vielä useaan eri yksikköön. Esimerkiksi
sama liikelaitos voi olla vastuussa koulun seinän ja vieressä olevan sähkökeskuksen
puhtaanapidosta graffiteista ja muista sotkuista, mutta niitä hoitaa eri yksikkö, minkä
jälkeen kulut joudutaan kirjaamaan eri budjetteihin. Järjestely on mielestäni todella se-
kavaa. Voidaan siis todeta, että turha byrokratia hankaloitti tutkimuksen tekemistä
huomattavasti.

Alustavalla markkinatutkimuksella saatiin selvitettyä vain pieni osa soodapuhallusyri-
tyksen markkinapotentiaalista kuntapuolella. Tutkimuksen tuloksia voidaan pitää suun-
taa-antavina. Saatujen vastausten yhteneväisyys on havaittavissa. Vaikka kaikki vastaa-
jat eivät nähneet graffiteja ongelmana, voidaan päätellä, että graffiteja tehdään paljon, ja
niiden poistoon käytetään paljon resursseja. Myös soodapuhallusta on käytetty puhdis-
tusmenetelmänä, jollei oltu, se nähtiin potentiaalisena puhdistuskeinona. Alkuperäisten

tavoitteiden lisäksi selvisi myös rahamääriä, joita graffitien poistoon on käytetty. Voidaan olettaa, että pelkästään Oulun kaupungilla menee vuosittain satoja tuhansia euroja graffitien poistoon. Voidaan siis otaksua, että soodapuhallusyrityksen tarjoamille palveluille on olemassa markkinapotentiaalia kuntapuolella, jopa huomattavissa määrin. Tutkimuksen myötä selvisi, että soodapuhallusta on käytetty myös julkisivujen puhdistukseen, ja soodapuhallusyrityksen palveluille on mahdollisesti kysyntää myös yrityspuolella.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen on ollut mielenkiintoinen, aikaa vievä projekti. Teon myötä on ollut mahdollisuus tutustua syvällisesti sekä teoriassa että käytännössä, mitä kaikkea hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää, ja mitä mahdollisen yrityksen perustamisessa tulee ottaa huomioon. Lisäksi sain näkökulman, mitä yrityksen perustaminen vaatii itse yrittäjältä. Hankitun tietopohjan avulla sain luotua hyvän ja toimivan liiketoimintasuunnitelman ideoimalleni Soodaplus Oy:lle, itse suunnitelman teko oli selvästi opinnäytetyön mielenkiintoisin vaihe. Oman yrityksen liiketoimintasuunnitelman tekoon käytin monipuolisesti sekä syvällistä analyysiä että pohdintaa, jotta voisin perustaa yrityksen välittömästi.

Tehdessäni Soodaplus Oy:n liiketoimintasuunnitelmaa selvisi, että soodapuhallusyrietyksen perustaminen Oulun seudulle on todellinen vaihtoehto palkkatyölle. Taloussuunnitelman perusteella ilmeni, että Oulun seudulle on mahdollista perustaa taloudellisesti kannattava soodapuhallusyritys. Heti ensimmäisenä toimintavuonna saavutettaisiin positiivinen tulos. Toisena toimintavuotenaan yritys tuottaisi jo niin paljon voittoa, että molemmat haaveeni yrittäjyydestä toteutuisivat, sillä saavuttaisin sekä tulotason nousun että päätöksenteon vapauden omien työskentelytapojen suhteen. Yrittäjänä voisin sekä elättää itseni että työllistää jatkossa useamman ulkopuolisen henkilön, ja näin auttaa yhteiskuntaa nousemasta taloudellisesta taantumasta.

Oulun seudulla on mielestäni tarvetta ja kysyntää uudelle soodapuhallusyrietykselle sekä sen tarjoamille palveluille. Soodapuhalluksella on miltei rajattomasti käyttökohteita, ja uusia löytyy jatkuvasti lisää. Soodaplus Oy:tä ei silti tulla käynnistämään opinnäytetyössä asetetulla aikataululla, sillä aikomuksena on vahvistaa taloussuunnitelman arvioidut asiakasmäärät. Haluan vielä kevään aikana toteuttaa tarkemman määrällisen markkina-analyysin, ja aion tehdä lopullisen päätöksen yrityksen perustamisesta vasta analyysin valmistumisen jälkeen. Koska suurin selvitys- ja tutkimustyö on tehty jo valmiiksi, voi liiketoimintasuunnitelman helposti päivittää vastaamaan senhetkistä tilannetta. Olen pohtinut omia yrittäjävalmiuksia pitkin opinnäytetyön tekoa. Kunhan laajemman markkina-analyysin tulokset ovat selvillä, ja ne näyttävät vihreää valoa yrityksen perustamiselle, olen valmis ottamaan riskin ja ryhtymään yrittäjäksi soodapuhallusalalle. Odotan mielenkiinnolla, mitä kevät tuo tullessaan.

LÄHTEET

- BusinessOulu 2014. Toimitilat ja yritystontit. Hakupäivä 30.10.2014.
<<http://www.businessoulu.com/fi/toimitilat-ja-yritystontit.html>>
- Finder Oy 2013. Taloustiedot – Pohjolan Soodapuhallus. Hakupäivä 10.11.2014.
<http://www.finder.fi/Pintakäsittelyä_ja_pinnotteita/Pohjolan_Soodapuhallus/II/taloustiedot/2230213>
- Finnvera 2014. Yrittäjälaina – yrityksen perustajalle, toiminnan jatkajalle ja yrityksessä työskentelevälle osakkaalle. Hakupäivä 30.10.2014.
<<http://www.finnvera.fi/Media/Files/Esitteet/Yrittajaelaina-esite-PDF>>
- Google AdWords 2014. Aloita mainonta Googlessa. Hakupäivä 28.8.2014.
<<https://www.google.fi/adwords/>>
- Holopainen, Tuulikki & Levonen, Anna-Liisa 2008. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Oyj.
- Ilmoniemi, Maija & Järvensivu, Petri & Kyläkallio, Kalle & Parantainen, Jari & Siikavuo, Juha 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.
- Joutsen Media Oy 2014. American Car Show Ouluhallissa. Hakupäivä 18.11.2014.
<http://www.oululehti.fi/etusivu/american_car_show_ouluhallissa_4490495.html>
- Joutsen Media Oy 2014. Oulu-lehti – mediakortti 2014. Hakupäivä 10.11.2014.
<<http://www.oululehti.fi/Mediakortti/mediakortti.pdf>>
- Kananen, Jorma 2008. Kvali: kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Karjalainen, Henri, yrittäjä. Haastattelu 9.10.2014.
- Karttunen, Timo & Koivunen, Kari & Laasanen, Hanna & Sippel, Liisa & Uitto, Tero & Valtonen Marjo. 2009. Juridiikan Perusteet. Porvoo: WSOY.
- Keskuskauppakamari 2011. Yrityksen perustajan opas 2011. Hakupäivä 30.10.2014.
<http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen_perustajan_opas_2011_TEM.pdf>
- Lehikoinen, Milla. 2012. Kauppakeskuksen asiakasprofiili ja mainosvälinevalinnat. Opinnäytetyö. Laurea-Ammattikorkeakoulu. Hakupäivä 10.11.2014.
<<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46367/LehikoinenMilla.pdf?sequence=1>>
- McKinsey & Company 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. Porvoo: WSOY.
- Nordblast Suomi 2014. Soodapuhallus ja soodan käyttö eri kohteisiin. Hakupäivä 10.11.2014. <<http://nordblast.com/fi/soodapuhallus/>>
- Olin, Kristian 2011. Facebook-markkinointi – Käytännön opas. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Otavamedia Oy 2014. Mediatiedot – Vene. Hakupäivä 10.11.2014.
<<http://mediatiedot.otavamedia.fi/tuotteet-ja-palvelut/printtimedia/miesten-harrastelehdet/vene/>>
- Oulun kaupunki 2014. Veneily. Hakupäivä 18.11.2014.
<<http://www.ouka.fi/oulu/kadut-kartat-ja-liikenne/veneily>>
- Raatikainen, Leena 2006. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita publishing Oy.
- Rättilä, Markku 2012. Kaupunki siivoaa taas graffiteja ja sotkuja. Hakupäivä 27.11.2014. <<http://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/kaupunki-siivoaa-taas-graffiteja-ja-sotkuja/575076/>>
- Sanoma Magazines Finland Oy 2014. GTi-Magazine. Hakupäivä 10.11.2014.
<<http://www.sanomamagazines.fi/mediaopas/brandit/gti-magazine.html>>
- Skurnik-Järvinen, Hanna 2010. Työpaikan pakolliset henkilöstösuunnitelmat. Helsinki: Edita Oyj.

- Suomen Riskienhallintayhdistys ry. 2014. Liikeriskit. Hakupäivä 24.11.2014.
<<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=liikeriskit>>
- Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2014. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Hakupäivä 30.10.2014.
<http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2014_web.pdf>
- Sutinen, Mika & Antikainen, Ahti 1998. PK-yrittäjän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Teknologian kehittämiskeskus Tekes 2014. Avustuksen ja lainan ehdot ja korot. Hakupäivä 30.10.2014.
<http://www.tekes.fi/Global/Rahoitus/Avustuksen_ja_lainan_ehdot_ja_korot.pdf>
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2014. Starttiraha – Aloittavan yrittäjän tuki. Hakupäivä 30.10.2014. <http://www.tepalvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/>
- Viitala, Juhani 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Helsinki: Tietosanoma.
- Viitala, Riitta & Jylhä, Eila 2001. Menestyvä yritys, liiketoimintaosaamisen perusteet. 4. uudistettu painos. Helsinki: Edita Oyj.
- Vilkkä, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- Vilkkä, Hanna 2010. Toiminnallinen opinnäytetyö. Hakupäivä 25.11.2014.
<http://vilkka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf>
- Tilastokeskus 2014. Virsta – Teemahaastattelu. Hakupäivä 28.11.2014.
<<http://www.tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/04/03/>>
- YritysHelsinki 2013. Opas yrittäjyyteen 2013. Hakupäivä 10.11.2014.
<<https://www.yrityssuomi.fi/documents/10179/60819/Opas+yrittajyyteen+2013.pdf>>

LIITTEET

LIITE 1

Teemahaastattelu

Henri Karjalainen, yrittäjä.

Keskustelun teemat:

- Yrittäjyys
- Yrityksen perustaminen
- Yrityksen rahoitus
- Hyvä liiketoimintasuunnitelma
- Yrityksen markkinointi
- Soodapuhallus

LIITE 2

Opiskelen Lapin ammattikorkeakoulussa liiketaloutta. Olen tekemässä opinnäytetyötä, jonka aiheena on soodapuhallusyrityksen perustaminen ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustettavalle yritykselle.

Markkinatutkimuksen teemahaastattelujen rakenne:

- Millaisena ongelmana pidätte graffiteja osaltanne?
- Millaisia puhdistusmenetelmiä graffitien poistoon käytetään?
- Miten soodapuhallus mielestänne sopii graffitien poistoon?