

Laura Kiiskinen & Emilia Anttonen

Taloudellisen tilanteen analyysi

Esimerkkiyritys: Verkkokauppa.com Oyj

Tradenomi
Liiketalouden koulutus
Syksy 2021



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijät: Anttonen Emilia & Kiiskinen Laura

Työn nimi: Esimerkkiyritys Verkkokauppa.com Oyj taloudellisen tilanteen analyysi

Tutkintonimike: Tradenomi, Taloushallinto

Asiasanat: jakelukanava, verkkoliiketoiminta, toimintaedellytykset, tilinpäätös

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia verkkoliiketoiminnan kriittisiä menestystekijöitä ja taloudellisia toimintaedellytyksiä. Tavoitteena oli tuottaa tietoa esimerkkiyritys Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellisesta tilanteesta.

Laadullisena tutkimuksena tehdyn opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida Verkkokauppa.com Oyj taloudellista tilannetta, laatia tilinpäätösanalyysi sekä tutkia yrityksen kehitystä. Verkkokauppa.com Oyj on vuonna 1992 perustettu suomalainen tietotekniikan ja elektroniikan jälleenmyyjä, jolla on neljä myymälää ja verkkokauppa.

Teoriaosuudessa käsitellään verkkoliiketoimintaa, yrityksen toimintaedellytyksiä ja niiden tunnuslukuja, jakelukanavia sekä tilinpäätöstä. Teoriaosuus sisältää paljon käsitteitä, joita on avattu, jotta lukija pääsee sisälle aiheeseen.

Opinnäytetyö toteutettiin laskemalla kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden tunnuslukuja esimerkkiyrityksen tilikausilta 2018–2020. Tunnuslukujen laskemiseen käytettiin Excel- taulukkolaskentaohjelmaa. Tunnuslukujen arvot laskettiin ja verrattiin niitä yrityksen edellisiin vuosiin, ohjearvoihin sekä muihin samalla toimialalla toimiviin yrityksiin. Tuloksien havainnollistamiseen laadittiin pylväsdiagrammeja. Lopuksi koottiin johtopäätökset yrityksen kehityksestä sekä tulevaisuuden näkymistä.

Tilinpäätösanalyysin tuloksista voidaan huomata, että Verkkokauppa.com Oyj:llä on hyvät toimintaedellytykset toimialaan verrattuna yleisesti ottaen kaikilla kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden osa-alueilla. Yrityksen liiketoiminta on pystynyt kasvamaan koronapandemian aikana ja tulevaisuus näyttää yrityksen kannalta positiiviselta.

Abstract

Authors: Anttonen Emilia & Kiiskinen Laura

Title of the Publication: Analysis of financial situation: Case Verkkokauppa.com Oyj

Degree Title: Bachelor of Business Administration, financial management

Keywords: distribution channel, online business, prerequisite for operations, financial statement

The purpose of this thesis was to discover the factors affecting the profitability of an online business. The aim of the qualitative thesis was to analyze the financial situation of Verkkokauppa.com Oyj, to prepare an analysis of the financial statements and to study the development of the company. Verkkokauppa.com is a Finnish IT and electronics retailer founded in 1992 with four stores and an online store.

The theoretical part covers online business, the company's operating conditions and their key figures, distribution channels and financial statements. The theory introduces the key concepts of the topic to the reader.

The thesis was conducted out by calculating the indicators of profitability, solvency, and liquidity for the financial years 2018–2020 of the case company. Excel spreadsheet program was used to calculate the key figures. The values of the key figures were calculated and compared with the company's previous years, guideline values and other companies operating in the same industry. Bar graphs were prepared to illustrate the results. Finally, conclusions were drawn about the company's development and prospects.

From the results of the financial statement analysis, it can be noted that Verkkokauppa.com has good operating conditions compared to the industry in general in all areas of profitability, solvency, and liquidity. The company's business has grown during the Covid-19 pandemic and the future looks positive.

Sisällys

1	Johdanto.....	4
2	Verkkoliiketoiminta.....	6
2.1	Verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät.....	6
2.2	Verkkokauppa.....	10
2.3	Jakelukanava.....	11
2.4	Verkkokaupan tulevaisuus.....	12
3	Vuosikertomuksen rakenne.....	15
4	Taloudelliset toimintaedellytykset.....	20
5	Tilinpäätösanalyysi.....	24
5.1	Tilinpäätösanalyysin vaiheet.....	26
5.2	Tilinpäätöstietojen oikaisu.....	26
5.3	Tunnuslukuanalyysi.....	27
5.3.1	Kannattavuuden tunnusluvut.....	27
5.3.2	Maksuvalmiuden tunnusluvut.....	29
5.3.3	Vakavaraisuuden tunnusluvut.....	30
6	Verkkokauppa.com taloudellisen tilanteen analyysi.....	31
6.1	Tutkimusmenetelmä ja aineisto.....	31
6.2	Tutkimuksen toteutus.....	32
6.3	Tutkimuksen tulokset.....	34
7	Johtopäätökset.....	45
8	Pohdinta.....	48
9	Lähteet.....	52

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia verkkoliiketoiminnan kriittisiä menestystekijöitä ja taloudellisia toimintaedellytyksiä. Tavoitteena oli tuottaa tietoa esimerkkiyritys Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellisesta tilanteesta.

Laadullisena tutkimuksena tehdyn opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida Verkkokauppa.com Oyj taloudellista tilannetta, laatia tilinpäätösanalyysi sekä tutkia yrityksen kehitystä.

Verkkokauppa.com Oyj on vuonna 1992 perustettu suomalainen tietotekniikan ja elektroniikan jälleenmyyjä, jolla on neljä myymälää ja verkkokauppa.

Tutkimuskysymykset

- Mitkä ovat verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät?
- Mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen taloudellisiin toimintaedellytyksiin?
- Millainen on Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellinen tilanne vuosina 2018–2020 ja miltä tulevaisuus näyttää verrattuna ohjearvioihin ja muihin samalla toimialalla toimiviin yrityksiin Toimiala Onlinen mukaan?

Verkkokauppa.com Oyj on aloittanut yritystoimintansa vuonna 1992 ja yrityksen pääkonttori sijaitsee Helsingin Jätkäsaarella. Yritys on Suomen suosituin ja tunnetuin suomalainen vähittäiskauppa, jonka tavoitteena on olla asiakkailleen todennäköisesti aina halvempi paikka tehdä ostoksia. Verkkokauppa.com Oyj:llä on verkkokaupan lisäksi muutamia kivijalkamyymälöitä ympäri Suomea. Verkkokauppa.com Oyj markkinoi, jakelee ja myy verkkokauppansa, myymälöidensä ja noutopisteverkostonsa kautta sesongista riippuen jopa noin 60 000–70 000 tuotetta 26 eri päätuotealueella. Verkkokauppa.com Oyj siirtyi Nasdaq Helsinki Oy:n pörssilistalle 5.6.2020, minkä jälkeen yrityksen osakevaihto on kasvanut merkittävästi. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

Tilinpäätösanalyysi koostuu tunnusluvuista ja niiden tulkinnasta. Tilinpäätösanalyysjä tehdään, koska ne ovat avuksi talousjohdolle taloudellisen tilanteen arviointiin. (Tunnuslukuopas n.d.)

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Työssä käytettiin tutkimusmenetelmänä dokumenttianalyysiä. Dokumenttiaineistona käytettiin vuosikertomuksia vuosilta 2018–2020,

joista laadittiin tilinpäätösanalyysi käyttäen kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden tunnuslukuja.

Tunnuslukujen laskemiseen käytettiin Excel-taulukkolaskentaohjelmaa. Tunnuslukujen arvot laskettiin ja verrattiin niitä yrityksen edellisiin vuosiin, ohjearvoihin sekä muihin samalla toimialalla toimiviin yrityksiin. Toimialavertailun luvut on otettu Toimiala Online tilastotietopalvelusta ja toimialaksi valittiin 47410, tietokoneiden, niiden oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa. Tuloksien havainnollistamiseen laadittiin pylväsdiagrammeja. Lopuksi koottiin johtopäätökset yrityksen kehityksestä sekä tulevaisuuden näkymistä.

Yrityksen taloudellisen tilanteen tunnistaminen ja kehittäminen on yritysjohton yksi tärkeimmistä tehtävistä. Tämän tilanteen kartoittamisen apuna käytetään esimerkiksi tilinpäätösanalyysiä. Tilinpäätösanalyysi sisältää yrityksen tietoja sekä laskelmia, jotka tehdään yrityksen tilinpäätöksen ja liitetietojen pohjalta. Yrityksen taloudellista tilannetta voidaan tutkia erilaisten yrityksen toimintaedellytyksien avulla. Kolme tärkeintä näistä toimintaedellytyksistä ovat vakavaraisuus, kannattavuus ja maksuvalmius. Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään näitä kolmea toimintaedellytystä tilinpäätösanalyysia tehdessä. (Tunnuslukuopas n.d.)

Tilinpäätösanalyysistä on tehty useita aikaisempia opinnäytetöitä, mutta kyseisestä yrityksestä Verkkokauppa.com Oyj ei löydetty aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia.

2 Verkkoliiketoiminta

Verkkoliiketoiminnalla ei ole niin sanottua vakiintunutta selitystä, vaan kyseistä termiä voidaan selittää ja katsella monesta eri näkökulmasta (Yli-Jaskari 2017, 10). Verkkoliiketoiminta eli e-business on internetin mahdollistamaa liiketoimintaa. (Tieke n.d.)

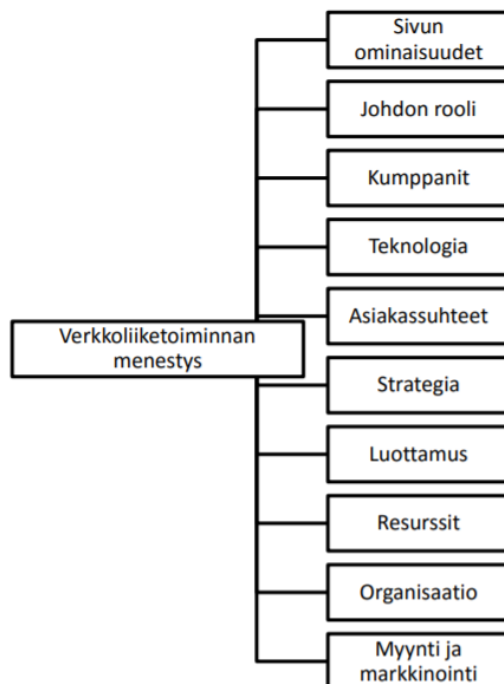
Verkkoliiketoiminta voi asiakkaan ymmärryksen mukaisesti tarkoittaa vain tuotteiden ostamista, kun taas yrityksen näkökulmasta verkkoliiketoiminta saattaa kattaa hyödykkeiden ostamisen, markkinoinnin, jakelukanavat, asiakaspalvelun, yrityssuhteiden ylläpidon sekä tuottavuuden parantamisen. Vaikka käsitteen määrittely vaihtelee paljon keskenään, on niihin liitettävissä aina kaksi yhteneväisyyttä, hyödykkeen ostaminen sekä myyminen. (Yli-Jaskari 2017, 10.)

Verkkoliiketoimintaan luetaan kaikki sellainen liiketoiminta, jossa käytetään verkkopohjaisia teknologioita asiakkaiden ja myös liikekumppanien palvelemiseen. Verkkokauppa on osa verkkoliiketoiminnan toimintaa, mutta verkkoliiketoimintaan oleellisena kuuluu esim. sähköinen asiointi, sisällönhallinta ja sähköpostimarkkinointi. (Tieke n.d.)

2.1 Verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät

Kriittisillä menestystekijöillä tarkoitetaan sellaisia tekijöitä, jotka ollessaan vähintään tyydyttävällä tasolla, takaavat onnistuneen kilpailun yhtiölle. Kuvassa 1. olevat tekijät edesauttavat siis yritystä menestymään kilpailuympäristössään. Ne ovat eräänlaisia strategisia tekijöitä ja yrityksen on suoriuduttava näillä osa-alueilla saavuttaakseen halutun kehityksen. (Yli-Jaskari 2017, 12.)

Kriittiset menestystekijät muuttuvat ajan kuluessa ja ympäristön muuttuessa, eivätkä näin ollen ole pysyviä. Menestystekijät voi löytää tarkan analyysin tuloksena, missä tarkkaillaan ympäristöä sekä kilpailutilannetta. Verkkoliiketoiminta on kuitenkin kehittyvä ala ja uusia toimijoita sekä liiketoimintamalleja muodostuu jatkuvasti, tämän vuoksi painoarvot kullekin tekijälle voivat muuttua ja jotkin tekijät voivat jäädä kokonaan pois. (Yli-Jaskari 2017,12.)



Kuva 1. Kriittiset menestystekijät (Yli-Jaskari 2017, 35).

Kuvassa 1 on esitetty verkkoliiketoiminnan menestykseen vaikuttavat tekijät. Näitä tekijöitä ovat sivun ominaisuudet, johdon rooli, kumppanit, teknologia, asiakassuhteet, strategia, luottamus, resurssit, organisaatio sekä myynti ja markkinointi. (Yli-Jaskari 2017, 35.)

Yrityksen verkkosivun sisältö, kuten esimerkiksi valikoima, tuotetiedot ja muut tarvittavat tiedot, tulee olla selkeästi ja kattavasti esiteltyinä verkkosivuilla, sillä verkkosivusto ja sen toiminta ovat usein ainoa näkyvä kontakti asiakkaan ja yrityksen välillä. Sivuston tulee olla muun muassa käytännöllinen ja niin sanotusti vaivaton käyttää, että siitä tulee asiakkaalle mahdollisimman miellyttävä ostokokemus. (Yli-Jaskari 2017, 32.)

Johdon rooli on todella tärkeä verkkoliiketoiminnan toimivuuden kannalta. Johdon tulee olla sitoutunut verkkoliiketoiminnan kehittämiseen sekä johdolla tulee olla riittävä tietotaitoa verkkoliiketoiminnasta. Johdon täytyy tukea yritystä verkossa toimimisessa sekä tarjottava kaikki mahdolliset resurssit parhaan mahdollisen tuloksen aikaansaamiseksi. Johdon täytyy pitää hallinnassaan neutraalia kantaa kumppaneihin ja asiakkaisiin, jotta päätökset saadaan pysymään tehokkaina. Markkinoinnin tuntemus on todella tärkeää yrityksen johdolle, jotta yritys pystyy menestymään kansainvälisillä markkinoilla. (Yli-Jaskari 2017, 31.)

Kumppanuussuhteita on tärkeää ylläpitää verkkoliiketoiminnan kannalta. Kumppanuussuhteiden avulla voidaan ulkoistaa toimia monissa tilanteissa, mikä on yrityksen kannalta kannattavaa. Verkkotoimijoiden on hankala pärjätä yksin markkinoilla, sillä ne tarvitsevat usein samankaltaisia yrityksiä kumppaneikseen. Yritysten välinen informaation jakaminen auttaa toimijoita kehittämään omien yritysten toimintaa sekä pitkällä aikavälillä kumppanuussuhteet vähentävät yrityksen erilaisiin toimintoihin meneviä kuluja. (Yli-Jaskari 2017, 31.)

Teknologian roolia verkkoliiketoiminnan osuudessa pidetään todella merkittävänä, sillä teknologisen infrastruktuurin tarkoituksena on tukea yrityksen tavoitteita ja toimia. Teknologian ollessa ajan tasalla, se tarjoaa vahvan perustan verkkosivustoille ja niiden toiminnalle. (Yli-Jaskari 2017, 33.)

Asiakassuhteet ovat suuressa avainasemassa yrityksen menestykseen. Jotta yrityksellä olisi myyntiä, on asiakassuhteiden oltava kunnossa. Asiakkaiden kanssa täytyy olla vuorovaikutuksessa jatkuvasti, sekä heidän palautteitaan ja toiveitaan täytyy kuunnella ja tarvittaessa reagoida niihin. Asiakaspalveluun täytyy panostaa, että asiakkaalle saadaan mahdollisimman positiivinen ostokokemus niin, että asiakas haluaa asioida yrityksessä vielä jatkossakin. Asiakassuhteiden parantamiseen ja suunnitteluun on luotu asiakas- ja markkinatutkimus, mikä auttaa hahmottamaan muun muassa yrityksen toimintatapoja. (Yli-Jaskari 2017, 31.)

Yrityksen strategian tulee pystyä tukemaan myöskin verkkotoimintaa, sillä verkkokaupat eroavat kivijalkamyymälöistä merkittävästi. Strategian tulee olla siis erilainen verkkotoimijoilla. Verkkotoimintastrategiassa täytyy pitää huolta siitä, että se täydentää yrityksen kokonaisstrategiaa sekä tukee muuta yhtiön myyntiä, eikä missään nimessä kilpaile tai ole ristiriidoissa sen kanssa. (Yli-Jaskari 2017, 30.)

Verkkotoimijoiden on tärkeää hankkia yrityksen ja asiakkaan välille tietynlainen **luottamussuhde**, sillä se luo yritykselle lisäarvoa. Mikäli asiakas ei koe ostosten tekoa yrityksessä varmaksi, hän luultavasti valitsee kilpailevan yrityksen palvelut. Luotettavuutta voidaan kasvattaa asiakkaiden näkökulmasta esimerkiksi lisäämällä verkkoliiketoiminnan turvallisuutta ja pysyä yrityksen antamien lupauksien mukaisena. Maksut, palautukset ja toimitukset tulee olla kunnossa, sillä se lisää turvallisuuden tunnetta verkossa asioidessa. (Yli-Jaskari 2017, 33.)

Seuraavana kriittisenä menestystekijänä on verkkoliiketoiminnan **resurssien käyttö**, sillä varsinkin pienempien toimijoiden kohdalla resurssien määrää on rajattu huomattavasti enemmän, kuin esimerkiksi markkinoiden johtajilla. Kuitenkin resurssien järkevällä käytöllä

voidaan saada aikaan onnistunut verkkokauppa. Toiminnan laajenemisen kannalta on todella tärkeää, että resurssien käyttö onnistuu sujuvasti. (Yli-Jaskari 2017, 31.)

Organisaatiossa on monia erilaisia tekijöitä, mitkä vaikuttavat verkkoliiketoiminnan menestykseen. Yhtenä merkittävänä tekijänä nähdään **organisaatiokulttuuri**, minkä tulee olla joustavaa, jotta yritys kykenee reagoimaan erilaisiin muutoksiin, mitkä tapahtuvat markkinoilla. (Yli-Jaskari 2017, 32.)

Myynti ja markkinointi lisäävät yrityksen näkyvyyttä asiakkailleen. Yrityksen myynnin tulee pystyä reagoimaan tarvittaessa nopeasti kiristyneeseen hintakilpailuun. Markkinointisuunnitelman avulla yritys pystyy tukemaan verkkoliiketoimintaa, jotta resursseja pystytään hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Jotta markkinointi olisi houkuttelevaa, on yrityksen luotava brändi-imago itselleen. Markkinoinnissa kannattaa käyttää useita eri tapoja, jolloin siitä saadaan eniten hyötyä irti yritykselle sekä asiakkaille. (Yli-Jaskari 2017, 33.)

2.2 Verkkokauppa

Verkkokauppa tarkoittaa sähköistä kaupankäyntiä, eli kauppatapahtumat käydään verkossa, ja hyödykkeiden tai palveluiden ostajana toimii kuluttaja. Verkkokauppa voi olla yrittäjien välistä, kuluttajien välistä tai kuluttajille suunnattua kauppaa. Verkkokaupan tarkoituksena yksinkertaisesti sanoen on myydä mahdollisimman paljon mahdollisimman pienin kustannuksin. (Hallavo 2013, 1.1.)

B2B-kauppa (Business to Business) tarkoittaa sitä, että kauppaa käydään yritysten välillä. Tämän avulla yritykset pyrkivät tehostamaan toimintaansa sekä hakemaan uusia kasvumarkkinoita yhtiölleen. B2C-kauppa (Business to Consumer) tarkoittaa sitä, että kauppaa käydään yritysten ja kuluttajien välillä, eli kauppa on kuluttajille suunnattua. Kolmantena kauppamuotona nähdään C2C-kauppa (Consumer to Consumer) tarkoittaa puolestaan sitä, että kauppaa on kuluttajien välistä. (Hallavo 2013, 3.2.)

Verkkokaupalla on kolmen osapuolen kaupan lisäksi myös muitakin muotoja, joita voidaan tarkastella teknologian näkökulmasta. Nykyään verkkokaupan muodoksi voi katsoa mobiiliverkkokaupan sekä sosiaalisessa mediassa tapahtuvan verkkokauppatoiminnan. Mobiiliverkkokauppa (M-commerce) tarkoittaa verkkokaupassa asiointia mobiililaitteella, kun taas F-commerce (social commerce) tarkoittaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa verkkokauppatoimintaa. Eli siinä yhdistyy kaupallinen hyödyntäminen sosiaalisen median kautta. Verkkokaupat saavat enemmän ulottuvuutta yhdistämällä toimintaa sosiaalisen median kanaviin. (Tieke n.d.)

Verkkokauppa antaa myyjälle usein paljon enemmän etuja kuin tavallinen kivijalkakauppa. Verkkokaupan yhtenä hyötynä nähdään laajempi markkinapeitto, sillä erityisesti pienempien asiakassegmenttien tavoittaminen myymäläverkoston ulkopuolelta niin kotimaassa kuin ulkomailla helpottuu. (Hallavo 2013, 3.1.)

Yrityksen verkkokaupan avulla saadaan asiakastyytyväisyyttä nostettua, sillä sen lisäksi, että uusia asiakkaita tavoitetaan entistä helpommin, myös vanhoille asiakkaille löytyy palvelukanava, joihin he voivat esimerkiksi antaa palautetta tai seurata tilausten kulkua. (Hallavo 2013, 1.1.)

Verkkokauppa antaa myyjälle etua siinä, että tuotteet ovat asiakkaiden saatavilla 24/7, eikä näin ollen katso aikaa tai paikkaa ostosten tekemiseen. Tämän tavoitteena on tehdä lisää myyntiä, erityisesti niiden yritysten kohdalla, joiden asiakkaat ovat kiireisiä arkisin. Suuren varaston

pitäminen tuo yritykselle paljon lisäkustannuksia, minkä vuoksi monilla yrityksillä ei ole varaa pitää sellaista. Verkkokaupan kumppanisuhteiden avulla voidaan mahdollistaa kuitenkin asiakkaalle suurempi tuotevalikoima kuin mitä yrityksen omassa varastossa pidetään. Markkinointikanavat ovat mittavammat verkkokaupalla kuin kivijalkamyymälällä, sekä markkinointikustannukset ovat normaalia pienemmät, sillä markkinointiin on nykyaikana kehitetty valmiita työkaluja ja niiden rinnalle edulliset jakelukustannukset, mitkä tuovat tehokkuutta ja nopeutta yrityksen markkinointiin. (Hallavo 2013, 3.1.)

2.3 Jakelukanava

Jakelukanavalla tarkoitetaan yhtiötä, jotka ovat riippuvaisia toisistaan ja osana prosessia, jossa palvelu tai tuote tuodaan asiakkaiden saataville. Jakelijoiden täytyy antaa yritykselle etuja, joiden perusteella niiden käyttöä voidaan suositella. Ilman yrityksen erilaisia jakelukanavia, voi olla hankala saavuttaa kokemuksia, kontakteja, lisäpalveluita sekä uskottavuutta. Toisinaan jakelukanavat auttavat myös laajentamaan yrityksen toimintaa. Yrityksen menestyksen kannalta on olennaista kyetä luomaan uusia jakelukanavia, joiden kautta asiakassuhde mainostajan ja median välillä on mahdollisimman läheinen. (Lahtinen 2013, 17–18.)

Jakelukanavia on olemassa monenlaisia, joista tuotteiden suoramyynä tuottajalta asiakkaalle pidetään yksinkertaisimpana jakelukanavana, mutta jakelukanava voi olla myös hyvin moniportainen. Erityisesti verkkokauppaa pidetään kustannustehokkaana jakelukanavana, koska sillä voidaan karsia jakeluteitä ja näin ollen kaventaa niin sanottuja väliportaita. (Lahtinen 2013, 17–19.)

Yleisimpiä jakelukanavia ovat fyysiset myymälät, kuten päivittäistavarakaupat, sähköiset myyntikanavat, mihin kuuluu yrityksen oma verkkokauppa sekä puhelin- ja kotimyynä. Jakelukanavien valinta sekä yhdistäminen kuuluvat yrityksen keskeisimpiin kysymyksiin, sillä jokaisella kanavalla on omat haasteensa ja hyötynsä. (Harmaala ym. 2013, 6.3.)

Sähköiset jakelukanavat eli yritysten omat verkkokaupat ovat ottaneet kasvavan osuuden erityisesti elektroniikan tuotteiden ostoista. Nämä jakelukanavat mahdollistavat sen, että

erikoistuotteita on saatavilla globaalisti myös pienemmissä kaupungeissa, joissa kyseisten tuotteiden kivijalkamyymälää ei ole lähettyvillä. (Harmaala ym. 2013, 6.3.)

Jakelukanavien tehostamisella voidaan saada hyötyjä myös logistiikan optimoimiseen. Oikeanlaiset pakkaukset voivat saada kuljetuksien määrää vähemmäksi, sillä mikäli tuotteet ovat pakattu esimerkiksi litteisiin, neliskanttisiin pakkauksiin, vievät ne kuljetuksessa vähemmän tilaa. Jakelukanavia voi mahdollisesti tehostaa myös niin, ettei paluumatkalla kuorma ole tyhjä, vaan se hyödynnetään esimerkiksi yrityksen omiin hankintoihin. Logistiikan optimointi tuo yritykselle myöskin ympäristöhyötyjä. (Harmaala ym. 2013 6.3.)

2.4 Verkkokaupan tulevaisuus

Ihmisten kulutuskäyttäytyminen muuttuu ajan myötä entistä enemmän niin, että kuluttajat odottavat palvelua siellä, missä itse jo valmiiksi ovat. He eivät odota sitä, että heidän täytyy itse mennä palvelun luokse, vaan palvelu on aina mukana siellä missä itsekkin. Verkkokaupat ovatkin alkaneet panostaa esimerkiksi mobiiliystävällisyyteen, sillä se helpottaa ostosten tekemistä paikasta ja ajasta riippumatta. (Checkout, n.d.)

Verkkokauppojen toiminta on muuttunut varsinkin koronapandemian myötä. Verkkokauppojen myynti on kasvanut ja ihmisten ostokäyttäytyminen on muuttunut. Kivijalkakaupat ovat siirtäneet toimintaansa myös verkkokauppaan ja suosineet esimerkiksi kotiinkuljetuksia. Ihmiset ovat siirtyneet online-kanaviin, koska ihmiskontakteja on jouduttu karttamaan. Myös ruoan ostaminen verkosta on lisääntynyt. Ostokäyttäytymisen muutos on pysyvää, koska yritykset digitalisoituvat ja kehittyvät koko ajan. (Postnord n.d.)

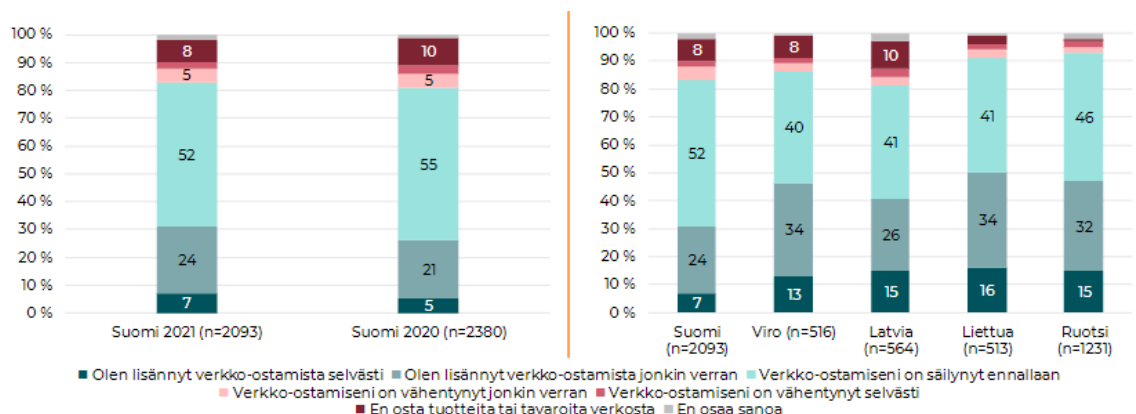
Tulevaisuuden kauppamallina nähdään kuitenkin niin sanottu hybridimalli niin, että yrityksiltä löytyy sekä toiminnassa oleva kivijalkakauppa että verkkokauppa. Tämä vaikuttaa siihen, että myyntiä voi tehdä myös toiselle puolelle Suomea, eikä se vaadi asiakkaalta käyntiä kaupassa. (Markkinointi Uutiset 2021.)

Suuri verkkokauppatutkimus

Posti Group Oyj on laatinut suuren verkkokauppatutkimuksen, missä käydään läpi muun muassa se, miten verkko-ostaminen tulee kehittymään koronapandemian jälkeen ja millaiset asiat vaikuttavat ihmisten verkko-ostosten tekemiseen. Verkkokauppatutkimusta varten kerätty tutkimusaineisto on laadittu kohderyhmään kuuluvien ikähaarukaltaan 18–79-vuotiaiden verkkokaupakäyttäjien vastausten perusteella Suomessa, Baltiassa sekä Ruotsissa. (Posti Group Oyj 2021.)

Tutkimuksesta käy ilmi se, että verkko-ostosten määrä on noussut vuoden 2020 keväästä vuoden 2021 kevääseen. Syytä tähän nähdään keväällä 2020 alkanut koronapandemia, joka sai muun muassa kauppia sulkemaan ovensa sekä pienemmät yritykset perustamaan itselleen verkkokaupan rinnalleen. (Posti Group Oyj 2021.)

Kuva 2 kertoo verkko-ostamisen kehitymisestä. Kuvasta käy ilmi, että suurimmalla osalla kuluttajista verkko-ostaminen on säilynyt ennallaan. Verkko-ostaminen on kuitenkin lisääntynyt jonkin verran eli kuluttajien ostokäyttäytymisen muutos näkyy tilastoissa.



Kuva 2. Ostokäyttäytymisen muutos (Posti Group Oyj 2021).

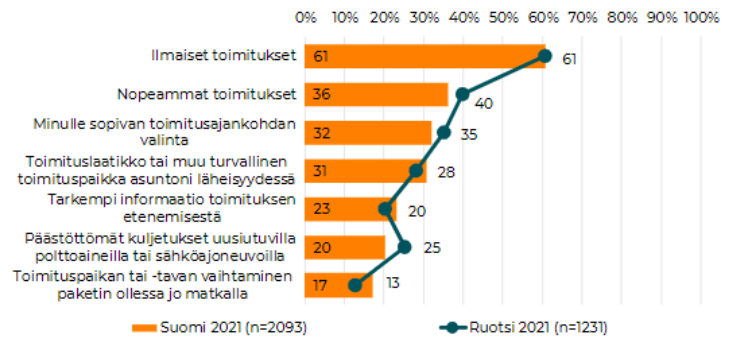
Kuvasta 3 nähdään, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet verkko-ostamisen kasvuun. Eniten vaikutti ilmaiset toimitukset. Myös toimitusten nopeus oli syy ostaa lisää. Suomen ja Ruotsin verkko-ostamisen kasvu oli tilaston arvojen mukaan melko samansuuruista. Suurin ero oli päästöttömissä kuljetuksissa ja ne huomioidaan eniten Ruotsissa. Jopa 61 % ihmisistä lisäisi tai siirtäisi ostamisensa verkkoon, mikäli saatavilla olisi ilmainen kotiinkuljetus. Usein ongelmana nähdään se, että ostoksista ollaan valmiita maksamaan satoja euroja, mutta viiden euron toimituskulut päälle ovat aivan liikaa kuluttajille. (Posti Group Oyj 2021.)

Monet yritykset tarjoavat ilmaisen toimituksen, jos ostosten hinta ylittää tietyn summan. Sillä tavoin saadaan lisättyä ihmisten ostosten määrää, sillä ihmiset haluavat mieluummin yhden tuotteen lisää kuin maksaa saman verran toimituskuluista. Tutkimuksen mukaan jopa 61 % vastanneista on joskus kasvattanut ostoskoriaan niin, että on saanut tuotteille ilmaisen toimituksen. (Posti Group Oyj 2021.)



Ilmainen toimitus on suurin syy ostaa lisää myös Ruotsissa.
Päästöttömät kuljetukset huomioidaan Ruotsissa Suomea enemmän.

Kyllä, lisääisi ostamistani tai siirtäisin ostoja verkkoon



Kuva 3. Tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan ostomäärän kasvuun verkossa (Posti Group Oyj, 2021).

3 Vuosikertomuksen rakenne

Vuosikertomuksen tarkoitus on kuvata yrityksen toimintaa. Vuosikertomukset sisältävät tietoa yrityksen tilikauden keskeisistä tapahtumista, sekä tietoa organisaatiosta ja toimintaympäristöstä. Usein vuosikertomuksissa tuodaan esille tulevaisuuden tavoitteita johtajan toimesta. (Leppiniemi & Kaisanlahti 2021, 18.)

Vuosikertomuksissa voi olla joko virallinen tilinpäätös tai tiivistelmä, joka sisältää tilinpäätöstietoja. Vuosikertomusta voidaan pitää organisaation sidosryhmäviestinnän välineenä. Vuosikertomuksen teko tai julkaiseminen ei ole yritykselle pakollista. Laissa ei säädetä erikseen vuosikertomuksesta. (Leppiniemi ym. 2021, 18.) Vuosikertomuksen lakisääteistä sisältöä ovat tilinpäätös eli tuloslaskelma ja tase liitetietoineen sekä tilintarkastuskertomus. Vuosikertomuksessa käydään läpi yrityksen tilikauden toimintaa sekä tulevaisuuden näkymiä. (Isohookana 2016, 211.)

Elisa Juholin on koonnut teokseensa seuraavanlaisen vuosikertomuksen sisällön. Vuosikertomuksen on tärkeää edetä johdonmukaisesti sekä lukijaa kiinnostavalla linjauksella.

Vuosikertomus sisältää:

1. Yhtiön toiminta-ajatus
2. Yhteenveto yrityksen vuodesta
3. Toimitusjohtajan katsaus
4. Toimintakatsaus liiketoimintayksiköittäin
5. Virallinen toimintakertomus ja tilinpäätös
6. Tarvittaessa tilinpäätös kansainvälisen kaavan mukaan (IFRS)
7. Lukusarjat viiden tai kymmenen vuoden ajalta sekä muuta tilastotietoa
8. Yrityksen johdon esittely

9. Yrityksen esittely graafisesti
10. Tietoja yrityksen osakkaille
11. Yrityksen yhteystiedot (Juholin 2009, 294–295.)

Tilinpäätöksen sisältö

Tilinpäätöksen laatimisen keskeisimpinä osina pidetään tilikauden päättymisajankohdan rahoitusaseman osoittavan taseen sekä tilikauden tuloksen osoittavan tuloslaskelman laatiminen (Leppiniemi & Kykkänen 2019, 23.)

Tilinpäätökseen kuuluu virallisesti kolme osaa. Näitä ovat yrityksen tase, tuloslaskelma ja liitetiedot. Rahoituslaskelma voi sisältyä myös tilinpäätökseen, mutta sen laatiminen vaaditaan kuitenkin vain harvoilta kirjanpitovelvollisilta. (Leppiniemi ym. 2019, 40.)

Tilinpäätöksen sisältöön vaikuttaa yhtiön koko sekä mahdollinen markkinanoteeraus. Osakkeen tai siihen osakeyhtiölain mukaan oikeuttavan arvopaperin liikkeeseenlaskijan tulee esittää tilinpäätöksessään kirjanpitolaissa sekä asetuksessa, osakeyhtiölaissa säädettyjen tietojen lisäksi arvopaperimarkkinalaissa ja erityisesti valtionvarainministeriön asetuksessa 153/2007 määrätyt seikat. Listayhtiöiden tiedonantovelvollisuudesta säädetään yleisesti arvopaperimarkkinalaissa, valtiovarainministeriön päätöksissä ja asetuksissa sekä Helsingin Pörssin ohjesäännössä. (Leppiniemi ym. 2021, 18.)

Tilinpäätöksen tavoitteena on muodostaa oikeanlainen kuva yrityksen taloudellisesta asemasta ja siitä, millainen tulos yritykselle muodostuu. Tilinpäätös on apuna yrityksen taloudellisia päätöksiä varten. (Kallunki 2014, 2.1.2.)

Tase kuvaa yrityksen tilinpäätöshetkellä olevaa taloudellista asemaa. Taseen vastaavaa puolella esitetään yrityksen liiketoimintaan sitoutuneita pääomia eli omaisuus. Taseen vastattavaa puolella puolestaan kuvataan se, miten yhtiön omaisuus on rahoitettu. Omaisuuserät esitetään järjestyksessä siten, että heikoimmin rahaksi muutettavat erät ovat ensimmäisenä ja viimeisenä likvidit omaisuuserät kuten käteisvarat. Tasekaavan laajuus määräytyy yrityksen koon mukaisesti. (Yritystutkimus Ry, 2017, 27.)

Taseessa eritellään yhtiön varat sekä velat. Molempien puolien tulee mennä aina tasan. Kirjanpitoasetuksessa on säädetty taseelle malli, mitä tulee noudattaa. (Leppiniemi ym. 2017, 3.)

Kuvassa 4 on esitetty taseen perusrakenne. Tase sisältää vastaavaa ja vastattavaa puolet, joiden sisältö on seuraavanlainen.

VASTAAVAA	VASTATTAVAA
Pysyvät vastaavat	Oma pääoma
Vaihtuvat vastaavat	Tilinpäätössiirtojen kertymä
	Pakolliset varaukset
	Vieras pääoma

Kuva 4. Tasekaavan perusrakenne (Leppiniemi ym. 2021, 3).

Tuloslaskelman tarkoituksena on osoittaa menneen tilikauden tuloksen muodostumista. Tuloslaskelman voi laatia kululajikohtaisesti, jolloin kulut ja tuotot on eritelty toisistaan. Tuloslaskelmakaavaa usein lyhennetään selkeämmän lopputuloksen vuoksi, eikä se vaikuta lopputulokseen. Kirjanpitoasetuksessa on säädetty kaksi kaavaa tuloslaskelman laatimiseen. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Kuvassa 5 näkyy, mitä tuloslaskelman kululaji- ja toimintokohtainen kaava sisältää.

Liikevaihto		Liikevaihto	
	Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-	Hankinnan ja valmistuksen kulut
	Valmistus omaan käyttöön		Bruttokate
	Liiketoiminnan muut tuotot	-	Eri toimintojen kulut
-	Kulut	+	Liiketoiminnan muut tuotot
	Liikevoitto (-tappio)		Liikevoitto (-tappio)
+/-	Rahoitustuotot ja -kulut	+/-	Rahoitustuotot ja -kulut
	Voitto (tappio) ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja		Voitto (tappio) ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja
+/-	Tilinpäätössiirrot	+/-	Tilinpäätössiirrot
-	Tuloverot	-	Tuloverot
-	Muut välittömät verot	-	Muut välittömät verot
	Tilikauden voitto (tappio)		Tilikauden voitto (tappio)

Kuva 5. Kululajikohtainen tuloslaskelman kaava sekä toimintokohtainen tuloslaskelman kaava (Leppiniemi ym. 2021, 3).

Kululajikohtaisessa tuloslaskelmassa liikevaihdosta vähennetään kulut kustannuslajeittain, kuten materiaalit, palvelut, poistot ja liiketoiminnan muut kulut. Vähennysten jälkeen saadaan yrityksen liikevoitto. Toimintokohtaisessa tuloslaskelmassa taas liikevaihdosta vähennetään kulut toimintoittain, jolloin liikevaihdosta vähennetään ensin hankinnan ja valmistuksen kulut, minkä jälkeen saadaan liikevoitto. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Rahoituslaskelmassa annetaan selvitys varojen hankinnasta sekä käytöstä menneen tilikauden aikana. Siinä käydään läpi liiketoiminnan rahavirta, investointien rahavirta sekä rahoituksen rahavirta. Rahoituslaskelman tavoitteena on antaa tilinpäätöksen käyttäjille tietoa siitä, kuinka kirjanpitovelvollinen on aikaansaanut rahavirtaa ja käyttänyt rahavirtaa. Rahoituslaskelman avulla voidaan myös vertailla yritysten välillä erilaisia rahoitukseen liittyviä vaikutuksia, erityisesti yrityksen vakavaraisuutta sekä maksuvalmiutta. Rahoituslaskelmalle ei ole kirjanpitoasetuksessa määritelty tiettyä kaavaa käytettäväksi, vaan kululajeja voi eritellä ja yhdistää yrityksen tarpeiden mukaiseksi. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Tilinpäätökseen sisältyvät **liitetiedot** liittyvät taseeseen, rahoituslaskelmaan tai tuloslaskelmaan. Liitetiedoista on määrätty erilaisia vaatimuksia, milloin tietty liitetieto täytyy löytyä tilinpäätöksestä. Liitetietojen avulla voidaan selventää ja eritellä laskelmien eriä sekä esimerkiksi lyhentää tasetta ja tuloslaskelmaa. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Liitetiedoissa tulee olla esimerkiksi tieto siitä, jos toimialassa, konsernirakenteessa tai lainsäädännössä on tapahtunut jokin muutos, ja nämä täytyy aina muistaa perustella, mikäli tilinpäätöksen laatimisperiaatteita sekä menetelmiä on muuteltu. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Toimintakertomus ei sisälly tilinpäätökseen sen osana, mutta usein tilinpäätöksen yhteydessä allekirjoittava toimielin, esimerkiksi hallitus, analysoi yrityksen toiminnan kehittymistä, tuloksellisuutta, taloudellista tilannetta sekä merkittävimpiä riskejä. Toimintakertomuksen rakenne on oltava selkeä ja ymmärrettävä, sillä se edesauttaa ulkopuolista tarkastajaa tekemään johtopäätöksiä. (Leppiniemi ym. 2021, 3.)

Taloudellisella asemalla tarkoitetaan yrityksen rahoitusrakennetta, kuten oman ja vieraan pääoman suhdetta toisiinsa. Näitä voidaan kuvata esimerkiksi omavaraisuusasteena sekä velkaantumisasteena. (Leppiniemi ym. 2017, 3.)

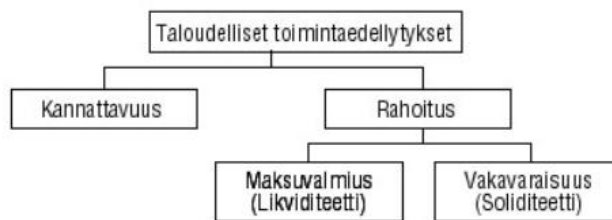
4 Taloudelliset toimintaedellytykset

Yrityksen taloudelliset toimintaedellytykset voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen, nämä ovat kannattavuus ja rahoitus. Rahoitus jakautuu maksuvalmiuteen sekä vakavaraisuuteen.

Toimintaedellytyksien ja tunnuslukujen avulla on tarkoitus mitata yrityksen taloudellista tilannetta ja kehitystä. (Leppiniemi ym. 2021, 18.)

Kannattavuuden peruselementteinä pidetään tuottoja, kustannuksia sekä pääomaa. Kassavirta tarkoittaa jokapäiväistä maksuvalmiutta eli likviditeetin varmistamista sekä pitkän aikavälin tervettä rahoitusrakennetta eli vakavaraisuutta. (Niskavaara, 2017, 3.)

Seuraavaksi käsitellään yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä. Kuva 6 havainnollistaa, mistä taloudelliset toimintaedellytykset muodostuvat.



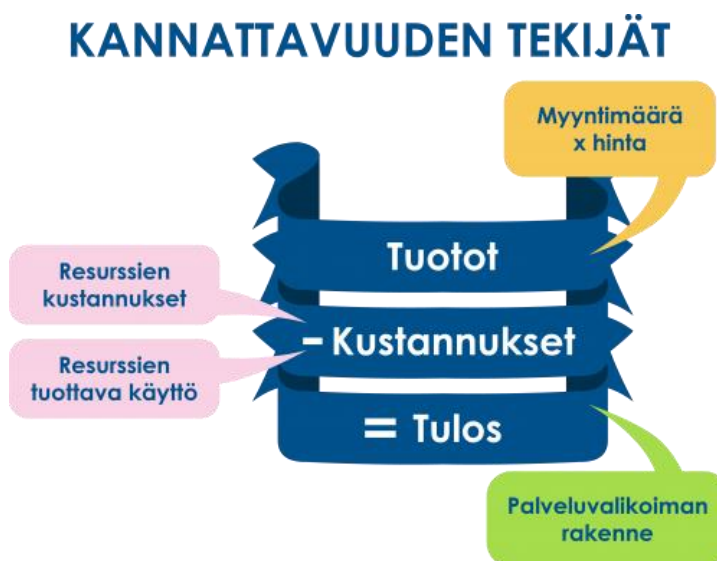
Kuva 6. Taloudelliset toimintaedellytykset (Kaisanlahti ym. 2021, 18).

Kannattavuudella tarkoitetaan yleisesti ottaen yrityksen kykyä tuottaa voittoa. Osakeyhtiölain mukaisesti yrityksen tarkoituksena nähdään olevan tuottaa voittoa omistajilleen. Kannattavuuden arviointi perustuu yrityksen tuloslaskelman tietoihin. (Niskavaara, 2017, 3.)

Yrityksen kannattavuuteen vaikuttaa esimerkiksi liikevaihdon kasvu, sillä liikevaihdon tulisi kasvaa vähintäänkin yhtä paljon kuin yrityksen kustannukset kasvavat. Yrityksen kasvun tulisi olla hallittua, sillä liian nopeasti kasvava yritys ei pysty terveellä tavalla rahoittamaan kasvun edellyttämiä investointeja. Liian nopeasta kasvusta saattaa seurata hallitsematon velkaantuminen. Yrityksen kannattavuuden perustana pidetään hyviä asiakassuhteita. Ilman laskutusta, maksavia asiakkaita ja liikevaihtoa yritykselle ei voi syntyä tulosta. Suuri liikevaihto ei

kuitenkaan aina takaa kannattavaa liiketoimintaa, mikäli suuri osa asiakkaiden kanssa tehdyistä kaupoista on tappiollisia. (Sotenavigaattori n.d.)

Kannattavuuteen vaikuttaa tuotot, eli myyntimäärä ja hinnat. Resurssien kustannukset ja tuottava käyttö ovat myös kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Tulokseen liittyy palveluvalikoiman rakenne. Toisin sanoen kannattavuutta voidaan kuvan 7 mukaisesti määrittellä tuottojen ja kustannuksien kautta. (Sotenavigaattori n.d.)



Kuva 7. Kannattavuuden tekijät. (Sotenavigaattori n.d).

Rahoitus jaotellaan kahteen osa-alueeseen, joita ovat yrityksen maksuvalmius sekä vakavaraisuus.

Maksuvalmiudella eli likviditeetillä tarkoitetaan yrityksen selviytymiskykyä erilaisista maksuvelvoitteistaan. Yrityksen rahojen on siis riitettävä ympäri vuoden, eikä riitä vain se, että yrityksellä on rahaa alkuvuodesta. Maksuvalmiuden arvioimiseksi tehdään tilinpäätös kerran vuodessa ja mahdollisesti kolmen kuukauden välein tehdään osavuosikatsauksia. (Leppiniemi ym. 2021, 18.)

Jotta yrityksen voidaan todeta olevan kannattava, se edellyttää myös sitä, että yrityksellä on oltava kyky selviytyä liiketoiminnan juoksevista kuluista. Yrityksen tulee pystyä maksamaan

yrittäjien tavarastot sekä työntekijöidensä palkat. Toisin sanoen maksuvalmiudella tarkoitetaan yrityksen maksukykyä selvitä maksuista ajallaan ja mahdollisimman edullisesti yrityksen kannalta katsoen. Hyvän maksuvalmiuden tunnuspiirteitä ovat muun muassa kassa-alennusten käyttäminen sekä sekkitililimiitti. Negatiivisena asiana maksuvalmiutta tarkastellessa koetaan erääntyneet maksut, maksetut ylijalan korot sekä erilaisten lisärahoitusten käyttö. (Tunnuslukuopas n.d.)

Maksuvalmiuteen voi vaikuttaa esimerkiksi yrityksen suuret investoinnit. Jos yritys tekee suuria hankintoja, on oman rahoituksen lisäksi usein otettava lisäksi lainaa, mutta lainojen korot ja lyhennykset täytyy pystyä hoitamaan. Maksuvalmiuden kannalta on tärkeää, ettei yrityksen velkarasitus ole liian suuri, sillä se voi johtaa suuriin maksuvaikeuksiin pitkällä aikavälillä. Suurempia investointeja kannattaa miettiä tarkasti, sillä jos ne eivät tuota odotettuja tuottoja, voi tämä johtaa yrityksen konkurssiin. (Niskavaara 2017, 65.)

Yrityksen kykyä suoriutua pakollisista velvoitteistaan pitkällä aikavälillä kutsutaan **vakavaraisuudeksi**. Yrityksen hyvää vakavaraisuutta kuvataan esimerkiksi mahdollisuudella saada uutta vierasta pääomaa yritykselle tarpeen vaatiessa. (Leppiniemi ym. 2017, 18.)

Yrityksen vakavaraisuuteen vaikuttaa taseen vahvuus. Vaikka yritys olisi todella kannattava, voi esimerkiksi asiakkaiden maksujen viivästyminen johtaa lyhytaikaiseen maksuvalmiuskriisiin. Tällaisesta kriisistä voi kuitenkin selvitä, mikäli yritys voi ottaa nopeasti lainaa, mutta tämä kuitenkin vaatii yritykseltä vakavaraisuutta. Yrityksen oman pääoman ja vieras pääoman täytyy olla sopivassa tasapainossa niin, että yritys pystyy selviämään mahdollisista rahoituskuluista ja tarvittaessa ottamaan lisää lainaa rahoituslaitoksilta. (Niskavaara 2017, 3.3.)

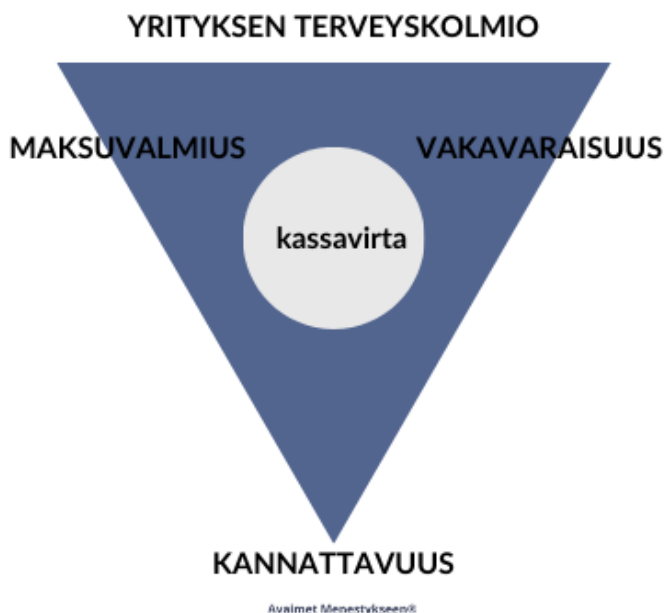
Kuvassa 8 tulee ilmi rahoitusrakenne. Vakavaraisuudessa on siis kyse siitä, että oma pääoma ja vieras pääoma on tasapainossa.

RAHOITUSRAKENNE - ESIMERKKI



Kuva 8. Rahoitusrakenne (Sotenavigaattori n.d).

Kuvassa 9 esitetään niin sanottu yrityksen terveyskolmio, eli mitkä asiat auttavat yritystä pysymään elinvoimaisena. Näitä osa-alueita ovat maksuvalmius, vakavaraisuus, kannattavuus sekä keskellä nähtävä kassavirta. Tunnuslukuja käytetään yrityksen taloudellisen toimintakyvyn kuvaamiseen ja arvioimiseen.



Kuva 9. Yrityksen terveyskolmion osat (Avaimet menestykseen 2019).

5 Tilinpäätösanalyysi

Tilinpäätöksen tehtävänä on muodostaa oikea ja riittävä kuva yrityksen taloudellisesta asemasta ja tuloksen muodostumisesta. Tilinpäätökseen liittyvä analysointi puolestaan antaa tietoa yrityksen toiminnasta ja kehityksestä toiminnasta kiinnostuneille. (Ikäheimo ym. 2019, 99.)

Tilinpäätöksen analysointiin voidaan tehdä eritasoisia analyysejä. Tilinpäätökseen liittyvä analyysi valitaan yleisesti sen mukaan, mitä asiaa yrityksen toiminnasta halutaan erityisesti tarkastella. Erilaisia analyysejä ovat tunnuslukuanalyysi, tilinpäätösanalyysi sekä yritystutkimus. (Ikäheimo ym. 2019, 100.)

Perinteisesti **tunnuslukuanalyyseissa** kuvataan yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä taseesta ja tuloslaskelmasta laskettavilla suhdeluvuilla, kuten quick ratio, current ratio sekä nettotulosprosentti. Siinä kuvataan yksittäistä arvon muodostumisen tekijää, tai useampien tekijöiden välisiä suhteita ja kehitystä. Tunnuslukuanalyysiin liittyy aina johtopäätösten tekeminen, minkä vuoksi on tärkeää, että tekijä tuntee tunnuslukujen rakenteet ja rajoitteet sekä ymmärtää kuvattavaa taloudellista ilmiötä. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

Yritystutkimus on osa rahalaitosten luottopäätösten niin sanottua valmistelutyötä. Tarkoituksena on saada aikaan numeerinen kokonaiskäsitelmä yrityksen toiminnasta. Analyysin tunnusluvut ovat myöskin yksi lähtökohta yrityksen tulevaisuutta koskevissa arvioissa. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

Tilinpäätösanalyysi voidaan määritellä systemaattiseksi toiminnaksi, jolla pyritään tilinpäätöstietojen ja muiden siihen liittyvien tietojen perusteella antamaan yrityksen toiminnasta kiinnostuneelle riittävä kuva yrityksen talouden ja sen osatekijöiden tilasta sekä kehityksestä. (Ikäheimo ym. 2019, 100.)

Tilinpäätösanalyysi tuottaa yritykselle tunnuslukuja. Tilinpäätösanalyysi keskittyy toiminnan volyyymiin, kustannusrakenteeseen, yrityksen taloudelliseen profiiliin sekä sen toimintaan liittyviin riskeihin. Analyysin laatiminen antaa valmiuksia tehdä johtopäätöksiä yrityksen taloudellisista toimintaedellytyksistä, tulevaisuudesta sekä yrityksen elinkelpoisuudesta. Tilinpäätösanalyysin tarkoituksena voi kuitenkin joskus olla pelkästään yrityksen kuvaaminen ja kehys. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

Kun yritys tekee päätöksiä talouteen liittyen tai haluaa arvioida yrityksen toiminnan kannattavuutta, on tilinpäätösanalyysistä apua. Yritys saa paljon erilaisia tarvittavia tietoja yrityksen taloustilanteesta. (Kallunki 2014, 1.1.)

Analysointimenetelmät jaetaan kahteen pääryhmään, näitä ovat perinteiset tilinpäätösanalyysit sekä rahavirta-analyysit. Perinteisissä analyyseissä käytetään tilinpäätökseen liittyvää jaksotuseriaatetta, eli käyttö- ja suoriteperustetta. Näissä pyritään muuttamaan tilinpäätäjän harkinnanvaraisesti tekemät ratkaisut vastaamaan analysoinnin vaatimuksia. Rahavirta-analyysissa tilinpäätöksestä pyritään myöskin saamaan kassaperusteista informaatiota. Usein nämä analyysit täydentävät toisiaan. (Leppiniemi ym. 2021, 18.)

Tilinpäätösanalyysissa olevat tunnusluvut perustuvat lähtökohtaisesti tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen sisältämiin tietoihin. Pääasiallisesti **tilinpäätösanalyysia käyttävät** yrityksen johto, kilpailijat, osakkeenomistajat, lainanantajat sekä muun muassa muut sijoittajat. Näitä tahoja kutsutaan yhtiön sidosryhmiksi. Sidosryhmät käyttävät näitä analyysejä esimerkiksi lainapäätösten antamiseen, osakkeen osto- ja myyntipäätöksiin sekä työsuorituksen arviointiin. (Kaisanlahti ym. 2017, 12.) Kuvassa 10 käydään läpi yrityksen sidosryhmiä sekä niiden käyttökohteita.



Kuva 10. Yritysten sidosryhmät ja tilinpäätösanalyysin käyttökohteet (Kallunki, 2014, 1.2).

5.1 Tilinpäätösanalyysin vaiheet

Tilinpäätösanalyysiin sisältyy neljä tärkeää vaihetta, nämä kohdat voidaan jakaa seuraaviin vaiheisiin:

1. Liiketoiminta-analyysi, jossa arvioidaan tekijöitä, mitkä vaikuttavat yrityksen toimialan kehitykseen, ja siihen, millaiset kehitysnäkymät toimialalla on. Tarkasteltavana on myöskin toimialaan ja yritykseen liittyvät riskit sekä poikkeukselliset tuottomahdollisuudet. Liiketoiminta-analyysissä tieto on suurilta osin kvalitatiivista eli laadullista tietoa.
2. Toisena vaiheessa tilinpäätösanalyysissä on tilinpäätöksen muokkaus, arvioidaan tilinpäätöksen kykyä antaa riittävä kuva omistajan kannalta. Tämän lisäksi tarvittaessa laaditaan tilinpäätöksien oikaisuja. Keskeistä on tilinpäätösten vertailukelpoisuus sekä eri vuosien että eri yritysten välillä. Mikäli tilinpäätöksistä löytyy poikkeamia, oikaistaan ne vastaamaan paremmin tietotarpeita.
3. Tämän jälkeen päästään laatimaan tunnuslukuanalyysi, siinä arvioidaan tilinpäätöksestä laskettujen tunnuslukujen perusteella, millainen on yrityksen menneisyys sekä nykytila taloudellisesta näkökulmasta katsottuna. Taloudellisesta näkökulmasta voidaan analysoida yrityksen toimintaa ja sen kehitystä, toiminnan kannattavuutta sekä rahoituksellista asemaa.
4. Neljäntenä tilinpäätösanalyysissä yhdistetään aiemmin laaditut liiketoiminta-analyysi sekä tunnuslukuanalyysi, sekä arvioidaan, miten yritys tulee kehittymään tulevaisuudessa. Tulevaisuuden arviointi perustuu toimialalle laadittuun odotettuun kehitykseen sekä yrityksen kykyyn menestyä toimialalla. (Ikäheimo ym. 2019, 101.)

5.2 Tilinpäätöstietojen oikaisu

Ennen tilinpäätösanalyysin tunnuslukujen laskentaa, voi joutua oikaisemaan tuloslaskelman ja taseen lukuja. Keskeisiä oikaisuja, mitä tehdään, ovat palkkojen, liiketoiminnan muiden tuottojen tai varaston korjaukset. (Rantalainen 2021.)

Tilinpäätösanalyysiin kuuluu **tuloslaskelman oikaisut**. Tavoite tuloslaskelman oikaisussa on se, että saadaan vertailukelpoinen kokonaiskuva yrityksen liiketoiminnan kannattavuudesta ja

volyymistä. Myös taseen oikaisut täytyy tehdä, jotta saa kuvan yrityksen taloudellisesta tilasta tilinpäätöshetkellä. (Yritystutkimus ry. 2017, 18.)

Taseen oikaisut auttavat tilinpäätösanalyysissä saamaan oikean ja vertailukelpoisen kuvan yrityksen tilinpäätöshetkellä olleesta taloudellisesta asemasta. Taseessa oikaisuja voidaan tehdä esimerkiksi koneesta ja kalustosta tai yrityksen aineettomista hyödykkeistä, johon lukeutuu muun muassa mainoskampanjat. (Yritystutkimus ry. 2017, 31.)

Oikaistun tuloslaskelman ja taseen kaavat löytyvät liitteistä 5, 6 ja 7.

5.3 Tunnuslukuanalyysi

Perinteisesti **tunnuslukuanalyysissä** kuvataan yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä taseesta ja tuloslaskelmasta laskettavilla suhdeluvuilla, kuten quick ratio, current ratio sekä nettotulosprosentti. Tunnuslukuanalyysiin liittyy aina johtopäätösten tekeminen, minkä vuoksi on tärkeää, että tekijä tuntee tunnuslukujen rakenteet ja rajoitteet sekä ymmärtää kuvattavaa taloudellista ilmiötä. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

Yrityksen tilinpäätösanalyysin kannattavuuteen liittyviä tunnuslukuja muodostetaan kahdella periaatteella, yrityksen 12 kuukauden tulosta verrataan liikevaihtoon tai pääomaan. Lähestymistapa, jossa yrityksen saavuttamaa tulosta verrataan liikevaihtoon, kutsutaan voittoprosenttilähestymistavaksi. Tämä tapa ei kuitenkaan sovellu kovin hyvin eri yritysten väliseen vertailuun, vaan tämä sopii paremmin kuvaamaan yrityksen omaa kannattavuuskehitystä. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

5.3.1 Kannattavuuden tunnusluvut

Kannattavuus (=profitability) mielletään yrityksen tärkeimmäksi toimintaedellytykseksi. Yrityksen kannattavuutta voidaan mitata liikevaihtoon suhteutetuilla mittareilla sekä pääomaan suhteutetuilla mittareilla. Kannattavuus ei kuitenkaan riitä ainoana turvaamaan yrityksen toimintaa, vaan myös muiden mittareiden tulisi olla kunnossa. (Tunnuslukuopas, n.d.)

Liikevaihtoon suhteutettuja tunnuslukuja ovat myyntikateprosentti, käyttökateprosentti, liiketulosprosentti, rahoitustulosprosentti, nettotulosprosentti sekä kokonaistulosprosentti.

Pääomaan suhteutetut tuottomittarit puolestaan ovat omanpääoman tuottoprosentti, sijoitetun pääoman tuottoprosentti ja kokonaispääoman tuottoprosentti. (Tunnuslukuopas n.d.) Kannattavuuden tunnuslukujen kaavat liite 11.

Yrityksen **liikevaihdolla** kuvataan varsinaisen toiminnan myyntituottoja, kun summasta on vähennetty alennukset sekä arvonlisävero. Liikevaihdon avulla voidaan vertailla yritysten toimintaa volyymin osalta. Liikevaihtoa laskiessa otetaan huomioon tuloslaskelman mukainen liikevaihto vuoden ajalta. (Tunnuslukuopas n.d.)

Liikevoittoprosentti eli liiketulosprosentti kertoo sen, kuinka paljon yrityksen varsinaisen liiketoiminnan tuotoista on jäänyt jäljelle ennen kuin summasta vähennetään verot ja tarvittaessa muita rahoituseriä. Silloin kun yrityksen nettotulosprosentti on positiivinen, se kertoo siitä, että yritys on pystynyt selviytymään varsinaisella liiketoiminnallaan esimerkiksi investointien ja käyttöpääoman omarahoituksesta sekä lainojen koroista. Liikevoittoprosentti määritellään ohjearvojen mukaan heikoksi, kun se on arvoltaan alle 5 %. (Tunnuslukuopas n.d.)

Kokonaispääoman tuottoprosentti kertoo siitä, miten yritys kykenee huolehtimaan sen käytössä olevasta kokonaispääomasta, eli toisin sanoen tunnusluku kertoo sen, kuinka paljon yritykseen sitoutuneelle pääomalle on kertynyt voittoa tilikauden aikana. Kokonaispääoman tuottoprosentti luokitellaan ohjearvojen mukaisesti hyväksi, jos se on yli 10 %. Yrityksen tulisi voida luoda lisäarvoa yrityksen kuluttamilleen tuotannon tekijöille. Aikaansaatu lisäarvo jakaantuu kolmeen osaan, joita ovat nettotulos, rahoituskulut sekä verot. Kokonaispääoman tuottoa voidaan arvioida muun muassa valtion pitkien joukkovelkakirjalainojen korkojen pohjalta. (Tunnuslukuopas n.d.)

Oman pääoman tuottoprosentin ollessa erinomainen, se kertoo sen, että yritys kykenee huolehtimaan omistajien yritykseen sijoittamista pääomista. Oman pääoman tuottoprosentti kertoo, kuinka paljon omalle pääomalle on kertynyt tuottoa sen tilikauden aikana. (Tunnuslukuopas n.d.)

Tunnuslukujen avulla pystytään analysoimaan sekä kuvaamaan yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä sekä taloutta. Yritysten välisiä vertailuja suoritetaan usein erilaisten tunnuslukujen avulla, mitkä auttavat löytämään yritykselle kehityslinjoja. (Kaisanlahti ym. 2021, 18.)

5.3.2 Maksuvalmiuden tunnusluvut

Maksuvalmiutta tarkastellaan quick ration, current ration, myyntisaamisten- sekä ostovelkojen kiertoajan tunnuslukujen avulla, sillä nämä ovat tärkeitä tunnuslukuja maksuvalmiudelle.

Quick Ratio, toiselta nimeltään happotesti kertoo siitä, millainen kyky yrityksellä on selviytyä lyhytaikaista veloistaan rahaksi muutettavilla omaisuuserillään. Tunnusluku mittaa erityisesti yrityksen kassavalmiutta ja rahoituspuskureiden tilaa. Yrityksen rahoituspuskurit eivät saa olla liian pieniä, sillä muutoin yritys ei saa katetuksi yllättäviä menojaan. (Tunnuslukuopas n.d.)

Current Ratio puolestaan mittaa yrityksen maksuvalmiutta ja niin sanottua rahoituspuskuria tilinpäätöshetkellä. Tunnusluvun tarkoituksen on verrata nopeasti rahaksi muutettavien erien suhdetta lyhytaikaisiin velkoihin. Current ratiota kuitenkin tarkastellaan hieman tarkemmin, kuin quick ratiota, sillä tähän kuuluu myöskin yrityksen vaihto-omaisuus. Tunnusluku soveltuu erittäin hyvin yksittäisen yrityksen sekä saman toimialan yritysten kehityksen arviointiin. Quick ratio sekä current ratio ovat toisaalta sidoksissaan toisiinsa, sillä molemmat ilmaisevat sen, kuinka nopeasti yritys kykenee selviytyä lyhytaikaisista veloistaan rahaksi muutettavilla omaisuuserillä. (Tunnuslukuopas n.d.)

Yrityksen **myyntisaamisten kiertoaika** tarkoittaa sitä, kuinka monta päivää yrityksen liikevaihto on saamisina, ennen kuin raha saadaan kassaan. Yrityksen perintä toimii hyvin, kun myyntisaatavat kiertävät nopeasti. Kun ostovelkojen ja myyntisaamisten kiertoajat ovat melkein yhtä suuret, yrityksen tilanne on tasapainoinen. (Tunnuslukuopas n.d.)

Ostovelkojen kiertoajalla tarkoitetaan sitä, kuinka paljon yhtiö on käyttänyt tavarantoimittajien rahoitusta omien ostojensa rahoitukseen, eli toisin sanoen voidaan tutkia sitä, kuinka monessa päivässä yrityksen ostovelat saadaan keskimäärin maksettua. (Tunnuslukuopas n.d.)

Ostovelkojen tulisi kiertää niin, etteivät maksuajat mene liian pitkäksi. Pitkät maksuajat viittaavat yleensä maksuvaikeuksiin, ja tämän vuoksi yrityksellä on vaikeuksia hoitaa ostovelkojansa. Ostovelkojen kiertoaikaa voi pidentää esimerkiksi taseen ostovelkoihin kuuluvat maksut ja muut menot, kuten investointeihin liittyvät laskut. Ostovelkojen kiertoaika on kuitenkin todella yrityskohtaista, sillä yritys on itse vastuussa siitä, kuinka pitkän maksuajan he asiakkaalleen antavat, eikä niin ollen ostovelkojen kiertoajalle ole asetettu ohjeita. (Tunnuslukuopas n.d.)

Maksuvalmiuden tunnuslukujen kaavat liite 12.

5.3.3 Vakavaraisuuden tunnusluvut

Vakavaraisuuden eli pääoman rahoitusrakenteen arviointi pohjautuu laaditun taseen tietoihin. Tätä arvioidaan usein joko itsenäisen yrityksen tai konsernin tasolla. Pitkässä juoksussa yrityksen elinehtona pidetään hyvää vakavaraisuutta, eli toisin sanoen taseen tulisi olla vahva.

(Niskavaara 2017, 3.)

Yrityksen vakavaraisuus on tärkeä toimintaedellytys. Yrityksen vakavaraisuuden mittareilla voidaan arvioida yrityksen rahoitusta ja velkaantuneisuutta. Yrityksen täytyy kyetä suoriutumaan lainojen lyhennys- ja korkomaksuista. Eli yrityksen tulisi pystyä kattamaan rahoitukselliset velvoitteet. (Tunnuslukuopas n.d.)

Yrityksen vakavaraisuuden rahoitusrakennetta voidaan mitata esimerkiksi seuraavilla kolmella mittareilla, joita ovat omavaraisuusaste, suhteellinen velkaantuneisuusprosentti sekä velkaprosentti. **Omavaraisuusasteen** avulla voidaan mitata yrityksen vakavaraisuutta, eli kuinka paljon varallisuudesta on rahoitettu yrityksen omalla pääomalla. Yrityksen liiketoiminta voidaan kuvailla vakaaksi, kun yrityksen omavaraisuus on hyvä. Omavaraisuusaste on kuitenkin verrattavissa yrityksen ikään, sillä vasta perustetuilla yrityksillä on usein enemmän velkaa, kuin jo vuosikymmeniä pyörineillä yrityksillä. (Tunnuslukuopas n.d.)

Yrityksen liikkumavapaus riippuu todella paljon omavaraisuusasteen arvosta. Korkeampi omavaraisuusaste antaa yritykselle liikkumavapautta, mikäli esimerkiksi kilpailutilanne kiristyy, niin korkeamman omavaraisuuden yritys kestää paremmin ja pidempään. (Tunnuslukuopas n.d.)

Velkaprosentti mittaa yrityksen velkojen suhdetta toiminnan laajuuteen eli liikevaihtoon. Korkea velkaantuneisuus edellyttää yritykseltä hyvää ja vakaata käyttökattetta, jotta lainoista selvittää vuosittain kunnialla. Mitä korkeampi velkaprosentin arvo on, sitä korkeampi myös yrityksen velkaantuneisuus on. Velkaprosentti kuvaa erilaisia riskitekijöitä, jotka rajoittavat yrityksen mahdollisuuksia kasvaa. Tunnusluvun arvon ollessa 100 %, tarkoittaa se sitä, että yrityksen omistajien ja rahoittajien pääomapanokset ovat tasapainossa keskenään. (Tunnuslukuopas n.d.)

Vakavaraisuuden tunnuslukujen kaavat liite 13.

6 Verkkokauppa.com taloudellisen tilanteen analyysi

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia verkkoliiketoiminnan kriittisiä menestystekijöitä ja taloudellisia toimintaedellytyksiä. Tavoitteena oli tuottaa tietoa esimerkkiyritys Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellisesta tilanteesta. Laadullisena tutkimuksena tehdyn opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida Verkkokauppa.com Oyj taloudellista tilannetta, laatia tilinpäätösanalyysi sekä tutkia yrityksen kehitystä. Verkkokauppa.com Oyj on vuonna 1992 perustettu suomalainen tietotekniikan ja elektroniikan jälleenmyyjä, jolla on neljä myymälää ja verkkokauppa.

Verkkokauppa.com Oyj yrityksellä on laajat jakelukanavat. Vuonna 2020 yhtiöllä oli yhteensä jopa 750 kotimaista sekä kansainvälistä tavarantoimittajaa, joille yritys tarjoaa modernin jakelukanavan. Sen lisäksi että yritys myy tuotteitaan, yhtiö tarjoaa asennus- ja huoltopalveluita, liittymämyyntiä, näkyvyyden myyntiä sekä rahoituspalveluita. Yhtiön oma varasto Helsingin myymälän yhteydessä sekä Vantaalla sijaitseva palveluvarasto mahdollistavat laajan myymäläsaatavuuden sekä nopeat toimitukset asiakkaille. Yrityksen monikanavainen palvelumalli antaa asiakkailleen erilaisia vaihtoehtoja niin toimitukseen kuin noutoonkin yhdistelemällä verkko-ostamista, myymäläpalveluita ja logistiikkaa. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

6.1 Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Opinnäytetyö laadittiin laadullisen tutkimuksen keinoin ja työssä käytettiin tutkimusmenetelmänä dokumenttianalyysiä. Dokumenttiaineistona käytettiin vuosikertomuksia vuosilta 2018–2020, joista laadittiin analyysi tilinpäätösanalyysillä.

Dokumenttianalyysillä tarkoitetaan kaiken sellaisen tutkimusaineiston analyysia, jota ei saada kokoon välittömien havaintojen perusteella, vaan analyysin avuksi voidaan tarvita esimerkiksi konkreettisia tuloksia tai jonkinlaisia painettuja selontekoja tutkimuksen aiheesta. (Anttila 1998.)

Dokumenttiaineisto voi olla valmiiksi koottua, julkisesti saatavilla olevaa tietoa, jota on helppo hyödyntää analyysia tehdessä. Esimerkiksi erilaiset lait, sanomalehdet sekä vuosikertomukset

luetaan dokumenttiaineistoksi. (Anttila 1998.) Tässä opinnäytetyössä dokumenttiaineistoksi osoittautui esimerkkiyrityksen vuosikertomukset vuosilta 2018–2020.

Laadullinen tutkimus, eli niin sanottu kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa syventävää tutkimista jostain tietyistä asiasta. Tutkimuksen avulla saadaan vastaukset kysymyksiin miksi ja miten. Laadullista tutkimusta voidaan käyttää esimerkiksi silloin, kun halutaan selvittää asioiden syy-seuraussuhteita sekä erilaisia reagoititapoja. (Anttila 1998.)

Laadullisessa tutkimuksessa tuloksia analysoidaan sekä niiden pohjalta tehdään johtopäätöksiä. Tässä tutkimuksessa pyritään keräämään tietoja, ja kuvailemaan aihetta syvällisesti. Tiedonkeruu riippuu tutkimusongelmasta ja siitä, mistä näkökulmasta aihetta lähestytään. Tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä. (Anttila 1998.)

Laadullinen tutkimus sopii käytettäväksi tässä opinnäytetyössä, sillä halutaan selvittää esimerkkinä toimivan yrityksen kehitystä vuosien ajalta ja pohtia yrityksen tulevaisuutta analyysiin pohjautuen.

Dokumenttianalyyseissa voidaan soveltaa sekä laadullista että määrällistä analyysia. Tavanomaisesti analyysi soveltuu monenlaisten teksti- ja kuvadokumenttien käsittelyyn. (Anttila 1998.)

6.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimussuunnitelmaa tehdessä koettiin, että on tärkeää ottaa huomioon verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät. Tutkimusta haluttiin tehdä verkkoliiketoiminnasta ja sen kriittisistä menestystekijöistä, joten lukijalle avattiin tätä kokonaisuutta. Verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät olivat sivun ominaisuudet, johdon rooli, kumppanit, teknologia, asiakassuhteet, strategia, luottamus, resurssit, organisaatio sekä myynti ja markkinointi.

Verkkokauppa.com Oyj käy vuosikertomuksessa läpi eri verkkoliiketoiminnan kriittisiä menestystekijöitä ja avaa niiden osuutta verkkoliiketoimintaan. Yritys mainitsee muun muassa teknologian osuudesta sen, että yhtiön omien IT-ammattilaisten ja vahvan teknologian osaamisen

ansiosta yrityksellä on edistysellinen teknologia-alusta, jolle on hyvä rakentaa uusia palveluita ja jonka avulla voi tarjota parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

Yhtiön peruseriaatteisiin kuuluu olla oikeudenmukainen ja yhdenvertainen. Tämä kattaa sen, että henkilöstöä arvostetaan esimerkiksi erilaisista taustoista huolimatta. Verkkokauppa.com Oyj haluaa vaalia organisaatiokulttuuriaan, jossa kaikilla on mahdollisuus vaikuttaa yhtiön toimintaan sekä tuoda esiin rakentavia ideoita ilman, että niitä tyrmätään. Henkilöstöä pidetään yhtenä Verkkokauppa.com Oyj:n tärkeimpänä menestystekijänä, minkä takia yhtiölle on tärkeää, että henkilöstön hyviä työsuorituksia ja muita arjen onnistumisia palkitaan sekä yrityksessä valitaan kuukausittain kuukauden työntekijä. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimusosio toteutettiin laatimalla tilinpäätösanalyysi Verkkokauppa.com Oyj vuosikertomusten tiedoista. Tilinpäätösanalyysi toteutettiin laskemalla yrityksen toimintaedellytyksien, kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden tunnuslukuja vuosilta 2018–2020. Tunnuslukujen ja tilinpäätöstietojen avulla arvioitiin yrityksen taloudellista tilannetta ja kehitystä vertaamalla näitä yrityksen aikaisempien vuosien tietoihin, Yritystutkimus ry:n ohjearvoihin ja toimialan tietoihin. Toimialaluokituksena käytettiin 47410, Tietokoneiden, oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa.

Tilinpäätösanalyysi toteutettiin neljässä vaiheessa. **Ensimmäisessä** vaiheessa tehtiin liiketoiminta-analyysi, eli teimme toimialavertailua käyttäen tietokoneiden, oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa toimialaa. Haluttiin selvittää kehitysnäkymiä.

Tämä opinnäytetyö ei vaatinut **taseen ja tuloslaskelman oikaisujen tekemistä**. Oikaisuja ei tehty, koska niitä ei koettu tarpeelliseksi tässä tutkimuksessa.

Kolmannessa vaiheessa tehtiin tunnuslukuanalyysi, koska haluttiin arvioida tilinpäätöksestä laskettujen tunnuslukujen perusteella, millainen on yrityksen menneisyys sekä nykytila taloudellisesta näkökulmasta katsottuna. Taloudellisesta näkökulmasta voidaan analysoida yrityksen toimintaa ja sen kehitystä, toiminnan kannattavuutta sekä rahoituksellista asemaa.

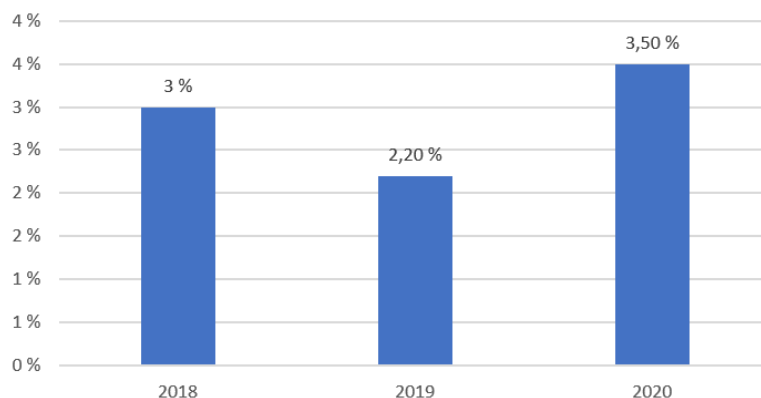
Tunnuslukujen laskentaa varten käytettiin yrityksen vuosikertomuksessa olevia laskentakaavoja, sekä Yritystutkimus Ry:n tunnuslukujen laskentakaavoja. Laskentaan tarvittavat luvut koottiin yrityksen vuosikertomuksien tilinpäätöstiedoista. Laskettiin yrityksen toimintaedellytyksiin liittyviä tunnuslukuja kaavojen mukaisesti. Kun luvut oli saatu laskettua, analysointia varten koottiin pylväsdiagrammeja havainnollistamaan. Diagrammien alapuolelle on liitetty kuvaus tunnuslukujen ohjearvoista, mikäli sellainen oli saatavilla.

Verkkokauppa.com Oyj tunnusluvuista tehtiin toimialavertailua. Vertailua varten etsittiin toimialaluvut Toimiala Onlinen tilastotietopalvelusta. Toimialana käytettiin 47410, tietokoneiden, niiden oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppaa. Vertailussa käytettiin toimialalukuja yrityksen toimintaedellytyksiin liittyvistä tunnusluvuista ja niiden mediaaneista ja vietiin ne Excel-taulukkolaskentaohjelmaan. Excelissä laadittiin kaaviot, jotta pystyttiin havainnollistamaan, missä ja kuinka paljon muutoksia näkyi. Toimialalukuja vertailtiin vain kahden vuoden ajalta, koska Finnverassa ei näkynyt tietoja vuodelta 2020. Kahden vuoden ajalta saatiin kuitenkin tarpeeksi vertailukelpoista tietoa, koska kahden vuoden ajaltakin löytyi muutoksia. Toimialavertailusta on kuvat 21,22 ja 23.

6.3 Tutkimuksen tulokset

Verkkokauppa.com liikevaihto on ollut 553 636 000 € vuonna 2020, kun taas vuonna 2019 liikevaihto on ollut 504 113 000 €, liikevaihto on siis vuoden aikana noussut melkein 50 000 000 €. Liikevaihto on noussut tasaisesti kolmen vuoden aikana, mikä on yrityksen kannalta positiivinen asia, sillä usein se kertoo siitä, että yrityksen myynti on kasvanut.

Kannattavuuden tunnusluvut

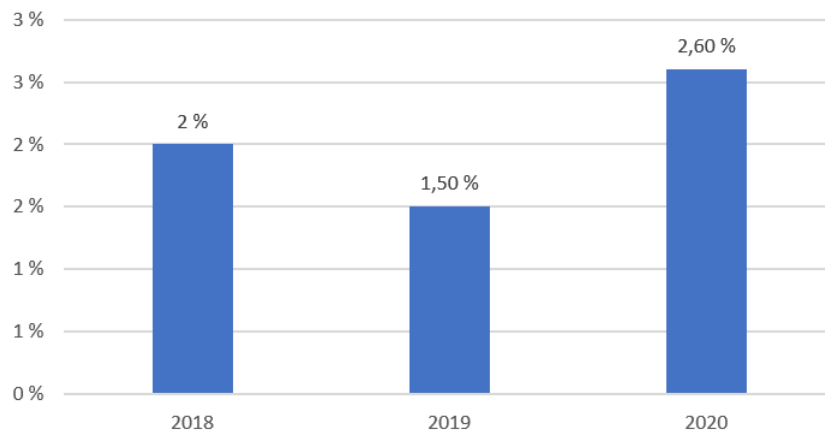


Kuva 11. Liikevoittoprosentti

Liiketulosprosenttia arvioitaessa voidaan käyttää seuraavia ohjearvoja:

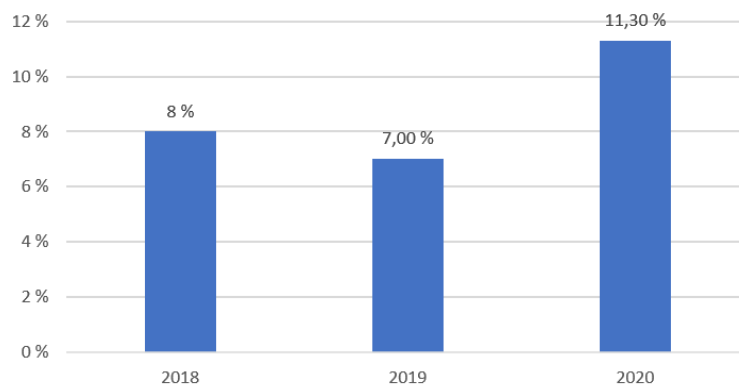
yli	10 %	hyvä
5	– 10 %	tydyttävä
alle	5 %	heikko

Yrityksen liikevoittoprosentti on vuosien 2018–2020 ajan ollut ohjearvoltaan heikko, mutta se on lähtenyt hieman nousemaan edellisistä vuosista.



Kuva 12. Nettotulosprosentti

Nettotulosprosentti on vuonna 2018 ollut 2 %, kun taas vuoden 2019 tilinpäätöksessä vastaava tunnusluku on ollut 1,5 %, eli se on laskenut vuodessa. Yhtiö on kuitenkin saanut nostettua vuoden 2020 tilinpäätökseen nettotulosprosenttiaan 2,60 %. Nettotulosprosentti on yrityksen varsinaisen toiminnan tulos, mihin ei ole otettu mukaan satunnaisia eriä eikä tilinpäätössiirtoja.

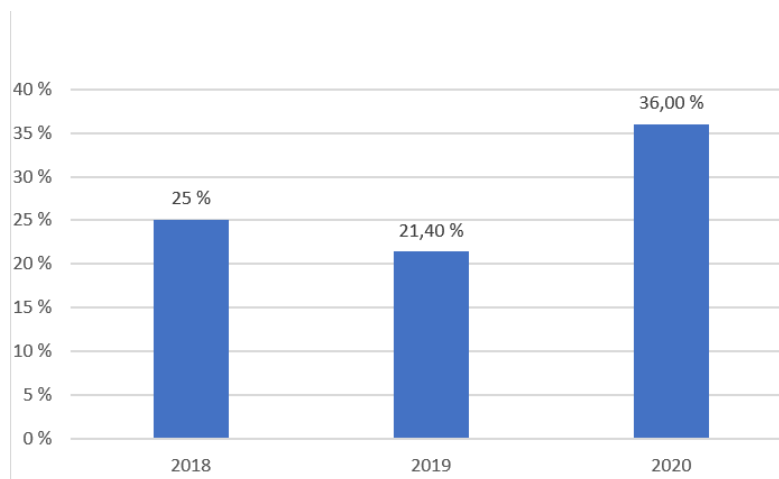


Kuva 13. Kokonaispääoman tuotto prosentti

Kokonaispääoman tuotolle voidaan antaa seuraavanlaisia ohjearvoja:

yli	10 %	hyvä
5	– 10 %	tydyttävä
alle	5 %	heikko

Kokonaispääoman tuotto prosentti on vuonna 2018 ollut 8 %, minkä jälkeen se on laskenut prosentin, kun taas vuonna 2020 se on ollut 11,30 %, eli tunnusluku on noussut vuodesta 2019 hieman yli 3 %. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykseen sijoitettu pääoma tuottaa paremmin kuin aiemmin. Kokonaispääoman tuotto prosentin ollessa yli 10 %, se luokitellaan hyväksi, eli lukujen arvoista voidaan päätellä se, että Verkkokauppa.com on saanut edellistä vuotta enemmän tuottoa sitomilleen resursseille.



Kuva 14. Oman pääoman tuotto prosentti

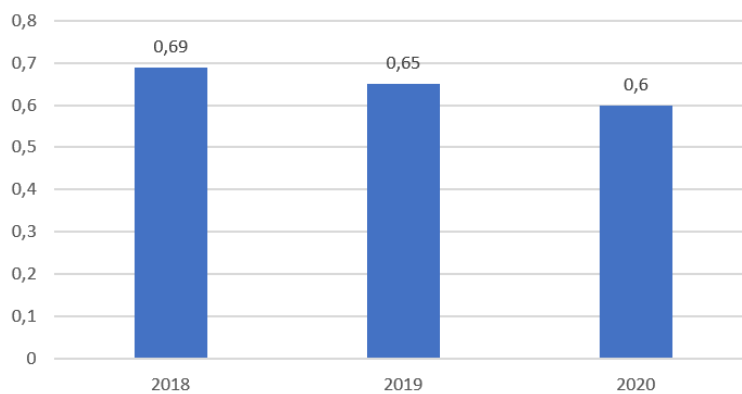
Oman pääoman tuoton viitteelliset normiarvot ovat:

Erinomainen	yli 20 %
Hyvä	15–20 %
Tyydyttävä	10–15 %
Välttävä	5–10 %
Heikko	alle 5 %

Oman pääoman tuotto prosentti on noussut merkittävästi vuodesta 2019. Verkkokauppa.com Oyj:n prosenttiarvo oli 35 % vuonna 2020. Prosenttiarvo on yli 20 %, eli se on erinomainen tunnusluvun ohjearvojen mukaisesti.

Kannattavuutta arvioidessa, tulee ottaa huomioon eri tunnusluvut ja mittarit. Edellä mainittujen arvojen perusteella yrityksen kannattavuutta voi kuvailla hyväksi, eli toiminta on kannattavaa. Kun tarkastelee kolmen vuoden tilinpäätöstietoja, voidaan todeta yrityksen kannattavuuden kasvaneen näiden vuosien aikana.

Maksuvalmiuden tunnusluvut

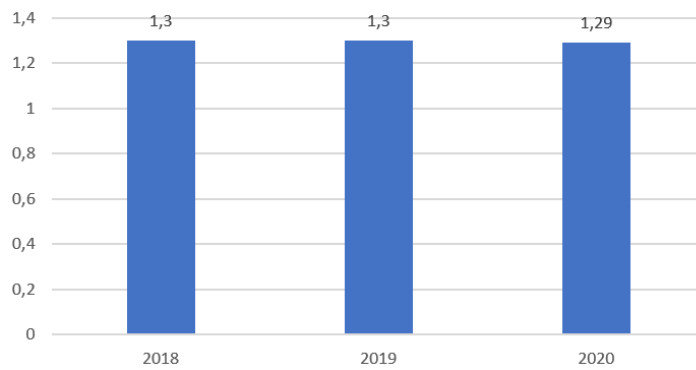


Kuva 15. Quick ratio

Quick ratiolle voidaan antaa seuraavat ohjearvot:

yli	1	hyvä
0,5 –	1	tydyttävä
alle	0,5	heikko

Yrityksen Quick ratio on heikentynyt vuosittain hieman, mutta tunnusluku on pysynyt kuitenkin ohjearvojen mukaisesti tyydyttävänä. Tunnusluvun ohjearvoista käy ilmi, että yrityksen quick ratio laskiessa arvoltaan alle 0,5, sitä pidetään heikkona. Alhainen Quick ratio puolestaan kertoo siitä, että tulevaisuudessa voi uhkana olla yrityksen maksukyvyttömyys.

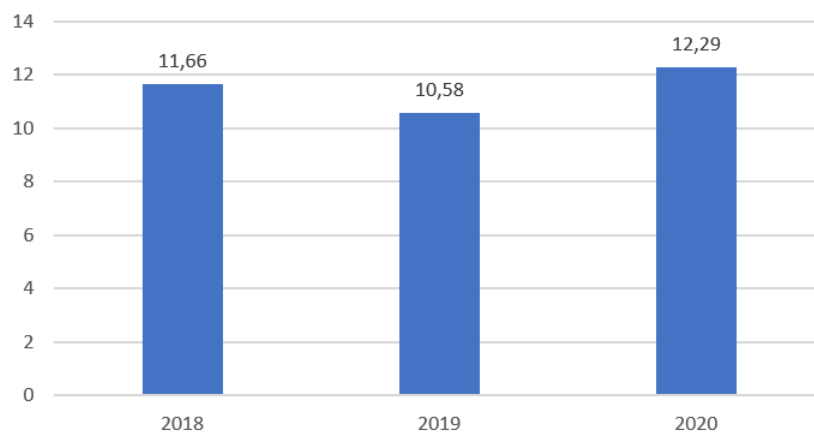


Kuva 16. Current ratio

Current ratiolle voidaan antaa seuraavat ohjearvot:

yli	2	hyvä
1 –	2	tydyttävä
alle	1	heikko

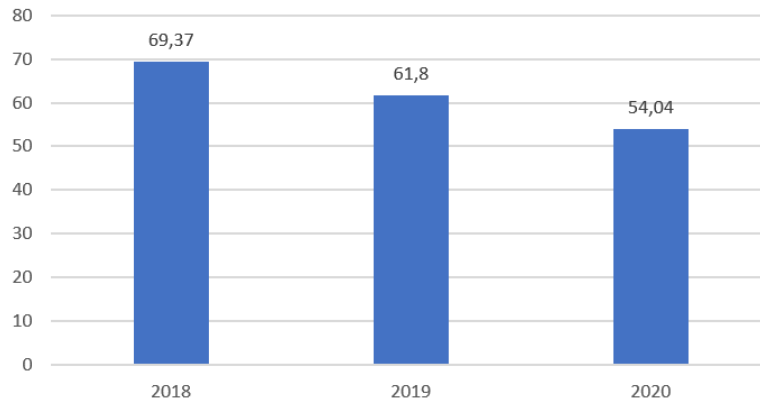
Current ratio on pysynyt kolmen vuoden aikana suhteellisen samana lukuna, sillä vuoden 2020 hieman alhaisemmalla arvolla 1,29 ei ole toiminnalle mitään merkitystä. Tunnusluku kuuluu ohjearvojen mukaisesti tyydyttävän luokkaan.



Kuva 17. Myyntisaamisten kiertoaika

Myyntisaamisten kiertoajassa on ollut hieman heittelyä kolmen vuoden sisällä, mutta muutokset eivät ole huomattavia, joten ne eivät ole merkitseviä yrityksen kehityksen kannalta.

Myyntisaamisten kiertoaika on laskenut hieman kolmen vuoden sisällä, joka johtuu usein siitä, että myynnistä saatu raha tulee aikaisempaa hitaammin yrityksen kassaan, mikä puolestaan johtaa siihen, että yrityksen maksuvalmius voi heiketä.

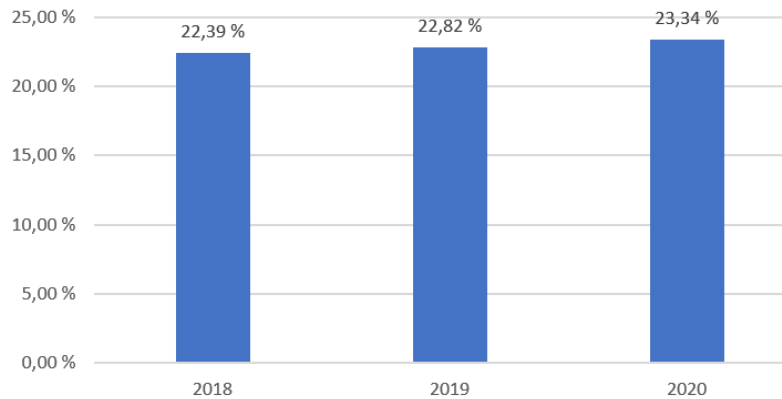


Kuva 18. Ostovelkojen kiertoaika

Verkkokauppa.com Oyj:n myyntisaamisten ja ostovelkojen kiertoaikojen nähdään toimivan suhteellisen hyvin, vaikka ne eivät ole tasapainossa keskenään. Rahaa saadaan suhteellisen nopeassa ajassa, jolla on vaikutusta siihen, että laskuja pystytään maksamaan ajallaan. Kiertoaajat ovat pysyneet kolmen vuoden aikana melkein samana, muttei kuitenkaan yrityksen toiminnalle merkityksellisiä muutoksia ole havaittavissa. Ostovelkojen kiertoaika on melko pitkä, mutta sen suunta on mennyt parempaan päin. Ostovelkojen kiertoaika on aina yrityskohtaista, koska yritykset asettavat asiakkailleen eripituisia maksuaikoja.

Verkkokauppa.com maksuvalmius on pääosin hyvä, ja yritys pystyy siis selviytymään kuluista ja velvoitteista. Yrityksen rahoitusomaisuudella ei pystytä kattamaan lyhytaikaisia velkoja kokonaan. Pidemmällä aikavälillä katsoen, yrityksen maksuvalmius on tasapainoinen ja siinä ei näy juurikaan muutoksia suuntaan eikä toiseen, sillä muutokset kolmen vuoden aikavälillä ovat todella pieniä, eivätkä ne vaikuta yrityksen toimintaan.

Vakavaraisuuden tunnusluvut

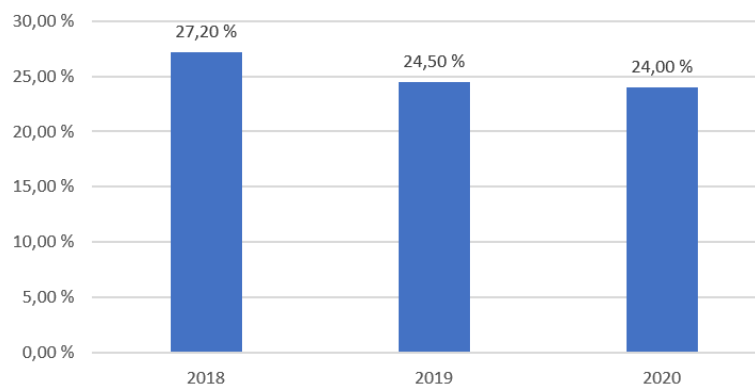


Kuva 19. Omavaraisuusaste

Omavaraisuusasteelle voidaan antaa seuraavanlaisia ohjearvoja:

yli 40 %	hyvä
20 – 40 %	tydyttävä
alle 20 %	heikko

Verkkokauppa.com Oyj:n omavaraisuusaste on vuonna 2020 ollut 23,34 %, mikä on ohjeluokituksestaan tyydyttävä, ja se on lähtenyt tasaisesti kasvamaan kolmen vuoden sisällä. Suunta on siis ollut kolmen vuoden ajan nouseva, mikä puolestaan tarkoittaa sitä, että yritys on saanut omaa pääomaa kasvamaan tasaiseen tahtiin. Tämä auttaa yritystä suoriutumaan lainoista ja pitämään yrityksen rahoitusta vakaana.

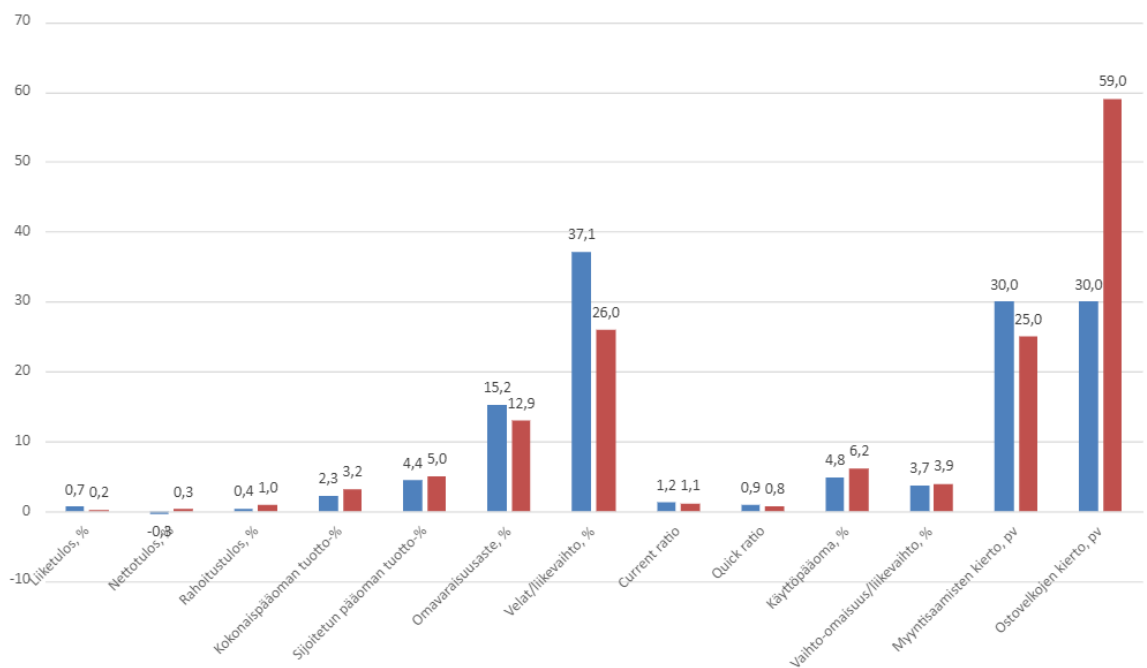


Kuva 20. Velkaprosentti

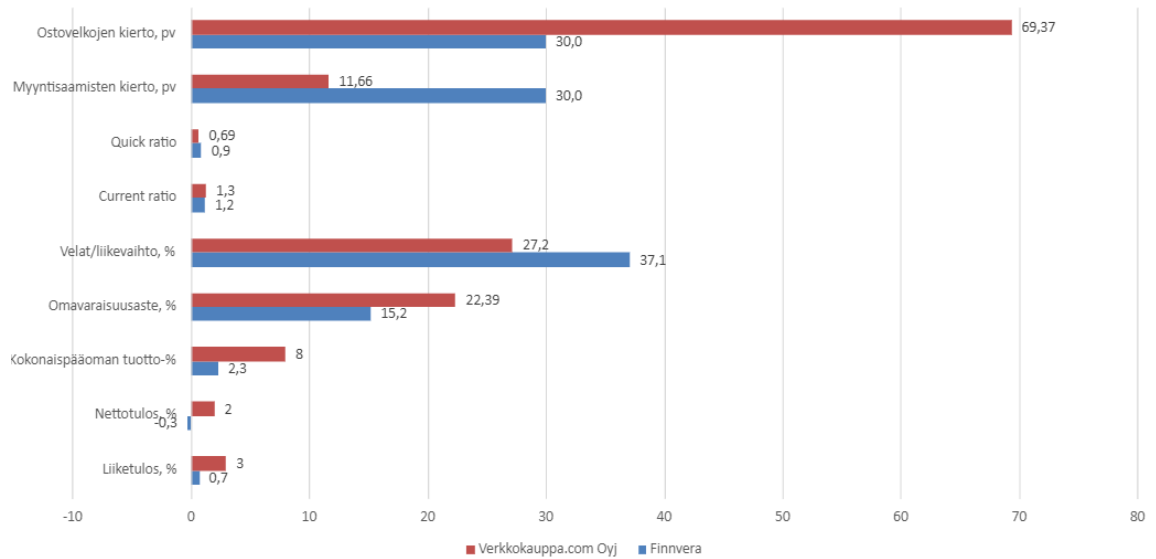
Yrityksen velkaprosentti on vuonna 2020 ollut 24 %, mikä on ohjearvo luokitukseltaan hyvä. Velkaprosentti on laskenut kolmen vuoden aikana, mikä kertoo siitä, että yrityksen velkojen ja liikevaihdon suhde on mennyt parempaan suuntaan.

Verkkokauppa.com Oyj on kolmen vuoden tilinpäätöstietojen mukaan vakavarainen yritys, jolla on hyvä tappionsietokyky, eli yritys pystyy selviämään myös suuremmista yllättävistä kuluista, ilman suurempia ongelmia. Yrityksen oma pääoma sekä vieras pääoma nähdään olevan tasapainossa keskenään, mikä on positiivinen asia yrityksen kannalta.

Kuvan 21 toimialaluvut on poimittu Finnverasta. Toimialaksi laitettiin 47410, eli Tietokoneiden, niiden oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa. Muuttujaksi laitettiin tunnusluvut, joita laskettiin tässä opinnäytetyössä. Haluttiin tarkastella mediaanilukuja, joten keskiluvuksi laitettiin mediaani ja vuosiksi 2018–2019. Sininen väri kuvaa vuoden 2018 mediaaneja ja punainen väri vuoden 2019 mediaaneja, diagrammista voidaan huomata, että mediaanit ovat korkeammalla vuonna 2019. Vuodelta 2020 ei ollut tietoa, mutta kahden vuoden ajalta löytyy hyvin vertailukelpoista tietoa toimialan mediaaniarvoista. Kuva on tehty Excel-kaaviolla.

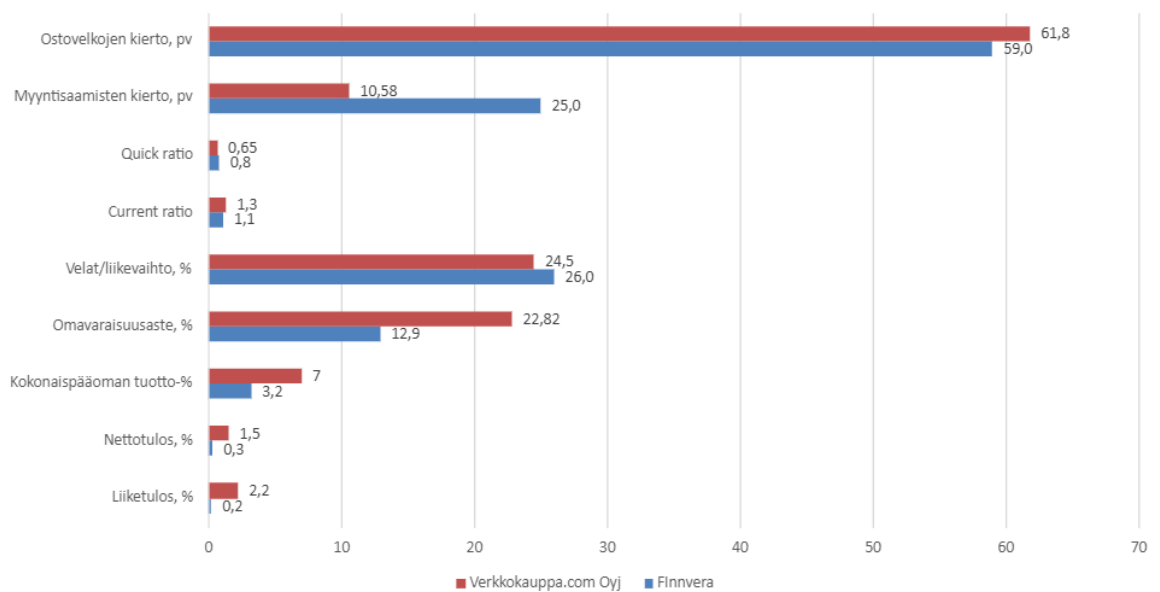


Kuva 21. Toimialaluvut Finnvera Oyj tilinpäätöstilastosta



Kuva 22. Verkkokauppa.com luvut verrattuna Finnveran toimialalukuihin vuodelta 2018.

Yllä olevassa kuvassa näkyy, millä tasolla tässä opinnäytetyössä lasketut luvut vuodelta 2018 ovat verrattuna toimiala kohtaisiin mediaanilukuihin. Kuvasta 22 voidaan nähdä, että Verkkokauppa.com tunnusluvut ovat toimialansa verrattuna parempia. Merkittävimmät erot näkyvät osto- ja myyntisaamisten kiertoajoissa. Myös velkaprosentista voidaan nähdä, että Verkkokauppa.com velkaprosentti oli pienempi, mikä on hyvä asia. Mitä pienempi velkaprosentti on, sitä parempi.



Kuva 23. Verkkokauppa.com tunnusluvut verrattuna toimialalukuihin vuodelta 2019

Kuten kuvasta 23 näkyy, tunnusluvuissa ei ollut kovin suuria eroja. Myyntisaamisten kiertoaika oli toimialaluvuissa suurempi vuonna 2019. Kun myyntisaamisten kiertoaika on lyhyt, se tarkoittaa, että yrityksen perintä toimii hyvin. Johtopäätöksenä tähän voidaan sanoa, että Verkkokauppa.com tunnusluvut ovat parempia toimialalukuihin verrattuna. Kuvat 21–23 tehtiin Excel-tilukkolaskentaohjelmalla.

Yrityksellä on tavoitteena kasvattaa liikevaihtoaan miljardiin euroon ja saada liikevoittomarginaali kasvamaan viiteen prosenttiin vuoden 2025 loppuun mennessä. Verkkokauppa.com aikoo päästä asetettuun tavoitteeseen viiden niin sanotun tukijalan avulla, näitä ovat erinomainen asiakaskokemus ja vahva brändi, tehokas tilaus toimitusprosessi, ylivertainen teknologinen taustajärjestelmä, laaja tuotevalikoima sekä kilpailukykyiset kustannukset. Verkkokauppa hakee kasvua myöskin laajentamalla uusiin kategorioihin erityisesti verkossa. Tämän lisäksi yritys arvioi uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja yritysostoja, yrityksen kasvu on pääasiassa orgaanista, jota kiihdyttää vähittäiskaupan siirtyminen kivijalasta verkkoon. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

Vuoden 2020 aikana yrityksen verkkosivuilla vierailtiin yhteensä jopa 87 miljoonaa kertaa, mikä on jopa 20 % enemmän, kuin edellisellä vuonna. Verkkokauppa.com valittiin vuoden 2020 suosituimmaksi verkkokaupaksi, eli voidaan sanoa, että Verkkokauppa.com on todella hyvin menestyvä yhtiö Suomessa ja sillä on laaja asiakaskunta. (Verkkokauppa.com Oyj 2020.)

7 Johtopäätökset

Tilinpäätösanalyysin viimeisessä vaiheessa yhdistetään liiketoiminta-analyysi sekä laadittu tunnuslukuanalyysi, minkä pohjalta tehdään johtopäätökset liittyen yrityksen taloudelliseen tilanteeseen sekä katsaus yrityksen tulevaisuuteen.

Tunnuslukuanalyysin tuloksena saatiin selville, että yrityksen **kannattavuus** on vuonna 2019 ollut hieman laskussa verrattuna vuoteen 2018, sillä yrityksen liikevoittoprosentti, nettotulosprosentti, kokonaispääoman tuottoprosentti sekä oman pääoman tuottoprosentti on ollut edellistä vuotta alhaisempaa. Yritys on kuitenkin onnistunut kasvattamaan kannattavuuttaan vuodessa hyvin tuloksin. Vuonna 2020 yrityksen kannattavuus on kuitenkin ollut korkeimmillaan kolmen vuoden aikana, sillä kaikki edellä mainitut kannattavuuden tunnusluvut ovat korkeammalla, kuin edellisinä vuosina.

Yhtiön toimintaedellytyksien kannalta huonoin vuosi ajalta 2018–2020 nähdään olleen 2019, jolloin tunnuslukujen arvot olivat laskussa. Vuonna 2020 sekä kannattavuuden että vakavaraisuuden tunnusluvut ovat menneet parempaan suuntaan, ainoastaan negatiivisia vaikutuksia nähdään olleen yrityksen maksuvalmiuden kohdalla, mutta muutokset eivät kuitenkaan ole olleet merkittäviä yrityksen toimintaan katsottuna.

Vaikka yrityksen **maksuvalmius** on hieman heikentynyt kolmen vuoden aikana, on se pysynyt kuitenkin samoissa viitearvoissa. Yrityksen ostovelkojen kiertoaika on melko pitkä, mutta siitä ei välttämättä kuitenkaan ole haittaa yrityksen toiminnalle.

Yrityksen vakavaraisuus on vuodesta 2018 vuoteen 2020 mennyt parempaan suuntaan yrityksen kannalta, sillä yrityksen omavaraisuusaste on ollut vuonna 2018 22,39 %, kun taas vuonna 2020 se on ollut 23,34 %, tämä yrityksen kertoo oman pääoman kasvusta. Vakavaraisuuden toinen tunnusluku, yrityksen velkaprosentti on ollut vuonna 2018 27,20 %, ja se on laskenut kahdessa vuodessa muutaman prosentin, ja on vuonna 2020 ollut 24 %. Vaikka ohjearvoltaan velkaprosentti on ollut kaikkina vuosina hyvä, on se kuitenkin laskenut vuosittain, mikä kertoo siitä, että yrityksen velkojen ja liikevaihdon suhde on mennyt parempaan suuntaan.

Kun otetaan yleisesti huomioon kaikki yrityksen toimintaedellytykset, yrityksen kehitys vuosina 2018–2020 on mennyt parempaan suuntaan. Miltei kaikki tunnusluvut ovat menneet yrityksen kannalta parempaan suuntaan, mikä tarkoittaa puolestaan sitä, että Verkkokauppa.com menestyy paremmin verrattuna edellisiin vuosiin. Koronapandemia on siis vaikuttanut vuonna 2020 positiivisesti yrityksen toimintaan ja yritys on selvinnyt monia saman alan toimialan yrityksiä paremmin.

Tämän opinnäytetyön aikana onnistuttiin erittäin hyvin löytämään vastaukset tutkimuskysymyksiimme. Tutkimuskysymyksiä olivat:

Mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen taloudellisiin toimintaedellytyksiin?

Tämä kysymys valittiin tutkimukseen, koska halusimme selvittää, mitkä kaikki tekijät voivat vaikuttaa yrityksen taloudellisiin toimintaedellytyksiin. Taloudelliset toimintaedellytykset ovat kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus. Näihin vaikuttavat monet eri tekijät, esimerkiksi kannattavuuteen vaikuttaa tuotteiden tai palveluiden myynti sekä hinta. Yrityksen maksuvalmiuteen voi vaikuttaa esimerkiksi suuret hankinnat, eli investoinnit. Investoinnit voivat tuoda hetkellisesti yritykselle hankaluuksia maksuvalmiuteen, mikäli yritykselle tulee jostain syystä suuria kuluja. Vakavaraisuuteen puolestaan vaikuttaa taseen vahvuus sekä oman pääoman ja vieraan pääoman tasapainoisuus.

Mitkä ovat verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät?

Tutkimussuunnitelmaa tehdessä koettiin, että on tärkeää ottaa huomioon verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät. Tutkimusta tehtiin verkkoliiketoiminnasta, joten avasimme lukijalle tätä käsitettä. Verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät olivat sivun ominaisuudet, johdon rooli, kumppanit, teknologia, asiakassuhteet, strategia, luottamus, resurssit, organisaatio sekä myynti ja markkinointi. Myös esimerkkiyrityksen Verkkokauppa.com Oyj:n kriittisiä menestystekijöitä avattiin empiriaosuudessa.

Millainen on Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellinen tilanne vuosina 2018–2020 ja miltä tulevaisuus näyttää verrattuna ohjearvioihin?

Tunnuslukuanalyysin sekä yrityksen vuosikertomuksien pohjalta voidaan arvioida yrityksen kehityksen menneen parempaan suuntaan, vaikka vuosittaista heittoa on tunnusluvuissa ollut. Yrityksen maksuvalmiuden tunnusluvut eivät ole parhaalla mahdollisella tasolla, mutta yritys

pystyy kuitenkin selviytymään kuluista ja maksuvalmiuden nähdään olevan tasapainoinen. Vakavaraisuuden tunnusluvut, omavaraisuusaste sekä velkaprosentti on mennyt parempaan suuntaan vuosien aikana. Yrityksen kannattavuus ja vakavaraisuus on siis paremmassa kunnossa kuin yrityksen maksuvalmius, mutta Verkkokauppa.com Oyj:n nähdään silti olevan vakavarainen yritys, jolla on hyvä tappionsietokyky. Yrityksen vuosikertomuksien ja tunnuslukuanalyysin perusteella voidaan sanoa, että koronapandemia ei ole vaikuttanut yritykseen kovinkaan negatiivisesti.

Yrityksen kehittyminen tulevaisuudessa vaikuttaa yhtiön vuosikertomuksen perusteella positiiviselta. Vaikka taustalla pyörii epävarmuus makrotaloudesta sekä COVID-19-pandemiaan liittyen, on yhtiö kuitenkin toiveikas. Yhtiö uskoo, että se onnistuu kasvattamaan markkinaosuuttaan ja yritys onkin hyötynyt pandemian vauhdittamasta muuttuvasta kuluttajakäyttäytymisestä, sillä verkkomyyntikanavien myynti on kasvanut todella voimakkaasti koronapandemian myötä. Kehityksen nähdään jatkuvan ja siirtymää verkkomyyntikanavaan pidetään pysyväenä. (Verkkokauppa.com Oyj 2021.)

8 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia verkkoliiketoiminnan kriittisiä menestystekijöitä ja taloudellisia toimintaedellytyksiä. Tavoitteena oli tuottaa tietoa esimerkkiyritys Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellisesta tilanteesta. Laadullisena tutkimuksena tehdyn opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida Verkkokauppa.com Oyj taloudellisesta tilannetta, laatia tilinpäätösanalyysi sekä tutkia yrityksen kehitystä. Verkkokauppa.com Oyj on vuonna 1992 perustettu suomalainen tietotekniikan ja elektroniikan jälleenmyyjä, jolla on neljä myymälää ja verkkokauppa.

Tutkimuskysymykset tässä opinnäytetyössä olivat;

- Mitkä ovat verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät?
- Mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen taloudellisiin toimintaedellytyksiin?
- Millainen on Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellinen tilanne vuosina 2018–2020 ja miltä tulevaisuus näyttää verrattuna ohjearvioihin ja muihin samalla toimialalla toimiviin yrityksiin Toimiala Onlinen mukaan

Aihe verkkoliiketoiminnan taloudellisesta tilanteesta ja tilinpäätösanalyysistä valikoitui meille pitkän pohdinnan jälkeen. Aiheena tämä on hyvin ajankohtainen, sillä verkkokauppojen taloudellinen tilanne on muuttunut paljon koronapandemian takia. Aiheen valintaan vaikutti myös se, mitä aihealuetta haluttiin päästä vielä kehittämään opinnäytetyönprosessin myötä. Yrityksen toimintaedellytykset näkyvät jokaisessa yrityksessä ja ovat osana liiketoiminnan taloudellisen tilanteen seuranta, minkä vuoksi niitä olisi hyvä osata lukea ja ymmärtää. Työelämässä taloudellisen tilanteen seuranta tulee esille eri laskelmien ja raporttien yhteydessä, etenkin aina yrityksen tilikauden päätyttyä.

Aiheeseen liittyen löytyi paljon kirjallisuutta ja saimmekin koottua hyvin tietoa teoriaosuuteen. Laaja kirjallisuus aiheesta auttoi meitä syventämään oppimaamme sekä tekemään tutkimuksesta halutun laajuisen. Hyvä perehtyminen teoriaosuuteen antoi loistavan pohjan lähteä työstämään itse tilinpäätösanalyysia. Teoriaosuuden kirjoittaminen aloitettiin verkkoliiketoimintaan liittyvistä termeistä, kuten kriittiset menestystekijät, verkkokauppa sekä jakelukanava. Näiden tarkastelun jälkeen siirryttiin tilinpäätöksen ja tilinpäätösanalyysin teoriaosuuteen, mikä puolestaan sisälsi teoriaa taloudellisista toimintaedellytyksistä sekä analyysin vaiheista.

Teoriaosuuteen kirjallisuutta etsiessä löydettiin paljon tietoa opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin ja saatiin niihin vastauksia kirjallisuuden pohjalta. Verkkokauppojen kehitystä mitattiin muun muassa artikkeleiden ja Posti Group Oyj:n tutkimuksen pohjalta, joissa kerrottiin verkkomyynnin kasvusta ja siitä, kuinka koronapandemia oli vaikuttanut verkkokauppojen kehitykseen.

Tämän opinnäytetyön aikana onnistuttiin erittäin hyvin löytämään vastaukset tutkimuskysymyksiimme. Eli saatiin selville, mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen taloudellisiin toimintaedellytyksiin ja mitä ovat verkkoliiketoiminnan kriittiset menestystekijät. Opinnäytetyössä tehtiin analyysit kannattavuudesta, maksuvalmiudesta ja vakavaraisuudesta. Saatiin analyysien pohjalta tuloksia siitä, miten Verkkokauppa.com taloudellinen tilanne oli muuttunut.

Käytiin läpi yrityksen viralliset laskentakaavat, mitkä löytyivät yrityksen vuosikertomuksesta ja poimittiin niihin tarvittavat luvut vuosikertomuksista. Laskettiin yrityksen toimintaedellytyksiin liittyviä tunnuslukuja kaavojen mukaisesti. Kun luvut oli saatu laskettua, laadittiin niistä analyysit. Eli tämä opinnäytetyö sisältää kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden analyysit. Kuvat 11–23 koottiin Excel-tilukkolaskentaohjelmalla, sillä se auttaa havainnollistamaan, mitä muutoksia yrityksen taloudellisessa tilanteessa oli tapahtunut kolmen vuoden aikana.

Opinnäytetyössä tutkittiin Verkkokauppa.com Oyj:n taloudellista tilannetta kolmen vuoden ajalta. Katsottiin, että kolmen vuoden aikajakso tuo tarpeeksi vertailukelpoista tietoa yrityksen taloudellisesta menestyksestä. Vertailtiin vuosia keskenään, ohjearvoihin ja toimialaan verrattuna.

Tilinpäätösanalyysin pohjalta voitiin analysoida yrityksen kannattavuutta, maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta. Tilinpäätösanalyysin tekeminen auttaa yritystä hahmottamaan yrityksen kehityksen suunnan, sekä tarvittaessa tekemään muutoksia paremman liiketoiminnan kannalta.

Tilinpäätösanalyysissä käytettävät tunnusluvut on laskettu käyttäen Verkkokauppa.com Oyj vuosikertomuksen tilinpäätöksessä olevia lukuja. Verkkokauppa.com tilinpäätöstiedot ovat julkisia. Laskentakaavat löytyvät opinnäytetyön lopusta liitetiedostoista.

Tunnusluvuista, kuten esimerkiksi nettotulosprosentista, käytiin tutkimuksessa läpi yrityksen laatimat viralliset laskentakaavat, mitä näillä kyseessä olevilla tunnusluvuilla voidaan mitata sekä mahdolliset ohjearvot, mitä ei kuitenkaan ollut saatavilla aivan kaikkiin tunnuslukuihin.

Tämän opinnäytetyön luotettavuus perustuu muun muassa luotettavien lähteiden käyttöön. Luotettavuudessa on myöskin huomioitu se, että tilinpäätösanalyysin tekemiseen on käytetty yrityksen virallisesti laatimia tilinpäätösasiakirjoja, jotka ovat luettavissa yrityksen vuosikertomuksesta.

Tutkimuksemme tulokset vastaavat todellisuutta, ja ovat oikeita. Opinnäytetyössä käytettävät menetelmät valittiin sen mukaisesti, mitä työn avulla haluttiin selvittää. Kiteytettynä tulos oli se, että Verkkokauppa.com taloudellinen tilanne on mennyt parempaan suuntaan yrityksen kannalta vuosina 2018–2020 aikana, tätä voidaan perustella muun muassa kannattavuuden ja vakavaraisuuden tunnuslukujen muutoksilla. Yritys on selvinnyt koronapandemiasta monia saman alan toimialan yrityksiä paremmin.

Saavutimme tavoitteet, koska saimme tutkittavaan asiaan vastauksia. Opimme, mitä kaikkea tilinpäätösanalyysin tekoon liittyy. Kokonaisuudessaan ymmärrys ja osaaminen kehittyi työn tekemisen aikana. Opimme myös, miten laadullinen tutkimus toteutetaan käytännössä.

Oma ammatillinen kasvu ja kehittyminen oli keskeinen osa opinnäytetyön tavoitteista. Koimme, että tieto ja ymmärrys kasvoi paljon. Kehityimme opinnäytetyöprosessin aikana oppimisen kannalta ja se ilmeni aihetta tutkiessa, opinnäytetyötä tehdessä sekä myös tarkastusvaiheessa. Meillä täytyi olla sinnikkyyttä, kärsivällisyyttä ja kykyä ratkaista ongelmat yhdessä. Välillä tuntui, että motivaatio piti etsiä uudestaan jostain, mutta onneksi toimimme toistemme motivaattoreina koko prosessin ajan. Olimme tehneet paljon tehtäviä yhdessä opintojen aikana, mutta tätä työtä pidettiin kaikista haastavimpana. Uskomme, että myös vuorovaikutustaidot kehittyivät, koska työtä tehtiin etänä koko prosessin ajan. Omaan ammatilliseen kasvuun liittyi monta eri tekijää ja kasvu sekä kehitys näkyi näiden kautta.

Tutkimusta tehtäessä opimme myös paljon uutta tietoa esimerkiksi verkkoliiketoiminnasta sekä jakelukanavista. Prosessina opinnäytetyön tekeminen oli todella opettava kokemus ja antoi uusia valmiuksia tämän tapaisia projekteja varten. Tulevaisuudessa voisimme kuvitella tekevämme tilinpäätösanalyysijä esimerkiksi yritykselle, jossa tulemme työskentelemään, sillä tämä opinnäytetyö antoi paljon uutta osaamista ja varmuutta jatkoa varten.

Opinnäytetyö muuttui hieman koko prosessin ajan. Alkuperäisestä suunnitelmasta muokattiin tekemisen myötä järkevämpää ja itselle mieleisempää. Sisältöä sekä tutkittavia asioita vaihdettiin prosessin edetessä.

Opinnäytetyön aikana onnistuimme myös työnjaossa, eli kummankin panos työhön oli yhtä suuri, mikä on todella tärkeä asia silloin, jos opinnäytetyö tehdään yhdessä. Aikataulutimme työn etenemistä ja valmistumista alkuvaiheessa. Työn eteneminen ei toteutunut ehkä niin aikataulussa, mutta siitä huolimatta saimme työn valmiiksi joulukuussa 2021, eli juuri niin kuin suunnittelimme. Tästä opimme sen, että aikataulutuksen suunnittelu ja siinä pysyminen on todella tärkeää. Opinnäytetyön tekeminen oli meille myös hieman työlästä, koska halusimme valmistua etuajassa, ja teimme opinnäytetyötä töiden ohessa. Koimme, että kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli opettavainen ja myös hyvällä tavalla haastava.

Tätä opinnäytetyötä voi hyödyntää jatkossa yrityksen taloudellisen tilanteen analysointiin, sekä tämä voi antaa pohjan tehdä laajempi analyysi yrityksestä Verkkokauppa.com Oyj. Opinnäytetyö voi olla hyödyllinen niille, jotka ovat kiinnostuneita verkkoliiketoiminnasta ja yritysten taloudellisen tilanteen analysoinnista. Tämä työ antaa tietoa muun muassa verkkoliiketoiminnasta, tilinpäätöksestä ja toimintaedellytyksistä, joten työtä voi hyödyntää opiskeluun. Olemme avanneet työssä paljon käsitteitä, jotta ne tulevat tutuksi lukijalle.

9 Lähteet

Avaimet menestykseen. *Paranna yrityksen kannattavuutta kassavirtalaskelman avulla.* (10.11.2019). Viitattu 4.12.2021.

<https://www.avaimet-menestykseen.fi/paranna-yrityksen-kannattavuutta-kassavirtalaskelman-avulla/>

Checkout. *Millainen verkkokauppa menestyy tulevaisuudessa?* Paytrail Oyj. Viitattu 7.11.2021.
<https://www.checkout.fi/vinkkipankki/millainen-verkkokauppa-menestyy-tulevaisuudessa>

Finnvera. (n.d). Toimialaonline. Viitattu 10.12.2021

[https://tem-tilastopalvelu.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/TEM Toimiala Online Veloitukseton/](https://tem-tilastopalvelu.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/TEM_Toimiala_Online_Veloitukseton/)

Hallavo, J. (2013). *Verkkokaupan rautaisannos.* Alma Talent Oy.

Harmaala, M. & Jallinoja, N. (2013). *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta.* Alma Talent Oy.

Ikäheimo, S., Malmi, T. & Walden, R. (2019). *Yrityksen Laskentatoimi.* Alma Talent Oy.

Isohookana, H. (2011). *Yrityksen markkinointiviestintä.* Sanoma Pro Oy.

Juholin, E. (2009). *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön.* Infor.

Kallunki, J. (2014). *Tilinpäätösanalyysi.* Talentum Media Oy

Kirjanpitoasetus. Finlex. (30.12.1997/1339). Viitattu 5.12.2021.

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971339>

Lahtinen, T. (2013). *Verkkokaupan käsikirja.* Suomen Yrityskirjat Oy. Helsinki.

Leppiniemi, J. & Kykkänen, T. (2019). *Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta.* Alma Talent Oy.

Leppiniemi, J., Leppiniemi, R. & Kisanlahti, T. (2017). *Tilinpäätöksen tulkinta.* Alma Talent Oy.

Leppiniemi, J. & Kisanlahti, T. (2021). *Liikekirjanpito.* Alma Talent Oy.

Markkinointi Uutiset. *Tutkija uskoo: Tulevaisuuden kauppa tulee olemaan verkkokaupan kivijalkakaupan yhdistelmä.* (25.2.2021). Viitattu 4.12.2021.

<https://www.markkinointiuutiset.fi/artikkelit/tutkija-uskoo-tulevaisuuden-kauppa-tulee-olemaan-verkkokaupan-ja-kivijalkakaupan-yhdistelma>

Niskavaara, E. (2017). *Yritystaloutta esimiehille*. Alma Talent Oy.

Posti Group Oyj. *Suuri verkkokauppatutkimus.* (2021). Viitattu 8.11.2021.

<https://www.posti.fi/fi/yrityksille/vinkit-ja-caset/verkkokauppa/lataa-suuri-verkkokauppa-tutkimus-2021>

Postnord. *Koronapandemia siivitti verkkokaupan huimaan kasvuun loikka eteenpäin.* (N.d). Viitattu 4.12.2021.

<https://www.postnord.fi/tietoa-postnordista/ajankohtaista/artikkelit/koronapandemia-siivitti-verkkokaupan-huimaan-kasvuun>

Rantalainen. *Tilinpäätöksen tulkinta: Näillä vinkeillä analysoit tulosta ja tasetta.* (21.4.2021). Viitattu 4.12.2021.

<https://www.rantalainen.fi/julkaisut/artikkelit/nailla-vinkeilla-analysoit-tulosta-ja-tasetta/>

Sotenavigaattori. *Kannattavuus kunnossa.* (N.d). Viitattu 13.12.2021.

<https://sotenvigaattori.fi/kannattavuus-kunnossa/>

Tieke. *Verkkokaupan muodot.* (N.d). Viitattu 12.8.2021. <https://tieke.fi/verkkokauppaopas/mika-on-verkkokauppa/verkkokaupan-muodot/>

Tunnuslukuopas. (N.d). Alma Talent. Viitattu 24.9.2021.

<https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas>

Verkkokauppa.com Oyj. (2020). *Vuosikertomus Verkkokauppa.com* <https://cdn-a.verkkokauppa.com/files/603f3/d0b4a/99db7/57e4b/6b8a.pdf>

Yli-Jaskari, T. (2017). *Verkkoliiketoiminnan menestymiseen vaikuttavat tekijät Suomessa.* Pro gradututkielma.

Yritystutkimus Ry. *Yritystutkimuksen tilinpäätös.* (2017).

http://yritystutkimusry.fi/wp-content/uploads/2021/04/Yritystutkimuksen_Tilinpaatosanalyysi.pdf

Liite 1 1/1

3 Tase (IFRS)

Tuhatta euroa	Liite	31.12.2018	31.12.2017	1.1.2017
Pitkäaikaiset varat				
Aineettomat hyödykkeet	713	1 067	970	1 222
Aineelliset hyödykkeet	714	1 970	1 976	1 397
Käyttöoikeusomaisuuserät	715	21 764	24 589	22 023
Oman pääoman ehtoiset sijoitukset	725.3	275	294	252
Ladennalliset verosaamiset	718	1 112	1 182	1 220
Myyntisaamiset	717	1 544	1 039	231
Muut pitkäaikaiset saamiset		438	437	121
Pitkäaikaiset varat yhteensä		28 171	30 487	26 467
Lyhytaikaiset varat				
Vaihto-omaisuus	718	65 784	47 012	43 302
Myyntisaamiset	717	15 266	11 396	7 443
Muut saamiset	717	1 752	1 242	517
Tuloverosaamiset	718	199	115	–
Sirtosaamiset	717	9 823	6 818	4 937
Rahavarat	719	46 746	51 878	41 692
Lyhytaikaiset varat yhteensä		139 570	118 461	97 892
Varat yhteensä		167 741	148 948	124 358

Tuhatta euroa	Liite	31.12.2018	31.12.2017	1.1.2017
Oma pääoma				
Osakepääoma		100	100	100
Omat osakkeet		-502	–	–
Käyvän arvon rahasto		-33	-18	1
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto		25 585	25 493	25 493
Kertyneet voittovarot		3 682	1 773	249
Tilikauden tulos		9 334	9 449	9 599
Oma pääoma yhteensä	720	37 565	36 797	35 441
Pitkäaikaiset velat				
Vuokrasopimusvelat	715	22 753	25 507	24 017
Laskennalliset verovelat	716	18	9	15
Varaukset	723	560	637	810
Pitkäaikaiset velat yhteensä		23 331	26 154	24 842
Lyhytaikaiset velat				
Vuokrasopimusvelat	715	3 592	3 808	2 522
Saadut ennakkomaksut		4 301	2 558	2 400
Ostovelat		80 695	63 149	42 087
Muut lyhytaikaiset velat	722	4 077	5 225	4 632
Sirtovelat	722	14 181	11 257	11 361
Tuloverovelat		–	–	1 073
Lyhytaikaiset velat yhteensä		106 845	85 997	64 075
Velat yhteensä		130 176	112 151	88 917
Oma pääoma ja velat yhteensä		167 741	148 948	124 358

Liitetiedot ovat olennainen osa tätä tilinpäätöstä.

Verkkokauppa.com tase 2017–2018

Liite 2 1/1

1 Tuloslaskelma (IFRS)

Tuhatta euroa	Liite	2018	2017
Liikevaihto	7.2	477 833	431 870
Liiketoiminnan muut tuotot	7.3	389	81
Materiaalit ja palvelut	7.4	-405 813	-369 420
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	7.5	-30 300	-26 084
Poistot	7.7	-5 090	-4 584
Liiketoiminnan muut kulut	7.8	-23 696	-18 403
Liiketulos		13 324	13 460
Rahoitustuotot	7.9	9	123
Rahoituskulut	7.9	-1 670	-1 771
Tulos ennen veroja		11 662	11 812
Tuloverot	7.10,7.16	-2 328	-2 363
Tilikauden tulos		9 334	9 449
Tilikauden tuloksen jakautuminen			
Yhtiön omistajille		9 334	9 449
Yhtiön omistajille kuuluvasta voitosta laskettu osakekohtainen tulos			
Osakekohtainen tulos, lämmittämöön ja lämmennetty (euroa)	7.11	0,21	0,21

2 Laaja tuloslaskelma (IFRS)

Tuhatta euroa	Liite	2018	2017
Tilikauden tulos		9 334	9 449
Erät, joita ei siirretä myöhemmin tulosvaikutteisiksi			
Realisoituneet käynnin arvон muutokset oman pääoman ehtoisista sijoituksista		-	308
Käynnin arvon muutokset oman pääoman ehtoisista sijoituksista		-15	-19
Muut laajan tuloksen erät, yhteensä verojen jälkeen	7.14	-15	289
Tilikauden laaja tulos		9 319	9 738
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen			
Yhtiön omistajille		9 319	9 738

Liitetiedot ovat olennainen osa tätä tilinpäätöstä.

Verkkokauppa.com

Verkkokauppa.com tuloslaskelma 2017–2018

Liite 3 1/1

3 Tase

Tuhatta euroa	Liite	31.12.2020	31.12.2019
Pitkäaikaiset varat			
Aineettomat hyödykkeet		835	592
Aineelliset hyödykkeet	719	2 222	2 281
Käyttöoikeusomaisuudet	719	17 347	18 770
Oman pääoman ehdotetut siirrokset	722,2	266	266
Laskennalliset verosaamiset	719	1 349	1 195
Myyntisaamiset	717	3 201	1 882
Muut pitkäaikaiset saamiset		425	435
Pitkäaikaiset varat yhteensä		25 646	25 521
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	719	75 384	66 702
Myyntisaamiset	717	18 650	14 620
Muut saamiset	717	1 462	1 143
Tuloverosaamiset	719	-	278
Siirtosaamiset	717	9 446	9 424
Rahavarat	719	43 099	42 495
Lyhytaikaiset varat yhteensä		148 041	134 662
Varat yhteensä		173 687	160 183

Tuhatta euroa	Liite	31.12.2020	31.12.2019
Oma pääoma			
Osakepääoma		100	100
Osat osakkeet		-2 206	-701
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto		25 816	25 797
Kertyneet voittovarat		2 217	3 647
Tilikauden tulos		14 622	7 810
Oma pääoma yhteensä	720	40 549	36 563
Pitkäaikaiset velat			
Vuokrasopimusvelat	715	18 045	19 676
Laskennalliset verovelat	716	-	7
Varausket	724	766	660
Pitkäaikaiset velat yhteensä		18 811	20 343
Lyhytaikaiset velat			
Vuokrasopimusvelat	715	3 883	3 758
Saadut ennakkomaksut		6 475	3 819
Ostovelat		70 171	73 068
Muut lyhytaikaiset velat	723	12 296	7 892
Siirtovelat	723	18 059	14 741
Tuloverovelat		1 463	-
Lyhytaikaiset velat yhteensä		114 327	103 277
Velat yhteensä		133 138	123 620
Oma pääoma ja velat yhteensä		173 687	160 183

Liitetiedot ovat olennainen osa tätä tilinpäätöstä.

Verkkokauppa.com tase 2019–2020

Liite 4 1/1

1 Tuloslaskelma

Tuhatta euroa	Liite	2020	2019
Liikevaihto	72	553 636	504 113
Liiketoiminnan muut tuotot	73	558	555
Materiaalit ja palvelut	74	-465 222	-430 239
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	75	-35 560	-32 595
Poistot	77	-5 010	-5 040
Liiketoiminnan muut kulut	78	-28 818	-25 504
Liiketulos		19 583	11 290
Rahoitustuotot	79	11	64
Rahoituskulut	79	-1 423	-1 591
Tulos ennen veroja		18 171	9 763
Tuloverot	710,716	-3 550	-1 953
Tilikauden tulos		14 622	7 810
Tilikauden tuloksen jakautuminen			
Yhtiön omistajille		14 622	7 810
Yhtiön omistajille kuuluvasta voitosta laskettu osakekohtainen tulos			
Osakekohtainen tulos, euroa	711	0,33	0,17
Laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	711	0,32	0,17

2 Laaja tuloslaskelma

Tuhatta euroa	Liite	2020	2019
Tilikauden tulos		14 622	7 810
Tilikauden laaja tulos		14 622	7 810
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen			
Yhtiön omistajille		14 622	7 810

Liitetiedot ovat olennainen osa tätä tilinpäätöstä.

Verkkokauppa.com tuloslaskelma 2019–2020

Liite 5 1/1

Toimintokohtainen tuloslaskelma

Toimintokohtainen tuloslaskelma laaditaan yleensä seuraavan [KPA 1:2](#):ssä säädetyn kaavan mukaisesti:

1.	LIIKEVAIHTO
2.	Hankinnan ja valmistuksen kulut
3.	Bruttokate
4.	Myynnin ja markkinoinnin kulut
5.	Hallinnon kulut
6.	Liiketoiminnan muut tuotot
7.	Liiketoiminnan muut kulut
8.	LIIKEVOITTO (-TAPPIO)
9.	Rahoitustuotot ja -kulut
	a) Tuotot osuuksista saman konsernin yrityksissä
	b) Tuotot osuuksista omistusyhteisyhteisöissä
	c) Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista
	d) Muut korko- ja rahoitustuotot
	e) Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista
	f) Arvonalentumiset vaihtuvien vastaavien rahoitusarvopapereista
	g) Korkokulut ja muut rahoituskulut
10.	VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA
11.	Tilinpäätössiirrot
	a) Poistoeron muutos
	b) Verotusperäisten varausten muutos
	c) Konserniavustus
12.	Tuloverot
13.	Muut välittömät verot
14.	TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)

Oikaistu toimintokohtainen tuloslaskelma

Liite 6 1/1

1.	LIIVEVAIHTO
2.	Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos
3.	Valmistus omaan käyttöön
4.	Liiketoiminnan muut tuotot
5.	Materiaalit ja palvelut
	a) Aineet, tarvikkeet ja tavarat
	aa) Ostot tilikauden aikana
	ab) Varastojen muutos
	b) Ulkopuoliset palvelut
6.	Henkilöstökulut
	a) Palkat ja palkkiot
	b) Henkilösivukulut
	ba) Eläkekulut
	bb) Muut henkilösivukulut
7.	Poistot ja arvonalentumiset
	a) Suunnitelman mukaiset poistot
	b) Arvonalentumiset pysyvien vastaavien hyödykkeistä
	c) Vaihtuvien vastaavien poikkeukselliset arvonalentumiset
8.	Liiketoiminnan muut kulut
9.	LIIVEVOITTO (-TAPPIO)
10.	Rahoitustuotot ja -kulut
	a) Tuotot osuuksista saman konsernin yrityksissä
	b) Tuotot osuuksista omistusyhteisyhteisöissä
	c) Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista
	d) Muut korko- ja rahoitustuotot
	e) Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista
	f) Arvonalentumiset vaihtuvien vastaavien rahoitusarvopapereista
	g) Korkokulut ja muut rahoituskulut
11.	VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA
12.	Tilinpäätössiirrot
	a) Poistoeron muutos
	b) Verotusperäisten varausten muutos
	c) Konserniavustus
13.	Tuloverot
14.	Muut välittömät verot
	TILIKAUDEN VOITTO

Oikaistu kululajikohtainen tuloslaskelma

Liite 7 1/2

<i>Tase xx.xx.200x</i>
V a s t a a v a a
A PYSYVÄT VASTAAVAT
I Aineettomat hyödykkeet
1. Kehittämismenot
2. Aineettomat oikeudet
3. Liikearvo
4. Muut aineettomat hyödykkeet
5. Ennakkomaksut
II Aineelliset hyödykkeet
1. Maa- ja vesialueet (PMA V liite: erikseen kiinteistöjen vuokraoikeuksien hankintamenot, jotka on aktivoitu KPL 5:1:n mukaisesti)
2. Rakennukset ja rakennelmat (PMA V liite: erikseen kiinteistöjen vuokraoikeuksien hankintamenot, jotka on aktivoitu KPL 5:1:n mukaisesti)
3. Koneet ja kalusto
4. Muut aineelliset hyödykkeet
5. Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat
III Sijoitukset
1. Osuudet saman konsernin yrityksissä
2. Saamiset saman konsernin yrityksiltä
3. Osuudet omistusyhteyserityksissä
4. Saamiset omistusyhteyserityksiltä
5. Muut osakkeet ja osuudet
6. Muut saamiset
B VAIHTUVAT VASTAAVAT
I Vaihto-omaisuus
1. Aineet ja tarvikkeet
2. Keskeneräiset tuotteet
3. Valmiit tuotteet/tavarat
4. Muu vaihto-omaisuus
5. Ennakkomaksut
II Saamiset
1. Myyntisaamiset
2. Saamiset saman konsernin yrityksiltä
3. Saamiset omistusyhteyserityksiltä
4. Lainasaamiset
5. Muut saamiset
6. Maksamattomat osakkeet/osuudet
7. Siirtosaamiset
III Rahoitusarvopaperit
1. Osuudet saman konsernin yrityksissä
2. Muut osakkeet ja osuudet
3. Muut arvopaperit
IV Rahat ja pankkisaamiset

Liite 7 2/2

Vastattavaa
A OMA PÄÄOMA
I Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma
II Ylikurssirahasto
III Arvonkorotusrahasto
IV Muut rahastot
1. Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto
2. Vararahasto
3. Yhtiöjärjestyksen tai sääntöjen mukaiset rahastot
4. Käyvän arvon rahasto
5. Muut rahastot
V Edellisten tilikausien voitto (tappio)
VI Tilikauden voitto (tappio)
B TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ
1. Poistoero
2. Verotusperäiset varaukset
C PAKOLLISET VARAUKSET
1. Eläkevaraukset
2. Verovaraukset
3. Muut pakolliset varaukset
D VIERAS PÄÄOMA
1. Joukkovelkakirjalainat
2. Vaihtovelkakirjalainat
3. Lainat rahoituslaitoksilta
4. Eläkelainat
5. Saadut ennakot
6. Ostovelat
7. Rahoitusvekselit
8. Velat saman konsernin yrityksille
9. Velat omistusyhteisy yrityksille
10. Muut velat
11. Siirtovelat

Oikaistu tase

Liite 8 1/1

KANNATTAVUUS = PROFITABILITY

Rakenteellinen tuloslaskelma	Vuosi 2020	Vuosi 2019	Vuosi 2018
Liikevaihto Turnover	553 636 000	504 113 000	477 833 000
Liikevoitto% Operating profit /result %	100*19 583 000/553 636 000 = 3,5 % Heikko	100*11 290 000 /504 113 000 = 2,2 % Heikko	100*13 324 000 /477 833 000 =2,8 % Heikko
Nettotulos% Net profit /result %	100*14 622 000 /553 636 000 = 2,6 %	100*7 810 000 /504 113 000 =1,5 %	100*9 334 000 /477 833 000 = 1,9 %
Kokonaispääoman tuotto% Return on assets %	100*(14 622 000 +1 423 000 +3 550 000) /173 687 000 = 11,3 %	100*(7 810 000 +1 591 000 +1 953 000) /160 183 000 = 7 %	100*(9 334 000 +1 670 000 +2 328 000) /167 741 000 =7,9 %
Oman pääoman tuotto% Return on equity %	100*14 622 000 /40 549 000 = 36 %	100*7 810 000/36 563 000 =21.4 %	100*9 334 000 /37 565 000 =24,8 %

Kannattavuuden 2018–2020

Liite 9 1/1

MAKSUVALMIUS = LIQUIDITY

	2020	2019	2018
Quick ratio	$72657000/114327000=0,6$	$67960000/103277000=0,65$	$73\,786\,000/106\,845\,000=0,69$
Current ratio	$148\,041\,000/114\,327\,000=1,29$	$134\,662\,000/103\,277\,000=1,3$	$139\,570\,000/106\,845\,000=1,3$
Myyntisaamisten kiertoaika (Accounts receivable turnover)	$365*18650000/553\,636\,000=12,29$	$365*14620000/504\,113\,000=10,58$	$365*15\,266\,000/477\,833\,000=11,66$
Ostovelkojen kiertoaika (Accounts payable turnover)	$365*70171000/473904000=54,04$	$365*73068000/431156000=61,8$	$365*80\,695\,000/4245\,85\,000=69,37$

Maksuvalmius 2018-2020

Liite 10 1/1

VAKAVARAIUUS = SOLIDITY

	2020	2019	2018
Omavaraisuus aste Equity ratio	$100 \cdot 40549000 / 173687000$ =23,34 %	$100 \cdot 36563000 / 160183000$ =22,82 %	$100 \cdot 37\,565\,000 / 167\,741\,000$ =22,39 %
Velkaprosentti Relative indebtedness	$100 \cdot 133\,138\,000 / 553\,636\,000$ =24 %	$100 \cdot 123\,620\,000 / 504\,113\,000$ =24,5 %	$100 \cdot 130\,176\,000 / 477\,833\,000$ =27,2 %

Vakavaraisuus 2018-2020

Liite 11 1/1

Kannattavuuden laskentakaavat

$$100 * \text{Liiketulos} \div \text{Liikevaihto} = \text{Liikevoittoprosentti}$$

$$100 * \text{Nettotulos} \div \text{Liikevaihto} = \text{Nettotulosprosentti}$$

$$100 * (\text{Nettotulos} + \text{Rahoituskulut}) \div \text{Taseen loppusumma} \\ = \text{Kokonaispääoman tuottoprosentti}$$

$$100 * \text{Nettotulos} \div \text{Oma pääoma} = \text{Oman pääoman tuottoprosentti}$$

Kannattavuuden tunnusluvut

Liite 12 1/1

Maksuvalmiuden laskentakaavat

$(\text{Vaihto} - \text{omaisuus} + \text{Rahoitusomaisuus}) \div \text{Lyhytaikainen vieraspääoma} =$
Current Ratio

$\text{Vaihto} - \text{omaisuus} \div \text{Rahoitusomaisuus} - \text{Ennakkomaksut} =$ **Quick Ratio**

$365 \times \text{Myyntisaamiset} \div \text{Liikevaihto} =$ **Myyntisaamisten kiertoaika**

$365 \times \text{Ostovelat} \div (\text{Ostot tilikauden aikana} + \text{ulkopuoliset palvelut}) =$
Ostovelkojen kiertoaika

Maksuvalmiuden tunnusluvut

Liite 13 1/1

Vakavaraisuuden laskentakaavat

$$100 \times \text{Oma pääoma/taseen loppusumma} = \text{Omavaraisuusasteprosentti}$$

$$100 \times \text{Velat/Liikevaihto} = \text{Velkaprosentti}$$

Vakavaraisuuden tunnusluvut

Tunnuslukujen laskentaperiaatteet

Myyntikate	Liikevaihto – materiaalit ja palvelut	
Myyntikate, %	(Liikevaihto – materiaalit ja palvelut) / Liikevaihto	x 100
Käyttökate (EBITDA)	Liiketulos + poistot + arvonalentumiset	
Käyttökate (EBITDA), %	(Liiketulos + poistot + arvonalentumiset) / Liikevaihto	x 100
Liiketulos (ebit)	Liiketulos on tulos ennen veroja ja nettorahoitustuottoja	
Liiketulos (ebit), %	Liiketulos / Liikevaihto	x 100
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät	Oleelliset tavanomaiseen liikevoiton laskentaan kuulumat erät kuten suunniteltuun listautumiseen liittyvät menot, uudelleenjärjestelyihin liittyvät kulut sisältäen henkilöstön irtisanomiskorvaukset ja muut uudelleenjärjestelyihin liittyvät erät, käyttöomaisuuden arvonalentumistappiot, käyttöomaisuuserien/ liikevoimintojen luovutuksesta syntyvät voitot ja tappiot, liikevoimintojen hankintaan liittyvät transaktiokulut, vahingonkorvaukset ja oikeudenkäyntikulut	
Vertailukelpoinen liiketulos	Liiketulos on tulos ennen veroja ja nettorahoitustuottoja oikaistuna vertailukelpoisuuteen vaikuttavilla erillä	
Vertailukelpoinen liiketulos, %	Vertailukelpoinen liiketulos / Liikevaihto	x 100
Omanvaraisuusaste, %	Oma pääoma yhteensä / Taseen loppusumma – saadut ennakot	
Korollinen nettovelka	Vuokrasopimusvelat – rahat ja pankkisaamiset	
Nettovelkaantumisaste, %	Vuokrasopimusvelat – rahat ja pankkisaamiset / Oma pääoma yhteensä	x 100
Investoinnit	Aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden lisäykset tilikauden aikana	
Nettoinvestoinnit	Investoinnit aineettomiin ja aineellisiin hyödykkeisiin – käyttöomaisuuden myyntitulot. Nettoinvestoinnit eivät sis. aktiivattomia/keskeneneräisiä hankintoja.	
Laimentamaton osakekohtainen tulos	Yhtiön omistajille kuuluva kauden tulos / Ulkona olevien osakkeiden lukumäärän painotettu keskiarvo	
Laimennettu osakekohtainen tulos	Yhtiön omistajille kuuluva kauden tulos / Ulkona olevien osakkeiden painotettu keskiarvo + laimentavat potentiaaliset osakkeet	
Osakekohtainen oma pääoma	Oma pääoma / Osakeantioikaistu osakemäärä raportointipäivänä	
Osakekohtainen osinko	Tilikauden osinko / Osakeantioikaistu osakemäärä raportointipäivänä	
Osinko tuloksesta, %	Osakeantioikaistu osakekohtainen osinko / Viimeinen kaupantekokurssi raportointipäivänä	x 100
Efektiivinen osinkotuotto, %	Osakekohtainen osinko / Viimeinen kaupantekokurssi raportointipäivänä	x 100
Hinta / voittosuhte (P/E luku)	Viimeinen kaupantekokurssi raportointipäivänä / Osakekohtainen tulos	
Osakkeiden vaihto prosentteina osakekannasta	Kauden aikana vaihdettujen osakkeiden lukumäärä / Osakkeiden keskimääräinen lukumäärä kauden aikana	x 100

Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytykset

Tuhatta euroa	1-12/2020	1-12/2019
Liiketulos	19 583	11 290
- Nasdaq Helsingin päälistalle siirtymiseen liittyvät kulut	807	-
Vertailukelpoinen liiketulos	20 390	11 290

Tunnuslukujen laskentaperiaatteet