

Liiketoimintasuunnitelma



"Tukkijätjän paras kaveri"

Henrik Jeffery
henrik.jeffery@porstua.eu

10. lokakuuta 2017

¹www.ponsseshop.com

Tiivistelmä

Tämä liiketoimintasuunnitelma (LTS – Jyväskylässä kuulema LiSu) on tehty ymmärtääkseni kaikille 2. asteen opiskelijoille pakollisen Yrittäjäyys- ja yritystoimintakurssin ”Grande Finalea” varten. Demo-muki jäi tekemättä, vaikka se olisi ollut hauska muisto. Nettisivut toimivat oikeasti, mutta en erityisemmin panostanut sen sisältöön. Koska homma huvitti, ja olin varmasti kirjoittanut jo turhan paljon sivuja tämän *yrityksen* liiketoimintasuunnitelmaa varten, päätin lisätä vielä tiivistelmän, sisällysluettelon ja kuvaluettelon. Näin saan aikaiseksi naurettavan määrän sivuja – ei niitä tarvitse lukea – ja samalla saan harjoitettua lievästi unohdettuja L^AT_EX-taitojani.

Sisältö

1	Yrittäjän tausta ja osaaminen	5
2	Liikeideamalli	6
2.1	Toimintatavat	6
2.1.1	Markkinointi	6
2.1.2	Tuotekehitys	6
2.1.3	Tuotanto	6
2.1.4	Logistiikka	7
2.1.5	Henkilöstö	7
2.1.6	Johtaminen	7
3	Yritystoiminta	8
3.1	Yhtiömuoto ja sen perustelut	8
3.1.1	Sopivin yhtiömuoto on kommandiittiyhtiö	8
3.1.2	Yrityksen nimi on: PON SE	8
3.1.3	Yrityksen verkkosivut ovat muotoa:	8
3.1.4	Perustajien lukumäärä	8
3.1.5	Vastuunjako	8
3.1.6	Yritystoiminnan jatkuvuus ja kasvumahdollisuudet	8
3.1.7	Tarvitaanko yritystoimintaan lupa?	8
3.1.8	Voitonjako	9
3.1.9	Pääoman tarve	9
4	Markkinat ja kilpailijat	10
4.1	Asiakasanalyysi	10
4.1.1	Kuvaus tyypillisestä asiakkaasta	10
4.1.2	Asiakkaan saavutettavuus	10
4.1.3	Mikä on yrityksen markkinointialue?	10
4.1.4	Kuinka paljon asiakkaita on markkina-alueella?	10
4.1.5	Paljonko asiakas on valmis käyttämään rahaa ostoksiin vuoden aikana?	10
4.1.6	Paljonko asiakkaat tuovat rahaa koko markkina-alueelle?	10
4.1.7	Mihin suuntaan markkinat kehittyvät?	11
5	Tuotteet ja hinnoittelu	12
5.1	PON SE muki	12
5.2	PON-SE paita	12
5.3	Kevennetty kannattavuuslaskelma	13

6	Yritysidean tulevaisuus	14
6.1	PON SE:lla ei ole tulevaisuutta	14
6.2	Palaute liiketoimintasuunnitelmasta	14

Kuvat

5.1	Maanmainio PON SE muki sopii kouraan kuin kouraan!	13
5.2	Juhlava PON SE T-paita	13
6.1	Yrityksen miellekartta	14

Taulukot

2.1	Liikeideamalli	6
3.1	Rahoituslaskelma yritystoiminnan aloittamista varten.	9

Luku 1

Yrittäjän tausta ja osaaminen

Olen 41-v. sisäänpäin suuntautunut mies, jolla on tarve keksiä mitä tekisi isona. Koulutukseltaani olen tarjoilija, koneasentaja ja koneahtaja, toki tähän ikään mennessä on ehtinyt kurssittaa itseään monin keinoin. Tällä hetkellä olen opintovapaalla järjestösihteerin työstäni opetellakseni metsäkoneenasentajaksi. Tässä vaiheessa en tunne alaa edes sen vertaa, että uskaltaisin myydä öljynvaihtoja, joten liikeideani pohjautuu jo osaamaani. Työssäni olen moninaisen pupun kirjoittamisen lisäksi painattanut jonkun verran paitoja ja muuta materiaalia, sekä käsitellyt niitä varten kuvia.

Vahvoina puolinani ja erityisosaamisena pidän melko vahvaa osaamista tietokoneiden parissa – sekä rauta, että softapuolella. Olen myös harrastanut kirjanpitoa rahastonhoitajana yhdistyksessä, jonka liikevaihto on melkoinen.

Yritys-Suomen testin mukaan olen ”todella kiinnostunut itseni kehittamisestä”, ja toimin ”hyvin itsenäisesti ja itseohjautuvasti”.

Yrittäjätyypiltäni olen ammattimiesyrittäjä. Haluaisin elättää itseni työlläni, olla itsenäinen, ja osallistua itse varsinaisen työn tekemiseen.

Luku 2

Liikeideamalli

Tarve / hyöty asiakkaalle	Mielikuva yrityksestä / imago
<ul style="list-style-type: none">— Ihmiset pitävät rihkamasta.— PONSSE-tuotteita edullisempi— Helppo ostaa verkkokaupasta— Toimitus lähipostiin	<ul style="list-style-type: none">— ”Ranta-PONSSE”— Viihteellinen— Laadukkaampi— Kaiken ikäisille
Asiakkaat / asiakasryhmät	Tuotteet / palvelut ¹
<ul style="list-style-type: none">— Metsäalan toimijat— Muotitietoiset— Deerellä ajavat konekuskit— Maanomistajat	<ul style="list-style-type: none">— Paidat— Mukit— Lelut— USB-tikut

Taulukko 2.1: Liikeideamalli

2.1 Toimintatavat

2.1.1 Markkinointi

Verkkomainonta, messut, yrityslahjat. Brändin esiinnostaminen joka tilanteessa, kuten esim. logopainatettujen haalarien lahjoittaminen koululle.

2.1.2 Tuotekehitys

Tuotevalikoiman laajentaminen koskemaan haalareita, leluja, karamelleja jne. Nettisivujen kehittäminen. Painotekniikkaan panostaminen viimeistään ensimmäisten konehankintojen yhteydessä.

2.1.3 Tuotanto

Autotallissa on tilaa ensimmäisille koneille, ja pienehkölle varastolle. Ensimmäiset erät teetän alihankkijoilla, mutta rahan kertyessä ostan tulostimet ja leikkurit itselleni.

2.1.4 Logistiikka

Alkuun ostetaan painatukset läheiseltä kilpailijalta, muki ja paidat suomalaiselta toimittajalta. Paketointitarvikkeet voi myös ostaa paikalliselta pussifirmalta. Myöhemmin ostetaan tulostin, ja painatusmateriaali kotiinkuljetettuna. Varastona toimii autotalli.

Kuljetukset hoidetaan paikallisesti omalla autolla, muutoin matkahuollon tai postin kuljetuksina. Tiedonkulku hoidetaan pääasiassa sähköpostilla tai puhelimella. Tilaukset tehdään verkko-kaupan kautta.

2.1.5 Henkilöstö

Niko saa hoitaa myynnin, ja markkinoinnin. Thomas hoitaa kuvamateriaalin, ja sen suunnittelun. Minä hoidan kirjanpidon, laskutuksen, johdan, ja paikkaan muita kahta. Sanna ja Kalle toimivat sponsoreina.

2.1.6 Johtaminen

Suuret päätökset, kuten laajennuspäätökset tehdään yhdessä. Kukin vastaa omista sektoreistaan. Minä edustan yhtiötä.

Luku 3

Yritystoiminta

3.1 Yhtiömuoto ja sen perustelut

3.1.1 Sopivin yhtiömuoto on kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on vastuulliset, ja äänettömät yhtiömiehet. Viidestä osallisesta kolme on valmiit työskentelemään yrityksessä, mutta varojen puutteessa kaipaamme ”sponsoreiksi” vielä parin hengen rahapanosta, joita ei henkilökohtaisella tasolla innosta osallistua yrityksen toimintaan.

3.1.2 Yrityksen nimi on: PON SE

PON SE – PONSSE. Logo oli helposti muokattavissa, ja sopii hyvin tarkoitukseen.
Nimi on vapaa

3.1.3 Yrityksen verkkosivut ovat muotoa:

www.pon-se.fi on vapaa. Tällä hetkellä verkkosivut ovat pystyssä osoitteessa
http://www.porstua.eu/www/pon_se.html

3.1.4 Perustajien lukumäärä

Viisi. Alustavasti kolme työtä tekevää-, ja kaksi äänetöntä kumppania.

3.1.5 Vastuunjako

Niko myy ja markkinoi, Tomppa saa piirrellä ja painaa. Minä olen TJ, ja Sanna ja Kalle ovat hiljaisia kumppaneita.

3.1.6 Yritystoiminnan jatkuvuus ja kasvumahdollisuudet

Liiketoimintaa, ainakin myyntiartikkeleita, voidaan helposti lisätä.

3.1.7 Tarvitaanko yritystoimintaan lupa?

Ei. Tekijänoikeusriita todennäköisesti kyllä tulisi.

3.1.8 Voitonjako

Yritykselle työtä tekevät nostavat palkkaa tehdystä työstä. Palkan määrä, ja maksetut osingot päätetään vuosittain, mahdollisten katevarausten jälkeen.

3.1.9 Pääoman tarve

Rahaa liiketoiminnan aloittamiseen tarvitaan n. 2500 €. Apporttiomaisuus, eli jo olemassaolevat koneet sisältävää pari tietokonetta, puhelimet, pari tulostinta, pari skanneria, halvan leikkurin ja liudan muita toimistotarvikkeita. Webhotelli sisältää palvelimen maksut ja sähköpostiosoitteita 5 kpl. Katevarauksessa on tulevaisuuden ensimmäiset konehankinnat – tulostin ja leikkuri. Katevaraus palautetaan yhtiömiehille, jos toiminta ei lähde kunnolla alkuun.

Rahan tarve:	€	Rahan lähteet:	€
Perustamismaksu	240,00	yhtiömiesten omapääoma	26 000
Webhotelli	2,77/kk	Apporttiomaisuus	4 000
Alkuvarasto	1 403,23		
Toimistotarvike	100,00		
Puhelin/internet	120,00		
Apporttiomaisuus	4 000,00		
Auton kulut	500,00		
Autotallin kulut	24,00 /kk		
Kassareservi	3 610,00		
Katevaraukset	20 000,00		
Rahantarve yhteensä	30 000,00€	Rahoitus yhteensä	30 000€

Taulukko 3.1: Rahoituslaskelma yritystoiminnan aloittamista varten.

Luku 4

Markkinat ja kilpailijat

4.1 Asiakasanalyysi

4.1.1 Kuvaus tyypillisestä asiakkaasta

Tyypillinen asiakas on metsäalalla toimiva, itsensä tunteva henkilö, joka haluaa uskoa vaatemerkillä olevan merkitystä.

4.1.2 Asiakkaan saavutettavuus

Luotetaan PONSSE-SHOP:n asettamaan trendiin, sekä pyritään vetoamaan asiakkaan piheyteen ja turhamaisuuteen. Käytetään hyväksi verkkomainontaa siten, että hakukoneet tuottavat mahdollisimman usein osumia PON SE:n sivuille.

4.1.3 Mikä on yrityksen markkinointialue?

Koko maailma, mutta käytännössä pohjoismaat.

4.1.4 Kuinka paljon asiakkaita on markkina-alueella?

Suomessa n. 70 000¹, muualta 80 000.

4.1.5 Paljonko asiakas on valmis käyttämään rahaa ostoksiin vuoden aikana?

Perustuen John Deeren huutokauppapäivään – keskimääräinen asiakas käytti rihkamakauppaan n. 40 € .

4.1.6 Paljonko asiakkaat tuovat rahaa koko markkina-alueelle?

$150\,000 \times 40\,€ = 6\,000\,000\,€$, josta empiirisen tutkimuksen mukaan 90% haluaa PON SE:a.

¹Metsäalalla työskentelevät: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Metsäala>

4.1.7 Mihin suuntaan markkinat kehittyvät?

Mestätalous on elpymässä², ja tehtaiden lisääntyessä³ myös metsureiden ja asentajien määrä lisääntyy. Tämä tarkoittaa samalla myös lisääntyvää oheistuotteiden myyntiä. Metsureiden keskuudessa tyypillisesti myös perhe pukeutuu alan vaatteisiin.

²Puutavaralajien hintakehitys 9/2017: <https://www.mhy.fi/puukauppa/puun-hinta>

³Artikkeli kivihiihden korvaamisesta suomalaisella energiapuulla: <http://tinyurl.com/ydgeec82>

Luku 5

Tuotteet ja hinnoittelu

5.1 PON SE muki

Maanmainio PON SE muki on porsliini muki, johon on painettu kaksivärinen PON-SE:n logo. Porsliinin etuna emaalimukiin nähden on se, että porsliinissa ei kuuma muki polta suuta. Tuote tilataan Axonprofililta¹.

Kulut

Hinta yhteensä $715,43 \text{ €} + (38,50 \text{ €} \times 2) = 792,43 \text{ €/72kpl}$, eli 11 €/kpl (sis alv). Hinta sisältää mukit, kaksiväripainatuksen, värinasetusmaksun, sekä toimituksen.

Tuotot

Hintapyyntö on 20 €/kpl . Hinta on sama Ponsse-Shopissa. Tuottoa muki tuo 9 €/kpl .

5.2 PON-SE paita

Juhlava PON SE T-paita brodeerataan ostopaidoille. Lopputulos on näyttävämpi kuin kilpailijoiden tuotteessa, eikä logo kulu samalla tavalla pesussa.

Paita itsessään, merkiltään ”Fruit of the loom” on keltainen huomioväripaita. Sitä voidaan käyttää osana 3. luokan varoitusvaatetusta tietyömailla. Paidat ostetaan Tiimipaita.fi:ltä².

Kulut

Hinta paidalle $5,90 \text{ €/kpl}$ ja brodeeraus 3 €/kpl . Hinta sisältää alv. Toimituskulut 72 kpl mukaan 45 € . Hinta yhteensä $685,80 \text{ €}$, jonka perusteella $9,53 \text{ €/kpl}$.

Jos haluaa teettää ”piraatti-PON SE:n” kilpailijalla³, on hinta 31 €/kpl .

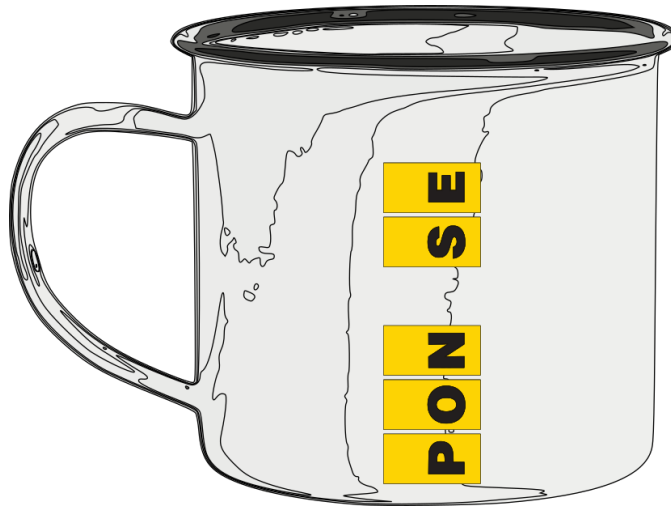
Tuotot

Hintapyyntö on 20 €/kpl . Hinta on sama Ponsse-Shopissa. Tuottoa T-paita tuo $10,47 \text{ €/kpl}$.

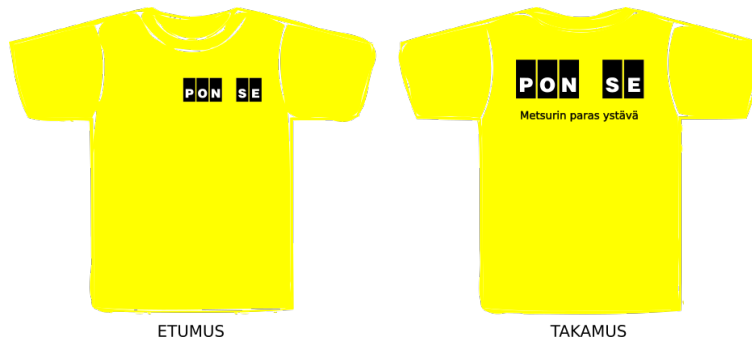
¹<https://www.axonprofil.fi/mukit/posliinimukit/denver>

²www.tiimipaita.fi

³www.brodeeraus.com



Kuva 5.1: Maanmainio PON SE muki sopii kouraan kuin kouraan!



Kuva 5.2: Juhlava PON SE T-paita

5.3 Kevennetty kannattavuuslaskelma

Yksinkertaisuuden vuoksi jätän kuolettamatta perustamiskustannukset, alv:n ja muut verot, enkä maksa palkkoja. Laskelmassa on siis puhtaasti ”kuinka monta mukia tai paitaa joutuu myymään, jotta ei jää tappiolle olettaen, että kumpaakin tuotetta on ostettu sisään 72 kpl.”

Kulut on yhteensä

$$(717,43 + 685,80) = 1403,23e$$

Nollatuloksen saavuttamiseksi on myytävä

$$\frac{1403,23e}{20 \text{ kpl}} = 70,1615 \approx 71 \text{ kpl}$$

eli n. puolet. Jotta kukin työtätekevä saisi jonkinlaisen elannon, olisi voittoa saatava 10000 €/kk. Tämä tarkoittaa pyöreästi 20000 € myyntiä eli 1000 kpl/kk.

Luku 6

Yritysidean tulevaisuus

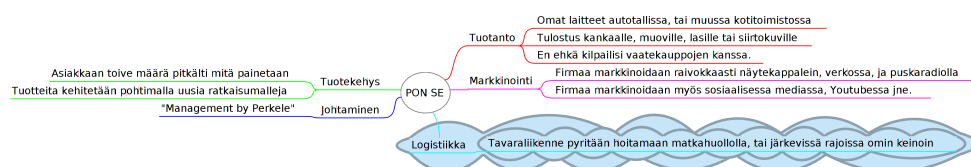
6.1 PON SE:lla ei ole tulevaisuutta

En lähtisi yrittämään edes yksinäni tätä tällä konseptilla. Ensinnäkin minun olisi painettava tuotteet itse saadakseni kuluja alas. Tuotteita pitäisi olla enemmän, ja kilpailua vähemmän. Toimintaa olisi laajennettava muihin merkkeihin. Ponsse, ja muut vastaavat firmat myyvät vaatteitaan ihan muista syistä kuin ansaitakseen sillä elantonsa.

Tee se itse –paitoja myyviä firmoja oli pikaisella verkkohauulla kymmeniä, joten kilpailu on alalla kova. Firma voisi toimia esim. silkkipainona, mutta silloin se olisi liikeidealtaan eri. Maailmassa on lukuisia eri kohteita, mihin tarvitsee painaa varoitustarroja, firman logoja, mainoksia jne. Jos miettsin PON SE:n tulevaisuutta, kuvittelisin sen hyvin pian muuttuvan joksikin painotaloksi, jonka tuotteet määrittäisi ennemmin sen asiakkaat, ja heidän tarpeensa. Tällaisenaan tätä voisi käyttää yhdistyksen tulonlähteenä.

6.2 Palaute liiketoimintasuunnitelmasta

Haluan palautteen liiketoimintasuunnitelmasta.



Kuva 6.1: Yrityksen miellekartta