

Ari Koskenkorva

PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA - ÄÄNITYSSTUDIO

PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA - ÄÄNITYSSTUDIO

Ari Koskenkorva
Opinnäytetyö
Kevät 2013
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Ari Koskenkorva

Opinnäytetyön nimi: Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma - Äänitysstudio

Työn ohjaaja: Sami Niemelä

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Maaliskuu 2013

Sivumäärä: 71

Opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia liiketoimintasuunnitelma Oulun seudulle perustettavalle äänitysstudioille. Yrittäjä oli toiminut alalla jo kymmenisen vuotta muusikkona ja freelancer-tuottajana. Valmistelut yritystoiminnan aloittamiseen oli jo aloitettu toimitilojen rakentamisen muodossa, ja tutkija pyrki selvittämään, olivatko yrittäjän suunnitelmat taloudellisesti kannattavia. Liiketoimintasuunnitelman lähtökohtana oli yrittäjän aiempi ammatinharjoittaminen, ja yhtenä tavoitteena oli selvittää musiikkialalla viime aikoina tapahtuneita muutoksia. Koska yrittäjällä ei ole liiketalouden koulutusta, työssä käytiin läpi myös yritysmuodon valinnan kannalta tärkeitä eroja yhdenhengen osakeyhtiön ja toiminimen välillä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kirjoituspöytä-tutkimusta. Pääasiallisina lähteinä käytettiin yrittäjän haastattelujen lisäksi verkossa julkaistuja musiikkialaa, sen taloutta ja musiikin digitalisoitumisen haasteita käsitteleviä sivustoja ja tutkimuksia.

Digitalisoitumisen mukanaan tuoma äänitemyyntin lasku on viime vuosina vaikuttanut merkittävästi koko musiikkialaan. Vaikka digitaalinen musiikinmyynti onkin alkanut pikkuhiljaa korjaamaan fyysisen äänitemyyntin laskua, entisiin myyntilukuihin tuskin on enää paluuta. Verkossa musiikin jakamisesta eniten hyötyvät kuluttajat. Toisaalta Internet tarjoaa aloitteleville artisteille mahdollisuuden jakaa musiikkiaan ja tavoitella suurempaa kuuntelijakuntaa. Perustettavan yrityksen kannalta voidaan turvallisesti todeta, että musiikki on myös jatkossa äänitettävä, nauttivat kuluttajat sen sitten missä muodossa ja millä päätelaitteella tahansa. Toinen tärkeä huomio on, että vaikka musiikkia ostetaan perinteisessä muodossa vähemmän, on sen käyttö ja kulutus Teoston keräämien korvausmaksujen mukaan sen sijaan kasvussa.

Toiminimellä perustettavan yrityksen kilpailutilanne Pohjois-Suomessa on yritystoiminnan aloittamiselle suotuisa. Vastaavanlaisen musiikin tuottamiseen keskittyneitä yrityksiä ei näyttäisi lähitoltta löytyvän. Toisaalta kilpailijoista erottuminen muun kuin tuotantosuuntautumisen avulla on vaikeaa. Vaikka perustettava yritys tavoittelee palveluillaan yritysasiakkaita, on lähialueen yksityisasiakkaiden merkitys alkuvaiheessa suuri. Musiikin harrastamisen lisäksi alueelta löytyy paljon musiikkialan koulutusta. Asiakaskunnan laajentaminen ja houkuttelu kauempaa voivat markkinoinnin vaikeudesta ja puutteesta johtuen olla haasteellista. Onnistuneet tuotannot toimivat jatkossa parhaana markkinointikeinona.

Myynti- ja kustannusennusteiden pohjalta tehtyjen laskelmien valossa yritystoiminnan aloittaminen yrittäjän lähtökohdista käsin näyttää kannattavalta. Vaikka tulevia hinnankorotuksia ei voitaisikaan tehdä, on yrityksellä pienten investointitarpeiden ja matalien kustannusten ansiosta mahdollisuus menestyä myös jatkossa.

Asiasanat: Liiketoimintasuunnitelma, äänitysstudio, yritysmuodon valinta, musiikkiala, yrittäjyys

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme of Business Economics

Author: Ari Koskenkorva

Title of thesis: Business Plan for a Recording Studio

Supervisor(s): Sami Niemelä

Term and year when the thesis was submitted: March 2013

Number of pages: 71

The purpose of this thesis was to create a business plan for a new recording studio in the Oulu region. The entrepreneur has worked in the music industry as a musician and a freelance producer for approximately ten years. Preparations for the business had already started as the production facilities were under construction and the researcher aspired to find out if the entrepreneur's plans were financially profitable. The basis for this business plan was the entrepreneur's earlier way of practising business and one of the main goals was to study how music industry has changed during the past years. Because the entrepreneur does not have education in business management, the differences between a sole trader and a joint stock company were also studied as they affect the selection of the right company form. The research method was desk research and the main sources of information were Internet sources and studies covering the music industry and its challenges caused by the digitalisation of the media.

Sales of physical audio formats have dropped and it has affected the whole industry. Digital sale has recently started to recover that loss but the sales numbers will never be the same. Web distribution benefits mostly the customers. New artists can also benefit from sharing their own music over the Internet as they can reach out for a wider audience. From the entrepreneur's point of view, it is safe to say that music must be also recorded in the future regardless of the format the consumers decide to enjoy it. Another important observation is that according to Teosto (the Finnish composers' copyright society) the consumption of music is still growing despite the low sales.

The competitive situation for this sole trade studio is good. It seems that the nearest rival companies are not oriented to the same music genre. However, standing out from the other recording studios in any other way except being profiled under a certain style of music is hard. This studio is aiming at corporate clients but in its early stages private clients found in the region have a great relevance. Music as a hobby is popular and music education in the region is versatile. Attracting customers from a distance will be challenging because the marketing of a recording studio is difficult or non-existent. In the future commercially and artistically successful production will be the best promotion for the studio.

The calculations made based on the cost and sales estimates indicate that starting up a recording studio in this entrepreneur's situation is profitable business. Because of the low costs and few investment demands, it is possible to succeed even if the prices must be kept down in the future.

Key words: Business plan, recording studio, choosing the company form, entrepreneurship, music industry

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	3
ABSTRACT	4
1 JOHDANTO	7
2 LIIKEIDEA	10
2.1 Yrityksen esittely.....	10
2.2 Tarve ja hyöty asiakkaalle	10
2.3 Yrityksen imago	11
2.4 Markkinasegmentit	12
2.5 Toimintatapa ja resurssit.....	14
3 YRITYSMUODON VALINTA	15
3.1 Päätöksen teko ja valvonta.....	15
3.2 Vastuu veloista	15
3.3 Palkan maksu	15
3.4 Toiminimen verotus	16
3.5 Osakeyhtiön verotus vuonna 2013	17
3.6. Osakeyhtiön verotus vuonna 2014	20
3.7 Yhtiömuodon muuttaminen.....	20
3.8 Yrittäjän ja tutkijan johtopäätökset.....	21
4 LÄHTÖKOHTA-ANALYYSI	22
4.1 Toimialan ja toimintaympäristön analyysi	22
4.2 Asiakasanalyysi.....	30
4.3 Kilpailija-analyysi	31
4.4 Resurssianalyysi.....	32
5 VISIOT JA TAVOITTEET	34
6 MARKKINOINTISUUNNITELMA	35
6.1 Tuotteet ja hinnoittelu	35
6.2 Viestintä ja mainonta	37
6.3 Myyntitavoitteet.....	38
6.4 Markkinoinnin kilpailukeinot.....	40
7 TALOUSSUUNNITELMA	42
7.1 Yrityksen tulot.....	42
7.2 Kustannukset.....	43
7.3 Kannattavuus.....	45
7.4 Kassavirtaennuste	47
7.5 Investoinnit ja rahoitus.....	50

8 RISKIANALYYSI / SWOT	52
8.1 Vahvuudet	53
8.2 Heikkoudet.....	54
8.3 Mahdollisuudet	55
8.4 Uhkat ja niihin valmistautuminen	55
9 JOHTOPÄÄTÖKSET	57
LÄHTEET.....	60
LIITTEET.....	66

1 JOHDANTO

Musiikkiala on viime vuosikymmeninä muuttunut paljon. Muutokset ovat koskeneet niin levy-yhtiöitä, artisteja, äänitysstudioita, ohjelmatoimistoja, tapahtumanjärjestäjiä kuin kuluttajakin. Aiemmin levyjen julkaiseminen oli muutaman isomman yhtiön käsissä. Tällä hetkellä Suomessa toimivia yhtiöitä löytyy pikaisella haulla lähes satakolmekymmentä, joista moni toimii ja julkaisee uutta musiikkia aktiivisesti. Tänä päivänä ei ole myöskään uusi asia, jos suomalainen artisti levyttää ja julkaisee musiikkiaan ulkomaisen yhtiön kautta.

Uusia menestyviä artisteja syntyy niin perinteisen puurtamisen kuin suosittujen kykykilpailujenkin kautta. Musiikkialan koulutusta järjestetään usealla paikkakunnalla ja alalla toimivien ammattilaisten määrä sen kun kasvaa. Musiikkiteknologia on halvempaa ja kehittynyt siinä määrin, että kotioloissa on mahdollista tehdä teknisesti laadukkaita äänityksiä, jos vain osaaminen riittää. Suurten studioiden ylläpitäminen on kallista ja siksi työt tehdään usein ainakin osittain pienemmissä studioissa. Nykyään julkaistujen eri instrumenttien äänitykset voidaan käytännössä tehdä vaikka ympäri maailmaa ja koota sitten yhteen paikkaan lopullista miksaamista varten.

Vaikka tilastojen mukaan äänitemyynnin lasku näyttääkin pysähtyneen ja olevan jo pienoisessa kasvussa, kulutuskäyttäytyminen on muuttunut pysyvästi, eikä entisiin myyntilukemiin ole paluuta. Musiikin omistamisesta ollaan pikkuhiljaa siirtymässä käyttöoikeuden hallintaan, jolloin kuluttaja saa korvausta vastaan käyttöönsä suuret musiikkikirjastot. Kun levymyynnin tuotot ovat pienentyneet, hankkivat artistit suurimman osan tuloistaan keikkailemalla. Ohjelmatoimistojen merkitys on kasvanut. Tapahtumien pääsylippujen hintoja ovat nostamassa niin artistien kohonneet esiintymispalkkiot kuin ohjelmatoimistojen vaatimat korvaukset.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on laatia Oulun seudulle perustettavan äänitysstudion liiketoimintasuunnitelma. Yrittäjällä itsellään on selkeä näkemys siitä, minkälaista palvelua yritys tulee tarjoamaan, keitä sen tulevat asiakkaat ovat ja mistä yrityksen tulo- ja menoerät tulevat koostumaan. Nämä tiedot työhöni hankin haastattelemalla yrittäjää.

Kuten edellä todetaan, on alan toimintaympäristö kokenut nopeasti muutoksia. Itse toimin osakkaana äänitysstudioissa noin kymmenen vuotta sitten ja koin kuinka levy-yhtiöiden rahallinen pa-nostus äänitysstudioiden käyttöön väheni nopeasti 2000-luvun alkupuolella äänitemyynnin ro-

mahdettua. Viimeisen kymmenen vuoden aikana on musiikin kulutustottumuksissa tapahtunut lisää muutoksia, jotka heijastuvat koko alalle. Tutkijana haluan selvittää, minkälaisia menestymismahdollisuuksia äänitysstudiolla Oulun seudulla tänä päivänä on, sekä tehdä liiketoimintasuunnitelman, josta on hyötyä aloittelevalle yrittäjälle. Yrittäjän toimintasuunnitelmiin pohjautuvien laskelmien lisäksi tavoitteena on myös selvittää musiikkialalla tapahtuneita muutoksia ja niiden vaikutusta äänitysstudion mahdollisuuksiin menestyä.

Tämä liiketoimintasuunnitelma laaditaan aloittelevalle yrittäjälle, joka on 2000-luvun alusta saakka toiminut musiikin moniosaajana. Kokemusta on kertynyt keikkailevana muusikkona, säveltäjänä, sovittajana, äänittäjänä, miksaajana, tuottajana ja kouluttajana. Kokemusta on niin omista kuin muidenkin artistien levyjen tuotantoprosesseista, sekä useista äänitysstudioista Suomessa ja ulkomailla. Medianomin koulutuksen yrittäjä on hankkinut Kemi-Tornion ammattikorkeakoulusta vuonna 2004. Toistaiseksi yrittäjä on työskennellyt toisten studioita ja laskutuspalveluyrityksiä käyttämällä. Yrittäjän omat tuotantotilat ovat valmistumassa alkukevästä 2013 ja oma yritystoiminta on tarkoitus käynnistää heti keväällä 2013. Vaikka yritystä ollaan perustamassa äänitysstudiona, tullaan sen kautta laskuttamaan yrittäjän muitakin tämän hetkisiä tulonlähteitä, kuten esiintymis- ja koulutuspalkkioita ja korvauksia muille tehtävistä sävellyksistä.

Kauppa- ja teollisuusministeriön 2007 julkaisema luovien alojen kehittämisstrategia määrittelee päämääräkseen yrittäjyyden tukemisen, panostamisen kansainvälistymiseen, uusien rahoitusmallien löytämisen tuotekehitykseen ja kansainvälisillä markkinoilla toimivan tuottaja- ja manageripor-taan luomisen. Kärkihankkeina ovat Jalostamo-konseptin tuotteistaminen, kansainvälistymisen tukeminen ja uusien innovatiivisten palvelukonseptien kehittäminen. Jalostamoissa yrittäjät saavat apua toiminnan kehittämiseen asiantuntijoilta, joilla on kokemusta yrityksen toimialalta. Yhtenä luovien alojen tämän hetken heikkoutena pidetään heikkoa liiketoimintaosaamista. Vahvuuksina nähdään hyvät tuotteet ja koulutuksesta syntyvä korkea osaamisentaso. Uhkina ovat yritysten haluttomuus kasvaa ja kansainvälistyä sekä sisältöjen helppo kopioitavuus. Mahdollisuuksia nähdään liiketoimintaosaamisen kehittämisessä ja yritysten verkostoitumisessa. Strategia ulottuu vuoteen 2015. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 13, 37, 38, 43 - 53)

Oulussa kaupungin elinkeinoliikelaitos Business Oulu on syksyllä 2012 järjestänyt musiikin tiedotuskeskus Rockpoliksen ja Music Export Finlandin (Musex) kanssa Jalostamo-seminaareja, joissa musiikkialan yrittäjiä ja yrittäjiksi suunnittelevia on opastettu alan haasteissa ja mahdollisuuksissa.

Tapahtumissa on verkostoiduttu eri alan yrittäjien kanssa, pohdittu alan haasteita sekä tarjottu henkilökohtaisia yritysneuvontatilaisuuksia. Tutkimukseni yrittäjä on osallistunut tapahtumiin.

Yrittäjän tämän hetkinen toimintatapa on osoittautunut omien laskelmien mukaan huomattavasti kalliimmaksi kuin toiminnan pyörittäminen jatkossa oman yrityksen kautta. Lisäksi oma elämäntilanne tukee yritystoiminnan aloittamista nyt.

Liiketoimintasuunnitelmasta on yritystä perustettaessa monella tapaa hyötyä: sen avulla yrittäjä saa kuvan oman alan ja alueen kilpailutilanteesta sekä kartoittaa asiakaskuntaa ja sen tarpeita. Oman yrityksen asemointi helpottuu. Suunnitelmaa laatiessa tulee selvitettyä yritykselle sopiva yritysmuoto, laadittua markkinointisuunnitelma, asetettua tavoitteet ja tehtyä kannattavuuslaskelmia. Yrittäjällä ei ole taloudellisen alan koulutusta, joten työssä käydään läpi yritysmuodon valintaa ja voitonjakoa eri yritysmuodoissa perusteellisemmin. Valmista liiketoimintasuunnitelmaa tarvitaan perinteisesti ulkopuolisen rahoituksen hankintaan. Suunnitelmaa päivittämällä yritys voi myöhemmin asettaa uusia tavoitteita ja seurata niihin pääsyä.

2 LIIKEIDEA

2.1 Yrityksen esittely

Kyseessä on yhdenhengen yritys, joka tarjoaa asiakkailleen laadukkaita musiikin äänitys-, tuotanto- ja miksauspalveluja. Palvelu voidaan tarjota asiakkaan toiveet huomioon ottaen kokonaan analogisesti, kokonaan digitaalisesti tai kumpaakin tekniikka käyttäen. Lisäksi yrityksen palveluihin kuuluu äänitysalan koulutusta ja muille artisteille tehtäviä sävellyksiä.

Yrityksen toimitilat valmistuvat yrittäjän omistamaan 90 m² kiinteistöön. Tiloissa on tällä hetkellä äänitarkkaamo, pieni keittiö, saunatilat ja majoitushuone. Autotalli on nopeasti muuttumassa laajennustöiden edetessä noin 50 m² soittotilaksi. Tilojen akustiset ratkaisut pyritään tekemään mahdollisimman joustaviksi, jotta niitä voidaan vaihdella vastaamaan eri instrumenttien ja kokoonpanojen äänityksien tarpeita. Mallia tilaratkaisuihin on otettu monista yrittäjälle tutuiksi tulleista studioista. Tilojen suunnittelussa yrittäjällä on ollut apuna arkkitehti Ilpo Väisänen, joka on ansioitunut useiden erilaisten akustisten tilojen suunnittelussa. Tiloissa voidaan niiden valmistuttua äänittää useampia muusikkoja samanaikaisesti sijoittamalla soittajia ja vahvistimia eri puolille rakennusta. Kauempaa tulevat asiakkaat voidaan majoittaa yrityksen tiloihin.

Vuosien saatossa yrittäjä on hankkinut studioon äänitystöissä tarvittavaa teknologiaa eikä investointeja tuotantolaitteisiin tarvitse heti alussa tehdä. Arviolta 23 000 euron arvoiset henkilökohtaiset laitteet on tarkoitus myydä yritykselle pienissä erissä toiminnan käynnistyttyä. Tarkempi laiteluettelo hinta-arvioineen löytyy liitteestä 1.

2.2 Tarve ja hyöty asiakkaalle

Äänitysstudio tarjoaa asiakkailleen ennen kaikkea mahdollisuuden toteuttaa itseään. Motivoijana voi toimia myös muilta saatava arvostus, ystävien kesken toimiminen ja raha.

Artisti tai bändi saa äänitysstudiosta mukaansa tallenteen, jota käyttää uusimpana käyntikorttinaan. Sillä kalastellaan kuulijoita konsertteihin ja hankitaan muilta arvosteluja ja arvostusta. Tallenteella voidaan lähestyä levy-yhtiöitä ja tapahtumanjärjestäjiä. Sitä voi myydä tai sen voi laittaa verkkoon kaikille ilmaiseksi kuultavaksi. Yhdessä tekemisestä jää mukava konkreettinen muisto.

Yritysassiakkaat rahoittavat artistiensa studioajan. Äänitteen myynnin odotetaan kattavan syntyneet kulut niin, että voittoakin syntyy.

Musiikin tarjontaa on tänä päivänä runsaasti. Siksi on tärkeää erottua joukosta. Yrittäjä tarjoaa oman ammattitaitonsa ja taiteellisen näkemyksensä asiakkaidensa käyttöön. Oli asiakas sitten ammattilainen tai aloittelija tallenteen lopputuloksessa pyritään aina teknisen laadun lisäksi omaperäisyyteen. Tekninen laatu pyritään varmistamaan käyttämällä äänitysvaiheessa ammattikäyttöön tarkoitettuja mikrofoneja, laadukkaita mikrofonietausteita, oikeita mikrofoni tekniikoita, laadukkaita kaapeleita sekä oikeita signaalireitityksiä ja signaalitasoja. Myös miksaamisessa signaalien tasoilla ja reitityksillä eri laitteiden välillä on merkitystä. Äänitysten ja miksaamisen tekniseen laatuun vaikuttavat olennaisesti oikeanlainen kuuntelu ympäristö ja musiikin laadukas monitorointi. Asiakkaan soittotaidon huomioon ottaen yrittäjä pyrkii tuottajana saamaan asiakkaastaan parhaan mahdollisen näytteen tallenteelle. Musiikin sisällöstä ja sovituksista yrittäjä kertoo omia mielipiteitään ja näkemyksiään asiakkaan toiveita kuunneltuaan. Erilaiset toiveet äänitysten käytännön toteuttamisesta on monipuolisten tilojen ansiosta mahdollista toteuttaa. Koko tuotantosessio voidaan räätälöidä asiakkaan toiveita ja rahoitusta vastaavaksi niin ajallisesti kuin toteutukseltaankin.

Yrittäjän nykyisten asiakkaiden tarve päästä urallaan eteenpäin on toteutunut teknisesti ja sisällöllisesti laadukkaiden tuotantojen muodossa. Oman osaamisen lisäksi yrittäjä on voinut tarjota asiakkailleen kontaktiensa kautta kansainvälistä osaamista myös musiikin masteroinnissa. Aloittavilta artisteilta puuttuvat kontaktit musiikkibisneksessä. Yrittäjä on pystynyt auttamaan asiakkaita verkostoitumaan alan eri toimijoiden kanssa. Yrittäjän tietämys alasta ja kontaktit houkuttelevat niin uusia kuin vanhojakin asiakkaita.

2.3 Yrityksen imago

Yrittäjän mukaan tulevan yrityksen imagona on tarjota Pohjois-Suomen laadukkainta tuotanto-, miksaus- sekä äänityspalvelua, jonka pääpaino on analogisessa tuotantotavassa. Tämä ei kuitenkaan poissulje täysin digitaalisella laitteistolla toteutettuja projekteja, ja studiossa voidaan parhaimmillaan hyödyntää molempien formaattien parhaat puolet.

Tarkoituksena ei ole olla halvin vaan hintalaatusuhteeltaan paras vaihtoehto, jonka vuoksi studioon kannattaa tulla työskentelemään kauempaakin.

2.4 Markkinasegmentit

Vaikka äänitysstudioissa voidaan tuottaa ääntä monenlaisten asiakkaiden tarpeisiin ja itse palvelu voidaankin lähes joka paikassa hyvin pitkälle räätälöidä asiakkaan tarpeita vastaavaksi, pitää markkinoilta tunnistaa suurimmat asiakasryhmät, joita yritys voi palvella parhaalla mahdollisella tavalla. Eri asiakasryhmien motivaatio, maksukyky ja mahdollisuudet käyttää studiopalveluja vaihtelevat. (Viitala & Jylhä 2006, 107.)

Ääntä ja äänitystä tarvitsevia asiakkaita löytyy paljon. Yksityisten artistien, bändien ja musiikkialan toimijoiden lisäksi monet tuotantoyhtiöt, esimerkiksi tv-, elokuva-, peli- ja mainosalalta tilaavat töitä omiin tarpeisiinsa. Yrittäjälle onkin jo muodostunut oma asiakaskuntansa, jota hän toki pyrkii laajentamaan.

Maantieteellisesti tämän hetkinen asiakaskunta on keskittynyt Oulun seudulle. Hyvien liikenneyhteyksien ja yrityksen tarjoaman ilmaisen majoitusmahdollisuuden ansiosta asiakkaiden on jatkossa helppo tulla tänne kauempaakin. Artisti saa yleensä itse valita sopivimman paikan äänityksilleen silloinkin, kun maksajana toimii joku muu. Maantieteellisellä sijainnilla ei välttämättä ole suurta merkitystä. Nykyään tiedostojen siirtäminen tapahtuu nopeasti ja helposti verkossa, joten talenne saadaan tarvittaessa jo ennen lopullista valmistumista maksajan kuultavaksi tai jälkikäsitteilyyn minne tahansa se halutaankin.

Asiakkaana on yleensä toinen yritys tai useampi henkilö. Demografisia tekijöitä kuten ikä, sukupuoli, koulutus ja perheen koko, ei äänitysstudion asiakkaiden segmentoinnissa voi käyttää.

”Psykograafiset tekijät voidaan jakaa kahteen pääluokkaan: elämäntapaan ja persoonallisuuteen liittyviin tekijöihin. Elämäntapaan liittyviä kriteerejä ovat esimerkiksi arvot ja mielipiteet ja persoonallisuuteen liittyviä tekijöitä kunnianhimo, itsenäisyys ja konservatiivisuus.” (Opetushallitus 2012, hakupäivä 16.11.2012)

Asiakkaiden musiikkimaku ja mielipiteet ovat hyvin yksilöllisiä. Jos asiakas kokee vanhemmat musiikkijulkaisut mielestään uusina paremmiksi, hän usein arvostaa myös niiden valmistusprosessissa käytettyä teknologiaa ja menetelmiä. Joidenkin mielestä vanhat LP-julkaisut kuulostavat paremmilta kuin uudet CD-julkaisut, vaikka digitaalisella teknologialla tehdyistä tuotoksista saadaan korjattua pienimmätkin virheet pois ja tuotannosta saadaan teknisesti laadukkaampia. Ää-

nimaailma omaan tuotantoon voidaan kopioida helposti tämän hetken radiohiteistä, jos vain tuotajalta löytyy tietotaitoa ja tarvittavat ohjelmistot. Juuri tästä virheettömyydestä ja kopioinnin helpoudesta johtuen useimmat tänä päivänä radioissa soivat artistit kuulostavat tuotannollisessa mielessä tasapaksuilta. Kun aika tarkoittaa samaa kuin raha, vedetään tuotanto samojen asetusten läpi kuin edellinenkin menestynyt tuotanto. Näin toimitaan usein myös asiakkaan toiveesta.

Analogisessa tuotannossa asiakkaita kiehtovat asioiden kertaluontoisuus ja yksilöllisyys. Kahden identtisen miksausken läpiajaminen täysanalogilaitteistolla on mahdotonta, sillä laitteiden asetuksia ei voi noin vain kopioida samaan tapaan kuin ohjelmistoon tallennettuja presettejä. Tämän hetkisistä yrittäjän asiakkaista valtaosa haluaakin oman tuotantonsa miksattavan analogisesti ja sama linja todennäköisesti jatkuu. Analogiset tuotantolaitteet ovat useimmiten digitaalisia vastineitaan kalliimpia, eikä niihin ole kotiäänityksiä tehtäessä varaa investoida.

Uudet asiakkaat ovat useimmiten kuulleet yrittäjän töitä ja ovat itse ottaneet yhteyttä halutessaan samankaltaista äänimaailmaa omiin sävellyksiinsä. Henkilökemialla on suuri merkitys asiakkaiden viihtyvyyden ja uudelleen asiakkaiksi tulemisen kannalta. Pelkkä asiakkaaksi tuleminen jo puolestaan viestittää kunnianhimosta omaa tuotantoa ja mahdollista uraa kohtaan. Asiat halutaan tehdä hyvin ammattilaisten kanssa.

”Käyttäytymistekijöitä ovat esimerkiksi tuotteen käyttöiheets/-määrä tai käyttötarkoitus ja tuoteuskollisuus” (Opetushallitus 2012, hakupäivä 16.11.2012). Asiakkaiden äänityksille asettamat käyttötarkoitukset vaihtelevat. Yleensä yksityisasiakkaat haluavat tehdä demoäänitteen, jolla lähestyvät levy-yhtiöitä ja tapahtumanjärjestäjiä, kuten ravintoloita. Joskus tarkoitus on kuitenkin myös julkaista oma äänite niin sanottuna omakustanteena, jolloin tavoitteet teknisestä, sisällöllisestä ja tuotannollisesta laadusta on asetettu demo-äänitettä korkeammalle.

Yrityisasiakkaat, kuten levy-yhtiöt, tuotantoyhtiöt ja kustannusyhtiöt, ovat aina julkaisemassa äänitettä jossain muodossa. Yrittäjä tukee omalla panoksellaan niin uusien kuin vanhojenkin asiakkaitensa uraa ja antaa oman taiteellisen panostuksensa julkaistaviin teoksiin.

Mikäli asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä saamaansa palveluun ja lopputulos on asiakkaan toiveiden mukainen, he hakeutuvat helposti samaan paikkaan myöhemminkin. Tästä kertoo jo olemassa oleva asiakaskunta. Useimmat tämän hetkisistä asiakkaista ostavat palveluja kerran vuodessa. Osa yrittäjän asiakkaista on puolestaan ollut artisteja, jotka vaihtavat joka levytyksen kohdalla

tuotantopaikkaa. He hakevat uusia tuulia ja uudenlaista lähestymistapaa oman musiikkinsa tuottamiseen. Tätä asiakaskuntaa on vaikea lähestyä muuten kuin hyvien töiden ja hyvän maineen avulla.

Asiakaskunta voidaan segmentoida maantieteellisesti Oulun seudun ja muun Suomen asiakkaisiin sekä käyttäytymistekijöiden perusteella yksityis- ja yritysasiakkaisiin. Tällä hetkellä yksityisasiakkaat ovat Oulun seudulta ja yritysasiakkaat muualta Suomesta.

2.5 Toimintatapa ja resurssit

Yrittäjä toimii ensisijaisesti yksin yrityksen tiloissa. Töiden ruuhkautuessa hänellä on mahdollisuus palkata toinen ääniteknikko avuksi. Yrityksestä löytyy myös liikuteltava kalusto, jolla äänitykset voidaan tehdä asiakkaan toiveesta myös jossain muualla. Esimerkiksi kuoroäänityksiä tai vaikka pa oikean flyygelin äänittäminen on helpompaa toteuttaa muualla kuin yrityksen tiloissa. Käytännössä kahden samanaikaisen äänitystyön tekeminen lisätyövoiman avulla onnistuu. Töiden miksaaminen vaatii kuitenkin aina äänitarkkaamon. Jatkossa yrittäjä voi myös tarpeen tullen hyödyntää muita äänistudioita vuokraamalla niitä entiseen tapaansa.

Oli asiakkaana kuka tahansa, yritys tarjoaa joustavan palvelukokonaisuuden, jossa erilaista äänitekniikkaa ja erilaisia äänitystekniikoita voidaan asiakkaan toiveet huomioiden toteuttaa myös yrityksen tilojen ulkopuolella.

3 YRITYSMUODON VALINTA

Yksin yrittäjäksi alkavalla on käytännössä kaksi vaihtoehtoa yritysmuotoa valitessaan. Toiminimen ja osakeyhtiön vastuut ja velvollisuudet, voitonjako, verotus sekä kirjanpito ja hallinto poikkeavat toisistaan. Tässä luvussa käsitellään toiminimen ja pienen yhdenhengen osakeyhtiön eroja.

3.1 Päätöksen teko ja valvonta

Toiminimen haltija tekee yksin kaikki yritystään koskevat päätökset. Osakeyhtiössä ylin päättävä elin on yhtiökokous ja hallinnosta ja käytännön asioista päättää hallitus. Vaikka nämä päättävät elimet ovatkin käytännössä yrittäjä itse, on toiminimen hallinnointi helpompaa ja vaatii vähemmän paperitöitä. Kumpikin yritysmuoto on kirjanpitovelvollinen. Kun yritystoiminta ainakin aluksi on pienimuotoista, ei osakeyhtiönkään päädyttyessä tarvitse hankkia tilintarkastajaa.

3.2 Vastuu veloista

”Kun yrittäjänä on yksi henkilö, hän voi harjoittaa yritystoimintaa yksityisenä elinkeinoharjoittajana. Tällöin yrityksen omaisuus on yrittäjän henkilökohtaista omaisuutta ja velat hänen henkilökohtaisia velkojaan.” (Finnvera 2012, hakupäivä 16.11.2012.) Kaikista sitoumuksistaan toiminimen haltija vastaa kaikella henkilökohtaisella ja yritykseensä kuuluvalla omaisuudella. Velkoja voikin pyytää saataviaan suoraan yrittäjän henkilökohtaisesta omaisuudesta, vaikka yrityksessä olisi varallisuutta jäljellä. (Suomen yrittäjät 2012, hakupäivä 19.11.2012.)

Osakeyhtiössä osakkaat vastaavat yrityksen veloista vain panostamansa pääoman verran. Minimipääoma osakeyhtiötä perustettaessa on tällä hetkellä 2500 euroa. Vastuu yhdenhengen osakeyhtiön veloista kuitenkin helposti kasvaa, koska aloittavan yrittäjän on useimmiten itse taattava henkilökohtaisesti yrityksen tarvitsemat lainat. (Jadelcons Oy 2012, 8.)

3.3 Palkan maksu

Toiminimen haltija ei maksa itselleen palkkaa vaan voi siirtää yrityksen varoja vapaasti yksityisnostoina omaan käyttöönsä (Suomen Yrittäjät 2012, hakupäivä 19.11.2011). Osakeyhtiössä työs-

kentelevä yrittäjä voi maksaa itselleen palkkaa, tai palkka voidaan nostaa erilaisina etuina (autoetu, asuntoetu), korvauksina (päivärahat, kilometrikorvaukset) ja osinkoina. Osakeyhtiössä ei yksityisnostoja voi tehdä. (Lipsanen & Niittyalahti 2010, 19 - 20.)

Toiminimellä toimivan ja omasta osakeyhtiöstä palkkaa nostavan yrittäjän verovapaat matkakorvaukset poikkeavat toisistaan. Kun auto ei ole liikkeen kirjanpidossa, yksityinen elinkeinonharjoittaja voi vähentää matkan aiheuttamat elantokulujen lisäykset todellisten kulujen mukaan yrityksen kirjanpidossa. Jos yrityksen tulosta ei haluta pienentää matkojen aiheuttamilla kuluilla, voi yrittäjä tehdä normaalien kilometrikorvausten ja päivärahojen suuruisen lisävähennysilmoituksen veroilmoituksellaan. (Suomen Yrittäjät 2012, hakupäivä 19.11.2012.)

3.4 Toiminimen verotus

Vaikka toiminimiyrittäjä onkin vastuussa yrityksen veloista myös henkilökohtaisella omaisuudellaan, on yrityksen omaisuus pidettävä erillään yrittäjän henkilökohtaisista varoista ja veloista kirjanpidon avulla. Yrityksen tulos verotetaan yrittäjän ansio- ja pääomatuloina. ”Yksityisen elinkeinonharjoittajan eli toiminimen tulos lasketaan elinkeinoverolain säännösten mukaan vähentämällä veronalaisesta tulosta ensin sen hankkimisesta aiheutuneet menot.” (Suomen yrittäjät 2012, hakupäivä 19.11.2012).

Pääomatulojen osuudeksi tilikauden tuloksesta yrittäjällä on mahdollisuus valita 20 %, 10 % tai 0 % yrityksen edellisen vuoden nettovarallisuuden arvosta. Nettovarallisuus saadaan vähentämällä yrityksen varoista sen velat. Aloittavan yrityksen nettovarallisuudeksi lasketaan ensimmäisen tilikauden nettovarallisuus. Nettovarallisuuteen lisätään myös edeltävän 12 kuukauden aikana maksetut palkat. (Matikainen 2012, 10.)

Alle 50 000 euron pääomatuloja verotetaan vuonna 2013 30 %. Jos ansiotulojen veroprosentti nousee yli 30 %:iin, kannattaa osa tuloksesta verottaa pääomatuloina. Yrittäjän tiedoilla täytetty verohallinnon www-sivuilta löytyvä verolaskuri antaa yrittäjän ansaita 46 000 euroa ennakonpidätyksenalaista tuloa ennen kuin koko vuoden verot ja maksut ovat 13794,96 euroa, mikä vastaa n. 30 %. Laskuissa ei ole huomioitu yrittäjän muita tuloja tai veroista tehtäviä vähennyksiä.

Yrittäjä itse arvioi yrityksen tuloksen olevan noin 30 000 euroa. Ansiotuloverojen (kunnallisvero ja valtion tulovero) jälkeen hänelle jää käteen nostettavaksi 22 567,5 euroa. Laskussa ei ole huomi-

oitu yrittäjän muita tuloja eikä pääomatuloja, kuten vuokratuloja. Myös verotuksessa tehtävät vähennykset on jätetty huomioimatta. Koko tuloksesta maksettava vero on 24,78 %. Laskelma löytyy liitteestä 2. Käteen nostettavasta summasta yrittäjän on maksettava yrittäjien eläkelain mukainen YEL-vakuutusmaksu, joka ensimmäistä kertaa yrittäjäksi ryhtyvällä vuonna 2013 on 22 %:n alennukset huomioon ottaen 17,55 % (Etera 2012, haettu 3.12.2012).

Liikkeen- tai ammatinharjoittajan elinkeinotoiminnan tulojen ennakonpidätys hoidetaan yleensä ennakonkantona. Ennakonkannossa Verohallinto määrää liikkeen- tai ammatinharjoittajalle etukäteen maksettavan veron: ennakoveron eli ennakot. Ennakoiden määrä perustuu elinkeinotoiminnan verotettavaan tulokseen. Ennakoiden on vastattava mahdollisimman tarkoin verovuoden lopullista veroa. (Verohallinto 2012, haettu 19.11.2012.)

Ennakoverojen määrään vaikuttavat yritystoiminnan tuloksen lisäksi yrittäjän muut tulot ja vähennykset. Muita yrittäjän tuloja ovat esimerkiksi Teoston ja Gramexin maksamat korvaukset.

3.5 Osakeyhtiön verotus vuonna 2013

Osakeyhtiön omistajalla on monta eri vaihtoehtoa nostaa itselleen tuloja yrityksestään. Perinteisiä keinoja ovat osinko, palkka, vuokra, korko ja luovutusvoitto. Muita mahdollisia tapoja nostaa rahaa ovat osakaslaina, peitelty osinko sekä erityyppiset etuudet, jotka tosin rinnastetaan verotuksessa useimmiten palkkaan. (Kukkonen 2010, 137.)

Osakeyhtiön tulos verotetaan yhteisöverona, joka vuonna 2013 on 24,5 %. Varsinaisessa yhtiökokouksessa voidaan tilikauden hyväksymisen jälkeen päättää osinkojen jaosta aina kun yhtiöllä on vapaata pääomaa. (Verohallinto 2012, haettu 19.11.2012.)

Osinkotuloista osa on verovapaata. Yrityksen osakkeille lasketaan matemaattinen arvo jakamalla edellisen verovuoden nettovarallisuus osakkeiden määrällä. Verovapaaksi osingoksi katsotaan 9 %:n vuotuista arvon nousua vastaava määrä. Kun osakkaita on yksi, voidaan verovapaana jaettavan osingon määrä laskea suoraan edellisen verovuoden päättyessä olleesta nettovarallisuudesta. Käytännössä lasketaan yhteen yhtiön omaisuus ja tilikauden verotettava tulos. Verovapaata osinkoa voidaan jakaa enintään 60 000 euroon saakka, jonka ylittävästä osasta 70 % on pääomatuloa ja 30 % verovapaata tuloa. (Verohallinto 2012, haettu 19.11.2011.)

Jotta osakeyhtiössä voitaisiin jakaa maksimimäärä verovapaata osinkoa, tulisi sen nettovarallisuus edeltävänä vuonna olla 666 666,67 euroa. Vastaavasti nettovarallisuutta tulisi olla yli 111 100 euroa, jotta verovapaan osingon määrä nousisi 10 000 euroon. Nettovarallisuutta voidaan korottaa jättämällä voittoja nostamatta. Perustettavan yrityksen kaltaisessa pienessä yhtiössä tämä verovapaan osingon määrä jää pieneksi.

”Jos osinkoa jaetaan enemmän kuin tuo verovapaana jaettava 9 %:n tuotto, on tästä ylimenevää osingosta 70 % ansiotuloa ja 30 % verovapaata tuloa” (Verohallinto 2012, haettu 19.11.2011). Jotta yrittäjä voi nostaa osakeyhtiöstään palkkaa, tulee hänen työskennellä yrityksessä. Palkka on yrittäjälle itselleen ansiotuloa. Koska yhdenhengen osakeyhtiön yrittäjä kuuluu YEL-vakuutuksen piiriin, ei yrityksen palkkakuluihin tarvitse lisätä kuin sosiaaliturvamaksu. Työnantajan sosiaaliturvamaksun maksuprosentiksi vuodelle 2013 on vahvistettu 2,04 % (Verohallinto 2012, haettu 19.12.2012). Palkkakulut pienentävät yhtiön verotettavaa tulosta. Yrittäjän kannattaa siis maksaa palkkaa itselleen jos hänen oma veroprosenttinsa alittaa yrityksen tuloksesta maksettavan 24,5 %.

Palkanmaksu saattaa usein olla osingonjakoa edullisempi tapa nostaa voittoja pienessä osakeyhtiössä. Taulukossa 1 tarkastellaan eri palkanmaksuvaihtoehtoja nyt perustettavan yrityksen lähtökohdista käsin. Lähtökohdana on, että yrittäjä nostaa kaiken vapaan pääoman itselleen, eikä halua kasvattaa osakeyhtiön nettovarallisuutta. Laskuissa ei ole otettu huomioon yrittäjän pääomatuloja, koska niiden verotus on jokaisessa vaihtoehdossa sama 30 %, eivätkä ne vaikuta laskelmien lopputulokseen. Myös yrittäjän muut tulot ja verotuksessa tehtävät vähennykset on jätetty huomioimatta. Tilikauden tuloksena laskelmissa on yrittäjän odotusten mukaisesti 30 000 euroa ja nettovarallisuutena aloittavan yrityksen nettovarallisuus 0 euroa.

TAULUKKO 1. Voitonnostotavan vaikutus tuloksesta maksettavaan kokonaisveroon

	Voitto nostetaan osakeyhtiöstä jonka nettovarallisuus 0€					
	osinkona		osinko + palkka		pääosin palkkana	
Yrityksen tulos ennen "yrittäjän tulonsiirtoja"		30000		30000		30000
Yrittäjän oma palkka		0		12000		26000
Yrittäjän palkan sosiaalikulut	2,04 %	0	2,04 %	244,8	2,04 %	530,4
Yrittäjän oman palkan kulut yhteensä		0		12244,8		26530,4
Yrityksen tulos ennen veroja		30000		17755,2		3469,6
Yritysvero	24,5 %	7350	24,5 %	4350,0	24,5 %	850,1
Yrityksen tulos verojen jälkeen		22650		13405,2		2619,5
Nettovarallisuus tilikauden alussa		0		0		0
Nettovarallisuuden muutos		22650		13405,2		2619,5
Nettovarallisuus tilikauden lopussa		22650		13405,2		2619,5
Jaettava osinko		22650		13405,2		2619,5
Verovapaata pääomatulo-osinkoa; 9 % nettovarallisuudesta	9 %	2038,5	9 %	1206,5	9 %	235,8
Ylimenevä osuus on ansiotulo-osinkoa		20611,5		12198,7		2383,8
Ansiotulo-osingosta verotetaan	70 %	14428,1	70 %	8539,1	70 %	1668,7
Ansiotulo-osingoista on verovapaata	30 %	6183,5	30 %	3659,6	30 %	715,1
Ansiotuloa yhteensä (= ansiotulo-osinko + palkka)		14428,1		20539,1		27668,7
Ansiotulojen kunnallisvero, Kempele	19,50 %	2813,5	19,5 %	4005,1	19,5 %	5395,4
Ansiotulojen valtionvero, valtion tuloveroasteikko 2012		0		296,5		1174,5
Ansiotuloveroa yhteensä		2813,5		4301,7		6569,9
Verovapaata tuloa yhteensä		8222,0		4866,1		950,9
Nettotuloa käteen		19836,5		21103,5		22049,6
Yrittäjän henkilökohtainen veroprosentti		12,42		16,93		22,96
Maksettavat verot ja sos.kulut yhteensä; yritys ja yrittäjä		10163,5		8896,5		7950,4
Edellisestä laskettu kokonaisveroprosentti yrityksen 30 000 euron tuloksesta		33,88		29,65		26,50

Yrityksen tuloksesta maksettava kokonaisveroprosentti ei pienessä yrityksessä juurikaan muutu, vaikka yrityksen nettovarallisuutta nostettaisiinkin. Jos yrittäjä myy omistamansa tuotantolaitteet osakeyhtiölleen ja nettovarallisuutta olisi siten kertynyt esimerkiksi 20 000 euroa, olisivat vastaavissa laskelmissa kokonaisveroprosentit 33,06 %, 28,56 % ja 24,95 %. Käteen jäävät nettotulot olisivat vastaavasti noin 20 080 euroa, 21 430 euroa ja 22 515 euroa. Laskelmat löytyvät liitteestä 3.

Tuleva yritys maksaa tiloistaan vuokraa yrittäjälle ja tämän puolisolalle. Vuokra on yrittäjälle pääomatuloa. Jos yrittäjä lainaa yritykselle rahaa, voi yritys maksaa lainasta korkoa. Myös korko kat-

sotaan yrittäjän pääomatuloksi. Yritys voi maksaa yrittäjälle myös kohtuullista korvausta tämän antamasta lainan vakuudesta. Tämä korvaus on puolestaan yrittäjälle ansiotuloa. Korke ja vakuudesta maksettava korvaus ovat yritykselle verotuksessa vähennettäviä menoja. (Matikainen 2012, 16)

Peiteltynä osinkona pidetään osakeyhtiön osakkaalle tai tämän lähiomaiselle antamaa rahallista etua. Aloittavan yrityksen kohdalla se voisi olla lähinnä tuotantolaitteiden ostamista yrittäjältä ylihintaan. Mikäli peiteltyä osingon jakoa ilmenee, nosta se yrityksen verotettavaa tulosta ylihinnan verran. Lisäksi 70 % ylihinnasta verotetaan yrittäjän ansiotuloina. Peiteltä osingonjakoa ovat myös yrityksen omaisuuden alihintaan myyminen ja yrityksestä alikorkoisen lainan antaminen yrittäjälle. Peitelty osinko tulee tavallisesti kalliimmaksi kuin avoin voitonjako. (Tomperi 2009, 56.) Luovutus- eli myyntivoittoa ei aloittavan yrityksen kohdalla synny.

3.6. Osakeyhtiön verotus vuonna 2014

Hallitus päätti 21.3.2013 pitämässään kehysriihessä alentaa yhteisöveroä 24,5 %:sta 20 %:iin. Samalla päätettiin, että yksityishenkilön listaamattomasta osakeyhtiöstä saamat osinkotulot ovat aina vain pääomatuloa, ja listaamattomista osakeyhtiöistä maksettavien osinkojen verovapaa raja 60 000 euroa poistuu. Jatkossa osingoista on 25 % veronalaista ja 75 % verotonta tuloa siihen määrään saakka, joka vastaa osakkeen matemaattiselle arvolle laskettua 8 %:n vuotuista tuottoa. Ylimenevä osa verotetaan kokonaan pääomatulona. Pääomatulojen veroprosentti on 30 ja 40 000 euroa ylittävältä osalta 32. (Veronmaksajain keskusliitto 2013, haettu 26.3.2013).

3.7 Yhtiömuodon muuttaminen

Liikkeen- tai ammatinharjoittaja voi muuttaa elinkeinotoimintansa yritysmuodon osakeyhtiöksi. Hänen on itse merkittävä kaikki osakeyhtiön osakkeet. Osakeyhtiöön voidaan ottaa uusia osakkeenomistajia vasta perustamisen jälkeen. (Verohallinto 2012, haettu 19.11.2012.) Käytännössä toiminimestä tehdään ensin lopettamisilmoitus verohallintoon ja patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisteriin ja uudesta osakeyhtiöstä täytyy tehdä perustamisilmoitus.

Mikäli perustettava yritys aloittaisi yhdenhengen osakeyhtiönä, voisi se myöhemmin muuttaa yhtiömuotoa ja jatkaa toimintaansa toiminimenä. Osakeyhtiön Y-tunnus ei siirry toiminimelle. Käytännössä osakeyhtiössä on tehtävä päätös yhtiömuodon muuttamisesta, täytettävä muutosilmoi-

tus, haettava kuulutus velkojille ja täytettävä uuden henkilöyhtiön perustamisilmoitus. (Patentti- ja rekisterihallitus 2011, haettu 19.11.2012.)

3.8 Yrittäjän ja tutkijan johtopäätökset

Yrittäjä päättää aloittaa yritystoimintansa toiminimellä, vaikka moni hänelle on osakeyhtiömuotoa suosittelutkin. Osakeyhtiö saattaisi näyttää ulospäin vakavaraisemmalta ja luotettavammalta yhtiömuodolta. Toiminimen hallinnointi ja päätöksenteko on yrittäjistä yksinkertaisempaa. Taloudellisen riskin yritystoiminnasta yrittäjä on jo ottanut henkilökohtaisesti eikä yritystoimintaan ole suunnitteilla toista yrittäjäkumppania. Mikäli yritystoiminta laajenee ja tilanne muuttuu, voi yrittäjä aina muuttaa toiminimensä osakeyhtiöksi tai muuksi henkilöyhtiöksi. Vaikka tuotantokalustoa ei ainakaan aluksi ole voittojen noston kannalta tarvetta siirtää yrityksen nimiin, aikoo yrittäjä pikku hiljaa myydä laitteet perustettavalle yritykselle. Osan henkilökohtaisista tuloista yrittäjää saa näin myyntituloista ja kalusto siirtyy yrityksen varallisuudeksi.

Taloudellisesti ei näyttäisi juurikaan olevan merkitystä aloittaako yrittäjä osakeyhtiönä vai toiminimellä. Kun voitto nostetaan pääosin palkkana osakeyhtiöstä, on tuloksesta maksettava kokonaisvero samaa luokkaa toiminimellä tehtävän verotuksen kanssa. Liitteistä 4 ja 5 voidaan nähdä, että vuotta 2014 koskevat veromuutokset eivät muuta tätä asiaa. Osakeyhtiön osakkeet yrittäjä voisi merkitä sijoittamalla osan tai koko tuotantokalustonsa apporttiomaisuudeksi. Apporttiomaisuudella on oltava yritykselle taloudellista arvoa, ja sen arvon tulee maksuhetkellä vastata merkittävien osakkeiden hintaa (Patentti- ja rekisterihallitus 2008, haettu 15.2.2013). Varojen siirtely yrittäjän ja yrityksen välillä on jatkossa toiminimellä kuitenkin helpompaa. Toiminimellä toimiminen on hallinnollisesti lähempänä yrittäjän tämän hetkistä ammatinharjoittamista, joten tutkijana olen yrittäjän kanssa yritysmuodon valinnasta samaa mieltä.

4 LÄHTÖKOHTA-ANALYYSI

Yrittäjäksi ryhtyvän tulee tietää, kuinka oma toimiala toimii. Musiikkialalla on useita tahoja, joilla on suoria ja välillisiä vaikutuksia äänitysstudioihin. Yrittäjän on hyvä tietää, miten musiikin lopullisen käyttäjän eli kuluttajan valinnat ja toiminta vaikuttavat näiden tahojen ja siten myös äänitysstudion kannattavuuteen. Asiakkaiden ja kilpailutilanteen tunteminen on edellytys menestyvän yritystoiminnan käynnistämiseksi, ja omien resurssien tiedostaminen auttaa yrittäjää hahmottamaan omat riskit ja vahvuudet toimialalla toimimisessa.

4.1 Toimialan ja toimintaympäristön analyysi

Musiikkialan talouden arvoksi Suomessa vuonna 2011 on arvioitu 817,7 miljoonaa euroa. Arviossa on huomioitu elävän musiikin, musiikin koulutuksen, äänitemyynnin, tekijänoikeustulojen ja apurahojen osuudet, joista kahden ensimmäisen yhteenlaskettu osuus muodostaa yli 80 %. (Tolppanen & Tuomainen 2012, 15.)

Alalla työskentelevien määrää on vaikea arvioida, koska ihmisiä työllistyy koko- ja osa-aikaisten lisäksi myös satunnaisesti. Lisäksi eri etujärjestöjen tiedoissa on päällekkäisyyksiä ja puutteita. Nämä asiat huomioon ottaen Tolppanen ja Tuomainen ovat selvityksessään Musiikkialan talous Suomessa 2011 päätyneet arvioimaan alan työllistävän noin 30000 ihmistä, joista valtaosa on osa-aikaisia muusikoita (sama, 5).

Musiikkialan perustan luovat musiikin tekijät ja esittäjät. Heihin lukeutuvat säveltäjät, sanoittajat, sovittajat, muusikot ja artistit. Esittäjien tukena ja työllistäjinä toimii erilaisia promoottoreita, agenteja, managereita sekä tapahtumien ja festivaalien järjestäjiä. Musiikin tekemisen tuotantoprosesseissa toimii puolestaan levy- ja kustannusyhtiötä, taiteellisia tuottajia ja äänitysstudiota.

Palkkion tekemästään työstä musiikin tekijät ja julkaisijat saavat fyysisen äänitteiden myynnin lisäksi musiikin esittämisestä ja käytöstä. Palkkioita keräämään ja eri musiikkialan toimijoiden etuja ajamaan on syntynyt joukko etujärjestöjä ja edunvalvojia. Näistä merkittävimmät kiteyttävät toimintansa verkkosivuillaan seuraavasti:

Teosto:

- säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikkikustantajien tekijänoikeusjärjestö
- kerää tietoa teoksista tekijöiltä ja niiden käytöstä käyttäjiltä
- myy musiikin käyttöluvia ja kerää tekijöiden puolesta korvaukset
- tilittää teoksen käytöstä saadut korvaukset teoksen tekijälle

Gramex:

- kerää ja tilittää tekijänoikeusmaksuja muusikoille, kapellimestareille, laulajille ja äänitteiden tuottajille
- kerää korvauksia kun cd-musiikkia tai muuta äänitettä (myös musiikkivideoita) esitetään julkisesti tai tallennetaan muuhun kuin yksityiseen käyttöön
- korvauksen maksajina toimivat mm. radioasemat, taustamusiikkia käyttävät kaupat ja laitokset, av-tuottajat ja taustamusiikkikoosteiden tallentajat
- äänitemusiikin esitystekniikka (radio, tietokone, cd-levy, kännykkä jne.) ei vaikuta siihen tuleeko korvausta maksaa

Muusikoiden liitto:

- ajaa esiintyvien muusikoiden, kuten orkesterimuusikoiden, kapellimestareiden, rockmuusikoiden, jazz-muusikoiden jne. etuja
- neuvottelee mm. työehtosopimukset ja minimipalkkiot muusikoiden puolesta
- antaa jäsenetuihin ja -palveluihin kuuluvaa neuvontaa: sopimusneuvontaa, jakaa terveysneuvontapalveluita ja toimii sairauskassana ja työttömyyskassana (JET-kassa)

Suomen ohjelmatoimistot ja agentit ry (SOA):

- toimii ohjelmatoimistoalan yhteisenä edunvalvojana
- tekee aloitteita ja antaa lausuntoja, järjestää neuvontaa ja koulutusta, harjoittaa tiedotus ja julkaisutoimintaa

Suomen musiikkikustantajat ry:

- parantaa kustannustoiminnan toimintaedellytyksiä ja seuraa lainsäädäntöä
- valvoo suojattujen sävelteosten luvaton käyttöä
- myöntää teosten käyttöluvia graafisiin julkaisuihin

- kustannustoiminnan perustana ovat sopimuksella luovutetut tekijänoikeudet, joiden pohjalta kustantajalla on lupa valmistaa teoksesta kappaleita esim. painettuina nuotteina tai äänitteinä, sekä lupa julkaista ja levittää teosta

Music Finland:

- tavoitteena suomalaisen musiikin viennin edistäminen
- tekee ulkomaista ja kotimaista markkinointiviestintää sekä tarjoaa ulkomaisille markkinoille pyrkiville yrityksille rahoitus- ja investointipalveluja
- järjestää myös tapahtumia ja koulutusta sekä tekee tutkimustyötä

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry (TTVK):

- julkaisee tekijänoikeudellista tiedotusmateriaalia ja järjestää koulutusta viranomaisille ja oppilaitoksille
- valvoo valtakirjoin jäsenten tekijänoikeuksia fyysisillä markkinoilla ja verkossa
- toimii yhdessä viranomaisten kanssa
- viimeisin suurta julkisuutta saanut tapaus on ns. ”Chisugate”, jossa jaettiin sakkoja ja takavarikoitiin tietokoneita laittoman musiikin lataamisen ja jakamisen seurauksena

Musiikintuottajat (Ifpi Finland):

- Suomessa toimivien äänitetuottajien kattojärjestö
- kehittää alan toimintaedellytyksiä ja tilastoi musiikkimyyntiä

IndieCo:

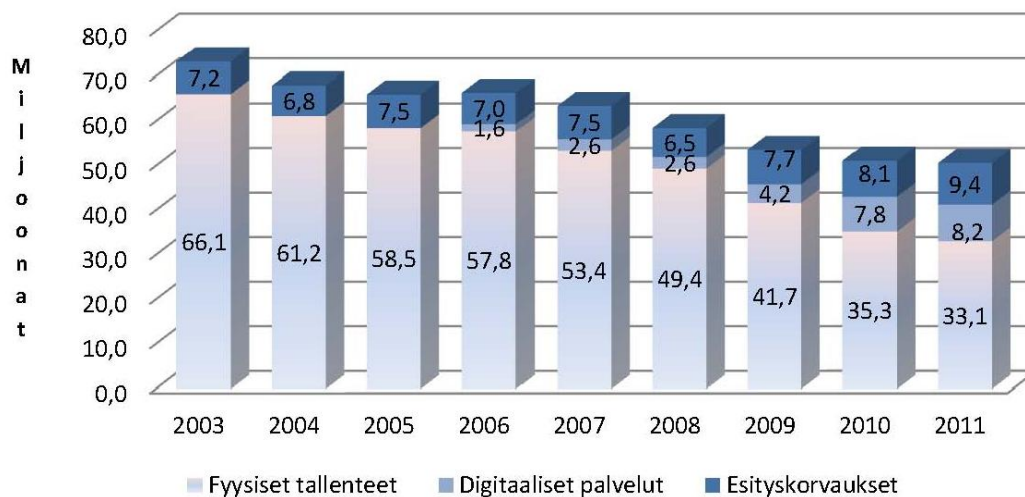
- Suomen riippumattomien levy- ja tuotantoyhtiöiden yhdistys
- pyrkii edistämään jäseniensä asemaa ja arvostusta suomalaisessa musiikkikentässä
- toimii muiden yhdistysten ja toimijoiden sisällä
- pyrkii turvaamaan ja parantamaan erilaisten tukien ja etujen saantimahdollisuuksia sekä lisäämään jäseniensä välistä yhteistyötä ja verkostoitumista

Suomessa toimii 90 musiikkiopistoa ja 10 konservatoriota. Lisäksi musiikkialan koulutusta järjestetään esim. yliopistoissa, ammattikorkeakouluissa ja teknisissä korkeakouluissa. (Musiikin opetus Suomessa – työryhmä 2007, haettu 13.12.2012.) Oulun seudulla musiikkialan opetusta tarjoavat musiikkikoulujen ja yliopiston lisäksi muun muassa musiikkipainotteinen lukio ja konservatorio.

Vuonna 2011 apurahoja musiikkialalla jaettiin 14,9 miljoonaa euroa (Tolppanen & Tuomainen 2012, 15). Jakajina toimivat yksityiset säätiöt, valtio, kunnat sekä Esittävän taiteen edistämiskeskus (ESEK) ja Luovan säveltaiteen edistämiskeskus (LUSES), jotka yhdistyivät ja jatkavat toimintaansa vuoden 2013 alusta Musiikin edistämissäätiönä (MES) (Musiikin edistämissäätiö 2012, haettu 14.12.2012). Valtaosa julkisensektorin tuesta jaettiin sinfoniaorkestereille ja Kansallisoopperalle, joiden selviytyminen markkinaehtoisessa ympäristössä on vaikeaa. Myös muita klassisen musiikin lisäksi valtavirran ulkopuolella olevia musiikkilajeja tuettiin. (Tolppanen & Tuomainen 2012, 16.)

Äänitysstudio palvelee ensisijaisesti musiikin tekijöitä ja julkaisijoita. Näiden toimijoiden kannattavuuteen vaikuttavat olennaisesti kuluttajien ostovoima ja viime vuosina varsinkin kodintekniikan mukanaan tuoma kulutuskäyttämisen muuttuminen.

Kulutuskäyttämisen muutokset näkyvät selvimmin fyysisten äänitteiden, kuten CD-, DVD- ja Blu-ray-levyjen, myynnin laskuna. Lasku on ollut tasaisesta viime vuosina. Kuva 1 kertoo fyysisten äänitteiden tukkumyynnin laskusta ja digitaalisten palveluiden myyntiosuuden kasvusta. Kuvassa näkyvät erityiskorvaukset ovat Gramexin kautta tuottajille tilitettyjä korvauksia.



KUVA 1. Äänitteiden tukkumyynti Suomessa 2011. Lähde: Musiikintuottajat

Vähittäiskaupan arvon arvioidaan olevan 161 % tukkumyynnin arvosta sisältäen vähittäiskaupan katteen ja arvonlisäveron. Äänitemyynnin kokonaisarvo Suomessa 2011 oli 66,5 miljoonaa euroa. (Tolppanen & Tuomainen 2012, 17.)

Vasta vuonna 2012 äänitemyynti kääntyi pieneen kasvuun. Fyysisten äänitteiden myynti jatkoi yhä laskuaan, mutta digitaalisten palveluiden myynti kasvoi peräti 35 %. Tämä kasvu nosti koko vuoden tukkumyynnin tuloksen 1,2 % vuoden 2011 myyntiä suuremmaksi. (Musiikintuottajat 2013, haettu 18.2.2012.)

Digitaalisten palveluiden myynti on koko ajan odotetusti kasvanut. Suomessa digitaalisen jakelun osuus vuonna 2012 oli 27 %, mikä on maailmanlaajuisesti ajatellen lähellä keskitasoa (Musiikintuottajat 2013, haettu 18.2.2013). Maakohtaisia eroja on kuitenkin paljon. Yhdysvalloissa vastaava osuus on 52 % ja Ruotsissa peräti 63,5 % (Ifpi 2012, haettu 19.11.2012; Ifpi Svenska Gruppen 2012, haettu 19.11.2012). Globaalilla tasolla digitaalisen musiikinmyynnin odotetaan ohittavan fyysisen myynnin lähivuosina. Perinteisen musiikinmyynnin ei kuitenkaan odoteta katoavan.

Digitaalisten palveluiden ongelmana on musiikin ja muun median helppo kopiointi sekä laitton jakaminen ja käyttö. Taloustutkimuksen vuonna 2010 tekemän tekijänoikeusbarometritutkimuksen mukaan laittomasta nettilataamisesta syntyneet tappiot Suomessa olivat musiikin osalta vähittäiskauppannin laskettuna peräti 73 miljoonaa euroa. Jos laittomia vaihtoehtoja ei olisi saatavilla, arviolta kolmasosa ladatuista tiedostoista olisi tutkimuksen mukaan hankittu kaupasta tai laillisesta nettikaupasta. (Lyhty 2010, haettu 19.11.2012.)

Laitonta lataamista harjoitettiin vuonna 2011 joka viidennessä kotitaloudessa, mutta nuorten maailmassa sitä tapahtui lähes joka toisessa kodissa. Asenteet laitonta lataamista ja jakelua kohtaan ovat kuitenkin muuttuneet kielteisempään eli parempaan suuntaan. (Lyhty 2011, haettu 19.11.2012.)

Euroopassa useiden maiden tuomioistuimet ovat määränneet teleoperaattoreita estämään pääsyn laittomasti mm. musiikkia, elokuvia ja pelejä jakavan Piratebayn sivustoille. Suomessa näin tehtiin kesäkuussa 2012 hovioikeuden päätöksellä. Taloustutkimuksen teettämän vuoden 2012 tekijänoikeusbarometrin mukaan selvä enemmistö suomalaisista kannattaa näitä estoja ja Piratebay-sivuston käyttö onkin laskenut 72 % kolmen suurimman teleoperaattorin aloitettua estot. (Lyhty 2012, haettu 19.11.2012.)

Esto on kuitenkin helppo kiertää ja laittoman kopion hankkiminen on vielä toistaiseksi aivan liian helppoa. Tämä asettaakin haasteita kehittää uusia innovatiivisia musiikin jakelupalveluita, jotta yhä suurempi osa musiikista hankittaisiin tulevaisuudessa laillisista lähteistä.

Myös perinteisten tallennukseen käytettävien laitteiden, kuten CD-R levyjen ja MP3-soittimien, myynti on laskenut ja sen seurauksena myös niistä maksettavien hyvitysmaksujen määrä. Hyvitysmaksuja kerätään yksityiseen kopiointiin tarkoitetuista laitteista. Edistämiskeskukset, kuten Avek, Luses ja Esek, ovat tukeneet hyvitysmaksuista kerätyillä varoilla pieniä musiikkituotantoja. Järjestöt ovat joutuneet pienentämään jaettavia avustuksia hyvitysmaksujen laskiessa. Ongelmana tällä hetkellä on, etteivät hyvitysmaksun piiriin kuulu kaikki nykyään kopiointiin käytettävät laitteet, kuten esimerkiksi matkapuhelimet ja tietokoneet. Viimeisimpänä korvauksen piiriin saatiin ulkoiset kiintolevyt. Hyvitysmaksujärjestelmää ollaan uudistamassa vuonna 2012 ja uudistukset pitäisi tulla käyttöön vuonna 2013. Tarkempia tietoja uudistuksesta ei vielä ollut saatavilla. (Teosto 2012, 22 – 23.)

Musiikin äänitemyynti on vähentynyt dramaattisesti viime vuosina, mutta samanlaista trendiä ei näy musiikin julkisissa esityksissä. Teoston viime vuoden tulos osoittaa, että musiikki on yhä suosittumpaa radio- ja televisiolähetysten ja nettipalveluiden sisältönä, elävän musiikin esityksinä ja taustamusiikkina. Vuonna 2011 Teosto keräsi kotimaasta korvauksia musiikinkäytöstä yhteensä 45,3 miljoonaa euroa. Tämä on 5,8 prosenttia enemmän kuin edellisvuotena. (Tolppanen & Tuomainen 2012, 21.)

Kuten edellä olevasta voidaan päätellä, on musiikin kuluttaminen muuttunut. MP3-tiedostomuoto ja nopeat Internet-yhteydet vauhdittivat musiikin siirtymistä niin laittomiin kuin laillisiin verkkolähteisiin. Perinteisen omalle laitteelle verkkokaupasta, kuten iTunesista, lataamisen rinnalle on noussut koko ajan suosiotaan kasvattavat streaming-palvelut, joista tunnetuin Pohjoismaissa lie-nee Spotify. Palveluista voidaan maksaa esim. kuukausimaksua tai niistä voidaan käyttää kuluttajalle ilmaisia mainosrahoitteisia versioita. Osalle kuluttajista ilmainen palvelu riittänee jatkossakin, sillä onhan musiikin ilmaiseen kuluttamiseen totuttu jo radion ja tv:n kautta. Toiset kuluttajat taas haluavat yhä saada levyn kiinteässä muodossa hyllyynsä, vaikka se olisi ilmaiseksi verkossa kuunneltavissa tai joskus jopa nähtävissä. Youtube on varsinkin nuorison keskuudessa suosittu musiikinlähde ja linkkejä musiikkivideoihin jaetaan sosiaalisessa mediassa. Verkko-yhteyksien ja varsinkin mobiiliyhteyksien kehittyminen on tuonut tullessaan myös sen, että musiikin halutaan olevan saatavilla kaikkialla päätelaitteesta riippumatta. Palvelujen tarjoajien on tuotettava samaa palvelua monille käyttöjärjestelmille ja päätelaitteille mielellään kuluttajan omalla äidinkielellä. (Argillandet T., Kalli S., Martikainen V., Muikku J. & Tuovinen T. 2012, 37, 42.)

Kulutustottumuksien muuttuminen on pakottanut levy-yhtiöt kehittämään uusia ansaintamalleja. Tällaisia ovat esimerkiksi master-äänitteiden suoralisensiointi mainoskäyttöön, artistien sponso-

rointisopimukset sekä muut suorat yritysysteistyöt (Tolppanen & Tuomainen 2012, 19). Näiden toimintamallien tuloksesta ei vielä ole kuitenkaan tilastoitua tietoa olemassa. Yhtenä mallina on yleistynyt niin sanottu 360-malli, jossa levy-yhtiö hoitaa äänitteen julkaisun lisäksi kaiken muunkin artistin markkinoinnin, kuten keikat ja oheistuotteet, ja saa näin siivun kaikesta artistille tulevasta tulovirrasta. Tämä ei toistaiseksi ole vielä yleistynyt pienemmissä levy-yhtiöissä, koska tarvittavia resursseja tai osaamista esim. keikkamyynnistä ja markkinoinnista ei välttämättä löydy. (Tiihonen 2010,13.)

360-mallin toimivuudesta ollaan montaa mieltä. Tutkimukseni yrittäjä kuitenkin toteaa studioyrittäjän näkökulmasta tämän antavan levy-yhtiöille edelleen mahdollisuuden kokonaisten levytuotantojen toteutukseen (äänitys, tuotanto, miksaus), joita häneltäkin on yhä enenevässä määrin tilattu. Kun levy-yhtiö saa osan artistin tekijänoikeus-, ohjelmamyynti- sekä fyysisten ja digitaalisten talenteiden jakelutuloista, on sillä edelleen mahdollisuus myös sijoittaa ammattimaiseen levytuotantoon. Tämä takaa taas artisteille uran jatkuvuuden.

Musiikintuottajat – IFPI Finland ry - arvioi 24 jäsenyhtiönsä markkinaosuudeksi 95 % äänitteiden kokonaismarkkinoista. Jäsenyhtiöiden osuudet vuoden 2012 tukkumyynnistä jakautuivat kuvan 2 mukaisesti. Kokonaismyynnistä peräti 69 % syntyi kotimaisen musiikin myynnistä. (Musiikintuottajat 2013, haettu 18.2.2013.)

FYYSINEN JA DIGITAALINEN	
markkinaosuus-% vuoden alusta	
fyysisen ja digitaalisen myynnin arvosta	
Yhtiö (Company)	Total % of value
AXR Music	2,56
EMI Finland	12,36
FG-Naxos	2,57
Playground Music	6,51
Sony Music Ent. Finland	17,90
Universal Music	23,66
Warner Music Finland	31,91
VL-Musiikki	2,53
YHTEENSÄ (TOTAL)	100,00

KUVA 2. Äänitteiden kokonaismarkkinoiden jakautuminen jäsenyhtiöiden välillä vuonna 2012.

Lähde: Musiikintuottajat

Jäljelle jäävää noin 5 %:n osuutta jakamaan on suurten yhtiöiden rinnalle noussut suuri joukko pienempiä riippumattomia yhtiöitä, jotka myös ovat järjestäytyneet. IndieCo ry:n jäsenyrityksinä on tällä hetkellä 49 riippumatonta levy- / tuotantoyhtiötä, joista jokainen tuottaa jäsensääntöjen mukaisesti vähintään kahta artistia. (IndieCo 2012, haettu 19.11.2012.)

Wikipedia puolestaan listaa 130 sivua suomalaisia levy-yhtiöitä. Näistä osa on lakannut toimimasta, mutta vastaavasti monet on perustettu 2000-luvulla varsinaisen levymyynnin kulta-ajan jälkeen.

Luovan Suomen julkaisussa 4, Digitalisoitumisen vaikutus luovien toimialojen liiketoimintamalleihin, on selvitetty myös musiikkitoimialan liiketoiminnan kehitystä vuosina 2004 – 2009. Tutkimuksessa mukana oli 79 levy-yhtiötä, ja tutkimuksen tunnusluvut on esitetty aineiston mediaaneina (aineiston keskimmäisen yrityksen tunnusluku). Liikevaihtoa tutkittaessa on huomattava, että levy-yhtiöiden liikevaihdon muutokset ovat olleet maltillisia, ja liikevaihto on pysynyt hyvällä tasolla levymyynnin laskusta huolimatta. Yhtiöt ovat siis onnistuneet korvaamaan levymyynnin tulonmenetyksiään muilla keinoin. Vuonna 2009 palkkana maksettua euroa kohden on kuitenkin saatu tuotettua vain 1,05 euroa, kun hyvänä arvona palveluyrityksellä tulisi olla 1,5 – 2 euroa. Levy-yhtiöiden käyttökate on laskenut hyvänä pidettävän 10 %:n tuntumasta lähemmäs 5 %:a. Koko liiketoiminnan kannattavuutta kuvaava nettotulosprosentti on tarkasteluajanjaksolla pysynyt kuitenkin 5 %:n tietämillä. Positiivinen nettotulos on osaltaan pitänyt levy-yhtiöiden omavaraisuusasteen hyvällä tasolla, ja hyvän omavaraisuusasteen avulla yhtiöt selviävät taloudellisesti vaikeampien aikojen yli. On huomattava, että äänitteidenmyynti on vielä huomattavasti laskenut vuoden 2009 lukemista, ja levy-yhtiöillä ei näyttäisi ainakaan aivan heti tulevan helpompia aikoja. (Luova Suomi 2011, 57 - 61.)

Jos artisti uskoo omaan musiikkiinsa ja löytää sille hyvän jakelijan, voi sen olla kannattavampaa äänittää ja julkaista musiikkinsa itse. Tie kaupan hyllylle on pitkä, ja on mietittävä, kannattaako musiikkia näinä päivinä markettien hyllyille edes havitella. Omakustannelevy voi olla varsinkin aluksi aivan riittävä tapa myydä ja levittää omaa musiikkia fyysisessä muodossa. Verkossa oman tuotannon jakamisen haasteena on se, kuinka saadaan uudet kuulijat löytämään oma tarjonta.

Tapahtui musiikin julkaisu- tai jakelupalveluissa tulevaisuudessa mitä tahansa, yksi asia pysyy ennallaan: musiikki on ensin tallennettava, jotta se saadaan kuluttajien ulottuville. Entistä tehokkaammat kotitietokoneet ja halvempi teknologia mahdollistavat laadukkaiden äänitysten tekemi-

sen kotioiloissa. Samasta syystä pienen äänitysstudion perustamiseen ei tänä päivänä tarvitse sijoittaa suurta pääomaa. Tarkkaa äänitysstudioiden määrää onkin vaikea arvioida. Ammattimaisesti toimivia on kuitenkin useita kymmeniä. Vaikka äänityksiä voidaankin nykyään tehdä rauhasa ja halvemmallalla esimerkiksi kotioiloissa, arvostetaan teknistä osaamista ja taiteellista luovuutta yhä enemmän. Studiotyöskentelyä voi opiskella nykyään useissa eri oppilaitoksissa ja suomalaisia tai suomeksi käännettyjä oppaita on jo saatavissa kirjakaupoista. Se, että osa äänityksistä tehdään muualla kuin kalliissa ammattistudiossa, on usein ajankäytöllisesti ja taloudellisesti järkevää. Jotta äänitteestä saadaan ammattimaisen kuuloinen kokonaisuus, tarvitaan siihen kuitenkin varta vasten rakennettua äänitarkkaamoja, ammattilaisten laitteita sekä osaavaa henkilöä, jolla on näkemys kokonaisuudesta.

4.2 Asiakasanalyysi

Yritysassiakkaiden määrää ja tilannetta käsiteltiin jo toimiala-analyysissä. Vaikka tarkoitus onkin keskittyä lähinnä yritysasiakkaisiin, on myös yksityisasiakkaita syytä tarkastella lähemmin. Kun tiedetään levy-yhtiöiden vähentynyt taloudellinen panostaminen uusiin artisteihin ja tietoverkkojen mahdollistamat uudet suorat kontaktimahdollisuudet musiikin kuluttajiin, näyttää yksityisasiakkaiden merkitys pienille ja keskisuurille äänitysstudioille kasvavan. Yksityisasiakkaita saattaa riittää perustamishetkellä, mutta on syytä selvittää myös, miltä näyttää asiakkaiden riittävyys jatkossa.

Soittoharrastuksen suosio on pysynyt ennallaan viimeisten vuosien aikana. Vuoden 2009 tilastojen mukaan kaikista yli kymmenen vuotiaista 14 % soitti jotain soitinta. 15 - 24 vuotiaista vastaava määrä oli 18 % ja 25 - 44 vuotiaista 22 %. (Tilastokeskus 2009, haettu 19.11.2012.)

Oulussa toimivan musiikin tiedotus- ja neuvontakeskus Rockpolis ry:n erilaisilla bändien yhteystietolistoilla on noin 400 sähköpostiosoitetta, joskin päällekkäisyyksiä on varmasti jonkin verran, toteaa tuottaja J. Halunen sähköpostiviestissään. Lisäksi sivustoilla on linkit 146 bändin kotisivuille. Musiikkityylit vaihtelevat laidasta laitaan.

Äänitysstudioiden palveluiden käyttö tulee bänditoiminnassa yleensä ajankohtaiseksi siinä vaiheessa kun omien instrumenttien hallinta on kehittynyt riittävän hyväksi ja omaa materiaalia on kertynyt. Yleensä ensimmäiset omat keikkaesiintymisetkin on jossain päästy jo tekemään. Käytännössä voidaan sanoa, että studion asiakkaiden ikäjakauma on 15 ja 44 vuoden välillä.

Tällä hetkellä yrittäjän asiakkaista noin puolet on yksityisasiakkaita, kun vielä muutama vuosi sitten yrittäjän valmistumisen aikoihin suurimmalla osalla asiakkaista oli jokin maksajataho takanaan. Yrityisasiakkaista yrittäjä aikoo ensisijaisesti keskittyä musiikin tuottamiseen ja kustantamiseen keskittyviin yrityksiin. Nämä yritykset tilaavat kokonaisia levytuotantoja alkaen säveltämisestä ja päätyen valmiiseen miksaukseen. Tuotannosta maksetaan sovittu palkkio, josta kulujen jälkeen yrittäjälle voi jäädä tavanomaista enemmän käteen. Aikataulullisesti nämä työt ovat joustavampia, vaikka tuotannolle onkin asetettu takaraja.

4.3 Kilpailija-analyysi

Kilpailutilanteen tunteminen on yritystä perustettaessa yksi olennaisimpia asioita. Jos alueella toimii jo ennestään useita saman alan yrityksiä, on tarkoin harkittava, riittääkö asiakkaita vielä yhdelle uudelle tulokkaalle. Kilpailijoiden tunteminen auttaa uutta yrittäjää myös pohtimaan voiko oma toiminta erikoistua palvelemaan sellaisia asiakkaita, joiden tarpeisiin olemassa olevat yritykset eivät vielä vastaa. Kilpailijoita tutkimalla yrittäjä voi peilata myös omia suunnitelmiaan vaikkapa hinnoittelun suhteen. Mikä on kilpailijoiden hintataso ja näyttääkö heillä riittävän maksukykyisiä asiakkaita? Näitä tietoja voi verrata omiin suunnitelmiin, laskea oman yrityksen kannattavuutta ja arvioida asiakasvirtaa.

Tilastokeskuksen mukaan äänitysstudioiden määrä on viime vuosina pysynyt ennallaan. Taulukossa 2 on huomioitu yritykset, joiden toiminta-aika tilastovuonna ylitti kuusi kuukautta, ja jotka työllistivät vähintään 0,5 henkilöä, tai joiden liikevaihto oli vähintään 9 187 euroa.

TAULUKKO 2. Äänitysstudioiden määrän kehitys vuosina 2007 – 2010.

Lähde: Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri

	Vuosi	Toimipaikkoja	Henkilöstö	Liikevaihto1.000€
592 Äänitysstudiot;	2007	521	568	108135
äänitteiden ja musiikin kustantaminen	2008	562	594	107802
	2009	547	588	106041
	2010	558	560	110457

Oulun seudulta löytyy musiikin tiedotus- ja neuvontakeskus Rockpoliiksen verkkosivujen mukaan tällä hetkellä 11 äänitysstudiota. Listalta ei tiettävästi löydy kaikkia äänityspalvelujen tarjoajia. Vain viidellä yrityksellä on toimivat verkkosivut, mikä varmasti kertoo niiden kaupallisen toiminnan

asteesta. Verkkosivujen tutkiminen paljastaa yritysten olevan hyvin eritasoisia niin tiloiltaan, laitteistoltaan kuin hinnoiltaan. Perustettavan yrityksen taseisia studioita listalta löytyi kolme. Koska äänitysstudioilla on tapana suuntautua tuottamaan tietyn tyylisuunnan musiikkia, ei suurta kilpailua asiakkaista Oulussa ole syntynyt. Tuotantolaitteiden yhdenmukaisuus mahdollistaa projektien tekemisen tai viimeistelyn vaikka kilpailijan luona, mikäli siihen jokin syy ilmenee.

”Latviksen” ylläpitämällä Rockdata-verkkosivuilla on listattuna 113 äänitysstudiota (Latva-Äijö J. 2012, haettu 14.12.2012). Pohjoisessa näistä toimii vain kolme, joista kaksi Oulussa ja yksi Kemissä. Nämä kaikki kolme ovat suuntautuneet erityisesti raskaamman metallimusiikin äänityksiin, toisin kuin nyt perustettava yritys. Pohjois-Suomessa ei ole yrittäjän tietojen mukaan tällä hetkellä toista samansuuntaista studiota, ja tästä johtuen häneltä tilattujen tuotantotöiden määrä onkin yrittäjän mukaan vuosi vuodelta kasvanut.

Arvonlisäverottomat päivähinnat kilpailijoilla liikkuvat keskimäärin 150 euron 350 euron välillä sisältäen äänittäjän/tuottajan. Myös korkeampia hintoja löytyy, esimerkiksi Helsingissä toimivan Suomen tunnetuimman studion Finnvoxin verkkosivujen mukaan hinnasto lähtee liikkeelle 85 euron tuntihinnasta (Finnvox 2011, haettu 14.12.2012). Yleinen tapa alalla näyttää olevan projekti-kohtaisten tarjousten antaminen.

4.4 Resurssianalyysi

Fyysisillä ja taloudellisilla resursseilla on merkitystä varsinkin yritystoiminnan alkuvaiheessa, kun asiakkaat eivät vielä ole löytäneet yritystä. Kiinteät kustannukset, kuten palkat, lainat ja tilavuokrat, on hoidettava joko myynnin tai lainarahan avulla. Nyt perustettavan yrityksen kohdalla tilanne on hyvä, koska kiinteät kustannukset ovat pieniä, ja yrittäjällä on jo valmiiksi työtilauksia jonossa. Myöhemmässä vaiheessa omia resursseja tarkastelemalla yrittäjä voi tehdä päätöksiä, jotka tukevat tuottavaa yritystoimintaa. Yhtälailta voidaan karsia kannattamattomia toimintoja pois. Omien resurssien tutkiminen auttaa yrittäjää keskittymään omiin voimavaroihin ja huomaamaan omat puutteet.

Perustettava yritys tulee pääsääntöisesti toimimaan yrittäjän omistamassa kiinteistössä. Tilojen muutostyöt on rahoitettu lainarahalla, joka on yrittäjän henkilökohtaista lainaa. Laitteisto on pääosin valmiina, eikä suuria investointeja tarvitse aluksi tehdä. Jatkossa suurin osa tulorahoitukselta on tarkoitus investoida ohjelmistopäivityksiin ja uusiin laitteistohankintoihin. Investoinnit ovat

pitkäaikaisia ja laitteisto voi olla käytössä vielä kymmenien vuosien päästä. Siksi monet investoinnit voidaan tehdä jatkossa myös käytettyihin laitteisiin.

Enemmän rajoituksia resursseihin asettaa yksin työskenteleminen. Ihmiset korvat väsyvät altistuksessaan jatkuvaan äänenpaineeseen. Tästä johtuen äänitarkkaamossa työskennellessä äänenpaineella on tapana nousta helposti päivän edetessä. Jatkuva altistuminen 80 dB(A):n meluun olisi rajattava 40 tuntiin viikossa, jotta kuulovaurioilta vältyttäisiin. 89 dB(A):n melulle saisi altistua vain viisi tuntia viikossa. (Fagerström 2009, haettu 19.11.2012.)

Yhtenä raja-arvona on pitkään pidetty 85 dB(A):ä, jolle jatkuva päivittäinen altistuminen voi jo aiheuttaa kuulovaurion. Kun äänenpainetta lisätään 3dB, puolittuu siinä vietettävä turvallinen aika. Tämän mukaan 88dB(A):n melussa voisi turvallisesti työskennellä vain neljä tuntia. (sama, haettu 19.11.2012.) Studiossa työskennellessä äänenpaine voi nousta hetkittäin korkeammaksikin, mutta vastaavasti musiikkia tehdessä melu ei ole yhtäjaksoista. Yrittäjä on opetellut työskentelemään myös pienemmillä äänenpainetasoilla.

Terveydellisistä lähtökohdista katsottuna edellä mainittuja desibeliarvoja noudattamalla yrittäjä voi siis tehdä viisi kahdeksan tunnin työpäivää viikossa. Maksimissaan yrittäjä voisi yksin työskennellessään myydä vuodessa 260 päivää. Palkkaamalla toiseksi ulkopuolisen työntekijän, myytävien päivien lukumäärä nousisi maksimissaan 520 päivään. Tämä vaatisi kuitenkin erityisjärjestelyjä ja joustamista asiakkaiden taholta. Vaikka päällekkäisiä töitä voitaisiin studiossa ajallisesti tai siirrettävän kaluston avulla tehdäkin, tilannetta vaikeuttaa se, että valtaosa muusikoista käyvät musiikin tekemisen lisäksi muualla päivätöissä, ja he ovat näin ajallisesti sitoutuneita usein myös toisaalle.

Yrittäjän mukaan työtilaukset studioalalla jakautuvat harvemmin tasaisesti. Yhtälailla voi olla pidempiä hiljaisempia jaksoja kuin kiireisiä kuukausiakin. Tämä kausittainen asiakasvaihtelu osaltaan puolustaa yksin toimimista. Kustannukset pysyvät ainakin palkkojen osalta pieninä. Hiljaisempina kausina yrittäjä voi hankkia yritykselleen tuloja järjestämällä studiotyöskentelypajoja ja tekemällä enemmän keikkoja muusikkona.

5 VISIOT JA TAVOITTEET

Yrittäjän visio on olla viiden vuoden kuluttua Pohjois-Suomen johtava äänitys-, miksaus- ja tuotantopalveluja tarjoava yritys. Ensimmäisenä tavoitteena yrittäjällä on saada studion käyttöaste mahdollisimman korkeaksi. Tähän hän suunnittelee pääsevänsä tuotantokalustoon ja -tiloihin nähden halvan hinnoittelunsa avulla. Yksityisnostoja on tarkoitus tehdä mahdollisimman vähän, vain välttämättömien henkilökohtaisten menojen verran, jotta kaikki muu tuotto voidaan sijoittaa yrityksen tuotantokalustoon. Päivitysten ja uusien hankintojen avulla studio lisää entisestään kiinnostavuutta, ja käyttöaste kasvaa entisestään. Hintojen suunnitellut korotukset karsivat jonkin verran asiakkaita, mutta käyttöasteen ollessa riittävän korkea yrittäjä voi valita itselleen mielenkiintoisimmat ja tuottavimmat projektit. Yrittäjän itsensä työskennellessä toisaalla, pyörittää studioa palkattu työntekijä tai se on vuokrattuna kokonaan ulkopuolisille.

Visiona on, että asiakaskunta on tulevaisuudessa vain yritysasiakkaita, toisin sanoen levyttäviä artisteja. Tavoitteena on saada enenevässä määrin kokonaisia tuotantoja, jotka alkavat artistille tehtävien laulujen säveltämisestä ja päättyvät albumikokonaisuuden valmiiseen miksauseseen. Ensimmäinen tällainen tuotanto on tällä hetkellä käynnissä. Tuotannollisesti laadukkaiden ja kaupallisesti menestyneiden tuotantojen avulla yrityksen maine muusikoiden ja levy-yhtiöiden keskuudessa kasvaa.

Kymmenen vuoden kuluttua yrityksen tuotantotiloja on tarkoitus laajentaa, jotta yhä suuremmat tuotannot olisivat mahdollisia. Tämän jälkeen yritys voi vertailukelpoisena kilpailla kaikkien Suomen menestyneimpien ja suurimpien studioiden rinnalla.

Yritys keskittyy jatkossakin toimimaan äänitysstudiona. Asiakkaita on tarkoitus haalia myös muilta toimialoilta, kuten elokuvatuentoyhtiöistä. Painotus muiden musiikin tuottamisen sijaan olisi enenevässä määrin sävellyspuolella, jolloin kertakorvausten lisäksi yrittäjälle kertyisi myös tekijänoikeuskorvauksia.

6 MARKKINOINTISUUNNITELMA

6.1 Tuotteet ja hinnoittelu

Palvelun kerrokset ovat ydinpalvelu, lisäpalvelut ja tukipalvelut. Yritys on perustettu, jotta se voisi tuottaa ydinpalvelua. Lisäpalvelu on usein olennainen ja välttämätön osa palvelua. Tarjoamalla tukipalveluja pyritään puolestaan saamaan kilpailuetua muihin nähden. (Bergström & Leppänen 2009, 204.)

Nyt perustettavan äänitysstudion ydinpalvelun muodostaa äänitteen valmis miksaus. Miksauksessa eri äänilähteiden väliset tasoerot säädetään halutunlaisiksi. Toisin sanoen musiikki saadaan kuulostamaan siltä kuin sen halutaan kuluttajalle kuulostavan.

Musiikkiesitys on aina sävelletty vähintään yhdelle instrumentille. Vain yhdelle instrumentille sävelletyt teokset ovat kylläkin populaarimusiikissa erittäin harvinaisia. Yksittäinenkin instrumentti äänitetään usein useammalla mikrofonilla, jotta sen sointi saataisiin tallennettua mahdollisimman alkuperäisenä. Jokainen mikrofoni äänitetään omalle ääniraidalleen, jotta niitä pystytään jälkeempään tarvittaessa käsittelemään. Äänitetty muusikon esitys vaatii useimmiten dynamiikan (hiljaisimpien ja kovimpien äänien välinen ero) ja taajuuksien (esim. kuinka kirkkaana aistimme soittimen äänen) korjaamista sekä tilakaiun lisäämistä, jotta se kuulostaisi eri äänilähteistä (autoradio, kotistereot, kuulokkeet) kuunneltuna mahdollisimman ”hyvältä”. Hyvä voikin tarkoittaa vaikkapa mahdollisimman autenttista sointia akustisten instrumenttien (piano, viulu, akustinen kitara) kohdalla, tai sitten jotain aivan muuta. Sanomattakin on selvää, että musiikkiesitys koostuu yleensä useista instrumenteista. Yleensä laulua säestää jokin soitin tai säestävän soittimen lisäksi kuullaan sooloinstrumenttia. Kun monet teoksen instrumenteista äänitetään vielä useampaa mikrofonina käyttäen, kertyy ääniraitoja teokseen monesti kymmeniä. Näistä raidoista ääni-insinööri rakentaa eli miksaa halutun kuuloisen kokonaisuuden kahdelle raidalle, jonka kuluttajat kuulevat myöhemmin stereoäänitteenä. Stereomiksaukseen konkretisoituu palvelun ydin.

Elokuvien äänimaailmojen mukanaan tuoma monikanavaääni, perinteisemmin ilmaistuna esimerkiksi 5.1 -ääni, ei ole musiikkituotannossa yleistynyt, vaikka 2000-luvun alussa kotiteatterijärjestelmien yleistyessä niin odotettiin tapahtuvan. Musiikkia on totuttu kuuntelemaan stereona kahdesta kaiuttimesta, toisin sanoen 2.0 -muodossa.

Musiikin äänittäminen voidaan oikeastaan ajatella ydinpalveluksi tai lisäpalveluksi. Osa asiakkaiden töistä on toisaalta pelkkiä miksauksia, mutta vastaavasti joku voi haluta miksata yrittäjän tekemät äänitykset jossain toisessa studiossa. Muita lisäpalveluita studiossa äänittämisen lisäksi ovat muualla tehtävät äänitykset, yrittäjän taiteellinen tuotantopanos, monipuolinen laitteisto ja kattava ohjelmistovalikoima, jonka ansiosta studiossa on helppo jatkaa muualla aloitettuja projekteja.

Tukipalveluna toimivat monipuoliset tilat, joista löytyy myös sosiaaliset tilat ja majoitusmahdollisuus. Muita tukipalveluja ovat sovitus-, sanoitus- ja soittoapu, studiosta löytyvät soittimet, myöhemmin tehtävät korjausmiksaukset, äänityspakettitarjoukset, mahdollisuus vuokrata pelkkä studiotila ilman henkilökuntaa (Lockout-vuokraus) sekä valmiit kontaktit musiikkialan eri toimijoihin, kuten äänitteiden masterointeja tekeviin yrityksiin ja radioiden soittolistoista vastaaviin henkilöihin.

Äänitysstudion palveluita on vaikea differoida kilpailijoiden vastaavista tuotteista. Palvelun olennainen osa on laatu. Laatu puolestaan on asiakkaalle subjektiivinen käsitys. Palvelu tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, ja lopputulokseen on yhtäläillä vaikuttamassa asiakas itse. Kun palvelun päätteeksi lopullinen tuote on valmis, tärkeintä on, että se soveltuu asiakkaalle ja täyttää asiakkaan tarpeet. Palvelun laadusta kertoo myös se, että tuotantoprosessi on pysynyt aikataulussa, eikä korjauksia jälkikäteen tarvitse tehdä. (Bergström & Leppänen 2009, 198, 238.)

Alalla on yleisesti tapana hinnoitella palvelut vuorokausihinnoilla. Tämä tarkoittaa yleensä kahdeksan tunnin työpäivää, joskin sillä on usein tapana varsinkin äänitysvaiheessa venyä pidemmäksi. Lyhempiä projekteja myydään myös tuntihinnoilla, mutta yrittäjän mukaan niitä kysellään harvoin. Lockout-vuokraus, jolloin artisti tuo oman äänittäjän/tuottajan, on myös yleistynyt. Myös yrittäjä itse on toiminut tähän asti vuokraamalla studion toisilta yrittäjiltä. Pakettitarjoukset ovat yleisiä, sillä monesti varsinkin pidemmän kokonaisuuden äänittäminen ei onnistu yhtäjaksoisesti, koska tietyille muusikolle sopivat vain tietyt ajankohdat heidän omista kiireistään johtuen. Kun työ jaksottuu pidemmälle aikavälille, on pakettihintaa laskettaessa osattava arvioida kokonaistyömäärä.

Yrittäjän hinnoittelu toiminnan alkuvaiheessa on seuraavanlainen:

- studiopäivä 250 € + alv
- studion lockout-vuokraus 150 € + alv
- äänitys/miksauspalvelu 40 € / h + alv

Lisäksi yrittäjä jatkaa muusikkona esiintymisiä yhtenä viikonloppuna kuukaudessa, ja esiintymispalkkiot laskutetaan jatkossa yritykselle. Esiintymispalkkioista yritys tienaa noin 500 euroa arvonlisäverotonta tuloa. Tarkoitus on myös järjestää lyhyitä musiikkituotantokursseja kahdesti vuodessa. Kurssipalkkio viikonlopusta on 1000 euroa.

Toiminnan kehittyessä odotusten mukaisesti hintoja on tarkoitus korottaa seuraavien vuosien aikana n. 10 % vuodessa. Lopullinen arvonlisäveroton hintataso on tarkoitus jättää 350 ja 400 euron välille. Osa tämän hetkisistä tuotannoista on tullut tilaaja-asiakkaalle maksamaan joskus enemmänkin johtuen ulkopuolisten studioiden vuokrahinnoista ja yrittäjän palkkakustannuksista.

6.2 Viestintä ja mainonta

Äänitysstudioyrittäjät eivät palvelujaan juurikaan markkinoi. Tästä kertoo esimerkiksi mainosten puuttuminen kaikkien musiikkialan lehtien sivuilta. Asiakkaiden tavoittelemisen perinteisellä mainonnalla tuskin lisääisi myyntiä. Kun muusikolla tai säveltäjällä ilmenee tarve äänitysstudion palveluille, löytää hän palvelujen tarjoajat helposti verkosta. Maksajan roolissa olevalle yritykselle on harvemmin merkitystä sillä, missä äänite lopulta valmistetaan, kunhan se valmistuttuaan täyttää sille asetetut laadulliset odotukset. Näin lopullisen valinnan tekee useimmiten artisti tai säveltäjä itse. Mikäli lähellä on odotuksia vastaava palveluntarjoaja, ei kauemmas ole tarvetta lähteä. Näin ei kuitenkaan aina ole ja siksi asiakaskunta on valmis siirtymään äänitysten ajaksi myös kauemmas. Lopullisen äänitteen valmistamisessa muusikoiden läsnäolo on tarpeellinen vain äänitysvaiheessa, joka vie yleensä korkeintaan noin puolet koko tuotantoajasta. Lopun ajasta tuottaja voi toimia yksin.

Suomi on pieni maa, jossa on pienet musiikkipiirit. Kaikki tietävät toisensa, ja puskaradion merkitys on suuri. Studioiden ja tuottajien maine leviää muusikoiden keskuudessa nopeasti. Ammattistudioiden laitteistot eivät juuri poikkea toisistaan ja kun studiot henkilöityvät omistajiinsa, on tuottajan maineella suuri merkitys. Tieto alueelle syntyneestä uudesta yrityksestä kulkee puskaradion kautta myös muihin äänityspalveluita tarvitseviin sisällöntuotantoyrityksiin, kuten pelialan ja av alan yrityksiin.

Yrittäjän mukaan paras mainos on studiossa tuottajan tekemä äänite. Siltä pohjalta yrittäjän nykyiset asiakkaat ovat ottaneet häneen alun alkaen yhteyttä. Studioiden asiakkaat tietävät yleensä mitä haluavat ja hakevat, joten yrityksen verkkosivut ovat tärkein väline välittää tietoa itsestä. Ko-

tisivuilta löytyvät yleensä hinnasto ja kuvat tiloista sekä listat laitteistoista ja asiakkaista. Joskus, asiakkaiden niin salliessa, on kotisivuilla kuunneltavissa myös työnäytteitä.

Verkkosivujen lisäksi harrastetaan jonkin verran suoramainontaa yritysasiakkaille. Tämä ajoittuu yleensä toiminnan alkuun ja koskee lähinnä studioita, joissa on tarkoitus tehdä myös radio- ja videotuotantoja. Paikallisille bänditreenikämpille ja muihin paikkoihin, missä muusikot liikkuvat, viedään omavalmisteisia mainoslehtisiä ja käyntikortteja kertomaan toiminnan alkamisesta.

Yrittäjän lähipiiristä löytyy ystäviä, jotka tekevät työkseen verkkosivuja eri alan yrityksille. Heidän apuaan hyödyntämällä yrittäjä saa itse tehtyä yritykselleen edustavat sivut, eikä niiden tekoon tarvitse erikseen budjetoida rahaa. Tekemällä verkkosopimuksen operaattorin kanssa, saadaan sivut myös verkkoon asiakkaiden nähtäville.

Monisto Oy:n kautta yrittäjä saa 200 käyntikorttia hintaan 62 euroa. Nämä riittävät yrittäjän mukaan puoleksi vuodeksi. Mainoslehtisiä yrittäjä voi tarvittaessa tulostaa toimistonsa laitteilla.

6.3 Myyntitavoitteet

Ensimmäisen vuoden myyntitavoitteita asettaessaan yrittäjä on tarkastellut tämän ja edeltävän vuoden työtilausten määriä ja summia. Työt eivät ole jakautuneet tasaisesti kuukausittain ja ovat pitäneet sisällään kaikkea pelkistä miksausista kokonaiseen tuotantoihin, jotka lähtevät sävellysasteelta ja päättyvät valmiiseen miksaukseen. Osa isommista töistä tehdään jatkossakin pakettihinoiteltuna, mutta tässä opinnäytetyössä töiden epäsäännöllisyyden takia myyntitavoitelaskelmissa käytetään täysiä studiopäiviä. Yksittäisten tuntien myyntiä on yrittäjän mukaan vaikea arvioida, eikä niiden myyntiin aiota sen kummemmin panostaa. Toisinaan sellaisia saattaa kertyä esimerkiksi radiomainosten äänityksistä. Kahden ensimmäisen vuoden myyntitavoitteet on esitetty taulukoissa 3 ja 4. Toisen vuoden arvioissa on otettu huomioon yrittäjän vuosia jatkunut varovainen myynnin kasvu sekä hänen kaavailemansa hintojen korotukset.

TAULUKKO 3. Tuotekohtaiset myyntitavoitteet ensimmäisenä toimintavuotena.

Myyntitavoitteet / kk				
Tuote	hinta	kpl	vero	Yhteensä
Studiopäivä	250 €	12	24 %	3 720 €
Lockout-vuokraus	150 €	2	24 %	372 €
Studiosunti	40 €	-	24 %	-
Esiintymispalkkiot	500 €	1	0 %	500 €
kurssipalkkio	1000 €	-	24 %	-
			yhteensä	4 592 €
Myyntitavoitteet ensimmäinen vuosi				
Tuote	hinta	kpl	vero	Yhteensä
Studiopäivä	250 €	144	24 %	44 640 €
Lockout-vuokraus	150 €	24	24 %	4 464 €
Studiosunti	40 €	-	24 %	-
Esiintymispalkkiot	500 €	12	0 %	6 000 €
kurssipalkkio	1000 €	2	24 %	2 480 €
			yhteensä	57 584 €

TAULUKKO 4. Tuotekohtaiset myyntitavoitteet toisena toimintavuotena

Myyntitavoitteet / kk (toinen vuosi)				
Tuote	hinta	kpl	vero	Yhteensä
Studiopäivä	275 €	13	24 %	4 433 €
Lockout-vuokraus	175 €	3	24 %	651 €
Studiosunti	45 €	-	24 %	-
Esiintymispalkkiot	550 €	1	0 %	550 €
kurssipalkkio	1100 €	-	24 %	-
			yhteensä	5 634 €
Myyntitavoitteet toinen vuosi				
Tuote	hinta	kpl	vero	Yhteensä
Studiopäivä	275 €	156	24 %	53 196 €
Lockout-vuokraus	175 €	36	24 %	7 812 €
Studiosunti	45 €	-	24 %	-
Esiintymispalkkiot	550 €	12	0 %	6 600 €
kurssipalkkio	1100 €	2	24 %	2 728 €
			yhteensä	70 336 €

6.4 Markkinoinnin kilpailukeinot

McGarthyn kehittämän neljän P:n malli kuvaa markkinoinnin kilpailukeinoja myyjän näkökulmasta. Mallin pohjalta kehitettyjen P-jaottelujen rinnalle on kehitetty asiakasnäkökulmaa korostava C-jaottelu:

Product = tuote	>	Customer value = asiakkaan tarve, halu, lisäarvo
Price = hinta	>	Costs = kustannukset asiakkaalle
Place = saatavuus	>	Convenience = mukavuus
Promotion = viestintä	>	Communication = vuorovaikutus
Personnel = henkilöstö	>	Customer interface = kumppanuus

(Viitala & Jylhä, 2006, 118.)

Ydinpalvelulla kilpailu studiotoinnassa on vaikeaa, koska palvelu räätälöityy asiakkaan tarpeiden mukaan. Hintaan sisältyvällä majoituspalvelulla ja muilla lisä- ja tukipalveluilla voi olla asiakkaalle merkitystä studiota valittaessa, mutta näitä palveluja tarjoavat myös muut studiot.

Hinta on asiakkaille tärkeä kriteeri valintaa tehtäessä. Yrityksen hinnoitteluun vaikuttavat ulkoiset tekijät, kuten kysyntä ja kilpailutilanne, sekä sisäiset tekijät, kuten tuotantokustannukset ja voiton tavoittelu. (Viitala & Jylhä, 2006, 120.)

Studiot asettavat hintatasonsa itse. Hinta heijastelee studion laitteiston tasoa, osaamista ja tilaratkaisuja. Nyt perustettava yritys pyrkii laatujohtajuuteen, ja sen hinnoittelu perustuu yrittäjän tämän hetkiseen hinnoitteluun. Hinnalla kilpaileminen söisi vain yrityksen kannattavuutta ja voisi vaikuttaa jopa negatiivisesti yrityksen luomaan mielikuvaan sen tarjoaman palvelun laadusta.

Maksuehtoja studioissa harvemmin käytetään. Yleinen periaate on saada vähintään puolet ennen työn aloittamista ja loput ennen kuin valmis äänite luovutetaan asiakkaalle. Alennuksia annetaan lähinnä pakettihinnoittelussa suurempia tuotantoja sovittaessa. Tuotteen räätälöitävyydestä johtuen voidaan asiakkaiden kanssa sopia, mitä sovitulla summalla sovituksessa ajassa tehdään. Tästä on hyötyä jos asiakkaalla on tiukka budjetti. Alennuksia voidaan antaa myös hyvissä ajoin tehtävistä varauksista. Näin saadaan myyntiä tehtyä esimerkiksi jo syksyllä tulevaa kevättä varten.

Studion asiakkaille saatavuutta edustavat sijainti, työajat sekä yhteydenottomahdollisuudet. Kuten aiemmin on mainittu, ei Pohjois-Suomesta vastaavanlaiseen tuotantoon erikoistuneita studioita löydy. Perustettava yritys palveleekin ennen kaikkea Oulun seudun ja pohjoisen asiakkaita. Hyvät liikenneyhteydet tekevät myös kauempaa tulemisen vaivattomaksi. Työajoilla on merkitystä, koska usein asiakkaat käyvät muualla päivätöissä. Töitä on voitava useimmiten jatkaa iltamyöhään ympäristön siitä häiriintymättä. Lähistöltä on löydettävä myös muita palveluja. Perustettavan yrityksen lähistöltä löytyy kauppakeskus, eikä Oulun musiikkikauppoihinkaan ole pitkä matka esimerkiksi varaosia hakemaan. Nopea verkkoyhteys mahdollistaa tiedostojen siirron puolin ja toisin, eikä asiakkaan tarvitse välttämättä tulla paikan päälle, jos äänitykset on jo aiemmin muualla tehty.

Viestinnällä pyritään potentiaalisille asiakkaille kertomaan yrityksestä ja luomaan mielikuvia tuotteista, jotta asiakkaat saataisiin tekemään ostopäätöksiä. Yrityksen verkkosivuja päivitetään tietojen osalta, ja näytteitä lisätään asiakkaiden niin salliessa. Yhtä tärkeää viestintää ovat asiakaskohtaamiset, palvelun onnistuminen ja luotettavuus sekä miellyttävä palveluympäristö. Kaikki toiminta vaikuttaa yrityksestä liikkuvaan mielikuvaan. Tyytyväiset asiakkaat ja onnistuneet tuotannot viestivät parhaiten ammattitaidosta. Kaikki viestintä tähtää henkilökohtaisesti tehtävään myyntityöhön ja asiakkuuksien solmimiseen ja uusimiseen. (Viitala & Jylhä, 2006, 121 – 123.)

7 TALOUSSUUNNITELMA

7.1 Yrityksen tulot

Ensimmäisen vuoden myyntitavoitteiden mukaiset kuukausittaiset myyntitulot yrityksellä ovat 4592 euroa kuukaudessa. Myyntituotoista esiintymispalkkioiden osuus on arvonlisäverotonta tuloa. Kahtena kuukautena myyntitulot ovat lisäksi 1240 euroa muita kuukausia suuremmat johtuen kurssipalkkioista. Myyntiennusteen ollessa vain 12 päivää kuukaudessa eivät järjestettävät kurssit vaikuta yrityksen muihin tuloihin kyseisinä kuukausina. Arvio ensimmäisen vuoden myyntituotoista on kokonaisuudessaan 57 584 euroa. Kun myyntituotoista poistetaan arvonveron osuus, jää yrityksen liikevaihdoksi 47 600 euroa. Esiintymis- ja kurssipalkkioiden osuus 8000 euroa on koko liikevaihdosta noin 18,6 %.

Yrittäjällä on seuraavina vuosina tavoitteena pystyä korottamaan myyntihintoja noin 10 % vuosittain. Kuukausittaisen studiopäivienmyynnin hän odottaa kasvavan yhdellä kunakin vuonna. Lockout-vuokraus lisääntyisi ensimmäisen vuoden kahdesta kolmannen vuoden neljään, jossa se myös pysyisi jatkossa. Esiintymiset ja kurssipalkkiot pysyisivät myyntimääriltään jatkossa ennallaan. Liitteessä 6 on laskettu suunnitelman mukaiset tuotehinnat tuleville vuosille, arviot myyntimäärien kasvusta ja tulevien vuosien liikevaihdot.

Luovan Suomen julkaisussa 4, Digitalisoitumisen vaikutus luovien toimialojen liiketoimintamalleihin, oli tutkittavana myös 58 äänitysstudiota. Vain neljän studion liikevaihto ylitti tilinpäätöstietojen mukaan miljoona euroa. Mediaaniyrityksen liikevaihto kyseisinä vuosina oli noin 80 000 euroa, lukuun ottamatta vuosia 2007 ja 2008, jolloin se oli noin 90 000 euroa. Vuonna 2009 liikevaihto laski 74 000 euroon, jonka nyt perustettava yritys ylittää laskelmien ja myynnin toteutuessa neljäntenä toimintavuotenaan. (Luova Suomi 2011, 57, 58.)

Ensimmäisen vuoden tuotehinnoilla yrittäjän tulisi kuukausittain myydä esiintymisiensä lisäksi 22 studiopäivää, jotta se pääsisi liikevaihdossaan 74 000 euroon. Tämän lisäksi kyseisenä toimintavuotena olisi järjestettävä vielä kaksi kurssia. Vuoden 2009 todellinen äänitysstudioiden mediaani lieneekin huomattavasti alemmalla tasolla, kun huomioidaan tilastokeskuksen tilastoimat 547 äänitysstudiota Luovan Suomen julkaisussa kyseisenä vuotena analysoitujen 43:n sijaan.

7.2 Kustannukset

Muuttuvia kustannuksia äänitysstudiotoiminnassa on vähän. Sähköä ja vettä kuluu jonkin verran enemmän, mutta niiden ja muiden pienten lisäkustannusten kulutusvaihtelu on huomioitu kiinteissä kuluissa. Muuttuvia kustannuksia ovat päivärahat ja kilometrikorvaukset, joista iso osa syntyy yrittäjän muusikkoesiintymisistä muualla. Taulukossa 6 on käsitelty yrityksen kiinteät ja muuttuvat kustannukset vuosineljänneksittäin.

Yrittäjän tavoitteena on ensimmäisinä vuosina nostaa yrityksestä noin 2000 euron kuukausittaista ansiotuloa, jotta hän suoriutuu henkilökohtaisista menoistaan. Henkilökohtaisia tuloja yrittäjä pystyy hankkimaan joko myymällä tuotantolaitteitaan yritykselle tai tekemällä yksityisnostoja. Mahdolliset investoinnit yrityksen on mahdollista tehdä palvelujen myynnistä syntyvillä tuloilla. Jos yrittäjä ei myy laitteitaan, muodostuvat hänen tulonsa taulukon 5 mukaisesti. Pääomatulot muodostuvat vuokratuloista, joita yritys maksaa yrittäjälle ja tämän puolisolle kummallekin 250€ kuukaudessa.

TAULUKKO 5. Yrittäjän tulojen muodostuminen yksityisnostoilla

Yksityisnosto	1 763,25 €
YEL 17,55 %	-263,25 €
Pääomatulot	250,00 €
Pääomatulojen verot 30 %	-75,00 €
Km-korvaukset	450 €
Päivärahat	144,00 €
Yhteensä	2 269,00 €

Taulukossa 6 olevat mainonnan kulut muodostuvat yksinomaan käyntikorttien painamisesta. Sähkön ja veden kulutuksen yrittäjä arvioi n. 100 euron kulueräksi. Siivouksen ja jätehuollon yrittäjä hoitaa samalla kun hoitaa yksityistaloutensakin. Puhelimen kuukausimaksut lyhennyksineen ovat noin 50 euroa kuukaudessa. Saman verran kuluu nopeaan laajakaistaan kuukaudessa. Toimistoa varten on laitettava mm. monitoimitulostin ja muita toimisto- ja atk-tarvikkeita. Musiikkialan lehtiä yrittäjä aikoo tilata kaksi. Loput kuluista kertyvät tasaisesti koko vuodelta satunnaisista irtolumeroiden ostoista. Vakuutus kattaa 20000 euron omaisuuden vakuuttamisen mm. rikkoontumista vastaan. Vakuutushinnan arvioi Yrittäjäin Fennian edustaja puhelimesta. Tarkempi hinta-arvio vaatii tarkan selvityksen mm. laitteista ja tiloista, joissa niitä säilytetään sekä mm. lähimmän paloaseman tiedot. Kirjanpitolukulut on arvioitu sen mukaan, että vientejä tilitoimistoon kertyy kuu-

kaudessa vähän, ja osan kirjanpidosta, kuten veroilmoituksen teko, yrittäjä aikoo tehdä itse. Yrittäjä on jättänyt tarjouspyynnöt muutamiin alaa tunteviin tilitoimistoihin.

TAULUKKO 6. Yrityksen ensimmäisen vuoden kustannukset ja myyntikatetarve, kun yrittäjä tekee yksityisnostoja

	Vuosi 1				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Yhteensä
MUUTUVAT KULUT					
Km-korvaukset 0,45 € / kk 1000 km / kk	1350	1350	1350	1350	5400
Päivärahat 36 € / pv 4 pv / kk	432	432	432	432	1728
Majoituskulut	-	-	-	-	-
KIINTEÄT KULUT					
Yksityisnosto (ilman YEL-osuutta)	4500	4500	4500	4500	18000
Yksityisnoston YEL-osuus 17,55 %	789,75	789,75	789,75	789,75	3159
Tilavuokrat 500 € / kk	1500	1500	1500	1500	6000
Edustuskulut	-	-	-	-	-
Mainonta (käyntikortit) 200 kpl	62		62		124
Tilakustannukset (sähkö, vesi, siivous, jätehuolto)	300	300	300	300	1200
Kaluston korjaus ja huolto	-	-	-	-	-
Puhelin ja verkkomaksut	300	300	300	300	1200
Toimisto- ja atk -tarvikkeet + posti	300	100	100	100	600
Lehdet, ammattikirjallisuus	150				150
Vakuutukset (omaisuus / rikkoontuminen)	200				200
Kirjanpito	300	300	300	300	1200
Perustamiskulut	75				75
Myyntikatetarve	10258,75	9571,75	9633,75	9571,75	39036

Ensimmäisten kuukausien toimeentulon turvaksi yrittäjä hakee starttirahaa työ- ja elinkeinotoimistolta. Starttirahan perustukiosuus vuonna 2013 on 32,46 euroa päivää kohden. Tämän lisäksi tukeen kuuluu lisäosa, joka on enintään 60 % perusosasta. Kokonaisuudessaan tukea voi saada enimmillään 51 euroa 94 senttiä päivää kohden. Starttiraha turvaa yrittäjän tulot yritystoiminnan alussa, ja sitä voi saada enimmillään 18 kuukauden ajan. Tärkeää on huomata, että yritystoimintaa ei saa aloittaa ennen starttirahan myöntämistä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, haettu 20.2.2013.)

Starttirahan saaminen ei kuitenkaan ole välttämättömyys yritystoiminnan aloittamisen kannalta, sillä yrittäjä voi hankkia ensimmäisten kuukausien aikana tuloja esimerkiksi esiintymispalkkioina,

jos asiakasvirtaa ei vielä ole riittävästi. Mikäli starttiraha myönnetään, yrittäjän ei tarvitse tehdä niin suuria yksityisottoja ensimmäisinä kuukausina.

Ensimmäisen vuoden osalta myynnin arvonlisäveroton kriittinen piste on 36 955,55 euroa, johon päästäkseen yrittäjän tulisi myydä pelkkiä 250 euron studiopäiviä 148. Tuolloin kahdeksana kuukautena tulisi myydä 12 ja neljänä 13 studiopäivää. Kun otetaan huomioon vuoden aikana esiintymis- ja kurssipalkkioina tulevat 8000 euroa, jää myytäviä studiopäiviä 116 eli kahdeksalle kuukaudelle 10 ja neljälle kuukaudelle 9. Jos studiopäivän hinta puolestaan olisikin kilpailijoiden hintahaarukan alapään 150 euroa, kriittinen piste voitaisiin saavuttaa myymällä vuoden aikana 247 studiopäivää. Kapasiteetin puitteissa tämäkin olisi mahdollista, mutta silloin liikuttaisiin sen ääri rajoilla, eikä esimerkiksi lomien pitäminen yrittäjältä todennäköisesti onnistuisi.

Henkilöstökulujen (yksityisotot, kilometrikorvaukset ja päivärahat) osuus koko vuoden arvonlisäverottomista kustannuksista on 76,54 %. Arvonlisäveroton kriittinen piste ilman henkilöstökulua on vain 8668,55 euroa. Studiopäiviä siihen tarvitsisi myydä 35 päivää, mikä on alle 3 kuukaudessa.

7.3 Kannattavuus

Tulosbudjetin laadinta on tärkeää, jotta yrittäjä voi jo suunnitteluvaiheessa huomata onko yritystoiminta kannattavaa, ja ylittääkö toiminnan tuotto riittävälle tasolle. Tulosbudjettiin kerätään tiedot muista budjeteista, joita ovat esimerkiksi myynti-, osto-, varasto-, valmistus-, markkinointi-, ja investointibudjetit. Perustettavan yrityksen kohdalla varasto- ja valmistuskustannuksia ei ole. Erillistä markkinointibudjettia ei markkinointikulujen pienuudesta johtuen ole tarpeellista laatia, eikä yrityksen ole välttämätöntä tehdä investointeja toiminnan käynnistämiseksi. Tulosbudjetti voidaan perustettavan yrityksen kohdalla laatia suoraan myynti- ja kustannusennusteista. Taulukossa 7 on laadittu perustettavalle yritykselle tulosbudjetti ensimmäiselle vuodelle.

TAULUKKO 7. Ensimmäisen vuoden tulosbudjetti ilman investoinneista tehtäviä poistoja

Tulosbudjetti ensimmäinen vuosi		%:a liikevaihdosta
Myyntituotot	47 600 €	100 %
Muuttuvat kustannukset	7 128 €	
Myyntikate	40 472 €	85 %
Kiinteät kustannukset		
Vuokrat	6 000 €	
Muut kustannukset	3 829,84 €	
Käyttökate	30 642,16 €	64,4 %
Tulos ennen veroja	30 642,16 €	

Laskettaessa käyttökateprosenttia nyt perustettavalle yritykselle, on tulosbudjetin käyttökatteesta vielä vähennettävä yrittäjän suunnittelemat yksityisotot, jotka tekevät 21 159 euroa. Perustettavan yrityksen käyttökateprosentti ensimmäisenä toimintavuotena on 19,9 %. Vuoden 2009 mediaa-nyrityksen käyttökateprosentti oli Luovan suomen julkaisun mukaan 11,1 %. Äänitysstudioiden käyttökate on viime vuosina ollut laskussa, samoin kuin nettotulosprosentti, joka vuonna 2009 oli enää 1,8 %. Heikentynyt tuloskehitys ei ole kuitenkaan heijastunut studioiden omavaraisuusasteeseen. (Luova Suomi 2011, 60.)

Yrityksen verotettava tulos ylittää reilusti yrittäjän suunnitteleminen yksityisottojen määrän. Verotettavaa tulosta pienentävät kalusto- ja konehankinnoista tehtävät vuotuiset poistot. Koska tuotantolaitteet kerryttävät yrityksen tuloja useampien vuosien ajan, ei niitä voida kirjata kuluiksi yhdelle verovuodelle, vaan hankintahinta kirjataan kuluiksi useammalle vuodelle niin sanottuina poistoina. Tuotantolaitteiden osalta poisto voi olla vuosittain korkeintaan 25 % laitteiston arvonalisäverottoman hinnan menojäännöksestä. Pienistä alle 850 euron hankinnoista voidaan tehdä kertapoisto. Yhteensä kertapoistoja saa olla kuitenkin korkeintaan 2500 euron arvosta. Jos hankinnan taloudellinen käyttöikä on alle kolme vuotta, voidaan se poistaa kerralla. (Veronmaksajain keskusliitto 2012, haettu 20.2.2013.)

Mikäli yrityksen myynti ja liikevaihto kehittyvät yrittäjän tekemien ennusteiden mukaan, tutkijana suosittelen häntä myymään tuotantolaitteistoa yritykselle heti kun se on mahdollista. Yksityishenkilöltä laitteistoa ostettaessa hinta ei sisällä arvonalisäveroä. Yritykselle myytävän laitteiston kokonaisarvosta 23 000 euroa voitaisiin ensimmäisenä vuotena tehdä 5750 euron menojäämäpoistot.

Toisena verovuotena samaisesta kalustosta laskettava poiston suuruus olisi 4312,5 euroa, kolmantena 3234,38 euroa jne.

Poistoja laskettaessa poistamattoman kaluston menojäännökseen lisätään aina kunkin vuoden uusien laitehankintojen arvonlisäveroton hankintahinta. Se, missä vaiheessa vuotta laitteet on hankittu, ei vaikuta poistojen tekemiseen verotuksessa. Yrittäjä voikin näin myydä laitteitaan vaikka vasta vuoden lopussa, kun myyntituloja on ensin kertynyt.

Poistoja voidaan tehdä menojäämäpoistojen sijaan myös niin sanottuna tasapoistona, jolloin laiteistolle arvioidaan sen tuottoikä ja poistot suoritetaan vuosittain tasaosuuksin sen hankintahinnasta. Verotuksessa nämä tasapoistot eivät saa kuitenkaan ylittää menojäämäpoistojen 25 %:a. Poistoja laskettaessa voidaan lisäksi arvioida tuotteelle jäännösarvo, joka siitä saataisiin myymällä se taloudellisen tuottoajan jälkeen. Tällöin vuotuiset poistot lasketaan hankintahinnan ja jäännösarvon erotuksesta.

7.4 Kassavirtaennuste

Perustettavan yrityksen kahden ensimmäisen toimintavuoden kassavirtalaskelmat on laadittu taulukoihin 8 ja 9 vuosineljänneksittäin. Kassavirtaennusteissa on myyntitavoitteisiin jaksoille 2 ja 4 lisätty koulutusviikonlopuista tulevat 1000 euroa. Rivi ”muut maksut” sisältää esiintymispalkkioita, joiden arvonlisävero on 0 %. Henkilöstökustannuksissa on otettu huomioon yrittäjän yksityisotot YEL-maksuineen sekä kilometri- ja päivärahakorvaukset. Ostot pitävät sisällään kiinteiden kulujen muut maksut, paitsi markkinoinnin ja vuokrat. Yli kuukauden mittaisilla lehtitilauksilla on eri arvonlisävero kuin irtonumeroilla (Verohallinto 2012, haettu 18.1.2013). Kaikki lehtitilaukset on kuitenkin arvioihin perustuvissa laskuissa tilitetty 24 %:n mukaan. Arvonlisäverojen tilityksissä markkinoinnin arvonlisävero on kohdennettu maksuun aina jakson ensimmäiselle kuukaudelle. Myös koulutusviikonloput on käsitelty aina jakson ensimmäisten kuukausien arvonlisäverotilityksissä. Arvonlisäveroa jää toisen vuoden puolelle tilitettäväksi marraskuun ja joulukuun osalta 1429,16 euroa.

TAULUKKO 8. Kassavirtalaskelma ensimmäiselle vuodelle

Ensimmäinen vuosi					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Koko vuosi
Alkusaldo	0	2851,77	5757,44	7567,95	0
Kassaan maksut					
Myynnistä (ilman alv)	9900	10900	9900	10900	41600
Muut maksut (ilman alv)	1500	1500	1500	1500	6000
Laskutetut alv:t	2376	2616	2376	2616	9984
Yhteensä	13776	15016	13776	15016	57584
Kassasta maksut					
Henkilöstö kustannukset	7071,75	7071,75	7071,75	7071,75	28287,00
Ostot (ilman alv)	1250	967,74	967,74	967,74	4153,22
Vuokrat (ilman alv)	1500	1500	1500	1500	6000
Markkinoniti (ilman alv)	50		50		100
Perustamiskustannukset (ilman alv)	60,48				60,48
Ostojen alv:t	326,52	232,26	244,26	232,26	1035,29
Tilitettävä alv	665,48	2338,58	2131,74	2383,74	7519,55
Yhteensä	10924,23	12110,33	11965,49	12155,49	47155,54
Kassan muutos =	2851,77	5757,44	7567,95	10428,46	10428,46

Kassavirtalaskelma osoittaa saman lopputuloksen kuin tulosbudjettikin: investointeihin jää runsaasti rahaa. Kuukausittain kassaan jäisi noin 869 euroa. Perustettavan yrityksen kohdalla tilanne on siinä mielessä hyvä, että tuotanto voidaan aloittaa ja tuloja syntyy jo ensimmäisinä kuukausina vaikka investointeja ei ole vielä tehty. Koska investoinnit voidaan tehdä tulorahoituksen avulla, ei rahoituskustannuksiakaan lyhennyksien ja korkojen muodossa synny.

Nordean sivuilta löytyvä lainalaskuri antaa kuukausittaiseksi maksueräksi 502 - 625 euroa 30 000 euron lainalle, jonka korko olisi 5 % ja laina-aika 5 vuotta. Ensimmäisen vuoden maksuerien kokonaissumma olisi 7362 euroa. Laskelma on suuntaa antava, mutta osoittaa rahoituskulujen merkityksen kassavirrassa. Uusiin, yrittäjän laitteistoa vastaaviin investointeihin tuo 30 000 euroa ei edes riittäisi, mutta yritystoiminnan aloittaminen onnistuisi, jos osa vaadittavasta kalustosta saataisiin hankittua käytettyinä. Vuonna 2003 oma yritykseni lainasi laiteinvestointeihin 50 000 euroa pankista ja 5 000 euroa Finnveralta, jotta toiminta saatiin käynnistettyä. Tuolloin kaikki tuotantolaitteet ostettiin uusina ja tuolla summalla saatiin vain välttämättömät investoinnit tehtyä.

Toisen vuoden kassavirtalaskelmissa on otettu huomioon myyntihintojen 10 %:n korotukset. Kustannuspuolella ei mahdollisia hinnankorotuksia ole huomioitu. Myös henkilöstökulut on pidetty

samana. Alkusaldo jatkuu ensimmäisestä vuodesta, vaikka suunnitelmissa onkin sijoittaa tulorahoitusta tuotantolaitteisiin sitä mukaa kun siihen on varaa. Arvonlisäveroa siirtyy kolmannelle vuodelle tilitettäväksi 1813,16 euroa.

TAULUKKO 9. Kassavirtalaskelma toiselle vuodelle

Toinen vuosi					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Koko vuosi
Alkusaldo	10428,46	14845,55	20401,22	24761,73	10428,46
Kassaan maksut					
Myynnistä (ilman alv)	12300	13400	12300	13400	51400
Muut maksut (ilman alv)	1650	1650	1650	1650	6600
Laskutetut alv:t	2952	3216	2952	3216	12336
Yhteensä	16902,00	18266,00	16902,00	18266,00	70336
Kassasta maksut					
Henkilöstö kustannukset	7071,75	7071,75	7071,75	7071,75	28287
Ostot (ilman alv)	1250	967,74	967,74	967,74	4153,22
Vuokrat (ilman alv)	1500	1500	1500	1500	6000
Markkinointi (ilman alv)	50		50		100
Ostojen alv:t	312,00	232,26	244,26	232,26	1020,7728
Tilitettävä alv	2301,16	2938,58	2707,74	2983,742	10931,2272
Yhteensä	12484,91	12710,33	12541,49	12755,49	50492,22
Kassan muutos =	14845,55	20401,22	24761,73	30272,24	19843,78

Laskelman toteutuminen edellyttää asiakkaita, jotka ovat valmiita maksamaan korotettua hintaa. Ostohintojen korotusten lisäksi kustannuksia saattavat toisena toimintavuotena lisätä myös kaluston korjaamisesta ja huoltamisesta syntyvät kustannukset. Joka tapauksessa pienellä kuukausittaisen myynnin kasvulla ja hintojen korotuksella on suuri vaikutus yrityksen liikevaihtoon ja kustannusten pysyessä entisellä tasolla myös verotettavaan tulokseen.

Suurien summien pitäminen kassassa ei ole pienessä yrityksessä järkevää, koska niistä ei synny tuottoa. Jos yritys ei tekisi investointeja, olisi kassassa toisen toimintavuoden jälkeen jo noin 30 272 euroa. Näyttääkin siltä, että yrittäjä saa siirrettyä omistamansa tuotantolaitteet viimeistään toisen vuoden aikana yrityksen omaisuudeksi. Tämän lisäksi uusiakin investointeja on mahdollista tehdä.

7.5 Investoinnit ja rahoitus

Yritystoiminnan aloittamisen kannalta välttämättömät tuotantolaitteet löytyvät jo yrittäjältä itseltään. Suurimmat investoinnit koskevat alkuvaiheessa tilojen muutostöitä. Yrityksen toimitilat sijaitsevat yrittäjän ostamassa kiinteistössä. Kiinteistön oston yhteydessä yrittäjä on nostanut henkilökohtaista remonttilainaa 25 000 euroa, jonka avulla tilojen muutostyöt on tarkoitus saattaa päätökseen alkukevästä 2013. Lainasta yrittäjä maksaa pankilleen vain 120 euron kuukausittaista lyhennystä. Laajennustöiden ja akustisten ratkaisujen lisäksi yrittäjän on tehtävä linjavetoja, joiden avulla ääni saadaan kulkemaan äänitarkkaamon ja soittotilojen välillä. Nämä investoinnit yrittäjä on budjetoinut saamaansa remonttilainaan.

Yrittäjällä on suunnitelmissa myydä omistamansa tuotantolaitteet yritykselle. Nämä on tarkoitus ostaa tulorahoituksella ensimmäisten kolmen vuoden aikana. Kassavirtalaskelmien mukaan se onnistuu jo viimeistään toisen vuoden aikana. Yrittäjän arvio vuotuisista yksityisnostoista on 21 159 euroa. Mikäli myynti ja yritystoiminnan kaikki kustannukset toteutuvat ennusteiden ja tulosbudjetin mukaisesti, jää yrittäjälle ensimmäisenä toimintavuotena investointeihin kaikkien kulujen jälkeen noin 10 000 euroa. Kun yrittäjä on valmis käyttämään laitteistonsa myynnistä saamiaan varoja henkilökohtaiseen elämiseen ja yksityisnostojen tarve pienenee vielä mahdollisesti starttirahan avulla, on laitteisto mahdollista siirtää yrityksen omistukseen jo heti ensimmäisenä vuotena.

Uusia tuotantolaitteita ja ohjelmistopäivityksiä on tarkoitus hankkia maltillisesti, koska yrityksen peruskalusto on jo kattava. Mikrofonin- ja laitepuoleninvestointeja olisi mahdollista tehdä loputtomasti. Näiden laitteiden hintahaitari on suuri alkaen sadasta eurosta päättyen tuhansiin ja kymmeneen tuhansiin euroihin. Yksi suurimmista investoinneista tulee olemaan uusi useampikanavainen miksauskonsoli, joka mahdollistaa yhä suurempien analogituotantojen tekemisen. Analogisiin miksauskonsoleihin voi puolestaan investoida tuhansista euroista kymmeneen ellei satoihin tuhansiin euroihin, jos vain on rahaa mitä investoida. Laadusta ja laitteiston koosta joutuu maksamaan.

Rakennusoikeutta yrittäjän tontilla riittää vielä reilusti. Tilojen osalta suunnitelmissa on laajentaa äänitarkkaamoja 20 m²:n verran. Tämä tapahtuu kuitenkin aikaisintaan viiden vuoden kuluttua, koska sille ei tällä hetkellä ole tarvetta. Todennäköisempi ajankohta on kymmenen vuoden päästä.

Jos suunnitelmat tuotteiden keskittymisestä sävellyspuolelle toteutuvat, on muita studiotuotantoja varten palkattava vakituinen työntekijä. Yksin yrittäjänä toimiminen näyttää todennäköisimmältä vaihtoehdolta myös jatkossa, koska yrittäjä ei näe mahdollisen yhtiökumppanin tuovan yritykselle lisäarvoa. Tulevan yhtiökumppanin olisi tuotava yritykseen niin paljon uutta pääomaa, että sen sijoittaminen toisi yritykselle merkittävästi lisää asiakkaita. Pienillä markkinoilla tämä tuskin on yrittäjän mielestä edes mahdollista. Rahan lisäksi muuta uutta pääomaa, kuten osaamista, uusi yhtiökumppani ei yritykseen voisi merkittävästi tuoda. Nyt aloitettavaa yritystä on päämäärätietoisesti rakennettu ja pohjustettu jo vuosia. Kokemusta ja tietoa alalla toimimisesta on kertynyt, samoin kuin toiminnan aloittamisen mahdollistavaa pääomaa laitteiston muodossa. Yrittäjä toteaa, että mahdollista yhtiökumppania tulisi harkittua vain jos yrityksen toiminta kehittyisi johonkin arvaamattomaan suuntaan.

8 RISKIANALYYSI / SWOT

Yritystoimintaa suunniteltaessa on hyödyllistä selvittää omat vahvuudet, joihin alalla ja yritystoiminnassa menestyminen jatkossa perustuu. Yhtä tärkeää on tiedostaa omat heikkoudet, jotta ne eivät tule yllätyksenä ja vaikeuta merkittävästi yritystoimintaa. Vahvuuksia tulisi itse toiminnassa vahvistaa ja heikkouksia pyrkiä karsimaan. Näiden sisäisten tekijöiden lisäksi yritystoimintaan vaikuttavat monet ulkoiset tekijät. Toimialalta on löydettävä mahdollisuuksia, joihin tarttumalla yritys voi myös jatkossa menestyä. On myös tunnistettava uhkat, joihin toiminnan käynnistyttyä osataan varautua. Nämä sisäiset ja ulkoiset tekijät on nyt perustettavan yrityksen kohdalta koottu SWOT-analyysiin taulukkoon 10, ja niitä käsitellään tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

TAULUKKO 10. SWOT-analyysi

VAHVUUDET

- yrittäjän ammattitaito ja kokemus alalta
- osittain valmis asiakaskunta
- vastaavanlaiset kilpailijat etäällä
- pieni aloituspääoma ja vähäiset investointitarpeet
- pienet kiinteät kulut mahdollistavat uusia investointeja
- tuloja myös muusta kuin ydinpalvelusta / tulorakenne helposti muutettavissa
- valmiiksi verkostoitunut alan muiden toimijoiden kanssa
- monipuoliset tilat ja laitteisto

HEIKKOUEDET

- yksin toimiminen tuo mukanaan riskejä
- äänitetuotannon muutokset ja tämänhetkinen tilanne
- markkinointi vaikeaa
- liiketalouden osaaminen heikkoa

MAHDOLLISUUDET

- verkkopalveluiden tuomat mahdollisuudet asiakkaille
- palveluille tarvetta myös toisten alojen yrityksissä
- musiikin harrastus ennallaan, potentiaalisia asiakkaita riittää myös jatkossa
- musiikki on myös jatkossa äänitettävä

UHKAT

- uudet kilpailijat
- etäisyys etelän asiakkaisiin osoittautuu liian pitkäksi
- asiakaskunta jää kapeaksi ja alueelliseksi
- studion käyttöaste jää pieneksi / hinnoittelu epäonnistuu

8.1 Vahvuudet

Yhden hengen yritystä perustettaessa tärkeimpänä vahvuutena tulee olla yrittäjän ammattitaito. Kyseinen yrittäjä on koulutuksen jälkeen toiminut freelancer-tuottajana ja kokemusta on kertynyt kymmenen vuoden aikana niin omista kuin muidenkin levytuotannoista useissa eri studioissa.

Toinen vahvuus on jo osittain valmis asiakaskunta. Vaikka musiikkiala elää yhä vahvaa muutosten aikaa ja kulutustottumusten muutos on vaikuttanut varsinkin yritysasiakkaiden toiminnan kannattavuuteen, on nykyisillä ja uusilla asiakkaila yhä jatkossa tarve saada musiikkinsa nauhoitetuksi ja tuotetuksi laadukkaasti.

Pohjois-Suomesta ei vastaavanlaiseen musiikkituotantoon keskittyntä kilpailijaa löydy. Äänitystudioiden palvelut ovat hyvin pitkälle samanlaisia, mutta suurimmat erot yritysten välillä löytyvät tuotanto-osaamisesta omalla musiikillisella vahvuusalueella.

Yrityksen käynnistäminen ei vaadi suurta pääomaa. Tuotantotilat ja -laitteisto ovat yrittäjän itsensä omistuksessa. Alkuinvestointeja ei juuri tarvitse tehdä. Pienien kiinteiden kulujen ansiosta yrityksen houkuttelevuutta pystytään kasvattamaan sijoittamalla tuloja takaisin yritykseen. Yrittäjän laitteisto on jo kattava, ja tulorahoitusta voidaan jo heti alussa sijoittaa myös uusiin laitteisiin. Ensimmäisten vuosien aikana myös yksityisottoja voidaan jättää tekemättä, koska yrittäjä saa osan tuloista laitteiston myynnistä yritykselle. Rahaa jää näin enemmän investoinneille.

Yrityksen tulorakennetta voidaan tarvittaessa helposti muuttaa. Tuloja syntyy myös muusta kuin miksaus- ja äänityspalveluista. Varsinkin esiintymispalkkiot tuovat tasaisesti lisätuloja. Mikäli äänitys- ja miksauspalveluiden kysyntä jostain syystä romahtaa, voi yrittäjä paikata tulovajetta lisäämällä esiintymisiään muusikkona tai järjestämällä koulutuksenomaisia tuotantopajoja toimitiloissaan. Esiintymisiä on laskettu myyntiennusteisiin vain yksi kuukaudelle, jotta yrittäjä voi aluksi keskittyä yritystoimintansa aloittamiseen. Jos yrittäjän työtilaukset keskittyvät jatkossa sävellystyöhön, voi hän samanaikaisesti vuokrata studiotaan kokonaan ulkopuolisille, tai pyörittää sitä palkkatun työvoiman avulla. Tällöin tuloja voisi kertyä arvioitua enemmänkin.

Tuottajana ja esiintyvänä muusikkona toimimisen seurauksena yrittäjä on jo valmiiksi verkostoitunut monien alalla toimivien tahojen kanssa. Yhteistyökumppaneita löytyy mm. musiikin masterointeja harjoittavista yrityksistä sekä musiikin kustantajista ja ohjelmapalveluyrityksistä.

Tuotanto voidaan tehdä asiakkaiden toiveiden mukaan analogisesti, digitaalisesti tai näitä yhdistelemällä. Varsinkin analogisiin tuotantoihin keskittyneitä palveluntarjoajia on vähemmän. Valmistumassa olevat tuotantotilat soveltuvat akustisesti ja teknisesti monenlaisiin äänitystarpeisiin. Tiloista löytyy kauempaa tuleville asiakkaille myös ilmaiset majoitustilat. Äänitykset voidaan tuotantotilojen lisäksi tehdä myös asiakkaan haluamassa paikassa.

8.2 Heikkoudet

Yksintoimimisessa on aina riskinsä. Loukkaantuminen tai pitempiaikainen sairastuminen vaikuttaa yrityksen tulokseen välittömästi. Äänitysstudioiden osaaminen henkilöityy yrittäjään, ja vaikka yrittäjän itsensä sairastuttua tilalle olisikin tarjolla ulkopuolinen palkattu henkilö, ei se välttämättä sovi asiakkaille. Yrittäjä tuntee jo koulutuksen ajoilta muita tuottajia, joita on tarvittaessa mahdollista palkata sijaiseksi. Tilojen vuokraaminen ulkopuolisille heti alusta alkaen on kannattavaa, vaikka tuloja lockout -vuokrauksesta syntyykin normaaliin päivähintaan verrattuna vähemmän. Näin yrityksen vetovoimaa kasvaa myös tilojen ja laitteiden ansiosta. Tosiasia kuitenkin on, että studioon tullaan yleensä yrittäjän maineen houkuttelemina.

Markkinointi on vaikeaa. Äänitysstudioilla ei perinteisesti ole ollut tarvetta mainostaa itseään. Uusien asiakkaiden löytäminen voi olla vaikeaa, elleivät asiakkaat itse löydä yritystä. Ulospäin välittyvään yrityskuvaan olennaisesti vaikuttamassa ovat myös yrityksen aiemmat asiakkaat, heidän osaamisensa ja musiikkinsa. Ammattitaitoisinkaan tuottaja ei saa huonosti soitettua heikkoa sävellystä kuulostamaan hyvältä, varsinkin kun aika ja raha asettavat rajoja. Puskaradion merkitys on suuri. Muutama huonosti hoidettu tai huonolta kuulostava tuotanto voi vaikuttaa asiakkaan päätökseen jättää tulematta asiakkaaksi.

Yrittäjällä ei ole liiketalouden koulutusta. Tästä voi olla haittaa varsinkin, jos studion käyttöaste kasvaa liian nopeasti, eikä asioihin ole tarpeeksi aikaa paneutua. Vaikka yrittäjällä onkin tiedossa ja tarkoituksena hankkia musiikkialaa tunteva tiloimisto, on hänen itsensä osattava tehdä oikeita yrityksen kannattavuuteen ja menestymiseen vaikuttavia päätöksiä.

8.3 Mahdollisuudet

Urallaan eteenpäin haluavia artisteja ja bändejä syntyy koko ajan lisää. Musiikin harrastaminen on pysynyt suosittuna, ja alalle syntyy koulutuksen myötä koko ajan lisää ammattilaisia. Oulun seudun musiikkitoiminta on aktiivista, ja kauempaakin tulevia asiakkaita voidaan houkutella kaiken kattavalla palvelulla.

Verkossa tapahtuvan musiikin jakamisen ja uusien verkkopalveluiden myötä myös levytyssopimusta vailla olevat artistit saavat musiikkinsa kaikkien kuultavaksi. Kunnianhimoisimmat heistä käyttävät ammattilaisten palveluja oman tuotantonsa tallentamisessa ja viimeistelyssä.

Musiikkia kulutetaan ja tarvitaan uudenaikaisissa palveluissa ja tuotteissa. Uudenaikaisia asiakkaita saattaa löytyä esimerkiksi pelialan yrityksistä. Toisen toimialan tarpeet lähtevätkin usein jo musiikin säveltämisestä, mikä sopii hyvin yrittäjän suunnitelmiin. Verkostoituminen toisen alan yritysten kanssa voi tuoda mukanaan yllättäviäkin töitä.

Tapahtuipa sitten musiikin kuluttamisessa mitä tahansa, on se ensin äänitettävä. Digitaaliseen jakeluun liittyvät ongelmatkaan eivät suoraan koske äänitysstudio toimintaa. Välillisiä vaikutuksia toki on.

8.4 Uhkat ja niihin valmistautuminen

On mahdollista, että alalle syntyy uusia osaavia kilpailijoita Pohjois-Suomeen. On kuitenkin erittäin epätodennäköistä, että uusi kilpailija suuntautuisi juuri samanlaiseen tuotantoon. Yrittäjä itse kokee kotona tehtävien demo-äänitysten tukevan muusikkojen harrastamista. Jos muusikoiden oma äänite on tarkoitus julkaista myytäväksi, tai sillä on tarkoitus lähestyä vaikkapa levy-yhtiötä, uskoo yrittäjä sen päätyvän ainakin miksattavaksi oikeaan studioon.

Toiminnan kehittymisen kannalta Oulun etäisyys Etelä-Suomen yritys- ja yksityisasiakkaista voi osoittautua liian pitkäksi, ja uhkana voi olla toiminnan jääminen alueelliseksi harrasteluksi. Kysyntää palveluille, mutta myös vastaavasti kilpailua, on enemmän etelän kaupungeissa. Suomi on kuitenkin pieni maa, ja liikenneyhteydet Oulun seudulle hyvät. Asiakkaiden saapumista muualta helpottaa studiosta valmiiksi löytyvät soittimet ja vahvistimet. Kaikkea ei muualta tulevilla asiakkailla ole pakko kuljettaa mukanaan.

Tuotanto-osaamisen suuntautuminen musiikillisesti liian kapeaksi voi karkottaa osan potentiaalisista asiakkaista pois. Marginaaliseen musiikkiin suuntautuminen tarkoittaa myös marginaalista kuluttajakuntaa, jonka ostovoima ei välttämättä riitä pitämään yritysasiakkaiden toimintaa kannattavana. Ulkopuolista henkilökuntaa palkatessa kannattaakin pyrkiä laajentamaan yrityksen tuotanto-osaamista myös musiikkityöllisesti monipuolisemmaksi isompia loppukuluttajaryhmiä silmällä pitäen.

Jos hinnoittelu epäonnistuu ja osoittautuu jatkossa asiakkaille liian korkeaksi, jää studion käyttöaste pieneksi. Näin käy myös jos asiakkaita onkin tulevaisuudessa odotettua vähemmän. Hinnoittelu on kuitenkin alkuvaiheessa yrittäjän nykyistä hintatasoa, jolla asiakkaita tuntuu ainakin toislaiseksi riittävän. Pienempi hinta saattaisi houkutella enemmän yksityisasiakkaita, mutta sitä ei kannata ainakaan alkuvaiheessa lähteä laskemaan. Käyttöasteen ollessa pieni yrittäjä voi hankkia tuloja lisäämällä esiintymisiä muusikkona. Tutkijana ja entisenä alan yrittäjänä luulen asiakkaiden maksukyvyyn liikkuvan jossain 300 euron päivähinnan tietämillä. Yksityisasiakkailla se on usein jo huomattavasti alempana yrittäjän nykyisestä hintatasosta.

Yrityksen menestyminen voi olla kiinni myös markkinoille tuloajankohdasta. Tämän hetken synkät talousennusteet vaikuttavat varsinkin yksityisasiakkaiden rahankäyttöön. Yritysasiakkaiden taloudelliseen tilanteeseen on vaikuttanut jo pidemmän aikaa jatkunut fyysisten äänitteiden myynnin lasku. Viime vuonna myynti kääntyi vihdoinkin pieneksi kasvuksi. Levy-yhtiöiden liikevaihdon mediaanin mukaan vaihtoehtoisia tulonlähteitä on vaikeina aikoina onnistuttu löytämään ja niitä kehitetään myös jatkossa.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Musiikkialalle yrittäjäksi tuleminen on toimintaympäristön viimeaikaisten muutoksien ansiosta haasteellista ja vaatii hyvät suunnitelmat ja lujaa uskoa omaan osaamiseen. Kuten toimiala-analyysissä todetaan, kulutustottumusten muutokset heijastuvat myös äänitysstudioiden toiminnan kannattavuuteen.

Digitaaliset jakelukanavat ovat tuoneet mukanaan kuluttajille paljon hyötyjä, kun taas musiikin tekijät ja julkaisijat ovat ainakin vielä toistaiseksi olleet enimmäkseen maksajan roolissa. Kun musiikkia on verkossa tarjolla myös ilmaiseksi, sen arvostus ei kuluttajien mielessä ainakaan kasva. Ilmainen tarjonta on näkynyt selvimmin fyysisten äänitteiden myynnin laskuna.

Laittomien lähteiden lisäksi kuluttajille on tarjolla verkossa myös laillisia ilmaisia palveluja, kuten Spotify. Spotifyn kautta saatavat tekijäkorvaukset ovat kuitenkin erittäin pieniä. Esimerkiksi suosittun CMX-yhtyeen keulamies A. W. Yrjänä paljasti vuoden 2012 alussa verkkosivuillaan, että 400 000 kuuntelukerran korvaus oli ollut 50 euroa (Iltasanomat 2012, haettu 18.1.2013). Samassa kirjoituksessa hän kertoo muusikoiden tienaaavan noin 20 % vähemmän kuin kymmenen vuotta aiemmin.

Kun tekijät, muusikot ja julkaisijat jäävät ilman heille kuuluvia korvauksia, vaikuttaa se suoraan tulevien tuotantojen rahoitukseen. Musiikin tallennuslaitteista kerättävien hyvitysmaksujen määrä on vähentynyt, mikä puolestaan on vähentänyt varsinkin pienempiin tuotantoihin jaettavien avustusten määrärahoja. Nämä seikat vaikuttavat jo suoraan äänitysstudioiden kannattavuuteen.

Uusia ansaintamalleja onneksi kehitellään koko ajan, ja osa tästä uudesta tulovirrasta päätynee myös äänitysstudioille. Levy-yhtiöiden liikevaihdon pysyminen entisissä lukemissa viime vuosikymmenen loppupuolella äänitemyynnin laskusta huolimatta kertoo niiden jo löytäneen uusia ansaintamalleja. On hyvä myös huomata, että vaikka äänitteiden myynti onkin ollut laskussa, se ei ole vaikuttanut musiikin kulutukseen, joka Teoston jakamien korvauksien mukaan on ollut päinvastoin pienoisessa kasvussa. Pienien indielevy-yhtiöiden lisäksi myös suuret yhtiöt ovat onneksi yhä satsanneet kotimaisiin artisteihin, joita myös jatkossa musiikkiharrastusten ja -opintojen myötä syntyy.

Kilpailutilanne on viime vuosina pysynyt äänitysstudioiden osalta kutakuinkin ennallaan. Tilastokeskuksen tilastoimat yritykset ovat valtaosin liikevaihdoltaan pieniä ja työllistävät vain 0,5 henkilöä. Äänitysstudiot ovat yleensä nyt perustettavan yrityksen kaltaisia yhdenhengen yrityksiä. Pienen äänitysstudion perustaminen on näinä päivinä helppoa mutta sen saaminen kannattavaksi haasteellista. Vastaavasti suuren äänitysstudion ylläpitäminen on kallista ja vaatii useimmiten musiikin tuottamisen lisäksi myös muita tulolähteitä. Tilastoja paremman kuvan valtakunnan kilpailutilanteesta ja kilpailijoista saa tutkimalla muita verkkolähteitä, kuten Rockdata-verkkosivuja. Rockpoliksen verkkosivut puolestaan kertovat Oulun seudun kilpailutilanteesta. Yrittäjän näkökulmasta tilanne on hyvä, sillä vastaavanlaiseen tuotantoon suuntautuneita studioita ei lähistöllä näyttäisi olevan. Lisäksi alueelta löytyy musiikin harrastajien lisäksi myös alan koulutusta.

Kilpailijoista erottuminen on muun kuin tuotantosuuntautumisen avulla vaikeaa. Äänitysstudiot luottavat siihen, että asiakkaat löytävät palveluntarjoajat, eikä mainostamista juurikaan esiinny. Kauempaa tulevien asiakkaiden houkuttelussa paras markkinointikeino ovatkin onnistuneet tuotannot.

Nyt perustettavan yrityksen menestyksen kannalta tärkeimmiksi tekijöiksi nousevat yrittäjän kokemus ja ammattitaito, pienet kustannukset sekä olemassa oleva asiakaskunta. Myynti- ja kustannusennusteiden pohjalta tehtyjen laskelmien valossa yritystoiminta näyttää kannattavalta. Alkuinvestointeja ei tarvitse tehdä, joten toiminnan aloittaminen, tai ehkä voisi käyttää sanaa jatkaaminen, on suhteellisen riskitöntä. Tuotantolaitteet ovat kattavat ja omissa tiloissa toimiminen on jatkossakin edullista. Jos maksukykyisiä asiakkaita riittää myös jatkossa nykytilanteen mukaisesti, näyttää toiminta kannattavalta. Lisätulot muusikkona esiintymisistä tuovat myös taloudellista turvaa epäsäännöllisesti jakautuvien äänitys- ja miksaustöiden sekä hiljaisempien jaksojen aikoina. Yrittäjän vuosien kokemus eri osapuolina musiikkialalla toimimisesta auttaa yrittäjää tukemaan myös omia asiakkaitaan heidän menestyksen tavoitteluissaan.

Suurimpana haasteena yrittäjän suunnitelmissa näen hintojen korottamisen. Omat kokemukseni kertovat yksityisasiakkaiden maksuvalmiuden olevan yrittäjän lähtötasoa huomattavasti alhaisempi, lähempänä kilpailijoiden hintahaitarin alapäätä. Toisaalta osa äänityksistä voidaan tehdä kotiloissa ja näin säästää euroja tuotannollisesti tärkeämpiin päiviin studiossa. Yrityisasiakkaille hinnoittelu ei ainakaan alkuvaiheessa todennäköisesti tuota ongelmia ja näihin asiakkaisiin yrittäjä onkin keskittymässä.

Jos lähtökohdat olisivat erilaiset, yritystoiminnan saaminen kannattavaksi tuskin onnistuisi. Oman osaamisen näyttäminen ja asiakkaiden hankkiminen on erittäin haasteellista markkinointikeinojen ollessa olemattomat. Ulkopuolista rahoitusta tarvitaan runsaasti laitteistoinvestointien lisäksi myös tilojen muutostöihin. Äänitysstudion käyttökustannukset ovat tyhjästä perustettaessa kokonaisuudessaan huomattavasti nyt perustettavaa yritystä korkeammat. Aloittava yrittäjä ei myöskään pysty pitämään tarvittavan korkeaa hintatasoa näiden kustannusten peittämiseksi. Nyt perustettava yritys jäisi perustamatta, jos tilanne olisi toisenlainen, toteaa myös yrittäjä itse. Alalle haluavan kannattaakin alkuvaiheessa käyttää yrittäjän tapaan toisten tiloja ja laitteita. Vasta kun näyttöä omasta osaamisesta on kertynyt runsaasti ja asiakkaita tuntuu löytyvän riittävästi, kannattaa oman äänitysstudion perustamisesta haaveilevan tehdä tarkat omakohtaiset laskennat toiminnan kannattavuudesta.

LÄHTEET

Kirjat:

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy

Kukkonen, M. 2010. Pienosakeyhtiön ja sen osakkaan tuloverotus. 2. uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media.

Tomperi, S. 2009. Yritysverotus ja tilinpäätössuunnittelu. 23. uudistettu painos. Helsinki: WSOY pro Oy.

Viitala R. & Jylhä E. 2006. Liiketoimintaosaaminen menestyvän yritystoiminnan perusta. 1. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Opinnäytteet:

Matikainen M. 2012. Veroedullisuuden vaikutus yritysmuodon valintaan – yksityisliike vai yhden hengen osakeyhtiö. Lappeenrannan tekninen yliopisto. Kauppatieteiden tiedekunta. Kauppatieteiden kandidaatin tutkinnon tutkielma.

http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/77054/matikainen_mari_15.5.2012_tutkielma2.pdf?sequence=1

Lipsanen U. & Niittyalahti A. 2010. Varojen nosto osakeyhtiöstä - pienen ja keskisuuren osakeyhtiön osakkaan näkökulma. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15461/Niittyalahti_Anne.pdf?sequence=1

Tiihonen M. 2010. Näkökulmia musiikin kulutustottumusten muutokseen. Wienin yliopisto. Musiikkitieteen opiskelija.

<http://www.rytmi-instituutti.fi/julkaisut/Musiikinkulutustottumustenmuutoksesta.pdf>

Verkojulkaisut:

Argilland T., Kalli S., Martikainen V., Muikku J. & Tuovinen T. 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit. Digitalmedia Finland. Business Oulu. Saatavuus:

http://www.businessoulu.com/media/tiedostot/ekosysteemi_selvitys.pdf

Jadelcons Oy. 2012. Business Oulu. Yritystulkki. YT1 Yritystoiminnan suunnitteleminen. Verkojulkaisu. [Verkojulkaisu]. Viitattu 19.11.2012. Saatavuus:

http://yritystulkki.agileus.fi/files/yt9_perustaminen_bussoulu.pdf

Stenvall-Virtanen S., Grönlund M., Norberg A., Pönni V. & Toivonen T. 2010. Digitalisoitumisen vaikutukset luovien toimialojen liiketoimintamalleihin. Luova Suomi / Cupore 2011. Saatavuus:

http://www.luovasuomi.fi/file_attachment/get/digitalisoitumisen%20vaikutukset%20luovien%20toimialojen%20liiketoimintamalleihin.pdf?attachment_id=35

Tilastokeskus. 2012. Kulttuuritilasto 2011. Verkojulkaisu. Saatavuus:

http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/isbn_978-952-244-320-5.pdf

Tolppanen E. & Tuomainen T. 2012. Tunnuslukuja ja tutkimuksia 2 – Musiikkialan talous Suomessa 2011. Verkojulkaisu. Saatavuus:

http://musicfinland.fi/en/media/documents/tunnuslukuja_ja_tutkimuksia2.pdf

Teosto. 2012. Vuosikertomus 2011. Verkojulkaisu. Saatavuus:

<http://www.e-julkaisu.fi/teosto/vuosikertomus/2011/>

Elektroniset lähteet:

Fagestrom A. 2009. Kuuloliitto ry. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

<http://www.kuulosuoja.fi/fin/kuuloliitto/ajankohtaista/index.php?nid=31&ARC=1&Year=2009&KeepOpen=1>

Finnvera. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 16.11.2012

<http://www.finnvera.fi/Liiketoiminnan-aloittaminen/Tee-ideastasi-totta/Loeydae-oikea-yritysmuoto>).

Finnvox. 2011. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.finnvox.fi/fi/hinnasto>

Gramex. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

http://www.gramex.fi/fi/tietoa_gramexista

Hopeasaari V. Palkka voi olla osinkoa edullisempaa. [Verkkajulkaisu]. Viitattu 19.11.2012.

<http://taloushallintoliitto-fi->

bin.directo.fi/@Bin/7e5dae05101f9548b6db5c9342b3cff2/1353313167/application/pdf/10136/Palkka%20voi%20ola%20osinkoa%20edullisempaa.pdf

Ifpi Finland - Musiikintuottajat ry. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

<http://ifpi.fi/>

Ifpi Svenska Gruppen. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012

<http://ifpi.se/wp/wp-content/uploads/GLF-half-year-2012-eng6.pdf>

IFPI - International Federation of the Phonographic Industry. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

http://www.ifpi.org/content/library/DMR2012_key_facts_and_figures.pdf

Iltasanomat 2012. Uskomatonta - suomalaisbändi sai 50 euroa Spotifylta 400 000:sta kuuntelusta. Viitattu 18.1.2013. [Verkkosivut].

<http://www.iltasanomat.fi/musiikki/art-1288443460670.html>

IndieCo ry - Suomen riippumattomien levy- ja tuotantoyhtiöiden yhdistys. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

http://www.indieco.fi/wp/wordpress/?page_id=5

Latva-Äijö J. 2012. Rockdata. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.sjoki.uta.fi/~latvis/rockdata.html>

Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien LYHTY. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012

a) http://www.kulttuuriuutiset.net/gallupit/piratismi_nuomat_menetykset_2010

b) http://www.kulttuuriuutiset.net/gallupit/piratismitutkimus_2011

c) <http://www.kulttuuriuutiset.net/index.php?mid=324&a=viewItem&itemid=244>

Music Finland. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://musicfinland.fi/en/about/>

Musiikin edistämissektori - MES. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.musiikinedistamissaatio.fi/>

Musiikin opetus Suomessa – työryhmä. 2007. [Verkkosivut]. Viitattu 13.12.2012

<http://www.musiikinopetus.fi/fi/linkit>

Muusikoidenliitto. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.muusikkojenliitto.fi/edut.html>

Opetushallitus. 2010. Etälukio. Yrittäjyysväylä. [Verkkosivut]. Viitattu 16.11.2012.

<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=296>

Patentti- ja rekisterihallitus. 2008. [Verkkosivut]. Viitattu 15.2.2013.

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen/apporttiehto.html>

Patentti- ja rekisterihallitus. 2011. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/muutokset/yritysmuodonmuutos.html>

Rockpolis – musiikin tiedotus- ja neuvontakeskus. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012

<http://rockpolis.fi/bandin->

[kasikir-](http://rockpolis.fi/bandin-)

[ja?p_p_id=LinkList_WAR_linklist_INSTANCE_QiM6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_m](http://rockpolis.fi/bandin-)

[ode=view&p_p_col_id=column-](http://rockpolis.fi/bandin-)

[2&p_p_col_count=1&LinkList_WAR_linklist_INSTANCE_QiM6_wuview=%2FLinkList%2Fview](http://rockpolis.fi/bandin-)

[%2Fc%2F4">%2Fc%2F4](http://rockpolis.fi/bandin-)

Suomen ohjelmatoimistot ja agentit ry. - SOA. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.ohjelmatoimistot.fi/tehtava+tarkoitus+saannot/>

Suomen Musiikkikustantajat ry. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://www.musiikkikustantajat.fi/tehtavat.php>

Suomen Yrittäjät. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinonharjoittaja/>

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry -TTVK. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://antipiracy.fi/ttvk/>

Teosto. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 14.12.2012.

<http://teosto.fi/teosto>

Tilastokeskus. 2009. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012.

http://www.stat.fi/til/akay/2009/01/akay_2009_01_2011-01-27_tau_008_fi.html

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. [Verkkosivut]. Viitattu 20.2.2013.

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Verohallinto. 2012. [Verkkosivut]. Viitattu 19.11.2012

www.vero.fi

Verohallinto. 2013. [Verkkosivut]. Viitattu 18.2.2013

<http://vero.fi/fi->

[FI/Syventavat_veroohjeet/Elinkeinoverotus/Laki_tuotannollisten_investointien_korot\(26215\)](http://vero.fi/fi-Syventavat_veroohjeet/Elinkeinoverotus/Laki_tuotannollisten_investointien_korot(26215))

Veronmaksajain keskusliitto 2013. [Verkkosivut]. Viitattu 20.2.2013.

<http://www.veronmaksajat.fi/veroilmoitusohjeet/ammattinjaliiikkeenharjoittaja>

Veronmaksajain keskusliitto 2013. [Verkkosivut]. Viitattu 26.3.2013.

<http://www.veronmaksajat.fi/fi-FI/omatveroasiat/osinkotulojenverotus/>

Sähköpostit:

Halunen J. Tuottaja. Rockpolis. Vs: kysymyksiä. Sähköpostiviesti

ari.koskenkorva@mail.suomi.net 14.11.2012

LIITTEET

LIITE 1.

Yrittäjän tuotantolaitteisto (arvot n. hintoja):

INSTRUMENTIT:

Kitarat:

- Gibson firebird -76 (U.S.A.) 3500€
- Fender stratocaster -95 (Japan) 600€
- Landola Jarmo Nikku model -92 (Japan) 300€
- Farida 2010 (China) 300€
- Cordoba 2006 (hand made in Spain) 600€
- Ibanez Roadster basso n. -90 (Japan) 500€

Koskettimet:

- Farfisa (ensimmäinen tuotantosarja) 700€
- Eko Tiger 500€
- Hellas Piano 600€
- Hammond urut (Japan) 500€
- Haitari (Russia) 100€

Vahvistimet:

- Fender pro junior 15 W (Mexico) 350€
- Honey 15 W (Italy) 300€
- Echolette 30 W (Germany) 350€
- Yamaha 100 W 80-luvulta (Japan)300€

KUUNTELU:

- Yamaha ns 10 m 800€
- Yamaha ns 590 1500€
- Genelec 1029 400€
- Behringer truth 2031 200€

MUUT STUDIOLAITTEET:

- Soundtracs CM 3300 studio mikseri 2000€
- MacBook Pro tietokone 800€
- RME fireface 800 interface 850€
- Behringer ADA 8000 AD/DA muunnin 130€
- Apogee duet interface 300€
- Neutrik 134 kanavainen patch bay 300€

PROSESSORIT / KAIUT / EFEKTIT:

- Universal Audio LA-610 (mono kanava) 1200€
- DBX 166 XL comp / gate 300€
- TL audio ebony (stereo etuaste) 400€
- SSL stereo master comp 1500€
- Vestafire stereo kaiku 250€
- WEM copicat nauhakaiku 350€
- JHS mono delay 200€
- 2x Electroharmonics holy grail mono kaiku 80€
- Electroharmonics holier grail mono kaiku 120€
- Electroharmonics POG (polyfoninen oktaaveri) 150€
- Electroharmonics Memoryman mod delay 150€
- Electroharmonics Double Muff fuzz pedaali 50€
- Portaaton keinokuorma (käsintehty) 120€

MIKROFONIT:

- 2x GA putkimikrofoni 200€ /kpl
- 2x Rode nt 1000 180€ / kpl
- 1x Rode nt 1 100€
- 3x Shure sm 57 80€/kpl
- 2x Shure sm 58 80€/kpl
- 2x Sennheiser 441 450€/kpl
- 2x Sennheiser dynaaminen puikko 100€/kpl
- 2x AIWA 150€ /kpl
- 2x Grundic 80€/kpl
- T-Bone (isokalvoinen konkka) 50€
- T-bone (pikkukalvoinen konkka) 50€

Yhteensä: 23170€

LIITE 2.

Tuloksesta maksettava kokonaisvero ja voitonnosto toiminimestä, kun pääomatuloiksi valittu 0 %

Voitto nostetaan toiminimestä		
Yrityksen tulos ennen "yrittäjän tulonsiirtoja"		30000 €
Pääomatuloja	0 %	-
Ansiotuloa yhteensä		30000 €
Ansiotulojen kunnallisvero, Kempele	19,50 %	5850 €
Ansiotulojen valtionvero, valtion tuloveroasteikko 2012		1582,5 €
Ansiotuloveroa yhteensä		7432,5 €
Nettotuloa käteen		22567,5 €
Kokonaisveroprosentti yrityksen 30 000 euron tuloksesta		24,78 %

LIITE 3.

Nettovarallisuuden vaikutus tuloksesta maksettavaan kokonaisveroon (Vertaa s. 19)

	Voitto nostetaan osakeyhtiöstä					
	jonka nettovarallisuus 20000€					
	osinkona		osinko + palkka		pääosin palkkana	
Yrityksen tulos ennen "yrittäjän tulonsiirtoja"		30000		30000		30000
Yrittäjän oma palkka		0		12000		26000
Yrittäjän palkan sosiaalikulustannukset	2,04 %	0	2,04 %	244,8	2,04 %	530,4
Yrittäjän oman palkan kulut yhteensä		0		12244,8		26530,4
Yrityksen tulos ennen veroja		30000		17755,2		3469,6
Yritysvero	24,5 %	7350	24,5 %	4350,0	24,5 %	850,1
Yrityksen tulos verojen jälkeen		22650		13405,2		2619,5
Nettovarallisuus tilikauden alussa, (laitteet siirretty yrityksen nimiin)		20000		20000		20000
Nettovarallisuuden muutos		22650		13405,2		2619,5
Nettovarallisuus tilikauden lopussa		42650		33405,2		22619,5
Jaettava osinko		22650		13405,2		2619,5
Verovapaata pääomatulo-osinkoa; 9 % nettovarallisuudesta	9 %	3838,5	9 %	3006,5	9 %	2035,8
Ylimenevä osuus on ansiotulo-osinkoa		18811,5		10398,7		583,8
Ansiotulo-osingosta verotetaan	70 %	13168,1	70 %	7279,1	70 %	408,7
Ansiotulo-osingoista on verovapaata	30 %	5643,5	30 %	3119,6	30 %	175,1
Ansiotuloa yhteensä (= ansiotulo-osinko + palkka)		13168,1		19279,1		26408,7
Ansiotulojen kunnallisvero, Kempele	19,5 %	2567,8	19,5 %	3759,4	19,5 %	5149,7
Ansiotulojen valtionvero, valtion tuloveroasteikko 2012		0		214,64		954,0
Ansiotuloveroa yhteensä		2567,8		3974,07		6103,7
Verovapaata tuloa yhteensä		9482,0		6126,08		2210,9
Nettotuloa käteen		20082,2		21431,1		22515,8
Yrittäjän henkilökohtainen veroprosentti		11,34		15,64		21,33
Maksettavat verot ja sos.kulut yhteensä; yritys ja yrittäjä		9917,8		8568,9		7484,2
Edellisestä laskettu kokonaisveroprosentti yrityksen 30 000 euron tuloksesta		33,06		28,56		24,95

LIITE 4.

Voiton nosto osakeyhtiöstä vuonna 2014, kun nettovarallisuus 0 €

	Voitto nostetaan vuonna 2014 osakeyhtiöstä, jonka nettovarallisuus 0€					
	osinkona		osinko + palkka		pääosin palkkana	
Yrityksen tulos ennen "yrittäjän tulonsiirtoja"		30000		30000		30000
Yrittäjän oma palkka		0		12000		26000
Yrittäjän palkan sosiaalikulut	2,04 %	0	2,04 %	244,8	2,04 %	530,4
Yrittäjän oman palkan kulut yhteensä		0		12244,8		26530,4
Yrityksen tulos ennen veroja		30000		17755,2		3469,6
Yritysvero	20,0 %	6000	20,0 %	3551,0	20,0 %	693,9
Yrityksen tulos verojen jälkeen		24000		14204,2		2775,7
Nettovarallisuus tilikauden alussa		0		0		0
Nettovarallisuuden muutos		24000		14204,2		2775,7
Nettovarallisuus tilikauden lopussa		24000		14204,2		2775,7
Jaettava osinko		24000		14204,2		2775,7
Veronalaista osinkoa 25 %		6000		3551,0		693,9
Verotonta osinkoa 8 % nettovarallisuudesta	8 %	1920	8 %	1136,3	8 %	222,1
Loppu osa veronalaista pääomatuloa		16080		9516,8		1859,7
Veronalaista pääomatuloa yhteensä		22080		13067,8		2553,6
Pääomatulosta maksettava vero 30 %	30 %	6624	30 %	3920,3	30 %	766,1
Pääomatuloa yhteensä		17376		10283,8		2009,6
Ansiotulojen kunnallisvero, Kempele	19,5 %		19,5 %	2340,0	19,5 %	5070,0
Ansiotulojen valtionvero, valtion tuloveroasteikko 2012		0		8,0		882,5
Ansiotuloveroa yhteensä		0,00		2348,0		5952,5
Ansiotuloa yhteensä		0		9652,0		20047,5
Nettotuloa käteen		17376		19935,8		22057,1
Yrittäjän henkilökohtainen veroprosentti		27,60		23,92		23,35
Maksettavat verot ja sos.kulut yhteensä; yritys ja yrittäjä		12624		10064,2		7942,9
Edellisestä laskettu kokonaisveroprosentti yrityksen 30 000 euron tuloksesta		42,08		33,55		26,48

LIITE 5.

Voiton nosto osakeyhtiöstä vuonna 2014, kun nettovarallisuus 20 000 €

	Voitto nostetaan vuonna 2014 osakeyhtiöstä, jonka nettovarallisuus 20000€					
	osinkona		osinko + palkka		pääosin palkkana	
Yrityksen tulos ennen "yrittäjän tulonsiirtoja"		30000		30000		30000
Yrittäjän oma palkka		0		12000		26000
Yrittäjän palkan sosiaalikulut	2,04 %	0	2,04 %	244,8	2,04 %	530,4
Yrittäjän oman palkan kulut yhteensä		0		12244,8		26530,4
Yrityksen tulos ennen veroja		30000		17755,2		3469,6
Yritysvero	20,0 %	6000	20,0 %	3551,0	20,0 %	693,9
Yrityksen tulos verojen jälkeen		24000		14204,2		2775,7
Nettovarallisuus tilikauden alussa, (laitteet siirretty yrityksen nimiin)		20000		20000		20000
Nettovarallisuuden muutos		24000		14204,2		2775,7
Nettovarallisuus tilikauden lopussa		44000		34204,2		22775,7
Jaettava osinko		24000		14204,2		2775,7
Veronalaista osinkoa 25 %		6000		3551,0		693,9
Verotonta osinkoa 8 % nettovarallisuudesta	8 %	3520	8 %	2736,3	8 %	1822,1
Loppu osa veronalaista pääomatuloa		14480		7916,8		259,7
Veronalaista pääomatuloa yhteensä		20480		11467,8		953,6
Pääomatulosta maksettava vero 30 %	30 %	6144	30 %	3440,3	30 %	286,1
Pääomatuloa yhteensä		17856		10763,8		2489,6
Ansiotulojen kunnallisvero, Kempele	19,5 %		19,5 %	2340,0	19,5 %	5070,0
Ansiotulojen valtionvero, valtion tuloveroasteikko 2012		0		8,0		882,5
Ansiotuloveroa yhteensä		0,00		2348,0		5952,5
Ansiotuloa yhteensä		0		9652,0		20047,5
Nettotulua käteen		17856		20415,8		22537,1
Yrittäjän henkilökohtainen veroprosentti		25,60		22,09		21,68
Maksettavat verot ja sos.kulut yhteensä; yritys ja yrittäjä		12144		9584,2		7462,9
Edellisestä laskettu kokonaisveroprosentti yrityksen 30 000 euron tuloksesta		40,48		31,95		24,88

LIITE 6.

Myyntiennusteet ja liikevaihdon kehitys tulevina vuosina

Toinen vuosi			
tuote	hinta alv 0 %	myynti kpl /vuosi	myynti alv 0 %
Studiopäivä	275	156	42900
Lockout-vuokraus	165	36	5940
Studiosiuna	45		
Esiintymispalkkiot	550	12	6600
kurssipalkkio	1100	2	2200
		Liikevaihto	57640

Kolmas vuosi			
tuote	hinta alv 0 %	myynti kpl /vuosi	myynti alv 0 %
Studiopäivä	300	168	50400
Lockout-vuokraus	180	48	8640
Studiosiuna	50		
Esiintymispalkkiot	600	12	7200
kurssipalkkio	1200	2	2400
		Liikevaihto	68640

Neljäs vuosi			
tuote	hinta alv 0 %	myynti kpl /vuosi	myynti alv 0 %
Studiopäivä	330	180	59400
Lockout-vuokraus	200	48	9600
Studiosiuna	55		
Esiintymispalkkiot	660	12	7920
kurssipalkkio	1300	2	2600
		Liikevaihto	79520

Viides vuosi			
tuote	hinta alv 0 %	myynti kpl /vuosi	myynti alv 0 %
Studiopäivä	360	192	69120
Lockout-vuokraus	220	48	10560
Studiosiuna	60		
Esiintymispalkkiot	700	12	8400
kurssipalkkio	1500	2	3000
		Liikevaihto	91080