

Elias Alajoki

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KOHDEYRITYKSELLE

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KOHDEYRITYKSELLE

Elias Alajoki
Opinnäytetyö
Syksy 2023
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden Tutkinto-ohjelma, Taloushallinto

Tekijä: Elias Alajoki

Opinnäytetyön nimi: Liiketoimintasuunnitelma kohdeyritykselle

Työn ohjaaja: Matti Sippola

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2023

Sivumäärä: 34 + 1

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda taksiryitykselle toimiva ja realistinen liiketoimintasuunnitelma. Yritys on toiminut taksialalla jo yli kymmenen vuotta, joten tämä liiketoimintasuunnitelma on yritykselle hyödyllinen työkalu tulevaisuuden kannalta.

Tietoperusta pitää sisällään kuvauksen yrityksen toimintaprosessista, tunnuslukuanalyysistä, lähtökohtatilanteesta ja yrityksen liiketoimintastrategiasta. Opinnäytetyö on toteutettu laadullisena tutkimuksena, johon aineistoa on kerätty aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta, havainnoista sekä yrittäjän haastatteluilla.

Liiketoimintasuunnitelman markkinointi ja talousosiot ovat luotu seuraavalle kolmelle vuodelle. Yrityksen edelliset vuodet ovat liikevaihdoltaan olleet tappiollisia ja siksi budjeteilla on luotu maltillista kasvua tuottavat laskelmat. Budjeteissa on huomioitu myös mahdollisesti tulevaisuudessa yrityksen tarjoamat palvelut ja niistä johtuvat kustannukset.

Asiasanat: taksi, liiketoimintasuunnitelma, taloussuunnitelma, markkinointisuunnitelma

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Bachelor of Business Administration, Option of Financial Administration

Author: Elias Alajoki
Title of thesis: Business plan for a company
Supervisor: Matti Sippola
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2023
Number of pages: 34 + 1

The objective of this thesis was to create a working and realistic business plan for a taxi company. With over ten years of experience in the taxi industry, this business plan serves as a valuable tool for the company's future.

The theoretical part includes the company's operational processes, key performance indicators analysis, the current situation, and the company's business strategy. The thesis adopts a qualitative research approach, gathering information from relevant literature, observations, and interviews with the entrepreneur.

The business plan includes marketing and financial projections for the next three years. Considering the company's past negative revenue, the budgeting was made for a modest growth path, with provisions for potential future services.

Keywords: Taxi, Business plan, financial plan, marketing plan

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	TOIMINNANPROSESSIN MALLINTAMINEN.....	8
3	TUNNUSLUKUANALYYSI.....	10
3.1	Tunnusluvut.....	10
3.2	Hinnasto.....	12
4	LÄHTÖKOHTATILANNE	13
4.1	Liikeidea.....	13
4.2	Toimintaympäristöanalyysi.....	13
4.3	PESTEL-analyysi	15
4.4	Kilpailija-analyysi.....	15
4.5	SWOT-analyysi	17
5	YRITYKSEN VISIO JA STRATEGIA	19
5.1	Tavoitteet.....	19
5.2	Liiketoimintastrategia.....	19
5.3	Palveluiden tarjoaminen tulevaisuudessa.....	20
6	MARKKINOINTISUUNNITELMA	22
6.1	Palvelut	22
6.2	Markkinointistrategia ja tavoitteet	22
6.3	4P.....	23
6.3.1	Tuote.....	23
6.3.2	Hinta	23
6.3.3	Markkinointiviestintä.....	24
6.3.4	Saatavuus.....	25
6.4	Toimenpidesuunnitelma	25
6.5	Markkinointibudjetti.....	26
7	TALOUSSUUNNITELMA.....	27
7.1	Tulosbudjetti.....	27
7.2	Rahoitusbudjetti.....	28
7.3	Tasebudjetti.....	29
8	RISKIT JA NIIDEN HALLINTA.....	30
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	31

LÄHTEET.....	32
LIITTEET	23

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni pyrin luomaan kohdeyritykselle toimivan liiketoimintasuunnitelman, jota yritys voisi hyödyntää myös jatkossa. Tavoitteena on myös tuottaa ratkaisuja yrityksen kehitystarpeisiin ja löytää yrityksen vahvuudet. Liiketoimintasuunnitelmalla autetaan havainnoimaan liikeidea teoriassa ja kuinka se toteutetaan käytännössä. Liiketoimintasuunnitelma on erinomainen apuväline yritykselle, koska sillä voidaan havainnoida muutoksia, reagoida muutoksiin sekä keskittyä olennaiseen liiketoimintaan (Koski & Virtanen 2005, 18). Liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen prosessin mallintamisen, tunnuslukuanalyysin, lähtökohtatilanteen, vision ja strategian sekä markkinointi- ja taloussuunnitelman.

Tutkimusmenetelmänä tulen käyttämään laadullista tutkimusta. Yleisimmät tavat kerätä aineistoa käytettäessä laadullista tutkimusmenetelmää ovat haastattelut, havainnointi, kyselyt ja dokumenteista koottu tieto. Näitä menetelmiä voidaan käyttää yhdisteltynä tai rinnakkain riippuen tutkimusongelmasta ja resursseista. (Tuomi & Saarijärvi 2018, 3.)

Tutkimuskysymykset työssäni ovat:

- Millaisia palveluita yritys voisi jatkossa tarjota, pysyäkseen kilpailukykyisenä?
- Miten uusien palveluiden lisääminen vaikuttaa yrityksen kustannuksiin?

Tutkimuksessani kuvaan toimialan koko prosessin ja myöhemmin työssäni keskityn tarkemmin yhteen osa-alueeseen, asiakaspalveluun. Taksipalvelu on asiakaslähtöistä toimintaa, joten hyvä asiakaspalvelu on todella tärkeää. Ihmiset odottavat hyvää asiakaspalvelua, mutta vain harvat ovat valmiita antamaan sitä (Stevens 2010, 1). Hyvin palveltu asiakas todennäköisesti tulee jossain vaiheessa uudestaan asiakkaaksi, koska hyvä palvelu on jäänyt mieleen.

2 TOIMINNANPROSESSIN MALLINTAMINEN

Prosessilla tarkoitetaan toimintoketjua, jossa on määritelty asiakkaat ja tuotokset. Prosessit voidaan jakaa liiketoiminnassa ydin- ja tukiprosesseihin. Ydinprosesseja ovat ne, jotka tuottavat asiakkaille lisäarvoa ja siitä syntyy asiakastyytyväisyys. Ydinprosessit liittyvät suoraan asiakkaiden palveluun esimerkiksi palvelun tilauksesta toimitukseen. Ydinprosessien toimivuuteen vaaditaan tukiprosesseja. (Tuominen & Laamanen 2012, 23.)

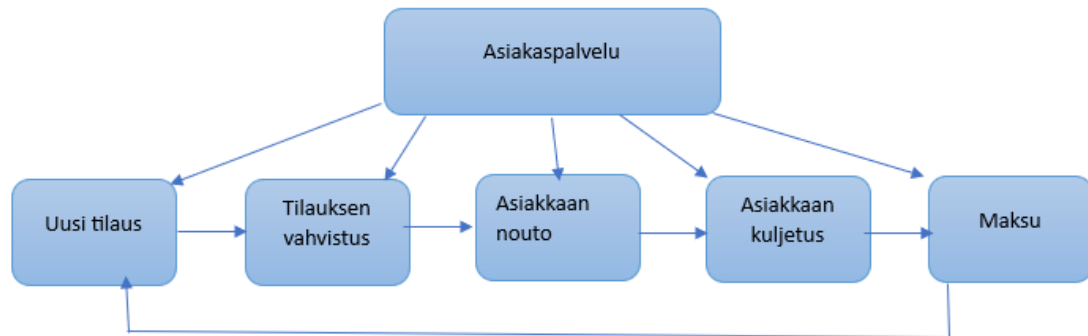
Yritys kuuluu Otaxin toiminnan piiriin, joten Kela-kydyt menevät Otaxin prosessin mukaisesti. Kelataksin numerosta tilatusta kyystä voi saada Kelan korvauksen ja silloin täytyy maksaa vain oma-vastuuosuus 25 €. Kelakortti tulee näyttää kuljettajalle, jolloin saa heti taksissa matkakorvauksen. Kyyti täytyy tilata edellisenä päivänä kello 14.00 mennessä. Paluukyydin tilaus tulisi tehdä vähintään tuntia ennen lähtöaikaa, jos ajankohta on tiedossa. Kerrallaan voi tilata jopa kahden viikon ajalle tarvitsemat kyydit. Halutessaan asiakas voi saada tekstiviestillä tiedon, kun taksi on hyväksynyt tilauksen. (Otaxi 2023a.)

Tilauksen yhteydessä ilmoitettavat asiat ovat nimi ja henkilötunnus sekä osoite, josta nouto tapahtuu. Myös matkan määränpää on ilmoitettava (esimerkiksi sairaala) ja kellonaika, jolloin tulee olla perillä kohteessa. Tällöin välityskeskuksesta osataan antaa oikea aika-arvio kuljettajalle. Lisäksi on tärkeää ilmoittaa, tarvitseeko taksin ottaa huomioon apuvälineitä kuten esimerkiksi pyörätuolia. (Otaxi 2023a.) Joistakin palveluista tulee lisämaksua. Alla olevassa taulukossa on esitetty hinnat.

LISÄMAKSUT:		
Odotusmaksu	57,00€/h	
Avustamislisä	18€	Invataksia edellyttävästä kuljetuksesta voidaan periä 18 euron lisämaksu, joka sisältää myös vammaisasiakkaan tavanomaisen saattamisen ja avustamisen.
Paarillisä	37€	Paarillisä edellyttävästä kuljetuksesta voidaan periä 37 euron lisämaksu, joka sisältää myös vammaisasiakkaan tavanomaisen saattamisen ja avustamisen. Paarikuljetukset ajetaan kilometrimaksua 1,90€/ km käyttäen.
Erikoistavaralisä	5,00€	Isokokoisista esineistä, kuten suksista, lastenvaunuista, polkupyöristä ja lemmikeistä voidaan periä 5,00 euron lisämaksu.

Taulukko 1. Palvelujen hinnat. (Otaxi 2023a)

Kelakyydytyksissä odotusmaksua saa periä vain 15 minuutin ajalta. Mikäli asiakkaan tilaamaan kyytiin tulee muutoksia, niistä tulee ilmoittaa pikaisesti tilausnumeroon. Muutoksista on ilmoitettava vähintään kaksi tuntia ennen sovittua lähtöaikaa.



Kuvio 1. Kelakyydin prosessi.

Kelakyydin prosessi on kuvattu kuviossa 1. Prosessista tutkimalla voi huomata, että asiakaspalvelu on tärkeässä roolissa koko prosessin ajan. Asiakas voi halutessaan ilmoittaa välityskeskukseen, mikäli ei halua tietyn kuljettajan kyytiin. Tämä tietysti vaikuttaa yrityksen tuloihin.

3 TUNNUSLUKUANALYYSI

Tunnuslukuanalyysillä tarkoitetaan sitä, että yrityksen taloudellinen tilanne esitetään ja siitä tehdään johtopäätöksiä muutamien valittujen mittareiden eli tunnuslukujen perusteella (Niskanen & Niskanen 2016, 9). Kohdeyrityksen tunnuslukuanalyysissä on käytetty vuoden 2022 alustavan tilinpäätöksen lukuja.

Tunnusluvut		2022
Käyttökate %		16,51
Liiketulos %		12,40
Nettotulos %		8,85
Quick ratio		2,79
Myyntisaamisten kierto aika, pv		163,30
Omavaraisuusaste %		73,01

Taulukko 1. Kohdeyrityksen tunnusluvut 2022

3.1 Tunnusluvut

Käyttökateprosentista voidaan tulkita yrityksen liiketoiminnan tulokset ennen rahoituseriä ja poistoja. Käyttökateprosenttia yleensä käytetään saman toimialan yritysten vertailuun. (Yritystutkimus ry 2017, 63.)

Käyttökate = Liiketulos + poistot ja arvonalentumiset

$$\text{Käyttökate-\%} = \frac{\text{Käyttökate}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}} * 100$$

KAAVA 1. Käyttökateprosentti (Yritystutkimus ry 2017, 64)

Liiketulos on välitulos, joka on saatu oikaistusta tuloslaskelmasta. Oikaisuja voivat olla laskennallinen palkkakorjaus sekä liiketoiminnan muista kuluista ja tuotoista tehdyt siirrot satunnaisiin eriin. (Yritystutkimus ry 2017, 64.)

$$\text{Liiketulos-}\% = \frac{\text{Liiketulos}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}} * 100$$

KAAVA 2. Liiketulosprosentti (Yritystutkimus ry 2017, 64)

Nettotulos lasketaan lisäämällä liiketulokseen tuloslaskelman rahoitustuotot ja vähennetään verot sekä rahoituskulut (Yritystutkimus ry 2017, 65).

$$\text{Nettotulos-}\% = \frac{\text{Nettotulos}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}} * 100$$

KAAVA 3. Nettotulosprosentti (Yritystutkimus ry 2017, 65)

Quick ratio on taloudellinen mittari, jolla arvioidaan yrityksen mahdollisuuksia selvittää lyhytaikaisista veloistaan pelkän rahoitusomaisuutensa avulla (Yritystutkimus ry 2017, 74). Kun luku on yli 1, on tunnusluvun taso hyvä.

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Rahoitusomaisuus - osatuloutuksen saamiset}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma - lyhytaikaiset saadut ennakot}} * 100$$

KAAVA 4. Quick ratio (Yritystutkimus ry 2017, 74)

Myyntisaamisten kiertoaika mittaa sitä, kuinka kauan myyntitulot ovat saamisina ja odottavat siirtymistä yrityksen kassaan rahana (Yritystutkimus ry 2017, 72).

$$\text{Myyntisaamisten kiertoaika, pv} = \frac{365 * (\text{Myyntisaamiset} + \text{sisäiset myyntisaamiset})}{\text{Liikevaihto (12 kk)}}$$

KAAVA 5. Myyntisaamisten kiertoaika (Yritystutkimus ry 2017, 72)

Omavaraisuusasteella mitataan yrityksen vakavaraisuutta, selviytymiskykyä sitoumuksistaan pitkällä aikavälillä sekä tappionsietokykyä (Yritystutkimus ry 2017, 69).

$$\text{Omavaraisuusaste, \%} = \frac{\text{Oikaistu oma pääoma}}{\text{Oikaistun taseen loppusumma} - \text{saadut ennakot}} \cdot 100$$

KAAVA 6. Omavaraisuusaste (Yritystutkimus ry 2017, 69)

3.2 Hinnasto

Hinnoittelu on nopein vaikuttava tekijä yrityksen tuloksentekoon (Karjalainen 2013, 65). Kohdeyrityksen hinnastot ovat tällä hetkellä kaupungin kanssa sovittuja. Koulukyydeistä veloitetaan kaupunkia 4,95 €/km + 30 €/h ja ylimenevistä tunneista 80 €. Täysistä kuukausista kertyy tuloja 14 000 euroa. Kelakyytien ohella koulukyyditykset ovat siis iso osa yrityksen tulojen kannalta.

Palveluautot tuottavat yritykselle kuukaudessa 4 030 euroa kuukaudessa. Lainan lyhennys palveluautoista on 1 500 euroa kuukaudessa. Palveluautojen toimenkuvaan kuuluu vammaispalvelujen kuljetukset sekä ruoanjako eri tahoille kuten kouluille. Sopimukset palveluautojen kuljetusten hinnoista on myös sovittu yhdessä kaupungin kanssa.

Vuonna 2021 tilikauden aikana yrityksellä on kulunut rahaa polttoaineisiin 24 216,26 euroa. Vuonna 2022 polttoaineisiin on kulunut 22 408,47 euroa. Korjauksiin ja huoltoihin rahaa on kulunut vuonna 2021 yhteensä 18 933,87 euroa ja vuonna 2022 yhteensä 15 137,01 euroa. Ajojen myötä myös polttoainekulut sekä huoltojen tarpeet kasvavat.

4 LÄHTÖKOHTATILANNE

Yrityksen liikeidea, yrittäjän ominaisuudet sekä yrityksen toimintaympäristö käsitellään yksityiskohdaisemmin seuraavissa kappaleissa. Toimintaympäristöä kuvataan PESTEL-analyysillä, SWOT-analyysillä sekä kilpailija-analyysillä.

4.1 Liikeidea

Kohdeyrityksen toiminta taksialalla alkoi, kun se perustettiin vuonna 2009. Aluksi työntekijöitä oli vain yrittäjä itse. Vuonna 2019 yritys teki sukupolvenvaihdoksen. Sukupolvenvaihdoksella tarkoitetaan sitä, kun yritys vaihtuu perhepiirissä tai lähisukulaisten kesken (Suomen yrityskaupat 2023). Tällä hetkellä yrityksessä työskentelee yrittäjän lisäksi 3 työntekijää.

4.2 Toimintaympäristöanalyysi

Toimintaympäristöllä tarkoitetaan liiketoimintasuunnitelmassa yrityksen ulkoista ympäristöä eli makroympäristöä. Makroympäristöön kuuluu taloudellinen, poliittinen, demografinen, tekninen ja kulttuurinen ympäristö sekä luonnonvarat. (Koski & Virtanen 2005, 46.) Näitä kohtia tarkastellaan tarkemmin PESTEL-analyysissä. Toimintaympäristöanalyysissä käsitellen lisäksi yrityksen SWOT- sekä kilpailija-analyysiä.

Taksiryrittäjäksi alkaminen vaatii tietyn prosessin mukaista toimintaa. Prosessi on kuvattu Traficom:n sivuilla seuraavasti. Ensin täytyy tehdä yrityksen perustamisilmoitus kaupparekisteriin, jonka jälkeen saa Y-tunnuksen. Ilmoittamisen jälkeen tehdään muutosilmoitus, jolla ilmoitaudutaan Verohallinnon arvonlisäverolliseen rekisteriin, työnantajarekisteriin ja ennakkoperintärekisteriin. Ilmoitukset tehdään Yritys- ja Yhteistietojärjestelmän sivuilla. (YTJ 2023.)

Taksinkuljettajanlupa tulee hakea, jotta saa ajaa taksia. Taksiryrittäjäksi vaaditaan lisäksi taksiliikennelupa. Pelkällä kuljettajan ammattiluvalla ei saa toimia yrittäjänä. Taksiliikennelupa tarvitaan myös silloin, jos auto on 1+8 paikkainen. Taksiliikennelupa on yrityskohtainen eli ajoneuvojen lu-

kumäärää ei rajoiteta. Traficom sivuille täytyy tehdä ilmoitus taksiliikenteen harjoittamisesta. Taksilupa myönnetään 10 vuodeksi, eli tuon ajan jälkeen lupa tulee uusiksi ja se on voimassa taas 10 vuotta. Tämä uudistus tuli voimaan 1.7.2018. (Traficom 2023a.)

Suomessa on tällä hetkellä vuonna 2023 noin 9 400 taksiryöstä, joista 42 % on rekisteröity Uudellemaalle (Traficom 2023b). Taksiiudistuksen myötä vuonna 2018 yritysten määrä oli ennätyslukemissa noin 12 300 (Hiltunen 2023).

Kohdeyritys kuuluu Otaxin toimipiiriin. Otaxi tarjoaa Kelan taksipalvelut Pohjois-Pohjanmaalla seuraavissa kunnissa: Alavieska, Haapajärvi, Haapavesi, Hailuoto, Haukipudas, Ii, Kalajoki, Kempele, Kiiminki, Kuusamo, Kärsämäki, Liminka, Lumijoki, Merijärvi, Muhos, Nivala, Oulainen, Oulu, Oulunsalo, Pudasjärvi, Pyhäjoki, Pyhäjärvi, Pyhäntä, Raahel, Reisjärvi, Ruukki, Sievi, Siikajoki, Siikalatva, Taivalkoski, Tyrnävä, Utajärvi, Vaala, Vihanti, Ylivieska ja Yli-Ii (Otaxi 2023b).



Kuva 1. Pohjois-Pohjanmaa.

4.3 PESTEL-analyysi

PESTEL-analyysissä kuvataan yrityksen ulkoiseen toimintaympäristöön vaikuttavat tekijät, joita ovat taloudellinen, poliittinen, sosiaalinen, tekninen ja kulttuurinen ympäristö sekä lainsäädännölliset tekijät.

Taloudellinen ympäristö tarkoittaa niitä ulkoisia talouteen liittyviä asioita, jotka vaikuttavat liiketoiminnan menestymismahdollisuuksiin. Näitä voivat olla yrityksen toimialueella olevien ihmisten osotaso, työllisyys sekä taloudellinen rakenne. Taloudellisessa ympäristössä voidaan tarkastella ihmisten kuluttamisen muuttumista erilaisina talouden aikoina. Tällä hetkellä Suomi on inflaatiossa, mikä vaikuttaa hyvinkin paljon siihen, miten ihmiset käyttävät rahaa päivittäin. Vuonna 2023 syyskuussa Suomen inflaation taso oli 5,5 % (Tilastokeskus 2023).

Taksialaan liittyen lakisäättelyä on tapahtunut viime vuosina hyvinkin paljon. Lakisäännöksillä on pyritty vaikuttamaan hinnoitteluun ja harmaan talouden torjumiseen. Muutokset vaativat uusia taksiryittäjiä suorittamaan yrittäjäkoulutuksen ja -kokeen. Lisäksi heidän tulee hankkia Y-tunnus ennen luvan myöntämistä. Taksipalvelujen tarjoajien on raportoitava tarkemmin tarjonnasta ja kysynnästä viranomaisille. Lisäksi takseissa tulisi käyttää taksamittaria tai vastaavaa laitetta hinnoittelun selkeyttämiseksi. Tunnistettavuuden vuoksi taksikupu on pakollinen takseissa. (Liikenne ja viestintäministeriö 2020.)

Autoilualalla ympäristöystävällinen kehitys on tärkeää, sillä maapallon keskilämpötila on ollut pitkään nousussa ja huomattavia muutoksia on jo havaittu ilmastomuutoksessa. Otaxi on reagoinut tähän tilanteeseen ja lisännyt vähäpäästöisten autojen määrää. Autot voi tunnistaa vihreästä hiilijalanjälki -merkistä. Ryhmä koostuu sekä hybridi-, sähkö-, että kaasuautoista. (Otaxi 2023c.)

4.4 Kilpailija-analyysi

Kilpailija-analyysissä tarkastellaan kohdeyrityksen kanssa samoista asiakkaista kilpailevia yrityksiä. Tärkeää on tunnistaa nykyisen kilpailun lisäksi myös potentiaalinen kilpailu eli huomioida myös mahdollisesti samalle alalle tulevat kilpailijat. (Koski & Virtanen 2005, 54.) Kohdeyrityksen kilpailijoiden hinnastot on esitetty taulukossa 2.

Nimi	Otaxi	Tampereen Aluetaksi	Fixutaxi
Lähtömaksu ma- la 06-18	7 €	5,20 €	0 €
Lähtömaksu muina aikoina	10 €	7,93 €	0 €
Kilometrimaksu (1-4 hlö)	1,30 €/km + 0,95 €/min	1,42 €/km	klo 6-18 1,20 €/km + 1,20 €/min klo 18-06 1,30 €/km + 1,30 €/min
Kilometrimaksu (5-8 hlö)	1,90 €/km + 0,95 €/min	1,82 €/km	klo 6-18 1,80 €/km + 1,20 €/min klo 18-06 1,80 €/km + 1,30 €/min
Odotusmaksu	57 €/h	41,47 €/h	-

Taulukko 2. Kilpailijoiden hinnastot

Kohdeyritys kuuluu Otaxin piiriin, joten hinnastot ovat samat. Taulukossa on esitetty Otaxin kilpailijoista Tampereen aluetaksi ja Fixutaxi. Vertailussa ovat yritysten hinnastot. Tampereen Aluetaksi valittiin Kelan sairausvakuutuksesta korvattavien taksimatkojen palveluntarjoajaksi kilpailutuksessa. Palvelun tuottaminen alkoi 1.1.2022 Keski- ja Pohjois-Pohjanmaan alueella. Nykyään Pohjois-Pohjanmaalla toimii siis kaksi palveluntarjoajaa Kela kyydityksiin, Otaxi ja Tampereen Aluetaksi.

4.5 SWOT-analyysi

SWOT-analyysissä kuvataan yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä uhkia. Analyysin avulla yrittäjä voi tarkastella yhtä aikaa yrityksen sisäisiä ja ulkoisia vaikutuksia. (Jylhä & Viitala 2013. 43.) Alla olevassa taulukossa on kuvattu kohdeyrityksen SWOT-analyysi.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none">- Tunnettu toimialueella- Saatavuus- Hyvä maine- Luotettava- Tehokas ja motivoitunut henkilöstö	<ul style="list-style-type: none">- Vähäinen henkilökunta- Rajattu toimialue- Taloudelliset ongelmat
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none">- Palveluiden lisääminen- Markkinoinnin tehostaminen- Kasvava kysyntä- Kilpailijoiden heikkoudet	<ul style="list-style-type: none">- Kilpailijoiden lisääntyminen toimialueella- Inflaatio- Poliittiset päätökset- Yllättävät kriisit ja katastrofit

Taulukko 3. SWOT-analyysi

Kohdeyritys erottuu toimialueellaan monilla vahvuuksillaan. Hyvä tunnettuus toimialueella on avainasemassa asiakasvirran ylläpitämisessä ja kasvattamisessa. Asiakkaiden on helppo kysyä kyytiä tai neuvotella sopimuksista, koska yhteistyö on toiminut moitteettomasti tähän saakka. Yritys on ylpeä maineestaan, joka perustuu luotettavuuteen ja hyviin asiakassuhteisiin. Yrittäjä ja muut työntekijät ovat motivoituneita ja sitoutuneita yrityksen tavoitteisiin sekä liiketoiminnan jatkuvaan parantamiseen. Nämä asiat yhdessä auttavat yritystä pysymään kilpailukykyisenä toimialalla.

Mahdollisuuksia ovat uusien palveluiden ja kaluston lisääminen. Yritys voitti kilpailutuksen koulu- kyydeistä sekä kaupungin ruokakuljetuksista, joten liiketoiminta on jo laajentunut Kela kyytien ulkopuolelle. Tulevaisuudessa yritys voi lisätä uusia palveluita, jotka vastaavat asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Muutokset voivat avata mahdollisuuksia uusille asiakasryhmille ja siten myös kasvattaa liikevaihtoa. Markkinoinnin parantamisella voi tavoittaa uusia asiakkaita ja lisätä tietoisuutta. Digitaalinen markkinointi eri sosiaalisen median alustoilla on hyvä tapa aloittaa markkinointi. Analysoimalla kilpailijoiden toimintaa on mahdollista tunnistaa niiden haavoittuvuudet ja hyödyntää niitä

omaksi eduksi. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi kilpailijoita houkuttelevampia hinnoittelustrategioita tai tehokkaampaa asiakaspalvelua.

On myös tärkeä tunnistaa yrityksen heikkoudet ja uhat. Näiden tekijöiden ymmärtäminen on kriittisen tärkeää, sillä se auttaa valmistautumaan tulevaisuuden haasteisiin ja tekemään strategisia päätöksiä niiden hallitsemiseksi. Yksi merkittävimmistä heikkouksista on vähäinen henkilökunta. Rajoitettu henkilöstöresurssi asettaa rajoituksia sille, kuinka paljon palveluja on mahdollista tarjota ja kuinka nopeasti yritys voi vastata asiakkaiden tarpeisiin. Henkilöstön puutteiden vaikutukset voivat ulottua asiakaspalvelun laatuun ja kykyyn kasvattaa liiketoimintaa.

Taloudelliset ongelmat ovat tällä hetkellä merkittävä huoli. Haasteet, kuten käynnissä oleva inflaatio ja talouden epävarmuus, voivat vaikuttaa negatiivisesti liikevaihtoon ja kannattavuuteen. On ratkaisevan tärkeää, että yritys hallinnoi taloudellisia riskejä tehokkaasti ja pyrkii löytämään kestäviä taloudellisia ratkaisuja. Tässä työssä pyrin löytämään ratkaisuja ongelmiin yhdessä yrittäjän kanssa. Palveluiden kilpailuttamistilanteessa täytyy aina huomioida kilpailevien yritysten tarjoukset ja oman tarjouksen täytyy olla sellainen, josta hyödyttäisiin myös taloudellisesti. Poliittiset päätökset voivat tuoda mukanaan sääntelymuutoksia, jotka vaikuttavat liiketoimintaan. Yllättävät kriisit ja katastrofit, kuten luonnonkatastrofit tai terveyskriisit, voivat myös aiheuttaa häiriötä liiketoimintaan.

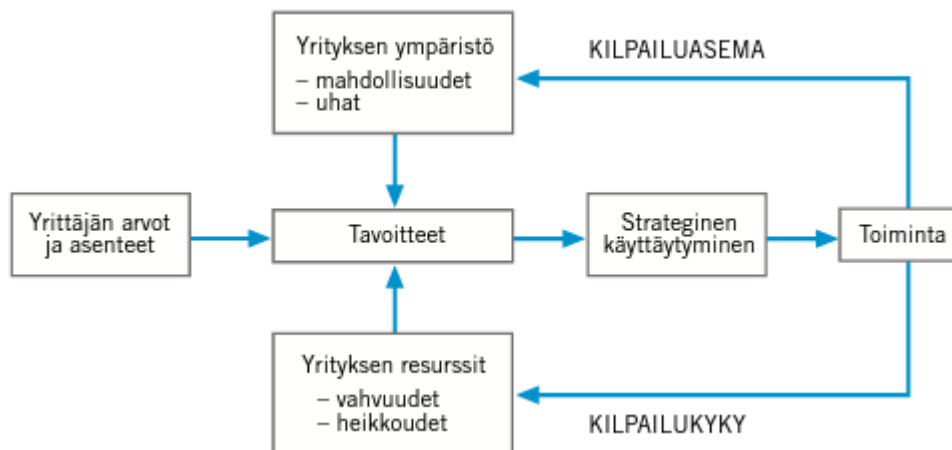
Vaikka heikkoudet ja uhat ovat osa liiketoiminnan realiteetteja, ne voivat myös kehittää ja vahvistaa yritystä. Suunniteltu ja strateginen riskienhallinta, henkilöstön koulutus, joustavuus sekä kyky sopeutua muuttuviin olosuhteisiin ovat keskeisiä keinoja, joilla on mahdollista torjua näitä haasteita ja varmistaa liiketoiminnan pitkäaikainen menestyminen.

5 YRITYKSEN VISIO JA STRATEGIA

Liiketoiminnan vision tavoite on näyttää yrityksen toiminnan suunta. Visio auttaa yrittäjää määrittämään yrityksensä tavoitteet ja ohjaa yrityksen strategian muodostumista. Yritysten yhteiskuntavastuuseen kiinnitetään nykypäivänä yhä enemmän huomiota liiketoiminnassa. (Koski & Virtanen 2005, 26.) Selkeä visio on yritykselle myös hyödyllinen työkalu työntekijöiden rekrytointia ajatellen.

5.1 Tavoitteet

Liiketoimintaympäristön tavoitteet vaikuttavat merkittävästi yrityksen strategiseen päätöksentekoon ja nämä päätökset heijastuvat konkreettisina toimina yrityksen arjessa (Koski & Virtanen 2005, 49). Kuvassa 2 on kaavio yritysten yleisestä strategiasta ja tavoitteista.



Kuva 2. Yrityksen strategia, tavoitteet ja SWOT-analyysi (Koski & Virtanen 2005, 49).

5.2 Liiketoimintastrategia

Liiketoimintastrategia tarkoittaa yrityksen suunnitelmaa, jonka avulla se pyrkii menestymään markkinoilla. Strategia ei ole vain kuvausta yrityksen toiminnasta, vaan ennen kaikkea siitä, millä tavoin yritys erottuu muista, houkuttelee asiakkaita ja pyrkii toimimaan mahdollisimman kannattavasti. Liiketoimintastrategiaa suunnitellaan yleensä jo yrityksen perustamisvaiheessa, ja se esitetään liiketoimintasuunnitelmassa. Kun yritystoiminta on käynnistynyt, strategiaa arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. (Viitala & Jylhä 2013, 52.)

Yrityksen tavoitteena on laajentaa liiketoimintaa tarjoamalla uusia palveluita nykyisten lisäksi. Kohdeyrityksellä on suunnitteilla tarjota kiinteähintaisia kuljetuksia lentokentille sekä juna-asemille. Edellä mainituista palveluista on tehty laskelmat kappaleessa 5.3, ja ne on huomioitu myös taloussuunnitelmaosiossa.

Yrityksen taloushallinto on tällä hetkellä ulkoistettu ja se maksaa kuukaudessa 115 €. Vuodessa kuluja palveluista kertyi viimeisimmän tilinpäätöksen mukaan 1 383,10 €. Palveluun sisältyy kirjanpito, ostoreskontra, laskutukset sekä palkanlaskenta. Yrittäjä on pohtinut taloushallinnon palveluiden vaihtamista eri palvelun tarjoajalle, joten vertaan sähköisen taloushallintajärjestelmän hinnastoja yrityksen tämänhetkiseen taloushallintoon.

Visman tarjoama Netvisor taloushallintojärjestelmä on suosittu sähköinen järjestelmä, jota käyttävät jo tuhannet suomalaiset yritykset. Netvisorilla on neljä vaihtoehtoa laskutus- ja kirjanpito-ohjelmiin. Hinnoittelu Netvisorilla määräytyy yrityksen liikevaihdon mukaan. Liikevaihdon ollessa 200 000 € – 500 000 €, Basic -paketin hinta on 55 €/kuukausi. Core -paketin hinta on 105 €/kuukausi. Professional -paketin hinta on 145 €/kuukausi ja Premium -paketin hinta on 180 €/kuukausi. (Netvisor 2023.) Kohdeyritykselle suositellaan Core -pakettia, koska siihen kuuluu rajaton määrä myynti- ja ostolaskuja. Taloushallinnon palvelu laatii myös automaattisesti yritykselle tilinpäätöksen. Vaihtamalla Netvisorin taloushallintojärjestelmään, kulut pienenisivät kuukaudessa 15 € ja vuodessa 120 €.

Tämän vertailun perusteella ei ole kannattavaa vaihtaa järjestelmää, koska nykyinen palvelu on ollut yhteistyökumppanina koko yrityksen olemassaolon ajan ja sieltä saa helposti neuvoja kirjanpidon sekä palkkaukseen liittyviin asioihin.

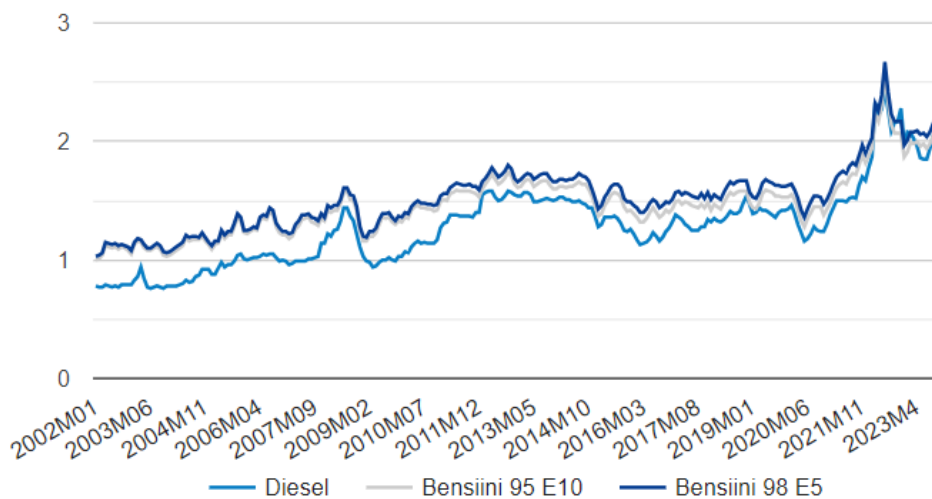
5.3 Palveluiden tarjoaminen tulevaisuudessa

Uusien palveluiden tuottaminen yrityksen toimintaan tulojen kasvattamiseksi olisi hyvä idea, mutta siinä täytyy huomioida myös kulut, joten hinnoittelu täytyy miettiä tarkasti. Fixutaxi tarjoaa Oulun ja pääkaupunkiseudun alueilla kiinteä hintaisia kuljetuksia lentoasemille. Oulunsalon lentokentältä Oulun keskustaan kyydin hinta on tällä hetkellä 38 € (Fixutaxi 2023).

Kohdeyritys voisi tarjota samanlaista palvelua, koska yrityksen toimialueella ei tällä hetkellä kukaan yksittäinen taksiryitys tarjoa samanlaista palvelua. Tällä tavoin yritys parantaisi kilpailuetuaan kilpailijayrityksiin. Yritys voisi järjestää kiinteähintaiset kyyditykset lentokentille Oulunsaloon ja Kruunupyyn Kalajoen keskustasta. Kruunupyyn lentokentälle hinta lasketaan Otaxin hinnaston mukaisesti $70 \text{ min} * 0,95 \text{ €/min} + 87 \text{ km} * 1,30 \text{ €/km} + 7 \text{ € aloitusmaksu} = 186,6 \text{ euroa}$. Oulunsaloon hinta olisi $100 \text{ min} * 0,95 \text{ €/min} + 128 \text{ km} * 1,30 \text{ €/min} + 7 \text{ € aloitusmaksu} = 268,4 \text{ euroa}$.

Kiinteää hinnoittelua voisi myös mainostaa juna-asemille Ylivieskaan ja Kokkolaan. Ylivieskan juna-asemalle hinta tulisi seuraavasti $35 \text{ min} * 0,95 \text{ €/min} + 41,7 \text{ km} * 1,30 \text{ €/km} + 7 \text{ € aloitusmaksu} = 94,50 \text{ euroa}$. Kokkolan juna-asemalle $57 \text{ min} * 0,95 \text{ €/min} + 69,5 \text{ km} * 1,30 \text{ €/km} + 7 \text{ € aloitusmaksu} = 151,5 \text{ euroa}$.

Kiinteähintaisilla kuljetuksilla yritys voisi lisätä tilikauden tulosta. Jokaiseen kuljetukseen täytyy myös huomioida miten nämä palvelut vaikuttavat yrityksen kustannuksiin. Polttoainekulut esimerkiksi Kokkolan juna-asemalle tulisi 9,44 € ja takaisin Kalajoelle 9,44 € = 18,88 euroa. Tästä täytyy myös huomioida työntekijän palkkio, mikä on yleensä provisiopalkka 34 %. Hinta pitää olla sellainen, että tulee voittoa.



Kuvio 2. Polttonesteiden hinta, euroa/litra (Autoalan tiedotuskeskus 2023)

6 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Markkinoinnilla tunnistetaan ja täytetään ihmisten ja yhteiskunnan tarpeet (Kotler & Keller 2016, 26). Markkinointisuunnitelmalla myös yksilöidään arvot ja lupaukset, joilla ansaitaan asiakkaiden luottamus ja palvelut tai tuotteet myydään (Viitala & Jylhä 2013, 46). Laadin markkinointisuunnitelman kohdeyritykselle seuraavalle kolmelle vuodelle. Keskityn yrityksen sosiaalisen median markkinoinnin lisäämiseen sekä verkkosivujen päivittämiseen.

6.1 Palvelut

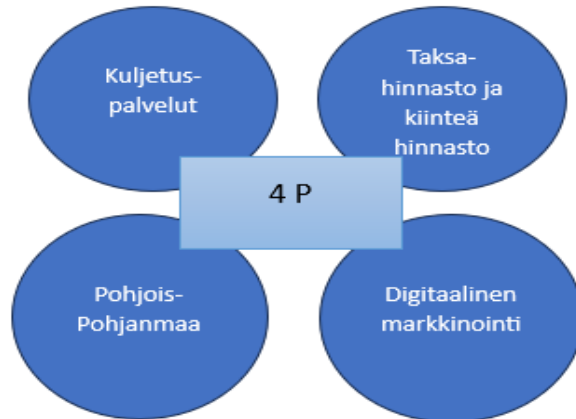
Palvelut ja fyysiset tavarat eroavat toisistaan siten, että tavarat on helpompi kopioida yrityksen omaan käyttöön, kun taas palvelu on uniikkia ja palvelun laatu määrittää asiakaskokemuksen (Viitala & Jylhä 2013, 95). Yrityksen tämänhetkisiin palveluihin Kela-kyytien lisäksi kuuluvat koulukyyditykset, palveluautot, muut kuljetukset ja asunnon vuokraus.

6.2 Markkinointistrategia ja tavoitteet

Kohdeyrityksen markkinointistrategiassa keskityn digitaalisen markkinoinnin lisäämiseen. Digitaalinen markkinointi on laaja termi, joka voi tarkoittaa esimerkiksi Facebookissa kuvan julkaisemista tai blogitekstiä. Digitaalinen markkinointi sisältää monia toisiinsa näennäisesti liittymättömiä asioita. (Deiss & Henneberry 2020, 2.) Tämän lisäksi digitaalinen markkinointi kattaa myös hakukoneoptimoinnin, sähköpostimarkkinoinnin, sosiaalisen median mainonnan ja verkkosivuston käyttäjäkokemuksen parantamisen. On tärkeä ottaa huomioon eri näkökulmat jo suunnitteluvaiheessa, koska monipuolinen lähestymistapa voi parantaa merkittävästi markkinoinnin tehokkuutta.

6.3 4P

Markkinoinnin kilpailukeinot voidaan kuvata 4 P mallilla. Perinteisesti tällä mallilla tarkoitetaan seuraavaa: Product (tuote/palvelu), price (hinta), promotion, (markkinointi viestintä) ja place, (saataavuus). Näistä sanoista muodostuu jokaiselle yritykselle oma yhdistelmä. (Kotler & Keller 2016, 47.) Kuvassa 4 on esitetty kohdeyrityksen 4 P –malli.



Kuva 4. Kohdeyrityksen 4 P -malli.

6.3.1 Tuote

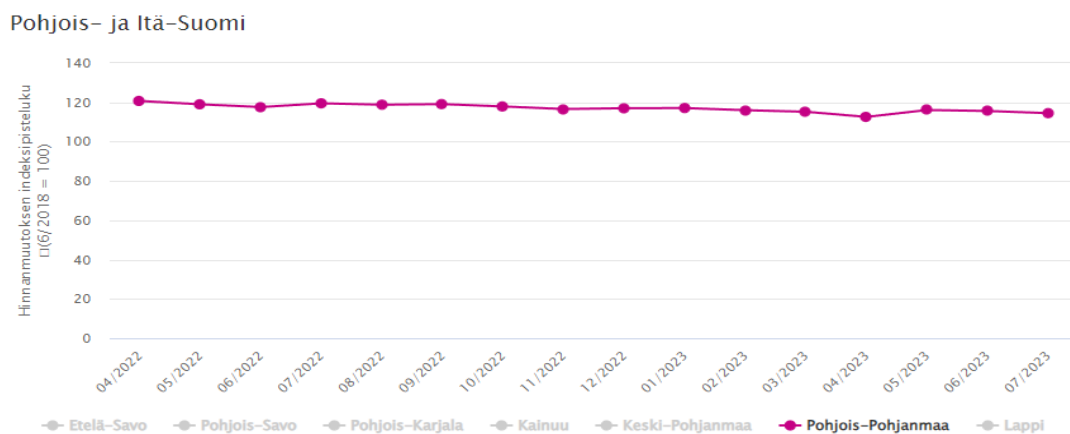
Tuote tarkoittaa asiakasryhmittäin jaettua kokonaisuutta, eikä vain yksittäistä markkinoitavaa tuotetta. Palveluliiketoiminnassa tärkeimmässä asemassa ovat ihmiset. Henkilöstön laatu, määrä ja käyttäytyminen vaikuttavat palvelun onnistumiseen. (Bergström & Leppänen 2021, 124–126.) Tak-sialalla tarjottavat palvelut asiakkaille ovat lähtökohtaisesti samat, joten yrityksen täytyy erottua muista alalla toimivista yrityksistä esimerkiksi laadukkaammalla palvelulla. Tuote on markkinoitava hyödyke ja markkinoinnillinen kokonaisuus, joka tuo ostajalle arvoa (Bergström & Leppänen 2021, 143).

6.3.2 Hinta

Yrityksen kilpailukeinona hinta on tärkeä, sillä kannattavuus ja taloudellinen menestyminen varmistetaan sen avulla. Hinnoittelussa otetaan huomioon liiketoiminnan tavoitteet, asiakkaat ja erilaisten

asiakkaiden hintaherkkyys sekä kilpailutilanne. (Bergström & Leppänen 2021, 194.) Tärkeänä asiana on otettava huomioon hinnoittelussa yrityksen ulkopuoliset ja sisäiset tekijät. Hintatasoon vaikuttavat kysynnän ja tarjonnan suhde sekä julkinen valta eli erilaiset verotukset ja lainsäädännöt. (Bergström & Leppänen 2021, 198.)

Taksiliikenteen hinta määräytyy taksihintaindeksin mukaan. Indeksiperustuu välityskeskusten ilmoittamiin tietoihin Traficomille (Traficom 2023c). Kuvassa 3 on esitetty Pohjois-Pohjanmaan taksihintaindeksi. Uusien palveluiden tarjoamisessa on kuitenkin mahdollista käyttää kiinteää hinnoittelua eli yritys voisi itse määrittellä hinnastot kuljetuksille.



Kuva 3. Traficom 2023c

6.3.3 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnällä saadaan yritys, ja sen palvelut nähtäville. Markkinointiviestinnällä luodaan yrityskuvaa, tunnettavuutta ja annetaan tietoa yrityksen tuotteista sekä hinnoista. Tärkeimpiä muotoja markkinointiviestinnässä ovat henkilökohtainen myyntityö ja mainonta. (Bergström & Leppänen 2021, 253.) Palveluiden ja tuotteiden myynti helpottuu, kun asiakkaat tuntevat yrityksen. Viitalan ja Jylhän (2013, 107) mukaan palvelua markkinoitaessa markkinoidaan näkymätöntä tuotetta, johon asiakas on saatava sitoutumaan ennen siitä seuraavan palvelun hyödyn realisoitumista.

6.3.4 Saatavuus

Viitalan ja Jylhän (2013, 104) mukaan palveluiden ja tavaroiden jakelutie valitaan sen mukaan, mikä tavoittaisi parhaiten kohdeasiakkaat. Ostaminen tehdään näin asiakkaille helpoksi. Hyvään asiakaspalveluun kuuluu esimerkiksi se, että palvelut ovat saatavilla asiakkaiden tarpeiden mukaan. Saatavuus on keskeinen kilpailukeino erityisesti palveluyrityksille.

Kohdeyritys haluaa panostaa siihen, että palvelut olisivat mahdollisimman helposti asiakkaiden saatavilla. Yrityksen verkkosivuilta voi ottaa yhteyttä sähköpostitse tai puhelimitse, mutta se on tällä hetkellä ainoa paikka, josta yrityksen tiedot löytyvät helposti. Yrittäjä haluaisi lisätä sosiaaliseen median julkaisuja, koska siellä on mahdollista tavoittaa potentiaalisia asiakkaita.

6.4 Toimenpidesuunnitelma

Kohdeyrityksen uusien palveluiden markkinointi tapahtuu sosiaalisen median alustojen kautta sekä yrityksen verkkosivuilla. Sosiaalisen median käyttö on tällä hetkellä yrittäjän vastuulla, eikä siihen ole tulevana vuosina tulossa muutoksia. Sesonkiaikana yritys julkaisee yhden kuvan Facebookin tai Instagramin kautta, jolloin yritys saa lisää näkyvyyttä toimialueellaan. Markkinointisuunnitelman resurssit kohdistetaan tulevana vuosina verkkosivujen päivittämiseen.

Asiakkaan siirtyessä yrityksen verkkosivuille asiakas olettaa löytävänsä palvelun tai tuotteen, joka on hänen kiinnostuksensa herättänyt (Filenius 2015, 39). Tärkeää on saada yritykselle selkeät ja toimivat verkkosivut, josta on mahdollista löytää palvelut, hinnastot sekä yrityksen yhteystiedot.

6.5 Markkinointibudjetti

Markkinointibudjetti on laskettu seuraavalle kolmelle vuodelle 2024–2026. Budjettiin kuuluu verkkosivujen luominen, kuukausi mainonta 50 €/kk sekä kevyt ulkoasu suunnittelu (Helpotkotisivut 2023). Kotisivut toimivat yrityksen liiketoiminnan tukena, minkä avulla yritys voi mainostaa omia palveluitaan. Verkkosivujen luominen, päivittäminen ja ylläpito ulkoistetaan ja niihin on budjetoitu käytettäväksi ensimmäisenä vuonna 1 786 euroa.

Markkinointibudjetti	2024	2025	2026
Verkkosivut	600 €	600 €	600 €
Mainonta/kk	600 €	600 €	600 €
kevyt ulkoasu suunnittelu	240 €	- €	- €
Yht.	1 440 €	1 200 €	1 200 €
+arvonlisävero 24%	346 €	288 €	288 €
Markkinointikulut yht	1 786 €	1 488 €	1 488 €

Taulukko 4. Markkinointibudjetti 2024–2026

7 TALOUSSUUNNITELMA

Taloussuunnitelmassa on tarkoitus luoda kohdeyritykselle realistinen ennuste taloudellisen tilanteen kehityksestä. Budjetin avulla yritys asettaa toiminnalleen selkeät tavoitteet ja sen avulla pyritään saavuttamaan tavoitteeksi asetettu taloudellinen tulos (Viitala & Jylhä 2013, 307). Laadin yritykselle tulos-, rahoitus-, ja tasebudjetit 2023 vuoden loppuun ja seuraavalle 3 vuodelle. Pohjana käytän vuoden 2022 alustavan tilinpäätöksen lukuja.

7.1 Tulobudjetti

Tulobudjettiin on ennakoitu yrityksen tulot, kulut ja kustannukset. Yrittäjän kanssa on keskusteltu, että uusien palveluiden lisäämisen myötä liikevaihtoa pyrittäisiin kasvattamaan keskimäärin 5 %. Viime vuosien aikana liikevaihto on laskenut, joten tällä muutoksella yritys pyrkii kasvattamaan liikevaihtoaan maltillisesti.

Tulobudjetti	2023	2024	2025	2026
Liikevaihto	199 391 €	215 067 €	225 820 €	237 111 €
Polttoaineet	22 408 €	23 199 €	23 990 €	24 781 €
Korjaus, huolto ja muut kulut	25 912 €	25 912 €	25 912 €	25 912 €
Myyntikate	151 071 €	165 955 €	175 918 €	186 418 €
Poistot	8 324 €	8 324 €	8 324 €	8 324 €
Henkilöstökulut	93 042 €	93 042 €	93 042 €	93 042 €
Vuokrat	3 494 €	3 494 €	3 494 €	3 494 €
Taloushallinto	1 383 €	1 383 €	1 383 €	1 383 €
Verot	4 886 €	4 886 €	4 886 €	4 886 €
Käyttökate	39 942 €	54 826 €	64 789 €	75 289 €
Rahoituskulut	2 320 €	2 320 €	2 320 €	2 320 €
Liikevoitto	37 622 €	52 506 €	62 469 €	72 969 €

Taulukko 5. Tulobudjetti 2023–2026

Tulobudjettiin on huomioitu yrittäjän kanssa suunniteltu 5 % vuotuinen tuotto sekä lisäpalvelut, joita yritys mahdollisesti tarjoaa tulevaisuudessa. Lisäpalvelut on laskettu siten, että kuukaudessa tulisi yksi kuljetus Kokkolaan ja yksi Ylivieska juna-asemalle. Mukaan on laskettu myös yhden kuljetukset Oulunsalon ja Kruunupyyn lentokentille. Näistä kuljetuksista lisätuloja yritykselle tulisi vuodessa 5 706 euroa. Polttoainekustannukset on laskettu meno- ja paluumatkoilta jokaiseen kohteeseen ja kuluja niistä tulisi vuodessa 790 euroa lisää. Dieselin hintana on käytetty keskiarvoa 1,963 €/litra.

7.2 Rahoitusbudjetti

Rahoitusbudjetin avulla ennakoidaan toiminnasta johtuvat kassasta ja kassaan maksut (Viitala & Jylhä 2013, 267). Rahoitusbudjettiin on myös käytetty 5 % vuotuisen tuoton kaavaa.

RAHOITUSBUDJETTI	2023	2024	2025	2026
Alkukassa	113 938 €	155 654 €	256 114 €	379 478 €
Kassaanmaksut				
ajotulot (ilman alv)	199 391 €	215 067 €	225 820 €	237 111 €
arvonlisävero 10 %	19 939 €	21 507 €	22 582 €	23 711 €
+ Myyntisaamiset alussa	1 279 €	- €	- €	- €
Laina	46 108 €	36 108 €	26 108 €	16 108 €
Yhteensä	288 439 €	356 120 €	478 408 €	624 192 €
Kassastamaksut				
Ostot (ilman alv)	15 €	- €	- €	- €
Ostojen arvonlisävero 24 %	4 €	- €	- €	- €
Ulkopuoliset palvelut	2 239 €	2 239 €	2 239 €	2 239 €
- ulkopuolisten palveluiden alv 24 %	537 €	537 €	537 €	537 €
Palkat	93 042 €	93 042 €	93 042 €	93 042 €
Yksityisotot				
Muut kiinteät kustannukset (ilman alv)	18 087 €	18 087 €	18 087 €	18 087 €
Muiden kiinteiden kustannusten alv 24 %	4 341 €	4 341 €	4 341 €	4 341 €
Alv-tilitys	15 595 €	17 166 €	18 241 €	19 370 €
Yhteensä	132 785 €	100 006 €	98 930 €	97 801 €
Loppukassa	155 654 €	256 114 €	379 478 €	526 391 €

Taulukko 6. Rahoitusbudjetti 2023–2026

Yrityksen lainan maksu vähenisi tämän budjetin mukaan vuosittain 10 000 euroa. Lainan alkusumma on saatu menevän vuoden alustavasta tilinpäätöksestä. Yrityksellä ei ole vielä tietoa, miten henkilöstö tulee muuttumaan, joten siihen ei ole tehty muutoksia. Yrityksellä ostoja ei ole kirjanpidossa tällä hetkellä kuin 15 €, joten en myöskään lisännyt niitä tuleville tilikausille, koska ei ole tiedossa suurempia hankintoja.

7.3 Tasebudjetti

Tasebudjetilla esitetään yrityksen omaisuus, missä muodossa se on ja miten se on hankittu. Lainaa on vähennetty tilikauden aikana 41 000 euroa alustavan tilinpäätöksen mukaan, joten se on huomioitu budjetoidussa taseessa. Taseen vastaavaa osiossa on yrityksen kalusto, myyntisaamiset, muut hyödykkeet sekä rahat ja pankkisaamiset, jotka on saatu alustavasta tilinpäätöksestä.

TASEBUDJETTI			
Vastaavaa		Vastattavaa	
muut hyödykkeet	3 000 €	Tilikauden tulos	7 524 € VEROT VÄHENNETTY
kalusto	47 174 €	Oma pääoma	130 405,00 €
pysyvät vastaavat	88 650 €	Ostovelat	- €
Myyntisaamiset	1 279 €	Vieras pääoma	48 206 €
Rahat ja pankkisaamiset	46 032 €		
Yhteensä	186 135 €	Yhteensä	186 135 €

Taulukko 7. tasebudjetti 2023

8 RISKIT JA NIIDEN HALLINTA

Riskit voidaan jakaa kahteen pääryhmään, sisäisiin ja ulkoiisiin riskeihin. Riskienhallinta alkaa siten, että yritystoimintaan liittyvät mahdolliset riskit eritellään ja nimetään. (Viitala & Jylhä 2013, 343.) Kohdeyrityksen sisäisiin riskeihin lukeutuvat esimerkiksi omaisuusriskit, joita voivat taksialalla olla muun muassa kalustoon liittyvät riskit sekä henkilöstöön liittyvät riskit, kuten puutteelliset taidot ja tiedot työhön liittyen. Ulkopuolisia riskejä voivat olla markkinoinnista johtuvat riskit sekä poliittiset riskit kuten lakien muuttuminen, jotka ovat saaneet aikaan taksialalla viime vuosina paljon keskustelua.

Omaisuusriskeihin on hyvä varautua esimerkiksi niin, että tarvittavien työkalujen tulisi olla autossa koko ajan siltä varalta, että autoon tulee jokin vika. Riskejä voidaan myös vähentää esimerkiksi pienentämällä niiden tapahtumisten todennäköisyyttä huoltamalla ajoneuvot säännöllisin ajoin. Henkilöstöriskejä, joita yritys voi kohdata ovat yrittäjän ylikuormittuminen, henkilöstön sairastuminen, tapaturmat, inhimilliset virheet sekä henkilöstö- ja työsuhderiidat. Sairastumisia ja tapaturmia voi ehkäistä huolehtimalla hyvinvoinnista ja hankkimalla vakuutukset.

Ulkopuolisiin riskeihin on varauduttava, mutta se on haastavampaa kuin sisäisiin riskeihin varautuminen. Lakimuutokset voivat vaikuttaa esimerkiksi hintojen vaihteluun, mikä taas vaikuttaa asiakkaiden määrään sekä yrityksen tuloihin. Kilpailukyky voi heikentyä, jos hinnat nousevat paljon korkeammalle kuin vastaavan palveluntarjoajalla.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyössäni sain vastaukset tutkimuskysymyksiini. Taloussuunnitelmassa laskin liikevaihdon tuotot, joihin on lisätty mahdolliset juna-asema- ja lentokenttäkuljetusten tuotot. Näillä laskelmissa saatiin vastaus tutkimuskysymykseen ”Millaisia palveluita yritys voisi jatkossa tarjota, pysyäkseen kilpailukykyisenä?”. Lisäksi taloussuunnitelmassa on myös laskettu uusien palveluiden mahdolliset kustannukset, joten myös toiseen tutkimuskysymykseen ”Miten uusien palveluiden lisääminen vaikuttaa yrityksen kustannuksiin?” on saatu vastaus.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda kohdeyritykselle toimiva liiketoimintasuunnitelma, jota yritys voisi hyödyntää tulevaisuudessa. Teoriaosuuden runko hahmottui nopeasti jo aloitusseminaaria varten, joten prosessi lähti hyvin käyntiin. Ohjausseminaari oli marraskuun puolivälissä ja esitysseminaari marraskuun lopussa, joten aikataulu oli melko nopea.

Tietoperustan hankinta sujui hyvin, koska alkuperäiseen suunnitelmaan ei tarvinnut tehdä paljoakaan muutoksia. Taloussuunnitelma oli haastavin osuus työssäni. Realististen budjettien luominen ei onnistunut niin nopeasti kuin olin alun perin ajatellut. Budjetit tein Excel-muotoisina, jotta yritys voi hyödyntää niitä myös tulevaisuudessa.

Yhteistyö sujui yrittäjän kanssa hyvin, koska sain nopeasti vastaukset kysymyksiini. Itselläni on myös kokemusta taksialalla työskentelystä ja siksi opinnäytetyön aihe oli itselleni myös mukava toteuttaa. Oman työkokemukseni vuoksi meillä oli helppo ymmärtää toisiamme ja ideat syntyivät nopeasti.

LÄHTEET

Autoalan tiedotuskeskus 2023. https://www.aut.fi/tilastot/verotus_hintakehitys_ja_liikennemeno/bensiinin_ja_dieselin_hintakehitys. Haettu 1.11.2023.

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Deiss, Ryan & Henneberry, Russ 2020. Digital Marketing. New Jersey: Hoboken.

Filenius, Marko 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.

Fixutaxi 2023. https://fixutaxi.fi/taksi-lentokentalle/?qclid=CjwKCAiAvJarBhA1EiwAGgZI0DrPFfe9ELtsCEbWdfjk-peNZcXTsAnXK1z3IGqUV_qGPCGE4Obm2mxoCy2oQAvD_BwE. Haettu 28.11.2023.

Heikinmatti, Kirsi, Jahkonen, Eetu, Kanervisto, Mari, Kekki, Sari, Marjomaa, Joonas, Ruusulaakso, Joni & Toivio, Ari 2017. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Gaudeamus.

Helpotkotisivut 2023. <https://www.helpotkotisivut.fi/>.

Hiltunen, Tarja 2023. <https://yle.fi/a/74-20042857>. Haettu 15.10.2023.

Jylhä, Eila & Viitala Riitta 2013. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Karjalainen, Lasse 2013. Yrittäjän talousopas. Helsinki: Gaudeamus.

Koski, Toivo & Virtanen, Markku 2005. Tulos: liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Helsinki: Otava.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane 2016. Marketing management. Harlow, England: Pearson.

Liikenne- ja viestintäministeriö 2020. <https://vm.fi/-/taksisaantelyn-epakohtia-ryhdytaan-korjamaan-1209007>. Haettu 17.10.2023.

Netvisor 2023. <https://netvisor.fi/>. Haettu 20.10.2023.

Niskanen, Jyrki & Niskanen, Mervi 2016. Tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Edita.

Otaxi 2023a. <https://www.otaxi.fi/taksin-tilaus-pohjanmaa/>. Haettu 16.10.2023

Otaxi 2023b. <https://www.otaxi.fi/palvelut/kela-kydydit/>. Haettu 15.10.2023.

Otaxi 2023c. <https://www.otaxi.fi/otaxi-green/>. Haettu 15.10.2023.

Suomen yrityskaupat. <https://www.yrityskaupat.net/fi/ohjeita-yrityskauppaan/sukupolvenvaihdos/sukupolvenvaihdos/>. Haettu 15.10.2023.

Taksi Tampere 2023. <https://www.taksitampere.fi/yritys/tiedotteet/>. Haettu 15.10.2023.

Tilastokeskus 2023. <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8bq2mc35gr70cvvrqaqps6c>. Haettu 15.10.2023.

Traficom 2023a. <https://www.traficom.fi/fi/liikenne/tieliikenne/haluan-taksiliikenneyrittajaksi>. Haettu 15.10.2023.

Traficom 2023b. <https://traficom.fi/fi/ajankohtaista/taksimarkkinat-keskittyvat-taksiajoneuvojen-jalupien-maara-kasvanut>. Haettu 15.10.2023.

Traficom 2023c. <https://tieto.traficom.fi/fi/tilastot/taksiliikenteen-hintaseuranta?toggle=L%C3%A4hteet%20ja%20lis%C3%A4tiedot>. Haettu 21.10.2023.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Tammi.

Tuominen, Kari & Laamanen, Kai 2012. Prosessijohtamisen toimintamalli. Helsinki: Benchmarking.

Yritys- ja yhteistietojärjestelmä 2023. <https://www.ytj.fi/index/ilmoittaminen/perustamisilmoitus/yrityinenelinkeinonharjoittaja.html>. Haettu 15.10.2023.

Lähtökohtatilanne:

Millaisia vahvuuksia yrityksellä on verrattuna kilpailijoihin?

Millaisia heikkouksia yrityksellä on verrattuna kilpailijoihin?

Millaisia vahvuuksia näet yrityksellä olevan kilpailijoihin verrattuna?

Millaisia uhkia näet yrityksellä olevan toimintaympäristössä?

Yrityksen visio ja strategia:

Minkälaisia asiakkaita/asiakasryhmiä yritys tavoittelee?

Minkälaisia palveluita yrityksellä olisi tarkoitus tarjota tulevaisuudessa?

Miten yrityksen taloushallinto aiotaan hoitaa jatkossa?

Markkinointisuunnitelma:

Mitä markkinointi kanavia yritys on hyödyntänyt?

Onko yrityksen nettisivut ajan tasalla?

Haluaisitteko palkata ulkopuolista markkinointi osaamista?

Markkinointibudjetti?

Taloussuunnitelma:

Mitkä ovat tavoitteet liikevaihdon suhteen tulevaisuudessa? 3 vuoden aikana?

Onko jotakin kuluja, joita voisi karsia?