

Osa 11: Liikeidean arviointi ja SWOT

Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp

Tuija Takala, työryhmä Hanna Järvisalo ja Laura Hyvärinen

VIERKO 2 <https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2/>

OPETUS- JA KULTTUURIMINISTERIÖ
UNDERSVINGS- OCH KULTURMINISTERIET

Sisällys

1. Liikeidean arviointi.....	3
2. SWOT-analyysi	7
3. SWOT-analyysi liiketoimintasuunnitelmaan	13
Lähteet	

1. Liikeidean arviointi

Sinulla on liikeidea.

Olet kirjoittanut sen niin,
että siinä on lyhyesti yrityksesi pääajatukset
(materiaalin osa 1. Liikeidea).

Oman yrityksesi suunnittelu jatkuu.

Seuraavaksi **arvioit liikeideaasi**.

Arviointi tarkoittaa sitä,
että tutkit liikeideaasi ja testaat sitä.

**Puhu liikeideastasi ja kysy ihmisiltä,
mitä mieltä he ovat siitä.**

Etsi vastauksia kysymyksiin:

- Mitä mieltä muut ovat liikeideastasi?
- Tarvitsevatko ihmiset tuotettasi tai palveluasi?
- Erottuuko se muista tuotteista ja palveluista?
- Olisiko tuotteelle tai palvelulle riittävästi ostajia?

Tutkit yrityksen suunnittelun aikana

monta kertaa liikeideaasi.

Seuraavan taulukon kysymykset auttavat sinua,
kun arvioit liikeideaasi.

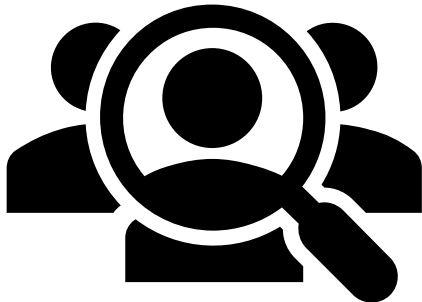
Arvioi näitä asioita	Vastaa kysymyksiin!
<p>Sinä ja yrityksesi</p> <p>Tutki liikeideaasi. Kysy siitä myös muilta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mikä on yrityksesi idea? • Miksi perustat yrityksen? • Mitkä ominaisuudet tekevät sinusta hyvän yrittäjän? • Mitkä asiat auttavat, että yritys menestyy? • Miten sinun yrityksesi erottuu muista? • Millainen on yrityksesi 2–5 vuoden kuluttua?
<p>Sinun tuotteesi ja yrityksen kilpailijat</p> <p><i>kilpailija, kilpailijat</i> = muut yritykset, joilla on sama tuote tai palvelu</p> <p>On tärkeä, että sinun yrityksesi erottuu muista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mikä on tuotteesi tai palvelusi? • Mitä uutta asiakkaat saavat sinun tuotteestasi tai palvelustasi? • Miten ne eroavat kilpailijoiden samanlaisista tuotteista tai palveluista? • Mikä voisi olla tuotteesi tai palvelusi hinta? • Mitä kilpailijat tarjoavat asiakkaille? • Mitä he eivät tarjoa asiakkaille? <ul style="list-style-type: none"> ➤ Voisitko sinä tarjota sellaista asiakkaille?

Asiakkaat

Sinun yrityksesi toimii hyvin vain,
kun sinulla on asiakkaita.

Siksi sinä ajattelet yrityksen asioita
asiakkaan kannalta.

- Kuka on asiakkaasi?
- Paljonko asiakkaita on?
- Missä asiakkaat ovat?
- Mitä asiakkaat haluavat?
- Miksi asiakas valitsee sinut ja sinun yrityksesi?
- Toiveesi: Mitä asiakkaat ajattelevat yrityksestäsi?
- Toiveesi: Mitä tunteita asiakkaallasi on sinun yrityksestäsi?
- Toiveesi: Mitä asiakkaat kertovat yrityksestäsi?
- Mitä yrityksesi lupaa asiakkaille?
 - Mitä hyötyä asiakas saa sinun yrityksestäsi?



<p>Imago ja brändi</p> <p>Imago tarkoittaa ajatuksia ja tunteita eli mielikuvia, joita ihmiset saavat yrityksestäsi. Imagoon vaikuttavat esimerkiksi</p> <ul style="list-style-type: none"> - yrityksen nimi - yrityksen tilat: rakennus, sisustus, siisteys, värit jne. - yrityksen nettisivut ja sosiaalisen median julkaisut - tuotteen tai palvelun hinta ja laatu. <p>Markkinointi luo brändin: ihmisten mielikuvat sinusta, yrityksestä tuotteesta tai palvelusta.</p>	<p>Mitä ihmiset ajattelevat, kun he</p> <ul style="list-style-type: none"> • näkevät ja kuulevat yrityksesi nimen • näkevät yrityksesi (ulkonäkö, sisustus, siisteys jne.) • näkevät tai kuulevat tuotteen tai palvelun hinnan • näkevät yrityksesi nettisivun • jne.?
---	---

2. SWOT-analyysi

Suunnittelet yritystä,

ja silloin arvioit liikeidea,

Käytä arvioinnin apuna SWOT-analyysia.

Vahvuudet
(Strengths)

Heikkoudet
(Weaknesses)

Mahdollisuudet
(Opportunities)

Uhat
(Threats).

Vahvuudet ja heikkoudet ovat **sisäisiä tekijöitä**

eli asioita, jotka liittyvät sinuun ja yritykseesi nyt.

Mahdollisuudet ja uhat tulevat **ulkoa päin, muualta,**

ja ne liittyvät tulevaisuuteen.

SWOT auttaa:

- Kehität vahvuuksia.
- Poistat heikkouksia.
- Selvität ja käytät mahdollisuuksia, joita yritykselläsi voi olla.
- Torjut ja estät riskejä eli uhkia, vaaroja ja vaikeuksia.

Seuraavassa on esimerkki SWOT-analyysistä.

Se on tehty kaupasta,

joka myy lähiruokaa

(ruokaa, joka on kasvatettu kaupan lähellä).

SWOT-kysymykset	Esimerkki yrityksestä: Kauppa, joka myy lähiruokaa
Vahvuudet nyt <ul style="list-style-type: none">• Mitä osaamista sinulla on?• Mitä osaamista on yrityksessäsi?• Miksi liikeideasi on hyvä?• Miksi tuote tai palvelu on parempi kuin muiden yritysten tuote tai palvelu?	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none">- Ei ole paljon kauppoja, jotka myyvät lähiruokaa.- Olen tutkinut asiaa.- Tiedän, mitä lähiruoka on.- Tiedän, mistä sitä voi ostaa.- Tiedän yrittäjät, jotka tuottavat lähiruokaa.
Heikkoudet nyt <ul style="list-style-type: none">• Mikä on liikeideassasi huonoa?• Mihin liiketoiminnan osa-alueeseen tarvitset apua, tukea tai lisää osaamista:<ul style="list-style-type: none">• tuote tai palvelu• asiakkaat• markkinointi• kilpailijat• hinta, hinnoittelu• myynti• asiakaspalvelu• talous: tulot ja menot• osaaminen:<ul style="list-style-type: none">○ Mitä yrittäjä osaa?○ Mitä yrittäjän täytyy vielä oppia?	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- Onko minulla tarpeeksi verkostoja?- Mistä saa hyvää henkilökuntaa myös viikonlopuiksi?- En ole aiemmin markkinoinut palvelua, se on uusi asia minulle.- Liiketilaa vastapäätä on ison kauppaketjun kauppa.

<p>Mahdollisuudet tulevaisuudessa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikä on tuotteesi tai palvelusi markkinoiden tilanne? • Miten voit hyötyä siitä? • Mitä verkostoja sinulla on (perhe, ystävät, asiantuntijat, muut yritykset jne.)? • Miten voit käyttää verkostoja? • Mitä uusia innovaatioita (ideoita, keksintöjä jne.) yrityksesi tuo markkinoille? 	<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hyvät markkinat: ihmiset tarvitsevat aina ruokaa. - Lähiruoka on trendi, joka kasvaa. - Ruualla on tuonnin rajoituksia, ja se lisää lähiruuan kysyntää. - Verkostot auttavat: voin järjestää muiden kanssa teemapäiviä ja retkiä ruuan tuottajien tiloille.
<p>Uhat eli riskit tulevaisuudessa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitkä ovat liikeidean vahvuudet eli parhaat puolet? • Miten ne voittavat uhat, riskit ja pelot? • Mitä ongelmia tai vaikeuksia liikeideassa on? • Mitä vaikeuksia tai ongelmia on yrityksen toimintaympäristössä eli kaikilla asioilla, jotka vaikuttavat yritykseen sen ulkopuolelta: <ul style="list-style-type: none"> ○ markkinat ○ kilpailijat ○ talous ja rahat ○ yhteiskunnan tilanne ja tulevaisuus ○ poliittinen tilanne 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riittävätkö asiakkaat? - Saanko tuotteita silloin, kun asiakkaat haluavat niitä? - Saanko tuotteita tarpeeksi paljon? - Voivatko isot kauppaketjut tarjota samaa tuotetta halvemmalla?

<ul style="list-style-type: none"> ○ laki ja säädökset ○ teknologia ja sen nopea kehitys ○ ekologia eli ympäristön tilanne (ilmastomuutos, kestävä kehitys)? 	
---	--

Harjoittele

Tee yritysideoasi SWOT-analyysi.

Ajattele liikeideoasi

ja vastaa kysymyksiin.

SWOT	Vastauksesi
<p>Vahvuudet nyt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitä osaamista sinulla on? • Mitä osaamista on yrityksessäsi? • Mksi liikeideoasi on hyvä? • Miksi tuote tai palvelu on parempi kuin muiden yritysten tuote tai palvelu? 	

<p>Heikkoudet nyt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikä on liikeideasi huono tai heikko kohta? • Mihin liiketoiminnan osa-alueeseen tarvitset apua, tukea tai lisää osaamista? Esimerkiksi <ul style="list-style-type: none"> • tuote tai palvelu • asiakkaat • markkinointi • kilpailijat • hinta, hinnoittelu • myynti • asiakaspalvelu • talous: tulot ja menot • osaaminen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mitä yrittäjä osaa? ○ Mitä yrittäjän täytyy vielä oppia? 	
<p>Mahdollisuudet tulevaisuudessa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikä on tuotteesi tai palvelusi markkinoiden tilanne? • Miten voit hyötyä siitä? • Mitä verkostoja sinulla on (perhe, ystävät, asiantuntijat, muut yritykset jne.)? • Miten voit käyttää verkostoja? • Mitä uusia innovaatioita (ideoita, keksintöjä jne.) yrityksesi tuo markkinoille? 	

Uhat eli riskit tulevaisuudessa

- Mitkä ovat yritysidean vahvuudet eli parhaat puolet?
- Miten ne voittavat uhat, riskit ja pelot?
- Mitä ongelmia tai vaikeuksia liikeideassa on?
- Mitä vaikeuksia tai ongelmia on yrityksen **toimintaympäristössä** eli kaikilla asioilla, jotka vaikuttavat yritykseen sen ulkopuolelta?

Esimerkiksi

- markkinat
- kilpailijat
- talous ja rahat
- yhteiskunnan tilanne ja tulevaisuus
- poliittinen tilanne
- laki ja säädökset
- teknologia ja sen nopea kehitys
- ekologia eli ympäristön tilanne (ilmastonmuutos, kestävä kehitys).

3. SWOT-analyysi liiketoimintasuunnitelmaan

Kirjoita SWOT-analyysi:
Vahvuudet nyt <ul style="list-style-type: none">• Mitä osaamista sinulla on?• Miksi liikeideasi on hyvä?• Miksi tuote tai palvelu on parempi kuin muiden yritysten tuote tai palvelu?
Heikkoudet nyt <ul style="list-style-type: none">• Mikä liikeideassasi on huono tai heikko kohta?• Mihin liiketoiminnan osa-alueeseen tarvitset apua, tukea tai lisää osaamista?
Mahdollisuudet tulevaisuudessa <ul style="list-style-type: none">• Mikä on tuotteesi tai palvelusi markkinoiden tilanne?• Miten voit hyötyä siitä?• Mitä verkostoja sinulla on? (perhe, ystävät, asiantuntijat, muut yritykset jne.)• Miten voit käyttää verkostoja?• Mitä uusia innovaatioita (ideoita ja keksintöjä jne.) yrityksesi tuo markkinoille?
Uhat eli riskit tulevaisuudessa <ul style="list-style-type: none">• Mitkä ovat yritysideoan vahvuudet eli parhaat puolet?• Miten ne voittavat uhat, riskit ja pelot?• Mitä ongelmia tai vaikeuksia liikeideassa on?• Mitä vaikeuksia tai ongelmia on yrityksen toimintaympäristössä eli asioissa, jotka vaikuttavat yrityksen ulkopuolella.
Lisää SWOT-analyysin vastaukset liiketoimintasuunnitelmaan osaan 11.

Lähteet

Kevytyrittäjät. 23.10.2024. Mikä on SWOT-analyysi ja miten se tehdään? <https://kevytyrittajat.eezy.fi/blogi/swot-analyysi/>. Viitattu 16.10.2025.

Kuure, Selina. 15.7.2025. Imago syntyy asiakkaan mielessä – Näin siihen voi vaikuttaa. <https://arcticnexus.com/imago/>. Viitattu 16.10.2025.

Pettinen, Hannu. 11.6.2024. Miten rakentaa yritykselle erottuva ja vahva brändi? Myynnin maailma. <https://myynninmaailma.fi/asiiantuntija-artikkelit/brandi/miten-rakentaa-yritykselle-erottuva-ja-vahva-brandi/>. Viitattu 16.10.2025.

Sanoma. Brändin rakentaminen ja tunnettuus: mistä kestävä ja hyvä brändi ponnistaa? 10.6.2025. https://media.sanoma.fi/ajankohtaista/brandin-rakentaminen-ja-tunnettuus-mista-kestava-ja-hyva-brandi-ponnistaa?gad_source=1&utm_campaign=mainonta_yleinent&utm_content=brandimainonta&utm_medium=cpc&utm_source=google. Viitattu 16.10.2025.

Tavaramerkki.fi. Yleistä käytännön tietoa tavaramerkeistä. <https://tavaramerkki.fi/tietoa-tavaramerkeista/>. Viitattu 16.10.2025.

Yritystoiminta. Yritys- ja ympäristöanalyysi SWOT. <https://www.osaavayrittaja.fi/ideasta-liikeideaksi/yritys-ja-ymp%C3%A4rist%C3%B6analyysi-swot>. Viitattu 16.10.2025.

Tämä materiaali on tuotettu VIERKO 2-hankkeessa vuosina 2025–2027.

VIERKO on toteutettu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2024 myöntämällä ammatillisen koulutuksen strategiarahoituksella.

VIERKO on seitsemänkymmenen (71) koulutuksen järjestäjän yhteisponnistus.

Työtä on koordinoanut Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keuda.

Hankkeessa on kehitetty vieraskielisen koulutuksen laatua ja kotimaisten kielten opetuksen tarjontaa ammatillisessa koulutuksessa.

Lisätietoa:

<https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2>

Oppimateriaalien CC-lisenssi:



[CC BY-SA 4.0 Deed](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) | [Nimeä-JaaSamoin 4.0 Kansainvälinen](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) | [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)