

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Laskentatoimi

Anni Hopia

SaiPadiilin seurantatyökalun kehittäminen Case Liiga-SaiPa Oy

Opinnäytetyö 2015

Tiivistelmä

Anni Hopia

SaiPadiilin seurantaraportin kehittäminen, Case Liiga-SaiPa Oy, 31 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Laskentatoimi

Opinnäytetyö 2015

Ohjaajat: lehtori Marianne Viinikainen, Saimaan ammattikorkeakoulu, myyntipäällikkö Jussi Viljakainen, Liiga-SaiPa Oy

Opinnäytetyön aiheena oli Excel-pohjaisen seurantatyökalun ja seurantaraportin kehittäminen SaiPadiili -nimiselle palvelulle. Seurantatyökalun tehtävänä on seurata myytyjen diilien määrää, SaiPadiilin komissiota sekä kumppaniryityksille tehtäviä tilityksiä. Seurantatyökalua käytetään myös kirjanpitäjälle tehtävässä raportoinnissa. Työssä selvitettiin myös diilien myyntiä taloushallinnon ja juridii-kan kannalta. Työssä selvitettiin muun muassa diilien käsittelyä kirjanpidossa, taloushallinnon raportointia, lahjakorttien arvonlisäverotusta sekä sopimusten tekoa yritysten välillä.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli toiminnallinen opinnäytetyö ja tutki-
mussuuntauksena case-tutkimus. Case-yrityksenä opinnäytetyössä oli lappeen-
rantalainen urheiluseura Liiga-SaiPa Oy. Lähdeaineistona työssä käytettiin diili-
palveluista kertovia artikkeleita, eri diilipalveluiden internetsivustoja, taloushal-
linnon ja sopimusoikeuden teoksia sekä haastatteluja. Opinnäytetyötä varten
haastateltiin case-yrityksen myyntipäällikköä ja kirjanpitäjää.

Opinnäytetyön tuloksena kehitettiin seurantatyökalu, jonka avulla SaiPadiilin
vastuuhenkilön on helppo seurata tilityksiä sekä raportoida kirjanpitäjälle ja yri-
tyksen johdolle diilien myynnistä. Työn tuloksena kehitettiin myös pdf -raportti,
jonka tiedot pohjautuvat seurantatyökaluun. Seurantaraporttia käytetään kump-
paniryityksille tehtävään raportointiin.

Avainsanat: diilit, diilipalvelu, ryhmäostaminen, seurantatyökalu, taloushallinto

Abstract

Anni Hopia

Developing an Excel -based tool for SaiPadiili, 31 pages

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Business Administration Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation in Accounting

Bachelor's Thesis 2015

Instructors: Ms Marianne Viinikainen, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

Jussi Viljakainen, Sales Manager, Liiga-SaiPa Ltd.

The purpose of this study was to develop an Excel -based tool and a pdf -report for a service called SaiPadiili. The purpose of this Excel –based tool is to follow the amount of the sold deals, SaiPa's commission and the settlements, which SaiPa pays to the partner companies. The tool is also used for reporting to the accountant. The study also examined selling the deals from financial management and business law point of view. The study examined how to deal the selling the deals in accounting, how the financial management reporting and value-added tax works and making contracts between companies.

This thesis was executed as a functional thesis. The line research was a case study. The study was carried out co-operation with a local ice-hockey company, Liiga-SaiPa Ltd. The information for this study was gathered from articles and web sites about deal services, books about financial management and contract law and interviews.

The result of this thesis was the Excel-based tool, which helps to follow the settlements paid to the partner companies and reporting to the accountant about the sold deals. The result was also the pdf –report, which is used to report to the partner companies.

Keywords: deal, deal services, group buying, Excel-based tool, financial management

Sisällys

1	Johdanto	5
1.1	Työn tavoite ja rajaukset	6
1.2	Tutkimuskysymykset	6
1.3	Tutkimusmenetelmä	7
1.4	Tutkimuksen rakenne	8
2	Diilit	9
3	Diilipalvelut	10
4	Diilien myynti taloushallinnon näkökulmasta	11
4.1	Sopimukset	12
4.2	Asiakas ostaa diilin	13
4.3	Taloushallinnon raportointi	13
4.4	Arvonlisäverotus	14
4.5	Lahjakorttien ja diilien arvonlisäverotus	16
5	Liiga-SaiPa Oy	16
6	SaiPadiili	17
6.1	Diilien toimintaperiaate	18
6.2	Diilipalvelun perustamis- ja myyntiprosessi	19
6.3	SaiPadiili taloushallinnon näkökulmasta	19
6.3.1	SaiPadiilin sopimukset	20
6.3.2	SaiPadiilin kirjanpito	20
6.3.3	SaiPadiilin raportointi	21
6.4	Yrityksen näkökulma	22
6.5	Kumppaniyritykset	22
7	Seurantatyökalu	22
7.1	Seurantatyökalun kehittäminen	23
7.2	Lopputulokset	26
8	Yhteenveto ja pohdinta	27
	Kuvat	29
	Lähteet	30

1 Johdanto

SaiPadiili on lappeenrantalaisen jääkiekkoseuran Liiga-SaiPa Oy:n tarjoama uusi palvelu ja ainoa paikallinen diilipalvelu. SaiPa on ensimmäinen urheiluseura Suomessa, joka tarjoaa tällaista diilipalvelua asiakkailleen. SaiPadiili on myös ainoa diilipalvelu, joka toimii Etelä-Karjalan alueella. SaiPadiili on perustettu, koska Liiga-SaiPa halusi lisätä sellaista liiketoimintaa, joka ei ole suoraan kytköksissä yrityksen päätoimen, eli jääkiekon kanssa. Muut Suomessa toimivat diilipalvelut ovat yrityksiä, jotka ovat keskittyneet vain diilien tarjoamiseen ja ne toimivat lähinnä suurimmissa kaupungeissa, kuten Helsingissä, Tampereella ja Turussa. Näitä yrityksiä ovat muun muassa Groupon, joka on suurin alalla toimiva yritys, Facediili Oy sekä Kimppadiili.

Tämän opinnäytetyön aiheena on Excel-pohjaisen seurantatyökalun kehittäminen SaiPadiili-palvelulle. Case-yrityksenä opinnäytetyössä on Liiga-SaiPa Oy. Idea ja tarve seurantatyökalulle tuli yrityksen puolelta. Seurantatyökalu on ajankohtainen case-yritykselle, koska SaiPadiili on melko uusi palvelu, joten seurantatyökalulle ei aiemmin ole ollut tarvetta. Aihe on tärkeä, koska seurantatyökalu on iso osa SaiPadiilin taloushallintoprosessia.

Seurantatyökalun avulla seurataan kumppaniyrityksille tehtävien tilityksien määriä ja sen tarkoituksena on helpottaa tilitettävien summien määrää ja ajankohtia. Seurantatyökalu toimii myös yrityksen sisäisenä tiedontuottajana ja raportointivälineenä kirjanpitäjälle. Sen avulla voi helposti laskea ja seurata, kuinka paljon on jo tilitetty ja paljonko on vielä maksamatta. Siitä selviää myös Liiga-SaiPa Oy:lle kuuluva osuus eli komissio. Seurantatyökaluun on liitetty myös kumppaniyrityksille tarkoitettu seurantaraportti, jossa selviää, mistä kumppaniyrityksille kuuluva tuotto koostuu.

SaiPadiilin vastuuhenkilö oli tehnyt raakaversioiden seurantatyökalusta palvelun alkaessa ja opinnäytetyön tehtävänä oli kehittää tätä työkalua ja tehdä siitä selkeämpi, helppokäyttöisempi ja monipuolisempi.

Työskentelen itse case-yrityksessä, joten aihe on itselleni hyvin kiinnostava. Aihe on mielenkiintoinen, koska diileistä ja diilipalveluista ei löydy juurikaan teoksia tai tutkimuksia. Robert J. Kauffman & Bin Wang ovat tehneet vuonna

2001 tutkimuksen ryhmäostamisesta internetissä, mutta muita tutkimuksia aiheesta ei juuri löydy. Tätä tutkimusta käytetään lähteenä tässä opinnäytetyössä. Aihe on myös siksi kiinnostava, koska samantyyppisiä opinnäytetöitä ei ole aiemmin tehty. Diilipalveluista ja ryhmäostosivustoista on tehty opinnäytetöitä, mutta useimmat niistä käsittelevät aihetta kuluttajan tai markkinoinnin näkökulmasta. Taloushallinnon näkökulmasta aihetta ei ole juurikaan käsitelty.

1.1 Työn tavoite ja rajaukset

Työn tavoitteena on kehittää seurantatyökalu ja seurantaraportti SaiPadiili -nimiselle palvelulle. Työssäni aion myös selvittää diilien myyntiä taloushallinnon näkökulmasta. Otan kantaa arvonlisäverotukseen, raportointiin ja muihin kirjanpidollisiin liittyviin asioihin. Käsitelen myös yritysten välillä tehtäviä sopimuksia, joten mukana on myös juridinen näkökulma.

SaiPadiili on uusi Etelä-Karjalassa, mikään muu yritys ei tarjoa vastaavanlaista palvelua tällä alueella. Myöskään mikään muu urheiluseura Suomessa ei tarjoa vastaavanlaista palvelua. Suomessa on aiemmin ollut vain muutama vastaavaa palvelua tarjoava yritys. SaiPadiilin vastuuhenkilöllä oli luotuna seurantatyökalun raakaversio, jota on käytetty SaiPadiilin julkaisemisen jälkeen. Koska SaiPadiilissä on mukana todella paljon eri yrityksiä ja jokaiselle yritykselle tarkoitetut tuotot tilitetään kahdessa tai useammassa osassa, seurantatyökalulle oli tarvetta. Yrityksiä tulee koko ajan lisää, sillä SaiPadiili tarjoaa diilejä useamman kerran kuukaudessa. Toiminta on siis pitkäkestoista ja jatkuvaa.

Opinnäytetyö on rajattu koskemaan SaiPadiilin seurantatyökalun ja seurantaraportin laatimista sekä niitä koskevaa teoriaa. Opinnäytetyöhön on sisällytetty myös diilien myynti taloushallinnon näkökulmasta. Taloushallinto on rajattu koskemaan taloushallinnon raportointia, kirjanpitoa sekä arvonlisäverotusta diilien myynnin kannalta. Työssä käsitellään myös diilien sopimusten solmimista juriidikan näkökulmasta.

1.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksenä opinnäytetyössä on kehittää toimiva seurantatyökalu SaiPadiilin käyttöön. Seurantatyökalun tarkoituksena on helpottaa kumppaniyri-

tyksille tehtävien tilityksien seuranta sekä toimia yrityksen sisäisenä tiedontuottajana. Tämän lisäksi työssä kehitetään kumppaniyrityksille tarkoitettu seurantaraportti, joka luodaan seurantatyökalun tietojen pohjalta. Seurantaraportin tarkoituksena on toimia tiedontuottajana SaiPadiilin kumppaniyrityksille.

Seurantatyökalun lisäksi työssä selvitetään diilien perustamis- ja myyntiprosessia yrityksen näkökulmasta. Työssä selvitetään, mitä resursseja diilipalvelun perustamiseen ja diilien myymiseen tarvitaan. Lisäksi selvitetään prosessia taloushallinnon näkökulmasta. Taloushallinnon näkökulmasta selvitetään muun muassa diilien myyntiä kirjanpidon, arvonlisäverotuksen ja raportoinnin osalta. Juridiikan osalta selvitetään, millaisia sopimuksia diilipalvelut ja kumppaniyritykset keskenään sopivat.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallinen opinnäytetyö on kaksiosainen. Siihen kuuluu toiminnallinen osuus eli produkti sekä opinnäytetyön raportti. Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämään tarkoitettu ja sen tarkoituksena on käytännön toiminnan kehittäminen, ohjeistaminen, järjestäminen tai järjeistäminen. Toiminnallisella opinnäytetyöllä on siis yleensä toimeksiantaja. (Virtuaali ammattikorkeakoulu).

Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistetään toiminnallisuus, teoreettisuus, tutkimuksellisuus ja raportointi. Tutkimustiedon tarkoitus toiminnallisessa opinnäytetyössä on tavoitella tietoa, jolla tekijä voi itse toiminnallista osuutta perustellusti muun muassa rajata, kehittää sekä luoda kohdetta ja käyttäjää paremmin palvelevaksi. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimustieto on aina tapauskohtaista. (Vilkka 2010.)

Toiminnallinen osuus on ammatillisen taidon, tiedon ja tutkivan tekemisen näyte, kun raportti taas on tutkivan tekemisen sanallistaminen (Vilkka 2010). Raporttina on tämä opinnäytetyön raportti ja toiminnallisena osuutena on seurantatyökalun kehittäminen ja laatiminen. Toimeksiantajana opinnäytetyössä on Liiga-SaiPa Oy.

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä on käytetty SaiPadiilin vastuuhenkilön sekä kirjanpitäjän haastatteluja. Haastattelumenetelminä on käytetty sekä henkilökohtaista haastattelua että sähköpostihaastattelua. Henkilökohtaisessa haastattelussa haastateltiin SaiPadiilin vastuuhenkilöä ja Liiga-SaiPa Oy:n myyntipäällikköä Jussi Viljakaista ja sähköpostihaastattelussa haastateltiin kirjanpitäjä Tuula Kurenniemeä Visma Services Oy:stä. Henkilökohtaisessa haastattelussa käytettiin teemahaastattelua, eli kysymykset eivät olleet ennalta sovittuja. Teemahaastattelu ei etene tarkkojen, valmiiksi muotoiltujen kysymysten kautta vaan väljemmin kohdentuen tiettyihin ennalta sovittuihin teemoihin. Teemahaastattelussa pyritään huomioimaan ihmisten tulkinnat ja heidän merkityksenantonsa. (KvaliMOTV 2015). Sähköpostihaastattelussa käytettiin puolistrukturoitua haastattelua, eli haastateltava vastasi suoraan sähköpostissa esitettyihin kysymyksiin. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastateltavalle esitetään tarkkoja kysymyksiä tietyistä teemoista. Puolistrukturoitu haastattelu sopii tilanteisiin, joissa on päätetty haluttavan tietoa juuri tietyistä asioista, eikä haastateltaville ole tarpeen antaa suuria vapauksia haastattelutilanteessa. (KvaliMOTV 2015).

1.4 Tutkimuksen rakenne

Teoriaosuudessa kerrotaan yleisesti diilipalveluista, niiden historiasta ja palveluiden hyödyistä. Työssä on esitelty suurimmat alalla toimivat yritykset ja avattu niiden toimintaa.

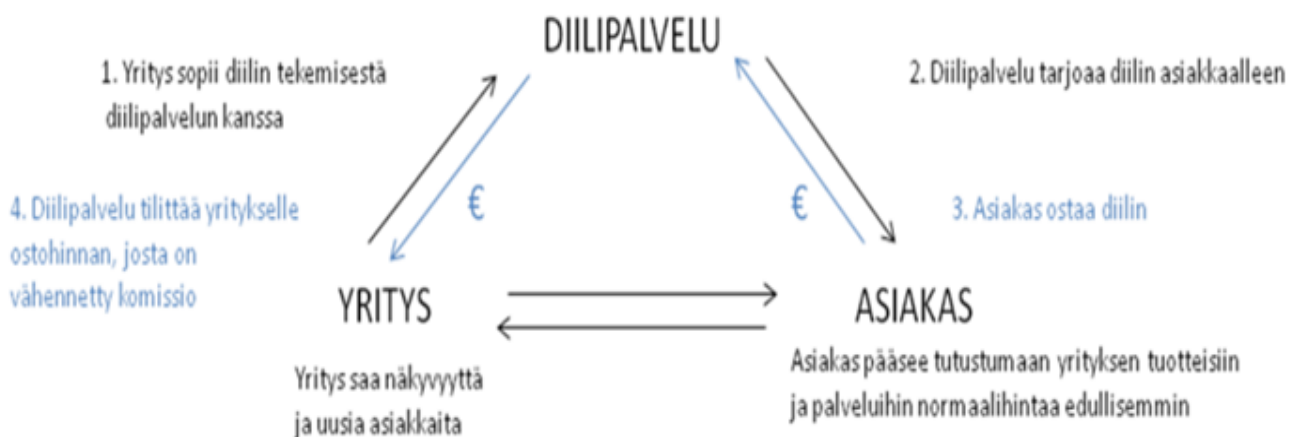
Opinnäytetyössä käsitellään aihetta myös taloushallinnon ja juridiikan näkökulmasta. Juridiikan ja taloushallinnon osuus alkaa sopimusten teon läpikäynnillä, koska se on ensimmäinen vaihe myös uusien diilien tekemisessä. Seuraavaksi kerrotaan, mitä toimenpiteitä aiheuttaa diilipalvelun taloushallinnon kannalta, kun asiakas ostaa diilin ja käyttää ostamansa lahjakortin. Taloushallinnon osalta opinnäytetyössä aihetta käsitellään taloushallinnon raportoinnin, kirjanpidon sekä arvonlisäverotuksen kannalta.

Empiriaosuudessa kerrotaan case-yrityksestä ja SaiPadiili-palvelusta sekä seurantatyökalun kehittämisestä. Työssä käydään läpi koko SaiPadiilin prosessi alusta loppuun asti. Työssä kerrotaan, mistä idea palvelun kehittämiseksi on

saanut alkunsa ja mitä resursseja palvelun aloittaminen on case-yritykseltä vaatinut. Empiriaosuudessa kerrotaan myös taloushallinnon ja juridiikan näkökulma Liiga-SaiPa Oy:n osalta. Empiriaosuudessa avataan kuinka SaiPadiili on otettu huomioon Liiga-SaiPa Oy:n kirjanpidossa ja kuinka sisäinen raportointi hoidetaan SaiPadiilin osalta. Työn lopuksi esitellään lopputulos eli Excel-seuranta-työkalu ja seurantaraportti.

2 Diilit

Diili on yrityksen ja diilipalvelun tekemä sopimus tarjouksesta, jossa yritys tarjoaa erilaisia palveluja tai tuotteita. Diilipalvelu ja yritys sopivat diilille hinnan ja diilipalvelu tarjoaa diiliä asiakkailleen. Kun asiakas ostaa diilin internetistä, hän saa lahjakortin jolla palvelu lunastetaan kumppaniyrityksestä. Kun asiakas on käyttänyt diilin, diilipalvelu tilittää kumppaniyritykselle ostohinnan komissiolla vähennettynä. (Yrittäjä-lehti 4/2011, 23). Kuvassa 1 on havainnollistettu diilin myynti diilipalvelun, yrityksen ja asiakkaan välillä.



Kuva 1. Kuinka ryhmäostaminen toimii? (Yrittäjä-lehti 4/2011, 24)

Diilit ovat erikoistarjouksia, jotka ovat ostettavissa vain internetistä. Diilien avulla asiakas voi saada tuotteen tai palvelun jopa 80 prosentin alennuksella. Diilit ovat voimassa vain muutaman päivän, jonka aikana diilin voi ostaa. Diilejä voi

olla myös vain rajattu määrä myynnissä. Joillakin diilipalveluilla on ehtona diilien toteutumisessa, että diilejä ostavia asiakkaita on oltava tietty määrä, jotta diili toteutuu. Näillä keinoilla yritetään nopeuttaa asiakkaan ostopäätöksen tekemistä. (Alennus.fi). Diilin hinta on sovittu etukäteen diilipalvelun ja kumppaniyrityksen toimesta, eikä asiakas voi siihen enää vaikuttaa.

Kuluttajat hyötyvät diileistä, koska saavat niiden avulla tuntuvia alennuksia useista tuotteista ja palveluista. Palveluntarjoajat voivat diilien avulla tehdä yritystään ja tuotteitaan tunnetuksi ihmisten keskuudessa (Alennus.fi). Katteet jäävät usein pieniksi diilin kohteena olevan tuotteen osalta, mutta tuotteen lisänä tehtävällä lisämyynnillä ja uuden asiakkaan sitouttamisella kumppaniyritys voi jäädä plussan puolelle. (Yrittäjä-lehti 4/2011, 23). Diilipalvelun tarjoaja saa myydyistä diileistä komission. Komission lisäksi myös diilipalvelu lisää tunnettavuuttaan tarjoamiensa diilien myötä. Diileistä hyötyvät niin kuluttajat, diilejä tarjoava yritys sekä kumppaniyritys.

3 Diilipalvelut

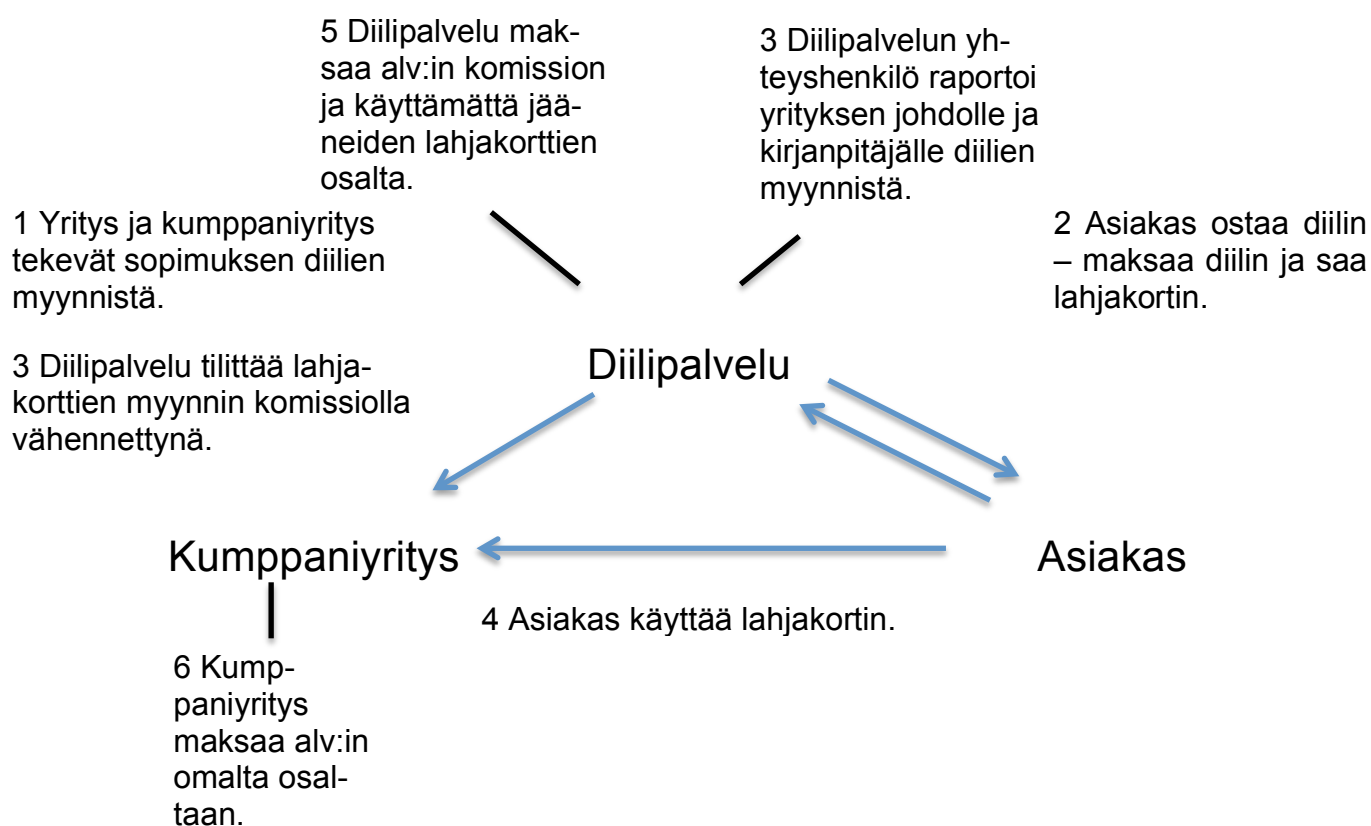
Suurin ja tunnetuin diilien tarjoaja on 2008 perustettu yhdysvaltalainen Groupon, joka toimii nykyisin lähes 50 eri maassa. Groupon toimii myös Suomessa. (Groupon). Muita Suomessa toimivia diilipalveluita ovat muun muassa Facediili Oy ja Kimppadiili (diilit.net). Nämä palvelut tarjoavat diilejä kuitenkin vain suurimpiin Suomen kaupunkeihin, kuten Helsinkiin, Tampereelle ja Turkuun. Nämä palvelut tarjoavat diilejä monilta eri toimialoilta. On myös tiettyjä diilisivustoja, jotka tarjoavat diilejä vain yhdeltä toimialalta. Tällainen on esimerkiksi Top 10 Matkatarjoukset, joka tarjoaa vain matkatarjouksia. (Helsingin Sanomat 2013).

Ensimmäiset sivustot, jotka tarjosivat ryhmäalennuksia, perustettiin myös yhdysvalloissa 1998. Näitä yrityksiä olivat muun muassa Mobshop, Mercata.com ja Accompany.com. (Kauffman & Wang, 2011, 4). Mercata perustettiin 1998 ja sen internet-sivut aukesivat keväällä 1999 (Kauffman & Wang, 2011, 12). Nämä yritykset eivät kuitenkaan menestyneet, sillä huutokauppamenetelmällä toimivat eBay ja Amazon olivat jo tuolloin suosituimpia, eivätkä ensimmäiset ryhmäostosivustot voineet kilpailla niitä vastaan. (Kauffman & Wang 2011, 4.)

Ensimmäiset ryhmäostosivustot käyttivät erilaista hinnoittelumenetelmää, kuin nykyiset diilien tarjoajat. Esimerkiksi Mercatan hinnoittelutaktiikkana oli ”mitä enemmän asiakkaita, sitä alhaisemmat hinnat”. (Kauffman & Wang, 2011, 12). Nykyisin diilipalvelut käyttävät hinnoittelumallia, jossa diilipalvelu ja kumppaniyritys ovat sopineet diilin hinnan etukäteen. Yleensä diilin hinta on jokin tietty prosenttialennus tuotteen tai palvelun alkuperäisestä hinnasta. Ensimmäinen yritys, joka tarjosi diilejä nykymallin mukaan, oli yhdysvaltalainen Groupon, joka aloitti toiminnan Yhdysvalloissa vuonna 2008 (Alennus.fi). Groupon on suurin alalla toimiva yritys. Marraskuussa 2009 perustettiin eurooppalainen CityDeal.fi. Groupon osti CityDealin vuonna 2010, jonka seurauksena toiminta laajeni myös Suomeen. (Taloussanomien 2010.)

4 Diilien myynti taloushallinnon näkökulmasta

Kun asiakas on ostanut diilin diilipalvelun kautta, diilipalvelu maksaa kumppaniyritykselle tämän osuuden myydyistä diileistä. Lahjakortit myydään nollave-rokannalla, joten arvonlisävero maksetaan vasta, kun lahjakortit on käytetty kumppaniyrityksessä. Diilipalvelun tarjoaja maksaa arvonlisäveron omasta komissiostaan sekä käyttämättä jääneiden lahjakorttien osalta. Kuvassa 2 on havainnollistettu diilin myynti ja taloushallintoon liittyvät asiat.



Kuva 2. Diilien myynti taloushallinnon näkökulmasta.

4.1 Sopimukset

Kun diilipalvelu ja kumppaniyritys ovat päässeet sopimukseen diilin tekemisestä ja sen ehdoista, tehdään yhteistyösopimus. Yhteistyösopimuksessa sovitaan diilin ehdoista sekä diilipalvelun että kumppaniyrityksen vastuut, velvollisuudet, takuut, vakuutukset ja maksuehdot. Yhteistyösopimuksessa ilmenee myös diilipalvelun ja kumppaniyrityksen tiedot sekä tarkat tiedot solmituista diileistä.

Laki varallisuus oikeudellisista oikeustoimista luvun 1 mukaan sopimuksen toteuttamiseen syntyvän tarjouksesta ja siihen annetusta hyväksyvästä vastauksesta (Hemmo 2006, 26). Sopimus on yhteisnimitys joukolle kahden osapuolen välillä vaikuttavia yksityisoikeudellisiin määräämistöihin perustettuja velvoitteita ja niitä vastaavia oikeuksia. Näitä velvoitteita ovat muun muassa sopimustyyppin mukaisia päävelvoitteita, kuten toimeksiannon tai rahamaksun suorittaminen tai sivuvelvoitteita, kuten esimerkiksi salassapitovelvollisuus. Sopimus perustuu useimmiten osapuolten tietoisiin sitoutumistoiimiin, joilla he haluavat saattaa

voimaan sopimuksen mukaiset velvoitteet. Tavallisimmin sopimuksella toteutetaan taloudellista toimintaa. (Hemmo 2006, 27.)

Sopimusneuvottelujen tarkoituksena on selvittää mahdollisuudet päästä sopimukseen ja muotoilla sopimusehtojen sisältö. Neuvotteluprosessiin vaikuttavat päätettävän sopimuksen taloudellinen arvo ja monimutkaisuus. Sopimusneuvotteluihin ryhdyttäessä on määriteltävä, millainen panostus on neuvotteluosapuolen kannalta optimaalinen. (Hemmo 2006, 611-612).

4.2 Asiakas ostaa diilin

Kun diilipalvelu ja kumppaniyritys ovat tehneet sopimuksen diilien myynnistä, diilipalvelu tarjoaa diilin asiakkailleen. Kun asiakas ostaa diilin, hän maksaa diilipalvelulle ja saa vastineeksi lahjakortin. Lahjakortti oikeuttaa kumppaniyrittäjän tuotteeseen tai palveluun. Lahjakortit myydään nollaverokannalla. Diilipalvelun yhteyshenkilö kirjaa myydyt diilit ja raportoi yrityksen johdolle ja kirjanpitäjälle myydyistä diileistä. Diilipalvelu maksaa kumppaniyrittäjälle tälle kuuluvan osan. Kumppaniyrittäjälle kuuluva osio myydyistä diileistä maksetaan usein useammassa osassa. Diilipalvelu ottaa oman osansa, eli komission, myydyistä diileistä ja maksaa arvonlisäveron komission ja käyttämättä jääneiden lahjakorttien osalta. Kumppaniyritys maksaa arvonlisäveron oman osuutensa osalta.

4.3 Taloushallinnon raportointi

Kun diilipalvelulle on tullut tuottoa diilien myynnistä, diilipalvelun vastuuhenkilön on raportoitava yrityksen johdolle sekä kirjanpitäjälle, mistä tuotto on koostunut. Myös silloin on raportoitava, kun diilipalvelu maksaa kumppaniyrittäjälle tälle kuuluvan osuuden diilien myynnistä. Jos diilien myynnistä tai markkinoinnista on koitunut menoa, myös siitä on raportoitava.

Raportoinnilla tarkoitetaan yleensä tiedon antamista tapahtuneesta tai parhailaan tapahtuvasta toiminnasta. Tietoja on yrityksessä annettava erityisesti niille, joiden tehtävänä on yrityksen toiminnan suunnittelu ja ohjaaminen. Laskenta-toimen raporteilla tarkoitetaan kirjallisessa muodossa annettuja ilmoituksia yrityksen toteutuneista tuotoista ja kustannuksista sekä niiden perustana olevista määräluvuista. (Jyrkkiö & Riistama 2003, 261).

Raportointijärjestelmää luotaessa on hyvä miettiä, kuinka tarkasti ja kuinka useasti seuranta tehdään. Myös raporttien tietosisältö, yksityiskohtaisuus, ulkoasu ja välitystapa ovat tärkeitä. Raportoitavan tiedon yksityiskohtaisuus riippuu siitä, kenelle raportti on organisaatiossa tarkoitettu. Yritysjohdolle tarkoitettu raportissa on usein vähemmän yksityiskohtia, kuin myynnistä vastaavalle henkilölle tarkoitettu raportissa. Seurantareportit ovat apuvälineitä, jotka tukevat yritystoiminnan valvontaa ja niiden toimintojen tunnistamista, jotka eivät suju suunnitelmien mukaisesti. (Syvänperä & Lindfors 2014, 76-77).

Raportin sisällön tulee vastata sen vastaanottajan informaation tarvetta. Raporteista tulee ilmetä, mihin tuottoihin ja kustannuksiin vastaanottaja voi vaikuttaa. Raporttien luettavuus vaikuttaa niiden tehokkuuteen. Raportissa käytetyn kielen tulee olla sellaista, että vastaanottaja ymmärtää sitä. Jokaisesta raportista on myös ilmentävä sen sisältö, eli raportti, samoin kuin sen sarakkeet ja rivit on ot-sikoitava riittävän selkeästi. Raportista on ilmentävä myös ajanjakso tai toimen-pide, jota raportti koskee sekä käytetyt mittayksiköt, kuten esimerkiksi eurot ja kappalemäärät. (Jyrkkiö ym. 2003, 263-264).

Laskentatoimen raportit sisältävät yleensä runsaasti numerotietoja, jotka esite-tään useimmiten erilaisina taulukoina. Taulukkojen täydentäjinä ja joskus myös korvaajina käytetään usein graafisia esityksiä, joiden avulla on helppo havain-nollistaa raportin sisältöä. Graafiset esitykset voivat olla muun muassa käyriä, histogrammeja tai pinta-alakuvioita. (Jyrkkiö ym. 2003, 264).

4.4 Arvonlisäverotus

Diilipalvelu maksaa arvonlisäveron diilien myynnistä saamansa komission osal-ta sekä käyttämättä jääneiden lahjakorttien osalta. Kumppaniyrittäjä maksaa ar-vonlisäveron oman osuutensa osalta.

Arvonlisävero luokitellaan verojärjestelmässä yleiseksi ja välilliseksi kulutusve-roksi. Kulutusvero on vero, joka kohdistuu tavaroiden ja palveluiden kuluttami-seen. Veron välillisyydellä tarkoitetaan sitä, että vero sisältyy tavaran tai palve-lun lopulliseen hintaan. (Murtomäki 2007, 7).

Arvonlisäverolain pääsäännön mukaan arvonlisäveroa suoritetaan liiketoiminnan muodossa Suomessa tapahtuvasta tavaroiden ja palveluiden myynnistä sekä Suomessa tapahtuvasta tavarain maahantuonnista, yhteisöhankinnasta ja tavarain siirrosta vapaa-alueelta tai vapaavarastosta. (Murtomäki 2007, 8). Sekä tavarain että palveluiden myynti liiketoiminnan muodossa on pääsääntöisesti arvonlisäverollista. Tavaroiden ja palvelujen myyntiin soveltuvat kuitenkin erilaiset säännöt, sen vuoksi myyjän ja ostajan tulee pystyä määrittämään kysymyksessä olevan myynnin kohde joko tavara- tai palvelukaupaksi. Tavaroilla tarkoitetaan fyysisiä esineitä ja palveluilla niitä, joita ei ole tavaroiksi määritelty. (Joki-Korpela, Jokinen, Klemola, Kontu & Takalo 2012, 39).

Koska arvonlisäveroa suoritetaan jokaisessa vaihdannan vaiheessa, veron kertaantuminen on pyritty estämään vähennysjärjestelmällä. Vähennysjärjestelmän mukaan pääsääntöisesti kaikki arvonlisäverollista liiketoimintaa varten verollisena hankitut tuotantopanokset ovat vähennyskelpoisia. Vähennysoikeus koskee vain verovelvollisia. (Kallio, Nielsen, Ojala & Säaskilahti 2015, 573).

Verokannalla tarkoitetaan sitä prosenttilukua, jolla asiakkaalta peritystä hinnasta tai muusta veron perusteesta lasketaan suoritettavan veron määrä. (Kallio, ym. 2015, 515). Tavaroiden ja palveluiden myynnin yleinen verokanta on 24 %. Myyntiin sovellettavat alennetut verokannat ovat 14 %, johon kuuluu muun muassa elintarvikkeet, 10 %, johon kuuluu muun muassa kulttuuritilaisuuksien pääsyliput ja liikuntapalvelut, sekä 0 %, johon kuuluu esimerkiksi yhteisömyynti. (Joki-Korpela ym. 2012, 246-247).

Arvonlisäverolaki asettaa lisävelvoitteita kirjanpitovelvollisen kirjanpitoon. Arvonlisäverolain mukaan kirjanpitovelvollisen kirjanpidon on oltava sellaista, että siitä selviää veron määrittämistä varten tarvittavat tiedot. Suoritettavan ja vähennettävän veron määrään vaikuttavien liiketapahtumien kirjausten on perustuttava kirjanpitolaissa tarkoitettuihin tositteisiin. Tämän lisäksi on otettava huomioon arvonlisäveron oikean aikainen kirjaaminen, joka on määrätty arvonlisäverolaisessa. (Murtomäki 2007, 36).

4.5 Lahjakorttien ja diilien arvonlisäverotus

Lahjakortti rinnastetaan maksuvälineeksi, joten lahjakorttien myynnissä arvonlisäveroa ei vielä oteta huomioon. Arvonlisävero otetaan huomioon vasta, kun lahjakortti käytetään.

Diilien myynnin ollessa kyseessä lahjakortit myydään nollaverokannalla. Arvonlisävero otetaan mukaan, kun lahjakortti käytetään kumppaniyrityksessä. Kumppaniyritys maksaa arvonlisäveron siltä osuudelta, jonka tämä diilin myynnin osalta saa. Diilipalvelu maksaa arvonlisäveron oman osuuden eli komission osalta sekä käyttämättä jääneiden lahjakorttien osalta.

5 Liiga-SaiPa Oy

Liiga-SaiPa Oy on lappeenrantalainen yritys, joka on perustettu SM-Liigassa pelaavan jääkiekkoseuran SaiPan ympärille. SaiPa pelaa kotiottelunsa Lappeenrannan kaupungin omistamassa jäähallissa, Kisapuistossa. SaiPa on perustettu vuonna 1948 ja osakeyhtiö Liiga-SaiPa Oy vuonna 2000. Sitä ennen toiminnasta vastasi SaiPa ry. Liiga-SaiPa Oy:llä on seitsemän eri omistajaa, jotka ovat Jouni Okko, Timo Tersa, Tuomo Räsänen, Kari Koskimies, Jussi Markkanen, Timo Tikkinen ja SaiPa ry. (Liiga-SaiPa Oy, 2013). Yrityksen toimialana on urheiluseurojen toiminta (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä). Yrityksen liiketoimintaan kuuluu itse jääkiekon lisäksi muun muassa mainostilan myynti, ravintolatoiminta, fanituotemyynti sekä uusimpana helmikuussa 2015 perustettu SaiPadiili-niminen palvelu.

Liiga-SaiPa Oy:ssä työskentelee noin 200 henkilöä, joista noin 50 työskentelee yrityksessä päätoimisesti. Seurassa työskentelee joukkueen lisäksi huoltohenkilökuntaa, ravintolahenkilökuntaa, toimihenkilöitä sekä johtohenkilöitä. Vakituisten työntekijöiden lisäksi SaiPassa työskentelee useita kymmeniä osa-aikaisia työntekijöitä, joista useimmat työskentelevät ravintola- ja lipunmyynnissä.

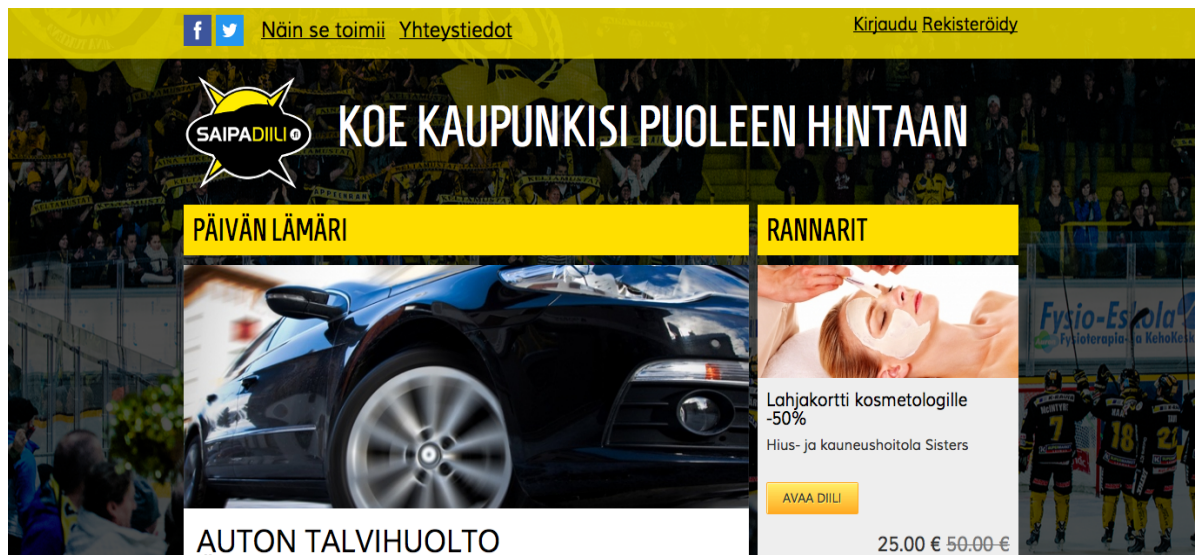
Liiga-SaiPa Oy:n asiakaskunta on todella laaja. Asiakkaita ovat niin yksityiset katsojat kuin yritykset. Asiakkaita yrityksellä on ympäri Etelä-Karjalaa. SaiPa toimii myös yhteistyössä maakunnan monien eri yritysten kanssa ja yritys tekee

valtaosan hankinnoistaan maakunnan yrityksiltä. Yritys on suuri toimija Lappeenrannassa muun muassa kaupungille maksamiensa tuloverojen sekä jäähallivuokrien johdosta. SaiPa on myös yksi Lappeenrannan ja Etelä-Karjalan tunnetuimmista brändeistä.

Liiga-SaiPa Oy on tehnyt positiivisen tuloksen viimeisten neljän tilikauden aikana. Positiivisen tuloksen vuoksi yritys pystyy koko ajan kehittämään toimintaansa. Suurimmilta osin yrityksen liikevaihto koostuu yhteistyösopimuksista, lipputuloista sekä ravintolatoiminnasta. (Liiga-SaiPa Oy, 2015). Lipputulot koostuvat sekä kausikortti- että irtolipunmyynnistä. Ravintolatoimintaan kuuluu muun muassa Sputnik Ravintola –niminen ravintola, joka sijaitsee Lappeenrannan jäähallilla. Sputnik Ravintola toimii päivisin lounasravintolana ja SaiPan otteluiden aikana klubiravintolana. Ravintolatoimintaan kuuluu myös aitiotoiminta, jäähallin anniskeluravintolat, kioskitoiminta sekä SaiPan tarjoama pitopalvelu.

6 SaiPadiili

SaiPadiili (kuva 3) on Liiga-SaiPa Oy:n tarjoama diilipalvelu, joka on perustettu helmikuussa 2015. SaiPadiili myy internetissä asiakkaille diilejä, jotka on tehty yhteistyössä eri yritysten kanssa. Näitä kumppaniyrityksiä ovat muun muassa paikalliset kampaamot, kauneushoitolat, ravintolat ja elokuvateatterit. SaiPadiili on uusi palvelu Etelä-Karjalan alueella, mikään muu yritys ei tarjoa vastaavaa palvelua tällä alueella. SaiPadiili on myös siitä harvinainen, että se on ainoa diilipalvelu, joka toimii urheiluseuran alaisuudessa.



Kuva 3. SaiPadiilin internetsivut. (SaiPadiili 2015)

SaiPadiilin tarjoamat diilit ovat myynnissä vain tietyn ajan ja lahjakortit ovat käytettävä tietyn ajan kuluessa. Diilejä on myös myynnissä vain tietty, rajattu määrä. Joillakin diilipalveluilla on ehtona diilien myynnissä, että diilejä ostavia asiakkaita on oltava tietty määrä, jotta diili toteutuu. SaiPadiilissä tällaista ehtoa ei ole, eikä diilin toteutuminen ole riippuvainen diilejä ostavien asiakkaiden määrästä.

6.1 Diilien toimintaperiaate

Asiakkaan on ensin rekisteröidyttävä SaiPadiilin sivuille. Rekisteröityä voi joko omalla sähköpostiosoitteella tai Facebook-tunnuksilla. Samalla asiakas luo itselleen asiakastilin SaiPadiili-sivustolle. SaiPadiilin sivuille on aina ensin kirjaututtava ennen kuin voi ostaa diilejä. Sivuilta voi tilata myös uutiskirjeen sähköpostiin. Uutiskirjeessä kerrotaan uusista myyntiin tulleista diileistä.

Diilin ostettuaan ja maksettuaan asiakas saa lahjakortin sekä sähköpostiin että SaiPadiili-sivuston asiakastililleen. Lahjakortti on voimassa vain tietyn ajan, jonka aikana asiakkaan on käytettävä lahjakortti kumppaniyrityksen tuotteeseen tai palveluun. Lahjakortissa on koodi, jota näyttämällä asiakas saa diilin lunastettua kumppaniyritykseltä.

Kun asiakas on käyttänyt lahjakortin, kumppaniyritys raportoi SaiPadiilin vastuuhenkilölle käytetyt koodit. Käytettyjen koodien perusteella Liiga-SaiPa Oy tilittää kumppaniyritykselle tälle kuuluvan summan. Kumppaniyritykselle maksetaan sekä myytyjen että käytettyjen lahjakorttien perusteella tälle kuuluva osio. Kumppaniyritys saa osan tälle kuuluvasta osuudesta jokaisesta myydystä lahjakortista. Loput kumppaniyritykselle kuuluvasta osuudesta maksetaan jokaisesta käytetystä lahjakortista, eli jos asiakas ei käytä ostamaansa diiliä, kumppaniyritykselle jää osa tälle kuuluvasta osuudesta saamatta.

Diilin kautta palvelun ostaessa asiakas saa tarjolla olevan palvelun huomattavasti edullisemmin kuin suoraan palvelun tarjoajalta ostettaessa. SaiPa saa jokaisesta myydystä diilistä tietyn komission itselleen ja loput tuotoista tilitetään kumppaniyritykselle.

SaiPadiilillä on käytössä Paybyway Oy:n tarjoama Maksukaista-palvelu. Asiakkaat maksavat ostamansa diilin Maksukaistaan, joka tilittää rahat SaiPalle. Maksukaista-palvelu ottaa kuukausimaksun lisäksi myydyistä diileistä komission.

6.2 Diilipalvelun perustamis- ja myyntiprosessi

Diilipalvelun perustamiseen tarvitaan ensinnäkin toimiva verkkoalusta, joka mahdollistaa daily deal -palvelun käyttämisen. Verkkoalustan on mahdollistettava muun muassa diilien määrä- ja aikarajoitukset, uutiskirjeen tilaus ja lähettäminen, sekä tehdä diileistä helppoja ostaa. Diilin myyntihenkilön on tiedettävä kaikki diilien myyntiin liittyvät asiat. (Viljakainen 2015.)

Vaativin ja eniten resursseja vaativa osuus diilipalvelussa on myyntiprosessi. Mahdollisten kumppaniyritysten etsiminen ja diileistä neuvottelu ja sopiminen vie paljon aikaa. Myös diilien julkaisuajankohtasuunnittelu, diilien mainostaminen sosiaalisessa mediassa, asiakaspalvelu ja jälkimarkkinointi kuuluvat diilipalvelun myyntiprosessiin. (Viljakainen 2015.)

6.3 SaiPadiili taloushallinnon näkökulmasta

Kun SaiPa ja kumppaniyritys ovat tehneet sopimuksen diilien myynnistä ja diili on julkaistu, asiakas voi ostaa sen SaiPadiilin internetsivujen kautta. Kun asia-

kas ostaa diilin, rahat menevät Maksukaista-palveluun, joka ottaa myynneistä komission ja tilittää rahat SaiPalle. SaiPa taas tilittää kumppaniyritykselle kuuluvan osuuden myytyjen ja käytettyjen lahjakorttien mukaan. Mydyt ja käytetyt lahjakortit kirjataan seurantatyökaluun, jonka avulla myös raportoidaan kirjanpitäjälle diilien myyntiä. Lahjakortit myydään nollaverokannalla. Kumppaniyritys maksaa oman osuutensa arvonlisäverosta ja SaiPa maksaa arvonlisäveron oman komission osuudelta. SaiPa maksaa arvonlisäveron myös käyttämättä jääneistä lahjakorteista. SaiPadiilin vastuuhenkilö raportoi kirjanpitäjälle tasaisin väliajoin diilien myynnistä. Tässä raportoinnissa käytetään seurantatyökalua sekä maksukaista-palvelun raportteja. (Viljakainen 2015.)

6.3.1 SaiPadiilin sopimukset

Kun SaiPadiilin vastuuhenkilö ja kumppaniyrityksen edustaja ovat päässeet sopimukseen diilin ehdoista, tehdään yhteistyösopimus. Yhteistyösopimuksesta ilmenee SaiPadiilin vastuuhenkilön tiedot, kumppaniyrityksen tiedot sekä tiedot myyntiin tulevista diileistä. Sopimuksessa on muun muassa diilin nimi, alkupe- räinen hinta, diilin lahjakorttihinta, SaiPan provisio, lunastusaika ja maksimimäärä. Lisäksi sopimuksessa sovitaan diilin ostorajoituksista, lisämaksuista, voimassaoloajasta sekä peruutuksista. Sopimukseen otetaan sekä SaiPan edustajan, että kumppaniyrityksen edustajan allekirjoitukset.

Yhteistyösopimuksen kääntöpuolella on kerrottu yrityssopimuksen yleiset ehdot. Nämä ehdot sisältävät muun muassa Liiga-SaiPa Oy:n velvollisuudet, kumppaniyrityksen velvollisuudet, takuut ja vakuutukset, vastuunrajoituksen sekä maksuehdot.

6.3.2 SaiPadiilin kirjanpito

SaiPadiilin yhteyshenkilön on raportoitava kirjanpitäjälle myydyistä diileistä aina, kun diileistä tulee rahaa yrityksen tilille tai yritys maksaa kumppaniyrityksille. Kirjanpitäjälle raportoidaan Maksukaistan raportin sekä seurantatyökalun avulla. Koska SaiPadiili on vielä uusi asia Liiga-SaiPa Oy:n kirjanpidossa, on se myös kirjanpitäjän mukaan vielä hieman hankala ja opeteltava asia. (Kurenniemi 2015.)

Kun Paybyway Oy, jota Liiga-SaiPa Oy käyttää SaiPadiilin maksujen hoitamiseen, tilittää Liiga-SaiPa Oy myydyistä lahjakorteista, rahat kirjataan tulleeaksi pankkitilille, sekä SaiPadiili -velkoihin. Paybyway Oy:n provisio kirjataan Liiga-SaiPa Oy:n kirjanpidossa maksettuihin myyntiprovisioihin. Kun Liiga-SaiPa Oy maksaa kumppaniyrityksille näille kuuluvan osuuden, kirjataan se pankkitililtä pois, sekä toiselle SaiPadiili-velat tilille. (Kurenniemi 2015.)

Tuloja Liiga-SaiPa Oy:lle diileistä muodostuu komissiosta, jonka yritys ottaa itselleen myydyistä diileistä. Komissio on tietty prosenttiosuus, joka vaihteli 25 – 50 % verran viime tilinpäätöksessä kirjatuissa diileissä. Nämä komissiot on kirjattu liiketoiminnan muihin tuottoihin provisiot -tilille. Diileistä johtuvat menot ovat Paybyway Oy:lle maksettavat provisiot, jotka on kirjattu liiketoiminnan muut kulut, myyntikulut, maksetut myyntiprovisiot -tilille. (Kurenniemi, 2015.)

Tuloslaskelmassa SaiPadiili näkyy liiketoiminnan muissa tuotoissa sekä liiketoiminnan muissa kuluissa. Tuotot -kohdassa ovat Liiga-SaiPa Oy:n diileistä saama komissio ja kulut -kohdassa yrityksen maksama provisio Paybyway Oy:lle. Avoimista diileistä kirjanpidossa näkyy ainoastaan kumppaniyrityksille maksamaton osuus. Diilien arvonlisävero tulisi huomioida kuukausittain. (Kurenniemi 2015.)

6.3.3 SaiPadiilin raportointi

SaiPadiilin vastuuhenkilön on raportoitava tasaisin väliajoin Liiga-SaiPa Oy:n kirjanpitäjälle diilien myynnistä. Kirjanpitäjän on tiedettävä mistä SaiPadiilin tuotot koostuvat. Kirjanpitäjälle on raportoitava myös, milloin kumppaniyrityksille on tehtävä tilityksiä ja millä perusteilla. SaiPadiilin vastuuhenkilön on raportoitava myös yrityksen johdolle diilien myynneistä ja kertyvistä komissioista. Molemmissa raportoinneissa käytetään tässä opinnäytetyössä kehitettyä seurantatyökalua. Kirjanpitäjälle tehtävässä raportoinnissa käytetään myös Maksukaista-palvelun maksuraportteja.

SaiPadiilin vastuuhenkilö raportoi myös kumppaniyrityksille seurantaraportin avulla. Kumppaniyritykset saavat selville seurantaraportista, kuinka paljon heidän lahjakorttejaan on myyty, mihin hintaan, kuinka paljon SaiPa on ottanut komissiota diileistä ja kuinka paljon heille maksetaan myydyistä diileistä.

6.4 Yrityksen näkökulma

Case-yrityksessä on etsitty tulovirtoja, jotka eivät ole suoraan kytköksissä otte-
lutapahtumaan. Näitä tulovirtoja ovat esimerkiksi fanituotemyynti ja SaiPa-leipä,
jota tehdään yhteistyössä paikallisen leipomon kanssa. Yritys halusi hyödyntää
myös laajaa sosiaalisen median seuraajajoukkoa. SaiPalla on Facebookissa ja
Twitterissä lähes 40 000 seuraajaa. Alueella on myös paljon yrityksiä, jotka mie-
lellään tukevat SaiPaa, mutta eivät koe perinteisiä urheilumarkkinointikanavia
mielekkääksi. SaiPadiili syntyi näiden syiden johdosta. (Viljakainen 2015.)

Eniten resursseja SaiPadiilissä vaaditaan myynnissä. Koska myynti- ja markki-
nointitapa on alueen yrityksille uusi, se vaatii hyvän perehdytyksen ennen osto-
päättöstä. Lisäksi resursseja vaatii diilien ulkoasun tekeminen, kuten esimerkiksi
mainosten layout, asiakaspalvelu ja hallinnolliset asiat, kuten tilitysten tekemi-
nen. (Viljakainen 2015).

Case-yritys hyötyy SaiPadiilistä siten, että se saa jokaisesta myydystä lahjakor-
tista komission. Lisäksi kumppaniverkostoa saadaan laajennettua nykyisestä.
SaiPadiili toimii myös markkinointikeinona, koska SaiPadiilin ansiosta ihmiset
puhuvat SaiPasta päivän diilien myötä. (Viljakainen 2015.)

6.5 Kumppaniyritykset

Monet alueen yritykset tukevat mielellään SaiPaa, mutta eivät koe perinteisiä
urheilumarkkinointikanavia itselleen sopiviksi. SaiPadiili on hyvä keino heille olla
yhteistyössä SaiPan kanssa ja saada sitä kautta myös itselleen näkyvyyttä. (Vil-
jakainen 2015). Kumppaniyritykset ovat pääosin lappeenrantalaisia yrityksiä. Diile-
jä on ollut tähän mennessä tarjolla mm. kauneushoitoloihin, kampaamoihin, elo-
kuvateatteriinkin sekä ravintoloihin.

7 Seurantatyökalu

Seurantatyökalu on Excel-taulukko, johon kerätään jokaisesta diilistä tarvittavat
tiedot. Seurantatyökaluun kirjataan kumppaniyrityksen nimi, tilinumero, kampan-
jan nimi, kampanjan alkamis- ja päättymisajankohta, diilin myyntihinta, myytyjen
lahjakorttien lukumäärä, SaiPan komissio, käytettyjen lahjakorttien lukumäärä,

käyttämättä jääneiden lahjakorttien lukumäärä, komissioperuste sekä kumppaniyritykselle tilitettävä summa. Koska kumppaniyrityksille tehtävät tilitykset tehdään useammassa osassa, ne on seurantatyökalussa eroteltu etumaksuun, välimaksuun ja vielä maksamatta olevaan osuuteen. Seurantatyökalu auttaa pysymään ajan tasalla siitä, milloin ja kuinka paljon yrityksille täytyy tilittää diilien tuotoista. Seurantatyökalu toimii myös yrityksen sisäisenä tiedontuottajana ja sen avulla raportoidaan kirjanpitäjälle yritykselle tulevista tuotoista ja kumppaniyrityksille tehtävistä tilityksistä.

Seurantatyökalun lisänä on kumppaniyrityksille tarkoitettu seurantaraportti. Seurantaraportti on tehty seurantatyökalun tietojen pohjalta ja siinä on eroteltuna, mistä yritykselle koostuva tuotto koostuu. Seurantaraportissa ilmenee kumppaniyrityksen nimi ja tilinumero, kampanjan nimi, myytyjen diilien hinta ja määrä, myynnit yhteensä, Liiga-SaiPa Oy:n komissio sekä kumppaniyritykselle tilitettävä summa. Kumppaniyritykselle tilitettävä summa on jaoteltu maksettuun etumaksuun sekä kumppanin osuuteen yhteensä. Seurantaraportissa on jokaisen kyseessä olevan yrityksen kampanjat eriteltyinä sekä yhteen laskettuna.

Lisäksi seurantatyökalun tietojen pohjalta tehtiin pivot-taulukoita ja -kaavioita, joiden avulla SaiPadiilin vastuuhenkilön on helppo seurata esimerkiksi sitä, mitkä diilit ovat myyneet parhaiten.

7.1 Seurantatyökalun kehittäminen

SaiPadiilin vastuuhenkilö oli tehnyt SaiPadiilin alkuvaiheessa raakaversioiden (kuva 4) seurantatyökalusta, jota lähdin kehittämään parempaan suuntaan. Ensimmäisessä versiossa yritysten ja kampanjoiden tiedot olivat sijoitettu taulukossa melko monimutkaisesti.

Yritys		Myynti-hinta (€)	Myydyt lahjakortit (kpl)	Yhteensä (€)	SaiPan komissio (%)	SaiPan komissio (€)	Kumppanin osuus yht. (€)	Etumaksu 50% (€)	Käytetyt lahjakortit (kpl)	Loppumaksu (€)
Yritys XXX	Kampanja 1									
tilinumero		10	10	100		50	50	25	9	17,5
	Kampanja 2									
		15	5	75		37,5	37,5	18,75	8	18,75
			Kampanjat yht.	175	50 %	87,5	87,5	43,75		36,25
Yritys YYY	Kampanja 1									
tilinumero		5	20	100					12	
	Kampanja 2									
		10	1	20						1
	Kampanja 3									
		15	0	0						7
			Kampanjat yht.	120	50 %	60	566	283		
Yritys ZZZ	Kampanja 1									
tilinumero		10	4	40						2
		20	9	90						0
			Kampanjat yht.	130	50 %	65	65	32,5		

Kuva 4. Seurantatyökalun alkuperäinen versio.

Ensin näytin seurantatyökalua ohjaavalle opettajalle, jonka neuvojen avulla muutin työkalussa olevat tiedot taulukkomuotoon ja lisäsin taulukkoon lisää tarpeellisia tietoja. Tärkein asia, joka helpottaa kumppaniyrityksille tehtävien tilitysten laskemista, oli lisätä valmiit laskukaavat Excelliin. Näin ollen jokaista kampanjaa ei tarvitse laskea erikseen vaan voi käyttää valmiita kaavoja.

Tämän jälkeen lajittelin työkalussa olevat tiedot selkeämmin ja paremmin taulukkoon sopivaksi. Lisäsin työkaluun tietoja sen mukaan, mitä SaiPadiilin vastuhenkilö piti tarpeellisena. Lisäsin seurantatyökaluun myös makroja, joiden avulla työkalun sai tallennettua, työkaluun lisättyä uuden rivin ja siirrettyä kumppaniyrityksen tietoja tilitysrapporttiin. Lisäsin myös makron, jolla taulukon saa palaamaan alkuperäiseen tilaan, jos taulukossa on käyttänyt suodattimia. Ohjaavan opettajan avustuksella sain makrot toimimaan. Sain ohjaavalta opettajalta myös lisää ideoita, joiden avulla sain seurantatyökalusta toimivamman ja monipuolisemman. Yksi näistä ideoista oli lisätä taulukkoon vuoroväriset rivit. Vuoroväriset rivit tekevät taulukosta helppolukuisamman. Kuvassa 5 on esitetty seurantatyökalun lopullinen versio.

Lisäksi lisäsin seurantatyökaluun myös pivot-taulukoita, jotka helpottavat esimerkiksi tietyn yrityksen tai kampanjan myynnin seuraamista. Pivot-taulukoiden avulla voi tehdä myös pivot-kaavioita, jotka havainnollistavat muun muassa SaiPan komission määrää diilien myynneistä. Pivot-taulukoita voi muodostaa haluamallaan tavalla ja niiden avulla on helppo saada haluamaansa tietoa. Pivot-taulukoihin voi esimerkiksi laittaa riviotsikoiksi kumppaniyritykset ja arvoiksi

diilien myyntihinnat, myytyjen diilien kappalemäärät, kumppaniyrityksen osuuden sekä SaiPan komission. Pivot-taulukko laskee muun muassa yhteen näiden kaikkien osuudet. Pivot-kaavioihin saa yhdistetyllä pylväs- ja viivakaaviolla havainnollistettua esimerkiksi SaiPan komission osuutta myydyistä diileistä.

Yritys	Tilinumero	Kampanja	Kampanja alkanut	Kampanja loppunut	Myyntihinta (€)	Myydyt lahjakortit (kpl)	Yhteensä (€)	SaiPan komissio (%)	SaiPan komissio (€)	Kumppanin osuus (%)	Kumppanin osuus (€)	Käytetyt lahjakortit (kpl)	Käyttämättömät lahjakortit (kpl)
Yritys ZZZ		kampanjan nimi			5 €	9	45 €	25 %	11 €	75 %	34 €	16,88 €	2
Yritys ZZZ		kampanjan nimi			6 €	65	390 €	25 %	98 €	75 %	293 €	146,25 €	6
Yritys XXX		kampanjan nimi			10 €	9	90 €	15 %	14 €	85 %	77 €	38,25 €	45
Yritys XXX		kampanjan nimi			8 €	12	96 €	50 %	48 €	50 %	48 €	24,00 €	1
Yritys YYY		kampanjan nimi			25 €	34	850 €	50 %	425 €	50 %	425 €	212,50 €	2
							- €	- €	100 %	0 €	- €	0	
							- €	- €	100 %	0 €	- €		
							- €	- €	100 %	0 €	- €		
							- €	- €	100 %	0 €	- €	9	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	8	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	12	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	7	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	1	
							- €	- €	100 %	0 €	- €		
							- €	- €	100 %	0 €	- €		
							- €	- €	100 %	0 €	- €	0	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	0	
							- €	- €	100 %	0 €	- €	27	
							- €	- €	60 %	0 €	- €	16	
Summa						11 €	129	1 471 €	595 €				

Kuva 5. Seurantatyökalun lopullinen versio.

Seuraavaksi kävin seurantatyökalua läpi yrityksen ohjaajan kanssa, joka pyysi muun muassa lisäämään päivämäärän tilitysraporttiin. Haastattelin myös yrityksen kirjanpitäjää taloushallintoon ja kirjanpitoon liittyvistä asioista ja kysyin, mitä tietoja hän haluisi raportissa olevan ja mitkä ovat hyödyllisiä taloushallinnon tiedonannon kannalta. Kirjanpitäjän mukaan raportista olisi ilmennettävä, mistä tuotot ovat koostuneet ja millä perusteella SaiPan on maksettava kumppaniyritykselle näille kuuluvat osuudet.

Seurantaraporttia laatiessa ilmeni se ongelma, että seurantaraporttiin olisi pitänyt saada kumppaniyrityksen kaikki kampanjat yhteen laskettuina. Tekemäni makro laski kuitenkin vain yhden rivin eli yhden kampanjan. Ohjaava opettaja kehitti tähän makron, joka laskee valitun kumppaniyrityksen kaikki kampanjat seurantaraporttiin. Kampanjat on myös eriteltyinä seurantaraportissa.

			Kampanja	Kampanja	Kampanja
		Yhteensä	1	2	3
13	Kampanja				
14					
15	Myydyt lahjakortit (kpl)	23	40	20	10
16					
17	Myyntit yhteensä (€)	350,00 €	200,00 €	100,00 €	50,00 €
18					
19	Liiga-SaiPa Oy:n komissio (€)	275,00 €	180,00 €	75,00 €	20,00 €
20					
21	Maksettu etumaksu (€)	225,00 €	100,00 €	75,00 €	50,00 €
22					
23	Kumppanin osuus yhteensä (€)	450,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
24					
25	Maksamattomat lahjakortit (€)	0,00 €			
26					
27					

Kuva 6. Seurantaraportti.

Kun seurantatyökalu ja seurantaraportti olivat valmiit, tallensin ne SaiPadiilin vastuuhenkilön tietokoneelle, jotta hän pääsi käyttämään ja hyödyntämään niitä diilien myyntien kirjaamisessa.

7.2 Lopputulos

Opinnäytetyön tuloksena kehitettiin SaiPadiilin vastuuhenkilön tekemän raakaversion pohjalta Excel-seurantatyökalu, johon on helppo lisätä uusia diilikampanjoita ja niihin liittyviä tietoja. Työkalu toteutettiin taulukkomuodossa. Seurantatyökalun avulla voi seurata myyjiä diilejä ja raportoida diilien myynneistä kirjanpitäjälle sekä yrityksen johdolle. Seurantatyökaluun lisättiin makroja, jotka helpottavat työkalun käyttöä.

Seurantatyökalusta saa siirrettyä tiedot tietyn kumppaniyrityksen kampanjoista seurantaraporttiin, jonka voi tallentaa pdf-muodossa. Seurantaraporttia on tarkoitus käyttää kumppaniyrityksille tehtävään raportointiin. Seurantaraporttiin saa haluamansa kumppaniyrityksen tiedot sekä tiedot kyseessä olevan yrityksen kampanjoista, sekä eriteltynä että yhteen laskettuna. Seurantaraporttia voidaan käyttää myös taloushallinnon raportoinnissa.

Seurantatyökalun tietojen perusteella tehtävien pivot-taulukoiden ja -kaavioiden perusteella on helppo seurata diilien myyntiä esimerkiksi yrityksen perusteella sekä sitä, mitkä diileistä ovat myyneet parhaiten ja mitä huonoiten.

8 Yhteenveto ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli kehittää Excel-pohjainen seurantatyökalu ja seurantaraportti SaiPadiili-nimiselle palvelulle. Koska SaiPadiili oli melko uusi palvelu, seurantatyökalulle ei aiemmin ole ollut tarvetta. Seurantatyökalun tarkoituksena oli helpottaa kumppaniyrityksillä tehtävien tilitysten seurantaa. Seurantatyökalua oli myös tarkoitus käyttää johdolle ja kirjanpitäjälle tehtävässä raportoinnissa. Seurantatyökalusta saatujen tietojen pohjalta tehdyn seurantaraportin tehtävänä oli raportoida kumppaniyrityksille kaikki heille tärkeät tiedot. SaiPadiilin vastuuhenkilö oli tehnyt seurantatyökalusta raakaversio, jota tässä opinnäytetyössä lähdettiin kehittämään.

Seurantatyökalusta saatiin kehitettyä parempi versio, joka on selkeä, monipuolisempi ja helppokäyttöinen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli myös selvittää diilien perustamis- ja myyntiprosessia diilipalvelun näkökulmasta. Tutkimuskysymyksenä oli myös diilien myynti taloushallinnon ja juridiikan näkökulmasta. Taloushallinnon osalta aihetta käsiteltiin kirjanpidon, taloushallinnon raportoinnin ja arvonlisäverotuksen kannalta. Juridiikan osalta aihetta käsiteltiin SaiPadiilin ja kumppaniyritysten välisten sopimusten teon kannalta.

Teoriaosuudessa kerrottiin yleisesti diilien ja lahjakorttien arvonlisäverotuksesta, taloushallinnon raportoinnista sekä sopimusten teosta. Empiriaosuudessa kerrottiin SaiPadiilin perustamis- ja myyntiprosessista sekä SaiPadiilin kirjanpidosta, SaiPadiilin ja kumppaniyritysten välillä tehtävistä sopimuksista sekä raportoinnista, johon tässä opinnäytetyössä kehitetty seurantatyökalu vahvasti liittyy.

Seurantatyökalun alkuperäinen versio oli melko monimutkainen ja vaikeasti tulkittava. Huomasin alkuperäisessä versiossa monia kohtia, joita pitäisi tehdä paremmin ja ryhdyin tekemään seurantatyökalusta helppokäyttöisempää ja selke-

ämpää. SaiPadiilin kehittäminen ja toiminnot olivat case-yrityksessä selkeät toiminnon alkaessa, joten minun osakseni jäi seurantatyökalun kehittäminen.

Omasta mielestäni projekti sujui hyvin ja työn tuloksena saatiin kehitettyä toimiva työkalu case-yrityksen käyttöön. Toimeksiantaja oli myös tyytyväinen työn lopputulokseen.

Kuvat

Kuva 1. Kuinka ryhmäostaminen toimii? (Yrittäjä-lehti 4/2011, 24), s. 9.

Kuva 2. Diilien myynti taloushallinnon näkökulmasta, s. 12.

Kuva 3. SaiPadiilin internetsivut, s. 18.

Kuva 4. Seurantatyökalun alkuperäinen versio, s. 24.

Kuva 5. Seurantatyökalun lopullinen versio, s. 25.

Kuva 6. Seurantaraportti, s. 26.

Lähteet

Alennus.fi. Diilit. <http://www.alennus.fi/diilit.html>. Luettu 28.5.2015.

Diilit.net 2011–2015. www.diilit.net. Luettu 28.5.2015.

Groupon Inc. 2015. Groupon. www.groupon.com. Luettu 28.5.2015.

Helsingin Sanomat 2013. Kimppadiilien kanssa kannattaa olla tarkkana. <http://www.hs.fi/kuluttaja/a1378098529203>. Luettu 2.9.2015.

Hemmo, M. 2006. Sopimusoikeuden oppikirja. Talentum Media Oy. Helsinki.

Joki-Korpela, T., Jokinen, M., Klemola, A., Kontu, J. & Takalo, T. 2012. Käytännön arvonlisäverotus. Uudistettu 3. painos. KHT-Media Oy. Helsinki.

Jyrkkiö, E. & Riistama, V. 2003. Laskentatoimi päätöksenteon apuna. 13. – 17. painos. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Kallio, M., Nielsen, A., Ojala M. & Säaskilahti, J. 2015. Arvonlisäverotus 2015. KPMG. Porvoo 2015.

Kauffman, R. & Wang, B., 2002. Bid together, buy together: On the efficacy of group-buying business models in internet-based selling. http://misrc.umn.edu/workingpapers/fullpapers/2001/0110_051601.pdf. Luettu 28.5.2015.

Kurenniemi, T. Visma Services Oy. Keskustelu käyty 12.8.2015.

KvaliMOTV 2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html. Luettu 28.10.2015.

KvaliMOTV 2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Luettu 28.10.2015

Liiga-SaiPa Oy 2013. Liiga-SaiPa Oy. <http://www.saipa.fi/liiga-saipa-oy>. Luettu 17.3.2015.

Liiga-SaiPa Oy 2015. Liiga-SaiPa Oy:n tuloksen julkistustilaisuus 5.8.2015.

Liiga-SaiPa Oy 2015. SaiPadiili. www.saipadiili.fi. Luettu 28.10.2015.

Murtomäki, O. 2007. Yrittäjän arvonlisäverokirja. 2. uudistettu painos. Verotieto Oy. Helsinki 2007.

Syvänperä, O. & Lindfors, H. 2014. Pk-yrityksen budjetointi ja raportointi käytännönläheisesti. 4. painos. Helsingin seudun kauppakamari. Helsinki.

Taloussanomat, 2010. Groupon osti Suomeenkin toimintansa laajentaneen CityDealin. <http://www.taloussanomat.fi/tiedote/2/1416180>. Luettu 28.5.2015.

Yritys- ja yhteistietojärjestelmä

<https://www.ytj.fi/yritystiedot.aspx?yavain=1371068&kielikoodi=1&tarkiste=A956AFAA45E1EFD3238EB33652D2977D1252314F&path=1547>. Luettu 26.5.2015.

Viljakainen, J. Liiga-SaiPa Oy. Keskustelu käyty 27.5.2015.

Vilkkä H. Toiminnallinen opinnäytetyö

http://vilkka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf. Luettu 15.2.2015.

Virtuaali ammattikorkeakoulu. Monimuotoinen / toiminnallinen opinnäytetyö. <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html>. Luettu 15.2.2015.

Yrittäjä-lehti 2011, 23. Diilit uudistavat markkinointia.

http://issuu.com/yrittajat/docs/yrittaja4_2011/71. Luettu 28.5.2015.