

Verkkokaupan perustaminen,

Aaro Lotti

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

2014



Tekijä tai tekijät Aaro Lotti	Ryhmä tai aloitusvuosi Liipo
Opinnäytetyön nimi Verkkokaupan perustaminen, Establishing a Web Shop	Sivu- ja liitesivumäärä
Ohjaaja tai ohjaajat Anette Kairikko	
<p>Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan toiminnallinen ja sen tavoite on tehdä selvitys verkkokaupasta, sekä verkkokaupan perustamiseen olennaisesti liittyvistä asioista. Selvityksen pohjalta on tarkoitus ammentaa tietoa, minkä avulla uuden yrityksen, sekä verkkokaupan perustaminen on helpompaa.</p> <p>Toiminnallinen opinnäytetyö käsittää teoriaosuuden joka perustuu verkkokauppaa käsittelevään kirjallisuuteen sekä internetlähteisiin. Osin opinnäytetyön tieto perustuu omaan tietotaitoon sekä käytännön kokemuksiin asioista, jotka ilmenivät projektin aikana.</p> <p>Työn lopputuloksena on verkkokaupan perustamista käsittelevä tietopaketti sekä raportti siitä, miten verkkokauppa- sekä yrityksen perustaminen toteuttaminen alkoi. Projektissa ei ilmennetä mitä tuotteita verkkokauppa myy, vaan keskitytään verkkokaupan tarjoamiin mahdollisuuksiin sekä yrityksen perustamiseen liittyviä seikkoja.</p>	
Asiasanat Verkkokauppa, Yrityksen perustaminen	

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet.....	1
1.2	Opinnäytetyön aihe ja laajuus	2
2	Yrityksen perustaminen.....	3
2.1	Yrityksen perustamisen vaiheet	3
2.1.1	Liikeidea.....	4
2.1.2	Liiketoimintasuunnitelma	5
2.1.3	Luvat.....	6
2.1.4	Rahoitus	6
2.1.5	Yritysmuodon valinta.....	7
2.1.6	Perustamisilmoitus	7
2.1.7	Vakuutukset.....	8
2.1.8	Kirjanpito.....	9
2.2	Yritysmuodot	9
2.2.1	Toiminimi (yksityinen elinkeinoharjoittaja).....	9
2.2.2	Kommandiittiyhtiö	10
2.2.3	Avoin yhtiö.....	10
2.2.4	Osakeyhtiö.....	11
2.2.5	Osuuskunta.....	12
3	Verkkokauppa.....	13
3.1	Verkkokaupan toteutuksen vaiheet.....	14
3.1.1	Tuotteet.....	14
3.1.2	Domain	14
3.1.3	Verkkokauppapalvelun valitseminen	15
3.1.4	Kumppanit	15
3.1.5	Suunnittelu.....	16
3.1.6	Toteutus	16
3.1.7	Markkinointi.....	16
3.2	Vesiputousmalli	17
4	Verkkokaupan toteutus	19

4.1	Yritysmuodon valinta ja yrityksen perustaminen	19
4.2	Tuotteet	20
4.3	Logistiikka, maahantuonti	20
4.4	Markkinointi.....	21
4.4.1	Markkinat.....	21
4.4.2	Kansainvälisyys	22
4.5	Suunnittelu	22
5	Johtopäätökset ja pohdinta	23
5.1	Yritysmuoto	23
5.2	Verkkokauppa.....	24
5.3	Opinnäytetyön tulokset	24
5.4	Oman oppimisen arviointi	24
	Liitteet.....	28

1 Johdanto

Verkkokauppa on kasvava vähittäiskaupan muoto, jonka avulla voi kuka tahansa kasvattaa liikevaihtoa, kunhan tietää mihin ja kuinka paljon kannattaa sijoittaa. Oikeanlainen markkinointi, mielikuvat, sekä nopeus ja luotettavuus ovat verkkokaupan avaintekijöitä. Idea siitä, että kaupanteko voidaan suorittaa nopeasti, sähköisesti, ajasta ja paikasta riippumatta on kiehtova ajatus sekä kuluttajan että yrittäjän näkökulmasta.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää yrityksen perustamiseen tarvittavat tiedot ja laatia liiketoimintasuunnitelma luontaistuotteita tarjoavalle verkkokaupalle. Verkkokaupan perustaminen on usein tehokkaimpia sekä halvimpia toteutuksia vähittäiskaupan perustamiselle. Nykyään on useita palveluntarjoajia verkkokaupan perustamiselle, ja lähes jokainen pystyy sen itsenäisesti toteuttamaan.

Kun tarjontaa on paljon, on hyvä kartoittaa mitkä tekijät vaikuttavat rationaaliseen päätöksen tekoon. Tämä opinnäytetyö käsittelee kronologisessa järjestyksessä uuden yrityksen ja verkkokaupan perustamista, sen eri vaiheita, sekä antaa hyviä neuvoja uuden yrityksen perustajalle.

Työn alkupuoli käsittelee yrityksen perustamista yleisesti, tutustuttaa verkkokaupankäynnin etuihin, hyötyihin, haittoihin ja uhkiin sekä yrittäjän että kuluttajan näkökulmasta. Työssä käsitellään asioita, joita yrittäjän on hyvä ottaa huomioon verkkokauppaa perustettaessa. Verkkokaupan näkyvyys ja sitä kautta menestys riippuu paljon verkkokaupalle tehdystä markkinoinnista ja mainonnasta, siksi työssä käsitellään myös tätä aihealuetta. Tämän jälkeen käsitellään verkkokaupan toteutusta.

1.2 Opinnäytetyön aihe ja laajuus

Aiheeksi valikoitui omien intressien kautta verkkokaupan perustaminen. Tässä opinnäytetyössä käydään läpi perustamisen eri vaiheita, mutta itse verkkokaupan tarkempaa sisältöä ei avata. Näin ollen tuotteista, markkinoinnista ja myynnistä olevat aiheet käydään läpi vain suurpiirteisesti.

2 Yrityksen perustaminen

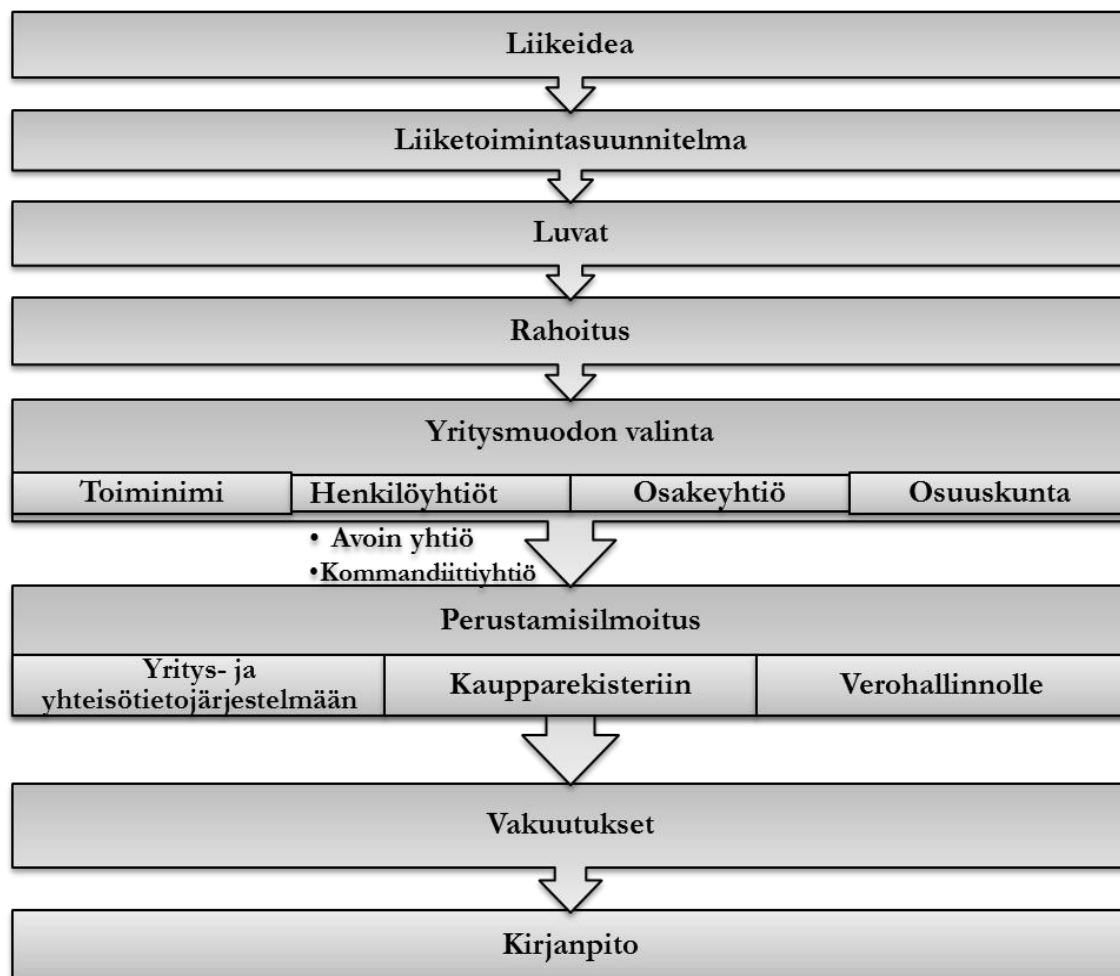
Yrittäjäksi ryhdyttäessä vaaditaan pitkäjänteisyyttä ja suurta vastuuta. Tavallisena työntekijänä riittää, kun tekee niin kuin työnantajan kanssa on sovittu. Yrittäjäyys sopiikin ihmiselle jolla on seikkailunhalua ja joka ei tyydy tekemään töitä, jotka eivät vastaa hänen koulutustaan. Voimakas halu on kuitenkin tärkein ominaisuus. (Puustinen 2006, 15-16, 30.)

Yrittäjäksi ryhtyessä täytyy muistaa olemassa olevat riskit, kuten epäonnistuminen ja velkaantuminen. Myös sosiaalinen elämä saattaa kärsiä. Perustaminen itsessään on jo suuri päätös, mutta esimerkiksi siihen liittyvän paperityön vaikeutta on liioiteltu. Yrittäjien keskuudessa kiertää paljon myyttejä joidentarkoituksena on vain pitää mahdolliset uudet kilpailijat poissa markkinoilta. (Puustinen 2006, 17-19, 23,25)

2.1 Yrityksen perustamisen vaiheet

Yrittäjällä pitää olla paljon erilaista tietotaitoa, jotta voi aloittaa liiketoimintansa. Häneltä edellytetään toimialan tuntemisen lisäksi esimerkiksi markkinointiin ja taloudenhoitoon liittyviä oppeja. Ennen kaikkea yrittäjällä tulee olla ammattitaitoa, jota saa hankittua koulutuksen sekä kokemuksen kautta. (Yrittäjät 2014) Seuraavassa taulukossa on havainnollistettu yrityksen perustamisen vaiheet, jotka yleensä kaikki sisältyvät perustamisprosessiin. Usein taulukon eri vaiheita voidaan selvittää samanaikaisesti. (Perustamisopas 2014, 9)

Taulukko 1. Yrityksen perustamisen vaiheet (Perustamisopas 2014, 9; Yrittäjät 2014f.)

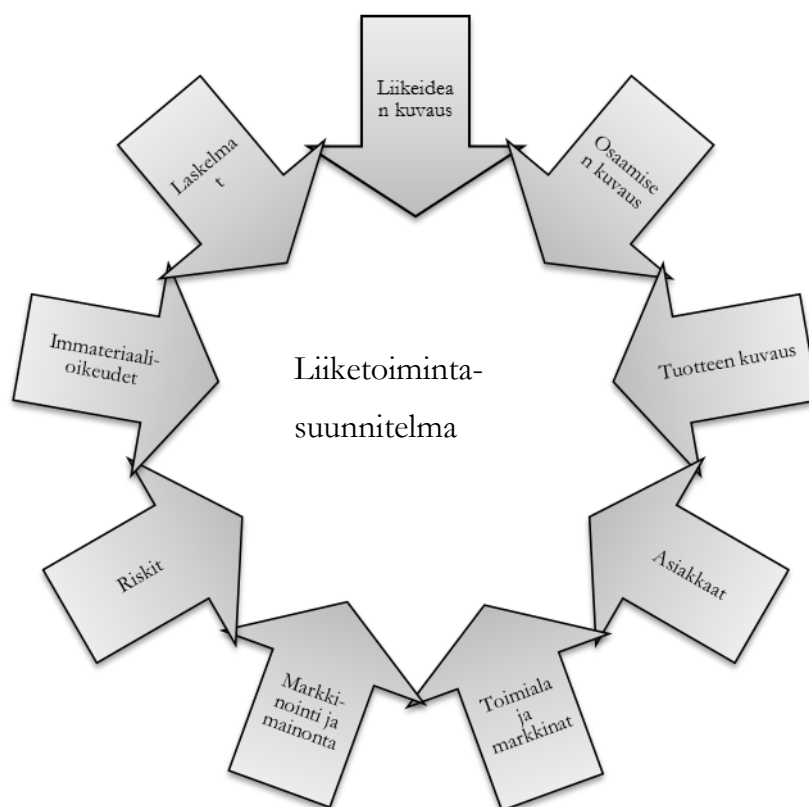


2.1.1 Liikeidea

Kuten taulukosta voidaan päätellä, yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle yritysideoista eli liikeideoista ja omasta halusta. Se on siis näkemys siitä, mitä halutaan, että alkava yritys aikoo tuottaa. Yritysideoista muokkaantuu liikeidea, joka kertoo, mitä yritys tekee ja kenelle se myy. Liikeidean avulla vastataan kysymyksiin Mitä? Kenelle? Miten? (Perustamisopas 2014, 10; Yrittäjät 2014)

2.1.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma muodostuu liikeidean pohjalta. Siinä arvioidaan liiketoiminnan kannattavuutta ja mahdollisuuksia menestyä. Suunnittelu on tärkeä osa yrityksen perustamista ja tulevaa menestystä. Huolellisen suunnittelun avulla voidaan torjua yritystoiminnan riskejä. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu kaikki ideat siitä, miten liikeidea lähdetään käytännössä toteuttamaan. Siinä mietitään esimerkiksi yrityksen toimintaympäristö, toimintatavat ja tavoitteet. Suunnitelmaan sisältyy myös tuotesuunnittelu, asiakasryhmät, yrittäjän koulutusmahdollisuudet, kannattavuuslaskelma ja investointitarve. (Perustamisopas 2013, 11; Yrittäjät 2014f.) Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan myös havainnollistaa visuaalisesti (kuvio 1)(Perustamisilmoitus 2014, 11).



Kuvio 1. Liiketoimintasuunnitelma (Perustamisopas 2014, 12).

2.1.3 Luvat

Jotkut yritystoiminnat ovat luvanvaraisia, mikä tarkoittaa sitä, että vaaditut luvat on hankittava ennen yritystoiminnan aloittamista ja ilmoittaa saaduista luvista myös kaupparekisteriin. Esimerkiksi elintarvikkeita myyvien yritysten on hankittava terveysturvallisuusviraston omilta luvilta Elintarviketurvallisuusvirasto Eviralta. (Yrittäjät 2014g.)

2.1.4 Rahoitus

Yritystä perustettaessa on hyvä tehdä rahoituslaskelma, jonka avulla tarkastetaan käytettävän rahamäärän tarpeet ja lähteet aloitusvaiheessa. Rahaa tarvitaan esimerkiksi investointeihin, kuten alkuvarastoon ja tuotantokoneisiin. Rahan tarve investointeihin riippuu liikeideasta. Rahoitus voi hoitua sijoitettavan oman pääoman lisäksi lainoista, yritystuesta ja ulkopuolisista oman pääoman sijoituksista. Lainarahoituksen tarjoajina toimivat yleensä liikepankit ja erityisrahoitusyhtiö Finnvera. Lainasta maksetaan korkoa, mutta rahoittajasta riippuen takaisinmaksuehdot vaihtelevat. Yritystukea voi myöntää ELY-keskus, mutta tuki on yleensä harkinnanvaraista ja edellyttää yrityksen toiminnan taloudellista kasvua. Ulkopuolisia sijoittajia voivat olla esimerkiksi perheenjäsenet tai tuttavat. Aloittava yritys voi saada lisäksi starttirahaa, mutta sitä ei lasketa yrityksen varsinaisiin rahan lähteisiin, sillä se on tarkoitettu yrittäjän henkilökohtaisen elämän tarpeisiin. Sen tarkoituksena on helpottaa yritystoiminnan käynnistämistä ja vakiinnuttamista. Starttirahaa voidaan myöntää, mikäli nähdään, että liiketoiminnasta on saatavilla kannattavaa ja tuelle on todella tarvetta. Tukea voidaan myöntää enintään 18 kuukauden ajan, mutta usein starttirahaa myönnetään vain puoleksi vuodeksi. (Perustamisopas 2014, 12-13; 21-22.)

2.1.5 Yritysmuodon valinta

Suomessa on yleisintä valita viidestä vaihtoehdosta omalle yritykselleen sopivin yritysmuoto. Yritysmuotoja ovat yksityinen elinkeinoharjoittaja, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö sekä osuuskunta. Yritysmuodot ovat esitetty tarkemmin kappaleessa Omalle yritykselle sopivimman yritysmuodon valitsemisessa auttaa oheinen kuvio (kuvio 3). (Perustamisopas 2014, 27.)



Kuvio 3. Yritysmuodon valitseminen (Perustajaopas 2014, 27).

2.1.6 Perustamisilmoitus

Omalle liiketoiminnalle täytyy luoda yritys- ja yhteisötunnuksen eli Y-tunnuksen. Sen myöntää viranomainen heti, kun yrityksen perustamisilmoitus kirjataan yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Y-tunnukseen kuuluu seitsemän numeroa, viiva ja tarkistusmerkki. Sitä tarvitaan esimerkiksi laskutukseen ja sopimuksiin. (Perustamisopas 2014, 32.)

Y-tunnuksen luomisen lisäksi yritys tulee ilmoittaa kaupparekisteriin, joka on julkinen ja virallinen yritystietorekisteri. Kaupparekisteristä käy ilmi, että suurin osa Suomessa toimivista yrityksistä on osakeyhtiöitä tai yksityisiä toiminimiä. Lähes kaikkien yritysten on ilmoitauduttava kaupparekisteriin ja rekisteröinti on maksullista. Esimerkiksi yksityiselle toiminimelle se maksaa 105 € ja osakeyhtiölle 330 €. Kaupparekisteristä ilmenee yri-

tysten kaikki viralliset tiedot. (Perustamisopas 2014, 32; Patentti- ja rekisterihallitus 2014c??)

Verohallinnolle täytyy yrityksen perustamisvaiheessa ilmoittautua ennakkoperintärekisteriin lomakkeen avulla. Lomake on sama, kuin kaupparekisterin ilmoittamisvaiheessa. Kun yritys saadaan ennakkoperintärekisteriin, toimeksiantajan ei tarvitse pidättää veroa maksamastaan palkasta. Ennakkoperintärekisterin alaisuudessa oleva yritys huolehtii omista veroistaan maksamalla ennakkoveroa. Ennakkoveroa maksetaan sen verran, kuinka suureksi ensimmäisen vuoden tilikauden verotettava tulos arvioidaan. Lisäksi yrityksen on ilmoitettava verohallinnolle työnantajarekisteri, mikäli sillä on vähintään kaksi vakituksessa työsuhteessa olevaa henkilöä vuodessa tai tilapäisesti kuusi henkilöä töissä samanaikaisesti. Jotkut yritykset ovat arvonnlisäverovelvollisia, jolloin siitäkin on ilmoitettava Verohallinnon arvonnlisäverovelvollisten rekisteriin. (Perustamisopas 2014, 33.)

2.1.7 Vakuutukset

Yrityksen perustamisvaiheessa yrittäjän on syytä selvittää vakuutusasiansa kuntoon. Vakuutusasioissa auttaa vakuutusyhtiön edustaja, jonka kanssa yrittäjä voi tarkastella liiketoimintansa riskejä ja niiden suojautumiskeinoja vakuutusten avulla. Yrittäjällä on vain yksi pakollinen vakuutus, yrittäjän oma eläkevakuutus eli YEL-vakuutus, mikäli yrittäjän työtulo ylittää vuodessa 7430,59 € ja yritystoiminta on kestänyt yli neljä kuukautta. YEL-vakuutuksen piiriin kuuluvat 18-67 vuotiaat henkilöt. YEL-maksu on 23,3 % työtulosta, paitsi yli 53-vuotiailla se on 24,80 %. Vapaaehtoisia vakuutuksia ovat muun muassa tapaturmavakuutus, keskeytysvakuutus, vastuuvakuutus ja oikeusturvavakuutus. (Perustamisilmoitus 2014, 40.)

2.1.8 Kirjanpito

Kirjanpito on kaikille yrittäjille kirjanpitolain mukaan pakollista. Yleensä yrittäjät ulkoistavat kirjanpitoonsa, jolloin yrittäjä voi itse keskittyä vain tulojen hankkimiseen. Tilikauden aikana hoidetaan juoksevaa kirjanpitoa ja se perustuu tositteisiin, joita saadaan esimerkiksi laskuista ja palkkalaskelmista. Tositteet voivat olla paperisia tai sähköisiä. Kirjanpidosta huolehtivat tilitoimistot, jotka ovat lakisääteisiä kirjanpidon ja verotuksen asiantuntijoita. Tilikauden päättyessä laaditaan tilinpäätös, johon sisältyy tuloslaskelma, tase ja tilinpäätöksen liitetiedot. Avoimia yhtiöitä, kommandiittiyhtiöitä, osakeyhtiöitä ja osuuskuntia velvoittaa kirjanpidon lisäksi tilintarkastus. (Perustamisopas 2014, 34-35.)

2.2 Yritysmuodot

Jukka Keiteleen (2008, 77) mukaan yritysmuodon valintaan vaikuttaa se, mitä yrityksen liikeidea, aloittamiseen vaadittava pääoman määrä sekä haluttu verotussysteemi. Yritysmuodot jakautuvat kahteen eri ryhmään, henkilöyrityksiin sekä pääomayrityksiin. Henkilöyrityksiä ovat toiminimi, kommandiittiyhtiö sekä avoin yhtiö. Pääomayrityksiin puolestaan kuuluu osakeyhtiö sekä osuuskunta. Näillä pitää olla määrätty pääoma ja omistajiinsa nähden pääomayritykset ovat itsenäisiä oikeushenkilöitä.

2.2.1 Toiminimi (yksityinen elinkeinoharjoittaja)

Toiminimiyrittäjä sitoutuu yritystoimintaan yksin ja tekee sopimukset omalla nimellään. Tämän takia toiminimen perustaja on vastuussa kaikesta yritystoimintaan kuuluvista asioista henkilökohtaisella omaisuudellaan. Hänellä on oikeus nostaa yrityksensä varojaan. Ainoastaan kirjanpidossa erotetaan yrittäjän ja yrityksen omaisuus. (Yrittäjät 2014a.) Toiminimi on yritysmuodoista helpoin yksinkertaisuutensa vuoksi. Toiminimen perustamiseen ei vaadita pääomaa. (Keitele 2008, 77)

Toiminimen perustamiseen ei edellytetä erillistä perustamisasiakirjaa tai muita muodollisuuksia, sillä pelkkä ilmoitus kaupparekisteriin riittää (Yrittäjät 2014a). Perustamisilmoitus hoituu lomakkeella (liite 1), jonka saa esimerkiksi Patentti- ja rekisterihallituksen palvelupisteistä (Patentti- ja rekisterihallitus 2014a; Yrittäjät 2014a.)

2.2.2 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on Keiteleen (2008, 78) mukaan mahdollista olla vierasta pää-omaa. Kommandiittiyhtiössä on yksi yhtiömies, joka on vastuussa yrityksestä ja hallitsee sitä. Hän vastaa yhtiön sitoumuksista ja saa käyttää yhtiön rahavaroja vapaasti, sillä yhtiömiehellä on yhteisverotus kommandiittiyhtiönsä kanssa. Kommandiittiyhtiössä pitää olla vähintään yksi äänetön yhtiömies eli kommanditääri, joka sijoittaa tietyn summan, muttei muutoin ole vastuussa esimerkiksi yhtiön veloista. Yhtiön tuottaessa voittoa, se maksaa osinkoa kommanditäärille. Kommandiittiyhtiön kasvaessa, se muutetaan usein osakeyhtiöksi, vaikka suuriakin kommandiittiyhtiöitä on olemassa.

Yrittäjien (2014c) mukaan kommandiittiyhtiön perustaminen tapahtuu kirjallisesti sopimuksella, jonka kaikki yhtiömiehet allekirjoittavat. Patentti- ja rekisterihallitus (2014b) täsmentää, että perustamisesta on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin, vaikka yhtiösopimuksen allekirjoittamisen jälkeen kommandiittiyhtiö on jo syntynytkin. Kommandiittiyhtiön perustamista varten on luotu perustamispaketti, josta löytyy myös perustamisilmoitus (liite 2). (Patentti- ja Rekisterihallitus 2014b.)

2.2.3 Avoin yhtiö

Keitele (2008, 78) määrittelee avoimen yhtiön vähintään kahden osakkaan yhteenliittymäksi. Yrittäjät (2014b) täsmentää, että kahdella tai useammalla yhtiömiehellä on tavoitteena saavuttaa yhteinen tarkoitus. Yksi yhtiömies ei siis voi perustaa avointa yhtiötä. Keitele (2008, 78) jatkaa, että kaikki yrityksen osakkaat ovat vastuussa yhtiön sitoumuksista omalla pääomallaan sillä periaatteella, että otetaan siltä kenellä on. Keitele (2008,78) & Yrittäjät (2014b) kertovat, että avoimen yhtiön osakkaiksi voivat ilmoittautua luonnolliset täysivaltaiset henkilöt tai oikeushenkilöt. Keitele (2008, 78) toteaa, että avoin yhtiö on melko harvinainen yritysmuoto, sillä osakkaiden välillä tulisi olla rajaton luottamus toisiaan kohtaan, koska kaikki osakkaat ovat valtuutettuja edustamaan yhtiötä ja tekemään sitoumuksia yhtiön nimiin.

Yrittäjät (2014b) kertoo, että avoimen yhtiön perustamisessa tulee olla vapaamuotoinen yhtiösopimus, mieluiten kirjallisena. Siinä sovitaan yritystoiminnan tavoitteet, yhtiömiesten velvollisuudet sekä vastuut. Kaikkien yhtiömiesten tulee allekirjoittaa sopimus,

josta olisi hyvä käydä ilmi esimerkiksi yhtiön toimiala ja –nimi, yhtiökumppanit sekä tilikausi. Patentti- ja Rekisterihallituksen (2014b) mukaan avointen yhtiöiden on tehtävä toiminnan aloittamiseksi aina perustamisilmoitus kaupparekisteriin ennen toiminnan aloittamista, vaikka yhtiö syntyy jo, kun yhtiösopimus on allekirjoitettu. Kaikki avoimen yhtiön perustamiseen vaadittavat asiakirjat, kuten perustamisilmoitus (liite 2), löytyvät Patentti- ja Rekisterihallituksen perustamispaketista.

2.2.4 Osakeyhtiö

Yrittäjien (2014d) mukaan osakeyhtiö on Suomessa yleisin yritysmuoto, jossa osakkeenomistajat ovat vastuussa yhtiöstä vain sijoittamallaan pääomalla. Keiteleen (2008, 78-79) mukaan osakeyhtiö voi olla joko yksityinen (Oy) tai julkinen (Oyj), joka noteerataan pörssissä. Osakeyhtiössä osakkaat sijoittavat yritykseen osakkeiden välityksellä, eivätkä tämän takia vastaa yhtiön veloista osakkuutensa perusteella. Keiteleen (2008, 78-79) & Yrittäjien (2014d) mukaan yksityisen osakeyhtiön eli Oy:n perustamiseen vaaditaan vähintään 2500 € alkupääoma, kun taas julkisen osakeyhtiön eli Oyj:n alkupääomaksi vaaditaan 80000 €. Keitele (2008, 78-79) jatkaa, että yksi perustaja ja osakas riittää. Sijoittajia, joilta yritys saa pääomaa, saa olla useita. Jokaisella osakkaalla on osakeyhtiössä äänivaltaa. Pienillä osakeyhtiöillä on oltava hallitus, mutta riittää, kun niissä on yksi varsinainen ja yksi varajäsen toimitusjohtajan lisäksi. Mikäli osakepääoma on vähintään 80000 €, on yhtiöllä oltava hallituksessaan ainakin kolme jäsentä ja lisäksi yksi toimitusjohtaja.

Yrittäjät (2014d) kertoo, että osakeyhtiö perustetaan osakkeenomistajien kirjallisen perustamissopimuksen (liite 3) avulla, jonka he allekirjoittavat. Perustamisilmoitukseen on liitettävä lisäksi yhtiöjärjestys, jonka tarkoituksena on säädellä yhtiön toimintaa. Yhtiöjärjestyksestä käy ilmi yhtiön toimিনিimi, kotipaikkakunta sekä toimiala. Osakeyhtiö syntyy, kun patentti- ja rekisterihallitus merkitsee sen kaupparekisteriin. Patentti- ja rekisterihallitus (2014c) on luonut osakeyhtiön perustamispaketin, jonka avulla perustaminen on helpompaa. Perustamispaketin käsittelymaksu on 380 euroa. Keiteleen (2008, 79) mukaan yksinyrittäjän ei ole kannattavaa perustaa osakeyhtiötä, mikäli yritys ei vaadi toimiakseen suurta pääomaa tai palkattua henkilökuntaa.

2.2.5 Osuuskunta

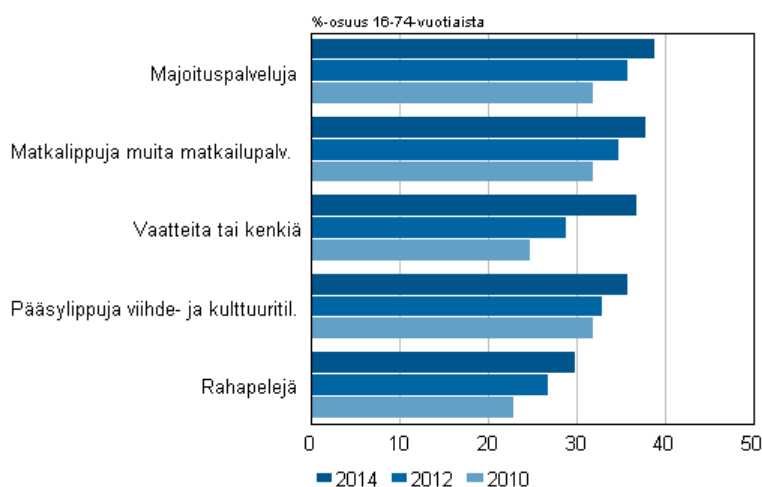
Yrittäjät (2014e) kertovat osuuskunnan olevan yhtiömuoto, jonka tavoitteena on tukea sen jäsenistön taloudenpitoa tai elinkeinoa. Tämä tapahtuu harjoittamalla taloudellista toimintaa jäsenten käyttämien osuuskunnan tarjoamien palveluiden avulla. Osuuskunnan sääntely muistuttaa osakeyhtiötä, mutta sen osuuspääoma vaihtelee jäsenmäärän mukaan. Patentti- ja rekisterihallitus (2014d) kertoo osuuskunnan jäsenten omistavan sekä käyttävän päätösvaltaa. Lisäksi sillä voi olla osakkeenomistajia ja osakepääoma. Keiteleen (2008, 77) mukaan yritysmuodon ollessa osuuskunta, pitää siinä olla ainakin kolme jäsentä. Yrittäjien (2014e) mukaan kuitenkin osuuskunnan voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen henkilö, yhteisö, säätiö tai muu oikeushenkilö. Keitele (2008, 77) jatkaa, että näillä jäsenillä on kaikilla käytettävissään vain yksi ääni, vaikka osuuksia olisikin useampi. Osuuskunta muistuttaa täten yhdistystä. Osuuskunnasta yritysmuotona on tullut vanhanaikainen, mutta Keiteleen mukaan on havaittavissa merkkejä sen uudelleenelpymisestä.

Yrittäjät (2014e) kertovat, että osuuskunta perustetaan perustamissopimuksella, jonka perustajajäsenet allekirjoittavat. Perustamisilmoitus (liite 3) tehdään kaupparekisteriin.

3 Verkkokauppa

Verkkokauppa tarkoittaa internetissä tapahtuvaa kaupantekoa, eli ostamista tai tilaamista internetissä kuluttajalle itselleen tai kotitaloutensa käyttöön. Laskun maksamisen ajankohdalla ei ole merkitystä verkkokaupan määritelmään. Verkkokauppaa on internetissä valmiiseen lomakkeeseen täytetty ja lähetetty tilaus ja tehty kauppa. Verkkokauppoja on sekä kotimaassa että ulkomailla. (Tilastokeskus 2014a) Verkkokaupat nykypäivänä ovat suuremmissa roolissa kuin aikaisempina lähivuosina, sillä internetin käyttö informaatioportaalina yleistyy koko ajan ja sosiaalisia suhteita hoidetaan internetin välityksellä paljon (Heinemann & Schwarzl 2010, 1). Noin kymmenessä vuodessa verkkokauppojen asiakasmäärä on noin kolminkertaistunut. Vanhemmat ihmiset käyttävät verkkokauppojen harvoin. Vuosien 2004-2008 välillä verkkokauppojen ostajien määrä tuplaantui, mutta ostajien määrän kasvu on hidastunut sittemmin. Tätä selittää se, että valtaosa väestöstä on jo tutustunut verkkokauppoihin ja on jo niiden asiakas. (Tilastokeskus 2013.)

Verkkokaupan suosituimpien ostettavien tuoteryhmien joukkoon kuuluu vakiintuneesti majoituspalvelut, matkat ja matkoihin kuuluvat palvelut sekä erilaiset pääsyliput esimerkiksi teattereihin, konsertteihin sekä elokuviin. Vuoden 2013 verkkokaupan kokonaisarvo oli 7 miljardia euroa. Näistä suurin osa koostui palveluista (3,7 miljardia) ja tavarastoista (2,9 miljardia). (Tilastokeskus 2013; Tilastokeskus 2014b.) Seuraavassa kuviossa (kuvio 4) on havainnollistettu verkkokaupan ostetuimmat tuoteryhmät vuosina 2010-2014 (Tilastokeskus 2014b).



Kuvio 4. Verkkokaupan ostetuimmat tuoteryhmät 2010-2014 (Tilastokeskus 2014b).

Jopa vuodesta 2009 lähtien verkkokauppojen asiakkaiden määrä 16-74 vuotaiden keskuudessa on kasvanut 1,5 kertaaisesti. Suhteessa suurin kasvutahti on ollut 65-74 vuotiaiden keskuudessa, jossa ostajia on tullut kolme kertaa enemmän. Hitainta kasvu on ollut 23-34 vuotiaiden ostajien keskuudessa, vaikka he ovat suurin ostoryhmä verkossa. (Tilastokeskus 2014b.)

3.1 Verkkokaupan toteutuksen vaiheet

Verkkokaupan perustaminen ei ole vaikeaa oikeiden yhteistyökumppaneiden avulla. Esimerkiksi sivusto Vilkas tarjoaa perustamista varten monipuolisen ja helppokäyttöisen järjestelmän. Sen mukana tulee automaattisesti hakukonenäkyvyys, josta on etua markkinoinnissa. (Vilkas 2014.) Tässä luvussa esitellään verkkokaupan perustamisen suunnittelun vaiheet, joiden avulla saadaan perustettua toimiva ja looginen verkkokauppa. Vaiheiden noudattamisen avulla päästään tavoitteeseen, eli verkkokaupan toteutukseen.

3.1.1 Tuotteet

Verkkokaupan perustamisen suunnittelu lähtee liikkeelle siitä, että pohditaan, mitä tuotteita tai palveluita halutaan myydä verkossa ja turvata niiden saatavuus eli hankkimalla varastoa näille tuotteille. Alkuvaraston kannattaneen olla suurempi, sillä vasta menekin kehityksen seuraamisen avulla voidaan päätellä sopiva varaston määrä. Tuotteiden lisäksi on tunnistettava palveluiden kysynnän määrä markkinoilla, eli pitää ottaa selvää vallitsevasta markkinatilanteesta. Lähes mitään vain tuotteita ja palveluita voidaan myydä verkossa, mutta kaikkien niiden toimittajan luotettavuus täytyy varmistaa. Vakuuttamalla toimittajan luotettavuudesta oma toimitusvarmuus säilyy. (Vilkas 2014.)

3.1.2 Domain

Domain –nimet tarkoittavat verkkotunnuksia. Niitä käytetään internetin palveluiden osoitteina, kuten esimerkiksi verkkokaupan osoitteena internetissä. Vastuu .fi –päätteisten osoitteiden hallinnoinnista kuuluu Viestintävirastolle ja se päättää myös fi-

päätettä edeltävän sanan myöntämisestä, eli fi-verkkotunnuksesta. Fi-verkkotunnuksen avulla saadaan luotua omat yksilölliset nimet internet sivujen osoitteena. Fi-verkkotunnuksen voi saada, mikäli hakija on yli 15-vuotias ja hänellä on suomalainen henkilötunnus sekä kotikunta Suomessa. Lisäksi tunnuksen voi saada esimerkiksi yritys, julkisyhteisö, yhdistys tai vieraan valtion edustus, mikäli ne on merkitty Suomen kauppa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin. Verkkotunnuksen voi hakea vasta, kun rekisteröinti kauppa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin on loppuunviety. Esimerkiksi pelkkä Y-tunnus ei oikeuta verkkotunnuksen hakemiseen. Fi -verkkotunnus on luotettava, koska se on suomalainen ja sitä valvoo verkkotunnuslaki. (Viestintävirasto 2012.)

Domainpalvelun voi hankkia myös esimerkiksi Vilkas Groupilta, mikäli domainia eli verkkotunnusta ei ole entuudestaan hankittu. Perustettavan verkkokaupan domainina eli internetsivujen osoitteen nimenä usein käytetään esimerkiksi yrityksen nimeä, jotta asiakkaat löytävät verkkokaupan mahdollisimman helposti. (Vilkas 2014.)

3.1.3 Verkkokauppapalvelun valitseminen

Verkkokauppapalvelun, eli verkkokaupan tuottajan, valitsemisessa kannattaa muistaa olla tarkkana siitä, että se sopii perustajan nykyisiin sekä myös tuleviin tarpeisiin. Palveluita kannattaa ensin kokeilla, eli perustaa niin sanottu testikauppa. Verkkokauppapalveluita on paljon tarjolla Suomessa. Tämän vuoksi niitä kannattaa vertailla harkiten keskenään, jotta säästytään yllätyksiltä ja pettymyksiltä. (Vilkas 2014.)

3.1.4 Kumppanit

Verkkokaupan menestykseen vaikuttaa suuresti myös valitut yhteistyökumppanit. Niitä tarvitaan todennäköisesti esimerkiksi logistiikkaan, maksuliikenteeseen, markkinointiin sekä kirjanpitoon. Vilkas Groupin verkkokauppapalveluiden käyttäjät saavat valita Vilkaksen valmiiksi sovitusta kumppaneista itselleen sopivimmat. Esimerkiksi logistiikkapalveluita varten Vilkas Groupin kautta voi valita yhdeksän logistiikkakumppanin joukosta oman verkkokaupan tarpeisiin juuri sopivimman. Valinnan voi tehdä sen perusteella, kenet arvioi luotettavimmaksi, nopeimmaksi ja kustannustehokkaimmaksi kumppaniksi, joka tarjoaa asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten mukaiset toimitustavat. (Vilkas 2014.)

3.1.5 Suunnittelu

Verkkokaupan perustamisessa tärkeää on sen suunnittelu ja suunnitelman noudattaminen. Verkkokauppaan tulee suunnitella tarkoituksenmukaisimmat ratkaisut esimerkiksi tuoteryhmittelyyn, sisältöön ja markkinointikanaviin. Lisäksi on mietittävä verkkokaupan asiakaspalvelun toteuttamista ja toteutumista, tilausten vastaanottamista, toimittamista ja tuotepalautuksien käsittelyä. Suunnitelman huolellinen teko helpottaa ja nopeuttaa itse työntekoa ja lopullisen verkkokaupan rakentamista. (Vilkas 2014.)

3.1.6 Toteutus

Kun kaikki edellä mainitut kohdat on läpikäyty huolellisesti verkkokaupan perustamisprosessissa, on aika toteuttaa verkkokauppa. Verkkokauppapalvelun tarjoalle ilmoitetaan tuotteet ja valitaan verkkokaupalle sopiva ulkoasu. Lisäksi päätetään toimitus- ja maksutavat. Apua on saatavilla useilta eri palveluilta, joten niitä kannattaa hyödyntää parhaimman mahdollisen lopputuloksen saamista varten. (Vilkas 2014.)

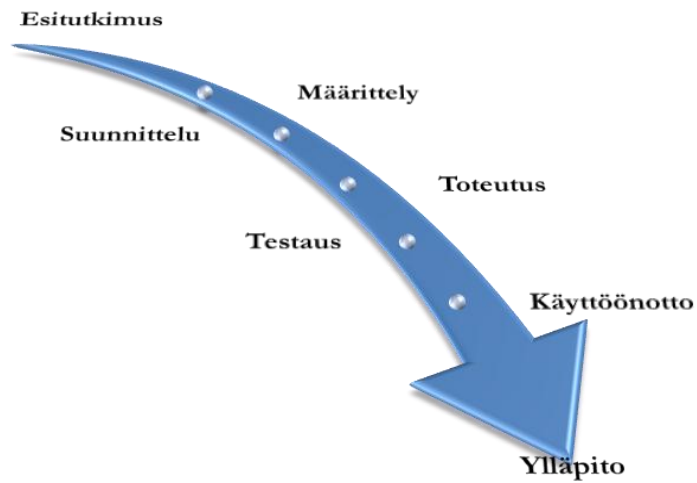
3.1.7 Markkinointi

Verkkokauppa saa asiakkaita eli tuottoa oikean markkinoinnin ja mainonnan avulla. Verkkokaupan perustajan on varmistuttava siitä, että verkkokauppa tavoittaa asiakkaat sieltä, mistä asiakkaat etsivät. Hakukoneoptimoinnin avulla asiakkaat ohjautuvat todennäköisemmin vierailemaan verkkokauppaan. Tässä auttaa esimerkiksi Google Adwords, jonka avulla verkkokauppaa mainostetaan Googlessa silloin, kun asiakkaat hakevat tuotteita tai palveluita, joita perustetussa verkkokaupassa tarjotaan. (Google 2014a; Vilkas 2014.) Google tarjoaa lisäksi myös mahdollisuuden seurata verkkokaupan kävijöitä palvelun Google Analytics avulla (Google 2014b; Vilkas 2014). Google Analytics mittaa verkkokaupan myyntiä ja tuloksia ja antaa tuoreita tietoja siitä, miten verkkokaupassa käyneet henkilöt käyttävät sivustoa ja miten he löytävät tiensä sinne. Se myös ilmoittaa, miten kävijät saadaan palaamaan takaisin verkkokaupan sivuille. (Google 2014b.)

3.2 Vesiputousmalli

Vesiputousmallilla eli ohjelmistotuotantoprosessin vaihejakomallilla tarkoitetaan mallia, jonka avulla luodaan ohjelmisto ja sitä voidaan käyttää apuna verkkokaupan luomisessa (Software Business Competence 2014; Waterfall Model 2014). Mallin nimi tulee siitä, että sen osiot kehittyvät systemaattisesti tasosta toiseen, kuten vesiputous. Yleensä vesiputousmalliin kuuluu seitsemän vaihetta, joita ovat esitutkimus, määrittely, suunnittelu, toteutus, testaus, käyttöönotto ja ylläpito. Malli auttaa projektin, kuten verkkokaupan perustamisen, selkeyden saavuttamisessa. (Waterfall Model 2014.)

Vesiputousmallin etuja on monia, kuten esimerkiksi se, että projekti ei voi edetä ennen kuin yksi vaihe on suoritettu loppuun asti. Näin mikään vaihe ei jää keskeneräiseksi, vaan tulee toteutettua todennäköisesti ilman virheitä. Mallin avulla projektia voidaan myös helposti jatkaa siitä, mihin viime kerralla on jääty, eikä niin sanotusti turhaa työtä tule tehtyä. Jos esimerkiksi verkkokaupan perustajia on useampi kuin yksi, on myös muiden perustajien helppo jatkaa toisen työtä, kun seuraa vain mallin vaiheita. Vesiputousmallin etuna on lisäksi sen helppokäyttöisyys. Haittana tälle mallille on sen muuntumiskyvyttömyys yllättävien suunnitelmanvaihdosten varalle, sillä kun suunnitelman toteuttaminen on aloitettu, mallin mukaan se pitää viedä loppuun asti, eikä muutoksille ole sijaa. Jos suunnitelmat vaihtuvat, mallin noudattaminen pitää aloittaa alusta, minkä vuoksi on alussa tehty töitä turhaan. Toinen haitta on se, että testaus-osio mallissa tulee melko myöhäisessä vaiheessa. Testaustuloksista riippuen, saattaa tulla taas lisää töitä, mikä koetaan usein haitaksi. (Waterfall Model 2014.)



Kuvio 4. Vesiputousmalli (Software Business Competence 2014; Waterfall Model 2014).

Kuten edellä olleesta kuvioista voidaan todeta, vesiputous alkaa kohdasta ”Esitutkimus”. Tässä vaiheessa selvitetään projektin, kuten esimerkiksi verkkokaupan, toteuttamismahdollisuudet, eli onko projektia järkevä lähteä toteuttamaan ja jatkamaan. Tätä mahdollisuutta voidaan arvioida esimerkiksi kannattavuusarvion mukaan. Seuraava vaihe on määrittely, jossa tutkitaan projektin toteutumisen vaatimukset. Tässä vaiheessa voidaan tutkia esimerkiksi verkkokaupan tuotetarjonnan vaatimukset, joita voidaan selvittää asiakkaiden tai kilpailijoiden avulla. Kun vaatimukset on selvitetty, suunnitellaan projektin toteutus. Tässä vaiheessa on tarkoitus toteuttaa esimerkiksi verkkokaupan perustamisen vaiheet, joista on kerrottu lisää luvussa 3.1 (korjaa). Kun toteutus on luotu, siirrytään testaamaan. Tosin testaamista olisi hyvä tapahtua vesiputousmallin muissakin osioissa. Testauksen avulla voidaan löytää virheitä ja varmistua ohjelmiston toimivuudesta. Kun testausvaiheesta on selvitty, on käyttöönoton vuoro. Tämän tulisi tapahtua suunnitelmallisesti. Vesiputousmalli päättyy ylläpitoon, jossa tehdään vaadittuja korjauksia ja muutoksia. (Software Business Competence 2014.)

4 Verkkokaupan toteutus

Yrityksen perustamiseen ja suunnitteluun kannattaa varata aikaa, sillä eri instanssien kanssa asiointi ottaa oman aikansa. Yrityksen perustaminen on tosin tehty helpoksi, ja lähes jokainen voi perustaa yrityksen ilman suurempia suunnitteluita. Jos haluaa rakentaa kannattavaa liiketoimintaa, on hyvin suunnitellulla yrityksellä paremmat mahdollisuudet menestyä. Aina ei edes hyvä suunnittelu takaa sujuvan liiketoiminnan aloittamista, joten kärsivällisyys ja maltti ovat ainakin aluksi hyviä kumppaneita.

Päätöksen teko on aluksi niin aloittelevalla yrittäjällä itsellään, kuin myös vastaavilla instansseilla hidasta, ja yrityksen perustaminen voi viedä aikaa useita viikkoja. Jos alkava yrittäjä aikoo hakea starttirahaa, on hyvä muistaa, ettei minkäänlaista liiketoimintaa saa olla vielä aloitettu. Myös tämä hidastaa prosessia entisestään.

4.1 Yritysmuodon valinta ja yrityksen perustaminen

Yrityksen liikeidea on yrityksen perustamisessa keskeisin asia. Jos liikeidea ontuu tai sitä ei ole mietitty loppuun saakka on vaarana, ettei yritystoiminnasta tule taloudellisesti kannattavaa. Ideaa on usein syytä testata useilla eri tahoilla. Itse kävin verkkokaupan tiimoilta esittelemässä ideaani Posintrassa, joka toimii uusien ja jo toiminnassa olevien pk-yritysten kehitysyhtiönä. Posintrassa pohdimme yhdessä itse liikeidea, sekä teimme rahoitukseen liittyviä laskelmia, mistä oli erittäin suuri etu uutta yritystä perustettaessa.

Yhtiömuodoksi tässä produktissa valikoitui toiminimi. Toisena vaihtoehtona oli osakeyhtiön perustaminen, mutta se tuntui tällä haavaa vielä tarpeettomalta ja kaukaiselta ajatukselta. Osakeyhtiön etuna toiminimeen verrattuna olisi suuremman rahoituksen tai työvoiman palkkaamisen lisäksi oman taloudellisen riskin pienentäminen. Tässä vaiheessa produktia ei ole näköpiirissä, että työvoimaa palkattaisiin tai otettaisiin suuria taloudellisia riskejä, sillä produkti tapahtuu yhteistyössä osakeyhtiönä toimivan yrityksen kanssa. Näin ollen alkupääoman suuruden tarve pienentyy huomattavasti, mutta

samalla myös oman yrityksen taloudellinen tulos jää pienemmäksi. Riskejä ottamalla saa paremman tuoton, mutta ne jakamalla helpomman elämän.

4.2 Tuotteet

Tämän verkkokaupan tuotteet ovat sinänsä uniikkeja, että niitä myyviä verkkokauppoja ei vielä Suomen markkinoilta löydä, mutta Euroopan laajuisesti samalla idealla toimivia on muutamia. Tarjonnan vähyys onkin yksi pääsyistä tämän verkkokaupan perustamiseen. Tuotteet voitaisiin kategorioida karrikoidusti hyvinvointiin ja ekologisesti tuotetuihin tuotteisiin. Tuotteet eivät kumminkaan ole täysin uusia ja tuntemattomia, mutta useiden vuosikymmenien takainen markkinatalouden aikakauden alkaessa on tämän kaltaiset tuotteet päässyt unohtumaan.

Tuotteet tuodaan pääosin maahan Euroopasta, mutta myös kotimaisia tuotteita löytyy valikoimasta. Verkkokauppa perustetaan 4 ison valmistajan tuotteiden pohjalta. Tulevaisuudessa tarkoituksena on lisätä kyseisen alan kotimaista tuotantoa ja tarjota suomalaisille tuotteille täten jo valmiina olevat myynti ja markkinointi kanavat.

Tuotteiden hankintaa varten on hyvä tietää ja tuntea tuotteet, sekä tuotteiden valmistajat. Tätä produktia rakennettaessa kävin tutustumassa tuotteisiin ja tuottajiin messuilla Itävallan Wienissä. Messut tarjosivat erittäin hyvää tietoa ja ymmärrystä alasta, jota olisi ollut lähes mahdotonta hankkia ilman kontaktia oikeisiin ihmisiin.

4.3 Logistiikka, maahantuonti

Logistiikka on järjestetty pääosin yhteistyökumppanin puolelta, jolla on jo valmiina toimiva ja taloudellisesti kannattava logistinen ketju. Päävarastona toimii vuokratilat, jossa varastoidaan kaikki verkkokaupassa myytävät tuotteet. Kuljetukset tapahtuvat tuotantoketjun alkupäästä suoraan päävarastolle, jonka jälkeen tavara toimitetaan asiakkaalle haluttuun osoitteeseen.

Kun tavara saapuu Suomen rajojen sisälle pitää tavaroille tehdä tulliselvitys. Vapaakauppasopimuksen ansiosta ei erillistä tullia tarvitse maksaa mutta arvolisävero kuljetuskustannuksista sekä tavaran hankinta kustannuksista tulee suorittaa.

Ostokuitit ja muut tositteet kuljetuksista on hyvä säilyttää ja skannata ne sähköiseen muotoon, jotta niiden lähettäminen sähköisesti eri tahoille on helppoa.

Tulliselvityksen voi tehdä tullin verkkopalvelussa tai antaa sen huolintayhtiön hoidettavaksi ja toimittaa heille kaikki ostokuitit tavarasta. Tulliselvityksestä peritään palvelumaksun, joka on noin parin kymmenen euron luokkaa yhtiöstä riippuen. Tulliselvityksen itse tehtäessä voi säästää rahaa, eikä se ole hankalaa tai aikaa vievää. Tullin netti-tuonti verkkopalveluun pääsee kirjautumaan suomalaisilla verkkopankkitunnuksilla, jossa tulliselvityksen voi tehdä. Mikäli tullinimikettä ei löydy tai ei ole varma mihin kategoriaan tavara kuuluu niin sen saa selville soittamalla tullineuvontaan. Tämän jälkeen tarvitsee palveluun liittää ostokuitit liitteineen. Loput tarvittavat tiedot löytyvätkin rahtikirjasta. Kun tiedot on lisätty niin palvelu antaa tullauspäätöksen ja maksun voi suorittaa verkkopankissa.

4.4 Markkinointi

Markkinoinnissa pääpiste painottuu online markkinointiin. Online markkinoinnilla on helpompi tavoittaa suuriakin joukkoja nopeasti, mikä tukee hyvin verkossa tapahtuvaa myyntiä. Sosiaalinen media toimii aluksi tärkeimpänä kanavana sen edullisuuden, sekä helppouden takia. SoMe mainonnalla on myös suuri vaikutus verkkokaupan imagon rakentamiseen, sekä kuluttajien luottamuksen ylläpito. Erilaisten kampanjoiden ja uusien tuotteiden lanseeramisessa sosiaalinen media toimii tärkeänä työkaluna.

Mainonta ja markkinointi suunnitellaan itse, mutta toteutukseen käytetään ulkopuolisia tahoja. Ulkopuolisia toimijoita käytettäessä sisältää palvelut usein kaiken tarvittavan online markkinoinnin saralta. Markkinointia ja mainontaa on hyvä tarkastella ja kohdentaa aika ajoin. Jos markkinoinnilla ei ole saavutettu tarvittavia tuloksia on strategiaa syytä vaihtaa ja tarttua tarvittaviin toimenpiteisiin.

4.4.1 Markkinat

Kuin aikaisemmin tuli jo todettua on markkinoilla tilaa tämän kaltaiselle verkkokaupalle. Markkinoiden odotetaan kasvavan vauhdilla muutaman seuraavan vuoden ajan. Väittäminen perustuu Euroopassa toimivien tuottajien kanssa käytyihin keskusteluihin, sekä Pohjois Amerikan muuttuneen lainsäädännön kautta. Rajoittunut lainsäädäntö onkin ollut tämän ala kehityksen esteenä. Nyt uudistuneen lainsäädännön ansiosta on

mm. Pohjois-Amerikassa kiinnostuttu alan ja tuotteiden tarjoamasta vaihtoehdosta ja mahdollisuudesta. Tämä on jo vaikuttanut suuresti esim. Kanadan ja Pohjois Amerikan keskenäiseen kaupankäyntiin. Ja tämä tarkoittaa sitä että uusia tuotteita ja innovaatioita tulee markkinoille muutaman vuoden sisällä erittäin paljon.

Tämän kertoo myös se että muutama vuosi sitten ei vielä Suomessa valmistettu produktin vision mukaisia tuotteita. Nyt tuottajia ja yhteisöjä on noin puolen tusinaa.

4.4.2 Kansainvälisyys

Puhuttaessa verkkokaupasta on selvää että tilaukset kotimaan ulkopuolelta ovat todennäköisiä. Pienikin huomio kansainvälisesti, sekä kiinnostavat tuotteet voivat poikia nopeastikin tilauksia rajojen ulkopuolelta. Verkkokauppa rakennetaan tämän vuoksi myös Englannin ja Venäjän kielelle. Onlinemarkkinointi ja hakukoneoptimoinnit suoritetaan myös em. kielillä. Kansainvälisiä markkinoita ei suuremmin lähdetä tässä vaiheessa projektia vielä hakemaan. Ulkomaisia kontakteja tehdään ja pidetään yllä vuosittain järjestettävillä alan messuilla, sekä mahdollisesti vierailtaan ja tehdään yhteistyötä erilaiten projektien merkeissä.

4.5 Suunnittelu

Verkkokaupan ilmeen ja graafinen suunnittelu on ulkoistettu mainostoimistolle. Verkkokaupan visuaalinen ilme ja sisällön toimivuus on avainasemassa kaupankäynnin sujuvuuden kannalta. Jos yleisilme on epäselvä ja tuotteen etsiminen hankalaa, saattaa asiakas jättää ostopäätöksensä tekemättä. Myös ensisijaisen tärkeää on luoda jokaisesta tuotteesta informatiivisesti riittävän kattava, sekä tuotekuvien on oltava yhdenmukaiset että selkeät.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Oman yrityksen perustaminen on ollut itselläni jo pitkään mielessä. Harppaus yrittäjäksi on kuitenkin aina tuntunut hieman pelottavalta. Tietynlainen vapaus, ja oman liiketoiminnan rakentaminen ovat olleet merkittävimpiä tekijöitä yrittäjyyteen ryhtyessä. Tätä produktia hiljalleen tehdessä, on eteen tullut monia seikkoja joita ei edes hyvällä valmistautumisella osannut odottaa. Yrityksen perustamista helpotti koulussa luetut asiat, sekä päivätyössä opitut työrutiinit. Teoriaosuutta kirjottaessa tuli moneen yrittäjyyden ensiaskeleen tutustuttua pintaa syvemmältä, jolloin asioiden pohtiminen helpotui niitä samalla kirjottaessa.

Verkkokaupan kuin minkä muunkin liiketoiminnan aloittamisessa tärkeintä on oma halu, päättäväisyys sekä visio omasta tekemisestä. Jos päämäärä on kirkkaana mielessä, on sinne huomattavasti helpompi päästä, kuin että liikeideaa kehitettäisiin matkan varrella ja muutettaisiin pienien vastoinkäymisten takia. Oman idean ympärille on hyvä rakentaa tarvittava yhteistyö ja kontakti verkko, sillä ulkopuolinen apu on tärkeää ja ajoittain välttämätöntä. Produktin edetessä oli selvää että verkkokaupan suunnitteluun, logistiikkaan, sekä kirjanpitoon tultaisiin luottamaan ulkopuolisen apuun.

5.1 Yritysmuoto

Yritysmuodon valitsemisessa vaihtoehtoina oli toiminimi ja osakeyhtiö. Produktissa päädyttiin valitsemaan yritysmuodoksi toiminimi, sillä yrityksen perustajia oli yksi ihminen, eikä työvoiman palkkaamista tai suurempia taloudellisia satsauksia ollut lähitulevaisuudessa näköpiirissä. Myös yritysmuodon vaihtaminen on mahdollista jos liiketoiminta näyttää kasvavan ja suurempia rahallisia panostuksia tehtävä. Osakeyhtiön perustamiseen olisi vaadittu 2500€ rahallista panosta, eikä vähäisiä pääomia haluttu vielä sijoittaa. Osakeyhtiö voi jossain määrin tosin toimia luotettavuutta lisäävänä tekijänä, mutta se ei vaikuttanut alkavan yrittäjän päätökseen.

5.2 Verkkokauppa

Verkkokaupan tekniseen toteutukseen ei tarkoituksella lähdetty pohtimaan liian syvästi, sillä se olisi jo omalta osaltaan vaatinut suuren ja laajan tutkimuksen. Markkinointi on sen sijaan tärkeämpi ja sen pystyy lähes jokainen hoitamaan itse, vaikkei syvempää teknistä tietämystä olisikaan. Kuitenkin aina ammatikseen asioita tekevät osaavat ne hoitaa tyylikkäämmin ja nopeammin. Verkkokaupan tarkoituksena on olla elektroninen kauppapaikka, sekä informatiivinen internet-sivu. Asiakkaille ei vain tarjota luonnontuotteita hyvillä kuvilla, vaan myös kerrotaan tuotteen historiaa ja taustaa, niin että tuotteita katseltaessa olisi ostopäätöksen tekeminen mahdollisimman helppoa. Tuotteista ja internet-sivuista on tultava niin selkeät että asiakas voi löytää kaiken tarvittavan tiedon sivuilta, niin ettei erillistä yhteydenottoa tarvitsisi tehdä. Verkkokaupan tuotteet on valittu niin että ne palvelevat kaikki samaa asiakasryhmää.

5.3 Opinnäytetyön tulokset

Opinnäytetyössä saavutettiin ne tulokset joita alussa käytävässä johdannossa mainittiin. Opinnäytetyö ohjaa ja neuvoo uusien yrittäjien aloittamista, ja kertoo verkkokaupan rakentamisen keskeisiä asioita.

5.4 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön tekeminen on ollut pitkä ja raskas tie, vaikka olikin jo etukäteen tiedossa että työn loppuun saattaminen vaatisi aikaa. Työn määrä oli kuitenkin päivätyön ohella melkoinen ja osittain tästä syystä ei alkuperäisessä aikataulussa pysytty. Joka tapauksessa omat intressit liiketoiminnan aloittamiseen veivät tämänkin työn lopulta päätökseen. Opinnäytetyö antoi paljon miettimisen aihetta liiketoiminnan harjoittamiseen tulevaisuudessa. Se, tuleeko verkkokaupasta jonain päivänä suurempaa liiketoimintaa vai jääkö kauppa lähinnä ”harrastukseksi, jää nähtäväksi.

Opinnäytetyön laajasta perehtymisestä huolimatta jäi ilmoille vielä paljon kysymyksiä, sillä teknisen, sekä tuote puolen kysymyksiin jätettiin tarkoituksella vastaamatta.

Työssä verkkokaupan perustamisen liittyvät asiat käytiin läpi pääpiirteittäin, sekä mitä se pitää kaiken kaikkiaan sisällään

Lähteet

Google 2014a. AdWords. Luettavissa: <https://www.google.fi/adwords/>. Luettu: 30.11.2014.

Google 2014b. Analytics. Luettavissa: http://www.google.fi/intl/fi_ALL/analytics/features/index.html. Luettu: 30.11.2014.

Heinemann, G. & Schwarzl, C. 2010. New Online Retailing. Innovation and Transformation. GWV Fachverlage Roscher, Wiesbaden, Saksa.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014c???. Mikä kaupparekisteri on? Luettavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri.html>. Luettu: 26.11.2014.

Perustamisopas 2014. Luettavissa: http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2014_web.pdf. Luettu: 26.11.2014.

Uusyrityskeskukset Suomi 2013. Perustajaopas 2013. Luettavissa: http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2013_web.pdf. Luettu: 26.11.2014

Yrittäjät 2014f. Yrityksen perustamisen vaiheet. Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/perustaminen/>. Luettu: 26.11.2014.

Yrittäjät 2014g. Luvanvaraiset elinkeinot. Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/elinkeinovapaus/luvanvarainen/>. Luettu: 26.11.2014.

Keitele, J. 2008. Yrittäminen kannattaa aina! Books on Demand GmbH, Helsinki.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014a. Yksityinen elinkeinoharjoittaja. Luettavissa: <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh.html>. Luettu: 25.11.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014b. Avoimen yhtiön tai kommandiittiyhtiön perustamisilmoitus. Luettavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/avoinyhtiojaky/perustaminen.html>. Luettu: 25.11.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014c. Osakeyhtiön perustamisilmoitus. Luettavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>. Luettu: 25.11.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014d. Osuuskunta. Luettavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/muutyrittysmuodot/osuuskunta.html>. Luettu: 25.11.2014.

Software Business Competence 2014. Ohjelmistotuotantoprosessi. Luettavissa:

<http://www.oamk.fi/sbc/ohjelmistotuote/ohjelmistotuotanto/ohjelmistotuotantoprosessi.htm>. Luettu: 30.11.2014.

Tilastokeskus 2014a. Verkkokauppa. Luettavissa:

<http://www.stat.fi/meta/kas/verkkokauppa.html>. Luettu: 27.11.2014.

Tilastokeskus 2014b. Verkkokaupan muutoksia. Luettavissa:

http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_005_fi.html. Luettu: 27.11.2014.

Tilastokeskus 2013. Verkkokaupan kasvu hidastui. Luettavissa:

http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_003_fi.html. Luettu: 27.11.2014.

Vilkas Group 2014. Verkkokaupan perustaminen. Luettavissa:

<http://www.vilkas.fi/verkkokaupan-perustaminen>. Luettu: 30.11.2014.

Yrittäjät 2014a. Toiminimi eli yksityinen elinkeinonharjoittaja. Luettavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi->

[FI/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinonharjoittaja/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinonharjoittaja/). Luettu 25.11.2014.

Yrittäjät 2014b. Avoimen yhtiön perustaminen ja vastuut. Luettavissa:

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

25.11.2014.

Yrittäjät 2014c. Kommandiittiyhtiön perustaminen ja vastuut. Luettavissa:

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

Luettu: 25.11.2014.

Yrittäjät 2014d. Osakeyhtiön perustamistoimet ja yhtiömuodon sääntely. Luettavissa:

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

25.11.2014.

Yrittäjät 2014e. Osuuskunta. Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi->

[FI/minustakoyrittaja/perustamistoimet/osuuskunta/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/perustamistoimet/osuuskunta/). Luettu: 25.11.2014.

Viestintävirasto 2012. Tietoa fi-verkkotunnuksista. Luettavissa:

<https://domain.fi/info/index/tietoa.html>. Luettu: 30.11.2014.

Waterfall Model 2014. All About the Waterfall Model. Luettavissa:

<http://www.waterfall-model.com/>. Luettu: 30.11.2014.

Liitteet

Yrityksen perustamislomakkeet Y3, Y6:

<https://www.ytj.fi/palvelut/y->

[lomakkeet/perustamisilmoituslomakkeet../Downloads/y3 ja henkilotietolomake
\(2\).pdf](https://www.ytj.fi/palvelut/y-lomakkeet/perustamisilmoituslomakkeet../Downloads/y3_ja_henkilotietolomake(2).pdf)