



VERKOSTOMARKKINOIJAN LII- KETOIMINTASUUNNITELMA JA TOIMINIMEN PERUSTAMINEN

Maiju Munnukka

Opinnäytetyö
Joulukuu 2013
Liiketalouden koulutusoh-
jelma

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tampere University of Applied Sciences

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

MAIJU MUNNUKKA:

Verkostomarkkinoijan liiketoimintasuunnitelma ja toiminimen perustaminen

Opinnäytetyö 30 sivua, joista liitteitä 17 sivua
Joulukuu 2013

Opinnäytetyön aihe valikoitui kiinnostuksesta verkostomarkkinointiin ja erityisesti siihen liittyvään taloushallintoon. Verkostomarkkinoinnissa toimitaan jälleenmyyjänä ja kouluttajana tietyille verkostomarkkinointiyritykselle. Verkostomarkkinointiyritys on se, jonka tuotteita myydään ja markkinoidaan asiakkaille. Myyjä ja yritys eivät tee työso-
pimusta, eli tässä opinnäytetyössä ei ole käsitelty normaaliin työsuhteen liittyviä asioita. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä kaikkea aloittavan verkostomarkkinoijan tulisi ottaa huomioon aloittaessaan verkostomarkkinoijan työ, sekä mitä kaikkea liittyy elinkeinoharjoittajan toiminimen perustamiseen. Tarkoituksena oli selvittää oma valmi-
us ryhtyä verkostomarkkinoijaksi sekä tehdä opas muille verkostomarkkinointityöstä haaveileville. Muita yritysmuotoja ei käsitellä, koska verkostomarkkinointi on aluksi pientä liiketoimintaa ja työtä tehdään itsenäisesti. Verkostomarkkinoinnista löytyy pal-
jon tietoa, joten sen rajaaminen oli haastavinta. Myös taloushallinnosta on paljon tietoa, mutta rajaaminen oli helpompaa, koska keskityin ainoastaan toiminimen verotukseen ja taloushallintoon. Opinnäytetyön yhtenä aihealueena on liiketoimintasuunnitelma, jossa käsitellään keskeisimmät verkostomarkkinointiin liittyvät aihealueet.

Opinnäytetyön myötä selvisi, että verkostomarkkinointiin liittyy muutakin kuin pelkkää tuotteiden myymistä. Täytyy olla myös hyvä esiintyjä ja kouluttaja, jotta saa uusia jäl-
leenmyyjä mukaan toimintaan. Opinnäytetyössä on käsitelty esiintymisen ja koulutta-
misen perusasiat. Kuka tahansa voi aloittaa jälleenmyymisen, siksi on tärkeää tehdä liiketoimintasuunnitelma. Tämä auttaa näkemään mitä kaikkea pitää ottaa huomioon aloittaessaan verkostomarkkinoijan uran. Suunnitelman avulla voi tulla sellaisia asioita eteen, joita ei ole osannut ajatellakaan aikaisemmin.

Laadin henkilökohtaisen liiketoimintasuunnitelman verkostomarkkinoijaksi aloittami-
selle. Tässä osiossa käsitellään henkilökohtaisia valmiuksia ryhtyä verkostomarkkinoi-
jaksi, siksi tämä osio on salainen.

Opinnäytetyö on hyvä opas kaikille verkostomarkkinoijaksi aikoville sekä muille yrittä-
jille, jotka ovat aikeissa perustaa toiminimen. Työ antaa kokonaisvaltaisen kuvan ver-
kostomarkkinoijan työstä, ja siitä kuinka taloushallinto hoidetaan.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Business Economics Degree Programme

MAIJU MUNNUKKA:

Establishing a Sole Tradership and Creating a Business Plan for Network Marketing

Bachelor's thesis 30 pages, appendices 17 pages
December 2013

The subject of this thesis was chosen based on my personal interest in network marketing and in particular its financial management. The aim of the thesis was to find out what aspects should be taken into consideration when starting network marketing and setting up a sole tradership. The purpose was to find out if I am ready to establish a sole tradership and start network marketing as a business. Another objective was to create a guide for others who want to set up as sole traders.

This thesis has also includes a business plan, which deals with the most important topics related to network marketing. At the general level, the thesis deals with the taxation and accounting, as well as the process of establishing a sole tradership. Other forms of company are not dealt with in this because the network marketing business is usually started with the small steps by an individual working independently.

The major finding of the thesis was that the network marketing involves more than just selling. The marketer also must be a good performer and trainer in order to get new distributors involved in the business. Anyone can start network marketing; that is why it is important to make a business plan. A business plan helps one to identify what should be taken into consideration while starting out on a network marketing career.

The thesis is a good guide for anyone who is considering starting the network marketing and for other entrepreneurs who want to establish a sole tradership. The thesis gives a comprehensive picture of the network marketing and how financial management is handled.

Keywords: network marketing, business name, financial management

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	VERKOSTOMARKKINOINTI.....	8
	2.1 Verkostomarkkinoijaksi.....	8
	2.2 Ohjeita verkostomarkkinointiin	10
	2.3 Ohjeita kouluttamiseen ja esiintymiseen	11
	2.3.1 Kouluttaminen.....	11
	2.3.2 Esiintyminen	12
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	14
	3.1 Franchising.....	14
	3.2 SWOT-analyysi	14
	3.3 Osaaminen	15
	3.4 Tavoitteet	15
	3.5 Strategia	16
	3.6 Markkinat.....	16
	3.7 Asiakkaat	16
	3.8 Rahoituksen tarve	17
	3.9 Kannattavuus	17
4	VEROTUS.....	19
	4.1 Toiminimen verotus	19
	4.2 Arvonlisävero.....	21
	4.3 Ennakkovero	21
5	KIRJANPITO	22
	5.1 Kirjanpitokirjaukset	22
	5.2 Tilinpäätös	23
6	TOIMINIMEN PERUSTAMINEN	24
	6.1 Toiminimen nimen valinta.....	24
	6.2 Toiminimen perustamisilmoitus	25
	6.3 Ilmoitus ennakkoperintärekisteriin	25
	6.4 Palkkaus	26
	6.5 Yrittäjän yrittäjäeläkevakuutus	26
	6.6 Yrittäjän työttömyysturva	27
7	POHDINTA.....	28
	LÄHTEET.....	29
	LIITTEET	31
	Liite 1. Rahoituslaskelmamalli	31
	Liite 2. Kannattavuuslaskelmamalli	33

Liite 3. Kirjanpitokirjaukset	35
Liite 4. Ammatinharjoittajan tuloslaskelmakaava	36
Liite 5. Tuloslaskelmakaava	37
Liite 6. Tase	38
Liite 7. Aloittavan verkostomarkkinoijan liiketoimintasuunnitelma	39

(salainen)

1 JOHDANTO

Verkostomarkkinointi on ristiriitaisia tunteita herättävää liiketoimintaa. Joidenkin mielestä verkostomarkkinointi on viisaiden ihmisten uravalinta ja joidenkin mielestä se on huijausta. Taloustilanteen huonontuessa ihmisiä irtisanotaan, eivätkä esimerkiksi teollisuusyritykset enää pärjää etenkin Suomessa. Verkostomarkkinointi antaa hyvän mahdollisuuden yrittäjyyteen ja vaurastumiseen.

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää mitä kaikkea aloittavan verkostomarkkinoijan tulisi ottaa huomioon aloittaessaan verkostomarkkinoijan työ, sekä mitä kaikkea liittyy elinkeinoharjoittajan toiminimen perustamiseen. Tavoitteena oli selvittää oma valmius verkostomarkkinoijaksi sekä luoda opas muille verkostomarkkinointityöstä haaveileville. Opinnäytetyössä käsitellään elinkeinoharjoittajan toiminimen perustamisen vaiheita sekä liiketoimintasuunnitelman keskeisimpiä alueita, painottuen enemmän verotukseen ja kirjanpitoon.

Moni aloittava verkostomarkkinoija on tietämätön siitä, mitä verkostomarkkinointi on. Tämän takia työssä käydään läpi kattavasti kaikkea mitä verkostomarkkinoijan työ pitää sisällään. Opinnäytetyössä ei käydä läpi kaikkia yritysmuotoja, koska aloittava verkostomarkkinoija työskentelee aluksi yleensä yksin ja liiketoiminta voi aluksi olla vähäistä. Opinnäytetyössä keskitytään nimenomaan elinkeinoharjoittajan toiminimen perustamiseen ja siihen liittyvään verotukseen ja kirjanpitoon.

Verkostomarkkinointi on helppo aloittaa, koska liikeidea on jo valmiiksi olemassa. Jokaisen täytyy vain luottaa verkostomarkkinointiyritykseen ja sen tuotteisiin. Verkostomarkkinointiyritys on se, jonka tuotteita myydään asiakkaille. Yritys laatii toimintaohjeet ja jälleenmyyjät markkinoivat tuotteita eteenpäin sekä järjestävät koulutuksia. On tärkeää muistaa varmistaa yrityksen historia, kuinka kauan yritys on ollut olemassa sekä mitä ja miten tuotteita valmistetaan. Oma nimeä ei halua sellaisen yrityksen listoille, jolla on tai tulee olemaan huono maine julkisuudessa. Yleensä luotettavimpia yrityksiä ovat ne, jotka ovat olleet markkinoilla kymmeniä vuosia.

Verkostomarkkinoijan työ on myyntityötä ja kouluttamista, eli haasteita riittää jokaiselle. Motivaatio ja halu kehittyä pitää olla kohdillaan, jotta verkostomarkkinoijana pärjää.

Vastoinkäymisistä pitää päästä yli ja ottaa niistä opikseen. Verkostomarkkinointi ei ole tarkoitettu nopean rikastumisen tavoittelijoille, vaan vaurauteen pyrkiville pitkäjänteisille ihmisille.

2 VERKOSTOMARKKINOINTI

Verkostomarkkinointi on lähtöisin 1940-luvun alkupuolelta. Silloin amerikkalainen kemisti perusti yrityksen, joka kehitti ravintotuotteita. Kemisti palkkasi myyjiä, joilla oli mahdollisuus tienata lisäansiota rekrytoimalla uusia jälleenmyyjiä ja myymällä tuotteita eteenpäin. Tästä kehittyi kustannustehokas markkinointimalli ja ensimmäinen jälleenmyyjien verkosto. Verkostomarkkinointi saatiin lailliseksi Amerikassa vasta vuonna 1979. (Jolanki 1999, 11.)

2.1 Verkostomarkkinoijaksi

Maailma on muuttunut paljon viimeisten vuosikymmenten aikana. Teollisuusyritykset eivät enää pärjää ja ihmisiä irtisanotaan. Verkostomarkkinointiyritysten toiminta perustuu tietoon, ei tehtaisiin tai työntekijöihin. Verkostomarkkinoijia on maailmassa kymmeniä miljoonia ja määrä kasvaa kokoajan. Verkostomarkkinointi on siinä mielessä turvallinen tapa tienata, koska siihen ei vaikuta esimerkiksi riskialttiit osakesijoitukset. (Kyuosaki & Lechter 2006, 74—75.) Pitää kuitenkin muistaa, ettei verkostomarkkinoinnilla rikastu yhdessä yössä. Töitä pitää tehdä paljon ja vastoinkäymisistä ei pidä lannistua.

Verkostomarkkinoija on itsenäinen toimija, joka toimii jonkin verkostomarkkinointiyrityksen nimissä. Verkostomarkkinoija ei kuitenkaan ole työsuhteessa kyseiseen yritykseen. Verkostomarkkinoijaksi ryhdytään jonkun toisen verkostomarkkinoijan suosituksesta. Suosittelijaa kutsutaan sponsoriksi. Uusi verkostomarkkinoija tekee jälleenmyyntisopimuksen pääyrityksen kanssa, jotta hän voi saada yrityksen tuotteita tukkuhinnalla, myydä yrityksen tuotteita muille ihmisille sekä rekrytoida ja kouluttaa uusia jälleenmyyjiä mukaan toimintaan. Riippuen jälleenmyyjästä tämä voi ansaita huomattavia summia verkostostaan. (Jolanki 1999, 14.) Verkostomarkkinoijaksi ryhtymiseen ei yleensä tarvita suurta pääomaa. Yleensä aloitussumma on muutama sata euroa, jos sitä kukaan. Yrityksen tuotteisiin pitää luottaa, jotta niitä voi myydä toisille. Siksi on tärkeää käyttää itse yrityksen tuotteita. Omat ja toisten kokemukset tuotteiden tehosta luo luottavuutta.

Verkostomarkkinointi on hyvä tapa tienata paljon rahaa. Sen järjestelmä on rakennettu niin että kaikista joilla on motivaatiota ja päättäväisyyttä, voi tulla menestyjiä. Verkostomarkkinoija ei saa olla ahne, vaan siinä pitää auttaa toisia rikastumaan ja samalla rikastuu itsekin. (Kyuosaki & Lechter 2006, 27, 30.) Suurimmilla verkostomarkkinointiyrityksillä on paljon tuotteita myynnissä, joten tietoa on paljon ja tietoa pitää opiskella ahkerasti. Täytyy olla kärsivällinen ja pitkäjänteinen, jos haluaa oppia asiat kunnolla. Työ on myyntityötä, jossa täytyy tuntea tuotteet erinomaisesti. Pitää siis laittaa itselleen selkeä ja realistinen tavoite, jotta voi menestyä kunnolla. Hyvä tavoite on sitouttaa itsensä viideksi vuodeksi oppimaan uusi asia. Monien menestyvien yritysten luominen kestää vuosia, esimerkiksi Sonyn nousu viihdealan huipuksi kesti vuosia. Verkostomarkkinoijat ovat tavallisia ihmisiä, joten kehittyminen myyjäksi ja esiintyjäksi voi kestää vuosia. Oppimishalu lähtee itsestään ja jotkut voi oppia asiat nopeastikin. Vastustusta tulee paljon, mutta niistä ei pidä lannistua. Menestyä ei voi, jos heti häviämisen myötä luovuttaa. (Kyuosaki & Lechter 2006, 64, 66.)

Kannattaa etsiä verkostomarkkinoijana menestyneitä ihmisiä ja ottaa heiltä oppia kuinka menestytään. Tärkeimpiä liike-elämän osa-alueita, joita verkostomarkkinointiyritykset opettavat, ovat seuraavat:

1. Menestymisen asenne
2. Johtamistaidot
3. Viestintätaidot
4. Ihmissuhdetaidot
5. Kuinka voitetaan
6. Rahan hallitsemisen taito
7. Sijoittamistaidot
8. Vastuunottamisen taito
9. Ajan hallitsemisen taito
10. Päämäärien asettaminen
11. Menestymisen ulkoiset edellytykset (Kyuosaki & Lechter 2006, 45).

Verkostomarkkinoinnin opettajat ovat siinä mielessä erilaisia opettajia, koska heidän tieto ja taito perustuu kokemukseen, ei teoriaan. Esimerkiksi kouluissa saatetaan uhkaila, jos ei saa hyviä numeroita, ei voi menestyä. Tämä saa ihmisen pelkäämään virheitä. Kaikki tekevät virheitä työssään tai muualla elämässään, pitää vain myöntää virheensä

ja ottaa siitä opikseen. Pitää uskaltaa tehdä virheitä elämässä ja poistua omalta mukavuusalueelta, jotta voi menestyä. (Kyuosaki & Lechter 2006, 44, 47, 49.)

Monet eivät uskalla lähteä verkostomarkkinoijiksi, koska pelkäävät mitä ystävät ja työtoverit siihen sanovat. Useimmin ne läheisimmät ihmiset vetävät sinua alaspäin, eivätkä kannusta menestymään. (Kyuosaki & Lechter 2006, 55.) Verkostomarkkinoinnissa on se hyvä puoli, että saa itse valita yhteistyökumppanit. Töitä saa tehdä positiivisten ja kannustavien henkilöiden kanssa, sekä tulevaisuudessa rikastua yhdessä heidän kanssaan.

2.2 Ohjeita verkostomarkkinointiin

Verkostomarkkinointiin ryhtymisen motiivina ei kuitenkaan pidä olla raha. Se on ensimmäinen virhe mitä jälleenmyyjä voi tehdä. Tärkein tehtävä on luoda pysyviä asiakassuhteita ja saada asiakkaat tyytyväisiksi. Verkostomarkkinointi antaa hyvän mahdollisuuden yrittäjyyteen, koska siinä tiedetään asiakkaiden saavan ratkaisuja ongelmiinsa ja asiakas saa tyydytettyä toiveensa hyvillä tuotteilla. Asiakas on valmis maksamaan näistä hyvän hinnan. (Crane 2010, 1, 21.)

Monet hyvät verkostomarkkinointiyrietykset ovat olleet toiminnassa jo vuosia. On tärkeää, että asiakkaat saavat hyviä tuotteita jatkossakin. Verkostomarkkinointiyrietyksen on kehitettävä tuotteita asiakkaiden toiveiden mukaisesti, jotta asiakkaat pysyvät tyytyväisinä pitkään. Tärkeää on myös erottua kilpailijoista, eli valmistetaan tuotteita joita ei voi helposti kopioida. (Crane 2010, 23.) Hyvä tapa on myös kehitellä tutuista tuotteista entistä parempia ja tehokkaimpia. Kannattaa siis valita sellainen verkostomarkkinointiyrietytys, joka kehittää ja testaa tuotteitaan, ja joka on ollut olemassa useita vuosia.

Tuotteiden myynti on verkostomarkkinoinnin tärkein asia. Myymällä voi itse ostaa enemmän. Missä tahansa myyntityössä pitää osata puhua ihmiselle ja voittaa pelko kohdata ihmisiä. Esimerkiksi oma työpaikka on saatu myymällä omaa ammattitaitoa. Voittamalla omat pelkonsa voi menestyä. (Kyuosaki & Lechter 2006, 82, 83.) Myyntityössä joutuu aina välillä torjutuksi. Siitä ei pidä lannistua, vaan siitä pitää oppia ja kasvaa henkisesti. Pitää miettiä, mitä on tehnyt väärin tai keskustelea myyntipuheen ystävän

kanssa. Näin pääsee asiassa eteenpäin ja voi ottaa opikseen. Menestyä voi hyvin, kun tulee torjutuksi useasti. (Kyuosaki & Lechter 2006, 86—87.)

Kenen tahansa yrittäjän tai jälleenmyyjän on tunnettava tuotteensa, kilpailijansa ja asiakkaansa. Yrittäjän pitää etsiä tietoa kaikkialta ja osata hyödyntää tietoa oikealla tavalla sekä oikealla hetkellä. Pitää muistaa, että tiedon hankinnan ei tarvitse olla kallista tai aikaa vievää, vaan tietoa kannattaa etsiä helposti ja edullisesti. Etsitään vain sitä tietoa, mikä edistää omaa yritystä eteenpäin. (Crane 2010, 39.)

Verkostomarkkinoinnissa voi menestyä, jos ymmärtää rahan ja vaurauden välisen eron. Vauraus mitataan ajassa, kuinka monta päivää pystyy selviämään. Rikkaat eivät tee verkostomarkkinointia rahan takia, vaan vaurauden takia. (Kyuosaki & Lechter 2006, 104, 106.) Ei ole väliä kuinka hyvä on nyt, vaan kuinka hyvä haluaa olla. Etenkin verkostomarkkinoinnissa kannattaa muistaa, että mitä enemmän antaa, sitä enemmän saa. (Arden 2005, 14, 30.) Jos haluaa menestyä, pitää unohtaa raha ja alkaa keräämään uusia huipputiimiä ympärilleen ja luoda liiketoimintaa. Näin saadaan elinikäinen taloudellinen turva pitkällä tähtäimellä.

2.3 Ohjeita kouluttamiseen ja esiintymiseen

Verkostomarkkinointi on myös muiden opettamista. Ei siis riitä, että osaa myydä. Täytyy ostata myös opettaa. Ilman opettamista ei voi saada menestyvää liiketoimintaa. Verkostomarkkinoijan on opetettava uudet verkostomarkkinoijat opettamaan heidän uusia jälleenmyyjiä. Hyvä opettaja antaa tilaa myyntitapahtumissa ja antaa myyjän tehdä myös virheitä. Tämän jälkeen voidaan analysoida ja oppia virheistä ja kasvaa hyväksi opettajaksi ja myyntimieheksi. (Kyuosaki & Lechter 2006, 89—90.)

2.3.1 Kouluttaminen

Koulutustilaisuudessa tärkeintä on päästä samalle aaltopituudelle yleisön kanssa. Yleisöä ei voi muuttaa, mutta esiintyjä voi muuttaa esiintymistyyliään erilaisten henkilöiden edessä. Esiintyjän täytyy olla joustava. Joustavuutta voi kehittää ymmärtämällä ihmisten erilaisuutta, hyväksymällä sen, sekä hyödyntämällä sitä. Kouluttajan pitää valmistautua

huolella esitykseensä ja harjoitella minäkuvaansa. Esitystä kannattaa harjoitella peilin edessä tai tehdä mielikuvaharjoituksia tulevasta esityksestä. Tämä parantaa myös minäkuvaa ja auttaa pääsemään hyvään lopputulokseen. (Marckwort 2001, 8, 9, 18.)

Esityksen runko syntyy seuraavista osioista:

1. Luodaan kontakti yleisön kanssa

Aloitus on tärkein asia esityksessä. Yleisö haluaa, että heidät huomioidaan heti alussa. Tämän takia ei pidä heti mennä asian ytimeen. Kannattaa välttää tylsiä ja kuluneita lauseita. Aloituksesta yleisölle muokkautuu kuva tulevasta esityksestä. (Marckwort 2001, 51, 53—55.)

2. Esitellään aihe

Mitkä ovat esiteltävän aiheen pääkohdat? Jätetään kaikki vähemmän tärkeät asiat pois. Käytetään avainsanoja ja lyhyitä lauseita. Alkuun ja loppuun pitää sisällyttää ne tärkeimmät asiat, koska yleisö muistaa ainakin ne. Asiat kannattaa myös toistaa, jotta ne jäävät yleisön mieleen. Toisto voi tapahtua erilaisessa muodossa. (Marckwort 2001, 51, 58—60.)

3. Yleisön vastaanottavuuden virittäminen

Yleisön virittäminen tunnelmaan alkaa heti, kun he astuvat huoneeseen. Tämä voi tapahtua esimerkiksi jonkin musiikkikappaleen myötä. Virittäminen esityksen aikana voi tapahtua esimerkiksi esittämällä kysymyksiä ja teettämällä jokin tehtävä. (Marckwort 2001, 51.)

4. Kerrataan aihe

Pääkohdat kerrataan, mutta uutta asiaa ei käsitellä (Marckwort 2001, 51).

2.3.2 Esiintyminen

Karismaattinen esiintyjä on oma itsensä, joka ei matki ketään muita. Esiintyjä osaa esittää asiansa innostuneesti ja vakuuttavasti sekä osaa huomioida yleisönsä kokoajan. Hyvä esiintyjä kouluttaa itseään kokoajan. Esiintyjä voi olla luonnonlahjakkuus, mutta lahjakkuuttakin pitää kouluttaa lisää. (Marckwort 2001, 82—83.) Esitystä pitää tarpeen

mukaan hioa, jotta siitä ei tule rutiinia. Puheääneenkin kannattaa kiinnittää huomiota. Erisävyiset äänenvaihtelut antavat esitykselle lisää syvyyttä. Esimerkiksi urheiluselostajat vaihtelevat äänensävyjä suorituksesta riippuen. Tasainen ääni kuulostaa loppujenlopuksi tylsältä. (Marckwort 2001, 100—101.) Ihmiset muistavat paremmin kuvia tai ääntä, joten kannatta panostaa niihin. Kun yleisö muistaa kuvat tai äänet, he muistavat esiintyjän. (Arden 2005, 68.)

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Aloittavan yrittäjän on hyvä tehdä liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yleensä yrityksen liikeidea, päämäärä ja tavoitteet. Siinä kerrotaan myös markkinointisuunnitelmasta, asiakkaista, rahoituksesta ja taloushallinnosta. Liiketoimintasuunnitelmassa esitetään miten yritys aikoo tehdä tulosta. Tämän avulla selviää onko tuote tai palvelu yritykselle kannattava. Ennen kaikkea yrittäjälle selviää, kannattaako yritystä perustaa ollenkaan. (Viitala & Jylhä 2013, 50—51.) Alla olen kuvaillut verkostomarkkinoijalle tärkeimpiä aiheita.

3.1 Franchising

Verkostomarkkinoinnissa liikeidea on jo valmiiksi rakennettu, eli aloittavan verkostomarkkinoijan ei tarvitse suunnitella liikeidea. Verkostomarkkinointi perustuu franchising-toimintaan, mutta paljon pienemmässä mittakaavassa kuin oikea franchising. Franchisingin aloituspääoma on normaalisti kymmeniä tuhansia euroja, mutta verkostomarkkinoija voi aloittaa toimintansa korkeintaan muutaman satasen pääomalla. Franchising-yrittäjä noudattaa pääyrityksen toimintamallia ja noudattaa heidän laatimiaan ohjeita. Franchising-toiminnan etuja ovat pieni alkupääoma, pienempi riski ja parempi luotettavuus. Pääyrityksen pitää olla tunnettu, jotta oma liiketoiminta lähtee käyntiin nopeammin. (Sutinen & Viklund 2005, 63—64.)

3.2 SWOT-analyysi

SWOT tulee sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT-analyysin avulla yritys pystyy arvioimaan yrityksen voimavarat. Analyysi voi olla osa yksittäistä projektia, vuosittain tehtävää suunnitteluprosessia tai se voi olla suurempien päätösten tukena. Analyysin avulla selkiytetään ja dokumentoidaan tulevaa prosessia.

SWOT-analyysi kuvataan nelikenttänä:

Vahvuudet	Mahdollisuudet
Heikkoudet	Uhat

KUVIO 1. SWOT-analyysi

(Viitala & Jylhä 2013, 49—50.)

3.3 Osaaminen

Osaamista on erilaista ja jokaisella on oma mielipide siitä mitä yrittäjältä vaaditaan, jotta voi pärjätä yrittäjänä. Yrittäjät eivät ole yli-ihmisiä, vaan normaaleja kansalaisia. Aloittelevalla yrittäjällä on yleensä takanaan jokin ammatillinen elämänkaari, joten yrittäjän on pystyttävä laajentamaan näkemystään ja toimintatapaansa, jotta voi toimia ammattitaitoisena yrittäjänä. Näin saadaan aikaan toimiva liiketoiminta. (Pyykkö 2011, 145—146.)

Alkaville yrittäjille on tarjolla monia koulutuksia, mutta useimmat näistä koulutuksista ovat aikaa vieviä, eikä niistä ole juurikaan hyötyä yrittäjälle. Yleensä yrittäjillä ei ole aikaa istua koulutuksissa, joissa opettaja puhuu ja oppilaat istuvat ja tekevät kotona kotiläksyjä. Tämä vie turhaa aikaa ja rahaa yrittäjiltä. Yrittäjille tärkeimpiä koulutuksia ovat taloushallinnon osaaminen, markkinointi ja myynti. (Pyykkö 2011, 147.)

3.4 Tavoitteet

Tie yrittäjyyteen lähtee tavoitteista. Tavoitteiden täytyy olla realistisia, jotta ne voidaan saavuttaa. Yrittäjän kannattaa jakaa itselleen neljä roolia: sijoittaja, johtaja, myyjä ja tekijä. Jokaiselle roolille asetetaan omat tavoitteet vuoden jaksolle. Sijoittajan tavoite voi olla rahoituksen hankkiminen ja strategian tekeminen. Johtaja laatii budjetit, tekee toimintasuunnitelman ja hankkii tarvittavat järjestelmät. Myyjän tavoite on saada maksavia asiakkaita, ja tekijän tavoite on valmistaa tuote tai palvelu sekä toimittaa se asiakkaalle. (Pyykkö 2011, 151, 153.)

3.5 Strategia

Strategia kertoo yrityksen toiminta-ajatuksen. Siihen on kirjattu yrityksen laatimat pelisäännöt, päätökset ja menettelyt sekä sen, mihin suuntaan yritystä ollaan viemässä. Strategia voi olla yksityiskohtainen suunnitelma tai yleiskatsaus. Strategian kohteena on visio, joka on suunnannäyttävä yrityksessä työskenteleville. Asiakkaiden ja kilpailijoiden tuntemus on tärkeää, jotta strategiasta tulisi tuottoisa. Myös muuttuvat toimintaympäristöt tulisi ottaa huomioon. (Viitala & Jylhä 2013, 60—62.)

3.6 Markkinat

Asiakkaat ostavat tuotteita tyydyttääkseen tarpeitaan. Kannattaa miettiä, minkälaisia tarpeita tuotteilla tai palveluilla asiakas voi tyydyttää. Tyydyttävätkö tuotteet tai palvelut jotakin uutta tarvetta, mistä asiakas ei ole ollut vielä edes tietoinen. Samaa tarvetta voidaan tyydyttää useilla eri tuotteilla tai palveluilla, joten pitää miettiä mikä on tärkein asia, jolla tyydytetään asiakkaan tarpeet. Tärkeää on myös tietää mistä asiakkaita löytää ja ketkä ovat pahimmat kilpailijat. Kannattaa myös listata mitkä ovat yrityksesi vahvuudet ja heikkoudet kilpailijoihin verrattuna. (Holopainen 2013, 13.)

3.7 Asiakkaat

Nykyään tuotteista on ylitarjontaa ja asiakkaiden kiinnostusta on vaikea saada. Miksi asiakas ostaisi tuotetta, etenkin kun asiakas ei edes tunne yritystä tai tuotetta. Markkinoinnissa on AIDA-teoria, joka perustuu kilpailuun asiakkaiden rajallisista resursseista. AIDA tulee sanoista attention (huomio), interest (kiinnostus), desire (halu) ja action (teko). (Pyykkö 2011, 185.) Ihmiset havaitsevat päivän aikana useita eri asioita. Suurin osa näistä on merkityksettömiä, eivätkä jää ihmisten mieleen. Ihmiset huomioivat asioita joita sillä hetkellä tarvitsevat, esimerkiksi nälkäisenä havaitaan ruokamainoksia tai ravintoloita. Kiinnostus ja halu ostaa tietty tuote, voi perustua mielikuvaan tai aikaisempaan tietoon. Tietoa on nykyään niin paljon, että sen etsiminen on välillä hankalaa ja aikaa vievää. Tämän takia ostopäätöksiä tehdään yleensä mielikuvan varassa. Ihmiset ostavat yleensä tuttuja tuotteita, eivätkä helposti luota uusiin tuotteisiin tai yrityksiin. (Pyykkö 2011, 187—188.)

3.8 Rahoituksen tarve

Rahoitustarve muodostuu tulojen ja menojen eriaikaisuudesta. Yritystoiminta ei ala toimimaan, ellei ensin ole menoja, eli esimerkiksi ostetaan tuotteita, joita myydään eteenpäin. (Sutinen & Viklund 2005, 95.) Yritystä perustaessa on hyvä olla omaa pääomaa. Oma pääoma luo uskottavuutta rahoittajille. On katsottu, että sopiva oma pääoma on vähintään 20 % hankkeen koko pääomatarpeesta. Monet hakevat oman pääoman lisäksi vierasta pääomaa, eli pankkilainaa. Pankit vaativat aina lainan vakuudeksi turvaavan vakuuden. (Holopainen 2013, 166.) Omalla pääomalla suojaudutaan takaiskuilta, eli esimerkiksi kysynnän laskulta. Vierasta pääomaa haetaan yleensä yrityksen laajentuessa ja saavuttaakseen suuremman tuoton yrittäjän sijoittamalle pääomalle. (Sutinen & Viklund 2005, 127, 132.) Verkostomarkkinoija ei tarvitse normaalisti suurta pääomaa. Pääoman tarve tulee esimerkiksi toiminimen perustamisesta sekä aloituspaketista, joka sisältää myytäviä tuotteita. Yleensä siis oma pääoma riittää rahoitukseen (liite 1 rahoituslaskelmamalli).

Yritysten alkuvaiheen investoinnit ovat usein hyvin erilaisia. Täytyy muistaa, että kustannuksia tulee muun muassa yrityksen perustamisesta, vakuutuksista, markkinointimateriaalin tuottamisesta sekä muista mahdollisista palveluista. Nämä pitää muistaa ottaa huomioon rahoituslukuja laskiessa. (Koski 2005, 68—69.) Rahoituksen suunnitteluun voidaan käyttää erilaisia budjetteja. Yrityksen koon ja toiminnan mukaan valitaan sopivin budjettimalli. Budjetti voi olla esimerkiksi vuoden rahoitusbudjetti tai muutaman kuukauden maksuvalmiusbudjetti. Budjetoinnissa on tärkeämpää arvioida tuloja enemmän kuin menoja. Lyhyellä aikavälillä tämä on helpompaa. (Sutinen & Viklund 2004, 122—123.)

3.9 Kannattavuus

Perusideana kannattavuuslaskennassa on arvioida realistisesti vuoden myynti. Yrityksen pitää pystyä selviytymään päivittäisistä menoistaan sekä tuottamaan voittoa, jotta yrittäjä saa riittävän toimeentulon. (Sutinen & Viklund 2004, 85.) Lyhyellä aikavälillä jokin yksittäinen tuote voi olla kannattamaton, mutta pitkällä aikavälillä toiminnan tulee olla kannattavaa. Yrittäjän pitää pystyä lopettamaan kannattamattoman tuotteen valmistus tai myynti, ennen kuin tulos kääntyy tappiolliseksi, (liite 2 kannattavuuslaskelmamalli).

Kannattavuuden kaava on: $\text{tuotot} - \text{kustannukset} = \text{voitto}$. (Viitala & Jylhä 2013, 306—307.) Kannattavuutta voidaan seurata erilaisilla tunnusluvuilla. Tunnuslukuja ovat esimerkiksi myyntikateprosentti, liikevoittoprosentti ja sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Myyntikateprosentti kertoo kuinka paljon liikevaihdosta jää muihin kuluihin, kun tuotteen valmistuksen muuttuvat kustannukset on vähennetty. Liikevoittoprosentti kertoo, kuinka paljon liikevaihdosta jää verojen maksuun, rahoittajille ja omistajille. Sijoitetun pääoman tuottoprosentti eli ROI kertoo, minkälaisen koron yrityksen toiminta on tuottanut yritykseen sijoitetuille varoille. (Sutinen & Viklund 2004, 309—310.)

4 VEROTUS

Verkostomarkkinoijan verotettava tulo voi liittyä elinkeinotoiminnan, maatalouden tai muun toiminnan tulonlähteeseen. Pääsääntöisesti tulo on kuitenkin elinkeinotuloa, joten siinä sovelletaan elinkeinotuloverolakia. Elinkeinotoiminnalla tarkoitetaan liike- ja ammattitoimintaa. Veronalaista tuloa ovat rahana tai rahanarvoisena etuutena saadut tulot. Tulon tunnusmerkit on jätetty elinkeinotuloverolain mukaan varsin väljiksi. Pääsääntöisesti kaikki suorasti tai epäsuorasti elinkeinotoimintaa edistävät menot ovat vähennyskelpoisia. Vähennyskelpoisia menoja ovat esimerkiksi elinkeinotoiminnassa käytetyn huonetilan vuokra, jossa pidetään esimerkiksi koulutuksia, tai vaihto- ja käyttöomaisuuksien hankintamenot. (Jolanki 1999, 44—46.)

4.1 Toiminimen verotus

Toiminimen tulos lasketaan elinkeinoverolain mukaisesti vähentämällä veronalaisesta tulosta aiheutuneet menot. Tulos verotetaan yrittäjän ansio- tai pääomatulona. Pääomatulo vastaa 20 % tai verovelvollisen vaatiessa 10 % tai 0 % nettovarallisuudelle laske-
tusta tuotosta. (Toiminimen verotus 2013.) Toiminimen nettovarallisuus saadaan, kun vähennetään yrityksen veronalaisista varoista vähennyskelpoiset velat. Kun toiminimi perustetaan, katsotaan ensimmäisenä verovuotena elinkeinotoiminnan nettovarallisuutta pääoman tuottoperusteena. Jatkossa nettovarallisuuden perusteena on edellisen verovuoden päättyessä elinkeinotoimintaan kuulunut nettovarallisuus. (Nettovarallisuus 2013.) Pääomatulo verotetaan 30 %:n mukaisesti. Yli 50000 euron pääomatuloista veroprosentti on 32. Loppuosaa verotetaan ansiotulona progressiivisen tuloveroasteikon mukaisesti (taulukko 1). (Toiminimen verotus 2013.)

Ansiotuloa ovat muun muassa palkkatulo, yrittäjätulon ansiotulo-osuus sekä muut veronalaiset sosiaalietuudet. Ansiotulon verotettava tulo määräytyy valtion- ja kunnallisverotuksen bruttotulon sekä siitä tehtävien vähennysten perusteella. Ansiotulon maksettavat verot määräytyvät verotettavan tulon veroprosentin ja veroluonteisten maksujen mukaisesti. Alla olevassa taulukossa on kuvattu valtion tuloveroasteikko, jonka perusteella määräytyy valtionverotuksen verotettava tulo.

TAULUKKO 1. Vuoden 2013 valtion tuloveroasteikko

Verotettava ansiotulo, €	Vero alarajan kohdalla, €	Vero alarajan ylittävästä tulon osasta, %
16 100 – 23 900	8	6,50
23 900 – 39 100	515	17,50
39 100 – 70 300	3 175	21,50
70 300 – 100 000	9 883	29,75
100 000 –	18 718,75	31,75

Kunnallisvero määräytyy kunkin kunnan vuosittain määräämän kunnallisveroprosentin mukaisesti. Kunnallisveroprosentti vaihtelee 16,25 %—22,00 % välillä. Ansiotulosta vähennetään myös kirkollisvero, sairausvakuutusmaksu sekä palkkatulosta maksettavat maksut, eli työttömyysvakuutusmaksu ja työntekijän eläkemaksu. Kirkollisveroa maksaa jokainen kirkkoon kuuluva evankelisluterilainen ja ortodoksinen. Kirkollisvero vaihtelee 1,00 %—2,00 % välillä. (Ansiotulo 2013.)

Sairausvakuutusmaksu muodostuu sairausvakuutuksen sairaanhoitomaksusta ja sairausvakuutuksen päivärahamaksusta. Sairaanhoitomaksu vuonna 2013 on 1,3 % työtulosta ja 1,47 % eläke- ja etuustulosta. Sairaanhoitomaksun maksuperusteesta tehdään kunnallisverotuksen vähennykset. Palkasta ja työtulosta maksetaan 0,74 % päivärahamaksu. YEL-vakuutetun tulee maksaa 0,14 % lisärahoitusosuus. Päivärahamaksu on vähennyskelpoinen. (Ansiotulo 2013.)

Palkansaajan palkkatulosta maksettava työttömyysvakuutusmaksu vuonna 2013 on 0,6 % ja yrittäjän maksama työttömyysvakuutusmaksu on 0,2 % palkasta. Työeläkemaksu on alle 53-vuotiailta 5,15 % ja yli 53-vuotiailta 6,50 %. Maksut ovat vähennyskelpoisia tuloverotuksessa ja ne määräytyvät bruttopalkan perusteella. Maksut eivät sisälly kuitenkaan verokortin ennakonpidätysprosenttiin. (Ansiotulo 2013.)

4.2 Arvonlisävero

Arvonlisävero on kulutusvero, jonka myyjä lisää tavaran myyntihintaan (taulukko 2). Veron maksaa tavaran ostaja ja tämän takia myyjällä on oikeus vähentää arvonlisävero, jos hän on ostanut tavaran toiselta arvonlisäverovelvolliselta. Arvonlisäverovelvollinen on, jos tilikauden (12 kk) aikainen liikevaihto ylittää 8500 euroa.

TAULUKKO 2. Vuoden 2013 arvonlisäveronmäärät ovat:

24 % yleinen verokanta, joka koskee useimpia tavaroita ja palveluita
14 % elintarvikkeet, rehu, ravintola- ja ateriapalvelut
10 % kirjat, lääkkeet, liikuntapalvelut, elokuvanäytökset, kulttuuri- ja viihdetilaisuuksien sisäänpääsy, henkilökuljetukset, majoituspalvelut ja televisiolut

Arvonlisäveroa maksetaan aina, kun tavara tai palvelu myydään. Ilmoitukset ja maksut tulee suorittaa joko kuukausittain, neljännesvuosittain tai kalenterivuositain. Tilitettävän veron saa, kun vähentää kuukauden myyntien verosta saman kuukauden vähennyskelpoisiin ostoihin sisältyneen veron. (Arvonlisävero 2013.)

4.3 Ennakkovero

Aloittavan liikkeen- tai ammatinharjoittajan tulee arvioida verovuoden tulos ja ilmoittaa se verohallinnolle perustamisilmoituslomakkeella. Jatkossa ennakkoveron pohjana käytetään päättyneen verotuksen tulotietoja. Ennakkoveroja voi hakea verokorttihakemusta tai ennakkoverohakemuslomakkeilla, kun toiminta on käynnistynyt. Ennakkoverojen määrään vaikuttavat myös muut yrittäjän verovuoden tulot ja verovähennykset verotettavan tuloksen lisäksi. (Ennakkovero 2013.)

5 KIRJANPITO

Jokainen yrittäjä on kirjanpitovelvollinen. Kirjanpidossa kerätään ja järjestetään tositteet ja rekisteröidään tositteiden tiedot laskelmaksi yrityksen taloudesta. Kirjanpidon tiedoilla voidaan johtaa yritystä parempaan suuntaan. (Taloushallintoliitto, kirjanpito 2013.) Tilikauden aikana voidaan käyttää maksuperusteista kirjanpitoa, jossa tapahtuma kirjataan rahasuorituksen tapahduttua, (liite 3 kirjanpitokirjaukset). Kirjanpitolaki vaatii, että kirjaukset perustuvat päivättyihin ja numeroituihin tositteisiin. Tosite on ulkopuolisen antama kuitti tai lasku hankitusta tavarasta. Tositteessa tulee näkyä myös arvonlisäveron määrä, jos yrittäjä on arvonlisäverovelvollinen. Ilman tositteita yrittäjällä ei ole vähennysoikeutta. (Jolanki 1999, 70.)

5.1 Kirjanpitokirjaukset

Ammatinharjoittajana toimiva luonnollinen henkilö voi tehdä yhdenkertaisen kirjanpidon. Siinä kirjataan tulot ja menot järjestelmällisesti ylös ilman vastakirjausta. Yhdenkertaisessa kirjanpidossa kirjataan ylös menot, tulot, korot sekä verot. Menot ja tulot on ryhmiteltävä lajeittain. (Jolanki 1999, 96.) Yhdenkertaisessa kirjanpidossa laaditaan ammatinharjoittajan tuloslaskelma, (liite 4). Tasetta ei tässä tapauksessa tarvitse laatia.

Muiden on tehtävä kahdenkertainen kirjanpito. Siinä tapahtuma kirjataan kahdelle tilille, toisen tilin debet-puolelle ja toisen tilin kredit-puolelle. Halutessaan myös luonnollinen henkilö voi tehdä kahdenkertaisen kirjanpidon, (liite 3 kirjanpitokirjaukset). (Taloushallintoliitto, kahdenkertainen kirjanpito 2013.) Kirjanpidon kirjauksien tuloksena syntyvät päiväkirja ja pääkirja. Päiväkirjassa tapahtumat esitetään aikajärjestyksessä ja pääkirjassa tileittäin. Päivä- ja pääkirjat voidaan tulostaa tai tallentaa tiedostona tietokoneelle. Kirjanpidon on oltava aina ajan tasalla. Kirjanpitolain mukaan kirjaukset pitää tehdä valmiiksi neljän kuukauden kuluessa kalenterikuukauden päättymisestä. (Taloushallintoliitto, päiväkirja ja pääkirja 2013.)

5.2 Tilinpäätös

Tilikauden pituus on 12 kuukautta. Tältä ajalta laaditaan tilinpäätös. Tilinpäätös kertoo yrityksen tuloksen ja varallisuuden. Tilinpäätöksessä käytetään suoriteperusteista kirjaustapaa, vaikka kirjanpidossa on käytetty maksuperusteista kirjanpitoa. Tämä tarkoittaa sitä, että meno tai tulo kirjataan sille tilikaudelle, jolloin aiheuttamisperuste on syntynyt, vaikka raha ei ole tilinpäätöspäivään mennessä liikkunut. Tilinpäätös on allekirjoitettava ja päivättävä. Tilinpäätöksessä otetaan käyttöön tilinpäätöstitilit tuloslaskelma (liite 5) ja tase (liite 6). Tuloslaskelmassa näkyvät tilikauden tuotot ja kulut, joiden erotuksesta muodostuu tulos. Taseessa näkyvät oma- ja vieras pääoma, rahat ja saamiset, vaihto- ja käyttöomaisuus sekä tilikauden tulos. (Jolanki 1999, 85—87.) Kirjanpidon ja tilinpäätöksen tiedoilla täytetään veroilmoitus. Ammatinharjoittajan tulee jättää veroilmoitus huhtikuun alussa tilikaudesta riippumatta. (Taloushallintoliitto: veroilmoitus ja palautuspäivä 2013.)

6 TOIMINIMEN PERUSTAMINEN

Verkostomarkkinointi on yritystoimintaa, joten on tärkeää perustaa yritys. Aloittavan verkostomarkkinoijan luonnollinen yritysmuoto on elinkeinonharjoittajan toiminimi, mutta toiminnan laajentuessa tai tilanteiden muuttuessa voidaan valita toinenkin yritysmuoto. Verkostomarkkinoinnissa on se helppous, ettei liikeideaa tarvitse keksiä, koska se on jo olemassa. (Jolanki 1999, 18.)

Suomessa yksityisenä elinkeinonharjoittajana voi toimia henkilö, joka asuu Euroopan talousalueella. Alle 18-vuotias voi toimia liikkeen- tai ammatinharjoittajana huoltajan suostumuksella. Liikkeen- tai ammatinharjoittaja vastaa taloudellisista sitoumuksistaan itse, eli hän toimii omissa nimissään. Hänen ei tarvitse tehdä elinkeinotoiminnastaan erityisiä yhtiöoikeudellisia asiakirjoja, kuten yhtiöjärjestystä tai yhtiösopimusta. Toiminnan voi aloittaa heti, kun perustamisilmoitus on tehty, jos toiminnasta ei vaadita elinkeinolupaa. (Toiminimen perustaminen 2013.)

Elinkeinonharjoittaja voi käyttää toiminimeä, jos elinkeinonharjoittaja harjoittaa ammattimaisesti taloudellista toimintaa (Castrén 2008, 35). Perustaessaan toiminimeä, tulee henkilön rekisteröidä toiminimi patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisteriin. Ilmoitus voidaan jättää suoraan rekisteriviranomaiselle, työvoima- ja elinkeinokeskukseen tai verovirastoon. Toiminimen hakijan tulee esittää kuitti ilmoitusmaksusta, jotta hakemus käsitellään. Käsitelyaika on muutamasta päivästä pariin viikkoon. (Castrén 2008, 167—168, 172.) Elinkeinonharjoittajat jaetaan liikkeenharjoittajiin ja ammatinharjoittajiin. Erona näillä on se, että liikkeenharjoittajalla on yleensä ulkopuolista työvoimaa sekä kiinteä osto- tai myyntipaikka. Liikkeenharjoittajalla on myös suurempi riskinalainen pääoman määrä. (Holopainen 2013, 41.)

6.1 Toiminimen nimen valinta

Toiminimeen saadaan yksinoikeus rekisteröimällä tai vakiinnuttamalla toiminimi. Toiminimen valinnassa on määräyksiä toiminimilaissa. Hyvä toiminimi on lyhyt, omaperäinen ja helposti äännettävissä. Toiminimeksi ei kelpaa yleinen etu- tai sukunimi, paikannimi, tavarain tai palvelun nimitys eikä toiminnan laatua koskeva maininta. Toimi-

nimi ei saa olla samanlainen jo rekisteröidyssä olevan toiminimen kanssa. Nimen täytyy erottua selvästi muista toiminimistä. Nimi ei myöskään saa olla harhaanjohtava ja tai hyvän tavan vastainen. (Holopainen 2013, 58—59.)

6.2 Toiminimen perustamisilmoitus

Yksityisen elinkeinonharjoittajan on tehtävä toiminimen perustamisilmoitus kaupparekisteriin, jos hän harjoittaa luvanvaraista elinkeinotoimintaa. Tätä varten täytyy olla pysyvä toimipaikka tai palveluksessa muita henkilöitä. Rekisteröityä voi myös ne, joille perustamisilmoituksen teko ei ole pakollista. Elinkeinolupa on ilmoitettava kaupparekisteriin. Lupa tarvitaan, jos elinkeinonharjoittaja harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa. (Kaupparekisteri 2013.) Luvanvaraista toimintaa on esimerkiksi taksiliikenne, sähköurakointi ja lääkkeiden ja alkoholin valmistus (Toiminimen perustaminen 2013). Uusi yritys saa Y-tunnuksen, kun perustamisilmoitus on kirjattu yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Y-tunnuksen antaa PRH (Patentti ja rekisterihallinto), verovirasto, ELY-keskus tai maistraatti. (Kaupparekisteri 2013.)

6.3 Ilmoitus ennakkoperintärekisteriin

Ennakkoperintärekisteriä ylläpitää verohallinto. Ennakkoperintärekisteriin voidaan merkitä jokainen, joka harjoittaa tai ryhtyy harjoittamaan elinkeinotoimintaa, maataloutta tai muuta tulonhankkimistoimintaa muutoin kuin työsuhteessa. Rekisteröintiedellytyksiä ei ole, jos toiminta on selvästi harrastusluonteista. Ennakkoperintärekisteriin voi liittyä myös pelkästään tavaran kauppaa harjoittavat toimijat. Kuuluminen ennakkoperintärekisteriin vaikuttaa verojen ennakkoperintään. Näin suorituksen maksajan ei tarvitse tehdä maksusta ennakonpidätystä. Rekisteriin merkitty hoitaa ennakoverojen maksamisen itse. Rekisteriin kuuluvan ei tarvitse tehdä ennakonpidätystä työkorvauksesta. Yrittäjä huolehtii veroistaan maksamalla verohallinnolle ennakoveroa. Jos yrittäjä ei kuulu ennakkoperintärekisteriin, tulee hänen maksaa ennakonpidätystä työkorvausverokortin mukaisesti. Ennakkoperintärekisteriin kuulumisen vaikuttaa myös kotitalousvähennyksen saantiin. (Ennakkoperintärekisteri 2013.)

6.4 Palkkaus

Yhteiskunnan muuttuessa myös työntekomuodot ovat monipuolistuneet. Yrittäjän pitää tietää, saako hän työstään palkkaa vai työkorvausta. Kyse on palkasta, jos työnantajan ja työntekijän välillä on työsuhde. Palkaksi katsotaan myös tiettyjä palkkioita, vaikka työsuhdetta ei muodostuisikaan. Työsuhteessa työnantajan on huolehdittava työntekijän sosiaaliturvasta ja lakisääteisistä eläke- ja vakuutusmaksuista. Työnantajan on myös maksettava loma- ja sairausajanpalkat sekä noudatettava työaikalakia. (Palkkaus 2013.) Työkorvauksesta on kyse kun työstä, tehtävästä tai palveluksesta maksetaan korvaus, joka ei ole palkkaa. Verotuksessa työkorvausta verotetaan joko liike- tai ammattitulona tai henkilökohtaisena tulona. Yrittäjä, joka on ennakkoperintärekisterissä, huolehtii itse veroistaan maksamalla verohallinnolle etukäteen ennakkoveroja. (Työkorvaus 2013.)

6.5 Yrittäjän yrittäjäeläkevakuutus

Yrittäjän eläkelaki (YEL) koskee ammatin- ja liikkeenharjoittajia sekä perheenjäsentä, joka ei saa palkkaa. Yrittäjän eläkettä voi saada Suomessa asuva 18—67-vuotias, joka työskentelee yrityksessä ja on toiminut yrittäjänä yhtäjaksoisesti vähintään neljä kuukautta. Vuosiansiomäärä voi olla 7303,99—165875 euroa. Myös sivutoimisesti toimivan yrittäjän tulee ottaa YEL-vakuutus, jos hänen vuosiansiot ylittävät 7303,99 euroa. YEL-vakuutuksen määrän perusteena on työtulo, joka määritellään eläketurvakeskuksen ohjeiden mukaisesti. Työtulolla eli palkalla on vaikutusta vanhuuseläkkeen lisäksi työkyvyttömyys-, perhe- ja osa-aikaeläkkeeseen. YEL-vakuutusmaksun määrä vuonna 2013 alle 53-vuotiailta yrittäjiltä on 22,50 % ja yli 53-vuotiailta 23,85 % työtulosta. (Holopainen 2013, 134—135.)

Aloittavan yrittäjän tulee ottaa YEL-vakuutus kuuden kuukauden kuluttua yritystoiminnan alkamisesta. Vakuutuksen alkamispäivä on työskentelyn alkamispäivä, ei yrityksen perustamispäivä. Vakuutusmaksuun tulee laiminlyöntikorotus, jos vakuutuksen ottaa myöhässä. Aloittava yrittäjä saa vakuutusmaksuista alennusta 1.1.2013 alkaen. Alennusta saa ensimmäisiltä 48 kuukaudelta. Alennettu YEL-vakuutusmaksu on tällöin alle 53-vuotiailta 17,55 % ja yli 53-vuotiailta 18,60 %. (Holopainen 2013, 136.)

6.6 Yrittäjän työttömyysturva

Yrittäjäkassaan liittyminen on vapaaehtoista. Edellytyksenä yrittäjäkassan jäsenyyteen on YEL- tai MYEL-vakuutusvelvollisuus ja Suomessa asuva alle 68-vuotias. Eläkevaikutuksen työtulon on oltava vähintään 8520 euroa vuodessa. Yrittäjä saa ansiosidonnaista päivärahaa oltuaan vähintään 18 kuukautta yrittäjäkassan jäsenenä. Henkilön ollessa ennen yrittäjäkassaan liittymistä palkansaajakassan jäsen, voi hän saada enintään kuuden kuukauden hyvityksen yrittäjäkassan jäsenyysaikaan. Tällöin yrittäjä voi saada ansiosidonnaista päivärahaa jo 12 kuukauden jäsenyyden jälkeen. (Holopainen 2013, 137.)

7 POHDINTA

Monille on varmasti vaikeaa aloittaa verkostomarkkinoijan työ, koska pahimpia epäilijöitä ovat yleensä perhe ja ystävät. Esimerkiksi työkaverit voivat epäillä mahdollisuuksia tienata elanto verkostomarkkinoinnilla. Tähän työhön lähteminen vaatii rohkeutta ja päättäväisyyttä, jotta kaikki esteet päästään ylitse. Verkostomarkkinoinnilla voi tienata suuriakin summia, jos niin haluaa.

Tietoa verkostomarkkinoinnista on paljon. Etenkin esiintymisestä ja kouluttamisesta on runsaasti tietoa. Aiheen rajaaminen tämän osalta oli haastavinta. Taloushallinto-osuudesta saa tietoa hyvin. Rajaus oli helpompaa, koska keskityin vain toiminimen perustamiseen ja siihen liittyvään taloushallintoon.

Monille voi olla haasteellista aloittaa yrittäjänä toimiminen, koska verotusasiat ja taloushallinnon hoitaminen ovat työläisiä ja usein vaikeita. Apua näiden hoitamiseen kyllä löytyy, eikä näitä tarvitse hoitaa itse. Aloittaessaan jälleenmyymisen, ei kannata heti irtisanoutua päätyöstä, koska kunnan tienesteille pääsy vaatii paljon työtä ja aikaa. Yleensä päteväksi verkostomarkkinoijaksi pääsee muutaman kuukauden uurastuksella.

Opinnäytetyön luettua voi jokainen pohtia, onko kykyä ja halua aloittaa verkostomarkkinoijan työ. Opinnäytetyön teko avasi laajemman käsityksen verkostomarkkinoinnista ja antoi kehittämisen aiheita ainakin omalle kohdalle. Liiketoimintasuunnitelman teko auttaa asiassa eteenpäin ja sen pohjalta on hyvä aloittaa liiketoiminta.

LÄHTEET

Ammattinharjoittajan tuloslaskelma. Luettu 24.11.2013.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971339#L1P5>

Ansiotulo. Luettu 2.11.2013.

<http://www.yrittajat.fi/fiFI/verotjarahat/verotus/henkiloverotus/ansiotulo/>

Arden, P. 2005. It's not how good you are, it's how good you want to be. London: Phaidon.

Arvonlisävero. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fiFI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Arvonlisaverotus

Castrén, M. 2008. Toiminimi. Helsinki: Talentum.

Crane, F.G. 2010. Marketing for entrepreneurs, concepts and applications for new ventures. Los Angeles, CA: Sage.

Ennakkoperintärekisteri. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fiFI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoperintarekisteri

Ennakkovero. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fiFI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Ennakkoverot

Holopainen, T. 2013. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. Jyväskylä: Bookwell Oy.

Jolanki, E. 1999. Verkostomarkkinoinnin taloushallinto, yritysmuodot & verotus & kirjanpito. Tampere: Häme-Uudenmaan ATK- ja Yrityspalvelu Tallinmäen verkostomarkkinointi.

Kannattavuuslaskelma. Luettu 23.11.2013.

<https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=profitability>

Kaupparekisteri. Luettu 19.10.2013.

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

Kiyosaki, R. & Lechter, S. 2006. Bisneskoulu. Ihmisille, jotka haluavat auttaa muita ihmisiä. Helsinki: Multikustannus.

Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos, liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Marckwort, A. 2001. Ole hyvä esiintyjä ja kouluttaja. Maarianhamina: Mermerus.

Nettovarallisuus. Luettu 2.11.2013.

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/verotus/elinkeinonharjoittajanverotus/>

Palkkaus. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fi/FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Palkansaaaja_vai_yrittaja

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki: WSOYpro Oy.

Rahoituslaskelma. Luettu 23.11.2013.

<https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=funding>.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta, mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

Taloushallintoliitto, kaksinkertainen kirjanpito. Luettu 2.11.2013.

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Taloushallintoliitto, kirjanpito. Luettu 2.11.2013.

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Taloushallintoliitto, päiväkirja ja pääkirja. Luettu 2.11.2013.

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Taloushallintoliitto, veroilmoitus ja palautuspäivä. Luettu 2.11.2013.

http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Tase. Luettu 24.11.2013. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971339#L1P7>

Toiminimen perustaminen. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fi/FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Perustaminen

Toiminimen verotus. Luettu 20.10.2013. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/verotus/elinkeinonharjoittajanverotus/>

Tuloslaskelma. Luettu 7.12.2013. http://www.edilex.fi/kilaohje/tuloslas2#1_2

Työkorvaus. Luettu 19.10.2013.

http://www.vero.fi/fi/FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Palkansaaaja_vai_yrittaja/Tyo_tai_kayttokorvaus%2810589%29

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen, menestyvän yritystoiminnan perusta. Porvoo: Bookwell.

LIITTEET

Liite 1. Rahoituslaskelmamalli

1 (2)

RAHAN TARVE**INVESTOINNIT**

Aineettomat hyödykkeet	perustamismenot muut
Koneet ja kalusto	atk hankittavat tuotantovälineet auto kalusteet puhelin/ fax/ internet asennuksineen kone- ja laiteasennukset toimitilan kunnostus
Liikeirtaimisto	toimistotarvikkeet muut laitteet
Käyttöpääoma/kk	alkumainonta/esitteet
Toimitilakulut	vuokra ja takuuvuokra
Laitekulut	laitevuokrat/leasing
Palkat	henkilöstökulut yrittäjän oma toimeentulo
Vaihto- ja	alkuvarasto
Rahoitusomaisuus	Käyttöpääomavaraus/kassa

RAHAN TARVE YHTEENSÄ**RAHAN LÄHTEET**

Oma pääoma	omapääoma omat rahasisjoitukset omat tuotantovälineet ja tarvikkeet muut
Lainapääoma	pankkilaina Finnveran laina

(jatkuu)

muut

lainat tavarantoimittajilta

Muu rahoitus

Erotus

RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ

(Rahoituslaskelma 2013)

Liite 2. Kannattavuuslaskelmamalli

1 (2)

Kannattavuus

Yritysmuoto: Yrittäjiä:

Kuukaudessa Vuodessa

= TAVOITETULOS (netto)

+ lainojen lyhennys Laina-aika v / määrä

= TULOT VEROJEN JÄLKEEN

+ verotus %

= RAHOITUSTARVE

+ yrityslainojen korot %

A = KÄYTTÖKATE

+ Kiinteät kulut (ilman alv:ia)

+ YEL % YEL -työtulo Ale %

+ muut vakuutukset

+ palkat

+ palkkojen sivukustannukset %

+ yrittäjän oma palkka

+ yrittäjän palkan sivukustannukset %

+ toimitilakulut

+ leasingmaksut

+ viestintäkulut (puhelin, internet)

+ kirjanpito, tilintarkastus, veroilmoitus, jne.

+ toimistokulut

+ matka- ja autokulut, päivärahat

+ markkinointi

+ koulutus, kirjat, lehdet

+ korjaukset ja ylläpito

+ työttömyyskassamaksu

+ muut kulut

B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ

(jatkuu)

A+B = MYYNTIKATETARVE

+ ostot (ilman alv:tä) Kate % tai EUR

= LIIKEVAIHTOTARVE

- muut nettotulot

+ alv %

= KOKONAISMYYNТИ/-LASKUTUSTARVE

(Kannattavuuslaskelma 2013)

Liite 3. Kirjanpitokirjaukset

Yhdenkertainen kirjanpito (esimerkki)

Päivämäärä	Tapahtuma	Tulot	Menot
21.11.2013	Ostettu tarvikkeita marketista		35,00
23.11.2013	Palkkio tehdystä työstä	600,00	
26.11.2013	Myydään tuotteita	300,00	

Kahdenkertainen kirjanpito

Esimerkki. Ostetaan tarvikkeita kaupasta käteisellä 35,00 eurolla.

OSTOT		KASSA	
debet			kredit
35,00			35,00

Saadaan palkkio työstä 600,00 euroa.

PALKKA		PANKKITILI	
debet			kredit
	600,00	600,00	

Myydään tuotteita 300,00 euroa.

MYYNNIT		PANKKITILI	
debet			kredit
	300,00	300,00	

Liite 4. Ammatinharjoittajan tuloslaskelmakaava

Ammatinharjoittajan tuloslaskelma (yksinkertainen kirjanpito, tasetta ei tarvitse tehdä)

1. Tuotot

- a) Tuotot ammatista
- b) Muut vakinaiset tuotot
- c) Satunnaiset tuotot
- d) Oma käyttö
- e) Vapaaehtoisten varausten vähennys

2. Kulut

- a) Aineet, tarvikkeet ja tavarat
 - aa) Tilikauden alussa
 - ab) Ostot tilikauden aikana
 - ac) Tilikauden lopussa
- b) Palkat
- c) Vuokrat
- d) Muut vakinaiset kulut
- e) Poistot
- f) Satunnaiset kulut
- g) Korot
- h) Vapaaehtoisten varausten lisäys
- i) Välittömät verot

3. Tilikauden voitto (tappio)

Jos tuotot ja kulut on merkitty tuloslaskelmaan suoriteperusteen mukaisina, siitä on ilmoitettava tuloslaskelmassa tai sen liitteenä. (Ammatinharjoittajan tuloslaskelma 2013.)

Liite 5. Tuloslaskelmamalli

T U L O S L A S K E L M A (Kahdenkertaiseen kirjanpitoon)

	(Tilikausi)	(Edellinen tilikausi)
	_____.____.____ - _____.____.____	_____.____.____ - _____.____.____
LIKEVAIHTO	0,00	0,00
Liiketoiminnan muut tuotot	0,00	0,00
Liiketoiminnan muut kulut	- 0,00	- 0,00
	-----	-----
LIKEVOITTO (-TAPPIO)	0,00	0,00
Rahoitustuotot ja -kulut	+/- 0,00	+/- 0,00
	-----	-----
VOITTO (TAPPIO) ENNEN		
SATUNNAISIA ERIÄ	0,00	0,00
Satunnaiset erät	+/- 0,00	+/- 0,00
	-----	-----
VOITTO (TAPPIO) ENNEN		
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA	0,00	0,00
Tilinpäätössiirrot	+/- 0,00	+/- 0,00
Välittömät verot	- 0,00	- 0,00
	-----	-----
TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)	0,00	0,00
	=====	=====

(Tuloslaskelma 2013)

Liite 6. Tase

Lyhennetty tase

V a s t a a v a a

A Pysyvät vastaavat

1. Aineettomat hyödykkeet
2. Aineelliset hyödykkeet
3. Sijoitukset

B Vaihtuvat vastaavat

1. Vaihto-omaisuus
2. Saamiset; lyhyt- ja pitkäaikaiset erikseen
3. Rahoitusarvopaperit
4. Rahat ja pankkisaamiset

V a s t a t t a v a a

A Oma pääoma

1. Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma
2. Ylikurssirahasto
3. Arvonkorotusrahasto
4. Käyvän arvon rahasto
5. Muut rahastot
6. Edellisten tilikausien voitto (tappio)
7. Tilikauden voitto (tappio)

B Tilinpäätössiirtojen kertymä

C Pakolliset varaukset

D Vieras pääoma; lyhyt- ja pitkäaikainen erikseen

(Tase 2013).