



Teenusmajanduse instituut

Ärijuhtimise õppekava

Kevin Toming

KIIREKART OÜ ÄRIPLAAN

Lõputöö

Juhendaja: Eva Vahtramäe, *MA*

Mõdriku 2020

SUMMARY

The Final Thesis has been composed on the topic "*Business plan of KiireKart OÜ*". The Final Thesis consists of 62 pages, 9 illustrations and 5 annexes. A total of 50 sources have been used in the thesis, 12 of which are foreign-language sources and 1 is a translation from a foreign language into Estonian.

The aim of this Final thesis is to prepare a business plan for OÜ KiireKart in order to find out the profitability of a business idea.

In order to achieve the aim of the thesis, the following tasks have been set:

- 1) to provide a theoretical framework from a preparing a business plan to starting a business;
- 2) to find out the interest of the one main target group of town Rakvere in go-karting through market research;
- 3) to define the mission, vision and objectives of the company and explain the ideas and the general details of the company to be created;
- 4) to analyze the business environment, the market and competitors and prepare a SWOT analysis;
- 5) to prepare a marketing and financial forecast and assess the risks and profitability of the business idea.

The Final Thesis consists of three chapters, the first of which deals with the nature of entrepreneurship and getting started with it through a theoretical framework. The second chapter gives an overview of the methods of empirical research and describes their content. The Final Thesis has been composed by using a combined methodology, where the textual analysis and observation are qualitative, and the market research and financial forecasts are quantitative. The third chapter reflects the practical analysis and research of the business idea of KiireKart OÜ.

The business idea is to set up an entertainment company that will provide everyone with a fun go-karting ride. The main target group is families interested in active and interesting activities and friend groups in the age of 14-60 years. It is planned to rent an arcade hall, where a small racetrack can be made, and 5 gasoline engine go-carts and a pool table to for the waiting time may be initially purchased. The place of business is the town of Rakvere. The general market is aimed at everyone from the age of 14 and

tourists visiting the town of Rakvere. Cooperation with other entertainment and accommodation establishments is planned due to tourists.

The vision of KiireKart is to be the most visited and best-known go-karting service provider in Lääne-Virumaa and Ida-Virumaa by 2021. The mission is to provide our clients with a high-quality service, making leisure time more valuable and enhancing the entertainment component that reduces people's stress. The desire is to create new opportunities and alternatives to smoking, alcohol and other vices to make people's lifestyles healthier. The realization of the business idea and preparation of the business plan is supported by the conducted market survey, which revealed that there are not enough leisure opportunities in Rakvere and a large part of the survey participants are interested in using an offered go-karting service.

Financial forecasts and analysis showed that the company pays itself off, even though start-up costs are high. The company's foreseeable sales volumes are rather pessimistic, but the income statement shows profitability, which suggests that the business plan is realistic and profitable in the long run. The company's estimated operating profit for the first year of operation is 3 381 euros, but already at the end of the second year of operation, the expected profit is 22 083 euros. Consequently, it can be concluded that providing a go-karting service is cost effective and that the business plan is realizable.

In conclusion, the aim of the thesis was fulfilled and KiireKart OÜ business plan is composed to evaluate the profitability of the business idea. The composed business plan shows the profitability of the idea and is the basis for starting a business.

SISUKORD

SUMMARY	2
SISSEJUHATUS	5
1 ETTEVÕTLUS JA ÄRI ALUSTAMINE	7
1.1 Äriplaani olemus ja selle koostamine.....	9
1.2 Äriplaani struktuur	14
1.3 Äriplaani koostamise põhjused ja vajalikkus	20
2 EMPIIRILISE OSA METOODIKA.....	23
2.1 Lõputöö probleem, eesmärk ja ülesanded	23
2.2 Empiirilise uuringu meetodika.....	24
3 KIIREKART OÜ PRAKTILINE ÄRIPLAAN	27
3.1 Äriidee, visioon, missioon ja eesmärgid	27
3.2 Ärikeskkonna analüüs ja SWOT-analüüs	29
3.3 Turg ja konkurents	33
3.4 Turundustegevus ja riskianalüüs	39
3.5 Finantsplaan ja -prognoosid	43
KOKKUVÕTE	46
KASUTATUD KIRJANDUS	48
LISAD.....	52

Lisa 1. Turu-uuringu küsitlusankeet

Lisa 2. KiireKart OÜ töökeskkonna riskitasemete hindamine

Lisa 3. Kassavoogude prognoos aastateks 2020-2022

Lisa 4. Kasumiaruande prognoos aastateks 2020-2022

Lisa 5. Bilansi prognoos aastateks 2020-2022

SISSEJUHATUS

Äriplaani koostamine paneb alustavat ettevõtjat läbi mõtlema oma ärilist ideed ja plaani elluviimisega seotud probleeme. Lisaks äriplaani kirjutamine aitab väljendada äriideed ja loob juhendi selle teostusele. Plaani koostamine annab ülevaate, kas äriidee on tasuv, sest hea idee ei ole alati tasuv äriidee (*Äriplaani koostamise abimaterjal*, 2014). Ettevõtluse ja oma äriga alustamine on üheks levinuimaks põhjuseks äriplaani koostamiseks. Äriplaanide elluviimise praktika näitab, et äriplaan aitab vältida nii kulukaid kui ajamahukaid vigu (Truu, 2018). Samas kasutatakse äriplaani ka olemas olevate ettevõtete arendamiseks ja efektiivsuse tõstmiseks. Tihti on plaan vajalik potentsiaalsetele investoritele, kes seda nõuavad (Kullerkupp, 2007, lk 42-47). Äriplaan on südamega tehtud töö, kuid samas ka loogika- ja planeerimisülesanne. Äriplaan aitab välja selgitada ettevõtte arengut ja selle väljavaateid (Sutton, 2012, lk 28). Lisaks aitab selgitada ettevõtte eesmärgi, kuidas ületada võimalikke raskusi ja seda, mida on vaja edu saavutamiseks ja säilitamiseks (Fallon, 2017).

Äriplaan on aktuaalne teema igale alustavale ettevõttele, selle koostamine annab hulga eeliseid konkurentide ees (*Äriplaani koostamine*, 2017). Äriplaan on detailselt lahti seletatud äriidee, mille täideviimis protsess on üksikasjalikult kirja pandud. Äriplaan on lihtsalt öeldes dokument, kus esitatakse kavandava ettevõtmise äriidee, eesmärgid, nende saavutamise põhilised tingimused, võimalused ja vahendid ning loodetavad tulemused. Enamasti hõlmab plaani kirjutamine veel palju selgitava, põhjendava, ennustava ning muu olulise informatsiooni lisamist, mis peab muutma selle arusaadavaks inimesele, kes ei pruugi antud valdkonda tunda. Äriplaan on ka finantseerimise vahend, mis aitab plaanitavale ärilisele ettevõtmisele saada finantsilist toetust investeerijalt, pankadelt, valitsusasutustelt, erinevaltelt fondidelt, konkurssidelt või teistest võimalikest allikatest. Äriplaan on veel planeerimise vahend, mis võimaldab äriidee igakülgsest läbi kaaluda ja välja töötada konkreetse tegevusprogrammi (Uustal, 2017).

Laiemaks ettevõtluse alustamise probleemiks on vähene ja liiga pealiskaudne planeerimine, kuidas oma äriideid ellu viia. Ettevõtlusega tegelemine võtab vähemalt algaastatel kogu aja ja siis oleks mõistlik veelkord kaaluda oma eesmärgi ning soovi pühenduda ettevõtlusele. Äriplaani koostamine aitab vähendada riske, kuid laiema probleem seisneb inimeste soovimatuses ja oskamatuses neid koostada (Truu, 2018).

Otsene ehk äriideega seotud uurimisprobleem seisneb selles, et Rakvere linnas on vähesel määral võimalusi aktiivseteks ja adrenaliini pakkuvateks vaba-aja tegevusteks. Motospordi võimalused Rakveres on küllaltki piiratud ja kardisõidu võimalus puudub.

Lõputöö **eesmärk** on koostada OÜ KiireKart äriplaani selleks, et välja selgitada äriidee tasuvus.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised **ülesanded**:

- 1) luua teoreetiline raamistik äriplaani koostamisest äri alustamisel;
- 2) turu-uuringuga välja selgitada Rakvere linna ühe peamise sihtgrupi huvi kardisõidu vastu;
- 3) määratleda ettevõtte missioon, visioon ja eesmärgid, ning selgitada ideed ja loodava ettevõtte üldandmeid;
- 4) analüüsida ettevõtluskeskkonda, turgu ja konkurente ning koostada SWOT analüüs;
- 5) koostada turundus- ja finantsproгноos ning hinnata riske ja äriidee tasuvust.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, mille esimene peatükk käsitleb ettevõtluse olemust ja sellega alustamist, samuti äriplaani läbi teoreetilise raamistiku. Teises peatükis antakse ülevaade empiirilise uuringu metoodikast ja ülesannetest. Lõputöö on koostatud kasutades kombineeritud metoodikat, kus tekstianalüüs ja vaatlus on kvalitatiivsed ning turu-uuring ja finantsproгноosid on kvantitatiivsed. Kolmas peatükk kajastab KiireKart OÜ prakilist äriidee analüüsi ja uurimust.

Oma ettevõtte loomine ning sellega majandamine on üheks võimaluseks, kuidas ennast teostada ja enda ärilisi ideid täide viia. Lõputööga analüüsib töö autor KiireKart OÜ äriideed ja ettevõtte alustamisega seotud riske, võimalusi ja tasuvust.

1 ETTEVÕTLUS JA ÄRI ALUSTAMINE

Uute võimaluste leidmine ja ärakasutamine majandusliku tulu saamiseks on inimtegevuses rolli mänginud antiikajast alates. Läbi aegade on käsitletud mõisteid „ettevõtja“ ja „ettevõtlus“ väga erinevalt. (Miettinen & Teder, 2006, lk 7)

Ettevõtlust on raske defineerida ja selleks leidub palju erinevaid viise, kuid üheks definitsiooniks on, et ettevõtlus on iseseisev majandus- või kutsetegevus, mille eesmärgiks on tulu saamine. Tulu allikaks võib olla kauba tootmine, millegi loomine, erinevatel viisidel müümine, vahendamine, teenuse osutamine või muus tulu andev tegevus, kaasa arvatud isiklik looming või teaduslik tegevus (Salu, 2005, lk 14). Noor tudeng ja alustav ettevõtja Elsbeth Heinaste (2016) on aga tõlgendanud, et ettevõtlus on ettevõtte loomine ideede elluviimiseks ning uute võimaluste otsimise viis. Sellisele tegevusele on püstitatud eesmärgid ja see on suunatud ühiskonna edukaks arenguks. Ettevõtluses võetakse kasutusele innovaatilisi ja paremaid lahendusi, millega kindlustatakse inimeste ja kogu tarbijaskonna rahuldatus. Ettevõtlusega tegelevad pühendunud ettevõtjad, mitte kõik ettevõtlikud inimesed. Ettevõtja on isik, kes pakub tasu eest kaupu või teenuseid ning peamine tegevus ongi nende müük.

Läbi aegade on ettevõtjat defineeritud, nii kitsa- kui ka väga laiahaardeliselt. Võib leida erinevatelt usaldusväärsetelt autoritelt mitmesuguseid lahti seletusi ettevõtja mõiste kohta. Üheks viimaseaja definitsiooniks on, et *ettevõtja* on initsiaator organiseerimaks ettevõtte korraldust, kes haarab võimalustest kinni kasu teenimiseks ja kes võtab vastu otsuseid mida, kuidas, kui palju toodetakse olenemata kas siis teenust või toodet. Ettevõtja võib olla ettevõtte omanik, partner või osanik (*Business Dictionary*, 2017).

Pikka aega on vaieldud, kas ettevõtjaks saadakse või sünnitakse. Teatud isikuomadused ilmselt soodustavad ettevõtjaks hakkamist, kuid olulised on elukogemus, haridus, ühiskonna, perekonna, töö ja kultuuri mõju. Seega on tõde kusagil vahepeal (Miettinen & Teder, 2006, lk 64).

Ettevõtja on isik, kes alustab uusi projekte, võimalusi, ettevõtteid, ehk inimene, kes asutab uusi majandusüksuseid. Eesmärk on pakkuda uusi või olemasolevaid teenuseid ja tooteid uuel või olemasoleval turul. Ettevõtjad on kindlameelsed (Salu, 2014, lk 10-11), pragmaatilised inimesed, keda juhib vajadus eneseteostuse ja saavutuse järele. Neil on tungiv vajadus saavutada oma eesmärgid, olles valmis panema kaalule oma karjääri ja finantsstabiilsuse. Ettevõtja peab panema paika kindla sihi ning olema valmis

töötama selle nimel kasvõi iga päev. Tuleb olla äärmiselt pühendunud ja enesekindel oma eesmärkide teostamisel ja täide viimisel. Ettevõtlusmaailma sisenedes ei saa lasta ennast heidutada konkurentidest ega inimestest kes ennustavad läbipõrumist. Edu saavutamiseks tuleb omada või leida hea idee, millest arendada funktsioneeriv organisatsioon.

Kõige lihtsamalt määratletult ettevõtja on isik, kes tuvastab vajaduse ja alustab äritegevust selle vajaduse rahuldamiseks. MJ Pedone, asutaja ja tegevjuht asutuses Indra Public Relations, on öelnud et ettevõtlus tähendab ettevõtja võimelisust tegutsema ja julgema pühenduda kõigi väljakutsete ja ebaõnnestumiste kaudu. See on võitlus, mida ettevõtja on valmis ette võtma. Tarkade otsuste tegemisel kasutatakse varasemaid kogemusi ja uuringuandmeid (Fernandes, 2018).

Ettevõtlus on uute organisatsioonide alustamise tegevus, mida võib vaadata ka kui võimaluste avastamise, väärtustamise ja kasutuselevõtu protsessi. Ettevõtluse alustamisega vaatleme eelkõige äriüksusi, mille eesmärk on tulu teenimine kauba tootmisest või teenuse pakkumisest. Käibemaksuseaduse tähenduses on ettevõtlus isiku iseseisev majandustegevus, mille käigus sooritatakse ost ja müügi tehinguid. Müüakse ja ostetakse kaupa või osutatakse teenust, olenemata eesmärgist või tulemusest. Ettevõtlus ei ole äriühingu ja tema püsiva tegevuskoha vaheline teenuse osutamine (Salu, 2014, lk 13). Ettevõtlus on harva mingi uue asja leiutamine. Asi on uudsuses ning teisitimõtlemisses kuidas asjad töötavad. Samuti küsivad edukad ettevõtjaid küsimusi, mida teised ei küsi. Edu saavutamiseks peab olema revolutsiooniline, on lihtsalt vaja revolutsioneerida seda, kuidas asju tehakse (Scudamore, 2017).

Ettevõtlusega alustamiseks ja ettevõtte loomiseks on eelkõige vaja leida hea äriidee. Siiski äri alustamiseks ei piisa ainult heast ideest ja teadmisest kuidas oma äriideed ellu viia. Kindlasti tuleb enne hoolikalt analüüsida kõiki aspekte, mis võivad kuidagi plaanitud mõjutada (*Alustava ettevõtja teejuht*, 2017, lk 4). Ettevõtlus eeldab loovat ja uuenduslikku haaret, kombineeritult enesekindlusega. Ettevõtja peab suutma reageerida erinevatele mõjuteguritele, et vajadusel korrigeerida oma tegevust vastavalt ja õppida oma kogemusest (Miettinen & Teder, 2006, lk 35). Lisaks tuleb ettevõtlusega alustades otsustada, millises juriidilises vormis äritegevusega tegelema hakatakse. Vastavalt äriseadustikule on võimalik valida füüsilisest isikust ettevõtja ja äriühingute vahel, kusjuures viimasteks on täisühing, usaldusühing, osaühing, aktsiaselts ja tulundusühistu (Miettinen, Rikkinen & Teder, 2008, lk 66).

Ettevõtlus ei ole lihtne, ettevõtte käivitamine nõuab palju aega, jõupingutusi ja rasket tööd ning üllatavalt paljud potentsiaalsed ettevõtjad siiski lõpuks ebaõnnestuvad. Kui ettevõtte aga leiab viisi kuidas olla säästlikum, kvaliteetsem, kiirem ja teistest parem, on ettevõtlusega kaasnevad hüved kogu rasket tööd väärt (Fallon, 2017).

Kokkuvõtteks äri alustamise taustal tuleb enne ettevõtlusega alustamist selgeks teha motiivid, miks seda tahetakse teha. Analüüsida tuleb ennast, kas omatakse ikka ettevõtjale iseloomulikke omadusi, nagu julgust riskida, teha veelgi raskemat tööd ja arvestada muid mõjutegureid. Lisaks endale tuleb vaadelda valdkonda, milles soov tegutseda. Tuleb kaaluda ja analüüsida seadusest tulenevaid nõudeid ja võimalikke äriühinguid, millisena on võimalik ettevõtet registreerida. Igal äriühingul on oma head ja vead. Pole veendumust milline äriühing oleks kõige otstarbekam asutada. Ettevõtte ametlikku registreerimist ja ametliku nime valimist mõjutavad väga paljud tegurid. Millega ettevõtte tegeleb, kes on eeldatavad kliendid, partnerid, isiklikud võimalused ning hirmud ja palju muud. Enne äriühingu asutamist tuleks kindlasti konsulteerida asjatundjatega või iseseisvalt hoolikalt võrrelda ja analüüsida juriidilisi vorme vastavalt oma plaanitavast ettevõttest tulenevalt.

1.1 Äriplaani olemus ja selle koostamine

Kõigepealt tuleb leida ja vormida hea äriidee. Äriidee definitsioone on väga erinevaid, nii kitsaid, mis hõlmavad ainult konkreetset ühte mõtet, kui ka sügavamõttelisemaid. Äriidee on lühikirjeldus sellest mis äri tehakse (Mets, 2005, lk 87). Edukas ja hea idee peab olema põhjalik ja analüüsitud, mitte ainult hetke mõte. Ideest peaks selguma, millises valdkonnas ettevõtte tegeleks, kelle ja milliseid huve teenus või toode rahuldaks ja kes oleksid konkurendid (*Alustava ettevõtja teejuht*, 2017, lk 24). Kogu äritegevus saab alguse mõnest mõttesälvatusest või teadlikust idee otsimisest ja genereerimisest.

Äriidee teke on enam või vähem intuitiivne protsess. See tekib teatud momendil ettevõtja peas. (Mets, 2005, lk 85) Äriidee leidmine ja täpne läbimõtlemine on rajatava ettevõtte edu seisukohalt üliolulise tähtsusega, olles eduka strateegia kujundamise aluseks. Idee võib olla sõnastatud ühe lausena või ka detailselt kirjeldatud. Äriidee sõnastus peaks vastama kolmele küsimusele: kes on tarbijad, mida neile pakutakse, kuidas tegutsetakse (Miettinen, *et al.*, 2008, lk 10).

Huvitavaid ja ainulaadseid uitmõtteid on arvatavasti igal inimesel päris tihti, kuid enamus ei oska neid tabada ja unustavad hetke ajendil tekkinud mõtted. Vaid vähesed leiavad ülesse mõned mõtted mis neil on tekkinud. Ja sellest grupist ainult üksikud otsustavad selle esile kerkinud aarde kallal tööd teha ja vaeva näha. Arvatavasti kaovad kõige ainulaadsemad mõttekillud just kiire elutempo tõttu. Ollakse kinni oma igapäeva rutiinides, tehes vastuoluliseks saanud tegevusi, unustatakse kõik, mis ei puududa konkreetse ülesande lõpule viimist (*Entrepreneurship*, 2004).

Heaks näiteks võiks tuua kasvõi klienditeenindaja, kes kohtub päevas kümnete või sadade erinevate inimestega, kellega seoses võib tulla mistahes vaimuvälgatusi aga kõik ununeb, sest antud hetkel on neile kõik segav, mis ei puuduta antud kliendi teenindamist. Hiljem on raske meenutada kõiki ideid ning hea ja ainulaadne mõte on ammu juba peast pühitud. Sellest tulenevalt peaks võimalikult kiiresti reageerima, kui tuntakse et ollakse saanud üleva mõtte osaliseks ning see kindlasti koheselt kirja panna, sest edasiseks arenduseks on hiljem aega. Iga eduka ettevõtte aluseks ja nurgakiviviks on heade ideede läbitöötamine, analüüsimine ja arendamine, millest sünnib konkreetne äriidee. Näiteks juba 2004. aastal läbiviidud uuringus *Flash Eurobarometer „Entrepreneurship“* hindasid nii 25 Euroopa Liidu riigi, kui ka muude riikide ettevõtjad sobiva äriidee olemasolu tähtsaimaks teguriks (*Entrepreneurship*, 2004). Hea idee võib tagada ka edu valdkonnas, kus rajatavate ettevõtete läbipõrumis protsent on kõrge (Miettinen, *et al.*, 2008, lk 8).

Teadlikult on võimalik ka ideid otsida ja ennast juhtida neid avastama. Näiteks võib sirvida erinevaid raamatuid, mis on seatud huvi pakkuva grupiga. Otsida internetist vastavat materjali, vaadata filme, uurida olemasolevaid ettevõtteid ja nii edasi. Kuus kõige lihtsamat võimalust on Professor Alistair Fee kinnitusel.

1. Ümbritsevate jälgimine ning viisi leidmine kuidas saaks neid aidata.
2. Inimeste regulaarsete tegevustes leidmine. Leida võimalikud viisid mis võiks neid aidata.
3. Valdkonna raamatute, ajalehtede, ajakirjade ja uute lähenemisnurkade leidmine.
4. Ärimudeli visuaalse plaani loomine, fookuse hoidmine äritegevuse juures.
5. Kohvipauside kasutamine huvitavate ja erinevate inimestega suhtlemiseks.
6. Erinevate valdkonna gruppidega ajurünnakud. Ürituseks sobilik huvitav ja ebatavaline koht mõtete voolavuseks. (*Ekspert soovitab: kuus loovat meetodit uute äriideede leidmiseks*, 2016)

Ideede leidmiseks tuleb olla lihtsalt avatud. Peab olema aktiivne ning looma erinevaid uuendusi enda elus, et elavdada oma mõtlemist ja turgutada leidlikkust. Põhimõtteliselt võib pakkuda peaaegu igasugust toodet või teenust, küsimus on aga selle müümine. Selleks, et vähendada müümisega kaasnevaid raskuseid, on igal ettevõtjal tungivalt soovituslik analüüsida oma ideed. Analüüsimine aitab likvideerida võimalikke kitsaskohti enne tootmise/teenuse osutamise alustamist ja hoida kokku rahalisi ja muid ressursse (Salu, 2014, lk 34). Näiteks võib analüüsimiseks kasutada kontrollküsimusi, mis on kokku koondatud spetsiaalsele hinnangulehele. Igale küsimusele peab vastaja valima sobivaima vastusevariandi etteantud skaalal. Kokkuvõtte tegemiseks võib anda igale kriteeriumile erinev kaal vastavalt olulisusele, kuna mõned neist on tõenäolisemalt tähtsamad (Miettinen, *et al.*, 2008, lk 32).

Leida viis, kuidas saaks kasutada juba olemasolevaid ressursse – oskused, kogemused ja kontaktid on väärtuslikud. Äriks võib muuta erinevaid hobisid: kui tegeled maalimisega, valdad võõrkeeli või tegeled mõne muu alaga, võid pakkuda oma oskusi teenusena. Enne investeringuid leia potentsiaalsed kliendid ja küsi oma toote või teenuse kohta nende arvamust (*Swedbanki nõuanded ettevõtlusega alustamiseks*, 2017). Selleks, et ettevõtluskeskkonnas eristuda ning ennast nähtavaks teha, peab olema midagi, millega olla teistest unikaalsem. Peab olema vastus küsimusele, miks peaksid inimesed konkurentide asemel valima sinu toote või teenuse. Asjade läbi mõtlemiseks on vaja leida uued vaatenurgad, nii on võimalik ka kõige tavalisemad ettevõtmised muuta erakordseteks ja ainulaadseteks (Scudamore, 2017).

Kui mõeldakse ettevõtte alustamisele, on tõenäoliselt juba olemas kaudne idee, mida soovitakse müüa, või vähemalt turg, kuhu soovitakse siseneda. Teha tuleks kiire uuring oma valitud tööstusharu olemasolevate ettevõtte kohta. Vaadata, mida praegused brändijuhid teevad ja mõelda, kuidas saada seda paremini teha. Kui arvate et teie ettevõtte suudab pakkuda midagi muud või pakkuda sama asja, kuid kiiremini ja odavamalt, on olemas kindel idee (Fallon, 2017). Olles mõttest arendanud idee, tuleb edasi minna planeerimisega. Hoolikas planeerimine on järgmiseks ettevõtte loomise aluseks. Planeerimine on edu võti. Kui ei kavatseda plaanida, siis ebaõnnestutakse, nii et paika tuleb panna plaan ja seda järgida. Meeles peab pidama, et eesmärged on raske saavutada kui pole vastutustunnet. Leida tuleb viis, kuidas enda vastutustunnet hoida, et saaks oma ärieesmärged saavutada. Kui teha seda korralikult, siis on palju raskem

põruda. Kui alustada planeerimisega ja põhjalikult koostatud plaaniga, ollakse palju edukamad kõigis oma ettevõtmistes (Tredgold, 2018).

Planeerimine võib tunduda kiire, lühikese ja teisejärgulisena, kuid planeerimine saab olema kogu protsessi toimimise üheks peamiseks osaks. Alustuseks tuleb anda hinnang iseendale. Kõigepealt tuleb hinnata enda kui ettevõtja tugevaid ja nõrku külgi. Teiseks määratleda isiklikud eesmärgid ja sihid ettevõtluse valdkonnas (Miettinen, *et al.*, 2008, lk 41). Olles täpselt paika pannud eesmärgi, mille suunas liikuda, on see pidevalt silme ees. Eesmärgid võivad olla näiteks rahalised, isiklikud, vaimsed või kombinatsioon kõigist kolmest. Oma eesmärkide kirjapanemiseks on väga hea põhjus: sellest on kasu (Griffiths, 2006, lk 190). Hinnata tuleb enda soovide põhjuseid, reaalseid võimalusi ja enda isikuomadusi.

Planeerimatus ja emotsiooni ajendil tegutsemine võib kaasa tuua saatuslikke otsuseid ja tegusid, mis võivad saada hukatuslikuks väga heale ja pretensioonikale mõtte arendusele. Hoolikalt tuleb kaalutleda, analüüsida ja läbi mõelda kuidas, miks ja kelle jaoks hakata midagi tootma ja kas endal on piisav soov ja tahe seda teha. Tähelepanuta ei tohi jätta ka väiksemaid detaile ja kogu tegevustik tuleb eelnevalt lahti mängida, et oleks võimalik tuvastada võimalikke takistusi. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (edaspidi töös: EAS) soovitude kohaselt tuleks ettevõtluse planeerimise faasis pöörata enim tähelepanu järgnevale:

- turu analüüsile;
- ettevõtluskeskkonnale ehk olukorrale tegevusalal;
- konkurentsi hindamisele, leida oma konkurentsieelis ja turu segment;
- turu mahu ja kavandatava müügi mahu hindamisele;
- personalivajaduse kindlaks määramine, tööjaotus, ettevõtte struktuur;
- tootmisvahendite ja -materjalide vajaduse kindlaksmääramine;
- turundusstrateegia välja töötamine;
- kõikide vajalike kulude suuruse hindamine, finantsarvestused;
- stardikapitali suuruse määramine ja kasumilävi;
- ettevõtlusvormi valik, asukoht ja ärinimi;
- tegevuskava koostamine. (*Uue ettevõtte rajamine*, 2017)

Ühe tuntud ja eduka ettevõtlusraamatute kirjaniku Brian E. Hill'i kirjutisest võib tõlgendada planeerimist kui olulist ärifunktsiooni, mis nõuab ettevõtte juhilt või

juhtimismeeskonnalt pühendunud jõupingutusi et kasu maksimeerida. Ideaalis peaks plaanimine olema igapäevase juhtimise mõtteviisi osa. See on meelelaad, mis pidevalt otsib võimalusi, kuidas muuta ettevõtte konkurentsivõimelisemaks (Hill, 2017). Planeerimisel, sealhulgas ka äriplaneerimisel on oluline, et enne lõpliku otsuse langetamist analüüsitakse erinevaid tegutsemisvõimalusi. Ainult nii jõutakse parima lahenduseni (Laidre, Reiljan, Golberg, & Lukason, 2004, lk 5).

Kui esialgsed plaanid ja eesmärgid on endale selgeks tehtud, tuleks edasi tegelema hakata plaanide täpse kirja panemisega ja alustada põhjalikku töötamist detailide kallal. Esimese asjana tuleks hakata peale äriplaani kirjutamisega. Äriplaani koostamine on planeerimise reaalseks osaks. Järgides kindlaid nõudeid ning reegleid tuleb koostada äriplaani erinevaid osi, uurides turgu, võimalusi, ressursse ja muid aspekte, mida peab arvestama planeeritu saavutamiseks.

„Äriplaani on äriplaneerimise vältimatu tulem /.../“ (Kullerkupp, 2007, lk 31). Kristi Suppi käsitluses on äriplaani dokument, mis vaatleb ettevõtte kõiki olulisi külgi, analüüsib oletatavaid probleeme ja pakub neile lahendamise võimalusi. Äriplaani on eriti vajalik alustavale ettevõttele, et asutajad saaksid täpselt läbi mõelda, mida ja kuidas plaanitakse teha. Äriplaani jääb ettevõttele aluseks ka tulevikus ning vaadatakse igal aastal üle, tehes vajadusel parandusi. Põhimõtteliselt on äriplaani kõige ettevõtte sees oleva ja kõige ettevõttest väljas asuva ristumiskoht. Ettevõttesisesed võimalused ja jõud kohanduvad ettevõtteväliste jõududega ja sünnibki äriplaani (Suppi, 2013, lk 51).

Hea äriplaani kirjeldab detailselt ettevõtte eesmärgid, esitab selgelt strateegiad ja loob plaani nii kõige paremaks, kui ka halvemaks stsenaariumiks mis võib äriks osaks saada. Hea äriplaani võib aidata kindlaks teha mida ettevõtte puhul edu saavutamise vajatakse, alustades personalist ja lõpetades rahastamisega, alustades asukohast ja lõpetades reklaamiga. Ettevõtluses edu saavutamiseks peab tähelepanu pöörama sellele, mida saadi plaani koostamisel ja analüüsimisel teada. Planeerides tuleb olla realistlik ja sama realistlik, selle plaani elluviimisel (Sutton, 2012, lk 26-27). Äriplaani peab igal juhul sisaldama kõige olulisemat infot, nagu loodava ettevõtte ülevaade, teave omanike (juhtkonna) ja muu personali kohta, missiooni, visiooni ja eesmärgid, toote või teenuse kirjeldus, turu analüüs, finantseerimine ja riskianalüüs (Suppi, 2013, lk 51). Äriplaani on lihtsamalt ja üldisemas käsitluses detailselt kirjeldatud idee (Salu, 2014, lk 46).

Äriplaanis on kajastatud nii ettevõtte arendamise strateegiline kui ka finantsiline aspekt. Olenevalt käsitlesest, võib äriplaani liigitada äri ettepanekuteks ja finantseerimis pakkumisteks. Tulenevalt millistele alustele on äriplaani ülesehitatud ning kellele ja millistel eesmärkidel äriplaani esitletakse (Mets, 2005, lk 115).

Kokkuvõtvalt saab öelda et äriplaani on dokument, mis sisaldab kõike olulist alustava ettevõtte kohta. Kõik ettevõtet puudutav on üksikasjalikult kirja pandud. Kirjeldatud on idee täideviimise protsessi ja oodatavaid tulemeid. Selgelt on näha milline on ettevõtte tegevusplaan ja milliseid tulemusi oodatakse ja mida tehakse nende tulemuste saavutamiseks. Plaanis on pööratud tähelepanu ka kõige väiksematele aspektidele mis puudutavad ettevõtte edasist tegevust. Äriplaani aitab planeeritud ellu viia ning hoida fookust tähtsatel eesmärkidel ja tuleviku visioonidel.

1.2 Äriplaani struktuur

Äriplaani struktuur koosneb erinevatest tähtsatest osadest. Äriplaanel on üldised kohustuslikud elemendid ja nende elementide liigendamine üheks terviklikuks plaaniks. Tähelepanu peab pöörama igale elemendile, sest need on omavahel tihedalt seotud ja eelneva osa põhjalikkus mõjutab järgneva osa tulemit. EAS-i seisukohalt on äriplaani kõik osad väga olulised ja omavahel tihedalt seotud. Äriplaani kirjutamisel liigutakse üldistavatelt kokkuvõtetelt põhjalike prognooside ja eksplikatsioonini (*Äriplaani koostamine*, 2017). Äriplaani struktuur koosneb: kokkuvõttest; ettevõtte üldandmetest; ettevõtte kirjeldusest; ettevõtluskeskkonna kirjeldusest; tootest/teenusest; kliendi, turu, konkurentsi analüüsist; tegevusplaanist; riskianalüüsist; finantsplaanist. Äriplaani ülesehitusel tuleb esimesena kirja panna lühidalt kogu äriplaani sisu ja põhiinformatsioon, mis on vajalik äriplaani adekvaatseks hindamiseks, pikkus võiks olla umbes üks kuni kaks lehekülge (Salu, 2014, lk 48).

Teiseks osaks on ettevõtte kirjeldus üldiselt. „*Ettevõtte nimi ja juriidiline vorm, ettevõtte registrikood (kui on tegutsev ettevõtte), registreerimise aeg ja koht, tegevuskoha aadress, ettevõtte kontaktandmed ja info omanike kohta /.../*“ (*Äriplaani koostamine*, 2017). Tavalist on ettevõtte andmed paigutatud tabelisse, et oleks lihtne lugeda, võimalik saada kiirelt kätte ja aru saada ettevõtte põhilisest informatsioonist.

Kolmas etapp on ettevõtte lühikirjeldus, kus on selgitatud ettevõtte loomise põhjuseid. Sõnastatud on ettevõtte missioon ja visioon ning eesmärgid. Missioon on ettevõtte

eksistentsi tähtsaim juhtmõte: Miks ettevõtte eksisteerib? Missioon kirjeldab ettevõttes kajastuvaid väärtuseid ja eristumist konkurentidest. Visioon kirjeldab millisena ettevõtja tahab teatud ajal tulevikus oma ettevõtet näha. Visioon peab olema realistlik ja saavutatav (Truu, 2018). Kaugemad eesmärgid sõnastatakse üldisemalt ja mida lähemale eesmärgile liigtakse seda enam need täpsustuvad. Eesmärgid peavad olema:

- 1) juhitavad (eesmärkide saavutamist peab ettevõtja saama olulises mahus ise mõjutada, vastasel juhul ei ole mõistlik sellist eesmärki ka püstitada);
- 2) realistlikud (eesmärk peab olema vastavuses ärikeskkonna suuruse ja ressursidega, mida ettevõtjal on võimalik kasutada);
- 3) defineeritavad (definitsioon on vajalik määratlemaks, et hinnata kui suures mahus on eesmärgid saavutatud);
- 4) mõõdetavad (ainult mõõdetava eesmärgi suunas liikumist on võimalik hinnata ja kontrollida millises tempos liigutakse eesmärkide saavutamiseni);
- 5) liigendatavad (võimaldab püstitada vahe-eesmärgi, parandada ressursikasutust ja korrigeerida senist tegevust, sealhulgas muuta tegutsemisviisi ja strateegiat). (Mets, 2005, lk 87, 93, 102)

Pärast ettevõtte kirjeldust on vaja koostada ettevõtluskeskkonna kirjeldus, kuidas üks või teine asjaolu otseselt või kaudselt mõjutab ettevõtte tegevust (Truu, 2018). „Analüüsitakse ettevõtluskeskkonda mõjutavaid tegureid: ettevõtlust reguleerivaid õigusakte, makromajanduslikke ja tootmisharu arengusuundi, ressursse ning vajaduse korral ka ettevõtlust mõjutavaid kohalikke tegureid.“ (Äriplaani koostamine, 2017). Tulenevalt mõju teguritest jaotatakse väliskeskkond makro- ja mikrokeskkonnaks. Ille Metsla (2017) on kirjutanud, et makrokeskkonna analüüs hõlmab endas makromajanduslikke muutusi riikides, mis on seotud antud ettevõtte majandustegevusega. Makromajanduse analüüs hõlmab endas poliitilist keskkonda (seadused, regulatsioonid, majanduspoliitilised prioriteedid jne); Majanduslikku keskkonda (majanduskasv, sissetulek, töötus, inflatsioon jne); Sotsiaalset keskkonda (demograafiline seisund, religioossed iseärasused jne); Tehnoloogilist keskkonda (uued seadmed, säästlikud lahendused, tootearendus jne); Seadusandlikku keskkonda (kehtivad seadused, tegevusloa, maksud jne); Ökoloogilist keskkonda (keskkonnanõuded, hooajalisus jne). Ettevõtte mikrokeskkond kujuneb tasandil, kus konkreetne ettevõtte tegutseb ja konkureerib. Ettevõtte tegevust siinjuures mõjutavad konkurendid, tarbijad, kliendid, tarnijad ja hankijad (Metsla, 2017).

Lisaks ettevõtte põhitoote või teenuse kirjeldus, kas konkreetne toode/teenus aitab lahendada tarbija probleeme, täita tema vajadusi või unistusi? Kui toode/teenus on tarbijale vajalik saab loodav ettevõtte lahendada tarbija ees seisvaid probleeme või täita tarbija soove, saab edasi liikuda (Truu, 2018). Milline see toode/teenus on ja millised on kasutusvõimalused. Kes kasutavad tooteid/teenuseid ja millisel eesmärgil. Milline on kvaliteet, hind ja sellega kaasaskäiv teenindus ja muu sellese puutuv (Salu, 2014, lk 48).

Kuuendaks turuanalüüs, mis annab vastuse kui suur hulk ja millise hinnaga on võimalik antud toodet või teenust sihiks võetud turgudel müüa. Kirjeldatakse potentsiaalseid kliente, hetkelist turgu ning seal konkureerivaid konkurente. Välja tuuakse peamised eelised konkurentide suhtes ning koostatakse ettevõttele põhjalik SWOT analüüs (*Äriplaani koostamine*, 2017). SWOT analüüs (vt Tabel 1) aitab hinnata ettevõtte tugevusi, nõrkusi, võimalusi ning ohte. SWOT analüüs kirjeldab organisatsiooni hetkeseisu ja edasisi võimalikke suundi. Tugevused ja nõrkused tulenevad ettevõtte sisemistest teguritest ning võimalused ja ohud tulenevad ettevõtte välistest teguritest.

Tabel 1. SWOT analüüsi näidis (Metsla, 2017)

Tugevused (Strengths): - ainulaadne toode; - madalad püsikulud; - koolitatud personal.	Nõrkused (Weaknesses): - suured üldkulud; - kehv kvaliteet; - tundmatus tarbijate seas.
Võimalused (Opportunities): - uue turu leidmine; - riigipoolsed toetused; - konkurentide eemaldumine.	Ohud (Threats): - kulude kasv; - uute konkurentide sisenemine turule; - tarbijate ostueelistuste muutumine.

Edasi kirjeldatakse oma toodete või teenuste portfelli. Detailne toote või teenuse kirjeldus, hinnakujundus ja selged hinnakujunduse alused. Lisaks koostada ettevõttele kogutud andmete põhjal müügiprognoosid. Võrrelda tuleks konkureerivate toodete või teenuste hindu. Selgitada, kas tegemist on uudse asjaga turul ning millisel kohal asutakse lisandväärtuste ahelas. Lisaks millised on juurde pakutavad täiendtooted ja teenused. Põgusalt tuleks kirjeldada, kuidas on tulevikus plaanis muuta ja arendada tooteid/teenuseid (*Alustava ettevõtja teejuht*, 2017). Olenevalt tootest või teenusest võib

kirja panna ka erinevaid soodustusi ja ka garantii olemasolu. Konkreetse toote puhul võiks välja tuua millistest koostisosadest ja kus see valmistatud on jne.

Lisaks veel lühiajaline tegevusplaan konkreetsete eesmärkide saavutamiseks. Tegevusplaani eesmärk on selgitada, mida ja kuidas on plaanis ette võtta ning kuidas seda saavutada lähimate ajaperioodide (kuude, kvartalite, aasta) jooksul (*Äriplaani koostamine*, 2017). Sellesse peatükki tuleb kirja panna kogu ettevõtte edasine planeeritav saatus. Mida millalgi saavutatakse, millised on saavutuste tulemused ning millised on tegutsemisviisid. Tegevusplaani üheks osaks on turundus. Turundusel tuleb lähtuda ettevõtte iseärasustest. Näiteks kes on kliendid, konkurendid, milline on geograafiline asukoht, milline on tarbimisharjumus jne. Tuleb leida viis kuidas jõuda potentsiaalsete klientideni ning kuidas neile tutvustada oma toodet või teenust. Turundus kanaliteks võib olla: koduleht (SEO), suhtluskanalid, online ja offline media, E-maili turundus, Youtube, viraalturundus, degusteerimised, toote tutvustused, otsepostitused, blogid, jne (Metsla, 2017).

Vähem tähtis pole ka riskianalüüs, mis on otsene sisend pessimistliku finantsproгноosi koostamiseks, mis hindab riske iga analüüsi ja strateegia juures eraldi. Riskianalüüs jaguneb kolme peamisesse rühma: väliskeskkonna analüüsist tulenevad riskid, sisendkeskkonna analüüsist tulenevad riskid ja strateegiatest tulenevad riskid. Igale riskile tuleb leida ka tegutsemisviisid nende riskide maandamiseks ning need kirja panna (Kullerkupp, 2007, lk 206-208). Riskid ilmnevad enamasti SWOT analüüsi koostamisel. Riskianalüüsi läbiviimiseks võib SWOT analüüsi põhjal teha SWOT analüüsi maatriksi, kus on võimalik erinevaid ohte minimaliseerida kasutades ära ettevõtte tugevaid omadusi.

Viimaseks jääb arvutuslik pool, kus finantsplaneerimise eesmärgiks on äriplaanile anda reaalne rahaline vääring. Finantsplaanis esitatavad numbrid ja aspektid peavad olema põhjendatud ja reaalselt kontrollitavad. Finantsplaneerimise käigus tuleb koostada müügiprognoosid, kasumiaruande prognoos, rahavoogude prognoos ja bilansi prognoos (*Äriplaani koostamise abimaterjal*, 2014). „*Finantsprognoosidena esitatakse kasumiaruande, rahakäibe ja bilansi ennustused. Nende koostamisel võetakse sisendina arvesse finantsplaanis tehtud oletused ning arvestused ettevõtte tulude ja kulude, kasumiläve, investeeringute ja rahastamise kohta.*“ (*Äriplaani koostamine*, 2017). Lisaks põhitegevusest tulenevatele kuludele on võimalikud veel muud finantstulud ja finantskulud. Finantsplaneerimise eesmärk on anda loodavatele

strateegiatele rahaline väärtus ning hinnang, kas ettevõtte suudab toota kasumit ja on võimeline püstitatud eesmärgi täitma (Kullerkupp, 2007, lk 217). Finantsproгноosid koostatakse vähemalt kolmeks majandusaastaks ning nende abil hinnatakse ja kirjeldatakse ettevõtte käivitamiseks ja tegutsemiseks vajaliku investeeringu mahtu ja allikaid. Tuuakse välja investeeringute põhjendused koos detailse lahtiseletusega ning hinnatakse finantseerimisallikate leidmisel ja kasutamisel tekkinud väärtust (*Alustava ettevõtja teejuht*, 2017). Finantsplaan näitab äriplaani realiseerimiseks tehtavad kulud ja saadavad tulud. Finantsplaan koostamiseks tehakse kõigepealt müügieelarve ja seejärel kulueelarve. Nende eelarvete põhjal planeeritakse ettevõtte rahavood (kassaplaan) ja rahavoogude alusel koostatakse kasumieelarve prognoos, mille põhjal on võimalik hinnata ettevõtte prognoositavat kasumlikkust. Kassavoogude prognooside põhjal koostatakse eelarveline raamatupidamisbilansi prognoos (Zeiger, 2013). Prognoosist selgub kas ettevõttel on piisavalt vahendeid oma idee teostamiseks ning kas ettevõtmine on jätkusuutlik ja tulus. Selleks tuleb täpselt uurida välja kõik kulu- ja tuluallikad ning kirja panna nende hinnad. (Suppi, 2013, lk 73). Finantsproгноosidest selgub, kas äriplaani on reaalsetl võimalik ja otstarbekas ellu viia.

Finantsanalüüsi peamiseks instrumentideks on rahandussuhtarvud (Maksevõime suhtarvud, finantsvõimenduse suhtarvud, rentaablusnäitajad, käibesageduse näitajad, aktsiakapitali tulukuse näitajad). Igale ettevõtjale on väga olulised rentaablusnäitajad ehk tasuvusnäitajad, mis näitab kui palju toodetakse kasumit ühe ressursiühiku kohta. (Lehtsaar, 2017). Tasuvuse analüüsimiseks tuleb leida brutokasumimarginaal, ärikasumimarginaal, puhaskasumimarginaal, varade puhasrentaablus (ROA) ja omakapitali tootlus (ROE) (*Tasuvuse suhtarvud*, 2017). Finantsproгноosid on aluseks hindamiseks ettevõtte tasuvust.

Äriplaanid võivad olla väga erinevad. *Entrepreneur* on erinevatele allikatele tuginedes (*An Introduction to Business Plans*, 2015) kokku pannud äriplaanide osade liigituse nelja erinevasse kategooriasse: miniplaan; tegevusplaan ja esitusplaan. Need nõuavad väga erinevat tööjõumahtu ja mitte alati proportsionaalselt erinevaid tulemusi. See tähendab et täpsem kava ei garanteeri, et see oleks parem, kui lühendatud, olenevalt sellest, milleks soovitakse seda kasutada.

Miniärplaan võib koosneda ühest kuni kümnest leheküljest ning see peaks pöörama tähelepanu sellistele olulistele küsimustele nagu ärikontseptsioon, rahastamisvajadused, turunduskava ja finantsaruanne, eriti rahavoog, sissetulekute prognoos ja

bilanss. See on suurepärane võimalus ettevõtte kontseptsiooni kiireks testimiseks või potentsiaalse partneri või väikese investori huvide mõõtmiseks. Ole ettevaatlik miniplaani kuritarvitamise suhtes. See ei ole mõeldud täispika plaani asendamiseks. Kui saata miniplaan investorile, kes otsib kõikehõlmavat, siis tehakse ennast ainult rumalaks (*An Introduction to Business Plans*, 2015).

Tegevusplaan on ettevõtte juhtimise vahend. See peab olema üksikasjalikult pikk. Nii nagu miniplaani puhul, võib tööplaani koostamisel tõenäoliselt lubada mõnevõrra kõrgema vabaduse ja mitteformaalsuse. Tõenäoliselt ei pea lisama näiteks lisateavet peamiste juhtide kohta (*An Introduction to Business Plans*, 2015). Põhirõhk antud plaanis on eesmärkidel. Eesmärkide omamine annab juhiseid edasiseks tegevuseks kõikidele organisatsiooni liikmetele. Kui eesmärgid on määratud, tuleb paika panna strateegiad eesmärkide saavutamiseks. Need on tegevused mida tuleb teha soovitud eesmärkide saavutamiseks, sealhulgas tuleb määratleda kes vastutavad nende täitmise eest. Planeerimine annab kindlad fokuseeritud juhised, mille abil juhtkond saab ettevõtet juhtida (Hill, 2017).

Esitlusplaanis kasutatakse oma tegevusplaani ilmestamiseks materiaalseid vahendeid ja mulje parandamiseks välimusele pööratava tähelepanu hulka. Antud plaani kasutatakse enamasti kiireks tutvustuseks pankuritele, investoritele ja teistele ettevõtetele välja nägemiseks (*An Introduction to Business Plans*, 2015). Ehk esitlusplaan pole muud kui planeeritud tegevusplaani esitlemine kasutades erinevaid vahendeid ja aksessuaare muutmaks oma tegevusplaani tutvustus atraktiivsemaks ja huvitavamaks. Kasutada võib erinevaid näidiseid, powerpointi, jooniseid ja muid abivahendeid. Kindlasti on nõutud korrektne/esinduslik rietus ja viisakas suhtlus.

Kokkuvõtvalt võib tõdeda, et äriplaan on vaja koostada planeeritava ettevõtmise elluviimiseks ja ettevõtte loomiseks. Kindlasti tuleb põhjalikult kirjeldada ettevõtet ennast. Milline on ettevõtte ajalugu, millega ta on seotud, kes asutaja või asutajad ning millisel ajendil sai ettevõtte loodud. Kindlasti võib kirjeldada ka muutusi mis on ettevõttes toimunud, juhul kui need on olemas. Selgeks tuleb teha kõik etapid ja nende omavaheline liigendus. Kõikidesse osadesse tuleb suhtuda tõsiselt ja neid koostada võimalikult korrektselt ja põhjalikult.

1.3 Äriplaani koostamise põhjused ja vajalikkus

Äriplaani on väga vajalik, kuigi on teada et paljud ettevõtted tegutsevad ilma kirjaliku plaanita. Äriplaani kirjutamisega saavutatakse hulga eeliseid konkurentide ees väga minimaalsete kulutustega ja sellepärast ongi vaja alustada ettevõtlust äriplaani kirjutamisest (*Äriplaani koostamine*, 2017). Peamised põhjused miks koostatakse äriplaan on: äri alustamine, äri arendamine või efektiivsuse tõstmine, pikaajalise orientatsiooni saavutamine ja kursil püsimine, rahvusvahelistumine, riski maandamine, või äriplaani on nõutud. Enam levinud põhjus on siiski uue äri alustamine. Äriplaani koostamine aitab struktureerida mõtteid ja põhjalikult läbi mõelda planeeritavat, mis loob ideede vahel erinevaid seoseid. Tihti nõuavad äriplaani investorid ja finantsinstitutsioonid (Kullerkupp, 2007, lk 42-47). Hästi koostatud ja rakendatud äriplaani aitab:

- 1) planeerida - hinnata jooksvat olukorda, võimalusi, ette näha raskusi ja kriise ning olla nendeks valmis;
- 2) ettevõtet juhtida – tagada ühine arusaamine eesmärkidest ja nende saavutamise teedest, kavandada laienemist ning hoida samal ajal kasv kontrolli all, omades läbimõeldud kasvuplaani;
- 3) leida finantseerimist – äriplaani on antud kontekstis müügidokument, mis peab ära veenma konkreetse „tarbija“ (Miettinen, et al., 2008, lk 98).

Äriplaani aitab luua ideede vahel põhjalikke seoseid ja kokkuvõttes parema äriidee. Head äriideed jäävad tihti teostamata oskuste või info puudumisel, hirmust ebaõnnestuda ja ebaselge tuleviku ees. Põhjalik äriplaani minimaliseerib ohte ja tõstab enesekindlust ning usku ettevõtmisesse (*Äriplaani koostamine*, 2017).

Äriplaani on tegevusjuhend ja peamiseks informatsiooniallikaks potentsiaalsetele investoritele ja partneritele (Salu, 2014, lk 46). Äriplaani on eriti vajalik alustavatele ettevõtjatele ja ettevõtetele, kui ka juba olemasolevatele ettevõtetele edasi arenemiseks, suuna muutmiseks jne. Ilma äriplaanita on äärmiselt raske ja peaaegu võimatu alustada ettevõtlusega. Ettevõtja infovõrava Aktiva äriplaani juhendis (*Äriplaani koostamise juhend*, 2012) tulenevad erinevad vajadused, mida äriplaani rahuldab. Esiteks oleks ettevõtte juhtidel olemas tegevuskava, millest otsuste langetamisel lähtuda. Selle koostamine sunnib ettevõtjat uurima oma äritegevuse erinevaid aspekte, tänu millele on võimalik näha kõiki kitsaskohti mis muidu võivad jääda varjatuks. Äriplaani annab

võimaluse mängida läbi erinevad stsenaariumid ning ennetada ohte, mis hiljem võiksid saada saatuslikuks (*Äriplaani koostamise juhend*, 2012). Selle koostamisega tõestab tegevjuht omanikele oma potentsiaalset võimekust ettevõttele seatud eesmärgid ellu viia ning selle abil hinnata ettevõtte edusamme ja võrrelda tegelikku arengut planeerituga. Juhendist tulenevalt on põhjalik ja sisukas plaan investorile aluseks, mille põhjal teha otsust, kas ettevõttesse on mõistlik investeerida, et laenuandja saaks otsustada, kas ettevõtte suudab tagastada laenu ja tasuda kokkulepitud intressid. Kirjalikult koostatud äriplaani aitab vältida hilisemaid vaidlusi ja põhjendada tehtud otsuseid (*Äriplaani koostamine*, 2017).

Äriplaani koostamine sunnib ettevõtjat läbi mõtlema oma äriidee ja üksikasjalikult kirja panema selle realiseerimise kava. Detailne planeerimine vähendab ettevõtlusega seotud riske ning aitab ennetada ebaseaduslikke protsesside kulgu. Suureneb võimalus, et olulised asjad pole jäänud märkamata, ega arvesse võtmata ka kõige väiksemad kulutused (Salu, 2014, lk 46). Tegelikult plaanid põruvad väga tihti. Lihtsalt plaani panemine paberile ei ole piisav. Peate veenduma, et teete seda õigesti. Peamised põhjused ebaõnnestumiseks on: juhul, kui ei ole kaasatud õigeid inimesi; soovimatus kohaneda ja muuta; plaani ei võeta tõsiselt; faktide ignoreerimine; ebarealistlike eesmärkide seadmine. Need on üldised ebaõnnestumise põhjused, kuid need pole suurimad. Suurim põhjus plaanide ebaõnnestumiseks on seotud vastutustunde ja kohustustega. Kui pole vastutustunnet, siis on suur tõenäosus läbi põleda. Kui on mõni idee või eesmärk ilma vastutuse ja kohustusteta, on selle saavutamine 10% tõenäoline. Kui lisada ettevõtjale kohustused ja vastutus suurendab see ettevõtja panuse maksimumi lähedaseks ja eesmärkide saavutus tõenäosus tõuseb kuni 95%-ni (Tredgold, 2018).

Ainuke inimene, kes ei vaja äriplaani, on see kes ei hakka äri tegema. Temal ei ole vaja plaani hobi alustamiseks ega tavapäraseks tööks. Kuid keegi, kes teeb algust ettevõtlusega, mis vajab palju raha, aega ja muid ressursse ning mõistagi peab teenima kasumit, peaks enne keskendumist plaani koostamisele (*An Introduction to Business Plans*, 2015). Ilma plaanita on väga raske saavutada eesmärke, mida tahetakse saavutada oma ettevõtmistega ja nii puudub piisav ülevaade saavutatust ja ressursidest, mida on vaja millegi saavutamiseks.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et äriplaani on vajalik eelkõige äri alustajale endale. Idee ja teostuse kirjapanek aitab näha võimalikke kitsaskohti ja probleeme, mis võivad

kaasneda plaanitu elluviimisega. Põhjalik analüüs ja võimaluste hindamine aitab luua ettekujutuse, milliselt ja kuidas peaks ettevõtte funktsioneerima ja turul asetsema, kes on tarbijad, partnerid, tarnijad ja nii edasi. Äriplaani on kui tuleviku ennustamine lähtudes faktidest, ootustest ja muudest teguritest mida on võimalik analüüsida ja uurida. Plaani loomine aitab välistada valede ootuste ja prognooside olemasolu, mis aitab koostajal aru saada kas plaani elluviimine on reaalselt otstarbekas. Lisaks aitavad kirjapandud eesmärgid ja tegevusviisid hoida sihti silme ees ja analüüsida saavutatut tulenevalt planeeritust. Samas on äriplaani ka dokument, mis on aluseks erinevate toetuste saamiseks mis paljudele alustavatele ettevõtetele on elutähtsad oma tegevuse alustamiseks ja funktsioneerimiseks. Ilma selge eesmärgi ja korrektse äriplaanita on toetuste saamise protsent pea nulli lähedane, kui mitte isegi olematu. Sellest tulenevalt võib äriplaani käsitleda ka, kui ettevõtja enda investeeringut ettevõttesse.

2 EMPIIRILISE OSA METOODIKA

Lõputöö uurimisobjekt on äriplaan alustavale ettevõttele ja selle eelduseks on läbi viidud turu-uuring. Selle raames viidi läbi kvantitatiivne turu-uuring ja küsitleti Rakvere linnas õppivaid gümnasiste ja ametikooli õpilasi. Turu-uuring on aluseks koostatud äriplaanile ja uuringu tulemuste põhjal on tehtud järeldus, et piirkonnas on huvi ja vajadus äriideele, mis pakub meelelahutusteenust kardisõidu näol ja seda aastaringselt.

2.1 *Lõputöö probleem, eesmärk ja ülesanded*

Lõputöö problemaatika seisneb selles, et Rakveres on vähesel määral võimalusi aktiivseteks ja adrenaliini pakkuvateks vabaaja tegevusteks. Motospordi võimalused Rakveres on küllaltki piiratud ja kardisõidu võimalus puudub. Sellest tulenevalt on ka Rakvere linna (*Rakvere linna arengukava aastateks 2018-2030*, 2018, lk 23) üheks eesmärgiks erinevate sportimisvõimaluste suurendamine, mille üheks prioriteediks on tehnikaspordi areng. Alternatiivideks on ATV ja motokrossi võimalused, mis võrreldes kardisõiduga on hinnaklassilt kõrgemad. Lisaks hinnale on mõjuteguriks ka ohutus, sest kardisõit oleks tunduvalt ohutum ja ei vaja eelnevaid sõidukogemusi. Lisaks nende alternatiivide ees oleks uuel ettevõttel eelis asukohaga, mis võimaldab paljudel, kellel pole võimalust linnast välja liikuda, ka teenust kasutada. Eestis on hetkel 11 kardirada (*Kardirajad Eestis*, 2018), millest ühes pole võimalik karte rentida sõitudeks ja ainult kümnes kohas Eestis on võimalik karte rentida ja nendega sõita. Antud allika andmetel on Eestis ainult üks siserada, mis asub Tallinnas, Laagri Maksimarket juures. Andmetest selgub, et aastaringselt on võimalik sõita tahtjatel karti ainult eelmainitud kohas.

Lõputöö eesmärk on koostada äriplaan KiireKart OÜ-le, et hinnata äriidee tasuvust.

Eesmärgi täitmiseks on püstitatud järgmised ülesanded:

- 1) turu-uuringuga välja selgitada Rakvere linna ühe peamise sihtgrupi huvi kardisõidu vastu;
- 2) määratleda ettevõtte missioon, visioon ja eesmärgid ning selgitada ideed ning loodava ettevõtte üldandmeid;
- 3) analüüsida ettevõtluskeskkonda, turgu ja konkurente ning koostada SWOT analüüs;

4) koostada turundus- ja finantsprognoos ning hinnata riske ja äriidee tasuvust.

Äriidee on asutada ettevõtte KiireKart OÜ, mille ettevõtlusvormiks on osaühing. Esialgu hakkab ettevõtet juhtima üks osaühingu juhatuse liige, kelle osaluseks nimetatud äriühingus on 100%. Ettevõtte hakkab pakkuma kardisõidu teenust Rakvere linnas ja seda aastaringselt. Lääne-Virumaa piirkonnas vahetud konkurendid puuduvad. Aastaringselt pakub Eestis kardisõidu teenust veel vaid üks ettevõtte, mis asub Harjumaal. Lisaks hakatakse kõrval-teenustena pakkuma piljardi mängimise võimalust, väiksematele lastele elektriautode sõitu ja sünnipäevade korraldamist. Töö autor otsustas kardisõitu pakkuva ettevõtte rajada, sest see on talle hingelähedane ning tüütu ja kulukas on sõita pikki vahemaid selleks, et saaks sõita vaid loetud minutid kardiga. Pakutav teenus on hea alternatiiv tänavatel kihutajatele, mille tulemusena võiks üldine liiklusohutus linnas suureneda.

2.2 *Empiirilise uuringu metoodika*

Uurimisobjektiks lõputöös on äriplaan, mis koostatakse loodavale osaühingule KiireKart. Osaühing KiireKart saab asuma Rakvere linnas ning sellele koostatakse tegevusplaan. Ettevõtte eesmärgiks on pakkuda kõigile head meelelahutust kardisõidu näol. Peamiseks sihtgrupiks on aktiivset ja huvitavat tegevust armastavad inimesed vanuses 14-60 eluaastat. Kindlasti on oodatud ka nooremad ja vanemad inimesed, kellele meeldib aktiivne ja adrenaliinirohke tegevus.

Äriplaani koostamisel kasutatakse kombineeritud metoodikat, mis hõlmab nii kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete kogumist, analüüsimist ja tõlgendamist samast uurimisobjektist (Cameron, 2015). Töö koostamise käigus uuritakse üldist ettevõtluskeskkonda, viiakse läbi turu-uuring küsitletakse ühe peamise sihtgrupi esindajaid: õpilasi piirkonnas vanuses 16-19 aastat. Sellest saadud info kui sisendiks planeerimisele, ehk selle põhjal koostatakse äriplaan. Antud töös andmeid kogutakse ankeetküsitluse ja vaatluse teel ehk empiirilise uuringu läbiviimiseks kasutataksegi kombineeritud metoodikat.

Äriplaanile eelnevas turuanalüüsis ja -uuringus on levinuimad info kogumise viisid: küsitlus, vaatlus ja eksperiment, millest enim kasutatakse küsitlusi (*Kuidas teha turu-uuringut*, 2013). Turu-uuringuga seonduvaks andmekogumise meetodiks on küsitlemine. Ankeetküsitlus on meetod, kus valimisse valitud vastavad etteantud

küsimustele (*Uurimustöö alused*, 2017). Ankeetküsitlus viidi läbi *Google docs* keskkonnas. Turu-uuringu läbiviimiseks on autor koostanud küsitluse (vt Lisa 1). Küsitlus oli anonüümne ja küsimused on valikvastustega (*Uurimustöö alused*, 2017). Ette oli antud erinevad valikvastustega küsimused ja valida tuli kõige sobivam vastus. Viimasele küsimusele vastates oli võimalik valida rohkem, kui üks vastus ja mõnele küsimusele oli vastajal võimalik lisada endapoolne vastus. Küsitluse valimi moodustasid Rakvere linnas keskkharidust ja kutsekeskharidust omandavad noored (kui äriidee peamise sihtgrupi esindajad). Küsitluses selgitati välja, kas piirkonnas on piisavalt vabaaja tegevusi, kellega veedetakse vabaaega, kui palju kulutatakse kuus meelelahutus tegevustele, millised vabaajategevused on hetkle piirkonnas populaarsed, huvi kardisõidu vastu ja teenuse kasutamise kohta. Küsitlus viidi läbi ettekavatsetud valimis. Turuanalüüs ja -uuringud äri planeerimise kontekstis on küllaltki mahukad ja informatiivsed. Turu-uuringu ülesanne oli välja selgitada potentsiaalsete klientide huvi alustava OÜ KiireKart suhtes. Andmete analüüsiks kasutati kirjeldavat statistikat, mille ilmetamiseks on koostatud graafilisi kokkuvõtteid ja nende põhjal analüüsi. Saadud tulemuste põhjal on võimalik teha erinevaid järeldusi ja ettevõttes vajalikke otsuseid (*Kuidas teha turu-uuringut*, 2013). Turuanalüüsis ja -uuringus kogutud andmeid analüüsiti kvantitatiivselt ja ettevõtluskeskkonda kvalitatiivselt. Kvantitatiivse andmete kogumise meetodil antakse tulemitele iseloomustatvad arvulised väärtused, mis annab võimaluse andmeid koondada ja analüüsida.

Kvalitatiivne andmete kogumine toimub vaatluse teel. Vaadeldi Eesti ja Rakvere üldist ärikeskkonda (turgu, konkurente) ja kogutud andmete põhjal koostati sisulisi ja väärtuslikke hinnanguid, mida pole võimalik arvuliste väärtustega mõõta (*Uurimustöö alused*, 2017). Vaatlus on teaduslik uurimisviis, mille kestel leitakse erinevaid seoseid ja kogutakse andmeid. Vaatluse käigus vaadeldi konkurente ja üldist turgu. Vaatlus aitab mõista ja leida seoseid uuritavate objektide ja aspektide vahel (*Observational Method*, 2018). Kogutud andmeid analüüsitakse deduktiivselt, et moodustada äriplaani finantsiline sisu. Vaatluse käigus saab fikseerida tegelikku sündmuste kulgu, ilma subjektiivse arvamusega (*Kuidas teha turu-uuringut*, 2013).

Ettevõtluskeskkonna uurimine aitab määratlada turul olevaid konkurente. Kõik konkurendid on alati erinevad ja nende mõju teistele ettevõtetele ei ole kunagi võrdne. Erinevad tarbijad tarbivad erinevaid tooteid aga võivad tarbida ka samu tooteid. Sellepärast tuleb alati oma konkurente ja potentsiaalseid kliente õigesti hinnata ja

määratleda. Kõige enam pöörati töös tähelepanu otsestele konkurentidele, kuid selleks et tagada edu, tuleb olla parem ka potentsiaalsetest ja kolmanda taseme konkurentidest. Otsesed konkurendid pakuvad samu teenuseid ja tooteid. Potentsiaalsed konkurendid pakuvad tooteid ja teenuseid, mis pole samad, kuid rahuldavad klientide sarnaseid vajadusi. Kolmanda taseme konkurendid on ettevõtted, kes otseselt ei konkureeri, kuid teatud ümberkorraldustega võivad hakata pakkuma analoogseid tooteid või teenuseid (*Konkurentide analüüs*, 2017).

Lõputöös koguti esmalt andmeid kvalitatiivselt vaatluse teel ja ärikeskkonna analüüsimisel. Uuriti väliseid nähtusi, mida on võimalik mõõta ja vaadelda nagu näiteks konkurentide juures klientide külastatavuse hulk, millised on konkurendid jne. Andmekogumismeetodid pole rangelt paika pandud vaid kujunevad välja uurimise käigus (Õunapuu, 2014, lk 58-59). Kvantitatiivseks andmekogumiseks tuleb püstitada hüpotees põhjendatud alustel, mida tuleb hakata kontrollima. Kvantitatiivselt kogutud andmed esitatakse arvudena, mille põhjal luuakse graafikuid ja statistikat (Õunapuu, 2014, lk 60-61). Põhjalikuma analüüsi saamiseks kasutati Statistikaameti andmebaase. Kogutud andmete põhjal loodi erinevaid jooniseid ja tabelleid, et teha järeldusi ning kokkuvõtteid kogutud andmetest. Andmete põhjal saab koostada ärikeskkonna analüüsi lähtuvalt osatühingust KiireKart. Lisaks tehakse kogutud andmete põhjal SWOT- ja riskianalüüs ettevõttele KiireKart ning koostatakse finantsproгноosisid ja tehakse analüüs äriidee tasuvusest.

Kokkuvõtteks empiirilises uuringus koguti andmeid küsitluse ja vaatluse teel, ehk kasutati kombineeritud meetodit. Turu-uuringus kogutud andmeid analüüsiti kvantitatiivselt, korrastades saadud tulemusi ja nende põhjal loodi diagrammid. Ettevõtluskeskkonda analüüsiti kvalitatiivselt, vaadeldes turgu, konkurente ja sihtgrupi tarbijaid. Kvantitatiivselt kogutud andmed esitati erinevate graafikute ja tabelitena ning kvalitatiivselt kogutud andmed sõnadega (Õunapuu, 2014, lk 61).

3 KIIREKART OÜ PRAKTILINE ÄRIPLAAN

KiireKart OÜ plaanib alustada oma tegevusega 2020. aasta suvel. Äriplaan on koostatud et selgitada välja asutatava ettevõtte idee tasuvus, uurida kliente ja konkurente ning kõike muud, mis mõjutab ettevõtte tegevust otseselt ja kaudselt. Ettevõtte plaaniks on pakkuda kõigile head meelelahutust kardisõidu näol. Ettevõtte eesmärgiks on pakkuda Lääne-Virumaal, täpsemalt Rakvere linnas, uutset meelelahutusteenust tarbijasõbraliku hinnaga, et muuta igavad õhtud huvitavaks ja adrenaliini rohkeks.

3.1 Äriidee, visioon, missioon ja eesmärgid

Plaan on asutada meelelahutusettevõtte, mis pakuks kõigile head meelelahutust kardisõidu näol. Peamiseks sihtgrupiks on aktiivset ja huvitavat tegevust armastavad pered, sõpruskonnad vanuses 14-60 eluaastat. Plaanis on rentida kaarhall, kuhu tuleb ehitada väike ringrada ja soetada esialgu umbes 5 bensiinimootoriga karti ning piljardilaud ooteaja sisustamiseks. Tegutsemise asukohaks on Rakvere linn. Üldine turg on suunatud kõigile alates 14-ndast eluaastast nii kohalikele kui turistidele, kes külastavad Rakvere linna. Turistidest tulenevalt on plaanis koostöö teiste meelelahutusasutuste ja majutusasutustega. Peamiseks külastajateks oleks alguses Lääne-Virumaa elanikud, lisaks veel turistid ja motosportihuvilised, kuid oodatud on kõik, kes soovivad kardiga sõita ja lõbusalt aega veeta nii pere, kui sõpradega.

Kuna kardid on väikesed ja küllaltki kerged, siis võimaldab see ettevõtte tegevuskoha kiiret ümberpaigutamist eriti suvel, kui tegevuse võimaldamiseks klientidele on vaja vaid suuremat vaba asfaldi platsi ja vanu rehve, et luua sõidurada. Sellist meetodit saaks rakendada põhiliselt ainult suvel ja arvatavasti koostöös mõne ürituse korraldajaga, et meelitada koos kokku suurem tarbijaskond mõlema poole jaoks. Ettevõttel on võimalik kindlasti laieneda tulevikus teistesse linnadesse, sest üldiselt Eestis on hõre turg aastaringset pakutava teenuse jaoks ning seni on võimalik aastaringset teenust tarbida vaid Harjumaal. Ettevõtte kasvades on võimalik põhitegevuse juurde kombineerida veel väga erinevaid kõrvalharusid lisateenuste näol, näiteks: ürituste korraldamine jm.

Ettevõtte asutajaks on noor 25-aastane Kevin Toming, kes soovib edendada Rakvere linnas ettevõtlust ja suurendada pakutava teenuse kaudu liiklusohutust. Liiklemine

võiks muutuda ohutumaks, kuna autojuhid saaksid rahuldada oma adrenaliini ja kiiruse vajadust kardirajal ja seda ohutult. Kardisõit aitab maandada ka pingeid, mis annab külastajatele võimaluse ennast välja elada kardirajal, mitte teiste kodanike peal.

Järgnevalt on esitatud ettevõtte üldandmed (vt Tabel 2).

Tabel 2. Loodava ettevõtte üldandmed

Ettevõtte ärinimi	KiireKart OÜ
Ettevõtte juriidiline vorm	Osaühing
Ettevõtte tegevusala	Sporditegevus ning lõbustus- ja vabaaja tegevused
Ettevõtte tegevuspiirkond	Lääne-Virumaa, Rakvere linn
Ettevõtte kontaktandmed (aadress)	Võidu 112, Rakvere, Lääne-Virumaa
Telefon	+37253462040
E-mail	kevintoming@hotmail.com
Kontaktisik, tema telefon	+37253462040
Juhatuse liikmed	Kevin Toming
Osakapital	2500 €
Osanikud, nende osa kapitalist	Kevin Toming, 2500 €

Äriidee sündis ettevõtte asutaja oma vajadustest tulenevalt. Ettevõtte asutaja on tihti tahtnud kardiga sõitma minna, kuid ettevõtted, mis pakuvad seda teenust asuvad küllaltki kaugel. Tänapäeva kiires ühiskonnas, kus kõigil on palju kohustusi, on raske leida seltskonda vastavalt lahtioleku aegadele ja nädalavahetuseti on enamasti kardisõidud juba ära broneeritud. Sellest tulenevalt sündis idee tuua võimalus sõita karti ka Rakvere linna. Lisaks sellele aspektile on juba üle aasta olnud rendile pakutav kaarhalli, mis oleks asukohalt ja võimalustelt ideaalne taolisele ärile. Hall asub kesklinnast vaid ligikaudu kilomeetri kaugusel, mis tagab potentsiaalsetele tarbijatele hea juurdepääsu.

Ettevõtte visiooniks on olla aastaks 2021 laialdaselt külastatav ja tuntuim kardisõidu teenuse pakkuja Lääne- ja Ida-Virumaal.

Missiooniks on pakkuda klientidele kõrgekvaliteedilist teenust, muutes vabaaja väärtuslikumaks ja tõsta meelelahutuse osa, mis vähendab inimestes stressi. Luua uued võimalused ja alternatiivid suitsude, alkoholi ja muude pahede kõrval, et muuta inimeste eluviis tervislikumaks.

KiireKart OÜ eesmärgid jagunevad lühiajalisteks- ja pikaajalisteks eesmärkideks.

KiireKart OÜ lühiajalised eesmärgid:

- 1) kohandada hoone ja teha vajalikud ehitustööd mai lõpuks aastal 2020, teenuse kvaliteetseks pakkumiseks;
- 2) ettevõtte reklaamimine ja esmaste klientide leidmine (alustamaks hiljemalt mai lõpus 2020);
- 3) koostööpartnerite leidmine, kelle kaudu teha turundustegevust, vähemalt 7 koostööpartnerit 3 aasta jooksul;
- 4) saavutada esimese tegevusaasta lõpuks müügitulude vähemalt 52 000 eurot aasta.

KiireKart OÜ pikaajalised eesmärgid:

- 1) aastal 2022 väliraja väljaehitus;
- 2) käivitada aktiivne koostöö vähemalt viie turismiettevõttega;
- 3) aastaks 2022 on ettevõtte saavutanud üle Eestilise tuntuse ja klientuuri.

Lühiajaliste eesmärkide seadmine ja täitmine on ettevõtte algusfaasis väga oluline. Eesmärkide saavutamine ja nende nimel töötamine paneb aluse ettevõtte edasisele arengule. Tähtis on täita kõik lühiajalised eesmärgid, et liikuda pikemaajaliste eesmärkide saavutamiste suunas. Pikemaajalised eesmärgid annavad aimu ettevõtte olukorrast kuhu tahetakse jõuda ja pikaajaliste eesmärkide saavutamine näitab ettevõtte edukust ja jätkusuutlikkust areneda ja laieneda.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et alustaval ettevõtjal on olemas selge visioon ja siht kuhu tahetakse jõuda. Loodava ettevõtte jaoks on tehtud vajalikud planeeringud, et aastal 2020 alustada ettevõtte loomisega.

3.2 Ärikeskkonna analüüs ja SWOT-analüüs

Ärikeskkonnast sõltub alustava ettevõtte tegevustiku edu. Peamisteks faktoriteks mis mõjutavad asutatavat ettevõtet on poliitiline-, majanduslik-, sotsiaalne-, tehnoloogiline, ja seadusandlik keskkond.

Poliitiline keskkond on toetanud ettevõtlust ja innovaatsust. Loodud on soodsad tingimused ettevõtlusega alustamiseks. Olemas on erinevad toetusprogrammid nii alustavatele kui juba tegutsevatele ettevõtjatele (*Ettevõtlustoetused*, 2017). Ehk KiireKart OÜ-l on võimalus saada starditoetust, et ettevõtte käima lükata. Osaühingu KiireKart asutab omanik ametlikult iseseisvalt ja seda on võimalik teha kiirelt ja lihtsalt

läbi e-äriregistris „ilma notaris käimise ja selle lisatasudeta/.../“ (Truuts, 2019). Maakondlikud arenduskeskused pakuvad ettevõtjatele erinevaid konsultatsioone ja koolitusi. Nõustatakse nii alustavaid ettevõtjaid ja ettevõtluskeskkonnas tegutsevaid ettevõtjaid. Pakutavad teenused ja tegevused toimuvad Euroopa Regionaalarengu Fondi toel ja on seega ettevõtjale tasuta (*Konsultatsioonid ja koolitused ettevõtjale*, 2019).

Majanduslikult ettevõtte tegevus sõltub väga palju kütuse hindadest (s.h on see ka *looduslik faktor*). Kütte kallinedes suurenevad tunduvalt ka ettevõtte kulud, seega kütteaktiivsus tõus on otseselt seotud ettevõtte eelarvega. Mida kõrgemaks kujuneb kütuse hind, kas suudame hoida hindu samal hinnatasemel, või muutub kallimaks ka sõitude (teenuse) maksumus. Alates 2018. aastast on suurenenud riigi investeringud ja tulumaksumuudatus suurendanud elanike kasutatavat tulu, mis on elavdanud majandust, kuna suur osa sellest suunatakse tarbimisse (*Ettevõtlussektori müügitulu suurenes II kvartalis*, 2019). Ettevõtlustegevust mõjutab suuresti kogu rahva majanduslik olukord. Klientide maksevõimekus on ettevõttele väga oluline, sest kui majandust ei elavdata, siis oleks ka klientidel eeldatavasti vähem raha, mistõttu võib ettevõtte kaotada kliente, sest klient otsustab siis mitte osta teenust. Üldine hinnatase tuleb hoida võimalikult madal. Hinnad peavad olema vähemalt samad mis konkurentidel või madalamad, et meelitada kliente üle. Mida suuremad on inimeste sissetulekud, seda rohkem ollakse nõus kulutama vabaajategevuste peale ja arvatavasti suureneb ka külastajate hulk, kui suureneb vabade vahendite hulk perekonnas.

Loomulikult avaldab mõju ettevõtte tegevusele *sotsiaalne keskkond*. Demograafiliselt seisukohalt pole Lääne-Viru maakond halvas seisus, kuigi suremus ületab jätkuvalt sündide arvu (*Lääne-viru maakond*, 2019). Eesti rahvaarv on sissekäände abil juba neli järjestikust aastat kasvanud. Võrreldes 2015. aastaga on rahvaarv suurenenud umbes 11 500 inimese võrra ehk 0,9%. Eesti eristub sellega drastiliselt teistest Balti riikidest: Leedu on sama perioodi vältel kaotanud 4% oma rahvastikust ehk 127 000 inimest, Läti 3% ehk 66 000 inimest (Nestor, 2019). Sellest tulenevalt on suurem tarbijaskond, suurem arv ja valik töajõudu. Kuna Eesti rahvaarv on olnud tõusvas trendis ja Lääne-Viru maakonna rahvaarv küllaltki stabiilne, siis pole põhjust oodata suuri muutusi tarbijaskonna vähenemises.

Kindlasti tuleb olla kursis valdkonda puudutava *seadusandlusega*. Eelkõige tuleb ettevõtjal lähtuda ettevõtlusega alustades äriseadustikust. Lisaks kas antud tegevusvaldkonnale on vaja täiendavaid erilubasid või lisandub muid kohaliku

omavalitsuse nõudeid. Reklaamimisel tuleb esitada välireklaami avalikustamise taotlus (*Reklaami paigaldamine*, 2018). Veel tuleb ettevõttel hankida vajalikud load oma valdkonnas tegutsemiseks.

Kursis tuleks olla tänapäeva *tehnoloogia* arenguga. Võimalik tehnoloogia areng võib turule tuua uued ja säästlikumad kardid, mis toovad sõidukulud minimaalseks ja võimalik et uued alternatiivsed sõiduvahendid äratavad inimestes suuremat huvi ja tähelepanu. Tehnoloogia arenguga tuleb üritada kaasas käia, sest kui turule jõuab siseneda uus ettevõtte uudsete kartidega, mis on ökonoomsemad; turvalisemad; ilusamad; võimalik et ka kiiremad, pole ettevõtte võimeline hinnatasemega konkureerima ja pole oma vana tehnoloogiaga klientidele nii atraktiivne. Tuleb olla valmis tehnoloogia arenguga seotud kuludeks, et hoida ja kindlustada oma koht turul.

Ettevõtte tegutsemist mõjutab klientide huvi ja nõudlus antud teenuse vastu. Põhiklientideks on motosporti armastavad inimesed, kelle vanus jääb 14-60 aastat. Lääne-Viru maakonnas elab suurusjärgus 37 000 inimest, kes on 15-64-aastased (*Lääne-viru maakond*, 2019). Küllaltki suur arv potentsiaalseid kliente, kes võiksid olla huvitatud kardiga sõitmisest. Algselt nähakse ettevõtte peamiste klientidena keskmise sissetulekuga inimesi ja uuendustega aktiivset vabaaja veetmist armastavaid inimesi. Lisaks tuleb ettevõtte atraktiivsust tõsta turistide seas. Mida suuremat huvi suudab ettevõtte reklaamiga inimestes äratada, seda suurem on võimalus ettevõtte edukaks saamiseks. On selge, et motosport on kasvavas trendis ja paljudel on huvi võistelda ringrajal. Kardisõit on hea ja seaduslik alternatiiv sõita kiiresti ja turvaliselt, võisteldes oma kaassõitjatega, rahuldumaks oma võistlus ja adrenaliini vajadust. Karti sõites on võimalus sõita kiiresti, saada suur annus adrenaliini ja kõike seda seaduslikult. Võttes arvesse ohutust ja muid tegureid, siis on kardisõit siiski küllaltki odav. Potentsiaalsetele klientidele tuleb palju teha tutvustustööd ja tõestada, et antud teenus on ohutu kõigile, kui järgitakse ohutusreegleid.

Ettevõtte konkurentide tegevus ja klientide lojaalsus mõjutab, kuidas tarbijad võtavad vastu KiireKart OÜ turul. Lääne-Virumaal ettevõttel puuduvad otsesed konkurendid, sest selles piirkonnas puuduvad ettevõtted, kes pakuks sellist teenust (*Kardirajad Eestis*, 2018). Küll on aga ettevõttel mitmeid kaudseid konkurente, keda käsitletakse hiljem konkurentsianalüüsis.

Peamiseks ettevõtte tarnijaks on Circel K Eesti AS, kellelt saadakse oma tegevuseks vastavad kütused ja õlid. Ettevõtet varustab vajalike toiduainetega läheduses asuv AS Kaupmees & KO. Vajalike varuosadega varustab ettevõtet e-pood Kartshop.ee. Tarnijaid on turul veel palju teisigi ja puudus vajalikest vahenditest kindlasti ei tohiks tekkida, mis tähendab et ettevõtte pole eluliselt sõltuv ühestki kindlast tarnijast.

SWOT analüüs on vajalik selleks, et panna paika ettevõtte kõik omadused, mis avaldavad mõju. SWOT analüüs kirjeldab alustava ettevõtte tugevusi, nõrkusi, võimalusi ja ohte. Tugevused ja nõrkused tulenevad ettevõtte sisemistest teguritest ning võimalused ja ohud tulenevad ettevõtte välistest teguritest. Järgnevalt on koostatud KiireKart OÜ SWOT analüüs (vt Tabel 3).

Tabel 3. KiireKart OÜ SWOT analüüs

Ettevõtte tugevused: • hea asukoht • paindlikkus (lahtioleku aegades ja hinnakujunduses) • uudsus Rakvere piirkonna sihtturul • soodsad hinnad sihtturule • ärijuhtimist õppinud alustav ettevõtja • vastutulelik rendipinna omanik • ettevõtte juhi ja töötaja kõrge motiveeritus • vajalikud toorained ja varuosad kergesti kättesaadavad	Ettevõtte nõrkused: • tundmatus sihtturul (alguses) • väheste kartide olemasolu, tehnilised rikked (kartidel) • suured püsikulud • vähene personal • ettevõtte juhi vähesed kogemused antud vallas
Ettevõtte võimalused: • suviselt olla liikuv (pakkuda teenust erinevatel üritustel, kui olemas asfalt plats) • koostöö teiste ettevõtetega • liikumine uutele turgudele • pakkuda muid lisateenuseid • uue sihtgrupi leidmine • keskkonnasäästlike elektrikartide kasutusele võtmine • ehitada välirada	Ettevõtte ohud: • rendipinna ülesütlemine • uued konkurendid • klientide vähene huvi • majanduslangus • kütuste ja õlide kallinemine

Ettevõtte peamiseks tugevuseks on hea asukoht. Ettevõtte tegevuspaik jääb paari minuti jalutuskäigu kaugusele Rakvere kesklinnast. See tagab teenuse lihtsa kättesaadavuse kõigile linna elanikele ja turistidele. Tähtsaks tugevuseks on teenuse uudsus turul.

Rakvere linnas puuduvad sarnase teenuse pakkujad, mis kindlasti meelitab kliente teenust proovima ja tarbima.

KiireKart OÜ suurimaks nõrkuseks on suured püsikulud. Kuna püsikulude hulka kuuluv hoone rent on kallis, võib ettevõttel olla raskusi teenida kasumit. Lisaks võib ettevõtte vähene personal tekitada olukorra, kus ei jõuta kõiki vajaminevaid toiminguid kiiresti teostada ja sellepärast võib kannatada klientide teenindamine. Samuti on oht tehnilistele riketele, mis võib viia olukorrani, kus kõiki viite karti ei pruugi alati saada kasutada teenuse pakkumiseks.

Alustava osaühingu võimaluseks on olla suviselt liikuv ja siseneda hooajaliselt uutele turgudele. Lisaks võimalus otsida erinevaid koostööpartnereid, et suurendada oma ettevõtte tuntust ja leida uusi kliendi sihtgrupe. Võimalus on pakkuda veel erinevaid lisateenuseid põhiteenusele, mis võiks suurendada klientide külastatavust ja ettevõtte käivet.

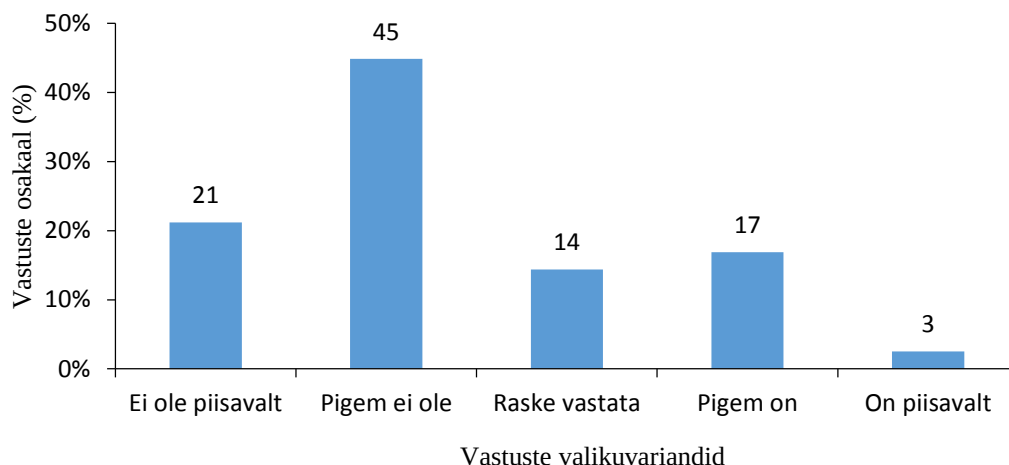
Ettevõtte suurimaks väliseks ohuks on rendipinna ülesütlemine. Rakvere linnas on raske leida teenusepakkumiseks sobivat pinda ja rendipinna ülesütlemine võib mõjuda ettevõttele laastavalt. Lisaks on oht klientide vähesele huvile, mis võib viia ettevõtte tegevuse kahjumlikkusesse. Suureks ohuks on ka kütuse ja õlide kallinemine, mis võib tõsta teenuse hindu ja avaldada mõju tarbimisele. Üldine majandusolukorra halvenemine võib vähendada inimeste sissetulekuid ja sellepärast võib klientidel jääda vähem vaba raha vabaajategevustele.

Kokkuvõttes saab tõdeda, et ärikeskkond avaldab suurt mõju alustavale ettevõttele ning tegevusi ellu viies tuleb arvestada kõigi teguritega. SWOT analüüsist ilmnesid peamised ettevõtte omadused, millele tuleb pöörata suurt tähelepanu. Analüüsist selgub, et ettevõtte peamiseks tugevuseks on hea asukoht ja suurimaks ohuks on selle rendipinna ülesütlemine.

3.3 Turg ja konkurents

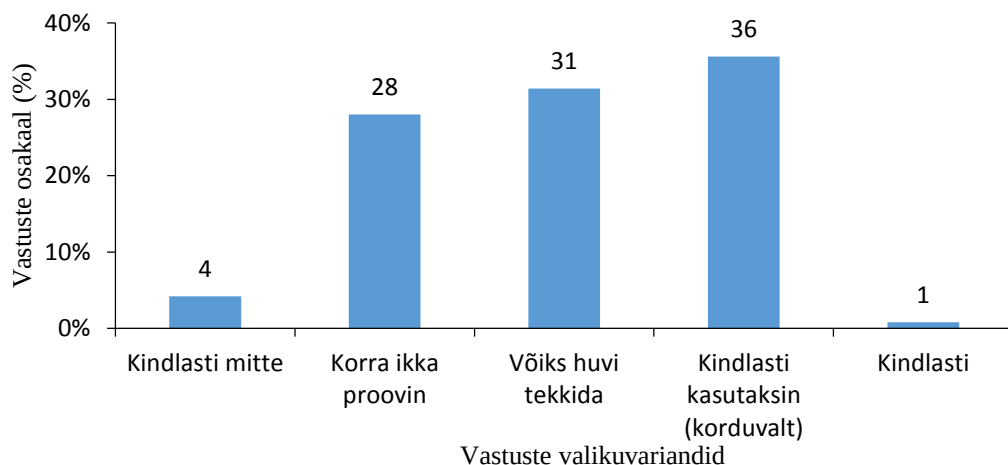
Turul olevat olukorda kirjeldatakse turu-uuringu ja vaatluse teel kogutud andmete põhjal. KiireKart OÜ peamiseks sihtgruppiks on aktiivset ja huvitavat tegevust armastavad pered, sõpruskonnad vanuses 14-60 eluaastat ja lisaks Rakveret külastavad turistid.

Turu-uuringuga küsitlus viidi läbi ühe peamise sihtgrupi: Rakvere linnas õppivate gümnasiste ja ametikooli õpilaste seas. Turu-uuringust võttis osa 118 Rakvere linnas õppivat õpilast vanuses 16-21 eluaastat. 83,9% vastanutest olid vanuses 17-18 eluaastat. 96,6% kogu vastanutest elavad Lääne-Viru maakonnas, millest saab järeldada, et vastanud on hästi kursis piirkonnas pakutavatest aktiivsetest vabaaja veetmise võimalustest. Sellest tulenevalt pidas alustav ettevõtja tähtsaks uurida, kas vastajate arust on Rakveres piisavalt aktiivseid vabaaja veetmise võimalusi (vt Joonis 1).



Joonis 1. Aktiivsete vabaaja veetmise võimaluste olemasolu Rakvere linnas

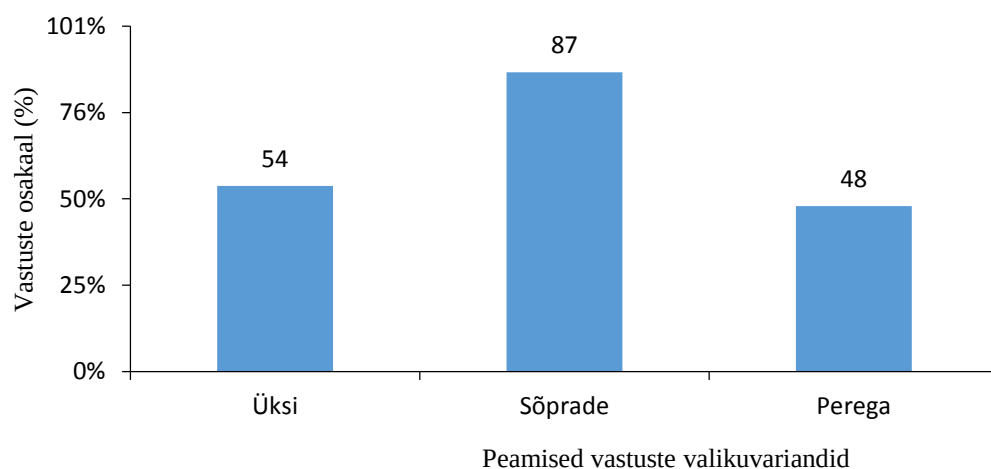
Küsitluses osalejatelt küsides, kas Rakveres on piisavalt aktiivseid vabaaja veetmise võimalusi, leidis üle 66% vastajatest, et Rakveres neid pole. Ainult ligi 20% leidis, et on piisavalt võimalusi. Tulemustest saab järeldada, et noored vajavad uusi võimalusi kuidas veeta oma vaba aega. Kuna alustava ettevõtja plaaniks on uudse lahendusena Rakvere linnas hakata pakkuma kardisõidu teenust, millega saaks aega sisustada, siis on autoril vaja kindlaks teha kui suur huvi oleks potentsiaalsetel klientidel kardisõidu vastu. Selleks, et teha kindlaks huvi suurus, uuriti vastanutelt et, kui Rakveres oleks kardisõidu võimalus, kas nad kasutaksid seda võimalust (vt Joonis 2, lk 35).



Joonis 2. Vastanute hinnang kardisõidu võimaluse kasutamise tõenäosusest Rakveres

Tulemustest selgus, et huvi noorte seas on kardisõidu vastu suur, olenemata soost. Üle 95% vastanutest kasutaks pakutavat teenust vähemalt ühe korra ja üle 35% on kindlad, et kasutaksid teenust korduvalt. Selleks, et teada saada kui palju plaanivad uuringus osalejad kardiga sõita, uuriti kui tihedalt nad arvatavasti antud teenust kasutavad. Vastustest selgus, et peamiselt kasutatakse kardisõidu teenust rohkem kui kord kuus (30 vastust), mitmeid kordi aastas (24 vastust), sõprade kutsel (15 vastust), erinevatel tähtpäevadel (15 vastust), mitte rohke kui kord kuus (13 vastust). Kardisõidu võimalust kasutaks iga nädal vaid 3 inimest 100-st vastajast, kes vastasid sellele küsimusele.

Kuna paljud vastasid, et sõidaksid karti ainult sõprade kutsel, tuli uurida, kellega peamiselt veedetakse oma vaba aega (vt Joonis 3). Ette oli antud erinevad valikud ja lisada oli võimalik ka omapoolsed variandid (mitmed vastusevariandid olid lubatud).



Joonis 3. Peamised kaaslased kellega vabaaega veedetakse

Kuna tulemustest kerkis esile ainult kolm vastusevarianti ja ülejäänud vastuste osakaal jäi alla 1% siis neid vastuseid antud hetkel ei analüüsita. Tulemustest saab järeldada, et paljud noored veedavad palju aega sõpradega, üksi ja perega. Kardisõit on ideaalne meelelahutus nii peredele, sõpruskondadele, kui ka üksi aja veetmiseks. Kardisõiduga on võimalik maandada erinevaid pingeid, kuid samas on võimalik ka teistega koos lõbutseda.

Kuna ligi pooled (53 vastajat) küsitluses osalejat pole varem karti sõitnud, on selge et 10 minutit kardisõitu tundub väga lühike aeg. Turgu uurides selgus, et enamus kardisõidu teenuseid pakkuvatel ettevõtetel on ühe sõidu kestuseks 8 minutit. Kuna alustav ettevõtte plaanib pakkuda 10 minutilist ühte kardi sõitu, siis uuriti vastajatelt palju nad keskmiselt kuus kulutavad vabaaja tegevustele, et selgitada potentsiaalsete tarbijate ostujõukust. Selgus et veidi üle poolte vastajatest (54,2%) kulutab kuus kuni 50 eurot. 50-100 eurot kulutab umbes üks kolmandik (30,5%) turu-uuringus osalejatest, 100-200 eurot kuus kulutab 15 vastajat (12,7%) ja 3 vastajat (2,5%) kulutab isegi üle 200 euro kuus oma vabaaja tegevustele. Tulenevalt piiratud rahalistest vahenditest tuli selgitada palju ollakse valmis maksma 10 minutilise sõidu eest. Loomulikult tuleb hetkel arvestada asjaolu, et vastajad on õpilased ja ei oma veel isiklikku sissetulekut, mistõttu hetkel vastajate rahalised võimalused sõltuvad vanemate finantsolukorrast ja võimalused kulutada rohkem enda vabaaja tegevustele piiratud. Arvestades hetke olukorda uuriti, kui palju ollakse hetkel valmis maksma 10 minutilise kardisõidu eest. Vastustest selgus, et enamus uuringus osalejaid (81 vastust) on valmis maksma ainult 7-9 eurot, 10-12 eurot on valmis maksma veidi üle ühe neljandiku vastanutest (29 vastust) ja üle 13 euro on valmis maksma ainult 6% vastanutest (7 vastust). Tulemustest võib järeldada, et kuna paljud uuringus osalejad pole varem karti sõitnud ja 10 minutit tundub lühike aeg, ei olda hetkel nõus palju antud teenuse eest välja käima. Tulemust võis mõjutada ka asjaolu, et kuna paljud sarnast teenust pakuvad ettevõtted pakuvad 8 minutilist sõitu, siis võisid vastajad ekslikult pidada sõiduaega samaks ja ei pruukinud tähelepanu pöörata, et küsitluses pakutava teenuse aeg on 2 minutit pikem.

Sihtturupiirkonnas elab 1. jaanuar 2019 seisuga 24 729 inimest vanuses 15-49 eluaastat, kes oleksid teenuse potentsiaalsed kasutajad (*Lääne-viru maakond*, 2019). Turgu vaadeldes ja uurides selgus, et alustavale ettevõttele on kolmed konkurendid: otsesed-, kaudsed- ja potentsiaalsed konkurendid. Järgnevalt on analüüsitud iga konkurentide liiki konkurente.

Otsesed konkurendid – Rakvere linnas hetkel alustavale ettevõttele puuduvad, sest ükski ettevõtte ei paku sellist põhiteenust nagu pakub asutatav osaühing KiireKart. Otsesteks konkurentideks võib pidada ka mujal Eestis asuvaid ettevõtteid (vt Tabel 4), sest neid on harjutud külastama. Aastaringelt tegutsevad konkurente on ainult kaks. Ülejäänud konkurendid tegutsevad hooajati. Peamised konkurendid asuvad ligikaudu 100 kilomeetri kaugusel Tallinna lähisel. Ülejäänud konkurendid tegutsevad ainult suveperioodil. Konkurendid on juba tegutsenud kaua aega turul ja omavad häid kogemusi ja lojaalset klientuuri. Ettevõtte on teinud endale head nime ja kogunud tuntuust

Tabel 4. Ettevõtte konkurendid

Konkurent	Pakutavad tooted/teenused	Konkurendi hind	Muu info
Triobet Kardikeskus	Kardisõit Joogid/suupisted Sünnipäeva korraldamine Pidude korraldamine Ruumide rent (sauna, konverentsiruumi, peoruum „Garaaž“)	Täiskasvanud 13€/8minutit Lapsed 10€/8minutit Kuni 8 inimest 300€/h Kuni 10 inimest 380€/h Kuni 14 inimest 500€/1,5h Kuni 18 inimest 600€/1,5h Kuni 20 inimest 690€/2h Kuni 25 inimest 850€/2,5h	Avatud E-N 14.00-21.00 R 14.00-22.00 L 12.00-22.00 P 12.00-21.00
FK Keskuse Viimsi sisekarirada	Kardisõit Kohvik Saun Kardikool	Täiskasvanud 14€/8minutit Lapsed (vanuses 10-16a) 12€/8minutit Erinevad personaalsed paketid	Avatud E-R 14.00-22.00 L-P 12.00-22.00
Aravete kardi- ja vabaajakeskus	Kardisõit erineva võimsus klassist kartidega Võimalus sõita rajal enda kardi või autoga Toitlustus, majutus	15-35 €/8 min, hind sõltub kardi võimsusest	Avatus vastavalt broneeringutele
OÜ Veskisilla	Majutusteenused Restoran Konverentsid Kalapüük Hobikart Saunad Bowling	Täiskasvanud 10€/8min Lapsed 8€/8min	Avatud kevadest sügiseni. T-P 12.00-20.00 E – suletud. Vajalik broneering

Konkurentide eeliseks on võime pakkuda ka muid erinevaid lisateenuseid, mida asutataval ettevõttel pole võimalik koheselt pakkuda. Ettevõtted pakuvad kvaliteetseid teenuseid ja on võitnud klientide usalduse nii ohutuse kui kvaliteedi suhtes. Ettevõtted on hästi arenenud ning panustanud palju visuaalsele ilule ja kliendi heaolule. OÜ KiireKart eeliseks antud konkurentide ees on hea asukoht, sest teenus on suunatud Lääne-Virumaa elanikele ja Rakvere linna külastavatele turistidele. Potentsiaalsetel klientidel on teenus kättesaadavam ja kardisõiduks ei pea enam sõitma kümneid, kui mitte sadu kilomeetreid.

Kaudsed konkurendid – Kaudseid konkurente on alustaval ettevõttel mitmeid. Kaudseteks konkurentideks võib pidada kõiki ettevõtteid, kes pakuvad erinevaid vabaaja veetmise võimalusi. Turu-uuringust selgus, et peamisteks kaudseteks konkurentideks on:

- 1) Rakvere Teater – kohalik teater pakub erinevaid teenuseid, millest peamised on teatrilavastuste ja kino külastused. Rakvere Teatri potentsiaalsete klientide hulk on väga lai ja hõlmab erinevaid sihtgrupe. Rakvere Teatri pakutavad teenused ei ole aktiivsed tegevused ja peamiseks tegevuseks on istumine, vaatamine ja tihti üritus kombineeritud rämpstoidu söömisega. OÜ KiireKart eeliseks on, et teenus on adrenaliini pakkuv ja füüsiliselt väljakutsuv. Lisaks sportlikku eluviisi toetav ja võimalus kõrvalteenusena mängida piljardit.
- 2) AQVA (Spa vee- ja saunakeskus, spordikeskus) – sihtgrupiks on turistid ja puhkust armastavad inimesed. OÜ KiireKart eeliseks on uudsus. Teenus on hoopis teisest valdkonnast ja lihtsamini kättesaadav sest AQVA-s peab tihti ajad ette broneerima ja tihti on rahvastatud, mis võib kliente häirida.
- 3) Rakvere bowling – sihtgrupp on sarnane alustava ettevõttega. Lisateenused on samad või sarnased, nagu näiteks piljardi mängimise võimalus. OÜ KiireKart eeliseks oleks põhiteenuse ainulaadsus turul, kuna põhiteenused otseselt ei konkureeri omavahel ja uudne vabaajategevus meelitab kliente teenust tarbima.
- 4) Rakvere Spordikeskus – sihtgrupiks on enamasti noored ja sportliku eluviisiga lähikonna inimesed. Teenused suunatud pikaajalistele klientidele. OÜ KiireKart eeliseks on, et teenuse kasutajad võivad olla väga erinevate võimekustega ja harjumustega. Kuna sõpruskondades on väga erinevaid inimesi, siis kardisõit oleks kindlasti ühiseks tegevuseks sobivam, sest tihti paljud ei soovi koos võõrastega

sportida ja treeninguid tehakse tihti selleks, et saavutada parem füüsiline vorm, mitte et lõbusalt aega sisustada.

Potentsiaalsed konkurendid – potentsiaalsed konkurendid hetkel Rakvere linnas puuduvad ja ei ole teada, et antud piirkonnas plaanitaks hakata pakkuma kardisõidu teenust või sarnast motosporti võimalust. Potentsiaalseid konkurente võib kindlasti piirkonda tulla, kes kasvõi hooajaliselt pakuks sarnast teenust. Ainuke potentsiaalne konkurent, kes on sarnast teenust Rakvere linnas pakkunud on Tivoli Tuur OÜ, kes võib hooajati sarnase teenuse pakkumisega välja tulla.

Kokkuvõtvalt saab tõdeda, et pakutava teenuse vajadus ja huvi tarbijate seas on suur, sest küsitlusest ilmnes et üle 95% vastanutest kasutaksid kardisõidu võimalust. Rakvere linnas otsesed konkurendid puuduvad, kes pakuvad kardisõidu teenust. Sama põhiteenust pakuvad konkurendid asuvad Rakvere linnast kaugel ja antud piirkonna tarbijatele on kulukas sõita pikki vahemaid, et nautida kardisõitu. Rakvere linnas on aga teisigi konkurente, kuid KiireKart OÜ põhiteenus on piirkonnas ainulaadne ja sellepärast ei puudu ka tarbijate huvi teenuse vastu, kuigi kaudsete konkurentidega omatakse sarnast tarbija sihtgruppi.

3.4 Turundustegevus ja riskianalüüs

Kuna ettevõtte on algus faasis, siis on plaanis enamus tööd ära teha ettevõtjal endal. Paanis palgata vähemalt üks tehnik, kes vastutab tehnika eest. Kui valmis on saadud ehitustegevustega ning ollakse valmis vastu võtma kliente, antakse sellest tead oma Facebooki kodulehel ja Virumaa Teatajas. Võimalikud on reklaamid ka muudes meedia väljaannetes ja sotsiaalvõrgustikes. Lähi-piirkonda välja panna vastavad viited ja sildid ettevõttest. Reklaam ajalehes, Facebookis oma leht ja jagada seda erinevates gruppides. Võimalusel reklaam ka televiisoris. Palju loodan oma tutvusringkonnale, kes omakorda räägivad uuest ettevõttes oma sõpradele, nemad enda sõpradele jne. Kindlasti ettevõtte avamise päeval väga soodsad eripakkumised, mida pakutakse kindlasti veel mõnedel pühadel. Plaanis pakkuda nn sünnipäeva-eri ehk klient kellel on sünnipäev saab 1 sõidu tasuta, kui tullakse karti sõitma vähemalt 4-liikmelise grupiga. Kindlasti tulenevalt grupi suurusele võimalikud muud allahindlused.

Lisaks tuleb teha korda hoone ümbruskond ja lisada reklaamtahvel halli külge. Sees eraldada puhkeala ringrajast. Ehitada koht, kus oleks võimalik ekraani vahendusel

vaadata teiste sõitu. Teha olemine hubaseks ja ilusaks, et klientidel oleks hea olla. Teha erinevaid väljapanekuid ja tabeleid, kus on sõitja nimi ja kiirem ringi aeg ja muid võrreldavaid aspekte. Plaanis teha fotosein sõitjatest, et klientidel oleks soovi korral võimalus enda pilt lisada seinale, mis hiljem saab olema külastajatele põnev vaadata. Teha erinevaid eripakkumisi vastavalt erinevatele tähtpäevadele jne. Võimalusel paigutada puhkenurka ka tasuta lisateenuseid nagu näiteks õhuhoki vm, mis kutsuks veelgi rohkem kliente ja pakuks tegevust neile, kes antud hetkel sõita ei saa.

Peamiseks teenuseks on kardisõit. Esialgse plaani kohaselt saab võistelda 1-5 inimest korraga. Võistlejad saavad sõita 10 minuti jooksul nii palju ringe kui nad ise soovivad. 10 minuti täitumisel lastakse kõigil võistlejatel läbida ring täielikult, mitte ei nõuta koheselt peatuda. Üldiseks eesmärgiks on etteantud aja jooksul läbida võimalikult palju ring. Võitjate arvestus toimub ühisstardist võitja alusel ja lisaks leitakse kiireima ringi tegija. Võimalik lisatasu eest tellida medaleid ja diplomeid võitjatele. Vastavalt kokkuleppele on võimalik sõita pikemalt lisatasu eest. Rada asetseb umbes 300-350 m² alal. Täpne ringi pikkus pole hetkel teada, sest tuleb teha enne testsõidud ja raja pikkus ning kuju sõltub kartide võimsusest, ventilatsioonist, raja pinnast ja osalejate turvalisusest. Rada ehitatakse vanadest rehvidest, sest materjal on tasuta ja kokkupõrke tagajärjel toimib hea leevendina. Rehvid kinnitatakse omavahel poltühendustega, et raja kuju säiliks ning kokkupõrkel on leevendus maksimaalne. Kõik võistlejad peavad enne sõitu läbima ohutus teooria ja tõendama selle läbimist oma allkirjaga. Alaealistel peab olema lisaks vanema kirjalik luba. Kõigil on kohustus kanda turvavarustust (kiiver, tulekindel alusriietus, tunked, kindad, jalanõud, kaelatugi). Ilma ohutusnõuete täitmiseta rajale ei lubata. Rajal olles tuleb tegutseda vastavalt järelevalve korraldustele, et säiliks osalejate ohutus. Kaasvõistlejate tahtlik rammimine on rangelt keelatud ja seda karistatakse 50€ trahviga + vigastuste korral remondi tasu. Kardi tehnilise rikke korral tuleb kart viivitamatult välja suretada. Kliendist mittetulenevate rikete korra asendatakse kart.

Teenust saab kasutada ööpäeva ringselt vastavalt kokkulepetele. Klientidega tegeleb ettevõtte omanik, kes ka vastutab teenuse tasumise eest sularahas või kaardiga. Omanik ehk juhataja selgitab klientidele reegleid ja kogub allkirjad ohutuseeskirjade täitmiseks. Samal ajal paneb tehnik valmis ohutusriietuse ja väljastab need klientidel. Kui kliendid on tutvunud reeglitega ja märkidega mida näidatakse sõidu ajal, siis edasi liigutakse riietuma. Peale riietumist teostatakse kontroll, kas kõik on korrektselt kinnitatud ja

riietatud. Edasi liigutakse kartidele, kus tehnik seletab kuidas kartidega sõita ja mida teha tuleks kui toimub õnnetus, kui kart jääb seisu jne. Tehnik kontrollib kõikidel sõitjatel turvavööd. Kui kõik on valmis, käivitab tehnik kardid. Enne ei tohi keegi sõitma asuda kui juhataja on langetanud vastava lipu. Sõidul hoiab silma peal tehnik. Vaadeldakse kaamerateist ja visuaalselt. Probleemi korral lehvitatakse vastavat lippu olukorrale ja sõitjad on kohustatud käituma vastavalt eeskirjadele. Viimasel ringil lehvitab tehnik ruudulist lippu, mis tähendab viimase ringi algust. Peale ringi pargitakse kardid kohtadele, kust alustati sõitu. Edasi tegeleb kartidega tehnik. Sõitjad viiakse edasi riietuma, kus personal aitab riided ära võtta. Edasi liigutakse ooteruumi, kus vahetatakse muljeid ja võimalik veel lisatasu eest mängida piljardit ja osta karastusjooke.

Riskianalüüsi tehes tuleb osata ette näha väga erinevaid võimalusi, mis võivad seada ohtu ettevõtte tegevustiku. Ettevõtlusriskide hindamise aluseks on SWOT-analüüsis välja toodud nõrkused ja ohud. Riskide määratlemiseks on autor koostanud alljärgneva tabeli (vt Tabel 5, lk 42). Antud ettevõtte jaoks oleks suurimaks mureks rendipinna ülesütlemine. Selleks, et riski maandada, tuleb olla teadlik muudest võimalikest hallidest kuhu vajadusel ettevõtte ümber paigutada. Kuna antud teenuse pakkumine vajab suuremat pinda, siis sarnase hoone leidmine võib põhjustada raskusi ja seda eriti just asukoha poolest. Loomulikult on ettevõtte riskiks tooraine (naftasaaduste) kallinemine. Kuna teenuse pakkumine nõuab palju kütust, siis kütusehindade tõus võib teenuse hinda tõsta, mis omakorda võib mõjutada külastatavust. Kuna alustav ettevõtte on tundmatu, tuleb teha intensiivset reklaami ja turundust et meelitada ligi kliente. Klientide huvi tagamiseks tuleb olla innovaatiline ja omada paindlikku hinnakujundust. Lisaks tuleb olla valmis võimaluseks et ettevõtte käivituskulud on suured ning toetuse taotlust ei rahuldata. Võimalusel otsida uusi võimalusi rahastamiseks muudest allikatest ning leida viise kuidas püsikulusid vähendada.

Lisaks ettevõtlusriskidele on tähtis hinnata ka erinevaid riske tulevaste töötajate seisukohalt. Töös on kasutatud Euroopa Töötervishoiu ja Tööohutuse Agentuuri soovitatud maatriksit, töökeskkonnas olevate riskitasemete määramiseks ja hindamiseks (*Riski suuruse hindamine*, 2016). KiireKart OÜ Töökeskkonna riskide hindamiseks on autor koostanud tabeli (vt Lisa 2).

Tabel 5. Riskianalüüs

Risk	Mõju ulatus/ tagajärg	Riski vähendamise meetmed
Rendipinna ülesütlemine	Suur mõju - ettevõttel puudub pind ja hea asukoht, kus teenust pakkuda. Ohuks on kogu ettevõtte tegevus	Pikaajaline rendileping. Muude võimalike teenusepakkumise kohtade välja selgitamine. Tihe ja sõbralik koostöö hoone omanikuga.
Uued konkurendid	Keskmine mõju - osaline klientide kadu. Väheneb ettevõtte käive ja kasumlikkus	Paindlikum hinnakujundus. Tõhus, intensiivne ja innovaatiline turundus sihtgruppidele.
Tooraine ja varuosade kallinemine	Suur mõju - ettevõtte teenuse hind suuresti toorainest sõltuv. Teenuse hinna tõus mis võib viia väiksema külastatavuseni mis omakorda vähendab kasumlikkust	Vähendada üldisi kulusi. Koostöö hulgitüüjatega. Investeerimine säästlikesse kartidesse. Alternatiiviks elektrikardid
Ettevõtte vähene tuntus	Suur mõju - potentsiaalsed kliendid pole ettevõttest teadlikud. Vähene külastatavus, mistõttu eesmärgid ei saa täidetud.	Intensiivne reklaam ja turundus. Kasutada võimalikult palju sotsiaalmeediat ja tasuta reklaami võimalusi. Kvaliteetse teenuse pakkumine, mis suurendab klientide huvi.
Majanduslangus	Suur mõju - inimeste kulutused meelelahutusele vähenevad. Ettevõtte teenuse müük väheneb. Oodatavas mahus ei lisandu uusi kliente	Paindlik hinnakujundus, võimalusel vähendada kulusid. Kokkuleppelised palgata puhkused. Investorite kaasamine.
Klientide vähene huvi	Suur mõju - teenuse tarbimine on väike. Ettevõtte jätkusuutlikkus on küsitav kuna käibe eesmärke ei saavutata ja prognoositav tulu jääb saamata.	Intensiivne ja innovaatiline turundus. Kliendi tagasiside küsimine teenusele, et selgitada klientide huve ja vajadusi
Finantsvahendite puudujääk käivitusperioodil	Suur mõju - ettevõtte käivitamiseks planeeritud toetuste kaasamine ei ole võimalik. Ettevõtte käivitamiseks vajalikud vahendid puuduvad.	Ettevõtte käivitamise edasilükkamine. Uute võimalike rahastusallikate otsimine.

Kokkuvõtteks loodaval ettevõttel on mitmeid erinevaid ja suure mõjuulatusega riske. Tegevusega kaasnevaid riske on võimalik maandada ja kasutada tuleb kõiki võimalikke meetmeid. Ettevõtte peab hoidma oma kulud võimalikult madala ja leidma pikaajalisi koostööpartneere, kes varustaksid ettevõtet vajalike vahenditega. Ettevõtte turundus

peab olema uuenduslik ja huviäratav ning käivitusperioodil tuleb teha intensiivset reklaami.

3.5 Finantsplaan ja -prognoosid

OÜ KiireKart finantsprognooside koostamise eesmärk on hinnata äriidee tasuvust. Kasutatud on finantsprognooside koostamisel EAS-i isegenereeruvate finantsprognooside vormi alustavale väikeettevõtjale (*Ressursside vajadus, rahakäibe planeerimine ja finantsprognoosid*, 2019). Prognooside koostamisel on arvestatud põhiteenuse ehk kardisõidu teenuse, ürituste korraldamiste, piljardi ning jookide müügist tuleneva käibega. Ettevõtte tegevuse alguseks on planeeritud juuni 2020. KiireKart OÜ finantsprognoosid koosnevad kassavoogude prognoosist (vt Lisa 3), kasumiaruande prognoosist (vt Lisa 4) ja bilansi prognoosist (vt Lisa 5).

Prognoositava müüdava teenuse hulk baseerub ühe konkurendi OÜ Veskisilla külastate hulgal. Veskisilla kardisõiduteenust kasutab kuus keskmiselt 350 külastajat. Kuna tegemist on hooajaliselt töötava konkurendiga, siis kardisõitu mõjub hooajalisus ehk antud konkurendi inimeste külastatavus baseerub praktiliselt ainult suve kuudel. Kuna asutatav ettevõtte on tundmatu, võeti aluseks hooajalisust ja konkurendi kardisõidu teenuse kasutatavust saadi oodatavaks külastajate hulgaks keskmiselt 105 külastajat kuus. Prognoosid on pigem pessimistlikud, et vältida suuri tagasilööke ja finantsilisi raskusi.

Kassavoogude prognoosis (vt Lisa 1) on välja tood loodava ettevõtte tulud ja kulud. Kassavoogude prognoosi rahaline sissetulek kujuneb teenuste hindadest ja teenuste müügi suurusest. Põhiteenuse hind baseerub konkurentide hindadel (vt Tabel 4, lk 37). Ettevõtte käivitades makstakse kapitali sissemakseks 2500 eurot. Ettevõtte alustab oma tegutsemist mais 2020 ja esimese aasta sissetulekuks ehk tuludeks on prognoositud 55 340 eurot. Sissetulek koosneb põhiteenuse (kardisõit), piljardi, ürituste korraldamise ja karastusjookide müügist. Esimese aasta müügi koguseks on planeeritud kogumüüki 2 985 ühikut. Peamisteks suurteks kuluallikateks on hoone rent ja personalikulud. Nimetatud kuluallikad viivad esimesel aastal ettevõttest välja 9 600 eurot ja 19 062 eurot, mis teeb kokku 28 662 eurot. Lisaks on suureks kuluallikaks toore ja materjali soetamine, mis võtab esimesel aastal ettevõtte kassast 18 810 eurot. Muudeks

kuluartikliteks on reklaamikulud, muud üldhalduskulud, GSM, kantseleitarbed, pangakulu, seadmete hooldus ja remont.

Esimese tegevusaasta rahajääk perioodi lõpus on 2 256 eurot. Järgneva aasta rahajääk perioodi lõpus on aga 25 046 eurot. Kolmanda tegevusaasta on prognoositav rahajääk perioodi lõpus 56 554 eurot. Teisel tegevusaastal on prognoositud juba müügiks 3 500 ühikut ja müügist tulenevaks sissetulekuks 66 475 eurot. Toore ja materjali kulu vastaval aastal on 7 800 eurot, rendikulu on 9 600 eurot ja personalikulu 22 298 eurot. Rendikulu jääb kolmandal tegevusaastal samaks, personali juurde ei palgata, kuid planeeritav palgatõus viib personalikulud 26 808 euroni. Toore ja materjalikulud kolmandal aastal on prognoositavalt 9 620 eurot.

Ettevõtte vajab käivitamiseks küllaltki suuri investeeringuid ja peamiseks investeeringu allikaks on 3 aastat vanad Le Mans Twin GX160 bensiinimootoriga karti, mis on olnud tehase kasutuses. Esimesel aastal suunatakse materiaalse põhivara soetus investeeringutesse 8 888 eurot (vt Tabel 6). Soetatavad kardid on hooldatud ja kontrollitud ning 100% töökorras. Kardid ostetakse BIZ Karts'ilt, mille tehas asub Londonis (*BIZ Le Mans Twin*, 2019). Kardid transpordib Eestisse ETS Logistics OÜ. Transport koos kartide kindlustusega maksab 470 eurot (Brexit'i jõustumiseni).

Tabel 6. Investeeringud

Nr	Investeeringu sisu	Maksumus eurodes
1	Kasutatud kartide ost (5 tk)	5 786
2	Ajavõtu seade (uus)	492
3	Sõitjate turvavarustus	500
4	Piljardilaud (kasutatud)	500
5	Raja ja puhkesoojaku ehitus	600
6	Mööbel ja muu inventar	500
7	Bürootehnika	300
8	Reklaam	210
Kokku		8 888

Kasumiaruande prognoosist (vt Lisa 4) selgub, et ettevõtte esimese aasta kasum majandustegevusest on 3 381 eurot. Järgneval tegevusaastal on ettevõtte ärikasum perioodi lõppedes kasvanud 22 083 euroni ja kolmandal tegevusaastal on ärikasum 31 298 eurot. Esimestel aastatel planeeritavaks amortisatsiooniks seadmetele on 10%.

Kasumiaruande põhjal saab järeldada, et antud prognooside põhjal on ettevõtte tegevus kasumlik. Kuna ettevõtte käivituskulud on suured, on ettevõtte käivitamine ilma toetuste ja omaniku lühiajalise laenuta võimatu.

Bilansi prognoosist (vt Lisa 5) selgub, et esimesel tegevusaastal on prognoositavaks bilansimahuks 10 481 eurot. 2021 aasta bilansimahuks 32 328 eurot ja 2022 aasta prognoositavaks mahuks on 63 229 eurot.

Hindamaks äriidee tasuvust on vaja leida tasuvusnäitajad ehk rentaablusnäitajad. Esimese tegevusaasta ärikasumimarginaal on 6,1%, teisel tegevusaastal 33,2% ja kolmandal aastal 37,8%. Tulemustest saab järeldada, et ettevõtte ei teeni esimesel aastal palju kasumit, kuid järgnevatel aastatel teenib ligikaudu ühe kolmandiku kasumit oma põhitegevusest. Ettevõtte puhaskasumimarginaali näitajad on samad, mis ärikasumimarginaalil, kuna ettevõtte ärikasum ja puhaskasum on prognooside kohaselt võrdsed. Ettevõtte varade puhasrentaablus ehk ROA on esimesel aastal 32,6%, teisel aastal 63,3% ja kolmandal tegevusaastal 49,5%. Omakapitali puhasrentaablus asutaval ettevõttel on esimesel tegevusaastal 57,5%, järgneval aastal 78,9% ja kolmandal aastal 52,8%. Kõrged rentaablusnäitajad tulenevad madalatest muutuv kuludest ja palgakuludest, sest lisatöötajate värbamine oleks ebapraktiline väikese koormuse tõttu. Lisaks järgnevatele tegevusaastatele pole planeeritud lisa investeeringuid. Omakapitali sissemakse suurus on 2 500 eurot ja omaniku lühiajaline laen 3 200 eurot. Lisaks tuleb enamus finantseerimisest toetustest, sellepärast on omakapitali rentaablusnäitajad kõrged.

Kokkuvõtteks OÜ KiireKart käivituskulud on suured arvestades ettevõtte suurust ja külastatavust. Esimese tegevusaasta prognoositav kasum on 3 381 eurot ja ettevõtte rahajääk perioodi lõppedes on sümboolsed 2 256 eurot. Üldiselt on KiireKart OÜ siiski tasuv ettevõtte, isegi kui finantsprognoosid on koostatud pessimistlikult. Sellest tulenevalt tasuks proovida saada äriideele planeeritud toetust ja äriidee realiseerida.

KOKKUVÕTE

Äriplaan on oluline dokument alustavale ettevõtjale. Hea äriplaani eelduseks on hea äriidee, põhjalik planeerimine ja toetumine faktidele ja statistikale. Äriplaani kirjutamine/koostamine nõuab põhjalikke teoreetilisi teadmisi äriplaani struktuurist ja nõutavatest osadest. Äriplaan on iga ettevõtte vundamendiks, mille alusel hakkab edasine organisatsiooni tegevus ja funktsioneerimine tuginema. Äriplaan mängib läbi ettevõtte arengukäigu alustamisest alates. Plaan aitab näha reaalseid võimalusi, ressursse, kulutusi ja muid ettevõtte toimimist mõjutavaid tegureid, samas kõrvaldades valed arusaamad ja prognoosid. Äriplaan kajastab reaalseid võimalusi ja võimalikke saavutusi. Äriplaan kirjeldab detailselt sündinud idee elluviimist ja arendamist. Plaani koostamise käigus selgub kas ettevõtja idee on piisavalt realistlik ja kasumlik edasi arendamiseks ja täide viimiseks. Äriplaan peab andma adekvaatse ja informatiivse ülevaate, nii ettevõtjale endale kui ka potentsiaalsetele investoritele. Äriplaani alusel on ettevõtjal võimalik taotleda erinevaid toetusi oma äritegevuseks.

Lõputöö käigus koostati äriplaan osaühingule KiireKart, mille raames viidi läbi empiiriline uuring, kus koguti andmeid küsitluse ja vaatluse teel ehk kasutati kombineeritud meetodit. Turu-uuringus kogutud andmeid analüüsiti kvantitatiivselt ja ettevõtluskeskkonda kvalitatiivselt. Turu-uuringu kvantitatiivne küsitlus viidi läbi *google docs* keskkonnas ning autor vaatlus ettevõtluskeskkonda lähtuvalt kvalitatiivsest meetodist.

Äriideeks on asutada meelelahutusettevõtte, mis pakuks kõigile head meelelahutust kardisõidu näol. Peamiseks sihtgrupiks on aktiivset ja huvitavat tegevust armastavad pered ja sõpruskonnad vanuses 14-60 eluaastat. Plaan on rentida kaarhall, kus teha väike ringrada ja soetada esialgu 5 bensiinimootoriga karti ning piljardilaud ooteaja sisustamiseks. Lisaks on vaja hallis teha veidi ehitustöid, et teenust saaks pakkuda aastaringselt. Tegutsemise asukohaks oleks Rakvere linn. Üldine turg on suunatud kõigile alates 14-ndast eluaastast ja turistidele, kes külastavad Rakvere linna. Turistidest tulenevalt on plaanis koostöö teiste meelelahutusasutuste ja majutusasutustega.

KiireKart visiooniks on olla aastaks 2021 laialdaselt külastatav ja tuntuim kardisõiduteenuse pakkuja Lääne- ja Ida-Virumaal. Missiooniks on pakkuda klientidele kõrge kvaliteedilist eenust, muutes vaba aja väärtuslikumaks ja tõsta meelelahutuse osa,

mis vähendab inimestes stressi. Soov luua uued võimalused ja alternatiivid suitsude, alkoholi ja muude pahede kõrval, et muuta inimeste eluviis tervislikumaks. Äriidee realiseerimist ja äriplaani koostamist on toetanud läbiviidud turu-uuring, kust selgus, et Rakvere linnas pole piisavalt vabaaja veetmise võimalusi ja suur osa küsitluses osalejatest huvitub pakutavast kardiõidu teenuse kasutamisest.

Loodaval ettevõttel on mitmeid erinevaid ja suure mõjuulatusega riske. Tegevusega kaasnevaid riske on võimalik maandada ja kasutada tuleb kõiki võimalikke meetmeid. Ettevõtte peab hoidma oma kulud võimalikult madala ja leidma pikaajalisi koostööpartneere, kes varustaksid ettevõtet vajalike vahenditega. Ettevõtte turundus peab olema käivitusperioodil intensiivne ja uuenduslik, et meelitada kliente tarbima teenust.

Finantsprognosidest ja analüüsist selgus, et ettevõtte tegevus on kasumlik, kuigi käivituskulud on suured. Ettevõtte prognoositavad müügi kogused on pigem pessimistlikud, kuid kasumiaruanne näitab kasumlikkust, millest saab järeldada, et äriplaani on reaalsete teostatav ja pikas perspektiivis kasumlik. Ettevõtte esimese tegevusaasta prognoositavaks kasumiks on 3 381 eurot ning teise tegevusaasta lõppedes on prognoositavaks kasumiks juba 22 083 eurot. Sellest tulenevalt saab järeldada, et kardiõidu teenuse pakkumine on tasuv ja äriplaani tasuks realiseerida.

Kokkuvõtteks lõputöö eesmärk sai täidetud ja koostatud on KiireKart OÜ äriplaani hindamiseks äriidee tasuvust. Äriplaani on aluseks toetuste saamiseks Ettevõtluse Arendamise Sihtasutusest ja ettevõtte käivitamiseks.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Alustava ettevõtja teejuht*. (2017). Tallinna Ettevõtlusamet. Kasutamise kuupäev: 12.11.2017, allikas <http://www.tallinn.ee/est/ettevotjale/Alustava-ettevotja-teejuht>
- An Introduction to Business Plans*. (2015). Entrepreneur. Kasutamise kuupäev: 30.11.2017, allikas <https://www.entrepreneur.com/article/38290>
- BIZ Le Mans Twin*. (2019). Bizkarts. Kasutamise kuupäev: 22.11.2019, allikas <https://www.bizkarts.com/used-karts/biz-le-mans-twin-engine-karts/>
- Cameron, R. (2015). *Mixed Methods Research WORKSHOP*. Kasutamise kuupäev: 21.05.2019, allikas Deakin University: <http://inx.lv/zaap>
- Ekspert soovitab: kuus loovat meetodit uute äriideede leidmiseks*. (2016). Postimees. Kasutamise kuupäev: 27.11.2017, allikas <https://majandus24.postimees.ee/3796543/ekspert-soovitab-kuus-loovat-meetodit-uute-ariideede-leidmiseks>
- Entrepreneur*. (2017.) BusinessDictionary. Kasutamise kuupäev: 27.11.2017, allikas <http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneur.html>
- Entrepreneurship* (2004). European Commission. Kasutamise kuupäev: 30.11.2017, allikas http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl160_en.pdf
- Ettevõtlussektori müügitulu suurenemine II kvartalis*. (2019). Statistikaamet. Kasutamise kuupäev: 10.10.2019, allikas <https://www.stat.ee/pressiteade-2019-099>
- Ettevõtlustoetused*. (2017). Eesti Patendiamet. Kasutamise kuupäev: 10.10.2019, allikas <https://www.epa.ee/et/ettevotjale/ettevotlustoetused>
- Fallon, N. (2017). *How to Start a Business: A Step-by-Step Guide*. Kasutamise kuupäev: 04.04.2018, allikas Business News Daily: <https://www.businessnewsdaily.com/4686-how-to-start-a-business.html>
- Fernandes, P. (2018). *Entrepreneurship Defined: What It Means to Be an Entrepreneur*. Kasutamise kuupäev: 04.04.2018, allikas Business News Daily: <https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html>
- Griffiths, A. (2006). *101 Ways to Boost Your Business*. Tallinn: Agitaator OÜ.
- Heinaste, E. (2016). *Mis on ettevõtlus ja ettevõtlikkus*. Kasutamise kuupäev: 27.11.2017, allikas Noortegija: <http://www.noortegija.ee/mis-on-ettevotlus-ja-ettevotlikkus/>

- Hill, B. (2017). *Business Enterprise Planning*. Kasutamise kuupäev: 30.11.2017, allikas Chron: <http://smallbusiness.chron.com/business-enterprise-planning-4485.html>
- Kardirajad Eestis. (2018). Kasutamise kuupäev: 22.02.2019, allikas Kuhu minna lastega: <https://kuhuminnalastega.ee/kardirajad-eestis/>
- Konkurentide analüüs. (2017). EAS. Kasutamise kuupäev: 20.05.2019, allikas <https://www.eas.ee/alustav/ariidee-elujoulisuse-hindamine/konkurentide-analuus/>
- Konsultatsioonid ja koolitused ettevõtjale. (2019). Kasutamise kuupäev: 07.01.2020, allikas MTÜ Maakondlikud Arenduskeskused: <https://www.arenduskeskused.ee/teenused/ettevotjale/>
- Kuidas teha turu-uuringut? (2013). Kasutamise kuupäev: 24.02.2019, allikas Äripäev: <https://www.aripaev.ee/uudised/2013/03/20/kuidas-teha-turu-uuringut>
- Kullerkupp, A. (2007). *Äriplaneerimine*. Tallinn: Äripäeva Kirjastus.
- Laidre, A., Reiljan, A., Golberg, I., Lukason, O. (2004). *Ettevõtte loomine ja äriplaani: rakendused tarkvaraga iplanner*. Tartu: AS Võru Täht.
- Lehtsaar, J. (2017). *Majandusteadmised, finantsanalüüs ja kapitali kaasamine*. Kasutamise kuupäev: 29.11.2019, allikas Eesti Maaülikool: <http://inx.lv/zpuv>
- Lääne-Viru maakond. (09. 05. 2019). Kasutamise kuupäev: 10.10.2019, allikas Eesti Statistika: <https://www.stat.ee/ppe-49784>
- Mets, T. (2005). Väikeettevõtlus Eestis. Toim E. Väli. *Edukas väikeettevõtlus ääremaal. Ettevõtluse käsiraamat*. (lk 66-168) Kuressaare: Tallinna Tehnikaülikool Kuressaare Kolledž.
- Metsla, I. (2017). *Äriplaani koostamine*. Kasutamise kuupäev: 04.04.2018, allikas Vomentage: <http://inx.lv/9TZ>
- Miettinen, A., Rikkinen, L., & Teder, J. (2008). *Ettevõtlus II*, Tallinn: Kirjastus Külim.
- Miettinen, A., & Teder, J. (2006). *Ettevõtlus I*, Tallinn: Kirjastus Külim.
- Nestor, M. (2019). *Tööturg on saavutanud tipu*. Kasutamise kuupäev: 10.10.2019, allikas Äripäev: <https://www.aripaev.ee/uudised/2019/05/17/tooturg-on-saavutanud-tipu>
- Observational Method. (2018). CIRT. Kasutamise kuupäev: 21.05.2019, allikas Grand Canyon University: <http://inx.lv/zaa5>

- Rakvere linna arengukava aastateks 2018-2030.* (2018). Rakvere linnavolikogu. Kasutamise kuupäev: 21.05.2019, allikas Riigiteataja: https://www.riigiteataja.ee/akti/isa/4050/7201/8012/arengukava_2018-2030.pdf#
- Reklaami paigaldamine.* (2018). Rakvere linnavalitsus. Kasutamise kuupäev: 07.10.2019, allikas <http://rakvere.kovtp.ee/reklaami-paigaldamine>
- Ressursside vajadus, rahakäibe planeerimine ja finantsprognosid.* (2019). EAS. Kasutamise kuupäev: 22.11.2019, allikas https://www.eas.ee/alustav/ari-planeerimine/ressursside-vajadus_rahakaibe-plaan/
- Riski suuruse hindamine.* (2016). Tööelu. Kasutamise kuupäev 22.12.2019, allikas <http://inx.lv/zafG>
- Salu, M. P. (2014). *Ettevõtluse alused*. Tallinn: Kirjastus Argo.
- Salu, M. P. (2005). *Ettevõtluse alused*. Tallinn: Kirjastus Ilo.
- Scudamore, B. (2017). *How to Build a Multi-Million Dollar Business (Without Inventing Anything at All)*. Kasutamise kuupäev 26.02.2018, allikas Inc.: <https://www.inc.com/brian-scudamore/how-to-build-a-multi-million-dollar-business-wi.html>
- Suppi, K. (2013). *Ettevõtlus õpik-käsiraamat*. Tartu: AS Atlex.
- Sutton, G. (2012). *Writing Winning Business PLans*. Nevada: RDA Press, LLC. (Tõlkinud: Sau. S., Toim: Mägi. L. Kirjastus: Sinisukk. 2015.)
- Swedbanki nõuanded ettevõtlusega alustamiseks.* (2017). Äripäev. Kasutamise kuupäev: 21.02.2018, allikas Äripäev uudised: <http://inx.lv/zafH>
- Zeiger, P. (2013). *Vajalikke teadmisi ettevõtlusest*. Tallinna Ülikool. Kasutamise kuupäev: 25.02.2019, allikas <https://ettevotlusope.weebly.com/919-finantsplan.html>
- Tasuvuse suhtarvud.* (2017). Kasutamise kuupäev: 29.11.2019, allikas <https://www.rahandus.ee/et/tasuvuse-suhtarvud>
- Tredgold, G. (2018). *Three Reasons Why Good Leaders Spend Time Planning*. Kasutamise kuupäev: 26.02.2018, allikas Inc.: <https://www.inc.com/gordon-tredgold/three-reasons-why-good-leader-spend-time-planning.html?cid=search>
- Truu, E. (2018). *Kas äriplaani koostamine on ikka vajalik?* Kasutamise kuupäev: 29.05.2018, allikas Äripäev: <https://www.aripaev.ee/erilehed-st/2018/04/23/kas-ariplaani-koostamine-on-ikka-vajalik>

- Truuts, S. (2019). *Ettevõtlusega alustamine 2. osa. Tegevused ettevõtte loomisel*. Kasutamise kuupäev: 29.11.2019, allikas <https://www.hakkanettevotjaks.ee/ettevotlusega-alustamine-2-osa-tegevused-ettevotte-loomisel/>
- Uue ettevõtte rajamine*. (2017). EAS. Kasutamise kuupäev: 30.11.2017, allikas <https://www.eas.ee/alustav/ari-planeerimine/uue-ettevotte-rajamine/>
- Uurimustöö alused*. (2017). Kasutamise kuupäev: 23.02.2019, allikas Uurimismeetodid: https://www.syg.edu.ee/~peil/ut_alused/index.html
- Uustal, T. (2017). *Äriplaan*. Kasutamise kuupäev: 19.11.2017, allikas <http://www.miksike.ee/documents/main/referaadid/ariplaan.htm>
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteaduses*. Kasutamise kuupäev: 11.04.2019, allikas Tartu Ülikool: http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu_kvalitatiivne.pdf
- Äriplaani koostamine*. (2017). EAS. Kasutamise kuupäev: 26.02.2018, allikas <https://www.eas.ee/alustav/ari-planeerimine/ariplaani-koostamine/>
- Äriplaani koostamise abimaterjal*. (2014). Töötukassa. Kasutamise kuupäev: 11.04.2019, allikas <http://inx.lv/9TC>
- Äriplaani koostamise juhend*. (2012). Ettevõtja infovõrk Aktiva. Kasutamise kuupäev: 30.11.2017, allikas raplaleader.ee/wp/wp-content/uploads/2016/01/ariplaani_koostamise_juhend.pdf

LISAD

Lisa 1. Turu-uuringu küsitlusankeet

Lugupeetud küsitluse vastaja!

Olen Tallinna Tehnikakõrgkooli teenusmajanduse instituudi tudeng ja viin äriplaani koostamise raames läbi turu-uuringut asutatavale ettevõttele Rakvere linnas, mis pakub kardisõidu teenust.

Uuringu eesmärk on välja selgitada potentsiaalsete klientide huvi kardisõidu vastu.

Teie arvamus ja vastused on väga tähtsad. Küsitlus on anonüümne.

Tänan vastamise eest!

1. Sugu

- a) mees
- b) naine

2. Vanus

3. Elukoht

- a) Lääne-Viru Maakond
- b) Muu _____

I Rakvere ja maakonna vaba-aja veetmise võimalused ja Teie huvi.

4. Kas Teie arvates on Rakveres piisavalt aktiivseid vabaaja veetmise võimalusi?

- a) ei ole piisavalt
- b) pigem ei ole
- c) raske vastata
- d) pigem on
- e) on piisavalt

5. Kellega koos veedate oma vaba aega?

- a) üksi
- b) sõpradega
- c) perega
- d) muu _____

6. Kui suure summa kuus kulutate vabaaja tegevustele?

- a) kuni 50 eurot
- b) 50-100 eurot
- c) 100-200 eurot

Lisa 1. Turu-uuringu küsitlusankeet jätk

- d) 200-300 eurot
 - e) üle 300 euro
7. Millised tegevused pakuvad Teile huvi (hetkeseisuga- Virumaal/Rakveres)?
- a) AQVA Spa vee- ja saunakeskuse teenuste kasutamine
 - b) Rakvere Loovuskeskuse külastamine
 - c) Rakvere Linnuse külastamine
 - d) teatris käimine
 - e) kinos käimine
 - f) bowlingu mängimine
 - g) piljardi mängimine
 - h) sportimine
 - i) muu_____

II Kardisõidu teenus ja Teie huvi selle teenuse vastu.

8. Palun nimetage Virumaale lähim kardisõidurada?
- a) _____
 - b) ei oska öelda
9. Mitu korda olete varem karti sõitnud?
- a) 0 korda
 - b) 1 kord
 - c) 2 korda
 - d) 3 ja enam kordi
10. Kui Rakveres oleks kardisõidu võimalus, kas Te kasutaksite seda võimalust?
- a) kindlasti mitte
 - b) korra ikka proovin
 - c) võiks tekkida huvi
 - d) kindlasti kasutaksin (korduvalt)
11. Kui vastasid eelnevas küsimuses, et võib olla huvi teenuse vastu siis (vali õige väide järgmisest loetelust):
- a) kasutaksin kardisõidu võimalust iga nädal
 - b) kasutaksin kardisõidu võimalust rohkem, kui kord kuus
 - c) kasutaksin kardisõidu võimalust mitte rohkem, kui kord kuus
 - d) kasutaksin kardisõidu võimalust kindlasti mitmeid kordi aastas
 - e) kasutaksin kardisõidu võimalust erinevatel tähtpäevadel (sünnipäevad vm)

Lisa 1. Turu-uuringu küsitlusankeet jätk

f) kasutaksin kardiõidu võimalust ainult sõprade kutsel

12. Kui palju olete nõus maksma 10 minutilise kardiõidu teenuse eest?

- a) 7-9 eurot
- b) 10-12 eurot
- c) 13-15 eurot
- d) 16-18 eurot

Tänan vastamast!

Lisa 2. KiireKart OÜ töökeskkonna riskitasemete hindamine

Ohutegur	Ohu iseloom; mõju tervisele	Riski tase	Ohu vähendamise viis
Füüsikalised ohutegurid, mis võivad olla töötajale ohtlikud			
Müra	Vähene, oht puudub	III	Vajalik turvavarustus, kõrvaklapid, kiiver jne, müraisolatsiooni tuba kus kaamerad, et jälgida rajal toimuvat.
Valgustus	Peegeldus oht suur, võimalik silmanägemise halvenemine	III	Paigalda halli piisav valgustus, vältida peegeldavate materjalide kasutust
Sisekliima	Oht haigestuda, saada vingumürgitus	III	Tuleb välja ehitada korralik ventilatsioon, korralikult tuleb koristada ja käidelda masinaid ja kütuseid
Liikumisteed	Oht sattuda rajale	II	Raja piirded tuleb paigutada ja teha rada selgesti arusaadavaks ja nähtavaks.
Tulekahjuoht	Väga suur oht tervisele	III	Korraldada tuleb koolitus vastavaks tegevuseks tulekahju puhul. Spetsiaalsed anumad kütuste ja õlide hoiustamiseks. Tulekindlad riided.
Töötamine kõrgustes (redel)	Kõrgustes töötamine puudub.	I	Täiendavaid meetmeid pole vaja rakendada.
Põrandakate	Peamiselt asfalt ja vaibad.	I	Töötaja peab valima sobivad jalanõud
Keemilised ohutegurid, mis võivad töötajat mõjutada			
Ohtlikud kemikaalid	Kütused, õlid	III	Kemikaalide hoiustamiseks vastavad nõud ja käitlemiseks vastav riietus.
Puhastus vahendid	Võivad tekitada allergiaid	II	Tööandja peaks varustama koristajat keskkonnasõbralike (looduslike) puhastusvahenditega.
Bioloogilised ohutegurid			
Bakterid	Võimalik bakterite levik, klientuur on väga erinev, hoones liigub palju rahvast	III	Töötaja peab jälgima kuidas ja kui lähedalt ta klientidega suhtleb
Mikroobid, endoparasiidid	Võib tekitada allergiat ja tõsisemat haigust	III	Koristada tuleb ka raskesti ligipääsetavaid kohti ja masinaid. Turvariieutuse pidev hooldus ja pesemine.

Lisa 2. jätk

Elektromagnetväljad	Erinevad tervise häired	III	Töötaja peaks välja lülitama mittekasutuses olevad arvutid(kaamerad), et need ei tekitaks üleliigseid magnetväljasid
Füsioloogilised ohutegurid, mis võivad põhjustada			
Toolil istumine ja kaamerate jälgimine	Pidev istumine	III	Soetada töötajale ergonoomiline tool. Töötaja jälgib töötamise ergonoomilisi võtteid
Füüsilise töö raskus	Füüsiline töö olemasolu mõõdukas	II	Töötaja peab olema omandanud vastava väljeõppe ja oskused kuidas karte transportida
Lipu lehvitamine	Lippu tuleb raja ääres pidevalt lehvitada. Tekivad sund-liigutused	II	Töötaja kasutab ergonoomilisi töövõtteid. Võimalusel soetada elektrooniline tabloo.
Psühholoogilised tegurid, mis võivad põhjustada stressi ja muid tõsisemaid psüühilisi kõrvalekaldeid			
Võimetele mittevastav töö	Töö vastab alla töötaja võimekuse, töö vähene hinnatus viib töötaja moraali alla	II	Väheste klientide olemasolul, kui palju aega rakendab tööandja lihtsamaid lisäülesandeid
Vaimne pingeline	Teadmatus klientide tulekust tekitab stressi (pidev ootamine üksinduses)	II	Tööandja võiks teenust soodustada ka vanaemale generatsioonile
Pikaajaline üksinda töötamine	Stressi tekitab, klientide ootamine. Palju aega kulub klientide jälgimiseks rajal. Klientidega suhtlus põgus.	I	Uued kliendid ja võimalused, sisukamad vestlused kui järjekorda pole
Suhted kolleegidega	Tasakaalustatud, suhtlemisvõimalus, oht tervisele minimaalne	I	Täiendavaid meetmeid pole vaja rakendada
Suhted klientidega	Sõltuv konkreetsest kliendist	I	Töötaja läheneb igale kliendile individuaalselt
Töötempo	Aeglane, pärssiv stressi tekitab	II	Töötajad määravad ise töötempo vastavalt ohutusele ja klientuurile.
Tööaeg	Sõltuv konkreetsest olukorrast. Paindlik graafik	I	Täiendavaid meetmeid pole vaja rakendada
Töö monotoonsus	Sõltub päevast ja klientuurist	II	Töötaja planeerib oma ülesandeid. Võimalusel tehakse tähtsamad tööd ära klientide puudumise ajal. Näiteks masinate hooldus.

Lisa 3. Kassavoogude prognoos aastateks 2020-2022

KASSAVOOGUDE PROGNOOS

	mai.20	juuni.20	juuli.20	aug.19	sept.20	okt.20	nov.20	dets.20	jaan.21	veebr.21	märts.21	apr.21	1. aasta	2.aasta	3.aasta
Raha jääk perioodi algul	0	7,04	610,94	4 148,47	6 665,24	8 290,14	8 435,54	7 486,69	6 177,59	4 493,99	3 334,89	3 510,67	0	2 256	25 046
Toodetud tooteid/teenuseid perioodil	3 445	4 760	7 241,25	8 202,50	6 562,50	4 317,50	2 510	2 155	1 515	2 510	4 743,75	7 377,50	55 340	66 475	82 700
ühikuid (tundi, tk)	286	360	445	405	300	184	137	97	84	137	235	315	2 985	3 500	4 550
ühe ühiku keskmine müügihind	12	13	16	20	22	23	18	22	18	18	20	23	19	19	18
Raha sissetulek															
Laekumine müügist arvestades krediiti müüki	3 100,50	4 628,50	6 993,13	8 106,38	6 726,50	4 542	2 690,75	2 190,50	1 579	2 410,50	4 520,38	7 114,13	54 602	66 659	82 565
sellest 9% määraga maksustatavat müügitulu	945	1 995	3 990	5 145	4 305	3 066	1 617	1 470	903	1 407	2 982	5 040	32 865	38 325	51 450
sellest 20% määraga maksustatavat müügitulu	2 155,50	2 633,50	3 003,13	2 961,38	2 421,50	1 476	1 073,75	720,50	676	1 003,50	1 538,38	2 074,13	21 737	28 334	31 115
Käibemaks	516	706	960	1055	872	571	360	276	216	327	576	868	7 303	9 116	10 853
Kapitali sissemaksed	2 500												2 500		
Lühiajalised laenud kreditoridelt (pangalaen jm.)	3 200												3 200		
Muud laekunud toetused muu põhivara ostuks	500												500		
Toetus materiaalse põhivara soetamiseks	4 474												4 474		
Laekumine kokku	14 290,5	5 334,50	7 953,13	9 161,38	7 598,50	5 113	3 050,75	2 466,50	1 795	2 737,50	5 096,38	7 982,13	72 579	75 775	93 418

Lisa 3. jätk

Raha väljaminek

Omandis olevate hoonete renoveerimine (kapitaliseeritud kulud), soetatud hooned, hoonete ehitamine	600														
Muud toetuse abil soetatud muu põhivara toetuse summa	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500	0	0
Toetuse abil soetatud materiaalse põhivara (masinad ja seadmed)	4 474	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 474	0	0
Masinad, seadmed ja muu põhivara (soetusmaksumus miinus toetus)	1 804,66												1 805		
Mööbel ja muu inventar	500												500		
Bürootehnika	300												300		

Majandustegevuse käigus tekkivad kulud Otsestelt põhitegevuse eesmärgil soetused

Toore ja materjal	1 203	1 570	2 460	2 803	2 339	1 449	838	739	516	859	1 645	2 555	18 876	7 799	9 635
-------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-------	-------	--------	-------	-------

Turustuskulud

Reklaamikulud	20	15	15	15	15	15	20	20	20	20	20	15	210	400	500
---------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----

Ruumide majandamiskulud

Elekter		50	50	50	50	60	80	80	80	80	60	50	690	740	800
Rent	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9 600	9 600	9 600
Ruumide korrashoiukulud	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120	160	220

Lisa 3. jätk

Transpordikulud

Ostetud transporditeenused	300													300		
Sõidukite kindlustus	169,80													170		

IT ja sidekulud

GSM	20	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	460	500	540
-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----

Muud kulud

Kantseleitarbed	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	80	100
Pangakulu	30	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	217	204	204
Seadmete hooldus ja remont		50	100	200	200	200	100	50	50	100	200	200	200	1 450	1 700	2 000
Muud kulud		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	550	650	750

Personalikulu

Brutopalk (makstakse välja samal kuul)	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	14 400	16 800	19 800
Sotsiaalmaks (tasutakse järgmisel kuul)		396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	4 356	5 115	6 452
Töötuskindlustusmaks (tasutakse jrgm kuul)		9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	106	133	156
Koolituskulud	200													200	250	400

Maksud

Käibemaks	2 147	518	706	795	682	526	389	359	314	393	566	745	8140	4 376	4 909
-----------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-------	-------

Finantseerimistegevusest

Lühiajalise laenu tagasimaksud												3 200	3 200			
Käibemaksu korrigeerimised		0	-1 443	254	260	190	45	0	-29	-83	-98	-56	-960	4 478	5 844	
Kasutamine kokku	14 283,46	4 730,60	4 415,60	6 644,60	5 973,60	4 967,60	3 999,60	3 775,60	3 478,60	3 896,60	4 920,60	9 236,60	70 323	52 985	61 910	
Raha jääk perioodi lõpus	7,04	610,94	4 148,47	6 665,24	8 290,14	8 435,54	7 486,69	6 177,59	4 493,99	3 334,89	3 510,67	2 256,19	2 256	25 046	56 554	

Lisa 4. Kasumiaruande prognoos aastateks 2020-2022

KASUMIARUANDE PROGNOOS	1. aasta	2.aasta	3.aasta
Tulud majandustegevusest			
Müügitulud kokku	55 340	66 475	82 700
Tulud kokku	55 340	66 475	82 700
Otseselt põhitegevuse eesmärgil soetused			
Toore ja materjal	18 810	7 800	9 620
Turustuskulud			
Reklaamikulud	210	400	400
Üldhalduskulud			
Ruumide majandamiskulud			
Elekter	690	740	800
Rent	9 600	9 600	9 600
Ruumide korrashoiukulud	120	160	220
Transpordikulud			
Ostetud transporditeenused	300	0	0
Sõidukite kindlustus	170	0	0
IT ja sidekulud			
GSM	460	500	540
Muud kulud			
Kantseleitarbed	60	80	100
Pangakulu	217	204	204
Seadmete hooldus ja remont	1 450	1 700	2 000
Muud kulud	550	650	750
Personalikulu			
Brutopalk (makstakse välja samal kuul)	14 400	16 800	19 800
Sotsiaalmaks (tasutakse järgmisel kuul)	4 356	5 115	6 452
Töötuskindlustusmaks (tasutakse järgm kuul)	106	133	156
Kokku töötasukulud	18 862	22 048	26 408
Koolituskulud	200	250	400
Amortisatsioon			
Seadmete ja muu põhivara amort	260	260	260
Kulud kokku	51 959	44 392	51 402
sh muud halduskulud (amordita)	13 817	13 884	14 614
Ärikasum	3 381	22 083	31 298
Kasum majandustegevusest	3 381	22 083	31 298

Lisa 5. Bilansi prognoos aastateks 2020-2022

BILANSI PROGNOOS	1. aasta	2.aasta	3.aasta
AKTIVA			
Raha ja pangakontod	2 256	25 046	56 554
Nõuded ostjate vastu	738	554	689
Tooraine varu	66	65	80
Käibevara kokku	3 060	25 665	57 324
Materiaalne põhivara (hooned)	600	600	600
Materiaalne põhivara (seadmed ja muud)	2 605	2 605	2 605
Akumuleeritud kulum (miinusmärgiga)	-260	-521	-781
Sihtfinantseerimise abil soetatud materiaalne põhivara	4 974	4 974	4 974
Akumuleeritud kulum (miinusmärgiga)	-497	-995	-1 492
Põhivara kokku	7 421	6 663	5 905
AKTIVA KOKKU	10 481	32 328	63 229
PASSIVA (KOHUSTUSED JA OMAKAPITAL)			
Maksuvõlad	123	385	485
Lühiajalised kohustused kokku	0	385	485
<i>Tulevaste perioodide tulud sihtfinantseerimisest</i>	4 477	3 979	3 482
Pikaajalised kohustused kokku	4 477	3 979	3 482
Osakapital nimiväärtuses	2 500	2 500	2 500
Kohustuslik reservkapital	0	250	250
Eelmiste perioodide jaotamata kasum	0	3 131	25 214
Aruandeaasta kasum	3 381	22 083	31 298
Omakapital kokku	5 881	27 964	59 262
PASSIVA KOKKU	10 481	32 328	63 229