



TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tampere University of Applied Sciences

Palvelutuotteen hinnoittelulaskelmaesimerkkejä
Fantasy Promotions Avoin yhtiö

Susanna Laine

Opinnäytetyö
Toukokuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto

LAINEN, SUSANNA:

Palvelutuotteen hinnoittelulaskelmaesimerkkejä; Fantasy Promotions Avoin yhtiö

Opinnäytetyö 40 s.

Toukokuu 2011

Opinnäytetyön tavoitteena oli toimia oppaana kahdelle aloittavalle yrittäjälle sekä tarkastella heidän liikeidean kannattavuutta. Fantasy Promotions on kahden naisen perustama avoin yhtiö ja se toimii Helsingissä. Heidän yritysideoinsa syntyivät yhteisestä näkemyksestä luoda asiakkailleen mieleen painuvia elämyksiä. He haluavat järjestää juhlia, joissa vain taivas on rajana. Yrittäjillä on aikaisempaa kokemusta tapahtumien järjestämisestä ja markkinoinnista, mutta heidän kokemuksensa yrityksen laskentatoimesta ovat vähäiset.

Tutkimuksen aiheena oli Fantasy Promotionsin sisäinen laskentatoimi, jonka kautta tarkastellaan kannattavuutta ja hinnoittelua. Työn teoriaosuudessa käsitellään näiden lisäksi myös yritystoimintaa sekä rahoitusta, Työn tavoite on saada näkemys tarvittavan katteen ja myynnin määrästä, jolloin Fantasy Promotionsin yritystoiminta muodostuisi kannattavaksi. Kannattavuutta tarkastellaan kahden eri palvelupaketin hinnoittelun avulla.

Tutkimuksen perusteella Fantasy Promotionsin toiminta on mahdollista saada kannattavaksi. Tämän opinnäytetyön avulla yrittäjillä on myös valmiudet laskea muiden palvelupakettien tunnuslukuja, jolloin voidaan vertailla, mitkä palvelupaketit ovat parhaimmat yrityksen kannattavuutta ajatellen. He ymmärtävät paremmin yrityksen laskentatoimea ja kuinka kulut tulisi kattaa. Laskentatoimen lisäksi on hyvä pitää mielessä, kuinka saadaan myyntituottoja ja kuinka saadaan asiakkaat kiinnostumaan Fantasy Promotionsista. Kontakti on kaiken alku ja samalla asiakkaille muodostuu mielipide yrityksestä ja sen palveluista. Jokainen kohtaaminen on yritykselle tilaisuus tehdä vaikutus.

Opinnäytetyön tutkimuksen tuloksia ei julkaista. Tutkimusosuuksien laskelmien luvut on muutettu X-muotoon.

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Accountancy and Business Administration

LAINEN, SUSANNA:

Examples of service product pricing; Fantasy Promotions, a general partnership

Bachelor's thesis 40 p.

May 2011

The purpose of this bachelor's thesis was to create a guide for a starting business Fantasy Promotions general partnership. The purpose was to process management accounting in the company and profitability of their business idea. Fantasy Promotions is a general partnership that was established by two women in Helsinki. Their business idea is to organize different kind of impressive events for their customers. Entrepreneurs already have experience of hosting events and marketing, but they lack the experience of accounting.

The subject of this bachelor's thesis was the management accounting of Fantasy Promotions that includes profitability and pricing. The theory also includes entrepreneurship and financing. The goal of this bachelor's thesis was to outline the amount of sales that Fantasy Promotions needs to maintain profitability. Profitability is examined by the help of two service packages.

Considering the goal of getting the business to succeed and being profitable, the work was successful. By the help of this bachelor's thesis, entrepreneurs have the facility to calculate the prices for other service packages. Then they can compare which service packages are the best considering the profitability. They also have better understanding of management accounting and how to manage to cover the expenses. In addition, it is good to remember how to attract customers to Fantasy Promotions. Contact is essential to the image that customers receive of the company and its services. Contact is the beginning of everything and it has the influence to the image, that is been created to the customers. Every meeting is a good opportunity to make a good impression on the biggest potential client.

Keywords: Management accounting, profitability, pricing

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen tausta	6
1.2 Tutkimuksen tavoitteet.....	7
1.3 Rajaus ja menetelmä	8
2 YRITYSTOIMINTA.....	10
2.1 Yrittäjäyys.....	10
2.2 Pieni ja keskisuuri yritys	11
2.3 Yhtiömuodot Suomessa	12
2.4 Avoin yhtiö	13
2.5 Perustetut ja lopetetut yritykset Suomessa.....	14
3 ALOITTAVAN YRITYKSEN RAHOITUS.....	15
3.1 Luotot ja vakuudet	15
3.2 Rahoitus- ja avustusmuotoja	16
4 SISÄINEN LASKENTATOIMI.....	18
5 KANNATTAVUUS.....	20
5.1 Tuotot	20
5.2 Kustannukset.....	21
5.2.1 Muuttuvat kustannukset	22
5.2.2 Kiinteät kustannukset.....	22
5.2.3 Kokonaiskustannukset.....	23
5.3 Katetuottolaskenta.....	23
6 PALVELUN HINNOITTELU	25

	5
6.1 Pakettihinnoittelu	25
7 ALOITTAVA YRITYS FANTASY PROMOTIONS AVOIN YHTIÖ	28
7.1. Polttaripaketti 10 henkeä.....	29
7.2 Yritysedustuspaketti.....	30
7.3 Kuukausitasoinen kannattavuuslaskelma.....	32
7.3.1 Kannattavuuskuvio.....	34
7.3.2 Katetuottolaskenta.....	35
7.3.3 Katetuottokuvio.....	35
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	37
LÄHTEET.....	39

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen tausta

Liiketoiminta on hyödykkeiden, eli tavaran tai palvelun vaihdantaa. Liiketoiminta vaatii tehokasta johtamista, ja menestyminen edellyttää hyvää suunnittelua ja tapahtumien ennakoimista. Hyvät suunnitelmat helpottavat yritystoiminnan käynnistämistä, koska ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pitää hyvin paikkaansa liiketoiminnassa. Mitä monimuotoisempaa yritystoiminta on, sitä enemmän tarvitaan huolellisempaa suunnittelua, jotta kaikki toimintaan vaikuttavat tekijät tulevat huomioituksi. Nykypäivänä kovan kilpailun markkinoilla tarvitaan ennakointia, jotta pystytään vastaamaan kilpailun haasteisiin ja menestymään paremmin kuin kilpailijat. (Koski & Virtanen 2005, 8)

Fantasy Promotions on kahden naisen toimesta perustettu avoin yhtiö. Yritys on virallisesti perustettu syksyllä 2010 ja se toimii Helsingissä. Fantasy Promotionsin yritysidea syntyi naisten yhteisestä näkemyksestä ja intohimosta luoda asiakkailleen mieleen painuvia elämyksiä. He haluavat tarjota aidolla ystävällisyydellä suoritettua asiakaspalvelua ja järjestää juhlia. Yritys siis on erikoistunut tapahtumien järjestämiseen, joihin kuuluvat esimerkiksi yritysjuhlat, polttarit, syntymäpäivät ja pikkujoulut.

Fantasy Promotionsin yrittäjillä on aikaisempaa kokemusta tuotepromootiosta, tapahtumien järjestämisestä ja markkinoinnista, ja se takaa asiakkaille ammattimaisen palvelun. Toinen yrittäjästä on vaatealan ammattilainen ja hän toimii pukuompeelijana. Pukuompeelijalla on valmiudet toimia pukeutumisen asiantuntijana sekä valmistus- että myyntitehtävissä ateljeissa, tehtaissa tai omassa yrityksessään. Toinen Fantasy Promotionsin yrittäjästä on ammattitaitoinen meikkaaja-maskeeraaja. Meikkitaiteilijan osaamisalueeseen kuuluvat mm. väri- ja muoto-oppi, ihonhoito, kulmien ja ripsien kesto värjäys sekä muotoilu, päivä- ja iltameikit sekä häämeikki. Hänen koulutuksensa antaa valmiudet toimia myös maskeeraajana elokuva- ja teatterimaailmassa. Heillä on suunnitelmissa tulevaisuudessa harjoittaa mahdollisesti myös stylistipalvelua, jossa

asiakkaalle valitaan hänen omalle vartalotyypille sopivia vaatteita, sekä kasvopiirteille sopivaa meikkiä.

Yrittäjät eivät ole toistaiseksi sijoittaneet yritykseensä pääomaa tai hakeneet ulkopuolisia sijoittajia. Opinnäytetyön tarkoitus on tehdä opas kannattavuudesta kahdelle yrittäjälle, jotka toistaiseksi ovat vielä palkkatyössä. Heidän yritys on vielä vain osittain toiminnassa, eikä heillä toistaiseksi ole liiketoimitiloja. Tarkastelen tässä tutkielmassa arvioituilla, mutta perustelluilla luvuilla sitä, minkä verran yrityksen tulee saada myyntituloa kattaakseen kustannukset. Ensimmäisten vuosiansa aikana yritystoiminnan menot täytyy pystyä kattamaan, koska tuloja ei vielä synny. Siksi yritys yleensä tarvitseekin joko lainaa tai sijoittajia, että toiminta saadaan käynnistettyä. Yritystoiminnan yksi keskeisempiä tavoitteita on menestyminen, eli toiminnan saaminen kannattavaksi. Se ei aina ole aina mahdollista ja yrittäjä ottaakin aina riskin perustaessaan yritystä.

Riski on yritystoiminnan yksi ominaispiirteistä ja jotta pystyttäisiin menestymään, on oltava näkemys kohdattavista riskeistä ja kuinka niihin suhtaudutaan. Liikeriskit kuuluvat yritysten normaaliin toimintaan ja niihin voi liittyä tappion ohella myös tuotto-odotusten pieneneminen tai niiden toteutumatta jääminen. Pääasiassa liikeriskiä on mahdotonta vakuuttaa ja se toteutuu, jos yritys ei saa tarpeeksi asiakkaita ja toiminta muodostuu tappiolliseksi. Suomessa yrityksiä joutuu konkurssiin vuosittain 2000-6000 kappaletta suhdannevaihteesta riippuen. (Kinkki & Isokangas 2002, 124)

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Yrittäjäksi aikovan täytyy pystyä selvittämään, onko hänen yritysidea kannattava. Tärkeää on laskea riittävätkö yrityksen rahavarat, onko maksuvalmiutta ja onko vakavaraisuus hyvällä tasolla. Ei ole olemassa oikeaa ja väärää vastausta, mutta väärästä laskennasta yritys voi joutua taloudellisiin vaikeuksiin, joista voi seurata konkurssi. Katelaskelmien avulla suunnittelu ja toteutus on vakaammalla pohjalla. (Siikavuo 2003, 14) Tässä tutkielmassa tarkastellaan Fantasy Promotionsin, aloittavan palveluyrityksen, mahdollisuuksia toimia kannattavasti.

Moniin palvelu yrityksiin sopii katetuottolaskenta, koska niiden myynnissä korostuu työsuoritteiden osuus ja työkustannukset ovat yleensä suurin kustannus. Palvelu yrityksissä on järkevää laskea asiakaskohtaisia kannattavuuksia, koska asiakkaat eivät ole samanlaisia. Osa asiakkaista voi aiheuttaa paljon työtä, viedä työaikaa ja synnyttää paljon kustannuksia. Tarkastaessa asiakaskannattavuutta, on tärkeää selvittää, millaisia toimintoja yrityksessä on, mitä toimintoja eri asiakkaat käyttävät ja kuinka paljon he niitä käyttävät. (Eskola & Mäntysaari 2006, 40-41)

Palvelu yrityksen toiminnalla on kiinteä kapasiteetti, koska käytettävissä olevat tilat ja henkilöstö on vakio. Myynnin vaihtelut voivat olla suuria, koska palvelua ei pysty tuottamaan varastoon, vaan myynti toteutetaan asiakkaan tarpeiden mukaan. Usein toiminnassa onkin hiljaisia ja vilkkaita kausia (Selander & Valli 2007, 11). Tämän uskotaan näkyvän myös Fantasy Promotionsin toiminnassa, koska talviaika on usein tapahtumien osalta hiljaisempaa, lukuun ottamatta pikkujoulu aikaa. Vuoden lopussa yritykset järjestävät usein pikkujouluja henkilöstölleen. Kesäajan uskotaan olevan tapahtumien osalta kiireisempää, koska silloin ihmisillä on enemmän vapaa-aikaa ja he haluavat viettää aikaa ulkona. Esimerkiksi hääjuhlia järjestetään paljon kesällä, mikä tarkoittaa myös polttarijuhlien järjestämistä.

1.3 Rajaus ja menetelmä

Tutkimuksen teoriaosuus alkaa yritystoiminnan käsittelyllä, jossa tarkastellaan yrittäjyyttä ja pk-yritystä (pieni ja keskisuuri yritys). Tässä luvussa havainnollistetaan myös kaavioiden avulla eri yhtiömuotojen lukumäärää vuonna 2009, sekä perustettujen ja lopetettujen yritysten lukumäärää viime vuosina. Niistä saamme kuvan, kuinka yhtiömuodot jakautuvat prosentuaalisesti ja myöskin kuinka moni yritys on joutunut lopettamaan yritystoimintansa viime vuosina verrattuna perustettujen yritysten lukumäärään.

Kolmannessa luvussa käsitellään aloittavan yrityksen rahoitusta. Tällä hetkellä Fantasy Promotions ei aio turvautua ulkopuoliseen rahoitukseen, mutta tärkeää on tietää, mistä rahoitusta pystyy hakemaan. Yritystoiminnan laajentuessa voi myös tulla tarvetta eri investoinneille, joihin tarvitaan rahoitusta.

Neljäs luku käsittelee tutkimuksen keskeisintä teoriaa, sisäistä laskentatoimea. Sisäinen laskentatoimi on yritykselle vapaaehtoista, eikä yleensä ole julkista. Se on tarkoitettu käytettäväksi yrityksen sisäisesti, kun ulkoinen laskentatoimi on taas yrityksille pakollista. (Mäkinen, Stenbacka & Söderström 2005, 9) Ulkoinen laskentatoimi tuottaa numeraalista tietoa liiketoiminnassa yrityksen ulkopuolisille sidosryhmille, kuten veronsaajalle ja rahoittajille. Yrityksen liikekirjanpito on ulkoisen laskentatoimen perusta ja sen perusteella yritykselle laaditaan tilinpäätös sekä lasketaan yrityksen verotettava tulos. Ulkoinen laskentatoimi on yritykselle lakisääteistä ja siksi pakollista. (Selander & Valli 2007, 22-23) Viidennessä luvussa käsitellään yrityksen kannattavuutta ja se sisältää yrityksen eri tuotot ja kustannukset, sekä katetuottolaskennan. Näitä teorioita sovelletaan Fantasy Promotionsin toimintaan. Kuudennessa luvussa käsitellään palvelun hinnoittelua sekä palvelupakettien ominaisuuksia. Fantasy Promotions on palveluyritys ja niissä onkin omat ominaisuuspiirteensä, mitkä vaikuttavat sen tuotteiden hinnoitteluun. Koska palvelu on aineeton, on vaikea osoittaa asiakkaalle, mitä hän on ostamassa.

Teorian jälkeen siirrytään tutkimusosuuteen, jossa lasketaan arvioituilla, mutta perustelluilla luvuilla Fantasy Promotionsin kannattavuutta. Tutkimusosuus on rajattu yrityksen sisäiseen laskentatoimeen ja se sisältää Fantasy Promotionsin tuotepakettien hinnoittelua, sekä kannattavuuslaskelman kuukausitasolla. Tutkimusosuuden tuloksia havainnollistetaan kaavioin. Tutkimus jatkuu johtopäätöksiin, jossa päätelmiä saaduista tuloksista sekä omaa pohdintaa.

2 Yritystoiminta

Yritystoiminnalla on keskeinen rooli yhteiskunnassamme. Ne tuottavat pääosan yhteiskunnassa tarjottavista tavaroista ja palveluista. Ne luovat myös työpaikkoja, maksavat veroja ja käyvät ulkomaankauppaa, sekä edistävät kehitystä yhteiskunnassamme. Yritys antaa yrittäjälle itselleen mahdollisuuden toteuttaa itseään. (Kinkki & Lehtisalo 2001, 9) Yritystoiminnan tarkoitus on toimia kannattavasti ja se tarkoittaa sitä, että pitkällä aikavälillä myynnistä saadut tulot ylittävät sen aikaansaamiseen uhratut menot. Yrityksen menestyminen on yrittäjän toimeentulon edellytys. Yritystä perustettaessa ei voida kuitenkaan olla varmoja sen menestyksestä, vaan yrittäjä ottaa riskin epäonnistumisesta. Yritystä perustettaessa yrittäjällä täytyy siis olla hyvät edellytykset yritystoimintaan, esimerkiksi hyvä tuotantoidea tai ylivoimainen osaaminen. (Kinkki & Lehtisalo 2001, 15)

2.1 Yrittäjyys

Yrittäjyydellä tarkoitetaan itsenäistä taloudellista toimintaa, jonka tulos ei ole tiedossa. Se on prosessi, joka tuottaa arvoa, johon käytetään paljon aikaa ja fyysisiä sekä henkisiä ponnisteluja. Tähän otetaan huomioon rahalliset, fyysiset sekä sosiaaliset riskit, jotka kuuluvat oleellisena osana yrittämiseen. Nämä ovat panoksia, jotka syötetään yritystoiminnan tuotantoprosessiin jotta saavutettaisiin taloudellinen ja henkilökohtainen tavoite. (Siikavuo 2003, 12)

Usein yrittäjyys nähdään uuden luojana, muutoksen edistäjänä ja kasvun katalysoijana. Se on kansainvälinen ilmiö, joka koskettaa myös Suomea. Useat yhteiskunnalliset muutokset ovat korostaneet yrittäjyyden merkitystä maassamme, esimerkiksi talouden lama, globalisaatio, julkisen sektorin roolin muuttuminen palveluiden tuottajasta niiden järjestäjäksi sekä väestön ikääntyminen. Muutos on luonteeltaan niin kokonaisvaltainen ja yhteiskuntaa koskettava, että puhutaan jo siirtymästä palkkatyöyhteiskunnasta yrittäjyisyhteiskuntaan. Yrittäjyyden ja palkkatyön välinen raja on selvästi hämärtyneessä. (Opetushallitus 2010).

Liiketoiminnassa yrittäjä asettaa selkeän päämäärän, johon hän pyrkii saavuttamaan. Päämääränsä selkiyttäneelle yrittäjälle on muodostunut ajatus siitä, mitä varten hänen yrityksensä on olemassa. Tämän toiminta-ajatuksen voi tiivistää muutamaan lauseeseen ja sitä voi tarkentaa säännöllisin väliajoin. Strategiaa ja yrityspolitiikkaa hyväksi käyttäen yrittäjä pyrkii saavuttamaan tavoitteensa. Yrittäjän on siis löydettävä oikea tuote tai palvelu, hinta ja oikea markkinoille tarjottava kappalemäärä. Tuotetta tai palvelua on myytävä tarkan katelaskennan pohjalta. Markkinoiden seulonta ja menekin kartoitus on tärkeä menestyksen perustekijä. (Siikavuo 2003, 14) Fantasy Promotionsilla on ajatus siitä miksi yritys on olemassa: luoda asiakkaille mieleen painuvia elämyksiä joissa vain taivas on rajana. Arvioimalla eri palvelupakettien hintoja ja laskemalla niille tarvittava kate, voidaan luoda edellytykset kannattavaan yritystoimintaan.

2.2 Pieni ja keskisuuri yritys

Yritys määritellään pk-yritykseksi (pieni ja keskisuuri yritys), jos se työllistää alle 250 henkilöä. Myös sen vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa, ja se täyttää tämän perusteen riippumattomuudesta: *riippumattomia yrityksiä ovat ne yritykset, joiden pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän ei ole yhden sellaisen yrityksen omistuksessa tai sellaisten yritysten yhteisomistuksessa, joihin ei voida soveltaa tilanteen mukaan joko Pk-yrityksen tai pienen yrityksen määritelmää.* 50-249 henkilöä työllistävät yritykset ovat keskisuuria, kun taas alle 50 työntekijän yritykset ovat pieniä. Yritys määritellään suuryritykseksi, jos se työllistää 250 henkilöä tai enemmän. (Suomen yrittäjät 2010; Tilastokeskus 2010)

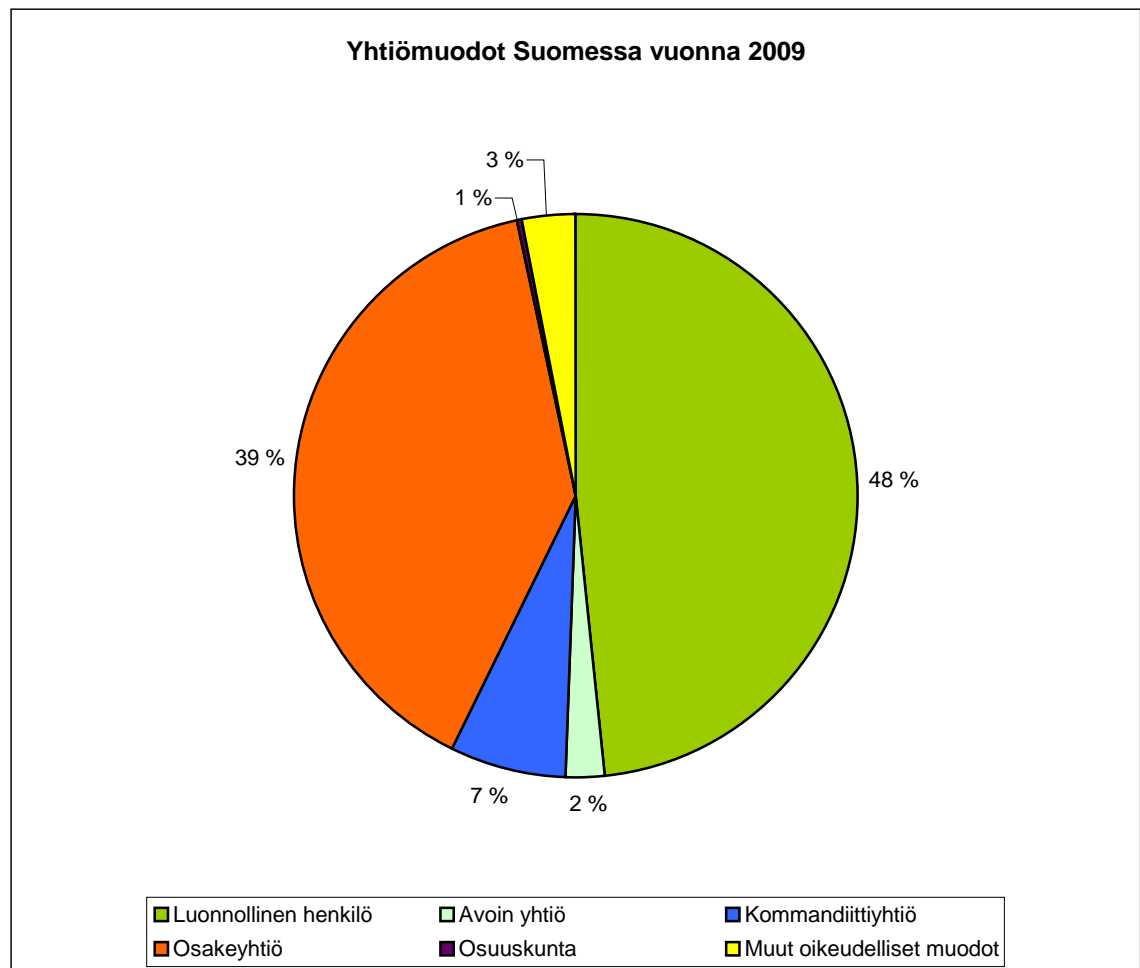
Mikroyrityksellä tarkoitetaan yritystä, jossa työskentelee vähemmän kuin 10 henkilöä. Mikroyrityksen vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään kaksi miljoonaa euroa ja täyttää edellä mainitun määritelmän yrityksen riippumattomuudesta. (TE-keskus 2009, 156) Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2009 Suomessa oli kaikkiaan 320 682 yritystä, joista alle 10 työntekijän yrityksiä (mikroyrityksiä) on 93,4 prosenttia. (Suomen yrittäjät 2010; Tilastokeskus 2010)

2.3 Yhtiömuodot Suomessa

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2009 kaikkien toimialojen yhtiömuodot jakaantuivat seuraavanlaisesti:

Luonnollinen henkilö	154 870 kpl
Avoin yhtiö	7 564 kpl
Kommandiittiyhtiö	21 151 kpl
Osakeyhtiö	125 971 kpl
Osuuskunta	1 646 kpl
Muut oikeudelliset muodot	9 480 kpl

Alla olevassa taulukossa on esitetty eri yhtiömuotojen prosentuaalinen jakauma:



(KUVA 1: Yhtiömuodot Suomessa vuonna 2009)

2.4 Avoin yhtiö

Tutkimuksen kohteena oleva Fantasy Promotions on yhtiömuodoltaan avoin yhtiö, jossa liiketoimintaa harjoittaa kaksi henkilöä yhdessä. Avoin yhtiö on itsenäinen oikeushenkilö ja se omistaa itse taseen mukaisen omaisuutensa ja on velkasuhteessa velkojiinsa yhtiönä. Molemmilla yhtiömiehillä on oikeus tehdä sitovia sopimuksia, sekä oikeus edustaa yhtiötä. Yhtiömiehet ovat kuitenkin henkilökohtaisessa vastuussa yhtiön tekemistä sitoumuksista ja siksi sitä kutsutaankin ”luottamusyhtiöksi”. Avoin yhtiö on mahdollista perustaa ilman rahapanosta, pelkkä työpanos riittää. Perustaessa avointa yhtiötä on laadittava kirjallinen sopimus. Yhtiösopimuksessa on mahdollista vapaasti sopia, miten yhtiötä käytännössä hoidetaan, mutta päällimmäisenä tähän kuuluvat voitonjako sekä yhteinen päätöksenteko. Voitto voidaan sopia jaettavaksi esimerkiksi työpanoksen tai sijoitetun pääomapanosten suhteen. (Viitala 2006, 56). Fantasy Promotions on perustettu ilman rahapanosta ja yhtiösopimuksessa on sovittu, että voitto jaetaan tasan 50/50 yhtiömiesten kesken.

Kaupparekisteri edellyttää seuraavien asioiden määrittelemistä avoimen yhtiön yhtiösopimuksessa:

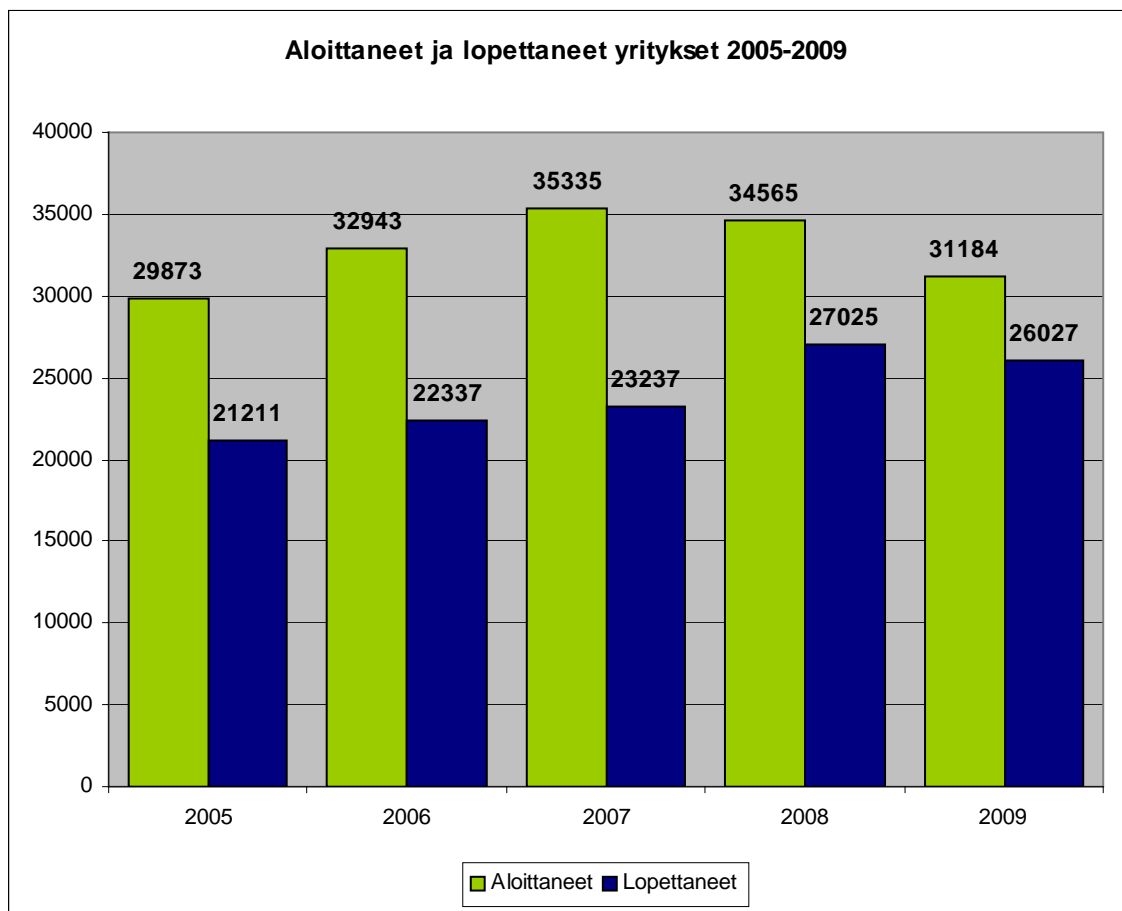
1. yhtiön toiminimi
2. yhtiön kotipaikka (kunta, josta yhtiön toimintaa johdetaan)
3. yhtiön toimiala (toiminnan laatu)
4. yhtiömiesten nimet
5. yhtiön tilikausi

Näiden lisäksi yhtiösopimuksessa olisi aiheellista olla:

6. yhtiömiesten panokset ja työnjako
7. toiminimen kirjoittaminen
8. voiton- ja tappionjakosäännökset, mikäli ne poikkeavat lainmukaisesta
9. yhtiösopimuksen muuttaminen
10. toiminnan jatkaminen yhtiömiehen kuoltua

2.5 Perustetut ja lopetetut yritykset Suomessa

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2009 toimintansa aloitti 31 184 uutta yritystä. Koko yrityskannasta aloittaneiden yritysten osuus oli 9,6 prosenttia. Vuonna 2009 toimintansa lopetti 26 027 yritystä. Lopettaneiden yritysten osuus koko yrityskannasta oli 7,9 prosenttia vuonna 2009. Kuntakohtaisen tarkastelun perusteella vuonna 2009 yrityskanta kasvoi eniten Helsingissä, jossa aloitti 5 388 ja lopetti 4 467 yritystä. Luvuissa ovat mukana mm. yhtiöittämisten ja fuusioiden seurauksena tapahtuneet yritysten muutokset. (Tilastokeskus 2010)



(KUVA 2: Aloittaneet ja lopettaneet yritykset v. 2005-2009)

3 Aloittavan yrityksen rahoitus

Yritystoiminnan tavoite on saada toiminta kannattavaksi ja alkuvaiheessa menoja on enemmän kuin tuloja. Säilyttääkseen maksuvalmiutensa yrityksen on turvauduttava rahoitukseen, koska yritystoiminnan alkuvaiheessakin täytyy maksaa palkkoja ja käyttää rahaa palvelun tuottamiseen, ennen kuin voidaan odottaa asiakkailta maksua palvelusta. (Kinkki & Lehtisalo 2001, 139-140) Aloittavan yrityksen rahoituksen suunnittelussa keskeisiä tekijöitä ovat yritystoimintaan sijoitettavissa olevan pääoman määrä, millaisia vakuuksia on käytettävissä ja mitä raha maksaa, eli mikä on korko. Tärkeää on aina myös selvittää, onko mahdollista saada julkista rahoitusta tai tukea. Julkinen tuki aloittaville yrityksille on riippuvainen yrityksen sijaintipaikasta ja toimialasta. (TE-keskus 2009, 153)

3.1 Luotot ja vakuudet

Yrittäjän sijoittama oma pääoma on yritystoiminnan kannalta tärkeää siksi, että se antaa rahoittajille uskottavuutta hankkeeseen. Oman pääomanehtoista rahaa ovat myös yritystoimintaan saatavat avustukset. Yritystoiminnassa on tärkeää osata arvioida, mikä on yrityksen omaisuuden vakuusarvo, eli kuinka paljon on mahdollista saada lainaa vakuuksia vastaan. Vakuuden arvon määrittää aina lainanantaja ja arvo määräytyy markkina-arvon mukaan. Yrityksen vieraan pääoman lähde on yleensä pankkilaina. Lainan vakuudeksi pankit vaativat aina turvaavan vakuuden ja vakuutena ei pidetä henkilötakausta. Luoton nostamisen yhteydessä peritään järjestelypalkkio. Kone- ja laitehankintoja voidaan rahoittaa rahoitusyhtiöiden kautta. Leasing-rahoituksella tarkoitetaan koneen tai laitteen pitkäaikaista vuokrausta. Investointirahoitus sopimus on osamaksusopimus, jossa kaupan kohteena oleva laite siirtyy yrityksen omaisuudeksi. Yleensä luoton vakuutena on kohteena oleva kone tai laite, jolloin pankkikelpoisia vakuuksia ei sitoudu laitteen hankintaan.

Viitekoroista tavallisimpia ovat euribor ja pankkien omat prime-viitekorot. Euribor (Euro Interbank Offered Rate) on euroalueella toimivien pankkien keskinäisten yön yli luottojen toteutunut painotettu keskikorko. Ne perustuvat euroalueen merkittävimpien pankkien keskinäisen rahoituksen hintaan. Prime-korko on pankin itsensä määräämä viitekorko, jota sovelletaan lainoihin ja talletuksiin. Prime-korko toimii markkinoiden ehdoilla. (TE-keskus 2009, 153-154)

3.2 Rahoitus- ja avustusmuotoja

	Avustukset	Lainat	Takaukset	Osakepääomasij.
Investoinnit	TE-keskus	Finnvera	Finnvera	Finnvera Tekes
Käyttöpääoma	TE-keskus Työ- ja elinkeinoministeriö	Finnvera	Finnvera	Finnvera Tekes
Kehittäminen	TE-keskus Työ- ja elinkeinoministeriö Keksintösäätiö	Finnvera Tekes Keksintösäätiö	Finnvera	Finnvera Sitra Tekes
Kansainvälistyminen	TE-keskus		Finnvera	Finnvera Tekes

(TAULUKKO 1: Rahoitus ja avustusmuodot)

(TE-keskus 2009, 155)

Kun aloittava yritys työllistää enintään viisi henkilöä, kuten Fantasy Promotions, ovat naisyrittäjälaina, pienlaina sekä pientakaas suositeltavia vaihtoehtoja.

”**Naisyrittäjälaina** on tarkoitettu yritykselle, jossa naiset ovat enemmistöosakkaina ja jota yksi naispuolisista osakkaista johtaa päätoimisesti. Yritys voi olla toimintaansa aloittava tai jo toimiva yritys, joka työllistää enintään viisi henkilöä. Naisyrittäjälainaa käytetään yrityksen liiketoimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin, muihin toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin tai yrityksen kehittämiseen. Finnvera voi myöntää naisyrittäjälainaa yhdessä tai useammassa erässä kuitenkin yhteensä enintään 35 000 euroa. Lisäksi Finnveran muu rahoitus on mahdollista. Naisyrittäjälaina voidaan myöntää kaikille yritysmuodoille ja

sitä voi täydentää työministeriön myöntämä starttiraha. Lainalle on vuosien 2007-2013 aikana mahdollista saada Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) korkotukea, mikäli yritys ja hanke sijaitsevat EU-alueohjelmien tavoitealueella ja tukikelpoisuusehdot täyttyvät.”

”**Pienlaina** on tarkoitettu toimintaansa aloittavan tai jo toimivan pienen yrityksen toiminnan rahoittamiseen. Pienlainaa voi hakea yritys, jossa työskentelee enintään viisi henkilöä ja jossa perustaja työllistää itsensä. Lainaa käytetään yrityksen liiketoimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin tai muihin toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin tai yrityksen kehittämiseen. Finnvera voi myöntää pienlainaa yhdessä tai useammassa erässä kuitenkin yhteensä enintään 35 000 euroa. Lisäksi Finnveran muu rahoitus on mahdollista. Pienlainaa voidaan myöntää kaikille yritysmuodoille, ja sitä voi täydentää työministeriön myöntämä starttiraha. Pienlainaa voidaan myöntää eri toimialoilla toimiville yrityksille lukuun ottamatta yrityksiä varsinaisessa maatilataloudessa, metsätaloudessa tai rakennusliiketoiminnan perustajaurakoinnissa. Lainalle on vuosien 2007-2013 aikana mahdollista saada Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) korkotukea, mikäli yritys ja hanke sijaitsevat EU-alueohjelmien tavoitealueella ja tukikelpoisuusehdot täyttyvät.”

”**Pientaka**us auttaa yritystä saamaan rahoitusta pankista erilaisiin investointi- ja käyttöpääomatarpeisiin. Pientaka on tarkoitettu perustettaville tai jo toimiville, enintään 49 henkilöä työllistävälle yrityksille. Yritys esittää rahoitushakemuksensa omalle pankilleen. Pankki arvioi yrityksen toimintaedellytykset ja vakuuksiin liittyvät riskit ennen rahoituksen myöntämistä. Pankki hakee yrityksen puolesta pientakausta sähköisesti Finnverasta, minkä perusteella Finnvera tekee takauspäätöksensä. Yritys ei ole pientakauksen yhteydessä yleensä lainkaan suoraan yhteydessä Finnveraan. Pientaka perustuu Finnveran ja pankkien väliseen pientakaussopimukseen, mikä mahdollistaa takaushakemuksen nopean käsittelyn Finnverassa. Sopimuksessa ovat mukana Nordea Pankki Suomi Oyj:n, Sampo Pankki Oyj:n, Aktia Pankki Oyj:n, Svenska Handelsbanken AB:n, Säästöpankki Optian, osuuspankkien, Helsingin OP:n, paikallissäästöpankkien ja paikallisosuuspankkien konttoriverkostot. Jos pankki ei ole liittynyt pientakauksen käyttäjäksi, voidaan pankin myöntämien lainojen takauksena käyttää Finnveran muita takauksia. Finnveran takausosuus voi olla enintään 60 % kuitenkin siten, että yhdelle yritykselle myönnettyjen pientakausten määrä voi olla yhteensä enintään 85.000 euroa. (Finnvera n.d.)”

4 Sisäinen laskentatoimi

Menestyäkseen jokaisen yrityksen on toimittava kannattavasti. Se tarkoittaa sitä, että yrityksen tulos on positiivinen, eli saadaan voittoa. Tuottojen avulla on kyettävä kattamaan aiheutuneet kustannukset. Yrityksen on myös toimittava taloudellisesti, jolloin palvelut pyritään tuottamaan mahdollisimman pienin kustannuksin. Kannattavuuden edellytys on siis taloudellisuus ja toiminnan tehokkuus näkyä yrityksen tuottavuutena. (Eskola & Mäntysaari 2006, 8.) Tuottavuus tarkoittaa tehokkuutta yhdistettynä tuotteen tai palvelun arvoon asiakkaalle. Sillä tarkoitetaan tuotoksen ja panosten suhdetta ja se merkitsee tehokkuutta, johon yhdistyy palvelun arvo asiakkaalle. Niitä voivat olla esimerkiksi hyödyllisyys, sopivuus, ainutlaatuisuus ja saatavuus. (Elinkeinoelämän keskusliitto EK 2010.)

Taloushallinto on tukitoiminto joka palvelee liikkeenjohtoa. Sen tehtävänä on tuottaa tietoa johtamisen avuksi, tukea yrityksen prosesseja ja huolehtia taloudellisesta osaamisesta yrityksessä. Laskentatoimi on yrityksen taloushallinnon apuväline, joka kerää ja rekisteröi tietoja yrityksen toiminnoista, ja laatii laskelmia ja raportteja sidosryhmien päätöksenteon tueksi. (Eskola & Mäntysaari 2006, 8)

Laskentatoimen tehtävät jakautuvat kahteen päätehtävään. Toinen perustehtävä on kerätä ja rekisteröidä yrityksen taloutta kuvaavia tietoja raportointia varten. Tätä kutsutaan laskentatoimen rekisteröintitehtäväksi. Toinen tehtävä on hyväksikäyttötehtävä, jossa laskentatoimi tuottaa rekisteröimistään tiedoista raportteja yritystaloudellisen päätöksenteon tueksi. Yrityksen laskentatoimi voidaan jakaa kahteen pääalueeseen: sisäiseen (johdon) ja ulkoiseen (yleiseen) laskentatoimeen. (Neilimo & Uusi-Rauva 2005, 13)

Yrityksen sisäisellä laskentatoimella tarkoitetaan yrityksen toiminnassaan käyttämiä laskentamenetelmiä. Niitä ovat esimerkiksi erilaiset kustannuslaskentamenetelmät, hinnoittelulaskelmat, investointilaskelmat ja eri tarkoituksiin soveltuvat budjetit. Sisäinen laskentatoimi on yritykselle vapaaehtoista ja yritys voi muokata sekä käyttää itselleen parhaiten soveltuvia menetelmiä. Sisäisen laskentatoimen tietoja ei ole

tarkoitettu julkisuuteen ja ne ovatkin vain yrityksen oman päätöksenteon tueksi. (Mäkinen, Stenbacka & Söderström 2005, 9)

Koska sisäinen laskentatoimi on vapaaehtoista, sen käytännön toteutus on yrityskohtaista ja se vaihtelee eri yritysten välillä. Sen toteutukseen vaikuttaa muun muassa johdon käsitys laskentainformaation tarpeesta, tapa ohjata yritystoimintaa ja johtaa yritystä. Myös laskentatoimen osaaminen, käytettävissä olevat resurssit, yrityksen koko, yritysmuoto sekä omistussuhteet vaikuttavat sisäisestä laskentatoimesta saatavan tiedon hyödyntämiseen yrityksen liiketoiminnassa, sekä sen kehittämisessä. Laskentatoimen täytyy pystyä tarjoamaan oikeaa ja riittävää tietoa, että yritys voi hyödyntää sisäisen laskentatoimen tuottamaa tietoa. Tiedon on myös oltava hyödynnettävissä muodossa ja oikeiden henkilöiden täytyy pystyä käyttämään sitä, jotta sisäinen laskentatoimi palvelee sille asetettua tarkoitusta. Sisäisen laskentatoimen käyttämiä tietoja on paljon, ja ne voivat vaihdella yksityiskohtaisesti, mutta yleisesti käytettyjä tietoja laskelmien pohjalta ovat esimerkiksi asiakastilastot ja myyntimäärät. (Selander & Valli 2007, 23)

Fantasy Promotionsin sisäinen laskenta koostuu erilaisten tuotepakettien hinnoittelusta ja niiden kannattavuudesta. Yrityksen kannattavuuslaskelmien tarkoitus on analysoida toimintaa kannattavuuden näkökulmasta ja pyrkiä parantamaan sen hetkistä tilannetta. Suunnittelu ja seuranta on aina tarpeellista, vaikka yritystoiminta on jo ennestään kannattavaa. Laskemalla eri kannattavuuden tunnuslukuja, voidaan nähdä, kuinka paljon yrityksen täytyy saada myyntituloja, että voidaan kattaa kokonaiskustannukset (muuttuvat ja kiinteät kustannukset).

5 Kannattavuus

Kannattavuus tarkoittaa sitä, että yritystoimintaan uhratut panokset ovat pienempiä, kuin siitä saatavat tuotot. Yksinkertaisimmillaan yritystoiminta on kannattavaa silloin kun se tuottaa voittoa. Yritystoiminnan kannattavuus on oleellinen tekijä, kun ajatellaan yritystoiminnan jatkuvuutta.

$$\text{Kannattavuus: tuotot} - \text{kustannukset} = \text{tulos (voitto/tappio)}$$

Kokonaiskannattavuus selviää tilikauden päätteeksi yrityksen tilinpäätöksestä, mutta sen antama tulos ei ratkaise tuotteiden hinnoittelun oikeellisuutta, eikä kerro esimerkiksi yksittäisten tapahtumien kannattavuutta. Sisäisen laskentatoimen tuottamaa tietoa tarvitaan, että tiedetään onko yrityksen voitto tavoiteltu ja riittävä. (Selander & Valli 2007, 36)

5.1 Tuotot

Tuotoilla tarkoitetaan yrityksen toiminnasta syntyvien tavaroiden tai palveluiden myynnistä saamia tuloja tiettyinä ajanjaksona. Ajanjakso voi olla lyhyt tai pitkä. Tavarasta tai palvelusta saatava tuotto saadaan kertomalla yksikköhinta suoritteen lukumäärällä.

$$\text{Suoritteesta saatava tuotto} = \text{Suoritteen määrä} \times \text{Yksikköhinta}$$

Kokonaistuotot saadaan laskemalla eri suoritteista tulevat tuotot yhteen. Tuotot on mahdollista laskea tuote- tai palvelukohtaisesti, tuoteryhmäkohtaisesti (esimerkiksi elektroniikkaliikkeessä kodinkoneosaston tuotot ja televisio-osaston tuotot) tai ajallisesti (päivä-, viikko- tai kuukausituotot). Tuottoja voidaan myös seurata asiakas- ja

asiakasryhmäkohtaisesti, jolloin saadaan selville, millaiset asiakkaat ovat kaikista kannattavimpia yritykselle. Tällä tavalla saadaan tärkeää tietoa siitä, mistä eri lähteistä yritys saa tuottoa. (Mäkinen, Stenbacka & Söderström 2005, 25)

Kirjanpidossa liiketoimintaan kuuluvia tuottoja kutsutaan liikevaihdoksi ja myynniksi. Yrityksellä voi olla myös muita kuin suorasta liiketoiminnasta saatuja tuottoja ja ne ovat sellaisia tuottoja, jotain saadaan varsinaisen liiketoiminnan ulkopuolelta. Yrityksellä voi olla myös rahoitustuottoja (lyhyet ja pitkäaikaiset sijoitukset) ja satunnaisia tuottoja (saadut vahingonkorvaukset). (Selander & Valli 2007, 38-39)

5.2 Kustannukset

Kustannuksiksi kutsutaan niitä tekijöitä, joihin yritys kuluttaa rahaa toiminnan jatkamista ja tulojen hankkimista varten. Laskentatoimen keskeisempiä asioita ovatkin kustannukset: niiden avulla voidaan laskea koko tuotannon kannattavuutta ja taloudellisuutta kuvaavia tunnuslukuja, sekä joissain määrin myös ennustaa yrityksen tulevaa tilannetta. Kustannus määritellään yrityksen tuotantoprosessissa olevan tuotannontekijän rahassa mitattuna käyttönä tai kulutuksena. Kustannusten laskenta riippuu yritystyyppistä ja ne jaetaan valmistusyrityksiin, markkinointiyrityksiin ja palveluyrityksiin. Yritystyyppi vaikuttaa siihen, mitkä laskelmat ovat käyttökelpoisia. Palveluja tuottavissa yrityksissä kustannuslaskennan seurantakohteena ovat palvelujen tuotantoon liittyvät kustannukset ja usein työkustannukset ovat suurin erä. (Eskola & Mäntysaari 2006, 16–17)

Kirjanpidossa seurataan kustannuksia, mutta kustannusten kohdistaminen eri tapahtumille, tuoteryhmille ja tuotteille antaa perustan suunnitella hinnoittelua ja kannattavuutta. Teoriassa on mahdollista laskea mitä raaka-aineet maksavat ja paljonko henkilöstön palkkaamisesta tulee kustannuksia. Ne rekisteröidään kirjanpitoon, mutta se tieto ei välttämättä riitä sisäisen laskennan tarpeisiin. Esimerkiksi työaika voi jäädä ennakoitua lyhyemmäksi tai venyä pidemmäksi, jolloin kustannukset, jotka ovat laskettu tuotetta kohden, eivät ole vakioita. Esimerkiksi teollisuudessa, jossa tuotetta valmistetaan tasaisesti päivästä toiseen, on helpompi laskea tarkat raaka-aineet verrattuna sellaiseen toimintaan, jossa kysyntä vaihtelee. (Selander & Valli 2007, 40)

5.2.1 Muuttuvat kustannukset

Muuttuvat kustannukset ovat riippuvaisia tuotannon määrästä ja vaihtelevat yrityksen tuottaman suoritemäärän mukaan. Muuttuvia kustannuksia ei synny, jos yritystoiminta pysähtyy. Muuttuvia kustannuksia ovat esimerkiksi raaka-aineiden kustannukset, käyttötarvikkeet, lisäainekustannukset, valmistustyöpalkat (esim. työnantajan sosiaaliturvamaksu) ja lisäpalkat (esim. ylityöpalkat). Muuttuvat kustannukset riippuvat valmistusmäärästä ja laskelmissa lähdetään usein siitä, että muuttuvat kustannukset ovat tasasuhteisesti verrannollisia valmistusmäärään. Kun tuotanto lisääntyy tietyllä määrällä, muuttuvat kustannukset lisääntyvät aina samassa suhteessa. (Kinkki & Isokangas 2002, 155).

Muuttuvia kustannuksia Fantasy Promotionsissa ovat tuotepaketteihin sisältyvät kustannukset. Nämä kustannukset ovat riippuvaisia myytyjen pakettien määrästä, eikä muuttuvia kustannuksia siis synny ollenkaan jos paketteja ei saada myydyksi.

5.2.2 Kiinteät kustannukset

Kiinteät kustannukset ovat kustannuksia, joiden määrä pysyy samana yrityksen tuotannosta riippumatta. Ne eivät siis reagoi toiminta-asteen muutoksiin vaan niitä syntyy, vaikka tuotantotoimintaa ei olisi lainkaan. Ne syntyvät tavallisimmin ajan kulumisen perusteella. (Eskola & Mäntysaari 2006, 17).

Kiinteitä kustannuksia ovat esimerkiksi vuokrat, pääoman korot, vakuutusmaksut, lämmitys, siivous, palkat, posti- ja puhelinkulut, matkakulut sekä edustuskulut. Koska kiinteät kustannukset ovat tuotannon määrästä riippumattomia, kiinteät yksikkökustannukset laskevat valmistusmäärän kasvaessa. Samojen kiinteiden kustannusten kulut kohdistuvat näin suuremmalle tuotantomäärälle, jolloin yksikkökustannukset laskevat. (Isokangas & Kinkki 2002, 157).

Fantasy Promotionsin kiinteitä kustannuksia ovat matkakulut, markkinointi, edustus, posti ja puhelin, kirjanpito ja muut menot. Näihin kuluihin on varauduttava joka kuukausi, vaikka myyntituloja ei syntyisi ollenkaan.

5.2.3 Kokonaiskustannukset

Yrityksen toiminnasta aiheutuu kustannuksia ja ne on jaettu kahteen pääryhmään: muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. Kokonaiskustannusten määrä muodostuu muuttuvien ja kiinteiden kustannusten summasta. Kaikissa yrityksissä muuttuvia ja kiinteitä kustannuksia ei ole samassa suhteessa, vai näiden kustannusten kustannusrakenne riippuu muun muassa yrityksen toimialasta, valitusta tuotantomenetelmästä, raaka-aineiden hinnoista sekä laadusta, työntekijöiden ammattitaidosta sekä valmistuserien koosta ja tuotannon määrästä. Näistä edellä mainituista syistä yritysten kokonaiskustannukset vaihtelevat yrityksittäin voimakkaasti.

Yrityksen laskentatoimen tehtävä on selvittää eri toimintatavoista aiheutuvat kustannukset, jotta voidaan valita kannattavin ja taloudellisin toimintatapa. Tämä tarkoittaa sitä, että tiettyyn tuotantoon pyritään mahdollisimman pienin kustannuksin tai tiettyin kustannuksin pyritään mahdollisimman suureen tuotantoon. Tällöin on tärkeää selvittää toiminnasta aiheutuvat kokonaiskustannukset. (Isokangas & Kinkki 2002, 158-159).

5.3 Katetuottolaskenta

Laskentatoimessa täytyy pystyä selvittämään yrityksen tulos, jolloin on täytynyt kehittää laskelmamenetelmiä, jotta tulokseen vaikuttavat tekijät saadaan selville. Katetuottolaskenta ja sen pohjalta laadittu katetuottoanalyysi ovat tavallisimmat lyhyen aikavälin menetelmät, koska lyhyellä aikavälillä yksikkökohtaisten muuttuvien kustannusten oletetaan pysyvän samoina toiminta-asteesta riippumatta. Toiminta-

asteella tarkoitetaan ajanjakson todellista toimintaa. Sen vaihtelu johtuu esimerkiksi tuotteen kysynnän muutoksista tai tuotantoon liittyvistä asioista. Toteutunut toiminta-aste on usein pienempi kuin kapasiteetti. Katetuottolaskennan keskeinen perusajatus on jakaa kustannukset muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. (Eskola & Mäntysaari 2006, 19-20)

Vähentämällä yrityksen tuotoista muuttuvat kustannukset, saadaan katetuotto. Kun siitä vähennetään kiinteät kustannukset, saadaan yrityksen tulos. Katetuottolaskennan peruskaava on siis seuraavanlainen:

$$\text{Tuotot} - \text{Muuttuvat kustannukset} = \text{Katetuotto}$$

$$\text{Katetuotto} - \text{Kiinteät kustannukset} = \text{Tulos}$$

Näin ollen tulos on positiivinen jos katetuotto on suurempi kuin kiinteät kustannukset ja negatiivinen, jos katetuotto on pienempi kuin kiinteät kustannukset. (Mäkinen, Stenbacka & Söderström 2005, 61)

Katetuottolaskennassa tarkastellaan kaikkea toiminnan laajuuden ja kannattavuuden välistä riippuvuutta tilanteessa, jossa toiminta-aste vaihtelee tarkastelukauden kapasiteetin ja kiinteiden kustannusten rajoissa. Kapasiteettiä voidaan muuttaa, mutta silloin muuttuvat kiinteät kustannuksetkin. Muuttuvat kustannukset sekä myyntituotot oletettavasti muuttuvat tasasuhtaisesti. Katetuottoajattelua hyödynnettäessä näiden olettamusten paikkansapitävyyttä on arvioitava kriittisesti koska yleensä katetuottoajattelu soveltuu kannattavuuden tarkasteluun lyhyellä aikajaksolla. Katetuottolaskenta perustuu siihen, ettei yksittäisen myydyn tuotteen tarvitse kattaa kaikkia kiinteitä kustannuksia, mutta muuttuvat kustannukset on kuitenkin aina katettava. Siksi yksittäisille suoritteille kohdistetaan vain muuttuvat kustannukset ja kiinteät kustannukset käsitellään yhtenä eränä koko yrityksessä. Katetuoton täytyy riittää kattamaan kiinteät kustannukset sekä tulos. (Eskola & Mäntysaari 2006, 21)

6 Palvelun hinnoittelu

Fantasy Promotions on palveluyritys, jossa yrittäjät myyvät asiakkailleen uusia elämyksiä. Palveluissa on omat ominaisuuspiirteet, mitkä vaikuttavat sen hinnoitteluun. Koska palvelu on aineeton, se on vaikea esitellä, jolloin asiakkaan on vaikea nähdä mistä hän maksaa. Palvelujen vertailu on myös vaikeampaa, kuin tuotteiden, ja siten myös hintojen vertailu on haasteellisempaa. Koska palvelu syntyy palvelun tuottajan ja asiakkaan työsuoritusten yhteistuloksena, on oikean hinnan muodostaminen vaikeaa ja saman palvelun laatuvaihtelut ovat suuret, koska palvelun tuottajat ovat erilaisia. (Sipilä 2003, 20).

Hinta on korvaus palvelusta ja se vaikuttaa kannattavuuteen. Kokonaisuutena, hinnoittelulla on keskeinen vaikutus yritystoiminnan kannattavuuteen ja toiminnan jatkuvuuteen. Yrityksen toiminnan pääasiallinen rahoitus tulee myyntitulojen, eli hinnan kautta tulorahoituksena. (Sipilä 2003, 25). Hinnoittelu vaikuttaa myös kysyntään: palvelua voi olla vaikea saada myydyksi, jos kilpailijalla on alhaisemmat hinnat. Laatu ja hinta ovat riippuvaisia toisistaan, koska korkealaatuisesta palvelusta saa korkeamman hinnan. Siksi yrityksen imago ja maine muodostuvat suureksi tekijäksi, mitä tulee palvelun hinnoitteluun. Hinnoittelun lähtökohtia ovat omien kustannusten tunteminen ja tieto yrityksen tarvitsemasta katetuotosta. On myös tunnettava markkinat, millaisia ovat kilpailijoiden palvelut ja hinnat, ja niitä tulisi verrata omiin palveluihin. Hintana tulisi käyttää markkinahintaa, jota korkeampaa hintaa on haasteellista saada. (Viitala 2006, 114).

6.1 Pakettihinnoittelu

Palvelupakettien rakentamisessa ja hinnoittelussa on useita eri vaihtoehtoja. On mahdollista tarjota yhtä kokonaispakettia tietyllä hinnalla tai veloittaa jokaisesta palvelukokonaisuuden osasta erikseen. Asiakas hyötyy palvelun paketoinnista koska hän saa valmiiksi yhteensopivan ja toimivan kokonaisuuden. Myös ostaminen

helpottuu, kun palvelun myyjä huolehtii osien yhteensopivuudesta ja voi jopa antaa takuun kokonaisuuden toimivuudesta. Palvelun paketointi voi pudottaa yrityksen kilpailijan pois asiakkaan vaihtoehtoista, jos kilpailija ei pysty tarjoamaan yhtä hyvin asiakkaan tarpeita vastaavaa kokonaisuutta. Palvelupaketeista on hyötyä palvelun myyjälle, koska asiakkaan kokonaisostos kasvaa ja siten liikevaihto ja kannattavuus parantuu. Yrityksen voi olla helpompi myydä palvelua, kun voi myydä kokonaisuutta, eikä tarvitse käydä läpi yksityiskohtia ja ohjeistaa asiakasta kokonaisuuden rakentamisessa. Nykyään myös asiakkaat ovat halukkaita maksamaan valmiista palvelusta, jolloin heidän ei tarvitse itse käyttää aikaa suunnitteluun ja yksityiskohtiin. (Sipilä 2003, 207-208)

Kun myytävä kokonaisuus laajenee, myös hinta on suurempi ja palvelupaketin haittana myyjän kannalta voi olla kysynnän väheneminen. Korkeampi hinta voi antaa kilpailijoille mahdollisuuden tavoitella halvemmallalla hinnalla niitä asiakkaita, jotka eivät tarvitse niin laajaa pakettia. Päinvastoin jos asiakas haluaa laajempaa pakettia, voi yrityksen kyky tuottaa tätä asiakkaalle koitua ongelmaksi. (Sipilä 2003, 208)

Palvelupaketti voi muodostua erilaisista osista, kuten:

- ❖ Perusosa – on mukana kaikissa kokoonpanoissa
- ❖ Edellytysosa – luo mahdollisuudet palvelun käytölle
- ❖ Välttämättömyysosa – on oltava mukana kaikissa kokonaisuuksissa, mutta siitä on vaihtoehtoja
- ❖ Lisäpalveluosat – voidaan liittää kokonaisuuteen, täydentävät palvelupakettia
- ❖ Jatkoehyödyntämisosat – varaosia, joita on peruskokoonpanon ostamisen jälkeen pakko ostaa, jotta palvelua voidaan jatkossa hyödyntää
- ❖ Miellyttävyyssosat – voi tehdä palvelun asiakkaalle miellyttäväksi

Edellä mainituista osista voidaan koota erilaisia paketointi- sekä hinnoitteluyhdistelmiä.

Yleisimpiä ovat:

- ❖ Yksi paketti – yksi hinta
- ❖ Pakettiversiot – sama hinta tai eri hinnat eri versioilla (esimerkiksi riisuttu tai laaja versio)
- ❖ Peruspaketti + erihintaisia lisäpaketteja

- ❖ Asiakas voi valita pakettihintaan eri osioita – hinta on riippumaton niiden sisällöstä
- ❖ Palvelu myydään osina – hinta muodostuu valittujen osien mukaan ja kullakin osalla on oma hintansa. (Sipilä 2003, 209).

Pääkaupunkiseudulla yritysten välinen kilpailu on kovaa, koska siellä on runsaasti erilaisia yrityksiä. Hintakilpailussa on yrityksen kannattavaa tehdä peruspaketti riisutuksi ja halvaksi, jolloin katetta voidaan kerätä myytävillä lisäpalveluilla. Halpa peruspaketti antaa mahdollisuuden tehdä lisäostoja. Vaarana kuitenkin on se, että asiakas kokee itsensä petetyksi jos palvelupaketin hinta kohoaa suureksi. (Sipilä 2003, 210).

Fantasy Promotionsin on kannattavaa aloittaa pakettien hinnoittelu niin, että hintaan kuuluu peruspaketti, joka on aina sama ja johon voi halutessaan valita erihintaisia lisäosia. Peruspaketista ei voi siis ottaa osia pois ja siihen kuuluvat yrittäjien veloittamat palkkiot.

7 Aloittava yritys Fantasy Promotions Avoin yhtiö

Aloittavan palveluyrityksen, kuten Fantasy Promotions, on pystyttävä erottamaan toimialan kysyntä omaan tuotteeseensa kohdistuvasta kysynnästä. Kun tunkeudutaan markkinoille, joilla myydään jo samanlaisia palveluita, pystytään jollain tarkkuudella arvioimaan miten vastaavia palveluita on aikaisempina vuosina myyty. Aloittavien yrittäjien tulee siis arvioida, kuinka asiakkaita saadaan houkuteltua muilta samanlaisten palveluiden tarjoajilta ja myöskin kuinka pystyttäisiin herättämään asiakkaissa uutta kysyntää. (Sipilä 2003, 107).

Hinta on yksi kilpailukeinoista, joilla saadaan asiakkaat kiinnostumaan yrityksen palveluista. Hinta on ikään kuin yksin puntarissa yhdellä puolella, kun toisella puolella ovat muut palveluun liittyvät ominaisuudet. Hinta vaikuttaa asiakkaiden käsitykseen yrityksestä ja hinnanmuutokset kilpailijan palveluissa pakottavat yrityksen ryhtymään toimenpiteisiin. Kilpailukeinona hinta onkin nopeasti vaikuttava tekijä ja sen rooli on vaihteleva eri liiketoiminnoissa. Joillekin yrityksille hinta voi olla ainoa kilpailukeino, toisille yksi muiden kilpailukeinojen joukossa, ja joillekin hinnalla ei ole ollenkaan merkitystä. (Sipilä 2003, 25).

Fantasy Promotionsin liikeidea on järjestää tapahtumia, joissa taivas on rajana ja heille palvelun hinta on yksi kilpailukeino muiden joukossa. Yksi tärkeimmistä kilpailukeinoista muihin aloittaviin palveluyrityksiin verrattuna on heidän kontaktinsa Helsingin alueella, joita pystytään hyödyntämään eri tapahtumien järjestämisessä. Seuraavissa luvuissa käsitellään kannattavuutta kahden tuotepaketin osalta. Käsiteltävät tuotepaketit ovat peruspaketteja ja asiakkaan niin halutessa, voidaan niihin liittää lisäpalveluita, jolloin hinta muodostuu uudestaan.

7.1. Polttaripaketti 10 henkeä

Polttaripäivä morsiamelle tai sulhaselle alkaa limusiinikyydillä. Hänet haetaan kotoa ja ajetaan Helsingin keskusta-alueella noin 30 minuuttia. Limusiiniin on varattu kuohuviiniä. Limusiinikyyti päättyy keskustaan, jolloin alkaa polttariryhmän itse suunnittelema ohjelma. Lisämaksua vastaan Fantasy Promotions voi valmistella ohjelman ja käydä ostamassa mahdolliset tarvikkeet valmiiksi. Keskustasta matka jatkuu satamaan M/S Saunaship:iin, jonne on järjestetty polttariryhmälle ruokaa ja juomaa. Laivalla mukavaa ajanviettoa ja saunomista yhdessä. Laivan rantauduttua satamaan, matkaa jatketaan yökerhoon Helsingin keskustaan. Seurue pääsee yökerhoon jonon ohi ja heille on varattu oma loosi, jossa on valmiiksi odottamassa tervetuliaisjuomat.

Hinnoittelulaskelma

Kustannukset

Limusiinikyyti	X €
Saunalaiva	X €
<u>Ruoka + juomat</u>	<u>X €</u>
Yhteensä	X €
<u>Palkkio</u>	<u>X €</u>
Yhteensä	X €
- ALV 23 %	X €
- ALV 13 %	X €
<u>- ALV 9%</u>	<u>X €</u>
	X €

(TAULUKKO 2: Hinnoittelulaskelma 1)

Polttaripaketin limusiini hankitaan yrittäjien kontaktien avulla. Limusiininkuljettajan kulut ja bensakulut 30 minuutin ajalta katetaan X eurolla. Keskustassa tapahtuvan ohjelman jälkeen jatketaan saunalaivalle, joka lähtee Helsingin satamasta.

”M/S Saunaship Helsinki on Suomen Saunalaivaston lippulaiva joka tarjoaa merellisiä sauna- ja ohjelmapalveluita pääkaupunkiseudun saaristossa. M/S Saunaship Helsinki on 16 hengelle katsastettu ja varustettu huvialus jonka vakiovarustukseen kuuluu 10 hengen puulämmitteinen sauna, wc-, suihku- ja pukuhuonetilat, tilava salonki, etu- ja takakannen terassit sekä uimataso ja uimaportaat. Grillausvarusteet ja pienimuotoinen keittiö ovat myös aluksella käytössä.” (Saunaship. n.d.)

Ruoka- ja juomakuluiksi lasketaan X euroa, jolla ostetaan polttaripäivän kuohuviinit ja myöskin syötävää laivalle. Polttaripäivään osallistujat voivat halutessaan tuoda lisää juomia laivaan. Kuluihin sisältyy myös tervetuliaisjuoma yökerhossa. Yökerhon loosi varataan yrittäjien omien kontaktien kautta, jolloin myös sisäänpääsy ja jonon ohitus kuuluvat hintaan.

7.2 Yritysedustuspaketti

Nykyään monet yritykset ovat valmiita maksamaan siitä, että heidän tuotteita tai palveluita markkinoidaan esimerkiksi messuilla tai kauppakeskuksissa. Yrityksellä ei välttämättä ole valmiuksia laittaa omaa henkilökuntaa edustustehtäviin, vaan he palkkaavat mieluummin ulkopuolisia ammattilaisia. Fantasy Promotions tarjoaa näitä tilaisuuksia varten yritysedustuspakettia, joka sisältää kaksi edustajaa kolmen tunnin ajaksi.

Hinnoittelulaskelma

Kustannukset

Taksimatkat	X €
-------------	-----

<u>Paitojen painatus (yrityksen logolla)</u>	<u>X €</u>
--	------------

Yhteensä	X €
----------	-----

<u>Palkkio</u>	<u>X €</u>
----------------	------------

Yhteensä	X €
----------	-----

- ALV 23%	X €
-----------	-----

- ALV 9 %	X €
<hr/>	
	X €

(TAULUKKO 3: Hinnoittelulaskelma 2)

Yritysedustuspaketin kokonaishinnaksi tulee siis X euroa joka sisältää kahden edustajan kulut ja palkkiot.

7.3 Kuukausitasoinen kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelmien tarkoitus on analysoida yrityksen toimintaa kannattavuuden näkökulmasta ja pyrkiä parantamaan sen hetkistä tilannetta. Kannattavuuden suunnittelua ja seurantaan tarvitaan, riippumatta siitä onko yritystoiminta jo menestyksestä. (Selander & Valli 2007, 104). Fantasy Promotionsin kannattavuuslaskelma on laskettu niin, että kuukauden ajalta saadaan myytyä molemmat palvelupaketit kerran viikossa.

Näin ollen kuukauden myyntituloksi muodostuu:

$$(X \text{ €} + X \text{ €}) * 4 = X \text{ €}$$

Yrityksen liikevaihto saadaan vähentämällä arvonlisävero myyntituloista:

$$X \text{ €} - (X \text{ €}) = X \text{ €}$$

Molempien tuotepakettien muuttuvat kustannukset kuukauden ajalta:

$$(X \text{ €} + X \text{ €}) * 4 = X \text{ €}$$

$$X \text{ €} - (X \text{ €}) = X \text{ €}$$

Katetuotto saadaan vähentämällä liikevaihdosta muuttuvat kustannukset:

$$X \text{ €} - X \text{ €} = X \text{ €}$$

Käyttökate ja käyttökateprosentti ovat kannattavuuden tunnuslukuja, jotka soveltuvat lyhyen ajanjakson tarkasteluun. Käyttökate kertoo, mitä yrityksen myyntituloista on jäljellä, kun siitä vähennetään myynnin oikaisuerät sekä muuttuvat ja kiinteät kustannukset. (Neilimo & Uusi-Rauva 2005, 276)

Käyttökate saadaan vähentämällä katetuotosta yrityksen kiinteät kulut:

$$X \text{ €} - X \text{ €} = X \text{ €}$$

Käyttökateprosentti saadaan jakamalla käyttökate liikevaihdolla ja kertomalla osamäärä sadalla prosentilla:

$$X \text{ €} / X \text{ €} * 100 \% = X \%$$

Kannattavuuslaskelma (kk) :

Myyntitulot	X
- ALV	X
Liikevaihto	X
- Muuttuvat kustannukset	X
- ALV	X
	<hr/>
	X
Katetuotto	X
- Kiinteät kustannukset	
Matkakulut	X
Markkinointi ja edustus	X
Posti ja puhelin	X
Kirjanpito	X
Muut	X
	<hr/>
Yhteensä	X
- ALV 23%	X
- ALV 9 %	X
	<hr/>
	X
Käyttökate	X

(TAULUKKO 4: Kannattavuuslaskelma (kk))

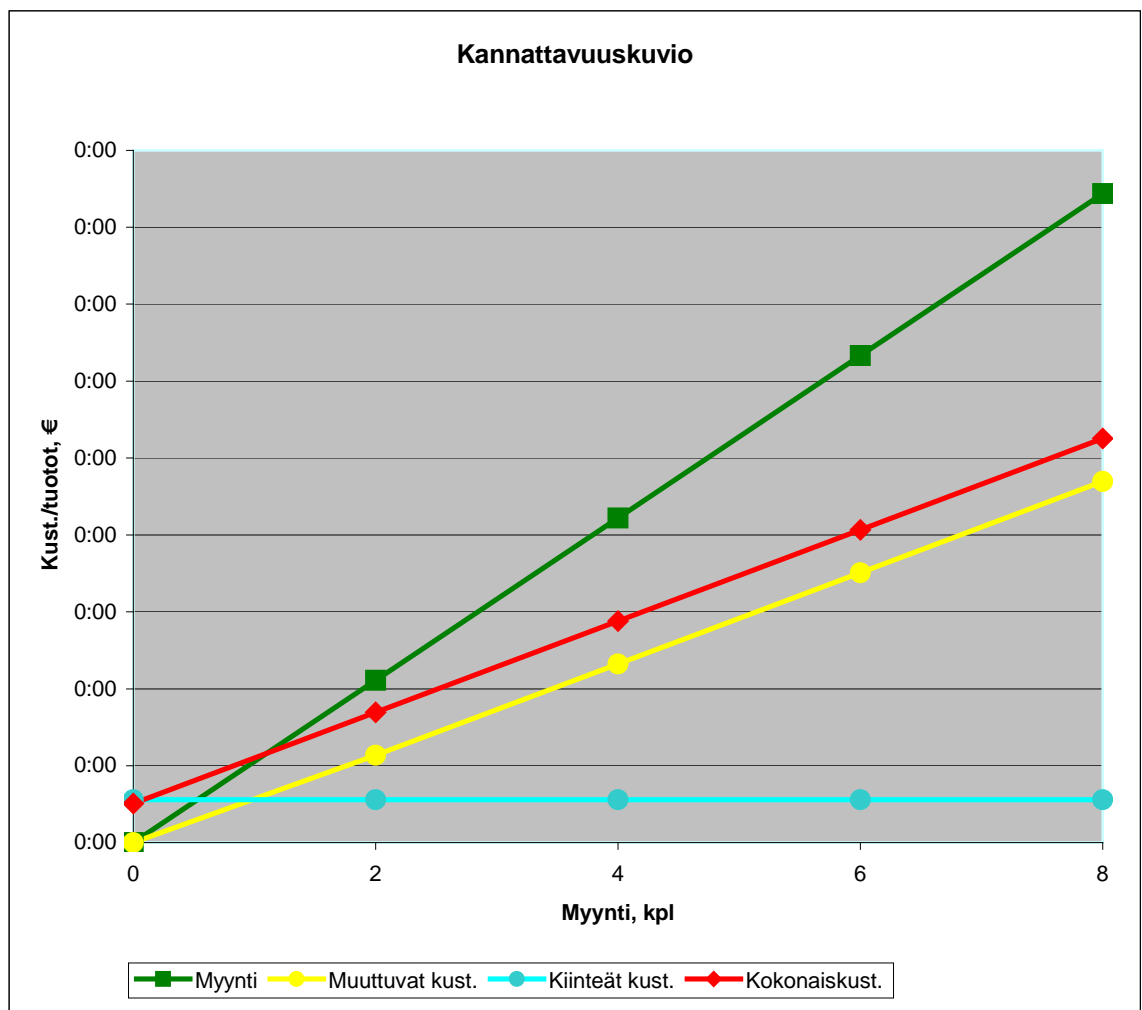
Kannattavuuslaskelman kiinteät kustannukset muodostuvat seuraavasti: Helsingin alueella liikkumiseen käytetään julkisia kulkuneuvoja ja matkakuluiksi on arvioitu X euroa per henkilö kuukaudessa. Markkinointiin ja edustukseen X euroa, postikuluihin ja puhelinmaksuihin X euroa per henkilö kuukaudessa. Koska yritys ei toistaiseksi hoida omaa kirjanpitoaan, täytyy myös kirjanpitomenot ottaa huomioon kiinteisiin kuluihin.

Koska kyseessä on pieni yritys, on kirjanpidon kuluksi arvioitu X euroa kuukaudessa. Muihin kuluihin on varattu X euroa kuukaudessa.

7.3.1 Kannattavuuskuvio

Myyntimäärää, jolla palvelun myyntituotot ylittävät kokonaiskustannukset (muuttuvat ja kiinteät) kutsutaan kriittiseksi pisteeksi. Kriittinen piste saavutetaan, kun tuotot ylittävät kustannukset ja yrityksen toiminta tuottaa voittoa. Kriittinen piste lasketaan jakamalla kiinteät kustannukset katetuotto prosentilla ja kertomalla osamäärä sadalla. (Eskola & Mäntysaari 2006, 22).

$$\text{Kriittinen piste: } X \text{ €} / X \% * 100 = X \text{ €}$$



(KUVA 3: Kannattavuuskuvio)

Varmuusmarginaali on myyntituottojen kriittisen pisteen ylittävä määrä. Positiivinen varmuusmarginaali kertoo, kuinka paljon myynti voi pienentyä, ennen kuin tulee nollatulokseksi. Vastaavanlaisesti negatiivinen varmuusmarginaali kertoo, kuinka paljon myynnin tulee kasvaa, että päästään nollatulokseen. Varmuusmarginaali lasketaan vähentämällä myynnistä kriittisen pisteen osuus. (Eskola & Mäntysaari 2006, 22).

$$\text{Varmuusmarginaali: } X \text{ €} - X \text{ €} = X \text{ €}$$

7.3.2 Katetuottolaskenta

Katetuottoprosentti kertoo, mikä osa yrityksen tuloista riittää kattamaan kiinteät kulut sekä voiton. Se myös ilmaisee, kuinka monta prosenttia palvelun hinnasta jää jäljelle, kun muuttuvat kustannukset vähennetään. Korkea katetuottoprosentti kertoo hyvästä kannattavuudesta. Katetuottoprosentti saadaan jakamalla katetuotto myyntituotoilla ja kertomalla osamäärä sadalla prosentilla. (Eskola & Mäntysaari 2006, 22).

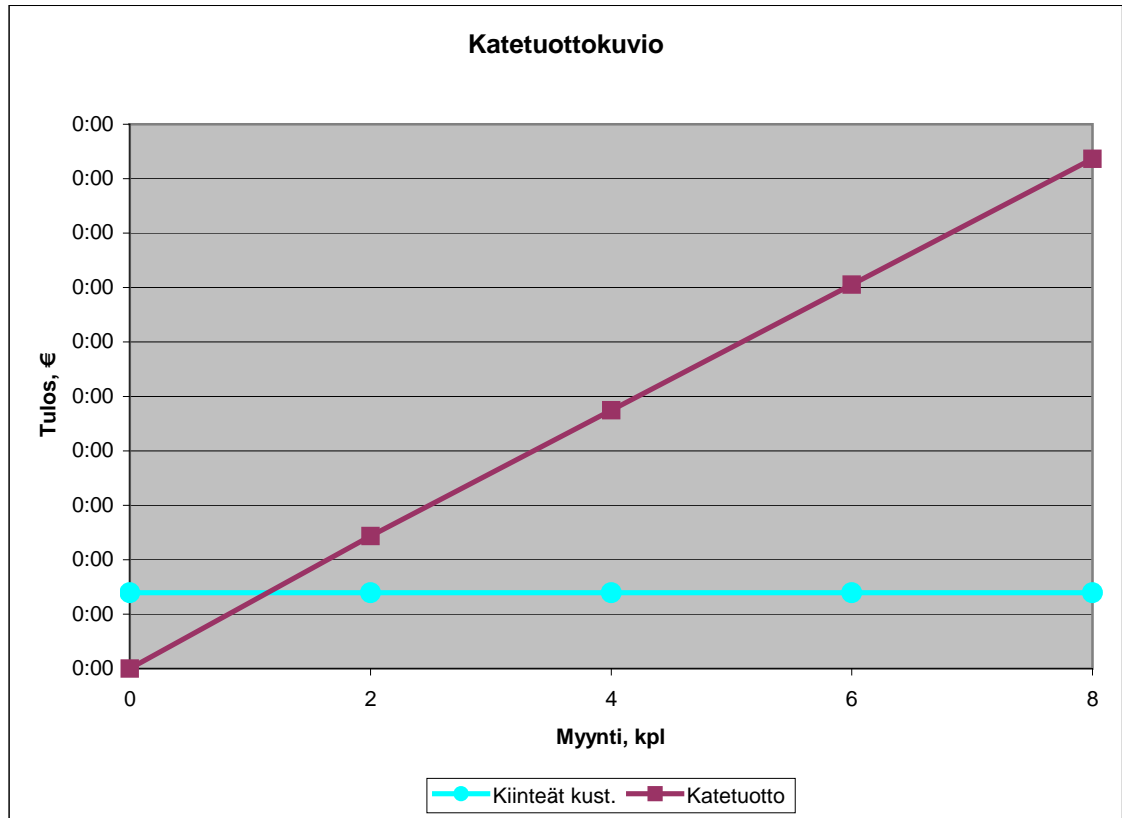
$$\text{Katetuottoprosentti: } X / X * 100 \% = X \%$$

Koska Fantasy Promotions on palveluyritys, sen hyvä katetuottoprosentti kertoo sitä, miten kahdesta palvelupaketista saa hyvän katteen. Palveluyritys voi saada hyvän katteen muutamasta suoritteesta, kun taas esimerkiksi tuotantoyritykset saavat tuotteesta pienen katteen, mutta ne pystyvät tuottamaan tuotteita huomattavasti enemmän kuin palveluyritys.

7.3.3 Katetuottokuvio

Katetuottokuviossa esitetään kiinteiden kustannusten sekä katetuoton kuvaajat. Kuviossa voidaan lukea y-akselilta suorien välisestä erosta voiton tai tappion määrä eri myyntimäärillä. Fantasy Promotionsin katetuottokuvio kertoo, että jos myydään vain

yksi paketti kuukaudessa, ei pystytä kattamaan yrityksen kiinteitä kustannuksia. Jo kahdella myydyllä paketilla voidaan kattaa kuukauden kiinteät kustannukset.



(KUVA 4: Katetuottokuvio)

8 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli toimia oppaana kahdelle aloittavalle yrittäjälle sekä tarkastella heidän liikeidean kannattavuutta. Fantasy Promotions on kahden naisen toimesta perustettu avoin yhtiö ja se toimii Helsingissä. Fantasy Promotionsin yritysidea syntyi naisten yhteisestä näkemyksestä luoda asiakkailleen mieleen painuvia elämyksiä. Yrittäjillä on aikaisempaa kokemusta tuotepromootiosta, tapahtumien järjestämisestä ja markkinoinnista, mutta heidän kokemuksensa yrityksen laskentatoimesta ovat vähäiset.

Tässä opinnäytetyössä pääpaino oli sisäisellä laskentatoimella, mutta siinä tarkasteltiin myös yritystoimintaa ja eri yritysmuotoja Suomessa. Toisessa luvussa esitetyt kuvaajat kertovat miten useat yritykset ovat joutuneet lopettamaan toimintansa perustettujen yritysten lukumäärään verrattuna. Aloittavien yrittäjien keskeisin tavoite on menestyä ja saada toiminta kannattavaksi, mutta siihen sisältyy aina riskejä. Yrittäjän tulisi löytää itselleen sopiva tuote tai palvelu, joka hinnoitellaan oikein katetuottolaskennan pohjalta. Opinnäytetyössä laskettiin arvioiduilla, mutta perustelluilla luvuilla Fantasy Promotionsin kannattavuutta. Kahden eri palvelupaketin hinnoittelun avulla saatiin näkemys tarvittavan katteen sekä myynnin määrästä, jolloin yritystoiminta muodostuisi kannattavaksi.

Opinnäytetyön tuloksista selvisi, että Fantasy Promotionsilla on tällä hetkellä mahdollisuudet toimia kannattavasti. Heillä ei toistaiseksi ole suuria kuukausittaisia kiinteitä kustannuksia, mikä parantaa liiketoiminnan tulosta. Jos he vuokraavat omat toimitilat Helsingin alueella, täytyy myös myynnin määrän kasvaa, koska toimitilojen myötä tulee enemmän kuukausittaisia menoja. Opinnäytetyön avulla he ymmärtävät paremmin yrityksen sisäistä laskentatoimea.

Tänä päivänä monen palveluyrityksen toiminta ei välttämättä ole yritysmäistä, vaan lähinnä ammatinharjoittamista. Heikoimmin hoidettuja alueita ovat olleet palvelujen systemaattinen tuotekehitys, tuotteistaminen ja hinnoittelu. Taloudellisten paineiden ja kilpailun kiristymisen vuoksi yritysmäinen ja ammattimainen toimintatapa vahvistuu. Hinnoittelustrategiassa suunnittelun kehittäminen ja tasapainon löytäminen ovat

tärkeitä. Hinnoittelua voidaan pitää ammattitaitona, jonka voi myös oppia. (Sipilä 2003, 486) Tämän opinnäytetyön avulla Fantasy Promotionsin yrittäjillä on valmiudet hinnoitella muita tuotepaketteja ja laskea niiden tunnuslukuja, jolloin on mahdollista verrata, mikä tuotepaketti on paras kannattavuuden kannalta.

Tämän tutkimuksen perusteella Fantasy Promotionsin toiminta voidaan saada kannattavaksi. Laskentatoimen lisäksi on hyvä pitää mielessä, kuinka saadaan myyntituottoja ja kuinka saadaan asiakkaat kiinnostumaan Fantasy Promotionsista. Kontakti on kaiken alku ja yritystoimintaan mahtuu lukematon määrä kohtaamisia, joista jokaisella on vaikutuksensa kokonaisuuteen. Kasvotusten tapahtuva henkilökohtainen kanssakäyminen on tärkein kommunikaation muoto ja sillä on voimakkain vaikutus siihen mielikuvaan, joka yrityksestä ja sen palveluista ihmisille muodostuu. Jokainen kohtaaminen voi olla yritykselle tilaisuus tehdä hyvä ensivaikutelma tulevaan suurimpaan asiakkaaseen. Jokainen kohtaaminen on markkinointitilaisuus. (Alanko 2004, 12)

LÄHTEET

Alanko, E. 2004. Bisnes, menestys, maalaisjärki. Helsinki: WSOY.

Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2006. Menestys – kannattavuuden hallinnan perusteet. Helsinki: Otava.

Kinkki, S. & Isokangas J. 2002. Yrityksen perustoiminnot – Basic business operations. Helsinki: WSOY.

Kinkki, S. & Lehtisalo, A. 2001. Yrtti – yritystietous. Helsinki: WSOY

Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos – Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Keuruu: Otava.

Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2005. Johdon laskentatoimi. Helsinki: Edita.

Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemusalalla. Helsinki: WSOY.

Siikavuo, J. 2003. Pienyrityksen taloushallinto. Jyväskylä: Gummerus.

Sipilä, J. 2003. Palvelujen hinnoittelu. Helsinki: WSOY.

Työ- ja elinkeinokeskus. 2009. Yrityksen perustamisopas – käytännön perustamistoimet. Helsinki: Edita.

Viitala, J. 2006 Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Jyväskylä: Gummerus.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK. 2010. <http://www.ek.fi/www/fi/tyoelama/tuottavuus/index.php>. Luettu 23.1.2010.

Finnvera. n.d. Löydä ratkaisuja rahoitustarpeisiin. <http://www.finnvera.fi/Liiketoiminnan-aloitus/Loeydae-ratkaisuja-rahoitustarpeisiin/Investoinnit>. Luettu 26.3.11.

Saunaline Ltd. N.d. Saunaship. <http://www.saunaship.com/index.php?show=polttarisauna%20merell%E4>. Luettu 6.3.2011.

Suomen yrittäjät. 2008. Yrittäjyys Suomessa. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyysuomessa/>. Päivitetty 22.12.2010. Luettu 11.2.2011.

Tilastokeskus. 2010. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset. http://www.tilastokeskus.fi/til/aly/2009/aly_2009_2010-10-21_tie_001_fi.html. Luettu 26.3.2011.

Tilastokeskus. 2010. Käsitteet ja määritelmät: pk-yritys.
http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html. Luettu 11.2.2011.

Opetushallitus 2010. Etälukio, yrittäjyysväylä. <http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/#>.
Luettu 23.12.2010.