



LAUREA

Kartingradan perustaminen Espanjan Aurinkorannikolle



Hyvärinen, Ville & Suominen, Niina

2011 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Kartingradan perustaminen Espanjan Aurinkorannikolle

Hyvärinen, Ville & Suominen, Niina
Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
Kesäkuu, 2011

Hyvärinen, Ville & Suominen Niina

Kartingradan perustaminen Espanjan Aurinkorannikolle

Vuosi 2011 Sivumäärä 69

Espanjan Aurinkorannikolla vierailee vuosittain suuri määrä turisteja. Alue tarjoaa monenlaisia vapaa-ajanviettopaikoja sekä turisteille, että alueella vakituisesti asuville. Opinnäytetyössä selvitetään uuden vapaa-ajanviettopaikan mahdollisuuksia Aurinkorannikon alueella.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka kannattavaa olisi perustaa kartingrata Espanjan Aurinkorannikolle. Perustettavana yrityksenä toimii kuvitteellinen yritys, KartinX. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan liiketoimintasuunnitelman tekoa sekä Espanjaa liiketoimintaympäristönä. Työssä käydään yksityiskohtaisesti läpi myös pienosakeyhtiön perustamisen vaiheet. Yrityksen menestymisen mahdollisuuksia tutkitaan kannattavuuden ja rahoituksen näkökulmista.

Työssä tarkastellaan myös kartingradan perustamiseen liittyviä valintoja yrityksen imagon ja kannattavuuden näkökulmista. Markkinoinnissa hyödynnetään yrityksen eroavuutta kilpailijoista uudehkojen sähkömoottorilla toimivien mikroautojen käytöllä, jotka ovat ympäristöystävällisempiä ja taloudellisempia kuin perinteiset polttomoottorilla toimivat mikroautot.

Työn teoreettinen viitekehys koostuu yrityksen perustamiseen ja markkinointiin pohjautuvasta kirjallisuudesta. Teoriaosuus kulkee yhdessä työn toiminnallisen osan kanssa koko työn ajan. Työstä on haluttu tehdä käytännönläheinen, jotta siitä olisi mahdollisimman paljon hyötyä yritystä perustettaessa.

Espanjan tämänhetkisen taloudellisen taantuman vuoksi ei yritystä olla vielä perustamassa, mutta tilanteen on ennustettu muuttuvan muutaman vuoden sisällä, jolloin yrityksen perustamista kannattaa harkita uudelleen. Toiminnan aloittaminen vaatii alussa suuria investointeja, mutta antaa myöhemmin mahdollisuudet katteelliseen toimintaan, jos asiakasvirrat saadaan tarpeeksi suuriksi.

Hyvärinen, Ville & Suominen Niina

The establishment of a go-kart track in Spain's Costa del Sol

Year	2011	Pages	69
------	------	-------	----

A large number of tourists visit Spain's Costa del Sol every year and the area offers a wide range of leisure activities, both for tourists and permanent residents in the region. This thesis examines the opportunities for a new enterprise in leisure activities.

This thesis aims to evaluate the profitability of a go-kart track in the Costa del Sol. The company to be founded is a fictional company, KartinX, and this report examines the making of a business plan and the feasibility of using Spain as a business environment. The thesis provides detailed information about establishing a limited company. The company's possibilities for success are examined in terms of potential profitability.

The choice of establishing the go-kart track is examined closely in terms of company's image and profitability. The company differs from competitors in that it uses electric go-karts, which are more environmentally-friendly and safer than traditional gasoline go-karts.

The theoretical framework consists of discussion of the literature of business creation and marketing. The theoretical part provides a base for the functional part of creating KartinX. This thesis is designed to be practical so that it could offer a tangible benefit when creating a new business in Spain.

KartinX will not be created at least this year because of the recession in Spain's economy. However, the situation with regard to Spain's economy is predicted to improve in the next few years and then these plans for creating a new company deserve to be reconsidered. A significant investment is required during the creation of a new go-kart track. Later on it should provide a profit if the demand is adequate enough.

Key words Spain, Costa del Sol, limited company, business plan, karting, establishing a company

Sisällys:

1	Johdanto.....	7
2	Liiketoimintasuunnitelma	8
	2.1 Liikeidea	10
	2.2 Toimiala.....	12
	2.3 Toimipaikka	12
	2.4 Osaaminen.....	13
3	Toimintaympäristönä Espanja	13
	3.1 Tapa- ja businesskulttuuri	13
	3.2 Suomalaiset yrittäjät Espanjan aurinkorannikolla.....	14
	3.3 Ulkoinen toimintaympäristö.....	15
	3.3.1 Poliittinen ympäristö	15
	3.3.2 Taloudellinen ympäristö	16
	3.3.3 Sosiaalinen ympäristö	18
	3.3.4 Teknologinen ympäristö.....	21
	3.3.5 Ekologinen ympäristö.....	21
4	Karting	21
	4.1 Moottoreiden vertailu	22
	4.2 Mikroautoradan suunnittelu ja materiaalien valinta.....	24
5	Markkinointisuunnitelma.....	26
	5.1 Asiakkaat ja kysyntä	26
	5.2 Kilpailijat	29
	5.2.1 Funny Beach Karting	30
	5.2.2 Karting Campillos.....	31
	5.2.3 Vahvuudet ja heikkoudet ydinkilpailijoihin nähden.....	32
	5.3 Asiakassuhdemarkkinointi	33
	5.4 Vihreä markkinointi.....	34
	5.5 Mielikuvamarkkinointi ja imago	34
	5.6 Mainonta	35
	5.6.1 Lehti-ilmoittelu.....	36
	5.6.2 Ulkomainonta	37
	5.6.3 Suoramainonta.....	38
	5.6.4 Mainostilan myynti	39
6	Yrityksen perustaminen Espanjaan	39
	6.1 Yritysmuodot	39

6.1.1	Yksityinen elinkeinonharjoittaja, <i>empresario individual</i>	39
6.1.2	Yksityinen yhtiö, <i>sociedad civil</i>	40
6.1.3	Kommandiittiyhtiö, <i>sociedad comanditaria</i>	40
6.1.4	Sivuliike, <i>sucursal</i>	40
6.1.5	Pienosakeyhtiö, <i>S.L.</i>	40
6.1.6	Osakeyhtiö, <i>S.A.</i>	40
6.2	Yritysmuodon valitseminen.....	41
6.3	Perustamisen vaiheet.....	41
6.4	S.L.-pienosakeyhtiön perustaminen.....	42
6.5	Yritysverotus Espanjassa.....	46
7	Yrityksen riskit.....	46
7.1	Riskien luokittelu.....	46
7.2	Riskien jaottelu.....	47
7.2.1	Liikeriskit	47
7.2.2	Tuoteriskit.....	48
7.2.3	Henkilöstöriskit.....	48
8	SWOT-analyysi	49
9	Yrityksen Talouden suunnittelu	53
9.1	Hinnoittelupäätökset	53
9.2	Alkuinvestoinnit	54
9.3	Kannattavuuslaskelma.....	56
10	Johtopäätökset	66
	Lähteet	70
	Taulukot	73
	Liitteet.....	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.

1 Johdanto

Valitsimme opinnäytetyömme aiheeksi yrityksen perustamisen Espanjaan. Olemme kumpikin opiskeluaikana kiinnostuneet yrittäjyydestä ja yrityksen perustamiseen liittyvistä asioista. Olemme menossa suorittamaan työharjoittelua Espanjaan ensi keväänä, joten ajattelimme, että olisi mielenkiintoista tutustua jo opinnäytetyötä tehdessä espanjalaiseen yritystoimintaan.

Olemme usein vierailleet Espanjan aurinkorannikolla ja meillä on vahvat suhteet alueelle. Olimme jo aiemmin pohtineet yhdessä Espanjassa asuvien tuttaviemme kanssa yrityksen perustamista Espanjaan. Ideoita on ollut monenlaisia, mutta lopulta päädyimme pohtimaan tarkemmin karting yrityksen perustamista. Yritys on vielä kuvitteellinen, mutta toteutettavissa myöhemmin. Aurinkorannikon alueella vierailee paljon turisteja, varsinkin kesäaikaan, jolloin alueen väkiluku jopa kolminkertaistuu. Aktiviteetteja alueella on toki paljon, mutta mikroautoratoja ei lähialueilta löydy montakaan.

Opinnäytetyötämme varten tutustuimme liiketoimintasuunnitelman tekoon. Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma kulkee yhdessä teorian kanssa. Perehdyimme myös karting-yrityksen perustamiseen liittyviin valintoihin yrityksen imago- ja kustannusmielessä. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu yrityksen perustietojen lisäksi markkinointisuunnitelma asiakas- ja kilpailija-analyyseineen sekä toimintaympäristön kuvaus. Tarkastelimme myös yritystoimintaan liittyviä riskejä ja laskimme yritystoiminnasta syntyviä kustannuksia.

Teoriapohjana käytimme erilaisia yrityksen perustamiseen, markkinointiin ja riskeihin liittyviä teoksia. Käytimme hyödyksemme myös Internetiä muun muassa etsiessämme tietoa kilpailijoista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on testata liikeidean kannattavuutta ja perustettavan yrityksen menestymisen mahdollisuuksia. Työstä käy ilmi mitä kaikkea uuden yrittäjän tulee ottaa huomioon perustettaessa yritystä Espanjaan ja millainen yrityskulttuuri maassa on

2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen esitys yrityksestä ja sen toiminnasta.

Liiketoimintasuunnitelma on alkujaan amerikkalainen keksintö, mutta sitä voidaan soveltaa erinomaisesti myös muihin toimintaympäristöihin. Liiketoimintasuunnitelma käsittelee yrityksen liikeidean ja sen toteuttamiseen tarvittavat resurssit ja keinot. Siinä käsitellään myös kilpailutilannetta, rahoitusta, riskejä sekä uhkia ja mahdollisuuksia (Puustinen 2004, 61.) Liiketoimintasuunnitelman tulee olla selkeä ja tiivis, se on pituudeltaan alasta riippuen 10-30 sivua. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on ennen kaikkea;

- Selkeä
- Olennaisiin asioihin keskittyvä
- Johdonmukainen
- Tulevaisuutta ennakoiva
- Riskejä tunnistava ja niihin varautuva

(Opetushallitus 2010.)

Liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää hahmottamaan mahdolliset sudenkuopat.

Suunnitelman tekemiseen kannattaa panostaa, sillä se auttaa yrittäjäksi aikovaa kokoamaan ajatuksensa paperille ja tätä kautta pohtimaan ratkaisua sellaisiinkin seikkoihin, joita hän ei ole aikaisemmin ajatellut (Puustinen 2004, 62-64)

Liiketoimintasuunnitelman tulee olla rakenteeltaan juuri sellainen, että yrittäjä itse ymmärtää sen. Kattava suunnitelma on hyödyllinen myös silloin, kun yrittäjä pääsee esittämään sen ulkopuolisille, kuten rahoittajille. Puustisen (2004, 63) mukaan hyvä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään ainakin seuraavat kohdat:

- Tiivistelmä
- Markkina-analyysi
- Oman yrityksen kuvaus
- Rahoitussuunnitelma
- Riskianalyysi

Liiketoimintasuunnitelman teko alkaa taustatiedon keräämisellä. Yrittäjä tarvitsee mahdollisimman paljon tietoa mahdollisista asiakkaista, kilpailijoista sekä toimintaympäristöstä yleisesti.

Tiivistelmän teko jätetään viimeiseksi vaikka sen paikka onkin suunnitelman alussa. Tiivistelmän tarkoituksena on herättää lukijan mielenkiinto ja antaa kiinnostava ensivaikutelma yrityksestä ja sen tarjoamista tuotteista ja palveluista. Tiivistelmästä tulee käydä myös ilmi yrittäjän tavoitteet ja kunnianhimo ja sen kirjoittaminen voidaan aloittaa kertomalla perustettavan yrityksen perustiedot; Yrityksen nimi, sijainti, toimiala, perustajien lyhyt esittely (Puustinen 2004, 62-64.)

Toiminnan käynnistämistä varten on yrittäjän mietittävä millä toimialalla se tulee vaikuttamaan. Toimialoja voi olla monia, joten jokaisen toimialan tilanne ja muutokset tulee arvioida huolella. Yrityksen toimialaa arvioitaessa on kiinnitettävä huomiota yrityksen asemaan toimialalla verrattuna muihin yrityksiin sekä koko toimialan kysyntään. Hyvä toimialan tuntemus voi synnyttää aivan uusia ideoita ja kilpailukeinoja yritykselle (Pitkämäki 2001, 24-27.) Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä kertoa toimialan koosta, sen rakenteesta, ennusteet alan kehityksestä sekä mahdollisista kausivaihteluista eli syklisyydestä (Puustinen 2004, 65).

Seuraavana tiivistelmässä kerrotaan lyhyesti yrityksen tulevasta tuote- ja palveluvalikoimasta ja tiivistetty liikeidea. Tiivistelmän lopussa voidaan kertoa yrityksen tulevaisuudennäkymistä ja mahdollisista riskitekijöistä. Muita liiketoimintasuunnitelman osa-alueita käsittelemme seuraavissa kappaleissa.

Yrityksen perustiedot ja perustajat

Yrityksen nimi:	KartinX
Yhtiömuoto:	Pienosakeyhtiö, <i>sociedad de responsabilidad limitada- S.L.</i>
Yrityksen kotipaikka:	Fuengirola, Espanja
Yrityksen perustajat:	

Nimi:	Ville Hyvärinen
Koulutus:	Tradenomi, ylioppilas
Vahvuudet:	Hyvä laskennassa ja kirjanpidossa, pitkäjänteinen, vahva kokemus moottoriurheilusta
Heikkoudet:	Kokemattomuus yrittäjätoiminnasta, aikataulussa pysyminen
Syyt yrityksen perustamiselle:	Omatoiminen työskentely, haasteet sekä Espanjan kulttuuri kiinnostavat

Nimi:	Niina Suominen
Koulutus:	Tradenomi, ylioppilas/ravintolakokki
Vahvuudet:	Hyvä organisointikyky, asiakaspalveluhenkinen, kokemus ravintolatyöstä.
Heikkoudet:	Laskentatoimi ja kokemattomuus yrittäjyydestä
Syyt yrityksen perustamiselle:	Yrittäjyyden haasteet ja Espanjassa toimiminen kiinnostavat.
Nimi:	Heli Suominen
Koulutus:	Hotellivirkailijan ammattitutkinto
Vahvuudet:	Kielitaito, Kokemus esimiestyöstä
Heikkoudet:	Kokemattomuus yritystoiminnasta ja laskentatoimi
Syyt yrityksen perustamiselle:	Vapaus päättää omasta työstä ja että voi oikeasti vaikuttaa työnsä tulokseen.
Nimi:	Luis Alberto Sanchez Lopez
Koulutus:	Taiteilija, ylioppilas
Vahvuudet:	Vahva kokemus espanjalaisesta kulttuurista, graafinen suunnittelu
Heikkoudet:	Kokemattomuus yrittäjänä toimimisesta,
Syyt yrityksen perustamiselle:	Oma yritys ollut haaveena jo pienestä pitäen.

2.1 Liikeidea

Liikeideasta saadaan vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä?
- Kenelle?
- Miten?

Toisin sanoen liikeidea kertoo mitä yritys tekee ja mitkä ovat sen tuotteet ja palvelut. Se kertoo miksi yritys tulee menestymään sekä millainen on yrityksen asiakaskunta ja ketkä ovat sen kilpailijoita (Puustinen 2004, 50.) Pitkämäen (2001, 10) mukaan ilman hyvää liikeideaa ei ole hyvää yritystä.

KartinX tarjoaa mahdollisuuden mikroautoiluun mielenkiintoisella ja vaihtelevalla kartingradalla laadukkailla mikroautoilla. KartinX:ssa on mahdollista ajaa joko lasten- tai aikuisten autoilla. Radan ja autojen lisäksi yritys tarjoaa kahvilapalveluja ja kokoustilat.

KartinX:ssa on mahdollista järjestää erilaisia juhlia, kuten syntymäpäivä- ja polttarijuhlia. Juhliin sisältyy aina aluksi opastus mikroautojen turvalliseen ajamiseen. Ruuat ja juomat toimitetaan etukäteen tilattuna yrityksen kautta. Eri juhlisiin on tarjolla erilaisia ratkaisuja mikroautoilun suhteen. Kilpailu voidaan käydä ryhmän koosta riippuen esimerkiksi kahdessa erässä, jossa ensin ajetaan aika-ajot ja tämän jälkeen itse kilpailu. Ison ryhmän kohdalla voidaan ajot suorittaa esimerkiksi kolmessa erässä, jossa ensin aika-ajot kahdessa erässä ja parhaiten sijoittuneet ajavat kilpailussa. Kilpailun voittaja saa pokaalin ja kuohujuomaa, jota voidaan suihkia ympäriinsä moottoriurheilukilpailuista tuttuun tapaan palkintokorokkeella.

Ryhmillä on mahdollisuus varata KartinX:n kokoustila käyttöönsä. Tilassa on kaikki tarvittavat välineet kokouksen pitämiseen. Sieltä löytyvät mm. pöydät ja tuolit, valkokangas, videotykki sekä muistiinpanovälineitä KartinX:n puolesta. Kokouksen jälkeen, sitä ennen tai sen puoleksavälissä voivat ryhmät kisata mikroautoradalla toisiaan vastaan. Kilpailu voidaan järjestää samalla tavalla kuin syntymäpäivä- ja polttarijuhlissa.

KartinX pyrkii myös saavuttamaan paikkansa alan harrastajien parissa. Liittymällä paikalliseen karting-klubiin ja alan tapahtumiin voidaan yritys tehdä tunnetuksi myös harrastaja- ja kilpailija piireissä. Tämä voi tuoda mahdollisuuksia karting-kilpailujen järjestämiseen tulevaisuudessa.

KartinX:n kahvilasta asiakkaat voivat ostaa tuoreita täytettyjä patonkeja, salaatteja, virvokkeita, tuorepuristettua mehua sekä makeisia. Osa makeisista on suomalaisia. Ryhmätilaisuuksiin voidaan KartinX:n puolesta järjestää myös lounasta tai illallista.

2.2 Toimiala

Aloittavan yrityksen on tunnistettava alueet, joilla liiketoiminta tapahtuu, jotta se pystyy hahmottamaan ja reagoimaan toimialalla tapahtuviin muutoksiin. Yritys voi toimia useammallakin toimialalla, jolloin sen on hyvä tutustua jokaiseen toimialaan erikseen. Toimialan tutkiminen auttaa yritystä selvittämään sen omaa asemaansa toimialalla, toimialan luonnetta sekä kokonaiskysyntää (Pitkämäki 2001, 24.)

Yrityksen asema toimialalla muotoutuu vähitellen yritystoiminnan käynnistyttyä, kokemuksen ja omien vahvuuksien löydyttyä. Tällöin myös yrityksen liikeidea saattaa tulla eri tavalla esille, se voi kirkastua ja tarkentua. Toimialan tunteminen antaa hyvän pohjan tärkeille päätöksille, sen myötä voi löytyä aivan uusia kilpailutekijöitä, joita yritys voi toiminnassaan hyödyntää. Toimialan luonteen tutkiminen voi antaa tärkeää tietoa myös eri suhdeverkostojen käyttäytymisestä, jotka ovat tärkeitä yrityksen toiminnassa. Toimialan tunteminen auttaa yritystä hahmottamaan kokonaiskysyntää ja laskemaan myös oman markkinaosuutensa. Yrityksen tulee säännöllisesti tarkkailla kysyntää, jotta se pysyy selvillä oman markkinaosuutena suuruudesta (Pitkämäki 2001, 24-27.)

Espanjassa on käytössä kansainvälinen Standard Industrialin luokitus SIC-koodi, joka kertoo mihin toimialaan yritys kuuluu. KartinX kuuluu toimialaan 7999 huvi- ja virkistyspalvelut, *servicios de diversion y recreativos* (Cambraleida, 2011.) Toimiala on laaja ja pitää sisällään monia eri liiketoimintoja.

2.3 Toimipaikka

Yrityksen toimipaikaksi on valittu Fuengirolan kaupunki, joka sijaitsee Espanjan aurinkorannikolla. Fuengirola on suomalaisten ja turistien suosimaa aluetta ja sen väkiluku kolminkertaistuu kesäisin turistien ansiosta. Fuengirolan ja Malagan välillä kulkee junarata, jonka vuoksi liikenneyhteydet alueelle ovat hyvät.

Toimipaikka tulee olemaan Fuegirolassa kauppakeskus MiraMarin läheisyydessä. Kauppakeskus sijaitsee keskeisellä paikalla, ei kuitenkaan aivan keskustassa, hyvien liikenneyhteyksien varrella. Sijainti tarjoaa mahdollisuudet suuriin asiakasmääriin kauppakeskuksen tarjoamien palvelujen vuoksi. Se antaa myös mahdollisuuden toiminnan laajentamiseen, sillä sijainti tulee olemaan keskeinen, mutta ei keskustassa ja kauppakeskuksen läheisyydestä löytyy vielä vapaita tonttialueita.

Toimipaikan sijainti on myös yritysasiakkaille ihanteellinen, sillä Fuengirolassa toimii paljon pieniä suomalaisia ja kansainvälisiä yrityksiä.

2.4 Osaaminen

Yrittäjä ottaa suuren riskin lähtiessään yrittäjäksi alalle, josta hänellä ei ole kokemusta. Pelkkä kokemuskaan ei välttämättä aina riitä, jos ei ole tarvittavaa osaamista. Sen vuoksi yrittäjä voi harkita yrittämistä tiimissä yksinyrittämisen sijaan. Jollain voi olla vahva osaaminen alalta, toinen taas voi olla taiteellisesti lahjakas ja kolmas puolestaan taitava taloushallinnon laskelmissa. Ihmisten eri osaamisalueet auttavat erilaisten mahdollisuuksien ja uhkien tunnistamisessa ja ratkaisut niihin voivat löytyä todennäköisemmin tiimin sisäلتä. Yrittäjyyden tuomat riskit ovat myös jaettavissa useammalle, jolloin henkinen kuormitus ja taloudelliset riskit pienenevät (Puustinen 2004, 50.)

KartinX:n perustajien osaaminen eri aloilta pyritään hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Yrityksen perustamiseen tarvitaan osaamista monelta eri osa-alueelta. Tässä tapauksessa osaamista ja kokemusta löytyy jonkin verran useilta osa-alueilta. Etenkin perustajien kielitaitoa pyritään hyödyntämään, palvelua voidaan toteuttaa espanjaksi, suomeksi, englanniksi sekä ruotsiksi. Niihin osa-alueisiin, joissa osaaminen on vähäisempää, voidaan joko panostaa opetteluun tai ulkoistaa osaamisalue kokonaan toiselle taholle.

3 Toimintaympäristönä Espanja

Yritystoiminnan tarkoituksena on tuottaa tulosta yritykselle, tapahtuupa liiketoiminta missä maassa tahansa. Eri maissa liiketoimintaympäristö voi kuitenkin olla Suomeen verrattuna poikkeava.

3.1 Tapa- ja businesskulttuuri

Kulttuurilla voi olla suuri merkitys perustettaessa uutta yritystä vieraaseen maahan. Uuden markkina-alueen, tapojen ja käyttäytymisen tunteminen on tärkeää. Yrityksen on myös mietittävä sitä, minkälainen merkitys on ihmisten elämäntyyllillä tai suhteiden luonnilla toisessa kulttuurissa (Pitkämäki 2001, 68.)

Espanjalaiset ovat liikeasioissa hyvin konservatiivisia. Liikekumppaneiden valintaan kannattaa panostaa, sillä ystävyys- ja tuttavuusuhdeilla on suuri merkitys espanjalaisessa kaupankäynnissä. Liiketapaamisiin on hyvä tulla ajoissa, vaikka espanjalainen ei itse todennäköisesti ajoissa tulisikaan. Noin 15-30 minuutin myöhästymisen on tässä kulttuurissa hyvin tyypillistä. Liiketapaamisissa ei koskaan mennä suoraan liikeasioihin vaan tutustuminen

aloitetaan small talkilla, joka voi joskus venyä suomalaisesta näkökulmasta katsottuna hyvinkin pitkälle (Toure 2010.) Kohteliaisuus ja muodollisuus ovat olennainen osa kulttuuria, joten teitittely on ainakin alussa tärkeää, mutta liiketapaamisissa siirrytään usein nopeasti sinutteluun. Espanjalaiset keskustelevat mielellään maastaan, joten tutustuminen sen erityispiirteisiin ja historiaan on hyödyllistä. He seurustelevat mielellään paljon ja äänenkäyttö on usein voimakkaampaa kuin suomalaisilla.

Perinteiset toimistoajat ovat Espanjassa 8.00-13.00, jonka jälkeen vietetään muutaman tunnin siesta-aikaa ja nautitaan lounasta. Työt jatkuvat klo 16.00 ja työpäivä päättyy perinteisesti 18.00, mutta usein työpäivä saattaa venyä aina 21.00 saakka.

Espanjalaisten kielitaito rajoittuu usein vain omaan äidinkieleen. Englanninkielen taso on heikko, joten kielen opettelu on erittäin tärkeässä asemassa jos käydään neuvotteluja espanjalaisten kanssa. Vaikka toinen osapuoli puhuisikin englantia, on hyvä opetella muutamia fraaseja espanjaksi jo pelkästään hyvän mielikuvan luomiseksi itsestään.

3.2 Suomalaiset yrittäjät Espanjan aurinkorannikolla

Espanjan aurinkorannikolla on paljon suomalaisia yrityksiä, jotka ovat kohdistaneet palvelunsa erityisesti paikallisille suomalaisille asukkaille sekä Suomesta maassa vieraileville turisteille. Palveluja on saatavilla omalla äidinkielellä laidasta laitaan. Fuengirolaan on jopa perustettu pieni suomalainen kauppakeskus Centro Finlandia, josta löytyy mm. suomalainen ravintola, -elintarvikekauppa, -kauneussalonki, -kiinteistövälittäjä sekä suomalainen asianhoitotoimisto.

Haastattelimme muutamia suomalaisia yrittäjiä saadaksemme realistisen kuvan siitä, millaista yrityksen perustaminen ja yrittäjäyys aurinkorannikolla on. Haastatteluun osallistui Nuppu Sportin omistaja Nuppu Mälkönen, joka on aloittanut toimintansa puoli vuotta sitten. Toinen haastatteluun vastanneista on Miia Paukkunen, joka omistaa yhdessä puolisonsa kanssa Discoteca MaiTain. Paukkunen on toiminut yrittäjänä noin 3 ja puoli vuotta. Molemmat yritykset ovat S.L.-pienosakeyhtiöitä. Kolmas haastateltavamme on Yksityisyrittäjä Keijo Suominen, joka on virallisesti toiminut autonomona noin puolen vuoden ajan. Hänen toimialaansa on korjausrakentaminen.

Kyselimme haastateltavilta, mitä eroa on yrittäjyydellä Suomessa ja Espanjassa. Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin aloittaneet yritystoiminnan vasta Espanjassa, joten heillä ei ole varsinaista vertailupohjaa. Paukkunen arveli, että Espanjassa ei pysty itse hoitamaan niin paljon asioita, kuin Suomessa. Espanjassa usien joudutaan turvautumaan asiantuntijan apuun esimerkiksi verotus- ja tilitoimistoasioissa. Nuppu Sportin Mälkönen arvioi, että maana

Espanja ei ole välttämättä se helpoin yrittäjän kannalta. Tämä selkeytyi seuraavan kysymyksen voimin, kun kysyimme minkälaisiin huonoihin asioihin yrittäjät ovat törmänneet työssään. Mölkönen ja Discoteca MaiTain Paukkunen mainitsivat kumpikin viranomaiskäytännön, joka Espanjassa on tunnetusti hidas ja monimutkainen. Eri virastoiden välillä käyminen kuluttaa niin aloittavan yrittäjän aikaa, kuin rahaakin, virastot ovat auki vain tietyinä aikana päivästä ja yrittäjän on suljettava oma yrityksensä, jotta pääsee hoitamaan asiat. Mälkösen mukaan kukaan ei lähde yrittäjäksi Espanjaan luullen, että itse voi hoitaa kaikki asiat, vaan palkkaa paikallisen gestorian tai muun asianhoitotoimiston. Paukkunen mainitsee henkilöstökulujen tulleen yllätyksenä. Työntekijän palkan lisäksi syntyy muita kustannuksia vielä 50 prosenttia enemmän. Suomisen mukaan Espanjan harmaa talous kukoistaa varsinkin yksityisyrittäjien kohdalla se painaa hintoja alas. Myös paikalliset työajat siestoineen ovat vaatineet totuttelua Suomiselle. Hän mainitsee myös tavaroiden toimitusaikojen olevan viitteellisiä, joten töiden suorittamiseen on laskettava tarpeeksi aikaa.

Lopuksi kysyimme haastateltavilta vinkkejä Espanjaan yrittäjäksi aikovalle. Vastaukset olivat hyvin samansuuntaisia, vastauksia on lueteltuna alapuolella:

- Huolellinen perehtyminen maan taloudelliseen tilanteeseen ja vallitseviin olosuhteisiin
- Harkinnan käyttö yhteistyökumppanien valinnassa
- Asiakaskartoitus, eli onko palvelulle tai tuotteelle tarvetta
- Riittävästä pääomasta huolehtiminen, kaikki maksaa ja paljon
- Espanjan kielen ja kulttuurin tuntemus
- Tuotetta/palvelua kannattaa markkinoida muillekin kuin suomalaisille, sillä suomalaisia on loppupeleissä vain pieni yhteisö

3.3 Ulkoinen toimintaympäristö

Yrityksen toimintaympäristössä voi tapahtua paljon muutoksia lyhyessäkin ajassa. Yrityksen toiminnan kannalta on tärkeää hahmottaa yrityksen nykyinen toimintaympäristö sekä sen mahdolliset muutokset. Jo yritystoimintaa aloitettaessa on tärkeää tutustua tulevaan toimintaympäristöön. Tähän käytämme apuna PESTE-analyysia, joka helpottaa tulevan liiketoiminnan poliittisen-, taloudellisen-, sosiaalisen-, teknologisen- sekä ekologisen ympäristön hahmottamisessa.

3.3.1 Poliittinen ympäristö

Yleiset asenteet ja päätökset yritystoimintaa kohtaan ilmenevät usein poliittisista päätöksistä, joten poliittisten päättäjien asenteet voivat vaikuttaa yritystoimintaan

monellakin tavalla. Poliittista ympäristöä tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon myös mahdolliset muutokset maan omassa sekä koko EU:a koskevassa lainsäädännössä. Tällaisia lakeja ovat mm. työturvallisuutta sekä ympäristönsuojelua koskevat lait.

Valtiomuodoltaan Espanja on parlamentaarinen kuningaskunta, jossa kuninkuus periytyy. Kuninkaana toimii Juan Carlos I ja maan pääministerinä toimii Jose Luis Rodrigues Zapatero. Kuningas toimii seremoniallisena päämiehenä ja tietynlaisena symbolina. Todellinen päätäntävalta on hallituksella. Kuningas esittää pääministeriehdokkaansa edustajainhuoneen hyväksyttäväksi, jonka jälkeen pääministeri myöhemmin nimeää muut ministerit. Espanjan parlamentti koostuu kongressista ja senaatista ja parlamentin vaalikausi on neljä vuotta. Kongressilla on huomattavasti enemmän päätäntävaltaa kuin senaatilla, kongressi voi kumota senaatin päätökset enemmistöllä. Senaatti edustaa pääasiassa Espanjan autonomisia alueita ja se säätää aluehallinnon ja keskushallinnon välisiä lakeja. Kongressin alueita ovat puolestaan provinssit sekä Afrikassa sijaitsevat kaksi autonomista kaupunkia; Ceuta ja Melilla. Seuraavat kansalliset parlamenttivaalit järjestetään maaliskuussa 2012 (Suomen suurlähetystö 2010.)

Espanjaan kuuluu 17 autonomista aluetta, jotka ovat: Andalusia, Aragon, Asturias, Baleaarit, Baskimaa, Cantabria, Castilla y Leon, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, Kanarian saaret, Katalonia, Madridin alue, Murcia, Navarra, Rioja, Valencia sekä Afrikan rannikolla sijaitsevat autonomiset kaupungit; Ceuta ja Melilla. Näiden lisäksi Espanjassa on 50 provinssia sekä 8107 kuntayksikköä, joista suuri osa on pieniä kyliä.

Espanja liittyi Euroopan Unioniin EU:iin vuonna 1986. Euroopan Unionin toimesta tehdyn sopimuksen mukaan, on jokaisella yrittäjällä oikeus sijoittautua mihin tahansa maahan EU:n sisällä. EU pyrkii parantamaan ja lisäämään pk-yritysten toimintaa sekä luomaan paremman liiketoimintaympäristön pk-yrityksille. Espanjan liittyminen Euroopan Unioniin on helpottanut ulkomaalaisten yritysten perustamista maahan.

3.3.2 Taloudellinen ympäristö

Maan taloudellinen kehitys vaikuttaa yrityksen eri tuotannon resurssien hintaan ja kysyntään. Elintason nousu tai lasku vaikuttaa yrityksen tuotteiden tai palveluiden kysyntään. Yrityksen menestyksellisen toiminnan kannalta on tärkeää olla tietoinen maan taloudellisesta tilanteesta, korkotason muutoksista, inflaatiosta sekä talouden ennusteista sekä siitä, miten tilanne vaikuttaa ihmisten kulutustottumuksiin.

Espanjalla on Euroopan viidenneksi suurin talous, joka tarjoaa noin 47 miljoonan ihmisen ja 12 miljoonan talouden markkinat. Lisäksi siellä vierailee vuosittain noin 60 miljoonaa matkailijaa, joista 90 prosenttia on vapaa-ajan matkailua (Toure 2010.)

Espanjan talouden tila alkoi laskea vuoden 2007 aikana ja vuoden 2008 lopulla talous ajautui lamaan. BKT supistui 3,6 prosenttia ja tämä päätti 16 vuoden talouden kasvutrendin. Espanjan talous supistui 3,6 prosenttia vuonna 2009 ja tämän vuoden ennuste on 0,5 prosenttia. Vuodelle 2011 on ennustettu pientä elpymistä. Talouskasvun oletetaan kuitenkin pysyvän pienenä suuren työttömyyden sekä heikon kuluttajakäynnän vuoksi. Espanjan inflaatioluvut ovat olleet Euroopan korkeimpia viime vuosien aikana ja inflaatioennusteita on jouduttu useaan otteeseen nostamaan. Vuonna 2009 Espanjan budjettialijäämä nousi 11,4 prosenttiin ja tämän vuoden ennusteen mukaan se kohoaa 13 prosenttiin. Tämän takia valtion budjettia suunnitellaan leikattavaksi 0,5 prosentilla bruttokansantuotteesta. Kolmen vuoden tavoitteena on säästää 50 miljardia euroa, pääosin valtion menoista. (Toure 2010.) Alla olevasta taulukosta käy ilmi kotitalouksien keskimääräisistä menoista Espanjassa eri hyödykkeisiin:

Vuosiluku	2006	2009
	Keskimääräiset	Keskimääräiset
Kotitalouksien keskimääräiset menot	menot	menot
Yhteensä	100 %	100 %
1. Ruoka ja alkoholittomat juomat	14,4	14,4
2. Alkoholijuomat ja tupakka	1,8	2,1
3. Vaatteet ja jalkineet	6,8	5,8
4. Asuminen, vesi, sähkö ja polttoaine	24,8	29,4
5. Kalusteet, varusteet ja muut kotitalouden kulut	5,9	5
6. Terveys	3	3,2
7. Liikennevälineet	14,7	12
8. Viestintä	2,8	3,1
9. Vapaa-aika	6,9	6,8
10. Koulutus	0,9	0,9
11. Ravintolat, kahvilat, hotellit	9,9	9,4
12. Muut tavarat ja palvelut	7,9	7,8

Taulukko 1: Kotitalouksien keskimääräinen kulutus eri hyödykkeisiin (Household Budget Survey 2009)

Taulukossa on kuvattu kotitalouksien keskimääräisten menojen prosentuaalista jakautumista vuosina 2006 ja 2009. Yhdeksäs vertailukohde, vapaa-aika, on tummennettu, koska pidämme kotitalouksien vapaa-ajan aktiviteetteihin käyttämää taloudellista panostusta merkityksellisimpänä vertailukohtana tästä taulukosta KartinX:n toimintaa ajatellen.

Asuminen, vesi, sähkö ja poltto-aine ovat ainoa vertailukohde joiden aiheuttamat menot ovat kasvaneet merkittävästi vertailtujen vuosien aikana. 4,6 % prosentin lisäys selittyy osittain asuntojen hintojen kallistumisen takia, mikä oli havaittavissa kyseisen ajanjakson aikana. Joidenkin vertailukohtien arvot ovat laskeneet vuodesta 2006 vuoteen 2009 verrattaessa. Merkittävimpana pudotuksena ovat kotitalouksien menot liikennevälineiden käyttöön.

Kotitalouksien rahallinen panostus vapaa-ajan aktiviteetteihin on pysynyt samana yhden kymmenyksen pudotusta lukuun ottamatta. Se on KartinX:n toiminnalle hyvä uutinen ja tärkeä tieto, sillä siitä voidaan havaita että Espanjalaiset kotitaloudet panostavat vapaa-ajan aktiviteetteihin myös taloudellisesti vaikeampina aikoina ja leikkaavat kuluja pienemmiksi muista yleisen kulutuksen osa-alueista. Vuonna 2009, jolloin taloudellinen taantuma on vaikuttanut voimakkaasti myös Espanjassa, kotitaloudet ovat käyttäneet pienemmän osuuden mm. vaatteisiin ja jalkineisiin, ravintoloihin, kahviloihin ja hotelleihin sekä aiemmin mainittuihin liikennevälineisiin.

3.3.3 Sosiaalinen ympäristö

Sosiaalista ympäristöä tarkasteltaessa on yrityksen kiinnitettävä huomiota mm. väestön ikärakenteiden kehitykseen, jolla voi olla suuri vaikutus yrityksen tuotteiden ja palveluiden kysyntään. Myös muuttuvat kulutustottumukset sekä lisääntynyt vapaa-aika ovat sosiaalisia tekijöitä. Nämä liittyvät kuluttajien rakenteeseen eli yrityksen asiakaskuntaan.

Espanjassa on noin 40 miljoonaa asukasta. Malagan provinssi sijaitsee Andalusian alueella, jonka rannikkoseudut ovat myös suomalaisten suosimaa asuinalueita. Aikaisemmin alue oli etenkin suomalaisten eläkeikäisten suosima, mutta nykyään siellä asustaa myös paljon lapsiperheitä sekä työikäisiä suomalaisia. Suomalaisen lisäksi alue kiinnostaa erityisesti myös isobritannialaisia, saksalaisia, marokkolaisia sekä ruotsalaisia. Ulkomaalaisten osuus koko Espanjassa on 8,7 prosenttia, eli noin 3,9 miljoonaa asukasta. Näistä kolmannes on kotoisin Iso-Britanniasta ja 20 000-30 000 on suomalaisia ja suurin osa heistä asuu Aurinkorannikolla. Malagan provinssissa on yhteensä noin 550 000 asukasta, jos lähialueet lasketaan mukaan, on asukasluku noin 1,6 miljoonaa. Espanjan aurinkorannikon suosituin lomakohde on Fuengirola. Siellä asustaa noin 65 000 ihmistä ja kesäkuukausina luku kolminkertaistuu alueella vierailevien turistien vuoksi. Alueen väestöstä noin 25 prosenttia on ulkomaalaisia,

Fuengirolassa vakituisesti asuvia henkilöitä. Fuengirolan pääelinkeino onkin turismi, joka lisää kaupan- ja palvelualan merkitystä elinkeinona (EspanjaWiki 2010; Toure 2010.) Seuraavasta taulukosta käy ilmi turistien kulutuskäyttötymisen kehitys Espanjassa:

vuosi	Menot yhteensä (milj.)	Keskimääräiset menot/henk.	Keskimääräiset menot päivässä/henk.	Keskimääräinen vierailuaika (pv)
2004	43 758 €	864 €	87 €	10
2005	46 006 €	854 €	88 €	10
2006	48 243 €	857 €	90 €	9
2007	51 506 €	875 €	95 €	9
2008	51 906 €	907 €	95 €	9

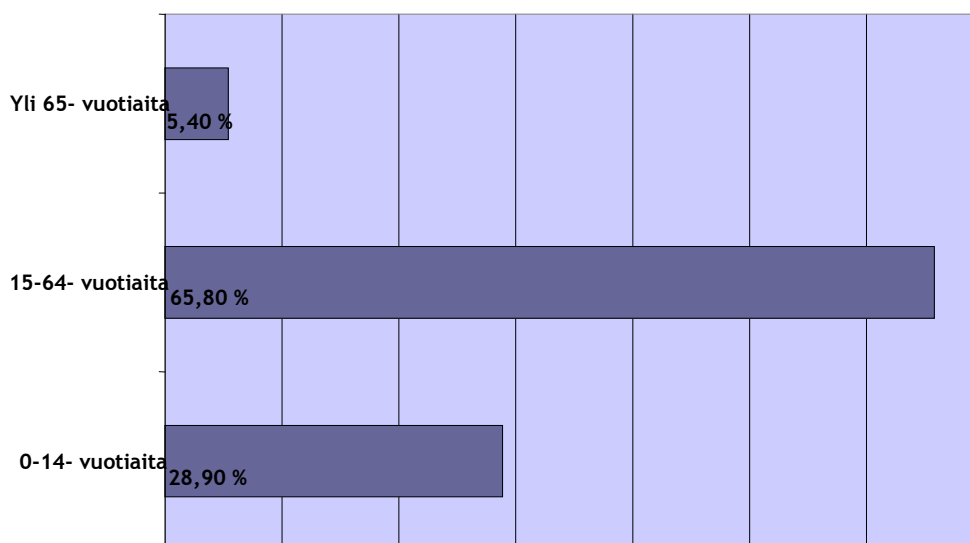
Taulukko 2: Turistien kulutuskäyttötyminen Espanjassa
(Instituto Nacional de Estaticos 2010)

Taulukko käsittää koko Espanjan turismin kulutuskäyttötymisen kokonaisuudessaan, sisältäen majoituksen, palvelut yms. Turistien kulutus yhteensä on vuosittain kasvanut noin 5 prosentin kasvuvauhtia aina vuoteen 2007 saakka, jolloin kasvua edellisvuoteen oli 6,8 prosenttia. Vuonna 2008 kokonaiskulutus nousi enää 0,8 prosenttia vuodesta 2007. Turistien keskimääräinen vierailuaika on vähentynyt yhdellä vuoden 2005 jälkeen.

Vaikka turistien keskimääräinen vierailuaika on lyhentynyt vuodesta 2005 vuoteen 2008 mennessä yhdellä päivällä, voidaan taulukosta havaita, että keskiverto turistin päiväkulutus on kasvanut seitsemällä eurolla vuosien 2005-2008 välisenä aikana. Samaa ajanjaksoa tarkasteltaessa voidaan myös havaita että keskimääräinen lomabudjetti on kasvanut 53 eurolla vaikka keskimääräinen loman pituus onkin lyhentynyt.

Espanjan talouden odotetaan elpyvän hieman vuonna 2011 jolloin on mahdollista että kokonaismenojen kasvun kehitys voisi kiihtyä uudelleen. Globaalin talouden kehitys vaikuttaa myös turistien kulutuskäyttötymiseen ja sen elpymisestä on havaittu signaaleja jo vuoden 2010 aikana.

Espanjassa syntyvyys oli korkeaa aina vuoteen 1975 saakka, mutta nykyään se on Euroopan alhaisinta. Espanjalaisilla perheillä on nykyisin 1,3 lasta. Alla olevasta taulukosta käy ilmi ikäjakauma Espanjassa. 0-14-vuotiaita lapsia on 28,9 prosenttia väestöstä, 15-64-vuotiaita on 65,8 prosenttia ja yli 65-vuotiaita on 5,4 prosenttia.



Taulukko 3: Ikäjakauma Espanjassa 2010

Alueellisesti Malaga tarjoaa hyvät puitteet yrityksen perustamiselle. Alueen väkiluku on suuri sekä lukuisat turistit ovat potentiaalisia asiakkaita. Alla olevassa taulukossa on kuvattu erilaisten espanjalaisten kotitalouksien menoja vuosina 2006-2009.

Kotitalouden tyyppi	Keskimääräiset kotitalouden menot (euron tarkkuudella)			
	2006	2007	2008	2009
Vuosiluku	2006	2007	2008	2009
Keskimäärin	2 634 €	2 771 €	2 811 €	2 699 €
Yksinasuva < 65	20 439 €	20 827 €	21 596 €	20 837 €
Yksinasuva 65 tai vanhempi	12 476 €	14 019 €	15 182 €	15 636 €
Lapseton pariskunta	27 141 €	29 438 €	29 397 €	28 767 €
Pariskunta, joilla lapsi/a	37 865 €	39 345 €	38 977 €	36 747 €
Yksinhuoltaja	25 952 €	26 666 €	27 868 €	26 338 €
Muun tyyppinen kotitalous	34 178 €	35 975 €	35 646 €	33 619 €

Taulukko 4: Keskimääräiset kotitalouden menot Espanjassa, kotitalouden tyyppin mukaan (Household Budget Survey 2009)

Kotitalouksien menot kasvoivat melko tasaisesti vuodesta 2006 vuoteen 2008, mutta vuonna 2009 kustannukset ovat pienentyneet kaikilla muilla kotitalouksilla paitsi yli 65-vuotiailla yksinasuvilla ihmisillä. Eniten menoja ovat leikanneet vuonna 2009 pariskunnat joilla on

lapsia ja alimpana taulukossa esitetty muun tyyppiset kotitaloudet. Molempien kotitalouksien menot ovat pienentyneet vuodesta 2008 yli 2000eurolla.

3.3.4 Teknologinen ympäristö

Teknologian kehityksellä on toimialasta riippuen merkittävä vaikutus. Esimerkiksi tietoliikenteen kehittyminen ja tiedonsiirron nopeutuminen ovat joillakin aloilla yksi kilpailukeinoista. Teknologian kehitys yrityksen toimialalla voi jopa luoda aivan uuden kilpailutilanteen tai muuttaa alalla menestymisen edellytyksiä. Teknologian kehittymistä kannattaa seurata tarkasti, jos haluaa pysyä kilpailussa mukana. Yrityksen tulisi seurata onko alalle tulossa uusia tuotteita tai palvelutapoja sekä millaisia uusia mahdollisuuksia teknologian kehittyminen voi mahdollisesti avata (Pitkämäki 2001, 62-63.)

Tuotekehityksessä ja teknologian yleisessä tasossa on Espanja ollut muita EU-maita jäljessä. Tilanne on kuitenkin jo hieman parantunut ja parannusta ennustetaan tapahtuvan entisestään (Toure 2010.)

3.3.5 Ekologinen ympäristö

Ekologisuudella on nykypäivänä suuri merkitys markkinoinnissa. Ekologisuus, kierrättäminen ja ympäristöystävällisyys ovat tämän ajan trendejä. Niistä käydään paljon keskustelua ja yhä useammat yritykset ovat ruvenneet julkaisemaan ympäristöraportteja.

Jätteiden kierrätykseen on vasta lähiaikoina alettu kiinnittää enemmän huomiota Espanjassa. Ennen roska-astioihin mahtumattomat jätteet saatettiin jättää vain roska-astian viereen, mutta nykyisin siitä voidaan sakottaa. Eri jätteille on Espanjassa oma värikoodinsa, jonka mukaisesti jätteet tulisi jaotella (Espanjainfo 2010.) Espanjalaisen Ecoembresin tutkimuksen mukaan 83 prosenttia espanjalaisista kierrättää ainakin osan jätteistään, kuten purkit, tölkit ja pullot. Ahkerimpia kierrättäjiä ovat 40-45-vuotiaat naiset (Ecoembres 2010)

4 Karting

Karting, toiselta nimeltään mikroautoilu on harrastuksena sopiva koko perheen ajanvietetapa. Monet autourheilua työkseen tekevät ovat aloittaneet uransa jo nuorina ja usein karting on toiminut hyvänä alkuna. Kaikki suomalaiset F1-kuljettajat ovat aloittaneet moottoriurheilu-uransa mikroautoilusta. Laji auttaa kehittämään fyysistä kuntoa, tarkkaavaisuutta ja keskittymistä. Se antaa myös hyvän pohjan nuorille ajokortin hankintaa varten (AKK-motorsport 2010.)

Kartingauto on yksipaikkainen, putkirunkoinen, jousittamaton ja jäykän taka-akselin omaava ajoneuvo jonka voimanlähteenä käytetään 2- tai 4-tahtista polttomoottoria tai sähkömoottoria. Mikroauton rungon tulee joustaa vaakasuunnassa jonkin verran jotta se vaimentaa ajoradasta tulevia iskuja, mutta sivuttaissuunnassa rungon tulee olla jäykkä, jotta se kestää kaarreaajossa syntyvät vääntövoimat (AKK-motorsport 2010.)

4.1 Moottoreiden vertailu

Kartingrataa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon monia asioita. Tärkeimpinä tekijöinä voisi pitää kartingauton moottorin valintaa, radan suunnittelua; ajoradan- ja suojavallien materiaaleja sekä radan rakennetta (AIMS International 2010.)

Seuraavassa taulukossa vertaillaan sähkömoottorin ja polttomoottorin vahvuuksia ja heikkouksia:

<u>SÄHKÖMOOTTORI</u>	<u>POLTTOMOOTTORI</u>
<ul style="list-style-type: none"> + Päästötön + Pitkä huoltoväli + Turvallisuus + Edullinen ylläpito + Moottorin kauko-ohjaus + Ei melua 	<ul style="list-style-type: none"> + Halvempi hankintahinta
<ul style="list-style-type: none"> - Kallis hankintahinta - Akkujen kesto - Hitaampi 	<ul style="list-style-type: none"> - Ei moottorin kauko-ohjausta - Kalliimpi ylläpito - Päästöt - Melu - Tulipalovaara - Lyhyempi huoltoväli

Taulukko 5: Sähkö- ja polttomoottorin vertailu

Sähkömoottorin vahvuudet ja heikkoudet

Sähkömoottorit ovat vasta viime vuosina löytäneet jalansijaa mikroautojen voimanlähteenä ja niiden käyttö tulee yleistymään tulevaisuudessa merkittävästi. Sähkömoottorin yhtenä merkittävänä vahvuutena on sen ympäristöystävällisyys, verrattuna polttomoottoriin. Se on täysin päästötön ja miltei meluton mikä mahdollistaa sähkömoottorisen mikroauton käytön esimerkiksi aivan asutuksen välittömässä läheisyydessä. Sähkömoottorissa on myös pitkät huoltovälit ja sen huoltaminen on yksinkertaisempaa kuin polttomoottorin. Sähkömoottorin ylläpito on halpaa, koska virtaa saadaan akut lataamalla, jolloin ei synny samanlaisia polttoainekustannuksia kuin polttomoottoria käytettäessä (Go-karts-guide 2010.)

Toinen merkittävä vahvuus sähkömoottorilla polttomoottoriin nähden on sen turvallisuus. Sähkömoottorissa ei ole samanlaista palovaaraa kuin polttomoottorissa, jonka toiminnassa käytetään bensiiniä ja öljyjä, jotka ovat erittäin tulenarkoja nesteitä. Sähkövirran käytössä on myös riskinsä, mutta laadukkaita ja nykyaikaisia sähkömoottoreita käyttämällä, sekä huoltamalla niitä oikeaoppisesti pystymme pitämään riskit minimissään (Go-karts-guide 2010.) Sähkömoottorikäyttöisen mikroauton turvallisuutta lisäävä tekijä on moottorin kauko-ohjaus. Henkilökunta pystyy radan varikolta käsin hidastamaan yhden tai kaikkien autojen nopeutta kauko-ohjaimen avulla, joten jos radalla esimerkiksi syntyy onnettomuus tai on jokin muu häiriötekijä, voidaan kaikki mikroautot tarvittaessa jopa pysäyttää (OTL-electric karts 2010.)

Sähkömoottorin merkittävimpana heikkoutena on sen hankintahinta. Sähkömoottorilla toimiva mikroauto on kalliimpi hankintahinnaltaan kuin polttomoottorikäyttöinen. Käyttökustannukset sähkömoottorissa on kuitenkin halvemmat, joten pitkällä aikavälillä tarkasteltaessa sähkömoottorilla varustettujen mikroautojen käyttö on taloudellisesti kannattavampaa. Muita heikkouksia sähkömoottorilla polttomoottoriin nähden on akunkesto ja sähkömoottorin virranlähteenä käytettävien akkujen mikroautoon tuoma paino. Sähkömikroauto on noin puolitoista kertaa painavampi kuin polttomoottori-mallinen. Yhdellä latauskerralla pystyy mikroautolla ajamaan maksimissaan 20 minuuttia, mikä on huomattavasti lyhyempi aika mitä polttomoottorikäyttöisellä mikroautolla ajaa yhdellä tankkauksella. Akunkesto ei kuitenkaan ole merkittävä heikkous, sillä yksi ajokerta radallamme kestää noin 10 minuuttia, jonka jälkeen mikroautoon voidaan vaihtaa täyteen ladattu akku tilalle (Swain 2007.)

Polttomoottorin merkittävimpana vahvuutena on sen halvempi hankintahinta. Muita mainitsemisen arvoisia vahvuuksia emme polttomoottorille löytäneet sähkömoottoriin nähden. Heikkouksia polttomoottorilla on paljon sähkömoottoriin nähden, joista merkittävin on turvallisuus. Polttomoottori käyttää polttoaineenaan bensiiniä ja moottoriöljyä voiteluun, jotka molemmat ovat erittäin tulenarkoja kemikaaleja. Toinen turvallisuuteen vaikuttava seikka on, että polttomoottoriin ei ole saatavilla samanlaista kauko-ohjattavaa moottorinhallintajärjestelmää kuten sähkömoottoriin. Päästöt ovat myös merkittävä

heikkous. Polttomoottorista syntyy pakokaasuja, joiden hengittäminen on ihmiselle haitallista. Sisätiloissa polttomoottoria käytettäessä tulee tilan katossa olla kyseisten kaasujen suodattamiseen tarkoitettut laitteet. Näiden laitteiden hankinnasta syntyisi merkittäviä lisäkustannuksia. Polttomoottorista syntyy myös melua, joten radan pitäisi tällöin sijaita alueella, jossa syntyvästä melusta ei olisi haittaa. Käyttökustannukset polttomoottorilla ovat suuremmat polttoaineen tarpeen takia. Polttomoottoria tulee myös huoltaa useammin kuin sähkömoottoria ja on myös monimutkaisempi huoltaa, jolloin polttomoottorin ylläpitokustannukset ovat suuremmat (Swain 2007.)

Vertailtuamme sähkö- ja polttomoottoria toisiinsa, päädyimme tulokseen, että sähkömoottorilla varustetut mikroautot ovat sopivin vaihtoehto yrityksellemme. Tulemme käyttämään OTL Italy-merkkisiä mikroautoja, jotka ovat valmistettu Italiassa. Syynä OTL Italy:n valintaan oli sen hyvä maine ja selkeä markkinajohtajuus omalla alallaan. Kävimme ennen päätöstämme kokeilemassa kyseisen merkin mikroautoja Powerpark-kartingradalla, joka myös on päättynyt tekemään yhteistyötä OTL Italy:n kanssa (OTL-electric karts 2010.)

Tulemme hankkimaan kahden mallisia mikroautoja radallemme. Junior Kart on pienempi kooltaan sekä teholtaan ja näin ollen soveltuu lapsille 6-vuotiaasta ylöspäin aina teini-ikäisiin asti. Toinen malli Adult Rent DSR on nimensä mukaisesti tarkoitettu aikuisille, sen suuremmasta koosta ja tehosta johtuen. Molemmat mallit ovat suunniteltu vuokrauskäyttöä varten, jolloin autot ovat hyvin kulutuskestäviä, helppoja huoltaa ja hyvin turvavarusteltuja (OTL-electric karts 2010.)

4.2 Mikroautoradan suunnittelu ja materiaalien valinta

Kartingradan oikeaoppinen ja järkevä suunnittelu ovat tekijöitä, joilla on suuri merkitys mikroautoradan turvallisuuteen, sekä myös taloudelliseen näkökulmaan. Kartingrata on suunniteltava käytössä olevien mikroautojen ominaisuuksien perusteella. Mikroauto kääntyy paremmin vasemmalle tai oikealle sen merkistä ja mallista riippuen, jolloin rata tulisi suunnitella siten että suurin osa mutkista kääntyisi kartingauton paremmalle puolelle. Jos rata on sopimaton käytössä oleville mikroautoille, lisää se merkittävästä autojen huoltokustannuksia sekä kasvattaa autojen toimintahäiriöiden riskiä (AIMS International 2010.)

Kartingradan rakentaminen maksaa keskimäärin noin 150-225 euroa metriä kohden, sisältäen radan pohjamateriaalin, turvakaiteet ja -aidat, varikkoalueen sekä radan toimintaan kuuluvat merkkivalot. Hintaan vaikuttaa radan pohjamateriaalin valinta sekä erityyppisten turvavallien hintaerot (AIMS International 2010.)

Kartingradan alustamateriaalien vertailu

Kartingradan alustana voidaan käyttää joko asfalttia tai betonia. Seuraavassa taulukossa vertaillaan asfaltin ja betonin vahvuuksia ja heikkouksia:

<p><u>ASFALTTI</u></p> <p>+ Halvempi valmistuskustannus</p>	<p><u>BETONI</u></p> <p>+ Pitkäkestoinen</p> <p>+ hyvin kulutusta kestävä</p> <p>+ Ei lämpene voimakkaasti auringossa</p> <p>+ Halvemmat ylläpitokustannukset</p> <p>+ Ei kärsi bensa- tai öljy-roiskeista</p>
<p>- Lämpenee auringonpaisteessa</p> <p>- Uusittava muutaman vuoden välein</p> <p>- Turvavallit uppoavat rataa kiinni</p> <p>- Bensa- ja öljyläikät vahingoittavat rataa</p>	<p>- Kalliimpi valmistuskustannus</p>

Taulukko 6: Asfaltin ja betonin vertailu

Vertailllessamme asfalttia ja betonia keskenään, emme löytäneet asfalttipintaisen radan vahvuudeksi muuta kuin sen halvemman valmistushinnan betonipintaiseen rataa nähden. Sen sijaan asfalttipintaisesta radasta löytyy paljon negatiivisia tekijöitä, joka tekee siitä pidemmän päälle kalliimman ylläpidettäväksi betonipintaiseen rataa nähden. Asfaltti voi olla kuumassa auringonpaisteessa betoniin nähden jopa neljäkymmentä lämpöastetta kuumempi pintalämpötilaltaan, mikä vaikuttaa suuresti karting-autojen renkaiden kulumiseen. Karting-autojen huoltokustannuksista jopa 70 % syntyy renkaiden kulumisesta. (AIMS International 2010.)

Asfaltti ei myöskään ole kovin kulutuskestävää. Radan pinnasta mutka-alueet kuluvat nopeimmin ja asfalttipintaisella radalla niihin on uusittava pinta vähintään muutaman vuoden välein. Bensa- ja öljyroiskeet voivat aiheuttaa asfaltin halkeamista jolloin se on uusittava. Asfaltti on melko haurasta materiaalia, minkä takia radan reunoilla olevat turvavallit vajoavat ajan kuluessa asfalttiin, jolloin asfaltti on uusittava säännöllisin väliajoin turvavallien alta (AIMS International 2010.)

Vertailllessamme radan pintamateriaaleja betonipintaisen radan ainoaksi heikkoudeksi havaitsimme sen valmistuskustannuksen. Betonin valmistukseen käytettävät raaka-aineet ovat hintavampia kuin asfaltin valmistukseen käytettävät, mikä tekee betonipintaisen radan rakentamisesta kalliimpaa. Betonipintaisen radan ylläpitokustannukset sen sijaan ovat merkittävästi halvemmat asfalttiin nähden, jolloin betonin käyttö tulee pitkällä tähtäimellä taloudellisemmaksi (AIMS International 2010.)

Betoni on hyvin lämmönsietokykyistä, mikä tekee siitä hyvin kulutuskestävän materiaalin kartingradan alustana. Betoni on myös vaaleampaa väriltään kuin asfaltti, mikä tarkoittaa että sen pintalämpötila pysyy viileämpänä suorassa auringonvalossa ja näin ollen myös kuluttaa karting-autojen renkaita vähemmän. Betonipintaisella radalla ei myöskään synny ongelmaa suojavallien vajoamisesta rataa, koska betonin pinta on huomattavasti asfalttia vahvempaa (AIMS International 2010.)

Kartingradan pintamateriaalien vertailun perusteella päädymme käyttämään betonia tulevan ratamme materiaalina. Vaikka betoniradan rakennuttaminen on kalliimpaa kuin asfalttiradan, tulee betonin käyttäminen todennäköisesti taloudellisemmaksi viimeistään kahden vuoden sisällä radan rakentamisesta, sen edullisten ylläpitokustannusten takia (AIMS International 2010.)

5 Markkinointisuunnitelma

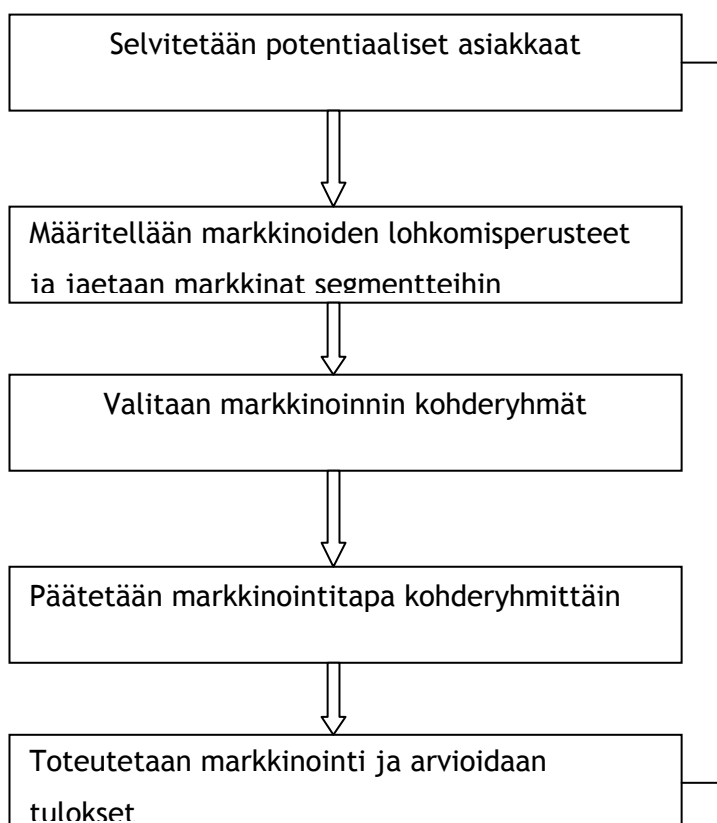
Markkinointisuunnitelman keskeisimpiä lähtökohtia ovat seuraavat asiat:

- Asiakkaiden tarpeiden ja ostoperusteiden määrittäminen sekä segmentteihin jakaminen
- Kilpailutilanne, johon markkinointi tulee sopeuttaa. Kilpailijoiden analysointi heikkouksineen ja vahvuuksineen.
- Toimintaympäristön analysointi
- Markkinoille tuloa rajoittavien esteiden arviointi

5.1 Asiakkaat ja kysyntä

Yrityksen markkinointia suunniteltaessa tulee valita yritykselle sopiva asiakaskohderyhmä. Kohderyhmiä on usein enemmän kuin yksi, jolloin asiakasryhmien huolellinen segmentointi on tarpeellista. Kohderyhmien valintaa, niiden huolellista määrittelyä sekä tyyppiominaisuuksien

kuvausta kutsutaan segmentoinniksi. Sen tarkoituksena on löytää yrityksen resursseihin ja osaamiseen parhaan tuloksen mahdollistavat asiakasryhmät (Rope 2005, 153.) Huolella tehtyä segmentointia voidaan käyttää hyväksi myös markkinoinnissa. Eri segmenteille voidaan markkinoida yrityksen eri tuotteita tai erilaisia versioita palveluista käyttämällä erilaisia markkinointikeinoja. Tällöin eri tuotteet ja palvelut voidaan räätälöidä kullekin asiakasryhmälle sopiviksi (Lahtinen, Isoviita 2004, 32.)



(Lahtinen, Isoviita 2004, 32)

Uusi yritys voi segmentoinnin avulla ryhtyä selvittämään aluksi potentiaalisia asiakkaita ja jakaa asiakkaat eri asiakasryhmiin eli segmentteihin. Segmentteihin jako voidaan tehdä kovan jakoperiaatteen mukaisesti, jolloin segmentointi tapahtuu esimerkiksi iän, sukupuolen tai tulojen perusteella. Pehmeän jakoperiaatteen mukaan segmentointi tapahtuu puolestaan esimerkiksi elämäntyylin, ostomotivaation tai persoonallisuuspiirteiden perusteella. Pääasia on, että segmentoinnin perusteet ovat yritykselle järkeviä ja käyttökelpoisia. Kohderyhmien selvittämisen avulla voidaan jokaiselle eri segmentille suunnitella erilainen markkinointitaktiikka sekä juuri sille segmentille tarkoitettu tuotepaketti. Kun segmentoitu markkinointi on huolella suunniteltu, voidaan sitä käyttää ja arvioida sen toimivuutta.

Asiakkaiden tyytyväisyys ja toiminnan kannattavuus kertovat segmentoinnin onnistumisesta (Lahtinen, Isoviita 2004, 32-34.)

Ostovoimaa Malagan alueella riittää, sillä alueella asustaa noin 550 000 henkeä ja lähialueet mukaan luettuna henkilömäärä kaksinkertaistuu. Asiakaskunta koostuu pääosin alueella asuvista ihmisistä ja alueella vierailevista turisteista. Näin ollen asiakaskunta tulee olemaan monikulttuurista ja -kielistä.

Asiakasryhmät koostuvat pääosin nuorista moottori-urheilun ystäväistä sekä lapsiperheistä. Yritystä pyritään markkinoimaan myös yrityksille ja eri urheiluseuroille neuvotteluiden pitämiseen ja virkistäytymiseen. Alla oleva taulukko kertoo tiivistetysti KartinX:n asiakasryhmistä, heidän oletetuista ostomotiiveistaan sekä millä tavoin ostomotiiveja voidaan käyttää hyväksi markkinoidessamme palveluja eri asiakasryhmille.

Asiakasryhmä	Ostomotiivi	Markkinointikeinot
Kartingia harrastavat ja kilpailevat nuoret	- Radan haasteellisuus	- Vaihtelevat ratamuunnokset
	- Hinta	- Oman mikroauton säilytysmahdollisuus
Lapsiperheet ja nuoriso	- Oman mikroauton käyttö	- Aikuisten ja lasten autot erikseen
	- Lapsille sopiva	- Syntymäpäiväjuhlat
Ryhmät	- Lisäpalvelut	- Erilaisia palveluja erityisesti ryhmille
	- Hinta	- Kattavat kokoustilat
	- Palvelut	- Pakettiratkaisut
	- Tilat	
	- Hinta	

Taulukko 7: Asiakasryhmät, KartinX

Yksi asiakasryhmä on kartingia harrastavat ja kilpailevat nuoret. He ovat kiinnostuneita pääasiassa radan teknisistä ominaisuuksista ja sen haastavuudesta. Kilpailijoilla ja harrastajille on usein oma auto, jonka säilytykseen on mahdollista vuokrata paikka KartinX:n tiloista. Tämän asiakasryhmä saadaan kiinnostumaan KartinX:n toiminnasta vaihtelevilla ja haasteellisilla ratamuunnoksilla. Myös eri kilpailujen järjestäminen ja espanjalaiseen kartingklubiin liittyminen toisivat näkyvyyttä yritykselle alaa harrastaville ja kilpailijoille.

Karting on monille myös ainoastaan vapaa-ajan viettotapa. Tähän asiakasryhmään kuuluvat muun muassa lapsiperheet sekä nuoriso. Alueella vierailevat turistit ovat yksi vapaa-aikana

mikroautoilua harrastava ryhmä. He ovat kartingin lisäksi kiinnostuneita myös KartinX:n tarjoamista kahviopalveluista sekä mahdollisuudesta viettää syntymäpäivä- ja polttarijuhlia. Tälle asiakasryhmälle KartinX:aa markkinoidaan koko perheen vapaa-ajanviettopaikkana, jossa on mahdollisuus järjestää tavallisesta poikkeavat syntymäpäiväjuhlat. Karting-autoja on kahta eri kokoa, joista toinen on erityisesti suunniteltu nuoria kuskeja varten.

Kolmas asiakasryhmä koostuu erilaisista ryhmistä. Ryhmiä ovat eri yritykset, jotka haluavat viettää kokouksensa tai virkistymispäiväänsä mikroautoilun parissa. Yrityksen palveluja markkinoidaan lähinnä suomalaisille Fuengirolan kaupungissa toimiville PK-yrityksille. Ryhmiä ovat myös eri urheiluseuroista tulevat joukkueet, jotka etsivät vaihtelua normaaliin treenipäivään. Karting toimii hyvän tiimihengen nostattajana ja lisäksi harjoittaa ihmisen keskittymiskykyä, jotka ovat tärkeitä sekä yritysten työntekijöille että urheilijoille. Ryhmät ovat kiinnostuneita mikroautoilun lisäksi myös oheistiloista. Heille voidaan markkinoida erilaisia paketteja, jotka pitävät sisällään kokouksetilat, ruuan, mikroautoilun sekä pienen koulutuksen mikroautoilun alkeista ja turvallisuudesta.

5.2 Kilpailijat

Kilpailutilanteen selvittäminen auttaa yritystä selvittämään oman asemansa kilpailussa sekä toimialalla menestymiseen vaikuttavat keskeiset piirteet. Samalla toimialalla toimivat yritykset kilpailevat samoista asiakkaista sekä suhteista sidosryhmiin (Pitkämäki 2001, 39-42.) Yrityksen on hyvä analysoida kilpailutilannetta, jotta tietää miten kilpailijat toimivat. Kilpailua tulee myös muiden alojen yrityksiltä, esimerkiksi mikroautorata kilpailee elokuvateatterin kanssa. Kilpailijalla voi siis olla täysin erilainen tuote tai ajankäyttömuoto (Puustinen 2004, 49.)

Yrityksen ei kuitenkaan kannata käyttää kaikkia resurssejaan peitotakseen kilpailijansa, vaan huomiota tulee kiinnittää enemmän asiakkaiden odotusten täyttämiseen. Asiakkaille tärkeintä ei ole, että yritys menestyy alansa kilpailussa, vaan se miten hänen ostotarpeensa tyydytty paremmin ja tuote on mielenkiintoisempi kuin kilpailijalla. Muita alan yrityksiä kannattaa kuitenkin seurata, sillä aloittavalla yrityksellä on mahdollisuus oppia jo menestyneiltä kilpailijoilta, tällöin menestystekijöiden hahmottaminen on helpompaa ja niitä voidaan hyödyntää oman yrityksen toiminnassa (Pitkämäki 2001, 42.)

Kilpailutilannetta analysoitaessa on Lahtisen ja Isoviidan (1998, 58) kilpailijoista tiedettävä ainakin seuraavat seikat:

- Kilpailijoiden nimet ja määrät
- Kilpailevat tuotteet

- Kilpailun luonne (kotimainen vai ulkomainen)
- Potentiaalisten kilpailijoiden uhka
- Yritysten kilpailuroolit

Lahtisen ja Isoviidan (1998, 59) mukaan yrityksen kilpailijat voidaan jaotella ydinkilpailijoihin, marginaalikelpailijoihin, tarvekilpailijoihin sekä potentiaalsiin kilpailijoihin:

- Ydinkilpailijat toimivat samoilla markkinoilla perustettavan yrityksen kanssa ja heillä on paljon vahvuuksia, jonka vuoksi heidän analysointia pidetään tärkeimpänä.
- Marginaalikelpailijat toimivat myös samoilla markkinoilla, mutta heillä ei ole paljonkaan vahvuustekijöitä, joten he eivät ole yhtä suuri uhka kuin ydinkilpailijat.
- Tarvekilpailijat eivät toimi samalla toimialalla perustettavan yrityksen kanssa. Heidän tuotteensa tavoittelevat kuitenkin samaa asiakasryhmää, heidän on hyvä tuntee sillä osa markkinoista menee heille.
- Potentiaaliset kilpailijat ovat sellaisia yrityksiä, jotka saattavat myöhemmässä vaiheessa kiinnostua toimialasta, esimerkiksi sen kannattavuuden vuoksi.

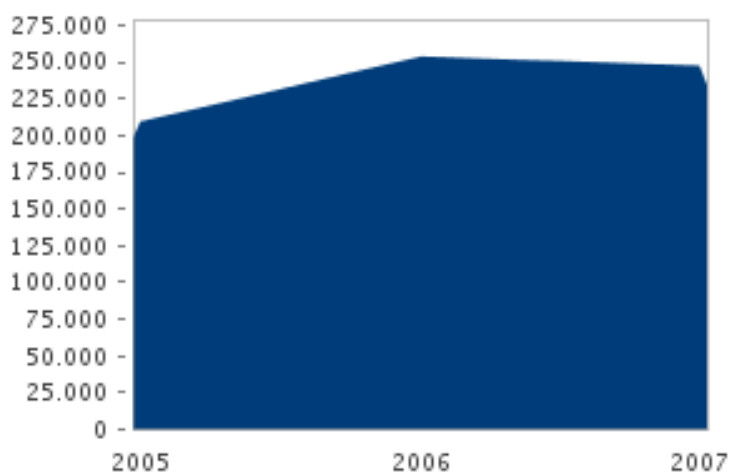
Lähtiessämme tarkastelemaan tulevan yrityksemme kilpailijoita, keskityimme alueellisesti Espanjan aurinkorannikon alueeseen. Kilpailualue rajataan sen takia, että saamme mahdollisimman tarkan kuvan kaikista lähialueen kilpailijoista. Kilpailevia yrityksiä etsimme ensin espanjalaisten yrityshakemistojen avulla. Ydinkilpailijoita analysoitaessa teimme yhteistyötä Espanjassa asuvien yrityskumppaneiden kanssa, jotka kävivät vierailulla jokaisessa kilpailevassa yrityksessä. Samalla kävi ilmi, että useat karting-radat olivat lopettaneet toimintansa ilman ilmoitusta lopettamisesta omilla Internet-sivuillaan. Näin ollen jäljelle jäi kaksi ydinkilpailijaa, Funny Beach Karting ja Karting Campillos.

5.2.1 Funny Beach Karting

Perustiedot yrityksestä:

Yrityksen nimi:	Funny Beach
Toimipaikka:	Marbella
Perustettu:	2003
Omistajia:	4

Työntekijöitä: 6
 Yhtiömuoto: S.L. pienesakeyhtiö
 Osakepääoma: 3005,06e
 Tulos vuonna 2008: Negatiivinen
 Viime vuosien myynnit vuodelle 2007 saakka:



Taulukko 8: Viime vuosien myynnit, Funny Beach (einforma 2010)

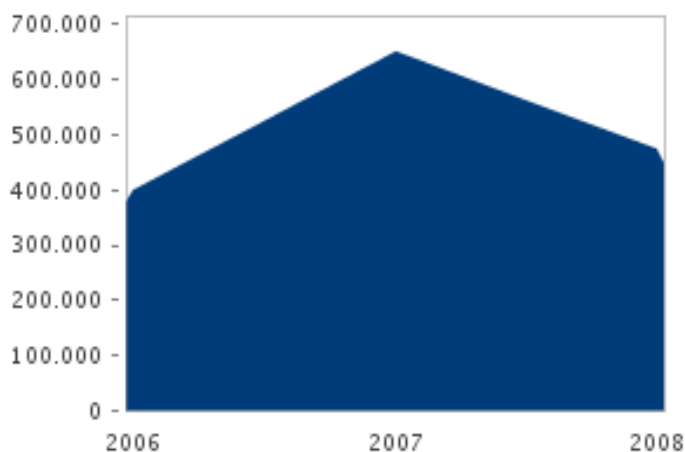
Funny Beach Karting on Marbellassa toimiva karting-yritys. Kartingrata on Funny Beach-nimisen elämyskeskuksen yhteydessä, aivan rannan tuntumassa. Funny Beach Karting veloittaa 20 euroa yli 16-vuotiailta henkilöiltä kahdeksan minuutin karting-ajelusta. Lasten karting-ajo kestää viisi minuuttia ja se maksaa kahdeksan euroa. Lasten karting on tarkoitettu yli kuusi-vuotiaille. Näiden lisäksi on vaihtoehtona kartingajelu kahden istuttavassa autossa. Tämä maksaa 12 euroa autolta ja kestää viisi minuuttia. Tällöin yli kolmevuotias lapsi saa ajaa aikuisen kanssa. Kartingin lisäksi Funny Beach tarjoaa lapsille ja nuorille muitakin aktiviteetteja, kuten trampoliinihyppelyä, banaaniveneajelua sekä muita erilaisia vesilajeja. Funny Beach on avoinna vuoden jokaisena päivänä (Funnybeach 2010.) Kartingrata on kokonaan ulkotilassa, joten sateisina päivinä ei karting ole mahdollista. Funny Beachin myyntiluvuissa on mukana koko yrityksen myynnit, ei pelkästään karting.

5.2.2 Karting Campillos

Perustiedot yrityksestä:

Yrityksen nimi: Karting Campillos
 Toimipaikka: Campillos
 Perustettu: 2005

Omistajia: 2
 Työntekijöitä: 4
 Yhtiömuoto: S.L. pienosakeyhtiö
 Osakepääoma: 491 461e
 Tulos vuonna 2008: Negatiivinen
 Viime vuosien myynnit vuoteen 2008 saakka:



Taulukko 9: Viime vuosien myynnit, Karting Campillos (einforma 2010)

Karting Campillos on perustettu vuonna 2005, se sijaitsee Campillosin kaupungissa noin 40 minuutin ajomatkan päässä Malagasta. Yrityksellä on käytössään 250 000 neliömetrin laajuinen alue, joka sisältää radan lisäksi kahvilan sekä katselutasanteen. Aikuisten yhdeksän minuutin kartingajelu maksaa 15 euroa. Lasten, alle 12-vuotiaiden ajo maksaa kymmenen euroa ja se kestää seitsemän minuuttia. Kahden istuttavassa autossa ajo kestää seitsemän minuuttia ja maksaa 15 euroa. Karting Campillos on vain kartingajoon keskittynyt yritys. Siellä järjestetään paljon erilaisia kansallisia sekä kansainvälisiä kilpailuja. Kilparata on 1588 metriä pitkä ja erillinen vapaa-ajan käyttöön suunniteltu rata on 550 metriä pitkä. Molemmat radat ovat ulkotiloissa, joten sateisina päivinä ajo ei ole mahdollista (Karting Campillos 2010)

Muita kilpailijoita ovat alueella ja etenkin MiraMarin yhteydessä toimivat vapaa-ajanviettopaikat. Tällaisia ovat esimerkiksi MiraMarissa toimiva elokuvateatteri ja suuri lasten leikkipaikka.

5.2.3 Vahvuudet ja heikkoudet ydinkilpailijoihin nähden

KartinX:n kartingrata tulee olemaan puoliksi sisä- ja puoliksi ulkotiloissa. Koska rataa on mahdollista käyttää myös pelkästään sisätiloissa, on kartingrata mahdollista pitää auki myös

sateisina päivinä. Muut lähialueen kartingradat sijaitsevat ulkoilmassa, jolloin KartinX:lla on mahdollisuus erottautua kilpailijoista positiivisesti.

Toinen merkittävä kilpailuetu on KartinX:n kokoustilat, jotka mahdollistavat monien erilaisten palvelujen, kuten esimerkiksi yritysasiakkaiden neuvottelujen ja lasten syntymäpäiväjuhlien järjestämisen erillisissä tiloissa. Muut kartingyritykset eivät tarjoa vastaavanlaisia palveluja.

Kilpailuetuna voidaan pitää myös KartinX:n ympäristöystävällisiä mikroautoja. Kilpailevien yritysten mikroautot ovat polttomoottorilla käyviä, jotka päästävät ilmaan ympäristölle haitallisia pakokaasuja.

Suurin heikkous, joka KartinX:lla on kilpailijoihin verrattuna, on kokemattomuus yrityksen pyörittämisestä.

Toisin kuin useat kilpailijat, ei KartinX: tiloissa ole erikseen lapsille suunnattuja aktiviteetteja, kuten kahdenistuttavia mikroautoja, pomppulinnoja ja trampoliineja. Viereisestä ostoskeskuksesta tosin löytyy laaja lapsille tarkoitettu leikkipuisto, joten näiden oheispalvelujen tarjoaminen ei olisi kannattavaa.

5.3 Asiakassuhdemarkkinointi

Asiakassuhdemarkkinoinnilla tarkoitetaan kannattavien ja pysyvien asiakassuhteiden ylläpitämistä ja hankintaa. Lähtökohtana on asiakaslähtöinen ajattelutapa, jonka mukaisesti yritys tuottaa ja markkinoi tuotteita ja palveluja, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita. Asiakaslähtöisellä markkinoinnilla pyritään varmistamaan asiakkaiden lojaalisuus ja tarpeiden tyydyttäminen. Tämä mahdollistaa toimivien ja kannattavien kanta-asiakassuhteiden hyödyntämisen (Lahtinen, Isoviita 2004, 8.)

Yrityksen aloittaessa toimintaansa tulee keskittyä uusien asiakkaiden hankintaan. Asiakkaista on myös pidettävä huolta ja heidät täytyy pitää tyytyväisinä yrityksen tarjoamiin tuotteisiin ja palveluihin, sillä jatkuva uusien asiakkaiden hankkiminen voi tulla yritykselle kalliiksi. KartinX ottaa jo heti toiminnan alussa huomioon asiakassuhteiden hallinnan tarjoamalla asiakkaille ilmaista mahdollisuutta liittyä yrityksen kanta-asiakkaaksi.

Jokainen asiakas voi halutessaan liittyä kanta-asiakkaaksi. Henkilö kirjataan KartinX:n kanta-asiakasjärjestelmään ja hän saa väliaikaisen kanta-asiakaskortin käyttöönsä, uusi kortti lähetetään asiakkaalle postissa myöhemmin. Liittyessään kanta-asiakkaaksi saa asiakas erilaisia etuja ja alennuksia, jotka vaihtuvat kuukausittain. Yksi eduista on, että liittyessään kanta-asiakkaaksi, saa asiakas joka 10. ajokerran ilmaiseksi. Tällä pyritään myös lisäämään

kanta-asiakkaiden määrää ja näin ollen myös menekinedistämistä. Pysyvä etu, jonka kanta-asiakaskortti tarjoaa, on 5 prosentin alennus jokaisesta kartingajosta. Erilaisia juhlia, kuten polttareita ja syntymäpäiväjuhlia vietettäessä on alennus 10 prosenttia.

Kanta-asiakasjärjestelmä antaa mahdollisuuden tarkastella asiakkaiden kulutustottumuksia. Järjestelmän avulla voidaan erotella toisistaan, kannattavat ja ei-kannattavat asiakkaat. Näin ollen voidaan markkinointi tulevaisuudessa kohdentaa juuri oikeille asiakasryhmille.

5.4 Vihreä markkinointi

Jos yritys haluaa menestyä markkinoillaan, on sen otettava huomioon myös tuotteidensa ja palveluidensa ympäristöystävällisyys. Ympäristöystävällisyys on nykypäivänä paljon esillä niin mediassa kuin yritysten toimintakertomuksissakin. Ympäristöystävällisten tuotteiden tai palvelujen tarjoaminen ei voi olla ainoastaan keino markkinoida yritystä, vaan ajatuksen tulee lähteä jo tuotteen valmistuksesta ja sen tarjoajasta, jotta toiminta on uskottavaa (Lahtinen & Isoviita 1998, 72.)

Ympäristötietoinen kuluttaja on Lahtisen ja Isoviidan (1998, 72) mukaan sellainen henkilö, joka tietoisesti etsii tuotteita, jotka ovat ympäristöystävällisiä. He kuvaavat tyypillistä ”vihreää” kuluttajaa 30-39-vuotiaaksi naiseksi, joka on hyvin koulutettu, varakas ja hänellä on keskimäärin kaksi lasta, joiden terveyttä hän haluaa suojella ja säilyttää maapallon myös tuleville sukupolville. ”Vihreät” naiskuluttajat ovat markkinointimielessä tärkeitä, sillä he vaikuttavat myös lastensa mielipiteisiin ja ovat usein vastuussa taloudessa tehtävistä kulutuspäätöksistä.

KartinX pystyy hyödyntämään vihreää markkinointia alan edelläkävijänä, ainakin aurinkorannikon alueella. Uudehkon sähkökäyttöisen moottorin hyödyntäminen nollaa mikroautoista tavallisesti syntyvät myrkylliset pakokaasut, joita polttomoottorilla toimivista mikroautoista syntyy. Sähkömoottorin tuomat edut on voitava näyttää asiakkaille uskottavilla faktoilla. Sähkömoottori edistää myös mikroautoilun turvallisuutta kaukosäätöisellä nopeudenmuuntajalla tarvittaessa. ”Vihreitä” arvoja arvostaville henkilöille tulee voida osoittaa nämä faktat aktiivisesti ja uskottavasti.

5.5 Mielikuvamarkkinointi ja imago

Imago ja mielikuva tarkoittavat periaatteessa samaa, jolloin henkilön mielessä rakentuu tietynlainen kuva asiasta. Asiakkaalle syntyy yrityksestä tietynlainen mielikuva, jota ei voida jättää pelkästään sattumanvaraana. Asiakkaan mielikuvan syntymiseen tulee tietoisesti ja systemaattisesti pyrkiä vaikuttamaan, jotta yritykselle saadaan haluttu mielikuva asiakkaiden

silmissä. Ihmisen mielikuva rakentuu omien kokemusten, tietojen, asenteiden ja uskomusten pohjalta. Ensimmäinen ostokerta yritykseltä vaikuttaa paljon asiakkaan mielikuvaan yrityksestä, silloin asiakas tulee puhtaiden asenteiden ja uskomusten pohjalta (Rope 2005, 176.)

Yrityksen lähtiessä rakentamaan omaa tavoitemielikuvaansa, tulee miettiä halutaanko rakentaa erityisesti tuote- vai yrityskuvaa. Kansainvälisille markkinoille mentäessä on harkittava, tuodaanko kotimaa mukana imagon rakentamisessa vai jätetäänkö se kokonaan asian ulkopuolelle. Joskus mielikuvamarkkinointia voidaan suunnata vain tietyille segmentille ja olennaista onkin, että jokaiselle kohderyhmälle rakennetaan omanlaisensa mielikuva yrityksestä (Rope 2005, 176-177.)

KartinX:n haluttu mielikuva on vauhdikas, kansainvälinen ja nuorekas. Tällaista mielikuvaa pyritään markkinoimaan erityisesti nuorille ja harrastelijoille. Lapsiperheille halutaan antaa mielikuva turvallisesta, lapsiläheisestä ja ympäristölle ystävällisestä yrityksestä. Yrityksessä on mahdollista saada palvelua useilla eri kielillä, jonka avulla voidaan yritystä mainostaa kansainvälisenä. KartinX:n kahviosta on saatavilla suomalaisia makeisia sekä leivonnaisia ja palveluakin saa suomeksi. Suomalaisuutta korostetaan vain suomalaisille asiakkaille markkinoitaessa.

5.6 Mainonta

Mainonta on maksettu viestinnän muoto, jonka tavoitteena on tiedottaa tuotteen tai palvelun eduista ja hyödyistä sekä hinnasta, saatavuudesta ja palvelusta. Mainonnan tavoitteena on vaikuttaa kohderyhmän tunteisiin ja asenteisiin luoden hyvä tuote-, laatu-, hinta- ja yrityskuva. Sen tarkoituksena on uusien asiakassuhteiden luominen tai olemassa olevien suhteiden kehittäminen ja asiakkaiden ostohalun herättäminen kuvaamalla tuotteesta tai palvelusta saatavia hyötyjä asiakkaalle.

Mainosmuotoja on monia erilaisia, kuten mediamainonta eli lehti-ilmoittelu, televisio-, radio-, elokuva-, ulko- ja liikennemainonta sekä suoramarkkinointi, joka pitää sisällään suoramainonnan ja verkkomediat. Mainonnan muodon valintaan vaikuttaa usein käytettävän median taloudellisuus. Edullisin mainonnan muoto ei välttämättä ole aina taloudellisin sillä eri medioiden avulla saavutetut kontaktit ovat usein eriarvoisia keskenään. Eri mediavaihtoehtojen edustajat esittävät usein tunnuslukuja kontaktihinnoista ja peittoprosenteista, joita voi käyttää apuna oikean mediavalinnan tekemisessä (Lahtinen & Isoviita 2004, 124-126.) Mainosmuodon valinnan perusteina voidaan Lahtisen ja Isoviitan (2004, 126) mukaan käyttää seuraavia seikkoja:

- Mainonnan tavoite
 - Media välittää kampanjan idean halutulla tavalla
- Kohderyhmä
 - Media saavuttaa halutun kohderyhmän haluttuna aikana
- Tuotteen ominaisuudet
 - Tuote tai asia tulee hyvin esitellyksi mediassa.
 - Median imago ja luova toteutus sopivat hyvin yksin mainostettavan tuotteen kanssa.
- Kilpailijat
 - Media on vähintään yhtä tehokas kuin kilpailijan media
- Taloudellisuus
 - Asetettu tavoite saavutetaan mahdollisimman edullisesti.

Esittelemme seuraavaksi ne mainonnan muodot, jotka soveltuvat parhaiten KartinX:n mainontaan.

5.6.1 Lehti-ilmoittelu

Lehti-ilmoittelu voidaan jakaa kahteen osaan: sanomalehti-ilmoitteluun, joka pitää sisällään sanoma- ja ilmaisjakelulehdet sekä aikakausi-ilmoitteluun, joka käsittää yleisaikakausilehdet, ammatti- ja järjestölehdet ja erilaiset asiakaslehdet. Sanomalehdet ryhmitellään päivälehtiin, paikallislehtiin ja kaupunkilehtiin (Lahtinen & Isoviita 2004, 127-128.)

Sanomalehti-ilmoittelussa on ilmoitukselle luotava yrityksen mukainen ilme, joka pysyy samanlaisena. Kuvalliset ilmoitukset nostavat ilmoituksen huomionarvoa kaksikertaiseksi, vanha sanontakin sanoo, että ”hyvä kuva on parempi kuin tuhat sanaa”. Mainoksen kirjallinen sanoma kannattaa sisällyttää kuvatekstiin sillä ne luetaan usein tarkasti. Lehti-ilmoittelun suurin kustannus syntyy mainoksen koosta. Mitä suurempi ilmoitus, sitä kalliimpi se on. Suurempi ilmoitus kasvattaa kuitenkin mainoksen saamaa huomiota. Mainostajan kannattaa harkita tarkasti mainostaako yritystään harvemmin isolla mainoksella vai kasvattaako mainosbudjettiaan sen verran, että se kattaisi isomman mainoksen. Isompi mainos myös lisää arvostusta ja luotettavuutta sekä antaa tilaa luovemmallekin toteutukselle (Lahtinen & Isoviita 2004, 129-133.)

Aurinkorannikon alueella ilmestyy useita eri sanomalehtiä. Alle on listattu kaksi varteenotettavaa lehteä vaihtoehtona KartinX:n mainostamiselle. Lehtimainonnalla on tarkoitus tavoittaa mahdollisimman paljon ulkomaalaisia Espanjassa asuvia henkilöitä ja yrityksiä.

Aurinkorannikon kaupunkilehti Uusi Fuengirola on ilmaisjakelulehti, joka ilmestyy kerran viikossa 150 jakelupisteessä. Lehteä painetaan viikoittain 10 000 kappaletta ja lisäksi se on luettavissa myös Internetissä. Uusi Fuengirolan ilmoitushinnat ovat Uusi Fuengirola - Internet-sivujen mukaan seuraavat:

Etusivu (251x235mm)	1200 euroa/Vko
1/1 sivua (251x340mm)	1000 euroa/Vko
½ sivua (251x165mm)	600 euroa/Vko
¼ sivua (123x165mm)	350 euroa/Vko

(Uusi Fuengirola 2010.)

The Sentinella Malaga on englanninkielinen ilmaisjakelulehti, joka ilmestyy kerran kuukaudessa Aurinkorannikon alueella. Se tavoittaa noin 10 000 lukijaa kuukausittain ja sitä jaetaan muun muassa eri supermarketeissa, ravintoloissa ja lääkäriasemilla. Ilmoitushinnat ovat The Sentinella Malagan Internet-sivujen mukaan seuraavat:

Koko sivun ilmoitus	140 euroa/kk
½ sivua	90 euroa/kk
¼ sivua	55 euroa/kk
1/8 sivua	35 euroa/kk

(The Sentinella Malaga 2011.)

5.6.2 Ulkomainonta

Ulkomainonnaksi luokitellaan kaikki teiden varsilla ja liikennevälineissä tapahtuva mainonta. Tämä sisältää paljon mahdollisuuksia; metrotunnelit, bussipysäkit, matkaliput ja tienvarsien suuret mainostaulut ovat kaikki ulkomainontaa. Liikennevälineissä tapahtuva mainonta on luokiteltu liikennemainonnaksi ja se eroaa ulkomainonnasta siten, että mainos kulkee mukana koko matkan ajan. Liikennemainonnassa mainokset voivat olla kulkuneuvon sisä- ja ulkopinnoilla (Lahtinen & Isoviita 2004, 137.)

Ulkomainontaa käytetään usein varsinaisen mainonnan tukikeinona sillä ulkomainonta on vaikea kohdistaa juuri tietyille asiakasryhmälle ja sen avulla pystytään viestimään vain

rajallisesti. Ulkomainoksilla on usein myös riski kohdistua ilkeille. Etuja ulkomainonnalla on sen ajallinen ja alueellinen joustavuus sekä mahdollisuus suuriin kontakteihin edullisesti. Ulkomainonnalla voi olla myös nopeat vaikutukset kuluttajien ostopäätöksiin (Lahtinen & Isoviita 2004, 137.)

Ulkomainontaa varten on KartinX:n alueella hyvät mahdollisuudet. Matkaa lentokentältä Fuengirolaan on noin 25 kilometriä moottoritietä, jonka varteen mahtuu paljon näyttäviä ulkomainoksia. Lentokentältä Fuengirolaan kulkee myös juna, jossa mainontaa voi toteuttaa. Ulkomainontaa voidaan käyttää lehti-ilmoittelun tukena tuoden lisää näkyvyyttä yritykselle. Alussa mainonnan tavoitteena on tuoda yritys asiakkaiden tietoisuuteen. Koska markkinointi on kohdistettu erityisesti turisteille, on mainontaa hyvä toteuttaa jo matkalla heti lentokentältä saapuessa.

5.6.3 Suoramainonta

Suoramainonta on kohdennettua viestintää, jossa ei mediaviestinnän lailla käytetä minkäänlaisia joukkotiedotusvälineitä. Suoramainonta on tavoitteellista ja kontrolloitua viestintää, jota toteutetaan painatusmuodossa. Mainokset lähetetään postitse, usein samansisältöisinä kaikille valikoiduille vastaanottajille. Suoramainonta voi Lahtisen & Isoviidan (2004, 139) mukaan olla luonteeltaan:

- Informoivaa
 - Yrityskuvamainonta ja tiedottaminen
 - Hinnastot ja tuoteluettelot
- Muistuttavaa
 - Joulutervehdykset, muut tervehdykset, mainoslahjat
 - Kalenterit, päivärit, kynät, muu rekvisiitta
- Kehottavaa
 - Myyntiin tähtäävää suostuttelua
 - Toimintakehotuksen sisältävää, ”Lähtekää heti” tai ”Varatkaa nyt”

KartinX:n toiminnassa suoramainontaa käytetään kanta-asiakkaiden tiedottamisessa uusista asioista tai kanta-asiakkaille suunnatuista tarjouksista. Kanta-asiakkaiden tiedot tallentuvat asiakastietojärjestelmään, jota kautta saadaan asiakkaiden osoitteet. Suoramainontaa käytetään myös markkinoitaessa KartinX:aa muille yrityksille ja liikuntaryhmille. Yrityksille ja ryhmille voidaan lähettää suoramainontana esimerkiksi hinnastoja ja ryhmille suunnattuja tarjouksia.

5.6.4 Mainostilan myynti

KartinX:lla on mahdollisuus tarjota mainostilaa muille yrityksille. KartinX:n radan sisäseiniä pyritään hyödyntämään tehokkaasti muiden yritysten mainoksilla. Yrityksillä on siis mahdollisuus ostaa mainostilaa radan sisäseiniltä ja näin ollen tavoittaa useita eri yrityksiä, ryhmiä sekä yksittäisiä kuskeja. Mainostilasta yritys maksaa KartinX:lle sovitun summan sovitulta ajalta. Mainosten tulee olla sopivia kaikenikäisille, sillä rata on myös lapsiperheiden käytössä. Mainosten tulee myös sopia KartinX:n imagoon. Vapaista mainostiloista ilmoitetaan KartinX:n Internet-sivuilla.

6 Yrityksen perustaminen Espanjaan

6.1 Yritysmuodot

Tässä opinnäytetyössä keskitymme vain Espanjan eri yritysmuotoihin ja näin ollen jätämme huomiotta Suomessa toimivat yritysmuodot. Espanjassa on paljon suomalaisia pien- ja perheyrityksiä. Näistä suuri osa sijaitsee niin sanotuilla ”suomalaisalueilla”, kuten aurinkorannikolla, esimerkiksi Fuengirolan ja Torremolinosin kaupunkien läheisyydessä. Etenkin suomalaisia ravitsemisyrityksiä on alueella paljon, mutta myös muiden alojen suomalaisyrittäjiä löytyy runsaasti.

Espanjassa voidaan harjoittaa liiketoimintaa useiden eri yritysmuotojen kautta. Yritysmuodot voidaan karkeasti jakaa kahteen eri pääryhmään; elinkeinonharjoittajiin, *empresarios individuales* sekä yrityksiin eli juridisiin henkilöihin, *empresarios sociales* (Westerdahl 2001, 233.)

Tavallisimpia yhtiö- ja yritysmuotoja ovat:

- Yksityinen elinkeinonharjoittaja, *empresario individual*
- Yksityinen yhtiö, *sociedad civil*
- Kommandiittiyhtiö, *sociedad comanditaria*
- Sivuliike, *sucursal*
- Pienosakeyhtiö, *S.L.*
- Osakeyhtiö, *S.A.*

6.1.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja, *empresario individual*

Yksityisen elinkeinonharjoittajan on oltava vähintään 18-vuotias, liiketoiminta ja fyysinen henkilö ovat sama juridinen henkilö. Yksityinen elinkeinonharjoittaja on itse vastuussa

liiketoiminnastaan ja maksaa itse omat sosiaaliturvamaksunsa. Elinkeinon harjoittaja on itse koko omaisuudellaan vastuussa liiketoimintaansa kohdentuvista veloista. Yksityinen elinkeinonharjoittaja maksaa progressiivista ansiotuloveroa koko toimintansa liikevaihdosta, tietyt kustannukset ovat verovähennyskelpoisia (Westerdahl 2001, 233.)

6.1.2 Yksityinen yhtiö, *sociedad civil*

Yksityisen yhtiön osakkaat vastaavat yhtiön veloista henkilökohtaisesti. Osakkaiden vastuu on rajaton ja vastuu koskee kaikkia. Yksityinen yhtiö yhtiömuotona sopii sellaisille henkilöille, joiden työpanos, kokemus sekä luottamus toisiinsa ovat perustana toiminnalle (Westerdahl 2001, 233)

6.1.3 Kommandiittiyhtiö, *sociedad comanditaria*

Espanjalainen kommandiittiyhtiö muodostuu samalla tavalla kuin pohjoismainen kommandiittiyhtiö. Tämä tarkoittaa sitä, että yhtiössä on kahdenlaisia yhtiömiehiä: varsinaiset yhtiömiehet, jotka ovat vastuussa yhtiöstä koko omaisuudellaan sekä äänettömiä yhtiömiehiä, joiden vastuu on rajoittunut vain heidän sijoittamaansa pääomaan (Westerdahl 2001, 234.)

6.1.4 Sivuliike, *sucursal*

Sivuliikkeellä tarkoitetaan ulkomaalaista yritystä, joka harjoittaa toimintaansa Espanjassa sijaitsevan sivuliikkeen välityksellä. Emoyhtiö kantaa kaiken vastuun sivuliikkeen toiminnasta, sillä Espanjan lain mukaan sivuliike ei ole juridinen henkilö (Westerdahl 2001, 234.)

6.1.5 Pienosakeyhtiö, *S.L.*

S.L. luokitellaan pääomayhtiöksi. Sen perustamiseen tarvitaan vähintään lakisääteistä pääomaa, joka on 3050 euroa. Pienosakeyhtiö ei ole jaettu osakkeisiin vaan osuuksiin. Kukin omistaja on vastuussa yhtiön taloudesta oman sijoituksensa määrällä. Yhtiömuoto sopii hyvin esimerkiksi perheyrityksille ja perustamishetkellä on koko pääoman oltava maksettu (Westerdahl 2001, 234.)

6.1.6 Osakeyhtiö, *S.A.*

Toisin kuin edellisessä pienosakeyhtiössä, on osakeyhtiön pääoma jaettu osakkeisiin. Tällöin osakkeenomistajien vastuu yhtiön taloudesta rajoittuu vain heidän sijoitustensa määrään.

Pääoman on oltava vähintään 610 300 euroa, joten yhtiömuotona se soveltuu yrityksille, joilla on suuri liikevaihto (Westerdahl 2001, 234.)

6.2 Yritysmuodon valitseminen

Yritystä perustettaessa kannattaa yritysmuoto valita huolellisesti, sillä on todennäköisesti seurauksia tulevaisuudessa. Yritysmuoto vaikuttaa yrityksen perustajien taloudelliseen vastuuseen yrityksestä, päätöksenteko-oikeuteen sekä verotukseen. Yrityksen perustajien elämäntilanne sekä taloudelliset resurssit kannattaa myös huomioida yritysmuotoa valittaessa (Meretniemi & Ylönen 2008, 40.)

Valitsimme KartinX:n yritysmuodoksi S.L.-pienosakeyhtiön. Poistimme aluksi vaihtoehdoista meille sopimattomat yritysmuodot, kuten yksityisen elinkeinonharjoittajan ja sivuliikkeen. Yksityisen yhtiön poistimme vaihtoehdoista sen tuoman suuren taloudellisen vastuun vuoksi. Haluamme kaikki olla tasavertaisia yhtiökumppaneita, joten kommandiittiyhtiökin poistettiin vaihtoehdoista. Jäljelle jäi osakeyhtiö S.A. ja pienosakeyhtiö S.L. Näistä luontevammalta valinnalta tuntui pienosakeyhtiö jo pelkästään huomattavasti pienemmän alkupääoma-vaatimuksen vuoksi. Lisäksi vastuu rajoittuu vain perustajien omien sijoitusten määrään.

6.3 Perustamisen vaiheet

Suomen kansalaisella on samanlaiset edellytykset liiketoiminnan aloittamiseen Espanjassa kuin espanjalaisellakin. EU:n jäsenmaiden kansalaiset voivat vapaasti ryhtyä yrittäjiksi missä tahansa EU- maassa samoin edellytyksin kuin kyseisen maan kansalaisetkin. Poikkeuksena tähän on kuitenkin maan turvallisuuteen liittyvät tehtävät. Tietyissä ammateissa on henkilön todistettava kotimaassaan saaman koulutuksen riittävyys Espanjassa. Tällaisia ammatteja ovat mm. lääkärit, kätilöt, sairaanhoitajat sekä apteekkarit (Westerdahl 2001, 235-236.)

Yrityksen perustamiseen vaaditaan perustamisasiakirja ja rekisteröinti. Näiden lisäksi yhtiömuodosta riippuen liittyy monia muita asioita, joiden vuoksi perustamisprosessi voi kestää kolmesta kuuteen kuukauteen.

Valtion verotoimistoon ja sosiaaliturvaviranomaisille on ilmoitettava toiminnan aloittamisesta. Verotoimistosta on myös anottava liiketunnus. Valtion verotoimistoon tehtävät ilmoitukset ovat nimeltään *Declaración de Alta* ja *Declaración Censal de Comienzo*. Pienosakeyhtiö, S.L. ja osakeyhtiö, S.A. on rekisteröitävä kaupparekisteriin ja työntekijät on ilmoitettava sosiaaliturvan piiriin (Westerdahl 2001, 235)

Yrittäjän sosiaaliturvamaksuja peritään Espanjassa kerran kuukaudessa vähintään 270 euroa. Maksu ei sisällä työttömyysturvaa ja sairausajan korvaus on suuruudeltaan erittäin pieni.

Yrittäjällä on oikeus minimieläkkeeseen suoritettuaan sosiaaliturvamaksuja 15 vuoden ajan. Eläke on myös suuruudeltaan pieni, noin 600 euroa kuukaudessa. Työntekijöiden sosiaaliturvamaksut jakautuvat kahtia, työnantaja maksaa 31% ja työntekijä 6% bruttopalkasta.

Kunnalta, jonka toimialaan yritys perustetaan, on haettava avauslupaa, *Licencia Municipal de Apertura*, luvan saaminen maksaa. Jos yritystä varten erikseen rakennetaan toimitiloja tai niitä remontoidaan, tulee kunnalta hakea myös rakennuslupa, *Licencia de Obras*. Lisäksi kunnalle maksetaan vuosittain veroa liiketoiminnan harjoittamisesta. Veron määrä vaihtelee kunnittain. Näiden seikkojen lisäksi on olemassa erilaisia toimialakohtaisia vaatimuksia, jotka on hyvä selvittää ennen liiketoiminnan aloittamista (Westerdahl 2001, 235.)

6.4 S.L.-pienosakeyhtiön perustaminen

Alla olevasta taulukosta käy ilmi S.L.-pienosakeyhtiön perustamisen vaiheet:

Järjestys	Käsiteltävä asia	Paikka	Asiakirjat	Aikana	Malli
1.	Nimen oikeanmukaisuus	Kaupparekisteri	Virallinen pyyntö halutulle nimelle, enintään 3 vaihtoehtoa	Ennen julkistamista	Nimen puuttumattomuustodistus
2.	Pakollisen pääoman talletus	Rahoituslaitos			
3.	Yhtiöjärjestyksen laatiminen	Notaari		2kk:n sisällä nimen puuttumattomuustodistuksen saannista.	
4.	Julkistamisia kirja	Notaari	Nimen puuttumattomuustodistus, yhtiöjärjestys, todistus pääoman talletuksesta, Osakkaiden henkilöllisyyden todistus	2kk:n sisällä nimen puuttumattomuustodistuksen saannista.	
5.	Väliaikainen CIF	Vero-toimisto	Verotoimiston kaavake, yhtiöjärjestys, osakkaiden henkilöllisyyden todistus	30 kalenteripäivän kuluessa.	Vero-toimiston kaavake 036
6.	ITPAJD-selvitys	Alueellinen edustusto	Verotoimiston kaavake, väliaikainen CIF-todistus	30 työpäivän kuluessa	Vero-toimiston kaavake 600

7.	Kaupparekisteriin rekisteröinti	Kotipaikan kaupparekisteri	Notaarin todistus ITPAJD-selvityksestä, väliaikainen CIF-todistus	Seuraavan kuukauden aikana julkistamisesta.	
----	---------------------------------	----------------------------	---	---	--

8.	Lopullinen CIF-hakemus	Verotoimisto	Väliaikainen CIF, yhtiöjärjestys	6 kk:n kuluessa kaupparekisteriin rekisteröimisestä	
9.	Ilmoitus toiminnan aloittamisesta	Verotoimisto	Kaavake 036, yhtiöjärjestys, CIF-todistus	30 päivän kuluessa julkistamisesta	Kaavake 036
10.	Kirjautuminen elinkeinonharjoittajaksi	Lääninhallitus	Sos.-turvakortti, CIF-todistus	30 kalenteripäivän kuluessa toiminnan aloittamisesta	
11.	Yhtiön rekisteröinti sosiaaliturvaan	Lääninhallitus	Kaavake 036, CIF-todistus, selvitys työsuojelusta, yhtiöjärjestys	Ennen työntekijöiden rekisteröintiä	
12.	Työntekijöiden rekisteröinti yleiseen sosiaaliturvaan	Lääninhallitus		Ennen työsuhteen alkua	
13.	Työsopimusten rekisteröinti	Työministeriö	Kopiot allekirjoitetuista sopimuksista	10 päivän sisällä sopimuksen teosta	
14.	Kunnan avauslupa	Kaupunginvirasto	Vaihtelee toimialoittain	Ennen toiminnan aloittamista, toiminta aloitettava 6 kk:n sisällä luvan myöntämisestä	Kunnan avauslupa
15.	Kunnan rakennuslupa	Kaupunginvirasto	Vaihtelee toimialoittain	Ennen toiminnan aloittamista, toiminta aloitettava 6 kk:n sisällä luvan myöntämisestä	Kunnan rakennuslupa
16.	Ilmoitus työllistamisestä	Maakunnan työministeriö	Virallinen malli 4kpl, jossa tiedot työnantajasta ja työpaikasta	30 päivän kuluessa toiminnan aloittamisesta	
17.	Turvallisuusselvitys	Ostetaan kirja-kaupasta, tarkastusvirasto täyttää		Toiminnan alkaessa	
18.	Virallisten papereiden lainmukaisuus	Kotipaikan kaupparekisteri	Kahtena kappaleena, mukana kaikki päiväkirja-merkinnät, tuloslaskelmat	Ennen toiminnan aloittamista	

			ja tilikirjat		
--	--	--	---------------	--	--

Taulukko 10: Pienosakeyhtiön perustamisen vaiheet

(Atalaya de emprendedor 2011)

1. Nimen puuttumattomuustodistusta tarvitaan, jotta voidaan varmistua, ettei muilla yrityksillä ole käytössään samaa nimeä. Hakemus voidaan lähettää joko postitse tai sähköpostitse. Yritys voi kerrallaan hakea nimeksi kolmea eri vaihtoehtoa, jotka järjestyksessä tarkistetaan. Yritys saa nimekseen sen nimen, joka ei vielä ole muilla yrityksillä käytössä.
2. Yrityksen tulee tallettaa vaadittava vähimmäispääoma pankkiin, josta se saa talletustodistuksen. Pääoman talletus ei vaadi erillisiä asiakirjoja.
3. Yhtiöjärjestyksen laatiminen on lainsäädännöllinen sopimus, jossa käy vähintään ilmi yrityksen nimi, tarkoitus, kotipaikka, yrityksen toiminnan alkaminen ja osuuksien rakentuminen. Yhtiöjärjestys tulee olla tehtynä enintään kaksi kuukautta nimen puuttumattomuustodistuksen saannista.
4. Notaarin vahvistama asiakirja, jonka perustajat allekirjoittavat. Asiakirjan vähimmäisisältö koostuu perustajien rahoitusosuuksien määrittelystä, kulujen jakautumisesta sekä yhtiöjärjestyksestä. Asiakirjan tulee olla allekirjoitettu viimeistään kaksi kuukautta nimen puuttumattomuustodistuksen saannista.
5. CIF:n tavoitteena on määritellä yhtiö verotusta varten. Espanjan CIF vastaa Suomessa yrityksen Y-tunnusta. Määrittelyä voi anoa ainoastaan joko yksityiseltä tai julkiselta oikeushenkilöltä. Menettely on suoritettava 30 kalenterivuorokauden kuluessa yhtiön muodostamisesta. Väliaikainen CIF on voimassa kuusi kuukautta.
6. ITPAJD-selvitys tarkoittaa perustuslain mukaisia välillisten verojen perintää liiketoiminnasta sekä leimaveron maksamista. Selvitys on jätettävä 30 työpäivän kuluessa.
7. Yhtiö rekisteröidään kaupparekisteriin, koska kaupparekisterissä julkistetaan yhtiön oikeudellisuus ja yhtiö saa yhtiötunnuksen. Kaupparekisterillä yhtiölle saadaan oikeushenkilöllisyys ja rekisteröinti julkaistaan kaupparekisterin virallisessa lehdessä. Rekisteröinti on suoritettava yhtiöjärjestyksen myöntämistä seuraavan kuukauden aikana.
8. Lopullinen CIF haetaan yhtiön kotipaikan verovirastosta, viimeistään kuuden kuukauden kuluessa väliaikaisen CIF:n hankinnasta.

9. Yrityksen on tehtävä ilmoitus toimintansa aloittamisesta, päättämisestä ja muutoksista väestönlaskennan kautta verohallinnolle. Yksityiskohtaiset asiakirjat toiminnan aloittamisesta on esitettävä yhtiön kotipaikan verotoimistolle kuukauden sisällä yhtiöjärjestyksen myöntämisestä.

10. Yrityksen perustajien on kirjauduttava elinkeinon harjoittajiksi, koska kaikkien henkilöiden, jotka aikovat harjoittaa elinkeinoa on tehtävä ilmoitus siitä. Järjestelmään kirjautuminen on tärkeää sosiaaliturvan takaamiseksi. Ilmoitus on tehtävä 30 päivän sisällä toiminnan aloittamisesta lääninhallituksessa.

11. Aloittavan työnantajan on rekisteröidyttävä sosiaaliturvaan lääninhallituksessa ennen työntekijöiden palkkaamista.

12. Jokainen työnantaja on velvollinen rekisteröimään työntekijänsä yleiseen sosiaaliturvaan ennen työsuhteen alkua.

13. Työsopimukset on tehtävä kirjallisina, mutta työsuhdetta ei lain mukaan tarvitse julkistaa kirjallisena. Työsopimukset on toimitettava työministeriöön rekisteröintiä varten 10 päivän kuluessa työsopimusten allekirjoituksesta.

14. Yrityksen on haettava kunnalta yritystoiminnan avauslupaa. Luvan saamisen vaikeus riippuu toimialasta ja sen luvanvaraisuudesta. Harmittoman toiminnan, joka ei tuota kipua tai vammoja, luvan saaminen on helpompaa ja halvempaa kuin vaarallisen toiminnan luvan saaminen. Lupaa haetaan kaupunginvirastolta. Yritystoiminta on aloitettava kuuden kuukauden kuluessa luvan saannista.

15. Kunnan alueella toimivan yrityksen, joka haluaa rakentaa toimipaikassaan, on haettava kunnalta rakennuslupaa. Sitä tulee hakea kaupungin virastosta. Toiminta on aloitettava kuuden kuukauden kuluessa luvan saannista.

16. Uuden yrityksen perustajan on tehtävä ilmoitus työllistämisestä maakunnan työministeriöön 30 päivän kuluessa yritystoiminnan aloittamisesta.

17. Yrityksen on tehtävä turvallisuusselvitys, jonka työsuojeluviranomaiset allekirjoittavat. Turvallisuusselvitys on tehtävä heti yritystoiminnan käynnistyessä yrityksen kotikunnan tarkastusvirastossa.

18. Näiden kohtien lisäksi tulee viralliset asiakirjat tarkistuttaa yrityksen kotikunnan kaupparekisterissä ennen toiminnan aloittamista.

6.5 Yritysverotus Espanjassa

Suomen vastaava ALV on Espanjassa IVA maksu. Kokonaisyhtiövero on Espanjassa yleisesti 30 prosenttia. Pienten- ja keskisuurten yritysten verotusta on alennettu 25 prosenttiin, mikäli yritys tuottaa alle 120 202 euroa vuodessa, enemmän tuottavat yritykset maksavat veroa 30 prosenttia. Yritys on määritelty pieneksi tai keskisuureksi yritykseksi mikäli sen liikevaihto on edellisenä vuonna ollut alle kolme miljoonaa euroa (Spainaccountants, 2010.)

Yhtiön veroilmoitus on jätettävä viimeistään puoli vuotta edellisen tilikauden jälkeen. Yhtiöverotuksen maksuerät ovat huhtikuussa, lokakuussa ja joulukuussa. Tilikausi päättyy espanjassa yhtä aikaa kalenterivuoden kanssa, joten veroilmoitus on jätettävä viimeistään kesäkuun lopussa (Spainaccountants 2010.)

7 Yrityksen riskit

Uuden yrityksen toiminnan aloittamiseen liittyy aina valtavasti erilaisia riskejä. Huolella tehty riskianalyysi auttaa hahmottamaan mahdollisia riskejä, niiden vakavuutta sekä mahdollista toteutumista. Tästä riskianalysistä selviää mahdolliset riskit, joita aloittava yritys voi tulla kohtaamaan. Riskien hallinta antaa yritykselle paremmat mahdollisuudet menestyä toiminnassaan. Sen avulla pyritään välttämään mahdollisia riskitekijöitä ja niiden aiheuttamia kustannuksia. Riskianalysissä yritys hahmottaa mahdolliset vahingot ja varautuu niihin jo ennalta. Näin ollen se pystyy paremmin panostamaan tuotteisiinsa ja palveluihinsa, jolloin yrityksen imago paranee ja asiakastyytyväisyys kasvaa. Riskianalyysi pitää sisällään seuraavat vaiheet:

- Riskikohteiden selvittäminen
- Riskien todennäköisyyden selvittäminen
- Riskien vakavuuden selvittäminen
- Riskeistä aiheutuvien seurausten selvittäminen

(Suominen 2003, 7-35.)

7.1 Riskien luokittelu

Yleinen tapa tarkastella vahinkotapahtumia on niiden esiintymistiheyden sekä todennäköisyyden mukaisesti. Riskin esiintymistiheyttä kuvataan usein sekä sanallisesti, että luvuin. Yleisinä pidettäviä riskejä tapahtuu useita kertoja vuoden aikana ja erittäin harvinaiseksi luokiteltuja riskejä kerran 200 vuodessa. Riskien laajuutta kuvataan sanallisesti

ja numeroin sekä usein myös euromääräisesti. Riskien laajuuden vakavuutta arvioidaan usein sanoilla vähäinen, kohtalainen, suuri sekä katastrofaalinen (Suominen 2003, 20-21.)

RISKIN LAAJUUS	TODENNÄKÖISYYS
1= vähäinen riski, < 500€	1 = erittäin harvinainen, 1kerta/200v
2= kohtalainen riski, >2000€	2 = melko harvinainen, 1 kerta/10v
3= suuri riski, > 20 000€	3 = suuri, 1 kerta/1v
4= katastrofiriski, > 200 000€	4 = yleinen, useita vuoden aikana

(Suominen 2003, 21)

7.2 Riskien jaottelu

Ennen konkreettisten riskien arviointia on tunnettava erilaiset riskilajit ja mihin yrityksen toiminta-alueeseen ne kuuluvat. Tämä helpottaa riskien tunnistamista ja niiden hallintaa. Aloittavan yrityksemme riskilajit voidaan jaotella karkeasti liikeriskeihin, tuoteriskeihin, ympäristöriskeihin sekä henkilöriskeihin (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.)

7.2.1 Liikeriskit

Jokainen yritys joutuu tietoisesti ottamaan liikeriskejä. Ne ovat olennainen asia yrityksen toiminnassa. Liikeriskeillä tarkoitetaan kustannuksiin, markkinointiin ja kysyntään liittyviä riskejä. Nämä kaikki ovat varteenotettavia riskejä erityisesti aloittavalle yritykselle. Liikeriskit syntyvät joko yrityksen sisäisestä toiminnasta tai sen ulkopuolelta. Liikeriskien tunnistamisessa on kiinnitettävä huomiota yrityksen toimintaympäristöön. Toimintaympäristön huolellinen analysointi antaa lähtökohdan uuden yrityksen toiminnan onnistumiselle (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.)

KartinX:n on toiminnan alussa otettava suuria liikeriskejä. Uutena tulokkaana kartingpalvelun tarjoajana on sen otettava oma markkina-asemansa jo heti alussa. Yrityksen on saatava itselleen mahdollisimman paljon näkyvyyttä, jotta se pääsee suuren asiakaskunnan tietoisuuteen. Tehokas mainonta on tarpeellista myös silloin kun kilpailijoita on ilmaantumassa lisää ja kilpailu kovenee. Kilpailu tulee todennäköisesti kovenemaan ja ilman tehokasta mainontaa voivat tappiot koitua suuriksi. Yrityksen tunnettuus ei ole arvioitu kovin vakavaksi riskiksi sen keskeisen sijainnin vuoksi. Myrsky, tulipalo ja ilkivalta voivat olla laajuudestaan riippuen erittäin suuri riski. Tulipalo tai myrsky voi pahimmillaan tuhota koko

toimitilan. Näihin riskeihin varaudutaan kattavilla vakuutuksilla sekä asianmukaisilla palovaroittimilla.

7.2.2 Tuoteriskit

Kaikkien yritysten toiminta perustuu niiden tarjoamiin tuotteisiin ja palveluihin. Tuotteisiin liittyvän päätöksenteon epäonnistuminen voi tulla yritykselle kalliiksi. Tämän vuoksi on jo heti alussa harkittava tarkkaan kenelle tuote on suunnattu, millainen on sen käyttötapa ja olosuhteet ja millaisia etuja tuotteelta odotetaan. Tämän jälkeen päästään tulokseen siitä, millainen tuotteen tulisi perusratkaisuiltaan olla. Tuoteriskien hallinnan keskeisenä lähtökohtana on tuoteturvallisuuden parantaminen. Tuoteturvallisuuden ollessa hallinnassa paranevat myös tuotteen luotettavuus ja käytettävyys. Tämän myötä myös yrityksen maine säilyy hyvänä (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.)

Tuoteriski	Riskin laajuus	Riskin todennäköisyys	Hallinta
- Turvallisuus	> 20 000€	- Melko harvinainen	- Turvallisuusopasteet ja suojavälineet
- Tuoterikko	< 500€	- Yleinen	- Säännöllinen huolto

KartinX:n tuoteriskit liittyvät ennen kaikkea karting-autoihin. Autojen tulee täyttää kaikki turvallisuusvaatimukset ja autot on testiajettava ennen kuin asiakkaat tulevat ajamaan niillä. Turvallisuutta lisätään asianmukaisten ajovarusteiden; ajopuku, -kengät sekä kypärän avulla. Karting-autoja on kahta eri kokoa, joista toinen malli on suunnattu aikuisille ja toinen lapsille. Turvallisuuden vuoksi ei lapset saa ajaa aikuisille tarkoitettua automallia. Tuoteriskeihin varaudutaan säännöllisillä huolloilla sekä lisäämällä asiakkaiden tietoa turvallisesta ajamisesta kartingradalla.

7.2.3 Henkilöstöriskit

Henkilöstö toimii yrityksen toiminnan kannalta keskeisimmässä osassa ja se määrittää suurelta osalta yrityksessä saadun palvelun laadun. Henkilöstöriskeillä tarkoitetaan niitä uhkia, jotka kohdistuvat yrityksen henkilöstöön. Nämä riskit voivat tulla yrityksen ulko- tai sisäpuolelta ja joissain tapauksissa henkilöstö myös aiheuttaa riskejä yritykselle. Henkilöstö on tärkeä osa myös riskienhallintaa, sillä yrityksen henkilöstöllä on usein paljon kokemusta monista ongelmista ja riskitilanteista. Pienessä yrityksessä on vähän henkilöstöä, jolloin yritys on riippuvainen koko henkilöstöstä. Jos yksi yrittäjästä tai avainhenkilöistä poistuu yrityksestä, voi pieni yritys joutua suuriin ongelmiin. Henkilöstöön liittyvät riskit on tärkeää analysoida ja hallita (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.)

Henkilöstöriski	Riskin laajuus	Riskin todennäköisyys	Hallinta
- Tapaturma	> 2000€	- Melko harvinainen	- Turvallisuusohjeiden noudattaminen
- Sairastuminen	> 500€	- Yleinen	- Valmiit yhteydet henkilöstönvuokraukseen

Henkilöstöön liittyvät riskit eivät KartinX:ssa ole suuria, koska alkuvaiheessa kaikki työntekijät ovat yrityksen perustajia. Mahdollisiin tapaturmiin varaudutaan noudattamalla turvallisuusohjeita. Sairastumiset ovat todennäköisesti yleisiä eikä niiltä voi välttyä. Pidempiaikaisen sairastumisen yllättäessä palkataan henkilökuntaa henkilötönvuokrausyrityksen kautta.

8 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on hyväksi havaittu ja yleisesti käytetty nelikenttäanalyysi yritystoiminnan analysoinnissa. Nimi SWOT koostuu englanninkielisistä sanoista;

Strengths - vahvuudet

Weaknesses- heikkoudet

Opportunities- mahdollisuudet

Threats- uhat

Analyysin avulla pyritään selvittämään yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. Sisäiset vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen nykytilaa ja ulkoiset mahdollisuudet ja uhat puolestaan kuvaavat tulevaisuutta. SWOT-analyysin käyttö sopii kaikille yrityksille ja organisaatioille. Nelikenttäanalyysin tarkastelu voi koskea joko koko yrityksen toimintaa tai vain yhtä osaa sen toiminnasta (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.) Sama asia saattaa toisaalta olla heikkous ja toisaalta vahvuus, kuin myös uhka tai mahdollisuus. Alla on listattuna joitakin asioita, joita yleisesti liitetään SWOT-analyysiin joko vahvuutena tai heikkoutena ja mahdollisuutena ja uhkana:

Vahvuudet ja heikkoudet

- Sijainti
- Taloudellinen asema
- Tuotteet ja palvelut
- Imago

- Markkina-asema
- Yrityksen koko ja rakenne
- Henkilöstön osaaminen ja motivaatio

Mahdollisuudet ja uhat

- Kysynnän kehitys
- Lainsäädäntö
- Kilpailu
- Markkina-alueen muutokset
- Uudet tuotteet ja palvelut
- Muutokset EU:ssa
- Valtion toimenpiteet, esim. verotus

(Hoffren 2002, 35-36)

Analyysistä kannattaa tehdä mahdollisimman käytännönläheinen ja yksinkertainen. Sisäiset vahvuudet ja heikkoudet kannattaa pitää toisistaan erillään, jotta ero nykytilan ja tulevaisuuden välillä tulee selvästi rajattua. Jokaiseen ruudukkoon on hyvä saada mahdollisimman paljon ideoita yritystä kuvaavista tekijöistä. Analyysin jälkeen olisi yrityksen pyrittävä vahvistamaan vahvuuksia, korjata ja parannella löydettyjä heikkouksia, hyödyntämään mahdollisuuksia sekä varautua piileviin uhkiin hyvällä suunnittelulla (Pk-yrityksen riskienhallinta 2010.)

<p><u>VAHVUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Motivoitunut ja innostunut henkilöstö - Perustajien kokemukset eri aloilta - Radan monipuolisuus - Uusimman teknologian hyödyntäminen mikroautoissa - Keskeinen toimipaikka - Kokoustilat - Ympäristöystävällisyys 	<p><u>HEIKKOUEDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kokemattomuus yritystoiminnasta, tätä kautta osaamispuutteet - Rajallinen budjetti - Oman pääoman puute
<p><u>MAHDOLLISUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vähän kilpailijoita alueella - Vahva markkinapotentiaali - Yritysasiakkaiden ja ryhmien hyödyntäminen - Työntekijöiden palkkaaminen - Yritystoiminnan laajentaminen - Sponsorien hankinta 	<p><u>UHAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekniset ongelmat tuotteissa - Yrittämisen riskit - Talouden taantuma - Rahoituksen saanti - Low season - Maineen menettäminen

Taulukko 11: SWOT-analyysi, KartinX

KartinX:n vahvuutena ovat motivoituneet ja innokkaat perustajat. Motivoituneisuus ja innokkuus perustuvat perustajien omaan mielenkiintoon ja haluun vaikuttaa työhönsä tuloksiin. Perustajilla on kokemusta useilta eri aloilta, joita hyödynnetään toiminnassa.

Radan monipuolisuus perustuu KartinX: muunneltavaan rataan, joka toimii osittain sisällä ja osittain ulkotiloissa. Tämä on merkittävä vahvuus kilpailijoihin nähden, joiden radat sijaitsevat kokonaan ulkona, eikä niiden käyttö ole mahdollista sateisella säällä. KartinX käyttää autoissaan uusinta teknologiaa, eli sähkökäyttöisiä mikroautoja, jotka ovat perinteisiä mikroautoja ympäristöystävällisimpiä sekä turvallisempia. Toimipaikkana on turistien suosiossa oleva Aurinkorannikon kaupunki, Fuengirola, jossa asustaa myös paljon ulkomaalaisia. Kokoustilat puolestaan ovat vahvuus markkinoissa yritystä ryhmille. Näitä vahvuuksia vahvistetaan markkinoimalla KartinX:aa monipuolisena, turvallisena sekä ympäristöystävällisenä yrityksenä keskeisellä paikalla.

Perustajien kokemattomuus yritystoiminnasta ja sitä kautta osaamispuutteet tietyiltä osilta, kuten kirjanpito, ovat heikkous. Tätä heikkoutta voidaan korjata joko opiskelemalla tarvittavia asioita tai ulkoistamalla osio kokonaan toiselle yritykselle.

Yrityksellä on toiminnan aloittamisessa käytössään vain rajallinen määrä pääomaa, joka on kokonaisuudessaan vierasta pääomaa. Tämä heikkous on toiminnan kannalta suurin. Sitä voidaan kuitenkin ehkäistä suunnittelemalla tarvittavan pääoman käyttö huolella ja varautumalla mahdollisiin uhkiin.

Yrityksellä on vain vähän ydinkilpailijoita alueella. Aivan lähialueella ei kilpailua juurikaan ole. Tämä lisää yrityksen markkinapotentiaalia, sillä alueella on paljon potentiaalisia asiakkaita. Tätä mahdollisuutta tulee yrityksen hyödyntää erityisen paljon kohdistamalla markkinointi lähialueelle.

Kokoustilojen vuoksi KartinX:lla on mahdollisuus yritysasiakkaiden ja ryhmien hyödyntämiseen. Yritysasiakkaat ja ryhmät voivat olla yrityksen suurin tulojen tuottaja, jolloin panostaminen markkinoinnissa tälle asiakasryhmälle on kannattavaa. Mahdollisuutta yritysasiakkaiden ja ryhmien saamista asiakkaiden voidaan vahvistaa tehokkaalla mainostamisella kokoustiloista ja pakettiratkaisuista.

Tulevaisuudessa KartinX:lla voi olla mahdollisuus työntekijöiden palkkaamiseen. Tällöin yrityksen perustajille jää enemmän aikaa pohtia esimerkiksi yrityksen mahdollista laajentamista. Tätä mahdollisuutta voidaan vahvistaa keskittymällä yrityksen kannattavuuteen. Kannattavuutta voidaan parantaa esimerkiksi hankkimalla yritykselle sponsoreita. Moottoriurheilussa sponsoreiden merkitys on suuri.

Uhkana KartinX:n toiminnalle ovat yritykseen perustamiseen liittyvät riskit, kuten liikeriskit sekä taloudelliset riskit. Riskien ottaminen on kuitenkin aina osa liiketoimintaa, joten niiden ottamiselta ei voida välttyä. Riskinä on myös yrityksen perustaminen toiseen maahan ja uuteen kulttuuriin. Riskien uhkaa voidaan kuitenkin pienentää huolellisesti tehdyn riskianalyysin avulla, jolloin riskien todennäköisyys ja vakavuus on arvioitu kunnolla ja riskeihin osataan varautua.

Globaali taloudellinen taantuma on vaikuttanut Espanjaan voimakkaasti ja se on merkittävä uhka KartinX:n toiminnalle. Ihmisten epävakaa taloudellinen tilanne vaikuttaa ihmisten kulutuskäyttäytymiseen ja tämänlaisina aikoina ihmiset todennäköisesti panostavat maksullisiin vapaa-ajan aktiviteetteihin ainoastaan jos rahaa on huolettomasti elämiseen. Espanjan taloudellisen tilanteen odotetaan elpyvän hieman vuonna 2011, jolloin voidaan

olettaa että ihmisten kulutuskäyttäytyminen on hieman huolettomampaa kuin vuosina 2008-2010.

Rahoituksen saannin epäonnistuminen olisi KartinX:n toiminnalle merkittävä haittatekijä, koska omaa pääomaa perustajilla ei ole merkittävässä määrin. Viime vuosien vaikean taloudellisen tilanteen takia pankit ja rahoitusyhtiöt ovat tiukentaneet vaatimuksia lainojen saamiseksi. Huolellinen liiketoimintasuunnitelman tekeminen auttaa pienentämään kyseisen riskin todennäköisyyttä

Yrityksen tarjoamia palveluja on suunniteltu markkinoitavan erityisesti ulkomaalaisille asukkaille sekä turisteille. Turistit matkustavat Espanjaan eniten kesällä ja talvella vähemmän. Talviaika on niin kutsuttua low seasonia ja kesäaika on high seasonia, jolloin turistien määrä on korkeimmillaan. Low seasonilla tulee KartinX:n keskittyä enemmän yritysasiakkaisiin ja paikallisiin espanjalaisiin turistien määrän ollessa huomattavasti high seasonia pienempi.

Vaikka KartinX:ssa panostetaan ennen kaikkea turvallisuuteen, voi silti sattua onnettomuuksia. Vakavissa onnettomuuksissa on yrityksellä riskinä menettää maineensa. Yrityksen tulee varautua tähän uhkaan huolella. Paikalla tulee olla aina vähintään yksi ensiaputaitoinen henkilö ja ensiapuun tarvittavat välineet. KartinX:n tulee laatia toimintasuunnitelma onnettomuuksien varalle, jotta kaikki työntekijät tietävät kuinka toimia onnettomuushetkellä. Henkilökunnan toimintataitoja onnettomuustilanteiden varalle on pidettävä yllä säännöllisin väliajoin järjestettävien harjoitusten avulla

9 Yrityksen Talouden suunnittelu

9.1 Hinnoittelupäätökset

Hintataso vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen ja sen imagoon. Hinnoittelussa on yrityksen otettava huomioon asiakkaiden suhtautuminen, kilpailijoiden hinnat, yrityksen yleiskustannukset ja palvelusta tai tuotteesta syntyvät osto ja tuotantokustannukset. Liian korkea hinnoittelu hyvällä katteella ei välttämättä ole hyväksi yritykselle, jos myyntimäärät jäävät kovin pieniksi (Meretniemi & Ylönen 2008, 119.) Meretniemen & Ylösen (2008, 119) mukaan hinnoittelun tavoitteena on:

- Riittävän myynnin varmistaminen
- Halutun kannattavuuden saavuttaminen
- Tietyn markkinaosuuden saavuttaminen
- Tavoitellun hinta-laatu mielikuvan luominen

Lähtiessämme hahmottamaan oikeaa hintaa KartinX:n tarjoamille palveluille, tarkastelimme ensin kilpailijoiden hintoja. Funny Beach Kartingilla on huomattavasti korkeammat hinnat kuin Karting Campillosilla. Funny Beach Kartingin hinnat voivat osin selittyä yrityksen sijainnilla, sillä Marbellassa tunnetusti asuu keskiluokkaa varakkaampia ihmisiä. Päädyimme asettamaan KartinX:n hinnat alemmaksi kuin Funny Beach Kartingin hinnat, sillä ne ovat Suomenkin hintoihin verrattuna todella korkeat. Campillosin hinta aikuisten 9 minuutin ajolle on 15 euroa ja lasten 5 minuutin ajolle 8 euroa. Hinta antaa hyvän mielikuvan laadusta, jota Campillos markkinoi. KartinX:n hinnoittelu aikuisten ajolle on 15 euroa 10 minuutilta ja lasten ajon hinta 10 euroa 7 minuutilta. Hinta on aikuisten ajon kohdalla Campillosin kanssa samoissa lukemissa, tosin ajoaika on KartinX:ssa minuutin pidempi. Hinnat on esitetty alla euro/minuutti, jotta hintoja voidaan verrata tarkemmin.

	Funny Beach Karting	Karting Campillos	KartinX
Aikuiset	2,50 €/min	1,67 €/min	1,50 €/min
Lapset	1,60 €/min	1,43 €/min	1,43 €/min

Taulukko 12: Hintojen vertailu €/min

KartinX:n hinta aikuisten ajolle on edullisin verrattuna kilpailijoihin. Lasten ajo on suhteessa samanhintainen Karting Campillosin kanssa. Funny Beach Kartingin hinnat ovat puolestaan paljon kalliimmat. Näillä hinnoilla KartinX pyrkii hallitsemaan osaansa markkinoista, olematta kuitenkaan imagoltaan selvästi se halvin. Aloittavana yrityksellä KartinX:lla on etuna uusi kalusto, joka voi osaltaan vielä parantaa yrityksestä saatavaa hinta-laatu-käsitystä. Seuraavien kappaleiden laskelmista on nähtävissä hintojen kannattavuus.

9.2 Alkuinvestoinnit

Yrityksen perustaja joutuu alussa miettimään, kuinka paljon rahaa hän tarvitsee toiminnan aloittamiseen. Investointilaskelman avulla yrittäjä voi helposti suunnitella tarvitsemansa rahan määrää. Alla on laskettu KartinX:n toiminnan aloittamiseen tarvittavat alkuinvestoinnit sekä käyttöpääoma ensimmäiselle kolmelle kuukaudelle. Yrityksen laskelmissa otetaan huomioon vain kartingradasta aiheutuvat menot ja tuotot. Näin ollen kahvilatoimintaa ja neuvottelutiloja ei huomioida laskelmissa laisinkaan.

ALKUINVESTOINNIT		
Mikroautoihin ja niiden huoltamiseen tarvittavat osat ja laitteet	à-hinta	Yhteensä
Mikroautot		
Adult Rent DSR 9 kpl	3 790 €	34 110 €
Junior Rent 7 kpl	2 890 €	20 230 €
Mikroautojen Hallintalaitteet 16kpl	670 €	10 720 €
Mikroautojen varaosat		
Rengassarjat 10kpl	180€	1 800 €
Muut kulutusosat		2 800 €
Huoltovälineet		1 500€
Varusteet		
Ajokypärät 25kpl	90 €	2 250 €
Ajohaalarit 25kpl	100 €	2 500 €
Henkilökunnan työasut		300 €
Karting-rata sisältäen kaikki tarvittavat laitteet ja rakentamisen		
Radan suunnittelu		2 000 €
Radan rakentaminen 300m	225 €	67 500 €
Toimistotarvikkeet, toimitilojen kalusteet ja rekvisiitta		
Toimistotarvikkeet		
Tietokoneet 3kpl	700 €	2 100 €
Tulostimet 2kpl	95 €	190 €
Kalusteet		5 000 €
Rekvisiitta		2 500 €
YHTEENSÄ		155 500€

KÄYTTÖPÄÄOMA 1-3 KK		
Omistajien oma toimeentulo 4kpl	4 000 €	12 000 €
Toimitilan vuokra	1 400 €	4 200 €
Toimitilan takuuvuokra 2kk	1 400 €	2 800 €
Alkumainonta		
YHTEENSÄ		26 540 €
VAIHTO- RAHOITUSOMAISUUS		
Kassa		450 €
Rahantarve yhteensä ensimmäisen 3 kk aikana		182 490 €

Ensimmäisen kolmen kuukauden käyttöpääoma sisältää omistajien toimeentulon, jokaiselle maksetaan palkkaa tuhat euroa kuussa kolmen ensimmäisen kuukauden ajan. 1000m² toimitilan vuokran on arvioitu olevan 1 400 euroa kuukaudessa. Arvio perustuu eri toimitilojen vuokrien vertailuun. Toimitilan takuuvuokraksi on arvioitu kahden kuukauden vuokran summa, eli 2800 euroa. Alkumainonta pitää sisällään lehti- ja ulkomainonnan. Ulkomainontaan on arvioitu kuluvan 5000 euroa ensimmäisten kolmen kuukauden aikana. Ulkomainonnan suunnittelussa ei käytetä ulkopuolista taiteilijaa. Lehtimainonta pitää sisällään ¼ sivun mainoksen Uusi Fuengirola-lehdessä joka toinen viikko sekä kolmen ½ sivun mainoksen kolmen kuukauden ajan The Sentinella Malaga-lehdessä. Kassassa pidetään vakituisesti 450 euroa erinäisiä kuluja varten. Rahan tarpeeksi ensimmäiselle kolmelle kuukaudelle on arvioitu tarvittavan 182 490 euroa. Jotta välttäisimme pääomatarpeen alimitoitukselta, varataan vieraaksi alkupääomaksi 200 000.

9.3 Kannattavuuslaskelma

Tuotteiden kysyntä pelkästään ei takaa yrityksen menestystä, vaan toiminnan tulee olla myös kannattavaa. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tuottojen on oltava kustannuksia suurempia. Tuote on siis myytävä sellaisella hinnalla, että siitä aiheutuvat kustannukset saadaan ylitettyä. Kustannuksia, jotka koostuvat pääosin aine- ja työkustannuksista, kutsutaan muuttuviksi kustannuksiksi. Myyntikate syntyy myyntihinnan ja muuttuvien kustannusten välisestä erotuksesta. Myyntikate on ehdoton edellytys kannattavalle liiketoiminnalle (Holopainen & Levonen 2008, 65.) Alla on esimerkki myyntikatteen muodostumisesta:

Myyntikate	
Tuotteen myyntihinta	
-Muuttuvat kustannukset	
	- (ainekustannukset)
	- (palkkakustannukset)
<u>Myyntikate</u>	

Seuraavissa kohdissa on laskettu KartinX:n aikuisten mikroauton sekä lasten mikroauton myyntikate. Huoltokustannukset on alla oleviin taulukoihin laskettu sen mukaan että autoilla ajettaisiin kolme erää tunnissa, aikuisten mallilla 3x10 min ja lasten mallilla 3x7min, koko radan aukioloaikojen aikana päivässä.

Myyntikate: Adult DSR	
Myyntihinta/Ajokerta	15 €
- Muuttuvat kustannukset	
<u>(huoltokustannukset)</u>	1,21 €
Myyntikate	13,79€

Myyntikate: JUNIOR	
Myyntihinta/Ajokerta	10 €
- Muuttuvat kustannukset	
<u>(huoltokustannukset)</u>	1,21 €
Myyntikate	8,79 €

Yhden ajokerran myyntikate on aikuisten mikroautolla 13,79 euroa, kun ajokerrasta on vähennetty muuttuvat kustannukset. Yksi 10 minuutin ajokerta maksaa aikuisilta 15 euroa. Muuttuvia kustannuksia ovat mikroauton huoltokustannukset, jotka koostuvat noin kolmen kuukauden välein vaihdettavista renkaista sekä kuukausittain vaihdettavista muista kulutusosista. Lasten seitsemän minuutin mikroauto-ajo maksaa 10 euroa. Muuttuvat kustannukset ovat samat kuin aikuisten autolla ajettaessa, joten myyntikatteen jää 8,79 euroa.

Tuotteen hinnalla on vaikutus myyntikatteeseen sekä myös menekkiin. Korkeammalla hinnalla saadaan yleensä myytyä pienempi määrä, hinta on laitettava tarpeeksi korkeaksi, jotta sillä katetaan omat kustannukset. Hinnan asettamisessa tulee ottaa huomioon myös kilpailijoiden hinnat. Yrityksen tuotteiden myyntimenekin on oltava tarpeeksi suuri, jotta syntyvällä myyntikatteella pystytään kattamaan myös yrityksen kiinteät kustannukset. Kiinteät kustannusten tulee kattaa tuotteiden valmistuksen ja myynnin määrästä riippumattomat kustannukset (Holopainen & Levonen 2008, 65.)

Yrityksen käyttökate saadaan kertomalla yhden yksikön myyntikate kokonaismyyntimäärällä. Alla on esimerkki käyttökateen laskemisesta:

Käyttökate
Tuotteen menekki
x
Myyntikate
Kokonaismyyntikate
- Kiinteät kustannukset
- (kiinteät palkat)
- (vuokrat)
<hr/>
Käyttökate

Käyttökate; KartinX		
	<u>Adult DSR</u>	<u>JUNIOR</u>
Tuotteen menekki 1kk	2109	1406
	X	X
<u>Myyntikate</u>	<u>13,79 €</u>	<u>8,79 €</u>
Kokonaismyyntikate	29083,11€ +	18 538, 11€
=YHTEENSÄ 41441,85 €		
-		
Kiinteät kustannukset		
(palkat)		4 000 €
(vakuutukset)		2 000€
(vuokra)		1 400 €
(sähkö)		500 €
(radon huolto)		<u>400 €</u>
Käyttökate		33141,85 €

Käyttökatteeksi kutsutaan myyntikatteen ja kiinteiden kustannusten erotusta.

Käyttökatteesta yrityksen täytyy voida maksaa vielä pakolliset verot, lainojen korot ja mahdolliset poistot (Holopainen & Levonen 2008, 66.) Alla on yksinkertaistettu esimerkki kannattavuuden peruskaavasta yritystoiminnassa:

+ Tuotot
- Kulut
<hr/>
= TULOS

Uutta yritystä perustettaessa ja sen kannattavuutta selvitettäessä on Holopaisen & Levosen (2008, 67) mukaan hyvä toimia seuraavanlaisessa järjestyksessä:

1. Myyntikatetarpeen laskeminen
2. Myynti- ja myyntikatebudjetin laskeminen
3. Tulobudjetin laatiminen

Alla on esimerkki myyntikatetarpeen laskennasta:

Myyntikatetarve	
MINIMITULOSTAVOITE	+/-0
+ Poistot (vähintään lainojen lyhennysten suuruisena)	_____
= RAHOITUSTULOSTARVE	_____
+ korot	_____
+ verot (ei huomioida, koska tulos on +/-0)	_____
= KÄYTTÖKATETARVE	_____
+ toiminnan kiinteät kulut	_____
+ vuokrat	_____
+ kiinteät palkat sivukuluineen	_____
= MYYNTIKATETARVE	_____

Myyntikatetarve, KartinX	
Pääoman tarve	
Investoinnit	155 500 €
Käyttöpääoma 1-3kk	34 040 €
Kustannusylivaraus	10 000 €
YHTEENSÄ	199 540 €
Rahoituksen järjestäminen	
Oma rahoitus	0 €
Vieras rahoitus (Pankkilaina; laina-aika 5 vuotta, korko 7 %)	200 000 €
YHTEENSÄ	200 000 €
Minimitulostarve	+/-0
+Poistot	48 000 €
=Rahoitustulostarve	48 000 €
+Korot	14 000 €
=Käyttökatarve	18 000 €
+Palkat (+sivukulut 35%)	64 800 €
+Vuokra	19 600 €
+Vakuutukset	24 000 €
+Sähkö	6 000 €
+Radan huolto	4 800 €
MYYNTIKATETARVE	203 200 €

Pääoman tarve toiminnan käynnistämiseksi on 199 540 €, joka muodostuu investoinneista (155 500€), käyttöpääomasta ensimmäiseksi kolmeksi kuukaudeksi (34 040€) sekä kustannusylitysvarakuksesta (10 000€). Rahoituksen tarve KartinX:n toiminnan käynnistämiseksi on noin 200 000 €. Omaa rahoitusta omistajat eivät pysty järjestämään yrityksen

perustamishetkellä, vaan koko rahoitus hankitaan vieraana rahoituksena pankista. Pankkilainan suuruus on siis 200 000 €, viiden vuoden maksuajalla ja arvioitu korko on noin 7 prosenttia. Poistot KartinX:llä ensimmäisen vuoden aikana ovat 48 000 €. Lainaa pankille maksetaan takaisin siis 4 000 € kuukaudessa. Korkoa vieraalle rahoitukselle maksetaan ensimmäisen vuoden aikana 14 000 €. Poistot ja rahoituksen korot laskettuna yhteen saadaan käyttökattotarve joka on ensimmäisen vuoden aikana 62 000 €.

Palkkaa yrityksen perustajat nostavat ensimmäisen vuoden aikana kukin 1 000 € kuukaudessa. Palkkojen sivukuluiksi on arvioitu noin 35 prosenttia, jolloin kokonaispalkkakustannukseksi ensimmäisen vuoden aikana tulee 64 800 €. Toimitilamme vuokra on 1400 euroa kuukaudessa ja vuokratakuu on kahden kuukauden vuokran suuruinen. Vuokratarkustannukset ensimmäisen vuoden aikana ovat 19 600 €. KartinX:n toimintaan liittyvät vakuutukset on arvioitu maksavan ensimmäisen vuoden aikana noin 2 000 € kuukautta kohden, joten vuositasolla vakuutuskustannukset ovat 24 000 €.

Sähkökuluiksi on arvioitu 500 € kuukaudessa, joten ensimmäisen vuoden aikana sähkökulut ovat noin 6 000 €. Radan huoltamiseen ja ylläpitoon on arvioitu menevän noin 400 € kuukaudessa, joten vuodessa radasta huolehtiminen maksaa 4 800 euroa. Laskemalla edellä mainitut kustannukset yhteen saadaan myyntikatetarpeeksi 291 200 €.

Tulosbudjetointi tehdään alla olevan kaavan mukaisesti. Siinä yhdistetään myyntikatetarvelaskelma ja myynti- ja myyntikatebudjetit.

Myyntituotot
- myynnin oikaisuerät (esim. Alennukset, alv, rahdit)
<hr/>
= LIIKEVAIHTO
- myytyjen tavaroiden ostomeno
<hr/>
= BRUTTOVOITTO
- muuttuvat palkat sivukuluineen
- <u>muut muuttuvat kulut</u>
<hr/>
= MYYNTIKATE
- kiinteät palkat sivukuluineen
- vuokrat
- <u>muut kiinteät kulut</u>
<hr/>
= KÄYTTÖKATE
- <u>voitonjakoerät (osingot, korot, verot)</u>
<hr/>
= RAHOITUSTULOS
- poistot
<hr/>
= NETTOTULOS

Liikevaihto, KartinX		
	Ajot keskimäärin/kk	Ajot keskimäärin/v
Myynti/v		
Adult DSR	2 109	25 308
Junior	1 406	16 872
Yhteensä		548 340 €
- arvonlisävero 25%		411 255 €
Tulosbudjetti, KartinX		
Liikevaihto	411 255 €	
-Muuttuvat kustannukset	45 723 €	
-Palkat (+sivukulut 35 %)	64 800 €	
-Vuokrat	19 600 €	
-Vakuutukset	24 000 €	
-Sähkö	6 000 €	
-Radan huolto	4 800 €	
<hr/>		
=KÄYTTÖKATE	292 055 €	
-Lainakulut	14 000 €	
<hr/>		
=RAHOITUSTULOS	278 055 €	
-Poistot	48 000 €	
<hr/>		
Tulos ennen veroja	184 332 €	

Olemme laskeneet KartinX:n ensimmäisen vuoden liikevaihdon sen mukaan että aikuisten mikroautoilla ajettaisiin aukioloaikoina keskimäärin kaksi erää tunnissa ja kummassakin erässä vähintään neljä ajajaa. Lasten mikroautoilla ajettaisiin myös kaksi erää tunnissa ja molemmissa erissä vähintään kaksi ajajaa. Tällöin myyntimäärä aikuisten autoissa kuukausitasolla on 2109 kpl ja vuositasolla 25308 Kpl. Lasten autojen myyntimäärä kuukausitasolla on 1406 kpl ja vuositasolla 16872 Kpl.

Myynti aikuisten kartingautoille on vuodessa 379 620 €, lasten kartingautoille 168 720 € ja nämä yhteenlaskettuna kokonaismyynti 548 340 €. Kokonaismyynnistä vähennetään pois arvonlisävero, jolloin KartinX:n ensimmäiselle vuodelle liikevaihdoksi tulee 411 255 €.

Kun KartinX:n ensimmäisen vuoden liikevaihdosta (411 255 €) vähennetään muuttuvat kustannukset, perustajien palkat ja palkkojen sivukulut, toimitilan vuokra, yrityksen vakuutukset, sähkökustannukset sekä radan huoltokustannukset, saadaan KartinX:n käyttökate, joka on 292 055 €. Käyttökatteesta kun vähennetään lainakulut, saadaan rahoitustulos, joka KartinX:n ensimmäisen vuoden tulosbudjetissa on 278 055 €. Vähentämällä poistot rahoitustuloksesta saadaan vastaukseksi tulos ennen veroja, joka KartinX:n tapauksessa on 184 322€.

Kassavirtalaskelmat

Kassavirtalaskenta on yritykselle elintärkeä toimenpide, jonka avulla yrityksen johto pystyy budjetoimaan rahan riittävyttä yrityksen toiminnalle. Kassavirta on yrityksen suoriteprosessien peilikuva, jonka avulla saadaan tarkka kokonaiskuva yrityksen toiminnasta rahaa mittayksikkönä käyttäen. Kassavirtalaskelman selvitykset ovat alla ja itse laskelmat ovat liitteenä 1.

Ensimmäinen vuosi

KartinX:n kassavirtalaskelmassa on pyritty arvioimaan viiden ensimmäisen toimintavuoden kassavirtoja. KartinX:n korkeasesonki on kesäkuusta syyskuuhun ja matalasesonki lokakuusta toukokuuhun. Matalasesongin aikana keskimääräiset ajomäärät radallamme on arvioitu olevan vähintään kaksi kahden kartingauton erää tunnissa ja korkeasesongin aikana kaksi kolmen aikuisten kartingauton erää sekä yksi erä vähintään neljällä lasten kartingautoilla.

Myyntimme matalasesongin aikana olisi keskimäärin 21 090 € kuukaudessa ja korkeasesongin aikana 52 710 € kuukaudessa. Ensimmäisen vuoden tammikuu on investoinneiltaan massiivisin

kyseisen vuoden aikana, joten rahankäyttö KartinX:llä on huomattavasti vähäisempää muiden kuukausien aikana.

Ensimmäisen vuoden aikana markkinointikustannukset maksetaan koko vuoden osalta jo tammikuussa, kun taas toisen ja kolmantena vuotena markkinointiin panostetaan enemmän jolloin kustannukset jaetaan kuukausikohtaisesti. Arvonlisäveroa yrityksemme maksaa 18 prosenttisen verokannan mukaan joka kolmas kuukausi.

Vierasta pääomaa KartinX:n toiminnan käynnistämiseksi on hankittu pankkilainalla jota maksetaan tasaerin pois 4 000 € euroa kuukaudessa ensimmäisen viiden vuoden ajan. Kuukausierä kattaa lainan sekä lainan korot ja käsittelymaksut.

Palkkaa KartinX:n perustajat nostavat ensimmäisen vuoden aikana kukin 1000 € kuukaudessa, jolloin ensimmäisen vuoden loppukassa on joulukuun lopussa yli 164 000 €.

Toinen vuosi

Toisen vuoden myynnin on arvioitu olevan samankaltainen kuin ensimmäisen vuodenkin. Korkeasesonki ajoittuu edelleen kesälle kesäkuusta syyskuuhun. Henkilöstökulut kasvavat toisena vuotena 10 800 euroon kuukaudessa, joka on kaksi kertaa enemmän kuin ensimmäisen vuoden kuukausittaiset henkilöstökulut. Toisena vuonna perustajat nostavat kukin 2 000 € euroa kuukaudessa palkkaa.

Investoinnit painottuvat ensimmäisen vuoden tapaan pääosin tammikuulle, jolloin hankitaan neljä uutta aikuisten ja kolme uutta lasten kartingautoa varusteineen ja varaosineen. Varaosia hankitaan tasaisin menoerin kolmen kuukauden välein kaikkiin kartingautoihin. Yleiskustannukset sekä vuokra säilyvät ennallaan verrattuna edellisvuoteen.

Arvonlisäveroa maksetaan yhtä paljon kuin ensimmäisenä vuotena, koska myynnin on arvioitu olevan samansuuruinen. KartinX:n panostaa toisena vuotena markkinointiin enemmän kuin ensimmäisenä, joten, markkinointikustannukset kasvavat. Markkinointikustannukset ovat tällöin 1 500 € kuukaudessa.

Suhteellisen vähäisistä investoinneista johtuen KartinX:n loppukassa toisen vuoden lopussa on noin 172 000 € euroa joka on noin 8 000 € euroa suurempi kuin ensimmäisen vuoden vastaava luku.

Kolmas vuosi

Kolmannen vuoden myynnin on laskettu sujuvan samankaltaisesti kuin ensimmäisenä ja toisena vuotena. Kolmas vuosi on investoinneiltaan merkittävästi massiivisempi kuin toisen vuosi. Ensimmäisen vuoden alussa hankitut kartingautot vaihdetaan uusiin, sekä radan pintamateriaalina käytettävä betoni uusitaan. Uudet kartingautot hankitaan kahdessa erässä. Ensimmäiset mikroautot vaihdetaan tammikuussa ja loput toukokuussa, jotta korkeasesongin alkaessa KartinX:n kalusto sekä rata ovat moitteettomassa kunnossa.

Yleiskustannukset sekä vuokra ovat kahden ensimmäisen vuoden tasolla, kuten myös arvonnäkövero-maksut ja lainan takaisinmaksuerät. Henkilöstökustannukset nousevat edellisestä vuodesta 16 200 euroon, perustajien kuukausipalkan ollessa 3 000 € henkilöä kohden.

Loppukassa kolmannen vuoden lopussa on noin 41 000 €, joka on huomattavasti pienempi verrattuna ensimmäisen ja toisen vuoden loppukassoihin. Selityksinä ovat merkittävät investoinnit kalustoon ja rataan, sekä nousseet henkilöstökustannukset. Neljännen vuoden loppukassan arvioisimme olevan merkittävästi suurempi kuin kolmannen, koska kalusto sekä rata ovat neljäntenä vuonna niin hyvässä kunnossa, että niihin ei ole tarvetta tällöin investoida.

Neljäs vuosi

Neljännen vuoden myynnin oletetaan sujuvan samankaltaisesti kuin myös aiempina vuosina. Henkilöstökulut putoavat kuukautta kohden 2 700 €, kunkin työntekijän nostaessa 1 500 € palkkaa kuukaudessa. Palkkoja päätettiin laskea kolmannen vuoden negatiivisen tuloksen takia.

Yleiskustannukset sekä vuokra säilyvät aiempien vuosien tasolla. Tuloveroa maksetaan aiempiin vuosiin verrattuna poikkeuksellisesti ainoastaan huhtikuussa johtuen kolmannen vuoden negatiivisesta tuloksesta. Huhtikuussa maksettavan tuloveron suuruus on 9 610 €.

Neljännen vuoden tulos on kolmanteen vuoteen verrattuna huomattavasti parempi, loppukassan ollessa noin 50 600 €. Hyvä tulos johtuu pitkälti siitä että neljäs vuosi on investoinneiltaan merkittävästi maltillisempi kuin kolmas vuosi. Neljännesvuosittain tehtävät mikro-autojen vara-osa hankinnat ovat ainoat investoinnit joita tullaan tekemään neljäntenä toimintavuotena.

Viides vuosi

Viides vuosi on laskettu myynnin osalta menevän samankaltaisesti kuin aiemmat vuodetkin. Henkilöstökulut ovat samansuuruiset kuin neljäntenäkin vuotena. Palkat päätettiin pitää

samalla tasolla kuin neljäntenäkin vuotena, koska viidentenä vuotena on taas suunnitelmissa investoida merkittävästi ajoradan kunnostamiseen sekä ajokaluston päivitykseen.

Yleiskustannukset ja vuokra säilyvät viidentenä vuotena aiempien vuosien tasolla. Tuloveroa maksetaan lokakuussa ja joulukuussa noin 4 220 euroa, huhtikuun tulovero-erän jäädessä pois kolmannen vuoden negatiivisen tuloksen takia.

Viidennen vuoden tuloksen lasketaan olevan negatiivinen johtuen suurista investoinneista ajoradan kunnossapitoon sekä ajokaluston päivitykseen. Viidennen vuoden tuloksen lasketaan jäävän noin 10 600 € miinukselle.

Kuudes vuosi

Vaikka kuudennelle vuodelle emme kassavirtalaskelmia laskeneetkaan, voidaan sen oletettavasti olevan huomattavasti viidennettä vuotta tuloksellisesti parempi. Kuudentena vuotena ei ennusteta tulevan minkäänlaisia merkittäviä investointeja, mikro-autojen varaosien hankintaa lukuun ottamatta.

KartingX:n toiminnan käynnistämiseksi otettu 200 000 € laina tulisi olla maksettu pois ensimmäisen viiden toimintavuoden aikana, mikä tarkoittaa 48 000 euron säästöä kuudentena vuotena aiempiin vuosiin verrattuna. Työntekijöiden palkat voidaan todennäköisesti nostaa kuudentena vuotena toisen ja kolmannen vuoden tasolle mikä tarkoittaa 2 000 € kuukausipalkkaa työntekijää kohden.

10 Johtopäätökset

Viimeiseksi opinnäytetyössämme on jäljellä johtopäätökset tuloksista, joihin olemme päätyneet tutkielmaa tehdessämme. Ensimmäisenä on taloudellinen yhteenveto KartinX:n ensimmäisen vuoden toiminnasta, jonka jälkeen pohditaan KartinX:n markkinoiden potentiaalia ja viimeisenä osiona päätelmämme opinnäytetyön perusteella kartingradan perustamisesta Espanjan aurinkorannikolle.

Taloudellinen yhteenveto

KartinX:n ensimmäisen vuoden tulos talouslaskelmien perusteella olisi noin 185 000€ ennen veroja, mikä olisi aloittavalle yritykselle lupaava alku liike-elämässä. Laskelmat ovat kuitenkin vain arvioita, jotka saattavat todellisuudessa toteutua hyvinkin eri tavalla kuin on arvioitu. KartinX:n tapauksessa vaikka myynti toteutuisi ainoastaan 30 prosenttisesti arvioidusta, jäisi Kartinx:n tulos edelleen voiton puolelle 55 500 €.

Alkuinvestoinnit yhteenlaskettuna ensimmäisen kolmen kuukauden käyttöpääoman kanssa ovat noin 190 000 €, joten pääomaa on oltava runsaasti jotta toiminta saadaan käynnistettyä. Suurimmat menot toiminnan alussa syntyvät KartinX:n radan suunnittelusta ja rakentamisesta (69 500 €), sekä karting-autojen ja niiden etähallintalaitteiden hankinnasta (65 060 €). Alkuinvestointien jälkeen KartinX:n toiminnan kustannukset vähentyvät merkittävästi kiinteiden kustannusten ollessa noin 8300 € euroa kuukaudessa. Muuttuvat kustannukset, jotka KartinX:llä koostuvat suurelta osin mikroautojen huoltokustannuksista, joka on 1,21 € yhtä karting-autoa kohden yhdellä ajokerralla. Laskettuna yhteen aikuisten (2109kpl/kk) ja lasten (1406kpl/kk) karting-autojen arvioidut keskimääräiset ajokerrat kuukaudessa ja kertomalla yhteismäärä yksittäisellä huoltokustannuksella saadaan summaksi 4253 €, joka olisi myös arvioimamme keskimääräinen kuukausittainen muuttuva kustannus KartinX:n toiminnassa.

Suurimman taloudellisen haasteen KartinX:n toiminnassa ensimmäisen vuoden aikana, uskomme olevan vieraan pääoman hankkiminen yrityksen toiminnan käynnistämiseksi. Omaa pääomaa perustajilla ei todennäköisesti ole yritykseen sijoitettavaksi, joten pääoma pyritään hankkimaan pankkilainalla. Espanjan viime vuosien vaikean taloudellisen tilanteen takia pankit ja rahoitusyhtiöt ovat tiukantaneet ehtoja lainojen saamiseksi, joten uhkana KartinX:n toiminnalle on että pääomaa ei saada hankittua tarpeeksi alkuinvestointeja silmällä pitäen. Uskomme silti rahoituksen onnistuvan KartinX:lle myöhemmin, koska olemme tehneet huolellisen liiketoimintasuunnitelman ja kaikki neljä yrityksen perustajaa sitoutuvat vastuuseen vieraan rahoituksen hankkimisesta ja takaisinmaksusta.

Yhteenveto markkinoista

Aurinkorannikon alue on markkinapotentiaaliltaan todella vahva. Asukasluku on talviaikaan yli puoli miljoonaa ja kesällä se saattaa jopa kolminkertaistua turistien ja kesä-ajan asukkaiden ansiosta heidän tullessa lomailemaan aurinkorannikolle. Ydinkilpailijoita on aurinkorannikon alueella ainoastaan kaksi, jotka molemmat sijaitsevat yli 20 min ajomatkan päästä alueesta, jonne KartinX:n toimipaikkaa on suunniteltu.

KartinX tärkeimmäksi asiakasryhmäksi opinnäytetyön tuloksien perusteella arvioisimme turistit. Tutkimistamme tilastoista voidaan havaita että viime vuosien heikko globaali taloudellinen tilanne ei ole vaikuttanut turistien määrään tai rahan käyttöön kovinkaan voimakkaasti. Vaikka turistien keskimääräinen loman pituus Espanjassa on lyhentynyt päivällä vuosien 2005-2008 välillä, turistien keskimääräinen rahankäyttö on silti kasvanut lomaa kohden samaisen tarkastelujakson aikana. Korkea sesongin aikana markkinointimme tulee keskittää erityisesti siis turisteihin.

Asiakasryhmät, jonka kulutuskäyttäytymiseen heikko globaali taloudellinen tilanne on voimakkaammin vaikuttanut, on aurinkorannikon alueen paikalliset ihmiset, sekä myös yritykset. Paikallisten ihmisten taloudellinen panostus vapaa-ajan aktiviteetteihin on jonkin verran pienentynyt viime vuosien aikana. Myös yrityksistä monet ovat joutuneet leikkaamaan kulujaan vähentämällä henkilökunnan virkistystoimintaan käytettäviä varoja. Uskomme tilanteen paranevan näiden asiakasryhmien osalta jonkin verran jo vuoden 2011 aikana, jolloin talouden on hieman ennustettu elpyvän Espanjassa. Matalasesongin aikana talvisin, jolloin turistien määrä aurinkorannikolla on vähäinen, tulee Kartinx:n kohdistaa markkinointinsa kahteen edellä mainittuun asiakasryhmään.

Aurinkorannikon hui- ja virkistyspalveluiden toimialalla on monipuolisesti toimijoita, koska hui- ja virkistyspalveluiden toimiala kattaa monta hyvin erilaista alaa. Vähäisten ydinkilpailijoiden määrän takia uskomme kuitenkin että Kartinx saavuttaisi tarvittavan markkinaosuuden aurinkorannikolla toimimiseen ja menestymiseen.

Päätelmät

Olemme molemmat kiinnostuneita yrittäjyydestä ja Espanjassa asumisesta, joten opinnäytetyön tekeminen yrityksen perustamisesta Espanjaan oli meille molemmille mielenkiintoinen, motivoiva ja hyödyllinen projekti. Liiketoimintasuunnitelmastamme tuli mielestämme kattava ja monipuolinen, josta tulee olemaan suurta apua myöhemmin, jos Kartinx:n toiminta tullaan käynnistämään. Uskomme liiketoimintasuunnitelman tekemisen opinnäytetyönä antavan liiketoimintasuunnitelmалlemme huomattavasti laajemman teoreettisen pohjan, kuin tilanteessa jossa liiketoimintasuunnitelma tehdään pelkästään yrityksen perustamisen vuoksi.

Opinnäytetyömme avulla taloudellisista laskelmistamme tuli melko kattavia, joita tulkitsemalla Kartinx:n ensimmäinen toimintavuosi vaikuttaisi lupaavalta. Pidettävä on kuitenkin mielessä, että laskelmat ovat vain arvioita tulevaisuudesta, eikä voi varmasti tietää miten asiat tapahtuvat todellisuudessa, jos Kartinx:n toiminta käynnistetään.

Espanjan taloudellinen tilanne on vuoden 2011 alussa edelleen vaikea, työttömyysluvut ovat korkealla ja valtiolla on käynnissä kolmevuotinen säästö-ohjelma. Talouden odotetaan elpyvän hieman tänä vuonna, mutta Kartinx:n toiminnan käynnistämisen olemme päättäneet lykätä ainakin vuoteen 2012 asti, jolloin arvioimme tilannetta uudestaan.

Mielestämme opinnäytetyön tekeminen yhdisti monipuolisesti kaikkea ammattikorkeakoulussamme opittua ja auttoi hahmottamaan vieläkin enemmän kattavan

liiketoimintasuunnitelman tekemistä käytännössä. Ammattikorkeakoulumme koulutus antaa hyvät lähtökohdat yrittäjyyteen ja opinnäytetyömme avulla olemme vieläkin lähempänä haavettamme oman yrityksen perustamisesta.

Lähteet

Kirjallisuuslähteet:

Hoffren S. 2002. Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Helsinki: Edita

Holopainen, T. & Levonen A. 2008. Yrityksen perustaja opas- silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Prima

Lahtinen, J.& Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Tampere: Avaintulos

Meretniemi I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava

Pitkämäki, A. 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Talentum

Suominen, A. 2003. Riskien hallinta. Vantaa: WSOY.

Westerdahl S. 2001. Askelmerkit Espanjaan. Käytännön ohjeita Espanjaan aikoville suomalaisille. Fuengirola: S.I. Media

Sähköiset lähteet:

AIMS International. 2010. Amusement industry manufacturers and suppliers international. Viitattu 2.1.2011. <http://www.aimsintl.org/members/memTemplateShow.php?memID=41>

AKK-Motorsport. 2010. Karting. Viitattu 2.1.2011. <http://www.autourheilu.fi/lajit/karting/>

Atalaya de emprendedor. 2011. Tramites Sociedad Limitada. Viitattu 8.1.2011. http://www.atalayadelemprendedor.com/index.php?option=com_content&task=view&id=150&Itemid=86

Camralleida. 2011. Viitattu 7.1.2011. <http://www.camralleida.com/docs/infoempresas/SIC.pdf>

Campillos Karting. 2010. Viitattu 20.11.2010.

<http://www.kartingcampillos.com/english/home.htm>

Ecoembres. 2010. Viitattu 12.12.2010.

<http://www.ecoembres.com/es/documentacion/jornadastecnicas/jornadapracticadeclaraciondeenvases/Paginas/default.aspx>

Einforma. 2010. Informacion de empresas. Viitattu 2.1.2011. <http://www.einforma.com/>

Espanjainfo.net. 2009. Yrittäjäksi Espanjaan. Viitattu 15.12.2010. <http://www.espanjainfo.net/tietopankki/yrittajana-espanjassa/92-yrittajaksi-espanjaan.html>

European comission. 2010. Eurostat, Your key to European statistics. Viitattu 2.1.2011.

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tsdpc520>

Funnybeach. 2010. Viitattu 20.11.2010. <http://www.funnybeach.com/index-2ingles.html>

Go Carts Guide. 2010. Electric karts the advantage over gas. Viitattu 12.12.2010.

http://www.go-carts-guide.com/electric_karts.html

Household Budget Survey. 2010. INE. Viitattu 2.1.2011.

http://www.ine.es/en/prensa/np628_en.pdf

Instituto Nacional de Estaticos. 2010. Inbound tourism. Viitattu 2.1.2011.

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>

Karting del sol. 2010. Viitattu 20.11.2010.

<http://www.absolutearquia.com/attractions/karting.html>

Opetushallitus. 2010. Liiketoimintasuunnitelma, yritystoiminnan kehittämisessä tarvitaan liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 13.12.2010.

http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yriystoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm

OTL-electric karts. 2010. Viitattu 20.10.2010. <http://www.otl.it/>

Pk-yrityksen riskienhallinta. 2010. Viitattu 5.12.2010. <http://www.pk-rh.fi/>

Ramoni, M. 2010. Ezine articles. Viitattu 3.1.2010. <http://ezinearticles.com/?Gas-and-Electric-Go-Karts---Pros-and-Cons&id=5153263>

Spainaccountants. 2010. Guide to company tax in Spain. Viitattu 7.1.2011. <http://www.spainaccountants.com/ct.html#5>

Suomen suurlähetystö. 2010. Espanjan ma tiedot. Viitattu 3.12.2010. <http://www.finlandia.es/Public/default.aspx?nodeid=43416&culture=fi-FI&contentlan=1&displayall=1>

Swain, D. 2007. Go Karts: 7 Advantages of Electric Go Karts Over Gas. Viitattu 2.1.2011. http://www.associatedcontent.com/article/226202/go_karts_7_advantages_of_electric_go.html?cat=11

The Sentinella Malaga. 2011. Advertising. Viitattu 4.1.2011. <http://thesentinellamalaga.com/Advertise.html>

Toure N. 2010. Espanjan maaraportti, Finpro. Viitattu 3.12.2010. <http://www.finpro.fi/NR/rdonlyres/1B59F0A4-950D-4B13-98B0-AF70CACACB0B/13317/Espanjamaaraportti0711.pdf>

Uusi Fuengirola. 2010. Mediakortti. Viitattu 6.1.2011. <http://www.uusifuengirola.fi/mediakortti.phtml>.

Henkilökohtaiset tiedonannot:

Mälkönen, N. Suullinen haastattelu. 24.3.2011 Fuengirolassa.

Paukkunen, M. Suullinen haastattelu. 4.4.2011 Fuengirolassa.

Suominen, K.

Taulukot

Taulukko 1: Kotitalouksien keskimääräinen kulutus eri hyödykkeisiin	17
Taulukko 2: Turistien kulutuskäyttäytyminen Espanjassa	19
Taulukko 3: Ikäjakauma Espanjassa 2010.....	20
Taulukko 4: Keskimääräiset kotitalouden menot Espanjassa, kotitalouden tyyppin mukaan	20
Taulukko 5: Sähkö- ja polttomoottorin vertailu	22
Taulukko 6: Asfaltin ja betonin vertailu	25
Taulukko 7: Asiakasryhmät, KartinX	28
Taulukko 8: Viime vuosien myynnit, Funny Beach	31
Taulukko 9: Viime vuosien myynnit, Karting Campillos	32
Taulukko 10: Pienosakeyhtiön perustamisen vaiheet.....	44
Taulukko 11: SWOT-analyysi, KartinX	51
Taulukko 12: Hintojen vertailu €/min.....	54

1. Vuosi												
KUUKAUSI	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
RAHAN LÄHTEET	221090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myynti	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myyntin Alv 18%	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	9487,8	9487,8	9487,8	9487,8	3796,2	3796,2	3796,2
Lainan Nostot	200000											
RAHAN KÄYTTÖ	181140	16380	15300	31288,6	15300	15300	36980,2	15300	15300	48363,4	15300	15300
Henkilöstökulut	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400
Yrittäjien palkat	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Henkilösivukulut	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
UOKRAT	5800	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Liiketilän vuokra	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Vuokratakuu	2800											
MARKKINOINTI	7540											
YLEISKUSTANNUKSET	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Sähkö	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Radan huolto	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vakuutukset	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INVESTOINNIT	155500	1080		4600			4600			4600		
Mikroautot	54340											
Mikroautojen hallintal.	10720											
Mikroautojen varaosat	4600	1080		4600			4600			4600		
Huoltovälineet	1500											
Ajovarusteet	5050											
Radan suunn. & rakent.	69500											
Toimistotarvikkeet	2290											
Toimistokalusteet	5000											
Toimitilojen rekvisiitta	2500											
LAINALYHENNYKSET	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
ALV 18% maksu 4krt/v				11388,6			17080,2			28463,4		
KASSAMUUTOS	39950	4710	5790	-10198,6	5790	37410	15729,8	37410	37410	-27273,4	5790	5790
ALKUKASSA		39950	44660	50450	40251,4	46041,4	83451,4	99181,2	136591,2	174001,2	146727,8	152517,8
LOPPUKASSA	39950	44660	50450	40251,4	46041,4	83451,4	99181,2	136591,2	174001,2	146727,8	152517,8	158307,8

2. Vuosi												
TOINEN VUOSI												
KUUKAUSI	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
RAHAN LÄHTEET	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myynti	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myyntin Alv 18%	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	9487,8	9487,8	9487,8	9487,8	3796,2	3796,2	3796,2
Lainan Nostot												
RAHAN KÄYTTÖ	72173,6	22200	22200	39448,6	22200	22200	45140,2	22200	22200	72354,18	22200	38030,78
Henkilöstökulut	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800
Yrittäjien palkat	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000
Henkilösivukulut	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800
UOKKRAT	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Liiketilän vuokra	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Vuokratakuu												
MARKKINOINTI	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
YLEISKUSTANNUKSET	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Sähkö	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Radan huolto	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vakuutukset	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INVESTOINNIT	38585			5860			5860			5860		
Mikroautot	23830											
Mikroautojen hallintal.	4690											
Mikroautojen varaosat	8165			5860			5860			5860		
Huoltovälineet												
Ajovaruusteet	1900											
Radan suunn. & rakent.												
Toimistotarvikkeet												
Toimistokalusteet												
Toimitilojen rekvisiittia												
LAINALYHENNYKSET	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Tulovero maksu 3krt/v										15830,78		15830,78
ALV 18% maksu 4krt/v	11388,6			11388,6			17080,2			28463,4		
KASSAMUUTOS	-51083,6	-1110	-1110	-18358,6	-1110	30510	7569,8	30510	30510	-51264,2	-1110	-16940,8
ALKUKASSA	158307,8	107224,2	106114,2	105004,2	86645,6	85535,6	116045,6	123615,4	154125,4	184635,4	133371,2	132261,2
LOPPUKASSA	107224,2	106114,2	105004,2	86645,6	85535,6	116045,6	123615,4	154125,4	184635,4	133371,2	132261,2	115320,4

3. Vuosi												
KOLMAS VUOSI												
KUUKAUSI	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
RAHAN LÄHTEET	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myynti	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myyntiin Alv 18%	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	9487,8	9487,8	9487,8	9487,8	3796,2	3796,2	3796,2
Lainan Nostot												
RAHAN KÄYTTÖ	116038,6	22200	22200	55279,38	52220	22200	45140,2	22200	22200	66133,4	22200	31810
Henkilöstökulut	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800	10800
Yrittäjien palkat	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000
Henkilösivukulut	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800
VUOKRAT	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Liiketilän vuokra	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Vuokratakuu												
MARKKINOINTI	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
YLEISKUSTANNUKSET	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Sähkö	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Radan huolto	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vakuutukset	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INVESTOINNIT	82450			5860	30020		5860			5860		
Mikroautot	30510				23830							
Mikroautojen hallintal.	6030				4690							
Mikroautojen varaosat	5860			5860			5860			5860		
Huoltovälineet					1500							
Ajovarusteet	5050											
Radan suunn. & rakent.	35000											
Toimistotarvikkeet												
Toimistokalusteet												
Toimitilojen rekvisiitta												
LAINALYHENNYKSET	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Tulovero maksu 3krt/v				15830,78						9610		9610
ALV 18% maksu 4krt/v	11388,6			11388,6			17080,2			28463,4		
KASSAMUUTOS	-94948,6	-1110	-1110	-34189,4	-31130	30510	7569,8	30510	30510	-45043,4	-1110	-10720
ALKUKASSA	115320,4	20371,8	19261,8	18151,8	-16037,6	-47167,6	-16657,6	-9087,8	21422,2	51932,2	6888,8	5778,8
LOPPUKASSA	20371,8	19261,8	18151,8	-16037,6	-47167,6	-16657,6	-9087,8	21422,2	51932,2	6888,8	5778,8	-4941,2

4. Vuosi												
KUUKAUSI	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
RAHAN LÄHTEET	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myynti	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myyntiin Alv 18%	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	9487,8	9487,8	9487,8	9487,8	3796,2	3796,2	3796,2
Lainan Nostot												
RAHAN KÄYTTÖ	25360	19500	19500	46358,6	19500	19500	42440,2	19500	19500	53823,4	19500	19500
Henkilöstökulut	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100
Yrittäjien palkat	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Henkilösivukulut	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100
UOKRAT	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Liiketilän vuokra	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Vuokratakuu												
MARKKINOINTI	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
YLEISKUSTANNUKSET	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Sähkö	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Radan huolto	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vakuutukset	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INVESTOINNIT	5860			5860			5860			5860		
Mikroautot												
Mikroautojen hallintal.												
Mikroautojen varaosat	5860			5860			5860			5860		
Huoltovälineet												
Ajovarusteet												
Radan suunn. & rakent.												
Toimistotarvikkeet												
Toimistokalusteet												
Toimitilojen rekvisiitta												
LAINALYHENNYKSET	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Tulovero maksu 3krt/v				9610								
ALV 18% maksu 4krt/v				11388,6			17080,2			28463,4		
KASSAMUUTOS	-4270	1590	1590	-25268,6	1590	33210	10269,8	33210	33210	-32733,4	1590	1590
ALKUKASSA	-4941,2	-9211,2	-7621,2	-6031,2	-31299,8	-29709,8	3500,2	13770	46980	80190	47456,6	49046,6
LOPPUKASSA	-9211,2	-7621,2	-6031,2	-31299,8	-29709,8	3500,2	13770	46980	80190	47456,6	49046,6	50636,6

5. VUOSI												
KUUKAUSI	Tamm	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
RAHAN LÄHTEET	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myynti	21090	21090	21090	21090	21090	52710	52710	52710	52710	21090	21090	21090
Myyntin Alv 18%	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	3796,2	9487,8	9487,8	9487,8	9487,8	3796,2	3796,2	3796,2
Lainan Nostot												
RAHAN KÄYTTÖ	113338,6	19500	19500	36748,6	49520	19500	42440,2	19500	19500	58043,12	19500	23719,72
Henkilöstökulut	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100	8100
Yrittäjien palkat	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Henkilösivukulut	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100
VUOKRAT	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Liiketilän vuokra	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Vuokratakuu												
MARKKINOINTI	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
YLEISKUSTANNUKSET	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Sähkö	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Radan huolto	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vakuutukset	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INVESTOINNIT	82450			5860	30020		5860			5860		
Mikroautot	30510				23830							
Mikroautojen hallintal.	6030				4690							
Mikroautojen varaosat	5860			5860			5860			5860		
Huoltovälineet					1500							
Ajovarusteet	5050											
Radan suunn. & rakent.	35000											
Toimistotarvikkeet												
Toimistokalusteet												
Toimitilojen rekvisiitta												
LAINALYHENNYKSET	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Tulovero maksu 3krt/v										4219,72		4219,72
ALV 18% maksu 4krt/v	11388,6			11388,6			17080,2			28463,4		
KASSAMUUTOS	-92248,6	1590	1590	-15658,6	-28430	33210	10269,8	33210	33210	-36953,1	1590	-2629,72
ALKUKASSA	50636,6	-41612	-40022	-38432	-54090,6	-82520,6	-49310,6	-39040,8	-5830,8	27379,2	-9573,92	-7983,92
LOPPUKASSA	-41612	-40022	-38432	-54090,6	-82520,6	-49310,6	-39040,8	-5830,8	27379,2	-9573,92	-7983,92	-10613,6