

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Laskentatoimi

Viktorija Sinjakova

Kilpailija-analyysi: Case Moto-Rauma Oy

Opinnäytetyö 2013

Tiivistelmä

Viktorija Sinjakova

Kilpailija-analyysi: Case Moto-Rauma Oy, 88 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Laskentatoimi

Opinnäytetyö 2013

Ohjaajat: Yliopettaja Heikki Sintonen, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä kilpailija-analyysi Case-yrityksestä ja sen keskeisistä kilpailijoista. Case-yrityksenä on Raumalla sijaitseva moottoripyöräliike Moto-Rauma Oy. Yrityksen tärkeimmiksi kilpailijoiksi valittiin Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. Kilpailija-analyysin työkaluna käytettiin tilinpäätösanalyysiä. Sen avulla oli tarkoituksena analysoida Moto-Rauman taloudellista tilaa tilinpäätösten pohjalta laskettujen tunnuslukujen avulla. Saatujen tunnuslukujen arvoja verrattiin kilpailijoiden tunnuslukuihin sekä saman toimialan tunnuslukujen keskilukuihin. Tuloksia verrattiin myös Yritystutkimus ry:n antamiin viitteellisiin normiarvoihin. Tarkasteltavaksi periodiksi valittiin viisi peräkkäistä tilikautta.

Teoriaosuudessa käytettiin lähteinä kilpailija-analyysiin ja tilinpäätöksiin liittyvää kirjallisuutta, Internet-lähteitä sekä lehtiartikkeleita. Teoriaosuudessa tutustuttiin kilpailija-analyysin käsitteeseen, SWOT-analyysiin, tilinpäätösanalyysiin sekä taloudellista tilaa mittaaviin tunnuslukuihin. Empiria-osuus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, joka perustui aineiston kuvaamiseen ja tulkitsemiseen numeroiden ja taulukoiden avulla. Empiria-osuudessa tunnuslukujen laskemiseen käytettiin apuna Navita Yritysmalliohjelmaa. Tunnuslukujen laskemiseen tarvittavat tilinpäätökset hankittiin Asiakastieto Oy:n sekä Patentti- ja rekisterihallituksen Kaupparekisterin sähköisten sivustojen kautta.

Opinnäytetyön tuloksena syntyvän kilpailija-analyysin tarkoituksena on auttaa toimeksiantajaa tehostamaan yritystoimintaansa ja ymmärtämään kilpailijoidensa vahvuuksia ja heikkouksia. Johtopäätökset-luvussa annettiin konkreettisia ohjeita yrityksen toiminnan tehostamiseen.

Tämän opinnäytetyön perusteella saatiin selville, että Moto-Rauman taloudellinen asema on kilpailijoitaan parempi tässä toimintaympäristössä. Se näkyy yrityksen kannattavuudessa ja vakavaraisuudessa. Sillä perusteella voidaan päätellä, että yrityksen tulevaisuuden näkymät ovat paremmat kilpailijoihin verrattuna.

Asiasanat: kilpailija-analyysi, tilinpäätösanalyysi, tunnusluvut

Abstract

Viktorija Sinjakova

Competitor analysis: Case Moto-Rauma Oy

Number of Pages 88

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Business and Administration Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation of Accounting

Bachelor's Thesis 2013

Instructor: Mr Heikki Sintonen, Principal lecturer

The purpose of the thesis was to analyze competitiveness of a client company and its main competitors. The client is a motorbike retailing company called Moto-Rauma Oy. Such companies as Moto-Seinäjoki Oy and Bike World Oy were chosen as client's main competitor. The main tool for analyzing of competitiveness was the analysis of financial statements of studied companies. The principle of this method is to estimate company's economic situation by studying of key characteristics derived from the financial statements. Obtained characteristics were compared to corresponding characteristics of competitors and to market's average values. The studied period was five sequential financial years.

The information presented in the theoretical part of the thesis was obtained from literature, Internet and newspaper articles. The theoretical part tells about basic terms of competitor analysis, SWOT-analysis, analysis of financial statements and characteristics used for economical state estimation. Empirical part was executed in the form of quantitative study, which means analyzing of information in the form of numbers and tables. The characteristics were calculated with the help of Navita-Yritysmalli software. Financial statements needed for these calculations were obtained from Asiakastieto Oy and from electronic pages of patent registration office.

The idea of the study is to help client company to strengthen its position and to find out strong and weak sides of the main competitors. As a conclusion were presented instructions of how to make client's activity more efficient.

As the result of the study it became clear that Moto-Rauma is more economically stable than its competitors which is clear from its profitability and financial solidity. Based on this the conclusion that Moto-Rauma's future perspectives are better than competitor's can be made.

Keywords: Competitor analysis, Analysis of Financial Statements, key ration

Sisältö

1	Johdanto	6
1.1	Työn tarkoitus ja tavoitteet	6
1.2	Aiheen raja	7
1.3	Työn rakenne ja menetelmät	7
2	Kilpailija-analyysi	9
2.1	Porterin kilpailija-analyysimalli	10
2.2	Tiedon tarve	11
2.3	Tiedon lähteet	12
2.4	Tiedon käyttö ja hyödyntäminen	14
2.5	SWOT-analyysi	15
3	Tilinpäätösanalyysi	16
3.1	Perinteinen tilinpäätösanalyysi	18
3.2	Toimiala-analyysi	18
3.3	Tunnuslukuanalyysi	18
3.4	Yritysanalyysi	19
4	Tunnusluvut	19
4.1	Kannattavuus	21
4.1.1	Liiketulos	22
4.1.2	Nettotulos	22
4.1.3	Oman pääoman tuotto	23
4.1.4	Sijoitetun pääoman tuotto	24
4.2	Vakavaraisuus	25
4.2.1	Omavaraisuusaste	26
4.2.2	Suhteellinen velkaantuneisuus	26
4.3	Maksuvalmius	27
4.3.1	Quick ratio	28
4.3.2	Current ratio	29
4.4	Tehokkuus	29
4.4.1	Myyntisaamisten kiertoaika	30
4.4.2	Ostovelkojen kiertoaika	30
4.5	Kasvu	31
4.6	Konkurssin todennäköisyys	31
5	Kohdeyrityksien kuvaaminen	32
5.1	Moto-Rauma Oy	32
5.2	Kilpailijat	33
5.2.1	Moto-Seinäjoki Oy	33
5.2.2	Bike World Oy	34
6	Analyysi	35
6.1	Kannattavuus	35
6.1.1	Liiketulos	35
6.1.2	Nettotulos	37
6.1.3	Oman pääoman tuotto	39
6.1.4	Sijoitetun pääoman tuotto	40
6.2	Vakavaraisuus	42

6.2.1	Omavaraisuusaste	42
6.2.2	Suhteellinen velkaantuneisuus	43
6.3	Maksuvalmius.....	45
6.3.1	Quick ratio.....	45
6.3.2	Current ratio.....	47
6.4	Tehokkuus	48
6.4.1	Myyntisaamisten kiertoaika	48
6.4.2	Ostovelkojen kiertoaika	50
6.5	Kasvu.....	52
6.6	Konkurssin todennäköisyys	53
6.7	SWOT- analyysi	54
7	Johtopäätökset	57
	Kuvat	60
	Lähteet	62

Liitteet

Moto-Rauma Oy, Liitteet 1-7

Moto-Seinäjoki Oy, Liitteet 1-10

Bike World Oy, Liitteet 1-7

1 Johdanto

Nykymaailman markkinatilanne on koko ajan tiukentumassa. Eri aloille tulee jatkuvasti uusia, yhä vahvempia ja kilpailukykyisempiä yrityksiä, joiden tarkoituksena on oman voiton maksimointi. Tämän vuoksi yrityksen on tunnettava omat kilpailijansa ja toimintaympäristönsä. Mikäli se ei pysty määrittelemään tärkeimpiä kilpailijoitansa eikä olemaan valmis niiden toimiin, voi käydä niin, että nämä kilpailijat asettuvat markkinajohtajiksi ja yritys menettää kannattavuutensa. Yrityksen pitäisi siis jatkuvasti elää muuttuvissa olosuhteissa, olemaan tietoinen markkinoilla tapahtuvista muutoksista sekä kilpailijoiden toimenpiteistä. Esimerkiksi samoja tuotteita myyvän kilpailijan alentaessa hintojaan, yrityksenkin on voitava tehdä samoin. Muutoin yrityksellä on riski menettää asiakkaansa. Toisena vaihtoehtona on muuttaa strategiaansa tuottamalla uusia tuotteita tai palveluita, joissa hintakilpailu on maltillisempaa. Teoriaosuudessa kerrotaan, mitä keinoja on kilpailijan tunnistamisessa, mistä kilpailijatietoa saadaan sekä miten sitä voidaan parhaiten hyödyntää.

Kilpailija-analyysiin liittyy hyvin paljon myös kilpailijoiden taloudellisen tilan analysoimista tilinpäätösten pohjalta laskettavien tunnuslukujen perusteella. Tunnuslukujen avulla pystytään sanomaan paljon kilpailijan terveyskolmiosta, joka muodostuu kannattavuudesta, vakavaraisuudesta ja maksuvalmiudesta. Tämä terveyskolmio on menestyvän yritystoiminnan perusta. Tunnuslukujen avulla pystytään näkemään myös, onko yritystoiminta kasvussa vai mahdollisesti jopa lopettamisen partaalla.

1.1 Työn tarkoitus ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä kilpailija-analyysi toimeksiantoyrityksen ja sen tärkeimpien kilpailijoiden tilinpäätösten tunnusluvuista. Toimeksiantajana on Raumalla sijaitseva moottoripyöräliike Moto-Rauma Oy. Yrityksen toimitusjohtaja Juha Lujala on määritellyt tärkeimmiksi kilpailijoikseen Moto-Seinäjoki Oy:n ja Bike World Oy:n.

Opinnäytetyön tavoitteena on auttaa toimeksiantajaa tehostamaan yritystoimintaansa ja olemaan kilpailijoita vahvempi. Tarkoituksena on löytää laskettavien

tunnuslukujen avulla mahdollisia keinoja yritystoiminnan parantamiseen ja terveystalouden tasapainon ylläpitämiseen.

Tavoitteena on myös teoreettisen ja empiirisen osuuden yhdistäminen kokonaisuudeksi, joka voisi palvella sekä toimeksiantajan että sen sidosryhmien intressejä.

Saatu informaatio kilpailijoiden taloudellisesta tilasta voi hyödyntää toimeksiantajaa, koska sen perusteella Moto-Rauma pystyy mahdollisesti suunnittelemaan strategiansa uudelleen ja näkemään, mitkä ovat sen omat vahvuudet ja mahdollisuudet sekä millä kaikilla osa-alueilla kilpailijat ovat vahvempia.

Empiriaosuudessa tehty tilinpäätösanalyysi voi hyödyntää myös Moto-Rauman sidosryhmiä. Näitä ovat esimerkiksi verottaja, rahoittajatahot, asiakkaat ja tiedotusvälineet. Näin ollen tilinpäätösanalyysin perusteella esimerkiksi rahoittajat pystyvät arvioimaan, miten velkainen yritys on ja selvittämään yrityksen velanhoidokykyä.

1.2 Aiheen rajaus

Tämä opinnäytetyö on rajattu koskemaan koko moottoripyöräalaa sekä toimeksiantajaa ja sen tärkeimpiä kilpailijoita. Nämä kilpailijat tarjoavat samankaltaisia palveluita ja toimivat toimeksiantoyrityksen kanssa samalla toimialalla. Tunnuslukuja analysoitaessa verrataan toimeksiantajan tunnuslukuja saman toimialan tunnuslukujen keskiarvoihin.

Tilinpäätösanalyysin toteuttamiseen on valittu vain tietty määrä tunnuslukuja. Nämä tunnusluvut ovat toimeksiantajan yritystoiminnan kannalta oleelliset.

1.3 Työn rakenne ja menetelmät

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta sekä empiria- eli tutkimusosuudesta. Teoriaosuudessa käsitellään kilpailija-analyysin määritelmää, mistä eri lähteistä kilpailijatietoa saadaan, kuka sitä tarvitsee ja mitä käyttöä kilpailijatiedolla on. Seuraavaksi tutustutaan SWOT-analyysin käsitteeseen. Seuraava iso luku käsittelee tilinpäätösanalyysia, joka on kilpailija-analyysin yksi osa-alue. Siinä tu-

tustutaan erilaisiin analyysityyppeihin. Tunnusluvut-luvussa käsitellään tilinpäätösanalyysin tärkeimpien tunnuslukujen teoriaa. Teoriaosuus pohjautuu monipuoliseen kirjallisuuteen, joka käsittelee kilpailijatietoa ja tilinpäätöksiä sekä näiden pohjalta laadittavia tilinpäätösanalyysijä.

Empiriaosuus tehdään kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, joka perustuu aineiston kuvaamiseen ja tulkitsemiseen numeroiden ja taulukoiden avulla. Ensimmäisenä empiriaosuudessa tutustutaan Case-yritykseen ja sen kilpailijoihin. Tässä lähteinä on käytetty toimeksiantajan haastattelua sekä sähköisiä lähteitä, kuten yritysten Internet-sivustoja sekä muita sähköisiä lehtiartikkeleita. Tarkempaa tietoa Moto-Rauman toiminnasta on saatu Riikka Lehtiseltä Tilitoimisto Finansiasta, joka on toiminut Moto-Rauman kirjanpitäjänä jo usean vuoden ajan.

Analyysi-luvussa siirrytään laskemaan ja analysoimaan Case-yrityksen ja sen tärkeimpien kilpailijoiden tunnuslukuja sekä vertaamaan niitä keskenään. Jokaisesta tunnusluvusta muodostetaan Excel-kaavio, josta näkee yritysten tunnuslukujen kehittymisen. Case-yrityksen tunnuslukuja verrataan myös saman toimialan tunnuslukujen keskilukuihin sekä Yritystutkimus ry:ltä vuonna 2011 saatuihin viitteellisiin ohjearvoihin.

Tunnuslukujen laskeminen tapahtuu Navita Yritysmalliohjelmalla. Mallissa määritellään yrityksen analysoitavat tilikaudet ja niiden pituudet sekä syötetään tuloslaskelman ja taseen tiedot jokaiselta tarkasteltavalta toimikaudelta. Navita-malli tekee aineiston perusteella tunnuslukuyhteenvedon, kun kaikki tiedot ovat syötetty. Tämän jälkeen malli laskee kaikkien tärkeiden taloudellisen menestyksen osatekijöiden tunnusluvut.

Tilinpäätösanalyysi perustuu virallisiin tilinpäätöstietoihin. Tilinpäätökset on hankittu Asiakastieto Oy:n sekä Patentti- ja rekisterihallituksen Kaupparekisterin sähköisten sivustojen kautta. Tarkasteltavan ajanjakson tilinpäätöstiedot ovat vuosilta 2007–2011. Poikkeuksen tästä muodostaa Moto-Seinäjoki Oy, jonka tilinpäätöstiedot ovat vuosilta 2008–2011. Vuoden 2008 tilikausi on poikkeuksellisesti viiden kuukauden mittainen. Syynä tähän on, että 30.4.2008 Moto-

Seinäjoki Oy alkoi toimia uudella yritystunnuksella vanhan yrityksen purkautuessa.

Johtopäätökset-luvussa tarkoituksena on analysoida Moto-Rauman kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta sekä esittää keinoja näiden parantamiseen.

2 Kilpailija-analyysi

Yrityksen on tunnistettava omat kilpailijansa ja hahmotettava kilpailuympäristönsä. Mikäli yritys ei kykene tunnistamaan kilpailijoitansa, tämä voi vaikuttaa negatiivisesti sen toimintaan. Siksi kilpailija-analyysin organisoinnin on perustuttava kilpailijatuntemukseen. (Pirttilä 2000, 25.)

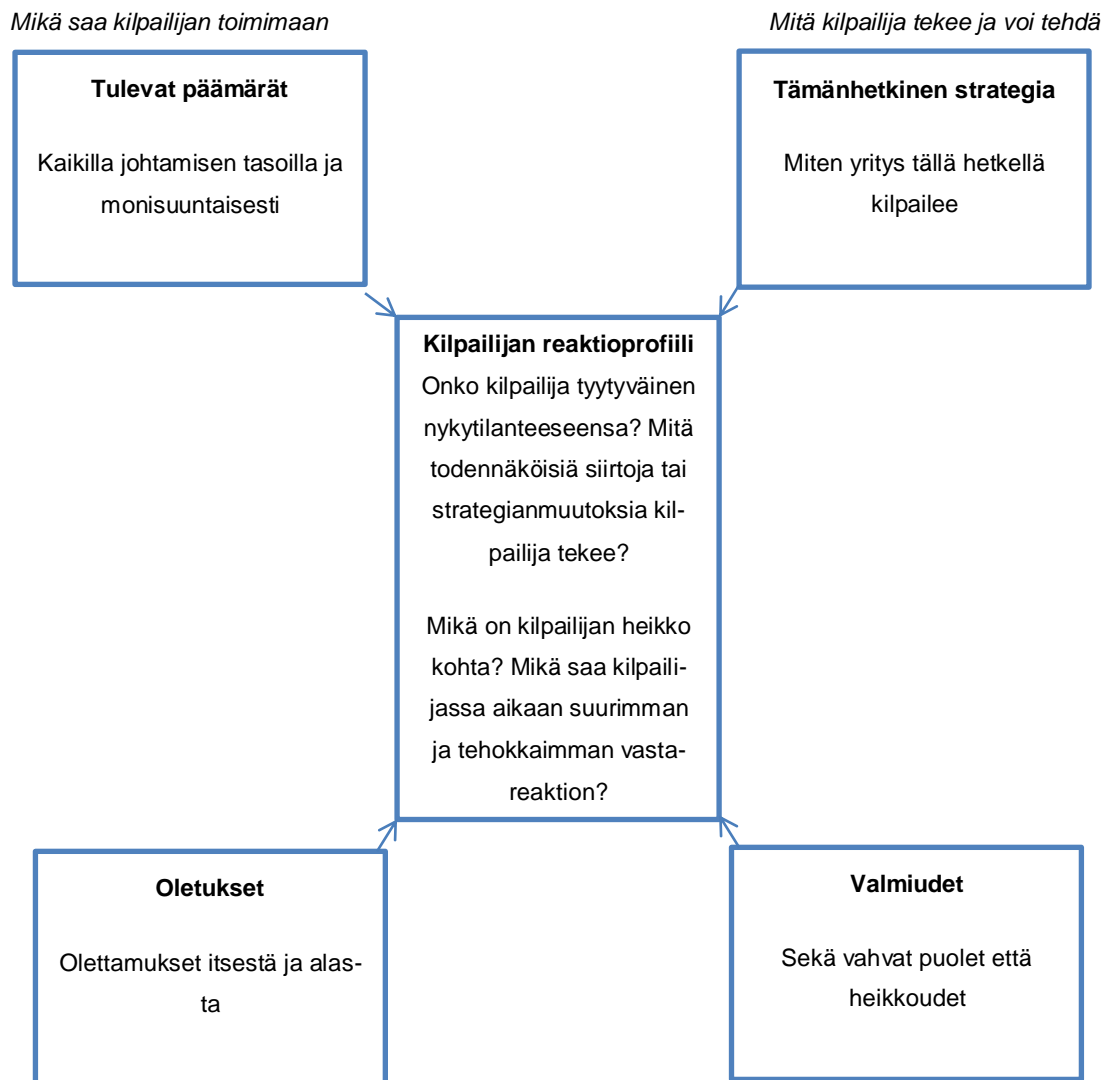
Anneli Pirttilän (2000, 26) mukaan kilpailijoiden määrittely perustuu toimialaperustaiseen määrittelyyn ja markkinaperustaiseen määrittelyyn. Toimialaperustaisessa määrittelyssä yritykset ovat keskenään kilpailijoita, kun niillä on samanlainen teknologia ja samanlaiset tuotteet. Markkinaperustaisen määrittelyn mukaan kilpailijoita ovat ne yritykset, joiden tuotteita sama asiakas käyttää ja ne ovat toistensa substituutteja. (Pirttilä 2000, 26.) Tässä opinnäytetyössä kilpailijoiden määrittely perustuu toimialaperustaiseen määrittelyyn.

Kilpailija-analyysin tarkoituksena on kilpailijoiden heikkouksien ja vahvuuksien, strategioiden sekä omien menestystekijöiden arviointi. Työkaluina kilpailija-analyysin tekemiseen käytetään muun muassa SWOT-analyysiä sekä kilpailijoiden tunnuslukujen, kuten kannattavuuden, tehokkuuden, vakavaraisuuden ja kehityksen analysointia. (Lotti 2001, 61; Suomen Asiakastieto Oy.)

Hyvä kilpailija-analyysi vaatii valtavan määrän tietoa. Yksi tärkeä tiedon osa on markkinasignaalien tunnistaminen. Näitä ovat Porterin (1984, 103) mukaan mitkä tahansa kilpailijoiden toimenpiteet, jotka antavat tietoa kilpailijoiden toiminta-aikeista, motiiveista, tavoitteista tai kilpailijayrityksessä vallitsevasta tilanteesta. Markkinasignaalien ymmärtäminen auttaa kilpailija-analyysin tekemisessä sekä strategiasuunnittelussa. (Lahti 1988, 124; Porter 1984, 103.)

2.1 Porterin kilpailija-analyysimalli

Michael E. Porterin kehittämä kilpailija-analyysi koostuu tulevista päämääristä, tämänhetkisestä strategiasta, oletuksista ja valmiuksista. Nämä yhdessä muodostavat kilpailijan reaktioprofiilin, jonka perusteella kilpailijaa arvioidaan. (Porter 1984, 72.)



Kuva 3. Kilpailija-analyysin osa-alueet. (Porter 1984, 73.)

Analysoimalla kilpailijan tulevia päämääriä, voidaan selvittää tämän tyytyväisyystaso kilpailuasemastaan ja tuloksistaan. Jos kilpailija on suunnittelemassa jotain muutoksia, tämä voi olla merkki siitä, että se aikoo muuttaa strategiaansa. On tärkeää analysoida kilpailijan päämääriä, kuten esimerkiksi markkinajohtajuutta, teknistä asemaa ja sosiaalista menestystä. Näin pystytään välttämään

yrittäjien kannalta haitalliseen kilpailutilanteeseen ajautumista. (Lahti 1988, 122–123.)

Kilpailijan nykyisen strategian tunnistaminen saattaa olla erittäin vaikeaa. Vaikeinta on nimenomaan tiedon keruu, koska suora kysely harvoin tuottaa mitään positiivisia tuloksia ja epäsuora tiedustelu on kilpailuetiikan vastaista. Tehokkain tapa strategian selvittämiseen on kilpailijayrityksen avainhenkilöiden palkkaaminen. (Lahti 1988, 123.)

Kilpailijan valmiudet ovat viimeinen kilpailija-analyysin osa-alue. Se perustuu kilpailijoiden vahvuuksien ja heikkouksien löytämiseen ja niiden analysointiin. Tarkoituksena on hahmottaa kilpailijan valmius strategisiin sekä toimialan muutoksiin. (Lahti 1988, 123.)

Neljän osa-alueen yhdistämisestä muodostuu kilpailijan reaktioprofiili eli se, miten kilpailijat käyttäytyvät ja reagoivat markkinaympäristössä. Reaktioprofiilin avulla voidaan selvittää muun muassa sitä, kuinka kaukana kilpailija on asettamastaan päämääristä, mitkä ovat kilpailijan todelliset ja oman käsityksen mukaiset vahvat alueet sekä miten kilpailija tulee käyttäytymään haastavissa tilanteissa. (Lahti 1988, 124.)

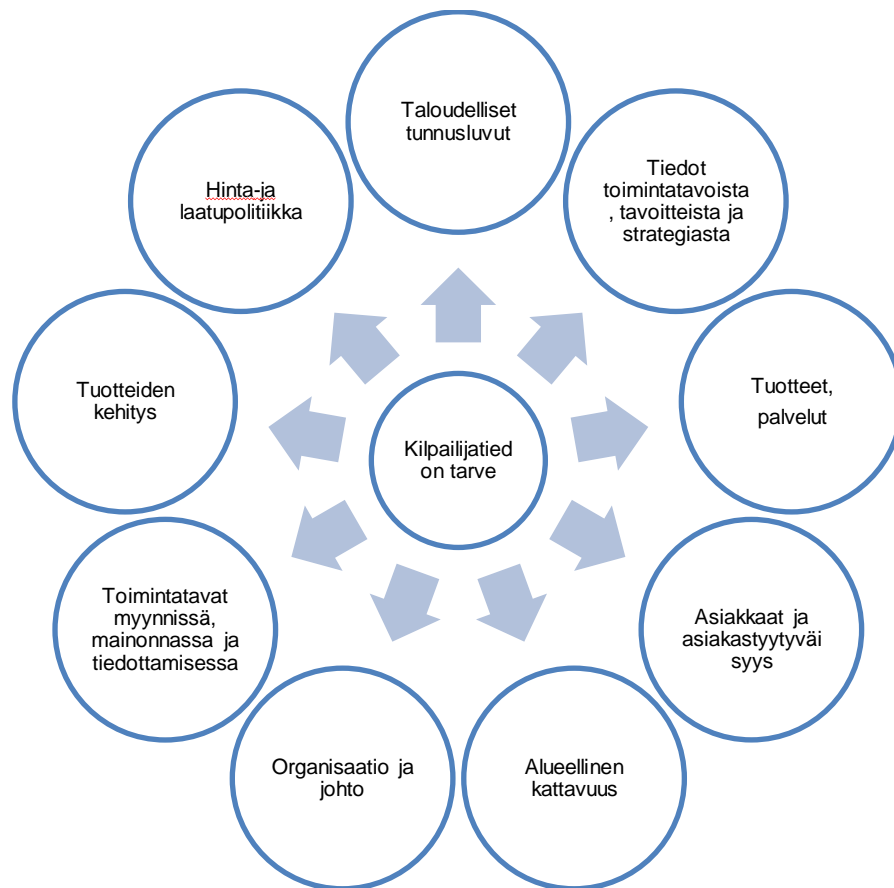
2.2 Tiedon tarve

Kun yritys on määritellyt keskeiset kilpailijansa, seuraava vaihe kilpailija-analyysin organisoinnissa on tiedon tarve. Yrityksen on siis selvitettävä, mitä kaikkea tietoa kilpailijoista on tarpeellista saada oikeiden päätösten tueksi erilaisissa tilanteissa. Ongelmaksi voi muodostua kuitenkin se, että kaikkea tarvittavaa tietoa ei ole välttämättä mahdollista hankkia tai tiedonhankinta voi muodostua liian kalliiksi. (Pirttilä 2000, 63, 65.)

Tiedontarpeen kartuttamiseksi on olemassa erilaisia menetelmiä. Näistä yksinkertaisin on johtajien ja asiantuntijoiden haastattelu. Seuraavassa menetelmässä lähdetään liikkeelle yrityksen päämääristä ja tavoitteista sekä keskitytään niiden analysoimiseen ja siihen, mitä tietoa tarvitaan niiden saavuttamiseksi. Kilpailijatiedon tarpeiden selvittämiseen voidaan käyttää myös erilaisia ryhmäpäätöksenteon menetelmiä. Tällöin asiantuntijaryhmä pyrkii yhdessä ana-

lysoimaan yrityksen tiedontarvetta ja löytämään yhteisen näkemyksen asiaan. (Pirttilä 2000, 70–71.)

Seuraavassa on kuva keskeisistä kilpailijatiedoista, joita yritys kokee yleensä tarvitsevänsä:



Kuva 1. Kilpailijatiedon tarve. (Lotti 2001, 61.)

Tämän opinnäytetyön empiria-osuuteen hankittiin tietoa kilpailijoiden taloudellisista tunnusluvuista, tuotteista ja palveluista sekä alueellisesta kattavuudesta.

2.3 Tiedon lähteet

Anneli Pirttilän (2000, 95) mukaan kilpailijatiedon lähteenä voi olla luonnollinen henkilö, asiakirja, tilasto tai mikä vain lähde, jonka tiedon hyödyntäjä on saanut käyttöönsä. On olemassa suullisia ja kirjallisia tietolähteitä. Suullisia tietolähteitä ovat muun muassa yrityksen ulkopuolella toimivat kollegat, kuten yrityksen kontaktiverkostoon kuuluvat johtajat ja asiantuntijat toisista yrityksistä, oman yrityk-

sen työntekijät sekä asiakkaat. Asiakkailta saadaan kattavaa tietoa kilpailijoiden tuotteista ja markkinakäyttäytymisestä asiakastapaamisissa ja myyntineuvotte- luissa. Kirjallisia tietolähteitä ovat julkinen tieto, kuten lehtiartikkelit, vuosikerto- mukset, tilinpäätökset, raportit, tilastot sekä sisäiset tietojärjestelmät. Julkisen tiedon tarjoajina ovat muun muassa päivä- ja ammattilehdet, uutispalvelut, yri- tystieto- ja luottotietopalvelut, kaupalliset tietokannat, yrityksen kotisivut, tilasto- keskus ja messut. Sisäisiin tietojärjestelmiin tallennetaan niin julkinen tieto kuin yrityksen johdon ja asiantuntijoiden hallussaan oleva informaatio. Tietojärjes- telmien käyttö parantaa keskeistä viestintää esimerkiksi keskustelukanavien ja ryhmätyöfoorumien kautta. (Finsve; Pirttilä 2000, 95–98,100, 103, 106.)

Tämän opinnäytetyön empiria-osuudessa kirjallisina lähteinä käytettiin muun muassa Asiakastieto Oy:n sekä Patentti- ja rekisterihallituksen Kaupparekiste- ristä saatuja virallisia tilinpäätöksiä ja yritystietoa. Työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämän sähköisen sivuston kautta saatiin saman toimialan yritysten tunnus- lukujen keskiarvot. Sähköisinä lähteinä käytettiin lisäksi tarkasteltavien yritysten kotisivuja yritystiedon hankkimiseksi. Suullisina lähteinä käytettiin Moto-Rauman toimitusjohtajan Juha Lujalan sekä yrityksen kirjanpitäjän Riikka Lehtisen haas- tatteluja.

Yritykselle on ominaista niin suullisten kuin julkisten lähteiden yhtäaikainen käyttö. Useat tutkimukset, joiden joukossa on myös kuuluisa Mintzbergin tutki- mus, osoittavat kuitenkin, että yritysjohto suosii enemmän suullisia tietolähteitä, varsinkin niissä tilanteissa, jotka vaativat nopeaa reaktiota ja päätöksentekoa. Syyinä tähän on lähteiden nopeus ja oleellisuus. Vaikka suullisissa lähteissä tiedon määrä on huomattavasti pienempi verrattuna julkisiin tietolähteisiin, nii- den arvo on yritysjohdolle suuri. (Pirttilä 2000, 97–100.)

Julkisten tietolähteiden merkityksen arvioidaan kasvavan tulevaisuudessa, sillä niiden käyttö pystyy yhä paremmin täyttämään yritysjohtajan vaatimukset. Niiden lisääntyneeseen merkitykseen ovat vaikuttaneet ainakin tiedon saannin nopeus tietoverkkojen kautta, tietojen monipuolisuus ja saatavuus sekä sähköinen muo- to. Nykyään useissa eri maissa on yrityksestä saatavana varsin kattavaa ja yk-

sityiskohtaista tietoa, esimerkiksi sen taloudellisesta asemasta. (Pirttilä 2000, 103–105.)

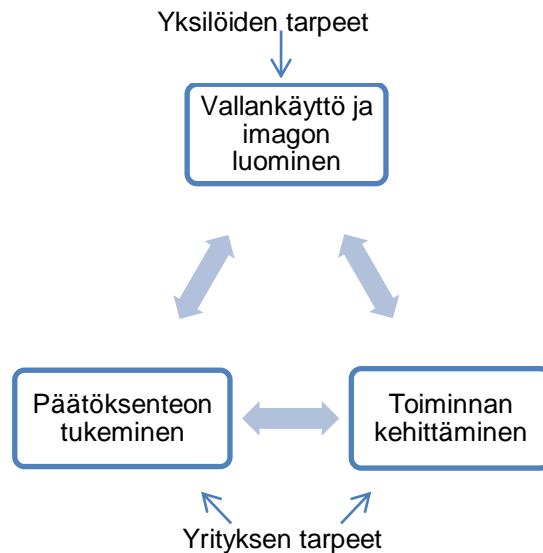
Vaikka julkisilla tietolähteillä on runsaasti hyviä ominaisuuksia, niiden arvostus on johtajien keskuudessa vähäistä, koska tietojen luotettavuus voi olla kyseenalaista ja oleellisen tiedon löytäminen vaikeaa. (Pirttilä 2000, 105.)

2.4 Tiedon käyttö ja hyödyntäminen

Tiedon arvolla on merkitystä silloin, kun ymmärtää, miten saatua tietoa tulee käsitellä ja hyödyntää. Kilpailijatieto on ennen kaikkea johdon työkalu. Sitä voidaan käyttää päätöksentekoon, oman toiminnan kehittämiseen sekä yksilöllisiin käyttötarkoituksiin. (Pirttilä 2000, 85, 87–88.)

Yritysjohto käyttää kilpailijatietoa strategisessa ja operatiivisessa päätöksenteossa. Strategista päätöksentekoa käytetään esimerkiksi teollisuusyrityksissä silloin, kun suunnitellaan investointia. Operatiivista päätöksentekoa käytetään, kun halutaan varmistaa, ettei yrityksen oma markkina-asema heikkene kilpailijoihin nähden. Esimerkkinä edellisestä on yrityksen hinnoittelupolitiikka, jossa on tunnettava niin omien tuotteidensa laatu kuin kilpailijoiden toimintatavat.

Kilpailijatietoja käytetään myös omien heikkouksien ja vahvuuksien tunnistamiseen, yritystoiminnan kehittämiseen, uusien ratkaisujen löytämiseen sekä henkilöstön motivoimiseen ja sitouttamiseen. Kilpailijatietoa voidaan joskus käyttää myös yksilöllisiin käyttötarkoituksiin. Tällöin kyseessä on kilpailijatiedon käyttö vallan välineenä. Tämän vuoksi tiedon haltija esiintyy asiantuntijaroolissa ja saa tunnustusta ylimmältä johdolta. (Pirttilä 2000, 89 – 90, 92- 93.)



Kuva 2. Kilpailijatiedon käyttötarkoitukset. (Pirttilä 2000, 88.)

2.5 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi eli nelikenttäanalyysi on yksinkertainen matriisimalli, jonka avulla pystytään selvittämään yrityksen asemaa toimialalla. SWOT-analyysi on organisaation vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien analysointia. Sen voi toteuttaa yrityksen toiminnasta, tuotteesta tai palvelusta tai vaikkapa analysoida kilpailijan toimintaa. SWOT-analyysin tuloksena selviää, miten vahvuuksia voidaan hyödyntää, miten heikkoudet saadaan muutettua vahvuuksiksi, miten mahdollisuuksia pystytään käyttämään hyväksi ja mitä on tehtävissä välttävään uhilta. Näin saadaan tulokseksi suunnitelma, jonka mukaan yritys voi tehdä toiminnan kannalta tarvittavia päätöksiä. Analyysin voi tehdä niin yksin kuin ryhmässä, jolloin kootaan kaikki mielipiteet yhteen ja muodostetaan yhteinen näkemys. (Lindroos & Lohivesi 2004, 5; Hokkanen ym. 2011, 190.)

Strengths Sisäiset vahvuudet	Weaknesses Sisäiset heikkoudet
Opportunities Mahdollisuudet	Threats Uhat

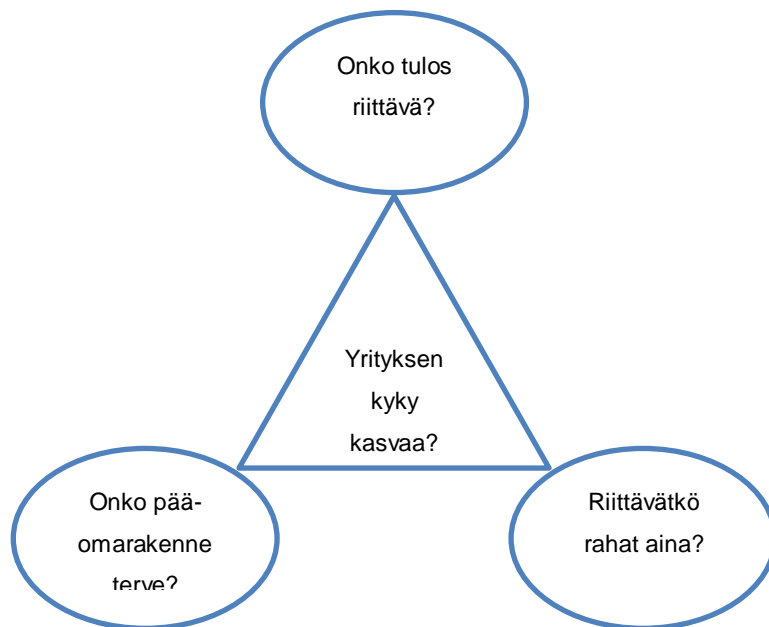
Kuva 4. SWOT- analyysi. (Lindroos & Lohivesi 2004, 218.)

3 Tilinpäätösanalyysi

Tilinpäätösanalyysiä on hyvä käyttää apuna kilpailija-analyysissä. Tilinpäätösanalyysistä saatua tietoa voidaan vertailla toimialan keskimääräisiin tunnuslukuihin sekä yksittäisten kilpailijoiden tunnuslukuihin. Näitä tietoja yritys voi hyödyntää parantaakseen omaa suhteellista asemaansa.

Tilinpäätösanalyysin tarkoituksena on analysoida yrityksen taloudellista tilaa, joka muodostuu kannattavuudesta, vakavaraisuudesta, maksuvalmiudesta ja näiden kolmen perustekijän seurauksesta, kasvukyvystä. (Salmi 2010, 122.)

Yrityksen kannattavuutta pyritään selvittämään tuloksen riittävyyden perusteella, maksuvalmiutta sen kyvystä suoriutua maksuvelvoitteistaan, ja vakavaraisuuden tunnusmerkkinä pidetään yleensä tervettä pääomarakennetta. Neljäs yrityksen taloudellisen tilan perustekijä on kasvukyky, jota myös pidetään usein yrityksen menestyksen merkkinä. (Salmi 2010, 122–123.)



Kuva 5. Yrityksen taloudellisen tilan kokonaisuus. (Salmi 2010, 122.)

Kun edellä mainitut perustekijät ovat kunnossa, yritystoiminta on mahdollista myös pidemmällä aikavälillä. (Salmi 2010, 122.)

Tilinpäätösanalyysissä verrataan yhden tai useamman eri yrityksen taloudellista tilaa ja sen kehitystä useampana ajanjaksona tai yritysjoukon taloudellista tilaa samalla ajanhetkellä. Yrityksiä voidaan verrata myös toimialan tunnuslukujen keskiarvoihin. Vertailu toteutetaan erilaisten tunnuslukujen avulla sekä pyritään selvittämään tunnuslukuarvoihin vaikuttaneita tekijöitä. Tunnuslukujen laskemiseen ja analysointiin käytetään yritysten julkaisemia tilinpäätöksiä. (Niskanen & Niskanen 2003, 8; Kallunki & Kytönen 2007, 14.) Empiria-osuudessa tilinpäätösanalyysissä verrataan Case-yrityksen ja sen keskeisten kilpailijoiden taloudellista tilaa keskenään viiden tarkasteltavan tilikauden ajan. Case-yrityksen tunnuslukuja verrataan myös saman toimialan tunnuslukujen keskiarvoihin.

Yrityksen kanssa vuorovaikutuksessa toimii monia sidosryhmiä. Näitä ovat esimerkiksi omistajat, sijoittajat, tavarantoimittajat, henkilöstö, rahoittajat ja asiakkaat. Jokaisella sidosryhmällä tilinpäätöksen lukijana on erilaisia tarpeita ja lähtökohtia ymmärtää yrityksen taloudellista informaatiota. Näin ollen sijoittajat ovat enemmän kiinnostuneita yrityksen kasvusta ja kannattavuudesta, rahoittajat haluavat lainaa myöntäessään varmistua taseen terveestä rakenteesta ja kyvystä hoitaa velkaa, ja tavarantoimittajat taas ovat kiinnostuneita yrityksen maksuvalmiudesta. (Salmi 2010, 113; Niskanen & Niskanen 2003, 13.)

Koska yrityksen taloudesta halutaan saada paljon erilaista tietoa, on tilinpäätös-analyysejäkin olemassa erilaisia. Näistä tavallisempia ovat perinteinen tilinpäätös-analyysi, toimiala-analyysi, tunnuslukuanalyysi sekä yritysanalyysi. (Salmi 2010, 114.)

3.1 Perinteinen tilinpäätösanalyysi

Perinteisessä tilinpäätösanalyysissä lasketaan yksittäisen yrityksen tai konsernin tunnuslukuja tilinpäätöksen pohjalta sekä arvioidaan niiden tasoa ja muutosta. Perinteisessä tilinpäätösanalyysissä yhdistyy suoriteperusteinen tilinpäätös-analyysi sekä kassavirta-analyysi. Suoriteperusteisuus tarkoittaa, että tulot ja menot kirjataan niiden syntymishetkellä ja tarvittaessa jaksotetaan eri tilikausille. Kassavirta-analyysi tarkoittaa taas suoriteperusteesta luopumista ja rahan kassaan tuloa ja kassasta menoa. (Kallunki & Kytönen 2007, 14; Salmi 2010, 114.)

3.2 Toimiala-analyysi

Toimiala-analyysi antaa kattavaa tietoa toimialan yrityksistä. Sen tarkoituksena on arvioida koko toimialaa ja siinä toimivia yrityksiä erilaisten tunnuslukujen avulla. Toimiala-analyysissä tehdään johtopäätöksiä koko alan tilanteesta käyttämällä hyväksi toimialatilastoja. Niitä saa esimerkiksi rahoituslaitoksilta, toimialaorganisaatioilta ja korkeakouluista. Toimiala-analyysi on hyvä työkalu strategian suunnitteluun. (Suomen Asiakastieto Oy; Salmi 2010, 114.)

3.3 Tunnuslukuanalyysi

Tunnuslukuanalyysi on tilinpäätösanalyyseistä suppein. Siinä käytetään vain muutamia tunnuslukuja yrityksen taloudellisen tilan määrittämiseksi. Yleensä tunnuslukuanalyysiä käytetään perinteisen tilinpäätöksen ja yritysanalyysin osana. Joskus sitä käytetään myös perinteisen tilinpäätösanalyysin tiivistelmänä. (Niskanen & Niskanen 2003, 9.)

3.4 Yritysanalyysi

Yritysanalyysi on syvällisin analyysimuoto. Sen tarkastelukohteena on koko yritys. Yritysanalyysi antaa tietoa muun muassa yrityksen taloudellisesta tilasta, johdon ja henkilökunnan toiminnasta, tuotteiden kilpailukyvyistä sekä niiden markkinaosuuksista, tuotteiden kehityksestä, investoinneista ja yrityksen koko toimintaympäristöstä. (Niskanen & Niskanen 2003, 11; Salmi 2010, 123.)

Yritysanalyysin tuottaminen liittyy sijoitustoimintaan, yrityskauppoihin, luottopäätöksiin, asiakasseurantaan ja yritysrisikin analysointiin. Salmen (2010, 225) mukaan analyysin tuottajina ovat luottolaitokset, investointipankit, arvopaperivälittäjät, talouslehdet ja analyysiyritykset. (Salmi 2010, 225.)

Yhä useammat luottolaitokset laativat asiakkaistaan yritysanalyysin. Julkisella sektorilla siitä huolehtii Tilastokeskus. Pankeille analyysin tuottaminen on välttämätöntä ennen jokaista luotonantoa. (Salmi 2010, 225; Niskanen & Niskanen 2003, 11.)

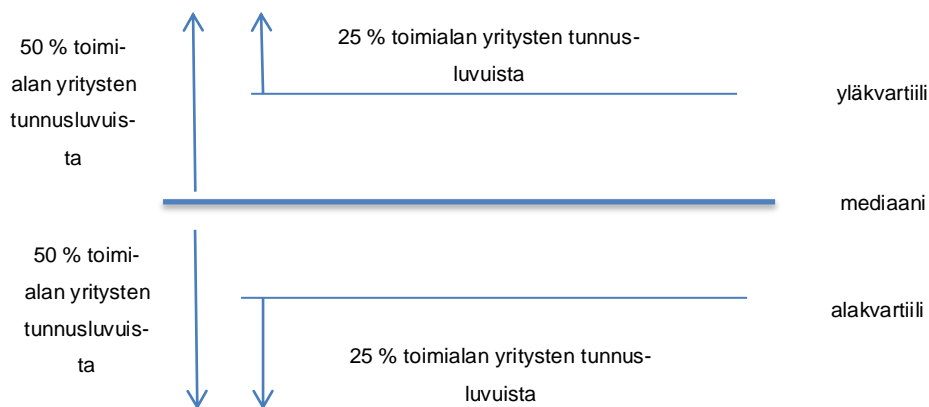
Yritysanalyysillä on käyttöä esimerkiksi silloin, kun halutaan saada tietoa kilpailijasta ja verrata sitä omaan yritykseen, kun halutaan saada kuva yrityksen toimialasta tai silloin, kun tarvitaan apua yritysjohtamiseen. (Salmi 2010, 225.) Tässä opinnäytetyössä käytetään sekä toimiala-analyysia että tunnuslukuanalyysia.

4 Tunnusluvut

Tunnusluvuilla tarkoitetaan tilinpäätöksestä laskettuja mittareita, joilla pyritään arvioimaan yrityksen taloudellista tilaa. Tyypillisesti tunnusluvut jaetaan kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden -ryhmiin. Vakavaraisuuden tunnuslukuja kutsutaan usein rahoituksen tunnusluvuiksi ja maksuvalmiuden tunnuslukuja likviditeetin tunnusluvuiksi. On olemassa myös tehokkuutta ja konkurssin todennäköisyyttä mittaavia tunnuslukuja. Näitä konkurssin ennustamisessa käytettyjä mittareita kutsutaan z-luvuiksi. (Niskanen & Niskanen 2003, 110.)

Yleensä tunnusluvut esitetään suhdelukumuotoisina, mikä tarkoittaa jonkin tilinpäätöserän suhteuttamista toiseen erään, esimerkiksi liikevaihtoon tai taseen loppusummaan. Suhdelukumuotoisuus mahdollistaa erikokoisten yritysten vertailtavuuden eri ajanjaksoilla. (Niskanen & Niskanen 2003, 11.)

Kun yrityksen tunnuslukuja verrataan saman toimialan keskilukuihin, ilmoitetaan tavanomaisesti toimialan tunnuslukujen mediaani eli paremmuusjärjestykseen asetettujen tunnuslukujen keskimäinen tunnusluku. Samoin ilmoitetaan yläkvartiili, joka tarkoittaa paremmuusjärjestyksessä olevien tunnuslukujen parhaan neljänneksen alarajaa ja alakvartiili eli paremmuusjärjestyksessä olevien tunnuslukujen huonoimman neljänneksen ylärajaa. (Leppiniemi & Leppiniemi 2000, 31.)



Kuva 6. Toimialan tunnuslukujen mediaani, yläkvartiili ja alakvartiili. (Leppiniemi & Leppiniemi 2000, 31.)

Mediaanin ylä- ja alakvartiilin perusteella yrityksestä voidaan tehdä johtopäätöksiä. Jos sen tunnuslukujen arvot ovat toimialan yläkvartiilin yläpuolella, yritystä pidetään menestyvänä. Jos taas arvot ovat alakvartiilin alapuolella, tästä voidaan todeta, että yritystoiminnassa on jonkinlaisia ongelmia. (Leppiniemi & Leppiniemi 2000, 31–32.)

Joillekin tunnusluvuille on olemassa Yritystutkimusneuvottelukunnan antamia tunnuslukujen normiarvoja, joihin tarkasteltavista yrityksistä laskettuja tunnuslukuja verrataan. (Niskanen & Niskanen 2003, 112.)

Kun tunnuslukuja ryhtyy tulkitsemaan, täytyy muistaa, että pelkästään yhteen tunnuslukuun ei pitäisi luottaa. Yksi tunnusluku ei riitä koko yrityksen toiminnan kuvaamiseen. Toiseksi on muistettava, että yhden kauden tunnuslukujen perusteella ei pysty näkemään kehityssuuntaa tai erityisiä poikkeamia. Tämän takia yrityksen toimintaa onkin hyvä tarkkailla pidemmällä aikavälillä. (Salmi 2010, 112–113.)

4.1 Kannattavuus

Yrityksen kannattavuudesta on kyse silloin, kun yritystoiminta tuottaa tuloja enemmän kuin tulojen aikaansaamiseksi on uhrattu menoja. Se on jatkuvan liiketoiminnan edellytys. Kannattavuus on pitkän aikavälin tulontuotantokyky, sillä yrityksen tulot ja menot vaihtelevat investointien ajankohdista ja suhdannevaihtelujen mukaan. (Kallunki & Kytönen 2007, 74.)

Kannattavuutta voidaan mitata absoluuttisesti tai suhteellisesti. Absoluuttisella kannattavuudella tarkoitetaan tuottojen ja kulujen erotuksen mittaamista. Suhteellista kannattavuutta voidaan mitata yrityksen tuloksen suhteuttamisella liikevaihtoon tai jakamalla tilikauden tulos yritykseen sidotulla pääomalla. Tämä mahdollistaa erikokoisten yritysten vertailtavuuden. (Yritystutkimus ry 2011, 60; Kallunki & Kytönen 2007, 74; Leppiniemi & Leppiniemi 2000, 180.)

Kannattavuuden on oltava tasapainossa maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden kanssa. Yrityksen toiminta pysähtyy, jos maksuvalmius tai vakavaraisuus ei ole kunnossa, vaikka yritys olisikin muuten kannattava. Kannattavuuden mittareina käytetään yleensä myyntikateprosenttia, käyttökateprosenttia, liiketulosprosenttia, nettotulosprosenttia, rahoitustulosprosenttia, oman pääoman tuotto prosenttia, sijoitetun pääoman tuotto prosenttia ja kokonaispääomantuotto prosenttia. (Yritystutkimus ry 2011, 60 – 65; Laitinen 1994, 20 – 22.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään tarkasteltavien yritysten kannalta olennaisimpiin kannattavuuden tunnuslukuihin.

4.1.1 Liiketulos

Liiketulos on tuloslaskelman ensimmäinen välitulos, jota käytetään myös kansainvälisesti. Se kertoo, paljonko yrityksellä on tuottoja ennen rahoituseriä ja veroja. Liiketulos saadaan, kun yrityksen tuotoista vähennetään operatiiviset kulut ja poistot. Liiketulosta on hyvä analysoida liiketulosprosentilla, joka saadaan kaavalla:

$$\text{Liiketulos - \%} = \frac{\text{Liiketulos}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}} \times 100$$

(Yritystutkimus ry 2011, 61.)

Liiketulosprosenttia voidaan käyttää samalla toimialalla toimivien yritysten vertailuun. Yrityksen tulee liiketoiminnallaan kattaa rahoituskulut, verot ja mahdollinen osingonjako. Negatiivinen liiketulosprosentti viestii yrityksen liiketoiminnan operatiivisista vaikeuksista. (Niskanen & Niskanen 2003, 113.)

Yritystutkimus ry (2011, 61) antaa liiketulosprosentille seuraavat ohjearvot:

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

4.1.2 Nettotulos

Jotta yritystoiminta olisi kannattava, tulee nettotuloksen olla positiivinen. Nettotulosta pidetään yleensä yrityksen varsinaisen toiminnan tuloksena ja sen pohjalta tehdään usein voitonjakopäätöksiä. Nettotulos on tavallaan yrityksen omistajille jäävä osuus tilikauden tuloksesta. (Balanceconsulting.)

Nettotulos lasketaan lisäämällä liiketulokseen rahoitustuotot ja vähentämällä rahoituskulut ja verot. Analysointia varten on laskettava nettotulosprosentti, joka saadaan kaavalla:

$$\text{Nettotulos - \%} = \frac{\text{Nettotulos}}{\text{Liiketoiminnan tuotot yhteensä}} \times 100$$

(Yritystutkimus ry 2011, 62.)

Positiivinen nettotulos viestii, että yritys on selviytynyt rahoituskuluista, muun muassa lainojen koroista sekä käyttöpääoman ja investointien omarahoituksesta. Nettotuloksen yhteydessä on hyvä tarkastella oman pääoman tuotto prosenttia. Jos oman pääoman tuotto on yli 10 %, nettotulos on silloin omistajien näkökulmasta vähintäänkin tyydyttävällä tasolla. (Balanceconsulting.)

Nettotuloksella ei ole olemassa mitään tiettyä ohjearvoa, koska se on pitkälti yrityskohtainen. Nettotuloksen tasoon vaikuttavat useat tekijät, kuten yrityksen kilpailustrategia, omaisuuden ja pääoman rakenne sekä toimiala. Jos yritys on hyvin velkainen, sen on selviydyttävä rahoituskuluista, jotka puolestaan alentavat nettotulosta. Vakavaraisella yrityksellä rahoituskulut eivät vaikuta merkittävästi nettotulokseen ja omistajilla voi olla suuremmat osingonjakotavoitteet. (Salmi 2010, 151.)

4.1.3 Oman pääoman tuotto

Yksi käytetyimmistä kannattavuuden tunnusluvuista on oman pääoman tuotto prosentti. Se kertoo, paljonko yritykseen sijoitetulle omalle pääomalle on kertynyt tuottoa tilikauden aikana. Tunnusluku lasketaan niin, että rahoituskulujen ja verojen jälkeen saatavaa nettotulosta suhteutetaan tilikauden alun ja lopun oman pääoman keskiarvoon. Omana pääomana pidetään kaikkea sitä, mikä ei ole velkaa. Oman pääoman tuotto prosenttien kaava on seuraava:

$$\text{Oman pääoman tuotto - \%} = \frac{\text{Nettotulos}}{\text{Oma pääoma (keskiarvo)}} \times 100$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 77- 78; Niskanen & Niskanen 2003, 116.)

Suuntaa antavat ohjearvot oman pääoman tuotto prosentille ovat seuraavat:

yli	20 %	hyvä
10 -	19 %	tydyttävä
alle	10 %	heikko

(Salmi 2010, 165.)

Oman pääoman tuotto prosenttiin vaikuttaa se, miten velkainen yritys on. Ottamalla lisää vierasta pääomaa, yrityksen nettotulos kasvaa, mikäli sijoituksen tuotto on suurempi kuin velan kustannus. Tätä kutsutaan vipuvaikutukseksi. Tämän myötä oman pääoman tuotto prosenttikin kasvaa, koska tunnusluvun nimittäjässä oleva oma pääoma ei muutu. Edellä mainittuun toimenpiteeseen liittyy usein myös suuri riski. Huonoina aikoina yrityksen tuotot laskevat, mutta lainoista johtuvat korkokulut joutuu silti maksamaan. Koska omaan pääomaan liittyy suurempi menetysriski, oman pääoman tuoton on ylitettävä koko sijoitetun pääoman tuotto. (Kallunki & Kytönen 2007, 78 – 79.)

4.1.4 Sijoitetun pääoman tuotto

Yksi tärkeimmistä kannattavuuden tunnusluvuista on sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Se kertoo, paljonko yritystoiminnalla on saatu aikaan tuottoa yritykseen sijoitetulle tuottoa vaativalle pääomalle. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti eroaa oman pääoman tuotto prosentista siten, että osoittajassa olevaan nettotulokseen lisätään rahoituskulut ja verot ja nimittäjässä on oman pääoman sijasta koko sijoitetun pääoman tilikauden alun ja lopun keskiarvo. Sijoitetulla pääomalla tarkoitetaan oikaistua omaa pääomaa ja vierasta pääomaa. Oikaistu oma pääomaa saadaan, kun omaan pääomaan lisätään poistoero ja vapaaehtoiset varaukset ja vähennetään oman pääoman oikaisut. Vieraalla pääomalla tarkoitetaan sellaista pääomaa, josta on odotettavissa korko- tai muuta tuottoa. (Niskanen & Niskanen 2003, 115.)

Sijoitetun pääoman vähimmäistuottona pidetään riskittömän tuoton eli yrityksen vieraalle pääomalleen maksaman koron tasoa. Tyydyttävänä pidetään yli 10 prosentin tuottoa. Sijoitetun pääoman tuottoprosentin laskukaava on seuraava:

$$\text{Sijoitetun pääoman tuotto - \%} = \frac{\text{Nettotulos} + \text{Rahoituskulut} + \text{Verot}}{\text{Sijoitettu pääoma (keskiarvo)}} \times 100$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 76.)

Sijoitetun pääoman tuottoprosentille voidaan antaa seuraavat viitteelliset normiarvot:

yli	15 %	hyvä
5 -	14 %	tyydyttävä
alle	5 %	heikko

(Salmi 2010, 162.)

Tunnusluvun vertailtavuutta saattaa heikentää se, että joskus on hankalaa erottaa korollinen ja koroton vieras pääoma toisistaan. Myös suuret investoinnit ja arvonkorotukset saattavat heikentää arviointia. (Yritystutkimus ry 2011, 65.)

4.2 Vakavaraisuus

Vakavaraisuus kertoo yrityksen kyvystä suoriutua maksuvelvoitteistaan pitkällä aikavälillä. Se mittaa oman ja vieraan pääoman osuutta koko pääomasta. Vakavaraisen yrityksen vieraan pääoman osuus on pienempi verrattuna oman pääoman määrään. Tämä on tärkeää taloudellisesti huonoina aikoina, jolloin yrityksen tuotot ovat pienemmät ja suuret korkokulut voivat ajaa yrityksen rahoituskelliseen kriisiin. Mitä vakavaraisempi yritys on, sitä paremmin se kestää tappioita. (Kallunki & Kytönen 2007, 80; Kinnunen ym. 2007.)

Tässä opinnäytetyössä yrityksen vakavaraisuutta arvioidaan seuraavien tunnuslukujen avulla: omavaraisuusaste ja suhteellinen velkaantuneisuus.

4.2.1 Omavaraisuusaste

Omavaraisuusaste lasketaan suhteuttamalla oikaistu oma pääoma taseen loppusummaan. Taseen loppusummasta vähennetään saadut ennakot, jotka liittyvät keskeneräiseen työhön tai projektiin.

$$\text{Omavaraisuusaste (\%)} = \frac{\text{Oikaistu oma pääoma}}{\text{Taseen loppusumma} - \text{Saadut ennakot}} \times 100$$

(Niskanen & Niskanen 2003, 131.)

Omavaraisuusaste mittaa yrityksen vakavaraisuutta, tappion sietokykyä sekä pitkän aikavälin sitoumuksia. Tunnusluku kuvaa omistajien sijoittamien varojen osuutta yrityksen kokonaisrahoituksesta. Mitä enemmän omaa pääomaa yritykseen on sijoitettu, sitä helpommin se pystyy selviytymään vieraasta pääomasta johtuvista maksuista. Vakavaraisen yrityksen omavaraisuusaste on korkea. (Kallunki & Kytönen 2007, 80 – 81.)

Yritystutkimus ry on antanut (2011, 70) tunnusluvulle seuraavat ohjeavot:

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

4.2.2 Suhteellinen velkaantuneisuus

Suhteellinen velkaantuneisuus on toinen vakavaraisuutta kuvaava tunnusluku. Se suhteuttaa vieraan pääoman määrää liikevaihtoon.

$$\text{Velkaantuneisuus (\%)} = \frac{\text{Vieras pääoma} - \text{Saadut ennakkomaksut}}{\text{Liikevaihto}} \times 100$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 81.)

Tunnusluvun ajatuksena on kuvata tuottojen riittävyttä lainojen lyhennyksiin ja korkokuluihin. Vakavaraisuuden mittarina suhteellinen velkaantuneisuus on omavaraisuutta parempi tunnusluku silloin, kun vertailun kohteena olevilla yri-

tyksillä on eri-ikäistä omaisuutta tai poistomenetelmät eroavat toisistaan. Tunnusluku ei myöskään vaadi erityisiä oikaisutoimia. (Salmi 2010, 171; Kallunki & Kytönen 2007, 82.) Suhteelliselle velkaantuneisuudelle voidaan antaa seuraavat ohjearvot:

alle	40 %	hyvä
40 -	79 %	tydyttävä
yli	80 %	heikko

(Salmi 2010, 171.)

4.3 Maksuvalmius

Maksuvalmius tarkoittaa yrityksen kykyä suoriutua lyhytaikaisista juoksevista maksuvelvoitteistaan. Se kuvaa lyhyen aikavälin rahoituksen riittävyyttä yritystoiminnassa. Kun maksuvalmius on hyvä, yritys kykenee nopeasti muuttamaan käyttöpääomaa rahaksi. Tällöin maksujen erääntyessä yrityksen ei tarvitse ottaa vierasta pääomaa ja turvautua luottotilien limiittiin. Maksukyvyyn heikkoudesta puolestaan viestivät erääntyneet maksut, viivästyskorot ja kalliin lisärahoituksen käyttö. (Kallunki & Kytönen 2007, 84; Yritystutkimus ry 2011, 71.)

Maksuvalmius voi olla sekä dynaamista että staattista. Dynaaminen maksuvalmius kuvaa tulo-rahoituksen riittävyyttä maksujen hoitamiseen tilikauden aikana. Sitä voidaan tarkastella kassavirtojen avulla. Staattista maksuvalmiutta eli nopeasti rahaksi muutettavaa omaisuutta suhteutetaan lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan. (Yritystutkimus ry 2011, 71.)

Maksuvalmiuden tunnusluvuista ovat ennen kaikkea kiinnostuneita velkojat ja tavarantoimittajat. Tyypillisiä maksuvalmiuden tunnuslukuja ovat quick ratio ja current ratio. (Niskanen & Niskanen 2003, 117 – 118.) Tässä opinnäytetyössä maksuvalmiutta tarkastellaan staattisesta näkökulmasta. Tämä siksi, että tutkimus perustuu tietyn ajankohdan eli tilinpäätöshetken maksuvalmiuden tarkasteluun. Dynaamisen maksuvalmiuden tutkiminen olisi vaatinut pidempiaikaista kassavirtojen analysointia.

4.3.1 Quick ratio

Quick ratio mittaa yrityksen kykyä selviytyä lyhytaikaisista maksuvelvoitteistaan rahoitusomaisuudella. Käytännössä tunnusluku kertoo, paljonko yritys kykenisi maksamaan vieraasta pääomasta takaisin, jos yritystoiminta yllättäen loppuisi. Mitä enemmän rahoitusomaisuutta yrityksellä on suhteessa lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan, sitä parempi on sen maksuvalmius. Quick ratio saadaan kaavalla:

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Rahoitusomaisuus}}{\text{Lyhytaikaiset velat} - \text{Saadut ennakomaksut}}$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 85 – 86; Yritystutkimus ry 2011, 71.)

Osoittajassa oleva rahoitusomaisuus tarkoittaa lyhytaikaisia saamisia ja rahavaroja, kuten käteiskassaa, pankkitiliä ja rahoitusarvopapereita. Nimittäjässä olevista lyhytaikaisista veloista puolestaan vähennetään saatujen ennakkomaksujen määrä, koska vaikka saadut ennakkomaksut ovatkin velkaa, niitä ei yleensä makseta takaisin. (Salmi 2010, 180.)

Yritystutkimus ry antaa (2011, 71) Quick ratiolle seuraavat ohjearvot:

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

Quick ration arvo 1 tarkoittaa, että yrityksellä on rahaksi muutettavaa omaisuutta yhtä paljon kuin lyhytaikaista vierasta pääomaa, jolloin yritys selviytyy maksuistaan pelkällä rahoitusomaisuudella. Kuitenkin esimerkiksi kaupan alan yritysten, joiden varastot sitovat paljon pääomaa, on vaikea päästä näin korkeisiin arvoihin. (Niskanen & Niskanen 2003, 120; Balanceconsulting.)

Quick ratio ja Current ratio -tunnuslukujen yhteydessä on hyvä tarkastella myös yrityksen pääomarakennetta. Esimerkiksi kun omavaraisuusaste on korkea, yritys voi saada apua lyhytaikaiseen rahoitustarpeeseensa ottamalla lainaa. (Balanceconsulting.)

4.3.2 Current ratio

Current ratio poikkeaa quick ratiosta siten, että tunnusluvun osoittajassa olevaan rahoitusomaisuuteen lisätään vaihto- omaisuus. Ajatuksena on, että myös vaihto-omaisuutta voi realisoida selvitäkseen lyhytaikaisista maksuvelvoitteista. Current ration heikkona puolena pidetään sitä, että vaihto-omaisuutta on usein vaikea arvostaa. Current ratio lasketaan seuraavasti:

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Rahoitusomaisuus} + \text{Vaihto-omaisuus}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma}}$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 87; Yritystutkimus ry 2011, 72.)

Yritystutkimus ry:n (2011, 72) mukaan current ration normiarvoina voidaan pitää:

yli	2	hyvä
1 -	2	tydyttävä
alle	1	heikko

Current ration tulkinnassa on hyvä seurata tunnusluvun kehitystä. Tunnusluvussa tapahtuneita muutoksia selittää usein vaihto-omaisuuden, ostovelkojen ja myyntisaamisten kiertoajat. (Balanceconsulting.)

4.4 Tehokkuus

Maksuvalmiuden tunnuslukujen rinnalla käytetään usein käyttöpääomaerien tunnuslukuja. Näitä ovat esimerkiksi myyntisaamisten, ostovelkojen ja vaihto-omaisuuden kiertoajat. Nämä tunnusluvut kertovat, kuinka nopeasti käyttöpääoma on muutettavissa rahaksi. (Kallunki & Kytönen 2007, 88.)

Kun maksuvalmius on hyvällä tasolla, yritys pystyy selviytymään lyhytaikaisista veloistaan tulorahoituksen avulla. Tulorahoitukseen puolestaan vaikuttaa se, missä ajassa yritys saa tuottoa myymistään suoritteista ja se, missä ajassa tuotantokelijöistä aiheutuvat menot kertyvät. (Kallunki & Kytönen 2007, 88.)

4.4.1 Myyntisaamisten kiertoaika

Myyntisaamisten kiertoaika kuvaa, kuinka monta päivää kestää ennen kuin yrityksen myynnistä johtuvat saamiset saadaan rahana kassaan. Tunnusluku mittaa perinnän ja maksuaikojen tehokkuutta. Mitä hitaammin asiakkaat maksavat maksunsa tai mitä enemmän maksuaikaa yritys asiakkailleen myöntää, sitä enemmän käyttöpääomaa sitoutuu yritystoimintaan. Mikäli yritys haluaa lyhentää myyntisaamisten kiertoaikaa, se voi lisätä käteismyyntiä, tehostaa perintätoimenpiteitä, neuvotella maksuehdoista tai myydä saamiset factoring-yhtiölle. (Kallunki & Kytönen 2007, 88; Balanceconsulting.)

Myyntisaamisten kiertoaika lasketaan seuraavasti:

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

(Kallunki & Kytönen 2007, 89.)

4.4.2 Ostovelkojen kiertoaika

Ostovelkojen kiertoaika kertoo siitä, miten nopeasti yritys maksaa ostovelkansa takaisin. Tunnusluku lasketaan seuraavalla kaavalla:

$$\text{Ostovelkojen kiertoaika} = \frac{\text{Ostovelat}}{\text{Ostot} + \text{Ulkopuoliset palvelut}} \times 365$$

(Kallunki & Kytönen 2007, 89.)

Jos yrityksen ostovelkoihin sisältyy investoinneista johtuvia ostovelkoja, niin ostovelkojen kiertoaika kasvaa. Siksi tunnuslukua laskettaessa onkin hyvä varmistaa, että ostovelat liittyvät pelkästään aine- ja tarvikeostoihin. Ostovelkojen maksamisen lykkääminen kertoo yrityksen maksuvalmiusongelmista. Ostovelkojen maksuajan sääntönä on, että maksuajan pitäisi ylittää hieman myyntisaamisten maksuaika. (Kallunki & Kytönen 2007, 90.)

4.5 Kasvu

Liikevaihdon kasvuprosentti mittaa sitä, miten yrityksen kasvu on vuodesta vuoteen kehittynyt. Luku pystyy kertomaan myös yrityksen myyntimenestyksestä, koska myynnin kasvu koostuu sekä tuotetarjonnan kasvusta että myyntihintojen noususta. Yrityksen on kasvettava samassa vauhdissa ympäröivien markkinoiden kanssa, muuten se saattaa menettää kilpailukykynsä. Negatiivinen kasvu eli koon pieneneminen voi osoittautua vaaralliseksi, mikäli yrityksellä on runsaasti kiinteitä kuluja. Vaarallista yritykselle voi olla myös sen liian nopea kasvu, sillä nopea kasvu voi johtaa maksuvalmius- ja vakavaraisuusvaikeuksiin. Normaalina kasvunopeutena pidetäänkin noin kymmenen prosentin vuotuista kasvua. Toisena sääntönä on myös se, että kasvuprosentin on hyvä olla suuruusluokaltaan sama kuin pääoman tuottoprosentti. Tällöin yrityksen tulorahoitus on tasapainossa ja vieraan pääoman tarve minimoituu. (Laitinen 1994, 56–58.)

Liikevaihdon kasvuprosentti lasketaan kaavalla:

$$\text{Liikevaihdon kasvu - \%} = \frac{\text{Liikevaihto (12 kk)} - \text{Edellinen liikevaihto (12 kk)}}{\text{Edellinen liikevaihto (12 kk)}}$$

(Balanceconsulting.)

4.6 Konkurssin todennäköisyys

Yrityksen taloudellisia edellytyksiä arvioidaan myös Z-luvun avulla, joka ennustaa yrityksen konkurssiriskiä. Z-luku on professori Prihtin kehittämä tunnusluku, joka on käytössä myös Navita-mallissa. Prihtin teoreettinen malli perustuu kolmeen hypoteesiin. Ensimmäinen hypoteesi on se, että toimivan yrityksen tulorahoitus kattaa kaikki rahoituksen maksuvaatimukset. Toisen hypoteesin mukaan, ensimmäinen konkurssiajankohta on se, jolloin yrityksen lisälainan tarve ylittää saatavissa olevan lainan määrän. Kolmas hypoteesi on, että konkurssiyritys ottaa yksipuolista lisälainaa sidosryhmiltään. Prihtin konkurssiprosessin vaiheet ovat tulorahoituksen loppuminen, lainattavissa olevien varojen loppuminen sekä ostovelkarahoituksen loppuminen. (Balanceconsulting.)

Laskusääntönä Z-luvun laskemiseksi voidaan pitää seuraavaa kaavaa:

Tunnusluku 1 = $100 * (\text{Tulojäämä I} - \text{Verot}) / \text{Taseen loppusumma}$

Tunnusluku 2 = $100 * (\text{Rahoitusomaisuus} - \text{Lyhytaikaiset velat}) / \text{Taseen loppusumma}$

Tunnusluku 3 = $100 * \text{Vieras pääoma} / \text{Taseen loppusumma}$

Prihtin Z-luku = $0.049 * \text{Tunnusluku 1} + 0.021 * \text{Tunnusluku 2} - 0.048 * \text{Tunnusluku 3}$

Z-luvun kriittisenä arvona pidetään – 4, 5. Tätä pienemmän arvon saaneet yritykset voidaan luokitella konkurssiyrityksiksi. (Balanceconsulting.)

5 Kohdeyrityksien kuvaaminen

5.1 Moto-Rauma Oy

Moto-Rauma on yksi Suomen suurimmista moottoripyöräalan yrityksistä. Yrityksen verkkosivujen mukaan se on toiminut alalla jo yli 35 vuotta. Kaupparekisteritietojen perusteella toiminta on rekisteröity vuonna 1993. Moto-Rauma sijaitsee Raumalla ja asiakkaita sillä on ympäri Suomea. (MOTORAUMA Oy.)

Moto-Rauma myy uusia skoottereita, moottoripyöriä ja mopoja, kelkkoja, mönkijöitä ja vesijettejä, varusteita ja tarvikkeita. Se tarjoaa asiakkailleen myös laadukkaita huoltopalveluita, nouto- ja kuljetuspalveluita, moottoripyörän talvisäilytyspalveluita, laitteiden vuokrausta sekä oman laitteen vaihtoa toiseen. Moto-Rauman liikkeen lattiapinta-alasta suurin osa onkin erilaisten vaihtolaitteiden käytössä. Näitä on varastossa jatkuvasti ainakin sata kappaletta. Yrityksen vaihtolaitteiden valikoimaan pääsee tutustumaan www.nettimoto.com-palvelussa. Pyörien kuljetuksesta vastaa Kiitolinja, joka pystyy toimittamaan vaihtolaitteen minne päin Suomea tahansa. (MOTORAUMA Oy; Lujala, J. Toimitusjohtaja. Moto-Rauma Oy. Rauma 15.6.2013. Haastattelu.)

Yritys edustaa maailman tunnetuimpia merkkejä, kuten esimerkiksi Honda, Yamaha, Kawasaki, Ducati, MV Agusta, Husqvarna, Polaris ja Kymco. (Moto-
rauma Oy.)

Moto-Rauman osakepääoma on 8 409 euroa ja osakkeita on yhteensä 50 kappaletta. Kaikista osakkeista 96 prosentin omistusosuus kuuluu Pia Rastiolle. Hän toimii myös hallituksen varajäsenenä. Toimitusjohtaja on Juha Matti Lujala, joka toimii myös hallituksen varsinaisena jäsenenä. Asiakastiedon mukaan yrityksellä oli vuonna 2011 seitsemän työntekijää. (Suomen Asiakastieto Oy 2013.)

Yrityksen tavoitteena on jatkuva asiakaspalvelun kehittäminen sekä tuotevalikoiman laajentaminen moottoripyörien ja varusteiden osalta. Asiakkaiden vierailu liikkeessä pyritään tekemään mahdollisimman helpoksi ja miellyttäväksi.

Moto-Rauma tarjoaa asiakkailleen rahoitusratkaisuja, joista yksi vaihtoehto on yrityksen oma rahoitus, jossa vuosittainen rahoituskorko on 7,9 % (Moto-
rauma Oy.)

Moto-Rauman toimitusjohtaja Juha Lujala valittiin vuonna 2004 vuoden yrittäjäksi. (Moto-
rauma Oy.)

Juha Lujalan tavoitteena on tehdä yritystoiminnasta mahdollisimman selkeää. Hän ei halua asettaa henkilöstölleen mitään myyntitavoitteita, jotta työntekijöille ei tulisi ylimääräisiä paineita. Riittää kun tuotteet ovat myyntikelpoisia ja että yritykselle tulee riittävä kate toimintansa ylläpitämiseksi. (Lujala, J. Toimitusjohtaja. Moto-Rauma Oy. Rauma 15.6.2013. Haastattelu.)

5.2 Kilpailijat

Kuten Johdanto-luvussa jo todettiin, Moto-Rauman tärkeimpiä kilpailijoita Juha Lujalan mielestä ovat Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

5.2.1 Moto-Seinäjoki Oy

Moto-Seinäjoki Oy:n toimiala on moottoripyörien ja niiden osien ja varusteiden vähittäiskauppa. Vuonna 2012 yritykset Moto-Seinäjoki Oy ja Kiinteistö Oy Pen-

nalat sulautuivat Moto-Seinäjoki Oy:öön. (Suomen Asiakastieto Oy.) Suomen Asiakastieto Oy:n (2013) mukaan yrityksen palveluksessa vuonna 2011 oli enintään kaksi työntekijää.

Moto-Seinäjoki Oy myy käytettyjä ajoneuvoja, kuten autoja, veneitä, skoottereita ja traktoreita, uusia moottoripyöriä, mopoautoja, maastoajoneuvoja ja muita pienkoneita. Sen toimintaan kuuluu myös varaosien ja lisävarusteiden myynti. Yrityksellä on oma verkkokauppa, josta voi tilata paljon erilaisia varusteita ja kypäriä. (Moto-seinajoki.)

Yritys edustaa sellaisia merkkejä kuten Harley- Davidson, Honda, Triumph, KTM, Kymco, Ligier, Polaris ja Arai. (Moto-Seinajoki Oy.)

Yrityksen osakepääoma on 100 000 euroa ja osakkeita on 320 kappaletta. Näistä 50 osaketta on yhtiön toimitusjohtajalla ja hallituksen puheenjohtajalla Hannu Pennalalla ja 50 osaketta on Heikki Pennalalla. Hallituksen varsinaisena jäsenenä toimii Jarkko Haukkala. (Suomen Asiakastieto Oy 2013.)

Vuonna 2013 Moto-Seinäjoki sai kansainvälisen Harley-Davidson Retail Environment Award-palkinnon. Kyseinen palkinto myönnetään standardit täyttäneille yrityksille koskien pyörien ja varaosien myynnistä sekä korjaamoista. Yritys sai positiivista huomiota etenkin myyntitilojen modernista tyylistä ja teknisistä yksityiskohdista. Moto-Seinäjoki on ensimmäinen jälleenmyyjä Suomessa, joka sai kyseisen palkinnon. (Ilkka.)

5.2.2 Bike World Oy

Bike World Oy on Otto Brandt-konserniin kuuluva yhtiö. Se on rekisteröity kaupparekisteriin vuonna 1991. Yrityksellä on kolme myymälää, jotka sijaitsevat Tampereella, Turussa ja Vantaalla.

Aikaisemmin yhtiöllä oli myös Espoossa sijaitseva toimipiste, mutta tammikuun 2013 puolivälissä myymälä suljettiin ja yhdistettiin Vantaalla sijaitsevaan toimipisteeseen. Syynä tähän toimitusjohtaja Mika Koukin mukaan oli moottoripyörien myynnin väheneminen. Hänen mukaan vuonna 2012 moottoripyöriä myytiin Suomessa noin 4000 kappaletta, kun taas muutama vuosi sitten niiden vuosit-

tainen myynti oli noin 10 000 kappaletta. (Bikeworld; Suomen Asiakastieto Oy 2013.)

Bike World Oy myy moottoripyöriä, vaihtopyöriä, varusteita ja tarvikkeita, mönkijöitä, skoottereita, mopoautoja ja moottorikelkkoja. Se tarjoaa asiakkailleen myös huoltopalveluita. (Bikeworld.)

Vuoden 2013 aikana yritys on alkanut myydä myös veneitä, jolloin venetalo Marine yhdistyi Bike Worldiin. Toimitusjohtajan Mika Koukin mielestä liiketoimintojen yhdistäminen tuo uusia mahdollisuuksia, varsinkin käytettyjen tuotteiden kauppaan, koska veneitä voidaan vaihtaa esimerkiksi moottoripyöriin, mopoihin tai vaikkapa mönkijöihin ja päinvastoin. (Kauppalehti.)

Bike World Oy myy muun muassa seuraavia tuotemerkkejä: Honda, KTM, Victory, Polaris, Gilero, Piaggio, Vespa ja Ligier. (Bikeworld.)

Yhtiön osakepääoma on 86 617 euroa, mikä jakaantuu 51 500 osakkeeseen. Koko omistusosuus kuuluu Otto Brandt-konsernille. Vuonna 2011 yhtiöllä oli henkilöstöä 47 henkeä. (Suomen Asiakastieto Oy 2013.)

Mika Koukin mielestä nykyinen markkinatilanne on haastava, mutta yhtiön tavoitteena on kuitenkin nostaa nykyinen noin 25 miljoonan euron liikevaihto 30 miljoonaan euroon vuoden 2014 loppuun mennessä. (Kauppalehti.)

Bike World Oy:n vahvana puolena Koukin mielestä on suuri isojen veneiden maahantuonti sekä käytettyjen moottoreiden ja mopoautojen myynti. Mönkijöiden myynti on myös tasaista. (Kauppalehti.)

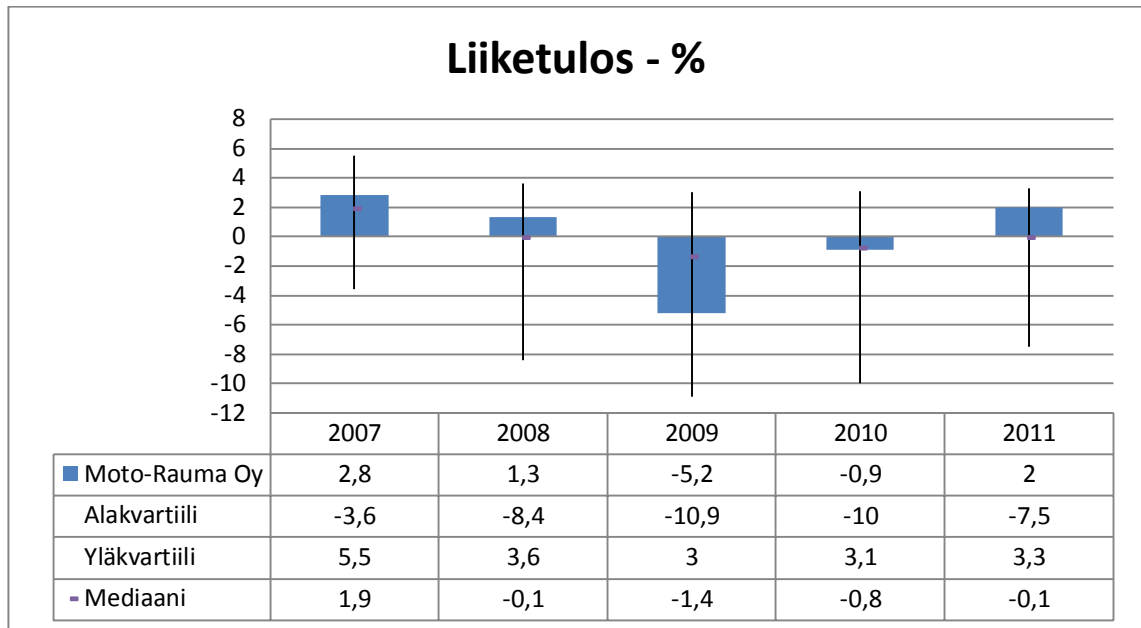
6 Analyysi

6.1 Kannattavuus

6.1.1 Liiketulos

Moto-Rauman liiketulosprosentti oli vuodesta 2007 vuoteen 2010 jatkuvassa laskussa. Vuosina 2007 - 2008 sen arvo oli positiivinen, mutta vuonna 2009 liiketulosprosentti laski jyrkästi, jolloin sen arvo oli -5,2. Vuonna 2011 liiketulos-

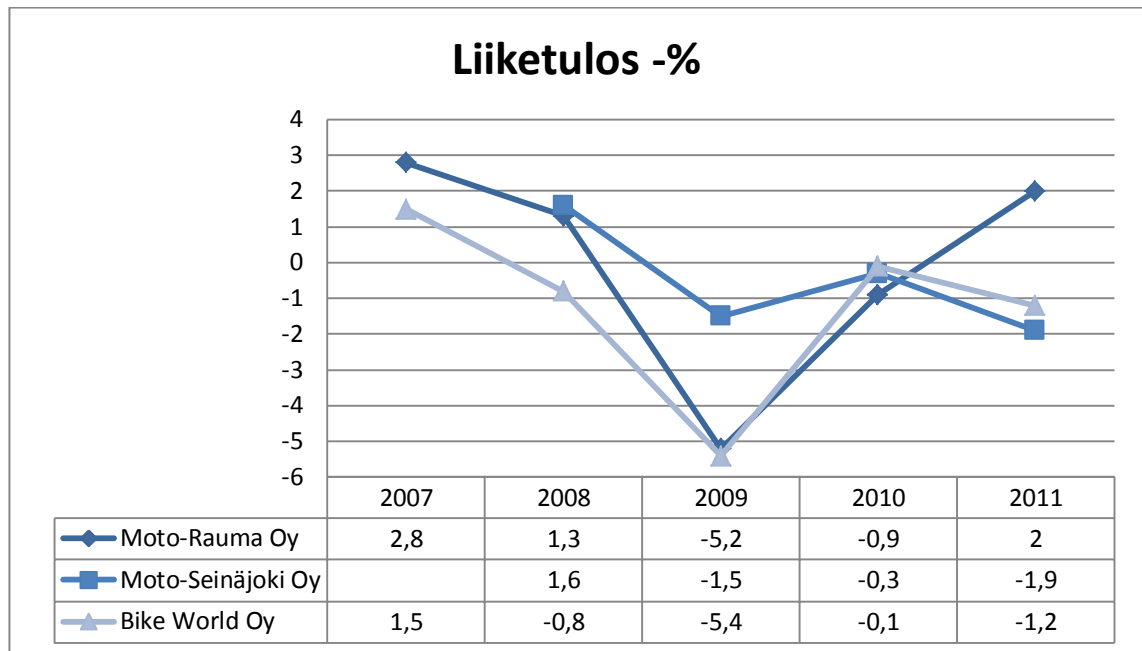
prosentti nousi positiiviseksi. Koko tarkastelujakson ajan Moto-Rauman liiketulosprosentti on ollut mediaanin yläpuolella, mikä tarkoittaa sitä, että yli puolella saman toimialan yrityksistä tunnusluku oli heikompi. Yritystutkimus ry:n antamien viitteellisten ohjearvojen mukaan Moto-Rauman liiketulosprosentti on ollut koko tarkastelujakson ajan heikolla tasolla. Ohjeellisiin lukuihin kannattaa kuitenkin suhtautua varauksellisesti, koska tunnuslukujen arvo riippuu pitkälti liiketoiminnan luonteesta ja rakenteesta.



Kuva 7. Liiketulosprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Vertailtaessa keskenään Moto-Rauman ja sen kilpailijoiden liiketulosprosenttia huomataan, että tunnusluku on laskenut kaikilla yrityksillä vuosina 2007–2009. Moto-Seinäjoen liiketulosprosentin alhaisin arvo oli vuonna 2011, kun taas Bike Worldilla se oli vuonna 2009. Kyseinen vuosi osoittautui kaikille tarkasteltaville yrityksille kriittiseksi, sillä liiketulosprosentti laski huomattavasti edelliseen vuoteen verrattuna. Moto-Rauman liiketulosprosentin keskimääräinen lasku vuosina 2007–2009 oli neljä prosenttiyksikköä. Vuonna 2009 yrityksen toimintaan tehtiin operatiivisia muutoksia, jolloin tunnusluku saatiin kohoamaan. Keskimääräinen kokonaispudotus oli kuitenkin 0,20 prosenttiyksikköä. Moto-Seinäjoen liiketulosprosentin keskimääräinen pudotus oli 0,96 prosenttiyksikköä ja Bike Worldin 0,12 prosenttiyksikköä. Kaavion perusteella Moto-Seinäjoella oli vuosina 2007–2010 korkein liiketulosprosentti, mutta vuodesta 2010 alkaen tunnus-

luvun arvo heikkeni. Moto-Rauman liiketulosprosentti alkoi kasvaa vuodesta 2009 alkaen, ja vuonna 2011 sen arvo oli suurempi kuin kilpailijoilla.

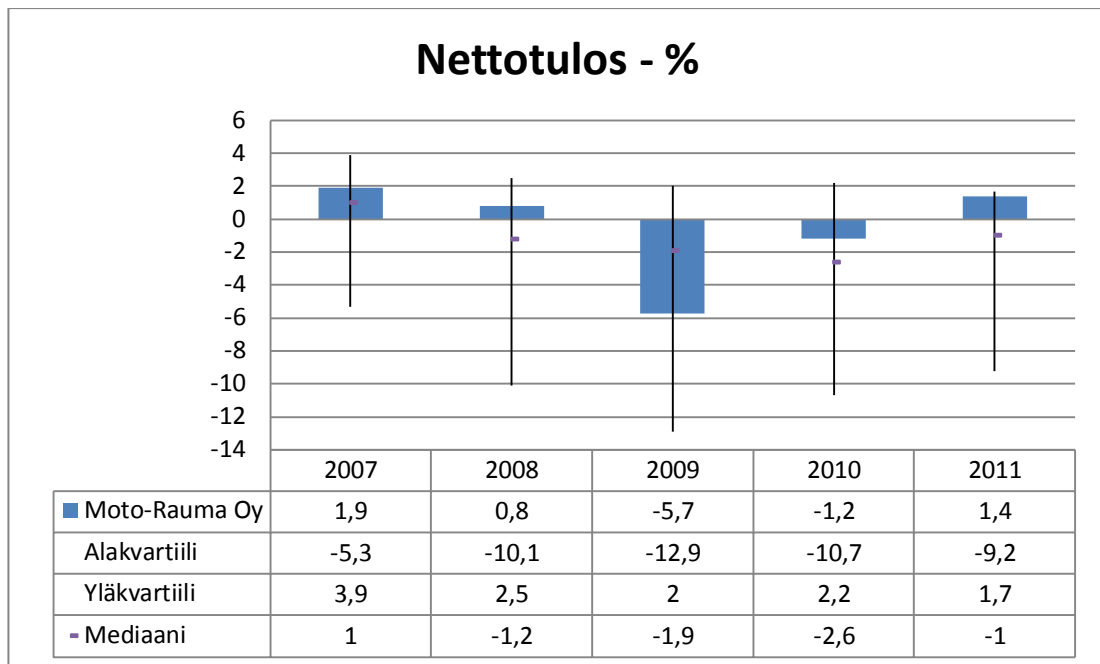


Kuva 8. Liiketulosprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

Negatiivinen liiketulosprosentti kertoo, että tarkastelujakson aikana kaikilla kolmella yrityksellä oli jossakin vaiheessa vaikeuksia varsinaisen toimintansa kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tuotot eivät olleet riittäviä kulujen kattamiseen. Syynä siihen voi olla kulujen vääränlainen mitoitus tai liian suuri määrä työntekijöitä.

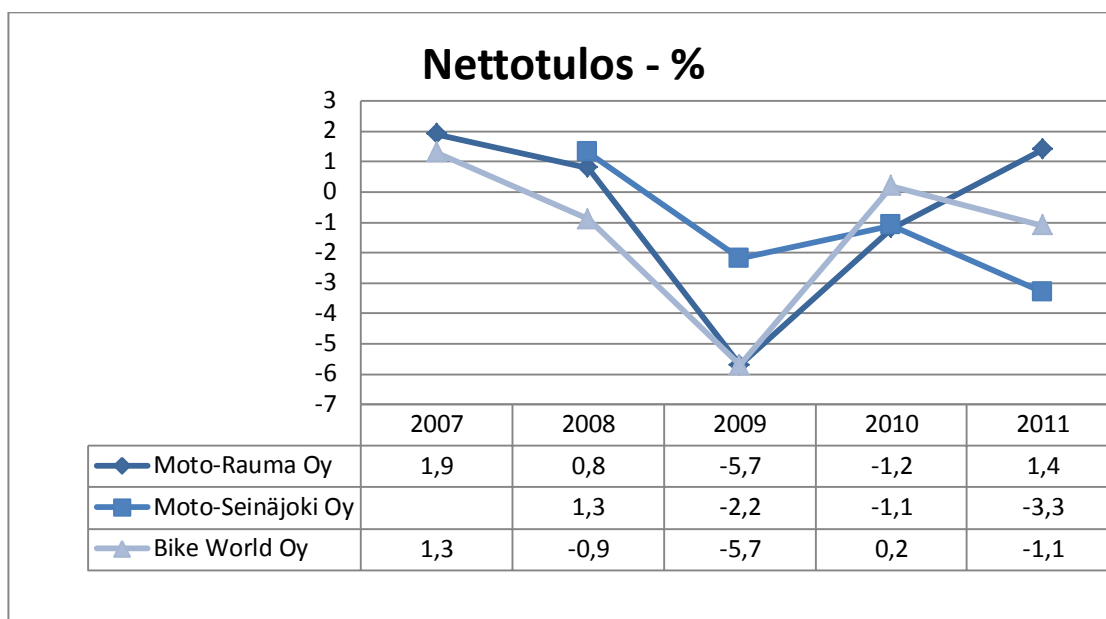
6.1.2 Nettotulos

Moto-Rauman nettotulos oli vuodesta 2007 vuoteen 2008 positiivisella tasolla. Vuonna 2009 se laski kuitenkin huomattavasti. Vuoden 2009 negatiivinen nettotulos selittyy yleisellä taloudellisella kriisillä, jolloin ihmisten kulutus moottoripyöräalalla laski jyrkästi. Moto-Rauma toipui kuitenkin kriisistä ja se näkyy nettotuloksen kasvuna vuosina 2010–2011. Koko tarkastelujakson ajan, vuosi 2009 pois lukien, yrityksen nettotulos on ollut mediaanin yläpuolella. Vuonna 2011 tunnusluku ylsi melkein yläkvartiiliin, mikä on erittäin hyvä saavutus.



Kuva 9. Nettotulosprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Moto-Rauman ja sen kilpailijoiden nettotulokset ovat olleet vaihtelevia koko tarkastelujakson ajan. Vuonna 2007 Moto-Rauman tunnusluku oli korkeimmillaan verrattuna kilpailijoiden tunnuslukuun. Vuonna 2008 yrityksen tunnusluvun arvo pysyi edelleen positiivisena, kun taas Bike Worldilla se laski negatiiviseksi. Vuonna 2009 kaikkien kolmen yrityksen nettotulos laski, mutta vain Moto-Rauma onnistui vuonna 2011 säilyttämään tunnusluvun kasvun ja tuomaan sen positiiviselle tasolle. Kilpailijoilla kyseinen tunnusluku painui negatiiviseksi.



Kuva 10. Nettotulosprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

Negatiivinen nettotulos on merkki siitä, että yritykset eivät pystyneet selviytymään rahoituskuluistaan. Tämä puolestaan viestii siitä, että yritys käyttää toimintansa rahoittamiseen paljon vierasta pääomaa.

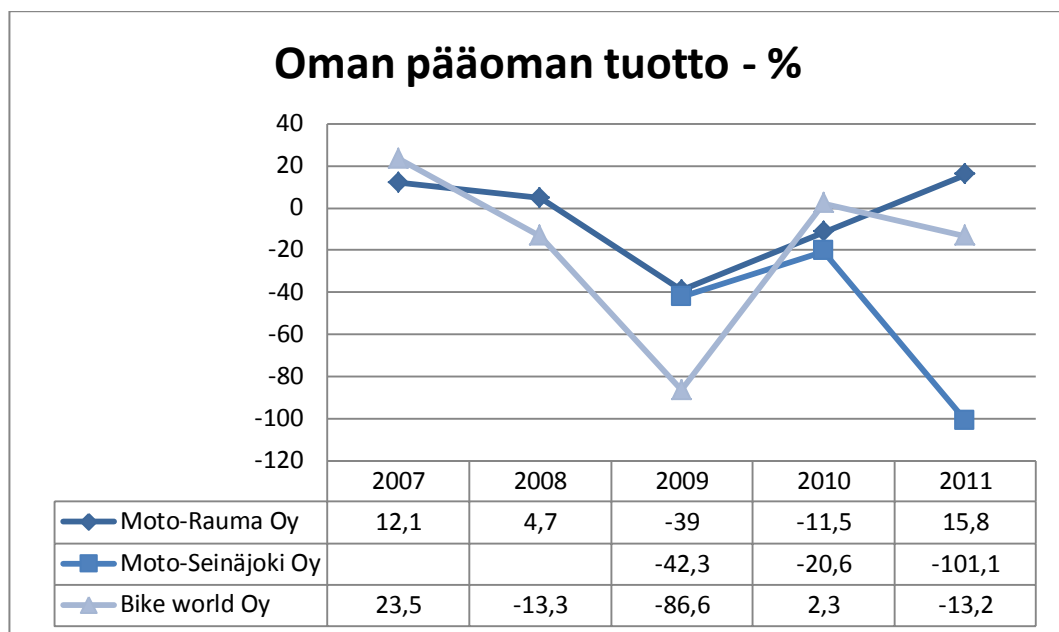
6.1.3 Oman pääoman tuotto

Moto-Rauman oman pääoman tuottoprosentti oli laskussa vuodesta 2007 vuoteen 2009. Vuodesta 2009 alkaen tunnusluku alkoi kasvaa, ja vuonna 2011 se nousi positiiviseksi. Moto-Seinäjoen oman pääoman tuottoprosentti on ollut negatiivinen jo vuodesta 2008 lähtien. Yrityksen tunnusluvun arvo laski tarkastelujakson aikana noin 59 prosenttiyksikköä. Bike Worldin tunnusluku laski vuosina 2007–2009. Vuonna 2010 sen oman pääoman tuottoprosentti kasvoi positiiviseksi, mutta vuonna 2011 tunnusluku painui jälleen negatiiviseksi. Yrityksen oman pääoman tuottoprosentti laski vuosina 2007–2011 noin 37 prosenttiyksikköä.

Keskimääräinen oman pääoman tuottoprosentti Moto-Raumalla oli -3,58 prosenttia, Moto-Seinäjöellä -54,57 prosenttia ja Bike Worldilla -17,46 prosenttia.

Tästä voidaan todeta, että Moto-Rauman oman pääoman tuotto prosentti on ollut parempi verrattuna kilpailijoihin. Vertaamalla tunnuslukua viitteellisiin ohjearvoihin todetaan, että se on ollut melkein koko tarkastelujakson heikko. Moto-Rauman tunnusluku on ollut tyydyttävällä tasolla vuosina 2007 ja 2011 ja Bike Worldin vuonna 2007.

Negatiivinen oman pääoman tuotto prosentti johtuu tilikauden tappiosta. Tappion syynä voi olla ensinnäkin tuottojen vähentyminen. Tuottojen vähentyminen voi johtua esimerkiksi kysynnän laskusta, inflaation seurauksena olevasta ostovoiman laskusta tai siitä, että tuotteita on myyty huonolla katteella. Toisena syynä voi olla huomattava kulujen määrä suhteessa liikevaihtoon.



Kuva 11. Oman pääoman tuotto prosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.1.4 Sijoitetun pääoman tuotto

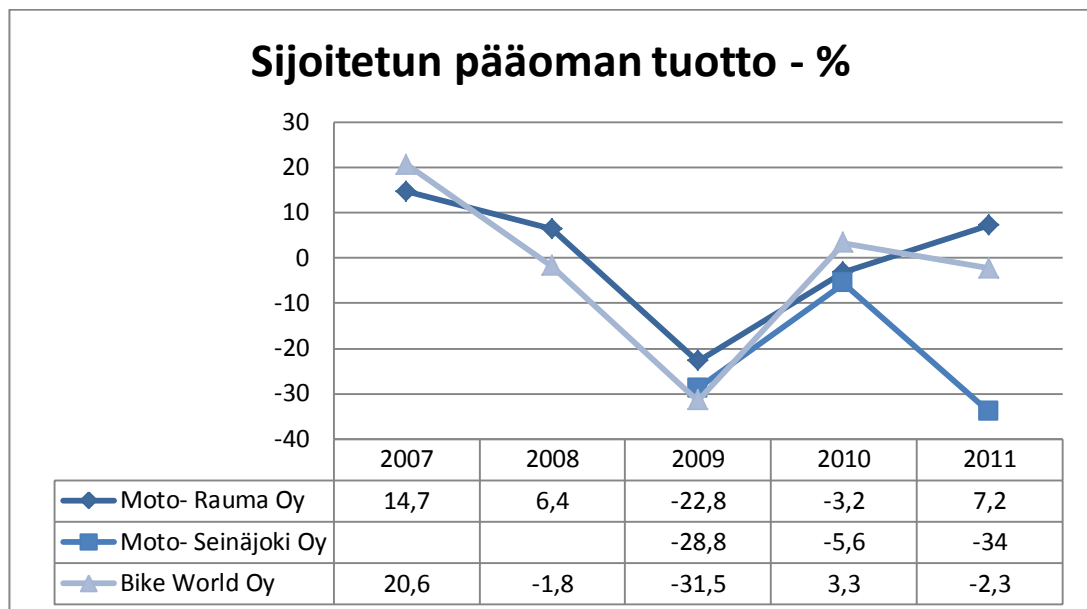
Suosittelavaa on, että sijoitetun pääoman tuotto prosentti olisi pienempi kuin oman pääoman tuotto prosentti, koska oma pääoma on riskipääomaa ja sille täytyy saada enemmän tuottoa. Jos tarkastellaan Moto-Rauman ja sen kilpailijoiden oman pääoman tuotto prosenttien kehittymistä, todetaan, että se on ollut

sijoitetun pääoman tuotto prosenttia suurempi vain Moto-Raumalla vuonna 2011 ja Bike Worldilla vuonna 2007.

Moto-Rauman ja Bike Worldin sijoitetun pääoman tuotto prosentti oli laskussa vuosina 2007–2009, mutta vuonna 2010 tunnusluku alkoi kohota. Moto-Seinäjoen tunnusluku oli jo vuodesta 2009 alkaen negatiivinen. Vuodesta 2009 vuoteen 2010 tunnusluku parani kaikilla kolmella yrityksellä. Moto-Rauman tunnusluvun kasvu jatkui aina 2011 vuoteen asti, kun taas kilpailijoiden sijoitetun pääoman tuotto prosentti laski vuonna 2011.

Moto-Rauman keskimääräinen sijoitetun pääoman tuotto prosentti oli -3,58 prosenttia, Moto-Seinäjoella se oli -54,67 prosenttia ja Bike Worldilla -17,46 prosenttia. Moto-Rauman keskimääräinen tunnusluku on selvästi parempi kuin sen kilpailijoilla.

Vertaamalla Moto-Rauman sijoitetun pääoman tuotto prosenttia Yritystutkimus ry:n antamiin ohjearvoihin todetaan, että vuonna 2007 tunnusluku oli tyydyttävällä tasolla, mutta vuosina 2008–2010 sen arvo pysyi heikkona. Vuonna 2011 Moto-Rauma onnistui nostamaan sijoitetun pääoman tuotto prosenttinsa hyvälle tasolle.

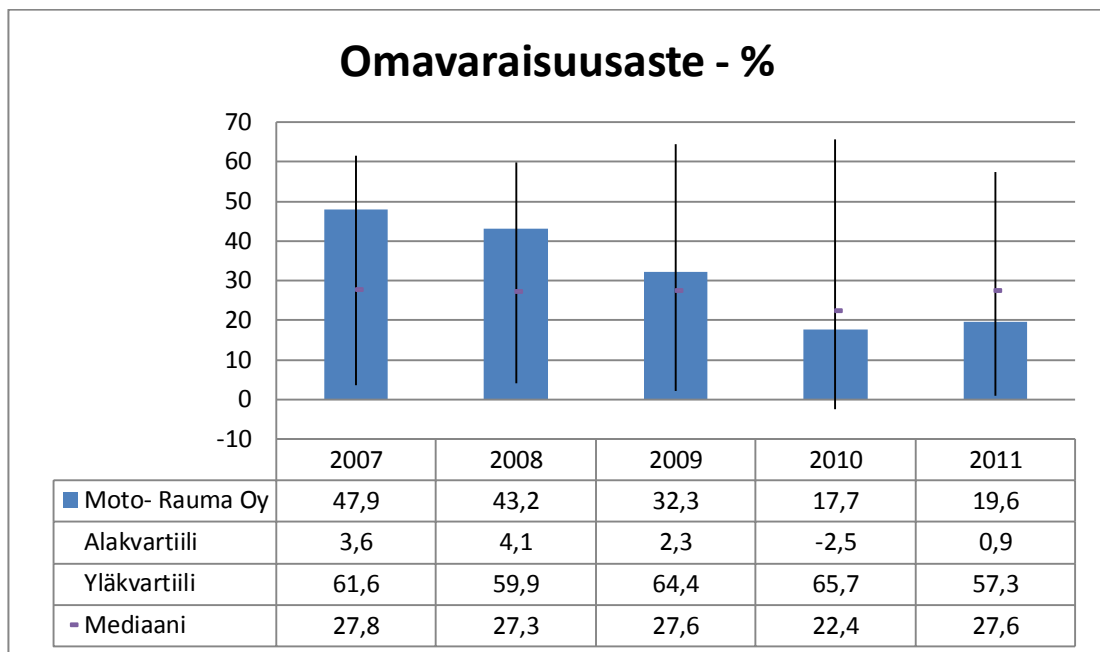


Kuva 12. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.2 Vakavaraisuus

6.2.1 Omavaraisuusaste

Moto- Rauman omavaraisuusaste on ollut vuosina 2007–2009 reilusti yli medianin, mutta vuosina 2010–2011 sen arvo laski hieman mediaanin alle. Yleisesti voidaan todeta, että Moto- Rauman omavaraisuusaste vuodesta 2007 vuoteen 2010 on ollut jatkuvassa laskussa. Vuonna 2011 tunnusluku nousi kuitenkin 1,9 prosenttiyksikköä edelliseen vuoteen verrattuna. Verratessa Moto- Rauman omavaraisuusastetta Yritystutkimus ry:n antamiin ohjearvoihin todetaan, että tunnusluku on ollut vuosina 2007 – 2008 hyvällä tasolla. Tämän jälkeen sen arvo putosi vuonna 2009 tyydyttävälle tasolle ja vuosina 2010–2011 tunnusluvun arvo oli heikko. Syynä omavaraisuusasteen heikkenemiseen oli yrityksen tekemä tappio vuosina 2009–2010.

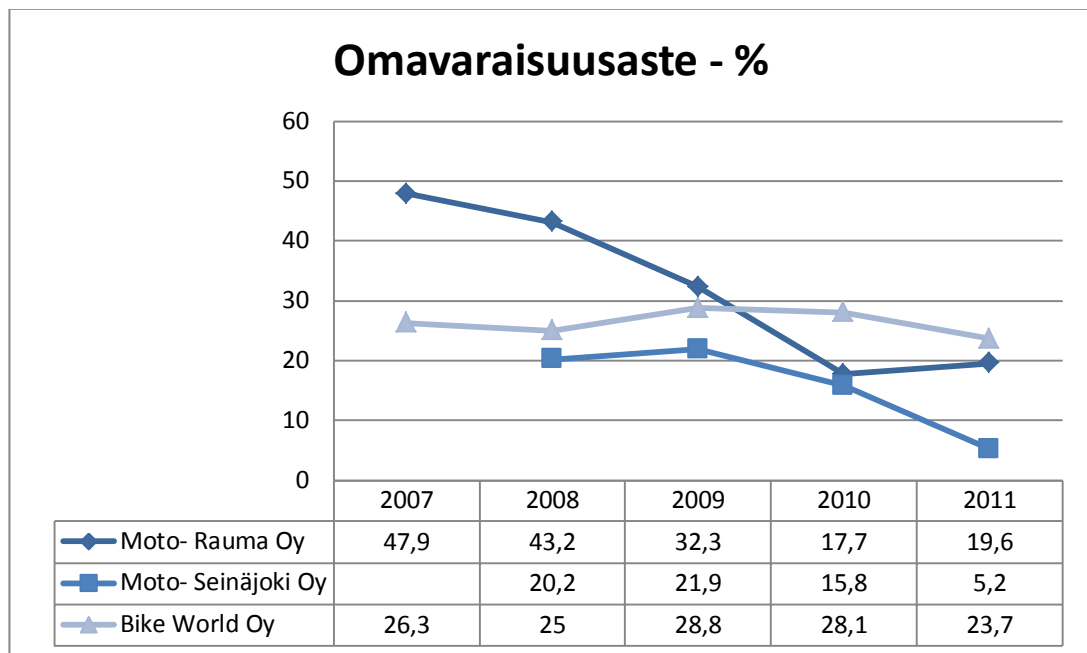


Kuva 13. Omavaraisuusaste prosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Kaaviosta nähdään, että Moto-Rauman omavaraisuusaste on ollut jatkuvassa laskussa vuosina 2007–2010. Yrityksen tunnusluvun arvo laski tarkasteltavan ajanjakson aikana noin 28 prosenttiyksikköä. Bike Worldin tunnusluvun kehittyminen on ollut melko tasaista. Yrityksen omavaraisuusaste laski vuodesta 2007

vuoteen 2011 vain 2,6 prosenttiyksikköä. Moto-Seinäjoen omavaraisuusaste on ollut koko tarkastelujakson aikana pienin kilpailijoihinsa verrattuna. Sen arvo laski vuodesta 2007 vuoteen 2011 yhteensä 15 prosenttiyksikköä.

Moto-Rauman keskimääräinen omavaraisuusaste tarkasteltavana ajanjaksona oli 32,14 prosenttia. Moto-Seinäjoen tunnusluvun keskimääräinen arvo oli 15,78 prosenttia ja Bike Worldilla se oli 26,38 prosenttia. Tässäkin tapauksessa voidaan todeta, että Moto-Rauma näyttää olevan keskimääräisen omavaraisuusasteen perusteella vakavaraaisempi yritys.

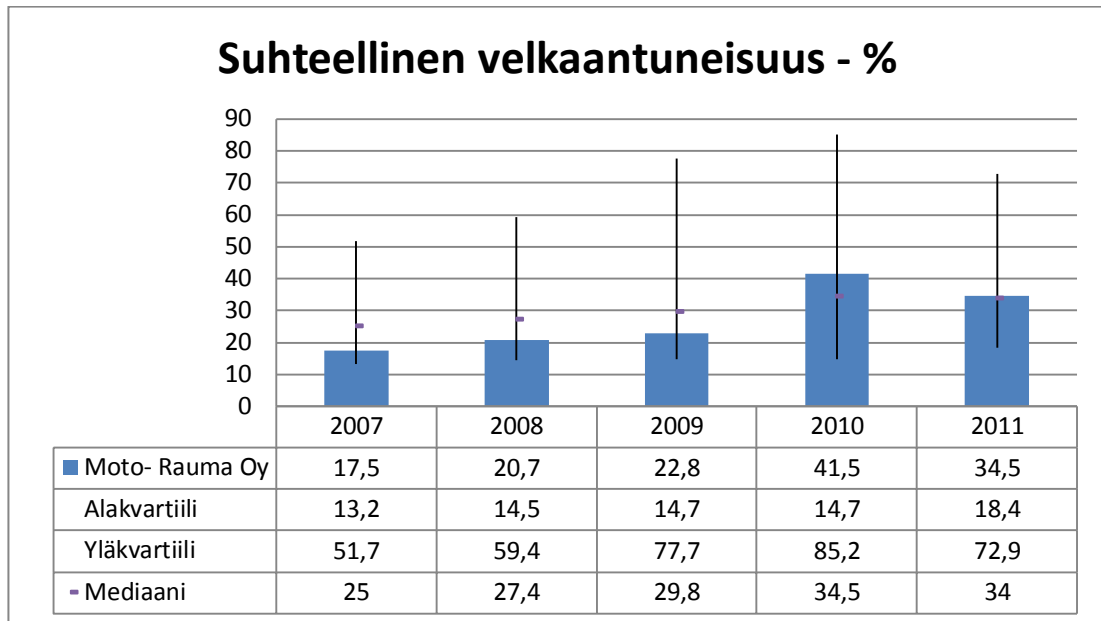


Kuva 14. Omavaraisuusasteprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.2.2 Suhteellinen velkaantuneisuus

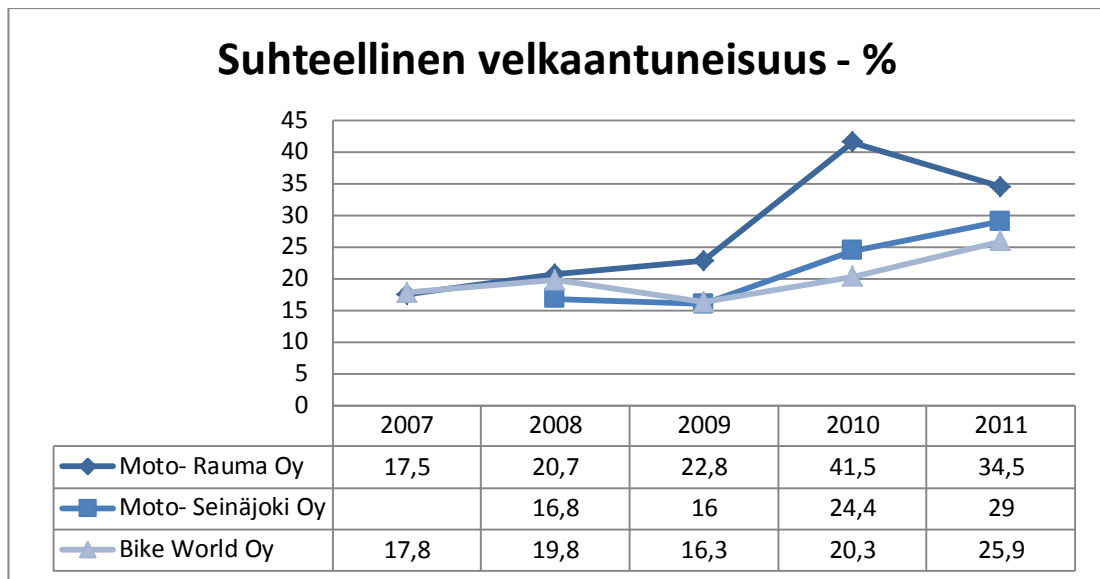
Moto-Rauman suhteellinen velkaantuneisuus oli vuodesta 2007 vuoteen 2010 koko ajan kasvussa. Selitys kasvulle löytyy tarkasteltaessa yrityksen tuloslaskelmaa ja tasetta. Moto-Rauman liikevaihto kyseisinä vuosina oli jatkuvassa laskussa, kun taas vieras pääoma oli kasvanut vuosittain. Moto-Raumasta on siis joka vuosi tullut yhä velkaisempi. Vuonna 2011 velkaantuminen saatiin kuriin ja tunnusluvun arvo pieneni seitsemällä prosenttiyksiköllä.

Moto-Rauman suhteellinen velkaantuneisuus oli mediaanin alapuolella kolmena peräkkäisenä tilikautena, mikä tarkoittaa, että yrityksellä oli parempi tunnusluku kuin yli puolella saman toimialan yrityksistä. Vuonna 2011 Moto-Rauman suhteellinen velkaantuneisuus oli vain 0,5 prosenttiyksikköä mediaanin yläpuolella. Verrattuna Yritystutkimus ry:n antamiin ohjearvoihin, sen suhteellinen velkaantuneisuus on ollut hyvällä tasolla. Tämä on merkki siitä, että yritys on selviytynyt hyvin vieraan pääoman aiheuttamista velvoitteistaan.



Kuva 15. Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Kilpailijoiden suhteellinen velkaantuneisuus on ollut Yritystutkimus ry:n antamien ohjearvojen perusteella myös hyvällä tasolla. Kaaviosta huomataan, että Moto-Rauman suhteellinen velkaantuneisuus on kasvanut lähes jokaisella tilikaudella. Yrityksen velkaantuneisuus on koko tarkasteltavan periodin aikana kasvanut 17 prosenttiyksikköä. Kilpailijoidenkin velkaantuneisuus on kasvanut kahden viimeisen vuoden aikana, mutta kasvu on ollut pienempää kuin Moto-Raumalla. Kaaviosta nähdään, että Bike World on ollut vähiten velkaantunut yritys.

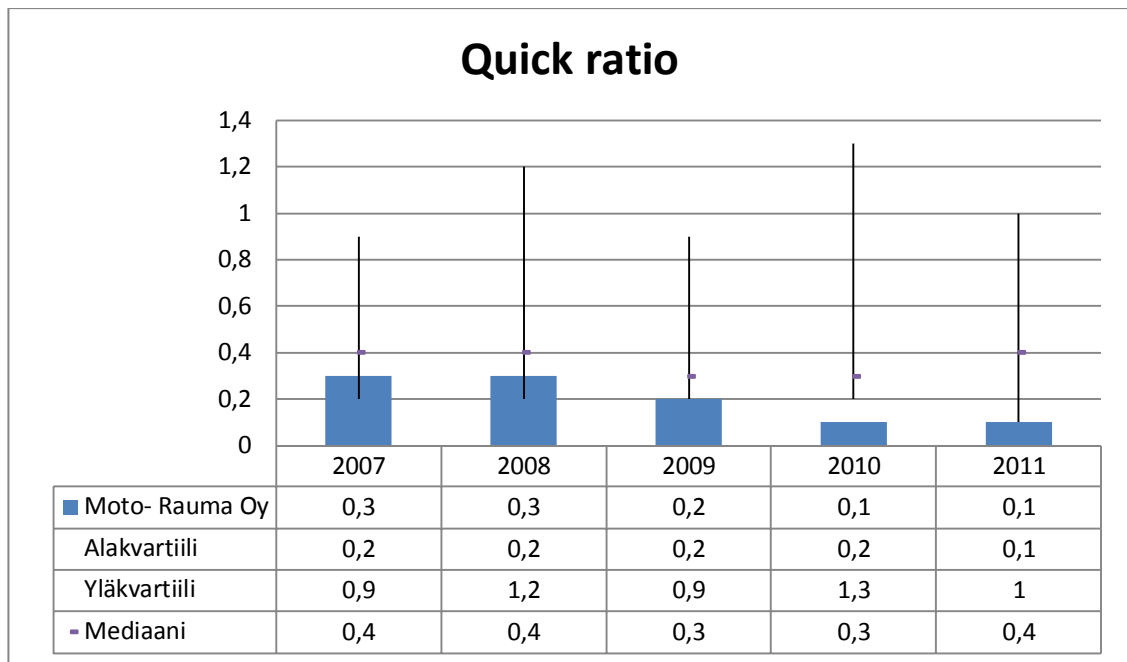


Kuva 16. Suhteellinen velkaantuneisuus. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.3 Maksuvalmius

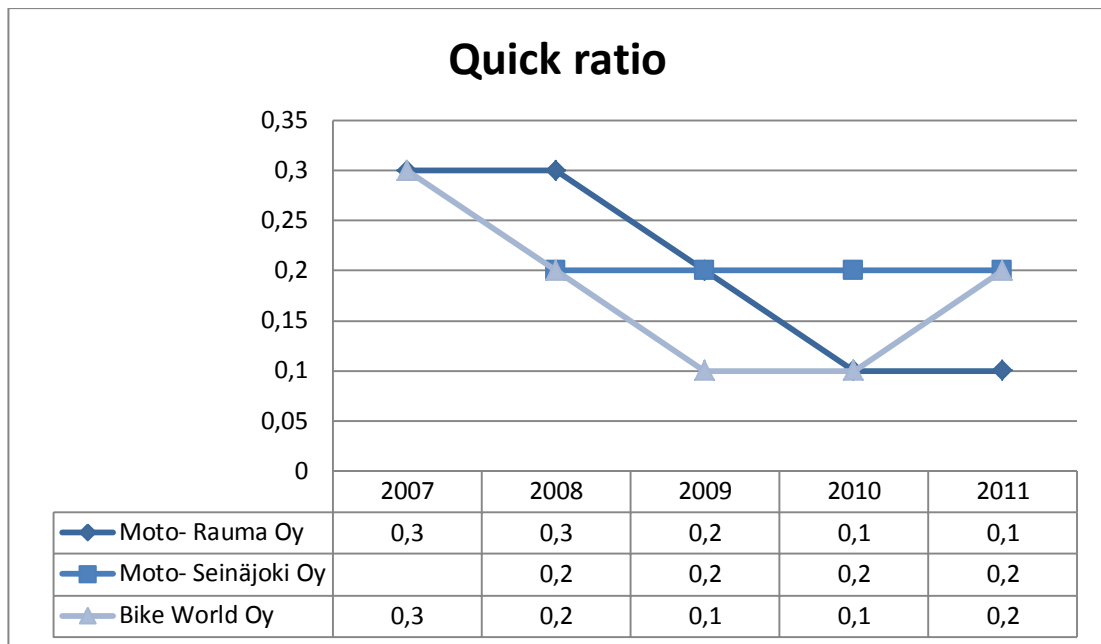
6.3.1 Quick ratio

Verrattaessa Moto-Rauman quick ratio -tunnuslukua saman toimialan tunnuslukujen keskiarvoon todetaan, että Moto-Rauman tunnusluku on ollut koko tarkastelujakson ajan alle mediaanin. Vuosina 2009–2011 yrityksen quick ratio vastasi konkurssitasoa. Koska quick ration kriittinen arvo on 0,3, tämä kertoo Moto-Rauman heikosta maksuvalmiudesta. Tarkasteltaessa yrityksen tasetta huomataan, että lyhytaikaisissa veloissa on merkittävä määrä ostovelkoja. Tämä johtuu osittain siitä, että Moto-Rauma on saanut neuvoteltua itselleen moniin ostolaskuihin pitkät takaisinmaksuajat. Muut velat sisältävät osingonjakovelkaa Juha Lujalalle, jota vähitellen nostetaan. Tämä selittää osittain quick ration alhaisen tason. Yrityksellä on kuitenkin tarpeeksi vakuuksia, joten se voi saada tarvittaessa lisärahoitusta rahoituslaitoksista.



Kuva 17. Quick ratio. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

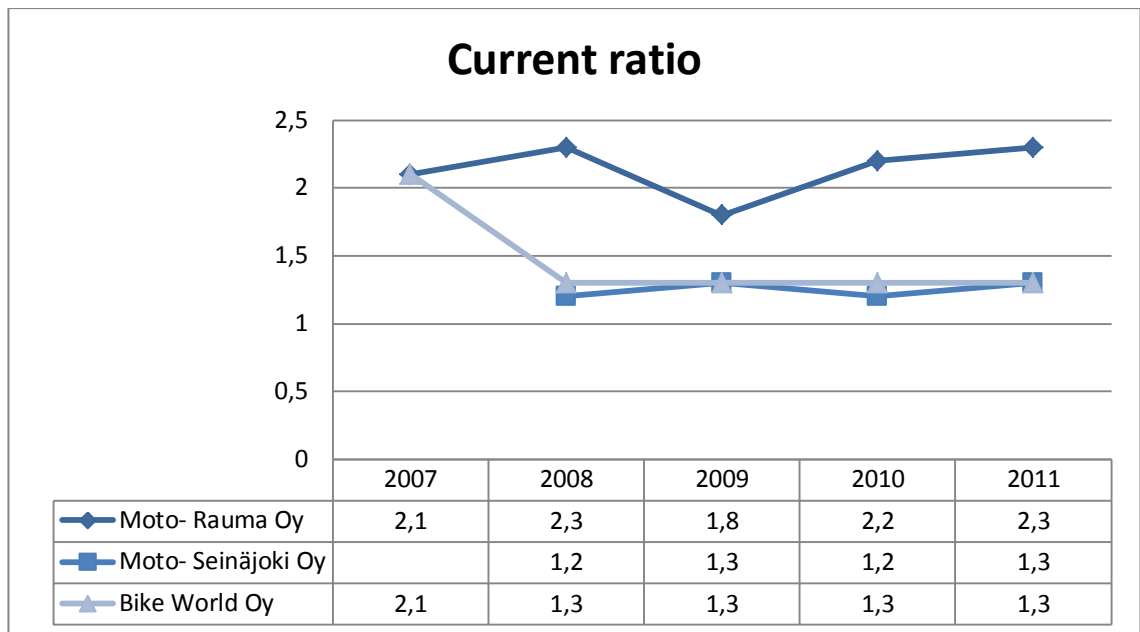
Moto-Rauman quick ratio -tunnusluku on laskenut vuodesta 2007 vuoteen 2011 noin 66,7 prosenttia. Vuonna 2007 quick ratio oli 0,3, mutta vuonna 2011 sen arvo oli 0,1. Moto-Seinäjoen tunnusluku on pysynyt koko tarkastelujakson aikana samalla tasolla, kun taas Bike Worldilla tunnusluku laski kolmena peräkkäisenä vuotena. Vuodesta 2010 alkaen Bike Worldin tunnusluku lähti kuitenkin kasvuun. Tarkastelun tuloksena voidaan todeta, että kaikki kolme yritystä ovat olleet quick ration suhteen melko samalla tasolla.



Kuva 18. Quick ratio. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.3.2 Current ratio

Moto-Rauman current ratio -tunnusluku on pysynyt koko tarkastelujakson ajan suhteellisen samantasoisena. Vuonna 2009 tapahtui pieni lasku 0,5 yksiköllä, mutta vuodesta 2009 alkaen tunnusluku lähti reippaaseen kasvuun. Bike Worldin tunnusluku laski 0,8 yksiköllä vuosina 2007–2008, mutta sen jälkeen se on pysynyt Moto-Seinäjoen tunnusluvun kanssa samalla tasolla. Kaaviosta huomataan, että Moto-Rauman tunnusluku on ollut koko tarkastelujakson ajan kilpailijoiden tunnuslukua parempi. Yritystutkimus ry:n antamien ohjeellisten viitearvojen perusteella Moto-Rauman tunnusluku on ollut hyvällä tasolla. Hyvä taso johtuu kuitenkin yrityksen suuresta vaihto-omaisuudesta. Se on pysynyt koko tarkastelujakson aikana lähes ennallaan. Vaihto-omaisuutta on pyrittävä kuitenkin pienentämään, etenkin taloudellisesti huonoina aikoina, jolloin rahantarve on enimmillään.

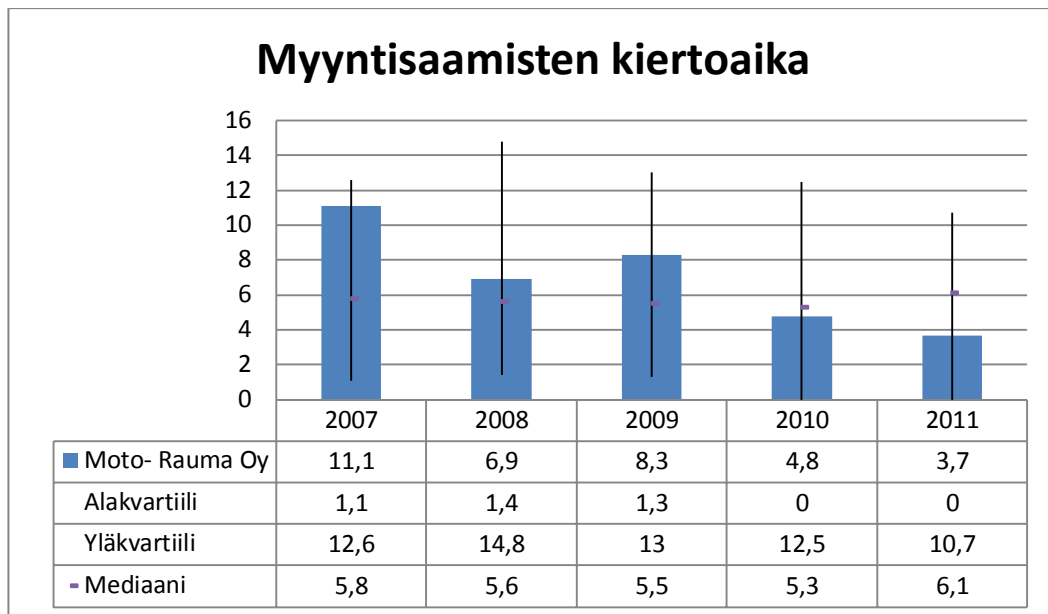


Kuva 19. Current ratio. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.4 Tehokkuus

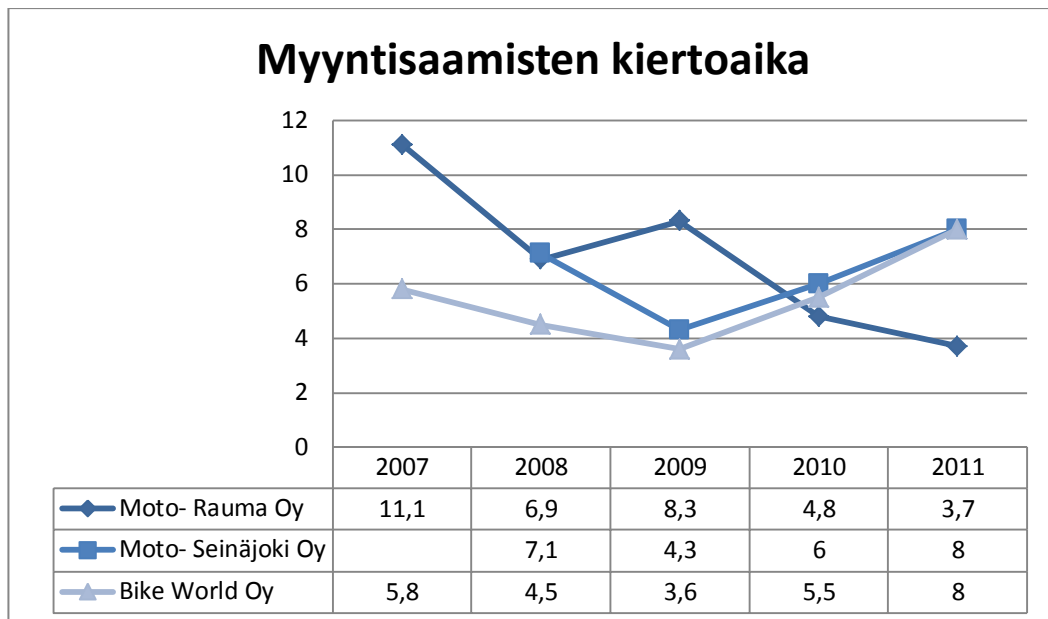
6.4.1 Myyntisaamisten kiertoaika

Moto-Rauman myyntisaamisten kiertoaika on ollut vuodesta 2007 vuoteen 2009 mediaanin yläpuolella. Vuosina 2010–2011 yritys onnistui tehostamaan myyntisaamistensa kiertoaikaa, joka laski alle mediaanin. Yleisesti ottaen moottori-pyöräalan myyntisaamisten kiertoaika ei ole kovin pitkä. Vaikka Moto-Rauman myyntisaamisten kiertoaika on ollut joinakin vuosina mediaanin yläpuolella, sen kiertoaikoja ei voida kuitenkaan pitää pitkinä.



Kuva 20. Myyntisaamisten kiertoaika. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Moto-Rauman myyntisaamisten kiertoaika on lyhentynyt 11,1 päivästä 3,7 päivään vuosina 2007–2011. Tämä todennäköisimmin kertoo siitä, että yritys on pystynyt tehostamaan perintäänsä. Kilpailijoiden myyntisaamisten kiertoajat ovat olleet tarkasteltavan periodin alkupuolella laskussa, mutta vuodesta 2009 alkaen ne ovat lähteneet kasvuun. Kilpailijoiden kiertoajat ovat melkein kaksinkertaistuneet vuodesta 2009 vuoteen 2011, mikä tarkoittaa, että kilpailijat saavat odottaa kauemmin myyntisaamisten muuttumista rahaksi kassaan.

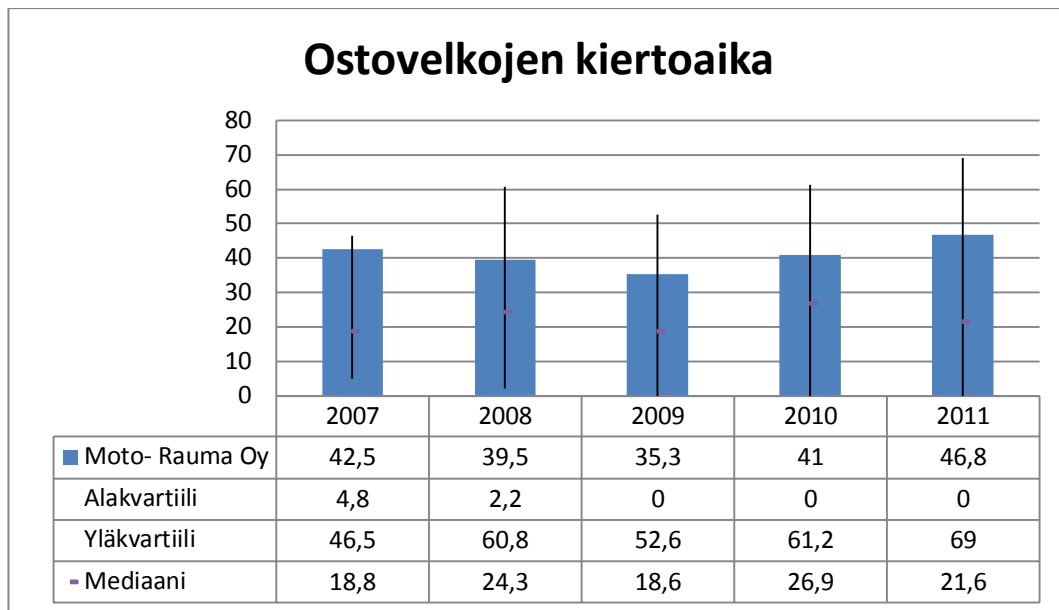


Kuva 21. Myyntisaamisten kiertoaika. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.4.2 Ostovelkojen kiertoaika

Vuosina 2007–2011 Moto-Rauman ostovelkojen kiertoaika on pysynyt suunnitteen samalla tasolla. Jokaisena tarkasteltavana vuonna tunnusluku on pysynyt mediaanin yläpuolella.

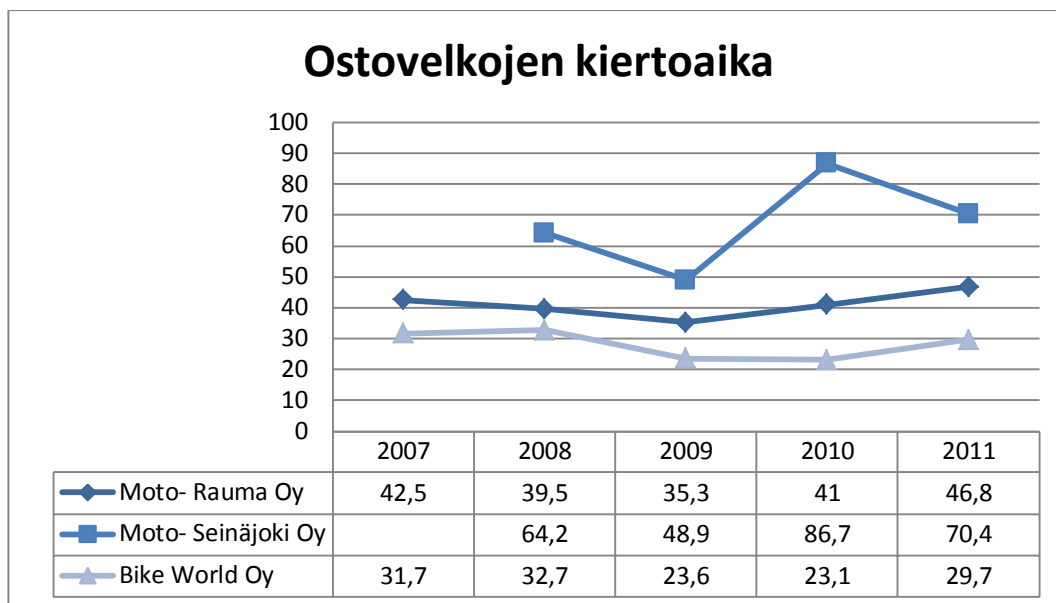
Kaaviosta nähdään, että Moto-Rauman maksuajat ovat olleet kohtuullisen pitkiä. Tämä ei kuitenkaan kerro yrityksen maksuvaikeuksista vaan pikemminkin sen hyvistä neuvottelutaidoista. Moto-Rauma on onnistunut neuvottelemaan itselleen pidemmät maksuajat, koska kyseessä on arvokkaiden moottoriajoneuvojen hankinta.



Kuva 22. Ostovelkojen kiertoaika. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani.

Kun tarkastellaan Moto-Rauman ja sen kilpailijoiden ostovelkojen kiertoaikoja huomataan, että Moto-Seinäjoen maksuajat ovat olleet kaikista pisimmät. Tosin syynä tähän on voinut olla joko pidemmistä maksuajoista sopiminen tavaran-toimittajien kanssa tai se, että yrityksellä on ollut vaikeuksia laskujen maksamisessa.

Moto-Rauman ja Bike Worldin ostovelkojen kiertoaikojen kehittyminen on ollut kaavion perusteella lähes samalla linjalla. Moto-Rauman ostovelkojen kiertoaika on kuitenkin ollut jokaisena tarkasteltavana vuotena Bike Worldin kiertoaikaa pitempi.

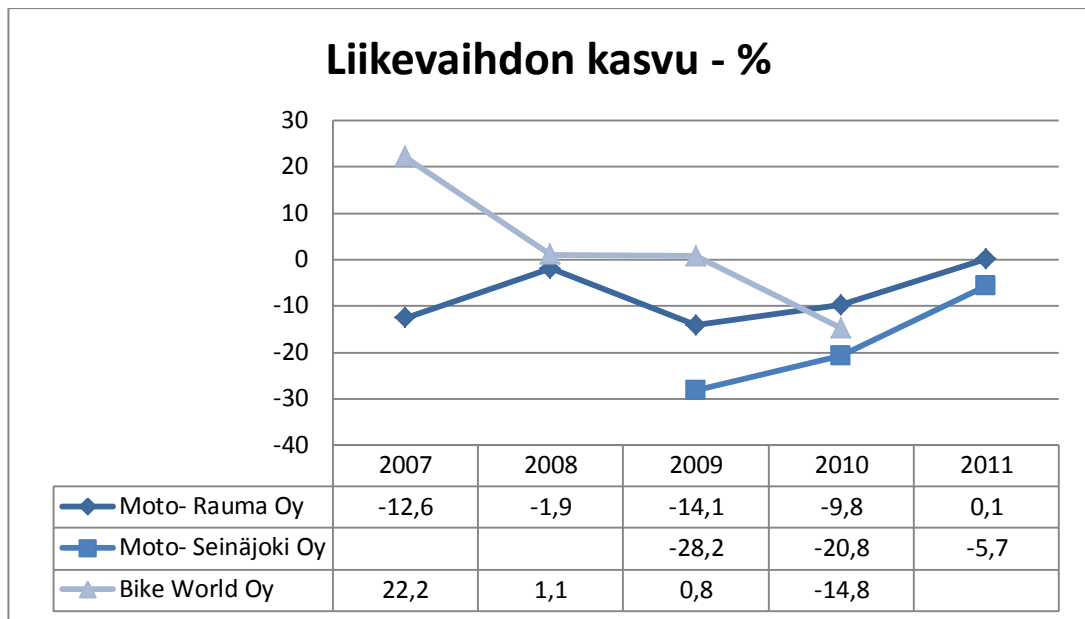


Kuva 23. Ostovelkojen kiertoaika. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.5 Kasvu

Tarkasteltaessa Moto-Rauman tuloslaskelmaa todetaan, että liikevaihto on vuodesta 2007 vuoteen 2011 laskenut noin 24 prosenttia. Moto-Rauman liikevaihto on ollut laskussa melkein jokaisena tarkasteltavana tilikautena. Suurin lasku edelliseen vuoteen verrattuna oli vuosina 2007 ja 2009. Vuonna 2010 Moto-Rauman liikevaihto lähti kasvuun ja saavutti vuonna 2011 positiivisen arvon.

Moto-Seinäjoen liikevaihto on ollut laskussa koko tarkastelujakson ajan. Vuonna 2009 sen liikevaihto laski edellisestä vuodesta yli neljänneksellä. Verrattuna yrityksen kilpailijoihin, Moto-Seinäjoen liikevaihdon laskuprosentti oli suurin. Bike Worldin liikevaihdon kehittyminen tarkasteltavana ajanjaksona on kokenut kaksi ääritapausta. Vuonna 2007 sen liikevaihto kasvoi voimakkaasti edelliseen vuoteen nähden. Mahdollisesti tämä rasitti yrityksen maksuvalmiutta ja vakava-raisuutta, koska seuraavien tilikausien aikana Bike Worldin liikevaihdon kasvu oli pientä. Vuonna 2010 liikevaihto laski 14,8 prosenttia.



Kuva 24. Liikevaihdon kasvuprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

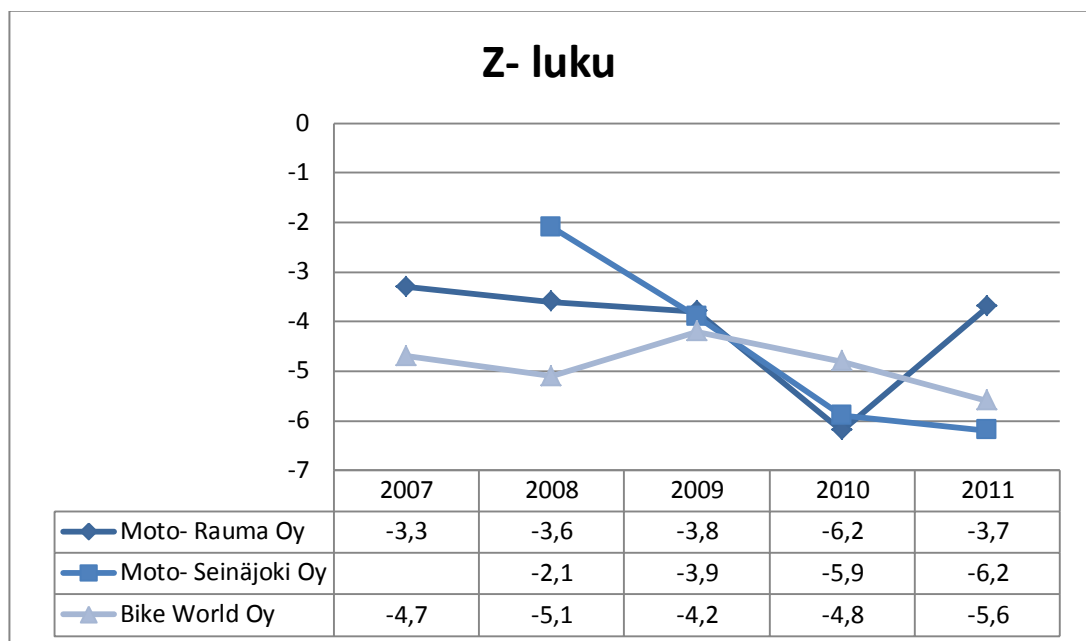
Yrityksen negatiivista kasvua voidaan pitää vaarallisena silloin, kun yrityksellä on paljon kiinteitä kuluja. Vaikka Moto-Rauman liikevaihto laski vuosina 2007–2010, sen kiinteät kulut pysyivät lähes ennallaan. Vuoteen 2011 mennessä yritys onnistui tehostamaan toimintaansa ja pienentämään kuluja. Silloin suurin osa työntekijöistä lomautettiin ja huoltotöistä alkoi vastata yrityksen työntekijä. Aikaisemmin huoltotyöt ostettiin ulkopuoliselta firmalta.

6.6 Konkurssin todennäköisyys

Z-tunnusluku pystyy ennustamaan konkurssin varsin luotettavasti. Sen kriittisenä arvona pidetään -4,55. Moto-Rauman z-luku on ollut lähes koko tarkastelujakson ajan kriittisen arvon yläpuolella. Vuonna 2010 sen arvo oli -6,2, joka on kriittistä arvoa pienempi. Syynä tähän oli yrityksen tekemä tilikauden tappio ja se, että vieraan pääoman suhde taseen loppusummaan on ollut korkeampi kuin edellisinä tarkasteluvuosina. Moto-Seinäjoen z-luku on ollut laskussa koko tarkastelujakson ajan, ja vuosina 2010 ja 2011 sen arvo on ollut kriittistä arvoa heikompi. Bike Wolrdin tunnusluku on ollut lähes koko tarkastelujakson ajan kriittistä arvoa heikompi. Vain vuonna 2009 z-luku oli hieman kriittistä arvoa

korkeampi. Vuodesta 2009 alkaen tunnusluku oli taas kriittisen arvon alapuolella.

Moto-Seinäjoella ja Bike Worldilla näyttää olevan jonkinlaisia taloudellisia vaikeuksia. Niitä voidaan pitää z-luvuiltaan konkurssiyrittäjinä. Bike Worldin z-luvun heikkeneminen johtuu mahdollisesti vuonna 2007 tapahtuneesta liian nopeasta kasvusta. Kasvu on luultavasti johtanut tulorahoituksen riittämättömyyteen, vieraan pääoman lisääntymiseen ja yrityksen terveystalouden tasapainottomuuteen. Yritysten olisi hyvä miettiä keinoja yritystoiminnan parantamiseen.



Kuva 25. Z-luku. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy.

6.7 SWOT- analyysi

Seuraavassa tarkastellaan Moto-Raumaa SWOT-analyysin avulla.

Vahvuudet

Yrityksen valikoimassa löytyy moottoripyörien lisäksi mönkijöitä, niihin liittyviä varusteita, esimerkiksi lumiauroja sekä moottorikelkkoja. Näiden myynti on yleistynyt. Moto-Rauma tarjoaa asiakkailleen myös huoltopalveluita ja renkaiden vaihtoa, mitä voidaan myös pitää vahvuutena. Yrityksen valikoimassa on paljon erilaisia varusteita, joten asiakas pystyy hankkimaan kaiken tarvittavan samasta

paikasta. Moto-Rauma panostaa asiakaspalveluun. Tarkoituksena on jättää asiakas tyytyväiseksi ja saada hänet palaamaan uudestaan. Myös yrityksen Internet -sivut ovat ajan tasalla, ja sieltä löytyy muun muassa tietoa tuotteista sekä tarjouksista. Yrityksen toimitusjohtaja Juha Lujala on tullut moottoripyöräalalle harrastuksen kautta, joten hänellä on alan tuntemusta. Hän osaa kertoa tuotteista paljon oman kokemuksensa kautta.

Moto-Rauman vahvuutena voidaan pitää myös sitä, että yritys on toiminut jo pitkään alalla, ja sen nimi on tunnettu. Tämä puolestaan lisää luotettavuutta. Yrityksen sijaintia voidaan pitää vahvuutena, koska yrityksen vieressä on riittävästi pysäköintitilaa. Yrityksen hinnat ovat myös kilpailukykyisempiä verrattuna keskustan liikkeisiin.

Moto-Rauma sijaitsee Juha Lujalan omistamassa rakennuksessa. Vaikka vuokraa maksetaan, kriittisessä tilanteessa voidaan aina joustaa. Tätä voidaan pitää vahvuutena, koska esimerkiksi vuokralla olevan yrityksen on vaikeassakin taloudellisessa tilanteessa hoidettava vuokramaksunsa.

Heikkoudet

Alan yleisenä heikkoutena voidaan pitää säätä. Jos sää on pitkään huono, asiakkaat eivät osta moottoripyöriä ja ajaminen vähenee. Kausiluonteisuuttakin voidaan pitää heikkoutena. Kun talvella moottoripyöräkauppa ei käy, on keksittävä muuta toimintaa. Palkkoja täytyy kuitenkin maksaa 12 kuukauden ajalta, kun taas tuloja tulee vain kuuden kuukauden ajan.

Moto-Rauman heikkoutena voidaan pitää sitä, että cross-moottoripyöriä ostavat asiakkaat siirtyvät kilpailijayrityksiin. Tämä johtuu osittain siitä, että Juha Lujala on lopettanut cross-moottoripyörällä ajamisen eikä enää aja asiakkaidensa kanssa.

Ajoneuvoveroa voidaan pitää heikkoutena. Se on vienyt yritykseltä noin 20 prosenttia liikevaihdosta. Nykyään vero laskutetaan erikseen eikä moottoripyöräalan yritys saa enää maahantuojalta yhtä suurta alennusta kuin aikaisemmin.

Mahdollisuudet

Moto-Rauman mahdollisuutena voidaan pitää skoottereiden myyntiä. Skootterit ovat nuorten keskuudessa suosittu ajoneuvo. Lisäksi yhä suurempi sijoittaminen moottoripyörien ja mönkijöiden myyntiin voi lisätä yrityksen tulevaisuuden mahdollisuuksia.

Uhat

Moottoripyöräalaa voidaan pitää itsessään jo uhkana, koska moottoripyöräilyn trendi on laskenut. Moto-Rauman uhkana on moottoripyöräalan kriisi. Yrityksen kulut ovat kasvaneet ja alalla on liian paljon kilpailua siihen nähden, minkä verran moottoripyöriä vuodessa myydään.

Moottoripyöräalan uhkana voidaan pitää Suomen ajokorttiuudistusta. Se on tehnyt moottoripyöräilystä liian kallista. Siksi on olemassa uhka, että moottoripyöräily vähenee entisestään.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli analysoida Moto-Rauman taloudellista menestystä mittaavia tunnuslukuja viideltä tilikaudelta sekä verrata saatuja tuloksia tärkeimpien kilpailijoiden tuloksiin. Saatuja tuloksia verrattiin myös moottoripyöräalan tunnuslukujen keskiarvoihin sekä Yritystutkimus ry:n antamiin viitteellisiin normiarvoihin.

Ensimmäisenä tarkastelun kohteena oli kannattavuus. Vertailtaessa Moto-Rauman kannattavuutta mittaavien tunnuslukujen arvoja kilpailijoiden arvoihin, voidaan päätellä, että Moto-Rauman yritystoiminta on ollut tarkastelujakson ajan kilpailijoitaan kannattavampaa. Moto-Rauman yritystoiminta koki vaikeita aikoja, kun Suomi ajautui vuonna 2008 taloudelliseen kriisiin. Kriisi vaikutti yrityksen toimintaan vuoteen 2010 asti. Vuonna 2010 Moto-Rauman varsinaista toimintaa tehostettiin ja parannettiin. Esimerkiksi yrityksen liike-tulosprosentti kasvoi, kun henkilökuntaa lomautettiin, messukuluja pienennettiin, mainonnasta karsittiin turhia mainoksia ja jäljelle jätettiin vain yritystoiminnan kannalta välttämättömät kulut.

Moto-Rauman nettotulosprosentti oli joinakin tilikausina negatiivinen. Jotta nettotulos saataisiin kasvamaan, yrityksen tulisi tutkia kulurakennettaan ja karsia pois kaikki ylimääräiset kulut. Lisäksi omaisuuseristä tulisi realisoida turha omaisuus esimerkiksi myymällä vanhoja koneita ja kalustoa.

Moto-Rauman oman pääoman tuotto-prosentti on ollut melkein koko tarkastelujakson ajan heikolla tasolla. Yritys voi nostaa oman pääoman tuotto-prosenttia lisäämällä vieraan pääoman osuutta, mikäli yrityksen tuotteille on hyvä kysyntä ja saatu tuotto ylittää vieraan pääoman kustannukset. Koko sijoitetun pääoman tuotto-prosenttia voi parantaa nostamalla nettotulosta. Kuitenkin tässä suhdan-netilanteessa, missä yritys on toiminut vuodesta 2008, vieraan pääoman lisäämistä ei voi suositella.

Yhteenvedona voidaan todeta, että yrityksen kannattavuus paranee kulujen karsinnan ja tuottoihin vaikuttamisen kautta sekä tehostamalla taseen hallintaa.

Moto-Rauma voisi ajatella uusia keinoja liiketuloksen parantamiseen, esimerkiksi veneiden myynti saattaisi tuoda yritykselle lisää tuottoa.

Seuraavana tarkasteltavana kohteena oli vakavaraisuus. Moto-Rauma näytti olevan kilpailijoita vakavaraisempi omavaraisuusasteella mitattuna. Yrityksen omavaraisuusaste oli kuitenkin heikentynyt tarkasteltavan kauden loppupuolella. Tunnuslukua voidaan nostaa parantamalla kannattavuutta sekä sijoittamalla yritykseen oman pääoman ehtoista rahoitusta. Tässä suhdannetilanteessa ja heikentyneen omavaraisuusasteen takia tämä on suositeltavaa.

Vaikka Moto-Rauman suhteellinen velkaantuminen oli Yritystutkimus ry:n antamien ohjearvojen perusteella hyvällä tasolla, yritys oli kilpailijoihinsa velkaantuneempi. Yksi keino velkaantuneisuuden hillitsemiseen on oikeiden investointipäätösten tekeminen.

Moto-Rauman quick ratio-tunnusluku on ollut heikko koko tarkastelujakson ajan. Maksuvalmiutta mitatessa current ratiolla huomataan, että yrityksen maksuvalmius paranee. Tämä tarkoittaa sitä, että Moto-Rauma pystyisi tarvittaessa lyhentämään lainaansa realisoimalla vaihto-omaisuutensa. Yksi keino maksuvalmiuden parantamiseen on sellaisen rahoitusomaisuuden pitäminen, joka voidaan muuttaa nopeasti rahaksi. Yritys voi myös parantaa maksuvalmiutta välttämällä lyhytaikaisen vieraan pääoman kasvua.

Moto-Rauman myyntisaamisten ja ostovelkojen kiertoajat ovat olleet tehokkaita. Yritys on saanut myyntisaatavansa rahana kassaan melko nopeasti ennen kuin ostoista aiheutuneet menot ovat pienentäneet kassavaroja.

Moottoripyöräala on hyvin riippuvainen säästä, kansantaloudesta ja liikennekulttuurista. Jos ilmat ovat huonoja, ihmisten ostokäyttäytyminen muuttuu. Jos esimerkiksi kevät on liian pitkään kylmä, kauppaan ei tule sitä ostoryntäystä mitä keväällä on yleensä odotettavissa. Vastaavasti sateisena ja kylmänä syksynä ihmiset ajelevat vähemmän moottoripyörillä eikä moottorikauppa käy. Aurinkoiset ja lämpimät ilmat taas vaikuttavat positiivisella tavalla ihmisten ostokäyttäytymiseen. Taloudellisen kriisin vallitessa yrityksen kannattavuus heikkenee. Ihmiset pyrkivät säästämään ja ostamaan vain välttämättömyystuotteita. Tämän

vuoksi laman iskiessä moottoripyöräalan yritykset saattavat kokea vaikeita aikoja. Yritysten kannattavuus laskee, koska moottoripyörät eivät ole välttämättömyystuotteita. Liikennekulttuurilla on myös vaikutusta moottoripyöräliikkeiden kannattavuuteen. Ennen moottoripyöräily oli yleinen harrastus ja moottoripyörien ostaminen oli hyvin tavallista. Nykyään kiireen vallitessa, ihmisillä ei löydy enää aikaa moottoripyöräilyyn ja moottoripyörillä ajetaan vain joitakin pieniä matkoja. Nämä kaikki asiat vaikuttivat Moto-Rauman liikevaihdon alenemiseen.

Koska yrityksen menestys perustuu kannattavuuteen, maksuvalmiuteen ja vakavaraisuuteen, niiden on oltava tasapainossa keskenään. Yrityksen tulorahoituksen on oltava riittävä, jotta sen ei tarvitsisi turvautua lyhytaikaiseen vieraseen pääomaan. Yrityksellä on oltava myös riittävästi nopeasti rahaksi muutettavaa omaisuutta maksuvelvoitteistaan suoriutumiseen. Kannattavuuden ja maksuvalmiuden lisäksi yrityksen on pyrittävä vakavaraisuuteen. Sen on siis huolehdittava siitä, että taseesta riittävä osuus on omaa pääomaa. Muutoin saattaa käydä niin, että yksikin huono vuosi kaataa yrityksen.

Kuvat

Kuva 1. Kilpailijatiedon tarve.s.11.

Kuva 2. Kilpailijatiedon käyttötarkoitukset. s.13.

Kuva 3. Kilpailija-analyysin osa-alueet. s.14.

Kuva 4. SWOT- analyysi. s.16.

Kuva 5. Yrityksen taloudellisen tilan kokonaisuus. s.16.

Kuva 6. Toimialan tunnuslukujen mediaani, yläkvartiili ja alakvartiili. s.20.

Kuva 7. Liiketulosprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.36.

Kuva 8. Liiketulosprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.37.

Kuva 9. Nettotulosprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.38.

Kuva 10. Nettotulosprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.39.

Kuva 11. Oman pääoman tuotto prosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.40.

Kuva 12. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.41.

Kuva 13. Omavaraisuusaste prosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.42.

Kuva 14. Omavaraisuusaste prosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.43.

Kuva 15. Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.44.

Kuva 16. Suhteellinen velkaantuneisuus. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.45.

Kuva 17. Quick ratio. Moto-Rauma Oy. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.46.

Kuva 18. Quick ratio. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.47.

Kuva 19. Current ratio. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.48.

Kuva 20. Myyntisaamisten kiertoaika. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.49.

Kuva 21. Myyntisaamisten kiertoaika. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.50.

Kuva 22. Ostovelkojen kiertoaika. Alakvartiili, yläkvartiili ja mediaani. s.51.

Kuva 23. Ostovelkojen kiertoaika. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.52.

Kuva 24. Liikevaihdon kasvuprosentti. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.53.

Kuva 25. Z-luku. Moto-Rauma Oy, Moto-Seinäjoki Oy ja Bike World Oy. s.54.

Lähteet

Bike World Oy.Tietoa yrityksestä. Luettu 15.10.2013.

<http://www.bikeworld.fi/?gclid=CMbZlqS35LoCFYIV3godCEEAYA>

Finsve.Markkina-analyysi. Luettu 29.9.2013

<http://www.finsve.com/index.php/fi/markkina-avalmistelu/markkina-analyysi>.

Hokkanen, S., Karhunen, J. & Luukkainen, M. 2011. Johdatus logistiseen ajattelun. 6. uudistettu painos. Jyväskylä: Sho Business Development.

Ilkka.2013. Moto-Seinäjoki sai kansainvälisen palkinnon. Luettu 15.10.2013.

<http://www.ilkka.fi/uutiset/maakunta/moto-seinajoki-sai-kansainvalisen-palkinnon-1.1388491>

Kallunki, J-P. & Kytönen, E. 2007. Uusi tilinpäätösanalyysi. 6. painos. Helsinki: Talentum.

Kauppalehti.2013.Bike Wolrd venemarkkinoille. Luettu 15.10.2013.

<http://www.kauppalehti.fi/auto/uutiset/bike+world+venemarkkinoille/20130849107>

Kauppalehti. Current ratio. Luettu 20.10.2013.

http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/current_ratio

Kauppalehti. Liiketuloksen kasvuprosentti. Luettu 20.10.2013.

<http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/liiketulos>

Kauppalehti. Myyntisaamisten kiertoaika. Luettu 20.10.2013

http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/myyntisaamisten_kiertoaika

Kauppalehti. Nettotulos. Luettu 20.10.2013.

<http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/nettotulos>

Kauppalehti. Quick ratio. Luettu 20.10.2013.

http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/quick_ratio

Kauppalehti. Z-luku. Luettu 20.10.2013

http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/prihtin_z_luku

Kinnunen, J., Laitinen, E., Laitinen, T., Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2007. Avain laskentatoimeen ja rahoitukseen. Helsinki: Ky-palvelu.

Lahti, A. 1988. Strateginen yritysanalyysi. Lahti: Weilin + Göös.

Laitinen, E.K. 1994. Kasvu on tärkeä toimintaedellytys. Tilisanomat 5/1994. 56–59.

Laitinen, E.K. 1996. Terveyskolmion periaate ja osatekijät. Tilisanomat 1/1996. 20–29.

Laitinen, E.K. 1996. Vakavaraisuuden mittaaminen ja tunnuslukujen kriittiset arvot. Tilisanomat 3/1996. 10–14.

Leppiniemi, J. & Leppiniemi, R. 2000. Tilinpäätöksen tulkinta. 3. painos. Porvoo: WSOY.

Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. Juva: WSOY.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva: WSOY.

Moto-Rauma Oy. Tietoa yrityksestä. Luettu 15.10.2013.
<http://www.motorauuma.fi/>.

Moto-Seinäjoki Oy. Tietoa yrityksestä. Luettu 15.10.2013.
<http://www.moto-seinajoki.fi/>

Niskanen, J. & Niskanen, M. 2003. Tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Edita.

Pirttilä, A. 2000. Kilpailijaseuranta. Porvoo: WSOY.

Porter, M. 1984. Strategia kilpailutilanteessa. Competitive strategy. Suom. Väisänen, T. Helsinki: Rastor

Routamo, R. & Routamo, E. 1988. Tehokas kilpailija-analyysi. Julkaisu nro 2. Helsinki: MARK-kustannus.

Salmi, I.2010. Mitä tilinpäätös kertoo? Helsinki: Edita.

Suomen Asiakastieto Oy. 2009. Kilpailija-analyysi. Luettu 20.9.2013.
http://www.asiakastieto.fi/luottoriski/yritysanalyysit/kilpailija_analyysi/

Suomen Asiakastieto Oy 2009. Toimiala-analyysi. Luettu 20.9.2013.
http://www.asiakastieto.fi/luottoriski/yritysanalyysit/toimiala_analyysi/

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2008. Toimialaonline. www2.toimialaonline.fi > Tilastokanta > Yritykset ja toimialat > Tilinpäätöstilastot TOL2008. Luettu 8.10.2013.

Yritystutkimus ry. 2011. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Gaudeamus.

Moto-Rauma Oy, Liite 1

Moto-Rauma Oy

TULOSLASKELMA 1000 EUR	2008/10		2007/10		2008/10		2009/10		2010/10		2011/10	
	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0
Liiketoiminnan muut tuotot	4 345 373	100,0	3 799 717	100,0	3 728 876	100,0	3 203 542	100,0	2 889 202	100,0	2 882 336	100,0
Liiketoiminnan muut tuotot	15 867	0,4	11 534	0,3	15 461	0,4	10 498	0,3	17 057	0,6	14 432	0,5
Ainekäyttö	3 848 848	88,6	3 279 401	86,3	3 253 295	87,3	2 820 966	88,1	2 501 776	86,6	2 457 545	85,0
Ulkopuoliset palvelut	6 077	0,1	369	0,0	9 128	0,3	9 128	0,3	12 717	0,4	5 997	0,2
Palkat ja palkkiot	121 136	2,8	151 213	4,0	168 945	4,5	151 065	4,7	157 998	5,5	142 802	4,9
Etiäkulut	31 285	0,7	29 122	0,8	47 008	1,3	35 108	1,1	45 808	1,6	32 336	1,1
Muut henkilösivukulut	8 037	0,2	7 636	0,2	8 106	0,2	7 100	0,2	-940	-0,3	6 851	0,2
Poistot käyttöomaisuudesta	34 652	0,8	26 652	0,7	28 118	0,8	29 410	0,9	18 871	0,7	13 985	0,5
Liiketoiminnan muut kulut	180 683	4,2	209 685	5,5	191 172	5,1	229 103	7,2	195 670	6,8	189 703	6,5
Liiketoiminnan muut tuotot	130 845	3,0	108 694	2,9	48 695	1,3	-167 837	-5,2	-25 340	-0,9	58 348	2,0
Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista					599	0,0	162	0,0	189	0,0	203	0,0
Muut korko- ja rahoitustuotot	145	0,0	508	0,0	4	0,0	241	0,0	480	0,0	432	0,0
Korkikulut ja muut rahoituskulut	8 217	0,2	7 541	0,2	12 950	0,3	14 519	0,5	10 090	0,3	19 434	0,7
Rahoitusserät yhteensä	8 072	0,2	7 035	0,2	12 348	0,3	14 116	0,4	9 411	0,3	18 789	0,6
Tulos rahoituserien jälkeen	122 773	2,8	99 949	2,6	37 247	1,0	-181 653	-5,7	-34 751	-1,2	39 549	1,4
Tulos satunnaisten jälkeen	122 773	2,8	99 949	2,6	37 247	1,0	-181 653	-5,7	-34 751	-1,2	39 549	1,4
Tuloverot	32 189	0,7	49 870	1,3	9 180	0,2						
Laskennallisen veroveljan tai -saamisen muutos			-22 637	-0,6								
Tilikauden voitto	90 604	2,1	72 716	1,9	28 068	0,8	-181 653	-5,7	-34 751	-1,2	39 549	1,4
Liiketoiminnan kasvu-%			-12,6		-1,9		-14,1		-8,8		0,1	
Liiketoiminnan kasvu keskimäärin-%			-12,6		-7,4		-9,7		-9,7		-7,8	
Käytökate-%			3,8		2,1		-4,3		-0,2		2,5	
Liiketoiminta-%			3,0		1,3		-5,2		-0,9		2,0	
Sijoitetun pääomian tuotto-%			14,7		6,4		-22,8		-3,2		7,2	
Oman pääomian tuotto-%			12,1		4,7		-39,0		-11,5		15,8	

TASE VASTAANAA 1000 EUR	2006/10 12	2007/10 12	2008/10 12	2009/10 12	2010/10 12	2011/10 12
Pysyvät vastaavat						
Aineellomat hyödykkeet						
Muut pitkäaikaiset menot	50 281	44 843	39 239	36 916	34 593	33 199
Aineellomat hyödykkeet yhteensä	50 281	44 843	39 239	36 916	34 593	33 199
Aineelliset hyödykkeet						
Rakennukset ja rakennelmat	1 025	820	656	525	420	336
Koneet ja kalusto	58 457	60 503	65 208	78 456	47 011	35 108
Muut aineelliset hyödykkeet	7 777	6 915	6 101	5 298	5 389	4 595
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	67 259	68 238	71 965	84 278	52 820	40 029
Sijoitukset						
Muut osakkeet ja osuudet	84	84	84	84	84	84
Sijoitukset yhteensä	84	84	84	84	84	84
Pysyvät vastaavat yhteensä	117 604	112 965	111 288	121 279	87 497	73 313
Vaihtuvat vastaavat						
Vaihto-omaisuus						
Aineet ja tarvikkeet	826 530	977 597	1 103 546	873 598	1 304 477	1 123 433
Vaihto-omaisuus yhteensä	826 530	977 597	1 103 546	873 598	1 304 477	1 123 433
Pitkäaikaiset saamiset						
Lyhytaikaiset saamiset						
Myyntisaamiset	88 751	117 430	71 139	73 676	38 563	29 617
Lainasaamiset	55					
Sitosaamiset	18 464	57 280	77 656	9 119	28 036	11 459
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	107 270	174 710	148 795	82 795	66 599	41 076
Raholusavopaperit						
Rahat ja pankkisaamiset	115 933	11 650	927	1 428	1 735	5 433
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	1 049 733	1 163 958	1 253 298	957 520	1 372 811	1 189 942
Vastaavaa yhteensä	1 167 337	1 276 923	1 364 586	1 079 099	1 450 308	1 243 255

Moto-Rauma Oy

TASE VASTATTAVAA 1000 EUR	2008/10 12	2007/10 12	2008/10 12	2009/10 12	2010/10 12	2011/10 12
Oma pääoma						
Osaake- osuus- tai muu vastaava pääoma	8 409	8 409	8 409	8 409	8 409	8 409
Edellisten tilikauden voitto	466 461	631 065	646 771	521 838	284 865	166 135
Tilikauden voitto	90 604	72 716	28 088	-181 953	-34 751	39 549
Oma pääoma yhteensä	564 465	612 180	666 248	348 295	266 544	243 083
Tilinpäätössiirtojen kertymä						
Pakolliset varaukset						
Vieras pääoma						
Pitkäaikainen vieras pääoma						
Lainat rahoituslaitoksilla	103 158	102 160	228 892	207 676	682 103	484 611
Ostovelat	14 064					
Pitkäaikainen vieras pääoma yhteensä	117 222	102 160	228 892	207 676	682 103	484 611
Lyhytaikainen vieras pääoma						
Lainat rahoituslaitoksilla	24 028	24 028	24 028	74 027	74 027	1 935
Saadut ennakot	238		9 120	1 431	1 526	0,1
Ostovelat	292 670	404 690	371 216	264 735	335 293	296 673
Muut velat	126 248	113 471	122 553	157 528	146	186 614
Siirtovelat	12 166	20 404	23 500	25 410	20 298	21 328
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	456 661	562 583	550 416	523 129	619 661	515 551
Vieras pääoma yhteensä	572 872	664 742	779 308	730 804	1 201 764	1 000 162
Vastattava yhteensä	1 167 337	1 276 923	1 394 556	1 079 099	1 480 308	1 243 255
Quick ratio	0,5	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
Current ratio	2,3	2,1	2,3	1,8	2,2	2,3
Velkaantumisaste	0,2	0,2	0,4	0,8	2,5	2,0
Nettovelkaantumisaste	1,9	18,7	43,1	80,5	263,1	187,1
Omavaraisuus-%	50,9	47,9	43,2	32,3	17,7	19,6
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	13,2	17,5	20,7	22,8	41,5	34,5

Moto-Rauma Oy

RAHOITUSLASKELMA 1000 EUR	2008/10 12	2007/10 12	2008/10 12	2008/10 12	2009/10 12	2010/10 12	2011/10 12
Liiketoito	130 846	108 984	49 586	-88,5	-187 837	-253,8	58 348
Poistot	34 852	28 852	28 118	-50,2	28 410	44,5	13 985
Rahoitusest ei yhteensä	-9 072	-7 035	-12 348	22,0	-14 116	-21,3	-18 799
Verot	-32 189	-49 870	-9 180	18,4			
Tulorahoitus yhteensä	125 256	78 930	58 186	-100,3	-162 543	-230,7	53 534
Vahto-omaisuuden muutos	-	-151 087	-125 949	224,9	229 948	347,8	181 044
Lyhytaikaisen tilikassaamisen muutos	-	-87 495	25 918	-49,3	68 000	99,8	28 523
Lyhytaikaisen korkomien velkojen muutos	108 932	-308,2	-12 166	21,7	-77 287	-116,9	-30 083
Käyttörajoitusten muutos yhteensä	-111 631	321,7	-112 200	200,3	218 662	330,7	176 483
Liiketoiminnan kassavirta	-34 700	100,0	-58 014	100,0	68 118	100,0	230 017
Investoinnit yhteensä	-22 213	64,0	-28 441	47,2	-38 400	-59,6	200
Kassavirta ennen rahoitusta	-56 913	22 637	-82 455	28 718	-319 120	230 217	230 217
Pitkäaikaisen saamisten muutos	65	0,7					
Lyhytaikaisen korollisten saamisten muutos	-15 062	-197,4	128 732	100,0	-21 216	-73,7	-97 492
Lyhytaikaisen lainojen muutos	7 630	100,0	128 732	100,0	48 899	173,7	-74 027
Rahoituksen kassavirta yhteensä	49 283	-49 283	44 277	55 501	28 783	374 427	-171 519
Kassavirta rahoituksen jälkeen	-104 283	-10 723	-10 723	501	307	3 898	58 698
Likvidien varojen muutos	55 000	55 000	55 000	55 000	55 000	55 000	55 000
Rahoitusylijäämä	55 000	55 000	110 000	165 000	220 000	275 000	275 000
Kumulatiivinen ylijäämä							

KÄYTTÖPÄÄOMALASKELMA 1000 EUR	2006/10		2007/10		2008/10		2009/10		2010/10		2011/10	
	12		12		12		12		12		12	
Aineet ja tarvikkeet	826 530	100,0	977 597	100,0	1 103 546	100,0	873 598	100,0	1 304 477	100,0	1 123 433	100,0
Vaihto-omaisuus yhteensä	826 530	100,0	977 597	100,0	1 103 546	100,0	873 598	100,0	1 304 477	100,0	1 123 433	100,0
Myyntisaamiset	88 751	82,8	117 430	87,2	71 139	47,8	73 678	88,0	38 563	57,9	29 617	72,1
Siirtosaamiset	18 464	17,2	57 280	32,8	77 666	52,2	9 119	11,0	28 038	42,1	11 459	27,9
Lyhytaikaiset liikesaamiset yhteensä	107 215	100,0	174 710	100,0	148 795	100,0	82 795	100,0	66 599	100,0	41 076	100,0
Saadut ennakot	238	0,1			9 120	1,7	1 431	0,3	1 526	0,3	1 935	0,4
Ostovelat	292 970	67,9	404 680	75,1	371 216	70,5	264 735	58,9	335 283	61,4	298 673	57,5
Siirtovelat	12 166	2,8	20 404	3,8	23 500	4,5	25 410	5,7	20 288	3,7	21 328	4,1
Muut lyhytaikaiset korottomat velat	128 248	28,2	113 471	21,1	122 653	23,3	157 526	35,1	188 537	34,6	195 614	37,9
Lyhytaikaiset korottomat velat yhteensä	431 623	100,0	538 555	100,0	526 389	100,0	449 101	100,0	545 634	100,0	515 551	100,0
Käyttöpääoma	502 122		619 753		725 952		507 291		625 442		648 959	
Käyttöpääoman muutos			111 631		112 200		-218 662		318 151		-178 483	
Nettokäyttöpääoma	594 083		601 375		702 652		434 692		753 150		654 392	
Kierroajat (vki)												
Myyntisaamisten kierto	7,4		11,1		6,9		8,3		4,8		3,7	
Ostovelkojen kierto	28,3		42,5		39,5		35,3		41,0		46,8	
Ainevaraston kierto	77,3		107,3		122,1		107,7		187,7		184,6	
Käyttöpääoma / liikevaihto-%	11,6		16,2		19,5		15,8		28,6		22,4	

	2006/10		2007/10		2008/10		2009/10		2010/10		2011/10	
	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
SIFO, ROI, Z 1000 EUR												
Onna pääoma	594 495	62,4	612 180	62,9	555 248	69,8	348 295	55,3	258 544	28,3	243 093	33,4
Korolliset velat	127 186	17,6	126 188	17,1	252 920	30,2	281 703	44,7	656 130	71,7	494 611	66,6
Sijoitettu pääoma	721 650	100,0	738 368	100,0	838 168	100,0	629 998	100,0	914 674	100,0	727 704	100,0
Tulos rahoitusserien jälkeen	122 773		99 949		37 247		-181 953		-34 751		39 549	
Rahoituskulut	8 217		7 541		12 950		14 519		10 090		19 434	
Tuotto sijoitetulle pääomalle	130 980		107 490		50 198		-167 434		-24 661		58 983	
Sijoitetun pääoman tuotto-%	14,7		14,7		6,4		-22,8		-3,2		7,2	
Taseen loppusumma	1 167 337		1 276 923		1 364 556		1 079 099		1 460 308		1 243 255	
Liiketoiminta	4 345 373		3 799 717		3 728 676		3 203 542		2 889 202		2 892 535	
Tulos satunnaisen jälkeen	122 773		99 949		37 247		-181 953		-34 751		39 549	
Rahoituskulut	8 217		7 541		12 950		14 519		10 090		19 434	
Pääoman tuotto	130 980		107 490		50 198		-167 434		-24 661		58 983	
Voitto-%	3,0		2,8		1,3		-5,2		-0,9		2,0	
Pääoman kiertonopeus	3,1		3,1		2,8		2,6		2,3		2,1	
ROI-%			8,8		3,8		-13,7		-1,9		4,4	
Käyttökate + ennakkomaksujen muutos	165 497		133 597		86 833		-146 117		-6 373		72 742	
Loppuvastiot	826 530		977 597		1 103 546		873 598		1 304 477		1 123 433	
Alluvarastot	954 805		826 530		977 597		1 103 546		873 598		1 304 477	
Tulojäämä I/A	293 571		-17 469		-39 116		83 832		-437 252		253 795	
Muut tuotot - kulut	-8 072		-7 035		-12 348		-14 116		-9 411		-18 799	
Välittömät verot	32 169		27 233		9 180		69 716		-446 663		234 986	
Tulojäämä I/B - verot	253 331		-51 738		-80 643		84 223		68 334		46 509	
Rahoitusomaisuus	223 203		186 380		149 722		521 698		618 135		513 616	
Lyhytaikaiset velat	455 412		562 583		541 296		-437 475		-549 801		-467 107	
Quick-kassa	-232 209		-376 222		-391 574		730 804		1 201 794		1 000 162	
Kokonaisvelat	572 872		684 742		779 308		1 079 099		1 460 308		1 243 255	
Taseen loppusumma	1 167 337		1 276 923		1 364 556		1 079 099		1 460 308		1 243 255	
X1-%	21,7		4,1		4,4		6,5		-30,6		18,9	
X2-%	-19,9		-29,5		-28,7		-40,5		-37,6		-37,6	
X3-%	49,1		52,1		57,1		67,7		82,3		80,4	
Z-luku	-1,7		-3,3		-3,6		-3,8		-6,2		-3,7	

Moto-Rauma Oy, Liite 7

TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR	2006/10 12	2007/10 12	2008/10 12	2009/10 12	2010/10 12	2011/10 12
Tominnan laajuus						
Liikevaihto (12 kk)	4 345 373	3 789 717	3 728 676	3 203 542	2 889 202	2 892 535
Liikevaihdon kasvu-%		-12,6	-1,9	-14,1	-9,8	0,1
Kokonaisvelat	572 872	664 742	779 308	730 804	1 201 794	1 000 162
Lyhytaikaiset velat	455 651	562 583	550 416	523 129	619 661	515 651
Oma pääoma	594 465	612 180	685 248	348 295	258 544	243 093
Sijoitettu pääoma	721 650	738 398	839 168	629 998	914 674	727 704
Nettoälytpääoma	594 083	601 375	702 852	494 692	753 150	654 392
Taseen loppusumma	1 167 337	1 276 923	1 364 656	1 079 099	1 460 308	1 243 285
Nettoinvestointi		22 213	26 441	39 400	-14 910	-200
Tulos ja kannattavuus						
Käyttökate	165 497	133 836	77 713	-138 427	-6 469	72 333
Rahotustulos	126 256	99 567	56 185	-152 543	-15 880	53 534
Nettotulos	90 604	72 716	28 088	-181 953	-34 751	39 549
Käyttökate-%	3,8	3,5	2,1	-4,3	-0,2	2,5
Liikevoitto-%	3,0	2,8	1,3	-5,2	-0,9	2,0
Rahotustulos-%	2,9	2,6	1,5	-4,8	-0,5	1,9
Nettotulos-%	2,1	1,9	0,8	-5,7	-1,2	1,4
Oman pääoman tuotto-%		12,1	4,7	-39,0	-11,5	15,8
Sijoitetun pääoman tuotto-%		14,7	6,4	-22,8	-3,2	7,2
ROI-%		8,8	3,8	-13,7	-1,9	4,4
Pääoman kiertonopeus		3,1	2,8	2,6	2,3	2,1
Voitto-%	3,0	2,8	1,3	-5,2	-0,9	2,0
Rahoitus						
Quick ratio	0,5	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
Current ratio	2,3	2,1	2,3	1,8	2,2	2,3
Myyntisaamisten kiertäminen (vrk)	7,4	11,1	6,9	8,3	4,8	3,7
Ostovelkojen kiertäminen (vrk)	28,3	42,5	39,5	35,3	41,0	46,8
Velkaantumisaste	0,2	0,2	0,4	0,8	2,5	2,0
Omavaraisuus-%	50,9	47,9	43,2	32,3	17,7	19,6
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	13,2	17,5	20,7	22,8	41,5	34,5
Z-luku	-1,7	-3,3	-3,6	-3,8	-6,2	-3,7
Lainojen hoitokate		14,2	5,3	-9,5	3,8	
Rahoitusajama / kausi		55 000	55 000	55 000	55 000	55 000
Kumulatiivinen rahoitusajama		55 000	110 000	165 000	220 000	275 000
Muut tunnusluvut						
Jalostusarvo	325 955	321 807	299 699	54 845	196 096	284 621
Jalostusarvo / henkilötyövuosi	2,0	1,7	1,4	0,3	1,0	1,4

Moto-Seinäjoki Oy, Liite 1

Moto-Seinäjoki Oy

	2008/9		2009/9		2010/9		2011/9	
	5	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0
TULOSLASKELMA 1000 EUR								
Liiketoiminnan muuttu	4 739 145	100,0	8 162 524	100,0	6 467 922	100,0	6 100 625	100,0
Liiketoiminnan muuttu tuotot	4 909	0,1	32 415	0,4	32 729	0,5	68 123	1,1
Ainekäyttö	4 061 285	85,7	7 123 813	87,3	5 352 836	82,8	5 176 833	84,9
Ulkopuoliset palvelut			26 297	0,3	11 059	0,2	10 171	0,2
Palkat ja palkkiot	283 363	6,0	568 145	7,0	521 773	8,1	530 995	8,7
Eläkekulut	49 045	1,0	97 517	1,2	94 211	1,5	104 485	1,7
Muut henkilösivukulut	9 606	0,2	21 749	0,3	21 083	0,3	29 093	0,5
Poistot käyttömäärästä	14 936	0,3	7 328	0,1	5 496	0,1	9 000	0,1
Liiketoiminnan muut kulut	248 419	5,2	473 190	5,8	513 010	7,9	426 957	7,0
Liiketoiminnan muuttu	77 401	1,6	-123 099	-1,5	-18 817	-0,3	-118 785	-1,9
Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista	13 270	0,3	100	0,0	92	0,0	16	0,0
Muut korko- ja rahoitustuotot	7 543	0,2	57 168	0,7	49 722	0,8	81 008	1,3
Korkokulut ja muut rahoituskulut	-5 727	-0,1	56 234	0,7	49 628	0,8	80 992	1,3
Rahoituserät yhteensä	83 128	1,8	-179 333	-2,2	-68 445	-1,1	-199 777	-3,3
Tulos rahoituserien jälkeen	83 128	1,8	-179 333	-2,2	-68 445	-1,1	-199 777	-3,3
Satunnaiset tuotot			40 000	0,5				
Tulos satunnaiserien jälkeen	83 128	1,8	-139 333	-1,7	-68 445	-1,1	-199 777	-3,3
Tuloverot	22 283	0,5						
Tilikauden voitto	60 845	1,3	-139 333	-1,7	-68 445	-1,1	-199 777	-3,3
Liiketoiminnan kasvu-%			-28,2		-20,8		-5,7	
Liiketoiminnan kasvu keskimäärin-%			-28,2		-24,6		-18,8	
Käyttökate-%	1,9		-1,4		-0,2		-1,8	
Liiketoiminnan-%	1,6		-1,5		-0,3		-1,9	
Sijoitetun pääoman tuotto-%			-28,8		-5,6		-34,0	
Oman pääoman tuotto-%			-42,3		-20,6		-101,1	

Moto-Seinäjoki Oy

TASE VASTAAVAA 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Pysyvät vastaavat				
Aineellonnat hyödykkeet				
Aineelliset hyödykkeet				
Koneet ja kalusto	28 794	21 983	16 487	27 000
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	28 794	21 983	16 487	27 000
Sijoitukset				
Muut osakkeet ja osuudet	5 090	5 090	5 090	5 090
Sijoitukset yhteensä	5 090	5 090	5 090	5 090
Pysyvät vastaavat yhteensä	33 884	27 073	21 577	32 090
Vaihtuvat vastaavat				
Vaihto-omaisuus				
Valmiit tuotteet/avarat	1 992 592	1 458 298	1 582 967	1 515 216
Ennakkomaksut		1 104	4 331	
Vaihto-omaisuus yhteensä	1 992 592	1 459 403	1 587 298	1 515 216
Pitkäaikaiset saamiset				
Muut saamiset				82 045
Pitkäaikaiset saamiset yhteensä				82 045
Lyhytaikaiset saamiset				
Myyntisaamiset	225 500	97 925	107 189	135 275
Muut saamiset		47 790	149 727	52 146
Siirtosaamiset	54 995	51 349	20 334	7 018
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	280 495	197 063	277 249	194 439
Rahoitusarvopaperit				
Rahat ja pankkisaamiset	82 929	12 347	22 787	62 860
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	2 356 016	1 668 813	1 887 334	1 854 560

Moto-Seinäjoki Oy

TASE VASTAANAA 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Vastavaa yhteensä	2 399 900 100,0	1 695 886 100,0	1 908 911 100,0	1 886 650 100,0

Moto-Seinäjoki Oy

TASE VASTATTAVAA 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Oma pääoma				
Osake-, osuus- tai muu vastattava pääoma	2 500	2 500	2 500	2 500
Edellisten tilikausien voitto	419 453	502 692	363 360	294 914
Tilikauden voitto	60 845	-139 333	-68 445	-199 777
Oma pääoma yhteensä	482 798	365 860	297 414	97 638
Tilinpäätössiirotien kertymä	20,2	21,6	15,6	5,2
Pakolliset varaukset				
Vieras pääoma				
Pitkäaikainen vieras pääoma				
Lainat rahoituslaitoksilta				303 000
Ostovelat				13 333
Pitkäaikainen vieras pääoma yhteensä				316 333
Lyhytaikainen vieras pääoma				16,8
Saadut ennakot		24 425	30 977	22 778
Ostovelat	1 499 837	899 257	1 322 438	1 000 995
Muut velat	302 670	322 115	196 831	380 211
Siirotvelat	104 594	84 229	61 251	68 696
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 472 680
Vieras pääoma yhteensä	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 789 012
Vastattavaa yhteensä	2 389 900	1 695 886	1 908 911	1 886 650
Quick ratio	0,2	0,2	0,2	0,2
Current ratio	1,2	1,3	1,2	1,3
Velkaantumisaste				3,1
Nettovelkaantumisaste				245,9
Omanvaraisuus-%	20,2	21,9	15,8	5,2
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	16,8	16,0	24,4	29,0

Moto-Seinäjoki Oy

RAHOITUSLASKELMA 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Liikevoitto	77 401	-123 099	-18 817	-118 785
Postit	14 936	7 328	5 496	9 000
Rahoituserät yhteensä	5 727	-56 234	-49 628	-80 992
Satunnaiset erät	-	40 000	-43,3	46,4
Verot	-22 283	-	-	-
Tulorahoitus yhteensä	75 781	-132 005	-62 949	-190 777
Vaihto-omaisuuden muutos	-	142,8	-603,0	109,2
Lyhytaikaisten liikeseamisten muutos	533 189	-576,7	-127 895	72 082
Lyhytaikaisten korottomien velkojen muutos	83 432	-90,2	-80 186	82 810
Käyttö pääomien muutos yhteensä	-577 075	624,1	281 470	-138 817
Liiketoiminnan kassavirta	39 546	-42,8	73 389	16 075
Investoinnit yhteensä	-92 459	100,0	703,0	-9,2
Kassavirta ennen rahoitusta	-516	0,6	10 439	-174 702
Pitkäaikaisten saamisten muutos	-92 976	100,0	10 439	100,0
Pitkäaikaisten velkojen muutos	10 439	-194 214	-82 045	-35,0
Rahoituksen kassavirta yhteensä	-82 045	-35,0	316 333	135,0
Kassavirta rahoituksen jälkeen	234 287	100,0	234 287	100,0
Likvidien varojen muutos	40 073	40 073	40 073	40 073
Rahoitusyllijäämä	10 439	10 439	10 439	10 439
Kumulatiivinen ylijäämä	-22 394	-22 394	-22 394	-22 394

Moto-Seinäjoki Oy

KÄYTTÖPÄÄOMALASKELMA 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Valmiit tuote/tilavarat	1 992 592	1 458 298	1 582 967	1 515 216
Ennakkomaksut		1 104	4 331	
Valinto-onnaisuus yhteensä	1 992 592	1 459 403	1 587 298	1 515 216
Myyntisaamiset	225 500	97 925	107 189	135 275
Siirtosaamiset	54 995	51 349	20 334	7 018
Muut liikesaamiset		47 790	149 727	52 146
Lyhytaikaiset liikesaamiset yhteensä	280 495	197 063	277 249	194 439
Saadut ennakot		24 425	30 977	22 778
Ostovelat	1 499 837	899 257	1 322 438	1 000 995
Siirtovelat	104 594	84 229	61 251	68 696
Muut lyhytaikaiset korottomat velat	302 670	322 115	196 831	380 211
Lyhytaikaiset korottomat velat yhteensä	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 472 680
Käyttöpääoma	365 985	326 439	253 051	236 975
Käyttöpääoman muutos		-39 546	-73 389	-16 075
Nettokäyttöpääoma	448 914	338 787	275 837	381 881
Kiertoajat (vrtk)				
Myyntisaamisten kierto	7,1	4,3	6,0	8,0
Ostovelkojen kierto	64,2	48,9	86,7	70,4
Käyttöpääoma / liikevaihto-%	3,2	4,0	3,9	3,9

Moto-Seinäjoki Oy

Moto-Seinäjoki Oy, Liite 7

SIPO, ROI, Z 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Oma pääoma	482 798	365 860	297 414	97 638
Korolliset velat				24,4
Sijoitettu pääoma	482 798	365 860	297 414	303 000
Tulos rahoitusserien jälkeen	83 128	-179 333	-68 445	400 638
Rahoituskulut	7 543	57 168	49 722	81 008
Tuotto sijoitetulle pääomalle	90 671	-122 165	-18 723	-118 768
Sijoitetun pääoman tuotto-%		-28,8	-5,6	-34,0
Taseen loppusumma	2 389 900	1 695 886	1 908 911	1 886 650
Liikevaihto	4 739 145	8 162 524	6 467 922	6 100 625
Tulos satunnaiserien jälkeen	83 128	-139 333	-68 445	-199 777
Rahoituskulut	7 543	57 168	49 722	81 008
Pääoman tuotto	90 671	-82 165	-18 723	-118 768
Voitto-%	1,9	-1,0	-0,3	-1,9
Pääoman kiertonopeus		4,0	3,6	3,2
ROI-%		-4,0	-1,0	-6,3
Käyttökate + ennakkomaksujen muutos	92 337	-91 346	-6 769	-117 985
Loppuvarastot	1 992 592	1 459 403	1 587 298	1 515 216
Alkuvarastot	2 548 073	1 992 592	1 459 403	1 587 298
Tulogäännä I A	647 818	441 843	-134 664	-45 903
Muut tuotot - kulut	5 727	-16 234	-49 628	-80 992
Välittömät verot	22 283			
Tulogäännä I B - verot	631 262	425 609	-184 292	-126 895
Rahoitusomaisuus	363 424	209 410	300 036	257 299
Lyhytaikaiset velat	1 907 101	1 305 601	1 580 519	1 449 902
Quick-kassa	-1 543 678	-1 096 191	-1 280 483	-1 192 603
Kokonaisvelat	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 789 012
Taseen loppusumma	2 389 900	1 695 886	1 908 911	1 886 650

Moto-Seinäjoki Oy

	SIPO, ROI, Z 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
X1-%		63,4	25,1	-9,7	-6,7
X2-%		-64,6	-64,6	-67,1	-63,2
X3-%		79,8	78,4	84,4	94,8
Z-luku		-2,1	-3,9	-5,9	-6,2

Moto-Seinäjoki Oy

TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Toiminnan laajuuus				
Liikevaihto (12 kk)	11 373 948	8 162 524	6 467 922	6 100 625
Liikevaihdon kasvuv-%		-28,2	-20,8	-5,7
Kokonaisvelat	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 789 012
Lyhytaikaiset velat	1 907 101	1 330 027	1 611 497	1 472 680
Oma pääoma	482 798	365 860	297 414	97 638
Sijoitettu pääoma	482 798	365 860	297 414	400 638
Nettokäyttöpääoma	448 914	338 787	275 837	381 881
Taseen loppusumma	2 389 900	1 695 896	1 908 911	1 886 650
Nettoinvestoinnit		516		19 512
Tulos ja kannattavuus				
Käyttökate	92 337	-115 771	-13 322	-109 785
Rahoiustulos	75 781	-172 005	-62 949	-190 777
Nettotulos	60 845	-179 333	-68 445	-199 777
Käyttökate-%	1,9	-1,4	-0,2	-1,8
Liikevoitto-%	1,6	-1,5	-0,3	-1,9
Rahoiustulos-%	1,6	-2,1	-1,0	-3,1
Nettotulos-%	1,3	-2,2	-1,1	-3,3
Oman pääoman tuotto-%		-42,3	-20,6	-101,1
Sijoitetun pääoman tuotto-%		-28,8	-5,6	-34,0
ROI-%		-4,0	-1,0	-6,3
Pääoman kiertonopeus		4,0	3,6	3,2
Voitto-%	1,9	-1,0	-0,3	-1,9
Rahoiutus				
Quick ratio	0,2	0,2	0,2	0,2
Current ratio	1,2	1,3	1,2	1,3
Myyntisaamisten kiertäminen (vrtk)	7,1	4,3	6,0	8,0
Ostovelkojen kiertäminen (vrtk)	64,2	48,9	86,7	70,4

Moto-Seinäjoki Oy

TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR	2008/9 5	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Velkaantumisaste				
Onnaraisuus-%	20,2	21,9	15,8	3,1
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	16,8	16,0	24,4	29,0
Z-luku	-2,1	-3,9	-5,9	-6,2
Lainojen hoitokate		-1,3	-0,3	-1,4
Rahoitusjäämä / kausi		-22 394	-22 394	-22 394
Kumulatiivinen rahoitusjäämä		-22 394	-22 394	-22 394
Muut tunnusluvut				
Jalostusarvo	1 042 443	571 640	623 746	554 788
Jalostusarvo / henkilöstökulut	1,3	0,8	1,0	0,8
Nettorahoituskulut-%	-0,1	0,7	0,8	1,3

Bike World Oy

TUOSLASKELMA 1000 EUR	2008/9		2007/8		2008/9		2009/9		2010/9		2011/9	
	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0	12	100,0
Likevoitto	20 812 912	100,0	25 431 052	100,0	25 706 726	100,0	25 917 937	100,0	22 080 771	100,0	22 081 975	100,0
Liiketoiminnan muut tuotot	21 619	0,1	4 388				16 423	0,1	118 355	0,5	15 705	0,1
Ainekäyttö	17 908 610	86,1	21 821 648	86,2	22 312 038	86,8	23 006 644	89,8	18 547 164	84,0	18 797 594	85,1
Ulkopuoliset palvelut	631		2 242		1 374		1 726		963		2 081	
Palkat ja palkkiot	1 266 801	6,1	1 478 824	5,8	1 749 091	6,8	1 983 642	7,7	1 743 536	7,9	1 727 072	7,8
Eläkekulut	223 895	1,1	247 951	1,0	300 011	1,2	357 529	1,4	294 798	1,3	282 729	1,2
Muut henkilösivut	64 059	0,3	128 545	0,5	14 827	0,1	154 771	0,6	80 034	0,4	40 383	0,2
Poistot käyttöomaisuudesta	78 988	0,4	90 643	0,4	92 011	0,4	114 467	0,4	102 107	0,5	111 588	0,5
Liiketoiminnan muut kulut	1 056 511	5,1	1 171 855	4,6	1 436 754	5,6	1 711 424	6,6	1 442 179	6,5	1 432 829	6,5
Liikevoitto	294 257	1,1	393 631	1,5	-199 181	-0,8	-1 386 944	-5,4	-11 654	-0,1	-286 398	-1,2
Muut korko- ja rahoitustuotot	183 948	0,8	140 392	0,6	135 238	0,5	208 882	0,8	145 056	0,7	154 472	0,7
Korkokulut ja muut rahoituskulut	67 889	0,3	80 227	0,3	132 218	0,5	263 265	1,0	93 849	0,4	115 728	0,5
Rahoituserät yhteensä	-86 980	-0,5	-80 165	-0,2	-3 010		66 384	0,2	-51 207	-0,2	-38 744	-0,2
Tulos rahoituserien jälkeen	330 216	1,6	453 696	1,8	-196 171	-0,8	-1 452 227	-5,6	39 552	0,2	-227 654	-1,0
Saunaiset tuotot					300 000	1,2	1 500 000	5,8			280 000	1,2
Tulos saunaiserien jälkeen	330 216	1,6	453 696	1,8	103 829	0,4	47 773	0,2	39 552	0,2	32 346	0,1
Poistojen muutos	-29 052	-0,1	-21 083	-0,1	-15 882	-0,1	10 200	0,1	-12 461	-0,1	-15 742	-0,1
Tuloverot	86 325	0,4	114 495	0,5	24 335	0,1	22 765	0,1			5 515	0,1
Tilikauden voitto	216 839	1,0	318 118	1,3	63 603	0,2	35 218	0,1	27 091	0,1	11 089	0,1
Liikevoiton kasvu-%			22,2		1,1		0,8		-14,8		1,2	
Liiketoiminnan kasvu keskimäärin-%			22,2		11,1		7,6		1,5		1,2	
Käytökate-%	1,5		1,9		-0,4		-4,9		0,4		-0,7	
Liikevoitto-%	1,1		1,5		-0,8		-5,4		-0,1		-1,2	
Sijoitetun pääoman tuotto-%			20,6		-1,8		-31,5		3,3		-2,3	
Oman pääoman tuotto-%			23,5		-13,3		-86,6		2,3		-13,2	

Bike World Oy, Liite 2

TASE VASTAAVAA 1000 EUR	2006/9		2007/8		2008/9		2009/9		2010/9		2011/9	
		12		12		12		12		12		12
Pysyvät vastaavat												
Aineettomat hyödykkeet												
Muut pitkäaikaiset menot	15 408	0,3	27 080	0,4	22 187	0,3	14 280	0,2	101 359	1,6	58 014	0,7
Aineettomien ennakkomaksut									259 225	4,2	209 089	3,0
Aineettomat hyödykkeet yhteensä	15 408	0,3	27 080	0,4	22 187	0,3	14 280	0,2	360 585	5,8	325 103	4,3
Aineelliset hyödykkeet												
Koneet ja kalusto	238 475	5,0	333 185	5,4	342 080	5,0	297 574	5,0				
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	238 475	5,0	333 185	5,4	342 080	5,0	297 574	5,0				
Sijoitukset												
Muut osakkeet ja osuudet	25 901	0,5	25 901	0,4	25 901	0,4						
Sijoitukset yhteensä	25 901	0,5	25 901	0,4	25 901	0,4						
Pysyvät vastaavat yhteensä	279 781	5,9	388 176	6,3	390 138	5,8	311 854	5,2	360 585	5,8	325 103	4,3
Vaihtuvat vastaavat												
Vaihto-omaisuus												
Valmitt tuotehankinnat	3 980 238	83,8	5 033 980	81,9	5 474 740	80,8	5 056 231	85,0	5 254 089	84,2	6 298 373	83,8
Vaihto-omaisuus yhteensä	3 980 238	83,8	5 033 980	81,9	5 474 740	80,8	5 056 231	85,0	5 254 089	84,2	6 298 373	83,8
Pitkäaikaiset saamiset												
Lyhytaikaiset saamiset												
Myyntisaamiset	319 800	6,7	412 478	6,7	323 519	4,8	281 111	4,4	338 027	5,4	487 886	6,5
Muut saamiset	8 287	0,2	49 381	0,8	15 101	0,2	19 096	0,3	4 011	0,1	89 362	1,2
Sijoitukset	82 510	1,3	74 576	1,2	414 080	6,1	84 351	1,4	89 888	1,1	157 483	2,1
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	390 577	8,2	536 435	8,7	752 710	11,1	364 558	6,1	412 024	6,6	724 801	9,8
Rahoitusavopaperit												
Rahat ja pankkisaamiset	97 041	2,0	186 340	3,0	161 828	2,4	217 054	3,6	218 519	3,5	153 747	2,0
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	4 407 853	94,1	5 756 736	93,7	6 389 278	94,2	5 637 843	94,8	5 862 612	94,2	7 184 921	95,7
Vastaavaa yhteensä	4 747 635	100,0	6 142 911	100,0	6 779 416	100,0	5 948 696	100,0	6 243 196	100,0	7 510 024	100,0

TASE VASTATTAVAA 1000 EUR	2006/9 12	2007/9 12	2008/9 12	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Oma pääoma						
Oskake-, osuus- tai muu vastaava pääoma	88 617	88 617	88 617	88 617	88 617	88 617
Eedellisen tilikauden voitto	935 703	1 151 542	1 489 680	1 533 263	1 588 480	1 595 571
Tilikauden voitto	216 839	318 118	63 603	35 218	27 091	11 089
Oma pääoma yhteensä	1 238 159	1 556 277	1 619 879	1 655 097	1 682 188	1 693 277
Tilinpäätössiirtojen kertymä						
Keräytyi poisotero	35 167	56 357	71 688	61 116	73 488	87 503
Tilinpäätössiirtojen kertymä yhteensä	35 167	56 357	71 688	61 116	73 488	87 503
Pakolliset varaukset						
Vieras pääoma						
Pitkäaikainen vieras pääoma						
Pääomallinat	500 000	1 800 000	29,3			
Pitkäaikainen vieras pääoma yhteensä	500 000	1 800 000	29,3			
Lyhytaikainen vieras pääoma						
Pääomallinat						
Ostovelat	2 119 293	2 023 740	1 990 000	2 155 811	2 581 523	3 717 442
Muut velat	487 888	364 935	2 064 101	1 483 004	1 204 524	1 637 509
Siirtovelat	387 328	341 802	337 198	309 293	411 798	328 201
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	2 874 509	2 730 278	5 097 847	4 233 494	4 487 520	6 729 244
Vieras pääoma yhteensä	3 474 509	4 530 278	5 097 847	4 233 494	4 487 520	6 729 244
Vastattavaa yhteensä	4 747 635	6 142 911	6 779 419	5 949 696	6 243 196	7 510 024
Quick ratio	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
Current ratio	1,5	2,1	1,3	1,3	1,3	1,3
Velkaantumisaste	0,4	1,1	1,2	1,3	1,5	2,1
Nettovelkaantumisaste	31,6	100,1	108,1	113,0	134,7	200,1
Omaratasuus-%	28,8	26,3	25,0	28,8	28,1	23,7
Suhteellinen velkaantumisuus-%	16,7	17,8	19,9	18,3	20,3	26,9

Bike World Oy

RAHOITUSLASKELMA 1000 EUR	2006/9 12	2007/9 12	2008/9 12	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12						
Likenoitto	234 257	-	393 531	-38,8	-199 181	188,8	-1 395 844	1 885,6	-11 654	4,2	-288 398	23,8
Poisot	78 968	-	90 843	-8,9	92 011	-78,0	114 467	-154,6	102 107	-37,1	111 588	-10,0
Rahouserät yhteensä	95 960	-	60 165	-6,9	3 010	-2,6	-56 394	78,2	51 207	-18,6	39 744	-3,5
Sätunnaiset erät	-85 325	-	-114 495	11,3	300 000	-254,3	1 500 000	-2 028,3			280 000	-23,2
Verot					-24 335	20,6	-22 755	30,7			-5 515	0,5
Tulorahoitus yhteensä	323 859	-	429 844	-42,4	171 505	-145,4	139 485	-188,4	141 660	-61,5	138 419	-12,3
Vahtio-omaisuuden muutos			-1 053 725	103,9	-440 780	373,6	418 509	-565,3	-197 838	71,9	-1 042 304	93,0
Lyhyrakkaisten liikesaamisten muutos			-145 858	14,4	-218 275	183,3	388 152	-524,3	-47 488	17,2	-322 777	28,8
Lyhyrakkaisten kordiomien velkojen muutos			-244 031	24,1	307 569	-311,6	-1 020 174	1 378,1	-171 676	62,4	108 806	-9,4
Käyttöäöman muutos yhteensä			-1 443 813	142,4	-289 486	245,4	-213 513	1 288,4	-418 981	151,5	-1 259 274	112,3
Liketoiminnan kassavirta			-1 013 769	100,0	-117 981	100,0	-74 028	100,0	-275 321	100,0	-1 120 855	100,0
Investoinnit yhteensä			-197 037	19,4	-95 973	81,3	-36 183	48,9	-150 838	54,8	-78 107	6,8
Kassavirta ennen rahoitusta			-1 210 807		-213 953		-110 211		-426 159		-1 199 962	
Pitkäaikaisten velkojen muutos			1 300 000	100,0	-1 800 000	-947,4						
Lyhyrakkaisten lainojen muutos					1 990 000	1 047,4	165 811	100,0	425 713	100,0	1 135 918	100,0
Rahoituksen kassavirta yhteensä			1 300 000	100,0	190 000	100,0	185 811	100,0	425 713	100,0	1 135 918	100,0
Kassavirta rahoituksen jälkeen			89 193		-23 953		55 600		-446		-61 044	
Likvidien varojen muutos			89 300		-24 512		55 226		-535		-82 772	
Rahousylijäämä			-106		559		374		89		1 728	
Kumulatiivinen ylijäämä			-106		453		827		916		2 644	

Bike World Oy

KÄYTTÖKAOMALASKELMA 1000 EUR	2006/9 12	2007/9 12	2008/9 12	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
Vainiit tuotteiden arat	3 990 236	5 033 980	5 474 740	5 056 231	5 254 089	6 296 373
Vainio-omaisuus yhteensä	3 990 236	5 033 980	5 474 740	5 056 231	5 254 089	6 296 373
Myyntisaamiset	319 800	412 478	323 519	281 111	338 027	487 986
Sirtosaamiset	62 510	74 576	414 090	84 351	68 986	157 463
Muut liikesaamiset	8 267	49 381	15 101	19 096	4 011	89 352
Lyhytaikaiset liikesaamiset yhteensä	390 577	536 435	752 710	384 558	412 024	734 801
Ostovelat	2 119 293	2 023 740	2 084 101	1 483 004	1 204 524	1 637 509
Sirtovelat	367 329	341 602	337 198	309 293	411 798	329 201
Muut lyhytaikaiset korottomat velat	487 688	364 936	698 650	285 376	289 674	46 093
Lyhytaikaiset korottomat velat yhteensä	2 974 309	2 730 278	3 087 947	2 077 673	1 905 997	2 011 803
Käyttö pääoma	1 396 504	2 840 117	3 129 803	3 343 116	3 760 097	5 019 371
Käyttö pääoman muutos		1 443 613	289 498	213 513	416 981	1 259 274
Nemokäyttö pääoma	1 493 545	3 026 458	1 301 431	1 404 369	1 365 092	1 455 676
Kierroajat (vrt)						
Myyntisaamisten kierto	5,5	5,8	4,5	3,6	5,5	8,0
Ostovelkojen kierto	40,9	31,7	32,7	23,6	23,1	29,7
Käyttö pääoma / liikevaihto-%	6,7	11,2	12,2	12,9	17,0	22,7

Bike World Oy, Liite 6

	SIFO, ROI, Z/1000 EUR		2006/9		2007/9		2008/9		2009/9		2010/9		2011/9	
		12		12		12		12		12		12		12
Oma pääoma	1 238 169	89,8	1 556 277	45,6	1 619 879	44,0	1 655 097	42,7	1 682 188	39,8	1 693 277	30,8		
Tilinjätöksien kertymä	35 187	2,0	56 357	1,7	71 899	1,9	81 116	1,8	73 488	1,7	87 503	1,6		
Korolliset velat	500 000	28,2	1 800 000	52,7	1 990 000	54,1	2 155 911	55,7	2 551 523	69,5	3 717 442	67,6		
Sijoitetu pääoma	1 773 326	100,0	3 412 633	100,0	3 681 598	100,0	3 872 023	100,0	4 337 200	100,0	5 498 221	100,0		
Tuotos rahoituksen jälkeen	330 216		453 696		-186 171		-1 452 227		39 552		-227 654			
Rahoituskulut	67 889		80 227		132 218		203 265		93 949		115 728			
Tuotto sijoitetulle pääomalle	398 105		533 923		-63 953		-1 188 952		133 401		-111 926			
Sijoitetun pääoman tuotto-%			20,6		-1,8		-31,5		3,3		-2,3			
Taseen loppusumma	4 747 635		6 142 911		6 779 416		6 949 696		6 243 196		7 510 024			
Liiketalho	20 812 912		25 431 052		25 706 726		25 917 937		22 090 771		22 091 975			
Tuotos satunnaisen jälkeen	330 216		453 696		103 829		47 773		39 552		32 946			
Rahoituskulut	67 889		80 227		132 218		203 265		93 949		115 728			
Pääoman tuotto	398 105		533 923		238 047		311 038		133 401		148 074			
Voitto-%	1,9		2,1		0,9		1,2		0,6		0,7			
Pääoman kierto nopeus			4,7		4,0		4,1		3,6		3,2			
ROI-%			9,8		3,7		4,9		2,2		2,2			
Käytökate + ennakkomaksujen muutos	313 225		494 174		-107 170		-1 281 376		90 453		-154 810			
Loppuvarastot	3 980 236		5 033 990		5 474 740		5 056 231		5 254 069		6 296 373			
Alkuvastot	3 223 991		3 980 236		5 033 990		5 474 740		5 056 231		5 254 069			
Tulojäämä I A	-443 020		-569 550		-547 950		-862 867		-107 385		-1 197 114			
Muut tuotot - kulut	95 980		60 165		303 010		1 443 616		51 207		298 744			
Välihömät verot	85 325		114 495		24 335		22 755		-56 178		5 515			
Tulojäämä I B - verot	-432 386		-623 880		-266 274		657 994		628 543		-903 885			
Rahoitusomistus	487 617		722 775		914 538		581 612		628 543		888 548			
Lyhytaikaiset velat	2 974 309		2 730 278		5 087 947		4 233 494		4 487 520		5 729 244			
Quick-kassa	-2 496 891		-2 007 503		4 173 309		-3 651 872		-3 858 977		-4 840 897			
Kokonaiset velat	3 474 309		4 530 278		5 087 947		4 233 494		4 487 520		5 729 244			
Taseen loppusumma	4 747 635		6 142 911		6 779 416		6 949 696		6 243 196		7 510 024			
X1-%	-9,1		-10,2		-4,0		9,4		-0,9		-12,0			
X2-%	-52,4		-32,7		-61,6		-61,4		-61,8		-64,5			
X3-%	73,2		73,7		75,0		71,2		71,9		76,3			
Z-luku	-5,1		-4,7		-5,1		-4,2		-4,8		-5,6			

Bike World Oy, Liite 7

	2006/9 12	2007/9 12	2008/9 12	2009/9 12	2010/9 12	2011/9 12
TUNNUSLUKUYHTENNETO 1000 EUR						
Toiminnan laajuus						
Liiketoiminta (12 kk)	20 812 812	26 431 052	26 708 728	25 917 937	22 080 771	22 081 975
Liiketoiminnan kasvu-%		22,2	1,1	0,8	-14,8	
Kokonaisvelat	3 474 309	4 630 278	5 087 847	4 233 494	4 487 520	5 729 244
Lyhytaikaiset velat	2 974 309	2 730 278	5 087 847	4 233 494	4 487 520	5 729 244
Omia pääomia	1 238 189	1 568 277	1 618 879	1 655 097	1 682 188	1 693 277
Sijoitettu pääoma	1 773 338	3 412 633	3 681 589	3 872 023	4 337 200	5 498 221
Netokäyttö pääoma	1 483 545	3 028 458	1 301 431	1 404 359	1 395 092	1 455 676
Taseen loppusumma	4 747 635	6 142 911	6 779 416	5 948 696	6 243 196	7 510 024
Netoinvestoinnit		197 037	95 973	36 183	150 838	76 107
Tulos ja kannattavuus						
Käyttökate	313 226	484 174	-107 170	-1 281 376	90 453	-154 810
Rahotus tulos	323 859	429 844	-128 456	-1 380 515	141 860	-121 581
Netotulos	244 891	339 201	-220 505	-1 474 982	39 562	-233 169
Käyttökate-%	1,5	1,8	-0,4	-4,9	0,4	-0,7
Liiketoiminta-%	1,1	1,5	-0,8	-5,4	-0,1	-1,2
Rahotus tulos-%	1,6	1,7	-0,5	-5,2	0,6	-0,6
Netotulos-%	1,2	1,3	-0,9	-5,7	0,2	-1,1
Omian pääoman tuotto-%		23,5	-9,9	-6,7	2,3	-13,2
Sijoitetun pääoman tuotto-%		20,6	-1,8	-31,5	3,3	-2,3
ROI-%		9,8	3,7	4,9	2,2	2,2
Pääoman kiertonopeus		4,7	4,0	4,1	3,6	3,2
Voitto-%	1,9	2,1	0,9	1,2	0,6	0,7
Rahoitus						
Quick ratio	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
Current ratio	1,5	2,1	1,3	1,3	1,3	1,3
Myyntisaamisten kiertäminen (vrk)	5,5	5,8	4,5	3,6	5,5	8,0
Ostovelkojen kiertäminen (vrk)	40,9	31,7	32,7	23,6	23,1	29,7
Velkaantumisaste	0,4	1,1	1,2	1,3	1,5	2,1
Omavaraisuus-%	26,8	26,3	26,0	28,8	28,1	23,7
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	16,7	17,8	19,8	16,3	20,3	25,9
Z-luku	-5,1	-4,7	-5,1	-4,2	-4,8	-5,6
Lainojen hoitokate		6,4	2,3	1,5	2,5	2,2
Rahotusjäämiä / kausi		-106	559	374	89	1 728
Kumulatiivinen rahoitusjäämiä		-106	453	827	916	2 644
Muut tunnusluvut						
Jalostusarvo	1 887 780	2 339 495	1 956 680	1 214 566	2 218 821	1 875 375
Jalostusarvo / henkilöstökulut	1,2	1,3	0,9	0,5	1,0	0,9