

ALUSTAVA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Lapland Arctic Bouldering

Törmänen Jani

Opinnäytetyö
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutus
Restonomi (AMK)

2017

Tekijä	Jani Törmänen	Vuosi	2017
Ohjaaja(t)	Mervi Angeria		
Työn nimi	Alustava liiketoimintasuunnitelma - Lapland Arctic Bouldering		
Sivu- ja liitesivumäärä	26 + 20		

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda alustava liiketoimintasuunnitelma Lapland Arctic Bouldering ohjelmapalveluyritykselle. Työlleni ei ole toimeksiantajaa, se on tehty omaan käyttöni tulevaisuutta ajatellen. Idea aiheeseen syntyi omasta mielenkiinnosta boulderointia kohtaan. Boulderointiyrityksen perustaminen on ollut mielessäni jo pidemmän aikaa ja laadittu alustava liiketoimintasuunnitelma selventää mitä yrityksen perustamiseen vaaditaan. Liiketoimintasuunnitelma on tärkeä rahoitusta, lainaa sekä liikekumppania haettaessa. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä työkalu, jota voi täydentää myöhemmin.

Opinnäytetyö muodostuu teoreettisesta ja empiirisestä osasta. Teoriaosuudessa käsitellään boulderointia, Inarin kuntaa toimintaympäristönä, ohjelmapalvelun turvallisuudelle asetettuja yleisiä vaatimuksia, yrityksen perustamiseen liittyviä asioita, sekä millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma. Aineisto teoriaosuuteen on hankittu alan kirjallisuutta ja internettiä tutkimalla. Empiirinen osuus perustuu havainnointiin.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta Inarin kunnan soveltuvan hyvin boulderointi-ohjelmapalveluyrityksen toimintaympäristöksi valitsemalla asiakassegmentit huolellisesti ja kohdistamalla markkinointi täsmällisesti. Maantieteellinen sijainti on hyvä, koska Inarista löytyy paljon boulderointiin sopivia lohkareita lyhyenkin ajomatkan päässä asukaskeskittymistä ja alueella vierailee paljon matkailijoita. Haasteena on alueen vähäinen asukasmäärä.

Tourism, Catering and Domestic
Services
Degree Programme in Tourism
Bachelor of Hospitality Management

Author	Jani Törmänen	Year	2017
Supervisor	Mervi Angeria		
Subject of thesis	Preliminary business plan – Lapland Arctic Bouldering		
Number of pages	26 + 20		

The goal of this thesis was to create a rough business plan for a company called Lapland Arctic Bouldering. I have no client for this thesis and it has been made for my own use in future. The idea sprang up from my own interest towards bouldering. The idea of starting my own enterprise has been in my mind for a long time and the preliminary business plan will clarify what must be taken into consideration when starting a new business. Business plan is important when entrepreneur is applying for a loan or funding. It also makes easier to introduce the concept of the company to a potential business partner. It's an important tool that can be completed afterwards.

This thesis consists from theoretical and empirical parts. In the theoretical part the focus is in bouldering, Inari as operational environment, general safety regulations placed for program services and things that must be taken into consideration when starting a new business. I also focus on what makes a good business plan and what it has to contain. Materials for the theoretical part has been acquired from the internet and by studying related literature. The empirical part consists from my own observations.

Based on the study it's safe to say that Inari is suitable as operational environment for bouldering by selecting customer segments thoroughly and by focusing marketing accurately. Geographical location is good because Inari has many boulders suitable for the activity even in close distance from the center of population. One of the challenges is the lack of local population, but the area attracts many tourists.

Key words

Bouldering, business plan, travelling, Inari

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 BOULDEROINTI.....	3
2.1 Mitä boulderointi on?.....	3
2.2 Boulderointiyritykset Suomessa.....	5
2.3 Boulderointi urheilu-, liikunta- ja seikkailumatkailun näkökulmasta.....	7
3 INARIN KUNTA TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ	9
4 OHJELMAPALVELUIDEN TURVALLISUUDELLE ASETETTAVAT YLEISET VAATIMUKSET.....	13
5 YRITYKSEN PERUSTAMINEN.....	17
5.1 Lähtökohdat.....	17
5.2 Rahoitusmahdollisuudet.....	17
5.3 Markkinointi.....	19
6 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	20
7 POHDINTA.....	22
LÄHTEET.....	23
LIITTEET	26

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, kuinka ulkoboulderointi sopisi Inarin kunnan toimintaympäristöön matkailun näkökulmasta. Tavoitteena on tehdä alustava liiketoimintasuunnitelma itselleni ulkoboulderointiin suuntautuvasta ohjelmanpalveluyrityksestä, joka selventää minulle, mitä yrityksen perustaminen vaatii ja mitä seikkoja tulee ottaa huomioon. Haluan selvittää itselleni, olisiko mahdollista muuttaa mielenkiinnon kohteeni, sekä harrastukseni tuottavaksi matkailun yritystoiminnaksi. Tutkin, olisiko yrityksen perustaminen Inarin kuntaan hyvä vaihtoehto, SWOT – analyysi on tärkeässä osassa liiketoimintasuunnitelmaa. Aiheesta rajataan pois rahoituslaskelmat.

Boulderointi tarkoittaa kallioilla, kivillä ja sisäseinillä tapahtuvaa kiipeilyä. Boulderointi tapahtuu turvallisella korkeudella, jolloin ei synny loukkaantumiseen johtavia tilanteita. Boulderointi on keskittynyt enimmäkseen asutus- ja kiipeilykeskuksiin ja niissä laji on lähinnä harrastetoimintaa. Aihe on ajankohtainen, koska boulderoinnin suosio on noussut koko ajan ja alan harrastajia löytyy jo runsain määrin. Lisäksi laji ylettyy jo Lappiin asti, mutta Pohjois-Lapissa ei ole vielä alan yrityksiä eikä boulderkeskuksia. Terveelliset elämäntavat, urheilu-, liikunta- ja seikkailumatkailu nostavat suosiotaan. Ekologinen ajattelu ja kestävä kehitys ovat nousevia trendejä. Inarin kunta aikoo tulevaisuudessa panostaa asemaansa Euroopan johtavaksi luontomatkaillukohteeksi. Alueella on puhuttu jo kauan, että erityisesti kesäsesongille tarvitaan jotain uudentyyllistä aktiviteettiä lisäämään tarjontaa.

Toiminnallinen opinnäytetyö tarkoittaa kehittämistyötä. Se muodostuu usein kahdesta osasta, jotka ovat kehitettävä tuotos sekä kirjallinen raportointi. Kirjallisessa raportoinnissa käsitellään työn lähtökohtana ollut tietoperusta, eli teoreettinen viitekehysosuus. (Hakala 2004, 28-29.) Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, koska kehitän tuotoksena alustavan liiketoimintasuunnitelman ohjelmanpalveluyritys Lapland Arctic Bouldering: lle (liite 1.) tietoperustan pohjalta. Tietoperustassa käsittelen mitä boulderointi on, millaisia alan yrityksiä Suomessa on jo olemassa. Kerron Inarin kunnasta toimintaympäristönä ja pohdin millaiset asiakassegmentit olisivat potentiaalisimpia. Perehdyn myös ohjelmanpalveluiden turvallisuudelle

asetettuihin vaatimuksiin sekä seikkoihin jotka tulee ottaa huomioon yritystä perustettaessa.

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoite voi olla ainoastaan suunnitelman laatiminen tietyn asian osalta ilman täytöntöönpanoa. Toiminnallisella opinnäytetyöllä on yleensä toimeksiantaja. (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2017.) Edellytän itseltäni opinnäytetyössä tutkivaa ja kehittävää otetta. Tutkiva ote näkyy toiminnallisessa opinnäytetyössä teoreettisen lähestymistavan perusteltuina valintoina, kehittävä ote liiketoimintasuunnitelman muodossa. Minulla ei ole toimeksiantajaa, teen opinnäytetyön itselleni tulevaisuutta varten.

Empiirisessä osuudessa käytin menetelmänä havainnointia. Havainnointi on tiedonkeruumenetelmä, joka on toteutettu tutkittavaa ilmiötä tarkkailemalla ja tekemällä havaintoja. (THL 2017.) Havainnoin internetin kautta jo olemassa olevia boulderointialan yrityksiä ja heidän tarjoamaa. Olen konkreettisesti havainnoinut Ivalon, Inarin kirkonkylän, Saariselän ja Nellimin toimintaympäristöä, joista löytyy mahdollisia soveltuvia uusia boulder-reittejä.

2 BOULDEROINTI

2.1 Mitä boulderointi on?

Boulderointi tarkoittaa kallioilla, kivillä ja sisäseinillä tapahtuvaa kiipeilyä. Boulderoinnissa ei käytetä valjaita tai köysiä, joten kalliokiipeilystä tuttua turvaajaa tai varmistajaa ei tarvita, jolloin lajin vapauden tunne on suuri. Boulderointi tapahtuu turvallisella korkeudella, jolloin ei synny loukkaantumiseen johtavia tilanteita. (Arasola 1997, 21.) Boulderointia harrastetaan sekä ulkona maastossa, että sisätiloissa. Usein ulkoboulderointi tapahtuu 3-5 metriä korkeilla kallioilla tai kivillä, sisätiloissa vastaavan korkuisilla keinotekoisilla boulderseinillä (Creasey 1999, 15). Kivillä kiipeily on vaivattomin tapa oppia boulderoinnin taito. Aluksi kiipeilyä, ja sen vaikeimpiakin liikkeitä, voi kokeilla esimerkiksi 10 senttimetrin korkeudella maasta. Vähitellen siirrytään kiipeämään ylöspäin ja voidaan kokeilla kivien päälle nousua. (Routala 2001, 50-51.) Boulderoinnissa voidaan yrittää vaikean boulder-reitin liikkeitä uudestaan ja uudestaan. Lopulta voi kokea onnistumisen elämyksen jopa vuosienkin jälkeen reitin kiivetessä. (Sherman 1999, 158.)

Laji sisältää erilaisia käytettäviä termejä. Boulderointi on johdettu englanninkielisestä sanasta boulder, joka tarkoittaa suomenkielellä isoa kiveä tai lohkarettä. Lajin englanninkielinen nimi on bouldering. Suomenkielessä nimeksi on vakiintunut boulderointi. Lajin harrastajaa voidaan kutsua puolestaan boulderioijaksi. Käytän tässä opinnäytetyössä termejä boulderointi, sekä boulderioija. Boulderoinnin reiteistä käytetään useita nimityksiä. Puhutaan esimerkiksi boulder-reiteistä, boulder-linjoista tai boulder-ongelmista, näillä tehdään eroa köysikiipeilyn ja boulderoinnin välille. (Sherman 2011, 156-158.) Tässä opinnäytetyössä käytän termiä boulder-reitti.

Boulderoidessa tarvitaan hyvää kehonhallintaa. Boulderoinnissa tärkeässä osassa ovat jalat, keskivartalo ja selkä. Vaikka käsivoimia lajissa tarvitaankin, boulderointi perustuu kuitenkin 1/3 voimalle ja 2/3 tekniikalle. Korkean paikan kammo ei ole este eikä mahdottomuus boulderoinnin harrastamiseen. Naiset ja miehet voivat olla lajissa yhtä hyviä. Naiset ovat usein miehiä kevyempiä ja voivat liikkua paremmin ja käyttää tekniikkaa apuna. Boulder-reitit ovat

köysikiipeilyyn verrattuna huomattavasti lyhyempiä ja vaativat enemmän voimaa. Boulder-reiteillä joudutaan useammin kuin kalliikiipeilyreiteillä tilanteeseen, jossa ei yletytä seuraavaan otteeseen hitaammilla ja hallitummilla kiipeilyliikkeillä. Mahdollisuus edetä reitillä ovat dynat, eli dynaamisten liikkeiden teko. Dynat edellyttävät boulderoijalta hyvää käsien ja jalkojen koordinaatiokykyä, oikea-aikaista sekä myös samanaikaista toimintaa. Hyvät boulderoijat muuttavat kiipeilytyyliään dynaamisesta vähemmän dynaamiseen ja toisin päin tilanteiden mukaisesti.

Erilaiset kivityypit, vaihtelevat ympäristöt, monet erilaiset liikkeet, kaiken tasoiset boulder-reitit sekä reittien psyykkiset eroavaisuudet tekevät boulderoinnista lajin, joka tarjoaa jokaiselle jotakin. Boulderoinnissa kiipeilijät ratkovat usein yhdessä boulder-reitin liikkeitä, toisia on tapana kannustaa ja yhdessä pidetään hauskaa. Samalla voidaan kilpailla siitä, kuka ensimmäisenä nousee reitin. Jos nauttii rauhasta, halutessaan voi kiivetä yksin ilman muiden häirintää. (Sherman 1999, 156-158, 162.)

Boulderoinnissa tarvitaan vain vähän varusteita ja siksi se on melko helposti lähestyttävä kiipeilyn alalaji. Boulderoinnin harrastajan ei tarvitse olla taloudellisesti varakas. Ulkona boulderoidessa putoamista varten on hyvä olla vaimentavia patjoja eli pädejä, sijoitettuna suoraan kiipeilypaikan alapuolelle jos maasto on kivikkoista tai epätasaista. Sisätiloissa pehmustematto on yleisvaruste. Muita yleisvarusteita ovat kypärä, kiipeilykengät, käsien otetta parantava magnesiumkarbonaattijauhe ja pussi sen säilyttämiseen, sekä pieni harja, jolla voidaan puhdistaa otteita irtoliasta ja roskista. Boulderointiin soveltuvat vaatteet voivat olla samat kuin esimerkiksi kuntosalilla käytettäessä, eli t-paita ja verkkarit. (Heinonen 2013, 142-151.) Magnesiumkarbonaattijauhe vähentää käsien hikoilua ja on hyödyllinen etenkin helteisellä säällä. Jauhemuotoisen magnesiumin lisäksi sitä löytyy myös nestemäisessä muodossa, joka laitetaan käsiin jauheen alle.

Boulderoinnissa kiipeilykengillä on suuri merkitys ja ne ovat matalat sisäpelikenkien kaltaiset, pohja on rakenteeltaan sileää ja erittäin hyväkitaista kumia. Kenkiä on kahta pääluokkaa: otekiipeilykengät ja kitkakiipeilykengät. Otekengissä pohja on huomattavasti jäykempi ja paksumpi ja niissä jalka väsyvät vähemmän kuin kitkakiipeilykengissä. Molemmat kengät ovat suunniteltu omille

kiipeilyalustoille käytettäväksi, jossa ne toimivat optimaalisesti. Kitkakiipeilykenkä sopii varsinkin katto- ja kitkareiteille. Otekiipeilykengät ovat suunniteltu puolestaan listaotereiteille tai pystyhalkeamareiteille. Boulderointiin soveltuvat kengät jakaantuvat tarra- ja nauhakiinnitteisiin, joista tarrakiinnitteiset ovat yleisiä lajissa niiden helpon ja nopean käytettävyyden ansiosta. Kiipeilykenkiä on saatavana myös naisten kapealla lestillä. Aloittelijalle sopivan kengän valinta voi olla haastavaa, sillä oikean koon valinta tuottaa monesti ongelmia. Kiipeilykenkää on paras sovittaa paljaaseen jalkaan tai hyvin ohuen sukan kanssa. Kenkien tulee olla hyvin tiukat ja varpaiden sijaita aivan kengän kärjessä, sekä hieman koukussa. Tyhjä tila on haitallista, sillä boulderoidessa isot kengät kiertyvät ja hankaavat jalassa haitaten suoritusta ja aiheuttaen rakkoja. (Mountainshop Finland 2017.)

Boulderointi on kiipeilymuotona suhteellisen vaaraton. Boulderoinnin voi aloittaa jo hyvin nuorena vanhempien seurassa ja monesti näkee perheitä yhdessä kiipeilemässä. Turvallisimmin harrastukseen pääsee käsiksi osallistumalla ohjatulle kurssille. Nilkka- ja rannevammat ovat yleisimpiä mitä boulderoidessa voi sattua. Boulderoidijan tulee tuntea harrastuksessa käytettävät välineet ja niiden oikea ja turvallinen käyttö sekä niihin liittyvät rajoitukset. Taitava kiipeilijä ei ainoastaan kiipeä vaikeita reittejä, vaan arvioi ottamansa riskit ja epäonnistumisen seuraukset. Kiipeilijä päättää itse, kuinka vaarallista oma kiipeily on ja kuinka suuria riskejä haluaa ottaa. Vastuu päätöksistä on siis aina kiipeilijällä itsellään. Vaaroja voidaan vähentää merkittävästi omilla taidoilla, mutta kaikkia riskejä ei koskaan saada kokonaan poistettua. Kokemus opettaa arvioimaan riskejä realistisesti ja niitä ei pidä aliarvioida, mutta ei myöskään suurennella. (Lapin kiipeilijät 2017.)

2.2 Boulderointiyrietykset Suomessa

Empiirinen tutkimus opinnäytetyössäni pohjautuu osittain aikaisempaan tietooni. Havainnoin internetin kautta Suomessa jo olemassa olevia boulderointiyrietyksiä sekä heidän tarjoomia. Ne ovat sisäkiipeilyyn suuntautuneita boulderkeskuksia painottuen vahvasti asukaskeskittymiin, eli Suomen suurimpiin kaupunkeihin. Boulderkeskusten tarjoomassa ei ole ulkoboulderointimahdollisuuksia lainkaan. Ulkoboulderointi maastossa on toistaiseksi vain kokeneempien boulderoidijien itsenäistä harrastustoimintaa. Esimerkiksi Ruotsista löytyy

ulkoboulderointipuistoja, mutta niitä ei ole vielä Suomessa. Maastossa tapahtuvaa ulkoboulderointiin liittyvää ohjelmapalveluyritystä ei myöskään vielä ole Suomessa.

Boulderkeskukset ovat syntyneet kalliokiipeilijöiden ja boulderoidijien tarpeeseen harjoitella myös talvisin. Keskukset ovat saavuttaneet suosiota helpon saavutettavuuden sekä ympärivuotisen toiminnan johdosta. Boulderointi on viime vuosina kasvattanut huomasti suosiotaan, jo pelkästään pääkaupungista löytyy viisi eri sisähallia kiipeilyn eri alalajeja harrastaville. Myös Turusta ja Lahdesta löytyy molemmista kaksi kiipeily- ja boulderkeskusta. Tampereella, Joensuussa, Riihimäellä, Vaasassa ja Oulussa on yksi keskus per kaupunki. Pohjoisimmat pienimuotoiset keskukset ovat Torniossa, Rovaniemellä ja Levillä. Pohjois-Lapissa ei ole ollenkaan kiipeilyalan yrityksiä. (Indoor climbing 2017.) Boulderkeskuksissa on kiipeilyalueita, joissa on erilaisia keinotekoisia kiipeily- ja boulderseiniä. Seinissä on eritasoisia reittejä. Eriväriset kivet seinissä tarkoittavat eritasoisia reittejä. Lisäksi väreillä on oma vaikeustaso kuvaava numero, joka on kirjoitettu jokaiseen reittiin. Usein keskuksessa sijaitsee myös lämmittelyalue, sosiaaliset tilat, kahvila tai ravintola sekä kauppa, jossa myydään oheistarvikkeita. (Heinonen 2013, 142-151.)

Boulderointi maastossa tarjoaa suuremman kokonaisvaltaisen elämyksen kuin sisätiloissa. Boulderkeskukset ovat hyvin samantyyliisiä keskenään, kun taas luonnosta ei löydy kahta samanlaista paikkaa. Boulderoinnin opettelu ja harrastaminen voi tapahtua keskusten sijaan kauniissa luonnonmaisemissa oikeilla lohkeilla. Kokemus on aidompi, ei ole valmiita värikoodein merkittyjä tekoseiniä tai tekokivenlohkareita. Juuri tästä syystä yritysideoani erottuu muista kilpailijoista. Koska yritysideoani pohjana on ohjelmapalvelun tuottaminen, se voidaan kytkeä erinomaisesti matkailun kenttään, toisin kuin boulderkeskukset. Boulderkeskusten tyypilliset asiakkaat ovat saman paikkakunnan lajin harrastajia. Yritysideoassani paikallisten lajin harrastajien lisäksi potentiaalisena asiakassegmenttinä ovat kotimaiset ja ulkomaiset matkaajat.

2.3 Boulderointi urheilu-, liikunta- ja seikkailumatkailun näkökulmasta

Urheilumatkailu on kokemus, jossa yhdistyy fyysinen aktiviteetti, joka on sidoksissa fyysisen paikan tuomaan kokemukseen. (Standeven & De Knop 1999, 58). Se, kuinka paljon matkailijat pitävät matkakohteesta on riippuvainen alueen fyysisistä ominaisuuksista, kuten ilmastosta ja maisemista. (Weed 2004, 83.) Luontoon perustuva urheilu, kuten boulderointi, on yleensä tietyn tyyppisiin maisemiin pakosta sidottuja. Ulkoboulderoinnissa kalliot ja kivet ovat pakollisia, jotta lajia voidaan harrastaa. Aktiivista urheilumatkailua on matkailu, jossa henkilö itse harrastaa urheilua. Aktiivinen urheilumatkailu voidaan jakaa kahteen alaryhmään. Ensimmäinen alaryhmä on urheiluloma, jossa matkan pääasiallinen tarkoitus on urheilu. Toinen alaryhmä on loma, jossa erilaiset urheiluaktiviteetit ovat mukana vain toissijaisina, eivätkä ne ole niin tärkeitä loman kokonaisuutta ajatellen. (Standeven & De Knop 1999, 12-13.)

Liikuntamatkailu voidaan määritellä matkailuksi, jossa matkailija hyödyntää muun kuin kotialueensa liikuntapalveluja. Itsensä hoitamisesta sekä fyysisen kunnon ylläpidosta on nykyään tullut yleisiä suosittuja elämäntyylin suuntauksia, jotka myös näkyvät matkailupalvelujen kulutuksessa. Nykyaikaistuminen yhteiskunnassa on aiheuttanut suuren muutoksen ihmisten arjessa ja monilla on kiire. Liikunnan määrä jää usein liian vähäiseksi ja moni tuntee tarpeelliseksi käyttää vapaa-aikansa hyödyllisesti. Tämä on synnyttänyt lisätarvetta erilaisille liikuntapalveluille myös matkailutarjonnassa. Liikuntamatkailu on itsestään huolehtimista liikunnan ja matkailun yhdistyessä. Liikuntamatkailun pääryhmiä ovat kotimaiset ja ulkomaiset vapaa-ajan matkustajat sekä nykyisin myös erilaiset työmatkalaiset. (Verhelä & Lackman 2003, 125-127.)

Seikkailumatkailu tarkoittaa matkailua, jossa haetaan voimakkaita elämyksiä esimerkiksi osallistumalla jännittävään harrastukseen mielenkiintoisessa ympäristössä. (Hemmi 2005, 357). Seikkailumatkailu jaetaan kolmeen pääryhmään, riippuen kuinka vaativaa se on: extremematkailu, perinteinen seikkailumatkailu sekä pehmeä seikkailumatkailu (Teemamatkailusanasto 2004). Boulderointi voidaan luokitella kahteen viimeisimpään soveltuvaksi. Perinteinen sekä pehmeä seikkailumatkailu ovat luontomatkailua tai luontoliikuntaa. Seikkailumatkailussa tyypillistä on fyysisiä haasteita tarjoava

ympäristö luonnonkauniissa maisemissa. Seikkailumatkailijalle tyypillistä on luontoon suhtautuminen valloituksena, sekä omien rajojen kokeiluna, ei pelkästään luonnosta nauttiminen. (Hemmi 2005, 358). Pehmeä seikkailumatkailu on matkailua, joka ei vaadi kovia fyysisiä ponnisteluja, eikä se ole riskialtista. (Teemamatkailusanasto 2004). Pehmeä seikkailumatkailu liittyy yleensä luontoon ja siihen voi kuulua esimerkiksi vaellus kevyessä maastossa. Matkustamisen motiivi voi olla luonnosta oppiminen sekä elämyksellisyys. Perinteisen seikkailumatkailijan motivaationa ovat jännittävät ja kiehtovat tilanteet luonnossa. Keskiössä ei ole pelkän aktiviteetin suorittaminen, vaan itsenäisesti tapahtuva matkustus ja liikkuminen paikasta toiseen aktiviteetin lisäksi. Perinteinen seikkailumatkailija pyrkii kohtaamaan aidon luonnon ja kulttuurin. Perinteiseen seikkailumatkailuun sisältyvät aktiviteetit sopivat hyvin kaupalliseen matkailutoimintaan. (Hemmi 2005, 360.)

Lapland Arctic Bouldering:n tarjoama soveltuisi hyvin urheilu-, liikunta ja seikkailumatkailijoille. Se tarjoaa liikunnallisia haasteita Pohjois-Lapin elämyksellisessä ulkoympäristössä. Matkailutrendit kuten ekologisuus ja rauhallisuus, luonnonläheisyys ja hyvinvointiajattelu yhdistyvät yritysideassani, koska ne ovat myös itselleni tärkeitä. Boulderointi tapahtuu luonnossa, mitään konkreettista ei tarvitse rakentaa, toisin kuin boulderkeskusta perustettaessa. Boulderointi ei vahingoita tai kuormita ympäristöä. Boulderointi vahvistaa fyysisesti ja henkisesti edistäen hyvinvointia. Aktiiviset urheilu-, liikunta- ja seikkailumatkailijat saapuvat urheilun, sekä liikunta-aktiviteettien innoittamana Inarin kuntaan, erityisesti Saariselän ja Kiilopään alueelle, esimerkiksi vaeltamaan sekä hiihtämään. Monelle liikunta Pohjois-Lapin kauniissa ja omaperäisessä luonnossa on tärkein syy valita Inari matkailukohteeksi. Perinteiselle seikkailumatkailijalle Inarin kunta tarjoaa aidon luonnon lisäksi myös kulttuuria.

3 INARIN KUNTA TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

Inari on Suomen suurin kunta, sen luonto on ainutlaatuinen ja runsas. Alueella sijaitsee lukuisia järviä, joista suurin on Inarijärvi. Alueella on yli 100 nimettyä tunturia, sekä alueen monipuolinen kasvisto ja eläimet tarjoavat hyvät puitteet positiivisen matkailuelämyksen tuottamiseen. Inari on tunnettu monikulttuurisuudestaan. Inarissa elää elinvoimaisena kolme saamelaiskulttuuria. Inaria kutsutaan Euroopan arktisen matkailun keskuksiksi ja Inarilla on kansainvälisesti tunnettu matkailuimago. Inarin kunnan hallinnollinen keskus sijaitsee Ivalossa, joka on myös alueen suurin taajama. Ivalossa on Pohjois-Lapin monipuolisimmat palvelut. (Inarin kunta 2017a.)

Inariin on hyvät kulkuyhteydet. Inariin voi matkustaa helposti joko laajaa tieverkkoa hyödyntäen tai lentäen kansainväliselle Ivalon lentokentälle. Finnair sekä Norwegian järjestävät lentoja Ivaloon pääasiassa Helsingistä, myös muualta. Tieliikenteestä Matkahuolto Oy ajaa aktiivisesti Inarissa. Paikallinen lentokenttäbussi toimii Ivalo-Saariselkä alueella. Inarissa on myös paikallisia taksirytyksiä. (Inarin kunta 2017a.)

Inari on Norjan ja Venäjän rajanaapuri ja se on tiiviissä yhteistyössä rajakuntien kanssa. Inarissa on Euroopan unionin pohjoisimmat viralliset rajanylityspaikat Norjaan ja Venäjälle. Alueella vieraillee joka vuosi satojatuhansia matkailijoita ja sesongit vaihtelevat vuodenaikojen mukaisesti. Talvisin matkailijoita vetää Saariselän hiihtokeskus, kaamos ja revontulet. Syksyisin vetonaulana on ruska ja kesäisin yötön yö, retkeily, vaellus ja kalastus. Inari on sopiva pysähdyspaikka monelle, joka matkustaa Euroopan pohjoisimpaan paikkaan, Nordkappiin. Inarin kunta panostaa alueen matkailulliseen kehitykseen. Alueen matkailumarkkinoinnista vastaa kunnan osakkuusyhtiö Inari-Saariselkä Matkailu Oy. Inari kehittää aktiivisesti elinkeinoja ja tulevana vuosina erityisesti arktista luontomatkailua. Tavoitteena on nousta johtavaksi alueeksi koko Euroopassa. (Inarin kunta 2017b.)

Tilastotietoa Inarin kunnasta

- perustettu.....	vuonna 1876
- kokonaispinta-ala, km ²	17 334
- maapinta-ala, km ²	15 052
- vesipinta-ala, km ²	2 282

Inarissa on erilaisia suojelualueita n. 10 948 km². Se on n. 72,2 % maapinta-alasta.

Suojelualueista 6 030 km² on erämaa-alueita.

Inari on pinta-alaltaan Suomen suurin kunta.

Kunnassa sijaitsevat seuraavat kansallispuistot:

- Lemmenjoen kansallispuisto, pinta-ala 2634 km²
- Urho Kekkosen kansallispuisto, kokonaispinta-ala 2550 km², josta Inarin kunnan puolella 62 km²

VÄESTÖ

Asukkaita 31.12.2014.....	6 814
Asukkaita 31.12.2015	6 796 (-0,3 %)
Asukkaita/maakm ²	0,45

Saamelaiden lukumäärä vuonna 2015 oli 2171 henkilöä.

Lapin väkimäärä on 180 687 ihmistä (31.12.2015).

Väestön ikärakenne 2014

0-14 v.	854 hlöä	12,54 %
15-64 v.	4 425	64,90 %
65v- vanh.	1535	22,56 %

Kuvio 1. Tilastotietoa Inarin kunnasta (Inarin kunta 2017c).

Matkailu on merkittävä työllistäjä Inarin kunnassa. Vuonna 2015 Inari-Utsjoen alueen rekisteröidyt yöpymiset olivat 429 300, joista Saariselän määrä on 299 000. Kotimaisia yöpymisiä oli 229 300 ja ulkomaisia 200 000. Ulkomaalaisten yöpymisten määrä on nousussa. (Inarin kunta 2017b.)

Kuten kuvioista ilmenee, Inarin kunnassa vakituksia asukkaita on vähän ja määrä on laskussa. Iäkkäiden asukkaiden määrä on suuri suhteessa alueen kokonaisväestöön. Matkailijoita alueella vierailee runsaasti ja määrä on kasvussa. Tästä syystä matkailijat ovat tärkein asiakassegmentti ja yrityksen markkinointi olisi hyvä kohdentaa tähän ryhmään, jotta yritystoiminta olisi kannattavaa. Alueen asukasmäärä, sekä sen ikärakenne luovat haasteita yritykselle.

Lapissa vilkkain matkailusesonki on talvella. Ympärivuotinen toiminta on ollut puutteellista kesän osalta. Kesäsesonkiin tarvitaan lisää soveltuvia

aktiviteetteja, jotka houkuttelisivat enemmän matkailijoita. Inarissa kesäsesongin matkailijat muodostuvat suureksi osaksi kalastus- ja vaellustoiminnasta kiinnostuneista. Boulderointi yritysideana voisi tuoda lisää matkailijoita kesäsesonkiin. Perustettavan yrityksen täytyy verkostoitua hyvin, alueella toimivien soveltuvien yritysten ja toimijoiden kanssa. Markkinointi täytyy kohdistaa täsmällisesti asiakassegmenteille.

Paikallisista asukkaista potentiaalisia asiakkaita olisivat lapset ja nuoret. Heille voisi järjestää esimerkiksi ryhmäliikuntatunteja koulun kanssa yhteistyössä. Alueen nuoria ja aktiivisia aikuisia voisi yrittää myös houkutella uuden harrastuksen pariin kohdennetulla markkinoinnilla. Jos Lapland Arctic Bouldering:lla olisi konkreettinen toimipiste niin se voisi sijaita Saariselällä, koska siellä on eniten matkailijoita ja se saisi siellä eniten näkyvyyttä. Toiminta ei ole sidottu pelkästään Saariselän alueelle, vaan yritys menee tarvittaessa yhteistyökumppanin järjestämän asiakasryhmän luokse.

Nellimin erähotelli, Inarin kirkonkylällä toimiva Visit Inari Safaris, Saariselän Keskusvaraamo ja Hotelli Ivalon yhteydessä toimiva Club Nord voisivat olla soveltuvia yhteistyökumppaneita, joiden kanssa Lapland Arctic Bouldering:n kannattaisi verkostoitua, koska he ovat alueen aktiivisimpia toimijoita ja järjestävät ohjelmapalveluita asiakkaille.



Kuvio 2. Matkailijamäärät ja majoituskapasiteetti 2014 Inari (Inarin kunta 2015, 52).

Suomi ei yleisesti vaikuta hyvältä maalta harrastaa kiipeilyä, koska jylhät vuoret puuttuvat ja korkeimmatkin tunturit ovat melko loivapiirteisiä. Edellinen jäätiköitymisvaihe jätti jälkeensä monia jyrkkiä kallioseinämiä, joista useat ovat kymmeniä metrejä korkeita soveltuen monenlaiseen kiipeilyyn. Mannerjäätikön sulaessa erilaisia siirtolohkareita on pilkkoitunut ja kulkeutunut ympäriinsä, ne soveltuvat hyvin boulderointiin. (Heinonen 2013, 142.) Olen havainnoinut kahtena kesänä Inarin aluetta ja mahdollisia boulderointiin soveltuvia paikkoja. Inarin alue on täynnä boulderointiin soveltuvia siirtolohkareita. Inarin alueelle on kirjattu muutama valmis boulder-reitti, mutta löytämättä on paljon. Suuri osa havainnoimistani paikoista on Saariselän, Inarin kirkonkylän sekä Nellimin alueilla. Potentiaalisia lohkarkeitä voi havaita jo teiden läheisyydestä. Osa paikoista on kauempana maastossa, jolloin osa matkasta kävellään. Ohjelmalvelun kannalta olisi hyvä jos saavutettavuus olisi suhteellisen helppo, mutta tulee ottaa huomioon asiakasryhmä ja heidän toiveet, sekä paikkojen ja boulder-reittien vaativuus.

4 OHJELMAPALVELUIDEN TURVALLISUUDELLE ASETETTAVAT YLEISET VAATIMUKSET

Seikkailu- ja elämystoiminta ohjelmapalvelutuotteina ovat luontoon tai rakennettuun ympäristöön tukeutuvaa kokemuksellista ja vastuullista ohjelmapalveluiden järjestämistä. Toiminta tapahtuu omatoimisesti tai ohjattuna, luvallisilla alueilla ohjelmapalveluyrityksen toimintaympäristöissä, ympäristövastuullisesti asianmukaisin varustein ja turvallisuusnäkökohdat huomioon ottaen. (Imatranseudun kehitysyhtiö Oy 2004.)

Ohjelmapalvelu ja siihen osallistuminen ei saa olla tuoteturvallisuuslain 4 §:n mukaisesti vaarallista kuluttajan terveydelle tai omaisuudelle. Palvelun täytyy olla ympäristön huomioivaa, kestävän kehityksen mukaista. Työntekijöiden turvallisuus huomioidaan työturvallisuuslain (738/2002) edellyttämällä tavalla. Tuoteturvallisuuslain 3 §:n mukaan toiminnanharjoittaja vastaa koko suoritusketjun ajan ohjelmapalvelun turvallisuudesta ottaen huomioon osallistujaryhmä ja osallistujien lukumäärä. Huomioon otettavia seikkoja ovat myös maasto-, ympäristö- ja sääolosuhteet, sekä ohjaajien lukumäärä verrattaen osallistujien määrään. Toiminnanharjoittaja määrittää etukäteen ohjelmapalveluun yhtäaikaisesti osallistuvien asiakkaiden enimmäismäärän, myös turvallisuuden kannalta tarpeelliset ikä-, kunto-, taito- tai muut vaatimukset ja rajoitukset tulee selvittää. Ohjelmapalvelun suorittamiselle asetetaan olosuhderajat, jos toiminta ei ole turvallista. Toiminnanharjoittajalla pitää olla selkeät toimintaohjeet, kuinka toimitaan olosuhteiden muuttuessa ohjelman aikana. (Kuluttajavirasto 2003, 5.)

Yli neljä tuntia kestäviin, sekä valmistautumista, varusteita, fyysistä tai psyykkistä kuntoa ja/tai taitoa vaativiin ohjelmiin osallistuville täytyy toimittaa kirjallista ennakkotietoa ennen ohjelman alkua, ne voidaan esittää myös osana markkinointimateriaalia. Ennakkotietojen tulee sisältää kuvaus toiminnan luonteesta. Ohjelman ajallinen kesto sekä vaatavuustaso on ilmoitettava, sekä millaisia edellytyksiä osallistujilta vaaditaan iän, fyysisen ja psyykkisen kunnon sekä terveydentilan kannalta. Ohjelman peruuntumiseen johtavat olosuhteet on mainittava, sekä ennako-ohjeet, joissa kerrotaan mitä tietoja ja taitoja osallistujilta edellytetään, sekä miten osallistujan tulisi varautua vaatetuksen ja varusteiden kannalta. (Kuluttajavirasto 2003, 6.)

Toiminnanharjoittajan on laadittava kirjallinen turvallisuussuunnitelma, joka sisältää vähimmäistiedot ohjelman palvelun turvallisuuden varmistamisesta. Kirjallisen turvallisuussuunnitelma laatiminen auttaa palveluntuottajaa tunnistamaan tarpeelliset toimet onnettomuuksien ehkäisemisessä ja pelastamiseen varautumisessa. Turvallisuussuunnitelma kattaa ohjelman palvelutoiminnan kokonaisuudessaan. Sen tulee sisältää tiedot toiminnan turvallisuudesta vastaavasta henkilöstä ja varahenkilöstä. Siitä tulee käydä ilmi myös ajo-ohjeet tai muut ohjeet suorituspaikalle saapumiseen. (Kuluttajavirasto 2003, 7.)

Toiminnanharjoittajan tulee arvioida ohjelman palveluun liittyvät riskit. Riskien arvioinnissa tunnistetaan, mitä vaaroja toimintaan liittyy, missä tilanteissa ja millaisia tapaturmia tai onnettomuuksia toiminnassa voi sattua. Riskien arviointi tulee laatia kirjallisesti osana turvallisuussuunnitelmaa. Riskien arvioinnin avulla voidaan suunnitelmallisesti ennaltaehkäistä mahdollisten tapaturmien ja onnettomuuksien syntyminen. (Kuluttajavirasto 2003, 7-8.)

Henkilökunnalla tulee olla toimintaan soveltuva koulutus ja heidät tulee perehdyttää työtehtäväänsä. Erikoisaktiviteettien ohjaajilla tulee olla alan pätevyystodistus, esimerkiksi lajiliiton todistus kalliokiipeilystä. Toiminnanharjoittajan tulee varmistaa henkilökunnan pätevyys tarkastamalla työntekijöiden taidot rekrytointivaiheessa. Toiminnanharjoittajan etukäteen saamat tiedot osallistujista auttavat valmistautumaan tarvittaviin toimenpiteisiin. Jos osallistujina on erityisryhmiä, kuten lapsia tai ulkomaalaisia, tulee ohjelman rakennetta muuttaa erityisryhmän vaatimusten mukaan. Muutokset ohjelman rakenteeseen voivat liittyä ohjelman vaativuustasoon tai kestoajaan. Ulkomaalaisryhmän ohjaajan tulee osata riittävästi kieltä, jotta turvallisuusasiat tulevat selkeästi ymmärretyksi. (Kuluttajavirasto 2003, 8.)

Ohjaaja perehdyttää ja opastaa osallistujat toimintaan. Hän kertoo suorituspaikan turvallisuudesta sekä käytettävistä varusteista ja niiden oikeaoppisesta käytöstä. Osallistujille kerrotaan ennen ohjelman alkua mahdolliset fyysiset tai psyykkiset vaaratekijät. Lisäksi painotetaan henkilönsuojainten käyttämisen pakollisuutta sekä käydään läpi suojainten pukeminen, kiinnittäminen ja irrottaminen. Jos osallistujat käyttävät omia henkilönsuojaimia ja turvallisuusvälineitä, toiminnanharjoittaja varmistaa niiden

kunnon. Toiminnanharjoittaja vastaa kaikkien varusteiden asianmukaisuudesta ja valvoo niiden oikeaa käyttöä. Turvallisuusvälineiden ja henkilösuojainten on oltava toimintaan soveltuvia ja täyttää voimassa olevat määräykset. Henkilösuojainten tulee olla CE merkittyjä. Henkilösuojaimet tulee tarkastaa ja huoltaa määräajoin, tarkastuksista pidetään huoltopäiväkirjaa. Varusteet säilytetään ja huolletaan valmistajan ohjeiden mukaisesti. Varusteiden tulee olla ehjiä, puhtaita ja helposti saatavilla. Rikkiäiset ja käyttökeltotomat varusteet hävitetään, jotta ne eivät sekoitu käyttökelpoisten kanssa. (Kuluttajavirasto 2003, 8-10.)

Toiminnanharjoittajalla on velvollisuus estää tai keskeyttää palvelu turvallisuusseikkoihin vedoten. Osallistujille tulee antaa ohjeet, miten toimitaan mahdollisessa hätätilanteessa ja miten hälytetään apua sekä kuka on ohjelman vastuhenkilö. Henkilökunnalla tulee olla riittävät ensiapu- ja pelastustaidot. Ensiapu- ja pelastustaitovaatimukset ovat suuremmat silloin, kun toiminta tapahtuu maastossa tai taajama-alueen ulkopuolella, jolloin ohjaajien ensiaputaitona tulee olla vähintään SPR:n EA2 -tasoinen koulutus. Työntekijöiden on osattava hälyttää apua ja tiedettävä erilaiset keinot avun hälyttämiseksi. Matkapuhelimen toimivuus sekä akkujen latauksen riittävyys tulee varmistaa. Toimintamaaston katvealueet on oltava henkilökunnan tiedossa, jos sellaisia on. Tarvittaessa käytetään radio- tai satelliittipuhelinta. Toiminnanharjoittajan tulee varmistaa, että suorituspaikalle tai sen läheisyyteen voidaan toimittaa apua tai hänen on tehtävä toimintasuunnitelma hätätilanteen varalle. Suorituspaikkojen on oltava pelastuslaitoksen tiedossa. (Kuluttajavirasto 2003, 16.)

Ohjelmapalvelun järjestämisessä tulee ottaa huomioon lainsäädäntöön liittyvät pakolliset asiat, joita on useita. Kun löydän uuden boulderointiin soveltuvan paikan, minun täytyy selvittää, että siellä on luvallista järjestää kyseistä ohjelmapalvelua. Turvallisuussuunnitelmaa en ole yritykselle vielä tehnyt, koska sen voi tehdä vasta sitten kun boulderointipaikat ja -reitit varmistuvat. Ohjelmapalveluun liittyviä riskejä ovat asiakkaan lievä loukkaantuminen hänen tippuessa patjan ohi tai jos ote lipeää. Muut pienet ruhjeet ja hiertymät, sekä venähdykset ovat myös yleisiä ja siksi onkin tärkeää lämmitellä paikat hyvin aina ennen boulderoinnin aloittamista. Boulderoinnissa otteiden pitävyys on tärkeää ja sateella liukkauden vuoksi toiminta on vaarallista. Riskejä ehkäistään

tarkastamalla käytettävät varusteet aina ennen ohjelmapalvelun alkua ja niiden käyttö ohjelmapalvelun aikana on pakollista. Lisäksi boulderointivarusteet säilytetään lämpimissä sisätiloissa valolta suojattuna, jotta ne kestävät pidempään ja pysyvät kunnossa. Olen suorittanut EA1 –tasoisin koulutuksen, mutta vähintään ennen yrityksen perustamista minun täytyisi käydä EA2- tason koulutus, koska ohjelmapalvelu voi sijaita maastossa tai taajama-alueen ulkopuolella. Turvallisuutta ajatellen minun tulisi myös ottaa yhteyttä pelastuslaitokseen ja sairaankuljetukseen tarkkojen pelastamispaikkojen määrittämiseksi ja selvittää kuinka kauan avunsaanti tietyille paikoille kestää.

5 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

5.1 Lähtökohdat

Yrityksen perustamisen lähtökohta on luja halu ja tahto toimia yrittäjänä. Yrittäjäksi ryhtyminen on aina tietoinen valinta ja sitä tulee harkita. Vaihtoehtojen punnitseminen on tärkeää ennen perustamispäätöstä. Kyky itsenäiseen toimintaan ja oma soveltuvuus riskien ottamiseen on mietittävä tarkoin ennen yrityksen perustamista. Yritystoiminnan aloittaminen sekä yrityksen menestyksellä hoitaminen perustuu toimivaan ja hyvään liikeideaan. Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä ja ansaita rahaa valitulla toimialalla. (Yrityksen perustamisopas 2007, 13.) Liikeideasta laaditaan tarkka liiketoimintasuunnitelma, jolla pyritään kannattavaan ja menestyvään liiketoimintaan. Yritysidean tulisi pohjautua yrittäjän omaan ammattitaitoon, tällöin liiketoiminnalla on hyvät menestymisen mahdollisuudet. (Pesonen ym. 2000, 28.) Perustettavalle yritykselle valitaan toiminnalle sopivin yritysmuoto. Verotukseen ja vakuutuksiin tulee perehtyä. Ellei yrittäjä ole kirjanpidon ammattilainen, kirjanpitopalvelun voi ostaa tilitoimistolta. Toimitilaa tulee miettiä tarkoin, sijainti on yritykselle todella tärkeä. Jos yritys ei ole yhden henkilön toiminimiyritys, muun henkilöstön rekrytointi ja siihen liittyvät velvoitteet tulee selvittää. Yrittäjä voi saada palkkatukea työ- ja elinkeinotoimistolta. (Yritys-Suomi 2017.)

5.2 Rahoitusmahdollisuudet

Rahoitus on tärkeä osa yrityksen perustamista ja sen tulee olla kunnossa. Yrityksen perustajan on varmistettava, että perustamis- ja käynnistämisvaiheeseen on riittävästi rahaa. Yrittäjä voi käyttää joko omaa pääomaa tai hankkia ulkopuolista rahoitusta. Sitä varten on tehtävä taloudellisia laskelmia mahdollisista tarvittavista investoinneista sekä muista kuluista. Lisäksi on mietittävä millaisella hinnoittelumallilla menot voidaan kattaa. Yrittäjän kannattaa ajatella tulevaisuutta ja liittyä yrittäjien työttömyyskassaan, yrittäjä takaa sillä itselleen toimeentulon myös silloin, jos hän päättää lopettaa yritystoiminnan. Myös kansaneläkelaitos voi maksaa yrittäjälle tiettyjä päivärahoja. Valtion omistamasta Finvera Oyj:stä voi saada apua yrittäjyyttä koskeviin kysymyksiin ja ongelmiin. Finvera on yritystoimintaa ja alueellista

kehitystä edistävä rahoituslaitos, jonka tehtävänä on myös parantaa yritysten rahoitusmahdollisuuksia erilaisin lainoin ja takauksin. (Yritys-Suomi 2017.)

Aloitteleva yrittäjä voi hakea Työ- ja elinkeinotoimistosta starttirahaa. Sen tarkoituksena on turvata päätoimiseksi yrittäjäksi aikovan toimeentulo aikana, jonka yrittäjäksi alkamisen ja oman yritystoiminnan käynnistämisen sekä vakiinnuttamisen arvioidaan kestävän. Starttirahaa myönnetään enintään 12 kuukauden ajalle. Edellytyksenä on, että hakijalta löytyvät riittävät valmiudet aiottuun yritystoimintaan ja että yritystoiminnalla arvioidaan olevan jatkuvan kannattavan toiminnan edellytykset. Starttirahaa ei myönnetä, jos henkilö on ehtinyt jo perustaa yrityksen ja vasta sen jälkeen hakee starttirahaa. Starttirahapäätös tehdään yleensä kahdessa jaksossa, kummankin jakson pituus on enintään kuusi kuukautta. Hakemukseen tarvittavia liitteitä ovat verovelkatodistus viimeisten kolmen kuukauden ajalta, lainalupaus pankista, mikäli yritystoiminnan käynnistäminen edellyttää ulkopuolista rahoitusta, sekä liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat. Starttiraha muodostuu perustuesta, joka on 32,40 euroa päivältä vuonna 2017. Päätöksenteossa otetaan huomioon muun muassa alan yritysten sen hetkinen kilpailutilanne ja lisäksi on arvioitu suunnitellun uuden yritystoiminnan tarve paikkakunnalla. Starttiraha maksetaan kerran kuukaudessa hakijalle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017.)

Yrittäjälaina on yksi vaihtoehto yritystä perustettaessa. Finnvera myöntää harkinnanvaraisesti yrittäjälainaa. Yrittäjälaina on yrittäjän henkilökohtainen laina. Se voidaan myöntää myös useammalle saman yrityksen perustajalle tai osakkaalle. Lainan myöntämisen ehtona on, että kohdeyritys täyttää EU:n pk-yritystä koskevat kriteerit. Hakijan henkilökohtainen talous tulee olla kunnossa. Ennen rahoituspäätöstä Finnverassa tehdään yritystutkimus, jossa selvitetään yrityksen edellytykset kannattavaan liiketoimintaan. Finnvera arvioi yrityksen tavoitetta, strategioita, kehittämissuunnitelmia sekä markkinatilannetta. Valmis liiketoimintasuunnitelma nopeuttaa asian käsittelyä. Yrittäjälainan ehtojen mukaisesti lainamäärä on 10 000-100 000 euroa. Lainaa myönnettäessä edellytetään vähintään 20 % omarahoitusosuutta. (Finnvera 2017.)

5.3 Markkinointi

Markkinoinnin tehtävä on auttaa yritystä saavuttamaan päämääränsä ja tekemään parempaa tulosta. Markkinointi tähtää uusien asiakkaiden hankintaan, tunnistaa heidän ostokäyttäytymisen, tarpeet ja halut, sekä yritetään lisätä nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä, eli luoda ja ylläpitää asiakassuhteita. On tärkeää, että markkinoitava tuote erottuu kilpailevista tuotteista. Markkinointi koostuu myynnistä, mainonnasta, sekä jakelusta. Lähtökohtana markkinoinnissa ei ole markkinoitava tuote, vaan markkinat ja siellä vallitsevat tarpeet. Tuote luo perustan kilpailukeinoille: myynnille, mainonnalle ja hinnoittelulle. Näiden avulla yritys voi saavuttaa omille tuotteilleen kaupallista menestystä. (Anttila & Iltanen 1998, 12.) Yrityksen on tärkeää tunnistaa potentiaaliset asiakkaat ja kohdentaa markkinointi heihin. Markkinoinnin suunnittelussa voidaan luoda markkinointistrategia. Markkinointistategiassa valitaan pitkäkestoiset toimet, jotta tavoitteet saavutetaan.

Kuluttajien kannalta markkinointiin sovelletaan kuluttajansuojalakia. Kuluttajansuojalain markkinointisäännökset koskevat myös menettelyä asiakassuhteissa. Yrityksellä kannattaa olla Internetissä omat verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat. Näin tavoitetaan helpommin kohderyhmiä, sekä yritys on ajallisesti ja alueellisesti paremmin tavoitettavissa, se säästää kustannuksissa ja asiakaspalveluresursseissa. Verkkosivujen tulee olla helppokäyttöiset ja toimia eri selaimilla ja päätelaitteilla.

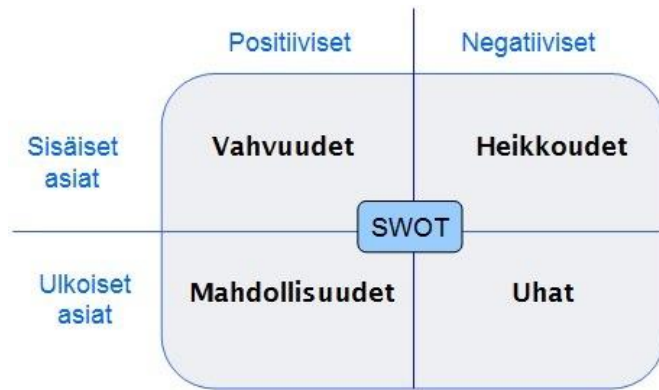
Mainonta on markkinoinnin osa-alue, joka pyrkii muokkaamaan asenteita, edistämään myyntiä ja yrityksen tietoisuutta. Brändin rakentaminen on haastavaa. Jos brändi on rakennettu oikein, voi kilpailijoista erottua hyvin edukseen ja saada asiakkaat kiinnostumaan. Ehjä kokonaisuus syntyy, kun huomioidaan yrityksen liiketoiminta, markkinoilla sijoittuminen, tehtävät, visio ja arvot. Mainonnan suunnittelussa ja toteutuksessa voi kääntyä ammattilaisen puoleen. Menetettyä mainetta on hyvin vaikea saada takaisin ja virheellisten tietojen oikaiseminen voi osoittautua kalliiksi. (Yritys - Suomi 2017.)

6 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Jokaisen aloittavan yrityksen olisi hyvä laatia liiketoimintasuunnitelma. Valmiista liiketoimintasuunnitelmasta on hyötyä tilanteissa, joissa kohtaa mahdollisia tulevia yhteistyötahoja tai rahoittajia. (Pesonen ym. 2000, 29.) Liiketoimintasuunnitelman avulla yrityksen on helpompi hallita omaa toimintaansa kokonaisuutena. Se voi parhaimmillaan toimia arvopohjana yrityksen toiminnalle ja päätöksille, kun yritys miettii ratkaisujaan ja valintojaan tulevaa ajatellen. Niitä voi helposti peilata suunnitelmaan ja tarkastaa, onko valinta sopiva suunnitelman näkemyksien kanssa. Liiketoimintasuunnitelma on monipuolinen apuväline yritykselle ja se voi osoittaa tekijät, joiden kautta on mahdollista kasvattaa toimintaa. Liiketoimintasuunnitelmasta on hyötyä myös yritykseen tuleville uusille henkilöille, se auttaa henkilöitä sopeutumaan yrityksen arvostamiin ajattelu- ja toimintatapoihin. Kun liiketoimintasuunnitelma laaditaan kirjallisena, se vahvistaa yrityksessä yhteisymmärrystä yhteisistä toimintalinjoista. (Pitkämäki 2001, 9-10.)

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa ajatellaan perustettavan yrityksen liiketoimintaa kokonaisuutena. Liiketoimintasuunnitelma sisältää kuvauksen yrityksen toiminnasta laajasti ja monipuolisesti. Hyvä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään yrityksen perustiedot, liikeidean, toimintatavan, resurssit, lähtökohta-analyysin, strategiset tavoitteet, vision, ja riskiarviot. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 28-29.) Menestys edellyttää jotain omaperäistä ja toisista kilpailijoista poikkeavaa. Oma ydinosaaminen, menestymisen lähteet, sekä omat vahvuudet ja heikkoudet on hyvä selvittää. (Pitkämäki 2001, 9-13.) Hyvä liiketoimintasuunnitelma on selkeä ja helppolukuinen, eteenpäin suuntautunut sekä tiivis. Siinä kerrotaan kaikki oleellinen tieto, mitkä vaikuttavat yrityksen suoriutumiseen tulevaisuudessa. Kokonaisuuden tulee olla yhdenmukainen ja yrityksen tavoite, strategiat ja toimenpiteet on tuotava selkeästi esille. (Ruuska, Johnson, Rikkinen & Saarinen 1992, 91.)

SWOT- analyysi on hyvä sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan. Kirjainlyhenteet tulevat sanoista strengths (vahvuudet), weakness (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) sekä threats (uhkat). Swot-analyysissä on kaksi ulottuvuutta, tämä päivä ja tulevaisuus. Jokainen neljästä kirjaimesta muodostaa yhteen laatikkoon oman lohkonsa, jolloin syntyy nelikenttä. (Puustinen 2006, 69.)



Kuvio 3. SWOT –analyysi (Suomen Riskienhallintayhdistys ry 2017).

Vahvuudet kuvaavat yrittäjän ja yrityksen ominaisuuksia sekä voimavaroja. Ne ovat esimerkiksi ainutlaatuinen idea, luovuus, myyntivoima, kokemus, näyttö osaamisesta tai rahoitus. Heikkoudet voivat olla pääoman, markkinointiosaamisen tai sopivien jakelukanavien puute tai varhaisessa vaiheessa oleva tuotekehitys. Mahdollisuudet ovat esimerkiksi markkinoiden kasvupotentiaalia, toimintaympäristön myönteisiä muutoksia, yrityksen kehittämistä uusiin pääomiin tai kumppanuuksiin. Uhkia ovat esimerkiksi kilpailijat, viranomaiset, ilmastonmuutos sekä öljykriisi. (Puustinen 2006, 69-70.) Tekemäni alustava liiketoimintasuunnitelma on liitteenä, josta näkee tarkemmat tiedot koskien perustettavaa boulderointiyritystä.

7 POHDINTA

Pääsin tämän opinnäytetyön kautta hyödyntämään matkailualan koulutusta ja osaamistani. Kiteytin oman matkailualan ulkopuolisen kiinnostuksen kohteeni osaksi kokonaisuutta ja liikeideaa. Opinnäytetyön tuloksena syntyi alustava liiketoimintasuunnitelma, joka voi toimia apuna yritystä perustettaessa. Se pitää sisällään keinoja tehokkaan liiketoiminnan aloittamiseen. Teoriaosuudessa käsiteltäviksi aiheiksi valitsin sellaiset, jotka ovat mielestäni oleellisessa asemassa yrityksen perustamisessa, sekä joista koin itse olevani perehtymisen tarpeessa.

Liiketoiminnan kehittämisen kannalta tärkeimpiä asioita liiketoimintasuunnitelmassa ovat SWOT - analyysin laatiminen. Tiedostan nyt liikeideani vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet paremmin. Alustavan liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli opettavainen ja se sai minut pohtimaan liiketoiminnan eri osa-alueita ja sitä, kuinka omilla valinnoilla on suuri merkitys. Kun liikeideani on konkreettisesti kirjoitettuna, kokonaisuus on minulle selkeämpi hahmottaa ja pystyn arvioimaan sitä paremmin. Potentiaalisiin asiakassegmentteihin kohdistetun markkinoinnin avulla boulderyritys Inarissa voisi olla kannattavaa toimintaa. Alustavaa liiketoimintasuunnitelmaa on helppo jatkaa ja tulevaisuus näyttää, mihin suunnitelmastani todellisuudessa on ja päätänkö perustaa yrityksen.

Liiketoimintasuunnitelman laatimiselle on paljon erilaisia malleja ja tämän opinnäytetyön liiketoimintasuunnitelmaa voidaan luonnehtia alustavaksi, tiiviiksi sekä pelkästään osan tärkeimpiä asioita sisältäväksi suunnitelmaksi. Teorialähteiden löytäminen opinnäytetyöhön oli helppoa, koska matkailuun ja liiketoimintasuunnitelmaan liittyvää kirjallisuutta on paljon. Boulderoinnista lähteitä löytyi hyvin englanninkielisestä kirjallisuudesta. Empiiriseen osuuteen olisin voinut havainnoinnin lisäksi esimerkiksi haastatella boulderkeskusten henkilökuntaa. Sen avulla olisin voinut kartoittaa alan ammattilaisten mielipiteet liikeideastani. Myös kyselyn tekeminen olisi voinut tuoda tietoa siitä, olisiko boulderointiohjelmalvelulle kysyntää Inarin alueella. Nämä voivat olla myös jatkotutkimuksen kohteita.

LÄHTEET

Anttila M. & Iltanen K. 1998. Markkinointi. Porvoo: WSOY.

Arasola, R., Degerman, P. & Keskinen, K. 1997. Seinäkiipeily. Turku: Löytöretki.

Creasey, M. 1999. The complete rock climber. London: Lorenz Books.

Finnvera 2017. Yrityksen perustaminen. Viitattu 12.12.2016
<https://www.finnvera.fi/alku/yrityksen-perustaminen>.

Hakala, J. 2004. Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Gaudeamus.

Heinonen, S. 2013. Graniitinhalaajat – kalliokiipeily Suomessa. Geologi lehti numero 65. Viitattu 12.12.2016 http://www.geologinenseura.fi/geologi-lehti/5-2013/Geologi_5_2013_kalliokiip.pdf.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Jyväskylä: Suomen pienkustantajat.

Hinch, T.D. & Higham, J.E.S. 2004, Sport Tourism Development. Aspects of Tourism Book Series. Clevedon: Channel View Publications.

Imatranseudun kehitysyhtiö Oy 2004. Matkailun ohjelmalveluiden normisto. C. Seikkailu ja elämystoiminta. Viitattu 20.2.2017
<http://www.kehy.fi/sites/default/files/liitteet/monoraportti.pdf>

Indoor climbing 2017. Finland. Viitattu 7.1.2017
<http://www.indoorclimbing.com/finland.html>.

Inarin kunta 2015. Powerpoint-esitys. Viitattu 10.1.2017
<http://www.inari.fi/fi/inari-info/viestintamateriaalia/inarin-kunnan-powerpoint-esitys.html>

Inarin kunta 2017a. Matkailu. Viitattu 10.1.2017
<http://www.inari.fi/fi/matkailu.html>

Inarin kunta 2017b. Inari-info. Viitattu 10.1.2017 <http://www.inari.fi/fi/inari-info.html>

Inarin Kunta 2017c. Tilastotietoa. Viitattu 26.1.2017 <http://www.inari.fi/fi/inari-info/tilastotietoa.html>

Jyväskylän yliopisto 2015a. Monimenetelmäisyys. Viitattu 29.12.2016 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/monimenetelmaisyys>

Kuluttajavirasto 2003. Kuluttajaviraston ohjeet ohjelmapalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Kuluttajaviraston julkaisusarja 9/2003. Viitattu 3.1.2017 <http://www.tukes.fi/Tiedostot/Tuoteturva/Kuluttajavirasto/7.%20Ohjeet%20ohjelmapalveluiden%20turvallisuuden%20edist%C3%A4miseksi%20.pdf>

Lapin kiipeilijät 2017a. Kiipeily harrastuksena. Viitattu 17.12.2016 <http://laki.nettisivu.org/kiipeily-harrastuksena/>.

Lapin Kiipeilijät. 2017b. Kiipeilypaikat. Hinnat. Viitattu 17.12.2016 <http://laki.nettisivu.org/kiipeilypaikat/>

Mountainshop Finland. 2017. Kiipeilyvarusteet seinäkiipeilyyn. Viitattu 1.2.2017 http://www.mountainshop.fi/?page_id=1261.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Oy Edita Ab.

Pitkämäki, A. 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. Kauniainen: Kirjakas Ky.

Routala, M. 2001. Vuoristossa selviämisen taitoja. Porvoo: WSOY.

Ruuska, M., Johnsson, R., Rikkinen, L. & Saarinen, T. 1992. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kuopio: Kera Oy.

Sherman, J. 2011. Better bouldering. Old Saybrook, U.S.A: Rowman & Littlefield.

Standeven, J. & De Knop, P. 1999. Sport Tourism. Leeds: Human Kinetics

Suomen Riskienhallintayhdistys ry 2017. Työvälaineet. SWOT-analyysi. Viitattu 1.12.2016 <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>.

THL 2017. Havainnointi. Viitattu 11.3.2017
<http://www.thl.fi/toimia/tietokanta/ryhma/1/>.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2017. Starttiraha-aloittavan yrittäjän tuki. Viitattu 22.1.2017 http://te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Helsinki: WSOY

Virtuaaliammattikorkeakoulu 2017. Monimuotoinen/toiminnallinen opinnäytetyö. Viitattu 13.2.2017
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html>

Weed, M. & Bull, C. 2004. Sports Tourism: Participants, Policy and Providers. Oxford: Elsevier.

Yritys-Suomi 2017. Rahoitus. Viitattu 21.1.2017 <https://yrityssuomi.fi/rahoitus1>.

LIITTEET

Liite 1. Alustava liiketoimintasuunnitelma – Lapland Arctic Bouldering

Alustava liiketoimintasuunnitelma – Lapland Arctic Bouldering

1 YRITYKSEN PERUSTIEDOT

Lapland Arctic Bouldering tuottaa boulderointiin perustuvia ohjelmapalveluita Lapissa, Inarin kunnan alueella. Ohjelmapalveluyrityksen toimisto voisi sijaita Saariselällä. LAB on keskittynyt tuottamaan ensisijaisesti ohjelmapalveluita ja boulderointikursseja ulkona maastossa. Yritys on erikoistunut palvelemaan sekä kotimaisia että ulkomaisia asiakkaita, koska mahdollisen yrityksen perustaja on päteväytynyt myös matkailutoiminnan alalla. Yrityksen omistajana toimisi Jani Törmänen yksin, mutta mahdollisen yrityskumppanin voisinkin ottaa mukaan mielellään. Aluksi yritys voisi olla yritysmuodoltaan toiminimi, koska uskon, että toiminta ei vielä alkuun olisi kovin suurta eikä riskialtista. Jos löytäisin itselleni kiinnostuneen ja potentiaalisen yrityskumppanin, yritys voisi olla avoin- tai kommandiittiyritys. Yrityksen voisi myöhemmin, toiminnan kasvettua ja tasapainottuessa vaihtaa sille sopivampaan yritysmuotoon. Markkinointi ulkoistettaisiin osittain, kirjanpidosta huolehtisi omistaja itse.

1.2 Yrityksen toiminta-ajatus ja arvot

Boulderointiyrityksen toiminta-ajatus on tarjota asiakkaille asiakaslähtöistä, mutkatonta ja ammattitaitoista opetusta ja opastusta boulderoinnin maailmaan kauniissa Lapin maisemissa ja puhtaassa luonnossa. Yrityksen erikoisalaa on ulkoboulderointi ja sen tarjoaminen myös Inarin seudun matkailun alan yrityksille, koska verkostoituminen on tärkeä tekijä menestyvälle yritykselle. Yrittäjän taustalta löytyy matkailualan syvälinen tuntemus ja korkealuokkainen koulutus. Yrityksen toiminta-ajatukseen kuuluvat asiakkaan odotuksien ylittäminen, laadukas toiminta, elämyksellisyys, ekologisuus, asiakkaan hyvinvointi, sekä hyvän imagon rakentaminen. Asiakastytyväisyys ja muusta tarjonnasta edukseen erottuva ohjelmapalvelu, sekä sen laatu ovat avainsanoja toiminnassa.

Lapland Arctic Bouldering:n tärkeimmät arvot ovat asiakaslähtöisyys, kannattavuus, laadukkuus, erottuvuus, kansainvälisyys, ekologisuus ja elämyksellisyys. LAB:n ei ole tarkoitus jäädä vain latteaksi liukuhihnakokemukseksi, joka on aina vain samanlainen. Tarkoituksena on

tuottaa asiakkaalle mielihyvän tunteita, onnistumisen ja oivalluksen elämyksiä kokemasta ohjelmapalvelusta, joka tapahtuu Lapin luonnossa. Tämä on tarkoitus tuottaa ajanmukaisella ja kansainvälisellä otteella. Tarkoitus on, että ohjelmapalvelun lopuksi asiakas tuntee tehneensä aidosti oikean valinnan, ja todennäköisesti valitsee LAB:n uudestaan, sekä suosittelee sitä ystävilleen.

1.3 Yrityksen perustajan esittely ja tausta

Mahdollisen perustettavan yrityksen omistaja on Jani Törmänen. Hän on kohta 32-vuotias Rovaniemeläinen, joka on asunut useamman viime vuoden Inarin kunnassa, Ivalossa. Koulutukseltaan hän on hyvin pian matkailun restonomi. Yrittäjyys olisi Törmäselle uusi aluevaltaus, mutta työkokemusta löytyy jonkin verran matkailun alalta. Yrittäjyys ja itselle työskentely on kiinnostanut Törmästä jo pitkään. Boulderoinnista Törmäseltä löytyy vahva perehtyneisyys ja harrastustausta, mutta ei vielä ohjaajan pätevyyttä. Tämä suoritetaan ennen yrityksen perustamista.

Liikeidea boulderointiyrityksen perustamisesta syntyi Törmäsen mielenkiinnosta lajia kohtaan. Aika, oma harrastuspohja ja matkailun restonomiopintojen tuoma tietämys ohjelmapalveluiden tuottamisesta muodosti liikeidean.

2 LIIKEIDEA

2.1 Kohderyhmä

Lapland Arctic Bouldering:n kohderyhmänä ovat 5 - 50 -vuotiaat kotimaiset, sekä ulkomaiset asiakkaat. Pääkohderyhmänä ovat matkailijat, jotka ovat kiinnostuneita urheilusta, liikunnasta ja seikkailusta. Matkaajat voivat olla omatoimisia tai pakettimatkalaisia. Yritysmatkailijoilla on järjestettyjä virkistyspäiviä, joten he ovat myös kohderyhmässä. Toinen kohderyhmä on paikalliset lapset ja nuoret, joita laji voisi kiinnostaa. Heille vaihtoehtoinen koululiikuntamuoto (touko-, elo- ja syyskuussa). Lisäksi yritys olisi avoin tuottamaan palveluita myös julkiselle sektorille ja yksityishenkilöille. Erikoisosaamisensa vuoksi LAB painottuu erityisesti matkailualan ja harrastus - toimijoiden piiriin.

2.2 Imago

Lapland Arctic Bouldering erottuu edukseen, koska vastaavaa tuotetta ei ole tarjolla. Yrityksen imago painottaa hyvinvointiajattelua, ekologista kestävyyttä, puhtautta ja luontoa jotka ovat suosittuja suuntauksia matkailun alalla. Koska kyseessä on urheilullinen ohjelmanpalveluita tuottava yritys, tulisi imagon olla sen mukainen. Yrityksestä muodostavan yleisen mielikuvan, sekä ulkoasun tulisi olla tarkoin harkittu, koska se toimii samanaikaisesti tarjottavien palveluiden käyntikorttina. Yrityksen ei tarvitse tavoitella erottuvuutta, koska palvelu on uniikki Suomessa.

Haluaisin asiakkaiden ymmärtävän, että yritys kuuntelee ja joustaa toiminnassaan. Näin luodaan oman osaamisen, sekä asiakkaan toiveiden pohjalta täydellisyyttä hipova kombinaatio, joka erottuu muista palveluntarjoajista sisällön, lopputuloksen, sekä oman palvelupanoksen osalta. Ohjelmanpalvelun tarkoituksena on synnyttää asiakkaassa positiivisia tunteita, onnistumisen kokemuksia ja elämyksiä, sekä se, että asiakkaalle jää tyytyväisyydentunteen omasta, sekä ohjelmanpalvelun toiminnasta. Tarkoituksena on tarjota asiakkaalle sitä mitä hän tilaa. Painotamme yrityksessä omia arvoja käytännön toiminnassa, sekä vahvistamme haluttua mielikuvaa

myös markkinoinnissa. Esimerkiksi käyttäytymisessämme sosiaalisessa mediassa, sekä internetsivujemme ilmeessä.

2.3 Tuote

Tuote tulee suunnitella niin, että se on muunneltavissa asiakasryhmistä riippuen. Boulderointiin sopivia paikkoja on hyvin useita Inarin kunnan alueella, jotka tuovat variaatiota ohjelmapalveluiden sisältöön. Ohjelmapalveluissa tarjotaan alkeiskurssia ja jatkokurssia, asiakasryhmästä riippuen. Ohjelmapalveluna tarjottavassa muodossa turistit olisivat primääri asiakassegmentti. Virkistyspalveluna järjestettynä toimintana esimerkiksi yritysasiakkaat sopisivat asiakkaiksi hyvin. Koululaisille ja nuorille räätälöity sopiva kokonaisuus voisi olla uuden koululiikunnan muodossa tarjottava.

Lapland Arctic Bouldering tarjoaa palveluitaan laajasti ja joustavasti. Lähtökohtaisesti palvelut rajoittuvat boulderoinnin opetuksen ja järjestämismahdollisuuden tuotantoon ulkona maastossa, mutta sen lisäksi LAB on valmis asiakastapaamisten yhteydessä myös sovitusti ohjeistamaan asiakasta esimerkiksi boulderoinnin itsenäiseen harjoittamiseen, sekä tarjoamaan tietoa asiasta kiinnostuneille. Lähtökohta yrityksen toiminnalle on, että vaikka sen tarjoamat tuotteet ja palvelut ovat suunniteltuja valmiita paketteja, joustoa toiminnalle löytyy ja asiakkaan ja asiakasryhmien tarpeet huomioidaan yksilökohtaisesti.

2.3.1 Graafinen kokonaisilme

Imagon mukaisesti yritykselle brändätään yhtenäinen sopiva kokonaisuus. Yrityksen internetsivut, markkinointi, mainonta, logo, käyntikortti sekä mainoslehdet suunnitellaan ja toteutetaan samankaltaisiksi, joista näkyvät selkeästi yrityksen arvot ja asenteet.

Graafinen kokonaisilme pitää sisällään yrityksen imagollisesti ja ulkoasullisesti toteutetun kokonaisuuden. Tarkoitus on tehdä yrityksen ulkoasusta mahdollisimman houkutteleva. Toteutus sisältää logon, sekä samaan teemaan sopivien lisämateriaalien, kuten käyntikorttien ja internetsivujen ulkoasun suunnittelun, jotta lopputulos olisi mielenkiintoinen, mahdollisimman selkeä ja helposti lähestyttävä asiakkaan näkökulmasta.

Jotta matkailijoiden olisi mahdollisimman helppo ostaa yritykseltä ohjelmapalveluita, on hyvä painottaa kansainvälisyyttä ja markkinoille soveltuvaa kokonaisuutta. Mikäli tarve vaatii, yhteistyössä kääntäjäpalveluiden kanssa asiakkaalle tuotetaan yrityksen internetsivuille myös englanninkieliset käännöspainikkeet tai välilehdet ja mahdollisesti myös muilla tarvittavilla kielillä. Kansainvälisyysaspektia ei unohdeta yrityksen yleisesilmeessä. Boulderointiyrityksen palvelu hiotaan vastaamaan kansainvälisiä- ja uusimpia trendejä, yrityksen internetsivustolle hankitaan selkeä ja toimiva varausjärjestelmä ulkomaalaisia turisteja palvelemaan.

2.4 Toimintatapa

Alustava toimintatapa voisi olla sellainen, ettei fyysistä liiketilaa tarvita. Yritystoiminnalle välttämätön tila on tarvittavien varusteiden säilytykseen soveltuva tila. Myynti tapahtuisi kotitoimistosta internetin ja puhelimen välityksellä ja yritys olisi tavoitettavissa myös sosiaalisen median kautta. Toimitilojen vuokrauskustannuksissa syntyisi näin säästöä. Ohjelmapalvelu on mahdollista räätälöidä asiakkaiden toiveiden mukaiseksi. Hintaan vaikuttavat esimerkiksi ryhmän koko ja ohjelmapalvelun kesto. Pakettiauto olisi pakollinen hankinta, että varusteet saadaan kuljetettua maastoon. Yritystoiminnan laajentuessa Lapland Arctic Bouldering:n toimisto voisi sijaita Saariselällä.

3 RESURSSIT

3.1 Johtaminen ja henkilöstöresurssit

Aluksi Lapland Arctic Bouldering:n yritysmuodoksi sopisi toiminimi. Yksi syy tähän valintaan on se, että toiminnan aloittaminen olisi helpompaa, lisäksi taloudelliset riskit toiminnassa olisivat pienemmät. Yritysmuodon muuttaminen osakeyhtiöksi tai muuksi yritysmuodoksi olisi kuitenkin mahdollista, etenkin jos yritys tulevaisuudessa menestyisi ja haluaisi laajentaa toimintaansa.

Voisin harkita itselleni yrityskumppania, jolla olisi kiinnostusta ja tietämystä boulderoinnista sekä yrittämisestä. Kokenut, ammattimainen yrityskumppani olisi hyödyllinen, koska en ole toiminut aiemmin yrittäjänä. Tällöin ei olisi tarvetta palkata heti aluksi työntekijää. Yrityksen imagon, brändisuunnittelun ja markkinointistrategian luomisen voisi osittain ulkoistaa. Olen käynyt tietoteknillisen ammattikoulun ja lisäksi opiskellut tietotekniikkaa kaksi vuotta RAMK:ssa, joten osaisin itsekin tehdä etenkin internet sivut, mutta apu olisi varmasti myös tarpeen varsinkin varausjärjestelmän luonnissa. Kirjanpidon ja palkanmaksut uskon pystyväni huolehtimaan itse. Näiden ulkoistaminen voisi olla järkevää toiminnan laajentuessa. Jos yritys palkkaa työntekijän, hänen tulee olla kiinnostunut boulderoinnista ja asiakalähtöisestä työstä. Lisäksi hänellä on oltava pätevyystodistus, joka osoittaisi boulderoinnin osaamisen. Tämä pätevyyttä hänet myös lainmukaisesti työhön. Työntekijältä vaaditaan myös EA2 – koulutus. Yritys voisi ottaa työharjoittelijoita, esimerkiksi liikunnanohjauksen tai matkailupalvelun tuottajan koulutuksista. Yrittäjä vastaa rekrytoinnista, sekä henkilöstövoimavarojen optimaalisesta johtamisesta.

3.2 Fyysiset ja taloudelliset resurssit

Yrityksen fyysisiin resursseihin lukeutuisivat mahdolliset liiketilat, sekä sen sisältämät toimistokalusteet ja työntekoon vaadittavat laitteet, kuten tietokoneet, puhelimet, kamerat, tulostimet ja muut oheistarvikkeet. Lisäksi fyysisiin resursseihin kuuluisivat boulderoinnissa tarvittavat varusteet kuten kypärät, kiipeilykengät, padit, magnesiumjauhe ja – pussit, sekä puhdistusharjat. Yritystoiminnan laajentuessa liiketila vuokrataan Saariselän alueelta. Laite- ja varustehankinnat tehtäisiin etusijassa kotimaisilta valmistajilta. Yrittäjän täytyy

kartuttaa taloudellisia resursseja ennen yrityksen perustamista, esimerkiksi Finnveralta voi saada yrittäjälainaa vain jos omarahoitusosuus on vähintään 20 prosenttia. Lisäksi yrittäjä hakee yrityksen perustamisen tueksi starttirahaa Työ- ja elinkeinotoimistosta. Liiketoiminnan tulevaisuudessa tuottama voitto voidaan lukea myös yrityksen taloudellisiin resursseihin.

4 LÄHTÖKOHTA-ANALYYSI

4.1 Yritysanalyysi

Lapland Arctic Bouldering:n liikeidean on tarkoitus olla rakenteeltaan perusteellinen, toimiva ja nykyaikainen. On tärkeää, että yritykselle löytyy potentiaalinen kohderyhmä. Suomessa on yleistä, että monilla pienemmillä matkailualan toimijoilla on markkinoinnin suunnittelu jäänyt vähemmälle, eikä ulkoiseen imagoon ole juuri panostettu.

Sosiaalisen median mukanaan tuomaa markkinointimahdollisuutta ja palveluja ei ole osattu hyödyntää riittävästi etenkin vanhoillisissa yrityksissä. Sosiaalinen media on verrattain uusi ja erittäin moniulotteinen ilmiö ja sen tuomat mahdollisuudet ovat ehkä joiltain yrityksiltä jääneet huomaamatta. Lapland Arctic Bouldering:ssa näin ei ole, vaan sosiaalisen median moniulotteiset markkinointikanavat on tarkoitus ottaa avuksi ja osaksi markkinointistrategiaa. Yrityksen toiminta painottuu ensisijaisesti Pohjois-Lapin ja erityisesti Ivalo-Saariselkä alueelle, seudulla vakituisesti asuville ja siellä vieraileville turisteille. Yrityksen toimintakentältä ei ole tarkoitus sulkea pois muuta Suomea eikä lähialueen muita valtioita kuten Pohjois-Ruotsia, -Venäjää eikä -Norjaa. Joustavuus on tärkeässä osassa yrityksen toimintakulttuuria. Yrityksen toimintaan liittyviä taloudellisia laskelmia en ole tehnyt, koska liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on olla tutkiva ja asiaa selventävä, eikä siis vielä täydellinen. Vaadittavien investointien vähyys ja niiden edullisuus tuovat turvaa aloittavalle yritykselle. Koska yrityksen henkilöstöön kuuluu vain yrittäjä ja mahdollinen yrityskumppani, sekä mahdollinen yksi palkattu työntekijä, eivät johtaminen ja organisointi ole kovin näkyvässä roolissa.

Se millaisen mielikuvan yritys omien palvelujensa laadusta antaa on tärkeässä asemassa. Yrityksen imagolla on suuri merkitys alan markkinoilla, koska se on suora käyntikortti siitä, millaisia palveluita ja minkä laatuista tuotteita yritys asiakkaille tarjoaa. Yrityksen antaman mielikuvan tulee olla laatua painottava, mutta visuaalinen mielikuva yrityksestä on myös oltava kohdillaan, jotta ne vakuuttaisivat asiakkaan hankkimaan tarvitsemansa yritykseltämme. Valmiiden tarjottavien tuotteiden luomat mielikuvat ovat myös tärkeitä, koska etenkin uudet

asiakkaat tekevät usein päätöksensä mielikuvien perusteella. Tuotekehitys on avainasemassa, jotta yritys pysyy tuoreena ja ajanmukaisena.

4.2 Markkina- ja kilpailija-analyysit

Tutkiessa kilpailijoita internetistä löysin useita suomalaisia boulderointiyrityksiä. Suurin osa niistä on keskittynyt Etelä-Suomen suuriin kaupunkeihin, mutta myös Pohjois-Suomen alueelta löytyi muutamia. Yksikään näistä yrityksistä ei tarjoa boulderointia ulkona maastossa. Tämä on Lapland Arctic Bouldering:n vahvuus, joka erottaa sen muista kilpailijoista. Useat jo toimivista yrityksistä ovat uusia, mutta myös jo kauan alalla toimineita yrityksiä löytyy, joka kertoo siitä ettei kiinnostus lajia kohtaan ole vähenemässä vaan päinvastoin. Uusia ideoita tällä alalla tarvitaan. Toinen kilpailuvaltti olisi se, että boulderointi tapahtuu puhtaassa Lapin luonnossa. Kilpailijoista erottuminen on tärkeää, jotta asiakas haluaisi ostaa palvelunsa LAB:lta. Yritykselle etua tuo kilpailijoista erottumisen lisäksi myös houkuttelevat internetsivut, luotettava imago, sekä brändäys. Lähimmät kilpailijat löytyvät Rovaniemeltä, jossa The Cave niminen yritys tarjoaa sisäkiipeily- ja boulderointi mahdollisuuksia. Lisäksi Levillä, Sodankylässä, sekä Saariselällä on pienimuotoisia, boulderointia tarjoavia yrityksiä, jotka toimivat vain paikallisesti. Heidän tarjonnassaan on vain sisäboulderointimahdollisuus. Oulusta löytyy Pohjois-Suomen korkein ja laajin kiipeily- ja boulderintihalli. Oulun Kiipeilykeskus on yrityksenä uusi, se on perustettu vuonna 2014. Näistä ja lukemattomista muista kilpailijoista erottuminen onnistuu omalla erikoistumisalueella, joka vastaa juuri tietyn kohderyhmän tarpeita, kuten LAB:n tapauksessa ulkoboulderointi mahdollisuuden tarjoamisena ulkoilmamiehille.

4.3 Ympäristöanalyysi

Laaja internetnäkyvyys on nykyaikana välttämätöntä lähes kaikkien alojen toimijoille. Kilpailun kiristyessä menestyvän yrityksen tulee erottua muun tarjonnan joukosta. Yrityksen mainonta ja medianäkyvyys on yhä suuremmassa roolissa, koska perinteinen mainonta on saanut rinnalleen uusia kanavia kuten sosiaalisen median, jota lähes kaikki diginatiivit nuoret käyttävät päivittäin. Myös lainsäädäntö tulee ottaa huomioon boulderointiyrityksen toiminnassa. Esimerkiksi käytettävien varusteiden tulee olla CE merkittyjä. Yrityksen

markkinoinnissa käytettävissä valokuvissa lainsäädäntö tulee ottaa huomioon. Internet on täynnä erilaista kuvamateriaalia, mutta niiden käytössä täytyy olla lakisääteisesti perillä ellei itse ota kuvia. Tällöin tekijänoikeudelliset seikat eivät muodostu ongelmaksi.

Maailman ja yhteiskunnan taloudellinen tilanne vaikuttaa suoraan kaikkiin- myös ohjelmopalveluita tuottavien yritysten toimintaan. Valtion tekemät taloudelliset muutokset, sekä esimerkiksi verouudistukset heijastuvat suoraan yrityksen tuottavuuteen ja myös asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Suomen hallituksen säätämät erilaiset leikkaukset ja uudistukset, sekä maailman talouden taantuma ovat muuttaneet yritysten toimintaympäristöä ja monen yrityksen kohtalona on ollut toiminnan leikkaaminen. Monesti leikkauksen kohteeksi joutuu markkinointi vaikka juuri se olisi merkittävää uusien asiakkuuksien syntymiselle.

4.4 SWOT-analyysi

Alla olevassa taulukossa on käsitelty Lapland Arctic Bouldering:n vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet.



Kuvio 1. SWOT - analyysi

Lapland Arctic Bouldering:n vahvuuksia ovat sen tuottama laadukas asiakaslähtöinen ohjelmopalvelukokonaisuus, sekä erottuvuus muista toimijoista, muita ulkoboulderointiin erikoistuneita yrityksiä ei ole. Yrittäjän matkailualan korkeakoulutus ja useamman vuoden harrastustoiminta lajissa

ovat myös vahvuuksia. Muita vahvuuksia ovat sekä toimiston että ohjelmapalvelun helppo saavutettavuus ja tarjottavien palveluiden räätälöitävyys asiakkaalle tai asiakasryhmille sopiviksi, esimerkiksi taitotason mukaan. Pohjois-Lapissa on paljon ulkoboulderointiin soveltuvia paikkoja hienossa luonnossa. Lajin trendikkyys ja yritystoiminnan vihreä ekologinen ajattelu ovat vahvuuksia.

Heikkouksia ovat vasta aloittavan yrityksen maineen, brändin sekä asiakkuuksien puute. LAB:lla ei ole valmista asiakaspohjaa mikä heikentää yrityksen uskottavuutta menestyksellisen ohjelmapalveluiden tuottajana. Näitä heikkouksia korjataan verkostoitumalla. Markkinointiin ja yrityksen jokapäiväiseen toiminnan laatuun kiinnitetään myös huomiota maineen parantamiseksi. Yrityksen aloitusmainonta voisi olla tehokasta tutustumiskampanjan muodossa, tämä herättäisi uusien asiakkaiden mielenkiinnon yritystä kohtaan.

Uhkia ovat alalla jo oleva kilpailu ja valmiiden asiakkaiden puute. Asiakaskunnan liian pieneksi jääminen, ottaen yrityksen toimsijainnin huomioon on uhka, koska Inarin kunnassa ja Pohjois-Lapissa asuu huomattavasti vähemmän ihmisiä kuin esimerkiksi Etelä-Suomen suurkaupungeissa. Jos toiminta asiakkaiden vähäisyyden takia jää kannattamattomaksi on sekin huomioonotettava uhka. Uhkaksi toimintansa aloittavalle yritykselle voi muodostua myös yrittäjän kokemattomuus yrittäjyydessä ja alalla. Uhkana on ulkoboulderoinnin kausiluontoisuus. Koko tulos on tehtävä viiden kuukauden aikana. Ilmasto voi olla uhka, koska palvelu on riippuvainen säästä.

Lapland Arctic bouldering:n mahdollisuuksiin lukeutuu alan todennäköinen kasvu. Kiipeilyn erilaiset variaatiot ovat nostaneet suosiotaan joka vuosi. Matkailu Lapissa kasvaa ja yhä enemmän ulkomaalaisia saapuu Lappiin joka vuosi. Markkinointi ja sosiaalisen median yleisyys voi lisätä uusien asiakkuuksien syntymistä. Tulevaisuutta ajatellen asiakastyytyvyyden ja ihmisten keskinäisen kanssakäymisen kautta leviämä hyvä sana yrityksen toiminnasta tulee olemaan LAB:lle mahdollisuus. Maailman ja myös Suomen hitaasti parantuva taloustilanne voisi tuoda lisää uusia asiakkaita kun ihmisillä on enemmän varaa ja uskallusta sijoittaa myös matkailu- ja elämyspalveluihin.

5 STRATEGISET TAVOITTEET & VISIO

5.1 Taloudelliset tavoitteet

Lapland Arctic Bouldering:n pääasiallinen taloudellinen tavoite yritystoiminnan alkuaikoina on toiminnan kannattavuus. Vuoden kuluttua toiminnan aloittamisesta tavoitteena on voiton tuottaminen ja liikevaihdon säilyminen vaaditulla, hyvällä tasolla. Yksi tavoitteista on, että mahdollinen otettu yrityslaina on maksettu takaisin vähintään 6 vuoden aikana. Asiakaskunnan kasvettua tavoitteena on myös palkata lisätyövoimaa yrityksen palkkalistoille, kysynnän kasvun myötä. Hinnoittelustrategioista LAB käyttää rinnakkain kahta eri strategiaa. Kertaluontoisia asiakkuuksia varten yritys on valinnut tulevaisuuden kasvun strategiat, joista on tarkoitus käyttää referenssihinnoittelua. Pidempilaatuisia asiakkuuksia tavoitellessa ja räätälöityjä kokonaisuuksia tarjotessa yritys hyödyntää asiakasarvon maksimoinnin strategioita. Nämä strategiat yhdistämällä hyödynnetään samalla myös segmentoidun hinnoittelun strategiaa. Referenssihinnoittelu tuo lisää uusia asiakkaita vanhojen asiakkaiden kysynnän pysyessä ennallaan.

5.2 Sisäinen ja ulkoinen tehokkuus

Yrityksen sisäistä tehokkuutta ylläpidetään huolehtimalla henkilöstön hyvinvoinnista, hyvä työilmapiiri ja motivointi ovat merkittävässä osassa. Aloitteleva boulderointiyritys voi tarjota joitain työsuhte-etuja henkilökunnalleen, kuten erilaisten boulderointi välineiden ilmaisen käytön myös työajan ulkopuolella. Palkatuille voidaan tarjota myös työpuhelinta, jota voidaan käyttää myös työajan ulkopuolella. Yritys tarjoaa henkilökunnalle myös mahdollisuuden osallistua alan erilaisiin koulutuksiin. Kehityskeskusteluja on tarkoitus käydä säännöllisin väliajoin.

Tärkein mittari yrityksen ulkoisessa tehokkuudessa on asiakkaiden tyytyväisyys ja sen tuoma positiivinen palaute. Myös se, että asiakas pysyy yritystä kohtaan uskollisena, sekä hyvä markkinaosuus alalla kertovat ulkoisesta tehokkuudesta. Ohjelmajärjestelyyrityksen saama asiakaspalaute on mahdollista toteuttaa erilaisten asiakastyytyväisyyskyselyjen avulla. Asiakkailta voidaan myös kerätä satunnaisia suositteluja. Yritys on myös rakentavalle palautteelle ja yleiselle

kritiikille avoin, sillä kritiikkiin vastaaminen ja yrityksen toiminnan tehostaminen parantaa myös sen tehokkuutta.

5.3 Kehittämistavoitteet

Lapland Arctic Bouldering:n kehittämistavoitteisiin kuuluu mahdollisimman laaja verkostoituminen alueen matkailuyritysten kanssa. Yhteistyön kautta yritykset voivat tarjota uusia ohjelmapalveluita asiakkailleen ja LAB saa lisää asiakkaita. Lisäksi yritys kouluttaa työntekijöitään ja kehittää tuotteita ja palveluitaan jatkuvasti. Näin mahdollistetaan asiakkaille tarjottavien palveluiden nykyaikaisuus. LAB:n yrittäjä Törmänen tulee myös mahdollisuuksiensa mukaan verkostoitumaan Inari-Saariselkä Matkailu Oy:n kanssa, joka on kunnan osakkuusyhtiö ja joka vastaa alueen matkailutoiminnoista. Tämä toisi aloittelevalle yritykselle paljon tarvittavaa näkyvyyttä, jonka avulla LAB:lle syntyisi uusia kontakteja joita se voisi hyödyntää ja tarjota palveluita niistä kiinnostuneille.

Yrityksen kehittämistavoitteisiin kuuluu asiakaskunnan kasvattaminen laajemmaksi ja ajan myötä myös toiminnan laajentaminen Lapin alueen ulkopuolelle. Konkreettisten toimipisteiden lisäys todennäköisesti myös lisääisi uusia asiakkuuksia muuallakin kuin Lapin alueella ja sitä myöten myös yrityksen maine ja asiakaskunta kasvaisi entisestään. Kansainväliset yhteistyökumppanit kuten matkanjärjestäjät voisivat tarjota mahdollisuuksia asiakaskunnan laajentamiselle myös Suomen ulkopuolelle. Jos matkanjärjestäjät mainostaisivat yrityksemme palveluita jo kohdemaassaan, voisi mielenkiinto yrityksen palveluita kohtaan herätä jo siellä. Tätä kautta myös boulderointiin jo perehtyneet voisivat innostua lähtemään Lappiin harrastamaan lajia uudenaikaisessa ympäristössä.

5.4 Visio

Ohjelmapalveluyritys Lapland Arctic Bouldering:n optimaalisimman vision mukaan viiden vuoden kuluttua perustamisesta yritys olisi vakaavarainen, voittoa tuottava, tunnettu ja sen liiketominta olisi kasvussa. Yritys sijoittuisi kannattavuudeltaan ja tehokkuudeltaan Pohjois-Suomen kiipeily-yritysalan toimijoiden kärkipäähän. Yritystoiminnassa paikallisen väestön muodostama

asiakaskunta olisi vakiintunut ja uusia asiakkuuksia syntyisi tasaisesti matkailijoiden asiakassegmentistä. Lisäksi yrityksen imago olisi asiakkaiden, sekä paikkakuntalaisten mielestä positiivinen sekä luotettava.

Tavoitteena on, että vuonna 2022 Lapland Arctic Bouldering:lle on muodostunut muista alan toimijoista erottuva, selkeä konsepti ja brändi. Yritys on alallaan uskottava, nimi on tuttu ja sen maine on hyvä. Näkyvyyttä LAB:lla olisi katukuvassa sekä internetissä. Lisäksi yhteistyö olisi aktiivista alueen muiden matkailuyritysten kanssa.

Visiot seuraavalle vuosikymmenelle ovat realistisesti toteutettavissa, koska yritykseltä löytyy kapasiteettia, intohimoa ja halua toteuttaa osaamistaan, sekä tahto ja keinot luoda kauaskantoisia asiakassuhteita. Koko vision ydinpäämäärä on saada asiakkaat vakuuttuneeksi yrityksen toiminnasta, sekä tuottaa laadukkaita palveluja, jotka synnyttävät elämyksiä. Yrityksen palveluiden laadun tasoa täytyy tarkkailla jatkuvasti ja reagoida nopeasti ilmeneviin puutteisiin, jotta päästään haluttuun lopputulokseen.

6 RAHOITUKSEN SUUNNITTELU

Lapland Arctic Bouldering hakee Työ- ja Elinkeinotoimistolta starttirahaa, joka on tarkoitettu yrittäjäksi aikovalle ja sen tarkoituksena on turvata toimeentulo yritystoiminnan käynnistämiseen kuluvalle ajalle. Starttiraha myönnetään enintään 12 kuukauden ajalle. Finnveralta haetaan yrittäjälainaa, joka voi olla suurudeltaan 10 000 – 100 000 euroa. Molemmat rahoitusmahdollisuudet ovat harkinnanvaraisia, eikä niiden saaminen ole itsestäänselvyys. En ota vielä enempää kantaa mahdollisten tukien määrään, mutta uskoisin kuitenkin, että yritys saa molemmat avustukset, koska ilman niitä yritystoiminnan aloittaminen olisi mahdotonta ilman omaa henkilökohtaista pääomaa. Tämä kohta täydennetään myöhemmin ja mukana ovat myös tarkat laskelmat.

7 RISKIARVIOT

Ohjelmapalveluyritys Lapland Arctic Bouldering:n riskiarviossa on otettu huomioon mahdolliset kiinteän omaisuuden riskit. Käytettävien tietokoneiden ja muiden työvälineiden yllättävä rikkoutuminen tai vioittuminen, sekä liikehuoneistossa tapahtuvat mahdolliset onnettomuudet kuten tulipalo tai vesivahinko. Tällaisiin riskeihin on hyvä varautua jo ennalta ottamalla yritykselle kattava keskeytymisvakuutus, joka korvaa yritystoiminnan äkillisen keskeyttämisen aiheuttamia menetyksiä. Liikekiinteistölle hankitaan oma kiinteistövakuutus. Tällaiset riskit eivät ole merkittäviä vaan pikemminkin kohtalaisia, koska yritystoimintaa on mahdollista hoitaa myös kotitoimistosta. Lisäksi laiteinvestoinnit eivät ole arvoltaan suuria. Tarvittavia vakuutuksia on erilaisia ja ensiksi yrittäjän tulee selvittää oma YEL – velvollisuus. Muita tarpeellisia vakuutuksia ovat esimerkiksi ja vastuu- / oikeusturvavakuutukset.

Suurin riskeitä liittyy boulderoinnissa käytettäviin varusteisiin. Niiden tulee olla kunnossa ja ne täytyy tarkastaa ja huoltaa säännöllisin väliajoin onnettomuuksien ennaltaehkäisemiseksi. Vialliset varusteet täytyy hävittää, jottei pääsisi vahingossakaan käymään niin, että asiakas saa käyttöönsä viallisen varusteen. Vioittuneen varusteen tilalle täytyy ostaa uusi. Viallisen varusteen joutuminen asiakkaan käyttöön voi johtaa tapaturmaan, joka olisi epätoivottu asia yrityksen maineen ja imagon kannalta sillä se antaisi epäpätevän kuvan tarjottavien palveluiden ja henkilökunnan laadusta.

Myös mahdolliseen rikollisuuteen liittyvät riskit on hyvä ottaa huomioon. Liiketiloihin voi kohdistua murtoja, varkauksia tai ilkivaltaa. Tällaisiin riskeihin tulee varautua omaisuusvakuutuksella ja mahdollisesti turvakameroilla jos sellaisia ei kiinteistöstä löydy jo entuudestaan. Rikollisuuteen liittyvät riskit ovat kohtalaisia, koska toimistotila ja sen sisältö eivät ole arvoltaan kovinkaan suuria, eikä siellä säilytetä suuria rahamääriä. Myös yrityksen pakettiauto täytyy vakuuttaa.

Mahdollisia taloudellisia riskejä Lapland Arctic Bouldering:lle ovat tilanteet, joissa asiakkaita ei ole riittävästi. Se johtaa liikevaihdon kutistumiseen, sekä yritystoiminnan kannattamattomuuteen. Tällainen tilanne voisi olla mahdollista yrityksen sesonki painotteisuuden vuoksi talvisin. Rahoitukseen liittyy myös

omat riskinsä, koska yritykselle on otettu yrityslaina Finnveralta. Laina-aika on melko pitkä ja korko on kohtalainen, mutta lainan takaisinmaksusta täytyy huolehtia asianmukaisesti ajallaan.

Henkilöstöön kohdistuvana riskinä voidaan pitää yrittäjän, sekä mahdollisen palkatun työntekijän äkillistä pitkäaikaista sairastumista. Tällainen riski on merkittävä, koska yritystoiminnan jatkaminen muodostuisi ongelmaksi ja johtaisi asiakkuuksien ja tulojen menettämiseen. Tämänkaltaiseen riskiin tulee varautua ottamalla yritykselle henkilöstön sairaanhoitovakuutus, joka kattaisi hoidosta syntyviä kustannuksia.

8 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Yrityksen markkinointia suunniteltaessa kartoitettiin potentiaalisimmat asiakassegmentit, eli asiakkaat, jotka todennäköisimmin ostaisivat palveluita Lapland Arctic Bouldering:lta. Päädyttiin useampaan kohderyhmään, jotka ovat Lapin ja Pohjois-Suomen alueella asuvat paikalliset, sekä ulkomailta saapuvat matkailijat. Asiakassegmenttien selvittämisen jälkeen mietittiin mitä he arvostavat ja mitä he palvelulta yleisesti odottavat. Syntyi lista erilaisia arvoja, joita yritys omassa toiminnassa ja markkinoinnissa painottaisi. Edellämainitut asiakasryhmät ovat aktiivisia terveydestä ja hyvinvoinnista, sekä luonnosta kiinnostuneita.

Markkinointisuunnitelmassa analysoitiin Lapin alueella toimivien yrittäjien käyttämiä keinoja, joiden kautta he hoitavat oman markkinointinsa ja valittiin niistä omalle yritykselle sopivimmat. Näiden pohjalta suunniteltiin toimenpiteitä, joita Lapland Arctic Bouldering voisi omassa markkinoinnissa käyttää. Kohdennettua mainontaa paikallismediassa voisi käyttää apuna näkyvyyden lisäämiseksi, sekä paikallisten asiakkaiden houkuttelemiseksi ja yrityksen tunnettavuuden parantamiseksi etenkin yritystoiminnan aloitusaikoina.

Markkinoinnin kannattavuutta ja sen tuomaa hyötyä tullaan myös tarkasti ja systemaattisesti seuraamaan. Kartoituksen ja analysoinnin jälkeen siirryttiin markkinoinnin tärkeimpään pääräämäärän eli keinoihin, joilla saavutetaan uusia asiakkuuksia. Tämä onnistuisi parhaiten kohdentamalla markkinointi juuri oikeisiin asiakassegmentteihin.

Markkinointi on erityisen tärkeää, koska yritys ei sijaitse suuressa kaupungissa, jossa on paljon ihmisiä. Asiakkaita tavoitellaan myös kaukaa. Tästä syystä markkinointi olisi hyvä ainakin osittain ulkoistaa asiantuntijalle. Internetsivuja ja muuta markkinointimateriaalia varten tulee suunnitella toimiva ja yksinkertainen logo, joka jää asiakkaiden mieleen. materiaalin tulisi olla tyyliältään ja väreiltään samanlaisia. Boulderoinnista tulee ensimmäisenä mieleen kalliot, Inarin kesäisestä luonnosta puhtaus ja vehreys sekä siniset järvet. Tätä värimaailmaa, eli harmaata, vihreää ja sinistä voisi käyttää.

Markkinointikuvat olisivat otettu todellisesta toimintaympäristöstä Inarista. Markkinointikuviin olisi hyvä saada mukaan tunnettu boulderoija. Hänellä olisi yllään turvallisuuslain mukaiset varusteet oikeaoppisesti. Näin kuvamarkkinointi ei ole harhaanjohtavaa ja jo mainetta saanut alan harrastaja toisi yritykselle myös tunnettavuutta ja näkyvyyttä.

9 YHTEENVETO LIIKETOIMINTASUUNNITELMASTA

Toiminimi Lapland Arctic Bouldering on Lappiin perustettava täyden palvelun ohjelmapalveluyritys, joka tuottaa ulkoboulderointimahdollisuuksia ensisijaisesti alueella vakituisesti asuville, sekä ulkomaanmatkailijoille.

Lapland Arctic Bouldering:n tuotteisiin kuuluu ulkoboulderointia Lapin luonnonkauniissa maisemissa. LAB:n palvelut hyödyttävät myös muita alueen matkailualan toimijoita, sillä tarkoituksena on verkostoitua mahdollisimman laajasti. Yrityksen perustajalla on matkailualan koulutusta ja jonkin verran kokemusta alalta.

Markkinatilanne on tällä hetkellä ahdas, sillä kilpailevia yrityksiä on Suomessa useita. Lapland Arctic Bouldering:n eduksi kilpailussa nousevat kokonaisvaltainen palvelu ja sen helppous, matkailualan tuntemus ja osaaminen, sekä erottuva tuotekonsepti ja markkinointitavat. Lapland Arctic Bouldering tulee painottamaan palveluissaan kansainvälisyyttä ja modernia otetta, sekä toiminnassaan verkostoitumista ja yhteistyökuvioita muiden paikallisten toimijoiden kanssa.

Lapland Arctic Bouldering tulee näkymään asiakkaille digitaalisen median ja verkostoitumisen kautta, mutta myös yritystoiminnan kasvettua Saariselän katukuvassa. Hinnoittelustrategiaksi yritys on valinnut aluksi referenssihinnoittelun, josta toiminnan vakaantuessa voidaan jatkaa myös segmentoituun hinnoitteluun.

Lapland Arctic Bouldering aloittaa yritystoiminnan toiminimen alla, ja tulee kysynnän ja toiminnan kasvaessa todennäköisesti vaihtamaan yritysmuotoa ja palkkaamaan työskentelevän perustajan lisäksi yhden työntekijän. Yrittäjä vastaa itse yrityksen toiminnan suunnittelusta ja sisällöntuotannosta. Markkinointi sekä brändisuunnittelu ulkoistetaan ainakin osittain.

Yritys hakee starttirahaa TE-keskukselta ja yrityslainaa Finnveralta.

Kasvutavoitteina Lapland Arctic Bouldering:lla on laajentaa toimintaansa ja perustaa toimisto Saariselän matkailukeskukseen näkyvälle paikalle.