

Milena Loss

OÜ BELLICON-HÜPE ÄRIPLAAN

LÕPUTÖÖ

Teenusmajanduse instituut

Ärijuhtimise õppekava

Juhendaja: Eva Vahtramäe

Mõdriku 2024

Autori deklaratsioon ja lihtlitsents

Mina **Milena Loss**, tõendan, et lõputöö on minu kirjutatud. Töö koostamisel kasutatud teiste autorite, sh juhendaja teostele on viidatud õiguspäraselt.

Kõik isiklikud ja varalised autoriõigused käesoleva lõputöö osas kuuluvad autorile ainuisikuliselt ning need on kaitstud autoriõiguse seadusega.

Juhendaja **Eva Vahtramäe** /allkirjastatud digitaalselt/

Lõputöö on kaitsmisele lubatud teenusmajanduse instituudi direktori korraldusega nr 1-14/24/2 kuupäev 08.01.2024.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Milena Loss** sünnikuupäev: **19.01.1992** annan Tallinna Tehnikakõrgkoolile (edaspidi kõrgkool) tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose **OÜ Bellicon-Hüpe äriplaan**.

1. reprodutseerimiseks paberkandjal kõrgkooli raamatukogus avaldamise ja säilitamise eesmärgil;
2. elektroonseks avaldamiseks kõrgkooli repositooriumi kaudu;
3. kui lõputöö avaldamisele on instituudi direktori korraldusega kehtestatud tähtajaline piirang, lõputöö avaldada pärast piirangu lõppemist.

Olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile ja kinnitan, et:

1. lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid ega muid õigusi;
2. PDF-failina esitatud töö vastab täielikult kirjalikult esitatud tööle.

Mõdrikul, 08.01.2024 /allkirjastatud digitaalselt/

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1 ÄRIPLANEERIMINE JA ÄRIPLAANI KOOSTAMINE	6
1.1 Alustav ettevõtja ja äriidee	6
1.2 Äri planeerimise protsess	9
1.3 Äriplaan ja äriplaani koostamine.....	12
2 EMPIIRILISE UURINGU METOODIKA.....	17
3 PRAKTILINE ÄRIPLAAN	19
3.1 Ettevõtte üldandmed visioon ja missioon.....	19
3.2 Ärikeskkonna ja SWOT analüüs	22
3.3 Teenus ja põhiprotsessid	26
3.4 Turg, kliendid ja konkurents	28
3.5 Ettevõtte turundustegevus	35
3.6 Personal ja riskide analüüs	38
3.7 Ettevõtte tegevuskava ja finantsplaan	42
KOKKUVÕTE.....	46
SUMMARY	49
VIIDATUD ALLIKAD.....	52
LISAD	56
Lisa 1 Finantsprognoos	57
Lisa 2 SWOT-analüüs	61

SISSEJUHATUS

Kaasaegses ettevõtluskeskkonnas mõtisklevad paljud kas traditsiooniline palgatöö suudab rahuldada nende püüdlusi või peaksid nad pöörduma ettevõtluse poole, et olla iseenda juhiks ja materialiseerida oma äriideed. Ettevõtte asutamine võib esmapilgul tunduda lihtsa protsessina, milleks on vajalik vaid nimi, riigilõiv ja mõned formaalsused. Siiski, reaalsus paljastab kiiresti, et ettevõtluse trajektoor on keerukam ja nõuab põhjalikku ettevalmistust ja strateegilist lähenemist. (Brown & Mawsonb, 2019)

Äri alustamisel võib esialgne edu olla petlik, kuna turudünaamika, majanduskriisid või globaalsed hädaolukorrad nagu COVID-19 pandeemia võivad kiirelt äri olukorda halvendada. Sellistes olukordades muutub ilmseks, et edukas ja jätkusuutlik ettevõtte tugineb rohkemal kui vaid lennukal ideel. See on ärikontseptsiooni määratlemine ning selle missiooni, visiooni ja eesmärkide rõhutamine. (UK Expert Business Plan Writers, 2023)

Äriplaani koostamine on kriitiline samm, mis aitab ettevõtjatel süstematiseerida oma ideid, mõista turu nõudmisi, hinnata riske ja luua alus finantsprognosidele. Ettevõtlus ei ole lihtsalt meelepärane tegevus, vaid nõuab pühendumist, vastutust ja riskide juhtimist. Äriplaani tähtsust ei saa alahinnata, eriti ajastul, mil ettevõtluskeskkond on muutumas üha konkurentsirikkamaks ja ettearvamatumaks, seega tuleb äriplaani koostamisel välja tuua potentsiaalsete konkurentide tugevad ja nõrgad küljed ning strateegiad, mis annavad ettevõttele konkurentsieelise (Lattanzio, 2021).

COVID-19 pandeemia ja Venemaa sissetung Ukrainasse on sundinud ettevõtjaid ümber mõtestama oma strateegiaid ja kohandama ärimudeleid uue reaalsusega. See on toonud kaasa vajaduse paindlike, innovaatiliste ja vastupidavate äriplaanide järele, kui ei märgata uusi harjumusi ja nende mõju ärimuutustele, siis ei suudeta ka märgata nõrku signaale ja jäetakse kasutamata võimalused turgude kujundamiseks (Jacobides & Reeves, 2020). Tõhus äriplan ei ole lihtsalt dokument, see on strateegiline vahend, mis aitab ettevõttel navigeerida keerulistes oludes ja saavutada pikaajalisi eesmärke.

Pidev äriplaani kaasajastamine majandusolukorraga võib ettevõtte ära hoida pankrotistumast. Alates 2000 aastast on pankrottide arv Eestis olnud alati suur, üle eelmisel aastal pankrotistus 98 ettevõtet, kuigi veel paar aastat varem oli pankrotte üle 150. Äripäeva Infopanga andmetel pankrotistust 2023 aastal 16 ettevõtet- mis on toodud välja üksnes kahe kuu lõikes (Ugezene, 2023). Seega korralik ja ajakohane äriplan võib päästa ettevõtte pankrotist või olla preventiivseks meetmeks juba ettevõtluse alustamisel.

Äriplaan keskendub uue ettevõtte loomisele OÜ Bellicon-Hüpe, mille keskmeks on alustada Kuusalu vallas fitness-batuudi treeningutega, mille lisandväärtuseks on lastehoiu teenus. Ettevõtte alustab oma tegevusega 2025 aastal ja hakkab toimetama Kuusalu Valda, Kiidu rajatavas hoones, kus on võimalik viia läbi treeninguid ning pakkuda ühes lastehoidmise teenust. Uurimisprobleem tugineb turuvajaduse ja nõudlusele sarnaste treeningute järele, samuti innustab puudulik konkurents turupiirkonnas. Ettevõtja on tegevusalaga juba esmasel turul tegelenud mitmeid aastaid ning endised kliendid on ootel, et vastav teenus taas Kuusalu piirkonda tuleb.

Lõputöö eesmärk on koostada äriplaan ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe, selleks et välja selgitada äriidee kasumlikkus.

Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgnevad ülesanded:

- luua teoreetiline raamistik äriplaani koostamiseks ja koostada empiirilise uuring metoodika;
- analüüsida ärikeskkonda, koostada SWOT- ja riskianalüüs;
- koostada äriplaan, finantsproгноosid ja välja selgitada äriidee kasumlikkus.

Töö koosneb kolmest osast, esimene osa tööst on teoreetiline raamistik, mis selgitab äriideed ja äri planeerimist ning äriplaani koostamist. Teine osa tööst on empiiriline metoodika, mis annab ülevaate kasutatud andmekogumise meetoditest ja info otsingutest äriplaaniks. Viimaseks osaks on äriplaani koostamine ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe. Äriplaanis tutvustatakse ettevõtte üldandmeid, on koostatud SWOT-analüüs ning riskianalüüs. Analüüsitakse konkurente ja turgu ning segmenteeritakse kliente. On koostatud finantsproгноosid pakutavale teenusele. Lõputöö raames koostatud äriplaaniga selgitatakse välja äriidee kasumlikkus.

1 ÄRIPLANEERIMINE JA ÄRIPLAANI KOOSTAMINE

Peatükis antakse ülevaade alustavast ettevõtjast ja äriideest, äriplaneerimise protsessist, äriplaanist ja selle vajalikkusest ning turuanalüüsist, kattes olulised teemad nagu strateegiline juhtimine, rahastamisvõimalused, isiklike omaduste analüüs ja finantsproгноosid, mis on kriitilised ettevõtte pikaajalise edu ja jätkusuutlikkuse tagamiseks.

1.1 Alustav ettevõtja ja äriidee

Alustav ettevõtja on isik, kes on asutamas või on hiljuti asutanud uue äriettevõtte, eesmärgiga arendada ja turustada uuenduslikku toodet, teenust või ärimudelit. Alustavad ettevõtjad eristuvad oma julguse, uuenduslikkuse ja valmisolekuga võtta riske, et ellu viia oma visioonid ja ideed. Nad on tihti silmitsi ressursside, rahastuse ja turu ebakindlusega, kuid neid motiveerib soov luua midagi uut ja mõjukat. Alustavad ettevõtted (startup) keskenduvad sageli innovatiivsetele toodetele või teenustele, mis lahendavad unikaalseid probleeme või rahuldavad seni rahuldamata vajadusi. Nende eesmärk on tuua turule midagi uut või oluliselt paremat kui olemasolevad lahendused. Erinevalt väikeettevõtetest või traditsioonilistest pereäridest on alustavate ettevõtete eesmärk kiire ja märkimisväärne kasv. Nad otsivad ärimudeleid, mis on kergesti skaleeritavad ja võimaldavad kiiret laienemist erinevatel turgudel. Alustav ettevõtte sõltuvad tihti välisest rahastusest, nagu ingelinvestorid, riskikapitalistid või rahvahulkade rahastamine, et toetada kiiret kasvu ja tootearendust. See erineb väikeettevõtetest, mis võivad tugineda rohkem isiklikele säästudele või traditsioonilistele pangalaenudele. Alguses on ettevõtte sageli seotud kõrge riskitasemega, kuna nad tegutsevad uutel turgudel või pakuvad uudseid tooteid. Paljud alustavad ettevõtte ei jää ellu esimestel aastatel, kuid edukad startupid võivad pakkuda märkimisväärset tulu ja mõjutada oluliselt oma tööstusharusid. (Freedman, 2023)

Meeskonna loomine ja juhtimine on ettevõtte edukuse seisukohast üliolulised. Õigete inimeste leidmine, kes jagavad ettevõtte visiooni ja väärtusi, ning tõhus juhtimine mängivad kriitilist rolli ettevõtte kasvu ja arengu toetamisel. Enne meeskonna loomist peab ettevõtja selgelt määratlema ja sõnastama oma visiooni ja väärtused. See aitab kindlaks teha, millised omadused ja hoiakud on meeskonnaliikmetele olulised. Lisaks isiklikele omadustele tuleb arvestada ka tehniliste oskuste ja varasemate kogemustega. Tuleb võtta tööle inimesi, kellel on vajalikud oskused ja teadmised, kuid kes on ka valmis õppima ja arenema. Tuleb otsida inimesi, kes jagavad teie ettevõtte kultuuri ja väärtusi. Kultuuriline sobivus aitab tagada sujuvama koostöö ja vähendada konflikte. Võimalusel tuleks kasutada värbamisprotsessis erinevaid meetodeid, nagu intervjuud, oskuste testid ja isiksuse küsitlused, et paremini mõista kandidaatide sobivust (FasterCapital, 2023). Tuleb kontrollida

kandidaatide viiteid ja eelnevaid töökogemusi, et saada parem ülevaade nende varasemast toimimisest ja tööeetikast. Personali värbamisel on oluline juhi rull. Juht peab suutma selgelt ja tõhusalt suhelda visiooni, eesmärkide ja ootustega. See aitab meeskonnal olla ühel lehel ja töötada ühiste eesmärkide nimel. Tuleb usaldada oma meeskonnaliikmeid, andes neile vastutust ja otsustusõigust. See suurendab nende kaasatust ja motivatsiooni. Regulaarne konstruktiivne tagasiside ja tunnustamine aitavad töötajatel mõista oma panuse väärtust ja julgustavad neid pidevalt arenema. Hea juht julgustab oma meeskonnatööd ja koostööd, korraldab meeskonnaüritusi ja koosolekuid, kus liikmed saavad jagada ideid, õppida üksteiselt ja töötada ühiste eesmärkide nimel. Personalile tuleks pakkuda võimalusi isiklikuks ja professionaalseks arenguks läbi koolituste, seminaride ja mentorluse. Meeskonna loomine ja juhtimine nõuab pidevat tähelepanu ja pingutust. Õigete inimeste leidmine, kes jagavad ettevõtte visiooni ja väärtusi, ning nende tõhus juhtimine on hädavajalik ettevõtte edukaks kasvuks ja arenguks. (FasterCapital, 2023)

Alustava ettevõtja jaoks on oluline mõista kohalikke õigusakte ja regulatsioone, mis mõjutavad ettevõtte asutamist ja tegevust. Siin on mõned põhilised õiguslikud aspektid, mida iga alustav ettevõtja Eestis peaks teadma. Äriühingu tüübi valik: Eestis saab registreerida erinevaid ettevõtteid nagu füüsilisest isikust ettevõtja (FIE), osaühing (OÜ), aktsiaselts (AS) ja tulundus ühistu (TÜ). Igal struktuuril on oma maksu-, vastutus- ja regulatiivsed nõuded. Ettevõtte registreerimiseks tuleb pöörduda Eesti Äriregistrisse. Protsessi saab tihti teha elektrooniliselt läbi e-äriregistri. Oluline on mõista erinevaid makse, nagu tulu-, sotsiaal-, käibe-, töötuskindlustus-, pensionmaks. Oluline on teada, et kui ettevõtte registreerib end käibemaksukohustuslaseks tuleb käibedeklaratsioonid ja muud maksudeklaratsioonid esitada Maksu- ja Tolliametile. (Maksu- ja Tolliamet, 2012)

Lepingud peavad järgima Võlaõigusseadust ja muid Eesti seadusi. Lepingute koostamisel tuleks arvestada ka Euroopa Liidu regulatsioonidega, eriti andmekaitse ja tarbijaõiguste osas. Lepingu rikkumise korral on õiguskaitse tagatud läbi Eesti kohtusüsteemi, mis hõlmab maakohtuid, ringkonnakohtuid ja Riigikohtute. Intellektuaalomandi kaitseks Eestis saab kasutada Eesti Patendiametit ning rahvusvahelisi süsteeme nagu Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametit (EUIPO) ja Euroopa Patendiametit (EPO). Töösuhted Eestis reguleerib Töölepingu seadus, mis sätestab töötundide, palkade, puhkuste ja lõpetamistingimuste nõuded. Töötajate õigused on kaitstud Töölepingu seaduse, Töötervishoiu ja tööohutuse seadusega. Sõltuvalt tegevusalast võib olla vajalik järgida spetsiifilisi tööstusstandardeid ja keskkonnakaitse nõudeid. Keskkonnakaitse nõuded on sätestatud Keskkonnaseadustiku üldosas ja erinevates keskkonnakaitsealastes seadustes. Erinevaid kindlustustooteid, nagu varakindlustus, vastutuskindlustus ja töötajate tervisekindlustus, pakuvad mitmed kindlustusseltsid Eestis (Tallinna Ettevõtlusamet, 2023). Alustavatele ettevõtjatele on

soovitav konsulteerida õiguseksperidega, näiteks advokaatidega, ja vajadusel raamatupidajatega, et tagada kõigi asjakohaste õiguslike nõuete ja regulatsioonide mõistmine ja järgimine. Samuti on kasulik tutvuda Eesti ametlike portaalidega, nagu eesti.ee ja äriregister, mis pakuvad olulist teavet ja juhiseid. See aitab vältida hilisemaid õiguslikke probleeme ja tagab ettevõtte sujuva tegevuse. (Tallinna Ettevõtlusamet, 2023)

Äri planeerimine keskendub sageli alustava ettevõtja tekkonnale, alates äriidee genereerimisest kuni äriplaani koostamiseni. Ettevõtlusega alustamine on keerukas protsess, mis nõuab ettevõtjalt mitte ainult ideed ja pühendumist, vaid ka põhjalikku teadmist äri planeerimisest ja strateegilisest juhtimisest. Eesti maakondlikud arenduskeskused (MAK) ja teised organisatsioonid, nagu Lääne-Viru Arenduskeskus ja Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS), pakuvad alustavatele ettevõtjatele hädavajalikku tuge, sealhulgas tasuta nõustamist, koolitusi ja mentorprogramme (Riigi Infosüsteemi Amet, 2022b). Need ressursid on hinnatud, kuna need pakuvad alustavatele ettevõtetele olulist teavet ja oskusi, et navigeerida keerulises ettevõtlusmaastikus. Rahastusvõimalused ja toetused on ettevõtluse alustamisel kriitilise tähtsusega. Riigi Tugiteenuste Keskuse starditoetus, EIS stardilaen ja Horisont 2020 programm on näited finantsressurssidest, mis on saadaval alustavatele ettevõtjatele Eestis (Riigi Infosüsteemi Amet, 2022a). Need toetused ja laenud võivad olla elulise tähtsusega, et katta alustamiskulud ja toetada ettevõtte esialgset kasvu.

Ettevõtlusega alustamine nõuab ka enesehindamist ja isiklike omaduste analüüsi. McKeever selgitab, et ettevõtja peab olema enesekindel oma oskustes ja isiksuses, et olla edukas. Lisaks peavad ettevõtjad mõistma oma tugevusi ja nõrkusi, et tuvastada võimalikud konfliktid nende isiksuse ja äri vahel (McKeever, 2010, lk 101). Äriidee on ettevõtte alustamise südames. Äriidee peaks selgelt määratlema, kellele ja mida toodetakse või milliseid teenuseid pakutakse (Miettinen, Lasse Rikkinen, & Juhan Teder, 2008, lk 33). Rünkla rõhutab, et ettevõtja peab suutma vastata põhiküsimustele "kellele? mida? kuidas? miks?", et jõuda strateegilise plaani ja eesmärkide saavutamiseni (Rünkla, 2003). Äriidee loomiseks on mitu strateegiat, nagu isiklike tarbimisharjumuste analüüs ja oskuste ning tugevuste hindamine. Loovus ja innovatsioon on samuti äärmiselt olulised, eriti tänapäeva kiiresti muutuv ärikeskkonnas, kus uute ideede genereerimine on ülioluline (Heinonen, Hytti, & Stenholm, 2011).

Kokkuvõtvalt on äriidee genereerimine ja äriplaani koostamine alustavale ettevõtjale kriitilise tähtsusega. Ettevõtjad peavad läbi viima põhjaliku turuanalüüsi, finantsprognoosid ja strateegilise plaani, et tagada edukas sisenemine turule ja jätkusuutlik kasv. Ettevõtlusega alustamine on keerukas ja nõuab põhjalikke teadmisi, oskusi ja ressursse. Käesoleva lõputöö teoreetiline raamistik annab vajaliku aluse äriplaani koostamiseks.

1.2 Äri planeerimise protsess

Peatükis käsitletakse äri planeerimise protsessi olulisust ettevõtte äriplaani koostamisel, arvestades suurenevat ebakindlust ja kiiresti muutuvaid turutingimusi. Äriplaneerimine on kriitiline tegevus, mis tagab ettevõtte jätkusuutlikkuse ja kasvu, hõlmates realistlike ja saavutatavate eesmärkide seadmist ning nende saavutamiseks vajalike strateegiate väljatöötamist (Sammur-Bonnici, 2015). Strateegiline planeerimine on protsessi keskmes, mis koosneb ärimudeli arendamisest ning ettevõtte suuna kindlaksmääramisest, see hõlmab veel konkurentsitaktikat, koostööd ning rahvusvahelist strateegiat, ühendades ettevõtte ressursid väliskeskkonna võimaluste ja ohtudega (Maleka, 2014).

Äri planeerimise protsessi esimene etapp hõlmab ärikontseptsiooni määratlemist, kus ettevõtjad kindlaks määravad pakutavad tooted või teenused, potentsiaalsed kliendid ja eristumise konkurentidest (Haag, 2013). Seejärel kaasatakse turundusstrateegiad ja personalijuhtimine, määratledes sihtturud, müügieesmärgid ning värbamis- ja motiveerimisstrateegiad (McKeever, 2010).

Ärikeskkonna analüüs on protsessi oluline osa, kus hinnatakse nii makro- kui ka mikrokeskkonna tegureid, mis mõjutavad ettevõtet. Selle protsessi käigus keskendutakse paljudele elementidele. Esmalt sisemine analüüs, mille käigus hinnatakse organisatsiooni sisemisi ressursse ja võimeid, see hõlmab töötajate oskusi, finantsressursse, tehnoloogiat ja brändi tugevust. Teisalt väärtsahela analüüs, milles uuritakse kuidas iga ettevõtte tegevus loob väärtust ja kuidas seda saab optimeerida. Lisaks sisemisele analüüsile käsitletakse ka välimist analüüsi selle võimalusi ja ohtusid, et tuvastada turutrendid, konkurents, regulatsioonid, majanduslikud tegurid ja sotsiaalsed ning kultuurilised muutused. Ärikeskkonna analüüsi hulka kuulub ka PESTLE-analüüs (Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental), kus uuritakse sügavuti, kuidas poliitilised, majanduslikud, sotsiaalsed, tehnoloogilised, õiguslikud ja keskkondlikud tegurid võivad mõjutada ettevõtet. Lisaks kõigele eelnevale võib viia läbi Porteri viie jõu mudeli ehk tööstusharu konkurentsivõime analüüsi, mis hõlmab konkurentide võrdlust, uute turule tulijate ohtu, asendustoodete ohtu, tarnijate võimu ja klientide võimu. Viies läbi konkurentsianalüüsi on võimalus mõista Konkurentide strateegiatest, tugevustest, nõrkustest ja turupositsioonidest. Ärikeskkonna analüüsimise juures on ka olulised etapid stsenaariumide planeerimine, mille käigus töötatakse välja tuleviku võimalike stsenaariumite ja nende potentsiaalsete mõjude hindamine ettevõttele. Seatakse strateegilised eesmärgid, mis põhinevad analüüsile, ettevõtte eesmärkidele ja eesmärkide määratlemisele. (Worthington & Britton, 2009) Ärikeskkonna analüüs on dünaamiline protsess, mis nõuab pidevat uuendamist ja kohandamist, kuna

väline ja sisemine keskkond muutuvad. Selle eesmärk on aidata organisatsioonidel teha teadlikke otsuseid, kohanduda muutustega ja saavutada jätkusuutlik edu.

SWOT-analüüsi kaudu tuvastatakse ettevõtte tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud, pakkudes alust edasiseks strateegiliseks planeerimiseks (Leimann, Skärvad, & Teder, 2003, lk 57). Ärimudeli arendamine on kriitiline samm, kus luuakse ettevõtte ülevaade, keskendudes peamistele valdkondadele nagu väärtuspakkumine, sihtkliendid ja partnerid. See analüüs aitab mõista, kuidas pakutav väärtus sobib kokku turuvajadustega.

Äri planeerimise protsess on äriplaani koostamisel hädavajalik, andes ettevõtjale põhjaliku arusaama turust, konkurentsist ja oma ettevõttest, see rõhutab äriplaneerimise protsessi olulisust, integreerides seda süstemaatiliselt kogu uurimuse vältel (Setiawan & Nawawi, 2022). Äriplaneerimise protsess mängib kriitilist rolli alustava ettevõtte äriplaani koostamisel, kuna see pakub struktureeritud ja süstemaatilist raamistikku, mis aitab ettevõttel määratleda oma missiooni, visiooni, eesmärke ja strateegiaid. See protsess hõlmab turuanalüüsi, konkurentsianalüüsi, riskianalüüsi ja finantsprognoosimist, mis on kõik äriplaani kesksed elemendid. Efektiivne äriplaneerimine võimaldab ettevõttel tuvastada võimalikud riskid ja võimalused, hinnata ressursse ja määratleda realistlikud eesmärgid, mis on saavutatavad ja mõõdetavad. (Simplilearn, 2023) Äriplaneerimise protsess on oluline mitte ainult praeguse toimimise, vaid ka ettevõtte tulevikusuundade ja strateegiate kujundamisel. See aitab juhtidel mõista ja arvestada muutuvaid turutingimusi, tehnoloogiaid ja klientide ootusi, mis on kriitilised ettevõtte pikaajalise edu ja kasvu jaoks. Strateegiline planeerimine aitab juhtidel teha teadlikke otsuseid seoses tootearenduse, turule sisenemise strateegiate, investeeringute ja kasvu algatustega, luues sellega aluse jätkusuutlikuks arenguks ja konkurentsieeliseks. (Cote, 2020b)

Äriplaneerimisega kaasnevad mitmed väljakutsed, nagu muutuvad turunõudmised, tehnoloogiline areng, konkurentsi intensiivistumine ja regulatiivsed muutused. Need väljakutsed nõuavad ettevõtetelt paindlikkust, innovatsiooni ja kohanemisvõimet. Siiski pakub äriplaneerimine ka võimalusi, sealhulgas uute turgude avastamist, toote- ja teenuseinnovatsiooni, operatiivse tõhususe parandamist ja kliendisuhete süvendamist. Tõhus äriplaneerimine võimaldab ettevõtetel neid väljakutseid ja võimalusi edukalt hallata. (Simplilearn, 2023)

Tänapäeva majanduses ja ühiskonnas on toodete ja teenuste tähtsus vaieldamatu. Tooted, alates esmatarbekaupadest kuni keerukate tehnoloogiateni, moodustavad majanduse selgroo, luues töökohti, genereerides tulu ja rahuldades tarbijate igapäevaseid vajadusi. Teenused, alates haridusest kuni tervishoiu ja finantsteenusteni, lisavad olulist väärtust, muutes elu mugavamaks, turvalisemaks

ja nauditavamaks. Üheskoos moodustavad tooted ja teenused majanduse kaksikmootori, millest igaüks toetab ja täiendab teist. Ettevõtted, mis suudavad edukalt kombineerida tooteid ja teenuseid, on sageli paremas positsioonis, et luua tugevam kliendiside ja saavutada kasvu. Toodete ja teenuste integreerimine võib pakkuda mitmeid eeliseid. Erinevus turul, kombineerides tooteid kohandatud või lisateenustega, saavad ettevõtted pakkuda unikaalset väärtuspakkumist, mis eristab neid konkurentidest. (Shobhit, 2023)

Suurem kliendirahulolu ja lojaalsuse põhjalikud lahendused, mis ühendavad tooteid ja teenuseid, võivad suurendada klientide rahulolu, kuna nende vajadused rahuldatakse terviklikumalt. See võib omakorda tõsta kliendilojaalsust ja soovitusi. Püsivad tuluvood, kus teenuste pakkumine toodetega võib luua püsiva tuluvoo, näiteks hoolduslepingud või tellimuspõhised mudelid, mis aitavad stabiliseerida sissetulekuid ja prognoosida tulevikku. Suurem väärtus kliendile, kus kombineerides tooteid ja teenuseid, saavad ettevõtted pakkuda suuremat väärtust, lahendades keerukamaid probleeme ja pakudes kliendile mugavamalt ja terviklikumat kogemust. Innovatsioon ja kohandamine, kus teenuseid saab kergemini kohandada ja uuendada vastavalt kliendi tagasisidele, võimaldades ettevõtetel kiiresti reageerida turu muutustele ja klientide vajadustele. Toodete ja teenuste tähtsus tänapäeva majanduses ja ühiskonnas märkimisväärt. Ettevõtted, mis mõistavad kuidas tooteid ja teenuseid tõhusalt kombineerida ja integreerida, on hästi positsioneeritud, et luua tugevam kliendiside, saavutada eristumist ja soodustada jätkusuutlikku kasvu. Tulevikus on tõenäoline, et toodete ja teenuste piirid hägustuvad veelgi, kuna ettevõtted otsivad uuenduslikke viise, kuidas pakkuda veelgi suuremat väärtust ja kogemust oma klientidele. (FasterCapital, 2023)

Kokkuvõtteks on äriplaneerimine fundamentaalne ettevõtte edukaks juhtimiseks. See annab juhtkonnale vahendid ja teabe, mis on vajalikud strateegiliste otsuste tegemiseks ja ressursside optimaalseks jaotamiseks. Äriplaneerimine aitab tagada, et kõik ettevõtte tegevused ja algatused on kooskõlas üldiste eesmärkide ja strateegiatega, mis suurendab tõenäosust saavutada soovitud tulemusi ja tagada ettevõtte pikaajaline edu ja jätkusuutlikkus. (Donchatz, 2023) Äriplaneerimise protsess hädavajalik igale ettevõttele. See pakub vajalikku raamistikku ja suuniseid, mis aitavad ettevõtetel määratleda oma strateegilisi eesmärgi, kohaneda muutuvate turutingimustega, hallata riske ja võimalusi ning tagada jätkusuutlik kasv ja edu. Selle protsessi mõistmine ja tõhus rakendamine on ettevõtte juhtimise keskmeks, tagades, et kõik otsused ja tegevused aitavad kaasa ettevõtte üldistele eesmärkidele ja tulevikusuundadele.

1.3 Äriplaan ja äriplaani koostamine

Äriidee ja selle elluviimise plaani täpne kirjalik jäädvustamine on hädavajalik. Ärimudeli kõrval on oluline koostada ka põhjalik äriplaan, mis ei ole üksnes rahastuse hankimise vahend või dokument investoritele, vaid on hädavajalik tööriist ettevõtja enda jaoks, et saavutada tegevuses tipptaset ja tagada ettevõtte strateegiline fookus ja edukus (Lawrence & Moyes, 2009).

Äriplaani puudumine võib kaasa tuua suuremaid ajalisi ja rahalisi kulusi ning juhtida ettevõtte ebasoodsas suunas. Seetõttu on enne ettevõtlusega alustamist kriitilise tähtsusega koostada äriplaan, milles on selgelt ja lühidalt määratletud missioon, väärtused, strateegia, mõõdetavad eesmärgid ja soovitud tulemused (Haag, 2013, lk 63).

Äriplaan, mille ettevõtja koostab, kirjeldab kõiki asjakohaseid sisemisi ja väliseid elemente, mis on seotud ettevõtte loomise ja käitamisega. See sisaldab integreeritud plaani, mis puudutab turundust, kapitali, tootmist ja inimressursse, kõike seda kohandatuna spetsiifiliselt ettevõtte vajadustele (Setiawan & Nawawi, 2022). Lisaks peab äriplaan hõlmama kriitilist analüüsi ja prognoose, sealhulgas rahaliste vahendite hankimise ja tagasimaksmise kavasid (McKeever, 2010). Äriplaani koostamise protsess peab olema mõtestatud ja struktureeritud. Oluline on esile tuua äriplaani komponendid, sealhulgas lühike ülevaade ettevõtte olemusest, eesmärkidest ja eristuvast, finantsprognoosid, turu- ja konkurentsianalüüs, riskianalüüs, turundusstrateegia ning lühiajaline tegevusplaan, kõik spetsiaalselt kohandatud ettevõtte unikaalsele positsioneerimisele turul (Kitajev, SEB: oskuslikult koostatud äriplaan loob eelduse läbilöögiks, 2022).

Lisaks äriideele on äriplaani struktuuril fundamentaalne osa, tagades, et dokument kajastab ettevõtja tegevusi, plaane ja eesmärke terviklikult. Äriplaan peaks olema realistlik ja andmete esitamisel tuleb vältida moonutusi, et saavutada tõetruu pilt ettevõtte tulevikuväljavaadetest. Selle sisu ja maht varieeruvad sõltuvalt sihtgrupist ja eesmärgist, olgu selleks investorid, laenuandjad või ettevõtte juhtkond ise (Zeiger, 2013).

Äriplaanil ei ole universaalset struktuuri, kuid kindlad komponendid on vajalikud, et pakkuda väärtuslikku ja asjakohast teavet kõikidele osapooltele. Ettevõtte äriplaanis tähendab see äriidee kokkuvõtet, ettevõtte ülevaadet, mis hõlmab missiooni, visiooni ja eesmärke, ning detailset infot personali, juhtkonna ja omanike kohta. Siin tuleb rõhutada omanike kogemusi ja teadmisi kavandatavas valdkonnas, mis on olulised ettevõtte usaldusväärsuse ja potentsiaali esitlemisel (Sikmann, 2021).

Turuanalüüs on väga oluline äriplaani osa, mis tagab ettevõtte kliendikeskse lähenemise ja edukuse. Edukad ettevõtted põhinevad kliendivajaduste mõistmisel ja rahuldamisel, mis algab sihtgrupi tuvastamisest. Sihtgrupp koosneb sarnaste vajadustega inimestest, kes on potentsiaalsed toote või teenuse tarbijad. Kliendikeskne turundustegevus, mis lähtub nende vajadustest, on seega hädavajalik. Tõhusa turundusstrateegia kavandamiseks on vaja mõista turusegmente, mida saab defineerida klienditunnuste ja ostukäitumise järgi. (Põldma, 2022)

Informatsioonitegevusala, turu ja klientide kohta on kriitiline ja seda tuleb äriplaani koguda põhjalikult. Kliendid on ettevõtte tulu allikas ja nende vajaduste ning ootuste rahuldamine on esmatähtis. Läbiviidav turuanalüüs aitab mõista nõudluse suurust ja võimalusi tulu teenimiseks. See hõlmab turu suuruse, potentsiaalsete klientide, nende vajaduste ja probleemide ning turusuundumuste väljaselgitamist. Selleks kasutatakse erinevaid meetodeid nagu intervjuud, küsitlused, sekundaarandmete analüüs ja sotsiaalmeedia analüüs. (Lawrence & Moyes, 2009)

Demograafiliste andmete ja motivatsioonifaktorite mõistmine aitab täpselt sihtida ja rahuldada klientide vajadusi. Turuanalüüs peaks vastama küsimustele nagu kes on peamised kliendid, millised on nende ostuharjumused, turu suurus, konkurentide tugevused ja nõrkused ning kui palju on kliendid nõus toote või teenuse eest maksma (Ehmke & Akridge, 2005).

Põhjalik turuanalüüs võimaldab ettevõtte riske vähendada, tuvastada suundumusi ja aidata tulu teenida. See pakub teadmiste põhisel alusel ettevõtte pakkumiste kohandamiseks vastavalt klientide vajadustele, olla kursis valdkonna trendidega ning hinnata ettevõtte potentsiaali võrreldes teiste tööstusharudega. Turuanalüüs on dünaamiline protsess, mida tuleb regulaarselt uuendada, et püsida kursis turumuudatustega. (Jarmila, 2014)

Ettevõtetele on oluline turuanalüüsi läbiviimine ja selle põhjal strateegiate kujundamine on hädavajalik. See võimaldab ettevõttel mitte ainult mõista klientide vajadusi ja turu potentsiaali, vaid ka kujundada alus edukaks äritegevuseks, riske maandades ja tulu maksimeerides. Turuanalüüs on seega mitte ainult äriplaani osa, vaid ka strateegiline tööriist, mis toetab saavutada pikaajalist edu ja kasvu.

Äriplaani finantseerimise osa on kriitiline, eriti kui plaan esitatakse rahastajatele. See sisaldab käivitamisvajaduste ja -allikate analüüsi, laenukapitali kaalumist ja omakapitali kasutusvõimalusi. Finantsproгноoside koostamine on üks kriitilisi elemente, mis keskendub ettevõtte rahalise jätkusuutlikkuse ja kasumipotentsiaali hindamisele. Eesmärk on tagada, et ettevõttel oleks piisavalt kapitali oma eesmärkide saavutamiseks ning et tegevusest saadav tulu ületaks kulusid (Mallid, 2021). Selline finantsplaneerimine on vajalik mitte ainult ettevõtjale endale, vaid ka potentsiaalsetele

rahastajatele ja toetuseandjatele, eriti kriisiaegadel, kus võib tekkida vajadus riigi toetusmeetmete järele. Finantsproгноoside koostamine võib olla keeruline, eriti algajatele, kuid nende täpsus ja kooskõla ülejäänud äriplaaniga on hädavajalik. Tuleb jälgida, et prognoositud andmed oleksid realistlikud ja et ettevõtte ei satuks rahalistesse raskustesse. See on väärtuslik tööriist reaalse finantsolukorra hindamiseks, kuna see nõuab süvitsi minemist kõikidesse teadaolevatesse kuludesse ja tuludesse (Mallid, 2021). Finantsproгноosi ja analüüsi koostamisel on oluline lähtuda ettevõtte seatud eesmärkidest ja plaanidest. See hõlmab detailset tulude ja kulude progноosi esimese tegevusaasta kohta kuu täpsusega ja järgneva kolme aasta plaani aastase täpsusega. Finantsjuhtimise ja eelarve koostamine on tihe protsess, mis nõuab pidevat jälgimist ja kohandamist. Finantsproгноoside koostamisel on oluline mõista, kuidas ettevõtte rahavood liiguvad. See hõlmab nii raha sissetulekuid kui ka väljaminekuid. Muutuvkulud ja püsikulud tuleb selgelt määratleda, sest need mõjutavad otseselt ettevõtte kasumlikkust. Finantsproгноoside täpne ja realistlik koostamine aitab vältida võimalikku pankrotti ning annab ülevaate ettevõtte investeeringute tasuvusest ja rahavoogudest (Mallid, 2021).

Kassavoogude annab ülevaate firma finantsseisundist ja aitab juhtidel teha informeeritud otsuseid, see hõlmab ettevõtte sissetulekute ja väljaminekute hindamist kindla perioodi jooksul, mis aitab tuvastada võimalikke rahapuudujääke ja ülejääke. Esiteks, kassavoogude progноosimine aitab alustavatel ettevõtetel kindlaks teha, millal ja kui palju lisaraha võib vaja minna, olgu selleks siis laenu või investeeringud. See aitab planeerida rahaliste vahendite kaasamist enne rahakriisi tekkimist. Teiseks, see võimaldab ettevõtetel optimeerida oma maksevõimet, planeerides hoolikalt oma kohustuste täitmist ning hallates tõhusalt nõudeid ja võlgu. Lisaks sellele aitab kassavoogude progноosimine juhtidel paremini mõista ärimudeli toimivust ja finantsvõimendust. See võimaldab paremini hinnata, kui hästi ettevõtte genereerib raha oma põhitegevusest, ja tuvastada võimalikke kulusäästu või tulu suurendamise võimalusi. Samuti aitab kaasa riskijuhtimisel, aidates tuvastada ja leevendada finantsriske, nagu näiteks kõikuvad turutingimused või kliendi makseviivitused. (Brown, 2023)

Müügiproгноosimine on oluline tööriist igale ettevõttele, kuid see on eriti kriitiline alustavatele ettevõtetele. See aitab mõista turgu, hinnata nõudlust ja planeerida tulevikku. Esiteks, müügiproгноosimine võimaldab ettevõtjatel teha informeeritud otsuseid, näiteks kui palju toodet toota või milliseid ressursse varuda. Teiseks, see on oluline kapitali kaasamiseks, kuna potentsiaalsed investorid ja laenuandjad ootavad näha realistlikku ja hästi põhjendatud müügiproгноosi. Kolmandaks, see aitab juhtida rahavoogusid ja hoida ettevõtet rahaliselt stabiilsena, vältides üle tootmist või alainvesteeringut (Factor Finders, 2023). Lõpuks, müügiproгноosimine aitab kaasa

pikaajalisele planeerimisele ja strateegia arendamisele, tagades, et ettevõtte kasvab jätkusuutlikult ja reageerib turumuutustele paindlikult. Müügiprognoosimine on oskus, mida saab õppida iga ettevõtja. See nõuab aga teatud pühendumist ja uurimisoskust. Teadmine, kust oma toodet või teenust uurida, et kõige paremini ennustada, kuidas oma müügiga läheb. (Factor Finders, 2023)

Kasumiaruanne on finantsdokument, mis näitab ettevõtte tulude, kulude ja kasumi või kahjumi kokkuvõtet kindla perioodi jooksul. See on oluline finantsaruanne, mis annab ülevaate ettevõtte majandustegevuse tulemuslikkusest, aidates mõista, kui tõhusalt ettevõtte genereerib kasumit. Kasum on tulu, mis jääb üle pärast kõikide kulude, sh kaupade maksumuse, tegevuskulude, intresside ja maksude mahaarvamist. Kasumi suurus on kriitiline näitaja, mis mõjutab investeerimisotsuseid, ettevõtte väärtust ja võimet rahastada kasvu ning maksta dividende. (Stobierski, 2020)

Kasumlikkuse väljaselgitamine hõlmab mitmeid finantsnäitajaid ja analüüse, et mõista, kui tõhusalt ettevõtte genereerib kasumit oma müügitulust. See hõlmab selliste suhtarvude nagu brutokasumi marginaal, tegevuskasumi marginaal ja puhas kasumi marginaal arvutamist, samuti investeeringute tasuvuse ja omakapitali tootluse hindamist. Need näitajad aitavad tuvastada, kuidas ettevõtte rahaliselt toimib ja kus on võimalik tõhustada tegevust või vähendada kulusid, et suurendada kasumlikkust. (Cote, 2020a)

Tasuvuse arvutamine on protsess, kus hinnatakse investeeringu tõhusust või projekti finantsvõimekust. Kõige levinum valem selleks on tasuvusperioodi (Payback Period) arvutamine, mis on aeg, mis kulub algse investeeringu tagasisaamiseks (1). Valem on:

$$Tasuvusperiood = \frac{\text{Algne investeeringu summa}}{\text{aastane rahavoog}} \quad (1)$$

See lihtne valem aitab mõista, kui kaua kulub investeeringu algse maksumuse tagasisaamiseks, kuid ei arvesta raha ajaväärtust ega pärast tasuvusperioodi teenitavat tulu. (Wall Street Prep, kuupäev puudub)

Lisaks erinevatele ärikeskkonna analüüsidele tuleb koostada riskianalüüs, mis aitab tuvastada ja maandada potentsiaalseid ettevõtlusriske (Sikmann, 2021). Tuleb läbi mõelda ettevõtte nõrkused ja ohud, leida viis nende maandamiseks ja mõista millised tagajärjed võivad olla.

Finantsprognoos, mis on koostatud kolmeks aastaks ja turuanalüüs on samuti olulised, et mõista turu dünaamikat ja ettevõtte positsioneerimist selles. Turundusosa peaks sisaldama plaani ärieesmärkide saavutamiseks ja strateegiaid toote või teenuse reklaamimiseks ning müügikanalite valimiseks.

Kokkuvõtvalt on loodud teoreetiline raamistik, mis aitab koostada äriplaani alustavale ettevõttele. Äriplaani koostamine on ettevõtte edu jaoks kriitiline, tagades strateegiliselt läbimõeldud tegevused

ja kohandused vastavalt vajadustele. Alustav ettevõtja on isik, kes loob uue äriidee põhjal äriettevõtte, eesmärgiga pakkuda uuenduslikke tooteid või teenuseid. Alustavatel ettevõtjatel on olulised omadused nagu julgus, uuenduslikkus ja riskivalmidus. Meeskonna loomine ja juhtimine on ettevõtte edu jaoks ülioluline. Tuleb leida inimesed, kes jagavad ettevõtte visiooni ja väärtusi, ning juht peab suutma tõhusalt suhelda ja usaldada oma meeskonda. Äri planeerimise protsess hõlmab ärikontseptsiooni määratlemist, turuanalüüsi, strateegilist planeerimist, finantsproгноosimist ja riskianalüüsi. See on fundamentaalne ettevõtte edukaks juhtimiseks, aidates määratleda missiooni, visiooni ja eesmärgi ning kohaneda muutuvate turutingimustega. Ettevõtted, mis suudavad seda teha, on paremas positsioonis kliendisideme loomiseks ja kasvu saavutamiseks. Finants- ja müügi-proгноosid on olulised, et mõista finantsperspektiive, saada rahastust ja juhtida ettevõtet tõhusalt. Kokkuvõttes on need elemendid ettevõtte strateegilise planeerimise ja riskide maandamise alustalad, aidates tagada eduka ja jätkusuutliku arengu.

2 EMPIIRILISE UURINGU METOODIKA

Äriplaani keskendub uue ettevõtte loomisele OÜ Bellicon-Hüpe, mille objektiks on alustada Kuusalu vallas fitness-batuudi treeningutega, mille lisandväärtuseks on treenitavate vanemate lastele lastehoiu teenus. Ettevõtte alustab oma tegevusega 2025 aastal ja hakkab toimetama Kuusalu vallas, Kiidu rajatavas hoones, kus on võimalik viia läbi treeninguid ning pakkuda ühes laste hoidmise teenust. Uurimisprobleem tugineb turuvajaduse ja nõudlusele sarnaste treeningute järele, samuti innustab puudulik konkurents turu-piirkonnas. Ettevõtja on tegevusalaga juba esmasel turul tegelenud mitmeid aastaid ning endised kliendid on ootel, et vastav teenus taas Kuusalu piirkonda tuleb.

Empiirilise uuringu eesmärk luua ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe äriplaani ja välja selgitada äriidee kasumlikkus.

Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgnevad ülesanded:

- analüüsida ärikeskkonda, koostada SWOT- ja riskianalüüs;
- koostada äriplaani, finantsproгноosid ja välja selgitada äriidee kasumlikkus.

Lõputöö raames koostatakse loodavale ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe äriplaani. Vajadus äriplaani koostamiseks tuleneb probleemist, et Kuusalu vallas puudub uudne treening-programm, mis annab võimaluse treenida laialdasel sihtgrupil. Samuti puudub täielikult lastehoiu teenus, mis oleks suunatud lastevanematele, kes soovivad treeningutel käia, mis on ühtlasi treeningule lisandväärtuseks, mitte tulu teenimiseks. Äriplaani koostamine on ettevõttele vajalik, et mõista kas äriidee on kasumlik.

Äriplaani koostamise protsessi raames rakendati Eesti Töötukassa poolt soovitatud äriplaani struktuuri. Selle ettevalmistamisel koguti erinevaid andmeid ja viidi läbi põhjalik analüüs äritegevuse mitmekülgsedest aspektidest. Protsessi käigus formuleeriti strateegiad, mis on suunatud potentsiaalsete probleemide lahendamisele ja tulevaste võimaluste ära kasutamisele. Äriplaani koostamisel pöörati erilist tähelepanu tüüpiliste vigade vältimisele, tuginedes Harjumaa ja metoodilise juhendile „Äriplaani tüüpilised vead ja puudujäägid“ (Heak, 2023). Finantsproгноoside numbrilised andmed on saadud kvantitatiivse meetodi abil, mille alusel viidi läbi ka äriplaani sõnaline analüüs. Finantsproгноosid on projekteeritud järgneva kolme majandusaastaks, perioodiks 2025-2027. Finantsproгноosi koostamiseks kasutati Eesti Töötukassa EVAT ise-genereeruvat proгноosimise vormi. (Töötukassa, 2024)

Andmekogumise ja analüüsi metoodika valik tugines äri planeerimise lähtekohtadest. OÜ Bellicon-Hüpe äriplaani eesmärgid ja ülesanded saab määratleda järgmiselt: ärikeskkonna analüüs, kui

hinnatakse Kuusalu valla fitness-sektori praegust olukorda, sealhulgas kohaliku nõudluse mõõtmine, sihtrühma identifitseerimine ja konkurentide analüüs. SWOT analüüsis tuvastatakse OÜ Bellicon-Hüpe tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud, et mõista paremini ettevõtte positsioneerimist turul. Riskianalüüsiga hinnata potentsiaalseid riske, mis võivad mõjutada äritegevust, sealhulgas finantsriske, tururiske ja operatsiooniriske. Äriplaani koostamisega on eesmärk arendada strateegiline plaan, mis hõlmab turundusstrateegiat, personalijuhtimist, operatsioonide juhtimist ja tegevuskava. Finantsprognooside koostamisel esitatakse ettevõtte tulevased rahavood, sealhulgas tulud, kulud ja kasumlikkus, et hinnata äriidee rahalist elujõulisust. Äriidee kasumlikkuse hindamisel analüüsitakse finantsprognooside põhjal ettevõtte potentsiaalset tulu ja kasumlikkust, et hinnata äriidee tasuvust. Need sammud aitavad luua põhjaliku ja tõenduspõhise äriplaani, mis on suunatud OÜ Bellicon-Hüpe edukale käivitamisele ja jätkusuutlikule arengule.

Empiiriliste uurimisülesannete hulka kuuluvad loodava ettevõtte kirjeldamine, ärikeskkonna ja konkurentide analüüs, SWOT analüüsi koostamine, turuanalüüsi ja finantsprognoosi koostamine. Äriplaani turu analüüsis arvestatakse ühe põhiteenuse lisandväärtusena- lastehoiu teenust. Turu analüüsi valimiks on: Kuusalu vallas elab 2023. aasta detsembri seisuga 6 628 elanikku (Kuusalu vallavalitsus, 2023), neist 587 last vanuses 0-6. (Eesti Linnade ja Valdade Liit, 2023).

Empiirilise uuringu metoodika on lõputöö oluline osa, mis loob eelduse, et koguda ja analüüsida andmeid äriplaanis, seda eesmärgiga koostada tõenduspõhine ja realistlik äriplaani. Uuringu kavandamine, andmekogumine ja analüüs on hoolikalt läbi mõeldud, et tagada tulemuste usaldusväärsus ja asjakohasus, äriidee kirjelduse realistlikkus. Uuringu tulemused annavad olulist teavet sihtgrupi vajaduste ja eelistuste kohta, aidates kujundada edukat ja kasumlikku äriideed.

Kokkuvõtvalt on kasutatud deduktiivset lähenemist, tisteerides metoodilise selgitust- kasutati üldiselt üksikule liikumist (Õunapuu, 2014, lk 55-56). Lähenemisviisi valik tugineb sellele, et esmalt uuriti äri planeerimise ja äriplaani teooriat ning selle taustal koostati äriplaani. Kombineeritud uurimismeetodi valik tugines deduktsioonil, mille puhul teksianalüüs on äriplaanis kvalitatiivne ning kvantitatiivseid andmed koguti ja kavandatakse finantsprognooside koostamiseks.

3 PRAKTIINE ÄRIPLAAN

Kaasaegse eluviisi kiire tempo ja kasvav terviseteadlikkus on loonud unikaalse võimaluse fitness-sektoris innovaatiliste lahenduste pakkumiseks. Äriplaani keskne eesmärk on rajada Kuusalu vallas uudne fitness batuudi treeningute keskus, mis ühendab endas kvaliteetseid treeninguvõimalusi ja mugavat lastehoiu teenust. Antud ettevõtmine on suunatud aktiivsele elanikkonnale, kes väärtustab tervist ja heaolu, ent seisab tihti silmitsi aja ja kohustuste balansseerimise väljakutsetega.

Treeningute keskmeks on Bellicon batuudid, mida tuntakse nende kõrge kvaliteedi ja efektiivsuse poolest. Bellicon batuudid on loodud maksimeerima treeningu mõju, pakkudes samal ajal liigestele säästvat harjutusvormi. See muudab need ideaalseks vahendiks nii algajatele kui ka edasijõudnutele, pakkudes turvalist ja nauditavat treeningukogemust. Erilist tähelepanu pööratakse lapsevanematele-ühendades fitness treeningud lastehoiu teenusega, loome keskkonna, kus vanemad saavad treenida ilma muresemata oma laste heaolu pärast.

Lastehoiu teenus (treenitavate lastevanemate lastele) on kavandatud mänguliselt ja turvaliselt, pakkudes lastele meelelahutust ja arendavaid tegevusi, samal ajal kui vanemad keskenduvad oma treeningule. See lahendus ei ole mitte ainult mugav, vaid toetab ka terviklikku perekeskset lähenemist tervisele ja heaolule. Keskuse asukohavalik Kuusalu vallas on strateegiline, selle piirkonna kasvav elanikkond ja selle suurenev terviseteadlikkus loovad soodsa pinnase ettevõtte arenguks. Lisaks pakub piirkond mitmeid logistilisi eeliseid, sealhulgas hea ligipääsetavuse ja potentsiaalse kliendibaasi läheduse.

Äriidee elluviimise eesmärk on pakkuda mitte ainult unikaalset treeningukogemust, vaid ka toetada kogukonna terviklikku heaolu, pakkudes lahendusi, mis aitavad inimestel leida tasakaalu isikliku tervise, perekondlike kohustuste ja igapäevase kiire elutempo vahel. Äriplaani keskendub Kuusalu valda kavandatava komplekshoone rajamisele, mille osas käesolevas plaanis hakatakse pakkuma treeninguid fitness batuutidel ning lastehoiu teenust mängumaal, et trenni huvilised saaksid tulla trenni ja lapsed oleks hoitud.

3.1 Ettevõtte üldandmed visioon ja missioon

Plaanis on asutatud uus ettevõtte OÜ Bellicon-Hüpe, mis on keskendunud innovaatilisele sporditegevusele, pakkudes fitness batuutidel treeninguid. Ettevõtte asutamine on inspireeritud tugevast äriideest, mille eesmärgiks oli pakkuda unikaalseid treeninguvõimalusi ning reageerida koheselt arenevatele turutrendidele ja klientide vajadustele. Ettevõttel on kaks asutaja see annab võimaluse paindlikuks ja kiireks otsustusprotsessiks, eriti oluline on see väikeettevõtete algfaasis, kus

kiired ja efektiivsed muudatused võivad oluliselt mõjutada ettevõtte kasvu ja arengut. See juhtimisstiil võimaldab operatiivselt reageerida turumuutustele, viia sisse vajalikke kohandusi põhikirjas ja teistes olulistest dokumentides. Allpool esitatud tabel (Tabel 1) annab ülevaate OÜ Bellicon-Hüpe põhiantmetest, esitades ettevõtte ka tegevusvaldkonda. Tabel hõlmab ettevõtte nime, juriidilist vormi, juhatuse liikmete andmeid, osakapitali suurust, osanike koosseisu ja nende osalust, kontaktisiku ja -telefoni ning EMTAK koodiga määratletud tegevusala.

Tabel 1. Ettevõtte üldandmed

Andme kategooria	Kirjeldus
Ettevõtte nimi	OÜ Bellicon-Hüpe
Juriidiline vorm	Osaühing
Juhatus liikmed	Milena Loss
Osakapital	2 €
Osanikud ja nende osa	Osanikud 2, Milena Loss 50% ja Gert Leppik 50% (EVAT kaastaotlejad)
Kontaktisik, -telefon	Milena Loss, 53950102
Tegevusala, EMTAK kood	Muu sporditegevus- 9319

Tabelis esitatud andmed on olulised nii äriplaani koostamise kui ka potentsiaalsete investorite ja koostööpartnerite jaoks, andes neile selge ülevaate ettevõtte põhiantmetest ja tegevusvaldkonnast.

OÜ Bellicon-Hüpe visioon on saada tunnustatud liidriks Eesti fitness-turu nišis, keskendudes fitness-batuutide kasutamisel põhinevatele treeningutele. Ettevõtte püüdleb selle poole, et olla innovatsiooni ja tervisliku eluviisi eestvedaja, pakkudes kvaliteetseid, taskukohaseid ja ligipääsetavaid treeninguvõimalusi, mis rikastavad kohaliku kogukonna füüsilist ja vaimset heaolu. Visioon hõlmab ka jätkusuutlikkuse põhimõtete integreerimist igapäevases tegevuses, mis peegeldab ettevõtte pühendumust keskkonna ja ühiskonna tervise edendamisele.

OÜ Bellicon-Hüpe missioon on pakkuda kõrge kvaliteedi ja tulemuslikke fitness-batuudi treeninguid, mis on kohandatud erinevate vanusegruppide ja võimekuse tasemetega. Ettevõtte on pühendunud tervisliku ja aktiivse elustiili propageerimisele, pakkudes klientidele mitte ainult treeninguid, vaid ka haridust ja nõustamist tervislike eluviiside osas. Missioon sisaldab ka lastehoiu teenuste pakkumist, mis võimaldab lapsevanematel osaleda treeningutel teades, et nende lapsed on hoitud turvalises ja arendavas keskkonnas. Lisaks on ettevõtte eesmärk luua kogukond, kus inimesed tunnevad end toetatuna oma tervislike eesmärkide saavutamisel. Ettevõtte missioon keskendub kolmele

põhielemendile, kus olulisemaks on tagada, et kõik pakutavad teenused vastavad kõrgeimatele standarditele, alates treeningu kvaliteedist kuni klientide teenindamiseni. Innovatsiooni jälgides on oluline pidevalt uurida ja integreerida uuemaid trende ja teaduspõhiseid lähenemisi treeningutele tagamaks, et teenused on tõhusad ja kaasahaaravad. Kolmandaks on luua tugev, toetav ja kaasav kogukond, mis edendab tervislikke eluviise ja pakub võimalust ühiseks arenguks ja enesetäienduseks. Need elemendid ühendavad endas OÜ Bellicon-Hüpe pühendumuse oma valdkonna tipptasemele, luues aluse ettevõtte pikaajaliseks edukuseks ja positiivseks mõjuks kohalikul tasandil.

Lühiajalised eesmärgid (1-2 aastat):

- klientide arvu suurendamine, saavutada 400 regulaarset klienti kuus esimese aasta lõpuks;
- tuntuse kasvatamine, suurendada brändi tuntust sotsiaalmeedia ja kohalike reklaamikanalite kaudu, saavutades 5000 jälgijat Facebookis ja Instagramis kuue kuu jooksul;
- kvaliteedi tagamine, korraldada kliendirahulolu uuringud iga kuue kuu järel, et saavutada 90% kliendirahulolu määr;
- treeningute mitmekesisus. juurutada vähemalt 5 uut treeningprogrammi esimese 18 kuu jooksul.

Keskmise aja eesmärgid (3-5 aastat):

- tegevuse laiendamine, avada teine treeningkeskus teises asukohas, et laiendada klientide baasi;
- uute töötajate palkamine ja koolitamine, värvata ja koolitada vähemalt 2 sertifitseeritud treenerit, et tagada treeningute kvaliteet ja järjepidevus;
- koostööpartnerite võrgustiku laiendamine, luua vähemalt 5 uut koostöölepet kohalike tervislike eluviisidega seotud ettevõtetega;
- rahvusvaheline tunnetus, osaleda vähemalt 3 rahvusvahelisel spordi- ja fitness messil, et suurendada brändi tuntust rahvusvahelisel tasandil.

Pikaajalised eesmärgid (6+ aastat):

- turuliider, saada tunnustatud turuliidriks fitness-batuutide treeningute sektoris;
- sotsiaalne mõju ja kogukonna panus, korraldada aastas vähemalt 6 ühiskondlikku üritust või kampaaniat, mis edendavad tervislikke eluviise kogukonnas;
- rahvusvaheline laienemine, avada vähemalt 3 filiaali väljaspool Eestit, laiendades brändi rahvusvaheliselt.

Kokkuvõtvalt on OÜ Bellicon-Hüpe positsioneeritud mitte ainult kui fitness-teenuste pakkuja, vaid ka kui tervisliku elustiili ja kogukonna heaolu toetaja, mille eesmärgid ja tegevused on suunatud nii füüsilise kui ka vaimse heaolu edendamisele kohalikus kogukonnas.

3.2 Ärikeskkonna ja SWOT analüüs

Ärikeskkonna analüüs on fundamentaalne protsess, mis võimaldab ettevõttel OÜ Bellicon-Hüpe tuvastada, hinnata ja kohaneda väliste teguritega, mis mõjutavad selle tegevust ja strateegiaid. See analüüs hõlmab erinevaid aspekte, sealhulgas majanduslikke, poliitilisi, sotsiaalseid, tehnoloogilisi, ökoloogilisi ja õiguslikke faktoreid (PESTEL analüüs), mis aitavad mõista laiemat konteksti, milles ettevõtte tegutseb. OÜ Bellicon-Hüpe tegevust mõjutavad oluliselt poliitilised tingimused, sealhulgas valitsuse poliitika spordi ja tervise edendamisel, maksupoliitika ja ettevõtlusega seotud regulatsioonid. Stabiilne poliitiline keskkond ja valitsuse toetavad meetmed, nagu tervise edendamise programmide rahastamine, loovad soodsad tingimused ettevõtte kasvuks ja arenguks. Majanduskliima, sealhulgas üldine majanduskasv, tööpuuduse määr, inflatsioon ja tarbijate ostujõud, avaldab märkimisväärset mõju fitness-sektori nõudlusele. Majanduslik stabiilsus ja kasv soodustavad inimeste valmidust investeerida tervise ja heaolu teenustesse, nagu fitness-batuutidel treeningud. Sotsiaalsed suundumused, nagu elanikkonna vananemine, terviseteadlikkuse suurenemine ja tööelu tasakaalu tähtsustamine, mängivad olulist rolli ettevõtte tegevuses. Ühiskonna suurenev huvi tervisliku eluviisi ja alternatiivsete treeningmeetodite vastu loob võimalusi ettevõtte teenuste laiendamiseks ja mitmekesistamiseks. Tehnoloogia areng, eriti digitaalse treeningtehnoloogia, tervise- ja fitness-rakenduste ning online-turundusplatvormide valdkonnas, avab uusi võimalusi teenuste pakkumiseks ja klientide kaasamiseks.

OÜ Bellicon-Hüpe saab kasutada neid tehnoloogiaid, et pakkuda innovaatilisi treeningkogemusi ja tõhusamalt turundada oma teenuseid. Keskkonnateadlikkus ja jätkusuutlikkuse põhimõtete rakendamine äritegevuses muutuvad üha olulisemaks. OÜ Bellicon-Hüpe peaks kaaluma keskkonnasõbralikke praktikaid, nagu energia säästmise meetmed ja jäätmete vähendamine, et vastata ühiskonna ootustele ja vähendada oma ökoloogilist jalajälge. Ärikeskkonna analüüsi oluline komponent on õiguslike tegurite kaalumine. Need tegurid mängivad kesket rolli ettevõtte operatsioonide ja strateegiate kujundamisel, mõjutades nii igapäevast tegevust kui ka pikaajalist planeerimist.

Õiguslikud aspektid hõlmavad laia spektrit seadusi ja regulatsioone, mis puudutavad ettevõtte tegevust. OÜ Bellicon-Hüpe peab järgima kõiki tööõigusega seotud nõudeid, sealhulgas töölepinguid, töötingimusi, töötajate tervise ja ohutuse nõudeid ning võrdse kohtlemise põhimõtteid.

See hõlmab ka kindlustamist, et kõik treenerid ja personal on sobivalt kvalifitseeritud ja vastavad kohalikele nõuetele. Fitness-sektoris on tervise ja ohutuse standardite järgimine eriti oluline. See hõlmab nõudeid seoses treeningseadmete, ruumide ja treeningprogrammide ohutusega. Ettevõtte peab tagama, et kõik batuudid ja muu varustus vastavad ohutusstandarditele ja et treeningruumid on ohutud ja sobivad kasutamiseks. Tarbijakaitse seadused kohustavad ettevõtjal tagama, et kliendid saavad täpset teavet teenuste kohta ning et teenused on kvaliteetsed ja vastavad kirjeldatud standarditele. See hõlmab ka tagastamis- ja garantiipoliitikat. Konkurentsiseaduse järgimine on samuti oluline, eriti kui ettevõtte laieneb ja hakkab võistlema suuremate turuosalistega. OÜ Bellicon-Hüpe peab vältima konkurentsi kahjustavaid tegevusi, nagu ebaausad kaubandustavad või monopolide loomine. Andmekaitse ja privaatsusega seotud regulatsioonid on olulised, arvestades isikuandmete, nagu klientide kontaktandmed ja terviseinfo, töötlemist. OÜ Bellicon-Hüpe peab tagama GDPR-i ja muude andmekaitsealaste seaduste järgimise, et kaitsta klientide isikuandmeid. Lisaks üldistele õiguslikele nõuetele võivad eksisteerida ka spetsiifilised seadused ja regulatsioonid, mis on otseselt seotud fitness-treeningute ja -teenustega. Need võivad hõlmata litsentseerimist, sertifitseerimist ja teatud tüüpi treeningutele kehtestatud erinõudeid.

Ettevõtte tegevusvaldkonna edutegurid mängivad kesksel rollil ettevõtte strateegilises planeerimises ja edukuses. OÜ Bellicon-Hüpe, mis keskendub fitness-batuutide treeningutele ja lisandväärtusena lastehoiu teenusele, peab arvestama mitmete kriitiliste teguritega, et tagada oma tegevuse edukus ja jätkusuutlikkus. Need edutegurid hõlmavad järgmist:

- innovatsioon ja erinevus, pidev uuenduslikkuse taotlemine treeningprogrammides ja teenuste pakkumises. Erinevate treeningmeetodite ja -vahendite kasutamine, nagu batuudid, aitavad ettevõttel silma paista konkurentist;
- kvaliteet ja professionaalsus, kõrge kvaliteediga teenuse pakkumine, alates treeningvarustusest kuni treenerite professionaalsuseni. Kvalifitseeritud ja sertifitseeritud treenerite palkamine tagab kvaliteetse ja tõhusa treeningkogemuse;
- kliendikesksus ja personaalne lähenemine, klientide vajaduste ja ootuste mõistmine ning nende põhjal personaalsete treeningplaanide koostamine. Suurepärane klienditeenindus ja individuaalne tähelepanu võivad suurendada klientide rahulolu ja lojaalsust;
- turundus ja brändi arendamine, tugeva brändi loomine ja tõhus turundusstrateegia, mis hõlmab digitaalset turundust, suusõnalist turundust ja kohaliku kogukonna kaasamist;

- tervise ja ohutuse standardite järgimine, klientide ja töötajate turvalisuse tagamine, järgides rangelt tervise- ja ohutusstandardeid, mis on eriti olulised füüsilise tegevusega seotud ettevõtetes;
- tehnoloogia ja digitaalsete lahenduste kasutamine, tehnoloogia kasutamine treeningute efektiivsuse ja kliendikogemuse parandamiseks, näiteks virtuaalsed treeningud, online-broneeringusüsteemid ja kliendiandmete haldamine;
- paindlikkus ja kohanemisvõime, võime kiiresti kohanduda turumuutustega ja reageerida uutele trendidele ja klientide nõudmistele;
- koostöö ja partnerlus, tugevate partnerlussuhete loomine teiste ettevõtetega ja organisatsioonidega, mis võivad aidata laiendada teenuste ulatust ja tõsta teadlikkust;
- jätkusuutlikkus ja sotsiaalne vastutus, jätkusuutlikkuse põhimõtete järgimine ja sotsiaalse vastutuse näitamine, mis võib suurendada ettevõtte mainet ja klientide usaldust;
- finantsjuhtimine ja -planeerimine, tugeva finantsplaneerimise ja juhtimise rakendamine, mis hõlmab eelarvestamist, kulude kontrolli ja investeeringute haldamist.

Nende edutegurite mõistmine ja rakendamine on ettevõtte jaoks hädavajalik, et saavutada konkurentsieelis ja tagada ettevõtte pikaajaline edu fitness-turu nišis. Nii äriplaani käivitamise, kui hilisema töös hoidmise ajal on ettevõttel vaja palju erinevaid koostöö partnereid. Järgnevas tabelis (Tabel 2) on välja toodud erinevate koostöö partnerite või tarnijate iseloomustus. Äriplaani koostamise ajal ei ole ettevõtja loonud siduvaid lepinguid ning see tõttu on tabel ka iseloomustuse põhine.

Tabel 2. Ettevõtte peamised tarnijad ja koostööpartnerid

Tarnija/ koostööpartner	Tarne, koostöö sisu	Tarne ja koostöö tingimused
Spordivarustuse tarnija Bellicon	Spordivahendite ja varustuse tarne. Treeningu poni inventar batuudid ja selle varuosad.	Lepinguline, mahu ja tähtaegadega määratud. Vastavalt treening grupi suurusele määratud batuutide hulk ja vastavalt sellele varuosad.
Lastehoiu teenus	Vastava õppe saanud inimene, kellel olemas väljaõpe. Koostöö raames viiakse läbi lastele erinevad harivad mängud ja tagatakse turvalisus.	Lepinguline, korra põhine teenus, teenus osutatakse vaid treeningu toimumise ajal.

Õiguslike tegurite hoolikas analüüs ja järgimine on OÜ Bellicon-Hüpe jaoks hädavajalik, et tagada seaduslik vastavus ja vältida võimalikke õiguslikke riske. See tagab mitte ainult ettevõtte vastavuse regulatiivsetele nõuetele, vaid kaitseb ka klientide, töötajate ja ettevõtte enda huve. OÜ Bellicon-Hüpe edukuse võtmeks on mõistmine ja adekvaatne reageerimine nii makro- kui mikrokeskkonna teguritele, tagades nii ettevõtte sujuva käivitamise ja pikaajalise edukuse.

OÜ Bellicon-Hüpe SWOT-analüüsist (Lisa 2) tulenevad peamised tugevused on innovaatilised teenused, kvalifitseeritud personal, kliendikeskne lähenemine, lastehoiu teenused ja tugev kohalik kogukond. Innovatiivsed fitness-batuutidel treeningud koos lisandväärtuse lastehoiu teenusega annavad ettevõttele eristuva positsiooni tiheda konkurentsiga turul. Kvalifitseeritud ja professionaalne personal tagab teenuse kvaliteedi ja usaldusväärsuse, mis on fitness-tööstuses kriitiline. Ettevõtte kliendikeskne lähenemine ja isikupärastatud teenused aitavad kaasa kliendi rahulolu ja lojaalsuse suurendamisele. Lastehoiu teenuste pakkumine on oluline eristav tegur, mis muudab treeningud kättesaadavamaks lapsevanematele. Samuti on ettevõtte tugev kohalik kogukond oluline tegur, mis aitab kaasa brändi tuntuse ja maine kasvule. Ettevõtte peamised nõrkused hõlmavad piiratud tuntust, sõltuvust üksikutest tarnijatest, ruumide piiranguid ja suurt algkapitali vajadust. Piiratud tuntus uue turule siseneva ettevõtte tõi tähendab, et OÜ Bellicon-Hüpe peab keskenduma tõhusatele turundus- ja brändi strateegiatele, et suurendada oma nähtavust. Sõltuvus konkreetsetest seadmete tarnijatest võib põhjustada riske, nagu tarneviivitused või hinnakõikumised. Ruumide piirangud võivad takistada ettevõtte laienemist ja teenuste mitmekesistamist. Lisaks nõuab kvaliteetse treeningvarustuse ja -seadmete soetamine märkimisväärt algkapitali.

OÜ Bellicon-Hüpe jaoks avanevad võimalused hõlmavad terviseteadlikkuse kasvu, koostöövõimalusi, tehnoloogilisi arenguid ja laienemisvõimalusi. Terviseteadlikkuse suurenemine ühiskonnas loob nõudlust uude treeningvõimaluste järele. Koostöö kohalike ettevõtete ja organisatsioonidega võib avada uusi äri võimalusi ning aidata kaasa brändi laiemale tuntusele. Tehnoloogia areng pakub võimalusi treeningute ja kliendikogemuse parandamiseks. Uute asukohtade avamine ja teenuste mitmekesistamine aitavad kaasa ettevõtte kasvule ja turuosa suurendamisele. Ettevõtte seisab silmitsi ohtudega, nagu tugev konkurents, majanduslik ebastabiilsus, regulatiivsed muutused ja klientide eelistuste muutused. Tugev konkurents võib ohustada ettevõtte turupositsiooni ja turuosa. Majanduslik ebastabiilsus, nagu majanduslangus või tarbijate ostujõu vähenemine, võib mõjutada klientide võimet kasutada tasulisi treeninguteenuseid. Regulatiivsete muutuste, näiteks uute tervise- ja ohutusstandardite kehtestamine, võib suurendada operatsioonikululusid või nõuda ärimudeli kohandamist. Samuti peab ettevõtte olema valmis kohanema klientide muutuvate eelistustega, et säilitada oma asjakohasus turul.

Kokkuvõttes pakub SWOT-analüüs (Lisa 2) ettevõttele olulist teavet nende praeguse positsiooni kohta turul ja aitab kaasa strateegilise planeerimise protsessis. Tugevuste ära kasutamine, nõrkuste minimeerimine, võimaluste ära kasutamine ja ohtudega toimetulek on kriitilise tähtsusega ettevõtte pikaajalise edu ja kasvu jaoks. SWOT-analüüsi abil saab OÜ Bellicon-Hüpe määratleda oma strateegilised suunad, tuginedes oma tugevustele, parandades nõrkusi, ära kasutades võimalusi ja vähendades ohtude mõju. See SWOT analüüs on väärtuslik tööriist ettevõtte praeguse positsiooni hindamisel ja tulevikustrateegiate väljatöötamisel.

3.3 Teenus ja põhiprotsessid

OÜ Bellicon-Hüpe teenuse ja põhiprotsesside analüüs on keskendunud ettevõtte peamisele tegevusele fitness-batuutidel treeningute pakkumisele, mis arendatakse välja 2025. aastaks, sellele lisandub lisandväärtusena lastehoiu teenus. Teenuse ja põhiprotsesside mõistmine on kriitilise tähtsusega ettevõtte efektiivsuse, kliendirahulolu ja jätkusuutliku kasvu tagamiseks. Ettevõtte pakutav teenus on fitness-batuutidel treeningud, mis on suunatud füüsilise heaolu ja tervisliku eluviisi edendamisele. Treeningud on kavandatud pakkuma mitte ainult füüsilist koormust, vaid ka lõbusat ja meeldivat tegevust, mis sobib igas vanuses ja erineva füüsilise ettevalmistusega inimestele. Treening toimub muusika saatel ja kestab ajaliselt kokku 1h, esimesed 45 minutit keskenduvad muusika saatel erinevate raskusastmete ja elementidega hüppamiskavadele, millele järgneb 10 minutit üldist lihastreeningut ja see järel 5 minutit venitust. Hüppekavad on treeneri poolt välja mõeldud ja koosnevad Belliconi treeningprogrammi sammudele, muusika valik ning kavade järjestus on samuti treeneri üles ehitada, kuid treeningu kavade järjestusel lähtutakse sellest, et treening algab soojendusega mis läheb üha intensiivsemaks, et saada pulss üles, mille järel hakkab taas vaibuma. Treening hoiab töös kõiki lihasgruppe ja aitab kaasa võhma treenimisele. Batuudi elastsus ei pöru jalgu ja seeläbi sobib treening hästi neile kellel on probleeme põlve valudega ja vajavad taastusravi. Samuti on mitmeid teisi terviseriske millega tihti ligu on sportimine takistatud, kuid just Fitness-batuudi trenn on selleks sobilik.

Lisaks on teenuse juurde kuuluv lastehoiu teenus, mis võimaldab lapsevanematel osaleda treeningutes, teades, et nende lapsed on hoitud turvalises ja stimuleerivas keskkonnas. Lastehoiu ruum asub treening ruumi kõrval, kus lapsi jälgib ja nendega tegeleb vastava sertifikaadi või loaga inimene. Lastehoid on avatud konkreetse treeningu ajal ja tagades sel hetkel lastele turvalisuse ja aktiivse mängutunni. Lastehoius mängitakse lastega erinevaid mängu, lauldakse ja tantsitakse ja kõike seda harival eesmärgil. Lastehoid on mõeldud vanuses 0-9 aastastele lastele, kus kombineeritakse tegevused vastavalt kohal olevate laste vanustele ja hulgale. Lastehoiu teenuste

pakkumine nõuab paberitega lapsehoidjate värbamist, et tagada laste ohutus ja meelelahutus treeningute ajal.

Protsess algab potentsiaalsete klientide vastuvõtmise ja nõustamisega, kus hinnatakse nende vajadusi ja eesmärke ning pakutakse neile sobivaid treeningprogramme, mille all peetakse silmas algajatele- ja edasijõudnutele mõeldud treeningkavad. Samuti lähtutakse inimeste võimekusest ja koordinatsiooni tasemest, treeningut on võimalik läbi viia lihtsate sammude seadmisega muusikasse või hoopis lisada sellele näiteks käelisi liikumisi, mis nõuab koordinatsiooni. Treeningute planeerimine ja läbiviimine hõlmab treeningkavade koostamist, mis vastavad klientide füüsilisele võimekusele ja eesmärkidele. Treeningute läbiviimine nõuab professionaalselt koolitatud treenereid, kes juhendavad kliente ja tagavad ohutuse, mis tõttu läbivad OÜ Belliconi treenerid vastava koolituse, et saada sertifikaat treeningute läbiviimiseks.

Varustuse ja haldamine ehk fitness-batuutide ning muu treeningvarustuse regulaarne hooldus ja uuendamine tagab teenuse kvaliteedi ja klientide rahulolu. Batuutide põhiosad vahetatakse ära peale esimest aastat ning teise aasta lõppedes tuleb välja vahetada kogu batuut. Sel viisil hoiab ettevõtte ära õnnetusjuhtumid, mis võivad tekkida kulunud osadest. Aktiivne turundustegevus, sealhulgas sotsiaalmeedia, e-posti turundus ja kohalik reklaam, aitab suurendada tuntust ja meelitada uusi kliente. Lisaks on oluline pidev suhtlus olemasolevate klientidega, et tagada nende rahulolu ja koguda tagasisidet teenuse parendamiseks. Regulaarne klienditagasiside kogumine ja analüüs, et hinnata treeningute efektiivsust ja kliendi rahulolu ning teha vajalikke kohandusi teenuse parandamiseks. Need põhiprotsessid on olulised OÜ Bellicon-Hüpe edukaks toimimiseks. Nende efektiivne juhtimine ja optimeerimine on vajalik, et tagada teenuse kõrge kvaliteet, klientide rahulolu ning ettevõtte jätkusuutlik kasv.

Toote ja teenuse sektsioon on ülioluline osa igas äriplaanis, kuna see määratleb ettevõtte pakutava väärtuse ning selle, kuidas see vastab turu vajadustele ja kliendi ootustele. OÜ Bellicon-Hüpe pakub peamiselt kahte tüüpi teenuseid: fitness-batuutidel treeninguid ja lisandväärtusena lastehoiu teenus. OÜ Bellicon-Hüpe puhul on keskseks tooteks ja teenuseks fitness-batuutidel treeningud, mis ühendavad endas füüsilise aktiivsuse, lõbu ja tervise edendamise. Ettevõtte pakutav teenus keskendub unikaalsele treeningukogemusele, kasutades fitness-batuute. Batuudil treenimine on suurepärane viis Kardiovaskulaarse vastupidavuse, lihastoonuse ja üldise füüsilise vormi parandamiseks, samal ajal pakkudes madalat mõju liigestele. Treeningud on juhendatud kvalifitseeritud treenerite poolt, kes tagavad ohutu ja tõhusa treeningkogemuse. See muudab teenuse sobivaks laiale sihtrühmale, sealhulgas eri vanusegruppidele ja erineva füüsilise ettevalmistusega inimestele. Erinevalt

traditsioonilistest jõusaalidest või fitness-klubidest pakub OÜ Bellicon-Hüpe midagi enam kui standardset treeningkogemust.

Batuudil treenimine on lõbus ja energiat andev tegevus, mis ühendab füüsilise koormuse meelelahutusega. See lähenemine suurendab treeningu nauditavust ja võib aidata kaasa suuremale kliendi rahulolule ja pühendumisele. Lisaks batuudil treeningutele pakub OÜ Bellicon-Hüpe lastehoiu teenuseid, see teenus on mõeldud vanematele, kes osalevad treeningutel. Lastehoiu teenus pakub vanematele meelerahu, teades, et nende lapsed on hoolitsetud turvalises ja stimuleerivas keskkonnas. Lastehoiuteenus on disainitud mitte ainult hoidmiseks, vaid ka laste arengut toetavate tegevuste pakkumiseks., võimaldades lapsevanematel treenida, teades, et nende lapsed on turvaliselt hoolitsetud. See lisaväärtus eristab ettevõtet konkurentidest ja rõhutab pühendumust kogu pere tervisele ja heaolule.

Teenuse kvaliteedi tagamiseks kasutab OÜ Bellicon-Hüpe kõrgkvaliteetseid batuute ja treeningseadmeid. Kõik treeningud viiakse läbi kvalifitseeritud ja kogenud treenerite poolt, kes on saanud spetsiaalse väljaõppe fitness-batuutide kasutamiseks. OÜ Bellicon-Hüpe teenuste peamiseks eristavaks teguriks on fitness-batuutidel treeningute ainulaadsus. See pakub klientidele uut ja erinevat viisi füüsiliseks aktiivsuseks, mis eristub traditsioonilistest treeningutest. Lisaks on lastehoiu teenuse pakkumine eristav tegur, mis muudab ettevõtte teenused atraktiivsemaks lapsevanematele.

Kokkuvõtteks ettevõtte fookus kvaliteetsele klienditeenindusele ja professionaalsele juhendamisele tagab kõrge teenuse standardi ja kliendi rahulolu. OÜ Bellicon-Hüpe pöörab suurt tähelepanu kliendisuhetele. Ettevõtte kasutab personaalset lähenemist, et mõista iga kliendi vajadusi ja eelistusi. Klienditagasiside on teretulnud ja seda kasutatakse teenuse pidevaks parandamiseks. Samuti korraldatakse regulaarseid üritusi ja kampaaniaid, et suurendada kliendilojaalsust ja kaasatust. Lisaks järgitakse rangeid ohutusstandardeid ja protseduure, et tagada treeningute ohutus ja tõhusus. Ettevõtte toote- ja teenusepakkumine on hästi läbimõeldud ja suunatud konkreetsetele sihtrühmadele, pakkudes kvaliteetset ja ainulaadset kliendikogemust. Treeningute mitmekesisus, kõrgetasemeline isiklik teenindus ja lisateenuste, nagu lastehoid, pakkumine on loonud ettevõttele tugeva aluse kliendibaasi kasvatamiseks ja turupositsiooni tugevdamiseks.

3.4 Turg, kliendid ja konkurents

OÜ Bellicon-Hüpe plaan tuua Eestisse Belliconi brändi ja alustada fitness-batuutidel treeninguid, see nõuab põhjalikku turuanalüüsi, et kohanduda Kuusalu valla spetsiifiliste vajadustega ja konkurentsimaastikuga. Kuusalu vallas fitness-batuutidel treeningute turu suuruse ja potentsiaali

hindamine on märkimisväärne. Piirkonna demograafiliste tunnustena nagu elanikkonna vanuseline koosseis on oluline, et määratleda võimalik klientuur. Kuusalu vallas ja Loksa linnas elab tööealisi vanuses 19-64, 5129 inimest (Eesti Linnade ja Valdade Liit, 2023). Arvestades ettevõtte asutaja varasemat kogemust ja brändi tuntust Skyjumping nime all, on ettevõttel juba olemas kliendibaas, millele toetuda. Peamise sihtgrupiga saab määratleda vanusegrupi treeninguteks 19-64 tööealised täiskasvanud.

Eesti kasvav terviseteadlikkus ja huvi mitmekülgsete treeningvõimaluste vastu loovad soodsa pinnase fitness-batuutidel treeningute edukaks laienemiseks. Ettevõtte peamised sihtrühmad on terviseteadlikud noored täiskasvanud, keskealised ja lapsevanemad, kes otsivad paindlikke treeninguvõimalusi. Lisaks võib ettevõtte sihtida eakamaid inimesi, pakkudes neile madala mõjuga, kuid tõhusaid treeninguid. Belliconi brändi tulek Eestisse ja ainuesindaja staatus annab võimaluse kaasata uusi sihtgruppe, kes on huvitatud uuenduslikest ja kvaliteetsetest treeningvõimalustest.

Konkurents Kuusalu vallas on mitmekülgne, hõlmates traditsioonilisi jõusaale, spordiklubisid ja teisi rühmatreeningu pakkujaid, kuid need kõik on kaudsed konkurendid. Otsene konkurents fitness-batuudi treeningutele puudub. OÜ Bellicon-Hüpe peamine eristuvus on Belliconi brändi ainuesindaja staatus Eestis, mis annab ka õiguse kasutada Belliconi nime äriühingu nimes ja varasem kogemus batuutidel treeningute pakkumisel. Lisaks treeningule on lisandväärtusena lastehoiu teenus, mis ei keskendu tulu teenimisele, vaid konkreetselt lisandväärtusena treeningule, et tagada võimalus lastevanematel liituda treeninguga. Siin kohal saab öelda, et Kuusalu vallas puudub otsene ja ka kaudne konkurents lastehoiu teenusele.

Ettevõtte peab keskenduma oma unikaalsete teenuste turustamisele ja kliendikogemuse parandamisele, et tõsta enda nähtavust ja konkurentsivõimet. Fitness-tööstuse üldised trendid, nagu tehnoloogilised uuendused ja personaalsed treeningkavad, mõjutavad ka OÜ Bellicon-Hüpe teenuseid. Ettevõtte võime kohaneda muutuvate turutrendide ja klientide eelistustega on võtmetähtsusega. See hõlmab võimalike virtuaaltreeningute pakkumist, kohandatud treeningprogramme erinevatele sihtrühmadele ja pidevat uuendust teenuste valikus.

Arvestades loodava ettevõtte tegevust, mis keskendub fitness-batuutidel treeningutele ja sisaldab kaasnevat lastehoiu teenust, on oluline mõista valdkonna üleüldisi turu-trende. Need trendid aitavad kujundada strateegiaid, mis vastavad turu nõudmistele ja muutuvatele klientide eelistustele.

- Kasvav terviseteadlikkus: ülemaailmne suundumus tervislikuma elustiili poole on jätkuvalt tugev. Inimesed on üha enam teadlikud füüsilise aktiivsuse tähtsusest oma igapäevaelus. See

suundumus toetab fitness-batuutidel treeningute nõudlust, kuna need pakuvad uuenduslikku ja lõbusat viisi tervise eest hoolitsemiseks.

- Nõudlus paindlike ja perekesksete treeningvõimaluste järele: tänapäeva kiire elutempo tõttu otsivad inimesed paindlikke treeninguvõimalusi, mis sobituksid nende tiheda ajakavaga. Lastehoiu teenuse pakkumine fitness-treeningute ajal on vastus nende vajadustele, eriti lapsevanemate seas, kes soovivad leida aega treenimiseks ilma, et peaksid muretsema laste hoidmise pärast.
- Isikupärastatud ja kogukondlikud treeningkogemused: isikupärastatud treeningkavad ja kogukonna loomine treeningstuudiotest on muutumas üha populaarsemaks. Kliendid otsivad mitte ainult füüsilist treeningut, vaid ka sotsiaalset suhtlust ja toetavat kogukonda. Fitness-batuutidel treeningud, eriti kui need on kombineeritud lastehoiu teenusega, loovad võimaluse luua tugevad kogukondlikud sidemed.
- Tehnoloogia ja innovatsioon: tehnoloogilised uuendused mängivad olulist rolli fitness-tööstuses. Kliendid otsivad tehnoloogiliselt arenenud lahendusi, mis aitaksid neil jälgida oma edusamme, reserveerida treeningaegu või osaleda virtuaalsetes treeningutes. See trend eeldab, et OÜ Bellicon-Hüpe integreerib tehnoloogia oma teenustesse, et vastata klientide ootustele.
- Roheline liikumine ja jätkusuutlikkus: jätkusuutlikkuse teema on muutunud oluliseks mitte ainult individuaalsetes eluviisides, vaid ka äritegevuses. Inimesed on üha enam huvitatud sellest, et nende tarbitavad teenused oleksid keskkonnasõbralikud ja jätkusuutlikud. OÜ Bellicon-Hüpe puhul tähendab see võimalust rõhutada oma treeningute ja lastehoiu teenuste keskkonnasõbralikke aspekte. Näiteks võiks ettevõtte kasutada keskkonnasäästlikke materjale oma treeningseadmetes ja -ruumides, rakendada jäätmete vähendamise ja taaskasutamise põhimõtteid ning kasutada energiasäästlikke lahendusi.
- Kogemuspõhine treening: treeningute maailmas on suundumus liikuda traditsioonilistest jõusaalide kogemustest rohkem kogemuspõhise treeningu suunas, kus iga treening on unikaalne ja meeldejääv. OÜ Bellicon-Hüpe võib oma fitness-batuutidel treeningute kaudu pakkuda klientidele eristuvat ja meeldivat kogemust, mis ühendab endas lõbu, füüsilise aktiivsuse ja sotsiaalse suhtluse.
- Tervikliku heaolu rõhutamine: inimesed otsivad terviklikke lahendusi, mis hõlmavad mitte ainult füüsilist heaolu, vaid ka vaimset ja emotsionaalset tasakaalu. OÜ Bellicon-Hüpe võiks lisada oma teenuste valikusse tervikliku heaolu komponendid, nagu jooga, meditatsioon või wellness-nõustamine, mis täiendavad batuutidel treeninguid.

- **Paindlikkus ja ligipääsetavus:** klientide ootused on suunatud suuremale paindlikkusele treeningute osas. See hõlmab mitmekülgseid liikmestaatuse võimalusi, paindlikke treeningaegu ja võimalust treeninguid broneerida digitaalsete platvormide kaudu. OÜ Bellicon-Hüpe peaks pakkuma ligipääsetavust ja mugavust oma klientidele, et vastata nende vajadustele.
- **Tervis ja ohutus:** COVID-19 pandeemia on tõstatanud tervise ja ohutuse teema erilise tähtsusega. Kliendid otsivad teenusepakkujaid, kes võtavad tõsiselt sanitaar- ja ohutusnõudeid. OÜ Bellicon-Hüpe peab tagama, et nende treeningruumid ja seadmed oleksid regulaarselt puhastatud ja desinfitseeritud ning et treeningud toimuksid turvalises keskkonnas.

Loodava ettevõtte edu sõltub suuresti nende võimest kohaneda ja reageerida nimetatud turutrendidele. See hõlmab pidevat innovatsiooni, klientide vajaduste mõistmist ja paindlikku reageerimist turu muutustele, tagades samal ajal nende teenuste jätkusuutlikkuse ja keskkonnasõbralikkuse. Ettevõtte turuanalüüs pakub võimalust mõista Kuusalu valla spetsiifilisi vajadusi ja kohandada oma teenuseid vastavalt. Edu saavutamiseks peab ettevõtte keskenduma oma tugevustele, nagu Belliconi brändi ainuesindaja staatus, varasem kogemus ja tuntud klientuur, samal ajal reageerides turutrendidele ja konkurentsi dünaamikale. Tabelis Klientide segmenteerimine teenuste kaupa (Tabel 3) on esitatud põhjalik ülevaade erinevate teenuste sihtgruppide ja nende potentsiaalsest mõjust Kuusalu valla elanikele, kes kasutavad OÜ Bellicon-Hüpe pakutavaid teenuseid.

Tabel 3. Klientide segmenteerimine teenuste kaupa

Teenus	Klientide kirjeldus (segmenteerimine). Sihtgrupi maht ning mitut klienti teie teenindate /või mitu ühikut toodet/teenust müüte)
Fitness-batuudi treening	19-64 a tööealised täiskasvanud. Fookus sihtgrupina võib välja tuua (21-40 a) peamiselt naised, 40% ka mehed. Võimalus valida treeningute päevade vahel ja seega külastada mitmel päeval nädalas. Rühma trenni suurus kuni 20 inimest, kuu külastus oleks keskmiselt 340 trennilist.
Lastehoiu teenus	0-9 a lapsed, võimalus tuua laps mängima, kuniks lapsevanemad on trennides. Ühes kuus külastaks lastehoidu keskmiselt (põhihooajal) 85 last.

OÜ Bellicon-Hüpe otseste konkurentide analüüs põhineb mitmel kriteeriumil, mis aitavad mõista konkurentsimaastikku ja kohandada ettevõtte strateegiaid vastavalt. Nende kriteeriumite hulka kuuluvad toodete/teenuste sortimendi eripära, hinnatase, tugevused ja nõrkused. Ettevõtte otsesed konkurendid Kuusalu vallas puuduvad nii batuudi treeningule kui ka lastehoiu teenusele, kuid on kaudsed konkurendid, traditsioonilised jõusaalid ja spordikeskused, mis pakuvad laia valikut treeninguvõimalusi, alates rühmatreeningutest kuni personaaltreeninguteni. Erinevalt OÜ Bellicon-Hüpe ettevõttest, mis keskendub spetsiifiliselt fitness-batuutidel treeningutele ja lastehoiu teenustele, võivad konkurendid pakkuda laiemat valikut rühmatreeninguid, sealhulgas jõusaali seadmeid, joogat ja vesiaeroobikat. See erinevus võib mõjutada klientide valikuid, kuna mõned eelistavad traditsioonilisemaid treeninguvõimalusi.

Konkurentide hinnatase varieerub sõltuvalt pakutavate teenuste liigist ja kvaliteedist. OÜ Bellicon-Hüpe peab oma hinnataseme määramisel arvestama konkurentide poolt pakutavate teenuste hinnatasemega. Kuna fitness-batuutidel treeningud on nišiteenus, võib see õigustada kõrgemat hinnataset, eriti kui lisaväärtusena pakutakse lastehoiu teenust. Konkurentide tugevused võivad hõlmata laialdast teenuste valikut, tuntud brändi, asukohta ja klientide lojaalsust. Samuti võivad nad olla eelisseisus, kui neil on rohkem ressursse turunduse ja reklaami jaoks. Nende nõrkused võivad aga seisneda spetsiifilisemate nišiteenuste, nagu fitness-batuutidel treeningud, puudumises või piiratud lastehoiu võimalustes. OÜ Bellicon-Hüpe peab oma konkurentsistrateegia kujundamisel arvestama nende teguritega. Fitness-batuutidel treeningute ja lastehoiu teenuste eripära ja keskendumine konkreetsele sihtgrupile annab ettevõttele võimaluse eristuda traditsioonilistest jõusaalidest ja spordikeskustest. Samas peab ettevõtte olema teadlik konkurentide tugevustest ja nõrkustest, et pakkuda konkurentsivõimelist hinnataset ja kvaliteetset teenust, mis vastab klientide ootustele ja vajadustele.

Analüüsides tabelis kaudsete konkurentide analüüs (Tabel 4, lk 33) esitatud andmeid, saame hinnata, et OÜ Bellicon-Hüpe tugevus peitub nende uudses treeningmeetodis, mis sobib igale vanusegrupile ja tasemele ning pakub lisandväärtusena lastehoiu teenust. See eristab neid selgelt konkurentidest, pakkudes ainulaadset ja nõudlust koguvat treeningukogemust. Fitness-batuutidel treeningud on innovaatilised ja vastavad terviseteadlike klientide kasvavale huvile uute ja põnevate treeningvormide vastu. Lastehoiu teenuse pakkumine on oluline diferentseeriv tegur, mis muudab treeningud atraktiivsemaks lapsevanematele, kes soovivad ühitada oma treeningvajadused lapsehoolduskohustustega. Kuusalu spordikeskuse peamine tugevus on nende ujula ja harjumuspärane klientuur. Spordikeskus pakub traditsioonilisi treeninguid nagu jõusaal ja pallitreeningud, mis on tuttavad ja populaarsed paljude klientide jaoks. Ujula lisab nende teenustele

väärtust, eriti ujumishuviliste klientide jaoks. Loksa spordikeskuse tugevused on sarnased Kuusalu omadega, sealhulgas ujula ja traditsioonilised spordikeskuse teenused nagu jõusaal ja pallitreeningud. Lisaks pakub Loksa spordikeskus vesiaeroobikat, mis on eriti sobilik eakamatele klientidele, pakkudes madala mõjuga treeninguvõimalust. treeningvormina võib fitness-batuutidel treeningute turule toomine nõuda suuremat turundustegevust ja klientide harimist, et luua stabiilne ja lojaalne klientuur. Nii Kuusalu kui ka Loksa spordikeskused seisavad silmitsi sarnaste nõrkustega, nagu ruumi puudus, saaliaegade piirangud ja nõudluse ning pakkumise tasakaalustamatus. Mõlemad keskused kogevad ventilatsiooniprobleeme, mis võivad mõjutada klientide kogemust ja rahulolu. Lisaks on Loksa spordikeskus asukoha poolest ebasoodsam, kuna asub Kuusalu keskusest kaugemal, mis võib piirata nende klientide hulka Kuusalu vallas.

Tabel 4. Kaudne konkurentide analüüs

Analüüsi-kriteerium	OÜ Bellicon-Hüpe	Kaudne konkurent 1 Kuusalu spordikeskus	Kaudne konkurent 2 Loksa spordikeskus
Tooted/teenused sortimendi eripära	Treening fitness- batuutidel, lastehoiu teenus.	Jõusaal, pallitreeningud, ujula. Aeroobika, jooga	Jõusaal, pallitreeningud, ujula, pilates, vesiaeroobika
Üldine hinnatase	keskmine	Arvestades jõusaali minimalistlikust, kõrge	keskmine
Tugevused	Uudne treening igale vanusegrupile ja tasemele, millele annab lisandväärtuse lastehoidmis teenus. Nõudlust koguv populaarne treening.	Ujula, harjumuspärane olemas olevatele klientidele.	Ujula, harjumuspärane olemas olevatele klientidele. Vesiaeroobik- sobib eakamatele.
Nõrkused	Puudub harjumuspärane klientuur	Ruumi puudus, saaliaegade puudus, nõudlus suurem kui pakkumus. Ventilatsiooni puudus, hinna ja kvaliteedi suhe paigast.	Ruumi puudus, saaliaegade puudus, nõudlus on suurem kui pakkumus. Ventilatsioon nõrk. Asub Kuusalu keskusest kaugel.

Kokkuvõtvalt on ettevõttel OÜ Bellicon-Hüpe võimalus ära kasutada oma uutset ja nõudlust koguvat treeningmeetodit koos lisandväärtusega, et luua tugev positsioon turul. Loodava ettevõtte äriideele puudub otsene konkurents, mis annab võimaluse eristuda kaudsetest konkurentidest. Konkurentide analüüsist ilmneb, et nende peamised kaudsed konkurendid keskenduvad traditsioonilistele treeningvõimalustele ja ujulale. Konkurendi eeliseks on loodaval ettevõtjal uudne treening millega kaasneb lisandväärtusena lastehoiu teenus. OÜ Bellicon-Hüpe peamine väljakutse on luua ja kasvatada harjumuspärasest kliendibaasi, samas kui Kuusalu ja Loksa spordikeskused peavad tegelema oma infrastruktuuriga seotud probleemide ja piirangutega. Loodava ettevõtte eeliseks on kindlasti Bellicon brändi maaletoomine, mis aitab vältida kohalikes spordikeskustes sama teenuse pakkumist ja aitab seeläbi ära hoida otsese konkurentsi teket.

3.5 Ettevõtte turundustegevus

OÜ Bellicon-Hüpe turundustegevus on keskse tähtsusega ettevõtte äriidee edukaks rakendamiseks. See hõlmab strateegiate ja tegevuste väljatöötamist, mis suurendavad teadlikkust fitness-batuutidel treeningute ja lastehoiu teenuste kohta ning meelitavad ligi uusi kliente. Efektiivne turundustegevus peab olema hästi koordineeritud, sihipärane ja järjepidev, et luua brändi tuntust ja usaldusväarsust.

Kuna OÜ Bellicon-Hüpe pakub nišiteenust, on oluline keskenduda spetsiifilistele sihtgruppidele. Sihtgrupid hõlmavad terviseteadlikke noori täiskasvanuid ja keskealisi, lapsevanemaid ning eakamaid inimesi, kes otsivad madala mõjuga treeninguvõimalusi. Turundustegevus peaks olema suunatud nende gruppide eripäradele ja vajadustele. Sotsiaalmeedia platvormid, veebileht ja e-posti turundus on olulised kanalid, et jõuda laiema publikuni. Sotsiaalmeedia kampaaniad, mis tutvustavad treeningute eeliseid ja lastehoiu teenust, aitavad suurendada teadlikkust ja huvi. Samuti on oluline regulaarne ja atraktiivne sisuloome, et hoida publikut kaasatuna ja informeerituna. Koostöö kohalike organisatsioonide, koolide ja lasteaedadega võib aidata laiendada OÜ Bellicon-Hüpe haaret ja jõuda rohkemate potentsiaalsete klientideni. Samuti võib kaaluda koostööd tervise- ja heaolubrändidega, mis võib luua sünergiat ja vastastikust kasu. Kogukonna kaasamine läbi erinevate ürituste näiteks korraldada avatud uste päevi, töötubasid ja eriüritusi, et meelitada kohalikku kogukonda ja tutvustada oma teenuseid. See aitab luua positiivset brändikuvandit ja suurendab klientide lojaalsust. Positiivsed kogemused ja klientide soovitusel on võimsad turundusvahendid. Julgustada kliente jagama oma kogemusi sotsiaalmeedias ja andma tagasisidet, mis aitab parandada teenuseid ja suurendab usaldusväarsust.

OÜ Bellicon-Hüpe turundustegevus peab olema mitmekülgne ja kohandatud sihtgruppide vajadustele. Keskendudes digitaalsele turundusele, koostööle ja kogukonna kaasamisele ning rõhutades oma unikaalseid teenuseid, nagu fitness-batuutidel treeningud ja lastehoiu teenused, saab ettevõtte suurendada oma nähtavust ja tugevdada oma positsiooni turul. Edukas turundusstrateegia aitab kaasa uute klientide ligimeelitamisele, brändi tuntuse suurendamisele ja ettevõtte pikaajalisele edule. Tabelis Kaudsete konkurentide hindade võrdlus OÜ Bellicon-Hüpe ettevõttega (Tabel 5, lk 36) on esitatud OÜ Bellicon-Hüpe, Kuusalu Spordikeskuse ja Loksa Spordikeskuse hinnad erinevatele teenustele. Analüüsides neid andmeid, saame ülevaate ettevõtete hinnakujundusest ja turupositsioonist. Analüüs keskendub erinevatele teenustele, mida need ettevõtted pakuvad, ja võrdleb nende hindu.

OÜ Bellicon-Hüpe hindade struktuur näitab, et nad pakuvad konkurentsivõimelisi hindu oma nišiturul, eriti fitness-batuutidel treeningute osas. Kuigi loodav ettevõtte ei paku jõusaali ja

pallitreeningute teenuseid, mis on saadaval nii Kuusalu kui ka Loksa Spordikeskustes, on nende fitness-treeningute hind (10€ kord) võrreldav konkurentidega. Kuusalu Spordikeskus ja Loksa Spordikeskus pakuvad jõusaali teenust erineva hinnaga sõltuvalt kellaajast. Kuusalu Spordikeskuse hinnad on veidi kõrgemad kui Loksa omad, kuid mõlemad keskused järgivad sarnast struktuuri, kus kõrgemad hinnad on rakendatavad õhtustel aegadel ja nädalavahetustel. See peegeldab tõenäoliselt suuremat nõudlust nendel aegadel. OÜ Bellicon-Hüpe fitness-treeningute hind on 10€ kord, mis asetab nad konkurentide pakutava hinnavahekeskele. Kuigi Kuusalu Spordikeskus pakub fitness-treeninguid vahemikus 10€ - 15€ kord ja Loksa Spordikeskus 8€ - 15€ kord, on OÜ Bellicon-Hüpe pakutav teenus spetsiifilisem ja eristuvam (fitness-batuutidel treeningud), mis võib õigustada kõrgemat hinda, kuna antud teenusele on ka lisandväärtus lastehoid (9€ kord), mis on küll eraldi hinnaga. See annab märku, et loodav ettevõtte suudab konkureerida turul, pakkudes kvaliteetset ja unikaalset teenust konkurentsivõimelise hinnaga.

Tabel 5. Kaudsete konkurentide hindade võrdlus OÜ Bellicon-Hüpe ettevõttega

	OÜ Bellicon-Hüpe ettevõtte	Kaudne konkurent 1 Kuusalu Spordikeskus	Kaudne konkurent 2 Loksa Spordikeskus
Jõusaal	puudub	Kell 07:00-16:00 3,80€/2h kell 16:00-22:00 (ka. L-P kogupäev) 5€/2h	Kell 07:00-15:00 3,20€/2h kell 15:00-22:00 (ka. L-P kogupäev) 4,5€/2h
pallitreeningud	puudub	5€ 1h	5€ 1h
Fitness treeningud	10€ kord	10€ - 15€ kord	8€ - 15€ kord
Lastehoiu teenus	9€	puudub	puudub

Kokkuvõttes hindade võrdlus näitab, et OÜ Bellicon-Hüpe hindade struktuur on kooskõlas turu keskmisega fitness-treeningute osas, samas kui nad ei paku mõnda traditsioonilist teenust, nagu jõusaal ja pallitreeningud. Ettevõtte edu võti on rõhuasetus nišiteenustele, mis on hinnastatud konkurentsivõimeliselt, võttes arvesse eripära ja lisandväärtust, mida pakub fitness-batuutidel treening koos lastehoiu teenusega.

OÜ Bellicon-Hüpe turundusstrateegia keskendub unikaalsete teenuste väärtuse esiletõstmisele, et õigustada hinnaerinevust ja meelitada ligi uusi kliente. Turundustegevuste elluviimisel on OÜ Bellicon-Hüpe peamisteks jõududeks alguses juhatuse liikmed, vältides seeläbi esialgu lisakulutusi

eraldi turundusspetsialisti palkamisele. Keskendutakse eelkõige digitaalsele turundusele ja kohalikule reklaamile, mis on kuluefektiivsed ja suunatud laiemale sihtgrupile. Turunduse teostamine on protsess, mis hõlmab erinevate strateegiate ja tegevuste rakendamist, et edendada OÜ Bellicon-Hüpe fitness-batuutidel treeninguid ja lastehoiu teenuseid. See protsess nõuab hästi läbimõeldud lähenemist, mis põhineb eelnevalt kogutud turu- ja konkurentsianalüüsi teabel ning selgetel eesmärkidel. Turundustegevuste efektiivsuse tagamiseks on esmatähtis määratleda ja segmenteerida sihtgrupid.

Loodav ettevõtte keskendub terviseteadlikele noortele täiskasvanutele, keskealistele, lapsevanematele ja eakamatele, kes otsivad madala mõjuga treeninguvõimalusi. Iga sihtgrupi jaoks töötatakse välja spetsiifilised turundussõnumid ja kanalid. Sotsiaalmeedia platvormide, nagu Facebook, Instagram ja YouTube, aktiivne kasutamine on oluline, et suurendada bränditeadlikkust ja meelitada ligi uusi kliente. Sotsiaalmeedia sisu saab olema kaasahaarav, informatiivne ja visuaalselt atraktiivne. Samuti on oluline kasutada e-posti turundust, et edastada regulaarseid uudiskirju, pakkumisi ja teavet sündmuste kohta. OÜ Bellicon-Hüpe turunduse teostamisel on oluline roll koostööl ja kogukonna kaasamisel. Partnerlus kohalike ettevõtete, haridusasutuste ja kogukonnaorganisatsioonidega aitab laiendada ettevõtte haaret ja tugevdada brändi mainet. Nende koostööde kaudu saab korraldada ühisüritusi, töötubasid ja kampaaniaid, mis mitte ainult ei tõsta teadlikkust loodava ettevõtte teenustest, vaid loovad ka positiivse kuvandi ettevõttest kui kogukonna aktiivsest liikmest.

Turunduskanalid ja -tegevused sihtgruppide lõikes:

19-64 a aktiivsed ja tervisliku eluviisi eelistavad inimesed:

- sotsiaalmeedia (Facebook, Instagram, Twitter) – järjepidevad postitused ja kampaaniad;
- kohalik ajaleht – regulaarsed artiklid ja reklaamid;
- google otsingureklaam – suurendab nähtavust otsingumootorites;
- kohalikud ettevõtted – koostöö ja reklaamplakatid.

0-9 a laste vanemad:

- sotsiaalmeedia (Facebook, Instagram, Twitter) – postitused ja kampaaniad, mis rõhutavad lastele suunatud teenuseid;
- kohalik ajaleht – info jagamine kogukonnale;
- reklaamplakatid treeningruumide lähistel ja lasteaedades/koolides;
- otsene turundus koolides ja lasteaedades – teavitustöö otse sihtgrupile.

Turundusplaan ja eelarve väljendub järgnevates tegevustes ja eelarves.

Sotsiaalmeedia reklaam (Facebook, Instagram, Twitter):

- aeg: iga nädal esmaspäeviti või vastavalt üritustele ja vajadusele;
- maksumus: 0-30€ sõltuvalt reklaami ulatusest ja eesmärgist.

Kohalik ajaleht:

- aeg: kord kuus kolmapäev;
- maksumus: 200 aastas, eeldusel et reklaam ilmub regulaarselt.

Reklaamplakatid:

- aeg: ürituse raames;
- maksumus: 400 eurot aastas, eeldusel et aastas tehakse vähemalt neli üritust.

Turundusplaanis on oluline jälgida tagasisidet ja tulemuslikkust, et vajadusel kohandada strateegiaid ja optimeerida eelarvet. Samuti on oluline mõõta kampaaniate mõju ja kliendibaasi kasvu, et tagada pidev edasimineku ja turupositsiooni tugevdamine.

Kokkuvõtvalt tähendab turunduse teostamine OÜ Bellicon-Hüpe jaoks kombineeritud lähenemist, mis hõlmab digitaalset turundust, koostööd, kogukonna kaasamist ja kliendisuhetlust. Kõik need elemendid aitavad kaasa bränditeadlikkuse suurendamisele, kliendibaasi laiendamisele ja ettevõtte positsioneerimisele konkurentsivõimelisel turul.

3.6 Personal ja riskide analüüs

Personal ja riskide analüüs on kriitilised komponendid OÜ Bellicon-Hüpe äriplaani efektiivsuse ja jätkusuutlikkuse tagamisel. See analüüs käsitleb ettevõtte personalivajadusi, töötajate koolitust ja arendamist ning potentsiaalseid riske, mis võivad mõjutada ettevõtte operatsioone ja finantsseisundit.

Ettevõtte edu sõltub suurel määral kvalifitseeritud ja pühendunud töötajate meeskonnast. Personalivajaduse analüüs hõlmab treenerite ja lastehoiu töötajate arvu määramist, et tagada tõhus teenuste osutamine ja klientide rahulolu. Lisaks on oluline töötajate pidev koolitus ja arendamine, mis hõlmab nii fitness-alast kui ka klienditeeninduse alast koolitust, tagamaks teenuse kõrge kvaliteeti ja professionaalsust. Personalivajaduse ja -juhtimise strateegia on ülioluline ettevõtte tõhusaks toimimiseks ja klientide rahulolu tagamiseks. Ettevõtte peamised teenused, fitness-batuutidel treeningud ja lastehoiu teenused, nõuavad spetsialiseeritud oskusi ja kõrgetasemelist teenindust. Ettevõttel OÜ Bellicon-Hüpe on küll kaks osaniku, kuid üks juhatuse liige, kellega sõlmitakse

juhatuse liikme leping ning töövõtu leping. Esimesed kaks aastat on ettevõttel vaid üks töötaja, kolmandal aastal võetakse tööle üks treener, kes aitab treeninguid läbi viia. Lastehoiu teenus ostetakse sisse ja sõlmitakse leping, milles kinnitatakse teenuse osutamist vastavalt treeningute toimumise ajale. Treeningute tõhusaks läbiviimiseks on vajalik kvalifitseeritud ja sertifitseeritud treenerite meeskond. Tähtis on leida treenereid, kellel on nii teoreetilised kui ka praktilised teadmised rühmatreeningute kohta. Lisaks tehnilistele oskustele peavad treenerid olema suurepärase suhtlejad ja motivatsiooni loojad. Ettevõtte asutajal on juba fitness-batuudi treeneri sertifikaat olemas, kuid uue brändiga koostöö sõlmimisel tuleb läbida ka nende poolne koolitus, mis annab juurde uue ja pädeva sertifikaadi. Lastehoiu teenuste pakkumine nõuab kogenud ja usaldusväärseid lastehoiu töötajaid. Nende ülesandeks on tagada laste turvalisus ja heaolu treeningute ajal. Personal peab olema võimeline looma lastega positiivse ja toetava suhte, samuti tuleb neil olla teadmisi esmaabist ja laste arengust.

OÜ Bellicon-Hüpe äriplaani efektiivsuse ja jätkusuutlikkuse tagamisel mängib kriitilist rolli personali ja riskide analüüs. Edukas toimimine sõltub kvalifitseeritud ja pühendunud töötajate meeskonnast, kes suudavad tagada teenuste kõrge kvaliteedi ja klientide rahulolu. Personalivajaduse analüüs keskendub sobiva arvu treenerite ja lastehoiu töötajate kindlaksmääramisele. Oluline on pidev töötajate koolitus ja arendamine, mis hõlmab nii fitness-alaseid kui ka klienditeeninduse oskusi, et tagada teenuse professionaalsus.

OÜ Bellicon-Hüpe plaanib kaasata mitmeid väliseid partnereid ja teenusepakkujaid, et optimeerida operatsioone ja keskenduda põhitegevusele. Teenusepakkujad ja partnerid on välja toodud tabelis (Tabel 6).

Tabel 6. Ettevõtte poolt sisse-ostetavad teenused

Teenusepakkuja	Teenuse sisu	Tingimused ja märkused
Ruumide rent	Treeningu ja lastehoiu läbiviimiseks.	Rendileping, sõlmitakse kolmeks aastaks.
Lastehoiu teenus	Lastehoidmine, nende juhendamine ja mängimine.	Leping, sõlmitud kindlatel päevadel lastehoiu teenuseks.

OÜ Bellicon-Hüpe edu sõltub tugeva meeskonna ja usaldusväärsete partnerite võrgustikust. Selge struktuuri, vastutusalade jaotuse ja õigete teenusepakkujate kaasamisega püütakse tagada ettevõtte sujuv ja edukas toimimine.

Riskide juhtimine on ärikriitiline osa OÜ Bellicon-Hüpe tegevuses. Korralik riskianalüüs aitab ennetada ja maandada ohte, mis võivad mõjutada ettevõtte käivitamist ja stabiilset toimimist. Tervise-

ja ohutusriskid on fitness-treeningutega seotud ettevõtete jaoks esmatähtsad. See hõlmab vigastuste riski treeningutel ja lastehoiu teenuste pakkumisel. Riski maandamiseks on oluline regulaarne seadmete kontroll ja hooldus, ohutusprotokollide järgimine ja kvalifitseeritud esmaabi koolitusega personal.

Finantsriskid hõlmavad sissetulekute ebastabiilsust, kõrgemaid tegevuskulusid ja võimalikke investeeringuid seadmetesse ja turundusse. Ettevõtte peab hoolikalt planeerima oma eelarvet, jälgima kulusid ja sissetulekuid ning kavandama finantsvarusid ootamatuteks olukordadeks. Muutused kliendinõudlustes, konkurents ja majanduslikud kõikumised võivad mõjutada ettevõtte käivet. Tururiske saab maandada läbi paindlike ärimudelite ja mitmekesiste turundusstrateegiate. On oluline regulaarselt jälgida turutrende ja klientide eelistusi, et kiiresti reageerida muutuvatele vajadustele. Samuti on kasulik luua strateegiline koostöö teiste ettevõtetega, et laiendada teenuste ulatust ja vähendada sõltuvust ühest turusegmendist. Seadusandlike muutuste ja uute regulatsioonide järgimine on oluline, sest ettevõtte peab olema kursis tööõiguse, tervise- ja ohutusstandardite ning muude asjakohaste regulatsioonidega. Selleks on vajalik regulaarne seadusandluse jälgimine ja vajadusel konsulteerimine õiguseksperidega. Töötajate voolavus, kvalifitseeritud personali leidmine ja hoidmine on olulised riskid. Tööjõuriskide maandamine hõlmab konkurentsivõimelist palgapoliitikat, töötajate rahulolu ja motivatsiooni tõstmist ning asendus- ja järeelkasvuplaanide loomist. OÜ Bellicon-Hüpe riskianalüüs on koostatud ja visualiseeritud järgnevas tabelis (Tabel 7).

Tabel 7. Riskianalüüs

Nõrkused ja ohud riskidena	Riskide maandamise võimalused	Mõju äriidee käivitamisele/toimimisele
Tööjõu puudus, sertifitseeritud treenerite puudus (risk ei ole väga suur, arvestades hetkel töötute arvu).	-Pakkuda motiveerivat töökeskkonda ja konkurentsivõimelist palka. -Korraldada regulaarseid koolitusi ja arendusprogramme. -Luua varuplaanid asenduspõlga. -Töötada välja internatuuriprogramme, et koolitada tulevase töötajaid.	Vähene mõju, kui rakendatakse ennetavaid meetmeid ja luuakse atraktiivne töökeskkond.
Konkurentide hindade alandamine (risk tõenäosus olemas, kuid mitte suur)	-Jälgida regulaarselt konkurentide hindu ja kvaliteeti. -Kujundada paindlik hinnapoliitika. -Rõhutada unikaalseid teenuseomadusi ja kvaliteeti. -Luua lojaalsusprogramme ja soodustusi püsiklientidele.	Keskmise mõjuga, kui konkurendid asuvad agressiivsele hinnasõjale. Vastumeetmed peavad olema kiired ja tõhusad.

Nõrkused ja ohud riskidena	Riskide maandamise võimalused	Mõju äriidee käivitamisele/toimimisele
Ei suuda rahuldada nõudlust	-Laiendada lahtiolekuaegu ja suurendada treeningute arvu. -Optimeerida broneerimissüsteemi, et maksimeerida ressursside kasutust. -Viia läbi turgu analüüsivad küsitlused ja uuringud, et mõista nõudlust täpsemalt. -Kaaluda treeningkohtade laiendamist või täiendavate teenuste pakkumist.	Mõjub negatiivselt, kui ei suudeta pakkuda piisavalt teenuseid nõudluse rahuldamiseks.

Tabelis välja toodud riskide ja nende maandamise võimaluste analüüs annab ülevaate ettevõtte peamistest väljakutsetest ja strateegiatest nende lahendamiseks. Tööjõupuudus, eriti treenerite osas võib mõjutada ettevõtte võimet pakkuda kvaliteetset teenust. Selle riski maandamiseks on ettevõttel mitmeid strateegiaid. Motiveeriva töökeskkonna loomine ja konkurentsivõimelise palga pakkumine aitab meelitada ja hoida kvalifitseeritud personali. Regulaarsed koolitused ja arendusprogrammid tagavad töötajate pideva arengu ja kohanemisvõime muutuvate turunõudlustega. Varuplaanide loomine asenduspersoonidega ja internatuuriprogrammide väljatöötamine aitab tagada personali stabiilsuse. Selle tulemusel peaks olema riski mõju äriidee käivitamisele ja toimimisele minimaalne. Konkurentide võimalikud hinnalangused võivad osutuda väljakutseks, eriti kui need toimuvad agressiivselt. Siiski saab seda riski maandada, jälgides pidevalt konkurentide hindu ja kvaliteeti ning kujundades paindliku hinnapoliitika. Rõhutades oma teenuste unikaalseid omadusi ja kvaliteeti ning luues lojaalsusprogramme ja soodustusi püsiklientidele, suudab OÜ Bellicon-Hüpe säilitada konkurentsivõime. Kiire ja tõhus vastureaktsioon aitab minimeerida selle riski mõju. Kui ettevõtte ei suuda rahuldada klientide nõudlust, võib see mõjuda negatiivselt. Seda riski saab maandada mitmel viisil, sealhulgas lahtiolekuaegade laiendamine, treeningute arvu suurendamine ja broneerimissüsteemi optimeerimine. Turgu analüüsivad küsitlused ja uuringud aitavad mõista nõudlust täpsemalt. Lisaks võib kaaluda treeningkohtade laiendamist või täiendavate teenuste pakkumist. Selline ennetav planeerimine ja pidev turu-uuring on kriitilise tähtsusega riski maandamiseks.

Kokkuvõtteks on riskide juhtimine äärmiselt oluline OÜ Bellicon-Hüpe tegevuse stabiilsuse ja edukuse tagamiseks. Põhjalik analüüs toob välja peamised riskid, millega ettevõtte võib silmitsi seista, ning pakub strateegiaid nende maandamiseks. Riskianalüüs on dünaamiline protsess, mis vajab regulaarset ülevaatamist ja ajakohastamist vastavalt turuolukorrale ja ettevõtte arengule. OÜ

Bellicon-Hüpe peab olema valmis kohanema ja reageerima kiiresti, et tagada stabiilne ja edukas toimimine.

3.7 Ettevõtte tegevuskava ja finantsplaan

Ettevõtte tegevuskava (Tabel 8) kujutab ettevõtte ettevalmistamise ja käivitamise tegevuskava aastaks 2025, keskendudes konkreetsetele tegevustele ja nendega seotud kuludele. Treeneri koolitamine on esimene samm, mis on oluline investering ettevõtte kvaliteedi ja professionaalsuse tagamiseks. Märkimisväärne on, et see tegevus ei kaasa endaga lisakulusid, sest koolitus tuleb kaasa kingitusena batuutide ostuga. Batuutide ostmine on suurim üksikkulu, kuid on olulisem investering alustamiseks ettevõttega, näidates investeringu olulisust ettevõtte infrastruktuuri. Batuutide ostmine on seotud ettevõtte peamise tegevusalaga, pakkudes klientidele treeningu efektiivsust. Kõlari soetamine on väiksem, kuid oluline kulutus, selle abil viiakse läbi treeningud. See on oluline detail, mis parandab kliendikogemust. Eesti Autoriühinguga liitumine näitab ettevõtte soovi järgida autoriõiguse seadusi, makstes tasu muusika kasutamise eest. Kuigi kulutus on väike, on see oluline juriidiline ja eetiline samm. Kogusumma näitab, et ettevõtte on valmis tegema märkimisväärsed investeringuid oma käivitamisfaasis. Enamik kuludest on seotud vajalike seadmete soetamisega, mis on oluline alustava ettevõtte jaoks.

Tabel 8. Ettevõtte ettevalmistamise ja käivitamise investeringuplaan

Tegevused	2025 a.	Kulud (EUR)
Treeneri koolitamine	jaanuar	0
Batuutide ostmine	jaanuar	10 500
Kõlari ostmine	jaanuar	300
Eesti Autoriühinguga liitumine	jaanuar	10
Muud jooksvad kulud	jaanuar	190
Kulud kokku		12 000

Ettevõtte finantsplaneerimine on OÜ Bellicon-Hüpe jaoks hädavajalik osa, see annab ülevaate ettevõtte majanduslikust elujõulisusest ja tuleviku väljavaadetest. See peatükk käsitleb kahte olulist teemat investeringud ja rahastamine ning finantsproгноosi, pakkudes detailset ülevaadet algsetest kulutustest, rahastamisallikatest, tulu- ja kuluootustest ning äriplaani üldisest finantsstrateegiast. Esitatakse konkreetne teave investeringute, soetuste, nende hindade ja finantseerimise allikate kohta. Investeringud hõlmavad batuutide soetamist, alustamiskulusid ning varude ja käibekapitali. Kõikide

nende komponentide käsitlemine on oluline tagamaks, et ettevõtte on piisavalt varustatud ja finantseeritud alustamaks tegevust ja kasvama stabiilselt.

Äriidee elluviimiseks on ettevõtte OÜ Bellicon-Hüpe asutajatel kavas taotleda Töötukassa EVAT rahastamist. Taotlemise raames on plaanis ettevõtte mõlemal osanikul taotleda kuni 6 000 eurot toetust esialgsete kulude katteks. 12 000 eurose esialgse investeeringuga plaanitakse soetada 10 500 euro väärtuses fitness batuute ning 300 eurone kõlar millega trenni käigus muusikat mängida. Ülejäänud toetuse jääk on planeeritud esimese kuu jooksvateks kuludeks, nagu näiteks rendi tasud, järelhaagise rent ning lapsehoidja tasu. Alates esimesest aastast on prognooside kohaselt ettevõtte äritegevus piisavalt suur, et ettevõtte liigitub käibemaksu kohuslaseks.

Tulude prognoosi algandmeteks on esimesel aastal 10 eurone trenni tasu. Trenni prognoositav täituvus on 20 trennilist ning esimesel tegutsemise kuul on prognoositud kolm korda nädala trennid. Trennide iga-kuise koguse määratlemisel on arvestatud keskmiselt nelja nädalast kuud. Peale esimest kuud plaan teha trenne neli korda nädalas ning peale teist kuud viis korda nädalas. Suvisel perioodil, kui teenuse tarbijad vähem huvitatud trennidest on prognoositud kolmeks suve kuuks trennide sagedust taas kolm korda nädalas. Peale suviseid perioode on viis korda nädalas trennid taas aktuaalsed. Teisel tegutsemis aastal tõuseb trenni hind 11 euroni ning kolmandal aastal 13 eurot trenn. Kolmandal aastal on plaanis palgata lisa treener, kes hakkab treeninguid läbi viima Kehra Spordikeskuses. Lastehoiu teenuse mahuna on ettevõtja prognoosinud iga treeninguga viis last ning selle teenuse tasu tarbijale on 9 eurot. Teenuse hinda on plaanitud kolmandal aastal 10 eurot.

Lastehoiuteenuse pakkumiseks trennis olevate lastevanemate lastele on ettevõtjal plaanis teenusena sisse osta vastava pädevusega inimene, kes vastab kõigile nõutud nõuetele. Ruumide rendi tasu aluseks esimesel tegutsemise aastal on võetud hetkel kehtivad piirkonna spordisaalide keskmised renditasud ehk 30 eurot tund. Kütuse kompensatsioonina on iga trenni kohta kohta arvestatud 5 eurot ning esimesel aastal ka järelhaagise rent 12 eurot trenni kohta. Teise tegutsemis aastal soetab ettevõtte endale põhivarana järelhaagise. Tööjõukulude arvestuses on planeeritud bruto tunnitasuks 19.5 eurot. Iga järgneva aasta kulud on planeeritud 10 protsendilist tõusu.

Finantsprognooside osa sisaldab üksikasjalikku tulu, kulu ja kasumi kohta järgmiste aastate jooksul. Samuti tuleb arvesse võtta kõikuvat majanduskeskkonda ja võimalikke riske. Ettevõtte rahavood, kasumiaruanded ja bilansid on koostatud ja analüüsitud, et hinnata äriplaani jätkusuutlikkust ja potentsiaalset tulusust. Finantsprognoosid põhinevad hoolikal analüüsil ja realistlikel eeldustel. Eesmärk on hinnata ettevõtte tuleviku rahavoogusid, kasumlikkust ja finantsseisundit. Prognoosid hõlmavad järgmist:

- esimese 3 aasta tulud: arvestades sihtgrupi suurust, turu nõudlust ja oletatavat klientide arvu;
- kulud: hõlmab igapäevaseid tegevuskulusid, tööjõukulusid, hooldus- ja paranduskulusid ning muid perioodilisi väljaminekuid;
- kasumlikkus: eeldatav kasum enne ja pärast intresse, makse ja amortisatsiooni;
- rahavoogude analüüs: positiivne rahavoog on eluliselt tähtis ettevõtte elujõulisuse ja kasvu jaoks;
- investeeringutasuvuse (ROI) analüüs: arvestades alginvesteeringuid ja oodatavat tulu, kui kaua kulub investeeringu tagasiteenimiseks.

Oluline on märkida, et finantsprognoosid võivad aja jooksul muutuda seoses turuolukorra, konkurentsi ja ettevõtte siseste muutustega. Seetõttu tuleb finantsprognoose regulaarselt üle vaadata ja vajadusel kohandada.

Lõputöö raames on koostatud põhjalik finantsprognoos kolme aasta (2025-2027) lõikes fitness-batuudi treeningule ja lastehoiu teenusele, mille eesmärk on hinnata projekti rahalist elujõulisust ja investeeringute tasuvust. Analüüs hõlmab kogutulu, kogukulusid, kasumit, kumulatiivset kasumit ja investeeringutasuvust (ROI) igal aastal, pakkudes selget ülevaadet äriplaani finantsilisest edust ja tuleviku väljavaadetest.

Esimese aasta finantsprognoosi kohaselt saavutatakse esimesel aastal 52 964 euro suurune kogutulu, millest 12 000 on Töötukassa toetus ja 40 964 eurot müügitulu ning 41 591 euro suurused kogukulud, mis viib 11 373 euro suuruse kasumini. Teisel aastal kasvab 46 879 müügitulu euroni, samas, kui kogukulud suurenevad 43 347 euroni. See viib teise aasta 6 032 eurose kasumini. Kolmandaks aastaks jätkub müügitulu kasv, ulatudes 98 879 euroni, samas kui kogukulud suurenevad 108 384 euro juurde. See toob kaasa 9 505 euro suuruse kahjumi. Kolmanda aasta kahjumi põhjuseks amortiseerunud ning suureneva kliendibaasi tarbeks uute batuutide soetamine. Kolmanda aasta lõpuks on kolme aasta ROI 52%, mis arvestades kolmanda aasta kahjumit on positiivne tulemus ja annab aimu jätkuvast kasvust. Prognoositava rahavoogude järgi saab eeldada, et projekti tasuvusaeg (1) üks aastat ja üks kuu. Finantsprognoosi arvutuste põhjal võib suurimaks ohuks pidada müügitulu prognoositust väiksemat mahtu ja kasvu kolme aasta lõikes. Suurima kasumlikkuse määrajaks võib saada ka treeningute täituvus, kuna trennidega püsikulud ei ole seotud osalejate arvu vaid treeningute. Suurimateks kuludeks on ruumide rendi kulud, tööjõu tasud ning batuutide soetamise ja nende hooldamisega seonduvad kulud.

Kokkuvõtvalt on finantsprognoosi kohaselt tasuvus üle ühe aasta, mis näitab äriplaani kasumlikust ja potentsiaali. Finantsprognoosi ning selle analüüsi tulemusel on ROI küll piisavalt suur äritegevuse riski maandamiseks, kuid suurimaks ohuks peab ettevõtja rendihindade prognoositust suuremat kulu ja väiksemat trennide täituvust, mis võib kogu positiivse rahavoo ohtu seada. Üldine kasumlikkus hinnang on hea ja toetab äriplaani elluviimist. OÜ Bellicon-Hüpe tegevuskava ja finantsplaan 2025. aastaks näitavad ettevõtte pühendumust kvaliteetse teenuse pakkumisele ja infrastruktuuri investeeringutele. Ettevõtte käivitamiskulud, sealhulgas batuutide ostmise ja treeneri koolitus, on märkimisväärsed, kuid samas olulised ettevõtte põhitegevuse alustamiseks ja klientidele kvaliteetse treeningukogemuse pakkumiseks. Ruumide rendi, tööjõu ja varustusega seotud pidevad kulud kujutavad endast märkimisväärselt osa ettevõtte tegevuskuludest, mis nõuab tõhusat haldamist ja planeerimist. Finantsprognooside põhjal on ettevõttel positiivne tulevikuperspektiiv, kuna esimese aasta tulemused näitavad kasumit ja kolme aasta jooksul on oodata investeeringutasuvust 52%. Siiski peab ettevõtte olema valmis tegelema võimalike riskidega, nagu müügitulu väiksem maht ja kasvu aeglustumine. Samuti on oluline jälgida turu muutusi ja kohandada strateegiaid vastavalt. Ettevõtte edu sõltub suuresti teenuste täituvusest ja võimest säilitada klientide huvi pikema aja jooksul. Täiendavad investeeringud, näiteks uute batuutide ost kolmandal aastal, näitavad ettevõtte pühendumust pikaajalisele kasvule ja arengule, hoolimata lühiajalistest finantsväljakutsetest. Kokkuvõttes on OÜ Bellicon-Hüpe'l kindel alus edukaks tegutsemiseks, kuid on oluline jätkuvalt keskenduda finantsjuhtimisele ja turudünaamikale reageerimisele.

KOKKUVÕTE

Äriplaani on olnud aluseks kõigile strateegilistele otsustele ja ettevõtte arengusuundadele, alates turuanalüüsist kuni riskijuhtimiseni. Oluline on märkida, et ettevõtlusega alustamisel on kriitiline ka ettevõtja isiklikud omadused ja oskused, nagu loovus, paindlikkus, vastupidavus ja innovaatus. Need aitavad eristuda turul, kohaneda muutustega ja leida unikaalseid lahendusi. Edukas äriplan ei ole pelgalt dokument; see on pidevalt arenev strateegiline juhend, mis aitab ettevõttel navigeerida läbi keeruliste ja muutlike ärikeskkondade. Samuti on see vahend, mis toetab investorite ja teiste huvipoolte usalduse kasvatamist.

Lõputöö esimese ülesandega loodi teoreetiline raamistik, milles käsitleti äriidee loomist, erinevaid äri planeerimise protsesse ja selgitati äriplaani olulisi osasid, sealhulgas ärikeskkonna- ja SWOT analüüs, teenused ja nende põhiprotsessid. Käsitleti teemasid turg, kliendid ja konkurents, kirjeldati ettevõtte turundustegevust. Kirjutati teemal personali juhtimine ja riskide hindamine ja analüüsimine ning kõige olulisem alustavale ettevõttele tegevuskava ja finantsplaneerimine. Teoreetilisele raamistikule tuginedes koostati lõputöö viimases osas ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe äriplan, mille keskmes on fitness-batuudile treeningu pakkumine, kus lisandväärtuseks lastehoiu teenus, et saaksid lapsevanemad käia murevabalt treeningutel, samal ajal kui nende lapsed on hoitud ja turvalises keskkonnas.

OÜ Bellicon-Hüpe on loodav Eesti ettevõtte, mis keskendub uuenduslikele fitness-batuutidel põhinevatele treeningutele. Ettevõtte eesmärk on pakkuda unikaalseid treeninguvõimalusi, reageerides turutrendidele ja klientide vajadustele. Ettevõtte visioon on saada tunnustatud liidriks Eesti fitness-turu nišis, keskendudes fitness-batuutidele ning missiooniks on pakkuda kvaliteetseid ja tulemuslikke treeninguid, edendada tervislikku eluviisi ja pakkuda haridust ning nõustamist. Ettevõtte eesmärk on integreerida jätkusuutlikkuse põhimõtteid ja luua kogukond, mis toetab tervislikke eluviise. OÜ Bellicon-Hüpe positsioneerib end mitte ainult kui fitness-teenuste pakkuja, vaid ka kui tervisliku elustiili ja kogukonna heaolu toetaja.

Äriplaani osana viidi läbi põhjaliku ärikeskkonna ja SWOT analüüsi, et mõista väliseid tegureid, mis mõjutavad ettevõtet ja kujundavad selle strateegiaid. SWOT-analüüsist selgus, et OÜ Bellicon-Hüpe tugevused on innovaatilised teenused, kvalifitseeritud personal, kliendikeskne lähenemine, lastehoiu teenused ja kohaliku kogukonna tugevus. Nõrkusteks on piiratud tundus, sõltuvus üksikutest tarnijatest, ruumide piiratus ja suur algkapitali vajadus. Võimalused, mida ettevõtte saab ära kasutada, hõlmavad terviseteadlikkuse kasvu, koostööd teiste ettevõtetega, tehnoloogilisi arenguid ja laienemisvõimalusi. Ohtudeks on tugev konkurents, majanduslik ebastabiilsus, regulatiivsed

muutused ja klientide eelistuste muutused. See analüüs ettevõttel mõista nii oma sisemisi tugevusi ja nõrkusi kui ka välistest teguritest tulenevaid võimalusi ja ohte, luues aluse strateegilisele planeerimisele ja pikaajalisele edule.

Ettevõtte on keskendunud fitness-batuutidel treeningute pakkumisele, mis on suunatud füüsilise heaolu ja tervisliku eluviisi edendamisele. Treeningud on kavandatud mitmekülgselt, sobivad erinevatele vanusegruppidele ja võimekuse tasemetele, ning pakuvad nii füüsilist koormust kui ka lõbusat tegevust. Lisandväärtusena pakutakse lastehoiu teenust, mis võimaldab vanematel trennida, teades, et nende lapsed on turvaliselt hoolitsetud. OÜ Bellicon-Hüpe põhiprotsessid hõlmavad klientide vastuvõtmist ja nõustamist, treeningkavade koostamist, professionaalsete treenerite juhendamist, lapsehoidjate värbamist ja koolitamist ning varustuse regulaarset hooldust. Turundustegevus on samuti oluline osa ettevõtte tegevusest, suurendades tuntust ja meelitades uusi kliente. Regulaarne klienditagasiside kogumine aitab teenuse kvaliteeti pidevalt parandada. OÜ Bellicon-Hüpe eristub oma unikaalse teenuse, kõrgkvaliteedilise treeningvarustuse, professionaalsete treenerite ning lastehoiu teenuse pakkumisega. Fookus kvaliteetsele klienditeenindusele ja ohutusstandardite järgimisele tagab kliendi rahulolu ja ettevõtte edukuse.

OÜ Bellicon-Hüpe plaanib Eestisse tuua Belliconi brändi, keskendudes fitness-batuutidel treeningutele. Turuanalüüs on hädavajalik, et kohanduda Kuusalu valla spetsiifiliste vajadustega ja konkurentsikeskkonnaga. Ettevõtte sihtrühmadeks on terviseteadlikud noored täiskasvanud, keskealised ja lapsevanemad, ning potentsiaalselt eakamad inimesed. Konkurents Kuusalu vallas hõlmab traditsioonilisi jõusaale ja spordiklubisid. OÜ Bellicon-Hüpe eristub Belliconi brändi ainuesindajana Eestis ja varasema kogemusega batuutidel treeningute alal. Ettevõtte edu sõltub kohanemisvõimest turutrendide ja klientide eelistustega, sh potentsiaalne virtuaaltreeningute pakkumine ja kohandatud treeningprogrammid. Turutrendid, nagu kasvav terviseteadlikkus, nõudlus paindlike ja perekesksete treeningvõimaluste järele, isikupärastatud ja kogukondlikud treeningkogemused, tehnoloogilised uuendused ning jätkusuutlikkus, mõjutavad OÜ Bellicon-Hüpe strateegiaid. Ettevõtte rõhutab oma treeningute ja lastehoiu teenuste keskkonnasõbralikkust ning pakub kogemuspõhist ja terviklikku lähenemist treeningutele. Ettevõtte peab keskenduma oma unikaalsete teenuste turustamisele ja klientide kogemuse parandamisele, et eristuda konkurentidest ja vastata turu nõudmistele.

OÜ Bellicon-Hüpe personali ja riskide analüüs on keskendunud töötajate koolitusele, arendamisele ja potentsiaalsetele riskidele. Edu sõltub kvalifitseeritud ja pühendunud personalist, sealhulgas treeneritest, lastehoiu töötajatest ja administratiivtöötajatest. Töötajate pidev koolitus ja arendamine

tagavad teenuste kõrge kvaliteedi ja klientide rahulolu. Ettevõtte plaanib kaasata ka väliseid partnereid ja teenusepakkujaid, nagu Bellicon, et optimeerida operatsioone. Riskide juhtimine on samuti kriitiline, hõlmates tervise- ja ohutusriske, finantsriske, tururiske, seadusandlike muutusi ning töötajate voolavust ja leidmist. Oluline on regulaarne seadmete kontroll, ohutusprotokollide järgimine, eelarve planeerimine, turutrendide jälgimine, strateegiline koostöö teiste ettevõtetega ning töötajate motiveerimine ja rahulolu tagamine. OÜ Bellicon-Hüpe peab olema valmis kohanema ja reageerima kiiresti muutuvatele turutingimustele ja sisemistele vajadustele.

Ettevõtte finantsplaneerimine on hoolikalt koostatud, arvestades alginvesteeringuid, rahastamisallikaid ja tulu-kulu prognoose. Ettevõtte plaanib taotleda Töötukassa EVAT rahastamist, mille abil kaetakse esialgsed kulud. Esimesel aastal prognoositakse müügituluks 52 964 eurot ja kasumiks 11 373 eurot. Kolme aasta lõikes on ROI 52%, mis peegeldab ettevõtte kasvupotentsiaali. Suurimaks riskiks peetakse aga rendihindade ja trennide täituvuse võimalikku kõikumist, mis võib mõjutada rahavoogu ja kasumlikkust. Kokkuvõttes kajastab tabel ettevõtte pühendumust kvaliteedi, seaduslikkuse ja klientide kogemuse parandamisele ning valmisolekut teha olulisi investeeringuid edukaks käivitamiseks. Finantsplaneerimine on põhjalik, hõlmates investeeringuid, rahastamist ja tulude ning kulude prognoose, pakkudes ülevaadet ettevõtte majanduslikust elujõulisusest ja tulevikupotentsiaalidest.

Lõputöö on saavutanud oma eesmärgi ja koostatud on äriplaani ettevõttele OÜ Bellicon-Hüpe, mille põhiteenused on pakkuda uudset fitness-batuudi treeningut, kus lisandväärtuseks on lastehoiu teenus. Täidetud on ka kõik empiirilised ülesanded, millest esimesega loodi teoreetiline raamistik äriplaneerimisest ja äriplaani koostamisest. Teise ülesandega sai koostatud äriplaani ja finantsprognoosi ning selgitati välja äriidee kasumlikkus. Lõpetuseks saab öelda, et äriidee on kasumlik ja tasub teostamist.

SUMMARY

The thesis is to be written on the topic "Business plan of OÜ Bellicon-Hüpe". The aim of the thesis is to create a business plan for the company OÜ Bellicon-Hüpe and to find out the profitability of the business idea. To achieve the objective, the following tasks have been set:

- to create a theoretical framework for the preparation of a business plan and to prepare an empirical study methodology;
- to analyse the business environment, prepare a SWOT and risk analysis;
- to compile business plan, financial projections and profitability of the business idea.

The thesis consists of three parts, the first part of the thesis is a theoretical framework which talks about the business idea and the preparation of a business plan. The second part of the paper is the empirical methodology, which gives an overview of the data collection methods used. The last part is the preparation of a business plan for the company OÜ Bellicon-Hüpe. The thesis consists of 63 pages, eight tables and two annexes, one of which is the financial forecast and the other is the SWOT analysis.

The business plan has been the basis for all strategic decisions and business developments, from market analysis to risk management. It is important to note that personal qualities and skills such as creativity, flexibility, resilience and innovation are also critical when starting a business. They help to differentiate in the market, adapt to change and find unique solutions. A successful business plan is not just a document, it is a constantly evolving strategic guide to help a company navigate through complex and changing business environments. It is a tool to help build trust with investors.

The first part of the thesis described the theoretical side of business plan preparation, covering the creation of a business idea, the different business planning processes and explaining the essential elements of a business plan, including a business environment and SWOT analysis, services and their key processes. The topics of market, customers and competition were addressed, and the marketing activities of the company were described. The topics of human resource management and risk assessment and analysis were covered, as well as the most important for a start-up business, the action plan and financial planning. Based on the theoretical framework, the last part of the thesis was devoted to the preparation of a business plan for the company OÜ Bellicon-Hüpe, which focuses on offering fitness training services with the added value of a childcare service, so that parents can go to the gym without worry while their children are cared for and in a safe environment.

OÜ Bellicon-Hüpe is an Estonian company, focusing on innovative fitness-based workouts. The company aims to provide unique training options, responding to market trends and customer needs. The company's vision is to become a recognised leader in the Estonian fitness market niche, focusing on fitness-batutes, and its mission is to provide high quality and effective workouts, promote a healthy lifestyle and provide education and advice. The company aims to integrate sustainability principles and create a community that supports healthy lifestyles. Bellicon-Hüpe LLC positions itself not only as a fitness service provider, but also as a promoter of healthy lifestyles and community well-being.

The SWOT analysis revealed that the strengths of OÜ Bellicon-Hüpe are its innovative services, qualified staff, client-centred approach, childcare services and the strength of the local community. Weaknesses are limited brand awareness, dependence on single suppliers, limited premises and high initial capital requirements. Opportunities that can be exploited by the business include increased health awareness, collaboration with other businesses, technological developments and expansion opportunities. Threats include strong competition, economic instability, regulatory changes and changes in customer preferences. It analyses a company's understanding of its internal strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats posed by external factors.

The company is focused on providing fitness training on bikes, aimed at promoting physical well-being and a healthy lifestyle. The workouts are designed to be versatile, suitable for different age groups and fitness levels, and offer both physical exertion and fun activities. As an added value, a childcare service is provided, allowing parents to exercise knowing that their children are safely looked after. Bellicon-Hüpe Ltd's core processes include client reception and advice, training plans, supervision by professional coaches, recruitment and training of childcare staff and regular maintenance of equipment. Marketing is also an important part of the company's activities, increasing awareness and attracting new customers. Regular collection of customer feedback helps to continuously improve the quality of the service. OÜ Bellicon-Hüpe distinguishes itself by offering a unique service, high-quality training equipment, professional trainers and childcare. The focus on quality customer service and adherence to safety standards ensures satisfaction and business success.

OÜ Bellicon-Hüpe is planning to bring the Bellicon brand to Estonia, focusing on fitness bats. Market analysis is essential to adapt to the specific needs and competitive environment of Kuusalu municipality. The target groups of the company are health-conscious young adults, middle-aged people and parents, and potentially older people. Competition in Kuusalu municipality includes traditional gyms and sports clubs. OÜ Bellicon-Hüpe distinguishes itself as the exclusive distributor of the Bellicon brand in Estonia and with previous experience in trampolining. The company's success

depends on its ability to adapt to market trends and customer preferences, including the potential to offer virtual training and customised training programmes. Market trends such as growing health awareness, demand for flexible and family-centric exercise options, personalised and community-based exercise experiences, technological innovation and sustainability will influence Bellicon-Hüpe's strategies. The company emphasises the environmental friendliness of its training and childcare services and offers an experience-based and holistic approach to training. The company needs to focus on marketing its unique services and improving the customer experience.

The HR and risk analysis of Bellicon-Hüpe Ltd has focused on staff training, development and potential risks. Success depends on a skilled and committed workforce, including coaches, childcare workers and administrative staff. Continuous training and development of staff ensure high quality services and customer satisfaction. The company also plans to involve external partners and service providers, such as Bellicon, to optimise operations. Risk management is also critical, covering health and safety risks, financial risks, market risks, regulatory changes and staff turnover and recruitment. Regular equipment inspections, adherence to safety protocols, budgeting, monitoring market trends, strategic collaboration with other companies, and ensuring employee motivation and satisfaction are essential. Bellicon-Hüpe must be able to adapt and react to changing market conditions and needs.

The company's financial planning is carefully drawn up, taking into account initial investments, sources of finance and income-loss forecasts. The company plans to apply for Unemployment Fund EVAT funding to cover initial costs. For the first year, sales revenue is forecast at EUR 52 964 and profit at EUR 11 373. The three-year ROI is 52%, reflecting the company's growth potential. However, the main risk is considered to be the potential volatility of rental prices and occupancy rates, which could affect cash flow and profitability. Overall, the table reflects the company's commitment to improving quality, legality and customer experience, and its willingness to make significant investments for a successful launch. Financial planning is comprehensive, covering investment, financing and revenue and cost projections, providing insight into the financial viability and future potential of the business.

The thesis has achieved its objective and a business plan has been drawn up for a company, Bellicon-Hype LLC, whose main services are to offer an innovative fitness-bathroom workout with the added value of a childcare service. All empirical tasks have been completed, the first of which provided a theoretical framework for business planning and business plan design. In the second task, a business plan and a financial forecast were prepared and the profitability of the business idea was determined. In conclusion, the business idea is profitable and worth pursuing.

VIIDATUD ALLIKAD

- Brown, C. (2023). *The Ultimate Guide to Cash Flow Forecasting for Startups*. Retrived: January 02, 2024, from trovata.io: <https://trovata.io/blog/cash-flow-forecasting-startups/>
- Browna, R., & Mawsonb, S. (2019). *Entrepreneurial ecosystems and public policy in action: a critique of the latest industrial policy blockbuster*. Retrived November 10, 2023 from <https://academic.oup.com/cjres/article/12/3/347/5557704>
- Cote, C. (2020a). *How to determine profitability and drive strategic decisions*. Retrived January 2 2024, from Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-determine-profitability>
- Cote, C. (2020b). *Why is strategic planning important?* Retrived January 2, 2024, from Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/why-is-strategic-planning-important>
- Donchatz, J. (2023). *Strategic Decision-Making And Resource Allocation*. Retrived January 2, 2024, From Business Management: <https://www.businessmanagement.consulting/strategy-development-and-implementation-strategic-decision-making-and-resource-allocation>
- Elanike demograafiline jaotus KOV-de kaupa* (2023). Eesti Linnade ja Valdade Liit. Kasutamise kuupäev: 02. 01. 2024. allikas Eesti Linnade ja Valdade Liit: <https://www.elvl.ee/elanike-arv>
- Ehmke, C., & Akridge, J. (2005). *The Elements of a Business Plan: First Steps for New Entrepreneurs*. Retrived June 15, 2022, From New Ventures: <https://www.extension.purdue.edu/extmedia/EC/EC-735.pdf>
- Sales Forecasting for Startup Businesses* (2023). Factor Finders. Retrived January 2, 2024, from Factor Finders: <https://www.factorfinders.com/startups/planning/sales-forecast-template-for-business/>
- Economic Significance*. (2023a). FasterCapital. Retrived January 1, 2024, from FasterCapital: <https://fastercapital.com/startup-topic/Economic-Significance.html>
- Importance of Team Building*. (2023b). FasterCapital. Retrived January 2, 2024, from FasterCapital: <https://fastercapital.com/startup-topic/Importance-of-Team-Building.html>
- Freedman, M. (2023). *Entrepreneurship Defined: What It Means to Be an Entrepreneur*. Retrived January 2, 2024, from Business news daily: <https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html>

- Haag, A. (2013). *Writing a Successful Business Plan*. Retrived June 12, 2022, from Sagepub: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/216507991306100104>
- Heinonen, J., Hytti, U., & Stenholm, P. (2011). *The role of creativity in opportunity search and business*. Retrived December 12, 2023, from Emerald Publishing Limited: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00400911111185008/full/html>
- Jacobides, M. G., & Reeves, M. (2020). *Adapt Your Business to the New Reality*. Retrived December 30, 2023, from Harvard Business Review Home: <https://hbr.org/2020/09/adapt-your-business-to-the-new-reality>
- Jarmila, G. A. (2014). The Role and Importance of The Business Plan in Starting and Running a Business Opportunity. Retrived August 8, 2022, from Ideas: <https://ideas.repec.org/a/pet/annals/v14y2014i2p119-126.html>
- Kitajev, M. (2022). *SEB: oskuslikult koostatud äriplaan loob eelduse läbilöögi*. Kasutamise kuupäev: 19. 08. 2022. allikas AS SEB Pank: <https://www.seb.ee/foorum/pressiuudised/seb-oskuslikult-koostatud-ariplaan-loob-eelduse-labiloogiks>
- Rahvastik. (2023). Kuusalu vallavalitsus. Kasutamise kuupäev: 02. 01. 2024. allikas Kuusalu vald: <https://www.kuusalu.ee/rahvastik>
- Lattanzio, D. (2021). *Reasons Why a Business Plan Is Important for Entrepreneurs*. Retrived December 30, 2023, from WSI CORPORATE HEAD OFFICE: <https://www.wsifranchise.com/blog/5-reasons-why-a-business-plan-is-important-for-entrepreneurs>
- Writing a Successful Business Plan*. (2009). Lawrence, S., & Moyes, F. Retrived December 29, 2023, from <https://leeds-faculty.colorado.edu/moyes/bplan/Plan/Writing%20a%20Successful%20Business%20Plan%202004v4.pdf>
- Leimann, J., Skärvad, P. H., & Teder, J. (2003). *Strateegiline juhtimine*. Tallinn: Külim.
- Lovas, N. (2023). *Market Research Basics: What is Market Research?* Retrived January 2, 2024, from University Libraries: <https://guides.lib.unc.edu/market-research-tutorial/foundation>
- Sample Size Calculator*. (2023). MaCorr Research. Retrived December 25, 2023, from MaCorr Research: <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>

Shobhit, S. (2023). *Why Entrepreneurship Is Important to the Economy* . Retrived December 26, 2023, from Investopedia: <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-important-economy.asp>

Mida peab alustav ettevõtja teadma. (2012). Maksu- ja Tolliamet. Kasutamise kuupäev: 02. 01. 2024. allikas Maksu- ja Tolliamet: <https://www.emta.ee/eraklient/e-teenused-maksutarkus/maksu-ja-tollitarkus/mida-peab-alustav-ettevotja-teadma>

Maleka, S. (2014). *Strategy management and strategic planning process*. Retrived: December 30 2023, from Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/273757341_Strategic_Management_and_Strategic_Planning_Process/link/550a8c7f0cf26198a63b0fb1/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

Finantsprognoosid – kuidas planeerida toimivat ja kasumlikku ettevõtet? (2021). Mallid OÜ. Kasutamise kuupäev: 20. 08. 2022. allikas Mallid: <https://mallid.ee/ariplaani-koostamine/finantsprognoosid-kuidas-planeerida-kasumlikku-ettevotet/>

McKeever, M. (2010). *How to write a business plan*. Berkeley, California: NOLO.

Miettinen, A., Lasse Rikkinen, & Juhan Teder. (2008). *Ettevõtlus II. Äriideest, äriplaanist, ettevõtte rajamisest ja kasvust*. Tallinn: Külim.

Pöldma, K. (2022). *Turundus*. Kasutamise kuupäev: 19. 08. 2022. allikas Loov Eesti: <https://www.looveesti.ee/arenda-ettevotet/turundus/>

Kust saab alustav ettevõtja abi? (2022b) Riigi Infosüsteemi Amet. Kasutamise kuupäev: 19. 08. 2022. allikas eesti.ee: <https://www.eesti.ee/et/ettevotlus/ettevotte-loomine/kust-saab-alustav-ettevotja-abi>

Toetused alustavale ettevõtjale (2022a) Riigi Infosüsteemi Amet. Kasutamise kuupäev: 19. 08. 2022. allikas eesti.ee: <https://www.eesti.ee/et/ettevotlus/rahastamine/toetused-alustavale-ettevotjale>

Sammut-Bonnici, T. (2015) *Strategic management*. Retrived May 20, 2022, from Wiley Encyclopedia of Management Online: https://www.researchgate.net/profile/Tanya-Sammut-Bonnici/publication/272352897_Strategic_Management/links/59f6ff27aca272607e2be413/Strategic-Management.pdf

Setiawan, S. H., & Nawawi, Z. (2022). New business idea in the new normal *time*. Retrived June 8, 2022, from Journal of Social Research.: <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/19>

- Sikmann, S. (2021). *Äriplaani struktuur*. Kasutamise kuupäev: 23. 08. 2022. allikas Loov Eesti: <https://www.looveesti.ee/alusta-ettevotlusega/ariplaan/ariplaani-struktuur/>
- Business Planning: It's Importance, Types and Key Elements* (2023). Simplilearn. Retrived January 1, 2024, from Simplilearn: <https://www.simplilearn.com/business-planning-article>
- How to read & understand an income statement* (28. 05 2020. a.). Stobierski, T. Retrived January 2, 2024, from Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/income-statement-analysis>
- Zeiger, P. (2013). *Äriplaani struktuur*. Kasutamise kuupäev: 23. 08. 2022. allikas Ettevõtlusõpe <https://ettevotlusope.weebly.com/91-aumliplaani-struktuur.html>
- Alustava Ettevõtja teejuht* (2023). Tallinna Ettevõtlusamet. Kasutamise kuupäev: 02. 01. 2024. allikas Digar: <https://www.digar.ee/arhiiv/et/download/113170>
- Ugezene, M. (2023). *Läinud aastal oli rekordvähe pankrotte, aga see ei ole hea uudis*. Kasutamise kuupäev: 31. 12. 2023. allikas Äipäev: <https://www.aripaev.ee/uudised/2023/02/09/lainud-aastal-oli-rekordvahe-pankrotte-aga-see-ei-ole-hea-uudis>
- How To Prepare A Business Plan In 2024* (2023). UK Expert Business Plan Writers. Retrived December 25, 2023, from Oxbridge Content: <https://oxbridgecontent.co.uk/guides/how-to-prepare-a-business-plan>
- Payback Period* (2023). Wall Street Prep. Retrived January 2, 2024, from Wall Street Prep: <https://www.wallstreetprep.com/knowledge/payback-period/>
- Worthington, I., & Britton, C. (2009). *The Business Environment. England*. Pearson Education Canada
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu: Tartu Ülikool

LISAD

Lisa 1 Finantsproгноos

Jrk.nr.	Toote/teenuse andmed	jaan.25	veebr.25	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	1.aasta	2.aasta	3.aasta
1	Batuudi treid kogus kokku	240	320	400	400	400	240	240	240	400	400	400	400	4080	4320	8400
	keskm.ühiku müügihind KM-ta	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20		9,02	10,65
	22% Kokku toote nr. 1 käive	1 967,04	2 622,72	3 278,40	3 278,40	3 278,40	1 967,04	1 967,04	1 967,04	3 278,40	3 278,40	3 278,40	3 278,40	33 439,68	38 949,12	89 460,00
2	Lastehoid kogus kokku	60,00	80,00	100,00	100,00	100	60	60	60	100	100	100	100	1 020	1 075	1 150
	keskm.ühiku müügihind KM-ta	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38		7,38	8,19
	22% Kokku toote nr. 2 käive	442,62	590,16	737,70	737,70	737,70	442,62	442,62	442,62	737,70	737,70	737,70	737,70	7 524,54	7 930,28	9 418,50

Lisa 1 järg

RAHAVOOGUDE PROGNOOS

	jaan.25	veebr.25	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	1. aasta	2.aasta	3.aasta
Raha jääk perioodi algul	0,00	121,66	1 323,54	4 592,73	5 545,19	6 497,65	6 702,67	7 178,14	7 653,62	8 876,54	9 829,00	10 781,46	0	11734	17145
Müüdid tooteid/teenuseid perioodil	2 409,66	3 212,88	4 016,10	4 016,10	4 016,10	2 409,66	2 409,66	2 409,66	4 016,10	4 016,10	4 016,10	4 016,10	40964	46879	98879
sh ekspordiks %-des	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
sh ekspordiks eurodes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0	0
ühikuid (tundi, tk)	300,00	400,00	500,00	500,00	500,00	300,00	300,00	300,00	500,00	500,00	500,00	500,00	5100	5395	9550
ühe ühiku keskmine müügihind	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8	9	10
Raha sissetulek															
Laekumine müügist arvestades krediiti mü	2 409,66	3 212,88	4 016,10	4 016,10	4 016,10	2 409,66	2 409,66	2 409,66	4 016,10	4 016,10	4 016,10	4 016,10	40964	46684	98662
sellest 0% määraga maksustatav m	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0	0
sellest 13% määraga maksustatav	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0	0
sellest 22% määraga maksustav m	2 409,66	3 212,88	4 016,10	4 016,10	4 016,10	2 409,66	2 409,66	2 409,66	4 016,10	4 016,10	4 016,10	4 016,10	40964	46684	98662
Muud äritulud (renditulu, intressitulu jm)													0		
Käibemaks	482,00	643,00	803,00	803,00	803,00	482,00	482,00	482,00	803,00	803,00	803,00	803,00	8192	9337	19732
Kapitali sissemaksed	2,00												2		
EVAT toetus kulude (turundus, personal,	12 000,00												12000		
Laekumine kokku	14 893,66	3 855,88	4 819,10	4 819,10	4 819,10	2 891,66	2 891,66	2 891,66	4 819,10	4 819,10	4 819,10	4 819,10	61158	56021	118394
Põhivara (soetusmaksumus miinus EVAT toetus)													0		4000
Majandustegevuse käigus tekkivad kulud															
Toodete/teenuste valmistamise/osutamise seotud kulud															
Toore ja materjal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0	0
Sisseostetud teenused ja/või alltoövõtt	144,00	192,00	240,00	240,00	240,00	144,00	144,00	144,00	240,00	240,00	240,00	240,00	2448	2851	3136
Turunduskulud	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720	1000	1300
Üldhalduskulud															
Rent	720,00	960,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	720,00	720,00	720,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	12240	12960	29712
Transpordikulud															
Kütus/autokompensatsioon	60,00	80,00	100,00	100,00	100,00	60,00	60,00	60,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1020	1200	3000
Muud sõidukiga seotud kulud	144,00	192,00	240,00	240,00	240,00	144,00	144,00	144,00	240,00	240,00	240,00	240,00	2448	2500	
Muud kulud (vahendustasu, pangateenu	10 980,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	12960	8500	45000
Personalikulu															
Brutopalk		624,00	780,00	780,00	780,00	468,00	468,00	468,00	780,00	780,00	780,00	780,00	7488	9016	19836
Sotsiaalmaks		0,00	205,92	257,40	257,40	257,40	154,44	154,44	154,44	257,40	257,40	257,40	2214	2749	6248
Töötuskindlustusmaks		0,00	4,99	6,24	6,24	6,24	3,74	3,74	3,74	6,24	6,24	6,24	54	71	151
Maksud															
Käibemaks	2 664,00	366,00	444,00	444,00	444,00	288,00	288,00	288,00	444,00	444,00	444,00	444,00	7002	5832	18953
Finantseerimistegevusest															
Käibemaksu korrigeerimised		0,00	-1 905,00	359,00	359,00	359,00	194,00	194,00	194,00	359,00	359,00	359,00	831	3931	1006
Kulud kokku	14 772,00	2 654,00	1 549,91	3 866,64	3 866,64	2 686,64	2 416,18	2 416,18	3 596,18	3 866,64	3 866,64	3 866,64	49424	48110	132343
Raha jääk perioodi lõpus	121,66	1 323,54	4 592,73	5 545,19	6 497,65	6 702,67	7 178,14	7 653,62	8 876,54	9 829,00	10 781,46	11 733,92	11734	17145	3196

Lisa 1 järg

KASUMIARUANDE PROGNOOS

1. aasta 2.aasta 3.aasta

Tulud majandustegevusest

Müügitulu	40 964	46 879	98 879
sh eksport	0	0	0
eksporti osatähtsus käibes			
ühikuid (tundi, tk)	5 100	5 395	9 550
ühe ühiku keskmine müügihind	8	9	10
Muud äritulud (renditulu, intressitulu jne.)	0	0	0
Tulud äritegevusest	40 964	46 879	98 879
Tulud sihtfinantseerimisest	12 000	0	0
Tulud kokku	52 964	46 879	98 879

Majandustegevuse käigus tekkivad kulud

Otseselt põhitegevuse eesmärgil soetused

Toore ja materjal	0	0	0
Sisseostetud teenused ja/või alltöövõtt	2 448	2 851	3 136
Turunduskulud	720	1 000	1 300

Üldhalduskulud

Ruumide majandamiskulud

Rent	12 240	12 960	29 712
Küte, vesi, elekter, jm. kulud	0	0	0
Muud ruumide ülalpidamisega seotud kulud	0	0	0

Transpordikulud

Kütus/autokompensatsioon	1 020	1 200	3 000
Muud sõidukiga seotud kulud	2 448	2 500	0

Infotehnoloogiaga seotud kulud

	0	0	0
--	---	---	---

Muud kulud (vahendustasu, pangateenus)

	12 960	8 500	45 000
--	--------	-------	--------

Personalikulu

Brutopalk	7 488	9 016	19 836
Sotsiaalmaks	2 214	2 749	6 248
Töötuskindlustusmaks	54	71	151
Kokku töötasu kulud	9 755	11 836	26 236
Koolituskulud	0	0	0

Maksud

Muud maksud (riigilõivud jms)	0	0	0
-------------------------------	---	---	---

Amortisatsioon

Hoonete amortisatsioon	0	0	0
Muu põhivara amortisatsioon	0	0	0
Kulud kokku	41 591	43 347	108 384

Finantskulud

Intressikulu	0	0	0
Ärikasum	11 373	6 032	-9 505
Kasum majandustegevusest	11 373	6 032	-9 505

keskmine töötajate arv	1	1	2
lisandväärtus töötaja kohta	21128	20368	8365
käiberentaablus	0,28	0,18	-0,10

Lisa 1 järg

BILANSI PROGNOOS

1. aasta 2.aasta 3.aasta

AKTIVA

Raha ja pangakontod	11 734	19 645	5 696
Nõuded ostjate vastu	0	195	412
Mitmesugused nõuded			
Ettemaksed			
Materjali varu	0	0	0
Valmistoodangu varu			
Käibevara kokku	11 734	19 840	6 108

Põhivara			
Hooned	0	0	0
Muu põhivara (seadmed, sõidukid, jm)	0	0	4 000
Akumuleeritud kulum (miinusmärgiga)	0	0	0
Sihtfinantseerimise abil soetatud põhivara			
Sihtfinantseerimise abil soetatud põhivara	0	0	0
Akumuleeritud kulum (miinusmärgiga)	0	0	0
Põhivara kokku	0	0	4 000

AKTIVA KOKKU

11 734 19 840 10 108

PASSIVA (KOHUSTUSED JA OMAKAPITAL)

Lühiajalised võlakohustused	0	0	0
Pikaajaliste võlakohustuste lühiajaline osa	0	0	0
Ostjate ettemaksed			
Võlad tarnijatele			
Mitmesugused võlad			
Maksuvõlad	359	-67	-294
Lühiajalised kohutused kokku	359	-67	-294

Pikaajalised võlakohustused	0	0	0
Tulevaste perioodide tulud sihtfinantseerimisest	0	0	0
Pikaajalised kohustused kokku	0	0	0

Osakapital nimiväärtuses	2	2	2
Kohustuslik reservkapital	0	0	0
Eelmiste perioodide jaotamata kasum	0	11 373	17 407
Aruandeaasta kasum	11 373	6 032	-9 505
Omakapital kokku	11 375	17 407	7 902

PASSIVA KOKKU

11 734 19 840 10 108

Lisa 2 SWOT-analüüs

Sisemised tugevused täna: • innovaatiline teenus, fitness-batuutidel treeningute pakkumine eristab ettevõtet traditsioonilistest jõusaalidest; • kvalifitseeritud personal, professionaalsed ja sertifitseeritud treenerid tagavad kvaliteetse teenuse; • kliendikeskne lähenemine, isikupärastatud treeningud ja suurepärane klienditeenindus; • lastehoiu teenused, lisaväärtus lapsevanematele, võimaldades neil treeningutest osa võtta; • tugev kohalik kogukond, aktiivne kaasamine kohalikes üritustes ja tegevustes.	Sisemised nõrkused täna: • piiratud tuntus, kuna ettevõtte on suhteliselt uus, võib selle tuntus olla piiratud; • sõltuvus üksikutest tarnijatest, võimalik sõltuvus konkreetsetest seadmete tarnijatest võib tekitada riske; • ruumide piirangud, treeningute läbiviimiseks vajalikud spetsiaalsed ruumid võivad olla piiratud või kallid; • algkapitali vajadus, kvaliteetse varustuse ja seadmete soetamine nõuab märkimisväärset investeeringut.
Ärikeskkonna soodsad arengud ehk võimalused tulevikus: • terviseteadlikkuse kasv, ühiskonnas suurenev terviseteadlikkus loob nõudlust uudsete treeningvõimaluste järele; • koostöövõimalused, koostöö kohalike ettevõtete ja organisatsioonidega treeningute ja ürituste korraldamisel; • tehnoloogilised arengud, uute tehnoloogiate kasutamine treeningute ja kliendikogemuse parandamiseks; • laienemise võimalused, uute asukohtade avamine ja teenuste mitmekesistamine.	Ärikeskkonna ebasoodsad arengud ehk ohud tulevikus: • majanduslik ebastabiilsus, majanduslangus või tarbijate ostujõu vähenemine võib mõjutada nõudlust; • regulatiivsed muutused, valitsuse poolt kehtestatud uued tervise- ja ohutusstandardid või muud regulatsioonid; • kliendi eelistuste muutused, klientide eelistuste muutumine võib vähendada nõudlust konkreetse treeningstiili järele.