

Tuula Valkeajärvi

Yrittäjyyden opinpolku 2

(Käsikirjoitus)

TIES463
HARJOITUSTYÖ
Versio 1.1
24.4.2006

Jyväskylän yliopisto
Tietotekniikan laitos
Jyväskylä

SISÄLTÖ

Tervetuloa jatkamaan yrittäjyyden opiskelua!	2
Yrittäjyyden opinpolku 2	4
Johdatus liiketoimintasuunnitteluun.....	5
Liiketoimintasuunnitelma	6
Liiketoimintasuunnitelman sisältö	7
Liiketoimintasuunnitelman laatiminen	8
Vaihe 1: Kilpailutilanne ja markkinatutkimus	9
1.1 Kilpailutilanteen kartoitus.....	11
1.1.1 Kilpailurooleja.....	13
1.1.1 Kilpailtuja toimialoja	14
1.2 Markkinatutkimuksen taustaa	15
1.2.1 Markkinakartoitus ja -tutkimus	16
Vaihe 2: Laskelmat	17
2.1: Kannattavuuslaskelma	18
2.1.1 Kannattavuuslaskelman sisältö	19
Vaihe 3: Rahoitus	20
3.1 Rahan tarve	22
3.1.1 Investoinnit.....	23
3.1.2 Käyttöpääoma	24
3.1.3 Vaihto- ja rahoitusomaisuus.....	25
3.2 Rahan lähteet.....	26
3.2.1 Tulorahoitus	27
3.2.2 Oma pääoma	28
3.2.2.1 Starttiraha	29
3.2.3 Vieras pääoma.....	31
3.2.3.1 Finnvera Oyj	32
Vaihe 4: Hinnoittelu	33
4.1 Tuote/palvelu	35
4.2. Tuotteen/palvelun hinta.....	36
4.3 Hinnoittelun merkitys	37
4.4. Hinnoittelustrategiat.....	38
4.4.1 Neutraalit strategiat	39
4.5 Palvelujen hinnoittelu	41
4.6 Vakiotuotteesta omaleimaiseen.....	42
4.7 Epäonnistunut hinnoittelu	43
Luentomateriaalit	44
Lähteitä.....	45
Opiskeluohje	46
Tehtävä: Liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelman laatiminen	47
Optima-ohjeita	48
Aikataulu	49

Tervetuloa jatkamaan yrittäjyyden opiskelua!

Yrittäjyyden opinpolku 2 -verkkokurssin aiheena on yrittäjyys ja liiketoimintasuunnitelma. Kurssin laajuus on 1 ov.

Kurssi on pakollinen toisen asteen opiskelijoille (datanomit ja merkonomit) sekä yrittäjyyden ammattitutkintoa suorittaville. Muille Jyväskylän aikuisopiston opiskelijoille kurssi on vapaavalintainen.

Kurssi sisältää seuraavat aihealueet:

Johdatus liiketoimintasuunnitteluun

Vaihe 1: Kilpailutilanne ja markkinakartoitus

Vaihe 2: Laskelmat

Vaihe 3: Rahoitus

Vaihe 4: Hinnoittelu

Kurssin tavoitteena on, että

- opiskelijalla on realistinen ja innostava kuva yrittäjyydestä yhtenä uravaihtoehtona.
- opiskelija toimii luovasti ja oma-aloitteisesti sekä itseään että työtään kehittäen.
- opiskelija valitsee nykyistä useammin yrittäjyyden valinnaiseksi tutkinnon osaksi ammatti- ja erikoisammattitutkinnoissa.
- opiskelija näkee yrittäjyyden yhtenä uravaihtoehtona omalla ammattialallaan.
- opiskelija ymmärtää liiketoimintasuunnitelman peruseriaatteen.
- opiskelija osaa laatia yrityksen liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelman.

Suoritusmuodot

Yrittäjyyden opinpolku 2 -opintokokonaisuus toteutetaan lähiopetuksena, jonka tukena tämä verkkokurssi on. Voit itse valita, käytkö luennoilla vai suoritatko kurssin itsenäisesti verkkokurssina.

Lähi- ja verkko-opetuksessa käytetään samaa tehtävää, joka löytyy täältä Optima verkkoympäristöstä. Tehtävä myös palautetaan Optimaan.

Kurssisuorituksen arviointi

Kurssin hyväksytyt suoritus edellyttää aktiivista opiskelua ja kurssiin liittyvän liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelman hyväksytyä suoritusta. Arvioinnissa kiinnitetään erityisesti huomiota liiketoimintasuunnitelman kriittiseen ja realistiseen tarkasteluun ja toteuttamiseen.

Alustava aikataulu

Opiskelu etenee aikataulun mukaisesti. Aikataulu sovitaan opintojen alussa.

Kurssin koordinoija

?

[Opinpolku 2]

Yrittäjyyden opinpolku 2

Yrittäjyyden opinpolku 2 - sisältää liiketoimintasuunnitelmaan ja kannattavuuslaskelmaan liittyviä asioita. Aloita opiskelu Johdatus liiketoimintasuunnitteluun -osiosta ja sen jälkeen voit opiskella muita vaiheita vapaavalintaisessa järjestyksessä.

Johdatus liiketoimintasuunnitteluun

Johdanto osiossa etsitään vastuksia kysymyksiin: mikä yrityksen liiketoimintasuunnitelma on ja miksi liiketoimintasuunnitelma laaditaan. Lisäksi jakson aikana käsitellään liiketoimintasuunnitelman sisältö ja laatiminen.

Vaihe 1: Kilpailutilanne ja markkinakartoitus

Ensimmäisen vaiheen aikana tutustut kilpailutilanteen kartoitukseen, kilpailurooleihin ja mitkä ovat kilpailtuja toimialoja. Vaiheen aikana etsitään myös vastauksia kysymykseen mikä on markkinointitutkimus.

Vaihe 2: Laskelmat

Toisen vaiheen aikana etsitään vastauksia kysymykseen, mikä on laskelmien merkitys yrityksen toiminnassa ja tutustutaan kannattavuuslaskelman sisältöön.

Vaihe 3: Rahoitus

Kolmannessa vaiheessa keskitytään yrityksen rahoitukseen. Vaiheen aikana pohditaan, mitkä ovat yrityksen rahan tarpeen sekä mistä yritys saa rahaa.

Vaihe 4: Hinnoittelu

Neljännän vaiheen sisältönä on hinnoittelu. Vaiheen aikana tutustutaan hinnoittelun merkitykseen sekä eri hinnoittelustrategioihin.

Tehtävä

Kurssin aikana toteutat kirjallisen työn, joka käsittelee kaikkien osa-alueiden sisältöjä.

Tehtävän aihe

Kurssipalaute

Kurssin lopussa sinulla on mahdollisuus antaa palautetta Optimassa olevan keskustelupalstan kautta.

Lähteet

[Aloitussivu]

Tästä puuttuu vielä sivulle tulevat kuvat!

Johdatus liiketoimintasuunnitteluun

"Tavoite ilman suunnitelmaa on unelma!" (W. J. Reddin)

Periaatteessa menestyksenkäs liiketoiminta on helppoa: on vain tehtävä oikeita asioita oikein. Tämä tarkoittaa sitä, että lähtökohtaisesti *toiminta-ajatuksen* ja *liikeidean* on oltava kilpailukykyisiä.

Asiakas on se, joka mittaa [1]

- toiminta-ajatuksen
- liikeidean (tehtävä oikeita asioita) sekä
- liiketoimintasuunnitelman (tehtävä oikein) arvon.

Hyvä liikeidea sisältää

- asiakkaiden arvostamaa uutta oivallusta erityisesti samalla markkina-alueella toimiviin kilpailijoihin nähden.
- perusteellista pohdintaa asiakkaiden todellisista tarpeista ja siitä miten ne voidaan tyydyttää.

Menestyvien innovaatioiden aikaansaamisessa yhdistyvät [1]:

- luovuus
- oivallus
- ammattitaito
- liiketoimintaosaaminen.

Innovaatiot voivat olla esimerkiksi tuote-, prosessi- tai markkinainnovaatioita. Yrityksen on tunnistettava se innovaatiotarve, mihin sen on kyettävä pystyäkseen kilpailemaan alalla menestyksekkäästi.

Hyvän innovointikyvyn lisäksi tarvitaan myös hyvää liiketoimintasuunnittelua ja toimintaa, joiden kautta ideat voidaan menestyksellä realisoida.

Sisältö

Liiketoimintasuunnitelma

Lähde:

[1] Hirvimäki, P. 2002. Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma?

Luentomateriaali:

Perälampi, J. 2006. Liiketoimintasuunnitelma

[Opinpolku 2]

Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma (business plan) tuli Suomeen 1980 -luvulla USA:sta. Aloittelevan yrittäjän tulevalle liiketoiminnalle liiketoimintasuunnitelma muodostaa vahvan tuen ja se on olennainen osa yrityksen perustamisprosessia.

Liiketoimintasuunnitelman kaksi päätehtävää [1]

- vakuuttaa kaikki omistajat ja yritykselle tärkeät sidosryhmät suunnitteilla olevan liiketoiminnan kannattavuudesta
- pakottaa aloittelevan yrittäjän miettimään omia ajatuksia ja jäsentämään liikeideaa järjestelmällisesti.

Mikä on liiketoimintasuunnitelma?

- Kirjallinen asiakirja
- Yrityksen ja yrittäjän työväline
- Yrityksen toiminnan tuki
- Viestinnän apuväline
- Auttaa keskittymään olennaisiin asioihin
- Kokonaisvaltainen suunnitelma
- Esittelee liikeidean ja perustettavan yrityksen
- Kertoo yrityksen keskeiset periaatteet ja ratkaisut
- Yrityksen toimintojen kehittämisväline, johon voi tarvittaessa palata.

Liiketoimintasuunnitelman tehtävä on todistaa, että yritys tulee olemaan kannattava[1]. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen ei kuitenkaan saa olla itsetarkoitus vaan väline, jonka avulla voidaan ohjata toimintaa haluttuun suuntaan. Varsinaisena tavoitteena on, että yritysidea täyttää kannattavan liiketoiminnan edellytykset.

Sisältö

Liiketoimintasuunnitelman sisältö
Liiketoimintasuunnitelman laatiminen

Tutustu myös:

Hämeenlinnan Nuorkauppakamari: Paras liiketoimintasuunnitelma -työkirjat
 Yritys-Suomi Oy. Opas ja työkirja liiketoimintasuunnitelman tekemiseen.

Edu. Liiketoimintasuunnitelma.

Ensimetri. Liiketoimintasuunnitelma.

Lähde:

[1] Oulutech. Liiketoimintasuunnitelma

[Edellinen]

Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelmien runko ja sisältö vaihtelevat ohjeistusten tekijöistä ja kohde-ryhmistä riippuen. Liiketoimintasuunnitelmissa esiintyy kuitenkin yleensä aina jollakin tavalla seuraavat asiat [1]:

- lähtötilanteen arviointi
- markkinapotentiaali ja kilpailutilanne
- taloudelliset laskelmat
- riskien ja mahdollisuuksien arviointi.

Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi käsitellä ainakin seuraavia asioita [2]:

- liikeidea
- asiakashankinta, myynti ja mainonta
- rahoitus
- kilpailutilanne
- hinnoittelu
- markkinakartoitus
- yrittäjän terveys ja jaksaminen
- yrittäjän koulutus- ja työhistoria.

Liiketoimintasuunnitelman jokaisen osa-alueen on oltava riittävän vahva ja kokonaisuuden tasapainossa.

Hyvän liiketoimintasuunnitelman *lähtökohta-analyysi on perusteellinen* ja *tavoitteet haasteellisia*, mutta *realistisia* ja eri toimintojen kehittämissuunnitelmat tukevat tasapainoisesti tavoitteisiin pääsemistä.

Lähteet:

[1] Ruuska, Karjalainen & Johnsson. 1996. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma? (s. 4–5)

Luentomateriaali:

[2] Perälampi, J. 2006. Liiketoimintasuunnitelma.

[Edellinen]

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen

Liiketoimintasuunnitelma tulisi tehdä yritystoimintaa aloitettaessa ja aina silloin, kun sitä tarvitaan. Suunnitelman päivittäminen tai uuden laatiminen tulisi tehdä vuosittain tai ainakin silloin, kun yrityksen tuote- ja markkina-alueisiin on suunnitteilla tai tulossa strategisia muutoksia. Tämä pätee myös kaikkiin muihin yrityksen muutosvaiheisiin (kriiseihin, omistajan tai johdon vaihtumiseen, uuden liiketoiminnan ostamiseen jne.).

Liiketoimintasuunnitelmaa suunniteltaessa ja kirjoitettaessa tulisi muistaa [1]:

- selkeys, loogisuus ja johdonmukaisuus
- tiivis keskittyminen oleelliseen
- yrityksen toimialan ja yrittäjien taustojen kertominen siten, että niitä tuntematta saa vakuuttavan kuvan yrityksen liiketoiminnasta
- yrityksen omista lähtökohdista tehty, ei vain rahoittajaa varten
- yrittäjän (tai yrityksen johdon) oma näkemys
- ennakoi myös tulevaisuutta, ei kuvaile ainoastaan tätä päivää
- asiallinen ja itsekriittinen, ei kehuva yrityseseite
- ei peittele riskejä, vaan tunnistaa ja varautuu myös niihin
- pohjautuu tietoon (lähtökohtatilanne).

Liiketoimintasuunnitelmassa tarvittavaa tietoa tulee yritys ympäristöstä sekä yrityksen sisältä. Tämä tieto on vain kyettävä hyödyntämään liiketoimintasuunnitelmassa.

Koko suunnitteluprosessi tähtää

- kannattavan liiketoiminnan edellytysten täyttämiseen.
- varsinaisessa liiketoiminnassa onnistumisen todennäköisyyden korottamiseen.

Lähde:

[1] Hirvimäki, P. 2002. Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma?

[Edellinen]

Vaihe 1: Kilpailutilanne ja markkinatutkimus

Hyviä yritysideoita on paljon, mutta ne eivät välttämättä takaa menestystä. Kannattavan yritystoiminnan edellytys on maksavat asiakkaat.

Ennen yrityksen perustamista on tutkittava markkinoita ja selvitetävä, millaisille markkinoille yritystä ollaan perustamassa. Tämän tiedon pohjalta voidaan päätellä, kannattaako yritys perustaa sekä pystytään paremmin suunnittelemaan ja kohdentamaan yrityksen markkinointia.

Markkinoinnin tehtäviä:

- luoda asiakkaan haluamia tuotteita
- herättää asiakkaan kiinnostus ja ostohalu
- yrityksen olemassaolosta tiedottaminen
- tuotteiden ominaisuuksista ja käyttötavoista tiedottaminen
- huolehtia siitä, että tuotteita on helppo hankkia ja käyttää
- myönteinen kuvan luominen
- myydä tuotteita kannattavasti
- ylläpitää ja hoitaa asiakassuhteita.

Yrityksen markkinat eivät synny itsestään, vaan markkinointi vaatii:

- määrätietoista työtä
- luovuutta
- ideointikykyä.

Kun yritys on tunnistanut asiakkaansa, on mietittävä, mistä heidät tavoittaa eli missä markkinat ovat. Yrityksen tärkein henkilö on asiakas ja hän päättää, kenelle rahansa antaa.

Kilpailijat

Yrityksen on tunnistettava potentiaalisten asiakkaiden lisäksi myös kilpailijat, jotka toimivat samalla toimialalla sekä samalla markkina-alueella.

- Lähes jokaisella liikeidealla on kilpailija (poikkeuksena valtion monopoli)
- Kilpailija voi olla missä tahansa.
- Ei voi tuudittautua ajatukseen ”kilpailijoita ei ole”.
- Liikeidean kannattavan liiketoiminnan edellytyksiin vaikuttaa toimialan kilpailutilanne.

Sisältö

- 1.1 Kilpailutilanteen kartoitus
- 1.2 Markkinatutkimuksen taustaa

Katso myös:

Kouvolan seudun elinkeinopalvelut. Markkinat ja asiakkaat.

Luentomateriaali:

Perälampi, J. 2006. Kilpailutilanne ja markkinakartoitus

Tehtävä

Liiketoimintasuunnitelman osio Markkinat ja kilpailijat.

[Opinpolku 2]

Tästä puuttuu vielä sivulle tulevat kuvat!

1.1 Kilpailutilanteen kartoitus

Kilpailutilanne syntyy, kun toimialalla olevat liikeideat kilpailevat samoista asiakkaista. Kilpailua ja kilpailutilannetta pohdittaessa on mietittävä mm. seuraavia asioita:

- Miksi perustettava yritys olisi kilpailijoita parempi?
- Missä asioissa perustettava yritys olisi kilpailijoita huonompi?
- Millainen on kilpailijoiden tuotevalikoima ja hinnoittelu?

Kireä kilpailutilanne ei välttämättä ole este, mutta mahdollisesti hidaste [2]. Mitä halutumpi tuote on, sitä parempi kilpailuasema sillä on markkinoilla. Uudet kilpailijat saattavat olla myös toivottuja olemassa olevien yritysten silmissä, koska markkinat kasvavat. (Suora vs. epäsuora kilpailu) [3]

Toimialan sisäinen kilpailu muodostuu:

- asiakkaista
- olemassa olevista tuotteista ja yrityksistä
- mahdollisista uusista tuotteista ja yrityksistä
- korvaavista tuotteista.

Kilpailutilanteen arvioinnissa pyritään kartoittamaan seuraavia asioita

- Ketkä ovat pahimmat kilpailijat?
- Mitkä ovat kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet sekä kuinka ne asettuvat suhteessa omiin vahvuuksiin ja heikkouksiin?
- Minkälaiset ovat kilpailijoiden toimintatavat erityisesti tuotannossa ja asiakashankinnassa?
- Miksi ja miten kilpailijat menestyvät sekä kasvavat?
- Mitkä ovat kilpailijoiden markkinaosuudet sekä kuka on vahvistumassa, kuka heikkenemässä ja miksi?
- Mietitään oman liikeidean tärkeimmät edut asiakkaille suhteessa kilpailijoihin.
- Miten päästään mukaan kilpailuun tai vastataan kiristyneeseen kilpailutilanteeseen?
- Miten helppoa markkinoille on tulla: kynnys?

Yrityksen kilpailukeinoja ovat [1]:

- tuote
- tuotteen saatavuus
- hinta
- tiedottaminen asiakkaille (viestintä)
- yrityksen henkilöstö
- yrityksen toimintatavat ja niiden luomat mielikuvat yrityksestä.

Yritys voi vaikuttaa kilpailulliseen tilanteeseen tehokkaalla myynnillä ja mainonnalla.

Sisältö

- 1.1.1 Kilpailurooleja
- 1.1.2 Kilpailtuja toimialoja

Lähteet:

- [1] Isokangas, J. & Kinkki, S. 2003. Yrityksen perustoiminnot. WSOY.
- [2] Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos – Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Otava.

Luentomateriaali:

- [3] Perälampi, J. 2006. Kilpailutilanne ja markkinatutkimus.

[Edellinen]

1.1.1 Kilpailurooleja

Yrityksillä voi olla ns. kilpailurooleja, joista ne ovat tunnistettavissa. Kilpailuroolit syntyvät kilpailevan yrityksen myyntihenkilöstön minäkuvasta.

Markkinajohtaja:

- suuri
- vahva
- hidasliikkeinen.

Haastaja:

- tavoittelee jatkuvasti markkinajohtajan paikkaa ja kasvua.

Jäljittelijä:

- toisten kopiointi
- halpa.

Erikoistuva:

- pieniä yrityksiä tai yksiköitä
- omistautuvat täysin asiakasryhmälleen.

Lähde:

Suomen yrittäjät. Kilpailu.

[Edellinen]

1.1.1 Kilpailtuja toimialoja

Kilpailtu toimiala saattaa vaikuttaa kannattavan liiketoiminnan edellytyksiin ja rahoituksen saamiseen, mutta ei välttämättä **jatka** tapauksessa.

Jyväskylän keskustassa olevia kilpailtuja toimialoja [1]

- Pizzeria
- Olutravintola
- Kioski
- Parturi
- Fysioterapia

Kilpailtuja toimialoja [1]

- Kosmetologi
- Kuntosali
- Optikko
- Kiinteistönvälittäjä
- Tilitoimisto
- Ompelimo
- Lahjatavaraliike
- Kenkäkauppa
- Kirjakauppa
- Elämyspalvelu.

Luentomateriaali:

[1] Perälampi, J. 2006. Kilpailutilanne ja markkinoiden kartoitus.

[Edellinen]

1.2 Markkinatutkimuksen taustaa

Markkinatutkimuksella hankitaan tietoa mm. markkinoista, asiakkaiden tarpeista ja mielipiteistä, kilpailutilanteesta tai siitä mitä mieltä asiakkaat ovat tietystä tuotteesta tai palvelusta sekä yrityksestä tai yritysideasta.

Markkinatutkimuksella selvitetään:

- olemassa olevat sekä uudet mahdolliset asiakkaat
- kilpailijat.

Markkinatutkimuksen tarkoituksena on:

- tutkia markkinoita
- arvioida potentiaalista kysyntää
- pohtia markkinatilanteen kehittymistä ja yleistä taloudellista tilannetta
- olla yhteydessä potentiaalisiin asiakkaisiin
- myydä ja mainostaa omia tuotteita.

Markkinoiden selvittäminen on omien havaintojen tekemistä yrityksen toimintaympäristöstä sekä yritysten mainonnan aktiivista seuraamista.

Paikallistuntemuksesta on apua silloin, kun tehdään havaintoja:

- olemassa olevista yrityksistä
- tuotteista ja hintatasosta.

Sisältö

1.2.1 Markkinakartoitus ja -tutkimus

[Edellinen]

1.2.1 Markkinakartoitus ja -tutkimus

Markkinakartoitus on sanallinen arvio aloitettavan yrityksen tuotteiden kysynnästä markkinoilla ja sen avulla arvioidaan:

- miten markkinat kehittyvät tulevaisuudessa.
- liiketoiminnan yleistä käyttökelpoisuutta.
- toimialaan liittyviä mahdollisuuksia sekä uhkia tässä hetkessä ja vuosien päähän.

Markkinatutkimus liittyy usein liiketoimintasuunnitelman tekovaiheeseen. Yrityksen markkinatutkimuksen voi tehdä itse tai ulkoistaa yksityiselle yrityksille tai ammattikorkeakoulun opiskelijalle.

Kirjoituspöytä tutkimus [1]

- omat faktat
- erilaiset tietokannat
- sanoma- ja ammattilehdet
- viralliset tilastot ja selvitykset
- kirjat
- Internet.

Kenttätutkimus[1]

- henkilökohtaiset haastattelut
 - asiakkaat
 - päättäjät
 - toimialaosajaat
- puhelinhaastattelut
- posti- tai sähköpostikyselyt
- testaus ja koemarkkinointi.

Luentomateriaali:

[1] Perälampi, J. 2006. Kilpailutilanne ja markkinoiden kartoitus.

[Edellinen]

Vaihe 2: Laskelmat

Yritystä suunniteltaessa on tehtävä erilaisia taloudellisia laskelmia yrityksen taloudellisen tilanteen selvittämiseksi, jotta yritystoiminnasta saataisiin totuudenmukainen kuva. Laskelmilla mitataan mm. yrityksen ja yritystoiminnan:

- kannattavuutta
- maksuvalmiutta
- laajuutta
- vakavaraisuutta.

Tärkeitä taloudelliset laskelmat ovat [1]:

- tuloslaskelma
- tase
- rahoituslaskelmat.

Näiden lisäksi tarvitaan myös esim. kannattavuuslaskelmaa.

Sisältö

2.1 Kannattavuuslaskelma

Katso myös:

Pellervo. Uuden yrityksen kannattavuuden kulmakivet.

Suomen yrittäjät. Palkkalaskuri

Ouluseutu. Hinnoittelulaskelma.

Lähde:

[1] Oulutech. Taloudelliset laskelmat.

Tästä puuttuu vielä sivulle tulevat kuvat.

[Opinpolku 2]

2.1: Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelmassa arvioidaan esim. kuukausittaiset kiinteät ja muuttuvat kustannukset, palkkiot, ostot sekä yrittäjälle jäävä kate. Tämän jälkeen saadaan selville, kuinka paljon yrityksen tulisi vähintään saada aikaan liikevaihtoa kuukausitasolla.

Mikä kannattavuuslaskelma on?

- laskuri
- arvioidaan yrityksen kustannuksia
- arvioidaan, kuinka paljon yrityksen tulisi myydä, jotta päästäisiin tavoiteltuun tulokseen
- laskelma, joka voidaan tehdä yhdelle tai useammalle vuodelle
- poistot jätetään yleensä huomioimatta
- rahoittajat ja muut sidosryhmät yleensä vaativat liiketoimintasuunnitelman liitteenä.

Kannattavuuden edellytykset:

- Yrityksen tuotteet on myytävä kustannuksia korkeampaan hintaan.
- Myydään kalliimmalla kuin mitä palvelu tuotetaan tai tuote valmistetaan/ostetaan.
- Tulojen on oltava keskimäärin vähintään yhtä suuret kuin kiinteät ja muuttuvat kustannukset, verot, lainat ja lainojen korot sekä omat yksityisnostot/palkat tietynä ajanjaksona.
- Yritystoiminnassa tarvitaan riittävästi maksavia asiakkaita.

Sisältö

2.1.1 Kannattavuuslaskelman sisältö

Katso myös:

Ouluseutu. Yrityspalvelut. Kannattavuuslaskelma.

Ensimetri. Kannattavuuslaskelma.

Ouluseutu. Kannattavuuslaskelma.

Nordea. Kannattavuuslaskelma

Tehtävä

Liiketoimintasuunnitelman liitteeksi kannattavuuslaskelman laatiminen.

[Edellinen]

2.1.1 Kannattavuuslaskelman sisältö

Kannattavan liiketoiminnan edellytys on, että tuote tai palvelu myydään sellaiseen hintaan, että hankintakustannukset ylittyvät. Pyritään siis myymään kalliimmalla kuin millä tuote ostetaan tai palvelu tuotetaan.

Käyttökattotarve saadaan selville seuraavasti [1]:

Yrityksen tavoitetulos (netto)
 (Huomioi eri yritysmuodot!)
 + Lainojen lyhennyksen
 = *Tulot verojen jälkeen*
 + Verot (valtio + kunta)
 = *Rahoitustarve (bruttotulot)*
 + Yrityslainojen korot
 = *Käyttökattotarve*
 + Kiinteät kulut yhteensä
 = *Myyntikattotarve*
 + Ostot (alv 0 %)
 = *Liikevaihto*
 + Arvonlisävero
 = *Kokonaismyynti*

Kiinteitä kuluja eli kustannuksia ovat mm.:

- yrittäjän eläkevakuutus, YEL (16,05-21,40%)
- muut vakuutukset
- kiinteät palkkakustannukset
- palkkojen sivukustannukset
- vuokrat
- puhelinkulut
- postikulut
- siivouskulut
- toimistokulut
- edustuskulut
- matkakulut
- markkinointi
- koulutus
- lehdet
- korjauskulut
- lisenssit ja laitevuokrat

Kiinteät kustannukset ovat riippumattomia myynnin määrästä tai suuruudesta.

Lähde:

[1] Ensimetri. Kannattavuuslaskelma.

[edellinen]

Vaihe 3: Rahoitus

Yritystoimintaa aloitettaessa ja laajennettaessa rahaa tarvitaan erilaisiin hankintoihin ja mahdollisesti myös palkkamenoihin. Yritys tarvitsee käynnistämävaiheessa myös **käytöpääomaa**, joka mahdollistaa yrityksen toiminnan siihen asti, kunnes yritystoiminnasta aletaan saada tuloksia eli tulo-rahoitusta yrityksen kustannuksiin.

Ennen yrityksen perustamista tai kasvuun tähtäävän yrityksen kohdalla tulee arvioida [3]:

- Kuinka paljon rahaa tarvitaan? **Rahan tarve**
- Mihin rahaa tarvitaan?
- Mistä rahaa on saatavilla? **Rahan lähteet**
- Mihin hintaan rahaa saa?
- Mikä on oman ja vieraan pääoman suhde?
- Onko omia vakuuksia?
- Onko mahdollista saada vastikkeetonta rahoitusta? **Avustukset**

Rahoitustarpeen arvioinnissa alkavan yrittäjän kannattaa arvioida tulot alakanttiin ja kustannukset yläkanttiin [1], jotta voitaisiin välttyä ikäviltä yllätyksiltä

Perustamisvaiheessa yrityksen alkupääomatarve tulee arvioida rahoitussuunnitelman avulla. Rahoitussuunnitelman on oltava realistinen, jotta yrityksestä muodostuu kannattava, vakavarainen ja maksuvalmiudeltaan eli likviditeetiltään riittävän hyvä [2].

Sisältö

- 3.1 Rahan tarve
- 3.3 Rahan lähteet

Katso myös:

Yrittäjät. Talous ja raha.
 Tekes. Rahoitus ja palvelut.
 Oulutec. Rahoitussuunnittelu.

Lähteet:

[1] Ensimetri. Rahan tarpeen laskeminen.
 [2] Oulutec. Rahoitussuunnitelma.

Luentomateriaali

[3] Perälampi, J. 2006 Rahoitus.

Tehtävä

Tee liiketoimintasuunnitelman osio Rahoituksen järjestäminen.

[Edellinen]

Tästä puuttuu vielä sivulle tulevat kuvat!

3.1 Rahan tarve

Aloittava yritys tarvitsee rahaa investointeihin, käyttöpääomaan sekä käyttö- ja vaihto-omaisuuden hankkimista varten. Rahoitustarvetta arvioitaessa on etsittävä vastuksia kysymyksiin:

- Kuinka pitkään yritys voi toimia ilman tulorahoitusta eli kuinka paljon käyttöpääoma tarvitaan yrityksen aloitusvaiheessa?
- Kuinka paljon pääomaa tarvitaan ensimmäisen toimintavuoden aikana?
- Miten rahoitus on tarkoitus hankkia?
- Onko mahdollista saada erilaisia avustuksia tai tukia?

Kaikki mahdolliset kuluerät on arvioitava realistisesti eli lähtökohtana ovat kaikki ne kulut, joita yritystoiminnan käynnistäminen aiheuttaa ja vaatii. Lisäksi tulisi varata käyttöpääomaa eli ylimääräisiä varoja, joilla pystytään kattamaan ensimmäisten alkukuukausien menoja, vaikka tulorahoitusta ei vielä syntyisikään.

Olennaista on huomioida kustannuksia ja investointeja laskiessa kaikki mahdolliset menoerät ja arvioida nämä mieluummin ylä- kuin alakanttiin.

Sisältö

- 3.1.1 Investoinnit
- 3.1.2 Käyttöpääoma
- 3.1.2 Käyttö- ja vaihto-omaisuus

[Edellinen]

3.1.1 Investoinnit

Aloittava yritys tarvitsee rahaa *käyttöomaisuuden* eli yrityksessä tarvittavien laitteiden, koneiden ja toimitilojen hankkimista varten. Näihin perushankintoihin eli *investointeihin* tarvittavan rahan määrä riippuu siitä, millaista ja minkä kokoista yritystä ollaan perustamassa.

Liiketoiminnan investoinnit [1]:

- aineettomat hyödykkeet
 - perustamismenot
 - asiantuntijapalkkiot
- toimitilat
 - omat: tontti, rakennukset, osakkeet
 - remontointi, asennukset ja korjaukset
- koneet ja kalusteet
 - tuotantokoneet ja -laitteet
 - toimistokoneet ja -laitteet
 - kalusteet
 - auto
 - asennukset, korjaukset, huolto

Katso myös:

Finnvera. Investoinnit.

Luentomateriaali:

[1] Perälampi, J. 2006. Rahoitus.

[Edellinen]

3.1.2 Käyttöpääoma

Yritystoimintaa aloitettaessa yrityksellä on pakollisia juoksevia sekä ennalta arvaamattomia menoja, vaikka tulorahoitusta ei vielä olisikaan. Näitä menoja varten tarvitaan rahaa eli *käyttöpääomaa*, jolla voidaan kattaa yritystoiminnasta aiheutuvia kuluja ensimmäisten 1–3 toimintakuukauden aikana.

Käyttöpääoman tarve on katettava korollisella vieraalla pääomalla tai omalla pääomalla [1].

Käyttöpääomaa tarvitaan:

- Yrityksen perustamiskuluihin
 - alkumarkkinointiin
 - takuuvuokriin.

- Ensimmäisten toimintakuukausien kuluihin
 - vuokrat
 - palkat
 - henkilösivukulut
 - kirjanpito
 - vakuutukset
 - tavaravaraston hankinta
 - raaka-aineiden hankinta
 - markkinointi.

- Yrittäjän omaan elämiseen.

Lähde:

[1] Ouluseutu. Talouden tunnusluvuista ja kirjanpitoon liittyvistä käsitteistä.

[Edellinen]

3.1.3 Vaihto- ja rahoitusomaisuus

Yritys tarvitsee aloitusvaiheessa rahaa myös alkuvaraston hankkimista varten. Rahaa tarvitaan.

1. Alkuvarasto
 - Tavarat
 - Kuluttajille myytävät tai jalostetavat tuotteet
2. Käteisvarat
3. Kustannusylivaraus
 - Kustannuksia arvioitaessa rahan tarpeeseen lisätään 15–30 %.

[Edellinen]

3.2 Rahan lähteet

Voidakseen toimia, yritys tarvitsee rahaa.

Yritystoiminnan rahanlähteitä ovat:

- toiminnasta kertyvä tulorahoitus.
- pääomarahoitus eli oma ja vieras pääoma.

Yritystoiminnan tarkoituksena on, että **rahan lähteet kattavat yrityksen rahan tarpeet**. Rahoitustarpeet vaihtelevat sen mukaan, missä elinkaaren vaiheessa yritys on.

Yrityksen rahoitusmuotoja ovat [1]

- lainat
- avustukset
- takaukset
- oman pääoman sijoitukset eli riskirahoitus.

Sisältö

- 3.2.1 Tulorahoitus
- 3.2.2 Oma pääoma
- 3.2.3 Vieras pääoma

Lähde

[1] Oulutech. Rahoituslähteet.

[Edellinen]

3.2.1 Tulorahoitus

Asiakkaat ostavat yrityksen tuotteita/palveluja ja tuovat yritykselle rahaa eli *myyntituloja*, jotka ovat yrityksen pääasiallinen rahanlähde. Kun myyntituloista vähennetään niitä vastaavat ostomenot, saadaan *tulorahoitus*, joka on yrityksen *tärkein rahoitusmuoto* [1].

Myyntitulot – Niitä vastaavat ostomenot = **Tulorahoitus**

Pitkällä tähtäyksellä yrityksen *tarkoituksena on saada yritystoiminta kannattamaan* niin, että toimintaa voidaan pyörittää pelkästään tulorahoituksella.

Koska alkuvaiheessa asiakkailta saadut suoritukset eli tulorahoitus on vähäisempää kuin esimerkiksi ensimmäisen toimintavuoden jälkeen, yritystoimintaa käynnistettäessä on tärkeää varmistaa aloitusvaiheen rahoitus.

Lähde:

[1] Raatikainen, L. 2004. Liikeideasta liikkeelle.

[Edellinen]

3.2.2 Oma pääoma

Oma pääoma on yrittäjän omaa yritystoimintaan sijoitettua rahaa tai omaisuutta. Se antaa sijoittajille uskottavuutta hanketta kohtaan. Jotkut liikeideat vaativat toimiakseen paljon omaa pääomaa.

Oma rahoitus voi olla

- rahaa
- rahanarvoista omaisuutta
- osakkaiden sijoittama rahaa tai rahanarvoista omaisuutta
- avustuksia (starttiraha, tuet)
- ulkopuolisia pääomasijoituksia.

Oman pääoman osuus [1]:

- Suosituksena on, että oma pääoma on vähintään 20 % koko pääomatarpeesta.
- Pienissä hankkeissa voi olla suurempikin ja euromäärältään merkittävä.
- Koko omaisuutta ei kuitenkaan kannata sijoittaa heti alussa.

Yrityksen omistajan sijoittama oma pääoma on riskirahaa, jolle ei ole asetettu tiettyä etukäteen määrättyä takaisinmaksuaikaa.

Oma pääoma kasvaa:

- tulorahoituksesta kertyneeseen ja yritykseen jätetyn voiton kautta.
- omaisuuden arvonnousun kautta.

Sisältö

- 1.2.2.1 Starttiraha
- 1.2.2.2 Avustukset ja tuet

Lähde:

[1] Holopainen, T. (toim.)2001. Yrityksen perustamisopas – Käytännön perustamistoimet – Edita: Helsinki.

[Edellinen]

3.2.2.1 Starttiraha

Starttiraha on aloittavan yrittäjän tuki, jonka tarkoituksena on edistää työttömän työnhakijan omaehtoista työllistymistä sekä uuden yritystoiminnan syntymistä.

Starttiraha [1]:

- aloittavan yrittäjän tuki
- tarkoituksena turvata yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen aikana
- myöntää Työvoimatoimisto
- kannattavan liiketoiminnan edellytysten on täytyttävä
- maksimissaan 10 kuukautta:
 - ensimmäinen jakso enintään 6 kk
 - toinen jakso enintään 4 kk (ehdollinen)
- 550–750 euroa kuukaudessa
- Työvoimatoimisto voi pyytää esim. Uusyrityskeskusta arvioimaan yritysidean

Lähde

[1] Työvoimatoimisto. 2/2006. Starttiraha.

[Edellinen]

3.2.2.2 Avustukset ja tuet

Yritysten haettavissa olevat avustukset ja tuet:

- TE-keskusten yritys-, työvoima- tai maatalousosaston tuet
 - haettavissa yritystoiminnan investointeihin, käyttöpääomaan, kehittämiseen ja vientiin
 - suunnattu erityisesti tuotantoon ja tukialueille
 - tuen määrä vaihtelee tukialueesta riippuen
- Tekes edistää teollisuuden ja palvelujen kehittymistä teknologian ja innovaatioiden keinoin
- Työvoimatoimiston maksamat tuet
 - työllistämistuki
 - työmarkkinatuki
- Kauppa ja teollisuusministeriön tuet ensisijaisesti pk-yritysten investointi-, kehittämis- ja toimintaympäristöä parantavien hankkeiden toteuttamiseen.

Katso myös:

TE-keskus. Yrityspalvelut.

Kauppa- ja teollisuusministeriö. Yritystuet.

Työvoimatoimisto. Tuet ja avustukset.

[Edellinen]

3.2.3 Vieras pääoma

Vieras pääoma on **erilaisin ehdoin yritykseen lainattua rahaa**, joka on maksettava useimmiten korkojen kera takaisin.

Laina

- yleisin lähde pankki
- yrityksen elinehtona on hyvä pankkisuhde
- pankkien kilpailuttaminen lainaa otettaessa
- lainan vakuudeksi vaaditaan pääsääntöisesti reaalivakuus, esimerkiksi kiinteistö tai asunto-osake
- vakuuksien arvon määrittelee lainanantaja ja markkinatilanne.

Lainasta maksettavan koron määrä riippuu

- laina-ajasta
- lainan määrästä
- liiketoiminnan kannattavuuden edellytyksistä
- yleisestä korkotasosta
- yrittäjän taustasta
- asiakassuhteesta ja luotettavuudesta
- joskus jopa sukupuolesta.

Pankkien lisäksi on käytettävissään myös muita rahoituslähteitä, kuten esimerkiksi valtion erityisrahoituslaitokset:

- Finnvera Oyj
- Teollisen yhteistyön rahasto Oy Finnfund
- Fide Oy
- Suomen Teollisuussijoitus Oy
- Sitra
- Suomen Vientiluotto Oy.

[Edellinen]

3.2.3.1 Finnvera Oyj

Valtion omistaman erityusrahoitusyhtiön Finnvera Oyj:n toiminta-alue on koko maa. Sen tehtävänä on edistää ja kehittää suomalaisten yritysten toimintaa, kansainvälistymistä ja vientiä. [1].

Finnvera

- pyrkii auttamaan erityisesti alkuvaiheen yrityksiä jopa ilman takauksia
- tarjoaa lainoja, takauksia ja vientitakuuta
- täydentää rahoitusmarkkinoita
- toimii läheisessä yhteistyössä pankkien kanssa
- edesauttaa toiminnallaan yritystoiminnan, alueiden ja viennin kehitystä
- välittää EAKR-rahoitusohjelmia.

Katso myös:

Finnvera Oyj.

Lähde:

[1] Holopainen, T. (toim.)2001. Yrityksen perustamisopas – Käytännön perustamistoimet – Edita: Helsinki.

[Edellinen]

Vaihe 4: Hinnoittelu

Yrityksen näkyvä kilpailukeino on hinnoittelu. Hinnoittelun tarkoituksena on määritellä asiakkaan tuotteesta/palvelusta maksama hinta siten, että tuote menee kaupaksi tai palvelulla on kysyntää ja yritystoiminta on kannattavaa.

Asiakas vertailee eri yritysten hintoja tehden usein päätöksen vain hintojen pohjalta tutkimatta kuitenkaan tarkemmin, mitä maksamallaan hinnalla saa.

Kun tuotteita tarkastelleen hinnoittelunäkökulmasta, tuotteet ovat [1]

- vakioituja
- erilaistettuja
- omaleimaisia.

Tuotteen tuotanto- ja hankintakustannukset määräävät tuotteille *hinnoittelalueen*, jossa hinta voi liikkua [1]. Tehtyjen hinnoitteluratkaisujen on kuitenkin perustuttava liikeideaan.

Hinnoittelu on melko haasteellinen ja monimutkainen prosessi, johon vaikuttavat useat eri osatekijät. Yrityksen kannattavuutta ajatellen onnistunut hinnoittelu on oleellinen asia.

Hinnoittelussa huomioitavaa:

- Kilpailijoiden samasta tai vastaavasta tuotteesta pyytämä hintataso.
- Yrittäjän oma kustannusrakenne, jota voidaan hahmottaa esim. kannattavuuslaskelman avulla.

Lisäksi on huomioitava [2]:

- Kun hintavertailu on vaikeaa, brändin merkitys korostuu.
- Asiakas haluaa selkeän hinnoittelumallin.
- Mitä paremmin asiakas tunnetaan, sitä helpompaa hinnoittelu ja sen räätälöinti on.
- Etuasiakkaiden huomioiminen hinnoittelussa.
- Tuotteistamisessa ja hinnoittelussa tulee pyrkiä pakettiratkaisuihin.
- Hintojen ja myyntivolyymien vertailu.

Sisältö:

- 4.1 Tuote/palvelu
- 4.2 Tuotteen/palvelun hinta
- 4.3 Hinnoittelun merkitys
- 4.4 Hinnoittelustrategiat

- 4.5 Palvelujen hinnoittelu
- 4.6 Vakiotuotteesta omaleimaiseen
- 4.7 Epäonnistunut hinnoittelu

Lähteet:

- [1] Yrittäjät. Hinnoittelu
- [2] Tieke. Hinnoittelun ABC-opas.

Luentomateriaali

Perälampi, J. 2006. Hinnoittelu

Tehtävä

Tee liiketoimintasuunnitelman osioon Rahoituksen järjestäminen hinnoitteluun liittyvät laskelmat.

[Edellinen]

Tästä puuttuu vielä sivulle tulevat kuvat

4.1 Tuote/palvelu

Yrityksen tuotteet voivat olla joko palvelutuotteita tai fyysisiä tuotteita, joihin voi liittyä palvelua myynnin yhteydessä (esim. asennustyö) tai myynnin jälkeen (esim. huoltopalvelu). Tuotteet voivat olla *vakiotuotteita* tai *erikoistuotteita*, joilla kummallakin on omat markkinansa ja kilpailukeinonsa.

Tuote/palvelu:

- Mitä?
 - kuvaus tuotteesta/palvelusta
 - tuotteen edut ja hyödyt
- Kenelle?
 - asiakas, käyttäjä
- Miksi?
 - mihin tarkoitukseen?
- Miten?
 - käyttötavat
 - käyttöolosuhteet
 - käyttötilanteet

Asiakkaan valinta voi perustua:

- hintaan
- laatuun
- toimitusaikaan
- saatavuuteen
- tuotteen erilaisuuteen
- myyjän myyntitaittoon
- palveluun.

Tehtävä

Tee liiketoimintasuunnitelman Liikeidea -osiosta kohta Tuotteet/palvelut.

[Edellinen]

4.2. Tuotteen/palvelun hinta

Tuotteen tai palvelun hinta vaikuttaa yritystoiminnan kannattavuuteen, markkinointiin ja asiakassuhteisiin. Tuotteen tai palvelun ominaisuudet vaikuttavat hinnan määrittelyyn. Yrityksen kannattavuuden kannalta hinnoittelun onnistuminen on oleellinen asia.

Tuotteen/palvelun hinta on [1]:

- yrityksen kilpailuväline.
- määrittelee tuotteen tai palvelun arvon.

Tuotteen tai palvelun hintaan vaikuttavat

- asiakkaiden maksukyky
- kilpailijoiden hinnat
- kysyntä
- kustannukset, verot sekä muut maksut
- yrityksen tavoitteet.

Tuotteen asemointiin vaikuttaa

- tuote kohdistetaan hinnan perusteella eri asiakasryhmiin.

Lähde:

[1] Tieke. Hinnoittelun ABC-opas.

[Edellinen]

4.3 Hinnoittelun merkitys

Hinnan merkitys asiakkaalle [1]:

- Yleensä euromäärä
- Sisältää yleensä alennukset, asennukset ja maksuajan
- Antaa osviittaa tuotteen laadusta ja arvosta
- Kiinnekohta vertailuun
- Haasteellisuus verrattaessa hintoja toisiin vastaavanlaisiin tuotteisiin

Kuluttaja hakee seuraavia hyötyjä ja on valmis maksamaan [1]:

- taloudellinen
 - kustannussäästöt
 - liikevaihdon kasvu
- operationaalinen
 - tuotteen toimivuus ja kestävyys
- psykososiaalinen
 - tyydytys
 - maine
- funktionaalinen
 - teknologinen ylivoimaisuus

Hinnoittelussa voidaan käyttää:

- korkeaa hintaa
- markkinahintaa
- matalaa hintaa.

Tärkeä tekijä hinnoittelussa on myös se, miten tuote/palvelu hinnoitellaan:

- kokonaishintana (= pakettina)
- pilkottuna (= jokainen osapalvelu erikseen)
- vai niiden yhdistelmänä.

Tärkeää on kuitenkin aina laskea hinnan vaikutus menekkiin. Alennuksen antaminen merkitsee oman tuloksen pienentämistä vastaavalla summalla.

Lähde:

[1] Tieke. Hinnoittelun ABC-opas.

[Edellinen]

4.4. Hinnoittelustrategiat

Hinnoittelustrategia on tärkeä osa tuotteen/palvelun kokonaismarkkinointistrategiaa ja siksi tulisi analysoida, mikä merkitys hinnalla on tuotteen tai palvelun markkinointistrategiassa.

Yritys tarvitsee itselleen sopivat strategiat, jotta asetettuihin tai haluttuihin tavoitteisiin päästäisiin. Yritystoimintaa aloitettaessa on tärkeää arvioida kysyntää, ennakoida hintayhdistelmien vaikutuksia sekä valita sopivin myyninedistämismuoto.

Hinnoittelustrategiat [1]

1. Markkinaosuuden maksimointi:
Markkinaosuuden kasvu mahdollisimman nopeasti, tuotto tulevaisuudessa.
2. Tulevaisuuden kasvun strategiat:
Markkinaosuus ja tuotto tulevaisuudessa.
3. Asiakasarvon maksimoinnin strategiat:
Voiton maksimointi tässä hetkessä.
4. Neutraalit strategiat:
Markkinakasvu- ja tuotto-odotukset tässä hetkessä, hinnan rooli markkinoinnin työvälineenä rajoitettu.

Yritykset toteuttavat usein rinnakkain ja yhdistellen erilaisia hinnoittelustrategioita. Samanaikaisesti tuote voi kilpailla eri markkinoilla tai tuotteen eri versiot voivat kilpailla samoilla markkinoilla eri strategioilla.

Sisältö

4.4.1 Neutraalit strategiat

Lähde:

[1] Tieke. Hinnoittelun ABC-opas.

[Edellinen]

4.4.1 Neutraalit strategiat

Neutraalit hinnoittelustrategiat ovat maltillisia strategioita, joissa etupainotteiset kustannukset pyritään pitämään alhaisina ja hinnan rooli markkinoinnin työkaluna pyritään minimoimaan. Näin pyritään välttämään riskejä ja kasvuodotukset ovat tässä hetkessä [1].

Neutraalit strategiat [1]:

1. Kustannusperusteinen hinnoittelu

Päämääränä on arvioida tuotteeseen kohdistuvat kustannukset ja ulosmyyntihinta: tässä kannattavuuslaskelma on apuvälineenä!

1.1 Tuotteen suorat yksikkökustannukset

- raaka-aineet
- palkat
- alihankinta ym.

1.2. Tuotteen epäsuorat kulut

- yrityksen hallinnointi
- markkinointi
- kirjanpito ym.

1.3. Investoinnit

- huomioidaan pääomien poistoina

1.4. Tuotekehittely

- sitoo resursseja

1.5. Korot

1.6. Yrityksen voittotavoite

2. Markkinaperusteinen hinnoittelu

Pohjana on kustannusperusteinen hinnoittelu. Tuote tai palvelu maksa sen verran, mitä asiakkaat ovat valmiita maksamaan.

- Ei pyritä aggressiivisesti yli- tai alihinnoittelemaan
- Sopii tuotteen koko elinkaaren hinnoittelustrategiaksi
- Hintaan vaikuttavina tekijöinä ovat:
 - kilpailu
 - asiakkaat.

Laatujohdajuus hinnoittelussa

- Myydään kokonaismarkkinoille
- Pyritään löytämään laatutietoinen asiakaskunta
- Ollaan paras niissä asioissa, joita laatua tavoittelevat asiakkaat hakevat
- Korkeampi laatu kriteerinä kalliimmalle hinnalle
- Mitä erikoisempi tuote sitä pienempi kuluttajakunta
- Sopii tuotteen koko elinkaaren hinnoittelustrategiaksi

Lähde:

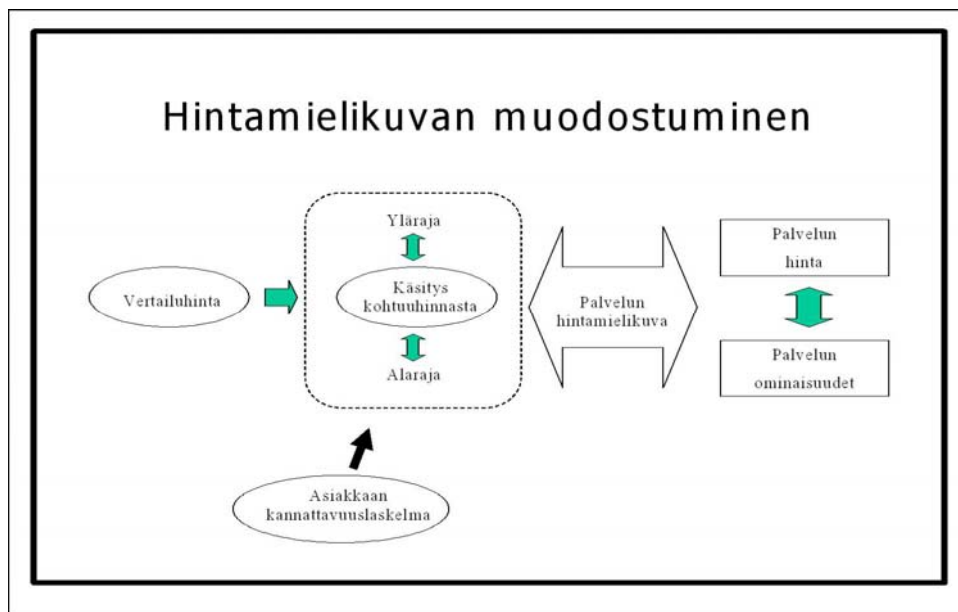
[1] Tieke. 2004. Hinnoittelun ABC-opas.

[Edellinen]

4.5 Palvelujen hinnoittelu

Palvelujen hinnan määräytymistä pyritään arvioimaan *työn hinta per tunti* –periaatteella.

Tuotannossa ja yleensä kaupan alalla käytännöllisempi tapa ajatella asioita on valmistettava tai myytävä *yksikköhinta* tai joissain tapauksissa päivittäinen, kuukausittainen tai vuosittainen liikevaihto.



Lähde: Palvelujen hinnoittelu [1].

Lähde:

[1]Voutilainen, V. 2003 Palvelujen hinnoittelu.

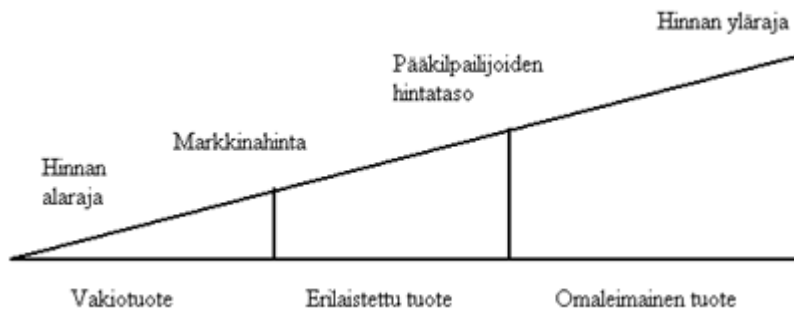
[Edellinen]

4.6 Vakiotuotteesta omaleimaiseen

Omaleimaisessa tuotteessa hinnoitteluvapaus lisääntyy ja hinnannousu on perusteltua asiakkaille.

Omaleimaisen tuotteen edut:

- Mahdollista ”karistaa kilpailijat kantapäiltä”.
- Mahdollisuus tehokkuuteen ja lisäansioihin.
- Uniikkituote on kalliimpaa kuin massatuote.



Lähde: Suomen yrittäjät. Hinnoittelu [1].

Hinnoittelu –kuvasta käy selville, että vakiotuotetta erilaistamalla hintaa voi nostaa ylöspäin. Lisäkatteen tulee kuitenkin peittää selkeästi erilaistamiskustannukset. Jos omaleimaisen tuotteen hintaa lasketaan, tämä mahdollistaa kilpailijan ajamisen pois markkinoilta. Omaleimaista tuotetta kehittämällä ja parantamalla yritys voi lanseerata kannattavamman ja kalliimman uuden tuotteen markkinoille.

Lähde:

[1] Yrittäjät. Hinnoittelu.

[Edellinen]

4.7 Epäonnistunut hinnoittelu

Hinnoittelu on haasteellinen tehtävä ja joskus siinä epäonnistutaan. Hinnoittelussa on mietittävä mm.

- Miten asiakkaalle perustellaan tuotteesta tai palvelusta saatava hyöty?
- Miten valitaan tilanteeseen sopiva hinnoittelustrategia oikein?
- Mitkä elementit vaikuttavat tuotteen tai palvelun hintaan?

Epäonnistuneen hinnoittelun syitä [1]:

- Asiakkaan tuotteesta saama hyöty ei ole selkeästi havaittavissa.
- Asiakaspalautetta ei ole tai sitä ei hyödynnetä.
- Hintoja ei tarkisteta tarpeeksi usein.
- Tuotteen kustannukset eivät ole tiedossa.
- Kilpailevien tuotteiden hinnoista ei olla tietoisia.
- Hinnoittelun vaikutusta liiketoimintaan ei ole tiedossa tai sitä ei ymmärretä.
- Hinnoittelustrategia ei ole yhteneväinen yrityksen strategian kanssa.

Lähde:

[1] Tieke. Hinnoittelun ABC -opas.

[Edellinen]

Luentomateriaalit

Perälampi, J. 2006. Kilpailutilanne ja markkinatutkimus

Perälampi, J. 2006. Kannattavuuslaskelma

Perälampi, J. 2006. Hinnoittelu

Perälampi, J. 2006. Hinnoittelu

Perälampi, J. 2006. Liiketoimintasuunnitelma

Lähteitä

- Hirvimäki, P. 2002. Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma
- Holopainen, T. (toim.) 2001. Yrityksen perustamisopas – Käytännön perustamistoimet – Edita: Helsinki.
- Oulutech. Liiketoimintasuunnitelma
- Partanen & Luhtala. 2003. Yritys hyvä 10.
- Raatikainen, L. 2004. Liikeideasta liikkeelle. 3. painos. Edita: Helsinki.
- Suomen yrittäjät. Hinnoittelu.
- Tieke. Hinnoittelun ABC-opas.
- Työvoima- ja elinkeinokeskus. 2006. Yrityksen perustamisopas.
- Työvoimatoimisto. 2/2006. Starttiraha
- Voutilainen, V. 2003. Palvelujen hinnoittelu.
- Yrityksen perustaminen Keski-Suomessa. Tuhansien Järvien Uusyrityskeskus ry

[Opinpolku 2]

Opiskeluohje

Tämä Yrittäjyyden opinpolku 2 -verkkokurssi toimii lähiopetuksena tukena. Voit suorittaa opinnot joko käymällä luennoilla ja/tai itsenäisesti verkkokurssina. Opiskelutavasta riippumatta oppimisympäristössä olevat materiaalit ja tehtävät ovat opintojesi apuna sekä tukena. Muuta opiskelumateriaalia ei lähituntien aikana jaeta, vaan kaikki tarvittavat materiaalit löytyvät täältä oppimisympäristöstä.

Kurssiin liittyvä tehtävä

Yrittäjyyden opinpolku 2:n aikana tuotat **yhden kirjallisen tehtävän**, jonka aiheena on **Yrityksen liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuuslaskelma**. Tehtävän laajuus noin 3 – 5 sivua.

Tehtävä suoritetaan joko yksin tai 2 – 5 henkilön ryhmissä. Kouluttaja antaa lisäohjeistuksen tehtävään liittyen (miten suullisesti, kirjallisesti, sähköpostilla??).

Tehtävän palautus

Tekstinkäsittelyohjelmalla kirjoitettu työ palautetaan Optimaan Tehtäväpalautukset -nimiseen kansioon, jonka löydät näytön vasemmasta reunasta Yrittäjyyden opinpolku 2 -kansion alta.

Materiaalin tuomiselle verkkoympäristöön löydät lisäohjeita [Optima-ohjeista](#).

Tehtävä palautetaan kolmen viikon kuluttua varsinaisen opiskelujakson päätyttyä. Opettajalla on sen jälkeen neljä viikkoa aikaa tehtävien tarkistamiseen.

Tehtävän

tavoitteet

Tehtävän tavoitteena on antaa käytännön kokemusta yrityksen liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelmien tekemiseen, joiden pohjalta on helppo lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan tarvittaessa omaa yritysideaa ja siihen liittyvää liiketoimintasuunnitelmaa.

Opiskelun ohjaus

Opiskelun sekä tehtävän ohjaus ja kommentointi tapahtuu verkkoympäristössä olevaa keskustelupalstaa ja sähköpostia hyväksi käyttäen. Keskustelupalstalle jokainen voi lisätä omat kommenttinsa ja kysymyksensä.

Tarvittaessa sinulla on mahdollisuus myös henkilökohtaisesti tavata yrittäjyyden opettaja ohjausta ja neuvontaa varten erikseen sovittavan aikataulun mukaisesti.

[Tehtävä]

Tehtävä: Liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelman laatiminen

Tehtävänä olevan liiketoimintasuunnitelman kirjoittamistyön onnistumiseksi on tärkeää, että vaiheistat sen järkeviin kokonaisuuksiin.

- Mieti, mitä olet tekemässä.
- Lue nämä verkkosivut läpi.
- Älä ala kirjoittaa suunnitelmaasi ennen kuin olet hahmottanut kokonaisuuden.

- Tutustu liiketoimintasuunnitelman perusrunkoon ja lue esimerkiksi pari valmista LTS:ää läpi ennen kuin aloitat omasi.

- Tee oman liiketoimintasuunnitelmasi sisällysluettelo.
 - Voit käyttää perusrunkoa pääotsikoita ja keksiä itse alaotsikot. Tai voit hyödyntää linkkejä eri liiketoimintasuunnitelmarunkoihin. Muista kuitenkin olla kriittinen ja mieti, mitä hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa tulisi olla.

- Sen jälkeen, kun sisällysluettelo on valmis, voit aloittaa asioiden työstämisen ja käyttää apuna esimerkiksi ranskalaisia viivoja.

- Kun pohjatyö on hyvin tehty, varsinainen puhtaaksikirjoittaminen on helppoa. Liiketoimintasuunnitelman pituudeksi riittää 3 – 5 sivua. Jos asiaa riittää, liiketoimintasuunnitelma voi olla laajempikin.

- Kannattavuuslaskelmaa tehdessäsi muista nämä samat ohjeet ja voit käyttää apuna joko valmista tai itse tekemääsi taulukkoa apuna.

[Johdatus liiketoimintasuunnitteluun]

[Opiskeluohje]

Optima-ohjeita

Yleisohjeita käyttöösi

Perusohje Optima-työtilan käytöstä (pdf)

Discendumin Optiman käyttöohje (Ohje avautuu uuteen ikkunaan, luettuasi sulje ikkuna.)

Acrobat Reader

Jos koneellesi ei ole asennettu pdf-tiedostojen lukemiseen tarvittavaa ohjelmaa, voit ladata sen osoitteesta <http://www.adobe.com/products/acrobat/readstep2.html> (Avautuu uuteen ikkunaan, asennuksen jälkeen sulje ikkuna.)

Tekninen tuki

Tarvittaessa ota yhteyttä alice.ojala@jao.fi tai 040 777 9432.

Aikataulu

Yrittäjyyden opinpolku 1: Aikataulu

Aika	Suoritustapa	Opettaja
	Orientointi, lähi ryhmäjako vastuukouluttajalta	
	Luento	
	Tehtävä palautettuna	
	Palaute tehtävästä annettu	

[\[Aloitussivu\]](#)