



**SAVONIA**

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

# YRITYKSEN TALOUSPROSESSIT

Case Health ProPeli

TEKIJÄ: Sami Illikainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Sami Illikainen	
Työn nimi Yrityksen talousprosessit – Case Health ProPeli	
Päiväys	8.11.2015
Sivumäärä/Liitteet	53/7
Ohjaaja Ulla Loikkanen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Health ProPeli – hanke ja Miika Kajanus	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Yhä suurempi osa teollisuusmaiden ihmisistä saavuttaa eläkeiän minkä myötä valtioiden terveydenhuollon kustannukset kasvavat jatkuvasti. Tästä syystä on syntynyt maailmanlaajuinen kysyntä kustannustehokkaille keinoille terveydenhuollon tarjoamiseen. Mobiililaitteiden sekä muiden elektronisten tarvikkeiden hyväksikäyttö on yksi tällainen keino, jota voidaan käyttää niin kotona kuin myös yrityksissä. Suomessa on jo pitkään ollut osaavaa kansaa, kun mietitään pelien tekemistä. Sama asia pätee terveysteknologiaan. Skene – Games Refueled sekä Health ProPeli – hankkeet ovat hyviä esimerkkejä näiden kahden sektorin yhdistämisestä. Skene – Games Refueled on Tekesin kehittämä ja osittain rahoittama hanke. Tämän hankkeen tavoitteena on vahvistaa Suomen maailmanlaajuista asemaa peli- ja viihdeteollisuudessa. Health ProPeli – hanke puolestaan tutkii ja pyrkii löytämään erilaisia pelillisiä menetelmiä, joita voitaisiin yhdistää hyvinvointi- ja terveystalouteen. Em. hankkeessa toimiva Savonia-ammattikorkeakoulu on opinnäytetyön toimeksiantaja.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Case Yrityksen toimialaa, talousprosesseja sekä hinnoitella yrityksen tuotteita. Case Yritys on kuvitteellinen yritys, joka kehittäisi mobiiliapplikaatioita sekä pc-pelialustoja ihmisten hyvinvoinnin edistämiseksi. Idea tällaisesta yrityksestä nousi esiin Health ProPeli – hankkeessa. Tutkimusta suoritettiin alalla toimivien yritysten tilinpäätösten sekä muun saatavilla olevan informaation avulla.</p> <p>Case Yrityksen tuoteideat ovat tulleet esille Health ProPeli – hankkeen workshoppeissa. Tuotteiden hinnoittelussa otettiin huomioon erilaisia muuttujia, kuten yrityksen menojen muutokset tai yrityksen käyttäessä erilaisia liiketoimintamalleja tuotteissaan. Yrityksen rahaprosesseissa erityistä huomiota on pyritty kiinnittämään henkilöstö- sekä markkinointikuluihin. Näihin kuluihin on keskitytty siitä syystä, että henkilöstökulut ovat yksi Case Yrityksen suurimmista kulueristä, kun taas markkinointikulut ovat yksi tärkeimmistä kulueristä joihin on syytä panostaa.</p>	
Avainsanat Pelillistäminen, hinnoittelu, kannattavuus, reaali-prosessi, rahaprosessi	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Sami Illikainen			
Title of Thesis Company's financial processes – Case Health ProPeli			
Date	8.11.2015	Pages/Appendices	53/7
Supervisor Ulla Loikkanen			
Client Organisation /Partner Health ProPeli scheme and Miika Kajanus			
<p>Abstract</p> <p>An increasing proportion of people in industrialized countries are reaching the retirement age which contributes to continuously growing healthcare costs of these countries. This has developed a global demand for cost effective measures of providing healthcare. Utilizing mobile devices and other electronic equipment is one such way, which can be used both at home and also in companies. When it comes to developing games, Finland has had for a long time skillful people in this area. The same phenomenon applies to health technology. Skene – Games Refueled and Health ProPeli projects are good examples of combining these two industries. Skene – Games Refueled is developed and a partly financed project by Tekes and the aim of this is to reassert the global status of Finland in the game and entertainment industry. Health ProPeli project instead is aiming at researching and finding different gamified methods, which could be combined together with well-being and health services. Savonia University of Applied Sciences which operates in this project is the client organization of this thesis.</p> <p>Firstly, the research question for this thesis project was to study the Case Company's field of business, financial processes along with pricing the company's products. The Case Company is a fictional company, which would develop mobile applications along with pc gaming platforms to promote human well-being. The idea of such a company came up in Health Propeli project. Secondly, the present research was conducted by using financial statements of companies working in the same field of business and also by using other information related to the study.</p> <p>As far as the research elements are concerned, product concepts of the Case Company came into light at the workshops of Health ProPeli project. During the pricing process there were taken into account various variables, such as a change of the company's costs or when the company would use various business models in their products. Moreover, special attention has been aimed at the company's monetary processes, especially on personnel and marketing costs. The reason for this is because personnel costs are one of the biggest expenditures of the Case Company when marketing costs in turn are one of the most important expenditures which the company should focus on.</p>			
Keywords Gamification, pricing, profitability, real process, monetary process			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	6
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet .....	6
1.2	Opinnäytetyö prosessina .....	7
1.3	Tutkimusmenetelmä.....	8
1.4	Opinnäytetyön rakenne .....	9
2	TOIMIALA JA SEN LUONNE .....	10
2.1	Liiketoimintamallit.....	10
2.2	Toimialan talouden tunnusluvut .....	14
2.2.1	Kannattavuus.....	15
2.2.2	Vakavaraisuus.....	17
2.3	Mobiiliapplikaatioiden elinkaari .....	19
3	PELILLISTÄMINEN .....	22
4	CASE YRITYKSEN REAALI- JA RAHAPROSESSIT .....	25
4.1	Pelialustan käyttölisenssi .....	27
4.1.1	Yksityinen sektori .....	27
4.1.2	Julkinen sektori .....	27
4.2	Mobiiliapplikaatio .....	28
5	CASE YRITYKSEN LASKELMAT .....	30
5.1	Case Yrityksen menot.....	30
5.1.1	Henkilöstö- ja henkilösivukulut.....	31
5.1.2	Investoinnit ja suunnitelman mukaiset poistot.....	33
5.1.3	Liiketoiminnan muut kulut .....	33
5.1.4	Markkinointikulut.....	34
5.2	Case Yrityksen tulot .....	35
5.2.1	Pelialustan sekä mobiiliapplikaation myynti Suomessa .....	35
5.2.2	Pelialustan sekä mobiiliapplikaation globaali myynti .....	37
5.2.3	Mobiiliapplikaation globaali myynti.....	37
5.3	Yrityksen henkilöstön muutosten vaikutus menoihin sekä tuloihin .....	39
5.4	Johtopäätökset .....	40
6	POHDINTA.....	41
	LÄHTEET .....	43

LIITE 1 .....	47
LIITE 2 .....	48
LIITE 3 .....	49
LIITE 4 .....	50
LIITE 5 .....	51
LIITE 6 .....	52
LIITE 7 .....	53

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on jatkumoa jo aikaisemmin tehtyyn opinnäytetyöhön, jossa tavoitteena oli mallintaa liiketoimintaa pelien ja hyvinvoinnin ympärille. Yhä suurempi osa teollisuusmaiden ihmisistä saavuttaa eläkeiän, minkä myötä valtioiden terveydenhuollon kustannukset kasvavat jatkuvasti. Tästä syystä maailmanlaajuinen kysyntä kustannustehokkaammille keinoille tarjota terveydenhuoltoa on kasvanut suuresti. (Hiltunen, Kaleva & Latva 2013, 8.) Yksi keino tarjota uudenlaista kustannustehokasta terveydenhuoltoa on mobiililaitteiden sekä muiden elektronisten tarvikkeiden hyväksikäyttö niin kotona kuin myös yrityksissä.

Suomessa on ollut jo pitkään huippuosaavia pelintekijöitä, mutta vasta 2010-luvulla olemme päässeet kunnolla koko maailman tietoisuuteen tällä alalla. Osaavien pelintekijöiden lisäksi Suomessa on myös erittäin osaavaa henkilöstöä terveysteknologian alalla. Suomi onkin erittäin merkittävä tekijä, kun tarkastellaan globaaleja terveysteknologian markkinoita (Kauppalehti 2014). Skene – Games Refueled sekä Health ProPeli – hanke ovatkin esimerkkejä siitä, kuinka nämä kaksi erilaista sektoria on mahdollista yhdistää. Skene – Games Refueled on Tekesin kehittämä ja osittain rahoittama hanke, jonka tavoitteena on Suomen maailmanlaajuisen aseman vahvistaminen peli- ja viihdeteollisuudessa (Tekes). Health ProPeli – hanke puolestaan on osa Skene – Games Refueled ohjelmaa. Health ProPeli – hankkeessa tavoitteena on tutkia, millä tavoin pelillisiä menetelmiä voitaisiin yhdistää hyvinvointi- ja terveysteknologian sektoriin (Savonia). Tämä kyseinen tavoite ei kuitenkaan ole tämän opinnäytetyön varsinainen tavoite.

### 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyössä on oletettu, että osa Health ProPeli – hankkeen jäsenistä perustavat uuden yrityksen ja ryhtyvät suunnittelemaan sekä myymään mobiiliapplikaatiota tai pc-pohjaista pelialustaa. Kyseisestä yrityksestä käytetään tässä opinnäytetyössä nimitystä Case Yritys. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Case Yrityksen taloudellisia edellytyksiä. Työssä on tarkoitus vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mistä yritys saa tulonsa?
- Mistä yrityksen menot koostuvat?
- Millä hinnoilla yritys voisi tuotteitaan myydä?

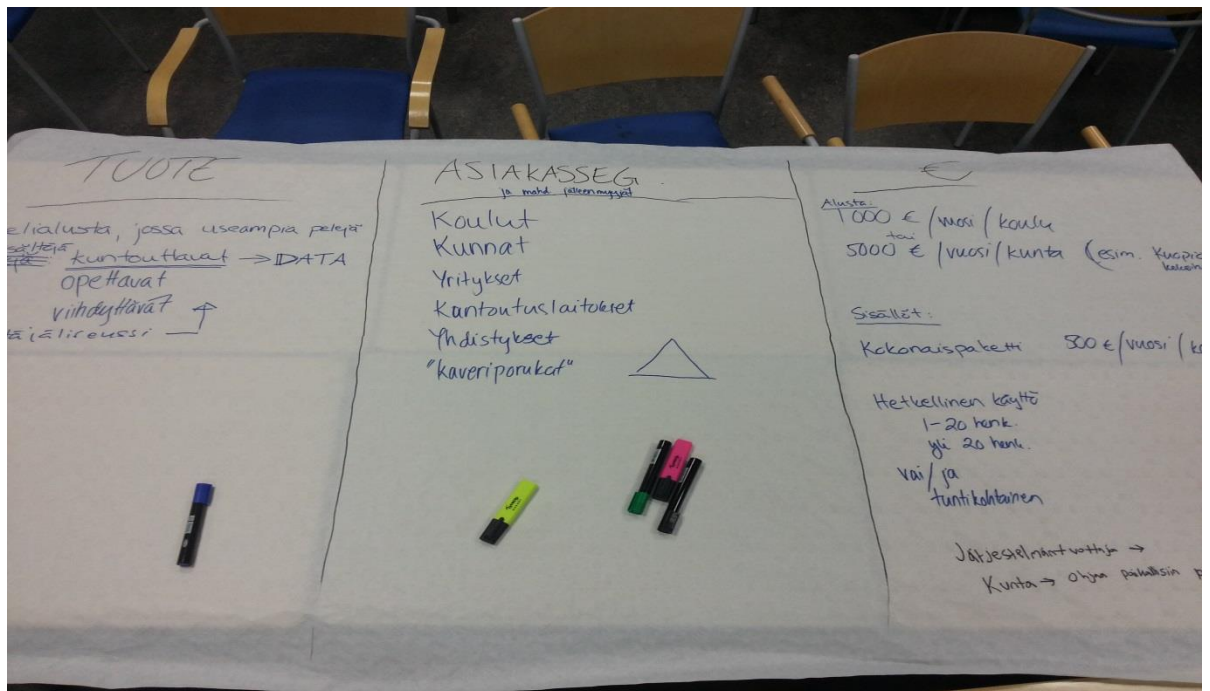
Selvityksessä tutkitaan toimialan yritysten tilinpäätöksiä sekä erilaisia artikkeleita ja kirjallisuutta. Jotta työn päätavoitteisiin päästään, on opinnäytetyössä osatavoitteena tutkia toimialaa jolla Case Yritys toimii ja toimialan rakennetta. Toimialasta on selvitettävä millaisia liiketoimintamalleja yritykset käyttävät. Case Yrityksen toimialan on oletettu olevan ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus, joka on hyvin monen kotimaisen mobiiliohjelmia tarjoavan yrityksen toimiala. Lisäksi yhtenä osatavoitteena on tutkia ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus toimialan talouden tunnuslukuja tehden niistä päätelmiä toimialan kannattavuudesta sekä vakavaraisuudesta. Yhtenä tavoitteena on myös hahmo-

tella Case Yrityksen mobiiliapplikaatiolle sekä pc pelialustalle hinnat ja pohtia, millainen myyntitavoite näille olisi asetettava, jotta yrityksen kulut saataisiin katettua.

## 1.2 Opinnäytetyö prosessina

Opinnäytetyön prosessi alkoi keväällä 2014, jolloin oli aika alkaa miettiä opinnäytetyön mahdollisia aiheita. Tapaamisessa liiketalouden yksikön opettajan kanssa esitin aiheideani, mutta ne osoittautuivat liian suppeiksi. Tässä samaisessa tapaamisessa nousi esille Health ProPeli – hanke, jossa Savonia oli mukana. Sain kuulla, että tähän kyseiseen projektiin olisi mahdollista osallistua tekemällä opinnäytetyön tästä aiheesta.

Myöhemmin kesällä 2014 Health ProPeli – hankkeen sidosryhmät järjestivät Workshop-ideariihen, jossa tarkoituksena oli käydä läpi, millaisia erilaisia peli- sekä liikeideoita projektin pohjalta voisi syntyä. Workshopissa oli tavoitteena miettiä muutama erilainen liikeidea, jotka olisi mahdollista viedä eteenpäin. Näistä liikeideoista ensimmäisessä maksajana olisi organisaatio, esimerkiksi kunta tai yritys. Kuvassa 1 on nähtävissä ensimmäisestä liikeideasta heränneitä ajatuksia. Kyseisissä liikeideoissa ajatuksena olisi tuottaa ja tarjota pelialustaa sitä tarvitseville. Tämän edellä mainitun liikeidean lisäksi heräsi ajatus mobiiliapplikaatiosta, joka tarjoaisi terveydellisiä palveluita. Näistä kahdesta ideariihen liikeideasta valikoitui myöhemmin kesän aikana tämän opinnäytetyön mahdolliset tuotteet, joita tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus hinnoitella sekä miettiä tuotteiden potentiaalia. Tämän Workshop- tilaisuuden pohjalta ryhdyin selvittämään pelialan kustannus- ja taserakenteita. Sain avukseni muutaman peli- ja ohjelmointiyrityksen tilinpäätökset, jotka auttoivat tässä selvitystyössä.



KUVA 1. Workshop –ideariihessä esille tulleita ideoita. (Kajanus)

Tutkittuani toimialaa ja toimialalla työskenteleviä yrityksiä, ryhdyin hahmottelemaan Case Yrityksen mahdollisia menoja ja tuloja. Samalla mietin organisaation rakennetta: kuinka paljon Case Yritys

saattaisi tarvita työntekijöitä ja mitkä voisivat olla yrityksen palkkakustannukset, kun yrityksessä työskentelisi erilainen määrä työntekijöitä. Tämän vaiheen jälkeen ryhdyin syksyllä 2014 kirjoittamaan raporttiani selvittämistäni asioista hankkeen sidosryhmille. Raportissa kuvasin yksityiskohtaisesti millaiset Case Yrityksen menot voisivat olla tietyillä muuttujilla ja millaiset tulot sillä voisi olla Workshopissa esiin tulleita tuotteita myymällä. Kun raportti oli valmis ja palautettu jäi opinnäytetyö tauolle muutamaksi kuukaudeksi.

Keväällä 2015 jatkoin opinnäytetyöprosessia tutkimalla tarkemmin pelillistämistä sekä erilaisia liiketoimintamalleja, joita etenkin mobiilialalla on käytetty. Tämän lisäksi tein lisätutkimusta toimialasta taloudellisten tunnuslukujen avulla. Huomasin, että aiempi tutkimukseni tältä saralta oli varsin pinta-puolista. Myöhemmin kesällä 2015 ryhdyin muokkaamaan edellisenä syksynä valmistuneita Case Yrityksen liiketoiminnan lukuja. Samaan aikaan lisäsin erilaisia muuttujia sekä vaihtoehtoja laskelmiin saadakseni enemmän syvyyttä laskelmien pohjalta rakentuvaan tutkimukseen. Opinnäytetyön teoriaosuuden kirjoitus alkoi myös tuohon aikaan jatkuen pidemmälle syksylle.

### 1.3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen, mikä mahdollistaa tutkimuksen suorittamisen mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 157). Tutkimuksen kvalitatiivinen luonne näkyy opinnäytteessä erilaisten johtolankojen ja vihjeiden pohjalta tehdyissä havainnoissa, jotka eivät varsinaisesti näy ilman tarkempaa perehtymistä. On tärkeää muistaa tällaisia havaintoja ja johtolankoja tutkiessa, että näitä ei voi pitää tutkimuksen varsinaisina tuloksina, vaan tavoitteena on onnistua tulkitsemaan näitä johtolankoja ja pääsemään syvemmälle näiden johtolankojen syihin. Näitä johtolankoja on myös pyrittävä tutkimaan selkeästi määritellyn näkökulman, eli teoreettisen viitekehyksen avulla. (Alasuutari 2011, 59–60.) Tämä teoreettinen viitekehys auttaa aineiston rajaamisessa, joka on hyvin tärkeää jo pelkästään aineistosta tehtävän analyysin takia. Aineistoa ei saisi olla liikaa, sillä tämä saattaisi aiheuttaa tutkijalle väsymyksen tunteen analyysia tehdessä. Tämä voi puolestaan johtaa siihen, että koko aineistoa ei pysty analysoimaan perinpohjaisesti, tai osa aineistosta on jätettävä kokonaan analysoimatta. Jos aineistosta jättää osan analysoimatta, on pystyttävä perustelemaan, miten on päätynyt analysoimaan jäljelle jääneitä aineistoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimuksella on oltava tutkimusmetodi, joka on riittävän selkeä havaintojen erottamiseksi tutkimustuloksista. Tutkimusmetodi syntyy erilaisista toimenpiteistä sekä tavoista, joilla tutkimuksen tekijä pyrkii tuottamaan johtolankoja. Tarvitaan myös tietynlaisia sääntöjä, jotka ohjaavat tutkijaa eteenpäin näiden johtolankojen tulokinnassa. Aiemmin mainittu teoreettinen viitekehys nousee myös tässä asiassa esille, sillä kehys määrittelee millaisia menetelmiä tutkimusanalyysissa voidaan käyttää. Voi olla myös tilanteita, joissa aineisto määrittelee viitekehyksen laajuuden. (Alasuutari 2011, 63–64.)

Opinnäytteen tutkimuksen lähestymistapana on tapaustutkimus. Tapaustutkimuksen tarkoituksena on tutkia jotain tiettyä rajattua kokonaisuutta tai tapahtumaa. Tämä tapahtuu keräämällä tietoa, joka on hankittu mahdollisimman monipuolisesti sekä erilaisia menetelmiä käyttäen. Tapaustutkimuk-



sen ominaispiirteitä ovat tutkimuksessa käytettävät miten ja miksi kysymykset. Näiden avulla tutkija pyrkii selvittämään sekä tutkimaan tapausta. Tapaustutkimukselle on ominaista, että tutkija valitsee tutkimuskohteeseen yksittäisen, rajatun tapauksen tai tapahtuman. Tutkimuksen tavoitteena on kuvailla mahdollisimman tarkasti ja totuudenmukaisesti tutkimuskohdetta, ei niinkään selvittää tapausten eri ilmiöiden välisiä yhteyksiä. Tapaustutkimukselle on tärkeää, että tutkimustuloksesta syntyy jonkinlainen kokonaisuus sekä tutkittavasta tapauksesta saadaan uutta tietoa tai ymmärrystä. Tästä huolimatta on muistettava, ettei uuden tiedon ymmärrys perustuisi yleistettävään tietoon. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Tutkimusprosessin tavoitteena on tehdä tutkittavasta aiheesta paremmin ymmärrettävä ja tämän kautta oppia jotain uutta, joka auttaisi jatkotoimenpiteiden suunnittelussa sekä toteuttamisessa (Laine, Bamberg & Jokinen 2007, 10–31.)

Tutkimusta tehdessä on muistettava, että lähdekritiikki on olennainen osa tutkimusanalyysiä. Kvalitatiivisen aineiston näkökulmiksi voidaan nimetä indikaattori tai todistus. Nämä näkökulmat muodostavat kriteerit lähteiden luotettavuuden arvioimiseen. Mikäli tutkija etsii vastausta johonkin kysymykseen, voi hän käyttää indikaattoria eli tietoa epäsuorana todisteena tälle kysymykselle. Esimerkiksi jo olemassa oleva aineisto voi olla indikaattoriksi soveltuva. Todistus puolestaan on näkökulma, jossa jotain tiettyä lähdettä pyritään havainnoimaan todistajanlausuntona. Tämä todistajanlausunto kertoo yleensä tutkijalle, pitääkö tutkittava asia paikkansa. Hyvä esimerkki todistuksesta lähdeyyppinä on sanomalehti. (Alasuutari 2011, 72–73.)

#### 1.4 Opinnäytetyön rakenne

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan ensimmäiseksi toimialaa, jolla Case Yritys tulisi toimimaan aloittaessaan liiketoiminnan. Tämä toimiala, jolla Case Yritys toimisi, on nimeltään ”Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus”. Toimialakuvauksen lisäksi ensimmäisessä kappaleessa tuodaan esille kyseisellä toimialalla yleisesti käytettyjä liiketoimintamalleja, joista yksi näin esimerkkinä mainitakseni on ilmaisten applikaatioiden valmistus. Kappaleessa tarkastellaan myös toimialan taloudellisia tunnuslukuja sekä tutkitaan toimialalla jo toimivien yritysten tuotteiden elinkaarta. Kolmannessa kappaleessa toimiala-analyysin jälkeen käydään läpi pelillistämistä. Kappaleessa kerrotaan mitä pelillistäminen on ja mitkä ovat pelillistämisen ominaispiirteitä. Tämän jälkeen neljännessä kappaleessa tarkastellaan Case Yrityksen reaali- ja rahaprosesseja. Reaaliprosesseihin liittyvät muun muassa tuotannontekijöiden hankinnat sekä valmiiden tuotteiden myyminen, kun taas rahaprosesseihin liittyvät yrityksen menojen ja tulojen rakentuminen (Taloussanommat).

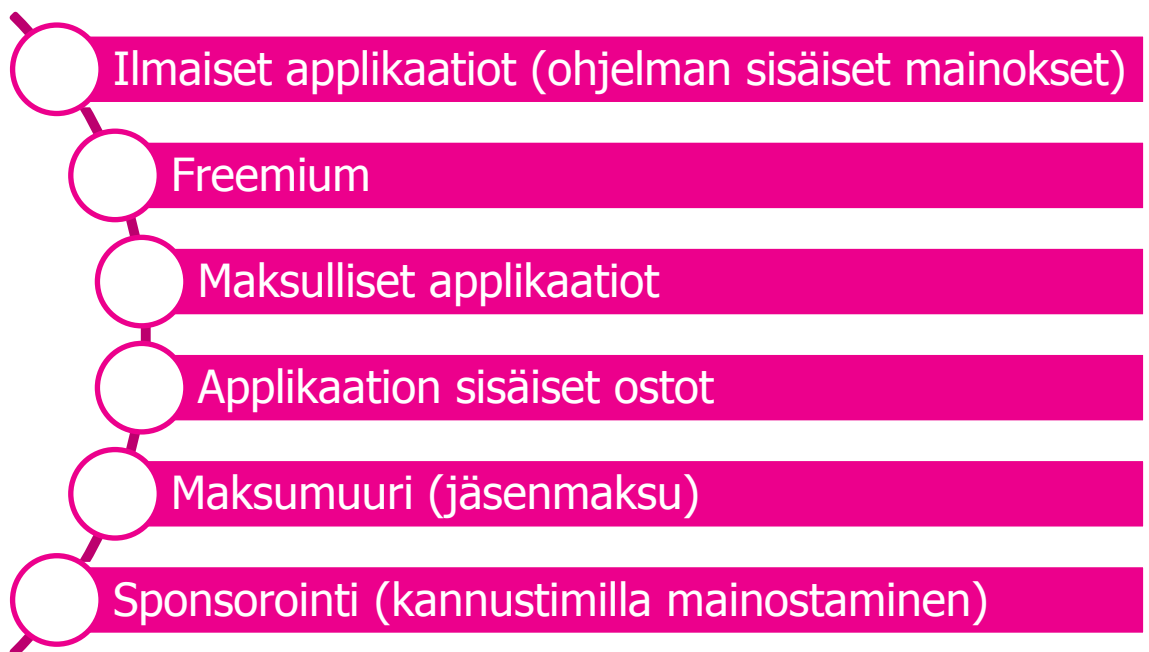
Viidennessä kappaleessa tuodaan esille laskelmat, joissa kerrotaan millaiset Case Yrityksen menot voisivat olla tiettyjen tekijöiden täytyessä sekä miten menot muuttuisivat näiden tekijöiden muuttuessa. Tämän lisäksi laskelmissa kerrotaan millaista yrityksen myynnin pitäisi olla, jotta edellä mainitut menot saataisiin katettua ja miten tulonodotukset muuttuisivat menojen muuttuessa. Laskelmien lisäksi viidennessä kappaleessa arvioidaan, millainen Case Yrityksen kannattavuus voisi olla. Lopuksi esitellään johtopäätökset Case Yrityksen toiminnasta laskelmiin ja kannattavuuden arviointiin perustuen. Viimeisessä kappaleessa pohditaan opinnäytetyön tavoitteiden toteutumista sekä arvioidaan oman tiedon kehittymistä prosessin jälkeen.

## 2 TOIMIALA JA SEN LUONNE

Tässä kappaleessa mobiilialaa tarkastellaan kolmen erilaisen näkökulman kautta. Nämä näkökulmat ovat toimialan liiketoimintamallit, talouden tunnusluvut sekä toimialalla työskentelevien yritysten tuotteiden elinkaari. Talouden tunnusluvut ovat tärkeitä, sillä ne kertovat millaiset yritystoiminnan toimintaedellytykset muun muassa kannattavuus, vakavaraisuus ja maksuvalmius ovat (Balance Consulting). Tässä opinnäytetyössä perehdytäänkin sekä toimialan kannattavuuteen että vakavaraisuuteen, sillä nämä toimintaedellytykset ovat hyvin tärkeitä onnistuneen yrityksen toiminnassa. Kuten aiemmin on mainittu, on toimiala, jolla Case Yrityksen oletetaan toimivan ”Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus”. Case Yritys toimii sen vuoksi edellä mainitulla toimialalla, koska se on hyvin yleinen mobiilipelejä valmistavien yritysten toimiala. Talouden tunnusluvuista ei tässä opinnäytetyössä käsitellä kaikkia, mutta hankkeen kannalta tärkeimmät kannattavuuden ja vakavaraisuuden tunnusluvut tulevat tutkimuksessa esille.

### 2.1 Liiketoimintamallit

Mobiilialalla on olemassa useita erilaisia liiketoimintamalleja, joista tässä kappaleessa käsitellään kuusi. Kuviossa 1 on listattuna nämä käsiteltävät liiketoimintamallit. Muita liiketoimintamalleja, joita tässä kappaleessa ei käsitellä on muun muassa verkkokaupankäynti sekä tekijänoikeusmaksut. Näitä liiketoimintamalleja ei käydä tarkemmin läpi tässä opinnäytetyössä, sillä ne eivät ole yhtä yleisiä toimialan yritysten keskuudessa kuin nämä esille nostetut kuusi erilaista liiketoimintamallia. Tämä opinnäytetyö tarkasteleekin siis yleisimmin käytettyjä liiketoimintamalleja. Useampi liiketoimintamalli sopii käytettäväksi yhdessä toisen mallin kanssa. Tämä mahdollistaa sen, että yrityksellä on useita keinoja kerryttää tulovirtaansa.



KUVIO 1. Liiketoimintamallit. (Munir 2014)

Ensimmäinen liiketoimintamalli on ilmaisen applikaation- malli, joka oli vuonna 2013 suosituin liiketoimintamalli mobiiliapplikaatioita julkaisevien yritysten keskuudessa. Siinä tulot tulevat applikaation julkaisijalle ohjelman sisäisten mainosten kautta. Kyseinen liiketoimintamalli sopii silloin, kun tavoitteena on saada runsas käyttäjäkunta ja kerätä heihin liittyvää tietoa sovelluksen avulla, joka myydään eteenpäin mainostajille. Hyvä esimerkki tällaista liiketoimintamallia käyttävästä yrityksestä on Facebook. (Munir 2014; Visionmobile 2013.)

Tämän liiketoimintamallin huonot puolet ovat siinä, että mainokset voivat olla applikaation käyttäjien mielestä ärsyttäviä, joka johtaa applikaation poistamiseen käyttäjän mobiililaitteesta. Lisäksi mainokset vievät ruututilaa applikaation varsinaiselta sisällöltä, mikä on monessa laitteessa jo valmiiksi varsin pieni. Mallin edut ovat puolestaan siinä, että mobiiliapplikaatiot ovat etuasemassa tietojenkeräilyssä, tästä hyvänä esimerkkinä sijaintitietojen paikantaminen. Ilmaisuus on myös iso etu tässä liiketoimintamallissa, sillä ihmiset käyttävät enimmäkseen ilmaisia applikaatioita. Mikäli mainokset ovat hyvin kohdennettuja ja riittävän osuvia käyttäjiin nähden, on mainostaminen tehokasta, mikä tietää hyvää tulovirtaa applikaation julkaisijalle. (Visionmobile 2013.)

Toinen liiketoimintamalleista on freemium. Tämän mallin ideana on tarjota applikaation käyttäjälle perusominaisuudet ilmaiseksi ilman sitoumuksia ja tämän lisäksi tarjota lisäominaisuuksia maksua vastaan (Cambridge Dictionary Online). Freemium – liiketoimintamallin perusteena on houkuttaa ihmisiä käyttämään applikaatiota ja antaa heille hyvä esimaku siitä, mitä applikaatio voi käyttäjälleen tarjota, kuitenkin tarjoamatta kaikkea sisältöä heti kerralla. Tavoitteena on kerätä runsas käyttäjäkunta applikaatiolle ja sitouttaa heidät käyttämään kyseistä applikaatiota, mikä lopulta johtaa käyttäjien halukkuuteen maksaa lisäominaisuuksista. Hyvä esimerkki yrityksestä, joka käyttää tätä freemium – liiketoimintamallia on Rovio. (Munir 2014.) Vuonna 2013 freemium – liiketoimintamallia käytti keskimäärin neljäsosa toimialalla toimineista yrityksistä (Visionmobile 2013).

Freemium – liiketoimintamallin hyviä puolia on se, että se mahdollistaa suuren käyttäjäkunnan keräämisen ja esittelee, mitä applikaatio tarjoaa, minkä vuoksi sen käyttäjät saadaan houkutelua maksamaan lisäominaisuuksista. Juuri tämä malli takaa myös sen, että ihmiset, jotka voivat niin sanotusti testata applikaatiota ennen kuin maksavat siitä, sitoutuvat applikaatioon pitkäksi aikaa. Liiketoimintamallin huonoja puolia on se, että jos applikaatiossa on liian vähän ominaisuuksia tarjolla ilmaiseksi, on käyttäjien vaihtuvuus todella suuri. Jos taas applikaatiossa on tarjolla liikaa ominaisuuksia ilmaiseksi, on sen käyttäjillä suuri kynnys maksaa lisäominaisuuksista. Näiden huonojen puolien lisäksi applikaation valmistajien on varottava, etteivät he tarjoa liian isolle osalle käyttäjistä huonompaa käyttökokemusta applikaatiosta. (Munir 2014.)

Kolmas käsiteltävä liiketoimintamalli on maksulliset applikaatiot. Tämä tarkoittaa sitä, että applikaatiosta on maksettava, jotta sitä voi käyttää. Applikaatioiden hinta voi vaihdella noin yhdestä eurosta satoihin euroihin asti. Jotta tämä liiketoimintamalli toimisi, on applikaatiosta oltava riittävän hyvät kuvakaappaukset tuotekuvauksessa, mitkä kertovat potentiaaliselle ostajalle, mitä applikaatio tarjo-

aa. Kuvakaappauksien lisäksi etua tuovat applikaatiosta annetut useat kiitettävät arvostelut. (Munir 2014.)

Tämän liiketoimintamallin etuja on se, että applikaation tarjoaja saa jokaisesta uudesta latauksesta maksun, eikä tuloja tarvitse odotella saapuvan vasta applikaation latauksen ja testailun jälkeen. Tämän lisäksi käyttäjistä, jotka maksavat applikaatioistaan, tulee varmemmin sitoutuneita applikaation käyttäjiä verrattuna ilmaisten applikaatioiden käyttäjiin. Maksullinen applikaatio ei yleensä sisällä mainoksia, mikä puolestaan takaa puhtaamman ja selkeämmän käyttöliittymän. Liiketoimintamalli tuo myös applikaation kehittäjistä hyviä puolia esiin, sillä heidän on suunniteltava applikaatiosta puhutteleva, jotta applikaatiota ostettaisiin. Applikaatioiden kehittäjien on siis oltava erittäin innovatiivisia. Liiketoimintamallin huonoja puolia puolestaan on se, että maksullisia applikaatioita on vaikea saada kaupaksi, sillä sovelluskaupat ovat täynnä lukuisia erilaisia, etenkin ilmaisia applikaatioita. Tämän lisäksi sovelluskaupat ottavat välityspalkkion jokaisesta myynnistä, mikä pienentää tulovirtaa. On myös raportoitu, että 90 prosenttia maksullisista applikaatioista eivät saavuta edes 500 latauksen rajaa päivää kohti. (Munir 2014.)

Neljäs liiketoimintamalli on applikaation sisäiset ostot. Liiketoimintamallin ideana on tarjota maksua vastaan joko fyysisiä tai virtuaalisia tuotteita, kuten vaatteita tai sovelluksen sisäistä valuutaa. Vaikka tämä liiketoimintamalli mahdollistaa lähes kaikenlaisen tavarahan myymisen, on kuitenkin muistettava, että tuotteiden on hyvä liittyä jollain tapaa itse applikaatioon. Tämä liiketoimintamalli sopii hyvin yrityksille, joilla on verkkokauppamyyniä. Applikaation sisäiset ostot mahdollistavat myös sen, että applikaation tarjoajat tekevät hyvää tulosta todella pienellä riskillä. Mallin hyvä puoli on myös siinä, että virtuaalisten tuotteiden ostoja tekevät käyttäjät sitoutuvat syvemmin applikaation käyttämiseen. Tämä taas voi tuottaa lisää tuloja applikaation tarjoajalle. Lisäksi katetuotto on tässä liiketoimintamallissa varsin suuri, sillä yrityksillä ei ole suuria kustannuksia. Tämänkin liiketoimintamallin huono puoli on se, että sovelluskaupat ottavat välityspalkkion jokaisesta virtuaalisen tuotteen myynnistä. Tämä välityspalkkio ei kuitenkaan koske fyysisesti myytäviä tuotteita. (Munir 2014.)

Viides liiketoimintamalli on maksumuuri eli jäsenmaksut. Maksumuuri on samankaltainen liiketoimintamalli kuin freemium, mutta se ei keskity erilaisten toimintojen tai ominaisuuksien tarjoamiseen, vaan erilaisen sisällön tarjoamiseen. Yleensä tätä liiketoimintamallia käyttävät applikaatiot tarjoavat tietyn määrän sisältöä ilmaiseksi ja sitten myyvät lisäsisältöä applikaation käyttäjälle. Tämä malli sopii hyvin palveluihin keskittyneille applikaatioille. (Munir 2014.) Yksi hyvä esimerkki tätä liiketoimintamallia käyttävästä yrityksestä on Spotify. Spotifyn ilmainen versio mahdollistaa musiikin kuuntelun, mutta kappaleiden välissä toistetaan mainoksia. Lisäksi mobiililaitteilla kuunneltaessa ovat manuaaliset kappaleen vaihdot rajoitettu tiettyyn maksimimäärään tunnissa. Mikäli mainoksia ei halua kuunnella ja manuaalisen kappaleen vaihdon rajoituksen haluaa pois, on applikaatiosta tarjolla maksullinen Premium-malli.

Jäsenmaksun hyviä puolia on se, että ihmiset pääsevät käyttämään kaikkia applikaation ominaisuuksia, mikä lisää käyttökertojen määriä ja pituuksia sekä pienentää käyttäjien vaihtuvuutta. Riippuen applikaation jäsenajoista, tämä liiketoimintamalli takaa tasaiset tulot läpi vuoden. Koska applikaation

käyttäjät maksavat applikaation jäsenmaksua, lisää se mahdollisuutta siihen, että käyttäjistä tulee säännöllisiä applikaation käyttäjiä. Liiketoimintamallin huonoihin puoliin voidaan lukea se, että malli ei sovellu kaikenlaisille applikaatioille, sillä tietyntyyppisissä applikaatioissa on vaikea rajoittaa sen ominaisuuksia. Tämän lisäksi voi olla vaikea löytää sopiva raja, milloin pyytää maksua applikaation lisäominaisuuksista. (Munir 2014.)

Viimeinen käsiteltävä liiketoimintamalli on sponsorointi eli kannustimilla mainostaminen. Se on yksi uusimmista liiketoimintamalleista mobiilimaailmassa. Sponsorointi vaatii sen, että applikaation julkaisijat tekevät yhteistyötä mainostajan kanssa, joka toteuttaa mainoksia applikaatioon. Applikaatiossa olevat mainokset tarjoavat sen käyttäjille palkintoja sitä mukaa, kun he saavuttavat jotain applikaatiossa. Brändit ja agentuurit haluavat olla tällaisessa toiminnassa mukana ja he ovat usein myös halukkaita maksamaan siitä. Applikaation kautta saatavat tulot syntyvät kun käyttäjät lunastavat saatuja palkintoja. Jokainen lunastettu palkinto lisää tulovirtaa applikaation julkaisijalle. Tällä tavalla applikaatioon on mahdollista sisällyttää mainoksia, mikä kuitenkin tässä tapauksessa edistää applikaation käyttökokemusta. (Munir 2014.)

Sponsorointi- liiketoimintamallin hyviin puoliin kuuluu se, että malli on innovatiivinen ja sitä voi käyttää monessa erilaisessa applikaatiossa. Lisäksi applikaation käyttäjät hyväksyvät paremmin tällaisen mainonnan, sillä mainokset liittyvät jollakin tavalla itse applikaatioon, toisin kuin tavalliset applikaation sisäiset mainokset. Lisäksi applikaation julkaisijat saavat lunastetuista palkinnoista tuloa, kun taas mainostajat saavat enemmän mainostilaa ja applikaation käyttäjät hyötyvät ilmaisesta tavarasta. Liiketoimintamallin huonoihin puoliin kuuluu taas se, että mainostajien on mietittävä tarkkaan mitä applikaation käyttäjän on tehtävä saadakseen tiettyjä palkintoja. Lisäksi mallin ollessa melko uusi, ei sen toimivuudesta ole vielä tarkkoja tietoja. (Munir 2014.)

Kun aiemmin mainittuja liiketoimintamalleja vertaillaan keskenään, nousee kaikista esiin hyviä ja huonoja puolia. Ilmainen applikaatio sisäisillä mainoksilla oli vuonna 2013 suosituin malli applikaatioiden kehittäjien keskuudessa, mikä on yksi tämän toimintamallin puolesta puhuva tekijä (Visionmobile 2013). Syynä tähän voi olla se, että ilmaiset applikaatiot houkuttelevat parhaiten lataamaan ja kokeilemaan applikaatiota, kun taas maksullisen applikaation hankinnassa on jo huomattavasti isompi kynnyks ryhtyä kokeilemaan applikaatiota. Jäsenmaksu – malli vähäisestä suosiostaan huolimatta on tehokas keino ansaita rahaa, mutta se vaatii applikaatiolta oikeanlaiset ominaisuudet toimiakseen. Freemium – liiketoimintamalli puolestaan on myös hyvä liiketoimintamalli, joka voisi houkutella käyttäjiä luokseen. Tämä tosin vaatii sen, että applikaatio on hyvin toteutettu ja maksulliset lisäominaisuudet tuovat selkeästi enemmän hyötyä applikaation käyttäjälle.

Tulevaisuudessa on odotettavissa, että liiketoimintamalleja tullaan yhä enemmän käyttämään yhdessä toistensa kanssa, eikä vain yhtä mallia käytetä yhden liikeidean tai tuotteen kanssa. Tästä syystä olisi hyvä kehittää yrityksen toiminta alusta asti toimimaan sekoituksella, jossa olisi käytettyinä useampia liiketoimintamalleja keskenään. (Munir 2014.) Yritys voisi esimerkiksi aloittaa applikaation tarjoamisen ilmaisena sisäisten mainosten kanssa ja myöhemmin se voisi tarjota freemiumina applikaatiosta maksullisen version ilman mainoksia.

## 2.2 Toimialan talouden tunnusluvut

Yritysten talouden tunnuslukuja on tarkasteltu vuosien 2009 – 2013 välillä ja seurannassa on ollut vain yksi toimiala ”Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus”. Tällä edellä mainitulla toimialalla muun muassa menestyksekkäs suomalainen Rovio Entertainment Oy toimii. Esimerkiksi mobiiliapplikaatioita valmistava Supercell Oy:n toimiala on luokiteltu ”Atk-laitteisto- ja ohjelmistokonsultointi”. Tätä toimialaa ei siis ole huomioitu talouden tunnuslukujen tarkastelussa. Tunnuslukuja tarkasteltaessa on myös otettava huomioon, että toimialalla toimii hyvin erilaisia ohjelmistoja valmistavia yrityksiä, kuten Visma, joka valmistaa taloushallinnon ohjelmia. Näin ollen tunnusluvut eivät välttämättä ole täysin vertailukelpoisia keskenään, mutta antavat kuitenkin riittävän kuvan toimialasta. (Toimiala Online.)

Vuosien 2009 – 2013 välillä yritysten lukumäärä toimialalla on keskimäärin kasvanut joka vuosi, kuten kuviosta kaksi voidaan huomata. Tästä voidaan todeta, että markkinat ovat hieman kasvaneet toimialalla ja tästä syystä alalle on tullut uusia tekijöitä. Vuonna 2013 ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus – alalla oli rekisteröitynä keskiarvoltaan reilut 3500 yritystä. Henkilöstömäärän keskiarvo on laskenut vuodesta 2009 tasaisesti. Kun vuonna 2009 henkilöstön lukumäärä oli keskimäärin 8,1 yritystä kohden, oli vastaava luku vuosina 2012 ja 2013 7,8. Yritysten liikevaihto on keskimäärin kasvanut joka vuosi. Vuonna 2009 yritysten keskimääräinen liikevaihto oli 1,04 miljoonaa euroa, kun taas vuonna 2013 luku oli 1,21 miljoonaa euroa. Yritysten keskimääräinen liikevaihto on siis kasvanut viidessä vuodessa reilut 16 %. (Toimiala Online.) Näistä edellä mainituista luvuista voidaan päätellä, että toimiala on selvästi yleistynyt ja alasta on tullut yhä suosittumpi.

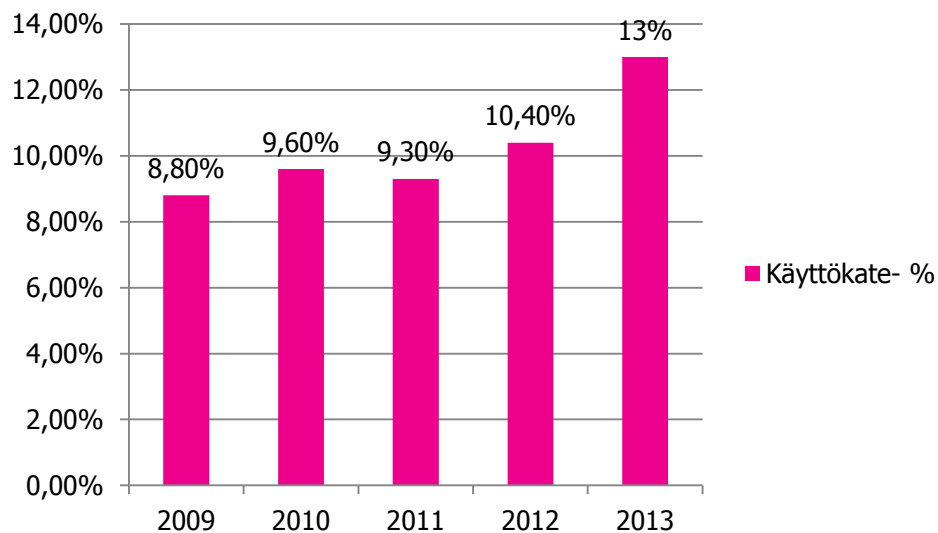


KUVIO 2. Toimialan yritysten lukumäärä ja liikevaihto keskimäärin vuosina 2009 – 2013. (Toimialaonline)

## 2.2.1 Kannattavuus

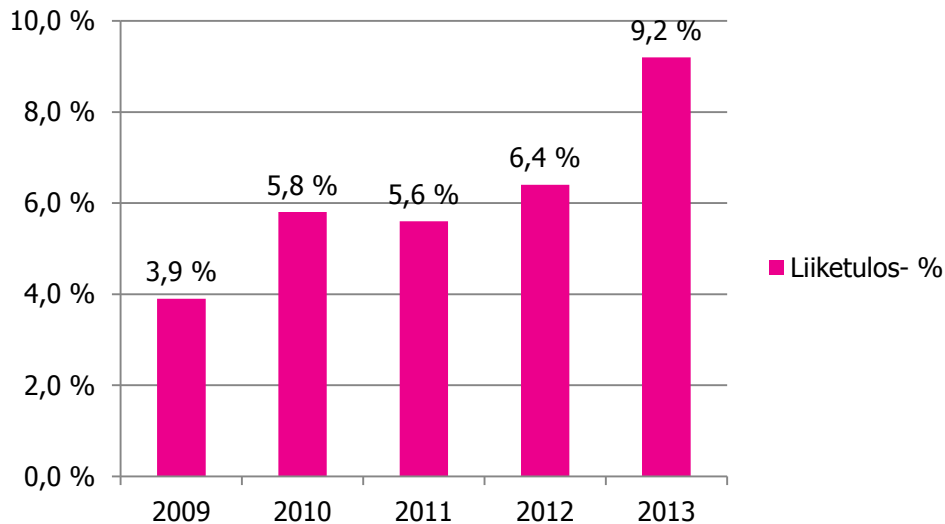
Lyhyesti sanottuna kannattavuus kertoo millainen on yrityksen, tai tässä tapauksessa, toimialan liiketoiminnan tulos (Taloussanomien). Kun tarkastellaan toimialan kannattavuutta, vertaillaan sen liiketoiminnan tulojen ja menojen suhdetta. Kun tulot ovat menoja suuremmat, on liiketoiminta kannattavaa. Kun selvitetään yrityksen tai toimialan kannattavuutta, tarkastellaan tätä erilaisten analyysien ja mittausten avulla. (E-conomic.) Näitä voivat olla esimerkiksi erilaisten tunnuslukujen laskeminen. Toimialan kannattavuutta tarkastellessa, otettiin neljä eri tunnuslukua huomioon. Nämä tunnusluvut ovat käyttökate- %, liiketulos- %, nettotulos- % sekä kokonaispääoman tuotto- %.

Käyttökate kertoo, millainen yrityksen liiketoiminnan tulos on ennen kuin poistot, rahoituserät ja verot ovat vähennetty tuloksesta. Toisin sanottuna, se kertoo, kuinka paljon yritykselle jää katetta sen liikevaihdosta, kun tästä on vähennetty yrityksen toimintakulut. Käyttökate- % saadaan laskettua, kun jaetaan käyttökate liikevaihdolla. Se, kuinka iso käyttökate- % on, riippuu vahvasti toimialan kilpailutilanteesta sekä liiketoiminnan luonteesta. (Balance Consulting.) Kuten kuvio 3 osoittaa, on toimialan käyttökate- % vuosien 2009 – 2013 välillä vaihdellut 8,8 % sekä 13 % välillä. Palvelualalla käyttökate- % on hyvin usein asettunut 5 – 15 % välille (Yritystutkimus Ry 2011, 61).



KUVIO 3. Toimialan käyttökate- % 2009–2013. (Toimialaonline)

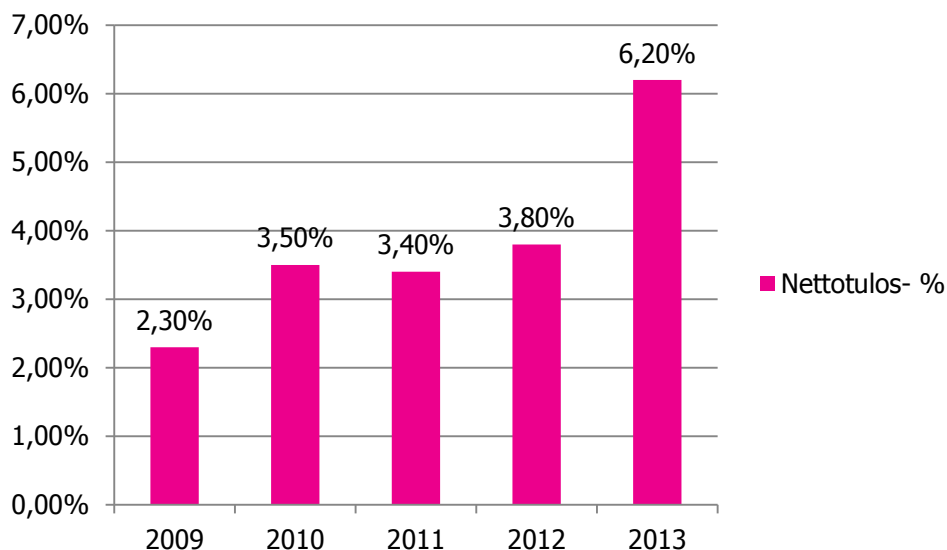
Liiketulos- % saadaan laskettua jakamalla liiketulos liikevaihdolla. Liiketulos- % kertoo kuinka iso yrityksen operatiivinen kannattavuus on. Liiketulos itsessään kertoo yrityksen liiketoiminnan tuoton ennen kuin siitä on vähennetty verot ja rahoituserät. Liiketuloksesta on vähennetty toimintakulut sekä poistot. Tämä on hyvä luku jos halutaan vertailla eri yrityksiä samalla toimialalla, koska siinä velallinen ja velaton yritys ovat samalla viivalla vertailutilanteessa. Liiketuloksen tulisi kattaa muun muassa verot, rahoituskulut sekä mahdolliset voitonjaot. (Balance Consulting; Yritystutkimus Ry 2011, 61.) Toimialalla liiketulos- % on vaihdellut vuosina 2009 – 2013 jopa 3,9 % - 9,2 % välillä, kuten kuvios- ta 4 voidaan huomata. Se on noussut tasaisesti joka vuosi, lukuun ottamatta vuotta 2011, jolloin lii- ketulos- % tippui 0,2 prosenttiyksikköä edelliseen vuoteen 2010 verrattuna. Liiketulosprosentin oh- jearovot ovat: hyvä yli 10 %, tyydyttävä 5 – 10 %, heikko alle 5 % (Yritystutkimus Ry 2011, 62).



KUVIO 4. Toimialan liiketulos-% 2009 – 2013. (Toimialaonline)

Nettotulos-% saadaan, kun jaetaan nettotulos liikevaihdolla. Nettotulos kertoo yrityksen varsinaisen toiminnan tuloksen. Se on myös pohja, jonka avulla yritys voi tehdä päätöksiä siitä, millaisia voitonjakoja se tekee. Jos nettotulos on positiivinen, kertoo se yrityksestä sen, että se on pystynyt maksamaan varsinaisesta liiketoiminnasta saaduista tuloista lainojen korot sekä selviytynyt käyttöpääoman ja investointien omarahoituksesta. Nettotulos on hyvä tunnusluku samalla toimialalla toimivien yritysten vertailuun. Se, kuinka ison nettotulos-%:n on oltava ollakseen hyvä, kertoo esimerkiksi oman pääoman tuotto-%. (Balance Consulting.)

Kuten kuviosta 5 voidaan nähdä, on nettotulos-%:kin noussut tasaisesti 2009 – 2012, kun taas vuonna 2013 nettotulos-% edellisestä vuodesta 2012 lähes kaksinkertaistui. Vuonna 2009 toimialan nettotulos-% oli keskimäärin 2,3 %, kun taas vuonna 2013 se oli 6,2 %. Tuolla aikavälillä se on siis lähes kolminkertaistunut. Tästä huimasta noususta voidaan päätellä, että toimialan kannattavuus on selkeästi parantunut 2010 – luvulla.

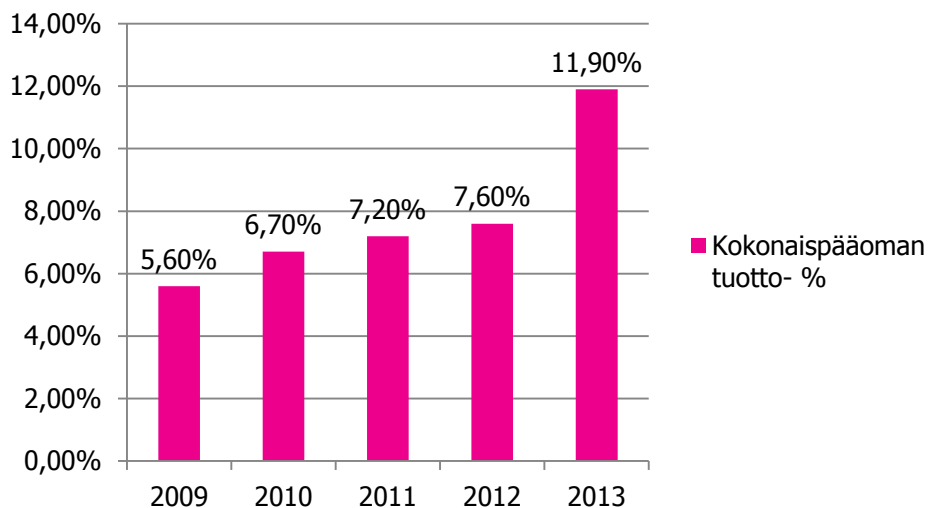


KUVIO 5. Toimialan nettotulos-% 2009 – 2013. (Toimialaonline)



Viimeinen kannattavuuden tunnusluku, jota tässä kappaleessa tarkastellaan, on kokonaispääoman tuotto- %. Se kertoo, kuinka paljon tuottoa on yrityksen toimintaan sitoutuneelle pääomalle kertynyt tilikauden aikana. Siihen ei vaikuta millainen on yrityksen veronmaksupolitiikka tai yhtiömuodosta aiheutuva verotustekniikka. Kokonaispääoman tuotto- % saadaan jakamalla nettotulos, rahoituskulut ja verot oikaistun taseen loppusummalla. Tase oikaistaan siksi, koska tilinpäätösanalyysia tehdessä on saatava vertailukelpoinen kuva, millainen yrityksen taloudellinen asema tilinpäätöshetkellä on. Kokonaispääoman tuotto kertoo siitä, miten hyvin yritys pystyy huolehtimaan käytettävissä olevasta pääomasta. Tunnusluvulle on annettu viitteelliset ohjearvot, jotka ovat: Hyvä 10 %, Tyydyttävä 5 – 10 %, Heikko alle 5 %. (Balance Consulting; Yritystutkimus Ry 2011, 31, 63–64.)

Kuviosta 6 huomataan, että toimialan kokonaispääoman tuotto- % on noussut joka vuosi hillitysti, keskimäärin 0,5 prosenttiyksikköä per vuosi, mutta vuonna 2013 tuotto- % nousi edellisestä vuodesta peräti 4,3 prosenttiyksikköä, luvun ollessa 11,90 %. Vuonna 2009 vastaava luku oli 5,60 %, joka ylitti juuri ja juuri heikon rajan tunnusluvun ohjearvoissa. Toimialan kokonaispääoman tuotto on ollut hyvä viiden vuoden vertailuajankohdassa ainoastaan vuonna 2013, kun muina vuosina se on ollut tyydyttävä. Kun edellä mainittuja tunnuslukuja tarkastellaan kokonaisuutena, voidaan todeta, että toimialan kannattavuus on parantunut vuodesta 2009 vuoteen 2013 mennessä huomattavasti. Lähes jokaisen tunnusluvun kohdalla luku on vähintään kaksinkertaistunut.



KUVIO 6. Toimialan kokonaispääoman tuotto- % 2009 – 2013. (Toimialaonline)

### 2.2.2 Vakavaraisuus

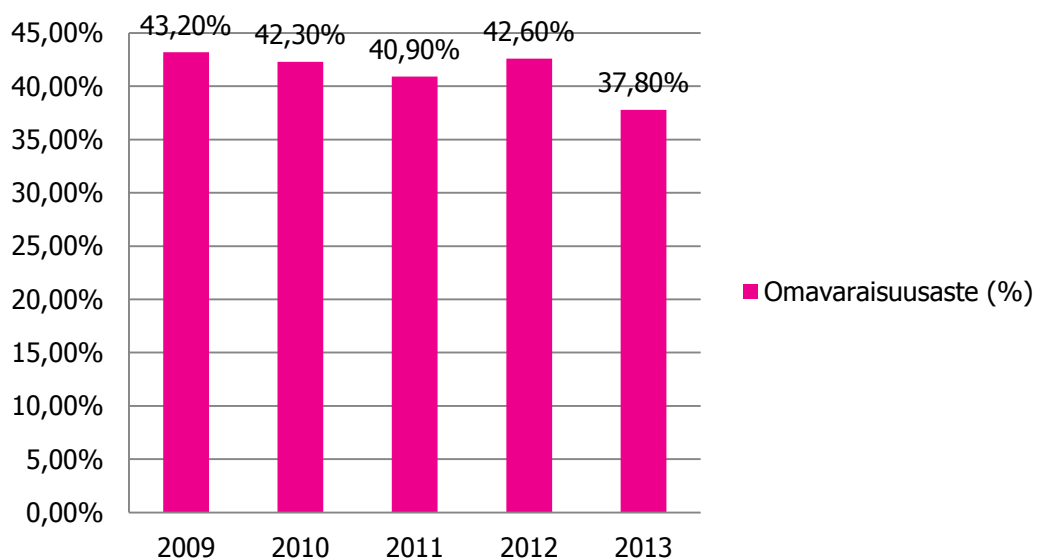
Vakavaraisuudella mitataan sitä, kuinka yritys tai tässä tapauksessa toimiala kykenee selviytymään pitkän aikavälin taloudellisista velvoitteista. Jotta yritys voi jatkaa liiketoimintaansa, on sen tehtävä voittoa. Yritys on sitä vakavaraisempi mitä enemmän sillä on omaa pääomaa suhteessa vieraaseen pääomaan. Vakavaraisuutta mitataan suhteellisella velkaantumisasasteella sekä omavaraisuusasteella. (E-conomic.) Näitä tunnuslukuja on käytetty toimialaa tutkittaessa.

Omavaraisuusaste on tunnusluku, jolla voidaan mitata kuinka yritys selviytyy pitkän aikavälin sitoumuksista. Se mittaa myös sitä, kuinka yritys pystyy sietämään tappioita. Tätä tunnuslukua laskiessa saadaan selville, kuinka iso osa yrityksen varallisuudesta on rahoitettu sen omalla pääomalla. Mitä pienempi omavaraisuusaste on, sitä heikompi on yrityksen vakavaraisuus ja kyky selviytyä pitkän aikavälin sitoumuksista. Jos yrityksen kannattavuus on kunnossa, on sen mahdollista selviytyä vaikka omavaraisuusaste olisikin pieni. Pieni omavaraisuusaste sisältää joka tapauksessa sen riskin, että yritys kaatuu, jos sen kannattavuus yhtä äkkiä heikkeneekin. Jos yritys omaa korkean omavaraisuusasteen, on sillä enemmän liikkumavaraa verrattuna heikon omavaraisuusasteen yritykseen. Useimmiten nuoret, vasta aloittaneet yrityksen omaavat pienen omavaraisuusasteen, sillä ne ovat monesti iäkkäämpiä yrityksiä velkaantuneempia. Omavaraisuuden viitteelliset ohjearvot ovat:

- yli 40 % = hyvä
- 20 – 40 % = tyydyttävä
- alle 20 % = heikko

(Balance Consulting, Yritystutkimus Ry 2011, 67.)

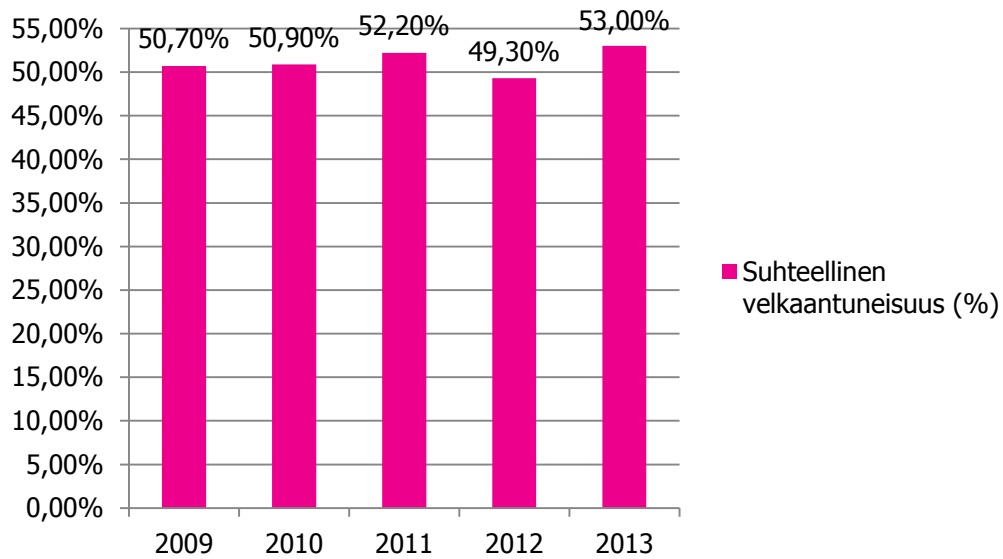
Toimialan omavaraisuusaste on vuosien 2009 ja 2013 välillä pääsääntöisesti laskenut, lukuun ottamatta vuotta 2012, jolloin omavaraisuusaste nousi edellisestä vuodesta 1,7 prosenttiyksikköä. Vuonna 2009 omavaraisuusaste oli toimialalla 43,20 %. Kuten kuviosta 8 voidaan nähdä, oli luku äskeisen mainitun tarkastelujakson aikana suurin, kun taas vuoden 2013 omavaraisuusaste oli tarkastelujakson pienin, 37,80 %. Se että omavaraisuusaste on tippunut vuodesta 2009 peräti 5,4 prosenttiyksikköä, kertoo siitä, että toimialalla on jouduttu ottamaan yhä enemmän vierasta pääomaa yrityksen liiketoiminnan pyörittämiseen.



KUVIO 8. Toimialan omavaraisuusaste (%) 2009 – 2013. (Toimialaonline)

Suhteellinen velkaantuneisuus kertoo, millainen yrityksen lainojen suhde on toiminnan laajuuteen verrattuna. Sillä ei ole selkeitä ohjeellisia viitearvoja. Jos yrityksen suhteellinen velkaantuneisuus on korkea, on sillä oltava hyvä ja vakaa käyttökate. Käyttökateen on oltava vakaa, jotta yritys pystyy hoitamaan lainanlyhennyksensä vuosittain. (Balance Consulting.) Toimialan suhteellinen velkaantu-

neisuus on pysynyt melko samanlaisena vuosien 2009 ja 2013 välillä. Kuviosta 9 nähdään, että tunnusluku on noussut vuonna 2013 2,30 prosenttiyksikköä vuodesta 2009.



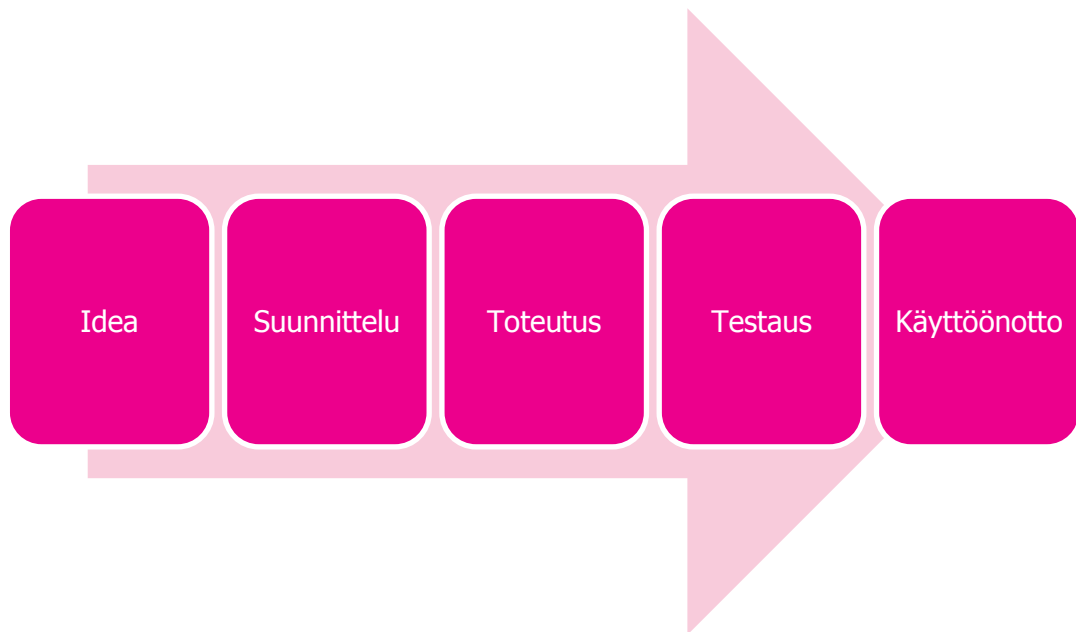
KUVIO 9. Toimialan suhteellinen velkaantuneisuus. (Toimialaonline)

### 2.3 Mobiiliapplikaatioiden elinkaari

Mobiiliapplikaatio on mahdollista suunnitella ja jopa toteuttaa yhdessä päivässä, mikäli sen laadulla ei ole liemmin väliä. Applikaatio on mahdollista toteuttaa myös niin, että sen tekemiseen panostetaan ja jokainen vaihe käydään huolella läpi. (Xamarin.) Mobiiliapplikaation huolellisesta toteutuksesta on yritykselle myös paljon hyötyä. Nykypäivänä mobiiliteknologia ja laitteistot muuttuvat tiheään tahtiin. Tämä tuo haasteita yrityksille pärjätä kilpailussa mukana, sillä jokainen applikaatio vaatii oman versionsa erilaisille laitteistoille. Jos applikaatioita ei suunnitella ja toteuteta huolellisesti, vikojen korjaus liian paljon aikaa ja rahaa. Lisäksi, jos tuote on jo julkaistu asiakkaiden käyttöön otettavaksi, voi viallisen applikaation myötä asiakkaiden määrä tippua huomattavasti. (Maycock.)

Kuvio 10 kuvaa mobiiliapplikaation huolellisesti toteutetun elinkaaren vaiheet. Vaiheita kuviossa on viisi. Kaikki nämä viisi vaihetta sisältävät sivuvaiheita. Vaihe yksi on hetki, kun idea applikaatiolle syntyy. Kun idea on syntynyt, tutkitaan onko samaa ideaa keksinyt joku muu, tai onko idea toteuttamiskelpoinen. (Maycock.) Jotta applikaatiosta tulisi hyvä, on otettava huomioon seuraavia asioita applikaation ideaa mietittäessä:

- Onko samanlainen mobiiliapplikaatio jo tarjolla jonkun toisen yhteisön toimesta?
- Jos samanlainen applikaatio on tarjolla, miten tämä idea poikkeaisi olemassa olevasta?
- Minkälaista arvoa applikaatio tuo sen käyttäjälle?
- Miten applikaatio toimii mobiiliteknologisessa ympäristössä? Mitä mobiililaitteiden tuomia teknologiaa applikaatio voisi käyttää hyväksi? (Xamarin.)



KUVIO 10. Mobiiliapplikaation elinkaari. (Maycock; Xamarin)

Kun idean keksinyt on varma sen kelpoisuudesta, voi keksijä ehdottaa ideaansa isommalle ryhmälle, jonka kesken päätetään, ryhdytäänkö ideaa viemään eteenpäin. Tämän jälkeen on hyvä myös miettiä, millä teknologialla ja mille järjestelmille ideaa ryhdytään suunnittelemaan. (Maycock.)

Toisessa vaiheessa, suunnittelussa, ideaa ryhdytään viemään toden teolla eteenpäin. Suunnitteluun kuuluu käyttäjäkokemuksen suunnittelu, jossa on otettava huomioon eri mobiilialustojen omat vaatimukset. Tästä syystä applikaatio olisi hyvä suunnitella erikseen jokaiselle alustalle, jotta se toimisi mahdollisimman vakaasti eri mobiilialustoilla. Kun käyttäjäkokemuksen suunnittelu on saatu valmiiksi, on käyttöliittymän suunnittelun vuoro. Tämä vaihe on erittäin tärkeä, sillä käyttöliittymän suunnittelussa on mietittävä applikaation graafisia seikkoja. Jos esimerkiksi käyttöliittymän värit on amatöörimäisesti suunniteltu ja toteutettu, ei applikaatio ole yhtä houkutteleva ja suosittu käyttäjien keskuudessa kuin huolellisesti toteutettu applikaatio. (Xamarin.)

Mobiiliapplikaation suunnittelun jälkeen on vuorossa sen toteutus. Jo suunnitteluvaiheessa voi applikaatiosta olla valmiina jonkinlainen raakaversio, jotta applikaation suunnittelijat saavat osviittaa siitä, millainen ja kuinka iso projekti on kyseessä. Kun applikaatiota toteutetaan, on otettava huomioon erilaisten laitteiden tuomat vaatimukset koko applikaation toteuttamiselinkaaren ajan. On myös mietittävä, käyttääkö joku applikaatiota esimerkiksi tabletilla matkapuhelimen sijaan. Mikäli nämä vaatimukset luokiteltaisiin omiin ryhmiinsä, olisivat ne seuraavat: käsitteellistäminen ja suunnittelu, käyttöliittymän suunnittelu ja muotoilu, applikaation kehittäminen sekä applikaation testaus. On tärkeää muistaa, että mobiililaitteet takaavat vain rajoitetun suorituskyvyn verrattuna tietokoneisiin. Siksi applikaatiota suunnitellessa ja toteuttaessa on huomioitava erilaisten mobiililaitteiden ominaisuudet. (Xamarin.)

Ennen kuin mobiiliapplikaatio on valmis julkaistavaksi ja potentiaalisten käyttäjien käyttöönotettavaksi, seuraa testausvaihe. Tämä on vaihe jonka aikana applikaatiota testillaan runsaasti ja pyri-

tään löytämään kaikki mahdolliset viat, jotka vaativat korjaamista. On tärkeää muistaa, että pelkätään ohjelman kaatumisen huomaaminen ja tämän vian korjaaminen ei ole osa testausvaihetta, vaan applikaatiota on testattava myös siinä valossa kuinka se toimii erilaisissa laitteissa. Lisäksi applikaation suorituskykyä tulee testata. Kun applikaatio on läpäissyt testausvaiheen ja applikaatio on julkaisukunnossa, on sen käyttöönoton vuoro. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että applikaatio ladataan eri käyttöjärjestelmien sovelluskaappoihin, kuten Applen App Storeen. (Xamarin.)

Mobiilipelialalla applikaatioiden elinkaari ei yleensä ole kovinkaan pitkä, kun se on päässyt käyttöönottovaiheeseen. Samaa peliä pelataan keskimäärin kaksi kuukautta, kunnes keskimäärin puolet sen käyttäjistä hylkää pelin ja vaihtavat uuteen mielenkiintoisempaan peliin. (Pocket Gamer 2014.) Tämä on yksi suurista haasteista, jonka Case Yritys tulee kohtaamaan ja siksi tähän on hyvä varautua jo alkuvaiheessa. On erilaisia keinoja, joilla applikaation käyttäjäkatoa voidaan ehkäistä, vanhoja käyttäjiä saada takaisin applikaation pariin, tai jopa saada uusia käyttäjiä. Esimerkiksi applikaation uudelleenjulkaisu päivitettyinä on yksi tapa saada vanhat käyttäjät innostumaan uudestaan applikaatiosta. Päivitys voisi sisältää esimerkiksi täysin uuden ulkoasun sekä joitain uusia ominaisuuksia. Kuitenkin yleisin ja ehkä onnistunein keino saada käyttäjät innostumaan applikaatiosta, on kehittää täysin uusi applikaatio. (Pocket Gamer 2014.)

### 3 PELILLISTÄMINEN

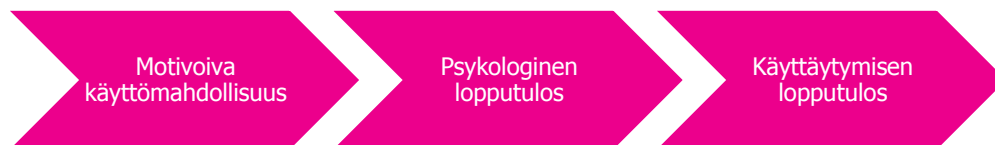
Opinnäytetyön prosessin aikana on perehdytty myös pelillistämiseen. Pelillistäminen on tärkeä osa-alue tässä tutkimusprosessissa, sillä Case Yrityksen tehtävänä on tehdä hyvinvointipalvelusta pelattava applikaatio. Toisin sanottuna tavoitteena on pelillistää palvelu. Jotta voidaan pelillistää palvelu, on tiedettävä mitä pelillistäminen on ja mitä se tarkoittaa. Näitä asioita avataan tässä kappaleessa.

Pelillistämisen pääidea voidaan kiteyttää niin, että järjestelmä tai aktiviteetti on kehitettävä mahdollisimman viihdyttäväksi ja motivoivaksi, jotta tästä voisi syntyä mahdollisimman paljon hyötyä sen käyttäjälle. Mitä enemmän järjestelmästä tai aktiviteetista syntyy hyötyä sen käyttäjälle, on käyttäjä halukkaampi käyttämään paljon aikaa tähän. Pelien on toisaalta ajateltu olevan sellaisia, joita käytetään täysin itsensä viihdyttämiseen ilman, että tästä syntyisi pelaajalle jotain hyötyä. Tämän lisäksi itsensä viihdyttäminen ja pelaamisesta syntyvä nautinto juontuu lähinnä itse pelaamisesta, eikä niinkään pelijärjestelmän käyttämisestä syntyneistä konkreettisista tuloksista. Näin ollen pelillistäminen käsitteenä tarkoittaa sitä, että pelillistäminen on prosessi, jossa järjestelmästä tai aktiviteetista tehdään viihdyttävämpi ja motivoivampi, jotta se tukisi järjestelmän, palvelun tai aktiviteetin hyödyllisiä lopputuloksia. (Hamari 2015, abstrakti.)

Pelillistämistä voidaan katsoa myös osana isompaa ilmiötä, jossa pelien ja muiden järjestelmien välinen raja on sumentunut huomattavasti. Tämä ilmiö voi kuitenkin olla kaksisuuntainen, sillä pelien käyttäjät ovat kasvavin määrin pakotettu tekemään päätöksiä, jotka vaikuttavat pelien ulkopuolisiin asioihin. Sitä vastoin peleihin liittymättömissä konteksteissa pelisuunnittelua käytetään erittäin paljon, jotta ihmisten motivaatio saadaan uudelleen kohdistettua tiettyihin luontaisiin, pelillisiin ja hauskoihin kokemuksiin. Tätä jälkimmäistä kokemusta voidaan myös kutsua nimellä pelillistäminen. Monissa piireissä pelillistämisen on sanottu olevan seuraava keino, jolla yritykset markkinoivat ja sitouttavat asiakkaita. Pelillistäminen ja siitä esiin tulleet positiiviset kokemukset ovat luoneet lujan uskon sille, että mikä tahansa palvelu, joka käyttää samanlaista tekniikkaa, tulisi olla hauska ja näin ollen olisi myös tehokas vetoamaan ihmisiin, jotta he tekisivät entisestään positiivisia ratkaisuja. (Hamari 2015, 3-4.) Tässä yhteydessä positiivinen ratkaisu voisi olla esimerkiksi rahan käyttäminen lisäpalveluihin.

Pelillistäminen on tähän mennessä määritelty kahdella erilaisella tavalla vertaisarvioidussa kirjallisuudessa. Nämä määrittelyt ovat pelillisten tekijöiden käyttäminen peleihin liittymättömissä konteksteissa sekä prosessi, joka antaa käyttömahdollisuuksia pelillisiä kokemuksia varten, mitkä puolestaan tukevat asiakkaiden kokonaisarvon luomisprosessissa. Pelillistämisen rooli psykologisten kokemusten synnyttäjänä on näin ollen tärkeä, sillä se tavoittelee lisähyötyä psykologisten tilojen ja käyttäjien käytöksen muuttuessa. Käyttäjät eli asiakkaat ovat arvon luoja ja yritykset voivat vain tarjota käyttömahdollisuuksia pelillisyyden kokemista varten. Tällainen pelillistämisen käsitteellistäminen esittää epäsuorasti, että monilukuisissa vuorovaikutuksissa, jotka tapahtuvat järjestelmän ja käyttäjän välillä, määräävät ovatko nämä kytköksissä pelillisten kokemusten kanssa sekä onko palveluista saatu arvo lisääntynyt. (Hamari 2015, 7).

Pelillisyydelle tai pelilliselle kokemukselle ei ole olemassa yhtä yhteistä artikulaatiota eikä selvää yhtämielisyyttä siitä, millaisia erilaisia kokemuksia peleistä voi syntyä. Psykologien ja tiedemiesten mukaan tietyt psykologiset tekijät voivat kuitenkin olla pelilliselle kokemukselle ominaisia. Nämä tekijät ovat mestaruus, saavutus, pätevyys, riippumattomuus, vapaaehtoinen osallistuminen, syventyminen, leikkimielisyys, sekä jännitys. Kun pelillistämistä ajatellaan yksinkertaisesti, tähtää se edistämään itsetarkoituksellisia tavoitteita. Tämän ajatuksen avulla voidaan nimetä eri vaiheita, mitä pelillistämässä esiintyy. Kuten kuvioista 11 nähdään, ovat nämä vaiheet motivoiva käyttömahdollisuus, psykologinen lopputulos ja käyttäytymisen lopputulos. (Hamari 2015, 8-9).



KUVIO 11. Pelillistämisen vaiheet (Hamari 2015, 9).

Järjestelmiä jotka käyttävät pelillistämistä, voidaan luonnehtia sellaisiksi, jotka sisältävät käytännöllisiä tai ulkosyntyisiä lopputuloksia. Kuitenkin, ne tavat ja suunnitelmat joilla näihin lopputuloksiin pyritään pääsemään, muistuttavat suuresti nautintoa synnyttäviä järjestelmiä. Toisin sanottuna, vaikka nämä järjestelmät pyrkivät edistämään tuotteliaisuuden tavoitteita tai edes pysymään sinnikkäänä tavoitteiden eteen työskentelemiseksi, ei tavoitteiden saavuttamisen prosessille ole ominaista, että se maksimoi tehokkuutta. Tällaisten järjestelmien tavoitteena on tehdä niiden ydintoiminnasta motivoivampaa ja nautinnollisempaa huomattavalla vuorovaikutuksella käyttäjän kanssa. (Hamari 2015, 11).

Pelillistämisen päätoiminta on yleensä keskittynyt tavoitteiden asettamiseen muun muassa ansio-merkkejä ja pisteitä keräämällä. Tutkimukset kertovat, että tavoitteita asettamalla ihmisten suorituskyky muuttuu erilaisin tavoin. Esimerkiksi niin, että he pyrkivät asettamaan omat odotuksensa korkeammalle, joka puolestaan näkyy heidän suorituskyvyn kasvussa. Tämän lisäksi asetetut tavoitteet parantavat uskoa omiin kykyihin. Loppujen lopuksi saavutetut tavoitteet johtavat kasvaneeseen tyytyväisyyteen, mikä puolestaan johtaa parempiin suorituksiin seuraavilla kerroilla. Nämä vaikutukset vahvistuvat entisestään, mikäli tavoitteet ovat kontekstiin liittyviä, välittömiä ja käyttäjille tarjotaan välitöntä palautetta teoistaan ja saavutuksistaan. Vaikka käyttäjille voidaan tarjota selkeitä tavoitteita

ta etenemisen takaamiseksi, ovat käyttäjät saatava sitoutumaan tavoitteiden saavuttamiseksi. (Hamari 2015, 20).



#### 4 CASE YRITYKSEN REAALI- JA RAHAPROSESSIT

Yritysten talousprosessit voidaan jakaa reaali- ja rahaprosessiin. Reaaliprosessi käsittää tuotannon-tekijöiden hankinnan, varastoinnin, tuotantoprosessin yhdistelyn sekä valmistuneiden tuotteiden varastoinnin, kuljetuksen ja myynnin. Rahaprosessi puolestaan käsittää yrityksen liiketoiminnasta aiheutuvat kassasta- ja kassaanmaksut, pääoman sijoitukset ja palautukset sekä voitonjaon. Rahaprosessia voidaan myös kuvata sellaisena tapahtumana, jossa reaaliprosessin tapahtumat kulkevat rahallisessa muodossa. (Alhola ja Lauslahti 2002, 16; Taloussanomat.) Tämä kappale keskittyy Case Yrityksen tuotteiden hinnoitteluun, mikä kuuluu reaaliprosessiin, sillä yritys jalostaa tuotettaan markkinoille ja lopulta myy tätä asiakkailleen.

Reaaliprosessia on myös mahdollista käsitellä prosessijohtamisen avulla. Tällöin tämän prosessin jakaminen voidaan tehdä kolmeen pääosaan. Nämä kolme pääosaa ovat nimeltään johtamis-, liiketoiminta- ja tukiprosessi. Prosessit vaikuttavat yritysten kustannuslaskentaan ja näitä voidaan myös kuvailla eräänlaisiksi keinoiksi, joilla yritys tuottaa tuotteita tai palveluja asiakkailleen. Nämä prosessit voivat olla sekä sisäisiä että ulkoisia. Kun reaali- ja rahaprosessia tarkastellaan lähemmin, voidaan reaaliprosessia kuvailla sellaiseksi, jossa yritys kustantaa muun muassa tarvittavat työsuoritukset tuotteidensa valmistukseen, minkä jälkeen valmiit tuotteet toimitetaan asiakkaille. Case Yrityksen tapauksessa tuotteet toimitettaisiin sovelluskauppoihin asiakkaiden ladattavaksi ja ostettavaksi. Rahaprosessissa puolestaan kulkee rahaliikenne, joka syntyy muun muassa yrityksen ostoista, palkanmaksuista sekä erilaisista vakuutusmaksuista. Raha kulkee yrityksen kassaan, kun asiakkaat ostavat Case Yrityksen tuotteita sovelluskaupoista. Toisin sanottuna yrityksen tuotto syntyy, kun reaaliprosessin aikana valmis tuote luovutetaan asiakkaalle, josta prosessi vaihtuu rahaprosessiksi yrityksen saadessa rahasuorituksen kyseisestä myynnistä. (Alhola ja Lauslahti 2002, 16–18.)

Case Yrityksen tuotteet on pyritty hinnoittelemaan kesällä 2014 järjestetyssä workshopissa esiin tulleiden ajatusten pohjalta. Workshopissa tuli ilmi, että tuote voisi olla esimerkiksi mobiiliapplikaatio, jota myytäisiin sovelluskaupoissa. Mobiiliapplikaatiossa olisi mahdollista tehdä sisäisiä ostoksia käyttökokemuksen parantamiseksi. Toinen sovellus voisi olla tietokonepohjainen pelialusta, jota voitaisiin myydä sekä julkiselle että yksityiselle sektorille. Case Yrityksen tuotteiden hinnoittelussa on ensimmäiseksi ryhdytty miettimään, millä hinnalla tuotteita voisi alkaa myymään. Tätä asiaa on pohdittu markkinalähtöisesti tutkimalla markkinoilla olevien erilaisten applikaatioiden sekä pelien hintoja. Yrityksen tuotteille voi olla vaikea asettaa täysin markkinaperusteisesti hintaa, koska samanlaisia tuotteita ei markkinoilla juurikaan ole. On siis ajateltava tuotteiden hintatasoa laajemmin. Tästä syystä hinnoittelussa käytettiin useampia erilaisia hinnoittelumenetelmiä, kuten tavoite- ja omakustannuslaskentaa, markkinalähtöisen hinnoittelun lisäksi. Kun tuotteille oli asetettu hinnat joilla näitä myytäisiin, ryhdyttiin tutkimaan, saataisiinko näillä hinnoilla katettua yrityksen kulut.

Markkinalähtöisen hinnoittelun perusideana on löytää tuotteelle hinta tutkimalla markkinoita. Tämänkaltaisessa hinnoittelussa on tärkeää, että yritys pystyy asettamaan kustannukset markkinoilla olevan hinnan alapuolelle. Jos yritys ei tähän pysty, ei se myöskään kykene toimimaan kannattavasti. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2013, 223.) Hyvä esimerkki markkinalähtöistä hin-

noittelua käyttävistä yrityksistä ovat bensiiniasemat. Asemia löytyy lähes joka risteyksestä ja jos yksi asema asettaa bensiinin litrahinnaksi yhden euron, on risteuksen toisella puolella toimivan kilpailijan vastattava tähän pysyäkseen mukana toiminnassa.

Tavoitekustannuslaskenta tarkoittaa sitä, että tuotteita suunnitellaan kuuntelemalla mitä asiakkaat haluavat ja mikä on tuotteen tavoitemyyntihinta. Menetelmä mahdollistaa sen, että yrityksen on mahdollista vaikuttaa tuotteen kustannuksiin jo tuotteen suunnitteluvaiheessa. Tavoitekustannuslaskenta juontaa juurensa arvoanalyysistä, jonka perusideana on tuotteen koostuminen useista erilaisista toiminnoista. Tällöin on mahdollista, että erilaisten toimintojen kustannukset suhteutetaan asiakkaan saamaan hyötyyn. Tämä asiakkaalle saatu hyöty ja arvostus tuotteiden erilaisia toimintoja kohtaan on mahdollista kerätä erilaisten tutkimusten avulla. Arvoanalyysin avulla yritys pystyy selvittämään, löytyykö tuotteelle kysyntää, millaisia toimintoja ja ominaisuuksia tuotteen kannattaisi sisältää, sekä millainen hinta tuotteella voisi olla. Tavoitekustannuslaskennassa käytetään juuri näitä selvityksiä tuotteen valmistuksessa. Tällöin yrityksen on helpompi suunnitella tuotteitaan, kun sen tiedossa on kuinka iso kysyntä tuotteella mahdollisesti voisi olla ja mitä asiakkaat olisivat tuotteesta valmiita maksamaan. (Järvenpää ym. 2013, 196–200).

Kustannusperusteisen hinnoittelun vaihtoehtoinen menetelmä, omakustannusperusteinen hinnoittelu tarkoittaa puolestaan sitä, että tuotteelle on asetettava sellainen hinta, joka kattaa kaikki tuotteen kustannukset sekä tämän lisäksi tuo yritykselle voittoa. Tuotteelle on näin ollen asetettava voittomarginaali. Yrityksen on tiedostettava hyvin tarkasti kuinka kustannukset kohdistuvat eri tuotteille. Näitä kustannuksia voi olla sekä kiinteitä että välillisiä. (Järvenpää ym. 2013, 218–219.) Kustannusperusteisen hinnoittelun lähtökohtana ei siis ole markkinat, vaan tuotteen kustannukset. Riippuen siitä, käytetäänkö katetuotto- vai omakustannushinnoittelua, pohjana on joko muuttuvat tai kiinteät kustannukset. Molemmissa tapauksissa kustannusten päälle lisätään joko katevaatimus, jolla kateaan kiinteät kustannukset ja voitto, tai sitten vain voittotavoite. Jotta kustannusperusteista hinnoittelua voidaan käyttää, ovat kustannukset pystyttävä kohdentamaan tuotteelle. Kohdistamisen ongelmaa voi tulla nimenomaan välillisten kustannusten, jotka ovat pääosin myös kiinteitä kustannuksia, kanssa. (Loikkanen.) Lähtökohtana on, ettei Case Yrityksellä ole juurikaan muuttuvia kustannuksia, vaan kustannukset ovat kaikki kiinteitä. Lisäksi tuotteiden hinnoille ei ole asetettu voittomarginaalia, mutta hinnoittelu on tehty sillä ajatuksella, että ne olisivat realistisia ja kilpailukykyisiä.

Omakustannuslaskelmaperusteista hinnoittelua voidaan kutsua myös nimellä voittolisähinnoittelu. Tällainen hinnoittelu perustuu siihen, että menetelmä ottaa huomioon kaikki tuotteen kustannukset ja näiden kustannusten päälle on vielä lisätty voittolisä. Kun tuote hinnoitellaan tällä tavalla, mahdollistaa se kaikkien kustannusten kattamisen lisäksi sen, että tuotteen myynnistä saadaan myös voittoa. Tästä syystä tuotteen minimihinnan onkin oltava sen omakustannusarvo. Hinnoittelulle on tyyppistä, että sen pohjana käytetään valmistusarvoa. Tällöin tuotteen voittolisään on huomioitu myös markkinoinnin ja hallinnon kustannukset. Omakustannuslaskelmaperusteisen ongelma on siinä, että tuotteelle voi olla hankala määrittää voittolisä. Tämän lisäksi menetelmän ongelmana on hidas reagointikyky, kun tuotteen kysyntä muuttuu. (Alhola ja Lauslahti 2002, 226–227.)

Kuten aiemmin on mainittu, on hinnoittelulaskentamenetelmiä olemassa useita erilaisia. Näitä ovat muun muassa omakustannuslaskelma-, katetuottolaskenta-, toiminto-, elinkaari- ja markkinaperusteinen hinnoittelumenetelmä. Jokaista edellä mainittua menetelmää on mahdollista käyttää yksin tai samanaikaisesti useamman menetelmän kanssa, riippuen millaista tuotetta tai palvelua yritys valmistaa. Case Yrityksen tuotteita on hinnoiteltu käyttämällä aiemmin mainittuja menetelmiä. Markkina- lähtöistä hinnoittelua on käytetty ensimmäisenä, joka on auttanut havainnollistamaan tuotteiden hintahaarukkaa, mutta kustannusperusteista hinnoittelua on käytetty myös laskelmien apuna. Kustannusperusteisen hinnoittelun menetelmänä on ollut omakustannushinnoittelu. Näiden edellä mainittujen menetelmien lisäksi on hinnoittelussa käytetty tavoitekustannushinnoittelua.

#### 4.1 Pelialustan käyttölisenssi

Pelialustan myyntiä on ajateltu toteutettavan sekä yksityiselle että julkiselle sektorille. Julkisella sektorilla asiakkaita olisivat kaupungit, kunnat ja koulut. Laskelmista on kuitenkin jätetty kouluille myynti pois, sillä mikäli pelialustan käyttölisenssiä myydään kunnille tai kaupungeille, on mahdollista, että kunnat sekä kaupungit tarjoavat kouluille ynnä muille oman alueensa julkisille laitoksille pelialustan käyttömahdollisuuden. Kunnat ja kaupungit on kategorisoitu asukasmäärän mukaan, jonka perusteella pelialustan hinnoittelu on suoritettu. Isoimmat kunnat ja kaupungit maksavat hieman enemmän alustan käytöstä, kuin pienemmät kunnat ja kaupungit. Yksityisellä sektorilla kategorisointi on tehty sen mukaan, olisiko asiakas yhden vai useamman toimipisteen yritys.

##### 4.1.1 Yksityinen sektori

Yksityisellä sektorilla myyntiä suoritettaisiin sekä useamman että yhden toimipisteen omaaville yrityksille. Jos pelialustaa myydään useamman toimipisteen yritykselle, on tällä mahdollisuus tarjota lisenssi kaikille sen toimipisteille. Tämä on huomioitu tuotteen hinnassa, joka on 1000 euroa vuodessa. Tällaisia asiakkaita voisi olla esimerkiksi lääkärikeskukset Terveystalo sekä Mehiläinen. Yritykselle, jolla on vain yksi toimipiste, tuotteen hinnaksi tulisi 550 euroa vuodessa. Tällä lisenssillä ei ole mahdollisuutta siihen, että sitä käytettäisiin useammassa toimipisteessä, vaan se on käytettävissä ainoastaan yhdessä paikassa. Asiakkaana voisi olla esimerkiksi kuopiolainen Lääkärikeskus Lupaus.

##### 4.1.2 Julkinen sektori

Pelialustan hinnoittelu on tehty julkiselle sektorille niin, että pelialustaa oletetaan myytävän kunnille ja kaupungeille. Nämä kaupungit ja kunnat on kategorisoitu asukasmäärän mukaan ja pelialustan hinta perustuu myös tähän kategorisointiin. Pieni 5000 asukkaan kunta maksaa pienemmän hinnan, kuin yli 100 000 asukkaan kaupunki. Pelialustan hinnat vaihtelevat 1 500 – 6 500 euron välillä.

TAULUKKO 1. Pelialustan hinnat asukasmäärien mukaan

Asukasmäärä	Pelialustan käyttölisenssin hinta
200 000 +	6 500 €
100 000 – 199 999	5 000 €
50 000 – 99 999	3 500 €
20 000 – 49 999	3 000 €
10 000 – 19 999	2 000 €
1 000 – 9 999	1 500 €

#### 4.2 Mobiiliapplikaatio

Ensimmäisissä applikaation hinnoittelun laskelmissa on oletettu, että yritys käyttää liiketoimintamallinaan freemium – liiketoimintamallia. Oletuksena on myös se, että applikaatiota pystyy mahdollisuuksien mukaan lataamaan Android, iOS, sekä Windows sovelluskaupoista. Applikaation maksuttomuus on suositeltavaa, sillä se lisää potentiaalisten asiakkaiden määrää ja on varsinkin applikaation alkutaipaleella hyvä keino tavoittaa suuret määrät potentiaalisia lataajia. Applikaatio tarjoaa sisäisiä ostoksia, jotka parantavat käyttökokemusta. Sisäisten ostosten hinnoittelussa on käytetty apuna Google Play- sovelluskaupasta löytyvien sovellusten ja niiden lisäsisältöjen hintoja. Maksullisten applikaatioiden arvonlisäverollinen hinta vaihtelee rajusti 0,99 eurosta ylöspäin. Jokaisesta myydystä sovelluksesta Google Play ottaa tapahtumamaksua 30 % (Google).

Applikaation tulonlähde on sovelluksen sisäiset ostokset. Näiden ostosten tekeminen parantaa asiakkaan käyttökokemusta ja lisää myös applikaation käyttöikä. Applikaatiossa voi olla erilaisia ja erihintaisia sisältöjä. Tästä syystä lisäsisältöjä on laskelmissa oletettu olevan yli kymmenen, joiden hinta poikkeaa toisistaan. Halvimman lisäsisällön arvonlisäveroton hinta olisi 0,81 euroa. Asiakas maksaisi tästä siis 1,00 euroa. Ladattavan lisäsisällön suurin arvonlisäveroton hinta olisi 32,26 euroa, josta asiakkaalle tulisi maksettavaksi 40,00 euroa. Yritykselle halvimmasta lisäsisällöstä kertyisi 0,56 euroa ja kalleimmasta 32,26 euron ostoksesta 22,58 euroa sovelluskaupan tapahtumamaksun jälkeen.

Toisessa hinnoittelun laskelmassa on otettu huomioon se, että myös applikaatio olisi maksullinen. Tästä hinnoitteluperiaatteesta löytyy oma tietojen syöttökenttä liitteenä olevista laskelmista tämän opinnäytetyön lopusta. Näissä laskelmissa applikaation arvonlisäverottomaksi hinnaksi on kaavailtu 6,45 euroa, joten kuluttaja maksaisi arvonlisäveron kanssa applikaatiosta 8,00 euroa. On kuitenkin huomioitava, että mikäli myös applikaatio olisi maksullinen, olisi syytä lisäsisällön hintoja muokata suhteessa applikaation hintaan. Tällöin lisäsisältöjen arvonlisäverolliset hinnat voisivat olla 1,00 – 7,50 euroa.

Kolmatta hinnoittelulaskelmaa tehdessä on oletettu, että yritys käyttäisi liiketoimintamallinaan maksuumuria. Applikaatio olisi siis tietyin määrityksin ilmainen, mutta saadakseen parhaan mahdollisen

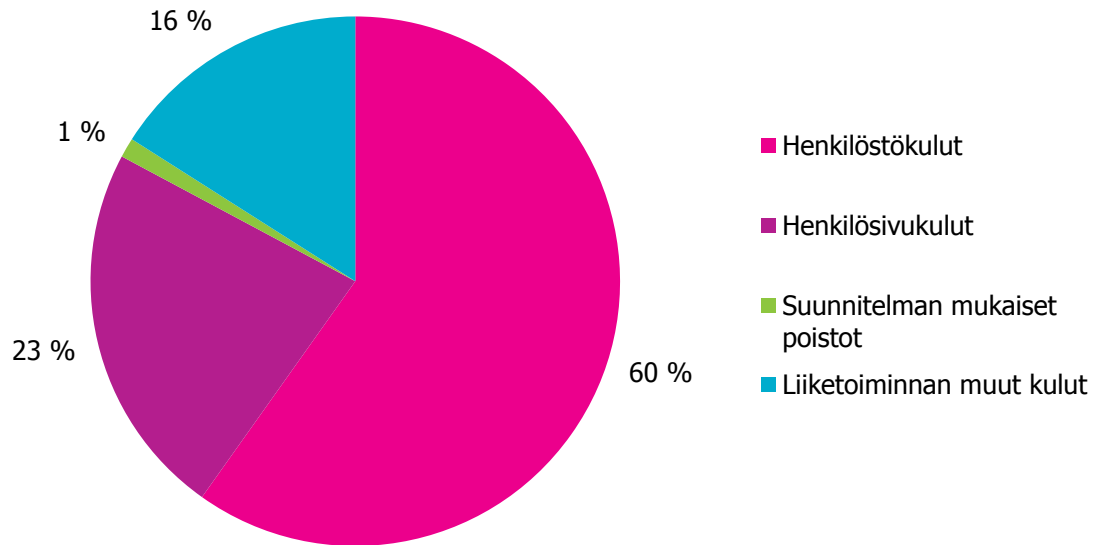
hyödyn applikaatiosta irti, olisi käyttäjän maksettava kuukausittain ennalta määrätty summa. Applikaation arvonlisäverottomaksi hinnaksi on laskettu tässä liiketoimintamallissa 9,68 euroa. Tällöin käyttäjä maksaisi arvonlisäveroineen applikaatiosta 12,00 euroa.

## 5 CASE YRITYKSEN LASKELMAT

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mistä Case Yrityksen tulot ja menot muodostuvat. Tässä luvussa esitetään laskelmia, joissa näihin kysymyksiin on vastattu. Laskelmissa on mietitty jokaisen tekijän minimimäärä, mikä aiheuttaisi Case Yritykselle menoa tai tuloa. Lähtökohtana on, että Case Yrityksessä työskentelisi viisi työntekijää ja tämän tiedon avulla on yritykselle ensin laskettu menot. Tämän jälkeen on yritykselle ryhdytty miettimään sen tulorakennetta. Kun menot on laskettu ensin, on tämän jälkeen Case Yritykselle saatu laskettua tavoiteliikevaihto. Tulojen tulisi kattaa yrityksen menot, eli toisin sanoen laskelmissa on haettu kriittistä pistettä viiden työntekijän kokoisessa yrityksessä. Kriittinen piste tarkoittaa sitä, että yritys tavoittelee tiettyä myyntimäärää tuotteelleen, jolla tuotot kattaisivat kustannukset. Tällöin yritys ei vielä tee voittoa, mutta se ei myöskään tee tappiota tuloksen ollessa nolla. (Järvenpää ym. 2013, 102.) Viiden työntekijän kokoisessa yrityksessä, olisi laskettu tavoiteliikevaihto noin 300 000 euroa. Tuloja on pyritty pohtimaan myös erilaisten tekijöiden, kuten työntekijöiden määrän, muuttuessa. Lisäksi tuloja on pohdittu sekä niin, että Case Yrityksellä olisi myyntituloja ainoastaan Suomessa että vaihtoehtoisesti myös globaalisti. Näiden tekijöiden lisäksi laskelmia on pohdittu siitä näkökulmasta, että Case Yritys keskittyisikin pelkästään mobiiliapplikaation tuottamiseen. Laskelmia tutkittaessa on huomioitava, että luvut ovat suuntaa antavia eivätkä täysin ehdottomia. Tässä kappaleessa tarkastellaan myös Case Yrityksen kannattavuutta.

### 5.1 Case Yrityksen menot

Kaikki mahdolliset menot on laskettu ilman arvonlisäveroa. Menot on lajiteltu tuloslaskelman kaavan mukaisesti ja osa luvuista on pyöristetty raportissa ylöspäin seuraavaan sataan. Suurin osa menoista on laskettu lähteitä apuna käyttäen. Osa luvuista on kuitenkin täysin oman arvion perusteella laskettuja. Se kummalla tavalla luvut on saatu laskettua, kerrotaan erikseen menoja avattaessa. Yrityksellä voi myös olla tilikauden aikana aine-, tarvike-, tai tavaraostoja, mutta näitä menoeriä ei laskelmissa ole huomioitu. Tämä johtuu siitä, että mikäli kyseisiä menoeriä ilmenee, ovat ne erittäin pieniä. Lähes kaikki yrityksen valmistamat tuotteet ovat oletetusti digitaalisessa muodossa. Myös kehittämismenoja voi tulla, mutta näitä ei ole otettu laskelmissa huomioon. Yrityksen menojen on näissä laskelmissa arvioitu olevan noin 300 000 euroa vuodessa viiden työntekijän organisaatiolla. Kuten kuvio 12 voidaan huomata, olisi henkilöstökulut reilusti yli puolet yrityksen menoista. Henkilöstösivukulut mukaan otettuna olisi yrityksen kuluista noin 83 % henkilöstökuluja. Tämä luku poikkeaa suuresti toimialan keskimääräisestä henkilöstö- ja henkilösivukulujen osuudesta kokonaiskustannuksiin. Kyseinen luku on keskimäärin ollut viime vuosina noin 50 % (Toimialaonline).



KUVIO 12. Arvioitu menojakauma viiden työntekijän yrityksessä.

#### 5.1.1 Henkilöstö- ja henkilösivukulut

Yrityksen suurin menoerä on henkilöstön palkka- ja sivukulut. Palkkakulut on laskettu tietotekniikan palvelualan työehtosopimusta apuna käyttäen huomioiden 1.3.2015 alkaen voimaan tulleet vähimmäispalkat. Työehtosopimuksessa on neljä eri palkkatasoa, joista ensimmäinen kuvaa tehtäviä, jotka ovat tyypillisimpiä kyseisellä alalla. Toisella tasolla tehtävät ovat ensimmäistä hieman vaativampia tai monipuolisempia. Kolmannella tasolla tehtävät ovat jo asiantuntijatehtäviä tai tehtäviä, jotka vaativat työnjohtamista. Neljäs taso vaatii työntekijältä jo merkittävää johtamista sekä taloudellista ja toiminnallista vastuuta. (Tietotekniikan Palvelualan Työehtosopimus.)

Laskelmissa on arvioitu, että yritys palkkasi vähintään viisi työntekijää, joista kolmen toimenkuvaan kuuluisi osittainen työnjohtaminen sekä asiantuntijatehtävät. Nämä henkilöt kuuluvat näin ollen palkkaustaso kolmeen, jossa kuukausipalkka on vähintään 3532 euroa. Muut kaksi työntekijää kuuluisivat palkkaustaso kahteen, jolloin heidän kuukausipalkkansa olisi vähintään 2814 euroa. Henkilöstön palkkakulut on laskettu kertoimella 11. Tämä siksi, että työntekijöiden odotetaan olevan yhden kuukauden ajan lomalla. Palkkakulut ovat tällä kertoimella yhden vuoden aikana reilut 178 tuhatta euroa. Palkkakulujen jälkeen yrityksen on hoidettava myös henkilösivukulut, jotka koostuvat seuraavista: työttömyysvakuutusmaksu, työnantajan työeläkevakuutusmaksu, tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus sekä sosiaaliturvamaksu. Näistä tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus vaihtelee toimialasta ja yrityksestä riippuen (Verohallinto). Laskelmissa on itse arvioitu tämän olevan yhden prosentin verran henkilöstökuluista. Sivukulujen yhteenlaskettu prosenttimäärä on näissä laskelmissa noin 23 %.

Muita henkilösivukuluja ovat vuosilomapalkka, lomarahaa, sekä työterveyshuolto. Työterveyslaitos on ilmoittanut, että yhden työntekijän työterveyshuolto maksaa yritykselle keskimäärin 145 euroa vuo-

nessa. Tähän sisältyy myös sairaanhoito. Kela korvaa työterveyshuollon hinnasta 50 – 60 %, riippuen hoidon laadusta. Kulu on kuitenkin maksettava kokonaisuudessaan ja maksun jälkeen yritys voi hakea Kelalta korvausta. (Työterveyslaitos.) Laskelmissa ei ole kuitenkaan huomioitu tätä, sillä Kelan maksama korvaus maksetaan takautuvasti. Viiden työntekijän työterveyshuollon kulut olisivat reilut 700 euroa vuodessa. Vuosilomapalkkalaskelmat on laskettu jakamalla työntekijöiden yhteenlaskettu kuukausipalkka luvulla 25. Tästä on saatu rahapalkka yhdelle päivälle. Tämä taas on kerrottu lomapäivien määrällä, joka oletuksessa on 30. (Työsuojeluhallinto.) Työntekijöiden vuosilomapalkka sekä lomarahat ovat näin laskettuna yhteensä noin 30 000 euroa.

Yrityksellä voi olla myös kehittämismenoja, joita se voi tietyin jäljempänä luetelluin edellytyksin aktivoita. Aktivoitavat menot voivat olla muun muassa henkilöstömenoja mikä tarkoittaa, että kaikkia henkilöstökuluja ei kirjata yrityksen vuosikuluksi kerralla, vaan poistomenettelyn kautta. Kehittämismenoista tehtäisiin näin ollen vuotuinen poisto. Mikäli oletetaan, että esimerkiksi 50 % aiemmin ilmoitetuista henkilöstö- ja henkilöstösivukuluista aktivoitaisiin 25 prosentin menojäännöspoistoina kehittämismenojen kautta, pienenesi yrityksen menot noin 53 000 eurolla. Jotta kehittämismenoja voitaisiin aktivoita, on näiden täytettävä tietyt jäljempänä mainitut edellytykset. On kuitenkin muistettava, että kehittämismenoja aktivoitessa on noudatettava äärimmäistä varovaisuutta (Kirjanpitolaki). Työ- ja Elinkeinoministeriön asettamat edellytykset kehittämismenojen aktivointiin ovat seuraavat:

- 1) aineettoman hyödykkeen valmiiksi saattaminen on teknisesti toteutettavissa siten, että hyödyke on käytettävissä tai myytävissä
- 2) kirjanpitovelvollisella on aikomus saattaa aineeton hyödyke valmiiksi ja käyttää sitä tai myydä se
- 3) kirjanpitovelvollinen pystyy käyttämään aineetonta hyödykettä tai myymään sen
- 4) on todennäköistä, että aineeton hyödyke tulee tuottamaan kirjanpitovelvolliselle vastaista taloudellista hyötyä
- 5) kirjanpitovelvollisen käytettävissä on riittävästi teknisiä, taloudellisia ja muita voimavaroja kehittämistyön loppuunsaattamiseen tai myymiseen
- 6) kirjanpitovelvollinen pystyy määrittämään luotettavasti aineettomasta hyödykkeestä sen kehittämissivaiheessa aiheutuvat menot.” (Työ- ja elinkeinoministeriön asetus kehittämismenojen aktivoinnista).



### 5.1.2 Investoinnit ja suunnitelman mukaiset poistot

Yrityksen on tehtävä tiettyjä investointeja, jotta sen toiminta voidaan aloittaa. Investoinnit ovat luonteeltaan pitkävaikutteisia menoja, jotka kirjanpitolain mukaan aktivoidaan ja kirjataan vaikutusaikanaan suunnitelman mukaan poistoina kuluksi (Kirjanpitolaki).

Kun yritys on vuokrannut toimitilan, tarvitsee sen tehdä hankintoja, jotta henkilöstö pystyy työskentelemään toimitilassa. Näin ollen yrityksen on hankittava muun muassa toimistokalusteita. Toimistokalusteiden lisäksi yrityksen on hankittava tietokoneet ja ohjelmistolisenssit henkilöstölle. Laskelmassa henkilöstölle ohjelmistolisenssiksi on hankittu Unity 3d – ohjelma, jolla voidaan ohjelmoida pelejä Windows, iOS, sekä Android – käyttöjärjestelmille (Unity). Nämä hankinnat eivät kirjaudu kerralla tuloslaskelman menoksi, vaan näiden hankintameno kohdistetaan useammalle tilikaudelle suunnitelman mukaisten poistojen avulla.

Näiden edellä mainittujen hankintojen lisäksi yritys tekee pienhankintoja, jotka voidaan tietyin edellytyksin kirjata kerralla tuloslaskelmaan menoksi. Nämä edellytykset ovat, että pienhankinnan hankintameno on enintään 850 euroa ja pienhankintojen summa tilikauden aikana on enintään 2500 euroa (Tomperi 2013, 36). Pienhankintoja voivat yrityksellä olla esimerkiksi monitoimitulostin sekä matkapuhelimet koko henkilöstölle.

Tuloslaskelmassa henkilöstökuluista seuraavaksi suurin kuluerä on suunnitelman mukaiset poistot. Tämä on laskennallinen kuluerä, jota ei varsinaisesti makseta, vaan kulu on jo toteutunut aiemmin hankintaa tehdessä (Tomperi 2013, 146). Poistoja tehdään taseen pysyvien vastaavien hankinnoista, joilla kirjataan hankinnan kulu kirjanpitoon sen vaikutusaikana. Poisto aika riippuu hankinnan pitoajasta ja se voidaan tehdä tasapoistoin tai menojäännöspoistona. Tämä tarkoittaa sitä, että jos yritys tekee tasapoiston esimerkiksi tietokoneesta, jonka pitoaika on neljä vuotta, jakaa yritys tietokoneen hankintamenon neljällä. Tästä saadaan tasapoiston summa. Jos taas tehdään menojäännöspoisto, lasketaan poistamattomasta hankintamenosta vakimuotoisella prosentilla vuotuinen poistomäärä.

Yrityksen poistoihin sisältyy toimistokalusteet, tietokoneet sekä ohjelmistolisenssit. Laskelmissa on oletettu, että toimistokalusteista ja tietokoneista tehdään menojäännöspoistoja suurin sallittu määrä, eli 25 % poistamattomasta hankintamenosta (Laki elinkeinoverotulon verottamisesta). Ohjelmistolisenssistä tehdään puolestaan tasapoisto viiden vuoden ajan. Poistoja kertyisi näin tehtynä ensimmäisen tilikauden aikana vajaat 3600 euroa.

### 5.1.3 Liiketoiminnan muut kulut

Liiketoiminnan muihin kuluihin sisältyvät sellaiset kulut, joita ei ole aikaisemmin mainittu, mutta joihin kuitenkin varsinaisesta liiketoiminnasta (Tomperi, 150). Yrityksellä näitä kuluja ovat vuokra, siivous, vesi ja sähkö, vakuutus, markkinointikulut, puhelinkulut, pienhankinnat, yrityksen perustamiskulut sekä palvelin- ja webhotellikulut. Näiden kulujen lisäksi liiketoiminnan muihin kuluihin on si-

sällytetty Google Wallet rekisteröintimaksu, mitä tarvitaan, jotta mobiiliapplikaatiota voidaan kaupata Android – kauppapaikassa. Edellä mainittujen kuluja lisäksi yrityksellä voi olla myös kirjanpitolvelumaksuja, mikäli yritys ei itse hoida kirjanpitoa. Myös toimistokuluja, kuten paperi ja väriaineostoja, voi olettaa yrityksellä olevan jonkin verran. Nämä on otettu myös huomioon laskelmia tehdessä. Kirjanpitolvelun hinta on saatu omaa kokemusta ja arviota apuna käyttäen sekä miettimällä Case Yrityksen mahdollisten kuukausittaisista kirjanpitolventien määrää. Kirjanpitolvelun hinta on näin arvioitu olevan noin 3000 euroa vuodessa. Toimistokulujen taas noin 1200 euroa.

Vuokratulot on laskettu tutkimalla eri puolilla Kuopiota vuokrattavissa olevia toimitiloja. Näiden pinta-ala on ollut noin 100 neliötä, jonka kokoinen toimitila on yritykselle vuokrattu laskelmissa. Toimitilan vuokra on saatu laskemalla ilmoituksista keskimääräinen neliöhinta, joka on noin 12 euroa / m<sup>2</sup>. Arvioidut vuokratulot ovat siis noin 14 500 euroa vuodessa. Siivouskulut on laskettu tutkimalla siivouspalveluita tuottavien yritysten hintoja samalla olettaen, että toimitilan siivous suoritettaisiin keran viikossa. Laskettu vuotuinen siivouskulu olisi näin ollen noin 1600 euroa. Vesi- ja sähkökulut olen pyrkinyt laskemaan oman talouteni kuluja apuna käyttäen. Karkeasti arvioituna vuotuiset vesi- ja sähkökulut ovat noin 3000 euroa.

Case Yrityksen on suositeltavaa ottaa myös erilaisia vapaaehtoisia vakuutuksia. Laskelmissa on arvioitu, että Case Yritys voisi ottaa omaisuus-, keskeytys-, vastuu- sekä oikeusturvavakuutuksen. Nämä kulut on laskettu Pohjolan vakuutuslaskurilla, jotka ovat vajaat 800 euroa vuodessa (Pohjola). Puhelin- ja internetkulut on laskettu omia kuukausittaisia mobiilikuluja apuna käyttäen viidelle työntekijälle. Puhelin- ja internetkulut olisivat näin laskettuna noin 800 euroa vuodessa. Pienhankinnat ovat sellaista kalustoa, joiden hankintahinta on enintään 850 euroa. Pienhankintoja ei kuitenkaan voida kirjata kuin enintään 2500 euroa tilikautta kohden (Tomperi 2013, 36). Yrityksellä pienhankintoja voisi olla muun muassa kahvinkeitin, mikroaaltouuni, työntekijöiden matkapuhelimet sekä monitoimitulostin. Pienhankintojen on laskelmissa arvioitu olevan noin 1000 euroa.

Yrityksen perustamiskulut syntyvät siitä, kun yritys rekisteröidään Yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Nämä kulut ovat 330 euroa (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä). Case Yrityksen palvelin- ja webhotellikulut ovat yhteensä noin 1700 euroa vuodessa. Tämä summa on saatu tutkimalla erilaisia tarjolla olevia paketteja ja näiden hintoja. Google Wallet rekisteröintimaksu, mikä on kirjoitushetkellä 25 dollaria, vaaditaan jotta yritys voi kaupata mobiiliapplikaatiotaan Googlen Android- sovelluskaupassa (Google). Dollarimuotoinen rekisteröintimaksu oli vuonna 2014 lokakuun 29. päivän valuuttakurssien mukaan euroissa noin 20 euroa (Kauppalehti).

#### 5.1.4 Markkinointikulut

Jotta Case Yritys menestyisi tällä erittäin kilpaillulla toimialalla, tulisi sen keskittyä erittäin tarkasti markkinointiin. Yrityksen ja sen tuotteiden markkinointi on yksi tärkeimmistä tekijöistä toimivan tuotteen ohella, jotta yritys menestyisi toimialalla. Tästä syystä markkinointiin tulisi panostaa todella paljon varsinkin yrityksen ja tämän ensimmäisten tuotteiden alkuvaiheessa. Markkinointikuluja voi syntyä erilaisille messuille osallistumalla, mikä voi olla todella iso yksittäinen menoerä yritykselle.

Tästä saatava hyöty voi kuitenkin olla todella suuri, sillä messut ovat yksi parhaimmista keinoista saada itsensä ja tuotteensa suuren kansan tietoisuuteen. Markkinointiin on syytä panostaa senkin takia, että tällä hetkellä pelimarkkinoita hallitsevat suuret peliyhtiöt. Nämä yhtiöt ovat taserakenteeltaan muita peliyhtiöitä huomattavasti suurempia ja pystyvät tämän ansiosta keskittämään erittäin suuriakin resursseja markkinointiin. Näiden suurten peliyhtiöiden kyvystä panostaa markkinointiin kertoo jo pelkästään se, että nämä mainostavat tuotteitaan jopa televisioissa ympäri maailman. Tämän lisäksi tv-mainoksissa esiintyy hyvin useasti kyseisen maan tunnetuimpia näyttelijöitä tai muita kuuluisuuksia. (Koskinen 2014.)

Yrityksen arvioidut vuosittaiset markkinointikulut on laskettu olevan noin 20 000 euroa. Tähän summaan sisältyisi erilaisille messuille osallistuminen, mikä on erittäin tehokas tapa markkinoida omia tuotteita ja löytää mahdollisia yhteistyökumppaneita sekä rahoittajia. Messuille osallistuminen kustantaisi yritykselle keskimäärin noin 3500 euroa sekä tämän lisäksi mahdolliset matka- ja hotellikustannukset (DigiExpo). Messuille yritys osallistuisi 3-5 kertaa vuodessa ja tapahtumia voisi olla ympäri Eurooppaa. Messujen keskimääräiset kustannukset on laskettu DigiExpo messujen hinnastoa apuna käyttäen.

Markkinointikuluihin on sisällytetty messuille osallistumisen lisäksi muusta markkinoinnista aiheutuneita kuluja oman arvion mukaan. Näitä kuluja voivat olla esimerkiksi internet- tai lehtimainonta. Näiden kulujen osuus vuosittaisesta markkinointikulusta olisi noin 2500–5000 euroa. Mikäli Case Yritys haluaisi olla mahdollisimman hyvin esillä, ei tämäkään summa vielä riitä markkinointikulujen kattamiseen. On myös muistettava, että itse tuote voi olla jo osana markkinointia muun muassa tyylikkään ulkoasun avulla (Juvonen 2014).

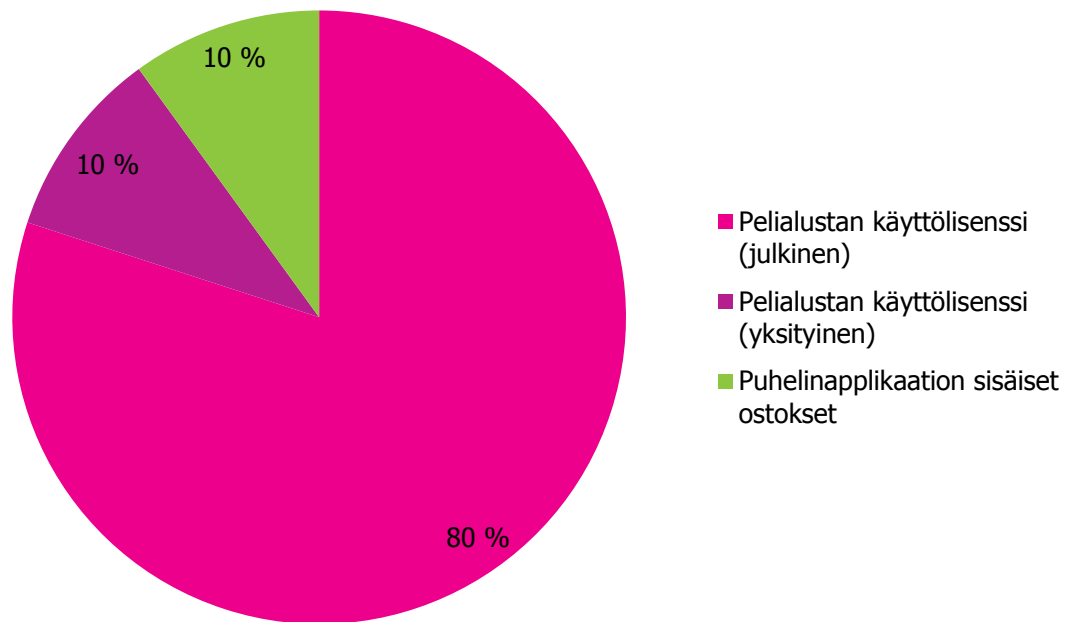
## 5.2 Case Yrityksen tulot

Aikaisemmin arvioitujen menojen perusteella Case Yrityksen kriittisen liikevaihdon pitäisi olla noin 300 000 euroa. Opinnäytetyön laskelmissa Case Yrityksen kassaan maksut eli tulot voivat rakentua kahden erilaisen tuotteen ja kolmen erilaisen vaihtoehdon perusteella. Ensimmäisessä vaihtoehdossa yritys myisi sekä pelialustaa että mobiiliapplikaatiota ainoastaan Suomen markkinoilla. Toisessa vaihtoehdossa yrityksen tulovirta syntyisi pelialustan sekä mobiiliapplikaation globaalista myynnistä. Kolmas ja viimeinen vaihtoehto olisi valmistaa pelkkää mobiiliapplikaatiota, jota myytäisiin globaaleilla markkinoilla maksimaalisen potentiaalinsa saavuttamiseksi.

### 5.2.1 Pelialustan sekä mobiiliapplikaation myynti Suomessa

Ensimmäinen vaihtoehto, josta Case Yritys voisi hankkia tulonsa, on, että yritys myisi sekä pelialustaa että mobiiliapplikaatiota Suomessa. Tuloslaskelmaa tarkasteltaessa yrityksellä voi olla myös liikevoiton muita tuottoja, mutta tätä ei ole huomioitu erikseen laskelmissa, vaan kaikki tulot tulevat oletetusti pelialustan ja mobiiliapplikaation myynnistä. Yrityksen liikevaihdon ei ole huomioitu sitä, että myyntiä tapahtuisi myös ulkomaille. Tämä johtuu siitä, että ensimmäisessä vaihtoehdossa oletuksena on se, että tuotteet on ensin suunniteltu ja julkaistu suomen kielellä, ennen kuin tuotteita

lähdetään viemään ulkomaille. Laskelmissa on oletuksena, että yrityksen menot ovat samat kuin aiemmin tässä työssä on mainittu viiden työntekijän yrityksellä.



KUVIO 13. Arvioitu tulojakauma ensimmäisessä vaihtoehdossa.

Kuten jo aikaisemmin on mainittu, pelialustaa myydään sekä yksityiselle että julkiselle sektorille. Yksityisellä sektorilla asiakkaita odotetaan olevan selvästi vähemmän ja tulojen tämän myötä myös pienemmät. Suurin osa yrityksen tuloista onkin arvioitu tulevan kunnilta ja kaupungeilta, mikä voisi kattaa noin 80 % tuloista, kuten kuvioista 13 nähdään. Laskelmissa on oletettu, että Suomen neljä suurinta kaupunkia ostavat oikeudet käyttölisenssiin. Pelkästään tämä neljän lisenssin myynti tietäisi jo 26 000 euron myyntituloa. Laskelmissa on oman harkinnan perusteella arvioitu, että pelialustan käyttölisenssiä pitäisi myydä noin 97 kunnalle tai kaupungille, jotta pelialustan myynnistä saataisiin riittävästi tuloja. Kuntien määrä voi vaihdella kuitenkin huomattavasti, riippuen siitä kuinka isosta kunnasta olisi kyse, joka pelialustan käyttölisenssin haluaisi ostaa. Yksityisellä sektorilla tulonodotukset ovat pienemmät verrattuna julkismyyntiin. Yhteensä asiakkaita oletuksena olisi noin 50, joista useamman toimipisteen yrityksiä olisi noin 10 %. Myynti yksityiselle sektorille kattaisi noin 10 %, eli noin 30 000 euroa liikevaihdon osuudesta.

Mobiiliapplikaation myynti tapahtuisi sovelluskauppojen kautta. Itse applikaatio voisi olla ilmainen, riippuen liiketoimintamallista, joten tulovirta tapahtuisikin applikaation sisäisten ostosten kautta. Sovelluskauppa ottaa jokaisesta myydystä applikaatiosta tai sisältömyynnistä tapahtumamaksun, joka on Googlen sovelluskaupassa 30 % arvonlisäverottomasta hinnasta ja tätä on käytetty myös laskelmissa (Google). Laskelmissa on arvioitu, että lisäsisällön ostoja tarvittaisiin vuodessa noin 53 000, jotta tavoite saavutettaisiin mobiiliapplikaation myynnissä. Kyseinen luku tosin muuttuisi, jos yritys myisi erihintaisia lisäsisältöjä. Euroina tämä noin 53 000 lisäsisällön myynti olisi noin 30 000 euroa vuodessa.

## 5.2.2 Pelialustan sekä mobiiliapplikaation globaali myynti

Toisessa vaihtoehdossa yritys myisi sekä pelialustaa että mobiiliapplikaatiota maailmanlaajuisesti. Tuotteista ainakin mobiiliapplikaation tulisi olla englanninkielinen, jotta applikaatiolla olisi potentiaalia menestyä. Laskelmissa on oletettu, että yrityksen tuloista noin 60 % tulisi mobiiliapplikaation myynnistä ja loput pelialustan myynnistä. Pelialustan myynnistä oletuksena on, että noin 67 % tulisi julkisen sektorin puolelta ja loput 33 % yksityisen sektorin puolelta. Euroina tämä olisi noin 89 500 euroa julkiselta ja noin 30 000 euroa yksityiseltä sektorilta vuodessa. Mobiiliapplikaation tulot tulisivat lisäsisällön myynnistä. Laskelmissa on huomioitu ainoastaan, kuinka paljon yrityksen pitäisi myydä edullisinta lisäsisältöä. Tämä olisi vuodessa noin 315 000 lisäsisältö myyntiä eli noin 26 000 myyntiä kuukaudessa. Euroina lisäsisällön myynnistä tulisi siis noin 179 000 euroa.

TAULUKKO 2. Pelialustan ja mobiiliapplikaation globaali myynti

	Osuus prosentteina	Osuus euroina
Pelialusta	33 %	119 500 €
• Julkinen sektori	75 %	89 500 €
• Yksityinen sektori	25 %	30 000 €
Mobiiliapplikaatio	67 %	179 000 €
Yhteensä	100 %	298 500 €

## 5.2.3 Mobiiliapplikaation globaali myynti

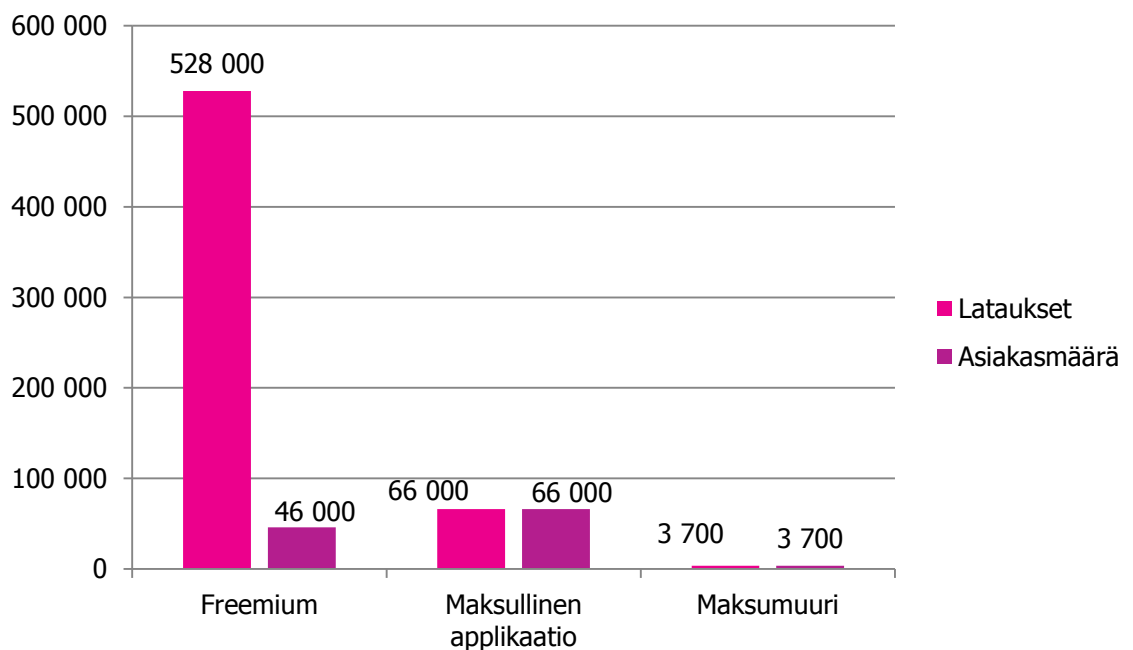
Kolmas vaihtoehto on, että Case Yritys keskittyisi pelkästään mobiiliapplikaation kehittämiseen ja julkaisemiseen. Tämä voisi olla hyvä keino keskittää kaikki resurssit yhteen kohteeseen, mikä takaisi maksimaalisen työtehokkuuden ja saattaisi myös nopeuttaa applikaation kehittämisäikää. Mobiiliapplikaation myynnissä on otettu huomioon kolme erilaista liiketoimintamallia, joilla yritys voisi applikaatiota tarjota. On myös mahdollista, että kaikkia näitä kolmea liiketoimintamallia käytettäisiin yhdessä. Jotta yritys voisi keskittyä pelkän mobiiliapplikaation kehittämiseen, olisi yrityksen julkaistava applikaatiosta vähintäänkin englanninkielinen versio. Tuloissa on huomioitu provisio, jonka sovelluskauppa ottaa jokaisesta myynnistä. Tämä provisio on 30 %.

Ensimmäisessä liiketoimintamallissa, eli freemium:ssa tavoitteena on saada runsas käyttäjämäärä applikaatiolle, joista osa olisi myös valmis maksamaan lisäsisällöstä ja käyttökokemuksen parantamisesta. On kuitenkin huomattava se, että ainoastaan noin 5 % freemium – applikaation lataajista ostaa lisäsisältöä applikaatioon (Autosend). Freemium – liiketoimintamalliin on hinnoiteltu 12 eri hintaista lisäsisältöä, joiden arvonlisäverottomat hinnat ovat 0,76 euron ja 30,40 euron välillä ja arvonlisäverolliset hinnat 1,00 – 40,00 euron välillä. Vuonna 2014 tammikuussa freemium – applikaatioita käyttäneet ihmiset kuluttivat keskimäärin 15,27 dollaria (11,49 euroa) kuussa lisäsisältöihin (Swrve). Mikäli oletetaan, että Case Yrityksen asiakkaat ostaisivat ainoastaan edullisinta pakettia, tulisi lisäsisältöä myydä vuodessa reilut 528 000 kertaa, jotta näillä tuloilla saataisiin katettua yrityksen kulut. Tämä vaatisi reilun 44 000 latauksen määrän kuukaudessa. Asiakasmääränä tämä olisi noin 3400 kuukaudessa ja vuodessa vajaat 46 000. Jos asiakkaat puolestaan ostaisivat arvokkainta lisäsisältöä,

tarvitsisi yritys ainoastaan reilut 13 000 latausta vuodessa, jotta sen vuosittaiset kustannukset saataisiin katettua. Kuukaudessa ostoja pitäisi siis olla reilut 1100. Asiakasmääränä vastaavat luvut olisivat reilut 1100 uutta asiakasta vuodessa ja vajaat 100 asiakasta kuukaudessa.

Toinen liiketoimintamalli, jota Case Yritys voisi käyttää, on maksullinen applikaatio maksullisella lisäsisällöllä. Applikaation arvonlisäveroton hinta olisi 6,45 euroa, josta yritys saisi sovelluskaupan proviision jälkeen 4,52 euroa. Jotta tällä mallilla yritys saisi katettua vuosittaiset kustannuksensa, pitäisi applikaatiota myydä vähintään reilut 66 000 kertaa vuodessa ja 5500 kertaa kuukaudessa. Kolmas ja viimeinen liiketoimintamalli voisi olla maksumuuri. Käyttäjät maksaisivat siis kuukausimaksua applikaation käyttämisestä. Applikaation kuukausimaksu olisi 9,68 euroa ilman arvonlisäveroa. Yritys tarvitsisi vajaat 3700 asiakasta kuukaudessa, jotta saisi tällä mallilla katettua vuosittaiset kustannuksensa.

Jos kuviota 14 tarkastellaan lähemmin, huomataan paremmin eri liiketoimintamallien erot. Maksumuuria käyttäessä yritys tarvitsisi huomattavasti vähemmän latauksia tai asiakkaita kattaakseen vuosittaiset menonsa. Freemium – liiketoimintamallia tarkastellessa nähdään, että tarvittava latausmäärä on kahdeksan kertaa isompi kuin maksullisen applikaation latausmäärissä. Asiakasmäärien ero ei kuitenkaan ole yhtä iso näiden liiketoimintamallien välillä. Asiakasmäärien pieni ero johtuu siitä, että freemium – liiketoimintamallissa asiakkaiden oletetaan käyttävän noin 11,50 euroa vuodessa lisäsovellusten hankintaan. Maksullisessa applikaatiossa oletuksena on puolestaan se, että jokaista latausta varten tarvitaan uusi asiakas ja yksi asiakas käyttäisi applikaatioon näin ollen 6,45 euroa ilman arvonlisäveroa.

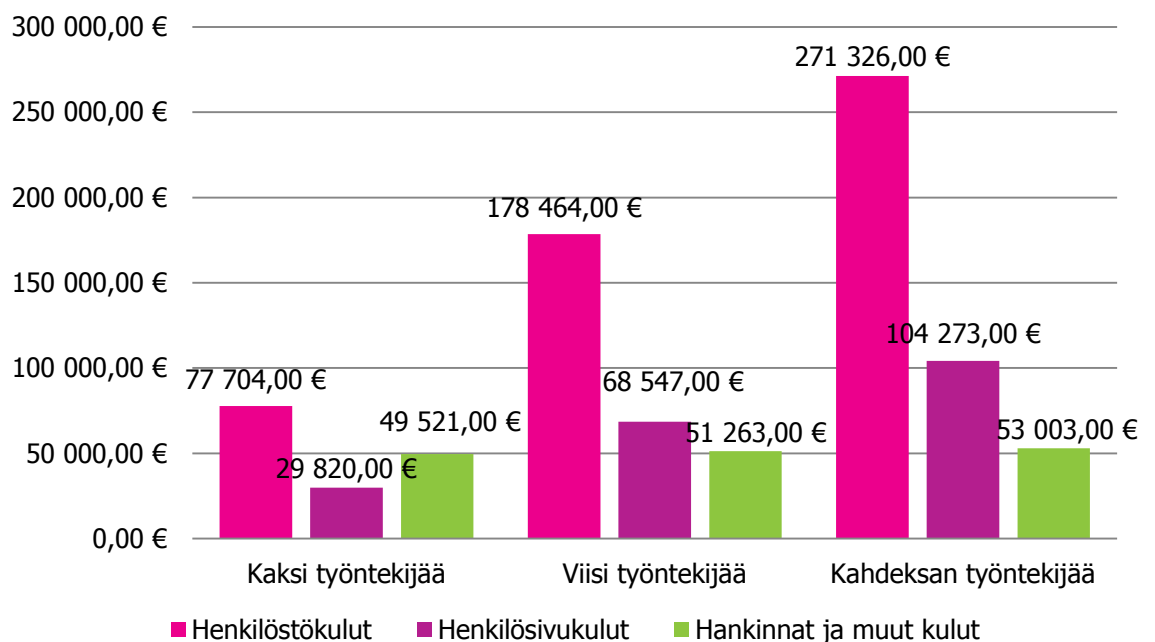


KUVIO 14. Tarvittavat vuosittaiset latausmäärät eri liiketoimintamalleilla.

### 5.3 Yrityksen henkilöstön muutosten vaikutus menoihin sekä tuloihin

Laskelmissa on oletuksena, että yrityksessä työskentelisi viisi työntekijää. Tällöin yrityksen pitäisi tehdä viisi hankintaa muun muassa tietokoneista ja puhelimista. Tällaisista hankinnoista huolimatta, ovat henkilöstökulut selkeästi isoimmat kustannukset yrityksen toiminnassa. Tässä kappaleessa tutkitaan asiaa, jos yrityksessä työskentelisivätkin vähemmän tai enemmän työntekijöitä ja millä tavoin tämä vaikuttaisi yrityksen menoihin. Lisäksi kuinka menojen muutos vaikuttaisi tulotavoitteeseen.

Jos yrityksessä työskentelisivätkin vain kaksi työntekijää, muuttuisivat yrityksen kustannukset huomattavasti. Jos nämä kaksi työntekijää kuuluisivat palkkaustaso kolmeen, olisi heidän vuosittaiset palkkakustannukset noin 78 000 euroa, eli noin 100 000 euroa pienemmät, kuin viiden työntekijän yrityksessä. Lisäksi henkilösivukulut pienenisivät noin 57 prosenttia noin 30 000 euroon, kuten kuviosta 15 voidaan huomata. Myös muut kustannukset pienenisivät vajaan 2000 euron verran. Yrityksen vuosittaiset menot olisivat tällöin noin 157 000 euroa, eli noin 141 000 euroa pienemmät. Jos taas yrityksessä työskentelisi kahdeksan työntekijää, joista kolme kuuluisi palkkaustaso kolmeen ja loput palkkaustaso kahteen, olisi yrityksen henkilöstö- ja henkilösivukulut yhteensä vuodessa noin 375 000 euroa. Lisäksi muut kustannukset olisivat noin 53 000 euroa.



KUVIO 15. Yrityksen henkilöstön määrän vaikutus menoihin.

Tulotavoite pienentyisi myös huomattavasti yrityksen kulujen pienentymisen myötä. Freemium – liiketoimintamallissa 157 000 euron menot saisi katettua jo vajaalla 280 000 edullisimman lisäsisällön vuosittaisella latauksella, eli noin 23 000 latauksella kuukaudessa. Tavoitemäärä latauksissa pieneni siis reilu 47 % edellisestä. Asiakasmäärässä tämä olisi noin 2000 asiakasta per kuukausi. Maksullista applikaatiota yrityksen täytyisi puolestaan myydä vajaat 35 000 vuodessa, eli noin 2900 kertaa kuukaudessa. Maksumuuri-mallissa yritys tarvitsisi vajaat 3700 asiakasta tai tilausta kuukaudessa kattakseen vuosittaiset kustannuksensa.

## 5.4 Johtopäätökset

Aikaisemmissa kappaleissa olen tuonut esille, että hankkeen suurin menoerä on henkilöstö- ja henkilösivukulut. Ensimmäisten kahden tilikauden ajalle kaikkien kulujen kattamiseksi on yrityksen hankittava lainaa. Lainaa hankitaan, sillä yrityksen tuotteille ei ole kovinkaan suuria tulonodotuksia ensimmäisten kahden tilikauden aikana. Vähäinen tulonodotus johtuu siitä, että yrityksen tuotteet ovat vielä kehitysvaiheessa. Kun tuotteet on saatu valmiiksi ja myyntiä voidaan ryhtyä toteuttamaan, on myyntimäärien oltava riittävän suuret, jotta yritys pystyy kattamaan menonsa. Yrityksen on syytä muistaa, että saatua rahoitusta on myös lyhennettävä ja lainan korkoa on maksettava, mitkä ovat myös yksi suuri menoerä tapahtuessaan. Lainanlyhennys alkaa kuitenkin aikaisintaan toisen tilikauden aikana.

Aikaisemmin esiteltyjen laskelmien perusteella Case Yrityksellä on useampi vaihtoehto liiketoiminnan kannalta. Talouden kannalta voisi pc-pelialustan kehittäminen olla hyvä ratkaisu, sillä tätä tarvitsisi myydä selkeästi vähemmän kuin mobiiliapplikaatiota. Mobiiliapplikaatiolla on kuitenkin mielestäni suurempi potentiaali onnistua, sillä applikaatio on välittömästi mahdollista suunnitella globaaleille markkinoille, jolloin tulonodotuksetkin ovat paremmat. Mikäli Case Yritys kuitenkin ryhtyisikin kehittämään pelialustaa, on hyvin tärkeää, että Suomen suurimmat kaupungit saadaan mukaan asiakkaiksi, sillä tätä kautta tulot ovat suuremmat suhteessa asiakasmäärään. Lisäksi pelialusta voi olla helpompi saada näkyville ja pienempien kaupunkien tietoisuuteen, jos sen käyttäjinä ovat jo isoimmat kaupungit. Tämän avulla tuotteelle on myös mahdollista saada niin sanottua ilmaista mainosta.

Jos yritys päättääkin panostaa mobiiliapplikaation kehittämiseen, tulisi tätä kehittää heti useammalla kielellä, jotta asiakaspotentiaali kasvaisi ja yritys saisi applikaatiosta saaduilla tuloilla katettua vuosittaiset menonsa. On kuitenkin muistettava, että yrityksen on mietittävä tarkkaan applikaation liiketoimintamallia, sillä jokainen malli eroaa toisistaan jonkin verran. Ilmaisen applikaation kautta saadut tuotot tulisivat mahdollisten mainosten tai maksullisen lisäsisällön myynnistä, kun taas maksullinen applikaatio toisi heti tuloja kassaan. Kolmesta liiketoimintamallivaihtoehdosta maksumuuri voisi olla Case Yrityksen kannalta järkevin vaihtoehto. Tämä siksi, että yritys tarjoaisi asiakkailleen tuotetta ilmaiseksi, jolloin he pääsisivät jo käyttämään tuotteen joitakin ominaisuuksia, mikä puolestaan toimivalla konseptilla johtaisi pitkällä tähtäimellä Premium-mallin hankintaan. Premium-mallista tarvittava summa yrityksen menojen kattamiseen saataisiin muita liiketoimintamalleja nopeammin applikaation hinnan ollessa arvokkain.

Mobiiliapplikaatiolla voi olla hyvinkin iso potentiaali, mutta pelkästään Suomen markkinoille tuotetta ei ole järkevää tehdä pienten tulonodotusten takia. Pelialustallakin voisi olla potentiaalia isoon myyntiin, mutta mobiilin osuuden kasvaessa pelialustana, ei mielestäni ole suositeltavaa lähteä kehittämään sitä eteenpäin. On kuitenkin odotettavissa, että mobiililaitteet ottavat yhä suurempaa roolia pelaajien keskuudessa.



## 6 POHDINTA

Kun opinnäytetyön loppuvaiheessa pohtii koko prosessia, voi tehtyyn työhön ja saatuihin tuloksiin olla tyytyväinen. Tosin laajempaa kokonaiskuvaa tarkastellessa voisi monia asioita tehdä toisin ja joi-tain asioita jättää kokonaan tekemättä. Jo prosessin alkuvaiheessa olisi tutkimus pitänyt aikataulut-taa paremmin ja suunnitella tarkemmin tehtävät asiat, jotta opinnäytetyö olisi valmistunut aikai-semmin. Esimerkiksi opinnäytteestä pois jäänyt haastattelu olisi pitänyt suunnitella jo kesän 2014 ai-kana eikä vasta myöhemmin seuraavan vuoden alkupuolella, jolloin haastattelu oli jo jätettävä pois suunnitelmista ajan puutteen vuoksi.

Opinnäytteen alkuvaiheessa itse aihe oli täysin tuntematon, mikä lisäsi haastetta työn tekemiseen. Kuitenkin mitä pidemmälle opinnäyte eteni ja mitä enemmän aiheeseen tutustui, huomasit tutkimuk-sen vaikeustason helpottuvan ja oman mielenkiinnon aiheetta kohtaan kasvavan. Jo pelkästään mo-biilialaan tutustuminen kasvatti motivaatiota tutkimaan tarkasti eri yhtiöiden tilinpäätöksiä ja niiden taserakenteita. Samalla oppi hahmottamaan tiettyjä yhtäläisyyksiä toimialan yritysten välillä. Jotta opinnäytetyö olisi ollut kattavampi, olisi tutkimukseen pitänyt sisällyttää hyvinvointi- ja terveystalve-luihin liittyvää tutkimusta. Tutkimus kuitenkin keskittyi ainoastaan pelialaan, mikä oli tietoinen valin-ta, koska omat resurssit eivät olisi riittäneet enää laajempaan tutkimukseen. Hyvinvointi- ja terveystalvelujen tutkimus olisi tuonut toisen perspektiivin opinnäytteeseen, mikä olisi helpottanut jatko-toimenpiteissä valtavasti. Ei kuitenkaan ole poissuljettua, että hyvinvointi- ja terveystalveluista teh-täisiin Health ProPeli – hankkeeseen liittyvä jatkotutkimus jonkun toisen opinnäytetyön osalta.

Opinnäytetyöprosessin aikana olen oppinut paljon lisää laskentatoimesta sekä tutkittavana olleesta toimialasta. Ammattikorkeakouluopintojen aikana ovat talouden tunnusluvut tulleet tutuiksi useam-malla eri opintokurssilla, mutta vasta opinnäytteen aikana näihin lukuihin on toden teolla päässyt pe-rehtymään. Tämän prosessin loppuvaiheessa voi sanoa tuntevansa paremmin mistä kannattavuuden tunnusluvut tulevat, mitä niillä mitataan sekä mitä niiden avulla halutaan saada selville. Sama asia koskee myös vakavaraisuuden tunnuslukuja. On erittäin tärkeää tunnistaa näiden tärkeys yrityksen liiketoiminnassa, sillä tämä asia helpottaa huomattavasti toimivan liiketoiminnan saavuttamisessa. Tämän lisäksi talouden tunnuslukujen tunteminen ja osaaminen auttaa yrityksen päätöksenteossa. Myös yrityksen talousprosessit ovat tulleet hyvin tutuiksi opinnäytteen aikana. On helpompaa ymmär-tää mistä yrityksen menot tai tulot syntyvät ja mitkä asiat niihin vaikuttavat. Esimerkiksi mobiilialalla on tärkeää erottua muista toimivalla ja viihdyttävällä applikaatiolla. Tämä asia puolestaan vaikuttaa asiakkaiden ostokäyttäytymiseen ja yrityksen tulon odotuksiin. Jos tuote ei ole kiinnostava, ei kas-saankaan kerry tuloja. Jotta tuloja voisi kertyä, on myös markkinointi ja esillä oleminen erittäin tär-keää. Tästä syystä suuriinkin menokuluihin on varauduttava erilaisten messukulujen ollessa erittäin suuret.

Opinnäytteen tavoitteet olivat jo prosessin alkuvaiheessa selkeät ja mielestäni saavutin jokaisen pie-nenkin tavoitteen, mitkä tutkimusta tehdessä itselleni ja itse opinnäytetyölle asetin. Tavoitteena oli tutkia Case Yrityksen toimialaa ja tätä kautta selvittää toimialan keskeisiä talouden tunnuslukuja se-kä tehdä näistä luvuista johtopäätöksiä Case Yrityksen kannattavuuden suhteen. Tämä toteutui hy-

vin, sillä saatavillani oli riittävä määrä toimialalla toimivien yritysten tilinpäätöksiä sekä toimialan yleiset tunnusluvut useammalta vuodelta. Näiden pohjalta oli hyvä analysoida toimialaa sekä tehdä johtopäätöksiä. Tavoitteena oli myös toimiala-analyysia apuna käyttäen hahmotella Case Yrityksen mahdollisia talousprosesseja, kuten menoja ja tuloja. Tehtävä oli erittäin haastava, sillä mikään luku ei voi olla täysin ehdoton muuttujien määrän ollessa erittäin suuri. Mielestäni saavutin tämänkin tavoitteen kuitenkin hyvin ja saadut laskelmat ovat hyvä apu jatkossa, mikäli Case Yritys ryhtyisi toteuttamaan liikeideaansa.

## LÄHTEET

- ALASUUTARI, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. [Viitattu 17.10.2015]. Saatavissa: <http://library.ellibs.com.ezproxy.savonia.fi/login/?library=10092&book=9789517685030&language=fi>
- ALHOLA, K. ja LAUSLAHTI, S. 2002. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. [Viitattu 15.10.2015]. Saatavissa: <http://library.ellibs.com.ezproxy.savonia.fi/login/?library=10092&book=951-0-31626-1&language=fi>
- Autosend. Sorry indies, your free app will make you broke. [Verkkosivu]. [Viitattu 6.8.2015]. Saatavissa: <http://autosend.io/blog/should-my-app-be-free-or-paid/>
- Balance Consulting. Tunnusluvut. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.7.2015]. Saatavissa: [www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/](http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/)
- Cambridge Dictionary Online. Freemium. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.7.2015]. Saatavissa: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/business-english/freemium>
- DigiExpo. Osastohinnat ja tapahtuman osallistumisehdot. [Verkkosivu]. [Viitattu 6.10.2015]. Saatavissa: [http://www.messukeskus.com/Sites1/DigiExpo/MaterialBank/DigiExpo2015\\_hinnat\\_ja\\_ehdot.pdf](http://www.messukeskus.com/Sites1/DigiExpo/MaterialBank/DigiExpo2015_hinnat_ja_ehdot.pdf)
- E-conomic. Sanakirja taloustermeille. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.7.2015] Saatavissa: <https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja>
- Google. Oletko uusi Google Play – kehittäjä? Aloita täältä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2014]. Saatavissa: <https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/113468?hl=fi>
- Google. Tapahtumamaksut. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2014]. Saatavissa: [https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/112622?hl=fi&ref\\_topic=6075663](https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/112622?hl=fi&ref_topic=6075663)
- HAMARI, J. 2015. Gamification – Motivations & Effects. Aalto University.
- HILTUNEN, K., KALEVA, J. & LATVA, S. 2013. Mapping the full potential of the emerging health game markets. Sitra Studies 72. September 2013.
- HIRSJÄRVI, S., REMES, P., SAJAVAARA, P. 2007. Tutki Ja Kirjoita. 13. painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- JUVONEN, A. Roviossa tuote on markkinointia. 2015. Kauppalehti. 19 / 2015.

JÄRVENPÄÄ, M., LÄNSILUOTO, A., PARTANEN, V. & PELLINEN, J. 2013. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. 2. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

KAJANUS, M. 2014. Dokumentointi. [Sähköpostiviesti]

Kauppalehti. Valuuttalaskin. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.10.2014]. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/porssi/valuutat/valuuttalaskin.jsp>

KOSKINEN, P. Pelibisneksen säännöt menivät uusiksi. 2014. Kauppalehti. 214 / 2014.

LAINEN, M., BAMBERG, J. & JOKINEN, P. 2007. Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Yliopistopaino.

Laki elinkeinoverotulon verottamisesta. [Verkkosivu]. [Viitattu 31.10.2015]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1968/19680360>

Kirjanpitolaki. [Verkkosivu]. [Viitattu 7.11.2015]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336>

LOIKKANEN, U. 2015. Opinnäytetyö. [Sähköpostiviesti]

MAYCOCK, D. Enterprise Mobile Application Lifecycle – Developing a Process for end to end mobile application development. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.7.2015]. Saatavissa: [http://www.enterprisemanagement360.com/wp-content/files\\_mf/1341922927entlifecycle.pdf](http://www.enterprisemanagement360.com/wp-content/files_mf/1341922927entlifecycle.pdf)

MUNIR, A. 2014. App Monetization: 6 Bankable Business Models That Help Mobile Apps Make Money. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.7.2015]. Saatavissa: <http://info.localytics.com/blog/app-monetization-6-bankable-business-models-that-help-mobile-apps-make-money>

MBA Skool. Cost-Based Pricing. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.8.2015] Saatavissa: <http://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/6742-cost-based-pricing.html>

Pocket Gamer. 2014. Rise and Fall: The numbers behind the lifecycle of mobile games. [Verkkosivu]. [Viitattu 13.7.2015]. Saatavissa: <http://www.pocketgamer.biz/comment-and-opinion/60228/the-numbers-behind-the-lifecycle-of-mobile-games/>

Pohjola. Osta vakuutus. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.10.2014]. Saatavissa: <https://webprod.pohjola.fi/wp/LaskeJaOsta/yr0015c1.asp?vaihe=1>

SAARANEN-KAUPPINEN Anita ja PUUSNIEKKA Anna. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. [Viitattu 5.8.2015] Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>

Savonia. Health Propeli- hanke. [Verkkosivu]. [Viitattu 30.10.2014]. Saatavissa: <http://hp.savonia.fi/index.php/health-propeli-hanke>

Suomen Pankki. Valuuttakurssit – kuukauden keskiarvo. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.10.2015]. Saatavissa: [http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/Pages/tilastot\\_valuuttakurssit\\_valuuttakurssit\\_short\\_fi.aspx](http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/Pages/tilastot_valuuttakurssit_valuuttakurssit_short_fi.aspx)

Suomi on merkittävä toimija globaaleilla terveysteknologian markkinoilla. Kauppalehti – Ilmoitusliite nro 1. 238 / 2014.

Swrve. 2014. The Swrve monetization report – January 2014. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 13.8.2015]. Saatavissa: <http://landingpage.swrve.com/0114-monetization-report.html>

Taloussanomat. Taloussanakirja. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.10.2014]. Saatavissa: <http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/>

Tekes. Skene – Games Refueled. [Verkkosivu]. [Viitattu 30.10.2014]. Saatavissa: <http://www.tekes.fi/Skene/>

Tietotekniikan Palvelualan Työehtosopimus. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 20.10.2014]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/data/tes/stes4602-PT28Tietopal1311.pdf>

Toimiala Online. Tilastokanta. [Verkkosivu]. [Viitattu 1.7.2015]. Saatavissa: <http://www2.toimialaonline.fi/>

TOMPERI, S. 2013. Käytännön Kirjanpito. 21. painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Työsuojeluhallinto. Vuosiloma. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.10.2014]. Saatavissa: <http://www.tyosuojelu.fi/fi/loma>

Työ- ja elinkeinoministeriön asetus kehittämismenojen aktivoinnista. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.10.2014]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2008/20081066>

Työterveyslaitos. Työterveyshuolto - Hyödyt ja kustannukset. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.10.2014]. Saatavissa: [http://www.ttl.fi/fi/tyoterveyshuolto/jarjestaminen/hyodyt\\_ja\\_kustannukset/sivut/default.aspx](http://www.ttl.fi/fi/tyoterveyshuolto/jarjestaminen/hyodyt_ja_kustannukset/sivut/default.aspx)

Unity. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.10.2014]. Saatavissa: <https://store.unity3d.com/?currency=EUR>

Verohallinto. Työnantajan ja työntekijän eläke- ja vakuutusmaksuprosentit 2014. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.10.2014]. Saatavissa: [http://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa\\_Verohallinnosta/Tiedotteet/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Tyonantajan\\_ja\\_tyontekijan\\_elake\\_ja\\_vaku%2830518%29](http://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Tyonantajan_ja_tyontekijan_elake_ja_vaku%2830518%29)

Visionmobile. 2013. Developer Economic 2013: The Tools Report. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 21.7.2015]. Saatavissa: <http://www.visionmobile.com/product/developer-economics-2013-the-tools-report/>

Xamarin. Introduction to the Mobile software development lifecycle. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.7.2015]. Saatavissa: [http://developer.xamarin.com/guides/cross-platform/getting\\_started/introduction\\_to\\_mobile\\_sdlic/](http://developer.xamarin.com/guides/cross-platform/getting_started/introduction_to_mobile_sdlic/)

YRITYSTUTKIMUS RY. 2011. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Hakapaino Oy.

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. Perusta osakeyhtiö verkossa. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.10.2014]. Saatavissa: <http://www.ytj.fi/palvelut/Perusta-osakeyhtio-verkossa>

## LIITE 1

MENOT (viisi työntekijää)	Kerroin 1	Kerroin 2	Luku 1	Luku 2	Yhteensä / vuosi	%
<b>Henkilöstökulut</b>						
Henkilöstöryhmä 1				2 157,00 €	-	
Henkilöstöryhmä 2	2	11		2 814,00 €	61 908,00 €	
Henkilöstöryhmä 3	3	11		3 532,00 €	116 556,00 €	
Henkilöstöryhmä 4				3 706,00 €	-	
					<b>178 464,00 €</b>	<b>59,83 %</b>
<b>Henkilösivukulut</b>						
Työttömyysvakuutus 0,75%		0,75 %			1 338,48 €	
Työnantajan tyelmaksu 17,75%		17,75 %			31 677,36 €	
Tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus 1%		1 %			1 784,64 €	
Sosiaaliturvamaksu 2,14%		2,14 %			3 819,13 €	
Vuosilomapalkka	25	30	16 224,00 €	648,96 €	19 468,80 €	
Lomaraha 50% vuosiloman palkasta		50,00 %			9 734,40 €	
Työterveyshuolto	5			145,00 €	725,00 €	
					<b>68 547,81 €</b>	<b>22,98 %</b>
<b>Suunnitelman mukaiset poistot</b>						
Toimistokalusteet	1	20 %	2 473,00 €		494,60 €	
Tietokoneet	5	25 %	1 702,00 €	8 510,00 €	2 127,50 €	
Ohjelmistolisenssit	1	25 %	3 800,00 €		950,00 €	
					<b>3 572,10 €</b>	<b>1,20 %</b>
<b>Liiketoiminnan muut kulut</b>						
YTI-käsittelymaksu yritystä perustaessa	1			330,00 €	330,00 €	
Markkinointikulut	1			20 000,00 €	20 000,00 €	
Puhelinkulut	5	12		12,90 €	774,19 €	
Palvelin, verkkotunnus, ssl-sertifikaatti	1			1 615,00 €	1 615,00 €	
Toimistokulut	12			100,00 €	1 200,00 €	
Kirjanpitoalvelut	12			250,00 €	3 000,00 €	
Vakuutusmenot	1			775,00 €	775,00 €	
Google Wallet rekisteröintimaksu*	1			20,00 €	20,00 €	
Pienhankinnat	1			1 017,00 €	1 017,00 €	
Toimitilan vuokra	12			1 200,00 €	14 400,00 €	
Toimitilan siivous	52			30,00 €	1 560,00 €	
Toimitilan energia	12			250,00 €	3 000,00 €	
					<b>47 691,19 €</b>	<b>15,99 %</b>
<b>Yhteensä</b>					<b>298 275,10 €</b>	<b>100 %</b>

## LIITE 2

TULOT (viisi työntekijää)	Kerroin 1	Kerroin 2	Luku 1	Luku 2	Yhteensä / vuosi	%
<b>Pelialustan käyttölisenssin myynti (Julkinen sektori)</b>						
Kunnat						
Asukasluku						
200 000+	4		6 500,00 €		26 000,00 €	
100 000 - 199 999	5		5 000,00 €		25 000,00 €	
50 000 - 99 999	10		3 500,00 €		35 000,00 €	
20 000 - 49 999	15		3 000,00 €		45 000,00 €	
10 000 - 19 999	25		2 000,00 €		50 000,00 €	
1000 - 9999	38		1 500,00 €		57 000,00 €	
Koulut						
Korkeakoulut			1 500,00 €		€	-
Toisen asteen oppilaitokset			1 200,00 €		€	-
Peruskoulut			900,00 €		€	-
					238 620 €	80,00 %
<b>Pelialustan käyttölisenssin myynti (Yksityinen sektori)</b>						
Useampi toimipiste	5		1 000,00 €		5 000,00 €	
Yksittäinen toimipiste	45		550,00 €		24 750,00 €	
					29 828 €	10,00 %
<b>Puhelinapplikaation myynti sovelluskaupoissa</b>						
Sovellusmyynti		70 %		€ -	€ -	
					€ -	0,00 %
<b>Puhelinapplikaation lisämyynti sovelluskaupoissa</b>						
Lisäsisällön myynti	53263	70 %	0,81 €	€ 0,56	€ 29 828	
					29 828 €	10,00 %
<b>Yhteensä</b>					€ 298 275	100 %



## LIITE 3

TULOT Mobiiliapplikaatio (viisi työntekijää)									
	Alv 0%	Alv osuus	Alv 24%	Sov.kauppa	Yritys	Latauksia (v)	Latauksia (kk)	Asiakasta (kk)	Asiakasta (v)
<b>Freemium</b>	0,00 €								
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €	528373	44031	3831	45969
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €	352249	29354	2554	30646
	1,61 €	0,39 €	2,00 €	0,48 €	1,13 €	264187	22016	1915	22984
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €	211349	17612	1532	18388
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €	150964	12580	1094	13134
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €	105675	8806	766	9194
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €	70450	5871	511	6129
	8,06 €	1,94 €	10,00 €	2,42 €	5,65 €	52837	4403	383	4597
	11,29 €	2,71 €	14,00 €	3,39 €	7,90 €	37741	3145	274	3283
	14,92 €	3,58 €	18,50 €	4,48 €	10,44 €	28561	2380	207	2485
	20,16 €	4,84 €	25,00 €	6,05 €	14,11 €	21135	1761	153	1839
	32,26 €	7,74 €	40,00 €	9,68 €	22,58 €	13209	1101	96	1149
<b>Maksullinen</b>	6,45 €	1,55 €	8,00 €	1,94 €	4,52 €	66047	5504		
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €				
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €				
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €				
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €				
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €				
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €				
<b>Maksumuuri</b>	9,68 €	2,32 €	12,00 €	2,90 €	6,77 €	44031	3669		
Valuuttakurssi keskiarvo vuonna 2014 1,3285 (Suomen Pankki)									
Keskimääräinen kuukausittainen kulutus per käyttäjä \$15,27 (Swrve) Euroissa 11,49 €									

## LIITE 4

MENOT (kaksi työntekijää)	Kerroin 1	Kerroin 2	Luku 1	Luku 2	Yhteensä / vuosi	%
<b>Henkilöstökulut</b>						
Henkilöstöryhmä 1				2 157,00 €	- €	
Henkilöstöryhmä 2		11		2 814,00 €	- €	
Henkilöstöryhmä 3	2	11		3 532,00 €	77 704,00 €	
Henkilöstöryhmä 4				3 706,00 €	- €	
					<b>77 704,00 €</b>	<b>49,48 %</b>
<b>Henkilösivukulut</b>						
Työttömyysvakuutus 0,75%		0,75 %			582,78 €	
Työnantajan työeläkevakuutusmaksu 17,75%		17,75 %			13 792,46 €	
Tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus 1%		1 %			777,04 €	
Sosiaaliturvamaksu 2,14%		2,14 %			1 662,87 €	
Vuosilomapalkka	25	30	7 064,00 €	282,56 €	8 476,80 €	
Lomarahaa 50% vuosiloman palkasta		50,00 %			4 238,40 €	
Työterveyshuolto	2			145,00 €	290,00 €	
					<b>29 820,35 €</b>	<b>18,99 %</b>
<b>Suunnitelman mukaiset poistot</b>						
Toimistokalusteet	1	20 %	2 473,00 €		494,60 €	
Tietokoneet	2	25 %	1 702,00 €	3 404,00 €	851,00 €	
Ohjelmistolisenssit	1	25 %	3 800,00 €		950,00 €	
					<b>2 295,60 €</b>	<b>1,46 %</b>
<b>Liiketoiminnan muut kulut</b>						
YTJ-käsittelymaksu yritystä perustaessa	1			330,00 €	330,00 €	
Markkinointikulut	1			20 000,00 €	20 000,00 €	
Puhelinkulut	2	12		12,90 €	309,68 €	
Palvelin, verkkotunnus, ssl-sertifikaatti	1			1 615,00 €	1 615,00 €	
Toimistokulut	12			100,00 €	1 200,00 €	
Kirjanpito palvelut	12			250,00 €	3 000,00 €	
Vakuutusmenot	1			775,00 €	775,00 €	
Google Wallet rekisteröintimaksu*	1			20,00 €	20,00 €	
Pienhankinnat	1			1 017,00 €	1 017,00 €	
Toimitilan vuokra	12			1 200,00 €	14 400,00 €	
Toimitilan siivous	52			30,00 €	1 560,00 €	
Toimitilan energia	12			250,00 €	3 000,00 €	
					<b>47 226,68 €</b>	<b>30,07 %</b>
<b>Yhteensä</b>					<b>157 046,62 €</b>	<b>100 %</b>

## LIITE 5

TULOT Mobiiliapplikaatio (kaksi työntekijää)									
	Alv 0%	Alv osuus	Alv 24%	Sov.kauppa	Yritys	Latauksia (v)	Latauksia (kk)	Asiakasta (kk)	Asiakasta (v)
<b>Freemium</b>	0,00 €								
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €	278197	23183	2017	24203
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €	185465	15455	1345	16136
	1,61 €	0,39 €	2,00 €	0,48 €	1,13 €	139098	11592	1008	12102
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €	111279	9273	807	9681
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €	79485	6624	576	6915
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €	55639	4637	403	4841
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €	37093	3091	269	3227
	8,06 €	1,94 €	10,00 €	2,42 €	5,65 €	27820	2318	202	2420
	11,29 €	2,71 €	14,00 €	3,39 €	7,90 €	19871	1656	144	1729
	14,92 €	3,58 €	18,50 €	4,48 €	10,44 €	15038	1253	109	1308
	20,16 €	4,84 €	25,00 €	6,05 €	14,11 €	11128	927	81	968
	32,26 €	7,74 €	40,00 €	9,68 €	22,58 €	6955	580	50	605
<b>Maksullinen</b>									
	6,45 €	1,55 €	8,00 €	1,94 €	4,52 €	34775	2898		
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €				
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €				
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €				
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €				
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €				
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €				
<b>Maksumuuri</b>									
	9,68 €	2,32 €	12,00 €	2,90 €	6,77 €	23183	1932		

## LIITE 6

MENOT (kahdeksan työntekijää)	Kerroin 1	Kerroin 2	Luku 1	Luku 2	Yhteensä / vuosi	%
<b>Henkilöstökulut</b>						
Henkilöstöryhmä 1				2 157,00 €	-	
Henkilöstöryhmä 2	5	11		2 814,00 €	154 770,00 €	
Henkilöstöryhmä 3	3	11		3 532,00 €	116 556,00 €	
Henkilöstöryhmä 4				3 706,00 €	-	
					<b>271 326,00 €</b>	<b>63,30 %</b>
<b>Henkilösivukulut</b>						
Työttömyysvakuutus 0,75%		0,75 %			2 034,95 €	
Työnantajan työeläkevakuutusmaksu 17,75%		17,75 %			48 160,37 €	
Tapaturma- ja ryhmähenkivakuutus 1%		1 %			2 713,26 €	
Sosiaaliturvamaksu 2,14%		2,14 %			5 806,38 €	
Vuosilomapalkka	25	30	24 666,00 €	986,64 €	29 599,20 €	
Lomarahaa 50% vuosiloman palkasta		50,00 %			14 799,60 €	
Työterveyshuolto	8			145,00 €	1 160,00 €	
					<b>104 273,75 €</b>	<b>24,33 %</b>
<b>Suunnitelman mukaiset poistot</b>						
Toimistokalusteet	1	20 %	2 473,00 €		494,60 €	
Tietokoneet	8	25 %	1 702,00 €	13 616,00 €	3 404,00 €	
Ohjelmistolisenssit	1	25 %	3 800,00 €		950,00 €	
					<b>4 848,60 €</b>	<b>1,13 %</b>
<b>Liiketoiminnan muut kulut</b>						
YTJ-käsittelymaksu yritystä perustaessa	1			330,00 €	330,00 €	
Markkinointikulut	1			20 000,00 €	20 000,00 €	
Puhelinkulut	8	12		12,90 €	1 238,71 €	
Palvelin, verkkotunnus, ssl-sertifikaatti	1			1 615,00 €	1 615,00 €	
Toimistokulut	12			100,00 €	1 200,00 €	
Kirjanpito palvelut	12			250,00 €	3 000,00 €	
Vakuutusmenot	1			775,00 €	775,00 €	
Google Wallet rekisteröintimaksu*	1			20,00 €	20,00 €	
Pienhankinnat	1			1 017,00 €	1 017,00 €	
Toimitilan vuokra	12			1 200,00 €	14 400,00 €	
Toimitilan siivous	52			30,00 €	1 560,00 €	
Toimitilan energia	12			250,00 €	3 000,00 €	
					<b>48 155,71 €</b>	<b>11,24 %</b>
<b>Yhteensä</b>					<b>428 604,06 €</b>	<b>100 %</b>

## LIITE 7

TULOT Mobiiliapplikaatio (kahdeksan työntekijää)									
	Alv 0%	Alv osuus	Alv 24%	Sov.kauppa	Yritys	Latauksia (v)	Latauksia (kk)	Asiakasta (kk)	Asiakasta (v)
<b>Freemium</b>	0,00 €								
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €	759241	63270	5505	66055
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €	506161	42180	3670	44036
	1,61 €	0,39 €	2,00 €	0,48 €	1,13 €	379621	31635	2752	33027
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €	303697	25308	2202	26422
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €	216926	18077	1573	18873
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €	151848	12654	1101	13211
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €	101232	8436	734	8807
	8,06 €	1,94 €	10,00 €	2,42 €	5,65 €	75924	6327	550	6605
	11,29 €	2,71 €	14,00 €	3,39 €	7,90 €	54232	4519	393	4718
	14,92 €	3,58 €	18,50 €	4,48 €	10,44 €	41040	3420	298	3571
	20,16 €	4,84 €	25,00 €	6,05 €	14,11 €	30370	2531	220	2642
	32,26 €	7,74 €	40,00 €	9,68 €	22,58 €	18981	1582	138	1651
<b>Maksullinen</b>	6,45 €	1,55 €	8,00 €	1,94 €	4,52 €	94905	7909		
Lisäsisältö	0,81 €	0,19 €	1,00 €	0,24 €	0,56 €				
	1,21 €	0,29 €	1,50 €	0,36 €	0,85 €				
	2,02 €	0,48 €	2,50 €	0,60 €	1,41 €				
	2,82 €	0,68 €	3,50 €	0,85 €	1,98 €				
	4,03 €	0,97 €	5,00 €	1,21 €	2,82 €				
	6,05 €	1,45 €	7,50 €	1,81 €	4,23 €				
<b>Maksumuuri</b>	9,68 €	2,32 €	12,00 €	2,90 €	6,77 €	63270	5273		