



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

METTE ALARAUTALAHTI

Vuosikertomus 2024

Yritys X Oy:lle

YRITTÄJÄN TUTKINTO-OHJELMA
2025

TIIVISTELMÄ

Alarautalahti, Mette: Vuosikertomus 2024; Yritys X Oy:lle
Opinnäytetyö, AMK
Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto
Yrittäjän tutkinto-ohjelma
Kesäkuu 2025
Sivumäärä: 45

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli laatia vuosikertomus toimeksiantajayritykselle. Opinnäytetyön lähtökohtana oli luoda yritykselle vuosikertomus, joka vastaisi toimeksiantajan tarpeeseen välittää vuosikatsaus keskeisille sidosryhmille selkeästi ja informatiivisesti.

Toiminnallinen osuus eli toimeksiantajayrityksen vuosikertomus laadittiin yrityksen sisäiseen käyttöön ja sen ensisijaisena kohderyhmänä olivat yrityksen työntekijät, osakkeenomistajat ja johto. Tavoitteena oli luoda visuaalinen kokonaisuus, jonka kautta yrityksen vuoden keskeisimmät tapahtumat, taloudellinen tilanne ja strategia saadaan näkyväksi.

Toiminnallisen opinnäytetyön teoreettinen osa muodostaa luotettavan ja uskottavan perustan vastata esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Teoreettisen osan avulla selvitettiin, miten yrityksen tilinpäätöksestä johdetut avainluvut laskeaan ja esitetään. Samoin selvitettiin yrityksen brändin ja vastuullisuusteemojen ilmentymistä vuosikertomuksissa. Lisäksi tarkasteltiin miten graafinen suunnittelu vaikuttaa vuosikertomuksen vaikuttavuuteen ja selkeyteen. Tärkeimpänä tarkastelun kohteena kuitenkin oli, miten vuoden 2024 tapahtumat heijastuivat yrityksen toimintaan ja näkyivät vuosikertomuksen sisällössä ja rakenteessa.

Opinnäytetyöraportti alkaa johdannolla, jossa esitellään tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteet, lähtökohdat ja toimeksiantaja. Johdannon jälkeen vuosikertomusta käsitellään yleisellä tasolla tarkastellen vuosikertomuksen tarkoitusta, rakennetta ja merkitystä yritysviestinnän välineenä. Lisäksi tarkastellaan vuosikertomusta koskevaa sääntelyä. Sisällöllisissä ratkaisuihin perehdytään puolestaan vuosikertomuksen visuaaliseen toteutukseen, jonka jälkeen käsitellään tarkemmin vuosikertomuksen katsaus- ja tilinpäätösosioita, sekä sen merkitystä osana sijoittajaviestintää.

Avainsanat: vuosikertomus, organisaatioviestintä, tilinpäätösanalyysi, osakeyhtiö, tunnusluvut, raportointi, yritysviestintä, yrityskuva

ABSTRACT

Alarautalahti, Mette: Annual Report 2024; Company X Oy
Bachelor's Thesis
Bachelor of Business Administration
Degree Programme in Entrepreneurship
June 2025
Number of pages: 45

The objective of this practice-based thesis was to produce an annual report for the commissioning company. The starting point for the thesis was to create an annual report that would meet the company's need to communicate a yearly overview to key stakeholders in a clear and informative manner.

The practical component of the thesis, the commissioning company's annual report, was created for internal use with the primary target groups being the company's employees, shareholders and management. The objective was to create a visual entity that highlights the company's key events of the year, financial situation and strategy.

The theoretical part of the practical thesis provides a reliable and credible foundation for answering the research questions presented. In the theoretical part it was examined how key figures are derived from the financial statements. Similarly, the representation of the company's brand and sustainability themes in annual reports was examined. In addition, it was examined how graphic design affects the impact and clarity of the annual report. However, the primary focus was on how the events of 2024 were reflected in the company's business operations and how they appeared in the content and structure of the annual report.

The thesis report begins with an introduction that presents the objectives, background and commissioning company of this practice-based thesis. Following the introduction, the annual report is examined on a general level, focusing on its purpose, structure and role as a tool for corporate communication. In addition, the regulation concerning annual reports is reviewed. The content-related section explores the visual implementation of the annual report, after which the review and financial statement sections are discussed in more detail, as well as their significance as part of investor communication.

Keywords: annual report, organizational communication, financial statement analysis, limited liability companies in Finland, key figure, reporting, corporate communication, corporate image

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	6
3 MIKÄ ON VUOSIKERTOMUS?	7
4 SÄÄNTELY	9
5 SISÄLLÖLLISET RATKAISUT	12
5.1 Yrityksen logo ja värit	13
5.2 Vuosikertomuksen kuvat ja kuviot	14
5.3 Vuosikertomuksen navigaatio	15
6 KATSAUSOSA	17
6.1 Visio, arvot ja strategia	20
6.2 Henkilöstö osana vuosikertomusta	22
6.3 Toimintaympäristö ja vastuullisuus	24
6.4 Tilikauden tärkeimmät tapahtumat	26
7 SIJOITTAJAVIESTINTÄ	27
8 VUOSI LUKUINA: TILINPÄÄTÖS	29
8.1 Tilinpäätösanalyysin tunnusluvut	30
8.2 Kannattavuus	30
8.2.1 Oman pääoman tuotto prosentti	30
8.2.2 Liikevoittoprosentti	31
8.2.3 Nettotulosprosentti	32
8.3 Maksuvalmius	32
8.3.1 Quick ratio	33
8.3.2 Current ratio	34
8.4 Vakavaraisuus	35
8.4.1 Omavaraisuusaste	35
8.4.2 Suhteellinen velkaantuneisuus	36
8.5 Kiertoajat	37
8.5.1 Myyntisaamisten kiertoaika	37
8.5.2 Ostovelkojen kiertoaika	38
8.5.3 Varaston kiertoaika	39
9 POHDINTA JA TOIMEKSIANTAJAN PALAUTE	39
10 JOHTOPÄÄTÖSET	41
LÄHTEET	43
LIITE 1: YRITYS X OY:N VUOSIKERTOMUS 2024	45

1 JOHDANTO

Vuosikertomus on yksi yrityksen tärkeimmistä viestinnän ja raportoinnin välineistä, jonka avulla yritys kertoo tilikauden aikaisista tapahtumista, taloudellisesta tuloksesta ja ennen kaikkea tulevaisuuden näkymistään. Vuosikertomuksen keskeinen tehtävä on tarjota sidosryhmille kattava ja luotettava kuva yrityksen toiminnasta. Lisäksi julkisten osakeyhtiöiden ja pörssiyritysten vuosikertomuksilla on jalansija osana sijoittajainformaatiota, jonka avulla yritysten rahoittajille ja sijoittajille tarjotaan kattava kuva yhtiöstä ja sen vuoden liiketoiminnan kehityksestä.

Työn tavoitteena on suunnitella ja tuottaa vuosikertomus yritys X Oy:lle. Ravintola-alalla toimintaansa harjoittava yritys on perustettu vuonna 2020 ja täyttää kokonsa puolesta pk-yrityksen kriteerit. EU:n määritelmän mukaan pk-yrityksiä eli pieniä ja keskisuuria yrityksiä ovat alle 250 henkilöä työllistävät yritykset, joiden tilikauden liikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa (Niemi, 2024, s. 26).

Toimeksiantajayrityksessä ei ole aikaisemmin hyödynnetty vuosikertomusta sidosryhmäviestinnän työkaluna. Toimeksiannon yhtenä keskeisimpänä tavoitteena onkin luoda vuosikertomuksen avulla tilikausien raportoinnista entistä sujuvampaa sekä tehdä siitä vakiintunut käytäntö osaksi yrityksen vuosittaista raportointia.

Toimeksiantajalle laadittava vuosikertomus pitää sisällään katsauksen kulu-neeseen vuoteen, yritysesittelyn, keskeiset avainluvut, kuvitusmateriaalia sekä informatiivisia kuvioita, jotka havainnollistavat yhtiön toimintaa ja tuloksia. Vuosikertomus tuotetaan sähköiseen muotoon PDF-tiedostoksi, joka mahdollistaa sen sujuvan jakamisen ja käytön eri sidosryhmien tarpeisiin.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena kehittämisprojektina, jonka tavoitteena oli tuottaa toimeksiantajalle toimiva vuosikertomus. Pääasiallisena menetelmänä käytettiin kirjallisuuskatsausta aiheen taustojen selvittämiseksi sekä kehittämistyön tueksi. Kirjallisuuskatsauksen avulla toiminnalliselle kehittämistyölle luotiin teoreettinen perusta, joka ohjasi kehittämistyön suunnittelua ja toteutusta. Toiminnallista osuutta eli vuosikertomusta varten aineistonkeruu toteutettiin hyödyntämällä toimeksiantajayrityksen kirjanpitomateriaalia.

Tässä opinnäytetyössä esitellään vuosikertomuksissa yleisesti sovellettavia menetelmiä ja keinoja. Niiden avulla sisältöä voidaan selkeyttää viestinnällisin ja sisällöllisin ratkaisuin. Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä on miten yrityksen vuoden 2024 liiketoiminta voidaan vuosikertomuksen avulla esittää kohderyhmälle selkeästi, informatiivisesti sekä visuaalisesti houkuttelevasti. Työtä ohjaavat alatutkimuskysymykset ovat; miten graafinen suunnittelu vaikuttaa vuosikertomuksen selkeyteen ja vaikuttavuuteen, miten yrityksen merkittävät tapahtumat ja avainluvut lasketaan ja tuodaan esille vuosikertomuksessa sekä miten sääntely ja lainsäädäntö vaikuttavat vuosikertomuksen sisältöön.

2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehtoinen tapa toteuttaa opinnäytetyö tutkimuksellisen lähestymistavan sijaan. Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on tavoitella käytännön työssä syntyvän toiminnan kehittämistä ja selkeyttämistä sekä tarjota siihen ohjeistusta. Toiminnallisen opinnäytetyön pää tavoite on kehittää käytännön toteutus, jonka rinnalle muodostetaan tutkimusviestinnän keinoin sitä kuvaava raportointi. (Vilkkä & Airaksinen, 2003, s. 9)

Opinnäytetyön käytännön toteutuksen aiheesta ja opinnäytetyön kokonaisuudesta sovitaan yhdessä työn toimeksiantajan, opiskelijan ja ohjaajan kanssa.

(Kostamo, Airaksinen & Vilkka, 2022, luku 1.4) Käytännön toteutus määräytyy toimialan lisäksi opiskelijan mielenkiinnon sekä toimeksiantajan tarpeen kautta.

Toiminnallisen opinnäytetyön käytännön toteutus eli esimerkiksi tämä vuosikertomus, ei sellaisenaan riitä täyttämään ammattikorkeakoulun asettamia vaatimuksia. Ammattikorkeakoulussa suoritettavien opintojen tavoitteena on, että opiskelija kykenee yhdistämään teoreettisen tiedon käytännön toteutukseen. Toiminnallisen opinnäytetyön kokonaisuudessa onkin nimenomaan kyse tiedon ja käytännön vuorovaikutuksesta. (Vilka & Airaksinen, 2003, s. 41–42)

Toiminnallisen opinnäytetyön raportti pitää sisällään tietoperustan ja varsinaisen toiminnallisen osuuden kuvauksen. Raportin avulla lukijalle selviää työprosessin taustat, lopputulos sekä siitä syntyneet johtopäätökset. Raportin perusteella saadaan siis selville mitä, miksi ja miten on tehty. Raportoinnin toiminnallinen osuus kuvastaa kirjoittajan ammatillista osaamista sekä kyvykkyyttä arvioida omaa oppimista. (Vilka & Airaksinen, 2003, s. 65)

Tiivistetysti toiminnallinen opinnäytetyö pitää sisällään tietoon ja toiminnallisuuteen perustuvan raportointiosan sekä varsinaisen produktin eli tuotoksen, joka ilmentää sen kohderyhmää ja vastaa toimeksiantajan odotuksia.

3 MIKÄ ON VUOSIKERTOMUS?

Vuosikertomus on nimensä mukaisesti yrityksen kertomus kuluneesta vuodesta. Sen keskeisin tarkoitus on toimia sidosryhmäviestinnän välineenä kertoessaan viimeisimmästä kuluneesta toimintavuodesta eli tilikaudesta (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 11). Vuosikertomus toimii myös yrityksen käyntikorttina, jonka avulla yritys esittäytyy uusille yhteistyösuhteille. Siitä onkin tullut

yksi keskeisimmistä sijoittajaviestinnän välineistä, sillä sen tarkoitus on toimia yhtenä sijoittajainformaation kanavana. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 19)

Vuosikertomus on julkinen kokonaisuus, joka pitää sisällään tilikauden keskeiset luvut, tapahtumat, kuvat, kaaviot sekä kerronnallisen esityksen toimintavuodesta, tuoden esiin vuoden merkittävimmät käännteet. Kaikkien näiden elementtien tavoitteena on luoda lukijalle selkeä kokonaiskuva yrityksen tilanteesta ja kuluneen vuoden tapahtumista. Viestinnän on oltava selkeää, sillä vuosikertomus toimii keskeisenä yritysviestinnän välineenä.

Yrityksen toimintaan vaikuttavat erilaiset tahot niin yrityksen sisältä, että sen ulkopuolelta. Nämä tahot eli erinäiset ryhmät vaikuttavat yrityksen toimintaan ja yrityksen oma toiminta puolestaan vaikuttaa niihin. Tämän kaltaisista tahoista voidaan käyttää nimitystä sidosryhmät tai intressiryhmät. (Isohookana, 2007, s. 13). Yleisesti vuosikertomuksen kohderyhmänä toimivat yrityksen sisäiset- ja ulkoiset sidosryhmät. Yrityksen sisäiset sidosryhmät voivat koostua yrityksen henkilöstöstä, kuten eri osastoista, tiimeistä, johdosta ja yksilöistä (Isohookana, 2007, s. 14). Yrityksen muihin sidosryhmiin voivat kuulua asiakkaat, osakkeenomistajat, sijoittajat, rahoittajat, tavarantoimittajat sekä paikallinen yhteisö.

Toimeksiantajayritykselle suunnatussa vuosikertomuksessa kohderyhmänä toimivat yrityksen sisäiset sidosryhmät eli yrityksen henkilöstö, johto ja osakkeenomistajat. Vuosikertomuksen on tässä tapauksessa tarkoitus toimia johtamisen tukena ja sisäisen viestinnän työkaluna. Tulevaisuudessa, kun vuosikertomuksen laadinnasta on tullut yritykseen vakiintunut käytäntö, voi se toimia myös hyödyllisenä työkaluna ja käyntikorttina esimerkiksi yrityskauppojen tai omistajanvaihdosten yhteydessä.

Vuosikertomuksen julkaiseminen ajoittuu tyypillisesti tilinpäätöksen valmistamisen yhteyteen, sen rinnalle. Itse tilinpäätös tulee laatia tilikauden päättymisestä neljän kuukauden kuluessa (Tomperi, 2022, s. 148). Yrityksen perustamisvaiheessa määritellään tilikauden alkamisajankohta. Tilikauden pituus normaaliolosuhteissa on kaksitoista kuukautta (Tomperi, 2022, s. 13).

Yritys X Oy:n tilikausi ajoittuu ajanjaksolle 1.6.202X-31.5.202X, jolloin vuosikertomuksen julkaisun ajankohta ajoittuu tilinpäätöksen valmistumisen ja tilintarkastuksen yhteyteen. Tilinpäätöksen valmistuminen vahvistetaan allekirjoituksilla, jotka osakeyhtiössä allekirjoittavat hallitus sekä toimitusjohtaja (Tomperi, 2022, s. 148).

Vuosittain onnistuneita vuosikertomuksia myös arvioidaan ja palkitaan. ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry järjestää vuosittaisen Oma Media -kilpailun, jossa arvioidaan organisaatioiden eli yritysten julkaisuja kuten lehtiä, verkkosivustoja, mediakokonaisuuksia ja vuosikertomuksia. Osallistuessaan kilpailuun, organisaatiot saavat kirjallisen ja monipuolisen palautteen tuomaristolta. Vuoden 2024 Oma Media -kilpailussa parhaana vuosikertomuksena palkittiin VR Groupin vuosikertomus. (ProCom- Viestinnän ammattilaiset ry, n.d.).

4 SÄÄNTELY

Vuosikertomus on monille suuremmille yrityksille tapa toimittaa tilinpäätöstiedot osakkeenomistajien tietoisuuteen. Tilinpäätöksen osalta vuosikertomusta säännellään kirjanpito-, yhteisö- ja arvopaperimarkkinalainsäädännöllä. Säännellyn sisällön lisäksi myös vapaaehtoisten tietojen esittämiselle on muodostunut käytäntöjä ja ohjeita. Yrityksen julkisilta julkaisuilta vaaditaan totuudenmukaisuutta eli esitettyjen asioiden tulee antaa oikeanlainen ja riittävä kuva. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 11)

Vuosikertomus ei itsessään ole lakiin perustuva tai sääntelyn alainen yrityksen raportti, mutta vuosikertomuksiin lähes poikkeuksetta sisältyvät tilikauden tilinpäätös sekä mahdollinen toimintakertomus ovat puolestaan tiukasti säädeltyjä. Arvopaperi-, yhteisö- ja kirjanpitolainsäädäntö säätelevät tarkoin tilinpäätöksen sisältöä, johon sovelletaan useita pakottavia säännöksiä (Leppiniemi &

Virtanen. 2003, s. 60). Toimintakertomus kertoo sen, mitä laki vaatii. Vuosikertomus kertoo sen, mitä yritys haluaa viestiä.

Kirjanpitolain mukaan tilinpäätöksen toimintakertomuksessa on tuotava esiin kirjanpitovelvollisen toiminnan kehitys, tuloksellisuus, taloudellinen tilanne, merkittävät riskit ja epävarmuustekijät. Toimintakertomuksessa on myös esitettävä tilikauden jälkeiset olennaiset tapahtumat, arvio yrityksen tulevasta kehityksestä, tiedot tutkimus- ja kehitystoiminnasta, sivuliikkeistä, käypään arvoon arvostetuista rahoitusvälineistä sekä osakeyhtiö ja osuuskuntalakien mukaiset tiedot omien osakkeiden ja osuuksien hankinnoista ja myynneistä. (Kirjanpitolaki 1336/1997, 3 luku 1a§) Kirjanpitolain lisäksi toimintakertomusta sääntelee osakeyhtiölaki.

Osakeyhtiölaissa edellytetään, että lain edellyttämät tiedot on sisällytettävä toimintakertomukseen, jos osakeyhtiö ei ole kirjanpitolain 1 luvussa tarkoitettu pien- tai mikroyritys. Laissa edellytettyihin tietoihin kuuluvat yhtiön osakkeiden määrä ja osakelajien yhtiöjärjestysmääräykset, pääomalainojen keskeiset ehdot ja niille kertynyt kirjaamaton korko sekä yhtiön mahdolliset ulkomaalaiset sivuliikkeet. (Osakeyhtiölaki 624/2006, 8 luku 5 §)

Tilinpäätös voidaan sisällyttää vuosikertomukseen, mutta mikäli tilinpäätös julkaistaan vuosikertomuksessa kokonaisuudessaan tai osissa, tulee sen rinnalle liittää myös tilintarkastuskertomus. Tärkeää on, että lukija pystyy erottamaan virallisen tilinpäätöksen vapaamuotoisesta sijoittajaviestinnästä, sillä tilinpäätös on tilintarkastuksen alainen asiakirja toisin kuin muu raportin sisältö. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 61).

Tilinpäätöstä koskevat laatimis- ja esittämisperiaatteet ovat säädetty tarkoin kirjanpitolaissa. Olennaisuusperiaatteen mukaisesti tilinpäätöksen on annettava oikea ja riittävä kuva taloudellisesta asemasta ja toiminnan tuloksesta (Kirjanpitolaki 1336/1997, 3 luku 2 §). Yleisten tilinpäätösperiaatteiden lisäksi tulee noudattaa hyvää kirjanpitotapaa.

Vuosikertomus on keskeinen osa pörssiyhtiöiden sijoittajaviestintää ja sen sisältöä ohjaa kirjanpito- ja osakeyhtiölain lisäksi arvopaperimarkkinalaki, joka asettaa liikkeeseenlaskijoille tiedonantovelvollisuuden. Arvopaperimarkkina- laissa liikkeeseenlaskijalla tarkoitetaan yhteisöä, joka laskee liikkeeseen arvo- paperin (Arvopaperimarkkinalaki 746/2012, 2 luku 3§). Kuten kirjanpitolaissa, myös arvopaperimarkkina- laissa on säädetty hyvän tavan menettelystä. Hyvän arvopaperimarkkinatavan vastainen menettely arvopaperimarkkinoilla on kiel- letty (Arvopaperimarkkinalaki 746/2012, 1 luku 2 §).

Vuosikertomuksessa tulee huomioida, ettei siinä esitetä harhaanjohtavaa tai totuudenvastaista tietoa sijoittajille. Rahoitusvälineiden ja arvopapereiden markkinoinnissa sekä kaupankäynnissä ei saa esittää harhaanjohtavaa tai to- tuudenvastaista tietoa ja mahdollinen virheellinen tieto on oikaistava ja täyden- nettävä viipymättä (Arvopaperimarkkinalaki 746/2012, 1 luku 3 §). Arvopape- rimarkkinalaki kieltää totuudenvastaisen tiedon antamisen, jolloin vuosikerto- muksessa tulee erityisesti kiinnittää huomiota siihen, ettei sijoittajaa johdeta harhaan edes tahattomasti.

Kirjanpito- ja osakeyhtiölain rinnalla myös arvopaperimarkkina- laissa sääde- tään tilinpäätöksen- ja toimintakertomuksen vaateista ja julkaisemisesta. Arvo- paperimarkkina- laissa säädetään tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen julkis- tamisesta niin, että liikkeeseenlaskijan on julkistettava ne ilman aiheetonta vii- vytystä, kuitenkin viimeistään kolme viikkoa ennen yhtiökokousta, jossa tilin- päätös esitetään vahvistettavaksi ja viimeistään, kun tilikauden päättymisestä on kulunut neljä kuukautta (Arvopaperimarkkinalaki 746/2012, 7 luku 5§).

Vastuullisuusraportoinnin ollessa osana vuosikertomusta on syytä ottaa huo- mioon sitä koskevat sääntelyt. Yhtiöt voivat sisällyttää vuosikertomukseensa myös yritysten kestävyysraportointidirektiivin EU 2022/2464 mukaisen CSRD- raportin, joka velvoittaa yrityksiä raportoimaan sen vaikutuksista ihmisiin ja ym- päristöön. Pienten- ja keskisuurten yritysten vastuullisuusraportointi on kuiten- kin vapaaehtoista, toisin kuin suurilla yrityksillä. CSRD-direktiivi ei suoraan vel- voita listaamattomia pk-yrityksiä, joten niiden ei tarvitse noudattaa sen

raportointivaatimuksia (Hietala & Hakala, 2024, kohta epäsuorat vaikutukset pk-yrityksiin).

CSRD-kestävyyseraportointi laajenee asteittain ja vuodesta 2024 alkaen se koskee vain suuria yli 500 työntekijän yrityksiä, joiden raportointi astuu voimaan vuonna 2025. Vuodesta 2025 alkaen raportointivelvollisuus koskee listattuja ja listaamattomia yrityksiä, joilla täyttyvät vähintään kaksi seuraavista ehdoista; taseen loppusumma vähintään 25 miljoonan euron tasolla, liikevaihto 50 miljoonaa ja yrityksellä on henkilöstöä keskimäärin 250. Ehtojen täyttävien yritysten on raportoitava direktiivin mukaisesti vuodesta 2026 alkaen. (Lindman, 2025)

5 SISÄLLÖLLISET RATKAISUT

Vuosikertomukselta odotetaan johdonmukaisuutta, jotta lukija saa yrityksen toiminnasta kattavan kuvan. Tavoitteena on siis luoda kokonaisuus, jonka avulla kattava ymmärrys syntyy myös uudelle lukijalle. Tärkeää on, että vuosikertomus palvelee sekä uusia, että vanhoja lukijoita. Uudelle lukijalle on mahdollistettava kattava kuva yrityksestä ja sen toiminnasta, kun taas vuosittaiselle lukijalle on tarjottava aina jotain uutta ja ajankohtaista. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 88–89)

Rakenteen tulee siis olla selkeä, jota voidaan tukea kahteen osaan jaottelulla. Kertomuksessa voidaan hyödyntää katsausosaa sekä tilinpäätösosaa, joiden avulla rakenne selkeytyy. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 27). Yritys X Oy:n vuosikertomuksessa käytetään tätä jaottelua, sillä se luo rakenteesta jäsenellen ja helposti seurattavan. Tämä ratkaisu auttaa lukijaa löytämään keskeiset tiedot vaivattomasti ja luoden kokonaisuudesta selkeän. Käytännön tasolla katsausosa tarjoaa yrityksen toiminnasta ja strategiasta yleiskuvan, jota tilinpäätösosa täydentää syventyen taloudellisiin lukuihin ja toiminnan tuloksiin.

Hyvin suunniteltu vuosikertomuksen rakenne tukee viestinnällisiä tavoitteita ja ohjaa lukijaa sujuvasti vuosikertomuksen läpi. Rakenteessa selkeä jäsentely parantaa paitsi luettavuutta, mutta myös kiinnostavuutta. Ennen kaikkea vuosikertomuksen tarkoitus on ilmentää yrityksen viestintätyyliä. Yrityksen viestintä muokkaa ihmisten mielikuvia, jotka puolestaan vaikuttavat siihen, miten yritykseen suhtaudutaan eli kiinnostuvatko työntekijät ja -hakijat yrityksestä ja koetaanko työympäristö viihtyisäksi (Isohookana, 2007, s. 9). Mielikuvat vaikuttavat myös potentiaalisiin asiakkaisiin sekä sijoittajiin.

Yritys X Oy:n vuosikertomus toimii yrityksen viestinnän välineenä ja sen keskeisimpänä kohderyhmänä ovat erityisesti yrityksen työntekijät, osakkeenomistajat sekä johto. Tärkeää onkin siis kiinnittää huomiota siihen, että viestintä on selkeää, tavoitettavaa ja yrityksen omien arvojen mukaista.

5.1 Yrityksen logo ja värit

Yrityksen logolla on suuri merkitys niin markkinoinnissa, kuin yrityskuvassa. Yrityksen logo viittaa yrityksen tai sen tuotteen nimen yksilöllisesti muotoiltuun kirjoitusasuun, jonka lisäksi usein logon yhteydessä käytetään myös liikemerkkiä (Ruokolainen, 2020, s. 112).

Logon lisäksi yrityskuvaa ilmentävät muutkin visuaaliset elementit kuten yritysvärit. Viestinnässä värit tukevat yrityksen visuaalista tunnistettavuutta (Ruokolainen, 2020, s. 112). Yrityksen viestinnässä käytetyistä väreistä ja kuvioista syntyvät mielikuvat tukevat yrityksen tunnettavuutta.

Aikaisemmin esille nousseessa VR:n vuosikertomuksessa värit ja kuvat tukevat sen yrityskuvaa. Vuosikertomuksen jokaisella sivulla toistuu päävärinä kaikkien tuntema vihreä väri, jota täydentää yrityksen minimalistinen logo. Värimaailma ja logo näin ollen tukevat vuosikertomusta läpi koko raportin. Värintakana on myös se, että se viestii junan ekologisuutta toisin kuin yhtiön aikaisemmin yritysilmpeessään käyttämä punainen väri (Ruokolainen, 2020, s. 122).

Toimeksiantajalle tuotettavassa vuosikertomuksessa on tarkoitus mukailla samaa ajatusta, kuin VR Groupin vuosikertomuksessa eli käyttää yrityksen vakiintuneita yritysvärejä sekä tunnistettavaa logoa. Näiden visuaalisten elementtien tarkoituksena on ilmentää yrityksen tunnettavuutta sekä yhdenmukaistaa vuosikertomusta osaksi yrityksen vakiintunutta raportointia.

5.2 Vuosikertomuksen kuvat ja kuvat

Vuosikertomuksessa yrityksen kuvat ovat keskeisessä osassa visuaalista ilmettä. Erilaisiin käyttötarkoituksiin on syytä käyttää erityyppisiä kuvia. Verkkosivujen tai esitteiden kuviksi eivät välttämättä sellaisenaan sovi mainoskampanjoita varten suunnitellut kuvat. Visuaalinen kokonaisuus voi rakentua pääkuvista, jotka luovat mielikuvaa tai pienemmistä tuotekohtaisista kuvista. (Pohjola, 2019, s. 196) Vuosikertomuksessa onkin syytä käyttää kuvia, jotka tukevat yrityksen visuaalista ilmettä ja siitä syntyvää mielikuvaa.

Tässä vuosikertomuksessa päädyin hyödyntämään jo olemassa olevia yrityksen kuvapankin kuvia, toisin kuin Leppiniemi & Virtanen (2003, s. 87) kirjassaan Vuosikertomus kertovat. Leppiniemen ja Virtasen mukaan lopputuloksen kannalta on eduksi, mikäli vuosikertomuksessa esillä olevat kuvat voidaan ottaa nimenomaan sitä varten. Suuremmilla yrityksillä vuosikertomusbudjetit mahdollistavat usein yksilöllisten juuri vuosikertomusta varten otettujen kuvien hyödyntämisen.

Huolellisesti valitut kuvat yrityksen omasta kuvapankista voivat toimia osana vuosikertomuksen ilmettä, kunhan ne tukevat yrityskuvaa ja edistävät yrityksen tunnettavuutta. Kuvien laadusta ei kuitenkaan tule tinkiä, sillä visuaalinen laatu vaikuttaa suoraan vuosikertomuksesta syntyviin mielikuviin ja uskottavuuteen.

Kuvien lisäksi vuosikertomuksissa esiintyy tyypillisesti erilaisia graafisia kuvioita ja taulukoita, joilla voidaan havainnollistaa käsiteltävää aihe- ja asiakokonaisuutta kuten avain- ja tunnuslukuja. Ei ole myöskään poikkeuksellista, että

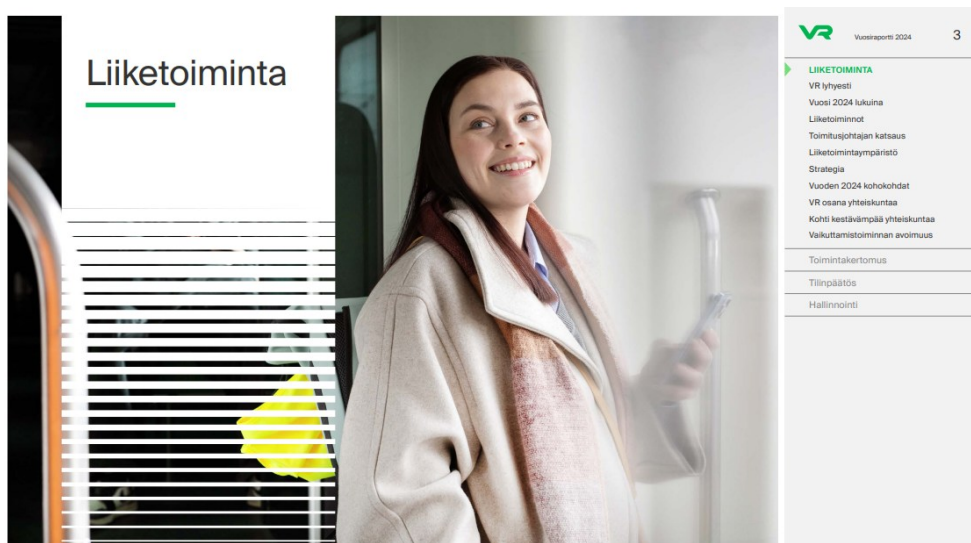
vuosikertomuksessa hyödynnetään kuvitus- eli piirroskuvia edellä mainittujen valokuvien lisäksi. Esimerkiksi VR Groupin vuoden 2024 vuosikertomuksen strategiakuva on toteutettu tällä tavoin. Strategiakuvan hyödyntämistä tarkastellaan tarkemmin raportin seuraavassa luvussa.

5.3 Vuosikertomuksen navigaatio

Verkkovuosikertomuksen toiminnallisuuteen liittyy tiettyjä vaatimuksia. Vuosikertomuksen sisällä navigoinnin on oltava ymmärrettävä, jotta sen käyttäminen on lukijalle helppoa. Yhtenäisen ilmeen varmistamiseksi sivujen muodostaman rakenteen tulisi olla koko ajan lukijalle näkyvissä. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 28)

Tarkastellessani eri yhtiöiden vuosikertomusten tapaa toteuttaa yhtenäinen navigointi, esille nousi lähes poikkeuksetta seuraavat kaksi tapaa; navigointipalkki on sijoitettu ensimmäisessä esimerkissä raportin sivun reunaan, kun taas toisessa ja kolmannessa esimerkissä se on ryhmitelty sivun yläreunaa mukailevaksi.

VR Groupin palkitussa vuoden 2024 vuosikertomuksessa navigointipalkki on sijoitettu esityksen sivun oikeaan reunaan (kuva 1). Navigointipalkista lukija pystyy seuraamaan raportin rakennetta ja se on lukijalle koko ajan näkyvissä.



Kuva 1. VR Vuosikertomuksen navigointipalkki (VR Group, 2024, Vuosikertomus)

Fiskars Groupin vuosikertomuksessa navigointipalkki on sijoitettu vuosikertomuksen yläreunaan (kuva 2). Lukija näkee yhdellä silmäyksellä, missä kohtaa vuosikertomusta ollaan. Navigointipalkki ohjaa lukijan myös uudelle osiolle.

FISKARS GROUP		VUOSI 2024	HALLITUKSEN TOIMINTAKERTOMUS	KESTÄVYYSELVITYS	TILINPÄÄTÖS	SELVITYS HALLINTO- JA OHJAUSJÄRJESTELMÄSTÄ	PALKITSEMISRAPORTTI	8	◆
---------------	--	------------	-------------------------------------	------------------	-------------	--	---------------------	---	---

<h2>Sisältö</h2>	
Hallituksen toimintakertomus	9
Liiketoimintamalli ja strategia	9
Toimintaympäristö vuonna 2024	10
Vuosi lyhyesti: Vahva lopetus vuodelle haastavassa markkinatilanteessa	10
Konsernin tuloskehitys	11
Raportointisegmentit ja maantieteellinen jakauma	12
Tuotekehitys	13
Henkilöstö	13
Rahoituserät, nettotulos ja rahavirta	13
Tase ja rahoitus	13
Muutoksia organisaatiossa ja johdossa	14
Käitsäuskauden muut merkittävät tapahtumat	14
Hallinto- ja ohjausjärjestelmä	15
Vuoden 2024 varsinaisen yhtiökokouksen ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätökset	15
Hallituksen valtuutukset	16
Osakkeet ja osakkeenomistajat	17
Riskit ja liiketoiminnan epävarmuustekijät	18
Tulosohjeistus vuodelle 2025	25
Ehdotus osingonjaosta	25
Kestävyyselvytyksen	26
Kestävyyselvytyksen	27
ESRS sisältöindeksi	27
1. Yleiset tiedot	32
ESRS 2 Yleiset tiedot	33
2. Ympäristöä koskevat tiedot	56
EU-taksonomia	57
ESRS E1 Ilmastonmuutos	67
ESRS E4 Biologinen monimuotoisuus ja ekosysteemit	79
ESRS E5 Resurssien käyttö ja kiertotalous	85
3. Yhteiskunnalliset tiedot	94
ESRS S1 Oma työvoima	95
ESRS S2 Arvokeijun työntekijät	104
ESRS S4 Kuluttajat ja loppukäyttäjät	108
4. Hallintotapadot	115
ESRS G1 Liiketoiminnan harjoittaminen	116
5. Luettelo muun EU-lainsäädännön tietopisteistä	121
6. Sanasto	128
Kestävyysraportin varmennuskertomus	215

Kuva 2. Fiskars Group vuosikertomuksen navigointipalkki (Fiskars Group, 2024, Vuosikertomus)

Harvia Oyj:n vuoden 2023 vuosikertomuksessa (kuva 3) navigointipalkki on sijoitettu kuten Fiskars Groupin esimerkissä. Harvia Groupin palkissa oleva punainen merkki ilmentää myös selkeästi sijainnin.



HARVIA 2023

TOIMINTAYMPÄRISTÖ STRATEGIA INNOVAATIOT VASTUULLISUUS SJOITTAJILLE HALLINNOINTI TILINPÄÄTÖS

3

HARVIA LYHYESTI

LIKEVAIHTO 2023
150,5
milj. euroa

HENKILÖSTÖ
605

Harvia on globaali johtaja sauna- ja spa-märkkinöillä. Vuonna 1950 perustettu Harvia on perustamisestaan lähtien kurtuttanut tietämystä maailman kaikista saunakulttuureista ja -tyypeistä. Yhtiö on rakentanut niiden ympärille kattavan valikoiman kiukaista ja niiden komponenteista sauna- ja spa-kokonaisratkaisuihin. Harvian osuus sauna- ja spa-märkinästä vuonna 2023 oli arviolta 5 %, ja yhtiön osuus kiuas- ja saunakomponenttimärkinästä oli arviolta yli 20 %.

Harvialla on viisi tunnettua brändiä, jotka tarjoavat sauna- ja spa-kokemuksia: Harvia, EOS, Almost

Heaven Saunas, Kirami ja sentiotec. Niiden laajan tuotevalikoiman ansiosta yhtiö voi tarjota räätälöityjä sauna- ja spa-ratkaisuja sekä ammattilaisille että kuluttajille.

Harvian tuoteryhmät ovat:

- Lämmityslaitteet
- Saunat ja kylpytynnyrit
- Höyrygeneraattorit
- Lisätarvikkeet ja kiuaskivet
- Varaosat ja palvelut

Muuramessa Harvian pääkonttorin yhteydessä sijaitsee myös yhtiön suurin saunojen ja saunakomponenttien tuotantotalous. Yhtiön osakkeet on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalle Mid Cap -luokassa (HARVIA).



TAVOITE

Edistämme terveyttä lämmöllä! Tavoitteemme on edistää pitkää ja hyvää elämää terveyttä lämmöllä -filosofiamme avulla.

VISIO

Visionamme on olla kaikkiin saunatyyppeihin ja -kulttuureihin sekä saunan terveysyhteytiin liittyvien vastuullisten hyvinvointikokemusten johtava asiantuntija - sekä kuluttaja - että ammattilaisratkaisussa ympäri maailman.

MISSIO

Missiomme on innostaa ihmisiä ympäri maailmaa nauttimaan saunan ja spa:n parantavasta lämmöstä ja rentouttavasta kokemuksesta.

ARVOT

- Uskomme, että ihmiset ovat avain menestykseen.
- Olemme asiakas- ja kuluttajälähtöisiä.
- Toimimme vastuullisesti ja huolehdimme ympäristöstä.
- Etsimme intohimoisesti uutta ja yhä parempaa.
- Uskomme pitkäkestoiseen kumppanuuteen, joka perustuu molemminpuoliseen kunnioitukseen ja luottamukseen.

Kuva 3. Harvia Vuosikertomuksen navigointipalkki (Harvia Oyj, 2023, Vuosikertomus)

Tarkastellessani useiden eri vuosikertomusten navigointipalkkiratkaisuja huomasi, että yläreunaan sijoitettu navigointipalkki oli yleisempi vaihtoehto. Vuosikertomusten julkaisuvuodella ei ollut merkittävää vaikutusta, sillä sama tyyli-suunta oli havaittavissa eri vuosina julkaistuissa raporteissa. Sivuu sijoitettu navigointipalkki hallitsee visuaalista kokonaisuutta siinä määrin, että se saattaa viedä liikaa huomiota ja rajata käytettävissä olevaa tilaa muulta sisällöltä.

6 KATSAUSOSA

Edellä esitetyissä sisällöllisissä ratkaisuissa todettiin, että vuosikertomus voidaan jakaa kahteen osaan: katsausosaan ja tilinpäätösosaan (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 27). Tässä kappaleessa käsittelemme näistä ensimmäistä eli vuosikertomuksen katsausosaa.

Katsausosa käsittää vuosikertomuksen kerronnallisen osuuden, kun tilinpäätösosa puolestaan esittelee yrityksen taloudellisen tilanteen ja kehityksen varsinaisen tilinpäätöksen avulla. Vuosikertomuksessa katsausosa sijoittuu

alkupuolelle ennen tilinpäätösosiota. Vuosikertomuksen katsausosa alkaa tyyppillisesti yrityksen esittelyllä, jonka jälkeen vuorossa on vapaamuotoinen toimitusjohtajan katsaus.

Varsinaisessa yrityksen esittelyssä lukijalle esitellään yritys, jotta lukijalle syntyy käsitys millaisesta yhtiöstä on kyse. Esittelystä tulisi ilmetä millä toimialalla yritys vaikuttaa, mitä yritys tekee ja mitkä ovat sen keskeiset tavoitteet. Vuosikertomus tavoittaa myös uusia lukijoita, jotka eivät tunne tai tiedä yritystä ja sen harjoittamaa liiketoimintaa entuudestaan. Sisältöä laadittaessa onkin kiinnitettävä huomiota, että esittely kirjoitetaan aina myös uutta lukijaa varten. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 38)

Vuosikertomuksessa voidaan hyödyntää myös esittelyn tarinallistamista. Tarinalähtöisessä palvelumuotoilussa tavoitteena on erottua esimerkiksi muista saman toimialan toimijoista. Toisista toimijoista erottuminen tarinallistamisen avulla vahvistaa yrityksen luomaa brändiä. Tarinan avulla yritys ja sen tarjoamat palvelut rakentuvat mieleenpainuviksi, mikä puolestaan vahvistaa asiakkaiden kykyä tunnistaa ne. (Kalliomäki, 2014, s. 14–15)

Vuosikertomuksien luetuimpia osia ovat toimitusjohtajien katsaukset, vaikka ne ovatkin sen laatijalle haasteellisimpia tekstejä toteuttaa. Pääpaino katsauksen sanomassa tulisi olla tulevaisuuden näkymissä sekä strategian käsittelyssä, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa. Katsauksen tulee olla informatiivinen, jotta lukijalle selviää, miten yritys on päässyt tavoitteisiinsa ja miten yritys on menestynyt kuluneen vuoden aikana. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 42)

Yrityksen mukaan toimitusjohtajan katsaukset voivat pituudeltaan ja kerronnaltaan poiketa suuresti toisistaan. Nordic Hospitality Partners Oyj:n vuoden 2024 vuosikertomuksessa toimitusjohtaja Jarno Suominen kertoo yhtiön historian parhaasta vuosineljänneksestä, jonka lisäksi kerronnassa tuodaan ilmi toimintaympäristön eteen tulleista haasteista. Myös tavoitteet sekä rahoitus- ja sijoitajainformaatio tuodaan katsauksessa esille. (NoHo, 2024, s. 6) Yhtiön toimitusjohtaja tuo tällä kertomuksellaan ilmi luottamusta ja positiivista kehitystä.

Huomionarvoista on myös se, että tekstillä osoitetaan kiitollisuutta henkilölle, joka lisää positiivista työnantajakuva.

Toimitusjohtajan katsaus voidaan esittää perinteisen tekstin sijaan myös videomuotoisena, mikä tuo viestintään persoonallisuutta ja nykyaikaisuutta. Vuosikertomuksen tulee myös saada arvonsa mukainen ulkoinen olemus, sillä se sisältää yrityksen toiminnan kannalta virallista tietoa. Harvian vuoden 2023 vuosikertomuksessa toimitusjohtajan katsaus on toteutettu videomuotoisena. Neljän ja puolen minuutin videolla toimitusjohtaja Matias Järnefelt kertoo Harvian vuoden tapahtumista, tulevasta sekä vuoden aikana tapahtuneesta toimitusjohtajan vaihdoksesta (Harvia Oyj, Vuosikertomus 2023).

Olemassa on myös tapauksia, jossa katsauksen muoto on saanut kritiikkiä. Markkinointi Viherjuuren vuoden 1999 vuosikertomuksessa toimitusjohtaja kertoi ääniviestin muodossa konsernin missiosta. Kritiikin lisäksi ratkaisua pidettiin myös luovana ratkaisuna, joka viesti myös yhtiön toimialasta. Visuaalisen leikkittelyn tarkoituksena ei kuitenkaan ole, että visuaalinen toteutus nousee pääosaan ja hämärtää vuosikertomuksen raportoinnin selkeyttä ja perusajatusta. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 90) Tämä on otettava huomioon, kun arvioidaan, kuinka hyvin kyseinen toteutustapa sopii yrityskuvaan ja toimialaan.

Toimitusjohtajan katsauksen lisäksi yhtiön esittelyssä voidaan esitellä yhtiön omistajapohjaa. Tämän tavoitteena on antaa sidosryhmille selkeä kuva yhtiön omistusrakenteesta eli siitä ketkä yhtiön omistavat. Julkisesti noteeratuissa yhtiöissä tämän kaltainen esittely voi olla hankalaa toteuttaa, sillä osakkeenomistajia voi olla vaikea eritellä tarkasti. Pieniin- ja keskisuuriin yrityksiin lukeutuvassa osakeyhtiössä omistajarakenteen esittely voi olla yksinkertaisempi verrattuna pörssiyrityksiin. Perinteisessä osakeyhtiössä omistuspohja koostuu rajatusta määrästä yksityishenkilöitä tai perheomistajia, jolloin heidän esittelynsä on yksinkertaista ja perusteltua.

Yrityksen esittelyssä voidaan esitellä myös organisaatorakennetta esimerkiksi organisaatiokaaviolla, joka kertoo miten yrityksen sisäiset vastuut jakautuvat.

Hansel Oy:n vuoden 2016 vuosikertomuksessa organisaatorakenteen esittelyyn on otettu mukaan kaavio, jossa organisaation rakenne on eriteltynä. Tämän kaltaista kaaviota hyödynnetään monessa yrityksessä sisäisessä viestinnässä.

Vuosi 2016 / Organisaatio / Organisaatorakenne / Organisaatiokaavio

Organisaatiokaavio



Lue seuraavaksi: Vuosi 2016



Kuva 4. Organisaatiokaavio (Hansel Oy, 2016, Vuosikertomus)

6.1 Visio, arvot ja strategia

Yrityksen esittelyyn sisältyvät myös vision, strategian ja arvojen esille tuominen (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 41). Vuosikertomuksessa visio, arvot ja strategia muodostavat olennaisen osan yrityksen tarinaa ja tulevaisuuden suuntaa. Visio kuvastaa pitkän aikavälin tavoitetilaa eli sitä mihin yritys tähtää pitkällä aikavälillä. Arvot heijastavat yrityksen periaatteita ja toimintatapoja. Strategia puolestaan kertoo konkreettiset keinot ja toimenpiteet, joiden avulla asetetut tavoitteet ja toimintatavat pyritään saavuttamaan. Vuosikertomuksessa näiden kolmen peruspilarin esille tuominen auttaa sidosryhmiä ymmärtämään yrityksen tavoitteet ja taustat.

Strategia menettää merkitystään, ellei sitä ole jalkautettu käytäntöön. Tarinamuotoinen strategia on helpompi ymmärtää, siitä on luontevampaa puhua ja se jää paremmin mieleen. Tarinallistamista tulisikin osata hyödyntää entistä vahvemmin strategiatyössä. Tarinan ollessa luonteva osa yrityksen strategiaa

toimii se tehokkaana keinona saavuttaa asetetut tavoitteet. (Kalliomäki, 2014, s. 55–56)

Vuosikertomuksissa yrityksen strategiaa ja tavoitteita voidaan tuoda eri tavoin esille. VR Groupin vuosikertomus poikkeaa monista muista vuosikertomuksista, sillä strategiasta on tehty havainnollistava kuva, joka ei kuitenkaan ole poissulkenut muita keinoja tuoda strategia esille. Monissa organisaatioissa tämän kaltaisia strategiakuvia hyödynnetäänkin organisaatioiden sisäisen viestinnän välineinä, joissa henkilöstölle tuodaan ilmi myös yhtiön tavoiteasiakkaat.

VR:n strategian tavoitteet

TYTYVÄISET ASIAKKAAT TUOVAT KASVUA
VR haakee kasvua sekä Suomessa että Ruotsissa, jossa toimimme yritystoimien kautta Ruotsin isossa ostoliikenne-markkinassa ja markkinaehtoisessa kaukoliikenteessä.

Laadukkaan ja onnistuneen asiakaskokemuksen avulla kasvetaan matkamäärää. VR lisää asiakasymmärrystä kuuntelemalla asiakkaita, analysoimalla kerättyä dataa ja kehittämällä palveluita yhdessä asiakkaiden kanssa. Asiakaskokemuksen jatkuva parantaminen sekä brändin uudistaminen on ollut merkittävä osa VR:n kasvustrategiaa.

VR haakee uutta myös kasvua osallistamalla aktiivisesti ja osittain kilpailukykyisinä molemmissa maissa. VR:n logistikka räätälöi kokonaisia kulkutusratkaisuja teollisuuden eri toimialoilla ja kehittää uusia liiketoimintatukuvia palveluja yhdessä teollisuusasiakkaidensa kanssa. Kansainvälisille kunnossapitoasiakille VR tarjoaa kaluston modernisointia ja tavaravaurujen valmistusta.

TEHOKKUUS MAHDOLLISTA KANNATTAVAN TULEVAISUUDEN
VR:n tavoitteena on saavuttaa vuoden 2027 loppuun mennessä 250 miljoonan euron edestä tulo- ja investointitoimenpiteitä, jotka mahdollistavat yli miljardin euron kaluston uusinvestointien rahoituksen.

Tulevaisuuden kilpailukykyä varmistamiseksi VR haakee tehokkuutta kaikissa toiminnossaan. Investoimme jatkuvasti asiakaskokemuksen parantamiseen, samalla kun kehitämme operatiivista tehokkuutta ja tarkastelemme kriittisesti kiinteitä kustannuksia ja tehostamme hankintoja.

MOTIVOITUNEET IHMISET LUOVAT MENESTYSTÄ
Arvopohjainen johtaminen ja kulttuuri toimivat kaiken perustana. VR-kulttuuri perustuu keskinäiseen arvostukseen ja luottamukseen, yhteistyöhön sekä jatkuvaan oppimiseen ja parantamiseen. Hyvä työntekijäkokemus ja tätä kautta myös parempi asiakaskokemus ovat olennainen osa VR:n menestystä. Tytyytyväinen ja motivoitunut henkilöstö luo positiivisen ilmapiirin, joka heijastuu asiakastytyytyvyyteen – asiakassuhteet rakentuvat avoimuudelle ja yhteistyölle.

ARVOMME

<p>VÄLITÄMME</p> <p>Vältämme ja arvostamme toisiamme ja asiakkaitamme. Pidämme huolta turvallisuudesta ja ympäristöstä.</p>	<p>TEEMME YHDESSÄ</p> <p>Teemme tätä yhdessä, kuuntelemme ja oprimme toisiamme. Onnistumme ja menestymme yhdessä tekemällä. Kutsuimme työkaverit, asiakkaat ja kumppanit mukaan yhteistyöhön.</p>	<p>PYRIMME PAREMPIIN</p> <p>Uhellisuuden ja rohkeuden voimalla parannamme jatkuvasti toimintaamme. Keskitymme liikenteen ammattilaisina ajamaan samalla parempaa tulevaisuutta kaikille.</p>
--	--	---

VR Vuosikertomus 2024 20

LIIKETOIMINTA

- VR lyhyesti
- Vuosi 2024 lukuina
- Liiketoiminnat
- Toimitusjohtajan katsaus
- Liiketoimintaympäristö
- Strategia
- Vuoden 2024 kohokohdat
- VR osana yhteiskuntaa
- Kohti kestävämpää yhteiskuntaa
- Vaikuttamistoiminnan avoimuus

Toimintakertomus

Tiilinpäätös

Hallinnointi

Kuva 5. VR strategiakuva (VR, Vuosikertomus 2024, s. 20)

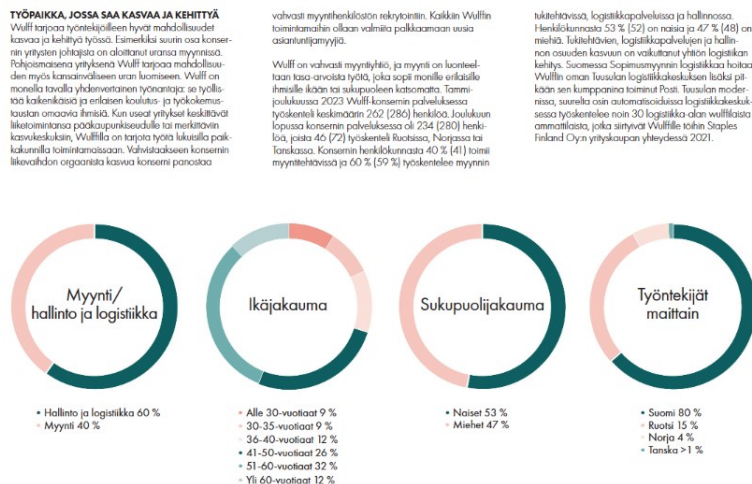
VR:n strategiakuvasta esille nousevat kolme arvoa: välitämme, teemme yhdessä ja pyrimme parempaan. Esitetyt arvot tukevat kuvan yläosassa esitettyä visiota ”yhteisellä matkalla maailman parhaaksi” ja strategisia painopisteitä. Strategiakuvan avulla lukijalle selviää yhtiön toiminnan perusta eli millaisia arvoja, tavoitteita ja keinoja noudatetaan matkalla kohti visiota. Vuosikertomuksessa esitetyt arvoja voi olla määrällisesti liikaa tai ne on esitetty liian monimutkaisesti (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 101). VR Groupin esimerkissä arvot on esitetty selkeästi, niiden määrä on sopiva eivätkä ne ole itsestään selvyksiä.

6.2 Henkilöstö osana vuosikertomusta

Vuosikertomuksissa voi tyypillisesti olla myös henkilöstöä koskeva katsaus ja suurella osalla pörssiyrityksistä se on osa raportointia. Henkilöstön katsausosa voi olla sanallinen kertomus, jonka lisäksi lukujen avulla esitellään kirjanpito-laissakin edellytetty henkilöstölukumäärä. Lainsäädännössä ei kuitenkaan edellytetä henkilöstön keski-ian ilmoittamista. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s.117) Osassa yrityksistä kuitenkin ikä- ja sukupuolijakauma ilmoitetaan osana henkilöstökatsausta.

Katsausosiossa voidaan kuitenkin käydä henkilöstöä koskevia jakaumia läpi erilaisilla kaavioilla. Wulff-Yhtiöt Oyj:n vuoden 2023 vuosikertomuksessa henkilöstöä koskevat luvut on esitetty selkeiden kaavioiden avulla, jotka kuvaavat tehtäväkohtaisten roolien, ikäjakauman ja sukupuolijakauman jakautumista yhtiössä. Näiden lisäksi kaavion avulla kuvataan työntekijöiden jakautumista yhtiön eri maiden ja toimipaikkojen välillä. (Wulff-Yhtiöt Oyj, Vuosikertomus 2023)

Wulff Vuosikertomus 2023 25



Kuva 6. Wulff-Yhtiön Henkilöstökaaviot (Wulff-Yhtiöt Oyj, 2023, Vuosikertomus)

Henkilöstökaavioiden lisäksi voidaan hyödyntää myös henkilöstökuluihin liittyviä tunnuslukuja. Monessa yrityksessä henkilöstökulut muodostavat

merkittävän kustannuserän, jonka vuoksi henkilöstökulujen taso on hyvä tiedostaa ja asettaa niille strategiset tavoitetasot. Henkilöstökulujen tasoa selvittäessä on kuitenkin huomioitava toimialakohtaiset tasoerot. Tunnuslukuja voidaan laskea muun muassa kahdella tavalla; henkilöstökulut henkilöä kohden ja henkilöstökuluprosentin avulla. (Vilkkumaa, 2010, s. 57–58)

Henkilöstökulut henkilöä kohden lasketaan jakamalla euromääräiset henkilöstökulut yrityksen keskimääräisellä henkilöstön määrällä. Tulokseksi saadaan näin ollen euromäärä henkilöä kohden. (Vilkkumaa, 2010, s. 58)

$$\text{Henkilöstökulut henkilöä kohden} = \frac{\text{Henkilöstökulut €}}{\text{Henkilöstön keskimäärä}}$$

Henkilöstökuluprosentti laskettaessa suhteutetaan yrityksen henkilöstökulujen liikevaihtoon. Tätä tunnuslukua käytettäessä on muistettava sen sitoutuminen toimialaan. Henkilöstökuluprosentti lasketaan jakamalla euromääräiset henkilöstökulut yrityksen liikevaihdolla, jonka jälkeen saatu tulos kerrotaan sadalla. (Vilkkumaa, 2010, s. 58)

$$\text{Henkilöstökuluprosentti} = \frac{\text{Henkilöstökulut €}}{\text{Liikevaihto €}} \times 100$$

Toimitusjohtajan yksi tehtävistä on asettaa henkilöstökulujen tunnusluvuille tavoitetasot, jotka syntyvät toimialakohtaisen strategisen vertailun ja pohdinnan tuloksena. Asetetut strategiset tavoitetasot tulee viestiä koko henkilöstölle riittävän selkeästi ja täsmällisesti, jotta niiden avulla voidaan ohjata toimintaa. Tavoitteiden ja tunnuslukujen viestintä antaa henkilöstölle mahdollisuuden myös ymmärtää oman merkityksensä yrityksen taloudessa tuloksen tekijänä sekä kustannuksia aiheuttavana tuotannon tekijänä. (Vilkkumaa, 2010, s. 116–117)

6.3 Toimintaympäristö ja vastuullisuus

Yrityksen toimintaympäristöllä tarkoitetaan kaikkia ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan, menestymiseen ja päätöksentekoon. Toimintaympäristössä on tekijöitä, joihin yritys ei voi suoranaisesti vaikuttaa kuten taloudellisiin, poliittisiin ja lainsäädännöllisiin tekijöihin. Omassa toimintaympäristössä yritys voi kuitenkin vaikuttaa niihin tekijöihin, joihin se on suorassa vuorovaikutuksessa kuten toimittajiin ja asiakkaisiin. Huomionarvoista on, että edellä mainittuihin tekijöihin yrityksellä on vain rajallinen vaikutusvalta.

Toimeksiantajayrityksen toimintaympäristössä on viime vuosina ollut paljon tekijöitä, joihin se ei ole voinut vaikuttaa edes välillisesti. Ravintola-alalla koronavuodet aiheuttivat lomautuksia osaksi tilapäisesti muuttuvien säädösten eli rajoitusten vuoksi. Koronavuosienkaan jälkeen ravintola-ala ei ole ollut entisensä yleisesti huonon taloustilanteen vuoksi, joka näkyy asiakkaiden ostokäyttäytymisessä. Nämä asiat on otettava huomioon mietittäessä yrityksen ja koko toimialan toimintaympäristöä.

Vuosikertomuksissa katsaukset toimintaympäristöstä ovat olleet varsin laajoja sekä erilaisiin tilastoihin perustuvia. Vuosien kuluessa toimintaympäristön katsaukset ovat lyhentyneet merkittävästi. Yrityksen toimintaympäristöä käsitellään tavallisesti toimitusjohtajan katsauksessa. Toimintaympäristöä käsittelevää tietoa sisältyy vuosikertomukseen vaihtelevasti, toisissa pintapuolisemmin ja toisissa laajemmin. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 148)

Toimeksiantajan vuosikertomuksessa toimintaympäristöä tulee kuvata laajemmin, sillä ala on erityisen altis ulkoisille muutoksille kuten edellä todettiin. Ulkoisia yrityksen toimintaan vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa yleinen taloustilanne, ostokäyttäytymisten muutokset, lainsäädännön muutokset, työvoiman heikko saatavuus ja raaka-aineiden hintojen kasvu.

Vuosikertomuksen katsausosa pitää sisällään myös vastuullisuusosion, joka viestii lukijalleen, miten yritys toimii kestäväällä ja vastuullisella tavalla toimintaympäristössään. Yritys viestii vastuullisuustoimistaan herättääkseen

luottamusta ja vahvistaakseen mainettaan, jonka tavoitteena on rakentaa myönteinen kuva yrityksen toiminnasta niin asiakkaiden, sidosryhmien kuin yhteiskunnan silmissä (Isokangas & Vassinen, 2024, s. 160).

Pienille ja keskisuurille yrityksille vastuullisuus on yksi keskeisimmistä arvoista, jonka avulla yritys saa osakseen arvostusta ja luottamusta sidosryhmiltään. Vastuullisuus ei aina tarkoita suuria tekoja, sillä se voi näkyä yrityksen arjessa pieninä valintoina ja käytännön toimina. Näiden arjessa tapahtuvien ja joskus huomaamattomien vastuullisuustekojen rinnalle voidaan tuoda suunnitelmallisuutta, mikä lisää vastuullisuustyön vaikuttavuutta. Tavoitteena on saada aikaan merkittäviä tuloksia vähäisin resurssein. Vastuullisuus voi näin kehittyä osaksi yrityksen strategiaa, joka tukee tuloksen tekoa, vähentää toiminnasta syntyviä haittoja ja vie kohti kestäväää kehitystä. (Niemi, 2024, s. 26)

Tutkiessani eri yhtiöiden vuosikertomuksia huomasin miten eri tavoin yritykset viestivät yhtiön vastuullisuudesta. Suuret eroavaisuudet voi osakseen selittää myös sillä, että vuosikertomuksen laatiminen on jo itsessään vapaaehtoista (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 93). Suurissa yhtiöissä vastuullisuudesta raportointi oli tehty jo edellä mainitun EU:n kestävyysraportointidirektiivin eli CSRD:n mukaisesti, sillä se velvoittaa suuria yrityksiä.

Evli Oyj:n vuoden 2024 vuosikertomuksessa yritysvastuuraportin laadintaperiaatteissa huomautetaan, ettei yhtiön yritysvastuuraportti ole CSRD:n mukainen kestävyysraportti, sillä yhtiö on veloitettu raportoimaan sen mukaisesti vasta vuonna 2026. (Evli Oyj, Vuosikertomus 2024, s. 20)

Monissa yhtiöissä vastaavat raportoinnit laaditaan kuitenkin erillisinä dokumentteina ja vuosikertomuksessa keskitytään käsittelemään vastuullisuutta konkreettisina tekoina, asetettuina tavoitteina ja niiden toteutumisen seurannalla. Harvian vuoden 2023 vuosikertomuksen vastuullisuusosiossa esitetäänkin sen vastuullisuuden avainlukuja kuten hiilidioksidipäästöjä, päästöttömän sähkön osuutta ja montako prosenttia tavarantoimittajista ja palvelujen toimittajista noudattavat toimintatapaohjetta (Harvia Oyj, Vuosikertomus 2024: Vastuullisuus Harvialla).

Toimeksiantajayrityksen lukeutuessa pieniin- ja keskisuuriin yrityksiin ei sitä vielä kokonsa puolesta ole velvoitettu raportoimaan lakisääteisesti kestävyys- ja vastuullisuustoimistaan. Vuosikertomuksessa voidaan kuitenkin tuoda esille yrityksen vastuullisuustekoja, mieltymyksiä, tavoitteita ja niiden seuranta. Toimialalle tyypillisesti esille nostetaan lähiruoan ja pientuottajien osuus osana yrityksen liiketoimintaa. Tämä ratkaisu korostaa paikallisuuden ja kestävän ruoantuotannon merkitystä sekä viestii sidosryhmille sitoutumista vastuullisiin arvoihin.

6.4 Tilikauden tärkeimmät tapahtumat

Vuosikertomuksissa tuodaan tyypillisesti esille myös yrityksen liiketoiminnan kohokohdat ja tärkeimmät tapahtumat. Nordic Hospitality Partners Oyj:n vuoden 2024 vuosikertomuksessa tuodaan esille vuosineljänneksien kohokohtia, kuten uuden toimitusjohtajan nimitys, yhtiön hankintoja, rahoitussopimuksia ja myyntiennätyksiä (NoHo, Vuosikertomus 2024, s. 10). Pienissä- ja keskikokoisissa yrityksissä tämän kaltaisia isoja tapahtumaketjuja ei välttämättä ole yhden vuoden aikana, ainakaan raportoitavaksi asti.

Toimeksiantaja yrityksen vuosikertomuksessa tilikauden tärkeimmiksi tapahtumiksi nostetaan yrityksen liiketoimintaan vaikuttaneet tärkeimmät tapahtumat ja suuremmat tilaukset, jonka lisäksi samassa osiossa käsitellään tuotekohtaisia sekä myynnillisiä saavutuksia kuten Nordic Hospitalityn vuosikertomuksessa. Tuotekohtaiset myynnit saadaan selville yrityksen käytössä olevasta kassajärjestelmästä ja myyntireskontrasta.

Vuosikertomuksien kohokohdissa esitellään tyypillisesti myös asiakastyytyväisyyden tasoa, mikäli siinä on yhtiön mielestä onnistuttu. VR:n vuoden 2024 vuosikertomuksen kohokohdissa esitellään yhtiön suositteluindeksiä eli NPS:ää (Net Promoter Score), jonka tunnusluku oli 46 kyseisenä vuonna. Yhtiö tuo myös ilmi, että NPS luku on pudonnut edellisestä vuodesta, mutta

suositteluindeksin laskulle osataan vuosikertomuksessa löytää syy-seuraussuhde. (VR, Vuosikertomus 2024, s. 24)

Toimeksiantajayrityksen vuosikertomuksen vuoden kohokohdissa tuodaan esille asiakastyytyväisyyttä. Yrityksellä ei kuitenkaan ole käytössä suositteluindeksiä, mutta tyytyväisyyden mittaamisessa voidaan hyödyntää varausjärjestelmän ja kotisivujen vuosikohtaisia arviointoja. Arvioinnit toimivat 1–5 tähden pisteytyksellä, josta voidaan laskea niiden keskiarvo.

7 SJOITTAJAVIESTINTÄ

Vuosikertomus on keskeinen osa yrityksen sijoittajaviestintää ja se voi parhaimmillaan tarjota sijoittajille kattavan kokonaiskuvan yhtiön taloudellisesta asemasta, liiketoiminnan kehityksestä sekä tulevaisuudennäkymistä. Vuositainen raportointi toimii strategisena viestinnän välineenä, jonka avulla yritys lisää läpinäkyvyyttä ja vahvistaa sidosryhmäsuhteitaan sekä mainettaan. Vuosikertomuksissa sijoittajaviestinnän toteutus vaihtelee yhtiökohtaisesti sekä sen sisällön, että esitystavan osalta. Sijoittajaviestinnän sääntely ja vaatimukset riippuvat olennaisesti siitä, ovatko yhtiön osakkeet julkisen kaupankäynnin kohteena.

Vuosikertomuksessa sijoittajille suunnattu erillisinformaatio muodostaa selkeästi rajatun kokonaisuuden. Osakkeenomistajien ja sijoittajien katsaus voidaan vapaasti sijoittaa kertomuksessa alku- tai loppuosaan. Yhtiön omat käytännöt määrittelevät katsauksen sisällölliset ratkaisut sekä oikean kohdan. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 57) Sijoittajaviestintä ei rajoitu vain yhteen osioon, vaan koko vuosikertomus toimii viestinnän välineenä, vaikkakin sijoittajien kanalta olennaisimmat tiedot on koottu erilliseen kokonaisuuteen.

Sijoittajille tarkoitetun erillisinformaation tulisi sisältää:

- sääntömääräiset osakekurssi- ja osakevaihtotiedot

- osakepääomaan liittyvät tiedot
- osinkopolitiikka
- osingonmaksu- ja osakerekisteritiedot
- osakeantivaltuudet ja valtuudet omien osakkaiden kauppaan
- johdon omistus ja kannustejärjestelmät
- yhtiön hallinnointiperiaatteet ja sisäpiirisäännökset
- sijoittajasuhteiden yhteystiedot

(Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 57)

Harvia Oyj:n vuoden 2023 vuosikertomuksessa sijoittajat on huomioitu omalla sijoittajainformaatio-osuudella, jossa kerrotaan Harviasta sijoituskohteena (Harvia Oyj, Vuosikertomus 2023). NoHo Partners Oyj:llä vastaavanlainen osio on nimetty ”Tietoja osakkeenomistajille”, jonka lisäksi sijoittajia palvelevat informaatiot löytyvät vuosikertomuksesta omilta sivuiltaan (NoHo Partners Oyj, Vuosikertomus 2024, s. 12).

Sijoittajaviestinnän keskeinen tavoite on tavoittaa sijoittajat ja osakkeenomistajat sekä tarjota näille sidosryhmille olennaisimmat ja ajantasaiset tiedot yhtiöstä. Vuonna 2003 Turun seudun Osuuspankin sijoitustilaisuuteen osallistuneille sijoitusasiakkaille tehdystä kyselytutkimuksesta selviää, mitkä tiedot vaikuttavat sijoittajien osakeostoihin. Kyselyssä tärkeimmiksi osakeostoihin vaikuttaviksi tekijöiksi esille nousivat selvästi osinko ja vakavaraisuus, joita seurasivat kannattavuus ja tuloksetekokyky. Vastauksissa mainittiin myös valintaan vaikuttaviksi tekijöiksi kurssikehitys, tulevaisuuden näkymät ja yhtiön luotettavuus. Kyselyyn osallistui 114 henkilöä, joita voitiin perustellusti kuvailla aktiivisijoittajiksi. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 32 & 36)

Vuosikertomuksen sijoittajaviestinnän on siis oltava ennen kaikkea selkeää ja helposti sijoittajien saavutettavissa olevaa. Yrityksen vuosikertomuksen tulisi antaa osakkeenomistajille ja sijoittajille oikea ja riittävä kuva yrityksen toiminnasta. Hyvin laadittu vuosikertomus ei ainoastaan täytä vaatimuksia, vaan myös vahvistaa sijoittajien luottamusta yhtiötä kohtaan sekä tukee päätöksentekoa sijoittajien valitessa sijoituskohteitaan.

8 VUOSI LUKUINA: TILINPÄÄTÖS

Katsausosaa seuraa vuosikertomuksessa tyypillisesti tilinpäätösosio, kuten edellä sisällöllisissä ratkaisuissa todettiin. Tilinpäätösosiossa yhtiö esittelee kyseistä vuosikertomusta koskevan tilikauden tilinpäätöksen. Tilinpäätös voidaan sisällyttää vuosikertomukseen, mutta mikäli tilinpäätös julkaistaan vuosikertomuksessa kokonaisuudessaan tai osissa, tulee sen rinnalle liittää myös tilintarkastuskertomus (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 61).

”Tilinpäätös on yrityksen taloudellisen raportoinnin huipentuma” (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 60). Tämä taloudellisen raportoinnin huipentuma pitää sisällään tuloslaskelman ja taseen eli yksinkertaisuudessaan se toimii yhteenvedona yrityksen tuloista, menoista sekä varoista. Arvopaperi-, yhteisö- ja kirjanpitolainsäädäntö säätelevät tarkoin tilinpäätöksen sisältöä, johon sovelletaan useita pakottavia säännöksiä (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 60).

Vuosikertomus ja tilinpäätös ovat tärkeitä yrityskuvan rakentajia, siksi niiden ulkoasu ja sisältö tulee toteuttaa huolellisesti ja ammattimaisesti. Julkistettava tilinpäätös koostuu tuloslaskelmasta, taseesta, liitetiedoista sekä toimintakertomuksesta. Samassa yhteydessä julkaistaan myös tilintarkastuskertomus. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 64)

Tuloslaskelma voidaan esittää kahdella tavalla, yksityiskohtaisesti eriteltynä tai tiivistettynä lyhentämismahdollisuutta hyödyntäen siten, että kokonaisuus hahmottuu yleissilmäyksellä. (Leppiniemi & Virtanen, 2003, s. 64) Kirjanpitolautakunnan vuoden 2006 yleisohjeen mukaan kaavojen erittelyistä on mahdollista poiketa, mikäli yksittäisten erien erillinen esittäminen ei vaikuta olennaisesti oikean ja riittävän kuvan muodostumiseen tai yhdistäminen parantaa esityksen selkeyttä. (Leppiniemi, 2007)

8.1 Tilinpäätösanalyysin tunnusluvut

Tilinpäätös kuvaa yrityksen taloudellista tilannetta ja mahdollistaa sen analysoinnin. Tilinpäätösanalyysin avulla voidaan selvittää ja kuvata yrityksen tunnuslukuja kuten kannattavuutta, maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta. Hyvän analyysin pohjana on hyvä olla peräkkäisiä vuosia, jolloin tilinpäätöksien tietoa voidaan verrata keskenään. (Vilkkumaa, 2010, s. 43)

Näitä edellä mainittuja tunnuslukuja hyödynnetään toimeksiantajan vuosikertomuksessa, koska ne auttavat hahmottamaan yrityksen taloudellista tilaa ja suoriutumista. Tunnuslukujen avulla vuosikertomuksen kohderyhmä eli henkilöstö ja osakkeenomistajat pystyvät perehtymään yrityksen maksuvalmiuteen, vakavaraisuuteen ja näin ollen kannattavuuteen yksinkertaisten prosenttilukujen avulla.

8.2 Kannattavuus

Kannattavuudella tarkoitetaan peruseriaatteeltaan sitä, että yrityksen liikevaihto ylittää saman ajanjakson kulut eli toisin sanoen, yritykseen myynnistä tuleva rahamäärä on suurempi kuin sieltä kuluihin lähtevä rahamäärä. Yrityksen maksuvalmiudesta ja vakavaraisuudesta voidaan pitää huolta kannattavan yritystoiminnan kautta. (Vilkkumaa, 2010, s. 44)

Kannattavuutta voidaan mitata ja kuvata oman pääoman tuottoprosentin, liikevoittoprosentin sekä nettotulosprosentin avulla. Näiden laskemiseen tarvitsemme yrityksen tilinpäätöksen tuloslaskelman ja taseen sisältämiä lukuja, jotka käymme läpi seuraavaksi.

8.2.1 Oman pääoman tuottoprosentti

Oman pääoman tuottoprosentin laskemiseen tarvitaan euromääräinen tilikauden voitto, joka jaetaan oman pääoman keskiarvolla. Keskiarvo saadaan laskemalla tilikauden alun ja lopun oma pääoma yhteen ja jakamalla se kahdella.

Lopuksi tämä yhtälö kerrotaan sadalla, jolloin vastaukseksi saadaan tuotto prosentti, joka toimii tunnuslukuna. (Jormakka ym., 2018, s. 130)

$$\text{Oman pääoman tuotto prosentti} = \frac{\text{tilikauden voitto €}}{\text{oman pääoman keskiarvo €}} \times 100$$

Tunnusluku osoittaa, kuinka suuri tilikauden voitto on prosentuaalisesti suhteessa omistajien sijoittamaan omaan pääomaan (Jormakka ym., 2015, s.130). Tämä tunnusluku havainnollistaa sen, kuinka paljon tuottoa tulee tarkastelutilikaudelta. Yrityksen omistajat haluavat ja odottavat saavansa omistussijoitukselleen tuottoa. (Vilkkumaa, 2010, s. 46) Tunnusluvun tasolla on merkitystä ja oman pääoman tuotto prosenttin tasoon voidaan soveltaa samaa kaavaa, kuin sijoitetun pääoman tuotto prosentissa. ”Hyvänä tasona voidaan pitää yli 15 % tuottoa, ja yli 20 % tuotto on erinomainen” (Vilkkumaa, 2010, s.45).

8.2.2 Liikevoittoprosentti

Liikevoittoprosentti lasketaan jakamalla tilikauden euromääräinen liikevoitto yrityksen liikevaihdolla. Lopuksi tämä yhtälö kerrotaan sadalla, jolloin vastaukseksi saadaan tunnusluvuksi liikevoittoprosentti. (Jormakka ym., 2018, s.130)

$$\text{Liikevoittoprosentti} = \frac{\text{liikevoitto €}}{\text{liikevaihto €}} \times 100$$

Tunnuslukuna toimiva liikevoittoprosentti kertoo, kuinka suuri osa yrityksen tilikauden liikevaihdosta jää voitoksi varsinaisten liiketoiminnan kulujen vähentämisen jälkeen. Näin kannattavuutta tarkastellaan kustannustehokkuuden näkökulmasta (Jormakka ym., 2015, s. 130). Liikevoittoprosentti on kohtalaisen sidoksissa toimialaan. Tämä seikka on otettava huomioon sitä hyödyntäessä, sillä se muodostaa olennaisen rajoituksen tunnusluvun käyttöön.

Tarkasteltavan yrityksen toimiala on ravintola-ala, jotka ovat Anneli Hertsin Talouselämän artikkelin mukaan keskimääräisesti heikosti kannattavia. ”Alan mediaaniyrityksen liikevoittoprosentti olikin viime vuonna 2,4 prosenttia. Juuri sen parempaa tulosta alan keskivertoyritykset eivät ole aiemminkaan tehneet.” (Hertsi, 2023, Ravintola-alalla kuhisee) Vuosikertomuksessa voidaan hyödyntää tätä vertailuarvoa liikevoittoprosenttia tarkastellessa.

8.2.3 Nettotulosprosentti

Nettotulosprosentti lasketaan jakamalla tilikauden voitto tilikauden liikevaihdolla. Lopuksi tämä yhtälö kerrotaan sadalla, jolloin tulokseksi saadaan nettotulosprosentti. (Vilkkumaa, 2010, s. 47)

$$\text{Nettotulosprosentti} = \frac{\text{tilikauden voitto } \text{€}}{\text{liikevaihto } \text{€}} \times 100$$

Vastaukseksi saatu nettotulosprosentti kertoo, kuinka monta prosenttia tarkasteltavan tilikauden liikevaihdosta jää yritykselle tilikauden voitoksi. Tunnuslukuina se toimii toimialan sisällä hyvänä mittarina liiketoiminnan kannattavuudelle. Yrityksellä on paremmat edellytykset maksaa osinkoa osakkeenomistajilleen silloin, kun sen nettotulosprosentti on korkeampi. Täytyy kuitenkin huomioida, että nettotulosprosenttiin voi heikentävästi vaikuttaa myös yrityksen rahoituksen rakenne. (Vilkkumaa, 2010, s. 47–48)

8.3 Maksuvalmius

Maksuvalmius kuvastaa yrityksen kykyä suoriutua ajallaan maksuvelvoitteistaan ja lyhytaikaisista veloistaan. Käytännössä maksuvalmius kuvastaa nimienomaisesti sitä, millainen valmius yrityksellä on suoriutua maksuvelvoitteistaan. Poiketen liikevoittoprosentista, maksuvalmiuden mittaaminen on toimialariippumaton, sillä alasta riippumatta maksuvalmiuden on oltava hyvällä tasolla. (Vilkkumaa, 2010, s. 48–49)

Maksuvalmiutta voidaan myös tarkastella erilaisten tunnuslukujen avulla, jotka saadaan laskemalla yrityksen quick- ja current ratio. Nämä tunnusluvut kuvastavat yrityksen maksuvalmiutta tietyllä aikavälillä.

8.3.1 Quick ratio

Quick ratio on nimensä mukaisesti nopea maksuvalmiussuhde, jonka avulla mitataan yrityksen mahdollisuuksia selviytyä pelkällä rahoitusomaisuudellaan sen lyhytaikaisista veloistaan, kuten saamisista. Tilikauden euromääräiset lyhytaikaiset saamiset sekä raha- ja pankkisaamiset lasketaan yhteen, jonka jälkeen siitä saatu tulos jaetaan lyhytaikaisella vieraalla pääomalla, josta on vähennetty lyhytaikaiset saadut ennakot. (Vilkkumaa, 2010, s. 48–49)

$$\frac{\text{lyhytaikaiset saamiset €} + \text{rahat ja pankkisaamiset €}}{\text{lyhytaikainen vieras pääoma €} - \text{lyhytaikaiset saadut ennakot €}}$$

Quick rationin tunnusluvun on tarkoitus ilmaista sitä, miten hyvin yrityksen nopeasti rahaksi muutettavat eli likvidit varat kattavat sen lyhytaikaiset veloitteet. (Vilkkumaa, 2010, s. 49) Ohjearvona yli yhden ylittävää arvoa voidaan pitää hyvänä ja tavoiteltavana sekä muita viitteellisiä arvoja seuraavanlaisesti, kuten taulukossa 1 esitetään.

Taulukko 1. Quick ratio -tunnusluvun viitteelliset arvot (Alma Insights, n.d., kohta Tunnuslukuopas: Quick ratio)

Quick ratio -tunnusluku	Tulkinta
yli 1,5	Erinomainen
1–1,5	Hyvä
0,5–1	Tyydyttävä
0,3–0,5	Välttävä
alle 0,3	Heikko

8.3.2 Current ratio

Current ration avulla arvioidaan yrityksen rahoituspuskuria ja maksuvalmiutta, kuten edellä esitettyssä quick rationissa. Erona kuitenkin on, että current rationissa maksuvalmiuteen vaikuttaa myös yrityksen varastossa olevat tavarat eli vaihto-omaisuus. Vaihto-omaisuus otetaan huomioon, sillä tarvittaessa yritys voisi selviytyä lyhytaikaisista veloistaan myymällä varastossa olevia tavaroita ja raaka-aineita. (Vilkkumaa, 2010, s. 50)

Current ratio tunnusluku saadaan laskemalla yhteen euromääräiset saamiset, rahat- ja pankkisaamiset sekä vaihto-omaisuus. Tämä yhtälö jaetaan lyhytaikaisella vieraalla pääomalla, aivan kuten quick rationissakin. Eroavaisuutena on kuitenkin, ettei lyhytaikaisia saatuja ennakkoja vähennetä tästä. (Vilkkumaa, 2010, s. 50)

$$\frac{\text{saamiset €} + \text{rahat ja pankkisaamiset €} + \text{vaihto - omaisuus €}}{\text{lyhytaikainen vieras pääoma €}}$$

Current ratio -tunnusluvun viitteelliset ohjearvot poikkeavat quick rationista. Hyvänä tunnuslukuna voidaan pitää kahden ylittävää arvoa ja puolestaan tyydyttävänä 1,5–2 arvoa. Alle yhden olevan arvon katsotaan olevan heikko. Muiden ohjearvojen tulkinnat nähtävissä taulukossa 2. (Vilkkumaa, 2010, s. 50)

Taulukko 2. Current ratio -tunnusluvun viitteelliset arvot (Alma Insights, n.d., kohta Tunnuslukuopas: Current ratio)

Current ratio -tunnusluku	Tulkinta
yli 2,5	Erinomainen
2–2,5	Hyvä
1,5–2	Tyydyttävä
1–1,5	Välttävä
alle 1	Heikko

8.4 Vakavaraisuus

Vakavaraisuus kuvastaa yrityksen kykyä suoriutua pitkän aikavälin velvoitteistaan. Yrityksen vakavaraisuus kuvastaa kuinka suuri oman pääoman suhde on koko käytössä olevaan pääomaan. Huonojen aikojen varalle vakavaraisuus antaa yritykselle liikkumavaraa. (Vilkkumaa, 2010, s. 50)

Mikäli yrityksen rahoituspuoli eli oman pääoman suhde ei ole kunnossa, ei hyvä kannattavuus yksinään turvaa toimintaa (Alma Insights, n.d., Tunnuslukuopas: Vakavaraisuus). Vakavaraisuutta voidaan myös mitata omavaraisuusasteen ja suhteellisen velkaantumisen tunnuslukujen laskemisella, joista saamme vastaukseksi vakavaraisuuden tunnusluvut.

8.4.1 Omavaraisuusaste

Omavaraisuusaste kuvaa sitä, miten suuri osa liiketoiminnasta on rahoitettu yrityksen omalla pääomalla. (Jormakka ym., 2015, s. 133) Omavaraisuusasteen tarkoituksena on kartoittaa yrityksen vakavaraisuuden lisäksi myös sen tappionsietokykyä sekä pitkällä tähtäimellä kykyä selviytyä sitoumuksista ja velvoitteistaan. Omavaraisuusasteen ollessa korkealla tasolla, on yrityksen liiketoiminta vakaammalla pohjalla. (Alma Insights, n.d., Tunnuslukuopas: Omavaraisuusaste)

Tunnusluku saadaan selville jakamalla taseen osoittama oma pääoma, taseen loppusummalla. Lopuksi tämä yhtälö kerrotaan vielä sadalla, jolloin selville saatava tunnusluku on prosenttimuodossa. Mikäli tilinpäätöshetkellä olevia saatuja ennakoita on suhteessa merkittävä määrä, tehdään taseen loppusummasta vielä niiden mukainen vähennys. (Vilkkumaa, 2010, s. 50)

$$\text{Omavaraisuusaste} = \frac{\text{taseen osoittama oma pääoma } \text{€}}{\text{taseen loppusumma } \text{€} - \text{saadut ennakot } \text{€}} \times 100$$

Omavaraisuusasteen avulla saadaan selville tunnusluku, jonka arvo kuvastaa sitä yhtiön varallisuuden osuutta, joka on rahoitettu käytössä olevalla omalla

pääomalla. Omavaraisuusasteen laskennasta saatu tunnusluku on toimialasta riippumaton eli sitä voidaan käyttää yli toimialarajojen.

Tunnuslukuna 50 prosenttia voidaan pitää erinomaisena, hyvällä tasolla olevana arvona puolestaan 35–50 prosentin vaihteluväliä, tyydyttävänä 25–35 prosentin väliä, välttävänä 15–25 prosenttia sekä heikkona puolestaan alle 15 prosentin arvoa. (Alma Insights, n.d., Vakavaraisuus: Omavaraisuusaste) Näiden tunnuslukujen tulkinta on nähtävissä taulukossa 3.

Taulukko 3. Omavaraisuusasteen viitteelliset arvot (Alma Insights, n.d., Vakavaraisuus: Omavaraisuusaste)

Omavaraisuusaste -tunnusluku	Tulkinta
yli 50 %	Erinomainen
35–50 %	Hyvä
25–35 %	Tyydyttävä
15–25 %	Välttävä
alle 15 %	Heikko

8.4.2 Suhteellinen velkaantuneisuus

Suhteellinen velkaantuneisuus mittaa ja kuvastaa yrityksen vieraan pääoman määrää suhteessa sen liikevaihtoon eli toisin sanoen velkojen suhdetta mitataan toiminnan laajuuteen. Suhteellinen velkaantuneisuus lasketaan vähentämällä taseen veloista saadut ennakot, jonka jälkeen ne jaetaan yrityksen liikevaihdolla. Lopuksi yhtälö kerrotaan sadalla, jolloin saadaan vastaukseksi suhteellisen velkaantuneisuuden prosentti. (Vilkkumaa, 2010, s. 51)

$$\text{Suhteellinen velkaantuneisuus} = \frac{\text{taseen velat €} - \text{saadut ennakot €}}{\text{liikevaihto €}} \times 100$$

Toisin kuin omavaraisuusasteessa, suhteellisen velkaantuneisuuden tunnusluvun korkeampi arvo kuvastaa heikompaa tasoa. Eri toimialojen välillä

tunnusluku vaihtelee, joten sitä täytyy verratta toimialakohtaisesti. Selkeitä ohjearvoja ei ole, mutta hyvänä tasona voidaan pitää 40 prosentin alittavaa tunnuslukua, tyydyttävänä arvona 40–80 prosenttia ja heikkona puolestaan 80 prosentin ylittävää tunnuslukua. (Vilkkumaa, 2010, s. 51) Voidaan siis ajatella, että yrityksellä on liikevaihtoa yhtä paljon kuin velkaa, mikäli sen suhteellinen velkaantuneisuus 100 prosentin luokkaa.

8.5 Kiertoajat

Kiertoajat eli kiertonopeustunnusluvut mahdollistavat taloudellisen tehokkuuden seurannan. Puhuttaessa myyntisaamisista, ostovelkoista sekä varastoista, voidaan huomata niiden olevan sidoksissa toimialaan. Tässä tapauksessa onkin tärkeä verrata lukuja toimeksiantajan toimialaan eli ravintola-alaan.

Kiertoaikojen nopeudelle voidaan asettaa tavoitteet, joita seurata. Tämän kaltaisista tavoitteista voidaan käyttää termiä kiertonopeustunnuslukutavoitteet. Tavoitteiden seuraamisen takana voi olla tarve parantaa edelläkin mainittuja kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden tunnuslukuja, jotta yritystoiminnasta saadaan tehokkaampaa. (Vilkkumaa, 2010, s. 52)

Seuraavissa alaluvuissa käsittelemme nimenomaan myyntisaamisten-, ostovelkojen-, ja varaston kiertoaikojen laskemista sekä tunnuslukuja.

8.5.1 Myyntisaamisten kiertoaika

Yrityksen toimialasta riippuen, asiakas voi ostaa tuotteet tai palvelut velaksi eli laskulle tai luotolle. Tämän kaltaiset maksuerät kerryttävät yrityksen myyntisaamisista, joissa piilee aina luottotappioriski, mikäli asiakas ei pystykään hoitamaan erääntyvää saamista ajoissa tai ollenkaan. (Vilkkumaa, 2010, s. 52)

Myyntisaamisten kiertoajan tunnusluku ilmaisee, kuinka monen päivän kuluessa asiakkaat maksavat erääntyvät saamisensa yritykselle eli montako päivää myynti on keskimääräisesti saamisissa ennen kuin se saadaan

varsinaisesti kassaan rahana. (Alma Insights, n.d., Tunnuslukuopas: Myyntisaamisten kiertoaika).

Myyntisaamisten kiertoajan tunnusluku saadaan selville jakamalla myyntisaamiset liikevaihdolla ja lopuksi kertomalla saatu tulos 365 eli vuoden päivien lukumäärällä. (Vilkkumaa, 2010, s.53)

$$\text{Myyntisaamisten kiertoaika} = \frac{\text{myyntisaamiset } \text{€}}{\text{liikevaihto } \text{€}} \times 365$$

Tarkastellessa ravintola-alan ja etenkin toimeksiantajayrityksen myyntisaamisten kiertoaikaa on otettava huomioon, että suurin osa asiakkaiden tekemistä ostoista suoritetaan niin kutsuttuina käteismyynteinä, jolloin ei synny myyntisaamisia. Myyntisaamisia syntyy sopimusasiakkaiden ja erinäisten tilauksien laskutuksesta.

8.5.2 Ostovelkojen kiertoaika

Ostovelkojen kiertoaika kertoo, kuinka monta päivää yrityksen ostovelat eli ostolaskut ovat keskimäärin maksamatta (Jormakka ym., 2015, s. 138). Heikentyneestä maksuvalmiudesta voi kertoa ostovelkojen kiertoajan pidentyminen, sillä laskut ovat keskimääräistä pidempään hoitamattomina tai siitä, että yritykselle ei myönnetä pitkiä maksuaikoja.

Ostovelkojen kiertoaika lasketaan jakamalla euromääräiset ostovelat tilikauden ostoilla sekä ulkopuolisilla palveluilla. Lopuksi tämä yhtälö kerrotaan 365, kuten myyntisaamisten kiertoajan laskennassakin. (Vilkkumaa, 2010, s. 53)

$$\text{Ostovelkojen kiertoaika} = \frac{\text{ostovelat } \text{€}}{\text{ostot } \text{€} + \text{ulkopuoliset palvelut } \text{€}} \times 365$$

Ostovelkojen kiertoajaksi saatua tunnuslukua voidaan verrata yrityksen toimialalla vallitseviin maksuaikoihin. Hyvä vertailuarvo saadaan, kun verrataan yrityksen kaikkien ostolaskujen keskimääräisiä maksuehtoja kiertoajasta

saatavaan tunnuslukuun. Lisäksi kiertoaikaa voidaan verrata myyntisaamisten kiertoaikaan, joka ohjeen mukaan saa olla hieman matalampi kuin ostovelkojen kiertoaika. On otettava myös huomioon, että tilinpäätöshetkellä ostovelat saattavat poiketa normaalista, jolloin tunnusluku sitoutuu liialti tilinpäätösajan kohtaan. (Alma Insights, n.d., Tunnusluvut: Ostovelkojen kiertoaika)

8.5.3 Varaston kiertoaika

Varaston kiertoaika kuvaa kuinka pitkään yrityksen tuotteet ja raaka-aineet ovat varastossa ennen niiden myyntiä. Tunnusluvun avulla saadaan selville, kuinka kauan eli kuinka monta päivää yritys joutuu varastoimaan tuotteitaan. Tunnusluku lasketaan jakamalla vaihto-omaisuuden eli varaston arvo päiväkohtaisilla ostoilla. (Jormakka ym., 2015, s. 139)

$$\text{Varaston kiertoaika} = \frac{\text{Vaihto - omaisuus}}{\text{Ostot}/365}$$

Yrityksessä varaston kiertoajalle voidaan asettaa tavoitearvo, jonka toteutumisesta voidaan hallita varastosuunnitelman seuraamisella. Tunnusluvun ollessa suuri, yrityksen tulee tehostaa varaston hallintaa, sillä varaston korkea arvo sitoo tarpeettomasti yrityksen pääomia (Alma Insights, n.d., Tunnusluvut: vaihto-omaisuuden kiertoaika). Alhainen arvo puolestaan viestii tehokkaasta varastonhallinnasta, joka saattaa jopa pienentää varastointikustannuksia.

9 POHDINTA JA TOIMEKSIANTAJAN PALAUTE

Opinnäytetyön kirjallisuuskatsauksen pohjalta toteutin toiminnallisen kehittämisprojektin, jonka tuloksena laadin toimeksiantajayritykselle vuoden 2024 vuosikertomuksen. Tämän opinnäytetyön kirjallisuuskatsauksen tuottaman teoreettisen tiedon pohjalta toteutin toiminnallisen kehittämisprojektin, jonka konkreettisena tuotoksena laadittiin toimeksiantajayritykselle vuoden 2024

vuosikertomus. Suunnittelussa otettiin huomioon, että kyseessä on yksityinen osakeyhtiö eikä julkinen osakeyhtiö tai pörssiyhtiö, jolloin vuosikertomuksen sisällölle ei asetettu samoja sisällöllisiä vaatimuksia kuin julkisille osakeyhtiöille. Näin ollen vuosikertomuksen laadinnassa jouduttiin soveltamaan ja räätälöimään sen sisältöä vastaamaan paremmin toimeksiantajan tarpeita ja yrityksen kokoluokkaa. Vuosikertomuksen sisällön suunnittelussa keskityttiinkin erityisesti yrityksen omiin viestinnällisiin ja sisällöllisiin tarpeisiin.

Vuosikertomuksen valmistuttua esittelin valmiin työn toimeksiantajayrityksen toimitusjohtajalle. Toimeksiantajan mukaan työ vastasi hyvin sille asetettuja tavoitteita ja organisaation tarpeita. Työtä pidettiin selkeänä ja informatiivisena sidosryhmäviestinnän työkaluna, joka vastaisi vuosittaiseen tarpeeseen saada tilikauden tapahtumat esitettyä ymmärrettävästi. Vuosikertomuksessa erityisen merkittävässä roolissa olivat siinä esitetyt avainluvut sekä myyntiin painotuvat kaaviot ja tilastot.

Vuosikertomuksessa toimeksiantajayrityksen strategia, visio ja niitä kannattelevat arvot esitettiin selkeästi ja havainnollistavasti, korostaen niiden merkitystä. Sidosryhmäviestinnässä näiden esilletuominen on tärkeää, sillä ne viestivät yrityksen suunnasta, tavoitteista ja keskeisistä toimintaperiaatteista. Toimeksiantajan mukaan näiden kannattelevien arvojen esiin tuominen tukee niiden käytännön toteutumista ja vahvistaa henkilöstön sitoutumista yrityksen toiminta- ja päätöksentekokulttuuriin.

Toimeksiantajan mukaan työn lopputulos vastasi erinomaisesti yrityksen tarpeita ja odotuksia. Työn onnistuneen lopputuloksen myötä sain toimeksiantajayritykseltä uuden toimeksiannon laatia vastaavanlainen raportti myös seuraavalle vuodelle. Vuoden 2024 vuosikertomus mahdollistaa avainlukujen ja liiketoiminnan onnistumisten vertailun kahden peräkkäisen vuoden välillä. Tämä tukee organisaation jatkuvaa kehitystä, seuranta sekä strategista päätöksentekoa. Vuosikertomuksen vakiinnuttaminen osaksi yrityksen vuosittaista raportointia varmistaa tiedon johdonmukaisuuden sekä tukee pitkäjänteistä kehitystyötä.

10 JOHTOPÄÄTÖSET

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntynyt vuosikertomus on sovellettavissa käytäntöön ja tarjoaa toimeksiantajayritykselle toimivan mallin liiketoiminnan raportointiin ja seurannan kehittämiseen. Toimeksiantona tehty vuosikertomus toimii vahvana perustana ja suuntaviivana tulevien vuosikertomusten laadinnalle ja kehittämiselle. Keskeistä on, että vuosikertomuskäytäntö on otettu käyttöön ja vakiinnutettu osaksi yrityksen viestintäprosessia. Vuosikertomuksen vakiintuessa sen avulla voidaan tarkastella liiketoiminnan kehitystä ja tunnistaa kehityskohteita, mikä tukee yrityksen päätöksentekoa.

Työn jatkotutkimus- ja kehittämis ehdotuksille on hahmottunut selkeä suunta. Jatkotutkimuksena voitaisiin toteuttaa kyselytutkimus vuosikertomuksen kohderyhmälle, jossa selvitetään vuosikertomuksen vaikutusta yrityksen viestintään. Onko vuosikertomuksen käyttöönotolla ja vakiinnuttamisella ollut toivottunlaisia tuloksia? Onko esille nousseet kehitysehdotuksia?

Kehittämis ehdotuksina esiin nousivat työhyvinvointikyselyn käyttöönottoaminen toimeksiantajayrityksessä, jonka avulla työhyvinvoinnista saatu tieto voitaisiin johtaa vuosikertomuksen henkilöstö- ja vastuullisuusosioon. Lisäksi asiakastytyväisyyden osalta käyttöön voitaisiin ottaa NPS-malli (Net Promoter Score) perinteisten asiakastytyväisyyttä mittaavien menetelmien rinnalle. NPS-kyselyistä saadut tulokset voitaisiin tulevaisuudessa esittää osana vuosikertomusta.

Tämän opinnäytetyön toteuttamista haastoi aiheen laaja-alaisuus, rajallinen saatavilla oleva kirjallisuus ja aikaisempien tutkimustulosten vähäisyys. Lisäksi haasteita toi vuosikertomuskäytänteiden soveltaminen osakeyhtiömuotoisen (Oy) yritykseen, sillä suurin osa käytännöistä perustui julkisiin osakeyhtiöihin tai pörssiyrityksiin. Opinnäytetyössäni tukeuduin paljon Leppiniemen ja Virtasen vuosikertomuksia käsittelevään kirjaan vuodelta 2003, joka sisälsi paljon vanhentunutta tietoa. Tätä opinnäytetyötä laatiessa oli tärkeää suhtautua lähteisiin kriittisesti ja arvioida niiden ajantasaisuutta tarkasti. Varsinaista

vuosikertomusta käsittelevää tutkimuskirjallisuutta on saatavilla rajallisesti, joten tietoa oli osattava etsiä monipuolisesti eri kirjallisuuslähteistä.

Tässä opinnäytetyössä käytetty kirjallisuus on luotettavaa, vaikka kirjallisuuden saatavuus asetti joitakin rajoitteita. Kirjallisuuskatsauksessa on hyödynnetty ajantasaista lainsäädäntöä, oppikirjallisuutta sekä ajankohtaisia artikkeleita. Tarkastelun kohteena olivat eri yhtiöiden vuosikertomukset sekä niiden laatimiskäytännöt ja sisällölliset ratkaisut. Opinnäytetyön alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin saatiin kirjallisuuskatsauksen avulla kattavat vastaukset, jotka muodostivat teoreettisen pohjan työn käytännön toteutukselle.

Arvioni mukaan opinnäytetyö onnistui odotusten mukaisesti, vaikka sisällöllisesti toiminnallista kuvausta olisi voinut olla laajemmin. Toimeksiantajayrityksen anonymiteetin säilyttäminen asetti kuitenkin tiettyjä rajoituksia työn sisältöön ja sen syvällisyyteen. Työtä tehdessä oli pystyttävä rajaamaan laajasta kokonaisuudesta keskeisimmät käsitteet sekä tuomaan esille vuosikertomuksiin olennaisesti vaikuttavat näkökulmat ja lähestymistavat.

Työn tavoitteena ei ole ollut tarjota tyhjentävää tai perinpohjaista katsausta, vaan jättää tilaa jatkotutkimukselle, kehittämiselle ja aiheen laajemmalle tarkastelulle. Kokonaisuutena tämä työ tarjoaa selkeän ja kattavan kokonais kuvan vuosikertomuskäytännöistä sekä keskeisistä näkökohdista, jotka tulee ottaa huomioon vuosikertomuksia laadittaessa. Tulosten perusteella voidaan todeta, että työ tukee käytännönläheistä soveltamista ja toimii perustana mahdolliselle jatkokehittämiselle.

LÄHTEET

- Alma Insights. (n.d.). Tunnuslukuopas. Haettu 3.5.2025 osoitteesta <https://www.almainights.fi/tunnuslukuopas/>
- Arvopaperimarkkinalaki 746/2012. <http://data.finlex.fi/eli/sd/2012/746/ajantasa/2025-04-25/fin>
- Evli Oyj Vuosikertomus 2024. (n.d.) Haettu 18.5.2025 osoitteesta <https://evli-website.files.svcdn.com/production/Evli.com/Documents/IR/FI/2024/Vuosikertomus-2024-Evli-Oyj.pdf>
- Hansel Oy, Vuosikertomus 2024. (n.d.) Haettu 18.5.2025 osoitteesta <https://vuosikertomus2016.hansel.fi/vuosi-2016/organisaatio/organisaatiokuva/organisaatiokaavio/>
- Harvia Oyj, Vuosikertomus 2023. (n.d.) Haettu 5.5.2025 osoitteesta https://harviagroup.com/wp-content/uploads/2024/03/Harvia_Oyj_Vuosikertomus_2023.pdf
- Hertsi, A. (2023). Ravintola-alalla kuhisee: Häviäjät kaupittelevat yrityksiään, voittajat laajentavat. Haettu 3.5.2025 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/lillukka.samk.fi/uutiset/ravintola-alalla-kuhisee-haviaajat-kaupittelevat-yrityksiaan-voittajat-laajentavat/cb06f68a-6075-46e5-9474-7cc4518ab498>
- Hietala, H. & Hakala, S. (2024). CSRD- JA CSDDD-direktiivien vaikutukset pk-yrityksiin. Seamk verkkolehti. Haettu 1.6.2025 osoitteesta <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2024092674971>
- Isohookana, H. (2007). Yrityksen markkinointiviestintä. WSOYpro.
- Isokangas, A., Vassinen, R., Piha, K., Niemi, R., Piha, K., & Niemi, R. (2024). Viherpesutalous: Näin markkinoit ja viestit vastuullisesti. Alma Insights.
- Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J., & Niskanen, M. (2015). Laskentatoimi (4. uud. p.). Edita.
- Kalliomäki, A. (2014). Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum.
- Kirjanpitolaki 1336/1997. <http://data.finlex.fi/eli/sd/1997/1336/ajantasa/2024-12-19/fin>
- Kostamo, P., Airaksinen, T., & Vilkkä, H. (2022). Kirjoita itsesi asiantuntijaksi: Opas toiminnalliseen oppimiseen. Art House.
- Leppiniemi, J. (23.1.2007) Kirjanpitolautakunnan yleisohje tuloslaskelman ja taseen esittämisestä. Tilisanomat. Haettu 19.5.2025 osoitteesta

<https://tilisanomat.fi/yleiset/kirjanpitolaitekunnan-yleisohje-tuloslaskelman-jataseen-esittamisesta>

Leppiniemi, J., & Virtanen, M. (2003). Vuosikertomus: Miten tehdään, miten luetaan? WSOY.

Lindman, J. (17.2.2025). Kestävyyseraportointi on jo täällä - oletko valmis? Suomen Tilintarkastajat Ry. Haettu 18.5.2025 osoitteesta <https://tilintarkastajat.fi/artikkelit/kestavyysraportointi-on-jo-taalla-oletko-valmis/>

Niemi, J. K. (2024). Vastuullisuustyö pk-yrityksissä: Opas tuloksekkaaseen liiketoimintaan (1. painos.). Kauppakamari.

Nordic Hospitality Partners, NoHo, vuosikertomus 2024. (n.d.) Haettu 18.5.2025 osoitteesta <https://mb.cision.com/Main/22256/4119995/3325160.pdf>

Osakeyhtiölaki 624/2006. <https://finlex.fi/eli?uri=http://data.finlex.fi/eli/sd/2006/624/ajantasa/2024-11-22/fin>

Pohjola, J. (2019). Brändin ilmeen johtaminen. Alma Talent.

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry. (n.d.) Oma Media – Organisaatiomedioiden arviointi. Haettu 6.4.2025 osoitteesta <https://www.procom.fi/palvelut/oma-media/>

Ruokolainen, P. (2020). Brändikäsikirja: Näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen! (1. painos.). Kauppakamari.

Tomperi, S. (2022). Käytännön kirjanpito (30., uudistettu painos.). Edita.

Vilka, H., & Airaksinen, T. (2003). Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi.

Vilkkumaa, M. (2010). Yrityksen menestyksen mittarit: Tunnusluvut, yrityksen hinnan määrittäminen & tilinpäätösanalyysi. Yrityskirjat.

VR Group, vuosiraportti 2023. (n.d.) Haettu 5.5.2025 osoitteesta <https://2023.vrgroupraportti.fi/>

Wulff-Yhtiöt Oyj, vuosikertomus 2023. Haettu 18.5.2025 osoitteesta https://is-suu.com/wulfffi/docs/wulff_vuosikertomus_2023?fr=xKAE9_zU1NQ

LIITE 1: YRITYS X OY:N VUOSIKERTOMUS 2024