



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

LIISA JAAKKOLA

Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen

Case: Sat-Electric Oy

LIIKETALouden TUTKINTO-OHJELMA
2023

TIIVISTELMÄ

Jaakkola, Liisa: Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen, Case: Sat-Electric Oy
Opinnäytetyö, AMK
Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto
Joulukuu 2023
Sivumäärä: 98

Opinnäytetyön tavoitteena on päivittää toimeksiantajayrityksen vuoden 2013 liiketoimintasuunnitelma ajantasaiseksi. Yrityksen vanha liiketoimintasuunnitelma tarvitsee päivittämistä, sillä se on kymmenen vuotta vanha ja siinä on vanhentuneita tietoja yrityksen toiminnasta. Päivitetty liiketoimintasuunnitelma on toimeksiantajayritykselle tarpeellinen, sillä sen avulla sekä itse yritys että mahdolliset muut toimijat saavat selkeän yleiskuvan yrityksestä ja sen toiminnasta.

Opinnäytetyössä tutkittiin yritystä, sen tietoja ja toimintatapoja. Tietoa kerättiin esimerkiksi tutkimalla vanhaa liiketoimintasuunnitelmaa ja vertaamalla sen tietoja nykyisiin tietoihin, tarkastelemalla erilaisia yritykseen ja sen toimintaan liittyviä dokumentteja sekä haastatteleamalla yrityksen osakasta. Opinnäytetyössä käytettiin myös empiriaa eli henkilökohtaista havainnointia.

Opinnäytetyössä syntyi kaksi osaa: opinnäytetyön raportti sekä liiketoimintasuunnitelma. Toimeksiantajayritys sai opinnäytetyöstä käyttöönsä uuden ja ajantasaisen liiketoimintasuunnitelman. Uuden liiketoimintasuunnitelman avulla yritys voi paremmin seurata omaa toimintaansa ja pyrkiä kohti uusia tavoitteita.

Avainsanat:

liiketoimintasuunnitelmat, liiketoiminta, yritykset, sähköala

ABSTRACT

Jaakkola, Liisa: Update of the business plan, Case: Sat-Electric Oy
Bachelor's thesis
University of Applied Sciences Degree in Business Administration
December 2023
Number of pages: 98

The goal of the thesis is to update the business of the principal company from the year 2013 up to date. The old business plan of the company needs the update because it is ten years old, and it has outdated information of the company's operations. The updated business plan is necessary for the company because with the new business plan both the company itself and possible other actors get a clear overview of the company and its operations.

The thesis researched the company, its information, and procedures. Information was collected for example by researching the old business plan and comparing its information to the current information, examining different documents related to the company and its operations and interviewing the owner of the company. The thesis also included empiricism, which is often called as personal observation.

The thesis resulted in two parts: thesis report and the new business plan. The principal company received a new and up-to-date business plan from the thesis process. With the new business plan, the company can follow its own operations better and aim to new goals.

Keywords:

business plans, business, enterprises, electricity sector

ALKUSANAT

Tämä opinnäytetyö on tehty Sat-Electric Oy:lle. Haluan kiittää yritystä sekä erityisesti Marja Ventelää opinnäytetyön mahdollisuudesta sekä työhön liittyvistä neuvoista ja tuesta.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	7
2 TOIMEKSIANTAJA	8
3 OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA MENETELMÄT	8
3.1 Tavoite.....	8
3.2 Toteutustapa	9
3.3 Tutkimusmenetelmät	10
4 TEORIATAUSTA	11
5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	13
5.1 Yrityksen perustiedot.....	13
5.2 Yrityksen vaiheet.....	13
5.3 Toimintaympäristö	14
5.3.1 Toimiala	14
5.3.2 Markkinat ja kysyntä	14
5.3.3 Kilpailu	16
5.3.4 Sidosryhmät.....	18
5.3.5 Muut ulkoiset ympäristötekijät.....	19
5.4 Toiminta-ajatus ja liikeidea	20
5.5 SWOT-analyysi	21
5.5.1 SWOT-analyysin johtopäätökset.....	21
5.5.2 SWOT-kaavio	24
5.6 Markkinointi	24
5.6.1 Markkinoinnin osa-alueet.....	26
5.6.2 Internetmarkkinointi	26
5.6.3 Kilpailukeino	27
5.6.4 Saatavuus.....	28
5.6.5 Markkinointiviestintä	29
5.7 Tuotteet ja palvelut	32
5.7.1 Tuotteet	32
5.7.2 Hinnoittelu.....	33
5.7.3 Tuotekehitys	35
5.8 Hankinnat	36
5.8.1 Hankintaprosessi	37
5.8.2 Yrityksen ulkopuolinen työvoima.....	38
5.9 Tuotanto	40
5.9.1 Tuotantopuitteet ja -kapasiteetti.....	40

5.9.2 Tuotantoprosessi	41
5.9.3 Tuotannon kehittäminen	42
5.9.4 Investoinnit	43
5.9.5 Laadunvarmistus	45
5.10 Henkilöstö.....	45
5.10.1 Henkilöstön kehittäminen.....	46
5.10.2 Työkyky ja sen ylläpito	47
5.11 Riskit.....	49
5.11.1 Riskienhallinta.....	49
5.11.2 Riskeihin varautuminen	51
5.11.3 Vakuutukset	52
5.12 Talous.....	53
5.12.1 Tunnusluvut	53
5.12.2 Kannattavuus.....	55
5.12.3 Maksuvalmius	56
5.12.4 Taloudellinen kasvu	57
5.12.5 Talouden seuranta.....	58
5.13 Tulevaisuus	58
5.13.1 Tulevaisuuden näkymät.....	59
5.13.2 Visio.....	59
5.13.3 Strategia	60
5.13.4 Tavoitteet.....	61
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	62
LÄHTEET.....	64
LIITTEET	66

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihepiirinä on yrityksen liiketoimintasuunnitelma ja tavoitteena on toimeksiantajayrityksen liiketoimintasuunnitelman päivittäminen ajantasaiseksi. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Sat-Electric Oy, joka on sähköasennusta, -urakointia, -kunnossapitoa ja -suunnittelua tarjoava yritys.

Liiketoimintasuunnitelman avulla saadaan selkeästi ja kattavasti selville yrityksen koko liiketoiminta, yritystoiminnan kannattavuus sekä yrityksen menestymisen mahdollisuudet ja tulevaisuuden näkymät. Myös esimerkiksi osakkaat, mahdolliset rahoittajat sekä asiantuntijat saavat liiketoimintasuunnitelman avulla kattavan tiedon yrityksen toiminnasta. Kattavan liiketoimintasuunnitelman avulla yrityksen toimintaa on helppo kehittää ja varmistua siitä, että yrityksen toiminnassa on otettu huomioon kaikki siihen kuuluvat asiat.

Opinnäytetyön tavoitteena on päivittää toimeksiantajayrityksen vuonna 2013 tehty liiketoimintasuunnitelma ajantasaiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena on myös samalla selvittää, ovatko liiketoimintasuunnitelmassa olevat tiedot oikeita ja tarpeeksi kattavia.

Toimeksiantajayritys toivoo, että opinnäytetyön tuloksena syntyisi liiketoimintasuunnitelma, jota yritys voi jatkossa käyttää ja hyödyntää toiminnassaan. Toimeksiantajalla ei ole vaatimuksia siitä, minkälainen liiketoimintasuunnitelmasta pitäisi tulla tai mitä mallia sen tulisi noudattaa. Opiskelija on saanut vapaat kädet liiketoimintasuunnitelman päivittämiseen ja liiketoimintasuunnitelman ulkoisiin seikkoihin.

2 TOIMEKSIANTAJA

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Sat-Electric Oy, jonka toimiala on yleisesti sanottuna sähköasennuksen toimiala. Siihen kuuluu esimerkiksi sähköurakointi, -suunnittelu sekä teollisuuden sähkön kunnossapito. Yritys on perustettu vuonna 2001 ja yrityksen tarjoamia sähköpalveluita ovat urakointi, suunnittelu, kylmätekniikka, automaatio sekä tarvikkeet ja niiden myynti. Tarvikkeiden myynti tapahtuu myymälässä, joka sijaitsee yrityksen toimipaikassa. Yrityksen toimipaikka sijaitsee Kokemäellä, mutta yrityksen pääasiallisena toimialueena on koko Satakunta. (Sat-Electric, 2020.) Yrityksessä työskentelee yhteensä 33 henkilöä joulukuussa 2023. Sat-Electric Oy:n päätöksenteosta vastaa yrityksen hallitus. Yrityksellä ei ole nimettyä toimitusjohtajaa.

Opinnäytetyössä päivitetään toimeksiantajayrityksen liiketoimintasuunnitelma, joka on laadittu 10 vuotta sitten. Liiketoimintasuunnitelma kaipaa päivittämistä, sillä siinä on vanhentuneita tietoja yrityksen toiminnasta ja liiketoimintaympäristöstä. Liiketoimintasuunnitelman tietojen päivittämisen avulla saadaan myös tietoa siitä, onko yrityksen toiminta kehittynyt vuosien aikana odotusten mukaisesti ja onko yritys saavuttanut vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa kuvaillut tavoitteet.

3 OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA MENETELMÄT

3.1 Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa toimeksiantajalle päivitetty ja ajantasaisia tietoja sisältävä liiketoimintasuunnitelma. Toimeksiantaja saa työstä käyttöönsä uuden liiketoimintasuunnitelman. Opinnäytetyön ja uuden liiketoimintasuunnitelman avulla toimeksiantajayrityksen johto saa ajantasaista tietoa esimerkiksi yrityksen tavoitteisiin ja kehittämiseen sekä myyntiin ja markkinointiin. Ajantasaisella liiketoimintasuunnitelmalla mahdolliset rahoittajat,

yhteistyökumppanit ja uudet osakkaat saavat selkeästi ja kattavasti tietoa toimeksiantajan toiminnasta.

Opinnäytetyössä syntyy kaksi osaa: liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle sekä opinnäytetyön raportti. Raportista selviää esimerkiksi se, miten päivitetyn liiketoimintasuunnitelman tiedot on saatu, mitä tietoja on päivitetty ja miksi tiedot on päivitetty. Raportissa on myös vertailtu nykyisen ja uuden liiketoimintasuunnitelman tietoja toisiinsa.

Opinnäytetyössä tutkitaan, mitkä ovat ne tiedot, jotka tarvitaan toimeksiantajayrityksen liiketoimintasuunnitelman päivittämistä varten. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset liittyvät niihin asioihin, jotka yrityksen nykyisestä tilasta tulee selvittää liiketoimintasuunnitelman päivittämiseksi, eli esimerkiksi henkilöstön määrä, toimitilat, liiketoiminnalliset luvut sekä yrityksen tämänhetkiset tavoitteet ja tulevaisuuden näkymät.

3.2 Toteutustapa

Opinnäytetyön toteutustapa on toiminnallinen opinnäytetyö, sillä toimeksiantaja saa opinnäytetyöstä konkreettisen, päivitetyn liiketoimintasuunnitelman. Toiminnallisen opinnäytetyön lähtökohtana on tehtävä, johon opinnäytetyön avulla etsitään ratkaisua. Tässä tapauksessa opinnäytetyön lähtökohtana on vanhentuneita tietoja sisältävä liiketoimintasuunnitelma, johon etsitään ratkaisua. Ratkaisu on liiketoimintasuunnitelman päivittäminen ajantasaiseksi. Opinnäytetyön toteutustapa on toiminnallinen myös siksi, että opinnäytetyö on työelämälähtöinen, sillä on ulkopuolinen toimeksiantaja ja sen tuloksena syntyy konkreettinen tuotos eli liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyön raportissa on toiminnallinen osuus eli työn valmistusvaiheet eriteltynä ja selostettuna raportissa. (Satakunnan ammattikorkeakoulu, n.d.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä lopputulos saavutetaan yhdessä esimerkiksi muiden ammattilaisten, asiakkaiden tai käyttäjien kanssa. Näin pystytään hyödyntämään kaikkien osapuolten tietoja ja osaamista opinnäytetyön

tavoitteeseen pääsemisessä. Toiminnallisen opinnäytetyön prosessissa siis hyödynnetään kaikkien osapuolten näkökulmia asiaan. (Kostamo, Airaksinen & Vilkkä, 2022.) Tätä opinnäytetyötä on tehty yhdessä toimeksiantajayrityksen yhden osakkaan kanssa, sillä hänen kanssaan on keskusteltu opinnäytetyöstä ja häntä on haastateltu opinnäytetyötä varten.

3.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetöiden tutkimusmenetelmät jaetaan kvalitatiivisiin eli laadullisiin ja kvantitatiivisiin eli määrällisiin. Laadullinen tutkimus tarkoittaa sitä, että tutkimusaineistot ovat kooltaan pienempiä ja aineistossa keskitytään enemmän laatuun kuin sen määrään. Määrällinen tutkimus tarkoittaa sitä, että tutkimuksen aineistot ovat kooltaan laajoja ja aineistot pohjautuvat numeroihin. (Tutkijan ABC, 2015.) Tässä opinnäytetyössä käytetään sekä laadullisia että määrällisiä tutkimusmenetelmiä. Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan kehittämistyö, sillä työn tuloksena syntyy kehittyneempi versio toimeksiantajayrityksen vanhasta liiketoimintasuunnitelmasta. Opinnäytetyössä on mukana myös tutkimuksellisuutta, joka tukee opinnäytetyön tavoitteeseen eli päivitettyyn liiketoimintasuunnitelmaan pääsemistä.

Opinnäytetyö vaatii paljon tietoa toimeksiantajayrityksen toiminnasta. Työssä hyödynnetään myös vanhan liiketoimintasuunnitelman tietoja päivitettyä versiota varten. Tietoa kerätään esimerkiksi tutkimalla vanhaa liiketoimintasuunnitelmaa, haastattelemalla yrityksen osakasta sekä tarkastelemalla erilaisia yritykseen ja sen toimintaan liittyviä dokumentteja. Tietoa kerätään myös henkilökohtaisen havainnoinnin avulla. Kerätty tieto analysoidaan sisällöllisesti, sillä se on enemmän laadullista kuin määrällistä. Päivitettyä liiketoimintasuunnitelmaa varten tarvitaan kuitenkin myös numeerista tietoa esimerkiksi yrityksen talouteen liittyen.

Yksi opinnäytetyössä käytettävistä tutkimusmenetelmistä on haastattelu. Haastattelun avulla saatetaan saada laajempia vastauksia kysymyksiin kuin esimerkiksi kyselylomakkeen avulla. Haastattelun avulla saatu tieto on laajaa,

monitahoista sekä perusteltua. (Hirsjärvi & Hurme, 2022.) Opinnäytetyössä haastatellaan yrityksen toimihenkilöistä yhtä yrityksen osakasta, Marja Ventelää, joka vastaa myös yrityksen taloushallinnosta ja muista yleisistä toimintaan liittyvistä asioista. Hän on myös laatinut yrityksen vanhan liiketoimintasuunnitelman. Haastattelulla pyritään saamaan laadullista tietoa esimerkiksi yrityksen henkilöstöstä, asiakkaista, kilpailijoista sekä tavoitteista ja tulevaisuudesta. Haastattelun vastaukset muokataan sellaiseen muotoon, joka soveltuu opinnäytetyöhön ja liiketoimintasuunnitelmaan.

4 TEORIATAUSTA

Liiketoimintasuunnitelma on tulevan tai jo olemassa olevan yrityksen toiminnan suunnitelmaa. Liiketoimintasuunnitelmassa on käyty läpi kaikki ne asiat, joita yritys tarvitsee menestyäkseen. Liiketoimintasuunnitelmia on erilaisia, esimerkiksi laskelmapainotteisia tai yrittäjän ominaisuuksiin ja kykyihin painottuvia suunnitelmia. Liiketoimintasuunnitelmasta selviää, minkälaisia mahdollisuuksia sekä uhkia yritystoiminnalla on. Liiketoimintasuunnitelman avulla saadaan myös visio siitä, miten yritys voi vastata alan kilpailuun sekä luoda asiakkaille lisäarvoa sellaisella tavalla, joka muiden on vaikea kopioida. Hyvä liiketoimintasuunnitelma vastaa siis kysymykseen siitä, miten yritys aikoo menestyä. (Hesso, 2015, s. 10–13.)

Yrityksen liiketoimintaympäristö koostuu kaikista niistä asioista, jotka vaikuttavat yritykseen ulkopuolelta ja jotka yrityksen on otettava toiminnassaan huomioon. Yrityksen täytyy toimia ulkoisen toimintaympäristön ehdoilla, koska yritys ei itse voi vaikuttaa jatkuvasti muuttuvaan toimintaympäristöönsä. Yrityksen liiketoimintaympäristö ja sen muutokset täytyy ottaa huomioon yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa. Liiketoimintaympäristö koostuu esimerkiksi toimialasta, markkinoista, kysynnästä, kilpailusta, sidosryhmistä, julkisen vallan toimenpiteistä, tekniikan kehityksestä, väestötekijöistä, vallitsevista arvoista sekä asenteista ja kansainvälisestä ympäristöstä. (Yritystoiminta, 2021.)

Opinnäytetyössä syntyvän liiketoimintasuunnitelman näkökulma on toimeksiantajayrityksen näkökulma, sillä liiketoimintasuunnitelma tehdään toimeksiantajayritykselle ja yrityksen käyttöön. Opinnäytetyön teoria koostuu liiketoimintasuunnitelman teoriasta ja siitä, minkälaista teoriaa liiketoimintasuunnitelman eri kohtien laatimiseen tarvitaan. Teorian sekä vanhan liiketoimintasuunnitelman pohjalta laaditaan uusi, päivitetty liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajayritykselle.

Liiketoimintasuunnitelman formaattia ei päädytty päivittämisen yhteydessä vaihtamaan kokonaan, vaan se pysyi melko samanlaisena. Liiketoimintasuunnitelman päivityksen yhteydessä vanhasta liiketoimintasuunnitelmasta jätettiin pois turhia tietoja, joita liiketoimintasuunnitelmassa ei tarvita ja lisättiin, jotka ovat hyödyllisiä. Vanhan liiketoimintasuunnitelman ulkoasu muutettiin erilaiseksi lisäämällä esimerkiksi yrityksen logo ja värejä. Opinnäytetyötä työstiin vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan eli edettiin vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaisesti ja muutettiin tarvittaessa tietoja ajantasaisiksi. Opinnäytetyön raporttiosa etenee niin, että ensin kerrotaan liiketoimintasuunnitelman osan teoriaosuus. Sen jälkeen kerrotaan toimeksiantajayrityksen tietoja käsiteltävänä olevasta liiketoimintasuunnitelman osasta.

Toimeksiantajayrityksen ajantasaiset tiedot on saatu esimerkiksi havainnoinnilla yrityksen toimintaa ja toimintatapoja henkilökohtaisesti ja vertaamalla vanhan liiketoimintasuunnitelman tietoja ajantasaisiin tietoihin. Opinnäytetyön luku viisi etenee siis niin sanotun vetoketjurakenteen mukaisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että liiketoimintasuunnitelman sisältö avautuu lukijalle lukemisen edessä ja samalla liiketoimintasuunnitelman rakenne avautuu teorian sekä muun tiedon ja havainnoinnin avulla kohta kohdalta alkaen liiketoimintasuunnitelman ensimmäisestä luvusta päättyen liiketoimintasuunnitelman viimeiseen lukuun. Opinnäytetyössä liiketoimintasuunnitelman sisältöä kerrotaan vuorotellen teorian ja empirian eli henkilökohtaisen havainnoinnin avulla.

5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

5.1 Yrityksen perustiedot

Liiketoimintasuunnitelman ensimmäinen luku käsittelee yrityksen perustietoja. Yrityksen perustiedoista kerrotaan yrityksen nimi, osoite, kotipaikka, y-tunnus, yhtiömuoto sekä perustamisvuosi. Perustietojen avulla liiketoimintasuunnitelman lukija saa selkeästi oleelliset tiedot yrityksestä heti suunnitelman alussa. Perustiedot ovat muuttuneet vanhan liiketoimintasuunnitelman tiedoista, sillä henkilöstöä on enemmän ja toimipaikan sijainti on muuttumassa.

5.2 Yrityksen vaiheet

Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa käsitellään toimeksiantajayrityksen historiaa, nykytilannetta sekä kehittämistarpeita ja tavoitteita. Historiasta kerrotaan muun muassa milloin ja miten yritys on perustettu, millainen omistajapohja sillä oli alussa, miten omistajapohja on vuosien aikana kehittynyt, miten yritys on vuosien aikana kasvanut esimerkiksi henkilöstön suhteen, millaisissa toimitiloissa yritys on toiminut sekä millaisia vaiheita yrityksellä on ollut esimerkiksi työtilanteen suhteen. Nykytilanteesta kerrotaan esimerkiksi henkilöstön määrä, toimitilojen tilanne, työtilanne, yrityksen tarjoamat palvelut, toimialue sekä yleinen kuvaus yrityksen nykyisestä tilanteesta.

Tulevaisuuden kehittämistarpeista ja tavoitteista kerrotaan kehittämistarpeet ja mitä niiden suhteen voitaisiin tehdä sekä tavoitteet selkeästi ja yksinkertaisesti ja miten tavoitteet voitaisiin saavuttaa. Yrityksen vaiheet kaipaavat vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa päivittämistä, sillä yrityksen nykytilanne on erilainen kuin 10 vuotta sitten. Myös tulevaisuuden kehittämistarpeet ja tavoitteet ovat saattaneet muuttua sekä niitä on saatettu jo saavuttaa tässä vaiheessa yrityksen toimintaa.

5.3 Toimintaympäristö

Tämä luku liiketoimintasuunnitelmassa käsittelee toimeksiantajayrityksen toimintaympäristöä eli niitä asioita, joiden parissa yritys toimii ja jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan. Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa käsitellään siis toimeksiantajayrityksen toimialaa, markkinoita ja kysyntää, kilpailua, sidosryhmiä sekä muita ympäristötekijöitä.

5.3.1 Toimiala

Toimeksiantajayrityksen toimiala on sähköasennus. Sähköasennuksen toimialaan kuuluvat talonrakentamiseen ja maa- sekä vesirakentamiseen liittyvät sähköisten varusteiden, laitteiden ja järjestelmien asennukset. Tarkemmin sanottuna yrityksen toimialaluokitus on TOL 43210. Yrityksen toimiala luokitellaan yrityksen pääasiallisen toiminnan perusteella. (Tilastokeskus, n.d.) Toimialasta kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa se, mitä sähköasennuksen toimialaan kuuluu, miten toimiala on vuosien aikana kehittynyt, minkälaiset tulevaisuuden näkymät toimialalla ovat kasvun ja kehityksen suhteen sekä miten sähköasennuksen toimintaa säädellään ja valvotaan Suomessa.

5.3.2 Markkinat ja kysyntä

Markkinoiden ja kysynnän luvussa liiketoimintasuunnitelmassa kerrotaan asioista, jotka liittyvät olennaisesti toimeksiantajayrityksen ja muiden yritysten väliseen toimintaan. Tämä luku kertoo myös toimeksiantajayrityksen ja kuluttajien välisestä toiminnasta ja sen vaikutuksista. Luvussa kerrotaan yrityksen toiminta-alueesta, asiakkaiden tarpeista, yksityis- ja yritysasiakkaista sekä suhdannevaihteluista.

Yrityksen toiminta-alue tarkoittaa sitä aluetta, jolla yritys palvelee ja harjoittaa liiketoimintaansa, eli tarjoaa tuotteitaan ja palveluitaan. Toimeksiantajayrityksen pääasiallinen toiminta-alue on Satakunta. Toiminta-alue on tarpeeksi laaja, sillä yrityksellä on riittävästi töitä ja kysyntää. Toiminta-alueen

rajaaminen tiettyyn maakuntaan rajaa samalla myös kilpailijoita pois yrityksen toiminnasta, mutta samalla kilpailu on ankarampaa rajatun toiminta-alueen sisällä.

Toimeksiantajayrityksellä olisi myös mahdollisuus laajentaa toimintaansa maantieteellisesti suuremmalle alueelle, mutta se tarkoittaisi myös resurssien lisäämistä. Tällöin henkilöstöä, lähinnä sähköasentajia, täytyisi palkata lisää. Tästä aiheutuisi yritykselle lisäkustannuksia, mutta samalla yritys saisi lisätuloja uusista asiakkaista ja urakoista toiminta-alueen laajentuessa suuremmaksi. Näin ajateltuna alueellinen laajentaminen olisi kannattava toimi yrityksen laajentumisen näkökulmasta.

Asiakasryhmiä toimeksiantajayrityksellä on erilaisia ja yrityksen pitää pystyä vastaamaan jokaisen asiakasryhmän tarpeeseen asiakasryhmän vaatimalla tavalla. Näin yrityksen toiminta on jatkuvaa ja kannattavaa. Liiketoimintasuunnitelmassa tarkastellaan asiakasryhmistä tarkemmin yksityis- ja yritysasiakkaita. Yksityisasiakkaiden kohteet ovat yleensä pienempiä kuin yritysasiakkaiden. Kohteet ovat esimerkiksi omakotitaloja, asuntoja tai mökkejä, joita rakennetaan, remontoidaan tai ne vaativat korjausta sähköihin. Yksityisasiakkaat arvostavat järkevää hinnoittelua sekä palvelun nopeaa saatavuutta. Myös asentajan luotettavuus, ammattitaito ja asiakaspalveluhenkisyys vaikuttavat suuresti asiakkaiden kokemukseen saamastaan palvelusta. Kun nämä asiat ovat kunnossa ja toteutuvat työtä tehtäessä, yritys saattaa saada aiemmin tilanneilta asiakkailta lisää tilaustöitä tai he saattavat suositella yritystä muille.

Yritysasiakkaiden kohteet ovat keskenään erilaisia. Pienemmillä yrityksillä on yleensä pienempiä asennustöitä, kun taas isommilla saattaa olla suuriakin urakoita tarjottavana. Kaikki yritysasiakkaatkin arvostavat ammattitaitoa, aikataulussa pysymistä sekä sitä, että työt tehdään huolellisesti ja kunnolla. Yritysasiakkaatkin arvostavat asentajien kokemusta alan töistä sekä ystävällisyyttä työmailla. Varsinkin suuremmat teollisuusyritysasiakkaat arvostavat palvelun nopeaa saatavuutta ja valmiutta reagoida yllättäviin tilanteisiin ja hälytyksiin. Tällöin hinta ei välttämättä ole yrityksille ratkaiseva tekijä, vaan palvelun nopeus ja saatavuus.

Suhdannevaihtelut tarkoittavat taloudellisen kasvun vaihtelua (Elinkeinoelämän Keskusliitto, 2023). Esimerkiksi rakennusalan suhdannevaihtelut vaikuttavat toimeksiantajayrityksen toimintaan, sillä kun rakennusalan talous kasvaa eli rakennetaan enemmän, myös sähköalan yrityksen palveluita tarvitaan. Samoin jos rakennusalan talous pienenee ja rakennetaan vähemmän, sähköalan palveluidenkin tarve laskee. Toisaalta sähköalan yrityksen palveluita tarvitaan suhdannevaihteluista huolimatta jatkuvasti, sillä jos uusia hankintoja ei tehdä, vanhoja korjataan toimiviksi. Myös vuodenajat ja erilaiset trendit vaikuttavat sähköyrityksen palveluihin ja niiden kysyntään, sillä esimerkiksi kesällä mökkeilijät aktivoituvat ja mökeillä saattaa olla talven jälkeen tarvetta erilaisille korjauksille.

5.3.3 Kilpailu

Kilpailusta kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa se, millaista kilpailu sähköasennuksen toimialalla on yleisesti, millaisia yrityksen suurimmat kilpailijayritykset ovat ja millä tavoilla yritys pystyy vastaamaan kilpailuun ja pärjäämään kilpailussa muiden saman alan yritysten kanssa.

Kilpailu on edellytys toimiville markkinoille, koska kilpailu varmistaa sen, että yksittäiset toimijat eivät pääse sanelemaan tuotteiden ja palveluiden hintoja. Kilpailu myös kannustaa etsimään uusia tapoja tuottaa paremmin kuluttajien mieltymyksiä ja tarpeita vastaavia tuotteita ja palveluita sekä pienentämään tuotannosta aiheutuvia kustannuksia. Kilpailua sisältävillä markkinoilla yritysten täytyy panostaa innovatiiviseen toimintaan, jotta ne voisivat saada kilpailuetua suhteessa muihin yrityksiin. Kilpailun vuoksi tehottomat yritykset ja kuluttajien tarpeisiin vastaamattomat tuotteet ja palvelut poistuvat markkinoilta, sillä niiden tilalle tulee uusia, parempia vaihtoehtoja. Tasapuolisen kilpailun vuoksi myös yhteiskunnallinen oikeudenmukaisuus toteutuu, sillä tasapuolinen kilpailu ehkäisee sitä, että yritykset hyötyisivät muiden kustannuksella. Menestyminen oikeudenmukaisesti toimivilla markkinoilla perustuu yritysten osaamiseen ja onnistumiseen. Kilpailua kuitenkin rajoitetaan monilla erilaisilla

tekijöillä, esimerkiksi julkisen sektorin toimet saattavat joko vähentää tai lisätä yritysten välistä kilpailua. (Karjalainen, 2019, s. 7.)

Toimeksiantajayrityksen vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa kerrotaan siitä, että yrityksen toimialalla kilpailu on melko terveellä ja hyvällä pohjalla sekä siitä, että yritys on saavuttanut hyvän ja vankan aseman Kokemäellä ja sen lähialueilla. Yrityksen työtilanteen pohjalta voidaan sanoa, että nykytilanteeseen verrattuna toimialan kilpailu on edelleen melko terveellä ja hyvällä pohjalla, eikä toimeksiantajayrityksen hyvä ja vankka asema Kokemäellä ja sen lähialueilla ole muuttunut vuosien aikana huonompaan suuntaan.

Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on myös maininta siitä, että yritys on kasvanut tasaisesti viimeisten vuosien aikana, eikä yrityksen kasvulle ole näkymässä loppua tai hiipumista. Tälläkään hetkellä yrityksen toiminnan kasvulle ei ole yrityksen työtilanteen kannalta näkyvissä loppua tai hiipumista ainakaan lähivuosien aikana. Yrityksellä on kilpailijoita niin Kokemäellä kuin muuallakin Satakunnassa. Kilpailuun yritys pystyy vastaamaan esimerkiksi monipuolisuutensa kautta, muun muassa sähköasennuspalveluiden, tarvikemyymälän, automaatio suunnittelun, kylmälaite- sekä palo ilmoitinasennusten avulla.

Toimeksiantajayrityksellä on ainakin kahdenlaisia kilpailijoita: sähköasennusta harjoittavia yrityksiä sekä sähkötarvikkeita myyviä yrityksiä, sillä toimeksiantajayrityksen palveluihin kuuluvat muiden palveluiden lisäksi sähköasennus ja sähkötarvikkeiden myynti. Yrityksen palveluiden monipuolisuus on kilpailuetu, koska asiakas saa yritykseltä sekä sähkötarvikkeet että -asennuksen. Saman paikkakunnan kilpailijoita toimeksiantajayrityksellä on ainakin viisi. Merkittäviä eroja toimeksiantajayrityksen ja paikallisten kilpailijoiden palveluissa ei ole. Kaikkien kilpailijoiden palveluihin kuuluvat heidän nettisivujensa mukaan ainakin sähköasennukset, mutta joidenkin kilpailijoiden palveluihin kuuluvat sähköasennuksen lisäksi esimerkiksi sähkösuunnittelu, sähköautomaatio, teollisuuden kunnossapito sekä ilmalämpöpumppujen asennus- ja huoltotyöt.

Eri paikkakunnalla sijaitsevia kilpailijayrityksiä toimeksiantajayrityksellä on ainakin kuusi ja ne sijaitsevat Porissa, Huittisissa sekä Noormarkussa. Näiden

kilpailijoiden palveluihin kuuluvat heidän nettisivujensa mukaan esimerkiksi sähköasennukset, huolto- ja korjauspalvelut, tarvikemyynti, sähkösuunnittelu, aurinkosähkö, ilmalämpöpumput sekä kunnossapito. Näillä kilpailijoilla on myös palveluita, joita ei ole toimeksiantajayrityksellä. Näitä palveluita ovat esimerkiksi kameravalvonta, hälytysjärjestelmät sekä ATK- ja antenniverkot.

Sähköasennuksen toimialan kilpailusta ja kilpailevista yrityksistä toimeksiantajayritys saa tietoa Ventelän (2023) mukaan esimerkiksi Sähkö- ja teleurakoit-sijaliitolta, joka tekee sivuilleen seurantaraportteja toimialasta. Asiakastieto Oy tuottaa monipuolista tietoa kaikista yrityksistä sekä tuottaa myös erilaisia raportteja yritysten toiminnasta. Satakunnan alueen paikallislehdet antavat tietoa maakunnan yrityksistä sekä sähköalan lehdet antavat myös tietoa kilpailijoista ja muista yrityksistä. Myös paikkakunnan ja lähialueiden ihmisiltä ja asiakkailta sekä itse havainnoimalla yrityksen työntekijät saavat tietoa muista yrityksistä ja myös kilpailijoista.

5.3.4 Sidosryhmät

Sidosryhmistä käydään läpi toimeksiantajayritykseen liittyvät sidosryhmät ja se, millä tavalla yritys on yhteydessä sidosryhmiinsä. Sidosryhmiä ovat kaikki ne osapuolet, joiden kanssa yritys on vuorovaikutuksessa, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan ja joihin yrityksen toiminta vaikuttaa (Tieteen termipankki, 2023.) Toimeksiantajayrityksellä on hyvin monta erilaista sidosryhmää, muun muassa asiakkaat, alihankkijat, autoalan yritykset, atk-tuki, jätehuolto ja siivouspalvelu, katsastuspalvelut, lehdet ja markkinointiviestinnän yritykset, opilaitokset ja muut koulutuksia tarjoavat yritykset, rahoitusyhtiöt, tavarantoimittajat, tilitoimisto sekä vakuutusyhtiöt. Muita sidosryhmiä ovat esimerkiksi, sähköyhtiö, lahjavararyritykset, painotalot sekä kaupat. Jokaisella sidosryhmällä on erilainen suhde yritykseen ja vaikutus sen toimintaan.

5.3.5 Muut ulkoiset ympäristötekijät

Muilla ulkoisilla ympäristötekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi taloudellisia, poliittisia, teknologisia ja sosiaalisia tekijöitä. Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa käydään läpi toimeksiantajayritykseen ja sen toimintaan liittyvää julkista valtaa ja sen toimenpiteitä, talouden yleistä tilannetta, väestöä sekä tekniikkaa ja teknologiaa. Luvussa käydään läpi näiden asioiden kehitystä yleisesti sekä niiden vaikutuksia yrityksen toimintaan. Julkisen vallan vaikutus yrityksen toimintaan näkyy esimerkiksi verotuksen ja erilaisten määräysten ja säädösten kautta. Esimerkiksi ilmastonmuutos saa aikaan määräyksiä, joiden avulla sähkönkulutusta yritetään vähentää. Nämä määräykset saattavat aiheuttaa toimenpiteitä yrityksen toiminnassa esimerkiksi siinä, millaisia sähkölamppuja ja -tarvikkeita asentajat käyttävät ja mitä yrityksen tarvikemyymälässä myydään.

Talouden yleinen kehitys vaikuttaa yrityksen toimintaan siten, että talouden nousukausina investoidaan ja rakennetaan enemmän, jolloin töitä on enemmän sähköalan yrityksillekin, kun taas laskukausina tilanne on päinvastainen. Tällä hetkellä maailmantalouden kasvu on heikentymässä ja kasvun tulevaisuuden näkymät ovat heikot. Talouden tilaan ei ole odotettavissa käännettä parempaan suuntaan ainakaan vuodelle 2023. Talouden kasvun näkymiä laskevat alas reaalityulojen vähentyminen ja korkojen nouseminen, minkä takia ostovoima on heikentynyt ja heikkenee edelleen. (Valtiovarainministeriö, 2023, s. 8.) Yleisesti ottaen voidaan tämän perusteella sanoa, että esimerkiksi rakentamisen toimialalla talouden tila ei ole kohentumassa lähivuosien aikana sen nykyisestä tilasta, mutta tämä ei vielä ole näkynyt toimeksiantajayrityksen toiminnassa.

Väestön ikääntymisellä on myös vaikutuksensa toimeksiantajayrityksen toimintaan. Vanheneva väestö kuluttaa eri tavalla kuin nuorempi väestö ja esimerkiksi verkkokaupat muuttavat väestön ostokäyttäytymistä. Toimeksiantajayrityksellä ei ainakaan vielä ole toiminnassaan verkkokauppamyyntiä. Verkkokaupan käyttöönoton mahdollisuutta kannattaisi tulevaisuudessa ehkä harkita, sillä verkkokaupat ja niiden käyttö yleistyvät koko ajan. Toisaalta esimerkiksi vanhempi väestö ja sähkötarvikkeista vähän tietävät ihmiset kaipaavat

tarvikeostojen yhteydessä asiantuntevaa ja ammattitaitoista palvelua, koska haluavat olla varmoja siitä, ostavatko he oikeita ja tarvitsemiaan tarvikkeita. Yrityksen tarvikemyymälä toimii tällä hetkellä tarpeeksi hyvin, joten verkkokaupan käyttöönotto ei ole vielä ajankohtainen.

Tekniikan ja teknologian kehitys on jatkuvaa ja todella nopeaa tällä hetkellä. Yritysten täytyy pysyä kehityksessä mukana, jos haluaa edelleen pysyä markkinoilla. Toimeksiantajayrityksessä tekniikan ja teknologian kehitys liittyy niin toimihenkilöiden kuin asentajienkin tekemään työhön. Toimihenkilöiden täytyy pysyä esimerkiksi yrityksessä käytettävän ohjelmiston päivityksistä ja uusista ominaisuuksista ajan tasalla ja osata käyttää ohjelmistoa päivitysten jälkeenkin. Asentajien täytyy opetella käyttämään työssään tarpeen vaatiessa uusia työkaluja tai -menetelmiä, jotka ovat kehittyneempiä kuin aikaisemmat.

5.4 Toiminta-ajatus ja liikeidea

Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa kerrotaan tarkemmin siitä, mikä on toimeksiantajayrityksen toiminta-ajatus ja liikeidea. Toiminta-ajatuksen avulla kerrotaan selkeästi se, mitä yritys tarjoaa ja kenelle ja sen perusteella rakennetaan yrityksen toiminta. Toiminta-ajatus on tiivistetty, konkreettinen ja selkeä, josta selviää oleellinen tieto yrityksestä ja sen toiminnasta.

Liikeidea kertoo sen, mitä yritys tekee ja kenelle yritys myy, miten edellä mainitut asiat toteutetaan sekä millä markkinoilla yritys toimii. Liikeidean avulla voidaan esimerkiksi kertoa, mitä asiakkaiden tarpeita yrityksen tuotteet tyydyttävät, mitä uutta yrityksen liikeideassa on verrattuna kilpailijoihin sekä miksi asiakkaat olisivat kiinnostuneita juuri tämän yrityksen tuotteista. Liikeidea vastaa siis kysymyksiin: mitä, kenelle ja miten? (Holopainen & Kallama, 2020, s. 16–19.) Liikeideasta kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa esimerkiksi se, mitkä ovat yrityksen tuotteet ja palvelut sekä kerrotaan niistä enemmän ja yksityiskohtaisemmin. Tässä luvussa saattaa olla myös tietoja liiketoimintasuunnitelman muista luvuista, mutta tämän luvun ideana on antaa selkeä ja

kompakti kuva toimeksiantajayrityksen liikeideasta, jolloin lukijan on helppo ymmärtää yrityksen liikeidea.

Ventelän (2023) mukaan toimeksiantajayrityksen pääasiallinen toiminta-ajatus on tarjota asiakkaille eli yksityistalouksille, yrityksille sekä teollisuudelle sähköistysalan palvelut ammattitaidolla ja sähköalan säädöksiä noudattaen. Toiminta-ajatuksen sisältyy myös yrityksen tarjoamat laadukkaat sähkötarvikkeet, turvallisuus, laitteiden toimivuus sekä mukavuustekijät. Ventelän mukaan yrityksen liikeidea on sähköasennukset, teollisuuden kunnossapito, sähkö- ja automaatio suunnittelu sekä ohjelmointityöt. Liikeideaan kuuluvat hänen mukaansa myös paloilmoinniliiketyöt, aurinkopaneelit ja ilmalämpöpumput sekä tarvikemyynti ja asiakkaiden konsultointi. Yrityksen palveluita tarjotaan yksityistalouksille, yrityksille, teollisuusyrityksille, taloyhtiöille, kunnille sekä kaupungeille. Yritys toteuttaa palvelut Ventelän mukaan suunnittelupalavereilla yhdessä asiakkaiden kanssa, työskentelemällä asiakkaiden tiloissa ja kohteissa sekä huomioimalla asiakkaiden tarpeet, turvallisuustekijät sekä ympäristöarvot, kaikki edellä mainitut asiat järkevästi toteuttaen.

5.5 SWOT-analyysi

SWOT-analyysissä on kerrottu yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Liiketoimintasuunnitelmassa käytetty SWOT-analyysi käsittelee toimeksiantajayrityksen toimintaa kokonaisuudessaan. SWOT-analyysissä on tarkasteltu yrityksen nykytilaa ja sisäisiä asioita sekä tulevaisuutta ja ulkoisia asioita. Analyysissä tulee esille yrityksen positiiviset sekä negatiiviset asiat. Analyysin pohjalta mietitään, miten yrityksen vahvuuksia voisi hyödyntää, miten heikkouksia voisi poistaa, miten mahdollisuuksia voisi käyttää hyödyksi ja miten uhkia voisi ehkäistä. (Holopainen & Kallama, 2020, s. 23.)

5.5.1 SWOT-analyysin johtopäätökset

Liiketoimintasuunnitelmassa on SWOT-analyysin jälkeen osio johtopäätöksille. Siinä on tarkasteltu analyysin kohtia ja mietitty niille ratkaisuja, joilla

toimeksiantajayrityksen toimintaa voitaisiin kehittää. Vahvuuksista on kerrottu, miten niitä voisi hyödyntää ja kehittää yrityksen toiminnassa. Yrityksellä on jo tällä hetkellä vakiintunut asiakaspohja sekä vankka ammattitaito ja alan kokemus, joita hyödyntämällä yritys voisi saada uusia asiakkaita ja töitä. Markkinoinnissa yrityksen kannattaisi tuoda esille palveluidensa monipuolisuus ja laajalla alueella toimiminen. Muutto uusiin toimitiloihin loppuvuoden 2023 sekä alkuvuoden 2024 aikana antaa yrityksestä uudenlaisen, ammattimaisemman ja huolitellumman kuvan. Uusista toimitiloista myös toimistolla työskentelevät työntekijät saavat lisää työiihtyvyyttä ja -motivaatiota. Joustavuus, toimiva työterveyshuolto sekä ilmaiset liikuntamahdollisuudet lisäävät työntekijöiden työmotivaatiota, joka heijastuu työn laatuun positiivisella tavalla. Työntekijöiden laaja ikäjakauma mahdollistaa erilaisten tietojen ja taitojen jakamisen työntekijöiden keskuudessa. Hyvät tunnusluvut sekä lainsäädännön ja muiden säännösten noudattaminen vaikuttavat positiivisesti esimerkiksi uusien asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden saamisessa.

Heikkouksista on kerrottu, millä keinoilla ne voitaisiin muuttaa toimeksiantajayrityksen vahvuuksiksi. Yrityksen vielä melko heikko tunnettuus saataisiin kasvamaan esimerkiksi panostamalla enemmän markkinointiin lehdissä sekä internet-mainonnassa. Sosiaaliseen mediaan panostaminen lisäisi yrityksen löydettävyyttä ja tunnettuutta asiakkaiden ja muiden yritysten keskuudessa. Informaation kulku täytyisi saada yrityksen sisällä paremmaksi ja sujuvammaksi, jotta tiedot päätyisivät oikeille henkilöille ja välttyttäisiin esimerkiksi väärinymmärryksiltä. Yrityksen eri osa-alueiden osaamista voisi kehittää kouluttamalla henkilöstöä koulutuksien ja kurssien avulla. Näin työntekijöiden osaaminen ja tietämys alasta olisivat kunnossa, jolloin myös yrityksen luotettavuus ja asiantuntijuus nousisi. Tuurausjärjestelmän osalta esimerkiksi lomien ajaksi yritykseen tarvittaisiin selkeä järjestelmä, sillä esimerkiksi myymälävastaavalla ei tällä hetkellä ole tuuraajaa, joten tarvikemyymälä on myymälävastaavan lomien ajan suljettuna.

Mahdollisuuksista on kerrottu, millä tavalla toimeksiantajayritys voisi hyötyä niistä mahdollisimman paljon. Yrityksen toimiala itsessään on mahdollisuus, sillä sähköalan palveluiden tarve ei ole heikentymässä, koska niitä tarvitaan

jatkuvasti. Yrityksellä on mahdollisuus myös laajentaa alueellisesti suuremmalle alueelle, mutta laajentumista varten yritys tarvitsisi lisää työntekijöitä. Uudet yritysasiakkaat toisivat lisää töitä yritykselle ja sitä kautta myös lisää tunnettuutta. Teknologian kehittyminen tuo uusia mahdollisuuksia esimerkiksi työtapoihin ja -tarvikkeisiin. Yrityksen kansainvälinen nimi tuo mahdollisuuksia esimerkiksi suurempiin urakoihin, sillä se antaa yrityksestä ammattimaisemman kuvan muille yrityksille ja toimijoille.

Uhkien osalta on kerrottu, millä tavalla toimeksiantajayritys voisi vastata uhkiin ja miten niitä voisi ehkäistä syntymästä. Kilpailijoiden sekä sähköalan uusien ja isojen yritysten uhkaan yritys voisi vastata esimerkiksi hinnoittelun tai aikataulutuksen keinoin. Tämä tarkoittaisi halvempaa hinnoittelua kuin kilpailijoilla, mutta kuitenkin kannattavalla tavalla. Aikataulutuksen suhteen voisi yrittää luovata nopeampia aikatauluja kuin kilpailijat, mutta kuitenkin niin, että aikataulut ovat toteutettavissa. Taloudellisten suhdanteiden ja hintojen yleisen nousun uhkiin yritys ei voi itse vaikuttaa, mutta ennakoinnin ja riskien minimoinnin avulla uhkaa voidaan pienentää. Yrityskauppojen ja konkurssien takia yritys saattaisi menettää asiakkaita ja yhteistyökumppaneita. Tämän uhan ehkäisemiseksi yritys voisi tutustua tarkasti asiakkaisiinsa ja yhteistyökumppaneihinsa ja niiden taloudellisiin tilanteisiin, jotta menetyksiltä vältyttäisiin. Yrityskaupat ja konkurssit eivät kuitenkaan ole täysin ennustettavissa, mutta ennakoimalla ja miettimällä mahdollisia tilanteita minimoidaan asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden menetyksen uhkaa. Työntekijöiden lähtöön liittyvää uhkaa yritys voisi ehkäistä tarjoamalla mahdollisimman hyvät työolosuhteet työntekijöille ja pitämällä työntekijöiden hyvinvoinnista mahdollisimman hyvää huolta.

5.5.2 SWOT-kaavio

Taulukko 1. Yrityksen SWOT-kaavio

Vahvuudet (sisäiset)	Heikkoudet (sisäiset)
<ul style="list-style-type: none"> - Ammattitaito ja kokemus - Vakiintunut asiakaspohja - Sijainti ja uudet toimitilat - Toimiminen laajalla alueella - Palveluiden monipuolisuus - Hyvät tunnusluvut - Työyhteisön hyvä yhteishenki, työ-moraali ja joustavuus - Työterveyshuolto ja muut edut - Lainsäädännön ym. muiden sää-dösten noudattaminen - Henkilöstön ikäjakauma (20–60 v.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tunnettuus - Huono informaation kulku - Eri osa-alueiden kehittäminen - Tuurausjärjestelmän puutteellisuus - Aktiivisen myyntityön puute - Markkinoinnin puute - Tarvikevaraston kirjanpito - Vähäinen henkilöstö suhteessa työmäärään - Vanhoihin toimintatapoihin jämä-häminen - Aikataulujen venyminen
Mahdollisuudet (ulkoiset)	Uhat (ulkoiset)
<ul style="list-style-type: none"> - Sähköalan palveluiden jatkuva tarve - Uudisrakentaminen - Huolto- ja kunnossapitotöiden li-sääntyminen - Toiminnan laajentuminen uusille alueille - Toiminnan laajentuminen uusille toi-mialoille - Uudet yritysasiakkaat - Teknologian kehittyminen - Maine ja imago - Kansainvälinen nimi - Turvallisuustarpeiden lisääntyminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Kilpailijat - Alan uudet ja isot yritykset - Taloudelliset suhdanteet - Hintojen yleinen nousu - Yrityskaupat ja konkurssit - Ammattitaitoisen työvoiman saanti tarvittaessa - Työntekijöiden eläköityminen tai poistuminen - Työntekijöiden vaihtuvuus ja sitou-tumattomuus - Työntekijöiden työmotivaatio - Urakoiden hinnoittelu

5.6 Markkinointi

Markkinoinnista kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa esimerkiksi se, miten markkinointi on toimeksiantajayrityksessä järjestetty, millaisia yrityksen tuotteet ovat kilpailukeinoina, millaisia yrityksen tuotteiden ja palveluiden saata- vuudet ovat, millaista yrityksen markkinointiviestintä on, miten yrityksessä on hoidettu asiakassuhdemarkkinointi sekä miten markkinoinnin tuloksia seura- taan yrityksessä.

Markkinoinnin tarkoituksena on lisätä yrityksen myyntiä ja sen onnistumista. Myynnin onnistuminen ja määrä määrittävät yrityksen kasvutahdin ja siten yrityksen menestymisen vauhdin. Markkinoinnin strategia on yrityksen pitkän aikavälin suunnitelma siitä, miten yritys saavuttaa markkinoinnille asetetut tavoitteet samalla kun yrityksen liiketoimintaympäristö muuttuu. Markkinoinnin strategia voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen: tavoitteiden asettaminen, kilpailuedun määrittäminen sekä arvolupaus ja arvonluonti. Markkinoinnin tavoitteet asetetaan sen mukaan, minkälainen rooli markkinoinnilla on yrityksen liiketoiminnassa. Markkinoinnin tavoitteiden saavuttaminen edellyttää yritykseltä kilpailuetua. Kilpailuetu voidaan määrittää seuraavan kysymyksen avulla: miten yritys pystyy vastaamaan asiakastarpeisiinsa sellaisella tavalla, johon kilpailijoilla ei ole kompetenssia vastata? Saadakseen selville kilpailuedun yrityksen täytyy hankkia perusteellista ymmärrystä asiakastarpeista sekä sellaisista tekijöistä, joiden avulla yritys erottuu kilpailijoistaan. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto, & Mero, 2022, s. 8–12.)

Yrityksen arvolupauksen määrittäminen kertoo, millaista arvoa yritys tarjoaa asiakkaalle ja miksi asiakkaan kannattaisi valita juuri se yritys kilpailijoiden sijasta. Arvolupauksen lunastamista varten yrityksen täytyy määrittää arvonluontistrategia, jonka avulla arvolupauksen asiakkaalle luomat odotukset pystytään lunastamaan. Tätä varten täytyy ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja halut. Yrityksen asiakaskuntaa täytyy tutkia ja analysoida, jotta asiakaskunta voidaan jakaa segmentteihin eli osiin spesifeiden ominaisuuksien avulla ja kohdistaa tietynlaista markkinointia tietynlaisille segmenteille. Yrityksen kyky vastata arvolupauksen luomiin odotuksiin määrittää asiakaskokemuksen. Asiakaskokemus määrittää markkinoinnin onnistumisen eli sen, antaako markkinointi yrityksen toimintaan lisää arvoa uusien asiakkaiden, lisämyynnin, suositteluiden sekä pidempien asiakkuuksien avulla. Yritykselle syntyy lisäarvoa, kun asiakasprosessin tuloksena on tyytyväiset ja uskolliset asiakkaat. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto, & Mero, 2022, s. 12–32.)

5.6.1 Markkinoinnin osa-alueet

Markkinoinnin osa-alueita ovat myynti ja sen edistäminen, asiakasviestintä ja brändin muodostaminen, asiakassuhteiden hallitseminen, asiakasymmärrys sekä sen eteenpäin jakaminen ja hyödyntäminen yrityksessä sekä arvon tuottaminen asiakkaille. Markkinointia työestetään analyysin, suunnittelun, toteutuksen ja seurannan avulla. Analyysissa analysoidaan yritys, sen toimiala, asiakkaat, kilpailu, teknologia sekä toimintaympäristö. Suunnittelussa valitaan kohdemarkkinat sekä laaditaan suunnitelma siitä, millaista arvoa yritys aikoo luoda asiakkailleen. Toteutuksessa päätetään, miten suunnittelussa mietityt suunnitelmat toteutetaan käytännössä. Toteutuksessa markkinointi siirtyy käytäntöön ja aletaan markkinoimaan kunnolla. Seurannassa arvioidaan yrityksen saavuttamia tuloksia markkinoinnissa suhteessa niihin tavoitteisiin, jotka on asetettu aiemmin sekä reagoidaan tuloksiin niiden vaatimalla tavalla. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto, & Mero, 2022, s. 11–37.)

Markkinoinnissa on myös tärkeä seurata yrityksen liiketoimintaympäristöä, joka muuttuu jatkuvasti. Liiketoimintaympäristön muutosten seuraaminen on tärkeää, jotta muutoksiin voidaan reagoida mahdollisimman nopeasti niiden vaatimalla tavalla. Muutoksia voi tapahtua esimerkiksi asiakkaissa, kilpailukentässä, teknologiassa sekä sääntelyssä. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto, & Mero, 2022, s. 11–37.) Toimeksiantajayrityksessä markkinointiin ei ole panostettu vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan kovin suuresti, mutta yritys on silti melko tunnettu Kokemäellä ja sen lähialueilla. Tälläkään hetkellä yritys ei ole panostanut markkinointiin suuresti, mutta yrityksen tunnettuus ei ole kuitenkaan laskenut.

5.6.2 Internetmarkkinointi

Digimarkkinointi on nykyään yleisempää ja tehokkaampaa kuin muu markkinointi, koska digitalisaatio ja digitaaliset viestintäkanavat ovat nykypäivänä väestön käytössä päivittäin. Toimeksiantajayritys on tällä hetkellä panostanut enemmän esimerkiksi ilmoituksiin ja mainoksiin sanomalehdissä ja muissa alueen mainoslehtisissä. Yritys on myös osallistunut erilaisten järjestöjen

toimintaan tukemalla niitä rahallisesti erilaisten kannatusilmoitusten ja maksujen avulla. Näin yritys on saanut esimerkiksi mainoksensa järjestön lehteen, seura-asuun tai jollain muulla tavalla saanut yrityksen nimen näkyville. Yrityksellä on myös käytössään Google-mainonnan palvelu, jolloin yrityksen nimi tulee esille paremmin esimerkiksi Google-hauissa.

Toimeksiantajayritys voisi panostaa enemmän sosiaaliseen mediaan ja sen ylläpitoon. Yrityksellä on hyvät ja ammattimaiset internetsivut sekä Facebook-sivut. Päivittämällä esimerkiksi Facebook-sivuja useammin, asiakkaat saisivat yrityksestä ajantasaisia tietoja. LinkedIn olisi hyvä lisä yrityksen markkinointiin. LinkedInin avulla yritys saisi toiminnalleen näkyvyyttä helposti. Työntekijät voisivat lisätä yrityksen työpaikakseen, mikä lisäisi yrityksen näkyvyyttä ja tunnettuutta. LinkedIn on kasvattanut paljon suosiotaan yritys- ja työmaailmassa, jonka vuoksi toimeksiantajayrityksenkin kannattaisi tehdä LinkedIn-sivut ja aktivoitua muiltakin osin sosiaalisen median puolella.

5.6.3 Kilpailukeino

Yrityksen toiminnasta täytyy löytyä jokin kilpailukeino, jonka avulla yritys pärjää kilpailijoille. Kilpailukeinon avulla yritys saa jatkuvuutta ja menestystä toiminnalleen eli sen avulla yritys pystyy markkinoimaan itseään. Kilpailukeinon avulla yritys pystyy erottautumaan kilpailijoista, ja kilpailijoita paremman kilpailukeinon vuoksi asiakkaat valitsevat juuri sen yrityksen tuotteet tai palvelut. Erilaiset asiakkaat arvostavat eri kilpailuetua, joten kilpailuedun täytyy olla sellainen, joka olisi mahdollisimman monen asiakkaan mielestä parempi kuin kilpailijoiden. (Peltola, Neilimo, Mitronen, & Kuusela, 2022, s. 179.) Toimeksiantajayrityksen kilpailukeino on sen tarjoama, sillä yritys tarjoaa monipuolisesti erilaisia palveluita erilaisille asiakkaille.

Jotta yritys erottautuisi kilpailijoista positiivisesti, sen on luotava itselleen toimintamalli, jota kutsutaan konseptiksi. Konseptissa on määritelty yksityiskohdallisesti yrityksen valikoima, kauppapaikka, myymälätyyppi, asiakaskohderyhmät, palvelun tyyppi, markkinointitavat ja mainonta, yrityksen brändi sekä

näiden asioiden taustalla olevat hankinnan ja logistiikan arvoketju sekä muut tukipalvelut. Konsepti muuttuu koko ajan, koska yrityksen liiketoimintaympäristökin muuttuu jatkuvasti ja asiakkaat valitsevat mieluummin nykyaikaisen kilpailuedun ja sen omaavan yrityksen. Konsepti kertoo yrityksen liiketoimintamallin, jonka avulla rakennetaan kilpailijoita parempi kilpailukeino. (Peltola, Neilimo, Mitronen, & Kuusela, 2022, s. 179.)

Toimeksiantajayrityksen konseptissa valikoima on yrityksen palvelut ja tuotteet, eli esimerkiksi sähköasennukset, sähkösuunnittelu, ohjelmointi- ja käyttöönototyöt sekä sähkötarvikkeiden myynti. Kauppapaikka on Kokemäki, jossa sijaitsee yrityksen toimisto ja myymälä. Myymälätyyppi on fyysinen ostopaikka, verkkokauppaa toimeksiantajayrityksellä ei ole. Asiakaskohderyhmät ovat yksityis- ja yritysasiakkaat. Yrityksen palvelutyyppi henkilökohtainen palvelu. Markkinointitavat ja mainonta keskittyvät tällä hetkellä lähinnä lehdissä oleviin mainoksiin.

5.6.4 Saatavuus

Saatavuuden perustehtävänä on luoda edellytykset sille, että asiakkaiden tarpeet tulevat tyydytettyä. Saatavuuden avulla voidaan varmistaa, että tuote tai palvelu on asiakkaiden saatavilla niin, että ostaminen on helppoa. Ostamisen helppous myös tuottaa asiakkaalle arvoa ja hyötyä. Yrityksen tuotteiden ja palveluiden täytyy vastata markkinoiden vaatimuksia, ne täytyy hinnoitella oikein ja tuotteiden ja palveluiden täytyy olla asiakkaan saatavilla hänen haluamassaan paikassa silloin, kun hän niitä tarvitsee. Jos saatavuus on hyvä, asiakkaat saavat tuotteen tai palvelun oikeaan aikaan, oikeassa paikassa, helposti ja toimivasti. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 4.4. Saatavuus kilpailukeinona.)

Toimeksiantajayrityksen saatavuuteen liittyvät tiedot, eli esimerkiksi se, mitkä ovat myymälän aukioloajat, mitä palveluja yritys tarjoaa sekä yrityksen yhteystiedot asiakas löytää helposti yrityksen nettisivuilta. Yrityksen kotisivuilta löytyy siis tietoa tuotteista ja palveluista sekä toimiston ja tarvikemyymälän aukioloajat. Sivuilta löytyy myös puhelinnumerot toimistoon, tarvikemyyntiin,

tarjouslaskentaan, projektijohtoon, sähkösuunnitteluun sekä automaatio-suunnitteluun. Kotisivuilla on myös palautesivu, jonka avulla asiakkaiden on helppo antaa palautetta tai ottaa yhteyttä yritykseen. Sivuilta löytyy myös yrityksen osoite sekä selkeät tiedot siitä, miten yritykseen voi ottaa yhteyttä. Yrityksen kotisivut ovat selkeät, modernit ja antavat yrityksestä ammattitaitoisen kuvan.

Saatavuusratkaisuihin liittyy myös se, miten yrityksen myymälän tuotteet myydään asiakkaille, mikä yrityksen sijainti on sekä miten yrityksessä on opasteita. Toimeksiantajayritys myy tuotteet itse niiden loppukäyttäjille joko siten, että asiakas noutaa ja ostaa tuotteet suoraan liikkeestä tai sitten asentaja toimittaa tuotteet asennustyön yhteydessä asiakkaalle. Jos asiakkaan haluamia tuotteita ei ole suoraan tarvikemyymälän hyllyssä, tuotteet tilataan asiakkaalle ja ne saapuvat parhaimmassa tapauksessa asiakkaan noudettavaksi jo seuraavana päivänä. Tavanomaisten tuotteiden toimituksissa ei yleensä ole suuria viiveitä, erikoisempien tuotteiden toimitus saattaa kestää hieman kauemmin.

Pori-Helsinki välinen valtatie on noin kilometrin päässä ja juna-asema on noin 500 metrin päässä toimeksiantajayrityksen uudesta toimipisteestä, joten yrityksen sijainti on saatavuuden kannalta hyvä, sillä yritys on melko keskeisellä paikalla. Toimipisteessä on selkeät puolet tarvikemyymälälle ja konttorille. Toimipisteessä asiakas myös ohjataan tarvittaessa oikeaan paikkaan tai oikean henkilön luokse asiakkaan tarvitseman palvelun mukaan.

5.6.5 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän avulla tehdään yritys ja sen tarjoama näkyväksi. Markkinointiviestinnän merkitys on suuri, kun yrityksestä luodaan mielikuvaa. Markkinointiviestinnällä on myös merkitystä ostojen toteutumisessa. Markkinointiviestinnän avulla luodaan tunnettuutta ja yrityskuvaa, annetaan tietoa tuotteista, hinnoista ja ostopaikoista sekä pyritään vaikuttamaan kysyntään ja ylläpitämään suhteita asiakkaisiin. Tärkeimpiä markkinointiviestinnän muotoja ovat mainonta sekä henkilökohtainen myyntityö. Näitä täydentävät myynninedistäminen sekä tiedotus- ja suhdetoiminta. Yrityksen markkinointiviestintä

pitää ensiksi hahmottaa kokonaisuutena koko yrityksen näkökulmasta ja tehdä päälinjoja, joiden avulla tehdään päätöksiä markkinointiviestinnästä. Sen jälkeen täytyy miettiä, mitä viestintää yritys tarvitsee ja miten tämä voitaisiin käytännössä toteuttaa. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi yhtenäistä visuaalista ilmettä yrityksen kotisivuille tai mainostuotteille. Jatkuvan markkinointiviestinnän lisäksi yritys tarvitsee myös lyhytaikaista kampanjointia, esimerkiksi eri vuodenaikojen ja sesonkien mukaan. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 5 Markkinointiviestintä kilpailukeinona.)

Markkinointiviestintää toteutetaan käytännössä monin eri tavoin, esimerkiksi mainonnan eri muodoilla ja keinoilla tai myynnin edistämistä tukevilla tapahtumilla. Yrityksen täytyy osata valita oikeat viestintäkeinot ja -kanavat oikeille kohderyhmille, jotta markkinointiviestintä olisi mahdollisimman tehokasta. Jos viestinnässä käytetään montaa eri markkinoinnin keinoa ja kanavaa eri kohderyhmille, on tärkeä muistaa, että markkinointiviestintä on aina samansuuntaista ja kertoo samaa sanomaa markkinoinnin keinosta ja kanavasta sekä kohderyhmästä huolimatta. Näin markkinointiviestintä on mahdollisimman selkeää eikä aiheuta asiakkaisissa hämmennystä toisistaan poikkeavien tietojen takia. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 5 Markkinointiviestintä kilpailukeinona.)

Toimeksiantajayrityksessä markkinointiviestinnän päätavoite on vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan lisätä yrityksen tunnettuutta Kokemäellä ja Satakunnan alueella. Mainonta ei ole ainakaan vielä ollut kovin suunnitelmallista yrityksessä, mutta yritys on tällä hetkellä tunnettu ainakin Kokemäellä ja sen lähialueilla. Ventelän (2023) mukaan yrityksen logo ja värit vaihdettiin muutama vuosi sitten, ja uudistusten avulla yrityksen kotisivuista on saatu selkeät ja yhteensopivat esimerkiksi yrityksen mainostavaroiden kanssa. Mainostavaroita ovat esimerkiksi yrityksen logolla ja väreillä varustetut kynät, kalenterit, lippalakit ja t-paidat. Myös yrityksen toimipaikassa on ulkomainokset ja yrityksen autoissa on teippaukset yrityksen logosta ja kuvaus siitä, mitä yritys tekee.

Toimeksiantajayrityksen henkilökunta viestii joka päivä asiakkaiden kanssa muun muassa suunnittelupalavereissa, asennustöissä, tarvikemyynnissä sekä

puhelimitse esimerkiksi työtilausten, hintatiedusteluiden sekä laskutukseen liittyvien asioiden kautta. Näin ollen asiakkaan näkökulmasta henkilökunnan positiivinen ja ammattitaitoinen viestintä edistävät omalta osaltaan yrityksen markkinointiviestintää, ja tämä onkin tällä hetkellä yrityksen tärkein markkinointiviestinnän keino.

Yrityksen täytyy tuntea asiakkaansa, kuunneltava heitä ja oltava vuorovaikutuksessa heidän kanssaan, jotta asiakassuhteita voidaan luoda, ylläpitää ja hyödyntää yrityksen toiminnassa. Asiakassuhdemarkkinoinnissa voidaan hyödyntää yrityksen tarjoaman ja markkinointiviestinnän muokkaamista ja kohdentamista erilaisena eri asiakassegmenteille ja yksittäisille asiakkaillekin. Näin asiakassuhdemarkkinointi on tehokkaampaa ja asiakas saa juuri oikeanlaista palvelua hänen tarpeisiinsa. Kaikkea asiakassuhdemarkkinointia ei kuitenkaan ole tehokasta yksilöllistä, jos asiakasryhmän tarpeet ovat hyvin samankaltaiset. Heille yrityksen sama tarjoama antaa mieluisen lopputuloksen ja heille voidaan markkinoida ja viestiä samalla tavalla. Asiakassuhdemarkkinoinnissa on tärkeää, että asiakkaalle luodaan merkityksellinen kokemus tuotteesta tai palvelusta, jolloin asiakas haluaa jatkaa asiakkuuttaan kyseisen yrityksen kanssa. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 6 Asiakkuuksien hallinta.)

Pitkäaikaisten asiakassuhteiden luomisessa ja ylläpitämisessä tuotteiden ja palvelun laatu on tärkeämpää kuin hinta. Pitkäaikaiset asiakkaat saattavat olla halukkaampia maksamaan tuotteista ja etenkin palvelusta hieman enemmän kuin kertaluonteinen asiakas. Tyytyväiset asiakkaat saattavat suositella yritystä sekä sen tuotteita ja palveluita eteenpäin muille, eli ikään kuin markkinoida yrityksen puolesta. Asiakassuhdemarkkinoinnissa ensimmäinen askel on asiakkaan ymmärtäminen. Tämä tehdään esimerkiksi asiakasanalyysien ja asiakasryhmittelyn avulla. Sen jälkeen määritetään tavoitteet ja strategiat asiakasryhmittäin. Näiden perusteella tehdään asiakkuuksienhallintasuunnitelma. Viimeinen vaihe on asiakkuuksien toteutus ja seuranta esimerkiksi myynnin, kannattavuuden sekä asiakkaan tyytyväisyyden ja uskollisuuden kannalta. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 6 Asiakkuuksien hallinta.)

Toimeksiantajayrityksessä asiakassuhdemarkkinointi on keskittynyt lähinnä paikallisiin ja lähialueen asiakkaisiin. Monet asiakkaat ovat yrityksen sisällä tunnettuja ja asiakkaat tuntevat yrityksen työntekijöitä. Sähkösuunnittelija voi saada asiakkaan ostamaan myös tarvittavat tarvikkeet ja asennuspalvelun yritykseltä, jolloin asiakkaan on helppo ottaa kerralla koko paketti. Tämä lisää palvelun helppoutta ja saatavuutta asiakkaalle, jolloin hän saa positiivisen kokemuksen yrityksestä ja saattaa tulevaisuudessakin ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita. Tällöin asiakassuhdemarkkinointi on onnistunutta ja yritys on saanut uuden, ehkä jopa pitkäaikaisenkin asiakkaan.

Asiakassuhteita saattaa syntyä myös muun muassa henkilöstön palkkauksen yhteydessä, kaikin puolin onnistuneiden asennuksien yhteydessä sekä asian-tuntevan tarvikemyynnin yhteydessä. Asiakkaalle täytyy olla rehellinen esimerkiksi siitä, mikä työn aikataulu tulee olemaan ja mikä työn hinta on. Pitkäaikaisia ja tunnettuja asiakkaita palvellaan myös silloin, kun tarvikemyymälä on kiinni, jotta heillä olisi kuunneltu ja autettu olo. Palvelun luotettavuus, joustavuus ja ammattitaito ovat asiakassuhteiden jatkuvuuden kannalta kaikkein tärkeimpiä asioita.

5.7 Tuotteet ja palvelut

Tässä osassa liiketoimintasuunnitelmaa käydään läpi toimeksiantajayrityksen tuotteet ja palvelut. Tuotteet ja palvelut esitellään liiketoimintasuunnitelmassa selkeästi ja eritellysti. Tässä luvussa käydään läpi myös toimeksiantajayrityksen tuotekehitys ja tuotteiden nykytila sekä tuotteiden ja palveluiden hinnoittelu.

5.7.1 Tuotteet

Tuote on hyödyke eli tavara tai palvelu, josta luodaan markkinoinnin avulla arvioitava, ostettava tai kulutettava kokonaisuus. Tuotteen tavoitteena on, että asiakkaat saisivat tuotteesta arvoa heidän tarpeensa, odotuksensa ja mielihaluunsa huomioon ottaen. Tuote rakennetaan kilpailukeinoksi määrittelemällä

ensin yrityksen liikeidea ja strategia eli se, mitä yrityksen kohderyhmille tarjotaan. Liikeidean perusteella määritellään yrityksen tuotepolitiikka eli ne keinot, joita tuotteeseen sovelletaan. Tuotepolitiikka on perustana yrityksen tarjoamalle eli lajitelma- ja valikoimapäätöksille sekä tuotekokonaisuudelle. Tuotekehitys ja tuotteistaminen ovat osa tarjoaman määrittelyä ja suunnittelua. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 4.2 Tuote ja tarjooma kilpailukeinona.)

Toimeksiantajayrityksen tuotemyymälässä myydään esimerkiksi tuotantohyödykkeitä. Tuotantohyödykkeet ovat sellaisia tavaroita, joita myydään edelleen tai käytetään, jotta saadaan aikaan lopputuotteita tai mahdollistetaan tuotanto (Bergström & Leppänen, 2021, kohta 4.2 Tuote ja tarjooma kilpailukeinona). Sähkötarvikkeiden avulla saadaan aikaan lopputuotteita, eli esimerkiksi toimiva valaistus tai kodinkone ja mahdollistetaan sähköä tarvitsevien laitteiden toimiminen.

Toimeksiantajayrityksen pääasiallinen myytävä tuote on sähköasennus, joka on palvelutuote. Palvelutuotteet tuotetaan yhdessä asiakkaan kanssa ja niiden avulla ostaja ja tuottaja eli myyjä luovat yhdessä arvoa ja hyötyä. Palvelutuotteiden kanssa on tärkeää, että asiakkaan ja myyjän välinen vuorovaikutus on sujuvaa ja selkeää molempiin suuntiin. Eri asiakastyypit arvostavat palvelussa eri asioita. Esimerkiksi pitkäaikaiset asiakkaat osaavat arvostaa enemmän jo aikaisemmin hyväksi kokemaansa palvelun laatua kuin hintaa. Kertaluonteisille asiakkaille hinta saattaa olla merkittävämpi ostopäätöksen kannalta kuin palvelun laatu, mutta yleensä hyvä ja asiantunteva asiakaspalvelu saattaa olla vaikuttavassa roolissa asiakkaan ostopäätöksen kannalta. (Bergström & Leppänen, 2021, kohta Palvelutuotteiden erityispiirteet.)

5.7.2 Hinnoittelu

Hinnoittelun tehtävänä on selvittää tuotteelle tai palvelulle hinta, jolla yrityksen voitto saadaan maksimoitua tai muut tavoitteet saavutettua. Hinnoittelu aloitetaan sillä, että määritellään se ongelma tai kysymys, johon hinnoittelun laskeamisella haetaan vastausta. Kyseessä voi olla esimerkiksi tuotteen tai palvelun

hinnoittelu, tuote- tai palveluvalikoiman lisäämiseen tai vähentämiseen liittyvä hinnoittelu tai toiminnan ulkoistamisen hinnoittelu. Erilaisiin hinnoitteluun liittyviin päätöksiin tarvitaan erilaiset laskelmat, jotka toimivat juuri tietynlaisiin hinnoittelupäätöksiin. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 170–172.)

Hinnoitteluprosessin alkuvaiheessa ongelman luonteen määrittelyn jälkeen täytyy miettiä, mitkä ovat vaihtoehdot hinnoittelussa sekä tarkasteltavan asian aikataulu. Aikataulu määrittää sen, mitkä kustannukset vaikuttavat päätökseen tekoon. Esimerkiksi pidemmän ajan päätöksissä melkein kaikki kustannukset voidaan määritellä muuttuviksi, jolloin ne pitäisi huomioida laskelmissa. Näiden asioiden määrittelyn jälkeen voidaan laskea erilaisia laskelmia, joista valitaan taloudellisesti parhain. Laskelmien ulkopuolelle jää paljon eri tekijöitä, esimerkiksi strategisia, juridisia, ekologisia tai riskeihin liittyviä tekijöitä. Nämä tekijät määrittelevät lopulta sen, mitä yrityksen täytyy käytännössä tehdä. Laskelmiin täytyy sisällyttää sellaiset tuotot ja kustannukset, jotka ovat päätöksen kannalta olennaisia. Tämä tarkoittaa sellaisia tuottoja ja kustannuksia, jotka muuttuvat, kun päätös tehdään. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 170–172.)

Minimihinta on se hinta, joka myytävästä asiasta tulisi saada, jotta se ei tuottaisi tappiota. Minimihinta saadaan käsittelemällä kustannusten osalta vain muuttuvat kustannukset, esimerkiksi tavaran osto- ja kuljetuskustannukset. Minimihintaan lisätään kaikki yrityksen toiminnan muut kustannukset, jolloin saadaan kunkin tuotteen tai palvelun täyskattainen omakustannushinta. Hinnoittelulla on yleisesti kolme päämenetelmää: kustannuspohjainen hinnoittelu, markkinalähtöinen hinnoittelu sekä asiakkaan vaihtoehdot. Kustannuspohjainen hinnoittelu perustuu kustannusten selvittämiseen. Kun tiedetään kustannukset, niiden päälle lisätään tavoiteltu kate. Markkinalähtöinen hinnoittelu perustuu kilpailutilanteeseen eli yrityksen aiemmilla kustannuksilla ei ole merkitystä hinnoittelussa, vaan hinta määräytyy annetun mukaisesti. Kustannuksilla on vaikutusta siihen, miten yritys tuottaa voittoa annetulla hintatasolla. Markkinalähtöinen hinnoittelu sopii, kun tuotteet tai palvelut eivät eroa oleellisesti kilpailijoiden vastaavista tuotteista tai palveluista. Asiakkaan vaihtoehdoin perustuvassa hinnoittelussa yrityksen täytyy miettiä, mitä asiakas maksaisi sellaisesta tuotteesta, josta ei löydy suoraan kilpailevaa vastinetta, sillä ei ole

markkinahintaa eikä kustannuksiin perustuva hinnoittelu ole sopiva vaihtoehto. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 171–172.)

Toimeksiantajayrityksen vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan sähkötarvikkeiden hinnoittelu tapahtuu niin, että tuotteen ostonettohinta kerrotaan tietyllä kertoimella ja siten saadaan vähittäisostohinta asiakkaalle. Tästä vähittäisostohinnasta vähennetään asiakasryhmän mukainen alennusprosentti ja kate määräytyy sen mukaisesti. Yrityksen hinnoittelu sähkötarvikkeiden suhteen tapahtuu edelleen edellä kuvatun mukaisesti. Tukkureiden hinnastot ovat näkyvissä yrityksen käyttämässä ohjelmistossa. Hinnastot päivitetään kerran kuussa ja ohjelma valitsee halvimman hinnan vaihtoehdoista.

Toimeksiantajayrityksen asennustöiden hinnaston mukaan asennusten tuntiveloitushinnat on jaoteltu perusasennuksiin, kylmälaiteasennuksiin ja -huoltoihin, paloilmoitinasennuksiin, sähkösuunnittelutöihin, automaation suunnittelu- ja käyttöönottoihin, asennusvalvontaan sekä paloilmoitinliiketöihin ja paloilmoitinasennuksiin. Näillä kaikilla töillä on eri tuntiveloitushinta. Ylityöt laskutetaan tiettyjen kertoimien mukaan ja matkakorvaukset laskutetaan joko kilometreinä tai matkakorvauksena. Joidenkin yritysten kanssa tehdään erillinen sopimus tuntiveloitushinnasta tai kiinteä kokonaishinta tehtävästä työstä. Yrityksessä työskentelevien tarjouslaskijoiden tehtävänä on esimerkiksi hinnoitella yrityksen urakat ja laskea muillekin töille tarjouksia. Maksutapana yrityksellä on yritysasiakkaiden kanssa käytössä pääsääntöisesti lasku. Myös yksityishenkilöiden kanssa asennustöiden maksutapana on useimmiten lasku. Tarvikemyymälässä maksutapoina ovat kortti- ja käteismaksu, tarvittaessa tarvikeostotkin saa laskulle.

5.7.3 Tuotekehitys

Tuotekehityksen tavoitteena on yleisesti kehittää tuotteita paremmiksi ja kannattavammiksi yrityksen talouden kannalta. Tuotekehityksen avulla voidaan yrittää kehittää jo olemassa olevaa tai kokonaan uutta tuotetta. Kehitettävä tuote voi olla joko fyysinen tuote tai palvelu. Vanhan liiketoimintasuunnitelman

mukaan tuotekehitys toimeksiantajayrityksessä on hyvän palvelun ylläpitoa, ammattitaidon ylläpitämistä koulutuksen avulla sekä henkilöstön motivointia. Tuotekehitys liittyy toimeksiantajayrityksessä siis lähinnä palvelutuotteiden kehittämiseen. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi sähköasennuksia pyritään jatkuvasti kehittämään henkilöstön kouluttamisella, motivoinnilla sekä pitämällä yllä hyvää asiakaspalvelun laatua. Sähköasennuksissa käytettäviä työkaluja pyritään päivittämään ja käyttämään nykyaikaisia työvälineitä. Näin työn jälki pysyy hyvänä ja työtapaturmilta vältytään välineiden ollessa moderneja ja toimivia. Myös tarvikemyymälän tarjontaa täytyy päivittää ajantasaiseksi ja myydä nykyaikaisia tuotteita. Toisaalta myös vanhempia tuotteita täytyy olla hyllyssä esimerkiksi vanhempien sähkölaitteiden korjausta varten.

5.8 Hankinnat

Tässä osassa käsitellään se, miten toimeksiantajayrityksen hankintatoiminta on järjestetty. Hankinnoista kerrotaan se, minkälainen merkitys hankintatoiminnalla on, miten hankinnat toteutetaan sekä miten hankintatoimintaa voitaisiin kehittää. Hankintojen yhteydessä kerrotaan myös yrityksen alihankinnoista ja vuokratyövoiman käytöstä sekä niihin liittyvistä toimista.

Hankinta tarkoittaa yrityksen ulkoisten resurssien hallitsemista niin, että kaikki tarvittavat tuotteet ja palvelut sekä niiden saatavuus on turvattu. Nämä tuotteet ja palvelut ovat keskiössä yrityksen toimintojen pyörittämisen, ylläpitämisen, johtamisen ja kehittämisen suhteen. Hankinta ja siihen liittyvät toimet varmistavat sen, että yrityksen ydintoiminnot ovat sujuvia eivätkä keskeydy. Käytännössä hankintaa on kaikki se, mistä yritys saa laskuja ulkopuolisilta toimijoilta. Hankinnasta voidaan myös käyttää nimitystä osto, joka on selkeämmin ymmärrettävissä. (Nieminen, 2016, kohta 1.2 Mitä on hankinta?)

Hankinnat ovat merkittävässä ja keskeisessä roolissa yrityksen kilpailukyvyyn kannalta. Hankintoja ei tehdä pelkästään silloin, kun yrityksessä on tarve jollekin tuotteelle tai palvelulle. Hankinnat ovat avainasemassa silloin, kun yrityksessä mietitään ja suunnitellaan edellytyksiä tulevaisuuden liiketoiminnan ja

kilpailukyvyyn suhteen. Tämä tarkoittaa sitä, että hankintoja ja toimittajia mietitään etukäteen ja valitaan vaihtoehtoista parhaat esimerkiksi hinnoittelun, toimitusaikojen ja kotimaisuuden perusteella. Näin hankinnat olisivat mahdollisimman kannattavia pidemmällä aikavälillä yrityksen liiketoiminnan ja kilpailukyvyyn suhteen. Kun hankintojen osuus yrityksen menoista kasvaa yhä suuremmaksi, yritys on yhä riippuvaisempi toimittajistaan. Tämä yrityksen riippuvuus toimittajista voidaan nähdä positiivisena, molempia osapuolia hyödyttävänä yhteistyönä. Hyvän ja toimivan yhteistyön avulla turvataan tuotteiden tai palveluiden saatavuus yrityksessä sekä toimittajayrityksen toiminnan jatkuminen. (Nieminen, 2016, kohta Kilpailukykyä ja riskinhallintaa.) Hyvä ja toimiva yhteistyö saattaa myös olla pitkäaikainen ja kestävä, jolloin yrityksen ei tarvitse tuhjata resursseja uusien toimittajien etsimiseen.

5.8.1 Hankintaprosessi

Hankinta voidaan toteuttaa perinteisen hankintaprosessin mukaan, jonka vaiheita ovat tarpeen määrittely, toimittajan valinta, sopimuksen tekeminen, tilaaminen, toimitusvalvonta sekä arviointi ja seuranta. Hankintaprosessi ei ole aina samanlainen, vaan prosessiin vaikuttavat esimerkiksi hankinnan ominaisuudet, arvo, toimittajat sekä riskin taso. Hankintaprosessi auttaa hankintojen toteuttamisessa ja selkeyttää hankintoja sekä niiden kanssa toimimista. Hankintaprosessin käynnistäjinä toimivat liiketoiminnan tarpeet ja vaatimukset. Hankintaprosessin vaiheet ovat yhteydessä toisiinsa, sillä edellisen vaiheen päätökset ja tulokset vaikuttavat seuraavien vaiheiden onnistumiseen. Hankintaprosessin eri toimijat, vastuut sekä valtuudet täytyy määritellä selkeästi, jotta hankinta saadaan suoritettua loppuun onnistuneesti ilman vastoinkäymisiä. (Nieminen, 2016, kohta 3 Hankintaprosessi.)

Hankintatoiminnan näkökulmasta menestyvään liiketoimintaan tarvitaan ainakin hyvät toimittajat ja toimiva hankintaprosessi. Hankintatoimintaa voidaan kehittää esimerkiksi tarkastelemalla hankinnan kustannuksia kokonaisuudessaan eli miettiä, saisiko kustannuksia jollakin tavalla alennettua. Hankintatoimintaa voidaan myös kehittää tarkastelemalla hankintaprosessia ja sen eri

vaiheita eli miettiä, saadaanko prosessista jollakin tavalla toimivampi ja tehokkaampi. (Nieminen, 2016, kohta 4.2 Prosessin kehittäminen.)

Prosessin kehittämisen ensimmäinen vaihe on prosessin nykytilan tutkiminen ja kuvaaminen. Usein pelkkä nykytilan tutkiminen ja hahmottaminen auttavat prosessin kokonaisuuden kehittämisessä. Prosessin kehittämisessä on tärkeää yksinkertaistaa prosessi, jotta se on selkeä ja tehokas eikä virheitä synny niin helposti. Prosessia voidaan kehittää myös poistamalla siitä kaikki turhat asiat. Turhaa on tässä tapauksessa kaikki se, mikä ei tuota asiakkaalle lisäarvoa. Eli hankintaprosessissa tehdään vain kaikki se, mitä tarvitaan ja silloin kun tarvitaan. Hankintatoiminnan näkökulmasta hankintaprosessin kehittämisessä täytyy tarkastella hankintojen tilaus-toimitus-ketjua kokonaisuudessaan. Kehittämisen tavoitteena olisi hyvä olla prosessien kehittäminen jopa organisaatorajojen yli. (Nieminen, 2016, kohta 4.2 Prosessin kehittäminen.)

Toimeksiantajayrityksessä hankinnoista on yrityksen työnjaon mukaan vastuussa projekti- ja työnjohtajat pääosin sekä myös tarjouslaskenta-, sähkösuunnittelu- ja automaatio-suunnitteluvastaavat omilta osiltaan. Tarvikemyymälän hankinnoista vastuussa on myymälävastaava, joka huolehtii siitä, että myymälässä on saatavilla kaikki tarvittavat tuotteet.

5.8.2 Yrityksen ulkopuolinen työvoima

Yrityksen ulkopuolinen työvoima voi olla esimerkiksi alihankintaa tai vuokratyötä. Alihankinta tarkoittaa tuotannon tai palvelujen ostamista yrityksen ulkopuolelta. Alihankkijan työntekijät työskentelevät alihankkijan johdon ja valvonnan alaisina, vaikka työ tehtäisiin tosiasiaissa työn tilaajan tiloissa. Kun käytetään ulkopuolista työvoimaa, täytyy miettiä, onko työ alihankintaa vai käytetäänkö vuokrattua työvoimaa. Rajanveto alihankinnan ja vuokratun työvoiman välillä on tärkeä esimerkiksi osapuolten vastuiden, työsuhteessa sovellettavien ehtojen sekä työehtosopimusten rajausten määrittämisen ja noudattamisen kannalta. Eri lait ja työehtosopimukset sisältävät ulkopuolista työvoimaa koskevia säännöksiä, joita tulee noudattaa. Yksinkertaisesti rajaten

alihankinnassa yritys ostaa tietyn palvelun tai jonkin muun työkokonaisuuden tai työn lopputuloksen, kun taas vuokratun työvoiman käytössä yritys ostaa henkilötyön. (Hanni, Kettunen & Tähtinen, 2022, s. 69–70.)

Alihankintaa käytettäessä työntekijät työskentelevät heidän oman työnantajansa johdon ja valvonnan alaisina. Alihankinnassa työn tilaaja ei siis käytä direktio- eli työnjohto-oikeutta työntekijöihin. Vuokratyössä työnantajan direktio-oikeus siirtyy käyttäjäyritykselle. Alihankintaa käytettäessä työn tilaaja voi valvoa, että työnteko on asian- ja sopimuksenmukaista sekä antaa työn tekemiseen liittyviä ohjeita tietyissä määrin. Tilaajalla ei kuitenkaan ole oikeutta johtaa työtä ja sen suorittamista tai valvontaa välittömästi, sillä tämä vastuu pysyy alihankintayrityksellä. (Hanni, Kettunen & Tähtinen, 2022, s. 69–70.)

Vuokratyön käyttö tarkoittaa tilannetta, jossa työntekijän työnantaja eli vuokratyöyritys siirtää työntekijän toisen yrityksen eli käyttäjäyrityksen käyttöön. Siirtoon tarvitaan työntekijän suostumus. Vuokratyöntekijä työskentelee vuokratyöyrityksen kirjoilla, mutta työn suorittaminen on käyttäjäyrityksen hyväksi. Vuokratyön käytössä on yhteensä kolme osapuolta: vuokratyöyritys, joka on vuokrannut työntekijän, työntekijän palvelua käyttävä käyttäjäyritys sekä työntekijä. Työntekijällä on siis sopimus työnantajansa eli vuokratyöyrityksen kanssa ja vuokratyöyrityksellä sekä käyttäjäyrityksellä on sopimus työvoiman vuokrauksesta. Vuokratyöyritys, joka toimii työnantajana työntekijälle, vastaa työnantajavelvoitteista pääosin, esimerkiksi palkanmaksusta, lakisääteisestä työterveyshuollosta, työaika- ja vuosilomakirjanpidosta, lakisääteisistä vakuutuksista, työsuhteen päättämisestä ja työtodistuksesta. Käyttäjäyrityksellä on oikeus johtaa ja valvoa työntekijän työntekoa. Käyttäjäyritys myös huolehtii niistä velvollisuuksista, jotka liittyvät työn tekemiseen ja järjestelyihin välittömästi. On tärkeää, että sopimukseen kirjataan tarkasti sekä vastualueet että niiden jakautuminen. (Hanni, Kettunen & Tähtinen, 2022, s. 72–73.)

Toimeksiantajayritys käyttää töissään sopimusten mukaan alihankkijoita, koska omat työntekijät eivät riitä kaikkiin töihin. Tämä on ollut vaivaton ja hyvä keino saada lisää työvoimaa ja työllistää myös alihankkijoita. Alihankintaa käytettäessä ei tarvitse palkata lisää omia työntekijöitä, varsinkaan jos työvoiman

tarve on lyhytaikaista. Vuokratyövoimaa toimeksiantajayritys on käyttänyt hie-
man, etenkin suurimmissa projekteissa.

5.9 Tuotanto

Tuotannosta kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa tuotantopuitteista ja tuo-
tantokapasiteetista, tuotantoprosessista, tuotannon kehittämisestä, investoin-
neista sekä laadunvarmistuksesta. Tuotantopuitteista kerrotaan esimerkiksi
toimeksiantajayrityksen toimitiloista tarkemmin. Tuotantokapasiteetista kerro-
taan yrityksen nykyinen tuotantokapasiteetti sekä tulevaisuuden tuotantokapa-
siteetin näkymät. Tuotantoprosessin kohdalla kerrotaan esimerkiksi tarvike-
myynnin prosessi, suunnittelun ja asennuksen prosessi.

Tuotantoon kuuluvat kaikki ne vaiheet, jotka sisältyvät siihen, että tuote tai pal-
velu saadaan asiakkaalle. Palvelutuotannossa, eli esimerkiksi toimeksianta-
jayrityksen tapauksessa sähköpalveluiden tuotannossa, ei pysty vakioimaan
kaikkia palveluita. Tämä johtuu siitä, että asiakas on aina mukana palvelutuo-
tannossa ja jos jokin asia käy yhdelle asiakkaalle, se ei välttämättä käy toiselle
asiakkaalle samanlaisena. Palvelutuotanto on hyvä kilpailuedun lähde, sillä
sitä kilpailijoiden on vaikea täysin kopioida, koska se syntyy yrityksen oman
henkilökunnan ja osaamisen pohjalta. Palvelutuotannossa on tärkeää ymmär-
tää asiakkaat ja heidän tarpeensa mahdollisimman hyvin sekä ottaa asiakas
mukaan prosessiin. Asiakkaiden tarpeet saattavat esimerkiksi muuttua kesken
prosessin ja muutoksiin on osattava reagoida nopeasti ja ymmärtävästi. Näin
saadaan myös syvennettyä ja lujitettua suhdetta asiakkaaseen, jolloin asia-
kassuhteesta saattaa tulla pitkäaikainen. (Hesso, 2015, s. 154–156.)

5.9.1 Tuotantopuitteet ja -kapasiteetti

Tuotantopuitteet ovat ne tilat, joissa tuotanto tapahtuu. Toimeksiantajayrityk-
sen toimitilat ovat havainnointini mukaan tarpeeksi suuret ja riittävät yrityksen
tarpeeseen. Toimitilarakennuksessa on toimisto, myymälä sekä tarvikeva-
rasto. Toimitilojen sijainti on hyvä, sillä toimitilat ovat lähellä rautatieasemaa

sekä Pori-Helsinki välistä valtatieä, ja Kokemäen keskustasta matkaa toimitiloille on noin 3 kilometriä. Yrityksen edellä kuvatut uudet toimitilat valmistuivat vuoden 2023 lopulla, koska vanhat tilat alkoivat olemaan liian pienet yrityksen toimintaa varten. Uusi toimitila on kooltaan suurempi ja ulkonäöltään modernimpi kuin vanha. Uuden toimitilan parkkipaikka on suurempi, joten asiakkaiden ja työntekijöiden autot mahtuvat paremmin pysäköimään pihalle sekä kuljetusyritysten autoilla on enemmän tilaa liikkua piha-alueella. Yrityksellä on tällä hetkellä 13 autoa, joita asentajat käyttävät matkatakseen työkohteisiin.

Toimeksiantajayrityksen tuotantokapasiteetti, eli asentajien lukumäärä on vuoden 2023 lopulla 25 henkilöä. Tämä määrä riittää tämänhetkiseen työtilanteeseen. Lähivuosina saatetaan tarvita vielä lisää työntekijöitä, mutta tulevaisuutta on mahdoton ennustaa. Toimeksiantajayrityksen tuotantokapasiteetti on täysin hyödynnetty, sillä kaikilla työntekijöillä on töitä.

5.9.2 Tuotantoprosessi

Tuotantoprosessi on sarja toimenpiteitä ja vaiheita, joiden täytyy toteutua, jotta asiakkaalle saadaan prosessin lopputuote. Toimeksiantajayrityksen tuotannossa on ainakin kaksi prosessia: sähköasennuksen palveluprosessi sekä sähkötarvikkeiden myyntiprosessi. Kun asiakas tarvitsee sähköasennusta tai -suunnittelua, hän tekee yritykselle työtilauksen. Tilaus voidaan tehdä joko puhelimitse tai kasvotusten. Asiakkaan tilaukselle avataan yrityksen järjestelmään työmääräin, johon kirjataan asiakkaan yhteystiedot sekä työkohteen selostus. Työ pyritään hoitamaan mahdollisimman pian riippuen työtilanteesta. Työnjohtaja hoitaa työtilauksen etenemistä ja lähettää asentajan tekemään työn. Työmääräimelle kirjataan tuntityö, joka työhön on asentajalta mennyt sekä mahdolliset tarvikkeet, joita työn tekemiseen on tarvittu. Näistä muodostuu tilauksen loppuhinta, joka laskutetaan asiakkaalta yrityksen järjestelmän kautta.

Asentajien tulee käyttää päivän työaika mahdollisimman tehokkaasti ja järkevästi hyödyksi. Kauempana ja samalla suunnalla sijaitsevat kohteet pyritään

ajoittamaan samalle päivälle, jotta ajomatkoihin ei kuluisi ylimääräistä aikaa eikä syntyisi ylimääräisiä kustannuksia. Pienemmät ja lähellä sijaitsevat asennustyöt tehdään suurempien lomassa ja yleensä niiden jälkeen, kun aikaa on jäljellä. Hiljaisempina päivinä yksi asentaja voi kiertää työkohteita työpäivän aikana. Asentajat saattavat joutua palaamaan työmaalta yrityksen toimipaikalle hakemaan lisää tarvikkeita, mutta asentajien täytyy hoitaa tämä järkevästi ja työaikaa hukkaamatta. Tuotannon suunnittelu ja toteutus on työnjohdon vastuulla, vaikka asentajat toimivatkin itsenäisesti. Kun tuotanto suunnitellaan ja toteutetaan hyvin ja tehokkaasti, pysytään aikataulussa eikä tule lisäkustannuksia aikataulujen viivästymisestä.

Sähkötarvikkeiden myyntiprosessi alkaa yleensä siitä, että asiakas tulee tarvikkemyymälään ja selvittää myyjän kanssa tuotetarpeensa, jollei asiakkaalla ole jo valmiiksi tiedossa mitä hän tarvitsee. Asiakas saattaa myös soittaa tarvikkemyyjälle, selvittää puhelimesta asiansa ja tulla puhelun perusteella ostamaan tuotteet myymälästä. Jollei asiakkaan tarvitsemaa tuotetta löydy tarvikkemyymälästä, myyjä tilaa tuotteen ja asiakas voi noutaa sen myöhemmin. Asiakas voi maksaa ostoksensa paikan päällä myymälässä tai halutessaan ottaa tuotteet laskulle, joka voidaan lähettää hänelle sähköpostilla tai kotiin paperisena.

5.9.3 Tuotannon kehittäminen

Tuotantoa voidaan kehittää esimerkiksi digitalisaation avulla. Tämä tarkoittaisi esimerkiksi mobiilisovelluksien tai muun vastaavien käyttöönottoa. Mobiilisovelluksen avulla asentajat voisivat esimerkiksi merkata heti työtunnit ja tarvikkeet työmääräimelle. Työmääräimelle merkatut tunnit ja tarvikkeet olisi helppo siirtää eteenpäin suoraan laskutukseen. Mobiilisovelluksen käyttöönotto vaatisi resursseja, mutta pitkällä aikavälillä sovelluksen käytöllä olisi myös taloudellista etua ja aikaa säästyisi muuhun työskentelyyn esimerkiksi palkanlaskennan ja laskutuksen suhteen. Jos yrityksen henkilökunta, lähinnä asentajien lukumäärä, kasvaa vielä, yrityksen täytyy tuotantoa ja asentajia varten hankkia lisää pakettiautoja sekä työkaluja, jotta sähköpalveluiden tuotanto toimii

sujuvasti. Uusia toimitiloja yrityksen ei tarvitse miettiä, koska loppuvuodesta 2023 valmistuneet toimitilat ovat kapasiteetiltaan hyvät ja riittävät vielä kauan.

5.9.4 Investoinnit

Investoinnit ovat hankintoja, joita tehdään, jotta yrityksen toiminta olisi tulevaisuudessa tuottavampaa. Investointien tavoitteena on tuottojen saaminen pitkällä aikavälillä eli investointiprosessi kokonaisuudessaan on kestoltaan yleensä pitkä. Varsinkin suurta investointia saatetaan suunnitella aluksi kauan ja investoinnista saatavat tuotot ja vaikutukset saattavat yltää jopa monen kymmenen vuoden päähän. Investointien vaikutukset ovat yleensä myös laajat, eli esimerkiksi yksittäiset investoinnit vaikuttavat muihin, myöhemmin tehtäviin investointeihin. Investoinneilla on yleensä vaikutuksia yrityksen koko toimintaan ja niihin sidotaan usein suuri pääoma. Pääomaa voidaan sijoittaa investoinnissa moniin eri kohteisiin, esimerkiksi laitteisiin, kiinteistöihin, varastoihin ja ohjelmistoihin. Näistä taas vapautuu pääomaa, kun investointi alkaa tuottaa. Investoinnit ovat luonteeltaan epävarmoja, koska tulevaisuus on aina epävarmaa eikä sitä voi ennustaa, joten myöskään investoinnin onnistuvuutta ja lopputulosta ei voi etukäteen ennustaa. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 174–175.) On siis tärkeää, että yritys seuraa investointiensa tilannetta koko ajan ja reagoi muutoksiin niiden vaatimalla tavalla.

Investointeja on erilaisia ja niitä voidaan tarkastella eri näkökulmista. Investointeja voidaan jaotella esimerkiksi siten, mikä on niiden tehtävä yrityksessä. Investoinnit voivat olla lakisääteisiä tai muuten pakollisia, jotka yritys on velvoitettu tekemään. Pakollisia investointeja voivat olla esimerkiksi turvallisuuden tai ympäristöön liittyvät investoinnit. Investoinnit voivat olla myös korvausinvestointeja. Tässä tapauksessa aiemmin tehty investointi, esimerkiksi laitteisto, täytyy korvata uudemmalla tuotannon jatkuvuuden säilyttämiseksi. Yrityksen toimintaa pystytään myös tällöin tehostamaan, kun korvataan vanha teknologia tai toimintatapa nykyaikaisemmalla. Investoinnit voivat olla myös kustannuksia säästäviä investointeja. Tällöin investointien tavoitteena on saada aikaan kustannussäästöjä yrityksen toimintaan esimerkiksi korvaamalla

henkilökuntaa koneilla tai korvaamalla vanha laite uudella ja kustannuksiltaan pienemmällä laitteella. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 176.)

Investoinnit voivat olla luonteeltaan myös sellaisia, että niiden avulla voitaisiin vastata yrityksen nykyisten tuotteiden kysynnän kasvamiseen. Kysynnän kasvu saattaa johtua esimerkiksi siitä, että kysyntä markkinoilla kasvaa yleisesti tai yritys siirtyy uusille markkinoille. Nämä investoinnit ovat esimerkiksi uusi tuotantokone tai muu tuotannon kasvattamiseen liittyvä investointi. Investoinnit voivat olla myös sellaisia, jotka liittyvät yrityksen uusiin tuotteisiin. Tällaiset investoinnit voivat olla esimerkiksi uusien tuotteiden kehittämiseen ja tutkimukseen liittyviä ja myöhemmässä vaiheessa tuotantokapasiteettiin ja tuotteen markkinointiin liittyviä. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 176.)

Investoinnit voidaan vieläkin jaotella aineellisiin ja aineettomiin investointeihin. Aineelliset investoinnit ovat investointeja, jotka liittyvät konkreettisiin asioihin, esimerkiksi yrityksen kiinteistöihin, koneisiin tai laitteisiin. Aineettomat investoinnit ovat esimerkiksi patenteja, ohjelmistokehitystyötä, toiminnanohjausjärjestelmiä sekä tutkimus- ja tuotekehityshankkeita. (Ikäheimo, Malmi & Walden, 2019, s. 177.) Aineettomat investoinnit eivät siis ole niin konkreettisia ja näkyviä kuin aineelliset investoinnit, mutta aineettomilla investoinneilla on tärkeä merkitys yrityksen toiminnan ja toimivuuden kannalta.

Toimeksiantajayrityksen vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan investointeja ovat vuosien aikana olleet esimerkiksi hallin kylmän puolen muuttaminen lämpimäksi valmistustilaksi, kameravalvontajärjestelmän asentaminen, parkkialueen asfaltoiminen sekä autojen hankkiminen. Investointeja on rahoitettu pankkilainojen avulla sekä maksamalla kulut kerralla pois. Muita investointeja Ventelän (2023) mukaan ovat vuosien aikana olleet esimerkiksi autot, erikoistyökalut, trukki varastoon sekä kontit ja työkopit. Uusimmista investoinneista suurin on hänen mukaansa uusi toimitila, sen remonttikulut, kalusteet sekä sisäisen viestinnän näyttökokonaisuudet. Isoja investointeja ei hänen mukaansa ole tällä hetkellä tiedossa.

5.9.5 Laadunvarmistus

Laadunvarmistuksen avulla varmistetaan, että tuotteiden ja palveluiden laatu on tarpeeksi hyvällä tasolla. Toimeksiantajayrityksen vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan asiakkailta saatu palaute ja pysyvät asiakassuhteet antavat tietoa yrityksen palvelun laadusta. Näiden avulla palvelua voidaan kehittää laadultaan paremmaksi. Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on maininta, että laatukäsikirja tullaan laatimaan tulevaisuudessa, ja vuonna 2023 toimeksiantajayritykselle on laadittu laatukäsikirja yhden työntekijän toimesta. Laatukäsikirja sisältää yrityksen toiminnasta yleisiä suuntaviivoja ja toimintamalleja. Laatukäsikirjan tavoitteena on kertoa siitä, millainen on yrityksen laatuajattelu, yrityksen toimintamallit sekä laadunhallinta yleisellä tasolla. Laadunvarmistuksen avulla voidaan saavuttaa korkea asiakastyytyväisyys sekä työturvallinen toimiminen työpaikalla lakien ja asetusten mukaisesti.

5.10 Henkilöstö

Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa kerrotaan yrityksen johdosta ja organisaatiosta, henkilöstön rakenteesta, henkilöstön kehittämisestä sekä henkilöstön hyvinvoinnista ja työkyvyn ylläpidosta.

Yrityksen henkilöstö koostuu usein työntekijöistä, jotka ovat osaajia ja ydinosaajia. Työntekijöiden täytyy olla myös motivoituneita ja yrityksen parasta ajattelevia. Ydinosaajien työpanoksella asiakas saa juuri sellaista lisäarvoa palvelulle tai tuotteelle, jota yritys lupaa asiakkaan saavan. Osaajan työpanos on yritykselle myös tärkeä, sillä osaaja tekee työnsä hyvin ja moitteettomasti, mutta ydinosaajalla on vielä osaajaa paremmat valmiudet työhön. Ydinosaajalla voi olla esimerkiksi jokin tietty koulutus tai ominaisuus, jonka avulla yritys saa tarjottua asiakkaille lisäarvoa. Hyvien työntekijöiden löytäminen ja sitouttaminen yrityksen toimintaan on vaikeaa, sillä etenkin hyvät työntekijät saattavat etsiä aktiivisesti uusia, heille parempia työpaikkoja. Yrityksen täytyy henkilöstöä etsiessään ja palkatessaan miettiä, millaista osaamista yritys tarvitsee toimintaansa varten, jotta se pystyy pärjäämään kilpailussa sekä luomaan asiakkaille lupaamaansa lisäarvoa. (Hesso, 2015, s. 158–162.)

Toimeksiantajayrityksen yritysmuoto on osakeyhtiö ja sillä on hallitus, johon kuuluu 3 jäsentä. Hallituksen tehtävänä on pyrkiä rakentamaan kestävä kilpailuetu ja sen saavuttaminen vaatii myös muutoksia ja uusiutumista. Hallituksen tärkein tehtävä on seurata yrityksen taloutta ja maksuvalmiutta. Hallituksen haastavin tehtävä on osata vastata yrityksen kohtaamiin muutoksiin. Yrityksen menestymisen kannalta tärkeintä on pitää mielessä tulevaisuus ja myös yrityksen senhetkiset asiat ja mahdolliset ongelmat. Hallituksella on parhaimmassa tapauksessa monenlaista osaamista yrityksen johtamisesta käytännönläheiseen työntekoon. Näin hallitus osaa esimerkiksi ajatella työntekijöiden näkökulmasta asioita. (Eloranta, 2018, s. 18.)

Hallituksen konkreettisiin tehtäviin kuuluvat muun muassa toimialan ja sen muutoksien seuraaminen, päätösten tekeminen sekä henkilöstön kanssa vuorovaikutuksessa oleminen. Hallituksen tehtäviin kuuluu myös rekrytointiin, koulutuksiin, uralla etenemisiin ja muuhun yrityksen osaamisen kehittämiseen liittyvät asiat. Hyvän johtajuuden merkitys on suuri jokaisessa yrityksessä. Hyvän johtajuuden avulla henkilöstön työmotivaatio sekä työpaikan ilmapiiri ovat parempia, jolloin työntekijöiden lähtö yrityksestä on epätodennäköisempää. Osakeyhtiölain mukaan hallituksella on yleistoisimivalta yrityksen hallinnosta ja sen toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. (Eloranta, 2018, s. 18–29.) Toimeksiantajayrityksellä ei ole nimettyä toimitusjohtajaa. Hallituksen jäsenillä on omistuksessa eri määrä osakkeita, ja äännet jakautuvat kokouksissa osakemäärien mukaisesti.

5.10.1 Henkilöstön kehittäminen

Yrityksen kannattaa kehittää henkilöstöään, jotta henkilöstön tiedot ja taidot ovat kunnossa. Yritys voi esimerkiksi kouluttaa henkilöstöään erilaisten koulutusten ja seminaarien avulla. Näin henkilöstö voi saada esimerkiksi pätevyyden uuteen työhön yrityksessä, jota hän ei ole ennen joko osannut tai saanut tehdä ilman oikeaa koulutusta ja lupaa. Yritys voi kouluttaa henkilöstöään myös esimerkiksi ensiapukurssilla ja muilla turvallisuuskursseilla, jotka ovat

hyödyllisiä, jos työpaikalla sattuu jokin vaaratilanne. Ventelän mukaan yrityksessä järjestetään ensiapukoulutus joka kolmas vuosi, koska työnantajalla on velvollisuus huolehtia ensiapuvalmiudesta työturvallisuuslain perusteella. Tällöin henkilöstö osaa toimia oikein ja voidaan ehkäistä vakavia vahinkoja. Henkilöstön kouluttamisesta koituu yritykselle kustannuksia, mutta pitkällä aikavälillä tarkasteltuna kouluttaminen on kannattavaa yrityksen toiminnan kannalta, sillä työntekijöiden osaaminen on arvokasta yritykselle. (Ventelä, 2023.) Myös yrityksen sisäinen tiedon jakaminen on tärkeää, sillä niin sanottu ”hiljainen tieto” siirtyy eteenpäin vain keskustelemalla. Näin ehkäistään tietokatkoksia ja työntekijöiden mahdollisten työpaikanvaihdosten tai poismenojen tapahtuessa tiedot ovat tallessa muillakin työntekijöillä.

5.10.2 Työkyky ja sen ylläpito

Työkyky tarkoittaa yksinkertaistettuna yksilön kykyä hankkia työllä toimeentulonsa. Työntekijä on työkykyinen, jos työntekijä suoriutuu työstään ja palautuu työpäivästä taukojen, viikonloppujen ja lomien aikana riittävästi siten, että hyvä työkyky säilyy. Työkyvyn vastakohta on työkyvyttömyys, jota pyritään ehkäisemään terveellisellä ja turvallisella työelämällä. Jos työkyvyttömyyttä kuitenkin jostain syystä esiintyy, työkykyä pyritään palauttamaan ja tukemaan erilaisin keinoin niin itse työntekijän kuin työnantajankin toimesta. Yrityksen toiminnalla on merkittävä rooli työkyvyttömyyden ennaltaehkäisyssä ja työkyvyn tukemisessa ja ylläpitämisessä. Työpaikalla on tärkeää, että työn kuormitus ja työympäristö ovat sellaisia, että työkyky pysyy hyvänä. (Forma, 2023, s. 34–35.)

Sairauspoissaolot voivat liittyä esimerkiksi kausittaisiin sairauksiin, mutta jos työntekijä on toistuvasti ja pitkittyneesti poissa töistä, on se merkki mahdolliselle tuen tarpeelle. Tällainen tuki voi olla esimerkiksi ammatillista kuntoutusta työntekijälle. Työkyvyttömyys voi olla myös määräaikaista esimerkiksi sairastumisen tai tapaturman takia. Osatyökykyisyydessä on kyse siitä, että työkyky on alentunut osittain. Tässä tapauksessa työntekijän työaikaa voidaan vähentää tai työtehtävät voidaan vaihtaa häntä vähemmän kuormittaviin, jolloin työntekoa voi kuitenkin jatkaa työkyvyn mukaisesti. Työntekijä on työkyvytön ja jää

työkyvyttömyyseläkkeelle, jos hän ei kykene ansiotyöhön ollenkaan. Työkyvyttömyyseläke voi olla osittaista tai määräaikaista. (Forma, 2023, s. 35.)

Yrityksen kannattaa ylläpitää työntekijöidensä työkykyä erilaisilla toimilla. Hyvä ja toimiva työterveyshuolto on tärkeä asia työkyvyn ylläpitämisessä. Hyvä työterveyshuolto on sellainen, johon työntekijän on helppo ottaa yhteyttä matalalla kynnyksellä ja palvelu on työntekijän saatavilla nopeasti ja mutkattomasti. Näin esimerkiksi työntekijöiden pienetkin vaivat tulevat hoidetuiksi ajallaan eivätkä pääse pahenemaan ajan kuluessa ja aiheuttamaan pidempiä sairauslomia ja poissaoloja töistä. Toimeksiantajayritys ylläpitää työntekijöidensä työkykyä esimerkiksi tarjoamalla mahdollisuuden käydä hierojalla, kuntosalilla tai uimahallissa yrityksen maksuun. Tämä ylläpitää työntekijöiden fyysistä hyvinvointia, joka taas auttaa ylläpitämään työntekijöiden työkykyä.

Työpaikalla voidaan järjestää myös esimerkiksi kerran vuodessa työhyvinvointi- tai työkyköpäivä eli virkistätymispäivä. Tällaisen päivän avulla työntekijöiden työkykyä ja -hyvinvointia pyritään parantamaan ja ylläpitämään erilaisen aktiviteettien avulla. Aktiviteetit järjestetään yleensä muualla kuin yrityksen omissa tiloissa ja aktiviteetit voivat olla esimerkiksi liikunnallisia tai päättelykykyä vaativia. Aktiviteetit vaativat usein tiimityötä, eli tällaisen päivän tavoitteena on myös ryhmäyttää työntekijöitä sekä saada kohennettua ryhmähenkeä. Myös työpaikan ilmapiirillä on tärkeä rooli työhyvinvoinnissa. Ihanteellisin työilmapiiri olisi sellainen, että kaikilla työntekijöillä olisi mukava ja helppo olla työpaikalla. Jos työpaikalla esiintyy työpaikkakiusaamista, olisi siihen puututtava välittömästi ja ehkäistävä työpaikkakiusaamisen syntymistä. Hyvä työilmapiiri vaikuttaa positiivisesti työntekijöiden henkiseen hyvinvointiin ja auttaa sitä kautta jaksamaan paremmin töissä.

Toimeksiantajayrityksessä on Ventelän mukaan työturvallisuuspäällikkö, työsuojeluvaltuutettu ja -toimikunta. Näiden valitsemiseen järjestetään joka toinen vuosi työsuojeluvaalit. Heidän tehtävänä on opastaa työntekijöitä työturvallisuuden liittyvissä asioissa. Työturvallisuuspäällikkö on vastuussa työpaikan työturvallisuudesta ja varmistaa omalta osaltaan, että työtapaturmia ei pääse tapahtumaan. (Ventelä, 2023.) Työnantajan tulee antaa työntekijöille

asianmukaiset työvaatteet. Työvaatetukseen kuuluu sähköasentajilla muun muassa turvakengät, kypärä ja tarvittaessa suojalasit sekä työhousut ja -takki tai haalarit. Oikein käytettyinä asianmukaiset työvarusteet ehkäisevät vakavia työtapaturmia. Työtapaturman sattuessa siitä pitää tehdä asianmukaiset raportit eteenpäin esimerkiksi sairauslomaa ja työtapaturmavakuutusta varten. Asentajilla täytyy olla myös voimassa oleva työturvallisuuskortti.

5.11 Riskit

Tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa kerrotaan toimeksiantajayritykseen liittyvistä riskeistä. Riskeistä kerrotaan liiketoimintasuunnitelmassa riskienhallintaperiaatteista, yritykseen kohdistuvista riskeistä eriteltyinä, riskeihin varautumisesta sekä yrityksen vakuutuksista. Riskit ovat yrityksen toimintaan kohdistuvia negatiivisia uhkia. Yrityksen on osattava varautua riskeihin, jotta yrityksen toiminta pysyy vakaana ja toiminnalla on mahdollisuus kasvaa ilman suuria takaiskuja.

5.11.1 Riskienhallinta

Riskienhallinta on yritystoiminnan häiriöttömyyden ja jatkuvuuden varmistamista. Riskienhallintaan liittyy myös ihmisten, omaisuuden, tiedon, maineen ja ympäristön turvaamista. Kokonaisvaltaisessa riskienhallinnassa pyritään hallitsemaan laajasti koko organisaatiota koskettavia riskejä. Riskienhallinta on yrityksessä toimivinta ja tehokkainta, kun yrityksen kaikki työntekijät osallistuvat siihen ja tekevät omalta osaltaan kaiken mahdollisen riskien hallitsemiseksi. Riskienhallinta on luonteeltaan ennakoivaa, suunnitelmallista sekä järjestelmällistä toimintaa, jonka avulla voidaan vähentää riskejä sekä välttää niistä aiheutuvia vahinkoja. Riskienhallinta voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen: riskien tunnistaminen, riskien analysointi ja riskienhallintakeinojen määrittely. (Viitala & Jylhä, 2019, kohta Yritystoiminnan riskienhallinta.)

Riskienhallinnan prosessi alkaa tunnistamalla ja ryhmittelemällä riskit, jotka ovat mahdollisia yrityksen toimintaan liittyen. Riskejä voidaan tunnistaa

erilaisilla menetelmillä, joita ovat esimerkiksi tarkistuslistat tai asiantuntijoiden tarkastukset. Riskit voidaan ryhmitellä niiden luonteen mukaan seuraavanlaisiin ryhmiin: henkilö-, liike-, omaisuus-, rikos-, tuote-, tieto-, ympäristö-, sekä sopimus- ja vastuuriskit. Riskit voidaan ryhmitellä myös strategisiin eli liiketoiminnallisiin, taloudellisiin, operatiivisiin ja vahinkoriskeihin. Strategisia riskejä ovat esimerkiksi äkilliset muutokset markkinoilla, taloudellisia ovat esimerkiksi rahoitusvaikeudet tai sopimusrikkomukset, operatiivisia ovat esimerkiksi viat tietojärjestelmissä sekä ongelmat laadussa ja ilmapiirissä ja vahinkoriskejä ovat esimerkiksi tulipalo, vahingot kuljetuksessa, tietovuodot sekä ympäristöriskit. (Viitala & Jylhä, 2019, kohta Riskien tunnistaminen.)

Yrityksellä saattaa olla ihmisiin sitoutunutta osaamista eli osaamispääomaa. Osaamispääomaan liittyvät riskit voidaan jakaa kahteen pääkategoriaan, jotka ovat yrityksen toiminnalle arvokas tieto sekä ihmiset, joiden osaaminen on pääosin hiljaista tietoa ja osaamista. Ensimmäinen kategoria liittyy tietoriskiin, jossa tieto tai tietojärjestelmä ei ole käytettävissä, se on muuttunutta tai virheellistä, se on hävinnyt tai joutunut väriin käsiin. Toinen kategoria liittyy yrityksen osaajien toimintakyvyn heikkenemiseen, työuupumukseen, luovuuden menettämiseen sekä heidän lähtönsä yrityksestä. Näistä koituu yrityksen toimintaan katkoksia ja virheitä, jotka liittyvät erilaisiin yrityksessä käynnissä oleviin prosesseihin. (Viitala & Jylhä, 2019, kohta Riskien tunnistaminen.)

Henkilöriskeihin liittyvät myös työsuhderiskit, joita ovat esimerkiksi epäonnistunut rekrytointi, henkilöstön vaihtuvuus, työyhteisön ristiriidat, työympäristössä olevat mahdolliset terveyttä tai turvallisuutta uhkaavat tekijät sekä työpaikalla joko henkilöstöön tai yrityksen omaisuuteen liittyvät vahingonteot. Ympäristöriskit ovat vahinkoja, jotka aiheutuvat liiketoiminnan mahdollisesta toiminnasta ympäristölle. Ympäristöriskejä ovat esimerkiksi vaarallisten aineiden virheellinen käsittely tai tuotannon tekninen häiriö. Nämä riskit kohdistuvat ihmisten terveyteen, elin- tai työympäristöön sekä muihin eliöihin ja fyysiseen ympäristöön. (Viitala & Jylhä, 2019, kohta Riskien tunnistaminen.)

Riskien tunnistamisen jälkeen analysoidaan riskit. Riskianalyysin tarkoituksena on ymmärtää riskin luonne ja määritellä riskin taso. Näin saadaan selville

riskien todennäköisyys ja esiintymistiheys sekä voidaan arvioida riskien toteutumisen mahdollisia seuraamuksia. Riskianalysissä voidaan analysoida esimerkiksi riskityyppejä, riskien toteutumisesta seuranneita vaikutuksia eli vahinkoja ja tappioita, syitä riskin toteutumiselle, riskienhallintatoimenpiteitä sekä uusia riskienhallintatoimenpiteitä kustannuksineen, riskien merkittävyyttä, riskien riippuvuussuhteita sekä riskien historiaa, jos kyseessä on ennemminkin havaittu riski. Riskianalyysin perusteella voidaan päättää, mitä riskejä yritys ottaa ja mitä riskienhallintakeinoja niihin käytetään. Päätöksessä otetaan huomioon taloudellinen vaikutus sekä riskin toteutumisen todennäköisyys. (Viitala & Jylhä, 2019, kohta Riskien analysointi.)

Vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan ainakin taloudellisten riskien hallinta toimeksiantajayrityksessä edellyttää yrityksen hallitukselta ja taloushallinnon vastaavalta henkilöltä jatkuvaa taloudellisen tilanteen seuranta ja ennakoimista. Myös työtilanteeseen liittyviä riskejä voidaan hallita seuraamalla ja ennakoimalla työtilannetta. Nämä pitävät edelleen paikkansa, sillä näitä riskejä voidaan parhaiten hallita seuraamalla ja ennakoimalla. Riskejä on vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan otettu maltilla ja miettimällä huolellisesti tulevaisuutta, mikä myös pitää edelleen paikkansa yrityksessä. Ventelän (2023) mukaan riskejä kartoitetaan myös yhteistyössä työterveyshuollon kanssa. Työterveyshuollon toimintasuunnitelman avulla saadaan tietoa terveyteen liittyvistä riskeistä ja toimintatapoja niiden minimoimiseksi.

5.11.2 Riskeihin varautuminen

Yritys voi varautua riskeihin esimerkiksi seuraavien keinojen avulla: riskin välttäminen, pienentäminen, jakaminen sekä siirtäminen. Yritys voi välttää riskejä esimerkiksi tarkastuttamalla erilaiset sopimukset, ymmärtämällä asiakkaan preferenssit ja näin minimoimalla reklamaatiot sekä tarkastuttamalla tilat ammattilaisen avulla ennen niiden käyttöä esimerkiksi terveyttä uhkaavien ongelmien ja riskien välttämiseksi. Yritys voi pienentää riskejä esimerkiksi kouluttamalla henkilökuntaa, panostamalla tiedon kulkuun yrityksen sisällä ehkäisten näin esimerkiksi väärinymmärryksiä sekä pitämällä huolta työntekijöiden

hyvinvoinnista. Riskejä voidaan jakaa esimerkiksi valitsemalla useampi tavaranomittaja, hankkimalla useampi asiakas parin ison sijasta sekä jakamalla yrityksen toimintaa usealle paikkakunnalle. Yritys voi siirtää riskejä esimerkiksi ulkoistamalla jonkin yrityksen osa-alueen ulkopuolisen tahon hoidettavaksi. Myös vakuutuksien avulla voidaan siirtää riskejä. Yrityksen täytyy tietää riskinsietokykynsä sekä yrityksen oman alan ominaispiirteet, jotta se voi välttää riskejä ja määritellä sen, missä määrin yrityksen kannattaa siirtää riskejään vakuutusyhtiön hoidettavaksi. (Hesso, 2015, s. 182–185.)

5.11.3 Vakuutukset

Vakuutuksen avulla yritys voi turvata jonkin riskin alaiset asiat. Yritys tekee vakuutuksenantajan kanssa sopimuksen vakuutuksesta ja suorittaa vakuutuksesta vakuutusmaksun vakuutuksenantajalle. Vakuutus sopimuksessa osapuolet sopivat siitä, millaisen vahingon tai minkä osan vahingon aiheuttamista taloudellisista tappioista vakuutuksenantaja korvaa riskin toteutuessa eli vahingon sattuessa. Vakuutukset voivat olla joko vapaaehtoisesti hankittuja tai lakisääteisiä, pakollisia vakuutuksia. (Rantala & Kivisaari, 2020, kohta 2.2.1 Vakuutus käsitteenä.)

Vakuutuksilla on erilaisia ominaisuuksia, kuten sattumanvaraisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että ennalta ei voida tietää, toteutuuko riski, jota varten vakuutus on otettu ja kuinka suurena riski toteutuu. Riskin toteutuminen ei myöskään saa riippua vakuutuksenottajasta, eli vakuutuksenottaja ei saa toteuttaa riskiä tahallaan ja saada siitä korvausta. Toinen vakuutuksen ominaisuus on vahingonmahdollisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että vakuutus koskee vain ennalta sovitua korvausta mahdollisen vahingon sattuessa ja korvaus edellyttää sitä, että vahinko tapahtuu sellaisin ehdoin, jotka oikeuttavat vakuutuksenottajan korvauksen saantiin. Kolmas ominaisuus on vakuutusmaksun ja riskin keskinäinen vastaavuus. Tämä tarkoittaa sitä, että vakuutusmaksun tulee olla riittävä suuruudeltaan riskiä vastaava. Neljäs ominaisuus on se, että vakuutuksenantaja tekee samanlaisen vakuutus sopimuksen usean eri vakuutuksenottajan kanssa. Tällöin samanlainen järjestely koskee useita riskejä ja

vakuutuksenottajia samanlaisesti. Viides ominaisuus on se, että vakuutukseen kuuluu erillinen subjekti. Tämä tarkoittaa sitä, että vakuutuksenantajan täytyy olla vakuutuksenottajasta riippumaton, erillinen subjekti. Yleensä vakuutuksen ottaa riskin alainen henkilö tai yritys itse, mutta vakuutus voidaan ottaa myös niin sanotun ”kolmannen osapuolen” hyväksi. Esimerkiksi työnantaja ottaa työntekijöillensä eläkevakuutuksen, jolloin työnantaja on vakuutuksenottaja. (Rantala & Kivisaari, 2020, kohta 2.2.2 Vakuutuksen ominaisuuksia.)

Toimeksiantajayrityksellä on erilaisia vakuutuksia. Jotkut vakuutuksista ovat lakisääteisiä, jotkut vapaaehtoisia. Ventelän (2023) mukaan yrityksen vakuutuksia ovat esimerkiksi ajoneuvovakuutukset, tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus, vapaa-ajan tapaturmavakuutus, työkykyvakuutus henkilöstölle, yksilöllinen yritysturva sekä yritysvakuutus, johon sisältyy omaisuus, toiminnan jatkuvuus, vahingonkorvaus, oikeudenkäynnin kustannukset sekä kuljetukset. Yritys kilpailuttaa vakuutusyhtiöitä tarpeen tullen.

5.12 Talous

Toimeksiantajayrityksen taloudesta kerrotaan tässä liiketoimintasuunnitelman luvussa esimerkiksi yrityksen kannattavuudesta ja maksuvalmiudesta, taloudellisesta kasvusta sekä taloushallinnosta ja talouden seurannasta. Opinnäytetyössä kerrotaan myös tunnusluvuista yleisesti, jonka avulla lukija saa yleiskatsauksen yrityksen taloudellisen tilanteen seuraamisesta ja analysoinnista.

5.12.1 Tunnusluvut

Yleisesti käytössä olevia yrityksen toiminnan mittareita ovat esimerkiksi henkilöstön määrä, liikevaihto sekä taseen loppusumma. Näiden mukaan yritykset jaotellaan pieniin, keskisuuriin ja suuriin yrityksiin. Tunnuslukujen avulla saadaan tietoa yrityksen tilinpäätöksestä ja taloudellisesta tilanteesta sekä pystytään seuraamaan yrityksen taloudellista kehitystä. Tunnuslukuja voidaan laskea yrityksen tilinpäätöksen pohjalta ja ne mahdollistavat vertailun toisiin yrityksiin. Vertailua voidaan tehdä niin, että eri toimialoilla toimivia ja kooltaan

vaihtelevia yrityksiä vertaillaan keskenään. Tunnuslukujen arvioinnissa otetaan huomioon useampi tunnusluku kerrallaan sekä yrityksen strategia ja toimiala. Tunnuslukujen laskemiseksi oikaistaan tilinpäätös, eli esimerkiksi poistetaan joitain kertaluonteisia eriä, jotta tunnusluvut ovat yritysten välillä vertailukelpoisia ja ajantasaisia. Tunnusluvut voidaan jakaa kolmeen eri pääryhmään: kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden tunnusluvut. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 316.)

Kannattavuuden tunnuslukujen avulla saadaan tietoa yrityksen taloudellisesta tehokkuudesta. Yksi kannattavuuden tunnusluku on käyttökateprosentti, joka on yrityksen tulos ennen korkoja, veroja, poistoja ja velan lyhennyksiä. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 317.) Käyttökate lasketaan seuraavanlaisesti:

$$\frac{100 \times \text{Todellinen käyttökate}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}}$$

Toinen kannattavuuden tunnusluku on sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti kertoo yrityksen kannattavuudesta suhteessa sen käyttämiin resursseihin ja pääomaan. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 320.) Sijoitetun pääoman tuotto prosentti on Ventelän (2023) mukaan yleispätevin kannattavuuden mittari ja se soveltuu hyvin myös eri toimialojen vertailuun. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti lasketaan seuraavanlaisella kaavalla:

$$\frac{100 \times (\text{Nettotulos} + \text{Rahoituskulut} + \text{Verot})}{\text{Sijoitettu pääoma keskimäärin tilikaudella}}$$

Maksuvalmiuden keskeisiä tunnuslukuja ovat quick ratio ja current ratio. Erona näiden lukujen välillä on se, miten maksuvalmiuden arvioinnin perustana olevat varat on määritelty. Quick ratiossa perustana on rahoitusomaisuus ja current ratiossa huomioon otetaan myös vaihto-omaisuus. Rahoitusomaisuus koostuu rahoista ja pankkisaamisista, myyntisaamisista, lainasaamisista, ennakkomaksuista, siirtosaamisista sekä muista rahoitusvaroista. Vaihto-omaisuus koostuu sellaisenaan tai jalostettaviksi myytävistä hyödykkeistä. Quick ration tulkinta on seuraavanlainen: yli 1 on hyvä, 0,5–1 on tyydyttävä ja alle

0,5 on heikko. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 320.)

Quick ratio lasketaan seuraavanlaisesti:

$$\frac{\text{Rahoitusomaisuus - Osatuloutuksen saamiset}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma - Lyhytaikaiset saadut ennakot}}$$

Current ration tulkinta on seuraavanlainen: yli 2 on hyvä, 1–2 on tyydyttävä ja alle 1 on heikko (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 321).

Current ratio lasketaan seuraavanlaisesti:

$$\frac{\text{Rahoitusomaisuus + Vaihto-omaisuus}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma}}$$

Vakavaraisuuden keskeisin tunnusluku on omavaraisuusaste. Omavaraisuusaste liittyy oman ja vieraan pääoman väliseen suhteeseen. Omavaraisuusasteen avulla suhteutetaan oma pääoma koko pääomaan. Omavaraisuusasteen tulkinta on seuraavanlainen: yli 40 % on hyvä, 20–40 % on tyydyttävä ja alle 20 % on heikko. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 321.)

Omavaraisuusaste lasketaan seuraavanlaisesti:

$$\frac{100 \times \text{Oikaistu oma pääoma}}{\text{Oikaistu taseen loppusumma - saadut ennakot}}$$

Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on käytetty toimeksiantajayrityksen taloudellisen tilanteen ja toiminnan tunnuslukuina ainakin sijoitetun pääoman tuotto prosenttia, omavaraisuusastetta sekä quick ratiota ja current ratiota. Uudessa liiketoimintasuunnitelmassa tullaan käyttämään Ventelän (2023) toiveiden mukaisesti edellä kuvattuja käyttökateprosenttia, sijoitetun pääoman tuotto prosenttia, quick ja current ratiota sekä omavaraisuusastetta.

5.12.2 Kannattavuus

Kannattavuus tarkoittaa tuottojen ja kustannusten erotusta sekä kykyä tuottaa voittoa suhteessa yrityksen kustannuksiin ja liikevaihtoon. Kannattavuus on yrityksen menestymisen kannalta yksi tärkeimmistä asioista. Sitä voidaan parantaa esimerkiksi myyntihinnalla, yksikkökustannuksilla, kokonaiskustannuksilla tai myyntimäärällä. Kannattavuutta voidaan mitata kahdella tavalla:

absoluuttisesti ja suhteellisesti. Absoluuttisesti mitattaessa käytetään rahamääräisiä mittareita, kuten esimerkiksi myyntikatetta tai liikevoittoa. Absoluuttisten mittareiden avulla on vaikea vertailla erikokoisia yrityksiä, sillä esimerkiksi suuremmalla yrityksellä täytyy olla rahamääräisesti parempi käyttökate kuin pienemmällä yksittäisellä saman alan yrityksellä. Suhteellisesti kannattavuutta tarkastellaan suhteessa myyntiin tai sijoitettuun pääomaan. Suhteellisen kannattavuuden mittareita ovat esimerkiksi myyntikateprosentti, liikevoittoprosentti ja sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Suhteellisten mittareiden avulla voidaan vertailla erikokoisia yrityksiä. Kannattavuus on pitkän aikavälin tavoite sekä yritystoiminnan päätavoite. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 65–66.)

Kriittisen pisteen avulla selviää, missä kohtaa yrityksen toiminta muuttuu kannattavaksi sekä tuote- että yritystasolla. Kriittisen pisteen avulla voi myös selvittää, millainen tuotteen tai yrityksen kulurakenne on. Sen avulla saa myös selville, millainen kuukausi- tai vuosiliikevaihto sekä tunti- ja päivälaskutus tarvitaan kulujen kattamiseen. Kriittisen pisteen avulla voi kokeilla, miten kiinteät ja muuttuvat kulut sekä niiden vaihtelu vaikuttavat yrityksen kannattavuuteen. (Hesso, 2015, s. 167–169.)

5.12.3 Maksuvalmius

Maksuvalmius tarkoittaa yrityksen valmiutta suoriutua maksuistaan. Maksuvalmius on lyhyen aikavälin tavoite, sillä yrityksen on aina pystyttävä suoriutumaan maksuistaan. Maksuvalmiutta mitataan eri tunnusluvuilla, esimerkiksi current tai quick ratiolla. Näiden tunnuslukujen avulla pystytään helposti vertailemaan rahaksi muutettavan omaisuuden riittävyttä suhteessa lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen, 2017, s. 66–67.)

Yritys on maksukyvytön, kun se ei kykene maksamaan maksujaan käytettävissä ja saatavissa olevan rahoituksen avulla. Käytännössä yrityksen maksukyvyttömyys ilmenee maksuhäiriöinä ja -viiveinä. Maksukyvyttömissä

y yrityksissä esiintyy tutkimusten mukaan yleensä nämä tekijät: heikko vakava-raisuus ja tulorahoitus sekä vähäiset likvidit varat suhteessa lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan. (Laitinen & Laitinen, 2014, s. 10–109.) Jos yritys on tilanteessa, jossa maksukyvyn menettäminen on mahdollinen ja uhka yrityksen toiminnalle, tilannetta voi yrittää parantaa muutamain eri keinoin. Yritys voi esimerkiksi tarkastella ja tehostaa kassavirran hallintaa, lyhentää myyntisaa-tavien maksuaikoja tai neuvotella pidempiä maksuaikoja ostolaskuille.

Vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan laskutuksen ja maksusaamisten tulee olla jatkuvaa ja suuria pakollisia menoeriä täytyy osata ennakoida sekä varautua niihin. Nämä asiat ovat tärkeitä, jotta maksuvalmius pysyy koko ajan hyvänä, eikä yrityksestä tule maksukyvyttö. Ventelän (2023) mukaan yrityksen maksuvalmiutta seurataan esimerkiksi hallituksen kokouksissa sekä päivittäisten raha-asioiden avulla.

5.12.4 Taloudellinen kasvu

Taloudellisen kasvun edellytys on tuotannontekijöiden määrän lisääntyminen. Tuotannontekijöiden määrän lisääntymiseen vaikuttavat työn teon, pääoman ja henkisen pääoman määrä sekä teknologian kehitys. Henkinen pääoma on ihmisiin sitoutunutta tietoa. Teknologia tarkoittaa tässä tapauksessa niitä tietoja ja ideoita siitä, miten tuotannontekijöistä saadaan lopputuotteita. Teknologia on tietoa, joka on yrityksessä kaikkien käytettävissä ja henkinen pääoma on sitoutunut yhteen työntekijään. Teknologian kehitys taas tarkoittaa tässä tapauksessa sitä, että samalla määrällä tuotannontekijöitä saadaan joko enemmän tai laadultaan parempia lopputuotteita tai kokonaan uusia tuotteita. Erilaisilla investoinneilla saadaan työn tuottavuutta kasvuun, sillä mitä enemmän on työvälaineitä, sitä enemmän saadaan aikaan. Myös koulutuksella saadaan aikaan työn tuottavuutta, sillä työntekijöiden hyvällä osaamisella saadaan parempaa ja monipuolisempaa työn jälkeä. (Pohjola, 2019, s. 164–168.) Taloudelliseen kasvuun vaikuttaa myös kysyntä eli se, kuinka paljon yrityksen tuotteita ja palveluita halutaan. Jos kysyntää on paljon, tuotannontekijöitä tarvitaan lisää ja yrityksen liikevaihtokin kasvaa.

Vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan toimeksiantajayrityksen liikevaihto on vuonna 2013 ja sitä edeltävinä kolmena vuonna kasvanut tasaisesti. Silloinen kasvutavoite on ollut, että liikevaihto ylittäisi miljoonan euron rajan. Ventelän (2023) mukaan liikevaihdon kasvutavoite on ylittynyt helposti. Hänen mukaansa liikevaihto on kasvanut esimerkiksi viimeiset viisi vuotta tasaisesti ja viimeksi päättyneellä tilikaudella huomattavasti. Yrityksen talouden nykytila onkin hänen mukaansa erinomainen ja liikevaihdon odotetaan edelleen kasvavan. Myös yrityksen maksuvalmius on ollut hänen mukaansa koko tilikauden ajan erinomainen.

5.12.5 Talouden seuranta

Toimeksiantajayrityksen taloutta seurataan vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan lukemalla yrityksen tuloslaskelmaa ja taloutta sekä tarkkailemalla pankkitilin saldon lukemia. Tilinpäätöksen yhteydessä yritys on saanut tietoa tunnusluvuista sekä tilintarkastuksen jälkeen on saatu raportti, joka antaa tietoa siitä, miten yrityksen taloutta on hoidettu. Ventelän (2023) mukaan hallituksen kokouksissa käydään läpi tuloslaskelmat ja taseet, maksuvalmius, työtilanne sekä tilanne yleisesti ja ennakoidaan tulevaa. Ventelän mukaan toimihenkilöpalavereissa käydään läpi työtilanne, tulevat ja laskennan alla olevat urakat sekä työntekijäresurssit. Hänen mukaansa yrityksen käyttämän ohjelmiston ostoreskontrasta näkee kassavirtaennusteen talouden seurantaan varten, kun kaikki tarpeelliset tiedot on tallennettu. Hänen mukaansa tilitoimisto tekee yrityksen lopullisen kirjanpidon ja laskelmat tarvittaessa sekä laskuttaja seuraa myyntisaatavia ja perii niitä tarvittaessa.

5.13 Tulevaisuus

Liiketoimintasuunnitelman viimeinen luku käsittelee toimeksiantajayrityksen tulevaisuutta. Tulevaisuudesta käydään läpi toimeksiantajayrityksen tulevaisuuden näkymät, visio, tavoitteet ja strategiat.

5.13.1 Tulevaisuuden näkymät

Vuonna 2013 toimeksiantajayrityksen liiketoimintasuunnitelmassa on kuvattu, mitä yritykselle tulee tulevaisuudessa tapahtumaan. Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on esimerkiksi sanottu, että yritys tulee kasvamaan maltillisesti ja saamaan lisää asiakkaita, niin yritys- kuin yksityisasiakkaitakin. Kilpailijoista on sanottu, että uusia alan toimijoita tulee samalle alueelle, mutta ne eivät ole välitön uhka, sillä yrityksen asema on vakiintunut hyvin alueella. Toiminta-alueen on kuvattu laajenevan Harjavallan ja Eurajoen suuntaan ja kuntasektorilla yritys tulee tarjoamaan enemmän töitä. Liikevaihdon on ennustettu ylittävän miljoonan euron rajapyykin. Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa uhkien on ennustettu olevan esimerkiksi tärkeiden yritysasiakkaiden toiminnan loppuminen tai sähkötöiden keskittäminen suurille rakennusyrityksille. Yrityksen henkilökunnan on ennustettu kasvavan ja toiminnan laajenevan myös uusille toimialoille ja tarviketarjonnan monipuolistuvan.

Ventelän mukaan yrityksen tulevaisuuden näkymät ovat tällä hetkellä sellaiset, että töitä tulee riittämään tulevaisuudessakin. Hänen mukaansa esimerkiksi mahdolliset uudet tehtaat ja tuotantolaitokset lähialueilla tuottavat lisää töitä ja kunnossapitotöitä riittää aina. Toisaalta rakennusalan talouden lasku saattaa vaikuttaa negatiivisesti tulevaisuuden työtilanteeseen. Hänen mukaansa myös niin sanottuja vihreitä arvoja ja ekologisuutta arvostetaan vielä enemmän tulevaisuudessa, joten siihen kannattaisi panostaa ja edistää vihreämpää tulevaisuutta yrityksen omalta osalta. (Ventelä, 2023.)

5.13.2 Visio

Toimeksiantajayrityksen vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on laadittu vuonna 2013 visio, jossa on seitsemän kohtaa. Yrityksen tavoitteena on ollut toteuttaa ne vuoteen 2018 mennessä. Ensimmäinen kohta on henkilöstö. Tavoitteena on ollut, että henkilöstöön kuuluisi 16 työntekijää. Tämä visio on toteutunut, sillä henkilöstöä on vuoden 2023 lopussa 33 työntekijää. Toinen kohta on tuotteet, joka tavoitteena on ollut nykyisten tuotteiden lisäksi lvi-tuotteet. Tämä visio on toteutunut, sillä Ventelän (2023) mukaan yrityksen

tarjontaan kuuluvat tällä hetkellä muun muassa ilmalämpöpumput, aurinkopaneelit, kuituhitsaukset ja paloilmoitintyöt. Kolmas kohta on liikevaihto, jonka tavoitteena on ollut 1 500 000 euroa. Tämä visio on Ventelän mukaan toteutunut, sillä liikevaihto on ylittänyt tavoitteen reilusti.

Neljäs kohta on toimitilat, joiden tavoitteena on ollut hallin laajennus ja muun muassa sosiaalitilojen saneeraus. Tämä visio on Ventelän (2023) mukaan toteutunut, sillä hallia on laajennettu ja uudet, isommat toimitilat ovat valmistuneet vuoden 2023 lopulla. Viides kohta on piha-alue, jonka tavoite on ollut parkkialueen asfaltointi. Tämä visio on toteutunut, sillä parkkialue on asfaltoitu. Kuudes kohta on imago, jonka tavoitteena on ollut, että yritys olisi paikkakunnan suurin, tunnetuin ja monipuolisin yritys. Ventelän mukaan tämä visio on toteutunut, sillä yritys on vakiinnuttanut asemansa paikkakunnalla ja on paikkakunnan suurin sähköurakointiyritys. Seitsemäs kohta on muut asiat, jonka tavoitteena on ollut, että yritys olisi haluttu ja arvostettu työpaikka, jossa asiat hoidetaan esimerkillisesti. Tämä visio on Ventelän mukaan toteutunut, sillä yritys on työpaikkana arvostettu ja haluttu ja asiat hoidetaan mahdollisimman esimerkillisesti.

Uusi visio on Ventelän mukaan seuraavanlainen: pysyä edelleen paikkakunnan suurimpana yrityksenä, lisätä tunnettua laajemmin Satakunnassa, saada verkostoitumisen kautta lisää työmahdollisuuksia, palkata lisää toimihenkilöitä sekä asentajia, siirtää painopiste asiakkaissa enemmän teollisuusyrityksiin kuin yksityisasiakkaisiin sekä panostaa laatuun (Ventelä, 2023).

5.13.3 Strategia

Toimeksiantajayrityksen strategia vuonna 2013 vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan on ollut seuraavanlainen: Yrityksen strategia on tehdä ammattitaitoista suunnittelu- ja sähköasennustyötä sekä myydä laadukkaita sähkötarvikkeita sekä yritys- että yksityisasiakkaille. Näin tarkoituksena on luoda asiakastyytyväisyyttä turvaamalla laitteiden toimivuus, luoda turvallisuutta ja mukavuutta. Toimeksiantajayrityksen uusi strategia vuonna 2023 on Ventelän

(2023) mukaan seuraavanlainen: Yrityksen strategia on asiakkaiden laadukas palveleminen sekä laadukkaiden sähkötarvikkeiden tarjoaminen asiakastytyväisyys, laitteiden toimivuus, turvallisuus sekä mukavuus mielessä pitäen. Strategiaan kuuluu myös henkilöstön koulutus tarpeiden ja standardien mukaan, henkilöstön työkykyyn ja hyvinvointiin panostaminen esimerkiksi työterveyshuollon ja työhyvinvointipäivien avulla sekä hyvän työilmapiirin ylläpitäminen työpaikalla. Strategia pitää sisällään myös imagon parantamisen muun muassa uusilla, asianmukaisilla toimitiloilla sekä toimihenkilö- ja kuukausipalaverien pitäminen koko henkilöstölle seurantaa, resursseja sekä informaation jakoa varten.

5.13.4 Tavoitteet

Vanhassa liiketoimintasuunnitelmassa on kuvattu vuonna 2013 asetetut tavoitteet. Ensimmäinen tavoite liittyy yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen ja kasvuun. Tavoitteiksi asetettiin, että kannattavuus olisi 20 prosenttia liikevaihdosta ja liikevaihto olisi noin 10 prosenttia suurempi kuin edellisen vuoden liikevaihto. Ventelän (2023) mukaan tämä tavoite saavutettiin. Toinen tavoite liittyy asiakkaisiin. Tavoitteena oli tehdä esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyjä ja näiden tulosten perusteella asettaa tavoite asiakastytyväsyydelle ja saada se kasvuun. Asiakastytyväisyyskyselyjä ei Ventelän mukaan tehty.

Kolmas vanhan liiketoimintasuunnitelman tavoite liittyy yrityksen toimintaan eli laatuun. Laatu voitaisiin vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan mitata tuotteen tai palvelun laatuvirheiden määrällä ja tulosten perusteella miettiä, ovatko virheiden syyt ulkoisia tekijöitä vai yrityksen omasta toiminnasta johtuvia. Tämän perusteella suunniteltaisiin mahdolliset korjaustoimenpiteet ja parannettaisiin laatua. Laatuun on edelleenkin Ventelän (2023) mukaan panostettu niin tarvikkeiden kuin työnkin osalta. Neljäs tavoite liittyy henkilöstöön ja osaamiseen eli työilmapiiriin ja koulutukseen. Suunnitelmana oli vanhan liiketoimintasuunnitelman mukaan tehdä henkilöstölle tyytyväisyyskyselyitä kehityskeskustelujen ohessa sekä tehdä taulukko henkilöstön koulutustasosta. Näistä saatavien tulosten perusteella asetettaisiin tavoitteet ja pyrittäisiin

parantamaan työilmapiiriä ja koulutustasoa. Tällaista kyselyä ei Ventelän mukaan tehty, mutta henkilöstön koulutustaso ja työilmapiiri ovat hyvällä tasolla.

Uusina tavoitteina on Ventelän mukaan esimerkiksi jatkaa taloudellista kasvua edelleen ja panostaa työn laatuun. Nämä tarkoittavat hänen mukaansa sitä, että töitä riittää tulevaisuudessakin hyvin ja työn laatuun eli esimerkiksi työvälineisiin ja -tekniikoihin kiinnitetään entistä enemmän huomiota ja pyritään parantamaan niitä entisestään. (Ventelä, 2023.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön loppukommentit toimeksiantajan puolesta antoi Marja Ventelä. Hänen mielestään päivitetty liiketoimintasuunnitelma on laadittu mielenkiintoisesti, se on helppolukuinen ja etenee loogisesti. Opinnäytetyön raporttiosan eri osioissa on hänen mukaansa kerrottu hyvin, mitä käsitelty asia tarkoittaa ja mitä näkökohtia siinä pitää ottaa huomioon eli hänen mukaansa henkilö ensimmäistä kertaa lukiessaan ymmärtää asian osan kokonaisuudesta ja sen tarkoituksen. Hänen mukaansa myös lähteitä on työssä käytetty monipuolisesti ja ne ovat luotettavia. Hänen mukaansa koska liiketoimintasuunnitelma on päivitetty versio vanhasta, viittaukset vanhaan suunnitelmaan näyttivät selkeästi, kuinka asiat ovat kymmenessä vuodessa muuttuneet ja miten yrityksen kehittäminen on mennyt oikeaan suuntaan. Opinnäytetyössä on hänen mukaansa pohdittu ja kommentoitu sekä annettu uusia näkökantoja asioiden toteuttamiselle ja tavoitteiden saavuttamiselle.

Omasta mielestäni toimeksiantajayritys saa tästä opinnäytetyöstä käyttöönsä kattavan liiketoimintasuunnitelman, jonka avulla on helppo seurata yrityksen toimintaa ja kehitystä. Uusi liiketoimintasuunnitelma julkaistaan toimeksiantajayrityksen käyttöön PDF-muodossa ja se on ulkonäöltään modernimpi ja selkeämpi, sekä sisältää ajankohtaisia tietoja yrityksen toiminnasta. Kehittämissuosituksena tämän työn pohjalta ehdottaisin, että toimeksiantajayritys ottaisi

päivitetystä liiketoimintasuunnitelmasta uusia toimintatapoja käyttöönsä ja pyrki tavoittelemaan liiketoimintasuunnitelmassa mainittuja tulevaisuuden näkymiä, visiota ja tavoitteita. Omasta mielestäni ainakin uusia, nykyaikaisempia toimintatapoja voisi ottaa käyttöön yrityksen toiminnassa ja saada siltä osin yrityksen toimintaa sujuvammaksi ja toimivammaksi. Toisena kehittämisehdotuksena ehdottaisin, että liiketoimintasuunnitelman tavoitteet käytäisiin läpi esimerkiksi 5 vuoden välein, jolloin pystyttäisiin seuraamaan tavoitteiden onnistumista ja tarvittaessa laatimaan uusia tavoitteita yrityksen toiminnalle. Vanhasta liiketoimintasuunnitelmasta on tehty vuonna 2014 liiketoimintasuunnitelman toteuttamista ja toteutumista kuvaava selvitys. Kolmantena kehittämisehdotuksena ehdottaisin, että tästäkin liiketoimintasuunnitelmasta tehtäisiin samanlainen selvitys esimerkiksi vuoden kuluttua, jossa kuvattaisiin, miten eri tavoitteet on saavutettu ja mitä eri kehittämiskohteiden eteen on tehty.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A. (2021). Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy. <https://www.ellibslibrary.com>
- Elinkeinoelämän keskusliitto. (2023). Suhdanteet. Haettu 19.6.2023 osoitteesta <https://ek.fi/tutkittua-tietoa/tietoa-suomen-taloudesta/suhdanteet/>
- Eloranta, J. (2018). Hallitus johdon tukena. Alma Talent.
- Forma, P. (2023). Johtajan työkykykirja. Alma Talent.
- Hanni, M., Kettunen, S. & Tähtinen, O. (2022). Työnteon erilaiset muodot käytännönläheisesti. Kauppakamari. <https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/ammattikirjasto>
- Hesso, J. (2015). Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kauppakamari. <https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/ammattikirjasto>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2022). Tutkimushaastattelu : teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. <https://www.ellibslibrary.com>
- Holopainen, T. & Kallama, S. (2020). Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Suomen Uusyrityskeskukset ry. <https://uusyrityskeskus.fi/>
- Ikäheimo, S., Malmi, T. & Walden, R. (2019). Yrityksen laskentatoimi. Alma Talent Oy.
- Järvenpää, M., Länsiluoto, A., Partanen, V. & Pellinen, J. (2017). Talousohjaus ja kustannuslaskenta. Sanoma Pro Oy. <https://www.ellibslibrary.com>
- Karjalainen, J. (2019). Markkinoiden kilpailullisuuden ja kilpailun vaikutusten arviointi : Teoreettinen viitekehys. Liikenne- ja viestintäministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-573-6>
- Konstamo, P., Airaksinen, T. & Vilkkä, H. (2022). Kirjoita itsesi asiantuntijaksi: opas toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Art House. <https://www.ellibslibrary.com>
- Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H. & Mero, J. (2022). Digimarkkinointi. Alma Talent Oy. <https://www.bisneskirjasto-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/>
- Laitinen, T. & Laitinen E. (2014). Yrityksen maksukyky : arviointi ja ennakointi. KHT-Media. <https://www.ellibslibrary.com>
- Luuppala, A., Mäkinen, K & Räsänen, K. (2017). Tutkimusmenetelmät / Soluessee. <https://essee pankki.proakatemia.fi/tutkimusmenetelmat/>
- Nieminen, S. (2016). Hyvä hankinta – parempi bisnes. Talentum Pro.

Peltola, H., Neilimo, K., Mitronen, L. & Kuusela, H. (2022). Kaupan huiput: kun hyvä ei riitä. Alma Talent Oy.

Pohjola, M. (2019). Taloustieteen oppikirja. Sanoma Pro Oy. <https://www.ellibrary.com>

RajatOn. (2015). Tutkijan ABC. <https://rajatontatiedekasvatusta.wordpress.com/tutkijan-abc/>

Satakunnan ammattikorkeakoulu. (n.d.). Kirjallisten töiden ja opinnäytetyön ohjeet. Haettu 20.4.2023 osoitteesta <https://www.samk.fi/opinnaytetyon-ohjeet/>

Sat-Electric Oy. (2020). Haettu 19.4.2023 osoitteesta <https://www.sat-electric.fi/>

Seppänen, H. (2011). Yrityksen analysointi ja tilinpäätös. Kauppakamari. <https://samk.finna.fi/Record/samk.991419986105968?sid=3078006222>

Tilastokeskus. (n.d.). F43210 43210 Sähköasennus. Haettu 19.6.2023 osoitteesta https://www.stat.fi/fi/luokitukset/toimiala/toimiala_79_20180101/code/F43210/

Tieteen termipankki. (2023). Sidosryhmä. Haettu 29.6.2023 osoitteesta <https://www.tieteentermipankki.fi/wiki/Nimitys:sidosryhmä>

Valtiovarainministeriö. (2023). Rakentaminen 2023–2024, Kevät 2023. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-367-265-9>

Ventelä, M. (2023). Sat-Electric Oy:n osakkaan ja taloushallinnosta vastaavan henkilön, Marja Ventelän, haastattelu.

Viitala, R. & Jylhä, E. (2019). Johtaminen: keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Edita. <https://www.ellibrary.com>

Yritystoiminta. (2021). Liiketoimintaympäristö. Haettu 7.5.2023 osoitteesta <https://www.osaavayrittaja.fi/liiketoimintaymparisto>

LIITTEET



Liiketoimintasuunnitelma

Sat-Electric Oy

Rängenkatu 2
32810 Kokemäki

Puh: 0400 520 229

etunimi.sukunimi@sat-electric.fi
www.sat-electric.fi

Sisällysluettelo

1.	Yrityksen perustiedot	3
2.	Yrityksen vaiheita	3
	Historia	
	Nykytilanne	
	Kehittämistarpeet ja tavoitteet	
3.	Toimintaympäristö	4
	Toimiala	
	Markkinat ja kysyntä	
	Kilpailu	
	Sidosryhmät	
	Muut ulkoiset ympäristötekijät	
4.	Toiminta-ajatus ja liikeidea	7
	Toiminta-ajatus	
	Liikeidea	
5.	Yritys- ja ympäristöanalyysi	8
	SWOT	
	Johtopäätökset	
6.	Markkinointi	9
	Markkinoinnin järjestelyt yrityksessä	
	Tuote kilpailukeinona	
	Saatavuusratkaisut	
	Markkinointiviestintä	
	Asiakassuhdemarkkinointi	
	Markkinoinnin tulosten seuranta	
7.	Tuotteet ja palvelut	10
	Tuotteet ja palvelut	
	Tuote- ja palvelukehitys	
	Hinnoittelu	
8.	Hankinnat	11
	Hankintatoiminnan merkitys	
	Hankintojen toteutus	
	Alihankinnat	
	Hankintatoiminnan kehittäminen	
9.	Tuotanto	12
	Tuotantopuitteet ja tuotantokapasiteetti	

	Tuotantoprosessi	
	Tuotannon kehittäminen	
	Investoinnit	
	Laadunvarmistus	
10.	Henkilöstö	13
	Yrityksen johto ja organisaatio	
	Henkilöstön kehittäminen	
	Henkilöstön hyvinvoinnin ja työkyvyn ylläpito	
11.	Riskit	14
	Riskienhallintaperiaatteet	
	Yrityksen riskit	
	Riskeihin varautuminen	
	Vakuutukset	
12.	Talous	15
	Kannattavuus ja maksuvalmius	
	Kasvu	
	Taloushallinto ja seuranta	
13.	Tulevaisuus	15
	Tulevaisuuden näkymät	
	Visio	
	Strategia	
	Tavoitteet	
14.	Liitteet	16
	Sat-Electric Oy:n tuloslaskelma ja tase tilikaudelta 1.3.2022 – 28.2.2023	

Yrityksen perustiedot

Sat-Electric Oy

Osoite: Rängenkatu 2, 32810 Kokemäki

Y-tunnus: 1656259-3

Kotipaikka: Kokemäki

Yhtiömuoto: Osaakeyhtiö

Perustamisvuosi: 2001

Henkilöstö: 25 asentajaa, 8 toimihenkilöä

Yrityksen vaiheita

Historia

Sat-Electric on perustettu vuonna 2001. Yrityksen on perustanut neljä henkilöä siten, että pääomistajalla oli 50 %:n omistusosuus yrityksestä. Vuonna 2006 yritys mietti vaihtoehtoja toiminnan jatkamiselle, koska yksi työntekijä irtisanottiin. Yrityksessä päädyttiin vaihtoehtoon, jossa silloiset työntekijät ostivat pääomistajan omistuksen. Näiden lisäksi yritykseen tuli mukaan myös kaksi ulkopuolista osakasta. Perustamisvuonna yrityksessä oli neljä työntekijää, vuosina 2002–2003 yritys kasvoi ja yritykseen palkattiin lisää työntekijöitä ja vuonna 2013 yrityksessä oli 13 työntekijää.

Yrityksen alkuaikoina yritys toimi alle 350 neliön kokoisissa vuokratiloissa. Kun toiminta laajentui, yritys vuokrasi lisää tilaa tarvikemyymälää ja varastotilaa varten. Tilojen valmistushallin kylmä varastopuoli kunnostettiin lämpimäksi valmistustilaksi ja konttoritilat kunnostettiin kalusteineen asianmukaisiksi ja viihtyisiksi. Vuonna 2013 yritys omistuksessa oli koko 450 neliön hallikiinteistö.

Yrityksen työtilanne on pääsääntöisesti ollut hyvä. Yrityksellä on kuitenkin ollut myös hiijaisia ajanjaksoja, jolloin on turvaututtu myös lomautuksiin. Työntekijäosakkaiden sitoutuneisuus ja halu säilyttää asema markkinoilla ovat auttaneet yrityksen tämänhetkiseen hyvään työtilanteeseen. Yritys on pystynyt vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin ja tarjoamaan monipuolisia tuotteita asiakasystävällisellä hinnoittelullaan.

Nykytilanne

Sat-Electric Oy:n nykytilanne on yleisesti sanottuna hyvä. Yrityksen kannattavuus on hyvällä mallilla, töitä on riittävästi ja uusia työntekijöitä palkataan tasaiseen tahtiin. Yrityksen palveluihin kuuluvat sähköurakointi, -asennus, -kunnossapito sekä -suunnittelu. Yritys tarjoaa myös paloilmoinjärjestelmien suunnittelua, asennusta ja huoltoa. Yrityksen toimialue on koko Suomi, mutta päätoimialue on Satakunta ja lähialueet. Toimipaikan yhteydessä Kokemäellä on myös sähkötarvikkeita tarjoava myymälä.

Henkilöstöä Sat-Electric Oy:ssä on joulukuussa 2023 33 henkilöä, toimihenkilöt ja asentajat yhteen laskettuna. Yritys on muuttamassa uusiin toimitiloihin vuoden 2023 syksyn aikana, joka antaa

yrityksen toimintaan toimivimmat ja modernimmat toimitilat. Yrityksen taloudelliset luvut ja näkymät ovat tällä hetkellä hyvät. Yritys on kasvanut tasaiseen tahtiin suuremmaksi, eikä kasvu ole tämän hetken näkymien mukaan hidastumassa.

Kehittämistarpeet ja tavoitteet

Kehittämistarpeina yrityksen toiminnassa on tällä hetkellä esimerkiksi muuttaa toimintatapoja nykyaikaisemmiksi. Joidenkin asioiden suhteen on jämähdetty paikoilleen, eikä toimintatavat ole enää niiden suhteen sujuvia ja toimivia. Toinen kehittämistarve on tällä hetkellä esimerkiksi tiedonkulun parantaminen yrityksen sisällä. Tämä tarkoittaa sitä, että informaation täytyy tavoittaa ne henkilöt, joita informaatio koskee.

Tämänhetkinä tavoitteina yrityksellä on jatkaa edelleen taloudellista kasvua ja panostaa työn laatuun. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykselle riittää tulevaisuudessakin töitä ja esimerkiksi työvälineisiin ja -tekniikoihin kiinnitetään entistä enemmän huomiota.

Toimintaympäristö

Toimiala

Sat-Electric Oy:n toimiala on sähköasennuksen toimiala. Sähköasennuksen toimialaan kuuluu esimerkiksi erilaisten sähkölaitteiden asennusta, korjausta ja huoltoa sekä esimerkiksi erilaisia johdotus-, kaapelointi ja -kytkentätöitä sekä teollisuudessa että kotitalouksissa. Tarkempi toimialaluokitus yritykselle on TOL 43210, josta löytyy luetteluna sähköasennuksen toimialaan kuuluvat ja kuulumattomat asennukset, rakentamiset ja korjaukset. Sat-Electric Oy tekee myös paloilmoinjärjestelmien suunnittelua, asennusta ja huoltoa. Myös aurinkosähköjärjestelmien asennukset kuuluvat yrityksen palveluihin.

Sähköasennuksen toimiala on vuosien aikana kehittänyt digitalisaation ja muun kehityksen avulla. Esimerkiksi sähkö- ja automaatiotekniikan sekä talotekniikan lisääntymisen myötä sähköasentajia ja heidän taitojaan tarvitaan yhä enemmän. Sähköala on välttämätön yhteiskunnan toimintojen sekä teollisuuden ja kotitalouksien kannalta, minkä takia alan palveluiden tarve tuskin hiipuu.

Sähkö- ja teleurakoitsijaliitto STUL ry ja Sähkösuunnittelijat NSS ry toteuttavat kaksi kertaa vuodessa suhdannekyselyn, jonka avulla saadaan selville näkyviä sähköalasta seuraavalle puolivuotiskaudelle. Vuoden 2023 maaliskuun ennusteen mukaan uudisrakentaminen ja korjausrakentaminen olisivat vähentymässä. Laskussa olisivat myös huolto- ja ylläpitotoiminnan kehitys, tilaukset sekä osaavan työvoiman määrä. Yleisesti sanottuna rakennusalan ennuste ei näytä hyvältä. Tämä ennuste ei kuitenkaan kerro Sat-Electric Oy:n toiminnasta ainakaan tällä hetkellä, sillä töitä on riittävästi, eikä toiminta näytä hidastuvan vuosien mittaan. Tulevaisuutta on kuitenkin mahdoton ennustaa, ja yrityksen toimintaa suunnitellaan tällä hetkellä varovaisesti ja vain korkeintaan parin vuoden päähän.

Suomessa sähkötöiden tekeminen on säänneltyä toimintaa. Sähköturvallisuuteen vaikuttavia määräyksiä on esimerkiksi sähköturvallisuuslaissa ja Kauppa- ja teollisuusministeriön päätöksessä liittyen sähköalan töihin (KTMP 516/1996). Sähkötyöturvallisuudessa noudatetaan Suomessa standardia SFS 6002, pienjänniteasennuksissa standardia SFS 6000 ja suurjänniteasennuksissa sekä ilmajohdoissa standardia SFS 6001. Sähköturvallisuuteen liittyvien määräyksiä noudattamista valvoo Suomessa sähköturvallisuusviranomainen eli Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes.

Talouden yleinen tila vuonna 2023 on heikko, eikä kehitystä parempaan ole havaittavissa. Talouden yleinen tila vaikuttaa siihen, että nousukausina investoidaan ja rakennetaan enemmän, jolloin töitä sähköalallakin on enemmän, kun taas laskukausina tilanne on päinvastainen. Talouden heikko tila ei ole vaikuttanut Sat-Electric Oy:n toimintaan, sillä yrityksellä on töitä riittävästi ja uusia työntekijöitä palkataan tiheään tahtiin. Yhteistyökumppaneiden ja kilpailevien yritysten toiminta saattaa loppua huonon taloustilanteen tai muiden syiden takia, mikä vaikuttaa myös Sat-Electric Oy:n toimintaan.

Vanheneva väestö kuluttaa eri tavalla kuin nuorempi väestö ja esimerkiksi verkkokaupat muuttavat väestön ostokäyttäytymistä. Yrityksellä ei ole ainakaan vielä toiminnassaan verkkokauppamyyntiä. Verkkokaupan käyttöönottoa voisi tulevaisuudessa ehkä harkita, sillä verkkokaupat ja niiden käyttö yleistyvät koko ajan. Toisaalta vanhempi väestö ja sähkötarvikkeista vähän tietävät ihmiset kaipaavat esimerkiksi tarvikkeiden yhteydessä asiantuntevaa ja ammattitaitoista palvelua, koska haluavat olla varmoja siitä, ostavatko he oikeita ja tarvitsemiaan tarvikkeita. Toimeksiantajayrityksen tarvikemyymälä toimii tällä hetkellä tarpeeksi hyvin, joten verkkokaupan käyttöönotto ei ole vielä ajankohtainen.

Tekniikka ja teknologia kehittyvät jatkuvasti nopeaa vauhtia ja yritysten on pysyttävä muutoksista ajan tasalla. Tämä kehitys liittyy niin toimihenkilöiden kuin asentajienkin työhön. Esimerkiksi toimihenkilöiden käyttämään ohjelmistoon saattaa ajan kuluessa tulla uusia, käyttöä helpottavia päivityksiä ja ominaisuuksia, jotka toimihenkilöiden pitää osata sisäistää. Asentajille saattaa tulla käyttöön esimerkiksi uusia työkaluja tai -menetelmiä, jotka pitää opetella ja ottaa käyttöön asennuksia tehtäessä.

Toiminta-ajatus ja liikeidea

Toiminta-ajatus

Yrityksen pääasiallinen toiminta-ajatus on tarjota asiakkaille eli yksityistalouksille, yrityksille sekä teollisuudelle sähköistysalan palvelut ammattitaidolla ja sähköalan säädöksiä noudattaen. Toiminta-ajatus pitää sisällään myös yrityksen tarjoamat laadukkaat sähkötarvikkeet, turvallisuuden, laitteiden toimivuuden sekä muut mukavuustekijät.

Liikeidea

Yrityksen liikeidea on sähköasennukset, teollisuuden kunnossapito, sähkö- ja automaatio suunnittelu sekä ohjelmointi. Liikeideaan sisältyvät myös paloilmoinninliiketyöt, aurinkopaneelit ja ilmalämpöpumput sekä tarvikemyynti ja asiakkaiden konsultointi. Näitä palveluita tarjotaan yksityistalouksille, yrityksille, teollisuusyrityksille, taloyhtiöille, kunnille sekä kaupungeille. Palvelut toteutetaan suunnittelupalaverilla yhdessä asiakkaiden kanssa, työskentelemällä asiakkaiden tiloissa ja kohteissa sekä huomioimalla asiakkaiden tarpeet, turvallisuustekijät sekä ympäristöarvot, kaikki asiat järkevästi toteuttaen.

Yritys- ja ympäristöanalyysi

SWOT

Vahvuudet (sisäiset)	Heikkoudet (sisäiset)
<ul style="list-style-type: none"> - Ammattitaito ja kokemus - Vakiintunut asiakaspohja - Sijainti ja uudet toimitilat - Toimiminen laajalla alueella - Palveluiden monipuolisuus - Hyvät tunnusluvut - Työyhteisön hyvä yhteishenki, työmoraali ja joustavuus - Työterveyshuolto ja muut edut - Lainsäädännön ym. muiden säästösten noudattaminen - Henkilöstön ikäjakauma (20–60 v.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tunnettuus - Huono informaation kulku - Eri osa-alueiden kehittäminen - Tuurajärjestelmän puutteellisuus - Aktiivisen myyntityön puute - Markkinoinnin puute - Tarvikevaraston kirjanpito - Vähäinen henkilöstö suhteessa työmäärään - Vanhoihin toimintatapoihin jämyttäminen - Aikataulujen venyminen
Mahdollisuudet (ulkoiset)	Uhat (ulkoiset)
<ul style="list-style-type: none"> - Sähköalan palveluiden jatkuva tarve - Uudisrakentaminen - Huolto- ja kunnossapitotöiden lisääntyminen - Toiminnan laajentuminen uusille alueille - Toiminnan laajentuminen uusille toimialoille - Uudet yritysasiakkaat - Teknologian kehittyminen - Maine ja imago - Kansainvälinen nimi - Turvallisuustarpeiden lisääntyminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Kilpailijat - Alan uudet ja isot yritykset - Taloudelliset suhdanteet - Hintojen yleinen nousu - Yrityskaupat ja konkurssit - Ammattitaitoisen työvoiman saanti tarvittaessa - Työntekijöiden eläköityminen tai poistuminen - Työntekijöiden vaihtuvuus ja sitoutumattomuus - Työntekijöiden työmotivaatio - Urakoiden hinnoittelu

Johtopäätökset

Kokemäen ja sen lähialueen suurimpana ja monipuolisimpana sähköurakointiyrityksenä Sat-Electric Oy pystyisi saamaan uusia asiakkaita ja urakoita hyödyntämällä vankkaa ammattitaitoaan ja alan kokemustaan sekä jo valmiiksi vakiintunutta asiakaspohjaansa. Yrityksen kannattaisi hyödyntää palveluiden monipuolisuutta sekä laajalla alueella toimimista esimerkiksi markkinoinnissa. Uudet toimitilat antavat yrityksestä entistä ammattimaisemman ja huolitellumman kuvan sekä lisäävät myös toimistolla työskentelevien työviihtyvyyttä ja siten myös työmotivaatiota. Joustavuus, työterveyshuolto, hyvä työyhteisö sekä ilmaiset liikuntamahdollisuudet lisäävät työntekijöiden työmoraalia, jolloin työn jälki on parempaa. Myös henkilöstön laaja ikäjakauma on positiivinen asia, sillä eri-ikäiset työntekijät voivat jakaa tietoa ja taitoja keskenään. Hyvät tunnusluvut sekä lainsäädännön ja muiden säästösten noudattaminen vaikuttavat positiivisesti esimerkiksi uusien asiakkaiden saamisessa.

Sat-Electric Oy:n tunnettua voitaisiin kasvattaa esimerkiksi panostamalla enemmän markkinointiin. Myös sosiaalinen media kannattaisi laittaa kuntoon, jolloin yritys ja sen tiedot olisivat helpommin löydettävissä. Informaation kulkuun yrityksen sisällä täytyy panostaa entistä enemmän, jotta tieto

kulkisi niille henkilöille, jotka tiedon tarvitsevat. Aktiivisella myyntityöllä ja markkinoinnilla voitaisiin saada enemmän asiakkaita ja töitä. Inventaariot olisi helpompi tehdä eikä siihen kuluisi niin paljon aikaa, jos tarvikevaraston kirjanpito olisi kunnossa. Tämä on kuitenkin vaikeaa, sillä tuotteita on paljon. Joskus aikataulut saattavat töiden osalta venyä, koska muita töitä ja projekteja on niin paljon, etteivät asentajat riitä. Varsinkin yksityisasiakkaiden tilaustöistä joudutaan välillä kieltäytymään. Tämä ratkeaisi sillä, että palkkattaisiin lisää henkilöstöä. Joissain asioissa on jämähdetty vanhoihin toimintatapoihin, jotka eivät välttämättä enää tulevaisuudessa toimi. Tätä kannattaisi ennaltaehkäistä ja muuttaa toimintatapoja riittävän aikaisessa vaiheessa uudempiin.

Sähköalan palveluiden tarve ei ole heikentymässä, sillä niitä tarvitaan jatkuvasti. Sat-Electric Oy:llä on mahdollisuus laajentua alueellisesti isommalle alueelle, mutta sitä varten tarvittaisiin lisää työntekijöitä. Myös uudet yritysasiakkaat toisivat lisää töitä ja siten myös lisää tunnettuutta yritykselle. Teknologian kehittyminen tuo esimerkiksi lisää mahdollisuuksia työtapoihin ja -tarvikkeisiin. Kansainvälinen nimi tuo mahdollisuuksia esimerkiksi suurempiin urakoihin, sillä se antaa ammattimaisemman kuvan yrityksestä.

Kilpailijoille sekä alan uusille ja isoille yrityksille yritys voi pärjätä esimerkiksi hinnoittelun tai aikataulujen keinoin. Taloudellisiin suhdanteisiin ja hintojen yleiseen nousuun yritys ei voi itse vaikuttaa, mutta ennakoimalla ja minimoimalla riskit taloudellisten suhdanteiden ja hintojen nousun vaikutukset eivät ole vakavia. Yrityskauppojen ja konkurssien takia yritys saattaa menettää yhteistyökumppaneita ja asiakkaita. Tämä uhka voidaan ehkäistä toimimalla sellaisten yritysten kanssa, joilla ei ole yrityskauppoja tai konkurssia näköpiirissä. Työntekijöiden lähtöön liittyviä uhkia yritys ehkäisee jo tarjoamalla hyvät työolosuhteet ja pitämällä henkilökunnan hyvinvoinnista huolta.

Markkinointi

Markkinoinnin järjestelyt yrityksessä

Markkinoinnille ei ole yrityksen palveluksessa erityistä henkilöä, vaan markkinoinnista vastaa enimmäkseen yrityksen taloushallinnosta vastuussa oleva henkilö. Tämä tarkoittaa sitä, että hän esimerkiksi hankkii yrityksen mainoksia erilaisiin lehtiin tai yhdistysten lehtisiin.

Tuote kilpailukeinona

Yrityksen päätuote on palvelutuote eli sähköasennukset. Toinen tuote on tarvikkeet, joita myydään tarvikemyymälässä. Tarvikemyymälän valikoima on laaja ja useimmiten asiakas saa haluamansa tuotteen heti, mutta tarvittaessa se tilataan hänelle. Yrityksen kilpailuetu onkin juuri tuotteiden ja palveluiden monipuolisuus, eli samasta yrityksestä saa sekä tarvikkeet että sähköasennuksen sekä muitakin palveluita, esimerkiksi sähkösuunnittelua.

Saatavuusratkaisut

Asiakkaat löytävät helposti yrityksen kotisivuilta tietoa yrityksen palveluista ja myymälän aukioloajoista sekä yrityksen henkilöiden yhteystiedot ja yrityksen osoitteen. Kotisivuilla on myös palautesivu, jonka avulla asiakkaiden on helppo antaa palautetta tai ottaa yhteyttä yritykseen.

Tarvikkeet myydään loppukäyttäjille joko niin, että asiakas itse noutaa tuotteet suoraan myymälästä tai asentaja toimittaa tarvittavat tarvikkeet asennustyön yhteydessä asiakkaalle. Jos asiakkaan haluamaa tuotetta ei ole suoraan hyllyssä, se tilataan hänelle. Tilattu tuote saapuu parhaimmassa tapauksessa asiakkaan noudettavaksi jo seuraavana päivänä, jos tilaus saadaan tehtyä tarpeeksi ajoissa eikä jakelussa tule ongelmia.

Hankintatoiminnan kehittäminen

Hankintatoimintaa voidaan kehittää esimerkiksi tukkureilta saatavilla ostopororteilla, joiden avulla voidaan verrata ostoja tietyllä ajanjaksolla. Hankintatoimintaa voidaan kehittää myös rahtimaksujen mahdollisella karsimisella, tuotteiden laadun ja toimimisen tarkkailemisella sekä keskittämällä hankintoja mahdollisimman paljon.

Tuotanto

Tuotantopuutteet ja tuotantokapasiteetti

Yrityksen uudet toimitilat ovat valmistuneet alkuvuodesta 2024, ja ne sijaitsevat Kokemäellä, noin 3 kilometriä keskustasta. Sijainti on hyvä, sillä toimitilat ovat lähellä Pori-Helsinki välistä valtatiötä ja rautatieasemaa. Toimitilarakennuksessa on toimisto, myymälä sekä tarvikevarasto. Toimitilat ovat modernit ja tarpeeksi suuret yrityksen toimintaa varten. Parkkipaikka on suuri, joten sekä työntekijät että asiakkaat mahtuvat hyvin pysäköimään autonsa sekä kuljetusyritysten autoilla on tilaa liikkua piha-alueella. Yrityksellä on tällä hetkellä 11 autoa asentajien käytettävissä.

Yrityksen nykyinen tuotantokapasiteetti on melko riittävä tämänhetkiseen kysyntään. Joitakin yksittäisiä yksityisasiakkaiden työtilauksia saatetaan joutua siirtämään tehtäväksi myöhemmin tai kieltäytymään työstä, sillä vapaita asentajia ei aina ole saatavilla tekemään kysyttyä työtä. Tuotantokapasiteetti on onnistuttu hyödyntämään täysin, joskin vuoden aikana käyttöaste saattaa vaihdella kysynnän mukaan.

Tuotantoprosessi

Kun asiakas tarvitsee esimerkiksi sähköasennusta tai -suunnittelua, hän tekee yritykselle työtilauksen joko puhelimitse tai paikan päällä. Työlle avataan yrityksen järjestelmään työmääräin, johon kirjataan asiakkaan yhteystiedot sekä työkohteen selostus. Työ pyritään hoitamaan sen kiireellisyyden mukaan mahdollisimman pian. Työnjohtaja hoitaa työn etenemistä ja lähettää asentajan tekemään työn. Työkohteessa mahdollisesti tarvittavat tarvikkeet kerätään tarvikevarastosta ja ne kirjataan työmääräimelle. Työmääräimelle kirjataan myös tuntityö, joka työn tekemiseen on asentajalta mennyt. Näistä muodostuu työtilauksen loppuhinta, joka laskutetaan asiakkaalta järjestelmän kautta. Työ voidaan laskuttaa joko sen valmistuttua tai siitä voidaan lähettää välilaskuja, jos työ on kestoiltaan pitkä.

Päivän työaika tulee pyrkiä käyttämään mahdollisimman tehokkaasti ja järkevästi hyödyksi. Kauempana ja samalla suunnalla sijaitsevat kohteet ajoitetaan samoihin aikoihin, jotta matkoihin ei kuluisi ylimääräistä aikaa. Pienemmät ja lähellä sijaitsevat asennuskeikat tehdään suurempien lomassa ja yleensä suurempien jälkeen, kun aikaa on jäljellä. Hiljaisempina päivinä yksi asentaja voi kiertää pienempiä ja lähialueella olevia työkohteita työpäivän aikana. Asentajat saattavat joutua työpäivän aikana palaamaan työmaalta toimipaikalle hakemaan lisää tarvikkeita, mutta tämä täytyy hoitaa mahdollisimman järkevästi ja työaikaa hukkaamatta. Tuotannon suunnittelu ja toteutus on loppujen lopuksi työnjohdon vastuulla, vaikka asentajat työskentelevät itsenäisesti.

Sähkötarvikkeiden myynnissä prosessi alkaa yleensä siitä, että asiakas tulee tarvikemyymälään ja selvittää myyjän kanssa tuotetarpeensa, jollei asiakas jo valmiiksi tiedä, mitä hän tarvitsee. Asiakas saattaa myös soittaa tarvikemyyjälle, selvittää puhelimesta asiansa ja tulla puhelun perusteella ostamaan tuotteet myymälästä. Jos asiakkaan tarvitsemaa tuotetta ei löydy tarvikemyymälästä, myyjä tilaa tuotteen asiakkaalle ja asiakas voi noutaa sen muutaman myöhemmin. Asiakas voi maksaa

ostoksensa paikan päällä myymälässä tai halutessaan ottaa tuotteet laskulle, joka voidaan lähettää hänelle kotiin paperisena tai sähköpostilla.

Tuotannon kehittäminen

Tuotantoa voisi kehittää esimerkiksi mobiilisovellusten tai muiden vastaavien käyttönotolla. Sovelluksen avulla asentajat voisivat merkata heti työhön käytetyt tunnit ja tarvikkeet työmääräimelle, jolloin säästyisi aikaa. Työmääräimelle merkatut tunnit ja tarvikkeet olisi helppo laittaa eteenpäin laskutukseen. Näin työvaiheet vähenisivät, jolloin säästyisi aikaa ja resursseja.

Investoinnit

Yrityksen investointeja ovat vuosien aikana olleet esimerkiksi hallin kylmän puolen muuttaminen lämpimäksi tilaksi, kameravalvontajärjestelmän asentaminen, parkkialueen asfaltoiminen sekä autojen hankkiminen. Muita investointeja ovat olleet esimerkiksi erikoistyökalut, trukti varaston sekä kontit ja työkopit. Uusimpia investointeja ovat uusi toimitila, sen kalusteet ja sisäisen viestinnän näyttökokonaisuudet. Investointeja on rahoitettu pankkilainoilla sekä maksamalla kulut heti kerralla pois. Uusia, isoja investointeja ei ole tällä hetkellä tiedossa.

Laadunvarmistus

Yritykselle on laadittu laatukäsikirja vuonna 2023. Laatukäsikirja sisältää yleisiä suuntaviivoja ja toimintamalleja yrityksen toiminnasta. Laatukäsikirja kertoo, millaisia ovat yrityksen laatuajattelu, toimintamallit sekä laadunhallinta yleisellä tasolla. Palvelun laatua pyritään ylläpitämään myös hyvällä asiakaspalvelulla ja työntekijöiden korkealla työmotivaatiolla. Palvelun laatuun liittyy myös se, että työnteossa käytetään nykyaikaisia työvälineitä, joiden avulla työn laatu pysyy hyvänä.

Henkilöstö

Yrityksen johto ja organisaatio

Sat-Electric Oy on osakeyhtiö, jota johtaa hallitus, johon kuuluu tällä hetkellä 3 osakasta. Yrityksellä ei ole nimettyä toimitusjohtajaa. Hallituksen jäsenet omistavat eri määrän osakkeita, ja äänet jakautuvat kokouksissa osakemäärien mukaisesti. Kaikki osakkaat myös työskentelevät yrityksessä, yksi projektinjohtotehtävissä, yksi asennustehtävissä ja kolmas taloushallinnon tehtävissä. Hallitus kokoontuu noin joka toinen kuukausi. Kokouksissa käsitellään esimerkiksi ajankohtaiset yritykseen liittyvät asiat, yleiset suuntaviivat sekä suunnitellaan käytännössä toteutettavia asioita.

Henkilöstön kehittäminen

Yrityksen kannattaa kehittää henkilöstöään tarjoamalla esimerkiksi erilaisia koulutuksia ja kursseja. Ne voivat liittyä esimerkiksi ammattitaidon kehittämiseen, ensiaputaitoihin, työturvallisuuteen tai ohjelmistojen käyttämiseen. Näin työntekijöiden tiedot ja taidot ovat ajantasaisia ja he osaavat toimia oikein erilaisissa tilanteissa. Myös yrityksen sisäisen tiedon jakaminen on tärkeää henkilöstön kehittämisen kannalta, sillä niin sanottu "hiljainen tieto" siirtyy eteenpäin vain keskustelemalla. Jakamalla näitä tietoja ehkäistään tietokatkoksia ja työntekijöiden mahdollisten työpaikanvaihdosten tai poismenojen tapahtuessa tiedot ovat tallessa myös muilla työntekijöillä, jotka vielä ovat yrityksessä töissä.

Henkilöstön hyvinvoinnin ja työkyvyn ylläpito

Henkilöstön hyvinvointia ja työkykyä ylläpidetään esimerkiksi toimivan työterveyshuollon avulla. Yrityksellä on toimiva työterveyshuolto, johon työntekijät ottavat yhteyttä esimerkiksi sairastuessaan.

Yritys tarjoaa työntekijöilleen mahdollisuuden käydä hierojalla, kuntosalilla ja uimahallissa uimassa yrityksen maksuun. Tämä ylläpitää henkilöstön fyysistä hyvinvointia, joka taas auttaa ylläpitämään työntekijöiden työkykyä. Yrityksessä on työturvallisuuspäällikkö ja -asiamies. Heidän tehtävänä on opastaa työpaikalla työturvallisuuteen liittyvissä asioissa työntekijöitä. Työnantajan tulee antaa työntekijöille asianmukaiset työvaatteet. Asianmukaiseen työvaatetukseen kuuluvat sähköasentajilla ainakin turvakengät, kypärä ja tarvittaessa suojalasit sekä asennustöihin tarkoitettut haalarit, takki ja liivi. Asianmukaisilla työvaatteilla voidaan ennaltaehkäistä työtapaturmia. Työtapaturman sattuessa siitä tehdään asianmukaiset raportit eteenpäin esimerkiksi sairauslomaa ja työtapaturmavakuutusta varten. Asentajilla täytyy olla myös voimassa oleva työturvallisuuskortti.

Riskit

Riskienhallintaperiaatteet

Sat-Electric Oy:n riskienhallinta on lähinnä taloudellisiin ja työtilanteeseen liittyvien riskien hallitsemista. Taloudellisten riskien hallinta on lähinnä yrityksen taloudellisen tilanteen seuraamista ja ennakoimista. Työtilanteeseen liittyviä riskejä voidaan hallita myös seuraamalla töiden etenemistä ja ennakoimalla uusia töitä. Tällä hetkellä yritys pystyy tekemään pienehköjä investointeja, esimerkiksi hankkimaan autoja ja mainoksia. Riskejä otetaan kuitenkin maltilla ja miettimällä huolellisesti tulevaisuutta.

Yrityksen riskit

Strategisia eli liiketoiminnallisia riskejä ovat kilpailijat, teknologiariskit, kuluttajien tai asiakkaiden ostokäyttäytyminen säännösten muuttuminen, tavarantoimittajien muutokset sekä toiminnan keskeytyminen.

Taloudellisia riskejä ovat rahoitusvaikeudet, sopimusrikkomukset, maksuvalmiuden menetys, asiakkaiden maksuvaikeudet, korkotason muutokset sekä inflaatio.

Operatiivisia riskejä ovat henkilöstön muutokset, järjestelmän ongelmat tai muutokset, laatuongelmat, alihankkijoihin liittyvät riskit, projektien riskit sekä omaisuusvahingot.

Vahinkoriskejä ovat kuljetusvahingot, tietovuodot, varkaudet, virheet työturvallisuudessa, asennus- ja suunnitteluvirheet sekä tulipalo tai muu vastaavanlainen riski.

Riskeihin varautuminen

Yritys voi varautua riskeihin esimerkiksi välttämällä riskiä, pienentämällä riskiä, jakamalla riskiä tai siirtämällä riskiä.

Konkreettisia varautumisia riskeihin ovat esimerkiksi seuraavat: vakuutukset, kameravalvonta ja murtohälytys, varmuuskopiot, lukitseminen, kassakaappi, rinnakkaistili, korkokatto, henkilöstön lisääminen tai vähentäminen, erilaiset koulutukset, työterveyshuolto, työhyvinvointiin ja -kykyyn liittyvät toimet sekä työvaatteet.

Vakuutukset

Yrityksellä on sekä vapaaehtoisia että lakisääteisiä vakuutuksia. Yrityksellä on ainakin seuraavat vakuutukset: ajoneuvovakuutukset, tapaturmavakuutus, ryhmähenkivakuutus, vapaa-ajan tapaturmavakuutus, työkykyvakuutus henkilöstölle, yksilöllinen yritysturva sekä yritysvakuutus, joka

sisältää esimerkiksi omaisuuden, toiminnan jatkuvuuden, vahingonkorvauksen, oikeudenkäynnin kustannukset sekä kuljetukset.

Vakuutusyhtiöitä kilpailutetaan tarpeen tullen.

Talous

Kannattavuus ja maksuvalmius

Laskutuksen ja maksusaamisten täytyy olla jatkuvaa ja suuria pakollisia menoeriä täytyy osata ennakoita sekä varautua niihin. Näin yrityksen maksuvalmius pysyy hyvänä, eikä maksukyvyttömyys ole uhka yrityksen toiminnalle. Sat-Electric Oy:n maksuvalmiutta seurataan esimerkiksi hallituksen kokouksissa sekä päivittäisten raha-asioiden avulla. Yrityksen maksuvalmius on ollut hyvällä tasolla.

Kasvu

Yrityksen liikevaihto on kasvanut tasaisesti menneinä vuosina. Esimerkiksi viimeiset viisi vuotta liikevaihto on kasvanut tasaisesti ja viimeksi päättyneellä tilikaudella huomattavasti. Liikevaihto on kasvanut siis seuraavanlaisesti: 2019: 2,3 miljoonaa euroa, 2020: 3,0 miljoonaa euroa, 2021: 3,4 miljoonaa euroa, 2022: 3,0 miljoonaa euroa ja 2023 6,5 miljoonaa euroa. Yrityksen talouden nykytila on erinomainen ja liikevaihdon odotetaan kasvavan edelleen.

Taloushallinto ja seuranta

Yrityksen taloushallinto on aina ollut yhden ihmisen hoidettavana yrityksessä. Kesällä 2023 yritykseen palkattiin toinen taloushallinnon työntekijä, kasvaneen työmäärän ja lomien tuurauksen vuoksi. Yrityksen taloutta seurataan lukemalla yrityksen tuloslaskelmaa ja talouden lukuja sekä tarkkailemalla pankkitilin saldon lukemia. Tilitoimisto tekee yrityksen lopullisen kirjanpidon ja laskelmat tarvittaessa. Tilinpäätöksen yhteydessä yritys saa tietoa senhetkisistä tunnusluvuista sekä tilintarkastuksen jälkeen saatu raportti antaa tietoa siitä, miten yrityksen taloutta on hoidettu. Yrityksen käyttämän ohjelmiston osto- ja myyntikokouksista näkee kassavirtaennusteen talouden seurantaan varten, kun kaikki tarpeelliset tiedot on tallennettu. Hallituksen kokouksissa käydään läpi tuloslaskelmat ja taseet, maksuvalmius, työtilanne ja senhetkinen tilanne yleisesti sekä ennakoitaan tulevaa. Toimihenkilöpalaverissa käydään läpi senhetkinen työtilanne, tulevat ja laskennan alla olevat urakat sekä työntekijäresurssit. Laskuttaja myös seuraa myyntisaatavia ja perii niitä tarvittaessa.

Tulevaisuus

Tulevaisuuden näkymät

Yrityksen tulevaisuuden näkymät näyttävät tällä hetkellä siltä, että töitä tulee riittämään yritykselle tulevaisuudessakin. Esimerkiksi mahdolliset uudet tehtaat ja tuotantolaitokset lähialueilla antavat lisää töitä ja kunnossapitotöitä riittää aina. Toisaalta rakennusalan talouden lasku saattaa vaikuttaa negatiivisesti yrityksen tulevaisuuden työtilanteeseen. Myös niin sanottuja vihreitä arvoja ja ekologisuutta arvostetaan varmasti tulevaisuudessa vielä enemmän, joten yrityksen kannattaa panostaa niihin asioihin ja edistää omalta osaltaan vihreämpää tulevaisuutta.

Visio

Yrityksen visiona on pysyä edelleen paikkakunnan suurimpana yrityksenä, lisätä tunnettuutta laajemmin Satakunnassa, saada verkostoitumisen kautta lisää työmahdollisuuksia, palkata lisää

toimihenkilöitä sekä asentajia, siirtää painopiste asiakkaiden suhteen enemmän teollisuusyrityksiin kuin yksityisasiakkaisiin sekä panostaa entistä enemmän laatuun.

Strategia

Yrityksen strategia on asiakkaiden laadukas palveleminen sekä laadukkaat sähkötarvikkeet asiakastyytyväisyys, laitteiden toimivuus, turvallisuus sekä mukavuus mielessä pitäen. Strategiaan kuuluu myös henkilöstön koulutus tarpeiden ja standardien mukaisesti, henkilöstön työkykyyn ja hyvinvointiin panostaminen esimerkiksi työterveyshuollon ja työhyvinvointipäivien avulla sekä hyvän työilmapiirin ylläpitäminen. Strategia pitää sisällään myös imagon parantamisen muun muassa uusilla, asianmukaisilla toimitiloilla sekä toimihenkilö- ja kuukausipalaverien pitäminen koko henkilöstölle seurantaan, resursseja sekä informaation jakoa varten.

Tavoitteet

Yrityksen tavoitteena on jatkaa edelleen taloudellista kasvua sekä panostaa työn laatuun entistä enemmän. Jotta nämä toteutuvat, töitä täytyy riittävä tulevaisuudessakin hyvin ja työn laatuun eli esimerkiksi työvälineisiin ja -tekniikoihin täytyy kiinnittää entistä enemmän huomiota ja pyrkiä parantamaan niitä entisestään.

Liitteet

Sat-Electric Oy:n tuloslaskelma ja tase tilikaudelta 1.3.2022 – 28.2.2023

Yritys
2013

SAT-ELECTRIC OY

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Marja Ventelä

12.9.2013

SISÄLTÖ

1	YRITYKSEN PERUSTIEDOT.....	3
2	LÄHTÖKOHTATILANNE.....	3
2.1	Yrityksen historia.....	3
2.2	Yrityksen nykytilanne.....	4
2.3	Yrityksen kehittämistarpeet.....	4
3	TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	5
3.1	Toimialan kehitys.....	5
3.2	Markkinat ja kysyntä.....	6
3.3	Kilpailu.....	7
3.4	Sidosryhmät.....	8
3.5	Muut ympäristötekijät.....	9
4	TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA.....	9
4.1	Toiminta-ajatus.....	9
4.2	Liikeidea.....	10
5	YRITYS- JA YMPÄRISTÖANALYYSI.....	13
5.1	Yritys- ja ympäristöanalyysi (SWOT).....	13
5.2	Johtopäätökset.....	14
6	YRITYKSEN TULEVAISUUDEN KUVA.....	15
6.1	Yrityksen tulevaisuuden näkymät.....	15
6.2	Visio.....	15
6.3	Tavoitteet.....	15
6.4	Strategiat.....	16
7	MARKKINOINTI.....	17
7.1	Markkinoinnin järjestelyt yrityksessä.....	17
7.2	Tuote kilpailukeinona.....	17
7.3	Hinnoittelu.....	17
7.4	Saatavuusratkaisut.....	18
7.5	Markkinointiviestintä.....	19
7.6	Asiakassuhdemarkkinointi.....	20
7.7	Markkinoinnin tulosten seuranta.....	20

8	TUOTEKEHITYS.....	20
8.1	Tuotekehityksen järjestelyt yrityksessä.....	20
8.2	Tuotteiden nykytila.....	20
9	HANKINNAT.....	21
9.1	Hankintatoiminnan merkitys.....	21
9.2	Hankintojen toteutus.....	21
9.3	Alihankinnat.....	21
9.4	Hankintatoiminnan kehittäminen.....	21
10	TUOTANTO.....	22
10.1	Tuotantopuitteet ja tuotantokapasiteetti.....	22
10.2	Tuotantoprosessi.....	22
10.3	Tuotannon kehittäminen.....	23
10.4	Investoinnit.....	23
10.5	Laadunvarmistus.....	23
11	HENKILÖSTÖ.....	23
11.1	Yrityksen johto ja organisaatio.....	23
11.2	Henkilöstön kehittäminen.....	24
11.3	Henkilöstön hyvinvoinnin ja työkyvyn ylläpito.....	24
12	RISKIEN ARVIOINTI JA HALLINTA.....	25
12.1	Riskienhallintaperiaatteet.....	25
12.2	Yrityksen riskit.....	25
12.3	Riskeihin varautuminen.....	26
12.4	Yrityksen vakuutukset.....	26
13	TALOUS.....	27
13.1	Kannattavuus ja maksuvalmius.....	27
13.2	Kasvu.....	27
13.3	Taloushallinto ja seuranta.....	27

LIITTEET

Sat-Electric Oy:n tuloslaskelma ja tase tilikaudelta 1.3.2012 – 28.2.2013.

Tämän hetkiseen asemaamme on suuresti vaikuttanut työntekijöosakkaiden sitoutuneisuus ja halu säilyttää asema markkinoilla. Työkokemus, ammattitaito ja henkilökohtaiset ominaisuudet sekä joustavuus työssä ovat olleet kantavia voimia.

Olemme pystyneet myös vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja tarjoamaan monipuolisia tuotteita ja hinnoittelumme on ollut asiakasystävällistä.

2.2 Yrityksen nykytilanne

Sat-Electric Oy on tällä hetkellä suurin ja monipuolisin sähköurakoinnin palveluja tarjoava yritys Kokemäen ja Harjavallan alueella. Asemamme on vakiintunut ja meillä on useita yrityspuolen vakioasiakkaita, jolle toiminnan jatkuvuus ja luottamus palveluiden saatavuuteen on erittäin tärkeää.

Markkinointi on melko pitkälle painottunut paikallislehti-ilmoitteluun, joskin nettinäkyvyyttäkin on melkoisesti. Olemme lanseeranneet uuden liikemerkin ja logon maaliskuussa 2013.

Liikekiinteistön ulkoseiniin on asennettu mainostaulut ja valaistus tullaan uusimaan.

Pakettiautoissa on uudet teippaukset. Kotisivut on uusittu ja lehtijuttu toiminnastamme on julkaistu paikallislehdessä.

Tuotanto- ja konttoritiloja on uudistettu tarkoitustaan vastaaviksi, jolloin konttorin puolella on parempi työrauha ja viihtyvyys. Myös tilana se on enemmän edustuskelpoinen vierailijoita ajatellen. On hankittu kaksi uutta pakettiautoa henkilöstön lisäyksen ja nopeasti parantuneen työtilanteen vuoksi. Kevään 2013 aikana on palkattu kaksi uutta työntekijää; insinööriopiskelun saanut nuorempi sähkösuunnittelija ja kokenut pitkän työkokemuksen omaava sähköasentaja.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Sat-Electric Oy:n kannattavuus on ollut erinomaista. Yrityksen maksukykyisyys on hyvällä tasolla ja omavaraisuusaste on hyvä. Talousluvut ovat hyvällä mallilla.

2.3 Yrityksen kehittämistarpeet

Keskeisimpiä yrityksen kehittämistarpeita tällä hetkellä on koko yrityksen ja henkilöstön johtaminen, hallitustyöskentely sekä myyntityö. Sat-Electric Oy:ssä ei ole toimitusjohtajaa, vaan hallitus vastaa ko. tehtävistä ja hallituksen puheenjohtajan odotetaan ottavan enemmän vastuuta ja päätäntävaltaa. Johtaminen on liian hajautettua eikä johtajan roolia ole selkeästi kenelläkään. Organisointia ja yrityksen kehittämisen periaatteita pitäisi parantaa. Kehittämisen alueita pitäisi vastuuttaa ja aikatauluttaa paremmin sekä valita yhdessä sellaiset osa-alueet, joihin halutaan panostaa. Sellaisille asioille pitäisi voida varata myös aikaa. Omistajien yhteistä näkemystä pitäisi kirkastaa ja luoda selkeytetty yhteinen mielipide siitä, minne suuntaan halutaan mennä.

Henkilöstön johtamisen ja työnjohtotyön pitäisi olla enemmän opastavaa ja tukevaa, joten sosiaalisten taitojen kehittäminen on näissä tehtävissä toimiville tärkeää. Työpaikan toimintatapojen kertominen uusille työntekijöille ja riittävä perehdyttäminen poistaa turhia

epäselvyyksiä ja virheitä työtehtävissä. Jokin ulkopuolinen taho voisi tuoda uutta näkemystä henkilöstön keskinäisiin suhteisiin.

Markkinointia pitäisi kehittää laatimalla markkinointisuunnitelma ja –budjetti sekä panostaa enemmän myyntityöhön. Turhaa lehti- ja netti-ilmoittelua pitäisi vähentää ja niiden sijaan teettää yrityksen toiminnasta kertovia artikkeleita alueella ilmestyviin lehtiin. Asiakas-suhteiden ylläpitoon ja uusien asiakkaiden hankintaan tulisi panostaa.

Toimialan kannattavuutta pitäisi seurata nykyistä aktiivisemmin. Muita kehittämistarpeita on mm. työn oikean hinnoittelun selvittäminen, osakasohjan kaventaminen sekä informaation kulku talon sisällä.

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

3.1 Toimialan kehitys

Sähköasennustoimintaan kuuluu kiinteistöjen sähkö-, tele- ja turva-asennukset, siirto- ja jakeluverkkojen rakentaminen, teollisuuden prosessien sähköistys ja kaikkien edellä mainittujen korjaus, huolto ja ylläpito. Tarkempi toimialaluokitus on TOL 43210, josta löytyy yksityiskohtaisempi luettelo toimialaan kuuluvista ja kuulumattomista asennuksista. Sat-Electric Oy:n toimiala on pääasiallisesti sähköasennuksiin liittyvä.

Sähköistysalan kokonaisvolyyymi Suomessa on noin 5 miljardia euroa. Kokonaisuudessaan sähköasennusala on ollut kuluneina vuosina kasvussa. Etenkin teollisuuden kunnossapito on tuonut paljon lisää töitä alalle. Viime vuosina investoinnit eivät ole lisääntyneet kovin voimakkaasti. Tämän tueksi kunnossapito on tuonut hyvän lisän.

Etenkin kiinteistöjen urakkatarjouslaskennan osalta kilpailu on melko kovaa. Tarjouslaskenta on aikaa vievää eikä useinkaan johda tulokseen. Kilpailutus on siellä kovaa. Sat-Electric Oy ei ole suuremmin panostanut kyseiseen osa-alueeseen.

Kokonaisuudessaan etenkin teollisuuden puolella toimialalla on riittänyt hyvinkin töitä kaikille. Tätä kautta kilpailu on pysynyt melko terveellä pohjalla. Toimialalle on tyypillistä, että tilauskannat ovat melko lyhyitä. Poikkeuksen kuitenkin tekevät sopimusasiakkaat, joiden kanssa tehdään tiivistä ja pitkäjänteistäkin työtä. Tämä kehitys on hyvä suuntaus alan vakauden lisäämiseksi (etenkin teollisuuden kunnossapito ajaa tähän suuntaan).

Sähkö- ja teleurakoitsijaliitto STUL ry:n ja Sähkösuunnittelijat NSS ry:n suhdannekyselyn mukaan sähköasennusalan volyyymi tulee laskemaan seuraavan puolen vuoden aikana (3/2013). Enemmistö yrityksistä ennakoivat tuloksensa pysyvän viime vuoden tasolla, mutta tuloksen heikkenemiseen uskovien määrä on edelleen kasvussa. Alan keskimääräinen kannattavuus tulee heikkenemään vuoden 2012 tasosta pitkän aikavälin keskiarvon alapuolelle.

Työttömien ja lomautettujen osuus asentajakunnasta on 8,6 prosenttia, kun se vielä viime syksynä (2012) oli niukasti yli 6 prosenttia. Työllisyys heikkenee vielä kesää kohti ja

työttömyysprosentti saattaa ylittää 10 %, kuten jo viime syksyn ennusteessa indikoitiin. Vuoden lopulla työllisyyden ei uskota enää heikkenevän. Myös uutta väkeä tullaan todennäköisesti palkkaamaan eläkkeelle jäävien työntekijöiden osuuden kasvaessa.

Alalle tyypillistä on yrittäjävetoisuus ja alan yritysten keskipkoko on melko pieni.

Satakunnassa menestyneimmät sähköalan yritykset olivat vuonna 2011 Euran Konepiste Oy, Sähkö-Jokinen Oy, Sata-Automaatio Oy, Polartherm Oy ja Sähkö-Pori Oy. Sähkömaailma – lehdestä 3/2013.

Hinta merkitsee asiakkaalle paljon, mutta sitä tärkeämmäksi voi muodostua palvelun saatavuus varsinkin alan ollessa melko työllistetty. Myös yrityksen tunnettuus ja hyvä laatu- ja asiakas- ja palvelu-merkittävässä roolissaan. Alalla menestymisen kannalta on erittäin tärkeää, että ollaan lähellä asiakasta. Asiakassuhteen tiivistyessä voidaan usein välttää suurin hintakilpailu. Toimialalla käytännöt eivät ole muuttuneet mullistavasti. Kehitystä tapahtuu koko ajan ja siinä on seurattava mukana. Toimialalle on pääomien puolesta melko helppo tulla. Kuitenkin etenkin teollisuusasiakkaiden osalta asiakassuhteen vakaus ja jatkuvuus ovat merkityksellisiä. Toimialalle kuitenkin tulee uusia yrityksiä, vaikka tie menestykseen voikin olla melko pitkä.

Asennustoimintaa säätelee Suomessa sähköturvallisuuslaki sekä työ- ja elinkeinoministeriön päätös sähköalan töistä. Toiminnan käytännön valvontaa suorittaa Turvateknikan keskus ja pätevyystodistuksia myöntää Henkilö- ja Yritysarviointi Seti Oy. Pätevät alan yritykset ovat järjestäytyneet Sähkö- ja Teleurakoitsijaliitto STUL ry:een, joka on tytäryhtiöineen merkittävin sähköisen talotekniikka-alan tietopalvelun tuottaja Suomessa.

Sähköalan pienyritykset menestyvät maakunnissa. Vuonna 2011 Sähkömaailma –lehti kokosi vuoden 2011 menestyneimmät sähköalan yritykset taulukoihin maakunnittain. Koottujen tietojen mukaan kustakin maakunnasta koottu 50 menestyneimmän yrityksen lista on pk-yritysvaltainen, sillä pienen ja vähän pääomaa vaativan yrityksen on helpompi nostaa suhteelliset tunnusluvut korkeiksi.

3.2 Markkinat ja kysyntä

Sat-Electric Oy:n toiminta-alue on Satakunta. Pääasiassa Kokemäki ja Harjavalta. Porissa olemme keskittyneet lähinnä suurten teollisuusyritysten huolto- ja kunnossapitotöihin. Alueella on paljon teollisuutta ja eri suuruusluokan yrityksiä, joten kokonaismarkkinat ovat hyvät. Harjavalta on alue, jossa olisi vielä potentiaalia. On omakoti- ja mökkirakentamista ja saneerausta. Lisäksi maataloutta.

Asiakkaiden tarpeet ovat hyvin erilaiset. Asiakaskunta on jakautunut yksityisasiakkaisiin, kuntiin ja yhdistyksiin, yrityksiin sekä suurempiin teollisuusyrityksiin.

Yksityistalouden asiakkaille on tärkeintä ystävällinen hinnoittelu on ja nopea palvelun saatavuus. Asentajan tuttuus, luotettavuus ja asiakaspalveluhenkisyys ovat valintaan suuresti vaikuttavia asioita. Työn siisteyttä ja ajankäyttöä seurataan.

3.5 Muut ympäristötekijät

Julkisen vallan vaikutus lähinnä verotuksen kautta voi joko vaikeuttaa tai helpottaa yritystoimintaa. EU säätää uusia määräyksiä, joka vaikeuttaa tai tuo uusia mahdollisuuksia. Liikennejärjestelyt voivat muuttua, mutta tuskin tulevat vaikuttamaan Sat-Electric Oy:n toimintaan. Ehkä tulee uusia tukimahdollisuuksia. Ns. vihreät aatteet saattavat muuttaa tarvikkeiden ominaisuuksia niin kuin lamppujen osalla on jo tapahtunutkin.

Yleinen talouskehitys vaikuttaa toki siten, että huonoina aikoina ei investoida. Yritysten toiminnan lopettaminen vaikuttaa mm. teollisuuden kunnossapidon kautta meihinkin. Vanheneva väestö kuluttaa eri tavoin kuin nuoret ja verkkokaupat muuttavat ostokäyttäytymistä. Jos tarvikkeiden tai niiden valmistukseen käytettävien materiaalien hinnat kovasti kallistuvat kuluttajat suosivat silloin helpommin halvempaa ja huonompilaatusta tuotetta. Tarjoamamme työ ei kaikeakaan lopu, mutta yksityispuolen asiakkaat saattavat helpommin suosia yhden miehen sähköasentajia, jotka tekevät asennuksia sivutoinään. Siinä on kuitenkin riskinsä vahinkojen sattuessa.

Tekniikka kehittyä jatkuvasti mm. työmääräinten käsittely mobiilisovelluksella, jolloin tarvittavat tiedot siirtyvät nopeammin laskutukseen ja palkanlaskentaan. Käyttämämme ohjelmiston ylläpitäjä on tätä ominaisuutta kehitellyt ja järjestänyt aiheesta asiastapaamisia. Mobiilisovelluksen käyttöön menee vielä aikaa, mutta on varmasti seuraavien sukupolvien luonnollinen työkalu. Niin kauan laskutus viivästyy ja paperin pyörittely vie arvokasta työaikaa.

Kirjanpidon ulkoistaminen kokonaan taas vaatii tilitoimistolta parempaa yhteistyötä yrittäjän kanssa, koska niin kauan kuin se tehdään esimerkiksi alustavasti yrityksessä, kuten Sat-Electric Oy:ssä nyt, hallinnan tunne säilyy ja tieto siitä, mitä kirjanpitoon sisältyy.

Väestö ikääntyy ja muuttoliike maahan lisääntyy, joten toimialalla lisääntyy valaistukseen ja turvallisuuteen liittyvät ratkaisut. Uusia alueita ovat langattomat ratkaisut sekä erilaisten turvajärjestelmien asentaminen. Tulotaso vaikuttaa siihen, halutaanko investoida mukavuuteen ja viihtyvyyteen. Luonnonmukaiset valinnat tulevat edelleen lisääntymään. Seuraava sukupolvi tulee arvostamaan enemmän mukavuutta ja tuotteiden yksilöllisyyttä.

4. TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA

4.1 Toiminta-ajatus

Sat-Electric Oy:n toiminta-ajatuksena on tarjota yksityistalouksille ja yrityksille ammattitaitoista palvelua ja laadukkaita sähkötarvikkeita, joilla taataan sähkön käytön turvallisuus, mukavuus ja laitteiden toimivuus.

4.2 Liikeidea

Sat-Electric Oy:n tuotteita ovat asennuspalvelu, automaatio, sähkösuunnittelu ja tarvikemyynti. Laaja osaamisemme ja henkilökunnan kokemus alalta on mahdollistanut kattavan palvelutarjonnan.

Asennuspalvelu:

Asennuspalvelu painottuu etupäässä teollisuuden sähköasennuksiin ja kunnossapitoon. Laaja osaamisemme mahdollistaa myös asuinrakennusten, teollisuusrakennusten, liike- ja toimitilojen sähköistyksen niin uudis- kuin saneerauskohteissakin. Teemme sähköasennuksia ATK-verkoista aina alle 1000 Voltin vahvavirta-asennuksiin asti.

Yrityksemme palveluihin kuuluu myös räätälöityjen keskusten valmistus. Valmistamme keskuksia omien tai asiakkaan toimittamien suunnitelmien pohjalta. Keskusvalmistuksessa käytämme aina standardisoituja komponentteja. Keskusvalmistus tapahtuu omissa tiloissa ja toimitamme ne sovittaessa myös kenttäasennuksineen.

Automaatio:

Automaatioratkaisumme sisältävät sähkösuunnittelun, ohjelmoinnin, keskusvalmistukset, kenttäasennukset sekä järjestelmien käyttöönoton. Teemme automaatiojärjestelmiin myös huolto- ja muutostöitä. Automaatioratkaisumme auttaa asiakasyrityksen tehokkuuden ja tuottavuuden tehostamisessa. Järjestelmämme on mahdollista toteuttaa käyttäen Siemens S5 S7, Omron CX, Mitsubishi tai Unitronics logiikoita. Operointipaneelina käytämme Siemens WinCC Flexible, ProTool, Omron ja Unitronics paneeleita.

Sähkösuunnittelu:

Sähkösuunnitelmia teemme yksityistalouksille, yrityksille sekä teollisuudelle. Suunnitelmat toteutetaan yhdessä asiakkaan kanssa käytyjen suunnittelupalaverien pohjalta. Suunnittelupalvelu on olennainen osa kokonaisuutta, jolloin voimme myydä isompaa palvelupakettia. Lisäksi tuttuus ja luotettavuus hyvän asiakas-suhteen ja asiantuntevan palvelun myötä luo jatkuvuutta, jolloin asiakas tilaa jatkossakin meiltä ko. palvelua.

Tarvikemyynti:

Tarvikemyymälän tuotevalikoimaan kuuluu yleisimmät asennustarvikkeet, yleisvalaisimia sisä- ja ulkokäyttöön sekä teollisuuden komponentteja. Erikoiskomponentteja tilaamme tarpeen mukaan.

Sat-Electric Oy:n tärkeimmät asiakaskohderyhmät ovat yritykset ja teollisuus. Tällä sektorilla asiakas-suhteen jatkuvuus ja hyvä yhteistyö puolin ja toisin on elintärkeää. Suuri asiakasryhmä meille ovat myös yksityistaloudet, joiden tarpeeseen pyrimme vastaamaan mahdollisimman

hyvin. Tämän asiakasryhmän kohteet vaihtelevat pienistä pistorasia-asennuksista suurehkoihin omakotisähköistyksiin. Asiakaskuntaamme kuuluu myös kaupungit ja kunnat.

Yritys- ja teollisuusasiakkaiden tarpeet liittyvät toiminnan ja tuotannon häiriöttömään jatkuvuuteen. Silloin palvelun nopea ja joustava saatavuus on hintaakin tärkeämpää. Näiden asiakkaiden tarpeisiin pitää pystyä vastaamaan ympäri vuorokauden jos mahdollista esimerkiksi hälytystilanteissa. On eduksi jos asentaja ja suunnittelija etuudestaan jo tuntee yrityksen ja sen laitteiston.

Yksitystaloudet haluavat nopeaa palvelua ja hinta on merkitsevä tekijä. Myös sähköliikkeen ja yksittäisen suunnittelijan tai asentajan tunnettuus on merkittävä tekijä asiakkaan valitessa itselleen palvelua.

Kaupungit ja kunnat arvostavat alhaista hintaa.

Sat-Electric Oy:n tavoitteena on olla nykyaikainen, luotettava ja laadukasta työtä tekevä yritys, joka pystyy mahdollisimman nopeasti ja joustavasti vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Yrittäjähenkisyys, palvelualttius ja ihmisläheisyys on olennainen osa kaikkien tapaa tehdä yrityksessä töitä. Olemme hyvin veloitteemme hoitava yritys.

Haluttu imago saavutetaan henkilöstön koulutuksella, nuorten aloittavien työntekijöiden hyvällä perehdyttämisellä ja kokonaisvaltaisella työhyvinvoinnin ylläpitämisellä. Yrittäjähenkisyyttä voidaan lisätä sitouttamalla henkilöstöä esimerkiksi osakkuuden kautta. Lisäksi olisi tärkeää, että varsinkin yrityksen työntekijäosakkaat omalla persoonallaan loisivat mahdollisimman hyvää yrityskuvaa ympärilleen.

Sat-Electric Oy omistaa teollisuushallin, jonka kerrosala on 450 m² ja tilavuus n. 2156 m³. Teollisuushalli on rakennettu 1980-luvun lopussa ja rakennuksen kylmä osa on muutettu lämpimäksi v. 2008. Konttori- ja pihajärjestelyjä on tehty sekä ilmalämpöpumput asennettu v. 2009-2010. Rakennus sopii hyvin nykyiseen käyttöönsä ja kiinteistö on hyväkuntoinen. Lämmitys hoidetaan öljykeskuslämmityksellä ja pattereilla sekä ilmalämpöpumpuilla. Hallissa on kaksi alumiinista nosto-ovea. Piha on sorastettu ja tontin kokonaispinta-ala on n. 3000m². Hallin etäisyys kaupungin keskustasta ja kunnallisista palveluista on n. 2 km. Tärkeimmät liikenneyhteydet ovat Pori –Helsinki –valtatie ja rautatie 1 km. Kaupalliset lähipalvelut sijaitsevat 1-2 km kohteesta.

Yrityksellä on tällä hetkellä käytössään neljä pakettiautoa. Muutoin käytössä on laadukkaat työkalut ja mittarit, tietokoneet yms.

Yritys työllistää tällä hetkellä kolmeitoista henkilöä, joista toimihenkilöpuolella on neljä. Kaksi sähkösuunnittelijaa, ohjelmistosuunnittelija ja toimistotyöntekijä. Näiden lisäksi henkilökuntaan kuuluu kahdeksan sähköasentajaa sekä tarvikkemyyjiä.

Henkilöstön ikäjakauma on laaja, 20 vuodesta 60 vuoteen, joten uusia jatkajia yritykselle löytyy ja toisaalta vanhaa pitkäaikaista alan kokemusta. Koulutukseltaan asentajat ovat ammattikoulun sähköasennustoimialalta valmistautuneita, joko sähköasennus- tai automaatiopuolelta. Suunnittelijat ovat teknillisen ja insinöörin –koulutuksen saaneita.

Tarvikemyyjällä on myös sähköalan koulutus. Taloushallinnon työntekijä on kaupallisen koulutuksen saanut. Osa-aikaisia työntekijöitä ei ole yrityksessä.

Yritys on virallisesti auki aamu kahdeksasta puoli viiteen iltapäivällä. Asentajat ja suunnittelijat aloittavat työpäivänsä aamulla kello seitsemän. Tarvittaessa työajoissa joustetaan, riippuen työn kiireellisyydestä.

Tarvikemyyjä huolehtii tarvikepuolen ostoista ja neuvottelee tukkureiden kanssa ehoista. Myös suunnittelijat tekevät tiettyjä hankintoja itsenäisesti tai yhdessä tarvikemyyjän kanssa. Keskusvalmistus tehdään asiakkaan tilauksen mukaan paikan päällä tai asiakkaan tiloissa. Komponentit hankimme asiakkaan tilauksen mukaan.

Alustavan kirjanpidon yrityksessä tekee taloushallinnon vastaava, joten tuntuma kirjanpidon eristä säilyy hyvin talon sisällä. Valmiiksi excel –taulukon avulla laaditut päiväkirjat ja pääkirjat hän toimittaa kuukausittain paikalliselle tilitoimistolle, joka tekee kirjanpito-ohjelmalla ns. viralliset ajot tuloslaskelmineen ja taseineen. Tilinpäätökseen tarvittavan materiaalin taloushallinnon työntekijä valmistelee ja toimittaa tilitoimistolle, joka tekee lopullisen tilinpäätöksen ja viralliset sidotut tasekirjat ja tilinpäätöserittelyt.

Hallintoa ja päätäntävaltaa käyttää yrityksen nelihenkinen hallitus. Toimitusjohtajaa ei ole, vaan päätökset tehdään yhteistuumin. Noin joka toinen kuukausi pidetään hallituksen kokous, jolloin tarkastellaan taloudellista tilannetta, mikä on työtilanne, hankintoja ja mitä muutoksia tai parannusehdotuksia on pantu vireille.

Siivouspalvelut on ostettu ulkopuoliselta yritykseltä.

Asiakkaan hyöty palveluistamme ovat toimivat koneet, laitteet ja tarvikkeet. Kuten esimerkiksi jätevesipumppaamoiden toimivuus. Valaistusratkaisut tuovat sekä viihtyvyyttä että valoa ja luovat turvallisuutta mm. pihavalaistuksen osalta. Turvallisuutta tuo myös erilaiset hälytinjaerjestelmät ja ammattitaitoisen asentajan tekemät työt lisäävät paloturvallisuutta. Hyötyjä ovat myös lämpö ja lämmin vesi. Hyvien sähkösuunnitelmien ja asennusten mukana tulee mukavuutta ja käytännöllisyyttä, jopa säästöjä kustannuksissa. Kuten myös elinkeinon turvaaminen maanviljelijälle esim. viljan kuivurin toimivuuden vuoksi.

Sat-Electric Oy:n kilpailuvaltteja ovat monipuolinen osaaminen ja pitkä kokemus alalta. Voimme tarjota monipuolista suunnittelupalvelua; on kokemusta ja pätevyyttä. Suunnittelijamme tuntevat asennustöitäkin paljon tehneinä käytännön olosuhteita. Voimme tarjota samasta yrityksestä asiakkaalle palvelun suunnittelusta asennuksiin loppumittauksineen asiakasystävälliseen hintaan. Melko nopea saatavuus ja joustavuus työajoissa on hyvää palvelua asiakkaalle.

5. YRITYS- JA YMPÄRISTÖANALYYSI

5.1 Yritys- ja ympäristöanalyysi (SWOT)

VAHVUUDET

- suurin tämän luokan sähköurakointiliike Kokemäen- ja Harjavalan alueella
- hyvä vakiintunut asiakaspohja erityisesti yritys- ja teollisuuspuolella
- hyvä sijainti
- omat asialliset ja viihtyisät toimitilat
- palveluiden monipuolisuus
- hyvä ammattitaito ja kokemus alalta
- sähköalan palveluita tullaan aina tarvitsemaan
- henkilöstön hyvä työmoraali, yrittäjähenkisyttäkin
- tunnusluvut hyvällä mallilla, kassa, kannattavuus, vakavaraisuus
- joustavuus
- työterveyshuolto järjestetty, kuntotestauksia järjestetään
- ilmainen liikuntamahdollisuus kuntosalilla ja uimahallilla
- teemme asiat oikein, lainsäädännön ym. säädösten noudattaminen
- ikäjakauma henkilöstössä, 20-60 v
- uudet työntekijät tuoneet uusia asiakkaita
- hyvä henki
- hyvät suhteet tukkureihin ym. tavaran toimittajiin
- asiakasystävällinen työn hinnoittelu

MAHDOLLISUUDET

- uudisrakentaminen
- huolto- ja kunnossapitotöiden lisääntyminen taantumassa
- alueellisesti laajemmalla alueella toimiminen; Harjavalta, Eurajoki
- kakkostien kehittäminen ja rakentaminen
- uudet yritysasiakkaat
- uudet tuotteet ja palvelut
- maine ja imago
- teknologian kehittyminen
- ihmisten mukavuudenhalun lisääntyminen
- väestön ikääntyminen
- laajentuminen uusille toimialoille; mm. Ivi
- turvallisuustarpeiden lisääntyminen

HEIKKOUEDET

- laaja omistus pohja
- johtaminen, työnjohto ja strategioiden puute yms.
- myyntityön puuttuminen
- markkinointisuunnitelman puuttuminen
- työn hinnoittelu
- uusien työntekijöiden perehdytys ja valvonta

- tunnettuus; keitä me ollaan ja mitä tehdään
- huono informaation kulku
- henkilökunnan vähäinen kurssittaminen
- eri osa-alueiden kehittäminen puuttuu
- tuurasjärjestelmä puutteellinen

UHAT

- kilpailu, uudet alan yrittäjät tai isot alan yritykset
- kateus
- taloudelliset suhdanteet
- yritysten myymiset ja konkurssit
- työntekijöiden vaihtuvuus; ammattitaitoisen työvoiman siirtyminen kilpailijalle
- työntekijöiden sitoutumattomuus
- työntekijöiden työmoraali
- ammattitaitoisen työvoiman saanti tarvittaessa
- avainhenkilöiden eläköityminen/poistuminen
- ulkomainen työvoima
- urakoiden hinnoittelu

5.2 Johtopäätökset

Paikkakunnan ja lähialueen suurimpana sekä monipuolisimpana sähköurakointiliikkeenä meidän tulisi kohdistaa myyntityötä alueen yrityksiin ja markkinointiin ylipäänsä kertomalla mitä me teemme ja keitä me olemme. Yrityksen pitäisi panostaa myyntityötä tekevään henkilöön ja valita sitä varten sopiva vastuuhenkilö. Myyntityöhön painottuva koulutus toisi varmuutta kokemuksen rinnalla. Ensin pitää tehdä markkinointisuunnitelma, mitä ja miten tehdään sekä keihin se kohdistetaan.

Vakiintuneesta asiakaskunnasta täytyy pitää erityisen hyvää huolta ja palvelun on oltava mahdollisimman laadukasta. Ketään ei ole varaa menettää ja uusia pitää löytää. Yrityksellämme on hyvä sijainti. Kiinteistön ja piha-alueen kunnossapito luo meistä tietynlaista mielikuvaa ulospäin. Piha-alueen siistiminen, istutusten ja nurmialueen suunnittelu ja suunnitelmien toteutus tehdään viimeistään syksyllä 2013. Toimitiloja pitää vielä kehittää. Monipuolista palvelun tarjontaa pitäisi pystyä tarjoamaan jatkossakin. Ikääntyvän henkilökunnan ns. hiljaista tietoa pitäisi hyödyntää nuoria uusia työntekijöitä opettamalla ja opastamalla. Jatkuvaa monipuolista koulutusta täytyy ylläpitää, unohtamatta talous, johtamis- ja markkinointikoulutuksia sekä henkilöstön työhyvinvointiin liittyviä koulutuksia. Kokemus pysyy talossa, kun pidetään henkilökunnasta hyvää huolta. Henkilökuntaa pitää kohdella asiallisesti ja tasapuolisesti. Maksamme kaikille työehtosopimuksen mukaista palkkaa työkokemuksen ja pätevyyden mukaan. Hyvää yhteishenkeä lisäävät yhteisten tilaisuuksien tai tyky -päivien järjestäminen sekä työterveyshuollon kanssa tehtävä yhteistyö. Bonus -järjestelmä saattaisi olla joissakin tapauksissa hyvä kannustin.

Hinnoittelu- ja kustannuslaskentaa pitää tehdä ja käyttää niitä hyödyksi.
Lainsäädäntöä ym. säädöksiä noudattamalla vältetään ikävät seuraamukset.

Laajan omistuspuhjan supistamis –asia on otettu osakkaiden kanssa esille ja sen puitteissa olisi tarkoitus edetä vuoden 2013 loppuun mennessä. Tällä hetkellä yrityksen palveluksessa on jo henkilöitä, jotka ovat halukkaita sitoutumaan toimintaan osakkuudella. Vielä tarvitaan myyjä- ja ostajapuolen yhteydenottoja ja selvitetään myös yrityksen mahdollisuutta ostaa osakkeita.

6. YRITYKSEN TULEVAISUUDEN KUVA

6.1 Yrityksen tulevaisuuden näkymät

Sat-Electric Oy tulee edelleen kasvamaan samaan maltilliseen tapaan kuin tähänkin asti. Tulemme saamaan lisää sopimusasiakkaita yrityspuolelta ja markkinoinnin kehittämisen myötä yksityispuolen asiakkaat oppivat tuntemaan yrityksemme ja palvelumme. Uusia alan yrittäjiä tulee alueelle, mutta eivät ole välitön uhka meille, koska olemme jo hyvin vakiinnuttaneet asemamme.

Toiminta-alueemme laajenee Harjavallan ja Eurajoen suuntaan ja tulemme tarjoamaan enemmän töitä myös kuntasektorilla. Liikevaihtomme ylittää miljoonan euron rajapyykin. Uhkana voidaan edelleen tulevaisuudessakin pitää tärkeiden asiakasyritysten toiminnan loppumista tai sähkötöiden keskittämistä suurille rakennusyrityksille. Henkilökuntamme lisääntyy ja toiminta laajenee myös uusille toimialoille ja tarvikejärjontamme monipuolistuu.

6.2 Visio

Vuonna 2018 Sat-Electric Oy haluaa olla:

Henkilöstö: 16

Tuotteet: nykyiset ja lvi

Liikevaihto: 1.500.000 euroa

Toimitilat: hallin laajennus ja saneeraus mm. sosiaalitilat

Piha-alue: parkkialue asfaltoitu

Imago: paikkakunnan suurin, tunnetuin ja monipuolisin alan yritys

Muuta: haluttu ja arvostettu työpalkka, jossa asiat hoidetaan esimerkillisesti

6.3 Tavoitteet

Talouden menestystekijöitä ovat esimerkiksi kannattavuus ja kasvu. Niitä voidaan mitata seuraamalla kuukausittaisia kirjanpidon tuottamia raportteja. Liikevoiton seuraaminen prosentteina liikevaihdosta on kuvaavampaa kuin euromääräisenä. Kannattavuus pyritään saamaan 20 %: in liikevaihdosta ja liikevaihdon tavoite voisi olla esimerkiksi noin 10% suurempi kuin edellisen vuoden vastaava arvo.

Ostokustannuksia syntyy mm. tarvikemyyjän selvitystyössä, rahtimaksuissa yms. Heikkolaatusten tuotteiden ostaminen lisää reklamaatioita ja vie asiakkailta uskottavuuden laadukkaisiin tuotteisiin. Tuotteiden toimimattomuus lisää asiakkaan mielipahaa ja sen myötä mielikuvaa yrityksen imagosta.

Nykyisiä ostoja yrityksessä ei ole tarvetta karsia, hyllyyn ei tilata sellaista tavaraa, joka ei tavanomaisesti käy kaupan. Ostoehdoista neuvotellaan. Toimitus-, käsittely- yms. kuluihin on vaikea vaikuttaa, koska se on vakiintunutta käytäntöä kaikkialla. Haluttu asiakas on sellainen, joka keskittää hankintansa pääasiassa samalle toimittajalle.

10. TUOTANTO

10.1 Tuotantopuitteet ja tuotantokapasiteetti

Sat-Electric Oy sijaitsee teollisuusalueella Kokemäellä n. 2 km keskustasta. Pori-Helsinki valtatie ja rautatieasema ovat kilometrin päässä. Toimitilojen kerrosala on n. 450 m², josta toinen puoli on konttoritilaa ja toinen asennustöiden käytössä; tarkoitus alun perin keskusvalmistukselle. Käytössä ovat normaalit sähköasennuksissa tarvittavat työkalut ja mittarit. Yrityksellä on asentajien käytössä myös neljä pakettiautoa.

Tuotantopuitteiden sijainti on erinomainen. Tilat ovat riittävät, joskin sosiaalityöt kaipaavat uudistusta. Piha-alue on tarpeeksi suuri kuljetusautoille.

Yrityksen nykyinen tuotantokapasiteetti on riittävä tämän hetkiseen kysyntätilanteeseen. Tuotantokapasiteettia on vuoden aikana nostettu palkkaamalla kaksi uutta työntekijää, suunnittelija ja sähköasentaja. Lisäksi hankittiin yksi uusi pakettiauto. Kapasiteetti on täysin hyödynnetty, joskin käyttöaste vuoden aikana hieman vaihtelee kysynnän mukaan. Tulevaisuudessa on tarvetta laajentaa tuotantokapasiteettia. Kysyntätilanteiden vaihdeltaessa nopeasti on joskus vaikea muuttaa kapasiteettia.

10.2 Tuotantoprosessi

Tarvikemyyntiin tullessaan asiakas selvittää myyjän kanssa tuotteen ominaisuudet, jollei ne ole entuudestaan tiedossa. Joko tuote löytyy hyllystä tai myyjä tilaa tuotteen ja asiakas saa haluamansa tarvikkeen muutamassa päivässä, noutaa sen ja maksaa tai saa siitä laskun kotiinsa.

Suunnittelua tai asennusta tarvitessaan, asiakas tekee työtilauksen. Työlle avataan järjestelmään työmääräin, jossa on asiakkaan yhteystiedot sekä kohteen työselostus. Kiireellisyydestä riippuen työ yritetään hoitaa mahdollisimman pian ja työnjohtaja osoittaa työn asentajalle. Kerätään kohteessa tarvittavat tarvikkeet ja lisätään ne avoimeen lähetyslistaan. Työn suorittamisen ja mahdollisten loppumittausten jälkeen palautetaan tarvikkeet, joita ei tarvita. Työ on laskutusvalmis, kun asentaja on jättänyt tunti-ilmoituksensa.

Päivän työaika tulee käyttää hyvin hyödyksi. Pienet asennuskeikat voidaan tehdä suurempien lomassa. Pidempien matkojen päässä ja samalla suunnalla olevia kohteita kannattaa ajoittaa samoihin aikoihin, ettei ajomatkoihin kulu ylimääräistä aikaa eikä synny muita ylimääräisiä kuluja. Kahvitauoille ei lähdetä työmaalta ja ruokatunninkin ajoitus kannattaa suunnitella ajankäyttöä tehostaen. Mahdollisesta tarvikkeiden hausta voi tulla lisäkustannuksia. Tuotannon suunnittelun vastuu on työnjohdolla, joskin asentajat toimivat hyvin itsenäisesti.

10.3 Tuotannon kehittäminen

Mobiilisovellusten käyttäminen asennustöissä toisi kustannussäästöjä. Työmääräimet näkyisivät puhelimella ja työlle menneet tarvikkeet merkattaisiin heti ylös, samoin työtunnit yms. Siitä ne siirretään suoraan laskutukseen. Papereiden kierrättäminen vähentisi huomattavasti ja aikaa säästyisi.

10.4 Investoinnit

Suuremmat investoinnit tehtiin muutama vuosi sitten muuttamalla hallin kylmä puoli lämpimäksi valmistustilaksi silloisen TE –keskuksen tuella. Sosiaalitulojen ja keittiön saneeraus toteutetaan lähiaikoina. Kameravalvontajärjestelmä on asennettu keväällä 2013 ja hankittu yksi pakettiauto lisää. Pihan viheristutukset on tehty syksyllä 2013. Parkkialue tullaan lähivuosina asfaltoimaan. Näkyvyyden lisäämiseksi on tehty valmius tienvarrelle asennettavalla valaistulla mainostaululle. Tehtyjä investointeja on rahoitettu pankkilainalla ja maksamalla kulut kerralla pois.

10.5 Laadunvarmistus

Yrityksessämme arvostetaan laadukasta työtä ja tarvikkeita. Asiakkailta saatu hyvä palaute ja pysyvät asiakas-suhteet antavat meille arvokasta tietoa palvelumme laadusta. Työntekijöiden työmoraali ja työn laadun arvostus pitää olla korkealla. Tulemme laatimaan laatukäsikirjan ja ohjeistuksen työpaikan toimintatavoista.

11. HENKILÖSTÖ

11.1 Yrityksen johto ja organisaatio

Yritystä johtaa nelihenkinen hallitus, joista kolme on tällä hetkellä työntekijäosakkaita ja yksi ulkopuolinen osakas. Hallituksen jäsenten ikä jakautuu 40 vuodesta 60 vuoteen. Kahdella on sähköasennusalan koulutus ja pitkäaikainen kokemus alalta, heistä toinen, hallituksen puheenjohtaja on yksi avainasentajiamme ja vanhempi henkilö siirtyi muutama vuosi sitten myymälävastaavan tehtäviin. Kolmannella hallituksen jäsenellä on kaupallinen koulutus; merkonomi ja myös yli kahdenkymmenen vuoden kokemus taloushallinnon tehtävissä. Neljäs ulkopuolinen jäsen toimii paikallisen ammattioppilaitoksen sähköasennusalan opetustehtävissä.

Mitään selkeitä laskelmia ja strategioita ei ole laadittu yrityksen eteenpäin viemiseksi. Työntekijäosakkailla on selvä ymmärrys siitä, että haluamme menestyä mahdollisimman hyvin, kasvaa ja laajentua, kehittyä ja turvata toimeentulomme. Olemme olleet onnekkaita saadessamme motivoituneen henkilökunnan.

Hallitus kokoontuu noin joka toinen kuukausi. Kokouksissa käsittelemme suuntaviivat ja suunnittelemme käytännössä toteutettavia asioita. Työnjohtotehtävä on sähkösuunnittelijallamme, joskin tehtävä on nyt murruksessa ja on tällä hetkellä jakautunut molemmille suunnittelijoillemme. Myymälävastaava hoitaa tarvikemyynnin ja tarvikkeiden ostot, ostoja suorittavat myös suunnittelijamme yhdessä myyjän kanssa. Lisäksi meillä on automaatiosuunnittelija, joka työskentelee käytännössä täysin itsenäisesti työkohteissa. Taloushallinnon vastaava hoitaa palkanmaksun, laskutuksen, laskujen maksun ja alustavan kirjanpidon ja lukuisia muita toimistotehtäviä.

Vahvuudet: motivoituneisuus, osakkuus, joustavuus

Heikkoudet: johtamistaito, hallintotyöskentely, strategiat, laskelmat, ajanpuute hallinnollisten tehtävien hoitamiseen.

11.2 Henkilöstön kehittäminen

Osa henkilökunnasta lähestyy eläkeikää, joten tulemme lähivuosina tarvitsemaan yritykseen tarvikemyyjän ja automaatiosuunnittelijan. Nykyisellä työmäärällä selviämme tällä henkilöstömäärällä. Pitkällä tähtäimellä on vaikea ennakoida kysynnän muutoksia, ne voivat vaihdella nopeasti, mutta vakiasiakkaat pysyvät. Konttori selviää yhdellä työntekijällä tässä laajuudessa.

Henkilöstöltä vaaditaan ammattitaitoa suunnittelun eri osa-alueilta ja suunnittelu- sekä tarjouslaskentaohjelmien käytännön soveltamista. Alalla on tärkeää tuntea turvallisuuteen liittyviä sääntöjä ja ohjeistuksia. Sähkö- ja automaatioasennustaidot ovat edellytys sähköurakointiliikkeen toiminnalle. Koska toimimme asiakkaiden kanssa, myös asiakaspalvelun ymmärtäminen ja sosiaaliset taidot ovat eduksi. Myös talousasioiden tuntemusta ja johtamistaitoa vaaditaan ainakin hallituksen jäseniltä.

11.3 Henkilöstön hyvinvoinnin ja työkyvyn ylläpito

Hyvinvointia pidetään yllä hyvällä ilmapiirillä työpaikalla. Mukavat yhteiset keskustelut ja illanvietot lisäävät tunnetta, että ollaan yhtä.

Työterveyshuollon kanssa hoidetaan ennaltaehkäisevää työhyvinvointia. Terveystarkastukset 50 –vuotta täyttäneille tehdään kolmen ja sitä nuoremmille viiden vuoden välein.

Järjestetään myös kuntotestauksia silloin tällöin. Yritys kustantaa henkilökunnan käynnit kuntosalilla ja uimahallissa sekä tarjoaa kahvit ja kahvileivät päivittäin.

Työpaikalla on työturvallisuuspäällikkö ja –asiamies. Heidän tehtävänä on opastaa työturvallisuuteen liittyvissä asioissa henkilökuntaa ja päällikkö on niistä vastuussa.

Asentajilla pitää olla voimassa oleva työturvallisuuskortti. Työvaatetukseen kuuluu turvakengät, kypärä ja suojalasit tarvittaessa sekä asennustöihin tarkoitettut haalarit, takit ja liivit.

12. RISKIEN ARVIOINTI JA HALLINTA

12.1 Riskienhallintaperiaatteet

Taloudellisten riskien hallintakyky on yrityksessämme hyvä. Se edellyttää hallitukselta ja taloushallinnon vastaavalta jatkuvaa rahatilanteen seuranta ja ennakointia. Ennakointia voi tehdä arvioimalla nykyisiä työtilauksia ja mahdollisia tulevia. Pienehköjä investointeja pystytään hyvinkin tekemään riskillä esimerkiksi pakettiauton hankinta, mainoksiin panostamista, pihatyöt, kiinteistön saneeraus. Yrityksessämme otetaan kuitenkin tietoisesti pienehköjä riskejä.

12.2 Yrityksen riskit

Henkilö- ja toiminnan keskeytymisen riskit

- sairastumiset, kuolemat, siirtyminen kilpailevan yrityksen palvelukseen tai eläkkeelle
- avainhenkilöstön kuten yllä
- asennustöiden, suunnittelun, myyntitoiminnan ja konttoritöiden keskeytyminen
- riitatilanteet

Omaisuuksien ja rikosten riskit sekä keskeytysriskit

- murtautuminen liiketiloihin, työkalujen ja tietokoneiden varastaminen, rikkominen
- tullipalot, luonnonmullistukset
- suunnitteluohjelmat, tiedostot, kopioinnit, tiedon häviäminen
- toiminnan keskeytyminen erilaisista syistä

Vastuuriskit

- työturvallisuus asennustöissä
- virheet asennustöissä
- suunnittelutyön vastuu

Tietoriskit

- henkilökunnalta kilpailijalle, varastaminen, tietokoneet

Oikeusturvariskit

Toiminnan keskeytyminen olisi suurin uhka. Toiseksi avainhenkilöstön menettäminen.

12.3 Riskeihin varautuminen

- vakuutukset
- kameravalvonta ja murtohälytys
- varmuuskopiot
- valaistus
- lukitseminen
- kassakaappi
- rinnakkaistili
- korkokatto
- uuden henkilöstön palkkaaminen
- koulutus
- työturvallisuuskoulutukset
- työterveyshuolto, tyky –palvelut
- työvaatetus

12.4 Yrityksen vakuutukset

Kiinteistövakuutus

- asennus- ja varastohalli; palo, murto- ja ilkivalta, vuoto, luonnonilmiö
- kiinteistönomistajan vastuuvakuutus
- aiheutettu henkilövahinko
- kiinteistönomistajan oikeusturva

Yritysvakuutus; palo, varkaus, ilkivalta, vuoto, myrsky

- kauppavarasto
- valmistuksessa olevat tuotteet
- työkalut hallissa
- atk -laitteet
- asiakkaiden laitteet
- toiminnan vastuuvakuutus; sähköasennus, aiheutettu esinevahinko, aih.henkilövahinko
- oikeusturvavakuutus; sähköasennus

Lakisääteinen tapaturmavakuutus

Työttömyysvakuutus

Työntekijän ryhmähenkivakuutus

Autovakuutukset; kasko, liikenne

Vakuutusyhtiöitä kannattaa aika ajoin kilpailuttaa.

13. TALOUS

13.1 Kannattavuus ja maksuvalmius

Sijoitetun pääoman tuotto prosentti oli viimeksi päättyneellä tilikaudella 21,97. Luku on erinomainen. (yli 20).

Vakavaraisuus:

Omaravaisuusaste oli 62,19, joka sekin erinomainen (yli 60). Yli 40% on hyvä arvo. Omaravaisuusaste mittaa yrityksen vakavaraisuutta, tappion sietokykyä ja ylipäättään kykyä selviytyä sitoumuksista pitkällä tähtäimellä.

Maksuvalmiuden tunnusluvut ovat : Quick Ratio 1,93 ja Current Ratio 2,68. Molemmat luvut ovat hyviä. Yrityksen maksuvalmius on ollut jo vuosia hyvä. Edellisen kolmen vuoden aikana lyhyen aikavälin maksuvalmiutta kuvaava arvo Quick ratio on ollut hieman yli 2. (Yli 1,0 = hyvä). Samoin pidemmän, noin yhden vuoden aikajänteellä oleva arvo Current ratio on ollut yli 3 tai hiukan alle 3. (Yli 2,0 = hyvä). Maksuvalmiuden mahdolliseen heikkenemiseen täytyy hallituksen reagoida mahdollisimman nopeasti.

Laskutuksen ja maksusaamisten tulee olla jatkuvaa ja täytyy ennakoita tilanteita, joissa väistämättä tulee suurempia menoeriä, esimerkiksi samalle viikolle ajoittuvat yrityksen palkat, ta –maksu, alv:n maksu, TyEL –maksu tai suurehkot hankinnat. Myyntisaatavien määrä on melkoinen sekä varaston arvo kohtalaisen suuri. Nämä ovat suhteellisen nopeasti rahaksi muutettavaa varallisuutta. Lisäksi on työkaluja ja kalustoa mm. autot.

13.2 Kasvu

Liikevaihto on kolmen viimeisen vuoden aikana kasvanut tasaisesti. Seuraava kasvutavoite on, että liikevaihto ylittää 1 milj. euron rajan. Töitä ja laskutettavaa pitää olla hyvällä katteella.

13.3 Taloushallinto ja seuranta

Yrityksessä tehdään itse palkanlaskenta, ostolaskujen käsittely ja maksaminen, alustava kirjanpito ja laskutus sekä laskujen karhuaminen. Lisäksi kaikki muu yritystoiminnassa olemassa oleva selvitys- ja paperityö.

Palkanlaskennassa ja laskutuksessa on käytettävissä Pajadatan XPaja –ohjelmisto. Laskut lähtevät toistaiseksi paperilaskuina tai sähköpostin liitetiedostona. Ohjelmistotalolla on valmius tarjota myös verkkolaskun lähetyshyönteä. Ostolaskut maksetaan verkkopankissa. Kirjanpito kirjataan ja tallennetaan excel –taulukko, josta tilitoimisto koosteen mukaan siirtää yhteis-summat tileittäin omaan kirjanpito-ohjelmaansa, josta saamme alv –laskelman, tuloslaskelman ja taseen. Tilitoimisto tekee tilinpäätöksen taloushenkilön keräämien tietojen pohjalta.

Järjestelmä sopii tämän kokoiselle yritykselle. Tarvittava tieto on nopeasti saatavissa ja yhden ihmisen on helppo oppia työpaikalla käytettävät työehtosopimukset ja soveltaa niitä paikallisesti. Yksi ihminen selviää normaali työmäärällä näistä työtehtävistä.

Taloutta seurataan lukemalla tuloslaskelmaa ja tasetta sekä tarkkailemalla pankin tiliotteelta saldolukemia. Varsinaisia laskelmia ei ole tehty. Tilinpäätöksen yhteydessä saamme tilitoimistolta tietoa sen hetkisistä tunnusluvuistamme. Tilintarkastajan tarkastuksen jälkeen saamme raportin tilanteesta, joka antaa suuntaa siltä miten talous ja hallinto on hoidettu.