

Krijesa Berilaj ja Julia Tarenius

# **KILPAILIJA-ANALYYSI: SILMÄASEMA OYJ**

LAB-ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Liiketalouden koulutus  
Laskentatoimi

Opinnäytetyö 2020

## Tiivistelmä

Krijesa Berilaj ja Julia Tarenius  
Kilpailija-analyysi: Silmäasema Oyj, 87 sivua, 15 liitettä  
LAB-ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Laskentatoimi  
Opinnäytetyö 2020  
Ohjaajat: Yliopettaja Heikki Sintonen, LAB-ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä kilpailija-analyysi toimeksiantona Silmäasema Oyj:lle. Analyysiin valitut kilpailijat olivat Instrumentarium, Nissen ja Specsavers. Opinnäytetyön tavoitteena oli verrata Silmäasema Oyj:n toimintaa sekä taloudellista tilaa analyysiin valittuihin kilpailijoihin. Tavoitteena oli pohtia niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat tuloksiin sekä antaa Silmäasema Oyj:lle kehitysehdotuksia tuloksiin perustuen.

Kilpailija-analyysi toteutettiin käyttämällä tilinpäätösanalyysiä sekä opinnäytetyöhön valittuja kilpailija-analyysimalleja. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin valittuja kilpailija-analyysimalleja, tilinpäätösanalyysiä sekä tutkimukseen valittuja tunnuslukuja. Teoreettisessa osuudessa esiteltiin lisäksi analyysiin valitut yritykset sekä niiden liiketoiminnot. Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutettiin triangulaatio tutkimusmenetelmän avulla. Empiirisessä osuudessa Silmäasema Oyj:n taloudellista tilaa verrattiin kilpailijoihin tunnuslukujen avulla. Empiirinen osuus sisälsi lisäksi Silmäasema Oyj:n toiminnan vertaamisen kilpailijoihin hyödyntäen SWOT-analyysiä, Porterin mallia sekä David Aakerin kilpailija-analyysimallia. Tutkimuksen vertailu toteutettiin vuosilta 2014 - 2018.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että Silmäasema Oyj:n taloudellinen tila ja liiketoiminnallinen asema eroaa analyysiin valituista kilpailijoista. Analyysi osoitti, että monelta osin Silmäasema Oyj:n taloudellinen asema on analyysiin valittuja kilpailijoita heikompi. Kilpailija-analyysin tulosten perusteella pystyttiin määrittelemään yritysten liiketoiminnalliset erot. Tulosten avulla oli mahdollista eritellä sekä Silmäasema Oyj:n että analyysin kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet.

Asiasanat: kilpailija-analyysi, tilinpäätösanalyysi, tunnuslukuanalyysi

## **Abstract**

Krijesa Berilaj and Julia Tarenius  
Competitive Analysis, 87 pages, 15 appendices  
LAB University of Applied Sciences  
Bachelor of Business Administration, Lappeenranta  
Economics and Business Administration  
Specialisation of Accountancy  
Bachelor's Thesis 2020  
Instructor: Mr Heikki Sintonen Principal Lecturer, LAB UAS

The purpose of this thesis was to perform a competitor analysis as an assignment for Silmäasema Oyj. The competitors selected for the analysis were Instrumentarium, Nissen and Specsavers. The aim of the thesis was to compare Silmäasema Oyj's operations and financial condition with the competitors selected for the analysis. The aim was to consider the factors that affect the results and to provide Silmäasema Oyj with development proposals based on the results.

The competitor analysis was carried out using financial statement analysis and the competitor analysis models selected for the thesis. The theoretical part of the thesis dealt with the selected competitor analysis models, financial statement analysis and the key figures selected for the research. The theoretical part also included an analysis of the companies as well as presentations of the companies' business operations. The empirical part of the thesis was carried out using the triangulation research method. In the empirical part, Silmäasema Oyj's financial condition was compared to competitors using key figures. The empirical part also included a comparison of Silmäasema Oyj's operations with competitors using SWOT analysis, Porter's model and David Aaker's competitor analysis model. The comparison contains years 2014 – 2018.

The results of the study showed that Silmäasema Oyj's financial condition and business position differ from the competitors' in the analysis. The analysis showed that in many respects Silmäasema Oyj's financial position is weaker than the competitors' selected for the analysis. Based on the results of the competitor analysis, it was possible to determine the business differences between the companies. The results made it possible to identify the strengths and weaknesses of both Silmäasema Oyj and the analysis's competitors.

Keywords: competitor analysis, financial statement analysis, key figure analysis

## Sisällys

Tiivistelmä .....	2
Abstract.....	3
1 Johdanto .....	6
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet.....	7
1.2 Tutkimusongelma .....	7
1.3 Tutkimusmenetelmä .....	7
1.4 Rajaukset.....	8
2 Toimiala ja analysoitavat yritykset .....	10
2.1 Toimialakuvaus.....	10
2.2 Silmäasema Oyj .....	11
2.3 Kilpailijat .....	12
2.3.1 Nissen .....	12
2.3.2 Specsavers.....	12
2.3.3 Instrumentarium .....	13
3 Yritysten liiketoimintojen vertailu.....	13
3.1 Konseptit.....	13
3.2 Tuotteet ja palvelut .....	14
3.2.1 Silmäaseman valikoima.....	14
3.2.2 Instrumentariumin valikoima.....	15
3.2.3 Nissenin valikoima.....	15
3.2.4 Specsaversin valikoima.....	16
3.3 Hinnoittelu.....	16
3.3.1 Tarjouskampanjoiden hyödyntäminen.....	20
3.4 Valikoiman saatavuus.....	21
4 Kilpailija-analyysi .....	23
4.1 Kilpailu .....	24
4.2 SWOT-analyysi.....	25
4.3 Porterin malli.....	25
4.4 David Aakerin kilpailijamalli .....	28
5 Yrityksen taloudellisen tilan analysointi .....	31
5.1 Tilinpäätöksen silmäily.....	32
5.2 Tunnuslukuanalyysi .....	33
5.3 Kannattavuus.....	34
5.3.1 Myyntikateprosentti .....	35
5.3.2 Käyttökateprosentti.....	36
5.3.3 Liiketulosprosentti.....	38
5.3.4 Nettotulosprosentti .....	39
5.3.5 Oman pääoman tuotto prosentti.....	40
5.3.6 Sijoitetun pääoman tuotto prosentti (ROI).....	42
5.4 Vakavaraisuus .....	44
5.4.1 Omavaraisuusaste .....	45
5.4.2 Nettovelkaantumisaste .....	47
5.4.3 Lainojen hoitokate .....	48
5.4.4 Suhteellinen velkaantumisprosentti.....	50

5.5	Maksuvalmius.....	52
5.5.1	Quick ratio .....	53
5.5.2	Current ratio .....	54
5.5.3	Vaihto-omaisuuden kiertoaika .....	56
5.5.4	Myyntisaamisten kiertoaika .....	57
5.5.5	Ostovelkojen kiertoaika .....	60
5.5.6	Rahoitustulosprosentti.....	62
5.6	Kasvu.....	63
5.6.1	Liikevaihdon kasvuprosentti .....	63
5.7	Muut tunnusluvut .....	65
5.7.1	Prihtin Z-luku .....	65
5.7.2	Liikevaihto/henkilö .....	67
6	Analyysimallit.....	68
6.1	Kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet.....	68
6.1.1	Nissen .....	68
6.1.2	Instrumentarium .....	68
6.1.3	Specsavers.....	69
6.2	SWOT-analyysi Silmäasemasta verrattuna kilpailijoihin.....	70
6.3	Porterin kilpailija-analyysi .....	73
6.4	David Aakerin kilpailijamalli .....	74
7	Johtopäätökset ja yhteenveto .....	78
8	Kehitysideat Silmäasema Oyj:lle .....	81
	Kuvat.....	83
	Taulukot.....	83
9	Lähdeaineisto .....	85
	Liitteet .....	88

# 1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa kilpailija-analyysi toimeksiantona Silmäasema Oyj:lle. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kohdeyritykselle, miten Silmäasema Oyj:n toiminta ja taloudellinen tila eroaa analyysiin valituista kilpailijoista. Analyysi toteutetaan hyödyntämällä tilinpäätösanalyysiä, tunnuslukuanalyysiä sekä opinnäytetyöhön valittuja kilpailija-analyysimalleja.

Tilinpäätösanalyysin ja tunnuslukuanalyysin avulla on tarkoitus selvittää Silmäasema Oyj:n taloudellista tilaa ja kehitystä sekä verrata sitä analyysiin valittujen kilpailijoiden tilaan. Tarkoituksena on selvittää Silmäaseman ja analyysiin valittujen kilpailijoiden taloudellista tilaa kannattavuuden, vakavaraisuuden, maksuvalmiuden sekä muiden analyysiin valittujen tunnuslukujen avulla.

Kilpailija-analyysi toteutetaan käyttämällä erilaisia teoreettisia kilpailijamalleja. Analyysiä varten on valittu David Aakerin ja Porterin malli sekä SWOT-analyysi, joiden avulla on mahdollista tehdä päätelmiä siitä, miten kohdeyrityksen toiminta eroaa analyysiin valituista kilpailijoista sekä miten Silmäaseman kannattaisi lähteä kehittämään toimintaansa suhteessa kilpailijoihinsa. Kilpailija-analyysiä varten opinnäytetyössä tarkastellaan muun muassa kohdeyrityksen ja analyysiin valittujen kilpailijoiden valikoimia, hinnoittelua sekä saatavuutta.

Työ toteutetaan toimeksiantona Silmäasema Oyj:lle. Aihe on rajattu yhteistyössä toimeksiantajan kanssa, jotta opinnäytetyön tulokset olisivat Silmäasemalle hyödyllisiä. Aihe on tärkeä, sillä toimintaympäristön selvittäminen on yritykselle hyvin tärkeää (Rautiala 2018).

## **1.1 Opinnäytetyön tavoitteet**

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa kilpailija-analyysi Silmäasema Oyj:lle. Tavoitteena on tuottaa kohdeyritykselle käyttökelpoista informaatiota analyysiin valituista kilpailijoista, jotta Silmäasema Oyj voi lähteä kehittämään toimintaansa markkinoilla pärjätäkseen.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa analyysi, joka on suunnattu toimeksiantoyritykselle, joten analyysi esitetään suhteessa Silmäasemaan. Käytännössä tavoitteena on tilinpäätösanalyysin, tunnuslukuanalyysin sekä erilaisten kilpailija-analyysimallien perusteella antaa Silmäasema Oyj:lle laaja kuva sen asemasta suhteessa analyysiin valittuihin kilpailijoihin.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tutkittavan yrityksen taloudellista tilaa ja verrata sitä kilpaileviin yrityksiin. Tämän lisäksi tarkoituksena on verrata saatuja tunnuslukuja ohjearvoihin.

## **1.2 Tutkimusongelma**

Opinnäytetyön tutkimusongelma on määrittää, miten kohdeyrityksen taloudellinen tila ja liiketoiminnallinen asema eroaa yrityksen kilpailijoista, jotka on valittu analyysiin. Alatutkimusongelmina ovat:

- 1) Mitkä ovat kohdeyrityksen vahvuudet ja heikkoudet?
- 2) Miten kohdeyrityksen kannattaisi lähteä kehittämään toimintaansa suhteessa analyysistä saatuihin tuloksiin?

## **1.3 Tutkimusmenetelmä**

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä on triangulaatio. Triangulaatio tarkoittaa eri menetelmiä, tutkijoiden sekä tietolähteitä käyttämistä tutkimuksessa. Triangulaation tarkoituksena on lisätä tutkimuksen luotettavuutta. Kilpailija-analyysi toteutetaan käyttämällä analyysitriangulaatiota, sillä tarkoituksena on käyttää tutkimusaineiston analysointiin useita analyysimenetelmiä. Lisäksi opinnäytetyössä käytetään useita eri triangulaation tyyppisiä, joten tutkimusmenetelmän voidaan sanoa olevan myös monitriangulaatio. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 143-146.)

## 1.4 Rajaukset

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa kilpailija-analyysi Silmäasema Oyj:lle. Kilpailija-analyysissä Silmäaseman toimintaa ja taloudellista tilaa verrataan kolmeen muuhun toimialan yritykseen. Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutetaan niin, että kilpailija-analyysimallit ja muu yritysten välinen vertailu suoritetaan vertaamalla Silmäasema Oyj:tä Instrumentariumiin, Nisseniin sekä Specsaversiin. Tunnuslukuanalyysissä Silmäasema Oyj:n vakavaraisuutta, kannattavuutta ja maksuvalmiutta verrataan saatavien tilinpäätöstietojen puitteissa Instru Optiikka Oy:hyn sekä Specsaversiin. Nissenin ja Instrumentarium tilinpäätöstietoja ei ole saatavilla erikseen, joten tunnuslukuanalyysi täytyy suorittaa saatavien tietojen perusteella. Muu empiirinen osa halutaan toteuttaa vertaamalla Nisseniä ja Instrumentariumia erikseen, sillä kyseisillä yrityksillä on hyvin erilaiset liiketoimintakonseptit.

Kilpailija-analyysin kohdeyritykseksi on toimeksiannon perusteella valittu Silmäasema Oyj. Kyseiselle yritykselle on luontevaa tehdä analyysi, sillä sisäisen tiedon lisäksi yrityksestä löytyy paljon muuta tietoa, johon analyysi voidaan pohjata. Kilpailevista yrityksistä analyysiin on valittu markkinaosuuksien ja tunnettavuuden perusteella Nissen, Instrumentarium ja Specsavers. Analyysin ulkopuolelle on jätetty muun muassa Instru Optiikka Oy:hyn kuuluva Keops, sillä analyysi sisältää jo kolme kilpailijaa eikä Keops ole yhtä suuri toimija optisella alalla, kun edellä mainitut kilpailijat.

Kilpailija-analyysiin sisällytetään erilaisia kilpailija-analyysimalleja. Opinnäytetyön empiiristä osaa varten on valittu David Aakerin kilpailijamalli ja Porterin malli sekä SWOT-analyysi. Porterin malleista opinnäytetyö rajataan käsittelemään vain Porterin viiden kilpailuvoiman mallia, sillä Porterin malleista kyseinen malli on sopivin opinnäytetyön empiiriseen osaan. Malli on sopiva opinnäytetyön tutkimukseen, sillä mallissa keskitytään analysoimaan nykyisen kilpailun sijaista tekijöitä, jotka voivat vaikuttavaa kilpailuun. David Aakerin kilpailijamalleista opinnäytetyö rajataan käsittelemään ainoastaan mallia, jossa kilpailijoiden toimintaan nähdään vaikuttavan kuusi erilaista elementtiä. Kyseinen malli on valittu opinnäytetyöhön, sillä se malli on sopiva analyysin yritysten vertailemiseen. Opinnäytetyöstä rajataan muut kilpailija-analyysimallit pois.



Opinnäytetyön tarkoituksena on verrata Silmäasemaa analyysiin valittuihin yrityksiin myös kehityksen kannalta. Tilinpäätösanalyysiin sekä tunnuslukuanalyysin tästä syystä on valittu tarkastelujaksoksi vuodet 2014 - 2018, jotta yrityksen kehityksestä saisi mahdollisimman laajan kuvan. Tarkastelujakson pituus mahdollistaa myös sen, että esimerkiksi liikevaihdon kasvuprosentille saadaan mahdollisimman paljon arvoja, kun tarkastelussa on useita tilikausia.

Tilinpäätösanalyysiin sisällytetään Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden liikevaihdon ja tuloksen kehityksen arviointi. Yksityiskohtaisempi tilinpäätösosien tarkastelu rajataan pois, sillä tunnuslukuanalyysin avulla Silmäasema Oyj:stä ja analyysin valituista kilpailijoiden taloudellisesta tilasta ja sen kehityksestä saadaan erittäin laaja kuva.

Tunnuslukuanalyysissä tarkastellaan kannattavuutta, vakavaraisuutta, maksuvalmiutta sekä kasvua. Tunnuslukuanalyysin sisällytetään luokitus- ja kriisitunnusluvusta Z-luku sekä tehokkuuden tunnusluvusta liikevaihdon suhde henkilöstön määrään. Tunnuslukuanalyysin ulkopuolelle jätetään pörssitunnusluvut, sillä ainoastaan Silmäasema Oyj on analyysin yrityksistä pörssiyritys, joten tunnuslukuja ei ole opinnäytetyön pohjalta mahdollista verrata keskenään.

Tunnuslukuanalyysin ulkopuolelle jätetään Finnveran tarjoamien toimialan tilinpäätöstilastoihin vertaaminen, sillä tarkoituksen mukaisempia tapoja opinnäytetyön tavoitteen huomioon ottaen on verrata saatuja tunnuslukuja ohjearvoihin ja analyysin yritysten kesken.

Opinnäytetyöhön sisällytetään sekä optikkoliikkeiden tarjoamien tuotteiden ja palveluiden analysointi sekä silmäsairaalapalveluiden analysointi, sillä kohdeyritys Silmäasema Oyj tarjoaa näitä molempia. Tuotteiden ja palveluiden osalta opinnäytetyöhön sisällytetään hinnoittelun, saatavuuden sekä tuote- ja palveluvalikoiman arviointi.

## 2 Toimiala ja analysoitavat yritykset

### 2.1 Toimialakuvaus

Silmäasema Oyj:n toimintaan kuuluu sekä Silmäasema Optiikka Oy:n että Silmäasema Sairaala Oy:n harjoittama liiketoiminta. Silmäasema Optiikka Oy:n toimiala on optisen alan vähittäiskauppa. Optisen alan vähittäiskauppa sisältää silmälasien ja piilolinssien vähittäiskaupan liiketoiminnan. Lisäksi toimialaan kuuluu optikkojen toiminta, joka sisältää näöntutkimukset sekä muut optikkojen tarjoamat palvelut, kuten erilaiset koulutus ja luentopalvelut. Optisen alan vähittäiskauppaan kuuluu myös kiikareiden, kaukoputkien ja muiden optisten ja tarkkuuslaitteiden myyminen ja muun muassa puhdistaminen sekä edellisiin tuotteisiin liittyvien tarvikkeiden vähittäiskauppa. (Tilastokeskus 2020.)

Toimialaan vaikuttavia trendejä ovat väestön ikääntyminen, lasten likinäköisyyden nopea yleistyminen sekä nopeasti kehittyvä terveysteknologia. Lisäksi Suomessa ja muissa länsimaissa vallitsevia trendejä ovat kaupungistuminen, kasvava panostus hyvinvointiin sekä harrastukset ja muotitrendit. Näillä trendeillä on suuri vaikutus myös optiseen alaan ja sen kehitykseen. Suomessa väestö ikääntyy, mikä kasvattaa silmäterveyspalveluiden kysyntää. Lapset ulkoilevat nykyään paljon vähemmän ja katsovat lähetä esimerkiksi puhelimen näyttöä. Tästä syystä lasten likinäköisyys on lisääntynyt voimakkaasti viimeisen 50 vuoden aikana varsinkin länsimaissa. On arvioitu, että jopa puolet lapsista tulee jossain elämän vaiheessa olemaan likitaitoisia. Lasten likinäköisyyttä hoidetaan silmälasilla, piilolinssillä tai leikkaushoidolla. (Silmäasema 2019a.)

Globaaleja trendejä, jotka vaikuttavat optiseen alaan, ovat digitalisaatio, väestönkehitys, ilmastonmuutos sekä likinäköisyyden lisääntyminen. Digitalisaatio mahdollistaa liiketoimintojen tehostamisen, mutta on myös yhteydessä muun muassa likinäköisyyteen. Väestönkehityksen myötä muun muassa Suomessa väestön kasvu hidastuu, mutta ikääntyneiden osuus kasvaa. Tästä syystä sekä optisen alan että silmäsaaralpalveluiden kysyntä kasvaa. Ilmastonmuutos näkyy toimialalla muun muassa siinä, että kuluttajat saattavat muuttaa kulutuskäyttäytymistä kohti ekologisia valintoja. (Silmäasema 2019b.)

Optinen alan tarjoamilla tuotteilla ja palveluilla on kysyntää. Vuonna 2019 Suomen väestöstä melkein 70 prosenttia käytti silmälaseja. Keskeisin asiakasryhmä on yli 60-vuotiaiden ikäluokka, jossa silmälaseja käyttävät jo melkein kaikki. Toimialalla huomioitavaa on myös se, että silmälasien kysyntä on noussut huomattavasti nuorten naisten kohdalla. (Näe ry 2019a.)

Keskimääräisesti Suomessa silmälasien käyttäjä omistaa kahdet lasit. 50-59-vuotiaat miehet omistavat keskimääräisesti jopa yli 3 silmälasiparia. Suomessa piilolinsejä säännöllisesti käyttää vain kaksi prosenttia ja ajoittain piilolinsejä käyttää neljä prosenttia. (Näe ry 2019a.)

## **2.2 Silmäasema Oyj**

Silmäasema Oyj on Suomessa suurin näkemisen ja silmäterveyden palveluita tarjoava optisen alan ketju. Silmäasema Oyj:llä on Suomessa 150 myymälää ja 13 silmäsaaraalaa. Lisäksi Silmäasema Oyj:llä Virossa yhdeksän myymälää. Silmäasema Oyj myy tuotteitaan myös verkkokaupan välityksellä. (Silmäasema 2020.)

Silmäasema Oyj on suomalaisista optisen alan toimijoista ainut, joka tarjoaa kaikki sekä optisen alan vähittäiskauppa- ja silmäsaaraala palvelut. Ketjun palveluksessa työskentelee noin 1 000 silmäterveyden ammattilaista. Ketjun toimipaikoissa tehdään vuosittain noin 210 000 optikon näöntarkastusta sekä muun muassa yli 15 000 kaihi- ja taittovirheleikkausta. Lisäksi ketjun toimipaikoissa pidetään vuosittain yli 190 000 silmääläkäarin vastaanottoa. (Silmäasema 2020.)

Yksityisistä silmäterveyden palveluntarjoajista Silmäasema Oyj on Suomen suurin palveluntarjoaja. Suomalaisista optikkoketjuista Silmäasema Oyj on toiseksi suurin, Instru Optiikka Oy:n jälkeen. Yksityisellä sektorilla tehtävistä silmäleikkauksista Silmäasema Oyj:n markkinaosuus on yli 50 prosenttia. (Silmäasema 2020.)

Silmäasema Oyj on suomalainen pörssi-yhtiö. Yhtiön osakkeet on listattu Helsingin pörssiin 9.6.2017. Osakkeilla käydään kauppaa pörssissä SILMA kaupan-käyntitunnuksella. (Arvopaperi 2020.)

Silmäasema Oyj:llä on kaksi liiketoiminta-aluetta. Silmäasema Oyj:llä on silmä-sairaala ja optisen kaupan liiketoiminnot. Silmäsaaraloiden tarjoamiin palveluihin kuuluu kaihileikkaukset, taittovirheleikkaukset, linssileikkaukset sekä muut toimenpiteet. Optisen kaupan tuotteisiin ja palveluihin kuuluu silmälasit, aurinkolasit, piilolinssit, näöntutkimukset sekä muut tuotteet. Silmäasema Oyj:n liiketoimintojen välillä on vahva synergia. (Silmäasema 2019a.)

### **2.3 Kilpailijat**

Opinnäytetyötä varten kilpailijayrityksiksi on valittu Nissen, Instrumentarium sekä Specsavers. Tilinpäätösanalyysissä ja tunnuslukuanalyysissä Silmäasema Oyj:n toimintaa verrataan Instru Optiikka Oy:n ja Specsaversin toimintaan. Silmäasema Oyj, Instru Optiikka Oy ja Specsavers ovat optisella alalla kolme suurinta toimijaa sekä liikevaihdolla että markkinaosuuksilla mitattuna, joten tästä syystä yritykset ovat valittu analyysin kohdeyrityksiksi (Silmäasema 2019b). Muita toimialan yrityksiä ovat muun muassa Fenno Optiikka, Syntam sekä Keops. Lisäksi toimialalla on paljon pieniä yksityisiä yrityksiä, jotka toimivat paikallisesti. Opinnäytetyön rajausten ja markkinaosuuksien perusteella kyseiset yritykset ovat kuitenkin rajattu opinnäytetyön ulkopuolelle.

#### **2.3.1 Nissen**

Nissen on optisen alan yritys, jolla on Suomessa myymälöitä noin 60. Nissen kuuluu Instru Optiikka Oy:hyn. Nissenin tarkoituksena on panostaa selkeään ja edulliseen valikoimaan. Ensimmäinen Nissenin myymälä avattiin Suomeen vuonna 1891. (Instru Optiikka Oy 2020.)

#### **2.3.2 Specsavers**

Specsavers on maailman suurin optisen alan yritys, joka on yksityisomistuksessa. Specsavers on perustettu vuonna 1984. Specsavers on suur yritys, joka on myynyt yhteensä yli 17 miljoonaa silmälasiparia. Ketjulla on myymälöitä ympäri maailman yhteensä 1767. Myymälät sijaitsevat Suomen lisäksi Iso-Britanniassa, Irlannissa, Alankomaissa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Espanjassa, Australiassa ja Uudessa Seelannissa. (Specsavers 2020.)

Suomessa Specsavers aloitti toimintansa vuonna 2007. Suomessa Specsaversillä on 48 myymälää, jotka jokainen ovat yrittäjävetoisia. (Specsavers 2020.)

### **2.3.3 Instrumentarium**

Instrumentarium on optisen alan yritys, jolla on Suomessa 150 liikettä. Lisäksi yrityksellä on Virossa 25 myymälää. Instrumentarium on Nissenin tapaan osa Instru Optiikka Oy:tä. Suomessa Instrumentarium aloitti alun perin terveydenhuollon instrumenttien maahantuojana. Silmälasien myynnin Instrumentarium aloitti virallisesti vuonna 1903. Instrumentariumin tavoitteena on panostaa kouluttamiseen ja kehitykseen. (Instru Optiikka Oy 2020.)

## **3 Yritysten liiketoimintojen vertailu**

Opinnäytetyön tarkoituksena on antaa Silmäasema Oyj:lle laaja kuva analyysiin valituista kilpailijoista sekä eroista, joita yritysten välillä on. Kilpailija-analyysjä varten on syytä vertailla yritysten liiketoimintoja, jotta kilpailija-analyyysien avulla olisi mahdollista saada mahdollisimman hyvä kuva Silmäasema Oyj:n kilpailullisesta asemasta suhteessa analyysiin valittuihin kilpailijoihin.

### **3.1 Konseptit**

Konsepteiltaan Silmäaseman ja analyysiin valittujen kilpailijoiden liiketoiminnat sisältävät paljon yhtäläisyyksiä. Liiketoimintoja tutkittaessa joitakin eroja analyysiin valittujen optisen alan toimijoiden väliltä löytyy.

Eroja toimijoiden konsepteista löytyy tarkastellessa yritysten asiakaskuntia. Analyysin optisen alan toimijoiden liikkeiden sijainnit lääneittäin painottuvat Suomen sisällä hieman eri tavoin. Silmäaseman kilpailijat painottavat huomattavasti enemmän Etelä-Suomea, johon väestöä on keskittynyt enemmän. Esimerkiksi vuonna 2018 Nissenin myymälöistä 47 prosenttia sijaitsi Etelä-Suomessa. Silmäaseman liikkeitä on suhteellisesti kilpailijoihinsa verrattuna enemmän Länsi-Suomessa. (Silmäasema 2019a.)

Silmäaseman myynnistä 42 prosenttia tulee moniteholasien myynnistä. Kokonaisuudessaan Silmäaseman optisen kaupan myynnistä 56 prosenttia tulee linssien

myynnistä. Silmäklinikoiden myynnistä 41 prosenttia tulee silmälääkärien vastaanotoista. (Silmäasema 2019a.)

## **3.2 Tuotteet ja palvelut**

### **3.2.1 Silmäaseman valikoima**

Silmäaseman tuotteisiin kuuluvat silmälasit, aurinkolasit sekä piilolinssit. Silmäaseman tuotevalikoimaan kuuluu naisten, miesten ja lasten silmälasit sekä digilasit. Aurinkolaseja Silmäasemalta löytyy myös naisille, miehille ja lapsille. Näiden lisäksi Silmäasema myy Cover-aurinkolaseja. Linssivalikoimasta löytyy yksiteho- ja moniteholinssejä, lähipainotteisia linssejä, aurinkolasilinssejä sekä erikoislinssejä. Silmäasema myy kertakäyttöpiilolinsssejä, viikkolinsssejä, kuukausilinssejä, jatkuvakäyttöisiä linssejä sekä monitehopiilolinsssejä. Näiden lisäksi silmäaseman tuotevalikoimaan kuuluu erilaisia tarvikkeita ja hoitotarvikkeita. Silmäasema myy myös muun muassa silmälasiturvaa ja lahjakortteja. Silmälasiturva on tuoteturva, joka korvaa esimerkiksi silmälaseille tapahtuneet vahingot kahden vuoden ajan. (Silmäasema 2020.)

Silmäaseman palveluvalikoimaan kuuluu erilaiset silmäterveyden leikkauspalvelut. Silmäaseman tarjoamia leikkauksia ovat laserleikkaus, kaihileikkaus, linssi-leikkaus, ICL-leikkaus sekä silmäluomileikkaus. Silmäaseman palveluvalikoimaan kuuluu myös silmälääkärien ja asiantuntijoiden tarjoamat palvelut, silmän tutkimuspalvelut sekä silmän rakennekuvaus OCT. (Silmäasema 2020.)

Silmäasema tarjoaa myös palveluita yritysasiakkaille. Silmäaseman yritysasiakkaiden on mahdollista yritykselleen oma yhteishenkilö työnäkemisen asioita varten. Silmäasema tarjoaa kaikissa myymälöissään työnäköoptikon palveluita. Yritysasiakkaiden on mahdollista ostaa omilla toimipisteillään Silmäaseman toimesta tehtäviä näönseulontoja ja tutkimuspalveluita. Silmäasema tarjoaa myös yritysasiakkailleen muun muassa erilaisia koulutus- ja luentopalveluita, erityistyölaseja näyttöpäätetyöhön sekä erilaisia suojalaseja vahvuuksilla. Silmäaseman puolesta on myös mahdollista järjestää yhteistyö yrityksen oman työterveyshuollon kanssa. (Silmäasema 2020.)

Silmäasemalla on myös oma rekka, joka tuo silmäterveyden palveluja ja erilaisia etuja asiakkaille ympäri Suomea. Silmäaseman rekan sisällä on kaksi tutkimushuonetta. Niiden avulla Silmäasema tarjoaa asiakkailleen rekassa näöntutkimuksia, silmälääkärin vastaanottoa, silmätutkimispalveluita ja silmänpaineenmittausta. (Silmäasema 2020.)

### **3.2.2 Instrumentariumin valikoima**

Instrumentariumin tuotevalikoimaan kuuluvat silmälasit, aurinkolasit ja piilolinssit. Silmäaseman tapaan Instrumentariumin silmälasivalikoimaan kuuluu silmälasit niin naisille, miehille kuin lapsillekin. Aurinkolaseja Instrumentarium tarjoaa Silmäaseman tapaan naisille, miehille ja lapsille. Instrumentarium tuotevalikossa on myös erikseen mainittu, että he tarjoavat aurinkolaseja myös vauvoille. Instrumentariumin tuotevalikoimaan kuuluu kertakäyttö- ja jatkuvakäyttöiset piilolinssit, värilliset kertakäyttölinssit, värilliset kuukausilinssit sekä piilolinssitarvikkeet. (Instrumentarium 2020.)

Instrumentariumin palveluvalikoimaan kuuluvat näöntarkastukset ja piilolinssitarkastukset. Silmäsaaraala Valo tarjoaa Instrumentariumin kanssa yhteistyössä silmäsaaraalapalveluita Helsingissä ja Kouvolassa. Silmäsaaraala Valo tarjoaa kaihileikkauksia, glaukooman tutkimus- ja hoitomenetelmiä, laserleikkauksia, linssi-leikkauksia sekä silmäluomen leikkauksia. Silmäsaaraala Valon palveluvalikoima on Silmäaseman silmäsaaraalan palveluvalikoimaan täysin verrattava. (Instrumentarium 2020.)

Instrumentarium tarjoaa yrityksille työnäkösopimuksia. Työnäkösopimuksen ansiosta yritys saa muun muassa edulliset sopimushinnat yritysostoilleen. Instrumentarium tarjoaa yritysasiakkaille myös näyttöpääte- ja erityistyölaseja sekä suojalaseja. (Instrumentarium 2020.)

### **3.2.3 Nissenin valikoima**

Nissen tarjoaa asiakkailleen silmälaseja, aurinkolaseja ja piilolinssijä. Silmäaseman tapaan Nissen tarjoaa silmälaseja ja aurinkolaseja niin aikuisille kuin lapsillekin. Piilolinssien osalta tuotevalikoima on Instrumentarium kanssa täysin vastaava. (Nissen 2020.)

Nissenin palveluvalikoimaan kuuluvat näöntarkastukset ja silmälääkäripalvelut. Nissen tarjoaa yritysasiakkailleen erityistyö- ja suojalaseja. Nissenin palveluvalikoimaan kuuluu myös yhteistyö yritysasiakkaan työterveyshuollon kanssa. Nissen tarjoaa myös asiakkailleen silmälasivakuutuksia, joiden hinnat vaihtelevat 25 euron 45 euron välillä, riippuen silmälasien voimakkuudesta. (Nissen 2020.)

### **3.2.4 Specsaversin valikoima**

Specsavers tarjoaa asiakkailleen silmälaseja, aurinkolaseja ja piilolinssijä. Silmäaseman tapaan Specsavers tarjoaa laseja kaiken ikäisille asiakkaille. Specsavers painottaa sivuillaan laaja Design-kehysvalikoimaa. (Specsavers 2020.)

Specsavers tarjoaa Terveystalon kanssa yhteistyössä työterveysasiakkaille näönhuollon ja silmäterveyden palveluita. Specsaversin palveluvalikoimaan kuuluu kokonaisvaltainen näöntutkimus, johon kuuluu perinteisen näöntutkimuksen lisäksi digitaalinen silmänpohjakuvaus ja silmänpaineenmittaus. (Specsavers 2020.)

## **3.3 Hinnoittelu**

Hinta on yksi keskeinen yrityksen kilpailukeino. Onnistuneen hinnoittelun avulla yritys voi merkittävästi vaikuttaa yritystoiminnan kannattavuuteen sekä taloudelliseen menestymiseen. Hinnoitteluun keskeisesti vaikuttaa se, millainen myytävä tuote on. Myytävän tuotteen hintaa miettiessä tulisi keskittyä pohtimaan muun muassa, miten myytävä tuote on asemoitu suhteessa kilpaileviin yrityksiin. Mitä erilaistumpi tuote on, sitä vapaammin yritys voi hinnoitella. (Bergström & Lepänen 2009, 257-262.)

Silmäasema Oyj:n valikoima on analyysiin valittujen kilpailijoiden kanssa hyvin yhtäläinen, joten Silmäasema Oyj ei välttämättä pysty hinnoittelemaan vapaasti. Analyysin yritykset myyvät samoja linssijä, ja yrityksiä kehysvalikoimassa on paljon yhtäläisyyksiä. Taulukossa 1 on esitelty Silmäasema Oyj:n ja analyysiin valittujen kilpailijoiden linssien hinnastoa. Hinnosta on esitelty yksitehojen, moniteholinssien ja lähipainoiteisten linssien hinnat euroissa. Tiedot optikkoliikkeiden



hinnoista on saatu yritysten omista hinnastoista eikä niissä ole huomioitu mahdollisia tarjouskampanjoita.

<b>Optikkoliike</b>	<b>Yksiteholinssit/ €</b>	<b>Moniteholinssit/ €</b>	<b>Lähipainoitteiset linssit/ €</b>
<b>Silmäasema</b>	49-429	149-999	75-275
<b>Instrumentarium</b>	45-470	59-899	95-295
<b>Nissen</b>	25-235	75-650	150-275
<b>Specsavers</b>	0-70	70-420	

Taulukko 1. Linssien hinnat (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020)

Linssien hinnat on ilmoitettu taulukossa hinnoitteluvälin avulla, sillä jokaisessa optikkoliikkeessä linssien hinta riippuu pitkälti linssihin valituista ominaisuuksista, kuten pinnoitteista ja muista lisäominaisuuksista.

Taulukon 1 tietojen perusteella on nähtävissä, että linssien hinnat ovat melko samanlaisia jokaisessa optikkoliikkeessä. Suurimmat erot syntyvät, kun linssihin valitaan lisäominaisuuksia, jotka nostavat peruslinssien hintoja. Näe Ry:n mukaan esimerkiksi vuonna 2018 silmälasien keskihinta toimialalla oli 264,00 €. Yksiteholinssien keskihinta samana vuonna oli 171,00 euroa ja monitehojen 394,00 euroa. (Näe ry 2019b.)

Näöntarkastus on yksi keskeinen optikkoliikkeiden tarjoama palvelu. Taulukko 2 on esitelty näöntarkastusten hinnat optikkoliikkeiden hinnastojen mukaisesti. Optikkoliikkeet usein markkinoivat ilmaista näöntarkastusta, mutta seuraavassa taulukossa on esitelty näöntarkastusten normaalihintoja sekä silmänpaineenmittauksen hintoja, siltä osin mitä tietoja tutkimusta varten on löytynyt.

<b>Optikkoliike</b>	<b>Näöntarkastus/ €</b>	<b>Silmänpaineenmittaus/ €</b>
<b>Silmäasema</b>	25	10
<b>Instrumentarium</b>	25	5
<b>Nissen</b>	Ilmainen	10
<b>Specsavers</b>	29	-

Taulukko 2. Näöntarkastusten hinnat (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020)

Taulukosta 2 on huomattavissa, että näöntarkastuksen normaalit hinnat ovat lähes samanlaiset kaikissa analyysin yrityksissä. Ainoastaan analyysiin hankittujen tietojen pohjalta Nissenin normaalihinnaston mukaisesti näöntarkastus on aina ilmainen. Nissenin koko tuote- ja palveluvalikoimasta on huomattavissa, että yritys on todennäköisesti asemoinut koko tuote- ja palveluvalikoimansa markkinoiden hintatasoa alhaisemmaksi. Nissenin käyttämää hinnoittelua kutsutaan matalan hinnan politiikaksi eli volyyminhinnoitteluksi, jonka avulla Nissen voi tavoitella suurempia myyntimääriä halvempien hintojen avulla. (Bergström ym. 2009, 264).

Tutkimus on rajattu tarkastelemaan myös silmäsairaalapalveluiden hinnoittelua. Silmäasema Oyj:n palvelutarjontaan kuuluu myös silmäsairaalapalvelut. Lisäksi analyysiin valituista kilpailijoista Instrumentarium tuottaa silmäsairaalapalveluita yhteistyössä Silmäsairaala Valon kanssa. Taulukossa 3 on kuvattu keskeisten silmäsairaalapalveluiden hintoja. Tiedot hinnoittelusta on saatu yritysten omista hinnastoista.

Optikkoliike	Kaihileikkaukset / €	Linssileikkaukset/ €	Laserleikkaukset / €
Silmäasema (hinnat per silmä)	Kaihileikkaus per silmä: 1495 Hajataittoinen per silmä: 1695 Monitehoinen per silmä: 2395	Yksitehoinen/ hajataitto per silmä: 1695 Monitehoinen per silmä: 2395 Monitehoinen ja hajataittoinen per silmä: 2795	Femtolasik per silmä: 1095 PKR/ASA per silmä: 950 SMILE per silmä: 1395
Silmäsairaala Valo	Yksitehoinen tai hajataitto: 1490-2090 Monitehoinen tai monitehoinen hajataitto: 2695-2995	Yksitehoinen tai hajataittoa korjaava linssi: 4090 (kaksi silmää) Monitehoinen: 5390 (kaksi silmää) Monitehoinen ja hajataittoa korjaava linssi: 5990 (kaksi silmää) ICL-linssileikkaukset: 5390-6990	SMILE-laserleikkaus: 2900 (kaksi silmää) FemtoLasik: 2900 ASA- pintalaserleikkaus: 2900(kaksi silmää) Supracor: 3900 (kaksi silmää) PTK- terapeuttinen laserleikkaus per silmä: 990

Taulukko 3. Silmäsaaraal palveluiden hinnat (Silmäasema; Silmäsaaraala Valo 2020)

Taulukosta 3 on nähtävissä, että silmäsaaraal palveluiden hinnoitteluissa on jonkin verran eroja. Lisäksi palvelun tarjoajat myyvät hieman erilaisia leikkauksia. Silmäasema Oyj lisäksi on hinnoitellut silmäsaaraal palvelunsa niin, että hinnat ilmoitetaan silmää kohden.

### 3.3.1 Tarjouskampanjoiden hyödyntäminen

Hinnoittelussa voidaan hyödyntää muun muassa psykologista hinnoittelua, jolloin hinta esitetään mahdollisimman edullisen näköisenä. Tarjous- ja alennusmyynti-mainonnassa usein käytetään psykologista hinnoittelua. Tarjouskampanjoissa voidaan käyttää myös muun muassa kokonais- eli pakettihinnoittelua, jolloin asiakas saa tietyn paketin tai kokonaisuuden tiettyyn hintaan. (Bergström ym. 2009, 275-278.)

Alennusten antaminen mahdollistaa yritykselle hintojen porrastuksen. Hintoja alentamalla yritys voi muun muassa kasvattaa myynnin volyymia, saada uusia kokeilija-asiakkaita tai onnistua säilyttää edullinen mielikuva. Alennuksia yritys voi myöntää hyvin monella eri perusteella. Tavallisia alennusmuotoja ovat muun muassa käteisalennus sekä kertaostosalennus. Käteisalennuksen avulla asiakasta pyritään houkuttelemaan maksamaan ostoksensa mahdollisimman nopeasti. Kertaostosalennuksen avulla pyritään saamaan asiakas ostamaan kerralla mahdollisimman paljon. (Bergström ym. 2009, 280-281.)

Hintaporrastuksessa eli hintadifferoinnissa yritys myy samaa tuotetta eri hinnoilla eri asiakkaille. Hintaporrastusta voidaan toteuttaa muun muassa johonkin ostajan johonkin ominaisuuteen perustuen, esimerkiksi asiakkaan ikään. (Bergström ym. 2009, 274.)

Optikkoliikkeiden myydessä hyvin samanlaisia tuotteita ja palveluita, kilpailuetua pystytään kasvattamaan käyttämällä erilaisia tarjouskampanjoita. Analyysiä varten on etsitty optikkoliikkeiden sivustoilta niiden tämänhetkisiä tarjouskampanjoitansa.

Silmäasema Oyj:n tämänhetkisiä tarjouskampanjoita ovat muun muassa Kaikki aurinkolasit –25 prosenttia. Lisäksi Silmäasema myy kaikkia linssejä puoleen hintaan. (Silmäasema 2020.)

Instrumentarium hyödyntää tällä hetkellä tarjouskampanjaa ”Monitehot yksitehojen hinnalla”. Instrumentarium tarjoaa asiakkailleen moniteholinssejä vastaavalla hinnalla kuin saman tasoisia yksiteholinssejä. Lisäksi Instrumentarium käyttää hinnoittelussaan kampanjoita, joissa asiakas saa tietyn alennuksen koko kehys-

ja aurinkolasivalikoimasta. Instrumentarium yrittää myös lisätä myynnin volyymin käyttämällä kampaajaa, jossa asiakas saa toisesta ostetusta silmälasiparista 50 prosentin alennuksen. (Instrumentarium 2020.)

Nissen täyttää paljon tarjouskampanjoita. Tämänhetkisenä tarjouskampanjana Nissenillä on muun muassa "Hela hoito alk. 79 euroa". Asiakas saa siis paketin hinnalla näöntarkastuksen, silmälasit ja aurinkolasit vahvuuksilla sekä kuukauden piilolinssit kokeiluun. Nissenin tämänhetkisiin tarjouksiin kuuluu myös kampanja "Piilarit ja Piilarinesteet osta 4 maksa 3". Lisäksi Nissen muun muassa tarjoaa opiskelijoille 10 prosentin lisäalennuksen. (Nissen 2020.)

Specsaversin tarjouskampanjoihin kuuluu muun muassa "Valitse 2, maksa 1" ja yksitehosilmälasit alkaen 19 euroa. Lisäksi Specsavers tarjoaa kahdet lasten silmälasit yksien hinnalla alkaen 79 euroa. Specsavers mainostaa asiakkailleen, että mikäli ostaa näöntutkimuksen, saa lasten silmälasit kaupan päälle. (Specsavers 2020.)

### **3.4 Valikoiman saatavuus**

Asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiselle lähtökohtana on se, että yrityksen tuotteet ja palvelut ovat saatavilla. Hinnoittelun lisäksi yrityksen on oltava asiakkaalle saatavilla, jotta markkinoiden vaatimukseen voidaan vastata. Mikäli yrityksen saatavuus on hyvä, asiakkaat saavat tuotteet ja palvelut oikeaan aikaan, oikeasta paikasta sekä muun muassa helposti.

Taulukossa 4 on esitelty analyysin optikkoliikkeiden myymälöiden lukumäärät Suomessa ja muualla maailmassa. Lisäksi taulukossa 4 on esitelty optikkoliikkeiden tarjoamien silmäsairaaloiden lukumäärät. Tiedot perustuvat yritysten verkkosivustojen tietoihin.

<b>Optikkoliike</b>	<b>Myymälöiden lukumäärä Suomessa</b>	<b>Myymälät muualla</b>	<b>Silmäsairaalat</b>
<b>Silmäasema</b>	158	Virossa: 9	13 Silmäsaaraalaa Suomessa
<b>Instrumentarium</b>	150	Virossa: 25	Yhteistyö Silmäsaaraala Valon kanssa (Pääkaupunkiseutu ja Kouvola)
<b>Nissen</b>	60	-	-
<b>Specsavers</b>	48	Myymälöitä: Iso-Britanniassa, Irlannissa, Alankomaissa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Espanjassa, Australiassa ja Uudessa Seelannissa  Myymälöitä Specsaversillä on yhteensä 1767 (mukaan lukien Suomessa sijaitsevat myymälät)	Yhteistyö Terveystalon kanssa

Taulukko 4. Myymälöiden lukumäärät. (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020)

Taulukosta 4 on nähtävissä, että Silmäasema Oyj:llä on merkittävä määrä myymälöitä Suomessa. Silmäasema Oyj:llä on analyysin yrityksistä eniten myymälöitä Suomessa.

Specsaversillä on kokonaismääräisesti eniten myymälöitä, sillä kyse on kansainvälisestä toimijasta. Suomessa Specsaversin myymälöitä on kuitenkin vain 48 kappaletta.

Silmäsairaaloiden osalta Silmäasema Oyj:llä on huomattavasti enemmän hajanutelleemmalle alueelle sijoittuneita toimipaikkoja. Analyysiin valittujen yritysten

osalta Silmäsairaala Valo ja Terveystalon tarjoamat silmäsairaalapalvelut ovat epäsuorasti Silmäasema Oyj:n ainoat kilpailija, vaikka analyysin ulkopuolelle jääneitä Silmäsairaalatoimijoita on enemmänkin.

Yritysten liiketoimintojen vertailun perusteella voidaan sanoa, että analyysin yritysten tuote- ja palveluvalikoimat ovat keskenään hyvin samanlaisia. Keskeisin ero analyysin yritysten palveluvalikoimissa on se, että ainoastaan Silmäasema Oyj sekä Instrumentarium yhteistyössä Silmäsairaala Valon kanssa tarjoavat silmäsairaalapalveluita. Analyysin yritysten tuotteiden hintojen välillä ei ollut havaittavissa suurempia eroavaisuuksia. Tarjouskampanjoita vertailtaessa oli huomattavissa, että analyysin yritykset käyttivät laajasti erilaisia kampanjoita kasvattamaan kilpailuetua. Silmäaseman ja Instrumentariumin tuotteiden ja palveluiden saatavuus on analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla, sillä molemmilla yrityksillä on noin 150 liikettä Suomessa.

#### **4 Kilpailija-analyysi**

Kilpailija-analyysin tarkoituksena on auttaa kilpailijoiden toiminnan tarkastelussa ja ennakkoinnissa. Kilpailija-analyysissä yrityksen tulisi määrittellä keskeisimmät kilpailijansa ja tarkastella muun muassa heidän toimintaansa tai hinnoittelua. Kilpailija-analyysin tarkoituksena on antaa yritykselle tietoa muun muassa kilpailijoidensa tavoitteista sekä vahvuuksista ja heikkouksista. Kilpailija-analyysin avulla yritys voi oppia tuntemaan kilpailijoidensa toimintaa, jolloin pystytään myös ennakoimaan, miten yritykset tulevaisuudessa todennäköisesti toimivat. Tämän avulla yritys voi suunnitella omaa toimintaansa sekä tunnistaa muun muassa oman yritystoimintansa kehittämiskohteita. (Suomi.fi-verkkotoimitus, 2019.)

Mikäli kilpailijaseurannan halutaan olevan onnistunutta, on yrityksen tunnistettava keskeisimmät kilpailijansa ja määrittelemään kilpailuympäristönsä. Puutteellinen ymmärrys kilpailuympäristöstä kilpailijoihin voi olla yritystoiminnalle vaarallista. Kilpailija-analyysissä kilpailijoita ei saisi määrittellä suppeasti. (Pirttilä 2000, 25.)

Kilpailija-analyysi tulisi aloittaa sekä nykyisten että potentiaalisten kilpailijoiden tunnistamisesta. Kaikki kilpailijat eivät välttämättä ole yhtä intensiivisiä kilpailijoita

kuin toiset. Mikäli yrityksellä on paljon kilpailijoita, kannattaa kilpailijat ryhmitellä esimerkiksi ominaisuuksien, kuten koon, perusteella. Jotta yritys voi kehittää omaa strategiaa, yrityksen tulisi kyetä ymmärtämään kilpailijoidensa toimintakyky, nykyiset ja aiemmat strategiat, kulttuuri, vahvuudet ja heikkoudet sekä päämäärät. (Aaker 1988, 25.)

Kilpailijoista olisi hyvä luoda selkeä käsitys. Mikäli yritys ei välitä omista kilpailijoistaan, se on yritystoiminnan kannalta olennainen virhe. Usein yritykset keskittyvät esimerkiksi vain oman yrityksensä vahvuuksiin ja omiin asiakkaihinsa. Kuitenkin yritysten tulisi huomioida se, että tyypillisesti yrityksillä on sekä jo olemassa olevia kilpailijoita että mahdollisia toimialalle tulevia uusia kilpailijoita. (Aaker & Joachimsthaler 2000, 93.)

#### **4.1 Kilpailu**

Kilpailua voidaan kuvata eri toimialojen välisen kilpailun avulla, mutta tyypillisesti kilpailua kuvataan saman toimialan yritysten kesken. Saman toimialan yritysten kilpailua tarkastelemalla voidaan määritellä, millainen kilpailurakenne toimialalla on. (Bergström 2009, 84-85.)

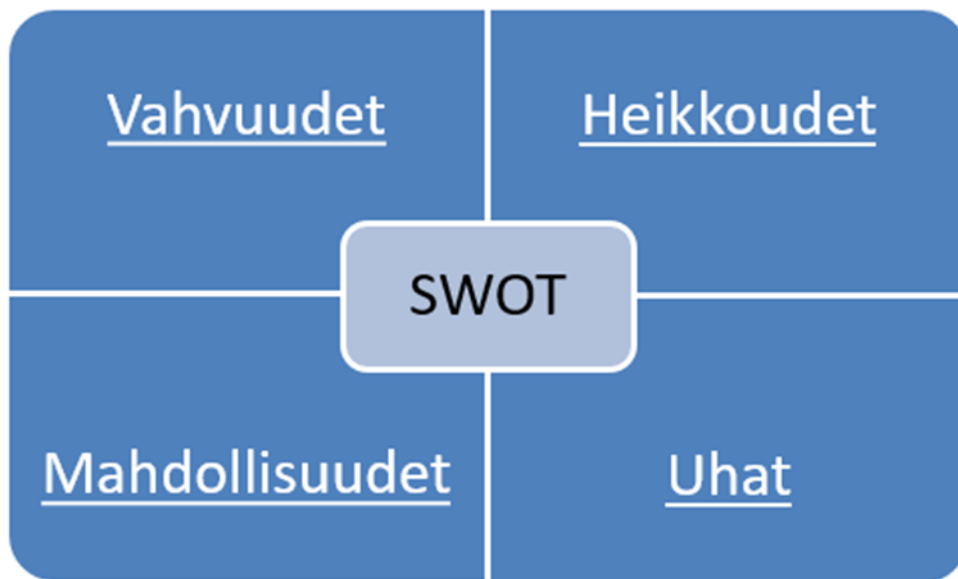
Kilpailun tyyppejä eli markkinarakenteita ovat monopoli, oligopoli sekä polypoli. Kilpailun tyyppi voidaan määritellä tarkastelemalla yritysten määrää sekä yritysten kokoa. Lisäksi tarkastellaan yritysten tuote- ja palvelua valikoimien erilaisuutta. Kilpailutyypin määrittämiseksi täytyy myös selvittää kilpailevien yritysten kilpailuedut sekä millaisia kilpailukeinoja yritykset käyttävät. Lisäksi on määriteltävä, onko kilpailu vapaata ja onko uusien yritysten pääsyä markkinoille rajoitettua. (Bergström 2009, 84-85.)

Silmäasema Oyj:n tapauksessa on kyse polypolisesta kilpailutyypistä, joten tarkastelua rajataan tähän kilpailutyypin. Silmäasema Oyj:n kilpailussa on kyse polypolisesta kilpailutyypistä, sillä toimialalla on paljon kilpailijoita, jolloin yritysten toimintavapaus on pienehköä tai jopa olematonta. Polypolisessa kilpailutyypissä markkinoilla on paljon erilaisia yrityksiä, joiden tuotteet ovat keskenään melko homogeenisia. (Bergström 2009, 84-85.)



## 4.2 SWOT-analyysi

SWOT-analyysiä kutsutaan myös nelikenttäanalyysimalliksi. Sitä voidaan käyttää yritystoiminnan analysointimenetelmänä, jonka avulla voidaan selvittää analysoidun yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. SWOT-analyysin avulla yritys voi arvioida sekä nykytilaa että tulevaisuutta. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2020.) Kuvassa 1 on kuvattu, miten SWOT-analyysi rakentuu.



Kuva 1. SWOT-analyysi. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2020)

SWOT-analyysissä vahvuuksilla tarkoitetaan sellaisia toimenpiteitä ja resursseja, joita yritys voi hyödyntää omassa yritystoiminnassaan. Yrityksen heikkoudet ovat sellaisia asioita yritystoiminnassa, joita yrityksen tulisi kehittää omassa toiminnassaan. Onnistunut liiketoiminta edellyttää, että yritys tuntee hyvin oman liiketoimintansa uhat ja mahdollisuudet. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2020) SWOT-analyysi voidaan rakentaa niin, että jokaisesta kilpailijasta tehdään oma SWOT-taulukko tai kaikki kilpailijat voidaan koota samaan taulukkoon (Kamensky 2008).

## 4.3 Porterin malli

Porterin (1984) mukaan tietyillä toimialoilla kilpailutilanne riippuu viidestä perustekijästä. Porterin mukaan näiden tekijöiden yhteisvaikutus määrittelee, millainen

voittopotentiaali yrityksellä on pitkällä aikavälillä. Porter on luonut mallin, jossa hän kuvaa nämä toimialaan kilpailuun vaikuttavat tekijät. Porterin mukaan yleensä kilpailijat ovat hyvin tietoisia tekijöistä ja niiden yhteisvaikutuksista, joten yrityksen tulee keskittyä pohtimaan näiden tekijöiden perusteita. Kun yritys tuntee näiden tekijöiden perusteet, yritys voi tunnistaa oman yrityksen kriittiset vahvat ja heikot puolet. (Porter 1984.)

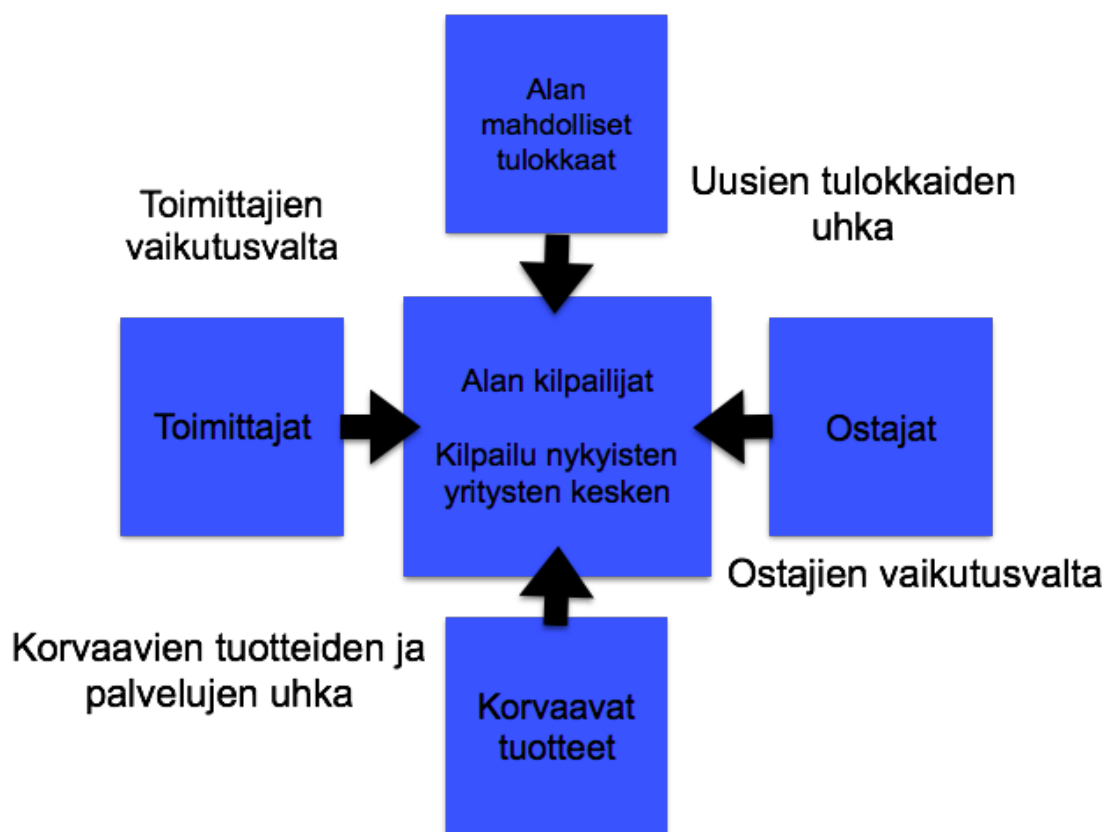
Uusien tulokkaiden uhka Porterin mukaan lisää kapasiteettia. Kapasiteetin lisääntymisen myötä yritysten halukkuus vallata markkinaosuuksia ja resursseja kasvaa. Uusien tulokkaiden uhkaan vaikuttaa alallepääsyn esteet sekä jo kilpailussa olevien yritysten reaktiot kilpailuun hakeutuvia yrityksiä kohtaan. Porterin mukaan, mikäli alallepääsyn esteet ovat korkeita tai kilpailijoilla on tiukat vastatoimet tulokasta vastaan, alalle tulon uhka ei ole merkittävä. Alallepääsyn esteitä Porterin mallin mukaan on muun muassa tulokkaan taloudellinen koko, toimialalla vakiintuneiden yritysten tuotedifferointi, toimialan pääomavaatimukset, vaihtokustannukset sekä pääsy jakelukanaviin. (Porter 1984.)

Kilpailu nykyisten yritysten kesken muodostuu usein sellaiseksi, että kilpailevista yrityksistä tulee keskenään riippuvaisia. Mikäli kilpailijoiden välille syntyy Porterin kuvaileva intensiivinen kilpailu, se voi olla lähtöisin monista keskenään vaikuttavista rakenteellisista tekijöistä. Intensiivisen kilpailu voi Porterin mukaan aiheutua siitä, että kilpailijoita on paljon. Toisaalta intensiivinen kilpailu voi aiheutua siitä, että kilpailijat ovat koon ja resurssien suhteen hyvin tasapainoisia. Alan hidas kasvu voi Porterin mukaan myös aiheuttaa intensiivisen kilpailun, sillä yritysten välille syntyy helposti kilpailua markkinaosuuksista. Intensiivisen kilpailun syntymisen syitä ovat muun muassa toimialan korkeat kiinteät tai varastointikustannukset. Lisäksi Porterin mukaan intensiivistä kilpailua aiheuttaa muun muassa korkeat strategiset panokset ja korkeat alalta poistumisen esteet. (Porter 1984.)

Mahdollisista korvaavista tuotteista aiheutuva paine vaikuttaa Porterin mukaan toimialan kilpailuun. Tämä johtuu siitä, että korvaavien tuotteiden asettama hintakatto rajaa mahdollisen tuoton määrää. Porterin mukaan hintakaton suuruus riippuu myös siitä, miten houkuttelevina korvaavien tuotteiden hintasuhdetta pidetään. (Porter 1984.)

Porterin mukaan ostajat vaikuttavat kilpailuun painamalla hintoja alas vaatimalla korkeaa laatua. Lisäksi ostajat vertailevat kilpailijoita keskenään jatkuvasti. Ostajaryhmä on Porterin mukaan vaikutusvaltainen, jos ostajaryhmä on muun muassa keskittynyttä tai ostajan voitot ovat alhaisia. (Porter 1984.)

Toimittajat voivat Porterin mukaan vaikuttaa toimialan kilpailuun monella tavalla. Toimittajat voivat uhata nostaa hintoja tai vähentää heidän tarjoamien tuotteiden ja palvelujen laatua. Porterin mukaan alihankkijaryhmillä on valtaa, jos alihankkijaryhmässä on mukana vain muutamia yrityksiä, joiden toimiala on keskittyneempi kuin ala, jolle alihankkijat tarjoavat omia tuotteitaan tai palveluitaan. Vaikutusvaltaan vaikuttava tekijä Porterin mukaan muun muassa on myös, että toimittajien edustama tuote merkittävä osa ostajan liiketoiminnassa. (Porter 1984.) Kuvassa 2 on kuvattu, miten Porterin kilpailija-analyysi malli rakentuu.



Kuva 2. Porterin kilpailija-analyysimalli (Porter 1984)

Porterin malleihin kuuluu myös käsite kilpailustrategiasta. Porterin mukaan yritys voi menestyä vain kilpailuedulla, joka perustuu kustannusjohtajuuteen, erilaistamiseen tai keskittymiseen. Esimerkiksi juuri erilaistamisstrategiassa yritys tarjoaa

tuotteita tai palveluita, joilla esimerkiksi sellaisia ominaisuuksia, joita asiakkaat osaavat arvostaa hintaa katsomatta. Keskittymisstrategiassa yritys keskittyy kapeaan segmenttiin. Yritys myy silloin yksilöllisiä tuotteitaan ja palveluitaan alhaisilla hinnoilla. (Bergström 2009, 88-89.)

#### 4.4 David Aakerin kilpailijamalli

David Aakerin kilpailija-analyysimalli perustuu kilpailijoiden ymmärtämiseen. Kilpailijoiden toiminnan ymmärtämisessä on Aakerin mukaan useita hyötyjä. Kilpailijan nykyisen strategian vahvuuksien ja heikkouksien ymmärtäminen voi antaa yritykselle mahdollisuuksia ja uhkia. Kilpailijan strategian ymmärtämisen perusteella voi ennustaa mahdollisesti syntyviä mahdollisuuksia ja uhkia. Strategisten vaihtoehtojen valinnat saattavat helposti riippua kyvystä ennustaa keskeisten kilpailijoiden reaktiot valintoihin. Kilpailija-analyysi saattaa saada aikaan joidenkin strategisten kysymysten havaitsemisen. (Aaker 1988, 77.)

Aakerin kilpailija-analyysi mallin mukaan kilpailijoiden toimintaan vaikuttaa kuusi elementtiä. Aakerin kilpailija-analyysi mallin elementit on esitelty kuvassa 3.



Kuva 3. Aakerin kilpailija-analyysimalli. (Aaker 1988)

Ensimmäiseksi tarkasteltava näkökulma Aakerin mallista on kilpailijan koko, kasvu ja kannattavuus. Vahvan markkina-aseman ja kovan kasvun saavuttaminen heijastelee vahvaa kilpailijaa ja onnistunutta liiketoimintastrategiaa. Kannattavalla liiketoiminnalla on yleensä pääsy rahoitusmarkkinoille. Yritys, joka on menettänyt paljon varojaan pitkällä aikavälillä tai on kokenut äkillisen kannattavuuden laskun, voi olla vaikeaa saada varoja esimerkiksi tulorahoituksen tai luotonantajien kautta. (Aaker 1988, 77-78.)

Kilpailijan nykytilasta ja strategisesta voi tehdä päätelmiä yrityksen päämäärien ja oletuksien perusteella. Päämäärien kannalta tärkeää on myös tarkastella eitaloudellisia päämääriä. Esimerkiksi voidaan tarkastella sitä, haluaako kilpailija laajentaa liiketoimintaansa jakeluun. Kilpailijalla saattaa olla myös itsestään tai omasta teollisuudestaan sellaisia oletuksia, jotka eivät tosiasiasissa ole totta, mutta vaikuttavat yrityksen strategiaan siitä huolimatta. Epärealistiset oletukset voivat näkyä esimerkiksi hinnoittelun epärealistisuudessa, jolloin yritys joutuu kilpailemaan käyttäen jatkuvasti hinnanalennuksia. (Aaker 1988, 78.)

Kilpailijoiden toimintaan liittyen on syytä tarkastella myös kilpailijoiden nykyisiä ja aikaisempia strategioita. Mikäli kilpailijan aikaisempi strategia on epäonnistunut, kilpailija ei tule toteuttamaan samanlaista strategiaa enää uudestaan. Kilpailijan tulevaisuuden kasvusuunnitelmia ennakoida uusien tuotteiden tai uusien markkinavaltauksien perusteella. (Aaker 1988, 78.)

Tieto kilpailijan ylimmästä johdosta voi antaa tietoa yrityksen tulevaisuuden toimista. Hyödyllistä voi olla tarkastella, mistä johtoryhmä on peräisin. Onko heillä markkinointi, insinööri tai valmistustausta. Tuleeko johtoryhmä suurelta osin toiselta toimialalta tai jostakin toisesta yrityksestä. Kustannusorientoitunut yritys nojaa vahvasti kontrolleihin, on vaikeampi saavuttaa päämääriä tai motivoida henkilöstöä innovatiivisuuteen tai vaihtamaan aggressiiviseen markkinointiorientoitua strategiaan. Väljässä organisaatiossa, joka painottaa innovointia ja riskinottoa, voi olla vaikeaa harjoittaa kurinalaista tuotejalostusta tai kustannusten vähentämishjelma. (Aaker 1988, 79.)

Tieto kilpailijoiden kustannusrakenne, varsinkin kilpailijoiden, jotka nojaavat kustannustehokkaaseen strategiaan, voi indikoida kilpailijan tulevaisuuden hinnoittelustrategiasta. Tärkeää on saada tietoa sekä muuttuvista että kiinteistä kustannuksista. Seuraavien tietojen perusteella voidaan näkemystä kilpailijan kustannusrakenteista:

- työntekijöiden määrä ja karkea työvoimakustannusten jako muuttuviin ja kiinteisiin
- raaka-aineiden ja ostojen suhteelliset kustannukset
- investoinnit varastoihin, tuotantolaitoksiin ja laitteisiin
- myyntien tasot ja laitteiden lukumäärät (Aaker 1988, 79.).

Alalta lähdön esteet voivat kriittisesti vaikuttaa yrityksen kykyyn poistua toimialalta. Kilpailijan toimintaan voi liittyä esimerkiksi jotakin spesifiä omaisuutta, kuten tehtaita tai muuta omaisuutta, jonka siirtäminen muualle voi tulla yritykselle kalliiksi. Alalta lähdön esteitä voi olla myös kiinteät kustannukset, jotka liittyvät henkilöstöön, leasingiin tai laitteiden ylläpitoon. Kilpailijalla voi olla toisten liiketoimintayksiköiden kanssa suhteita, joilla on vaikutusta kilpailijan imagoon tai esimerkiksi jakelukanaviin. Alalta lähdön esteet voivat olla myös valtion asettamia esteitä tai sosiaalisia esteitä. Esimerkiksi valtiot säätelevät usein rautatieverkostoa. Sosiaalinen este voi olla esimerkiksi lojaalisuus työntekijöitä kohtaan, mikä vaikuttaa strategiaan liikkeisiin. Alalta lähdön esteiksi voivat myös muodostua tunnesiteet yritystä tai työntekijöitä kohtaan. (Aaker 1988, 79.)

Kilpailijoiden vahvuuksien ja heikkouksien perusteella voidaan tehdä päätelmiä kilpailijan kyvystä toteuttaa erilaisia strategioita. Kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia voidaan tarkastella neljän kysymyksen avulla:

- 1) Miksi menestyvä yritys on menestynyt?
- 2) Mitkä ovat keskeiset tekijät asiakkaiden motivaatiossa? Mitkä asiat yrityksessä on tärkeitä asiakkaille?
- 3) Mitkä ovat yrityksen suurimmat kustannukset?
- 4) Miten toimialan liikkuvuutta rajoitetaan?

Vahvuuksien analysointiin voidaan käyttää Aakerin tarkistuslistaa, jossa kilpailijan vahvuuksia ja heikkouksia analysoidaan eri näkökulmista. Innovaatioiden näkökulmasta tarkastellaan muun muassa yrityksen tuotekehitystä, patenteja sekä teknologiaa. Valmistuksen näkökulmasta tarkastellaan muun muassa kustannusrakennetta, laitteistoa sekä kapasiteettia. Rahoituksen ja pääoman saatavuuden näkökulmasta tarkastellaan muun muassa pääoman saatavuutta lyhytaikaisista varoista. Hallinnon näkökulmasta tarkastellaan muun muassa ylimmän ja keski-johdon laatua, strategisia tavoitteita ja suunnitelmia sekä hallintokulttuuria. Markkinoinnin näkökulmasta tarkastellaan muun muassa asiakassegmentointia, asiakasorientoitumista sekä tuotteiden laadun mainetta. Asiakaskunnan näkökulmasta tarkastellaan asiakaskunnan kokoa ja lojaalisuutta, markkinaosuutta sekä segmentin kasvua. (Aaker 1988, 80-84.)

## **5 Yrityksen taloudellisen tilan analysointi**

Tilinpäätösanalyysin tarkoituksena on tarkastella yrityksen taloudellista tilannetta käyttämällä kaikkea mahdollista saatavilla olevaa tietoa yrityksen asemasta ja tulevaisuuden ennusteita. (Niskanen ym. 2003, 23) Analyysinä tilinpäätös asettuu tunnuslukuanalyysin ja yritystutkimuksen välille. Tilinpäätösanalyysin tarkoituksena on pelkkien lukujen sijasta arvioida lukuihin vaikuttaneita tekijöitä. (Niskanen ym. 2003, 9-10.)

Tilinpäätösanalyysyjä voidaan tehdä monella eri tavalla. Tilinpäätösanalyysi voi laajuudeltaan vaihdella koko toimialaa koskeva analyysistä yksittäisen yrityksen analysointiin. Tavallisimpia tilinpäätösanalyysyjä on muun muassa toimiala-analyysi, perinteinen tilinpäätösanalyysi sekä sijoitusanalyysi. (Salmi 2012, 124.)

Opinnäytetyössä käytettiin yritysten julkisia tilinpäätöstietoja. Silmäasema Oyj:n tilinpäätökset saatiin suoraan yhtiön oman verkkosivulta. Nissen ja Instrumentarium kuuluvat osaksi Instru Optiikka Oy:tä, joten yrityksistä ei ole saatavilla erillisiä tilinpäätöstietoja. Opinnäytetyössä käytettiin tästä syystä Instru Optiikka Oy:n tilinpäätöstietoja. Instru Optiikan ja Specsaversin tilinpäätökset hankittiin Patentti ja rekisterihallituksen ylläpitämän Kaupparekisterin kautta. Opinnäytetyössä käytettyjä tilinpäätöksiä voidaan pitää keskenään vertailukelpoisina ja luotettavina,

sillä tilinpäätökset laaditaan lainsäädännössä määriteltyjen periaatteiden mukaisesti. Tunnuslukuanalyysiä varten tunnusluvut laskettiin käyttämällä Navita-ohjelmistoa.

## **5.1 Tilinpäätöksen silmäily**

Tuloslaskelman tarkoituksena on selvittää tilikauden jakokelpoisen voiton määrä sekä antaa sidosryhmille tarvittavaa tietoa yrityksen taloudellisesta suorituskyvystä tilikauden aikana (Niskanen ym. 2003, 17). Tuloslaskelma koostuu tilikauden tuotoista ja kuluista. Tuloslaskelma laaditaan suoriteperusteisuuden mukaisesti, joten tuloslaskelman tuotot ja kulut ei välttämättä ole saatuja tai rahana maksettuja yritykselle, vaan tulot on ansaittu ja menot kytkeytyvät näiden ansaintaan tilikauden aikana. (Salmi 2012, 30.)

Vuoden 2014 jälkeen Silmäasema Oyj:n ja Instru Optiikka Oy:n liikevaihdot ovat olleet suuruusluokaltaan lähes yhtä suuria. Vuoden 2018 Silmäasema Oyj:n liikevaihto oli 122,9 miljoonaa euroa ja Instru Optiikka Oy:n liikevaihto samana vuonna oli 113,8 miljoonaa euroa. Specsaversin liikevaihto on Silmäasema Oyj:n ja Instru Optiikka Oy:n liikevaihtoja pienempi. Vuonna 2018 Specsaversin liikevaihto oli 19,2 miljoonaa euroa.

Instru Optiikka Oy:n tilikauden voitto on ollut jokaisena tarkastelujakson vuotena analyysin yrityksistä suurin. Vuonna 2018 Instru Optiikka Oy:n tilikauden voitto oli 8,2 miljoonaa euroa. Silmäasema Oyj:n tilikauden tulos on ollut negatiivinen vuosina 2014 ja 2017. Vuonna 2018 Silmäasema Oyj:n tilikauden voitto oli 3,3 miljoonaa euroa. Vuonna 2018 Specsaversin tilikauden voitto oli 449 000 euroa.

Taseessa on kaksi puolta: vastaava- ja vastattavaa-puoli. Vastaavaa-puolen tarkoituksena on kuvata yrityksen omaisuus. Vastattavaa-puolen tarkoituksena on selvittää, miten yritystoiminta on rahoitettu. Vastaava-puoli jakautuu pysyviin ja vaihtuviin vastaaviin. Pysyvät vastaavat ovat yrityksen omaisuutta, jotka kerkyttävät yritykselle tuloa pitkällä aikavälillä. Vaihtuvat vastaavat on yrityksen omaisuutta, jotka tuottavat yritykselle tuloa alle vuoden ajan. Vastattavaa-puolen tarkoituksena on kuvata, miten yritystoiminta on rahoitettu. Vastattavaa-puoli ja-



kautuu omaan ja vieraaseen pääomaan. Oman pääoma on joko omistajien sijoittamaa tai omistajien osuudeksi laskettavaa rahoitusta. Vieras pääoma koostuu kokonaisuudessaan velkarahoituksesta. (Niskanen ym. 2003, 17-18.)

Taseen tarkoituksena on osoittaa yrityksen taloudellinen asema tilinpäätöshetkellä. Taseeseen merkitään vain sellaista omaisuutta, jolla on tulevaisuuden tulo-odotuksia. Vastaava-puoli on rakennettu siinä järjestyksessä, kuinka kauan niiden on tarkoitus tuottaa yritykselle tuloja. Lisäksi vastaava-puoli on rakennettu niin, että mitä ylempänä erä on, sitä heikompia likvidiydeltään erät ovat. (Salmi 2012, 37.)

Silmäasema Oyj:n taseen loppusumma on ollut koko tarkastelujakson aikana analyysin yrityksistä suurin. Vuonna 2018 Silmäasema Oyj:n taseen loppusumma oli 101,6 miljoonaa euroa. Vuonna 2018 Silmäasema Oyj:llä oli pysyviä vastaavia 77,3 miljoonaa euroa ja vaihtuvia vastaavia oli 24,0 miljoonaa euroa.

Instru Optiikka Oy:n taseen loppusumma vuonna 2018 oli 48,3 miljoonaa euroa. Instru Optiikka Oy:llä oli vuonna 2018 pysyviä vastaavia noin 19 miljoonan euron arvosta. Silmäasema Oyj:n pysyvät vastaavat ovat Instru Optiikka Oy:tä huomattavasti suuremmat, sillä Silmäasema Oyj:llä on aineettomissa hyödykkeissään muun muassa liikearvoa noin 61 miljoonan euron arvosta. Liikearvo koostui pääosin konserniliikearvosta. Vuonna 2018 vaihtuvia vastaavia Instru Optiikka Oy:llä oli 29,4 miljoonaa euroa. Specsaversin taseen loppusumma oli 7,9 miljoonaa euroa ja vastaavaa-puolella pysyviä vastaavia Specsaversillä oli 435 000 euroa ja vaihtuvia vastaavia oli 7,5 miljoonaa euroa. Specsaversin vaihtuvat vastaavat ovat pysyviä vastaavia huomattavasti suuremmat, sillä Specsaverillä oli vuonna 2018 lyhytaikaisia saamisia 4,5 miljoonan euron arvosta.

## **5.2 Tunnuslukuanalyysi**

Tunnusluvun avulla tilinpäätösinformaatiota voidaan ilmaista yhden luvun avulla. Tunnusluvut mahdollistavat erikokoisten yritysten keskenään vertailun, sillä usein tunnuslukujen laskennassa käytetään suhdelukuja. Tunnuslukuanalyysissä oikeasta tuloslaskelmasta, taseesta ja rahavirtalaskelmasta lasketaan tunnuslukuja. Tunnuslukujen avulla on mahdollista tehdä päätelmiä yrityksen taloudelli-

sista toimintaedellytyksistä. Tunnuslukuanalyysissa yrityksen taloutta tarkastellaan kannattavuuden, vakavaraisuuden, maksuvalmiuden, kasvun ja koon kannalta. Tunnuslukuanalyysin avulla on myös mahdollista arvioida, miten yrityksen strategia on toteutunut. (Salmi 2013; Ikaheimo ym. 2014.)

Tunnuslukuja on olemassa käytännössä hyvin paljon erilaisia. Kannattavuutta, vakavaraisuutta, maksuvalmiutta ja esimerkiksi kasvua mittaavien tunnuslukujen lisäksi on olemassa tehokkuutta mittaavia kiertonopeustunnuslukuja sekä z-lukuja, joita käytetään konkurssin ennustamiseen. Näiden lisäksi on olemassa kasvavirtalaskelmiin perustuvia tunnuslukuja ja osakekohtaisia tunnuslukuja. (Niskanen ym. 2003.)

Tunnuslukujen arviointi on tunnuslukuanalyysin keskeinen osa. Yhden vuoden tunnuslukujen perusteella ei ole mahdollista tuottaa informaatiota, josta voi tehdä johtopäätöksiä. Tunnuslukuanalyysissä vertailua voi tehdä sekä ajallisena poikkileikkausanalyysinä että aikasarja-analyysinä. Ajallisessa poikkileikkausanalyysissä tyypillisesti saman toimialan yritysten tunnuslukuja verrataan keskenään tiettyinä vuosina. Aikasarja-analyysissä yrityksen omaa kehitystä ja tunnuslukuja verrataan pitkällä aikavälillä. (Niskanen ym. 2003.)

### **5.3 Kannattavuus**

Kannattavuus tarkoittaa yrityksen liiketoiminnan taloudellista tulosta. Kannattavuus on edellytys yrityksen toiminnan jatkuvuudelle. Kannattavuutta on mahdollista mitata sekä absoluuttisesti että suhteellisesti. Liiketoiminnan voittojen kautta on mahdollista mitata yrityksen absoluuttista kannattavuutta. (Yritystutkimus ry 2011, 60.) Kannattavuuden absoluuttisia mittareita on muun muassa liikevoitto (Niskanen ym. 2003, 112). Suhteellista kannattavuutta voidaan taas mitata, kun suhteutetaan yrityksen voitot yritykseen sijoitettuun pääomaan nähden (Yritystutkimus ry 2011, 60).

Kannattavuutta mitataan yleensä koko yrityksen tasolla. Tunnusluvut kuvaavat lyhyen aikavälin kannattavuutta. Vertailemalla keskenään peräkkäisiä vuosia, voidaan tehdä päätelmiä yrityksen pitkän aikavälin kannattavuudesta. (Niskanen ym. 2003, 112.)

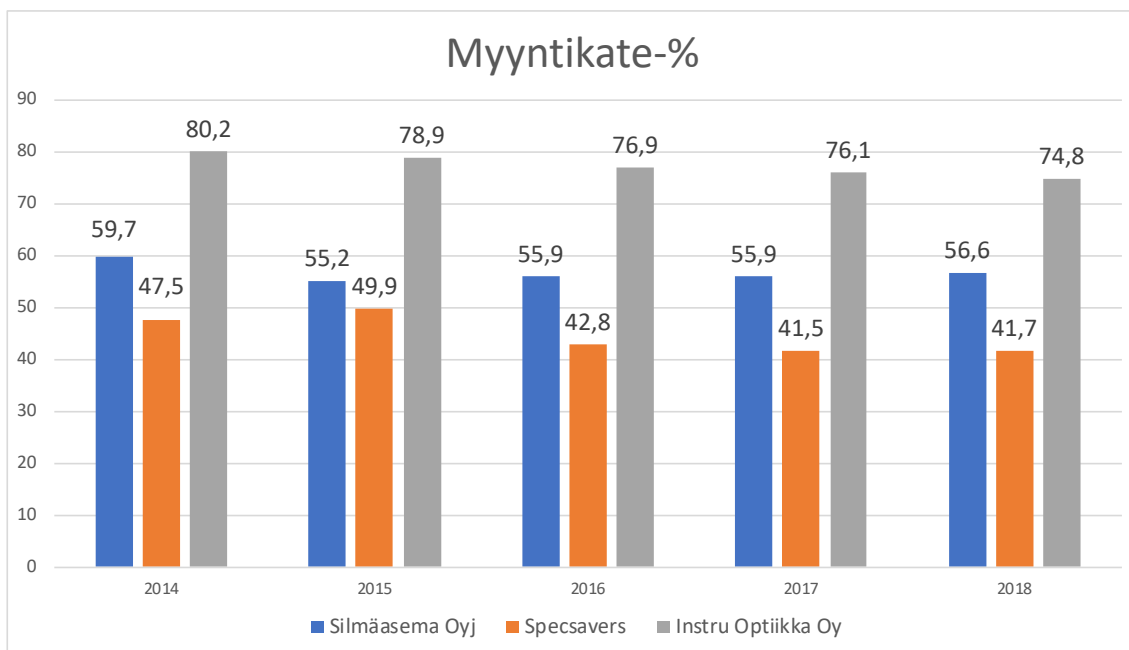
Kannattavuuden tunnusluvuista opinnäytetyön tunnuslukuanalyysiin sisällytetään myyntikateprosentti, käyttökateprosentti, liiketulosprosentti, nettotulosprosentti, oman pääoman tuotto prosentti sekä sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Kannattavuuden tunnusluvuista tunnuslukuanalyysin ulkopuolelle rajataan kokonaistulosprosentti, sillä jo mukana olevien tunnuslukujen avulla saadaan riittävä kuva Silmäasema Oyj:n sekä analyysin valittujen kilpailijoiden tuloksetekyvystä.

### **5.3.1 Myyntikateprosentti**

Myyntikate on yleisesti käytetty tukku- ja vähittäiskaupan alalla. (Yritystutkimus ry 2011, 60) Myyntikatteen avulla yritys voi muodostaa käsityksen tuoteryhmäkohtaisesta kannattavuudesta. Myyntikate lasketaan vähentämällä liikevaihdosta ainekulut ja ulkopuoliset palvelut. Myyntikatteelle ei voida antaa yleisiä ohjeita, sillä arvojen taso riippuu esimerkiksi yrityksen käyttöpääoman tarpeesta. Kuitenkin jos yrityksen myyntikate on kilpailijoita alhaisempi, se voi kertoa esimerkiksi heikommasta hinnoitteluvoimasta tai kilpailukeinona käytetystä matalammasta katetasosta. Usein esimerkiksi kovaa kasvua hakevilla yrityksellä matalampia katteita käytetään kilpailukeinoina. (Alma Talent 2020.)

Yrityksen myyntikatteen tarpeen määrä riippuu kuitenkin tarvittavan katteen määrästä. Mikäli yrityksellä on kevyt kustannusrakenne, voi yritys tulla toimeen matalalla katetasolla. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 9 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden myyntikateprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 4 Myyntikateprosentti

Silmäasema Oyj:n myyntikateprosentti on ollut lähes sama koko tarkastelujakson aikana. Myyntikateprosentti on ollut koko tarkastelujakson aikana ollut reilusti yli 50 prosenttia.

Instru Optiikka Oy:n myyntikateprosentti on selvästi Silmäaseman ja Specsaversin myyntikateprosenttia korkeampi. Instru Optiikan myyntikateprosentti on ollut jokaisena tarkastelujakson vuotena yli 74 prosenttia. Instru Optiikka Oy:n korkeampi myyntikateprosentti selittyy sillä, että Instru Optiikan ostot ja ulkopuoliset palvelut ovat lähes yhtä suuria kuin Silmäasemalla, vaikka Instru Optiikan liikevaihto on huomattavasti Silmäaseman liikevaihtoa suurempi. Toisin sanoen Instru Optiikka on onnistunut pitämään muuttuvat kustannukset suhteellisen alhaisena. Specsaversin myyntikateprosentti on ollut yli 40 prosenttia koko tarkastelujakson aikana.

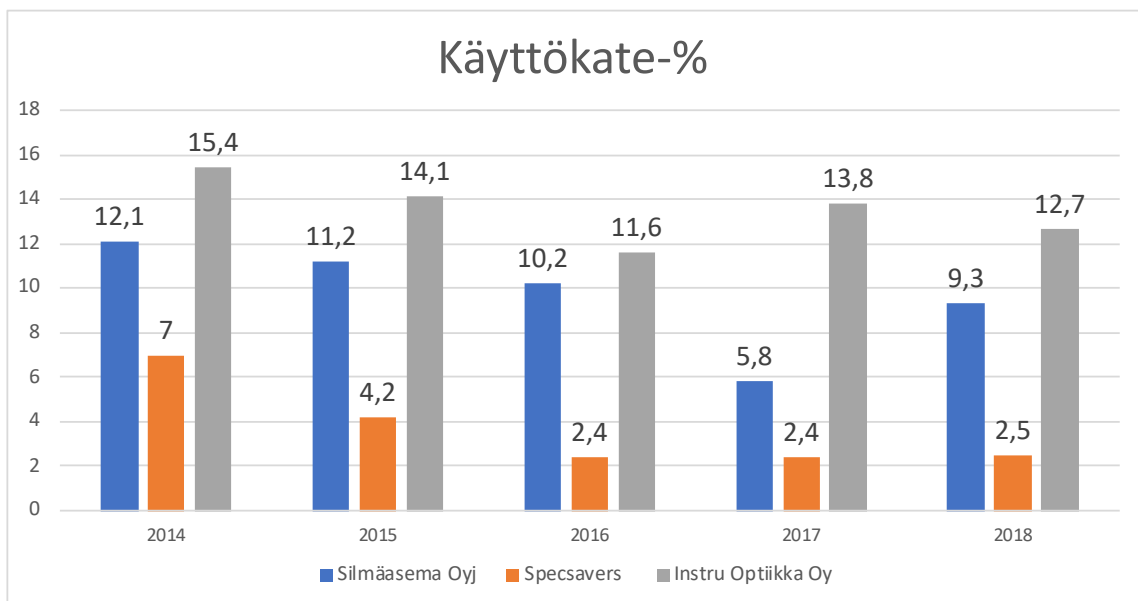
### 5.3.2 Käyttökateprosentti

Käyttökate eli EBITDA kuvaa yrityksen toiminnan tuloksen ennen poistoja ja rahoituseriä (Yritystutkimus ry 2011, 60). Käytännössä tunnusluku kuvaa, kuinka paljon yritykselle jää katetta, liikevaihdosta on vähennetty toimintakulut (AlmaTalent 2020). Käyttökateprosentti on hyödyllinen tunnusluku, kun sitä verrataan saman toimialan sisällä. Vertailukelpoisuuteen vaikuttaa kuitenkin se, omistaako vai

vuokraako yritys omat tuotantovälineensä. Mikäli yritys omistaa tuotantovälineensä, se näkyy yrityksen tuloslaskelmassa poistoina ja rahoituskuluina käyttökateen jälkeen. Yrityksen vuokratessa tuotantovälineensä, vuokratulot näkyvät yrityksen liiketoiminnan muissa kuluissa. (Yritystutkimus ry 2011, 61.)

Käyttökateprosentille on haasteellista antaa ohjearvoja, sillä käyttökateen riittävyyttä arvioitaessa on huomioitava esimerkiksi aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden poistovaatimukset toimialan lisäksi. Kuitenkin eri toimialoilla käyttökateprosentit vaihtelevat tietyn vaihteluvälin alueella. Esimerkiksi juuri kaupan alalla käyttökateprosentti on tyypillisesti 2-10 prosentin välillä. (Yritystutkimus ry 2011, 61.)

Kuvassa 10 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden käyttökateprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 5 Käyttökateprosentti.

Silmäaseman käyttökateprosentti on vuoteen 2017 asti laskenut jokaisella tilikaudella. Tilikaudella 2018 käyttökate on ollut 9,3 prosenttia. Huolimatta siitä, että Silmäaseman liikevaihto on vuosittain kasvanut, kasvu ei ole ollut riittävää verrattuna kasvaviin toimintakuluihin.

Instru Optiikka Oy:n käyttökateprosentti on tarkastelujakson aikana pysynyt 10-15 prosentin välillä. Specsaversin käyttökateprosentti on Silmäasemaan ja Instru

Optiikkaan verrattuna matalin. Specsaversin käyttökateprosentti vuonna 2014 on ollut 7 prosenttia. Vuoden 2014 jälkeen Specsaversin käyttökateprosentti on laskenut lähes vuosittain, ja vuonna 2018 käyttökateprosentti on ollut 2,5 prosenttia. Specsaversin käyttökateprosentin heikentyminen johtuu siitä, että yrityksen muuttuvien ja kiinteiden kustannusten kasvu tarkastelujakson aikana on ollut liikevaihdon kasvua suurempaa.

### **5.3.3 Liiketulosprosentti**

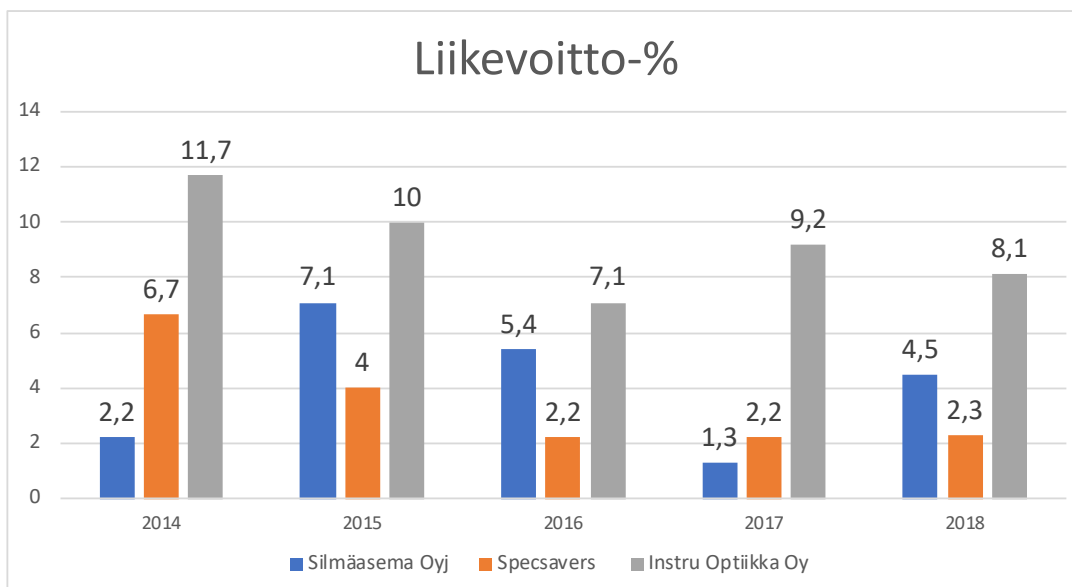
Liiketulos kuvaa, kuinka paljon varsinaisen liiketoiminnan tuotoista on jäljelle ennen verojen ja rahoituserien vähentämistä. Liiketulos saadaan, kun liikevaihtoon lisätään liiketoiminnan muut tuotot ja vähennetään toimintakulut sekä poistot ja arvonalentumiset. Liiketulosprosentti saadaan, kun liiketulos jaetaan liikevaihdolla. Liiketulosprosentin avulla voidaan seurata yrityksen kehitystä. Se soveltuu myös toimialan sisäiseen vertailuun sekä eri toimialojen väliseen vertailuun. (Yritystutkimus ry 2011, 61.)

Liiketulosprosenttia arvioitaessa voidaan käyttää seuraavan mukaisia ohjearvoja:

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

(Yritystutkimus ry 2011, 62.)

Kuvassa 11 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden liiketulosprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 6 Liikevoittoprosentti.

Silmäasema Oyj:n liikevoittoprosentti on ollut vuosina 2014, 2017 ja 2018 heikolla tasolla ohjearvoihin verrattessa. Silmäasema Oyj:n liikevoittoprosentin heikko taso johtuu siitä, että toimintakulut ja poistot ovat kasvaneet liikevaihtoa nopeammin. Vuosina 2015 ja 2016 Silmäasema Oyj:n liikevoittoprosentti on ollut tyydyttävällä tasolla.

Instru Optiikka Oy:n liikevoittoprosentti on ollut tarkastelujakson jokaisena vuotena vähintään tyydyttävällä tasolla. Instru Optiikka Oy:n liikevoittoprosentti on vuosina 2014 ja 2015 yltänyt hyvälle tasolle. Specsaversin liikevoittoprosentti tarkastelujakson aikana ollut tyydyttävällä tai heikolla tasolla. Specsaversin käyttökate ja myyntikate ovat alhaisimmalla tasolla yrityksistä.

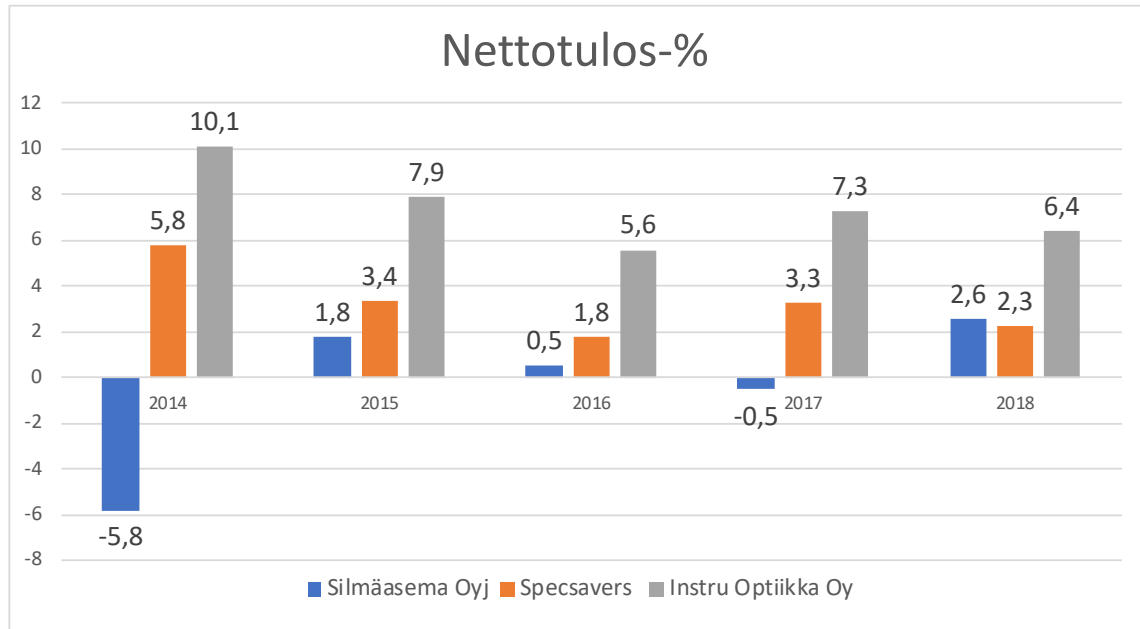
#### 5.3.4 Nettotulosprosentti

Nettotulos saadaan, kun yrityksen liiketulokseen lisätään rahoitustuotot ja vähennetään rahoituskulut ja verot. Yrityksen nettotuloksen tulisi olla positiivinen, jotta yritystoimintaa voidaan pitää kannattavana. Yrityksen nettotulosta arvioitaessa tulisi ottaa huomioon yrityksen pääomarakenne ja voitonjakotavoitteet. (Yritystutkimus ry 2011, 62.)

Nettotulos kertoo, onko yritys kyennyt selviämään varsinaisella toiminnallaan lainojen hoitomaksuista sekä investointien omarahoituksesta. Yrityksen vaadittava nettotuloksen taso määräytyy pitkälti yrityksen voitonjakotavoitteiden mukaan.

Nettotulos soveltuu hyvin yritysten keskinäiseen vertailuun, esimerkiksi paremmin kuin myynti- ja käyttökatteet. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 13 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden nettotulosprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 7. Nettotulosprosentti.

Silmäasema Oyj:n nettotulosprosentti on vuonna 2014 ollut  $-5,8$  prosenttia. Vuonna 2017 nettotulosprosentti on painunut lievästi negatiivisen puolella. Vuosien 2014 ja 2017 negatiiviset nettotulosprosentit johtuvat tilikausien tappioista. Vuosina 2015, 2016 ja 2018 tunnusluku on ollut positiivinen, mutta jäänyt silti jokaisena vuonna matalaksi, alle kolmeen prosenttiin.

Instru Optiikka Oy:n nettotulosprosentti on ollut yrityksistä selkeästi korkein jokaisena tarkastelujakson vuotena. Instru Optiikan nettotulosprosentti on kuitenkin laskenut jokaisena tarkastelujakson vuotena. Specsaversin nettotulosprosentti on jokaisena vuotena ollut positiivinen. Specsaverillä nettotulosprosentti on ollut vuonna 2014 korkeimmalla tasolla,  $5,8$  prosenttia.

### 5.3.5 Oman pääoman tuotto prosentti

Oman pääoman tuotto prosentti on tunnusluku, jonka tarkoituksena on kuvata yrityksen kykyä tuottaa omistajien sijoittamalle pääomalle lisäarvoa. Tunnusluvun

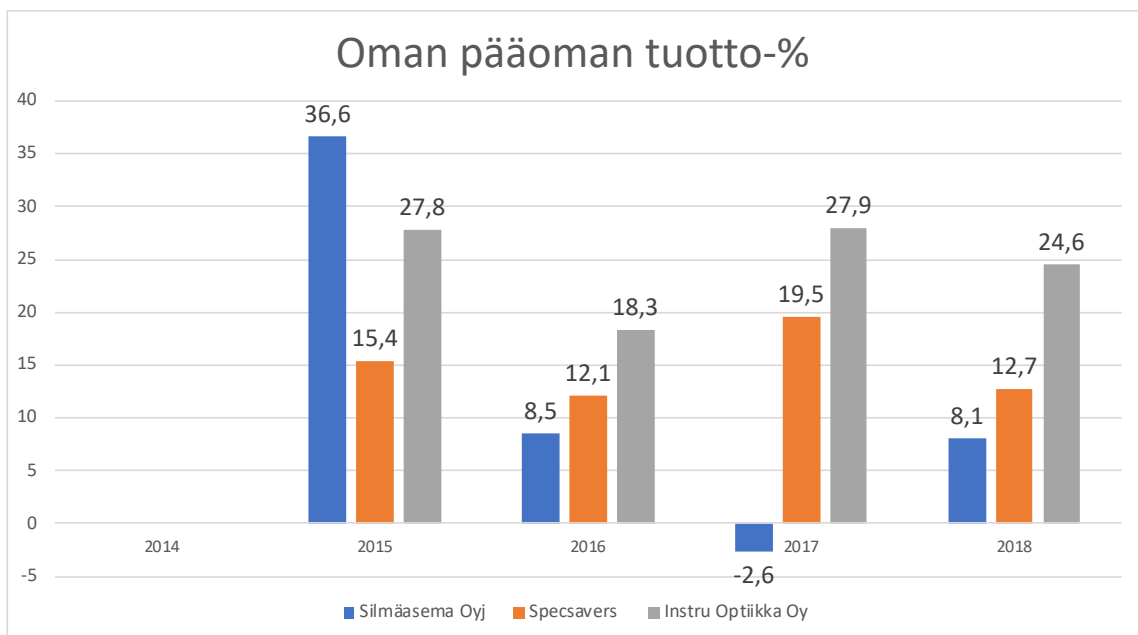


tavoite taso määritellään omistajien tuottovaatimusten pohjalta. (Yritystutkimus ry 2011, 65.) Oman pääoman tuotto saadaan jakamalla nettotulos oikaistulla omalla pääomalla. Oman pääoman tuotto-% on tarkoitus ilmaista, kuinka paljon omalle pääomalle on tilikauden aikana kertynyt tuottoa. Oman pääoman tuotto-%:n ohjearvot ovat esitelty alla.

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

(Alma Talent 2020.)

Kuvassa 14 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden oman pääoman tuotto-%:n kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 8. Oman pääoman tuotto-%.

Silmäasema Oyj:n oman pääoman tuotto-% on ollut 2015 erinomaisella tasolla. Oman pääoman tuotto-%:n erinomainen taso johtuu siitä, että vuonna 2015 Silmäaseman tulos parani huomattavasti edelliseen vuoteen verrattuna. Vuonna 2016 Silmäasema Oyj:n oman pääoman tuotto-% laski välttämälle

tasolle. Vuonna 2017 tunnusluku laski  $-2,6$  prosenttiin, mikä on ohjearvojen mukaan heikolla tasolla. Tämä selittyy sillä, että Silmäasema on vuonna 2017 tehnyt selvästi negatiivisen nettotuloksen. Vuodesta 2017 vuoteen 2018 Silmäasema on onnistunut nostamaan oman pääoman tuottoprosentin välttävälle tasolle  $8,1$  prosenttiin.

Silmäasema Oyj:llä oli vuonna 2015 kilpailijayrityksiä korkeampi oman pääoman tuottoprosentti. Vuoden 2015 jälkeen Silmäaseman oman pääoman tuotto on ollut kilpailevia yrityksiä selvästi alhaisin. Instru Optiikka Oy on onnistunut pitämään oman pääoman tuottoprosentin koko tarkastelujakson ajan joko hyvällä tai erinomaisella tasolla. Specsaversin oman pääoman tuottoprosentti on ollut koko tarkastelujakson ajan tyydyttävällä tai hyvällä tasolla.

### **5.3.6 Sijoitetun pääoman tuottoprosentti (ROI)**

Sijoitetun pääoman tuottoprosentti on tunnusluku, joka kuvaa tuottoa, jonka saatu yritykseen sijoitetulle korkoa tai muuta tuottoa vaativalle pääomalle. Tunnusluvun tarkoituksena on mitata yrityksen suhteellista kannattavuutta eli yritykseen sijoitetulla korolla tai muuta tuottoa vaativalla pääomalla saatua tuottoa. (Alma Talent 2020.)

Yritykseen sijoitetun pääoman määrä saadaan laskettua, kun lasketaan yhteen yrityksen oma pääoma ja korolliset velat. Sijoitetun pääoman tuottoprosentti saadaan ensin laskemalla yhteen nettotulos, rahoituskulut ja tilikauden verot ja jaetaan näiden summa keskimääräisellä sijoitetun pääoma määrällä. Keskimääräinen sijoitetun pääoman määrä saadaan tilikauden alun ja tilikauden lopun sijoitetun pääoman keskiarvosta. (Alma Talent 2020.)

Sijoitetun pääoman tulisi tuottaa vähintään vieraalle pääomalle maksettavan koron verran. Jos yrityksen oma pääoma on muodostunut negatiiviseksi, silloin sijoitetun pääoman tulisi olla ainakin vähintään yrityksen korollisen velan suuruinen. (Alma Talent 2020.)

Tunnuslukuna sijoitetun pääoman tuottoprosentti sopii hyvin toimialan väliseen vertailuun. Vertailtavuutta saattaa heikentää se, että joskus voi olla haasteellista

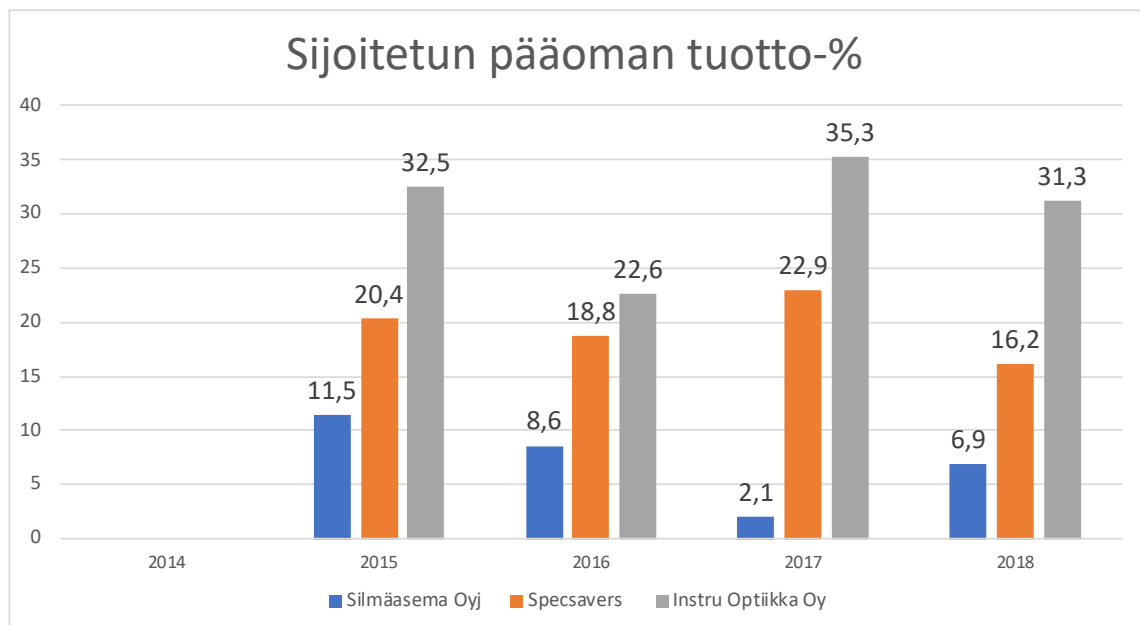
saada tietoa yrityksen vieraan pääoman jakautumisesta korolliseen ja korotto-  
maan vieraaseen pääomaan. Osin tunnusluvun vertailtavuutta voi heikentää se,  
että yritykset ovat voineet tehdä pääomia sitovia investointeja, jotka eivät tilikau-  
den aikana ole ehtineet tuottaa yritykselle tuloa. (Alma Talent 2020.)

Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI) voidaan tarkastella seuraavien ohjear-  
vojen pohjalta:

- yli 15 prosenttia Erinomainen
- 10 – 15 prosenttia Hyvä
- 6 – 10 prosenttia Tyydyttävä
- 3 – 6 prosenttia Välttävä
- alle 3 prosenttia Heikko

(Alma Talent 2020.)

Kuvassa 15 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden  
sijoitetun pääoman tuotto-%n kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 9. Sijoitetun pääoman tuotto-%.

Silmäasema Oyj:n sijoitetun pääoman tuotto-% on ollut vuonna 2015 hy-  
vällä tasolla. Vuonna 2016 sijoitetun pääoman tuotto-% on laskenut tyy-

dyttävälle tasolle. Vuonna 2017 tunnusluvun arvo laski edelleen ja arvo oli heikolla tasolla. Vuoteen 2018 Silmäasema sai kasvatettua sijoitetun pääoman tuottoprosentin arvon tyydyttävälle tasolla 6,9 prosenttiin.

Sijoitetun pääoman tuottoprosentin on erinomaisella tasolla, mikäli tunnusluvun arvo on yli 15 prosenttia. Instru Optiikka Oy:n sijoitetun pääoman tuottoprosentti on koko tarkastelujakson ollut erinomaisella tasolla. Vuosina 2015, 2017 ja 2018 Instru Optiikka Oy:n sijoitetun pääoman tuottoprosentti on ollut yli 30 prosenttia. Tyypillisesti mikäli yrityksen kannattavuustaso on hyvä, nousee sijoitetun pääoman tuottoprosentti esimerkiksi lainakorkoja suuremmaksi (Alma Talent 2020). Instru Optiikka Oy:n kokonaiskannattavuuden taso on varmasti yksi selittävä tekijä korkealle sijoitetun pääoman tuottoprosentille. Specsaversin sijoitetun pääoman tuottoprosentin arvot ovat Instru Optiikka Oy:hyn verrattuna maltillisempia, mutta arvot ovat koko tarkastelujakson aikana olleet erinomaisella tasolla.

Instru Optiikka Oy:n kannattavuus on analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla, sillä Instru Optiikka Oy on saanut kannattavuuden tunnusluvuista parhaimpia arvoja analyysin yrityksiin verrattuna. Instru Optiikka Oy:n kannattavuus on myös ohjearvoihin verrattuna hyvällä tasolla. Specsaversin ja Silmäaseman kannattavuus ei yllä Instru Optiikan kanssa samalla tasolla. Keskeisin syy tähän on se, että Instru Optiikka on onnistunut pitämään liiketoimintansa kustannustehokkaampana kuin analyysin muut yritykset.

#### **5.4 Vakavaraisuus**

Vakavaraisuus tarkoittaa vieraan pääoman ja oman pääoman välistä suhdetta yrityksen kokonaispääomasta. Vieraan pääoman osuus ei saisi nousta liian suureksi kokonaispääomasta, jotta yritys voi selvittää vieraan pääoman korkokustannuksista. Vakavaraisuutta voidaan analysoida staattisen rahoitusrakenteen ja dynaamisen rahoituksen riittävyden kannalta. Yrityksen vakavaraisuutta voidaan mitata omavaraisuusasteen, velkaantumisasteen ja suhteellisella velkaantuneisuuden avulla. (Rantalainen 2019; Alma Talent 2020.)

Vakavaraisuuden tunnusluvuista opinnäytetyön tunnuslukuanalyysiin sisällytetään omavaraisuusasteprosentti, nettovelkaantumisasteprosentti, suhteellinen velkaantuneisuusprosentti sekä lainojen hoitokate, sillä näiden tunnuslukujen avulla saadaan riittävä kuva yritysten vakavaraisuuden tasosta. Osa dynaamisen vakavaraisuuden tunnusluvuista rajataan tunnuslukuanalyysin ulkopuolelle, sillä suhteellisen samanlaisten tunnuslukujen vertailulla ei saada merkittävästi lisää hyödyllistä tietoa yritysten vakavaraisuudesta.

#### 5.4.1 Omavaraisuusaste

Omavaraisuusaste on vakavaraisuuden tunnusluku, joka vakavaraisuuden lisäksi mittaa yrityksen tappionsietokykyä ja kykyä selvitä pitkällä aikavälillä sitoutmisistaan. Omavaraisuusasteen vertailukelpoisuuteen vaikuttaa pysyviin vastaaviin tehdyt arvonorotukset, poistotavat sekä inflaatio. Omavaraisuusasteen ohjearvot on esitelty alla. (Yritystutkimus ry 2011, 66.) Omavaraisuusaste voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

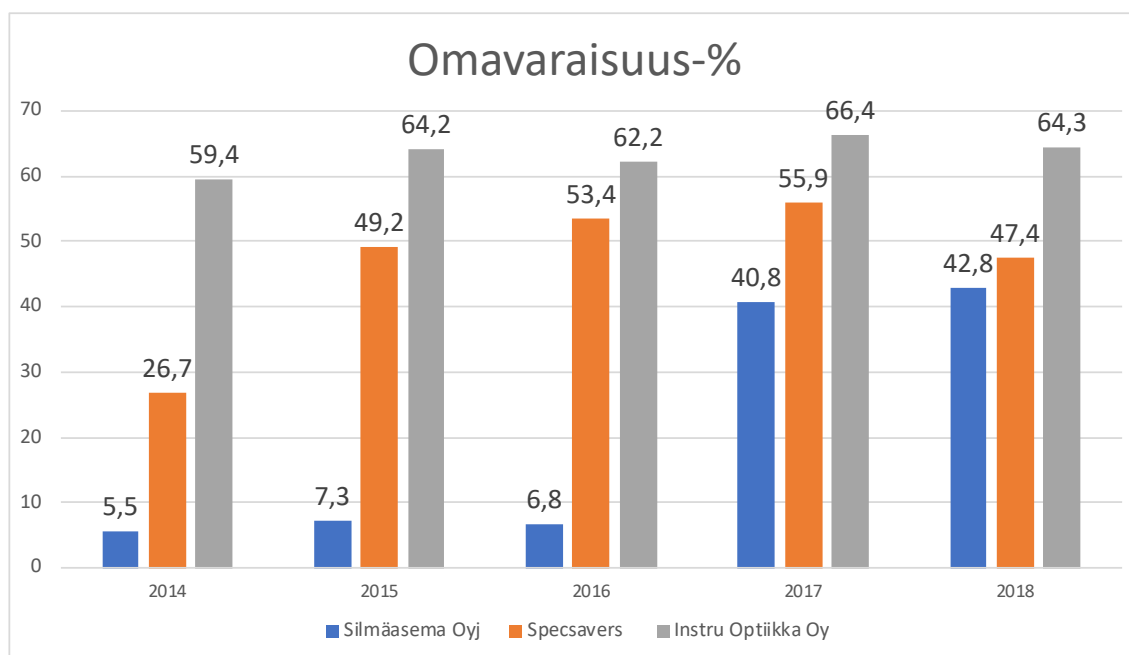
- |                      |             |
|----------------------|-------------|
| - yli 50 prosenttia  | Erinomainen |
| - 35 – 50 prosenttia | Hyvä        |
| - 25 – 35 prosenttia | Tyydyttävä  |
| - 15 – 25 prosenttia | Välttävä    |
| - Alle 15 prosenttia | Heikko      |

(Alma Talent 2020.)

Omavaraisuusaste lasketaan suhteuttamalla oma pääoma taseen loppusummaan. Taseen loppusummasta eliminoidaan keskeneräisiin töihin projekteihin liittyvät ennakot, jotka sisältyvät vaihto-omaisuuteen. (Yritystutkimus ry 2011, 66.)

Omavaraisuusastetta tarkastellessa on hyvä muistaa, että yritys voi tulla toimeen matalallakin omavaraisuudella, jos yrityksen kannattavuus on kohtuullisella ja vakaalla tasolla ja yritykselle ei tule tappiota. Yrityksen matala omavaraisuus on kuitenkin riski, jos yrityksen kannattavuus lähtee laskuun. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 16 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden omavaraisuusasteen kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 10. Omavaraisuusaste.

Silmäasema Oyj on saanut kehitettyä omavaraisuusastetta positiiviseen suuntaan tarkastelujakson aikana. Vuosina 2014 - 2016 Silmäasema Oyj:n omavaraisuusaste on ollut heikolla tasolla ohjearvoihin nähden. Silmäaseman osakepääoma ei ole suhteessa taseen kokoon merkittävän suuri. Tämän lisäksi Silmäasemalla on melko suuri summa sijoitetun vapaan oman pääoman rahastossa, mutta Silmäasema on tarkastelujakson aikana useampana tilikautena tehnyt negatiivisen tuloksen. Vuosina 2017 ja 2018 Silmäaseman omavaraisuusaste on ollut hyvällä tasolla. Omavaraisuusasteen suuri nousu vuodesta 2016 vuoteen 2017 ja 2018 johtuu siitä, että vuosina 2017 ja 2018 Silmäasema Oyj:n osakepääoma nousi 3000 eurosta 80 000 euroon ja sijoitetun oman pääoman rahasto nousi 5,9 miljoonasta eurosta noin 39 miljoonaan euroon.

Instru Optiikka Oy:n omavaraisuusaste on ollut koko tarkastelujakson aikana ollut erinomaisella tasolla. Tämä selittyy sillä, että Instru Optiikka Oy:llä melko suuren osakepääoman lisäksi onnistunut tuottamaan liiketoiminnallaan voittoa jokaisena tarkastelujakson vuotena. Instru Optiikka Oy maksoi vuonna 2017 osinkoja 5,6 miljoonaa euroa ja vuonna 2018 osinkoja maksettiin 8,6 miljoonaa euroa. Vuonna 2017 tilikauden voitto oli noin 8,6 miljoonaa euroa ja vuonna 2018 tilikauden voitto oli 8,2 miljoonaa euroa. Vuoden 2017 jakamaton tilikauden voitto on osaltaan

kasvattanut Instru Optiikan omavaraisuutta. Specsaversin omavaraisuusaste on ollut tarkastelujakson aikana lukuun ottamatta vuotta 2014 hyvällä tai erinomaisella tasolla.

#### **5.4.2 Nettovelkaantumisaste**

Nettovelkaantumisaste prosentti on tunnusluku, joka kuvaa yrityksen velkaantuneisuuden tasoa mittaamalla korollisen velan ja oman pääoman välistä suhdetta. Tunnuslukua varten nettovelka saadaan vähentämällä korollisista veloista yrityksen likvidit rahavarat. Nettovelkaantumisaste saadaan, kun nettovelka jaetaan yrityksen omilla varoilla. Yrityksen omat varat saadaan, kun lasketaan yhteen taaseen oma pääoma, vapaaehtoiset varaukset, poistoero verovelalla vähennettynä sekä osa oman pääoman ehtoista pääomalainoista. (Alma Talent 2020.)

Tunnuslukua tulkitaan niin, että mitä korkeampi sen arvo on, sitä korkeampi on yrityksen velkaantuneisuus. Jos tunnusluvun arvo muodostuu negatiiviseksi, yritystä voidaan pitää käytännössä velattomana. Tällaisessa tilanteessa yrityksellä ei ole korollista velkaa tai se pystyisi maksamaan kokonaan takaisin kassavaroilla. (Alma Talent 2020.)

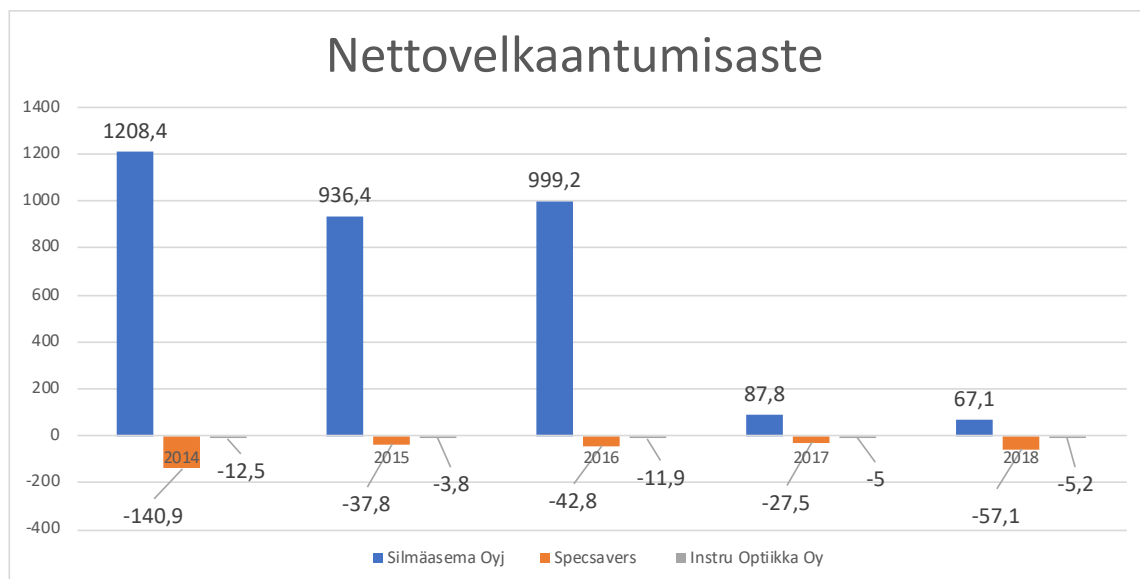
Yrityksen velkaantuneisuutta voidaan pitää merkittävänä riskinä. Korkea velkaantuneisuus rajoittaa yrityksen kasvua ja rajoittaa muun muassa lisälainan saamista. Matala velkaantuneisuus ei kuitenkaan takaa yritykselle lisälainan saamista, vaan rahoittajat tarkastelevat myös yrityksen lainanhoitokykyä. (Alma Talent 2020.)

Nettovelkaantumisaste prosentti voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

- |                       |             |
|-----------------------|-------------|
| - alle 10 prosenttia  | Erinomainen |
| - 10 – 60 prosenttia  | Hyvä        |
| - 60 – 120 prosenttia | Tyydyttävä  |

(Alma Talent 2020.)

Kuvassa 17 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden nettovelkaantuneisuusasteen kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 11. Nettovelkaantumisaste.

Silmäasema Oyj:n nettovelkaantumisaste on ollut todella korkea vuosina 2014 - 2016. Vuosina 2017 ja 2018 nettovelkaantumisaste on ollut tyydyttävällä tasolla. Silmäasemalla on merkittävän paljon korollisia velkoja, varsinkin suhteessa yrityksen likvideihin varoihin. Silmäaseman oma pääoma ei ole kovinkaan suuri, varsinkin verrattuna yhtiön korollisiin velkoihin. Kuitenkin vuosien 2017 ja 2018 nettovelkaisuuden suuri lasku johtuu siitä, että esimerkiksi Silmäasema Oyj:n raha- ja pankkisaamisten kasvusta.

Sekä Instru Optiikka Oy:llä että Specsaverillä nettovelkaantumisaste on ollut reilusti alle 10 prosentin, sillä molemmilla yrityksillä tunnusluku on ollut negatiivinen koko tarkastelujakson aikana. Negatiivinen nettovelkaantumisaste tarkoittaa käytännössä sitä, että molempia yrityksiä voidaan pitää nettovelattomia. Instru Optiikan ja Specsaversin kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että kumpikin yritys pystyisi maksamaan korollisen velkansa takaisin kassavarojensa avulla. (Alma Talent 2020.)

#### 5.4.3 Lainojen hoitokate

Lainojen hoitokate on tunnusluku, joka mittaa yrityksen tulorahoituksen riittävyyttä vieraan pääoman hoitovelvoitteista suoriutumiseen. Tunnusluvun tarkoituksena on siis mitata tulorahoituksen riittävyyttä lainojen hoidon näkökulmasta.



Usein ajatellaan, että tunnusluvun tulisi saada yli yhden olevia arvoja, jotta se voi selviytyä vieraan pääoman velvoitteista. Lainojen hoitokate lasketaan jakamalla rahoitustuloksen ja rahoituskulujen summa rahoituskulujen ja pitkäaikaisten lainojen lyhennysten summalla. (Alma Talent 2020.)

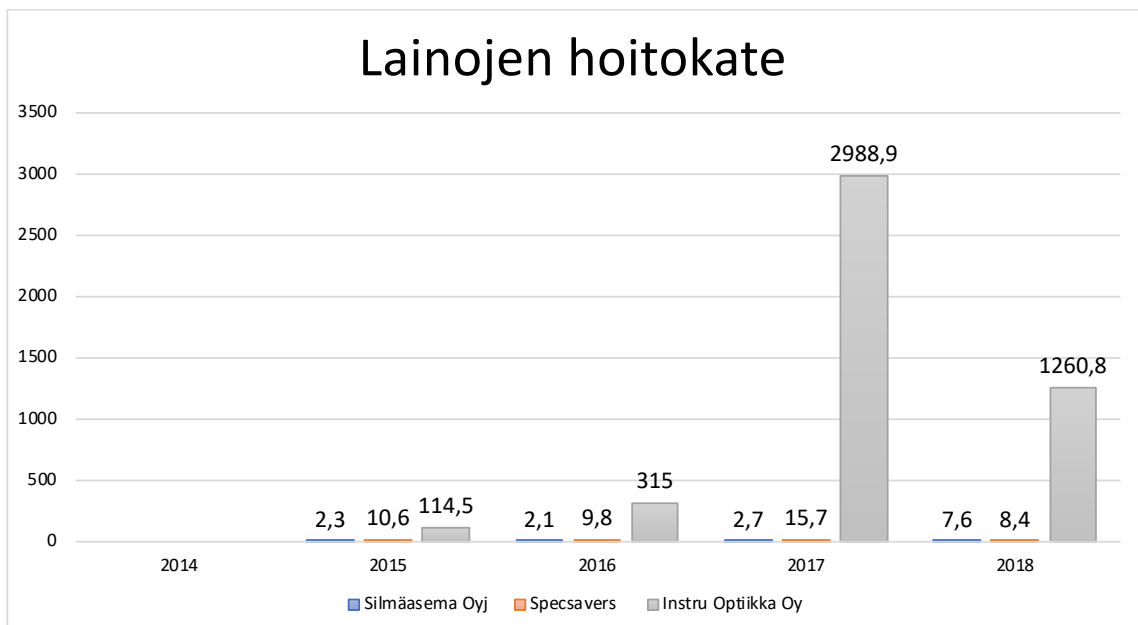
Lainojen hoitokate voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

- yli 2 prosenttia                      Hyvä
- 1 – 2 prosenttia                    Tyydyttävä
- alle 1 prosentti                      Heikko

(Alma Talent 2020.)

Tunnusluvun arvojen tarkastelussa tulee ottaa huomioon se, että tunnusluku ei huomioi sitä, että yrityksen tulisi myös kyetä investoimaan ja jakamaan osinkoa omistajilleen. Huomattavaa on myös se, että tunnusluvun arvo voi vaihdella vuosittain myös esimerkiksi liikevaihdon muutoksien vuoksi. Tunnusluku ei myöskään huomioi sitä, että yritys voi käyttää lainojen maksuun edellisten tilikausien voittovaroja tai satunnaisia tuottoja. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 18 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden lainojen hoitokattekehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 12. Lainojen hoitokate.

Silmäasema Oyj:n lainojen hoitokate on ollut jokaisena tarkastelujakson vuotena ohjearvojen perusteella erinomaisella tasolla. Vuosina 2015-2017 lainojen hoitokate Silmäasema Oyj:llä on ollut 2,1-2,7 välillä. Vuonna 2018 lainojen hoitokate on noussut Silmäasema Oyj:llä 7,6, sillä muun muassa Silmäaseman pitkäaikaisien velkojen määrä on ollut edellisiin vuosiin verrattuna merkittävästi matalampi.

Instru Optiikka Oy:llä lainojen hoitokate on ollut jokaisena tarkastelujakson vuotena erittäin korkea. Instru Optiikalla on ollut korkein lainojen hoitokate vuonna 2017, jolloin se on ollut 2988,9. Instru Optiikka Oy on onnistunut saavuttamaan korkean lainojen hoitokatteen, sillä yritys kykenee liiketoiminnallaan tuottamaan merkittävän määrän tulosta, eikä yritys ole taseen loppusummaan verrattuna kovinkaan velkaantunut.

Specsaversin lainojen hoitokate on ollut jokaisena tarkastelujakson vuotena korkeampi kuin Silmäasema Oyj:llä. Arvo on vaihdellut 8,4-15,7 välillä tarkastelujakson aikana.

#### **5.4.4 Suhteellinen velkaantumisprosentti**

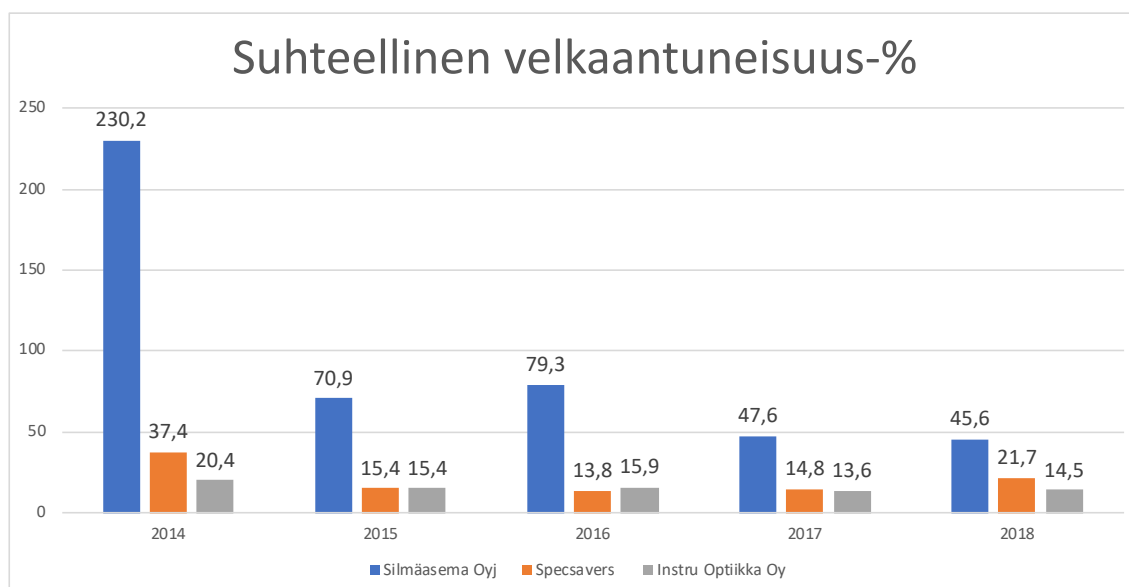
Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti on tunnusluku, joka kertoo yrityksen velkojen määrän suhteessa toiminnan laajuuteen. Korkea suhteellinen velkaantuneisuus edellyttää yritykseltä vakaata käyttökatetta. Suhteellisen velkaantuneisuuden arvoja tulisi verrata toimialan sisällä. (Rantalainen 2019.)

Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti lasketaan jakamalla taseen oikaistut velat tilikauden liikevaihdolla. Suhteellinen velkaantumisprosentti voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

- |                      |            |
|----------------------|------------|
| - alle 40 prosenttia | Hyvä       |
| - 40 – 80 prosenttia | Tyydyttävä |
| - yli 80 prosenttia  | Heikko     |

(Yritystutkimus ry, 2017, 70.)

Kuvassa 19 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden suhteellisen velkaantuneisuusasteen kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 13. Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti.

Silmäasema Oyj:n suhteellinen velkaantuneisuusprosentti vuonna 2014 on ollut yli 230 prosenttia. Suhteessa toiminnan laajuuteen Silmäasemalla on ollut merkittävä määrä velkaa. Vuonna 2014 Silmäasemalla oli vierasta pääomaa yhteensä noin 67 miljoonaa euroa, kun esimerkiksi juuri tilikauden liikevaihto on ollut noin 29 miljoonaa euroa. Vuosina 2015 - 2018 Silmäaseman suhteellinen velkaantuneisuusprosentti on ollut vuotta 2014 maltillisemmalla tasolla, mutta tunnusluku on kuitenkin ollut vain tyydyttävällä tasolla. Korkea suhteellisen velkaantuneisuuden taso ei kuitenkaan ole merkittävästi vaikuttanut Silmäaseman toimintaan, sillä yritys on onnistunut ylläpitämään käyttökatteen tason suhteellisen vakaana.

Instru Optiikka Oy:llä suhteellinen velkaantuneisuusprosentti on koko tarkastelujakson aikana ollut hyvällä tasolla ohjearvoihin peilattaessa. Tämän perusteella voidaan sanoa, että toiminnan laajuuteen verraten Instru Optiikan velkaantuneisuus on suhteellisesti todella hyvällä tasolla.

Specsaversin suhteellinen velkaantuneisuusprosentti on myös ollut koko tarkastelujakson aikana hyvällä tasolla ohjearvoihin verratessa. Specsaversin velkaantuneisuus toiminnan laajuuteen nähden on hyvin maltillinen.

Silmäasema Oyj:n vakavaraisuutta heikentää yhtiön velkaisuus. Velan määrä on vaikuttanut suuresti vakavaraisuuden tunnuslukuihin. Tunnuslukujen perusteella Instru Optiikan ja Specsaversin vakavaraisuus on Silmäasemaa huomattavasti paremmalla tasolla. Vakavaraisuuden tunnusluvuista Silmäasema Oyj:n omavaraisuusaste on kehittynyt positiiviseen suuntaan, mutta ollen kuitenkin Instru Optiikka Oy:n omavaraisuusastetta huomattavasti heikompi. Instru Optiikka Oy:n korkea omavaraisuuden taso antaa toiminnalle enemmän liikkumavaraa eivätkä suhdanteet ja muu toimintaympäristö vaikuta Instru Optiikan taloudelliseen tilaan niin merkittävästi. Esimerkiksi kilpailutilanteen kiristyessä Instru Optiikka Oy kestää todennäköisesti heikentyneitä kannattavuutta paremmin ja pidemmän aikaa.

## **5.5 Maksuvalmius**

Yrityksen maksuvalmius kuvaa yrityksen kykyä selvitä lyhytaikaisista maksusitoumuksistaan ennen niiden erääntymistä. Tunnusluvun tarkoituksena on kuvata lyhyen aikavälin rahoituksen riittävyttä yritystoiminnalle. Maksuvalmiutta kuvataan usein quick ration ja current ration sekä erilaisten kiertonopeusmittareiden avulla. (Rantalainen 2019.)

Maksuvalmiutta on kahdenlaista: staattista sekä dynaamista maksuvalmiutta. Staattisen maksuvalmiuden tunnusluvut mittaavat tasesuhteita. Staattisen maksuvalmiuden tunnusluku ovat quick ratio ja current ratio. Dynaamisen maksuvalmiuden tunnusluvut mittaavat kassavirtaa. Dynaamisen maksuvalmiuden tunnuslukuista voidaan muun muassa mainita rahoitustulos. (Alma Talent 2020.)

Maksuvalmiuden tunnusluvuista tunnuslukuanalyysiin sisällytetään quick ratio, current ratio ja rahoitustulos sekä kiertoaikoja mittaavia tunnuslukuja. Kiertoaikoja mittaavista tunnusluvuista tunnuslukuanalyysiin sisällytetään myyntisaamisten, ostovelkojen ja varaston kiertoajat, sillä kiertoajoilla on merkittävä vaikutus yrityksen käytettävissä olevan käyttö pääoman määrään. (Alma Talent 2020.)

### 5.5.1 Quick ratio

Quick ratio on maksuvalmiuden tunnusluku, jonka tarkoituksena on mitata yrityksen kykyä selviytyä lyhytaikaisista veloista nopeasti rahaksi muutettavalla omaisuudella. Quick ration tarkoituksena on siis mitata kassavalmiutta ja yrityksen rahoituspuskurien tilaa. (Alma Talent 2020.)

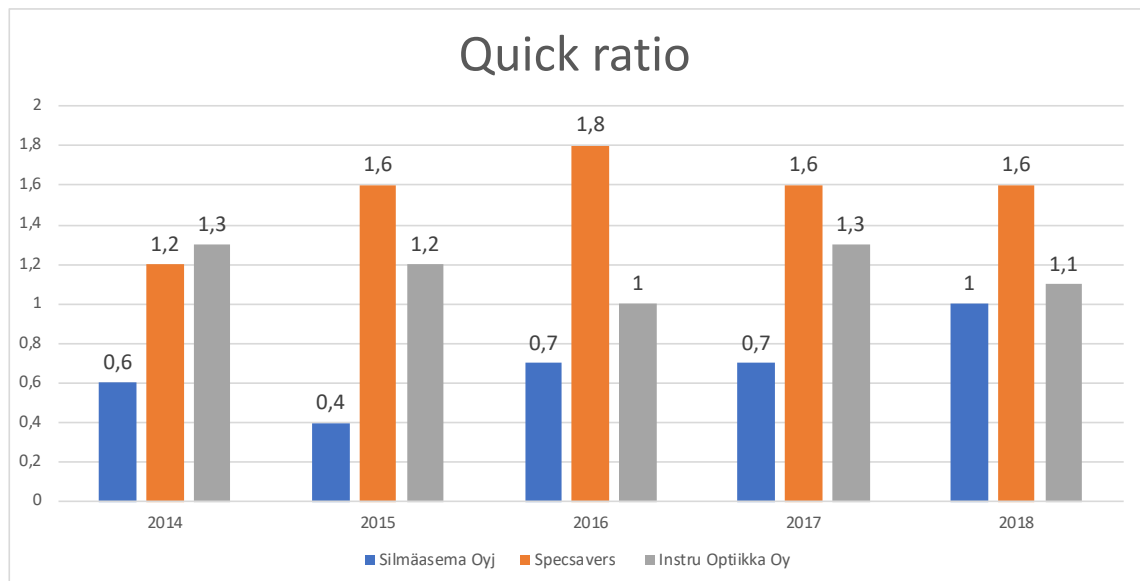
Quick ratio saadaan laskemalla yhteen lyhytaikaiset saamiset, rahat ja pankkisaamiset sekä rahoitusarvopaperit ja jakamalla kyseinen summa lyhytaikaisen vieraan pääoman ja lyhytaikaisten saatujen ennakkomaksujen erotuksella. Yrityksen rahoitusomaisuuden ajatellaan kattavan kokonaan lyhytaikaisten velkojen määrän, jos tunnusluku saa arvon 1. (Alma Talent 2020.)

Quick ratiota on syytä tarkastella kehityksen näkökulmasta. Tunnusluku sopii myös hyvin toimialan yritysten vertailuun. Tunnuslukua tarkastellessa on hyvä ottaa huomioon se, että saatu quick ration arvo kuvaa vain tilinpäätöshetken tilannetta. Quick ratio voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

- |                        |             |
|------------------------|-------------|
| - yli 1,5 prosenttia   | Erinomainen |
| - 1 – 1,5 prosenttia   | Hyvä        |
| - 0,5 – 1 prosenttia   | Tyydyttävä  |
| - 0,3 – 0,5 prosenttia | Välttävä    |
| - alle 0,3 prosenttia  | Heikko      |

(Alma Talent 2020.)

Kuvassa 20 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden quick ration kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 14. Quick ratio.

Silmäasema Oyj:n quick ration arvo on vaihdellut 0,4-1 välillä. Ohjearvojen perusteella voidaan sanoa, että Quick ration arvo on vaihdellut välttävän ja hyvän tason välillä. Silmäasema Oyj:n quick ration arvoa laskee se, että Silmäasemalla on lyhytaikaista velkaa paljon, mikä rasittaa yrityksen maksuvalmiutta. Silmäasema Oyj:n quick ration arvo jäädessä alle yhden lähes vuosittain, lyhytaikaista velkaa on vähemmän kuin likviditeettiä. (Salmi 2012, 202.)

Specsaversin quick ratio on ollut mukaan lukematta vuotta 2014 erinomaisella tasolla. Vuonna 2014 Specsaversin Quick ratio on ollut 1,2 eli ohjearvojen mukaan hyvällä tasolla. Instru Optiikka Oy:n quick ration arvo on ollut koko tarkastelujakson aikana hyvällä tasolla ohjearvojen mukaan. Specsaverillä ja Instru Optiikalla on huomattavasti vähemmän lyhytaikaista velkaa, minkä vuoksi yritysten quick ration arvot ovat Silmäasema Oyj:n arvoja parempia.

### 5.5.2 Current ratio

Current ratio on tunnusluku, joka mittaa yrityksen maksuvalmiutta ja rahoituspuskuria. Tunnusluku vertaa likvidejä yrityksen varoja suhteessa lyhytaikaisiin velkoihin. Yrityksen maksuvalmius tarkoittaa kykyä selviytyä maksuista ajallaan ja mahdollisimman edullisesti. (Alma Talent 2020.)

Current ration tarkoituksena on mitata nettokäyttöpääomansuhdetta, joten tunnusluku tarkastelee maksuvalmiutta koko nettokäyttöpääoman huomioiden. Tällöin tunnuslukuun otetaan mukaan myös vaihto-omaisuus, vaikka se on todellisuudessa realisoitavissa vasta esimerkiksi yritystoiminnan epäonnistuessa. (Salmi 2012, 202-203.)

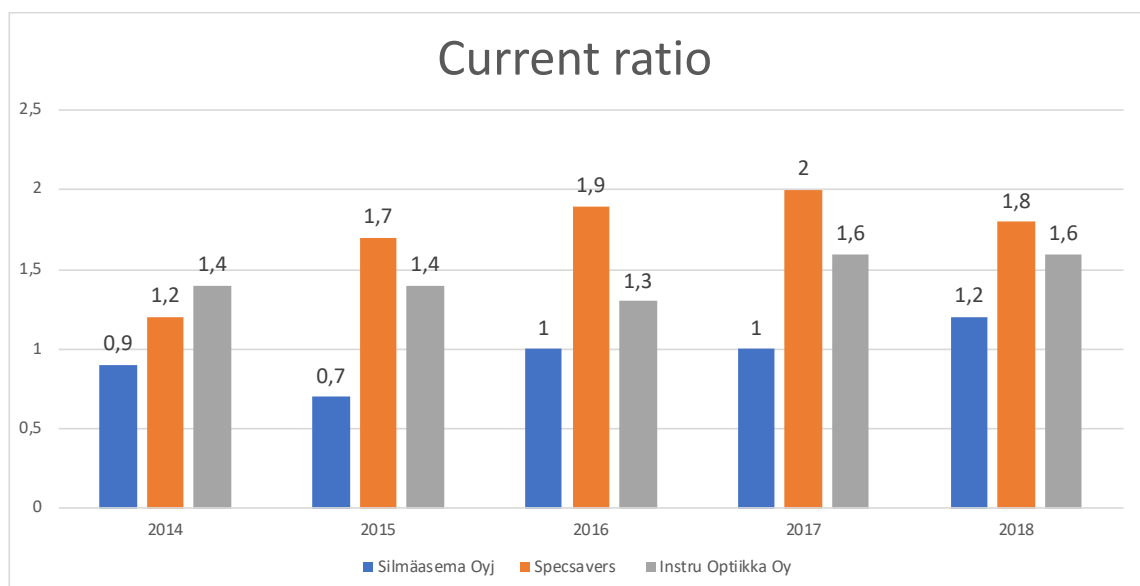
Current ratio saadaan, kun vaihto-omaisuus, lyhytaikaiset saamiset, rahat ja pankkisaamiset sekä rahoitusomaisuusarvopaperit lasketaan yhteen ja jaetaan lyhytaikaisella vieraalla pääomalla. (Alma Talent 2020.)

Current ratio voidaan tarkastella seuraavien ohjearvojen pohjalta:

- yli 2,5 prosenttia Erinomainen
- 2 – 2,5 prosenttia Hyvä
- 1,5 – 2 prosenttia Tyydyttävä
- 1 – 1,5 prosenttia Välttävä
- alle 1 prosentti Heikko

(Alma Talent 2020.)

Kuvassa 21 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden current ration kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 15. Current ratio.

Vuosina 2014 ja 2015 Silmäasema Oyj:n current ration arvo on jäänyt alle yhden, joten näinä vuosina Silmäasema Oyj:n current ration arvot ovat jääneet heikolle tasolle. Seuraavina vuosina Silmäasema on saanut nostettua current ration arvon yhteen ja vuotena 2018 arvo oli 1,2. Silti arvot ovat jääneet välttävälle tasolle. Huomioitavaa on myös se, että Silmäaseman maksuvalmiuteen vaikuttaa myös se, että vaihto-omaisuus ei välttämättä ole Silmäasema Oyj:n käytettävissä lyhytaikaisten velkojen hoitamiseen tarvittaessa (Salmi 2012, 203).

Specsaversin ja Instru Optiikan current ration arvot ovat tarkastelujakson aikana saaneet paljon parempia arvoja. Vuotta 2014 lukuun ottamatta Instru Optiikka on onnistunut saavuttamaan parhaimman current ration arvon. Vuonna 2017 Instru Optiikka on onnistunut saavuttamaan ohjearvojen perusteella current ratiolle hyvän tason.

### **5.5.3 Vaihto-omaisuuden kiertoaika**

Vaihto-omaisuuden kiertoaika on tunnusluku, jonka tarkoituksena on kuvata varastoinnin tehokkuutta yrityksessä. Tunnusluvun tarkoituksena on mitata päivien määrää, jonka tavara viipyy varastossa. Esimerkiksi juuri erilaisissa kauppaliikkeissä vaihto-omaisuuden kiertojalla on suuri merkitys esimerkiksi juuri tulorahoituksen riittävyyden kannalta. (Alma Talent 2020.)

Tunnusluvun tarkoituksena on kertoa aika, jossa varastoon liittyvät menot ovat sitoutuneena ennen sitä, kun varat vapautuvat varastosta. Huomiota tulisi myös tunnusluvun ohella kiinnittää varaston kokoon. (Salmi 2012, 212.)

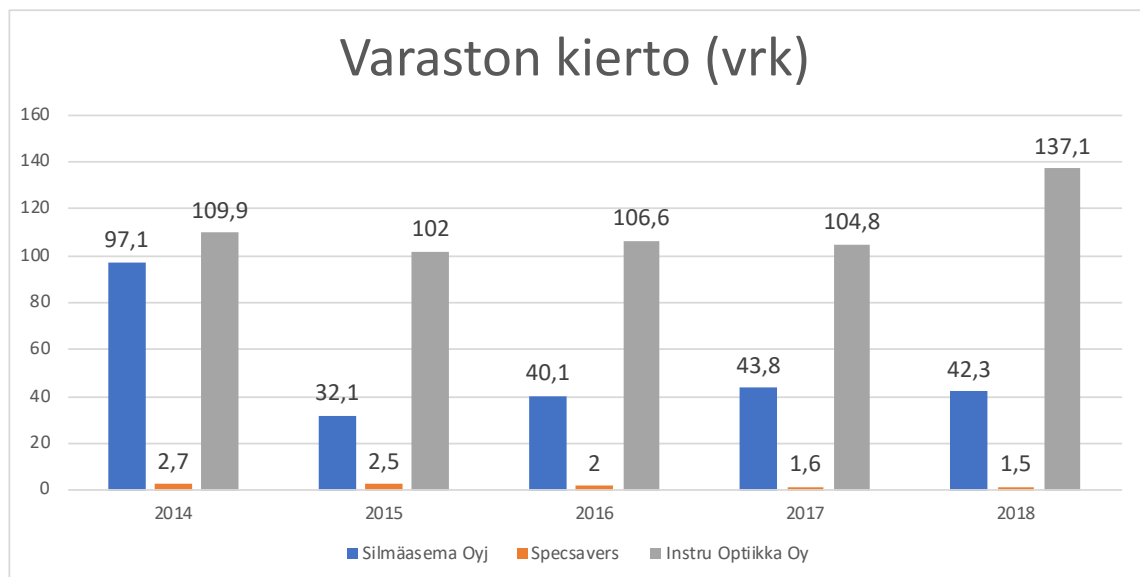
Vaihto-omaisuuden kiertoaika saadaan, kun vaihto-omaisuudesta vähennetään vaihto-omaisuuden ennakkomaksut ja näiden erotus jaetaan tilikauden aine- ja tarvikekäytön määrällä. (Alma Talent 2020.)

Mikäli vaihto-omaisuuden kiertoaika saa pienen arvon, yrityksen varastonhallinta toimii tehokkaasti. Jos arvo jää suureksi, yrityksen tulisi tehostaa varastonhallintaa, sillä se sitoo yrityksen käyttöpääomaa. (Alma Talent 2020.)

Vaihto-omaisuuden kiertoaika on hyvin toimialakohtainen tunnusluku, joten sille ei ole yleisiä ohjearvoja, vaan tunnuslukua tulisi verrata toimialan sisällä. (Alma Talent 2020.)



Kuvassa 22 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden varaston kiertoaajan kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 16. Vaihto-omaisuuden kiertoaika.

Silmäasema Oyj:n varaston kiertoaika on ollut korkein vuonna 2014, jolloin se on ollut noin 97 päivää. Vuoden 2014 jälkeen kiertoaika on lyhentynyt huomattavasti, ja ollut keskimäärin noin 40 päivän luokkaa.

Specsaversin varaston kiertoaika on analyysin yrityksistä ollut huomattavasti alhaisin ollen 1,5-2,7 päivän väliltä jokaisena tarkastelujakson vuotena. Instru Optiikka Oy:n varaston kiertoaika on analyysin yrityksistä selvästi korkein. Se on ollut korkeimmillaan vuonna 2018, jolloin se on ollut 137,1 päivää. Muina tarkastelujakson vuosina Instru Optiikka Oy:n varaston kiertoaika on ollut yli 100 päivää. Erot varaston kiertoaajoissa johtuvat analyysin yritysten erilaista tavoista hallita varastojaan. Esimerkiksi voi olla, että Specsavers ei pidä suuria varastoja, vaan yritys tilaa tuotteet alihankkijoiltaan vasta varsinaisten asiakastilausten syntyessä.

#### 5.5.4 Myyntisaamisten kiertoaika

Myyntisaamisten kiertoaika on tunnusluku, joka kertoo, kuinka monta päivää yrityksen liikevaihto on saamisia, ennen kuin realisoituu kassaan. Tunnusluvun tarkoituksena on mitata perinnän ja maksuaikojen tehokkuutta. Yrityksen tarjotessa asiakkaille pitkiä maksuaikoja, asiakkaat maksavat laskunsa hitaammin. Tällöin

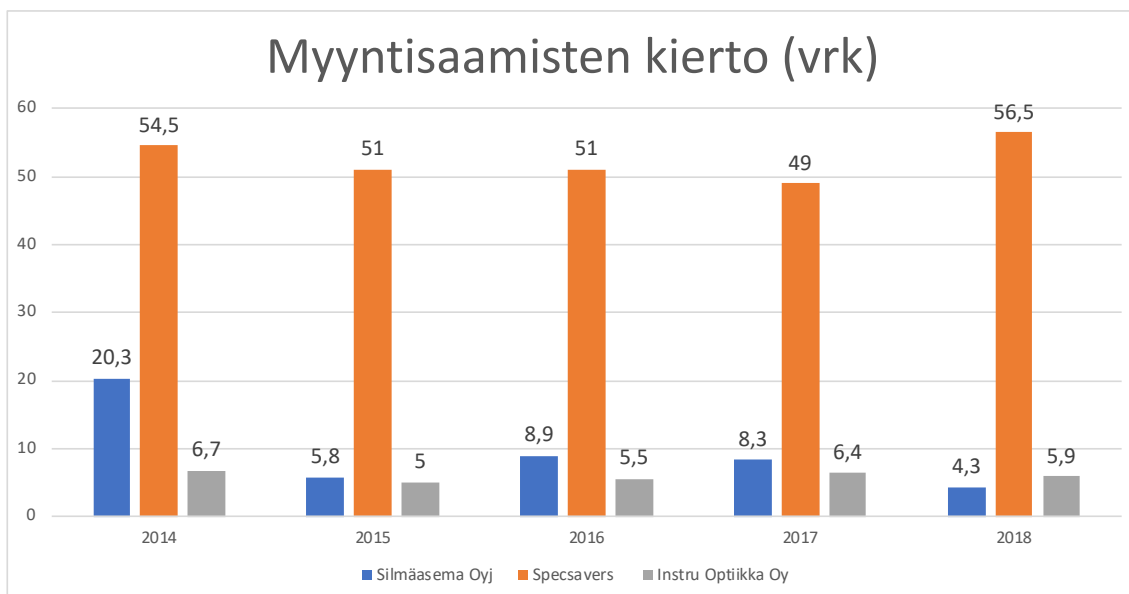
yrittäjällä sitoutuu enemmän käyttöpääomaa omiin prosesseihinsa. Jos yritys onnistuu lyhentämään myyntisaamisten kiertoaikaa, paranee yrityksen maksuvalmiutta. (Alma Talent 2020, tunnuslukuopas; Certum 2019; Salmi 2012, 214.)

Myyntisaamisten kiertoaika laskentaan jakamalla myyntisaamisten määrä yrityksen tilikauden liikevaihdolla. Yrityksen perintä toimii sitä paremmin, mitä nopeammin yrityksen myyntisaamiset kiertävät. Mikäli yritys onnistuu tehostamaan myyntisaamisten kiertoaan, tulorahoituksen riittävyys ja likviditeetti paranee. (Alma Talent 2020.)

Ihanteellinen tilanne likviditeetin kannalta on sellainen, jossa yrityksen myyntisaamisten ja ostovelkojen kiertoaikat ovat suurin piirtein yhtä suuret. Tärkeää on se, että kiertonopeuden arvot eivät ole liian suuria, jotta käyttöpääoma ei sitoudu yrityksen prosesseihin liian pitkäksi aikaa. (Alma Talent 2020.)

Myyntisaamisten kiertoaika on toimialakohtainen tunnusluku, joten sitä kannattaa verrata toimialan keskimääräisiin arvoihin. Myyntisaamisten kiertoaajan arvo määräytyy suuresti toimialalla olevien maksuaikojen perusteella. Tunnuslukua tarkastellessa on myös hyvä muistaa se, että tunnusluku on sitoutunut tilinpäätösajan kohtaan, jolloin myyntisaamiset saattavat poiketa normaalista tasosta. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 23 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden myyntisaamisten kiertoaajan kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 17. Myyntisaamisten kiertoaika.

Silmäasema Oyj:n myyntisaamisten kiertoaika on ollut vuonna 2014 20,3 päivää, ja vuoden 2014 jälkeen myyntisaamisten kiertoaika on ollut alle 10 päivää. Silmäasema Oyj:n pääomarakenne ja tuloksen tuotto kyky eivät toisaalta välttämättä sallisi pidempää myyntisaamisten kiertoaikaa.

Specsaversin myyntisaamisten kiertoaika on analyysin yrityksistä selvästi korkein. Arvo on tarkastelujakson aikana ollut 50 päivän molemmilla puolilla. Specsaversin myyntisaamisten kiertoaika on pitkä, sillä tyypillisesti asiakkaille myönnettävä nettomaksuaika on enintään 30 vuorokautta. Specsaversin korkea myyntisaamisten kiertoaika johtuu todennäköisesti siitä, että yrityksellä on paljon yritysasiakkaita, joille myönnetään yksityisasiakkaita pidempiä maksuaikoja. Specsaversin yritysasiakkaat tulevat suurimmaksi osaksi Terveystalon kanssa solmitun yhteistyön kautta. Yksityishenkilöt maksavat ostonsa käteisellä useimmiten.

Instru Optiikka Oy:n myyntisaamisten kiertoaika on ollut analyysin yrityksistä kaikkina tarkastelujakson vuosina huomattavasti alhaisin. Alhaisimmillaan se on ollut 2015, jolloin se on ollut ainoastaan viisi päivää.

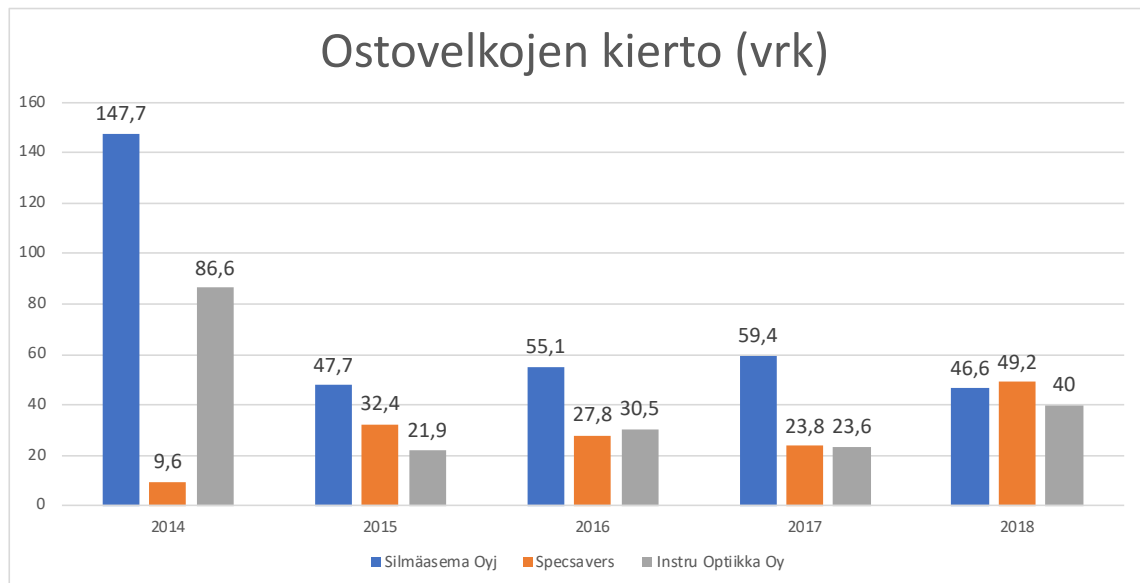
### 5.5.5 Ostovelkojen kiertoaika

Ostovelkojen kiertoaika on tunnusluku, joka kertoo, kuinka paljon yritys käyttää tavarantoimittajien myöntämää rahoitusta omien ostojensa rahoittamiseen. Tunnusluvun tarkoituksena on kertoa, kuinka monta päivää yrityksellä keskimäärin menee ostojensa maksuun. (Alma Talent 2020.)

Ostovelkojen kiertoaika lasketaan jakamalla yrityksen ostovelat tilikauden aine- ja tarvikeostojen määrällä. Ostovelkojen kiertoaikalle ei ole yleispäteviä ohjeita, vaan arvoja tulisi verrata toimialan sisällä. Tunnusluvun arvoja tulisi verrata toimialalla vallitseviin maksuaikoihin. Jos yrityksen arvo poikkeaa voimakkaasti toimialan yleisistä maksuajoista, kannattaa yrityksen taloudellista asemaa tarkastella tarkemmin. Huomiota tulisi myös kiinnittää kiertoaikojen pidentymisiin. Mikäli yrityksen kiertoaikat pidentyvät, se voi olla merkki yrityksen heikentyneestä maksuvalmiudesta. (Alma Talent 2020.)

Mitä lyhyempiä ostovelkojen kiertoaikat ovat, sitä nopeammin yritys on pystynyt maksamaan ostovelkansa ja hyödyntämään mahdolliset käteisalennukset. Myyntisaamisten kiertoaikan tapaan ostovelkojen kiertoaikan heikkoutena voidaan pitää sen sitoutumista tilinpäätöspäivään. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 24 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden ostovelkojen kiertoaikan kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 18. Ostovelkojen kiertoaika.

Silmäasema Oyj:n ostovelkojen kiertoaika on vielä 2014 ollut melko pitkä, melkein 150 päivää. Vuosina 2015-2018 ostovelkojen kiertoaika on ollut 40-50 päivän väliltä. Tunnusluvun arvojen perusteella voidaan päätellä, että Silmäasema Oyj:llä menee suhteellisen pitkä aika omien ostojensa maksuun. Vuoden 2014 ostovelkojen kiertoajan korkea arvo johtuu siitä, että tilikauden aikana yhtiöllä oli ostoja noin 6,4 miljoonan euron arvosta ja ostovelkoja noin 5,1 miljoonan euron arvosta. Vuonna 2015 ostovelkojen määrä nousi vain noin 600 000 eurolla, vaikka tilikauden ostot olivat yhteensä noin 21 miljoonaa euroa. Tilikauden 2015 aikana Silmäasema Oyj on onnistunut rahoittamaan ostojaan ostovelkojen sijasta esimerkiksi tulorahoituksen avulla.

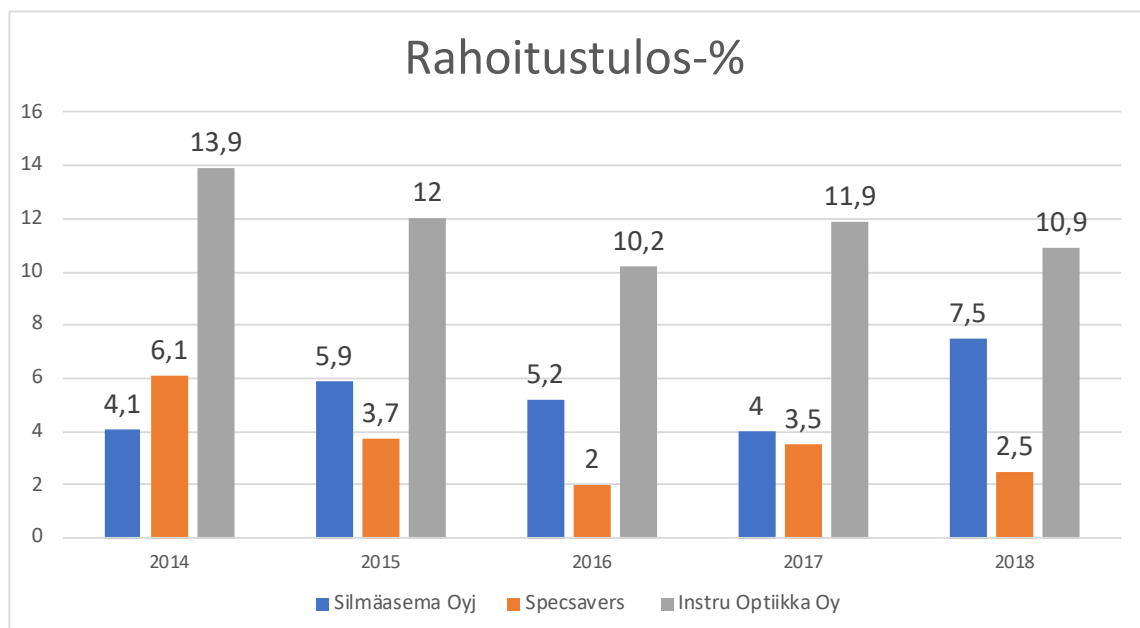
Instru Optiikka Oy:n ostovelkojen kiertoaika on ollut vuonna 2014 lähes 90 päivää. Muina vuosina ostovelkojen kiertoaika on ollut huomattavasti maltillisempi. Se on pienimmällään ollut noin 24 päivää. Specsaversin ostovelkojen kiertoaika on ollut 2014 ainoastaan alle 10 päivää. Muinakin tarkastelujakson vuosina ostovelkojen kiertoaika on ollut Specsaversin kohdalla hyvin maltillinen. Se on lähes vuosittain ollut alhaisin verrattessa sitä Silmäasema Oyj:n ja Instru Optiikka Oy:n. Tämän perusteella voidaan tehdä tulkinta, että Specsavers ja Instru Optiikka Oy maksaa keskimäärin omat ostonsa nopeammin kuin Silmäasema Oyj.

## 5.5.6 Rahoitustulosprosentti

Rahoitustulos saadaan, kun yrityksen nettotulokseen lisätään poistot ja arvonalentumiset. Yrityksen lainojen lyhennykset, investointien omarahoitusosuudet, käyttöpääoma lisäykset ja voitonjako tulee pystyä kattamaan rahoitustuloksella. (Yritystutkimus ry 2011, 62.)

Yrityksen negatiivinen rahoitustulos kertoo usein siitä, että yritys on joutunut maksamaan juoksevia rahoituskuluja esimerkiksi lisävelan avulla. Rahoitustulosprosenttia tulkitessa on hyvä muistaa, että tunnusluku ei kerro koko totuutta yrityksen kassavirroista. Rahoitustulosprosentti on myös hyvin toimialakohtainen tunnusluku, joten sille on haasteellista antaa ohjearvoja. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 25 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden rahoitustulosprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 19 Rahoitustulosprosentti

Silmäasema Oyj rahoitustulosprosentti on tarkastelujakson aikana kehittynyt positiiviseen suuntaan. Vuonna 2018 Silmäasema Oyj:n rahoitustulosprosentti oli 7,5 prosenttia.

Instru Optiikka Oy:n rahoitustulosprosentti on ollut selvästi Silmäaseman ja Specsaversin vastaavaa tunnuslukua korkeampi koko tarkastelujakson aikana.

Specsaversin rahoitustulosprosentti on tarkastelujakson aikana mukaan lukematta vuotta 2014 ollut Silmäasemaa ja Instru Optiikkaa alhaisempi.

Staattiselta maksuvalmiudella mitattuna Instru Optiikan maksuvalmius on analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla. Specsaversin maksuvalmiuden kiertonopeudet myyntisaamisten kiertonopeutta lukuun ottamatta ovat keskimääräisesti analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla. Instru Optiikka Oy:n dynaaminen maksuvalmius on analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla.

## **5.6 Kasvu**

Kasvu on yritykselle useasta syystä välttämättömyys. Yrityksen kulut eivät usein laske. Yrityksen ei myöskään ole mahdollista parantaa kannattavuuttaan ilman, että liikevaihtoa saadaan kasvatettua. Markkinoiden kasvaessa yritys menettää markkinaosuuttaan, mikäli se ei kasva. Yrityksen kehittyessä, ei tuloksia voi saada esiin ilman kasvua. Kasvun avulla voidaan antaa positiivinen kuva yrityksen ennusteista. (Salmi 2012, 250-251.)

Kasvu vaatii usein investointeja, jolloin yrityksen kapasiteetti nousee. Kasvu edellyttää kuitenkin usein, että yrityksen kannattavuus, vakavaraisuus ja maksuvalmius on kunnossa. Yrityksen tulisi hakea tervettä kasvua, jolloin yritys rahoittaa kasvunsa pääosin tulorahoituksen avulla. (Salmi 2012, 251.)

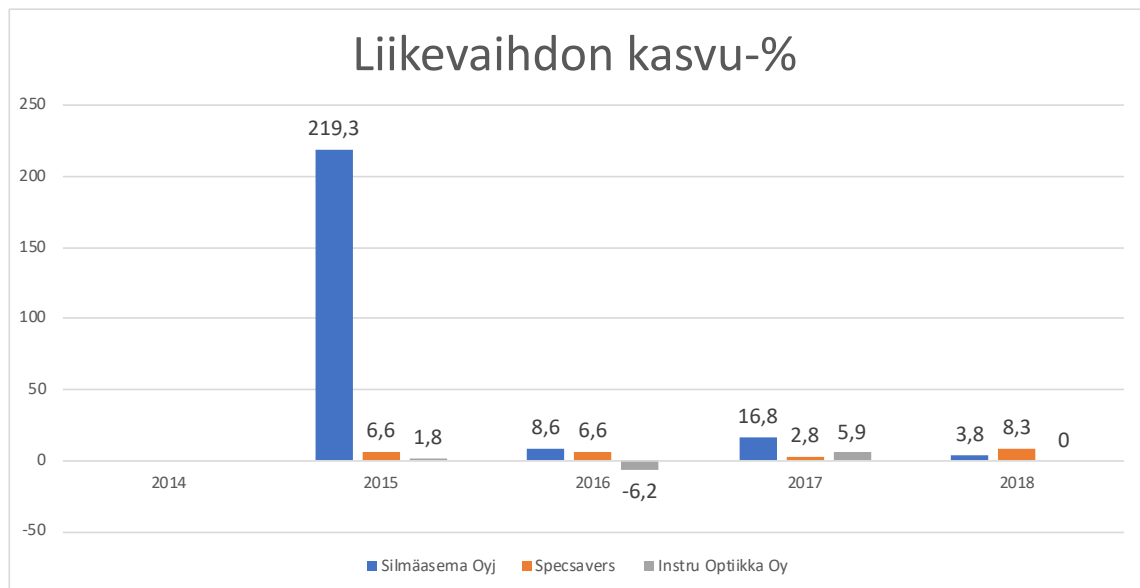
### **5.6.1 Liikevaihdon kasvuprosentti**

Liikevaihdon kasvuprosentti on tunnusluku, jonka tarkoituksena on mitata yrityksen liiketoiminnan kasvua ja myyntimenestystä. Liikevaihdon kasvuun vaikuttaa tuote- ja palvelutarjonnan kasvu, myyntihintojen nousu sekä yritysrakenteessa tapahtuvat muutokset. (Alma Talent 2020.)

Liikevaihdon kasvuprosentti saadaan, kun tilikauden liikevaihdosta vähennetään edellisen tilikauden liikevaihto ja näiden erotus jaetaan edellisen tilikauden liikevaihdolla. Tunnusluvulle ei ole olemassa ohjearvoja, sillä sen kehitys riippuu suuresti toimialan kehityksestä. Kasvun täytyy minimissään ylittää inflaatio, tai muuten voidaan sanoa, ettei yritys ole saanut aikaan laisinkaan reaalista kasvua. (Alma Talent 2020.)

Eri toimialoilla yritysten kasvu voi olla hyvin erilaista. Esimerkiksi rakennusliikkeillä liikevaihto koostuu kertasuorituksista, joten tunnusluvun arvo voi vaihdella voimakkaasti. Konserniyrityksillä kasvu voi johtua esimerkiksi yritysten välisistä liiketoimintasiirroista. (Alma Talent 2020.)

Kuvassa 26 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden liikevaihdon kasvuprosentin kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 20. Liikevaihdon kasvuprosentti.

Silmäasema Oyj:n liikevaihdon kasvu on ollut analyysin yrityksistä suurinta. Vuoden 2014 liikevaihdon suuri kasvu edelliseen vuoteen verrattuna johtuu todennäköisesti siitä, että vuoden 2015 jälkeen Silmäasema Oyj:n saatavilla olevat tilinpäätöstiedot on raportoitu konsernitilinpäätöksessä, jossa toiminta on esitetty huomattavasti laajempina. Silmäasema Oyj:n kasvua rajoittaa yhtiön korkea velkaisuus, sillä kasvun rahoittaminen lisälainan avulla voi hankaloitua yrityksen ollessa korkeasti velkaantunut. (Alma Talent 2020.)

Specsaversin liikevaihdon kasvu on vuosina 2015 ja 2016 ollut tasaista ja liikevaihto on kasvanut vuosittain 6,6 prosenttia. Suurimman kasvun Specsavers on tehnyt vuodesta 2017 vuoteen 2018, jolloin liikevaihto on kasvanut 8,3 prosenttia. Liikevaihdon kasvun osalta Specsaverin tilannetta voidaan pitää ihanteellisena, sillä jokaisena tarkastelujakson vuotena kasvu on ollut positiivista ja suhteellisen tasaista.



Vuonna 2015 Instru Optiikka Oy:n kasvu on ollut hyvin maltillista. Liikevaihto on kasvanut vuodesta 2014 vuoteen 2015 vain 1,8 prosenttia. Vuoteen 2016 liikevaihto on laskenut 6,2 prosenttia. Vuoteen 2017 Instru Optiikka Oy sai kasvatettua liikevaihtoaan 5,9 prosenttia. Kuitenkin vuonna 2018 liikevaihdon kasvu pysähtyi, eikä liikevaihto kasvanut ollenkaan edelliseen vuoteen verrattuna.

## **5.7 Muut tunnusluvut**

Muista mahdollisista tunnusluvuista opinnäytetyön tunnuslukuanalyysiin on valittu Prihtin Z-luku mittaamaan yritysten konkurssialttiutta sekä tehokkuuden tunnusluvuista liikevaihto/henkilö. Luokitus- ja kriisitunnusluvuista tunnuslukuanalyysiin sisällytetään Z-luku, sillä tunnusluvun arvojen tulkinta on hyvin yksiselitteistä.

### **5.7.1 Prihtin Z-luku**

Prihtin Z-luku on Aatto Prihtin kehittämä konkurssitunnusluku. Tunnusluku perustuu teoreettiseen malliin, jossa yritys nähdään peräkkäisinä investointeina. Mallissa ensimmäinen hypoteesi on, että toimivien yritysten tulo-rahoitus pystyy kattamaan rahoituksen maksuvaatimukset. Prihtin toisen hypoteesin mukaan yrityksen konkurssiajankohta on ensimmäinen sellainen ajankohta, jolloin yrityksen lisäluoton tarve ylittää yrityksen saatavissa olevan luoton määrän. Viimeisessä vaiheessa yritys joutuu tilanteeseen, jossa se ottaa lisälainaa yksipuolisena luotana sidosryhmiltä. (Alma Talent 2020.)

Prihtin mukaan konkurssiprosessi koostuu kolmesta vaiheesta. Ensin yrityksen tulo-rahoitus loppuu. Seuraavaksi yritykseltä loppuu rahoitusmarkkinoilta lainattavissa olevat varat. Viimeisessä vaiheessa yrityksen ostovelkarahoitus loppuu. (Alma Talent 2020.)

Prihtin esittämät konkurssiprosessin vaiheet voidaan kuvata myös seuraavien tunnuslukujen avulla:

#### **Tulo-rahoituksen loppuminen**

Tunnusluku  $X1 = 100 * (\text{Tulojäämä } 1 - \text{Verot}) / \text{Taseen loppusumma}$

## Rahoitusmarkkinoilta lainattavissa olevien varojen loppuminen

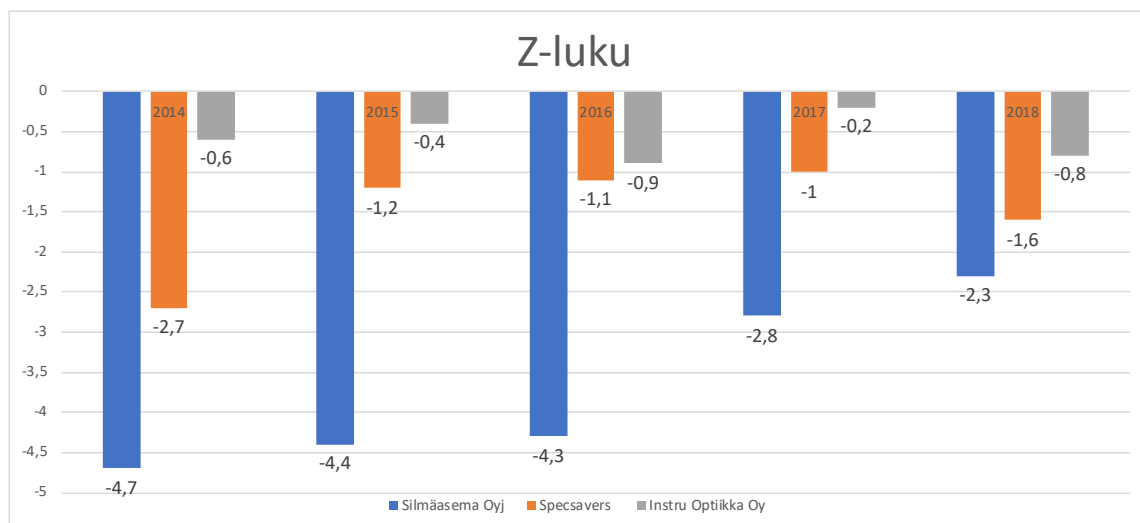
Tunnusluku X2= 100\* Vieras pääoma / Taseen loppusumma

## Ostovelkarahoituksen loppuminen

Tunnusluku X3= 100\* (Rahoitusomaisuus- lyhytaikaiset velat) / Taseen loppusumma

Näiden tunnuslukujen avulla voidaan laskea Prihtin Z-luku seuraavan kaavan perusteella:  $0.049 * X1 + 0.021 * X2 - 0.048 * X3$ . Prihtin Z-luvun kriittisenä arvona voidaan pitää -4,5, jota pienempiä arvoja saaneet yritykset luetaan konkurssiyrityksiksi. (Lohi 2011.)

Kuvassa 27 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden Z-luvun kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 21. Prihtin Z-luku.

Kuvan 26 perusteella voidaan sanoa, että vuosina 2014 - 2016 Silmäasema Prihtin Z-luvun arvoja voidaan pitää hälyttävinä. Prihtin Z-luvun kriittinen arvo on -4,5, ja tunnusluvun arvon on vuonna 2014 jäänyt Silmäasemalla kyseisen arvon alapuolelle. Vuonna 2014 Silmäaseman suhteellinen velkaantuneisuus oli yli 230 prosenttia, joten huomioiden, miten Prihtin Z-luku lasketaan, on suhteellinen velkaantuneisuus varmasti yksi selittävä tekijä tunnusluvun heikolle arvolle. Huomiointavaa on kuitenkin se, että vuosina 2017 ja 2018 Silmäaseman Prihtin Z-luvun arvot ovat huomattavasti parempia.

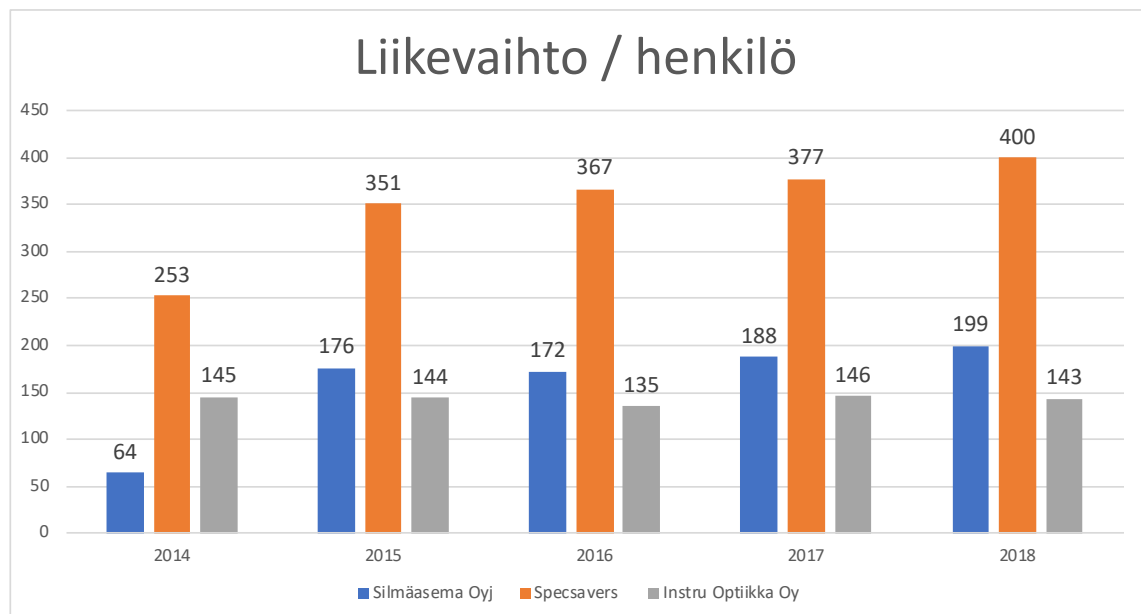
Jokaisena tarkastelujakson vuotena sekä Specsaversin että Instru Optiikka Oy:n Prihtin Z-luvun arvot ovat Silmäasemaa huomattavasti parempia. Erityisesti Instru Optiikka Oy:n Prihtin Z-luvun arvot ovat tarkastelujakson aikana todella hyvällä tasolla, useana vuotena lähellä nollaa.

### 5.7.2 Liikevaihto/henkilö

Liikevaihto per henkilö on tehokkuuden tunnusluku, joka lasketaan jakamalla tilikauden liikevaihto tilikauden keskimääräisellä henkilöstömäärällä. Tunnusluvun arvo muodostuu korkeaksi esimerkiksi kaupan alalla ja matala esimerkiksi palvelualalla. (Alma Talent 2020.)

Tunnuslukua tulkitessa on hyvä muistaa, että yritys voi ostaa osan henkilöstöpalveluistaan ulkopuolisina palveluina. Tällöin käytetty työmäärä ei kerrytä henkilöstömäärässä. (Alma Talent 2020.)

Kaaviossa 28 on esitelty Silmäasema Oyj:n sekä analyysiin valittujen kilpailijoiden liikevaihto per henkilön kehitystä vuosilta 2014 - 2018.



Kuva 22. Liikevaihdon/henkilö.

Specsaversin lukua vääristää se, että tilinpäätöksen henkilöstömäärä ei ota huomioon esimerkiksi yrittäjäjohtoisia liikkeitä tai Franchising -liikkeitä. Instru Optiikka Oy:n ja Silmäasema Oyj:n liikevaihdot henkilöä kohden ovat melko samansuuruisia vuoden 2015 jälkeen.

## **6 Analyysimallit**

### **6.1 Kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet**

#### **6.1.1 Nissen**

Nissenin vahvuuksiin kuuluu analyysin perusteella selkeästi toimiva hinnoittelu-strategia. Nissen käyttää laajasti tarjouskampanjoita. Analyysin perusteella voi-daan sanoa, että Nissen onnistuu käyttämään hyvin erilaisia pakettitarjouksia. Lisäksi tarjouskampanjat ovat usein onnistunutta psykologista hinnoittelua, sillä useasta Nissen käyttää edulliselta näyttäviä hintoja, jotka houkuttelevat asiak-kaita puoleensa.

Nissenin strategisena etuna voidaan myös pitää Instru Optiikka Oy:hyn kuulu-mista. Instru Optiikka Oy on analyysiin kuuluneen tunnuslukuanalyysin perus-teella saavuttanut vakavaraisuudella, kannattavuudella sekä maksuvalmiudella mitattuna hyvän tason. Instru Optiikka Oy:hyn kuuluminen antaa Nissenille pie-nempänä toimijana paljon taloudellista pelivaraa.

Nissenin heikkoutena voidaan pitää sitä, että yritykselle ei ole myymälöitä niin paljon kuin sen analyysiin valituilla kilpailijoilla. Toisin sanoen Nissenin saatavuus ei ole aivan kilpailijoidensa tasolla.

Toisena Nissenin heikkoutena analyysin perusteella on se, että Nissenin palvelun tarjonta ei esimerkiksi yllä silmäsairaalapalveluihin, joita muun muassa Silmä-asema Oyj tarjoaa.

#### **6.1.2 Instrumentarium**

Instrumentariumin vahvuutena voidaan Nissenin tapaan pitää Instru Optiikka Oy:hyn kuulumista. Instru Optiikka Oy on analyysissä olleen tunnuslukuanalyysin perusteella onnistunut saavuttamaan taloudellisesti hyvän aseman.

Instrumentarium etuna voidaan pitää sitä, että yritys on optisella alalla markkina-johtaja. Tämä mahdollistaa yritykselle tietyn kannattavuuden helpommanpa yllä-pidon.

Instrumentariumin saatavuuden tasoa voidaan pitää yrityksen vahvuutena. Instrumentariumilla on 150 myymälää Suomessa ja lisäksi 25 myymälää Virossa. Lisäksi etuna voidaan pitää sitä, että Instrumentarium on strategisesti tehnyt valinnan, että yrityksellä on sekä omia että franchising –liikkeitä.

Instrumentariumin vahvuutena voidaan pitää myös sitä, että yritys toimii yhteistyössä Silmäsairaala Valon kanssa. Tämä laajentaa Instrumentarium tarjoamaa palveluvalikoimaa runsaasti ja antaa yritykselle kilpailuedun suhteessa toimialan muihin yrityksiin. Muihin silmäsairaaloihin verrattuna Instrumentariumin etuna on se, että yritys tarjoaa silmäsairaalapalveluiden lisäksi myös optikkopalveluita.

Instrumentariumin heikkoutena voidaan pitää korkeita hintoja. Korkea hintataso vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen heikentävästi. Aikaisemmin esitetystä linsien hintoja kuvaavassa taulukosta ilmeni se, että keskimääräisesti Instrumentarium hinnat kaikissa linssivaihtoehdoissa olivat muita analyysin yrityksiä korkeampia.

Instrumentariumin heikkoutena voidaan pitää sitä, että yritys ei kuulu mihinkään etuohjelmaan, joka kannustaisi asiakkaita keskittämään ostoksiaan Instrumentariumille. Instrumentarium on aikaisemmin kuulunut Plussa-ohjelmaan, josta yritys kuitenkin on luopunut vuonna 2015.

### **6.1.3 Specsavers**

Specsaversin etuna voidaan pitää sitä, että yritys tarjoaa Terveystalon työterveysasiakkaille etuohjelmaa. Tämä tuo Terveystalon kautta yritykselle asiakkaita.

Huolimatta siitä, että Nissen on onnistunut tarjouskampanjoiden avulla tarjoamaan asiakkailleen edullisia tuotteita, on Specsaversin tuotteet ja palvelut toimialan edullisimpia.

Specsaversin heikkoutena voidaan pitää sitä, että yrityksellä on heikompi markkinaosuus muihin analyysin yrityksiin verrattuna.

Tunnuslukuanalyysin sekä tilinpäätösanalyysin perusteella voidaan sanoa, että Specsavers on onnistunut pärjäämään analyysiin valittuihin kilpailijoihin nähden suhteellisen hyvin.

Saatavuuden osalta Specsaversin heikkoutena voidaan pitää sitä, että Specsaversillä on vain 48 myymälää Suomessa. Specsaversin saatavuus Silmäasemaan ja Instrumentariumiin verrattuna on selvästi heikompi.

## **6.2 SWOT-analyysi Silmäasemasta verrattuna kilpailijoihin**

Analyysin tarkoituksena on kuvata SWOT-analyysin avulla Silmäasema Oyj:n vahvuuksia ja heikkouksia sekä mahdollisuuksia ja heikkouksia. Tarkoituksena on kuvata näitä SWOT-analyysin osatekijöitä peilaten analyysin kilpailijayrityksiin.

### **Vahvuudet**

Silmäasema Oyj:n keskeisimpinä vahvuuksina analyysin perusteella voidaan sanoa olevan laaja saatavuus Suomessa. Analyysin yrityksistä Silmäasemalla on eniten myymälöitä Suomessa.

Silmäasema Oyj:n etuna voidaan pitää myös sitä, että yritys tarjoaa silmäsaairaalapalveluita, mikä kasvattaa yrityksen palveluvalikoimaa huomattavasti. Silmäasema Oyj:n silmäsaairaalapalveluiden hinnoittelu on myös analyysin perusteella täysin kilpailukykyistä verrattuna Silmäsaairaala Valoon.

Silmäasema Oyj:n etuna voidaan pitää myös sitä, että Silmäasemalla on vahva markkinaosuus toimialalla. Silmäasema Oyj:n markkinaosuus optisella alalla 2018 oli 27,8 %. Markkinaosuus on vuodesta 2015 kasvanut 5,4 prosenttiyksikköä. (Silmäasema 2019b.)

Silmäasema Oyj:n vahvuutena voidaan pitää myös S-Bonus etuohjelmassa mukana olemista. Tämän ansiosta Silmäasema Oyj saa varmasti asiakkaita, jotka haluavat keskittää ostoksiaan saadakseen mahdollisimman hyvän S-Bonusedun.

Silmäasema Oyj:n vahvuutena voidaan pitää myös laaja palveluvalikoima. Lisäksi Silmäasema on onnistunut saavuttamaan vahvan synergian liiketoimintojen välillä.

Silmäasema on onnistunut myös saavuttamaan parhaimman asiakasuskollisuuden optisen kaupan ketjuista. Tämä auttaa Silmäasemaa varmasti asiakashankinnassa.

Silmäasema on onnistunut kasvattamaan sekä silmälasien että aurinkolasien myynnin volyymia markkinoita nopeammin. Tämä johtuu siitä, että Silmäasema on onnistunut markkinoimaan oikein, käyttämään tehokkaita tarjouskampanjoita, vastaamaan kysyntään valikoimallaan sekä onnistunut luomaan tehokkaan logistisen mallin.

Silmäasema Oyj on analyysin yrityksistä ainut, joka tarjoamaan kokonaisvaltaisen palvelun, jolloin yritys pystyy hyödyntämään synergioita.

### **Heikkoudet**

Silmäasema Oyj:n heikkouksina voidaan pitää sitä, että yritys ei ole niin tunnettu hinnoittelukampanjoista kuin esimerkiksi Nissen.

Tunnuslukuanalyysin perusteella voidaan sanoa, että Silmäasema Oyj:n kannattavuus ei ole samalla tasolla kuin esimerkiksi Instru Optiikalla. Silmäasema Oyj:n myyntikate- ja käyttökateprosentin avulla mitattuna jäänyt jälkeen Instru Optiikka Oy:stä. Liikevoittoprosentti on ollut Specsaversiä parempi, mutta jäänyt Instru Optiikasta jälkeen. Erityisesti kannattavuuden tunnusluvuista nettotulosprosentista huomaa, että Silmäasema ei kykene samalla tavalla tulorahoituksen avulla tuottamaan tulosta kuin esimerkiksi Instru Optiikka Oy:n kokonaisuus.

Vakavaraisuus ei Silmäasema Oyj:n osalta ole tarkastelujakson aikana ollut hyvälle tasolle. Yrityksen velkaantuneisuuden voidaan sanoa olevan yrityksen heikkous, erityisesti jos talouden yleinen taso lähtee laskuun. Silmäasemalla ei ole samanlaista rahoituspuskuria esimerkiksi laskusuhdannetta varten, kuin Instru Optiikalla.

### **Mahdollisuudet**

Silmäasema Oyj:n mahdollisuutena analyysin perusteella voisi sanoa olevan 3D-tulostamisen kehittäminen. 3D-tulostaminen voisi mahdollistaa esimerkiksi asiak-

kaiden kanssa omien kehysten suunnittelun alusta asti. Silmäasema voisi liikkeis-  
sään yhdessä asiakkaan kanssa suunnitella mieleiset silmälasit, jonka jälkeen  
3D-tulostaa sovituskappaleen. Mahdollisesti 3D-tulostamista voisi hyödyntää  
myös sen kehityttyä asiakkaille tulevien lasien tulostamiseen.

Silmäasema Oyj:n mahdollisuutena voidaan pitää myös erilaisten mobiilisovel-  
lusten kehittämistä. Esimerkiksi voitaisiin kehittää mobiilisovelluksia, joiden avulla  
asiakkaat voisivat sovittaa silmälasia, vaikka kotoa käsin.

Silmäasema voisi saada myyntivolyymiaan kasvatettua keskittymällä uusien koh-  
deryhmien löytämiseen ja niihin kohdentamiseen. Esimerkiksi lapset kohderyh-  
mänä voisivat olla yksi asiakassegmentti, johon Silmäasema voisi keksittyä. Län-  
simaissa lasten likitaitteisuus on lisääntynyt voimakkaasti viimeisen 50 vuoden  
aikana, joten asiakasryhmänä lapset ovat kasvava osuus koko asiakaskunnasta.

Mahdollisesti Silmäasema Oyj voisi kasvattaa myyntiään hyödyntämällä uuden-  
laisia myyntikanavia. Lisäksi mahdollisuutena voidaan pitää verkkokaupan laa-  
jempaa hyödyntämistä, sillä verkon merkitys kasvaa koko ajan. Mahdollisesti asi-  
akkaita voisi myös kannustaa verkkoasiointiin erilaisten tarjousten avulla. Verk-  
koasioiminen vähentäisi myymäläpalvelusta syntyvien kulujen osuutta.

Optisen alan yrityksillä ei ole mahdollisuutta vaikuttaa hintoihinsa voimakkaasti,  
sillä yritykset myyvät pääasiassa samoja tuotteita. Silmäaseman menestymisen  
kannalta olisi hyvä, että Silmäasema kehittäisi lisää omaan brändiinsä sopivia  
tarjouskampanjoita, joiden avulla asiakkaita pystyisi houkuttelemaan.

Mahdollisuutena voisi myös pitää ekologisuuden näkökulman esiin nostamista  
markkinoinnissa yhä laajemmin. Asiakkaat ovat nykyisin hyvin tietoisia ilmaston-  
muutoksesta ja se heijastuu asiakkaiden kulutuskäyttäytymiseen. Silmäasema  
voisi esimerkiksi tuoda markkinoille kierrätysmateriaaleista valmistettuja tuotteita  
tai huomioida ilmastonmuutosta muutoin. Ilmastonmuutokset tulee kuitenkin ai-  
heuttamaan kaupan alalla heijastevaikutuksia raaka-aineiden saatavuuteen ja ja-  
keluun.

Ilmastonmuutokseen liittyen Silmäasema voisi myös harkita esimerkiksi kehysten  
kierrätysjärjestelmää, josta sekä kuluttaja että yritys hyötyisivät. Mahdollisesti



voisi tutkia, olisiko mahdollista, että asiakas toisi omat hyväkuntoiset kehykset linsseineen liikkeeseen uusien lasien oston yhteydessä. Tämän jälkeen asiakkaan vanhat kehykset voisi myydä uudelle kuluttajalle niin sanottuina Second hand -kehyksinä, jotka olisivat uusia kehyksiä edullisempia. Lasit liikkeeseen tuonut asiakas voisi saada alennusta uusista laseistaan.

Silmäasema Oyj:n voisi lisätä palveluvalikoimaan lisää palveluita. Esimerkiksi kuivasilmäisyyteen ei ole tarjolla selkeää hoitopakettia. Palveluvalikoiman laajentaminen olisi hyödyllistä, sillä silmäterveyspalveluille on kasvava kysyntä.

Silmäsairauksien lisääntyessä myös Silmäasema Oyj:n voisi lisätä leikkaussali-kapasiteetin käyttöastetta.

## **Uhat**

Silmäasema Oyj:n sekä koko optisen alan toimijoiden uhkana voidaan pitää kasvavaa terveysturmatkailua Venäjälle ja Viroon. Suomalaisten toimijoiden on vaikea vastata omalla hinnoittelullaan esimerkiksi Venäjän hintatasoon.

Silmäasema Oyj:n uhkana voidaan pitää myös uusien toimijoiden tuleamista toimialalle. Uhkana voisi esimerkiksi olla, että vähittäiskaupat pystyisivät muiden tuotteidensa yhteydessä tarjoamaan tyypillisiä optikkoliikkeiden tuotteita ja palveluita.

Silmäasema Oyj:n liiketoiminnan uhkana voisi olla myös se, jos Instru Optiikka Oy onnistuisi samaan lisää optisen alan ketjua omaan yrityskokonaisuuteensa. Esimerkiksi Silmäaseman liiketoimintaan ja taloudelliseen asemaan voisi vaikuttaa suuresti se, jos Specsaversin Suomen liiketoiminta yhdistyisi Instru Optiikka Oy:n kanssa.

### **6.3 Porterin kilpailija-analyysi**

Uusien tulokkaiden uhkaan Silmäaseman toimialalla liittyy alallepääsyn esteitä. Toimialalla on paljon taloudellisesti suuria yrityksiä, joilla on vakiintunut markkinasema. Lisäksi toimialan vakiintuneilla yrityksillä on vahvaa tuotedifferointia. Muun muassa Nissenin tunnetut hinnoittelupaketit, jotka ovat Nissenille selvä kilpailuetu.

Silmäasema Oyj:n toimialalla nykyisten kilpailijoiden kesken voidaan sanoa olevan intensiivistä kilpailua. Intensiivisen kilpailun voidaan ajatella syntyvän esimerkiksi siitä, että toimialalla on paljon kilpailijoita ja keskeisimmät kilpailijat ovat koon ja resurssien suhteessa suhteellisen samankokoisia.

Korvaavien tuotteiden uhka Silmäasema Oyj:n toimialalla näkyy muun muassa jakeluteiden muutoksina. Esimerkiksi kuluttaja voi ostaa ei-linssitettäviä aurinkolaseja muun muassa erilaisista urheiluliikkeistä ja vaatekaupoista. Lisäksi erilaisten valmislasi- ja aurinkolasien myynti laajentunut uusille toimialoille. Erilaisten valmislaseja ja aurinkolaseja voi nykyisin ostaa muun muassa apteekeista, kirjakaupoista sekä rautakaupoista. (Silmäasema 2019b.)

Ostajat vaikuttavat kilpailuun Silmäasema Oyj:n toimialaan esimerkiksi odottamalla optikkoliikkeitä nopeaa ja helppoa tuotteiden toimitusta, palautusprosessia sekä maksamista. Lisäksi ostajat odottavat, että asiakaspalvelu toimii hyvin reaaliajassa. (Silmäasema 2019b.)

Silmäasema Oyj:n toimialalla keskeisillä kilpailijoilla on varmasti paljon samoja toimittajia, sillä optikkoliikkeet myyvät esimerkiksi paljon samojen brändien kehyksiä. Toimittajien nostessa hintoja vaikutusta voi olla esimerkiksi optikkoliikkeiden hinnoittelustrategioihin, joissa yritykset käyttävät esimerkiksi juuri Nissenin käyttämää 3 lasit 1 hinnalla –kampanjaa.

#### **6.4 David Aakerin kilpailijamalli**

Silmäasema Oyj:n kilpailijoista koollisesti suurin on Instru Optiikka Oy, johon Nissen ja Instrumentarium kuuluvat. Kasvun näkökulmasta Specsavers on onnistunut saavuttamaan liikevaihdon kasvuprosentilla mitattuna tasaisimman kasvun. Kannattavuuden näkökulmasta Instru Optiikka Oy, johon Nissen ja Instrumentarium, on analyysin yrityksistä saavuttanut kaikilla kannattavuuden tunnusluvuilla mitattuna parhaimman kannattavuuden aseman. Erityisesti myyntikateprosentti on Instru Optiikka Oy:llä huomattavasti parempi kuin muilla analyysin yrityksillä. Aakerin kilpailijamallin mukaan kannattavalla liiketoiminnalla on yleensä pääsy rahoitusmarkkinoille, joten hyvä kannattavuuden taso mahdollistaa Instru Optiikka Oy:lle sekä pääomaehtoisen että vieraan pääoman rahoituksen saamisen,

jonka avulla Instru Optiikka Oy:hyn kuuluvien yritysten on mahdollista esimerkiksi laajentaa liiketoimintaansa.

Silmäasema Oyj:n analyysiin valittujen kilpailijoiden strategioista olisi hyvä huomioida keskeisempiä kohtia. Esimerkiksi Instrumentariumilla on franchising –liikkeitä. Nissenin strategiassa keskeistä on muun muassa edullinen ja selkeä hinnoittelustrategia. Nissen esimerkiksi myy tuotteitaan 3 lasit 1 hinnalla –kampanjalla. Specsaverin strategiassa huomioitavaa muun muassa on se, että heidän valikoimastaan löytyy edullisimmat tuotteet ja laaja valikoima (Silmäasema 2019b). Lisäksi Specsaversillä on valitse 2, maksa 1 –hinnoittelukampanjoita sekä franchising-liikkeitä. (Silmäasema 2019a.)

Organisaatioiden osalta on hyvä huomioida se, että Nissen ja Instrumentarium kuuluvat molemmat Instru Optiikka Oy:hyn. Instru Optiikka Oy pystyy tarjoamaan optisen alan palveluita hyvin erilaisten optisen alan yrityksen avulla. Nissenin ja Instrumentariumin konseptit ovat myös keskenään hyvin erilaisia.

Kaikilla analyysin yrityksillä henkilöstökustannukset ovat suuri kuluerä. Esimerkiksi Silmäaseman henkilöstömäärä on vuonna 2018 ollut 618. Samana vuonna Instru Optiikka Oy:n kokonaishenkilöstömäärä oli 795. Suhteellisesti Silmäaseman henkilöstömäärä on korkea, sillä Instru Optiikka Oy:n henkilöstömäärään sisältyy Nissenin ja Instrumentariumin henkilöstömäärien lisäksi Keops-optikkoketjun henkilöstömäärä. Specsaversin henkilöstömäärä tilinpäätöstietojen mukaan 2018 oli vain 48. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että Specsaversillä on Suomessa huomattavasti vähemmän liikkeitä ja osaliikkeistä toimii franchising-liikkeinä.

Kustannusten osalta analyysissä keskitytään investointeihin, sillä niiden avulla yritykset voivat laajentaa toimintaansa. Vuonna 2018 Silmäasema Oyj:n investoinnit olivat 6 433 000 euroa. Vastaavasti vuonna 2018 Instru Optiikka oy:n investoinnit olivat 3 949 000 euroa. Specsaversin investoinnit vuonna 2018 olivat 197 000 euroa. Luvuista on pääteltävissä se, että Silmäasema Oyj on investoinnit huomattavan määrän. Luku on lähes kaksinkertainen verrattuna Instru Optiikka Oy:hyn, vaikka kyseiseen yrityskokonaisuuteen kuuluu kolme optisen alan ketjua.

Alalta lähdön esteitä optisella alalla voisi esimerkiksi olla hyvin spesifi laitteisto, jota yrityksillä on. Esimerkiksi näöntarkastuksiin tarkoitettua laitteistoa on vaikea saada myytyä eteenpäin. Lisäksi laitteisto on sellaista, mitä ei voi muilla toimialoilla käyttää. Lisäksi jokainen analyysin yritys on saavuttanut omalla toimialallaan sellaisen tunnettavuuden, josta syystä toiselle alalla siirtyminen voisi olla asiakkaiden näkökulmasta haastavaa.

Aakerin mallin perusteella kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia kannattaa käsitellä mallin kysymysten avulla. Ensimmäinen kysymys käsittelee sitä, mikä tekee menestyvästä yrityksestä menestyneen.

Instru Optiikalla on suurin markkinaosuus ja suurin liikevaihto. Menestyneimmän yrityksen siitä tekee varmasti se, että yrityksen hallinnassa on useita optisen alan yrityksiä, joilla on hyvin erilaiset konseptit. Tätä myöten Instru Optiikka pystyy saavuttamaan useita erilaisia asiakassegmenttejä ja saavuttamaan laajemman markkinaosuuden. Instru Optiikka on tunnuslukuanalyysin perusteella onnistunut saavuttamaan kannattavan ja vakavaraisen liiketoiminnan, mikä antaa yrityskonaisuudelle mahdollisuuden tavoitella yhä suurempaa markkinaosuutta ja kasvattamaan liiketoimintaan entisestään.

Yleisellä tasolla menestyäkseen optisen alan yrityksenä analyysin perusteella hinnoittelun ja laajan ja erilaisten asiakassegmenttien tavoittaminen ovat keskeisissä roolissa.

Optikkoliikkeiden asiakkaiden keskeisiä motivaatiotekijöitä ovat varmasti tuotteiden hinnat, sillä yritykset myyvät keskenään samankaltaisia ja samoja tuotteita. Näöntarkastuksen hinta on varmasti myös ratkaiseva tekijä, sillä asiakas luultavasti ostaa lasit sieltä, missä näöntarkastuksen tekee. Asiakkaille tärkeää varmasti on myös se, että tuotteet ja palvelut ovat saatavilla mahdollisimman läheltä ja mahdollisimman helposti.

Aakerin kilpailija-analyysimalliin liittyy myös tarkistuslista, jonka avulla kilpailijoita voidaan verrata keskenään. Analyysissä käydään läpi ne tarkistuslistan kohdat, joita ei aikaisemmissa kohdissa vielä käyty läpi.

Innovaatioiden näkökulmasta voidaan sanoa, että nopeasti kehittyvän terveysteknologian teknologialla ja sen kehittämishä on suuri merkitys optisella alalla. Investointeja perusteella voisi ainakin sanoa, että Silmäasema Oyj käyttää paljon rahaa toimintansa kasvattamiseen ja kehittämiseen.

Silmäaseman tavoitteisiin kuuluu teknologian hyödyntäminen. Silmäaseman tavoitteena on hyödyntää teknologiaa muun muassa etävastaannoissa, etädiagnostiikassa ja tekoälyssä. Silmäasema haluaa tarjota asiakkailleen mahdollisuuden sovittaa silmälaseja verkon välityksellä. Lisäksi yritys haluaa tarjota verkkosivuja asiakkailleen palvelualustana. (Silmäasema 2019a). Teknologian avulla optisen alan yritysten välille voi muodostua suurempia eroja esimerkiksi kustannusrakenteiden välille. Teknologiaa hyödyntämällä yritykset voivat pienentää tavanomaiseen myymäläpalveluun liittyviä kustannuksia. Lisäksi teknologian hyödyntäminen voi tehdä yrityksestä houkuttelevamman niille asiakkaille, jotka toivovat voivansa hoitaa ainakin osan ostoprosessistaan esimerkiksi verkon välityksellä.

Rahoituksen ja pääoman saatavuuden voidaan tarkastella muun muassa pääoman saatavuutta lyhytaikaisista varoista. Likviditeettiä tarkastellessa voidaan sanoa, että ainakin Specsaversin maksuvalmius lukuun ottamatta myyntisaamia on hyvällä tasolla. Specsaversin varaston kiertoaika on erityisen lyhyt, mutta varaston kiertoaikassa on huomioitava se, että varasto ei yleensä ole helposti rahaksi muutettavissa muuten kuin esimerkiksi konkurssitilanteissa.

Asiakaskunnan näkökulmasta voidaan tarkastella esimerkiksi optisen alan markkinaosuuksia. Vuonna 2018 Instru Optiikka Oy:n markkinaosuus oli 37,1 prosenttia ja Specsaversin markkinaosuus oli 13,8 prosenttia. Vastaavasti Silmäasema Oyj:n markkinaosuus oli 27,8 prosenttia. Asiakaskunnan näkökulmasta merkittävää on se, että Silmäasema Oyj:n pääkilpailijat painottavat enemmän Etelä-Suomea, jossa 43 prosenttia suomalaisista asuu. Asiakaskunnan näkökulmaan liittyy myös asiakasuskollisuus. Silmäasema Oyj:n asiakasuskollisuus on analyysin yrityksistä parhain. Asiakasuskollisuus kilpailijoilla menee seuraavassa järjestyksessä; Instrumentarium, Nissen ja Specsavers. (Silmäasema 2019a.)

## 7 Johtopäätökset ja yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä kilpailija-analyysi Silmäasema Oyj:lle. Tavoitteena oli verrata Silmäasema Oyj:n taloudellista asemaa ja liiketoimintaa analyysiin valittuihin yrityksiin: Nisseniin, Instrumentariumiin sekä Specsaversiin. Tavoitteena oli lisäksi saatujen tulosten perustella antaa Silmäasema Oyj:lle kehitysehdotuksia, jotka perustuvat kilpailija-analyysin tuloksiin.

Työn teoriaosassa käytiin läpi tutkimukseen valitut kilpailija-analyysimallit sekä tilinpäätösanalyysin ja tunnuslukuanalyysin keskeinen teoriapohja. Teoriaosuus käsitti tunnuslukujen läpikäynnin. Teoreettisessa osuudessa esiteltiin lisäksi kohdeyritys, analyysiin valitut kilpailijat sekä toimiala. Lisäksi teoriaosuuteen sisällytettiin yritysten liiketoimintojen vertailu.

Työn empiirinen osa sisälsi varsinaisen kilpailija-analyysin, joka rakennettiin teoriaosiossa määriteltujen kilpailija-analyysimallien ympärille. Tutkimus toteutettiin triangulaatio- tutkimusmenetelmän avulla, sillä tavoitteena oli hyödyntää eri menetelmien yhdistelemistä tutkimuksessa, jotta tutkimuksen tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia. Empiirisessä osuudessa Silmäaseman tunnuslukujen arvoja verrattiin analyysiin valittujen kilpailijoiden tunnuslukuihin sekä tunnuslukujen ohjearvoihin.

Opinnäytetyön päätutkimusongelmana oli selvittää, miten kohdeyrityksen taloudellinen tila ja liiketoiminnallinen asema eroaa yrityksen analyysiin valituista kilpailijoista. Kilpailija-analyysi toteutettiin hyödyntämällä tilinpäätösanalyysiä, tunnuslukuanalyysiä sekä valittuja kilpailija-analyysimalleja. Valittujen analyysimenetelmien avulla pystyttiin muodostamaan kuva siitä, miten Silmäaseman taloudellinen tila ja liiketoiminnallinen asema eroaa analyysiin valituista kilpailijoista.

Kannattavuudelta Instru Optiikka Oy oli tunnuslukuanalyysin perusteella parhaimmalla tasolla, sillä yrityksen kaikki kannattavuuden tunnusluvut olivat jokaisena tarkastelujakson vuotena analyysin yrityksistä parhaimmalla tasolla, mukaan lukematta oman pääoman tuotto prosenttia. Silmäasema Oyj:n kannattavuus on tarkastelujaksolla ollut keskimäärin hyvällä tai ainakin tyydyttävällä tasolla.

Vakavaraisuuden osalta voidaan sanoa kaikkien analyysin yritysten olevan vakavaraisia. Analyysin yrityksistä Instru Optiikka Oy:n vakavaraisuus oli selvästi parhaimmalla tasolla. Silmäasema Oyj:n vakavaraisuus oli tarkastelujakson aikana keskimäärin tyydyttävällä tasolla. Erityisesti Silmäasema Oyj:llä oli suhteellisen paljon korollista vierasta pääomaa.

Maksuvalmiudeltaan Specsavers on pärjännyt parhaiten tarkastelujakson aikana. Specsaverillä myyntisaamisten kiertoaika on kuitenkin jokseenkin pitkä.

Tunnuslukuanalyysin tulosten perusteella voi kokonaisuudessaan sanoa, että ottaen huomioon kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden, näyttää Instru Optiikan taloudellinen asema analyysin yrityksistä parhaimmalta. Silmäaseman taloudellinen asema, erityisesti vakavaraisuus, on selvästi heikompi kuin Instru Optiikan. Taloudellisen aseman parantaminen antaisi Silmäasemalle suhteessa Instru Optiikkaan mahdollisuuden kasvattaa liiketoimintaansa ja samalla markkinaosuuttaan optisella alalla.

Analyysin perusteella voidaan sanoa, että analyysin yritysten liiketoimintojen välillä on eroja. Vaikka yritykset myyvät samoja tuotteita ja palveluita, on esimerkiksi yritysten hinnoittelustrategioissa selviä eroja. Yllättävää oli analyysin myötä myös huomata, miten suuria eroja analyysin yritysten saatavuudessa on. Analyysin perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että hinnoittelu ja saatavuus eivät välttämättä suoranaisesti ratkaise sitä, millainen yrityksen taloudellinen asema toimialalla on. Esimerkiksi Specsaversillä on kilpailijoihin verrattuna vähän myymälöitä Suomessa, varsinkin verrattuna kilpailijoihin. Specsaversin taloudellinen asema on kuitenkin analyysin perusteella vakaa ja esimerkiksi yrityksen maksuvalmius on todella hyvällä tasolla verrattuna kilpailijoihin.

Opinnäytetyön alatutkimusongelmina oli selvittää Silmäaseman vahvuudet ja heikkoudet sekä antaa Silmäasemalle kehitysehdotuksia analyysin tuloksiin perustuen. Valittujen analyysimallien avulla oli päätutkimusongelman lisäksi mahdollista vastata myös asetettuihin alatutkimusongelmiin.

Kilpailija-analyysimallit antoivat analyysin yrityksistä sekä toimialasta selkeän kuvan. SWOT-analyysin laadinta analyysin yrityksiin tutustumisen ja tunnuslu-

kuanalyysin jälkeen ei ollut erityisen haastavaa, ja analyysin avulla oli muun muassa helppo tiivistää Silmäasema Oyj:n liiketoiminnan vahvuudet ja heikkoudet. SWOT-analyysin perusteella voi sanoa, että loppujen lopuksi analyysin yrityksillä on selkeät omat vahvuudet, joiden avulla yritykset pystyvät viemään liiketoimintaansa eteenpäin. SWOT-analyysin avulla selvisi muun muassa se, että Nissenin ja Instrumentariumin keskeinen vahvuus erityisesti taloudellista asemaa tarkastellessa on se, että molemmat yritykset kuuluvat Instru Optiikka Oy yhtymään.

Porterin malli sopi hyvin optisen toimialan analysointiin. Malliin perustuvan analyysin tulosten avulla saatiin tuloksia, joiden avulla opinnäytetyölle asetetut tutkimusongelmat saatiin ratkaistua. Porterin malliin perustuvan analyysin perusteella voidaan sanoa, että analyysin yritysten väliseen kilpailuun vaikuttaa monenlaiset voimat. Analyysin perusteella kuitenkin keskeisenä uhkana, joka voisi vaikuttaa nykyiseen kilpailuun, voidaan pitää korvaavien tuotteiden uhkaa. Isot päivittäistavaraketjut myyvät nykyään lähes kaikkea. Uhkana voidaan pitää sitä, että esimerkiksi hypermarketit keksivät keinon myydä näkemisen tuotteita ja palveluita niin, että ne pystyvät korvaamaan optisen alan toimijoiden tarjoamat tuotteet ja palvelut. Korvaavan tuotteen uhka voisi konkretisoitua, mikäli joku toimija tekisi esimerkiksi perinteisistä silmälaseista käytännössä tarpeettomia keksimällä korvaavan tuotteen.

David Aakerin kilpailija-analyysin mallin avulla oli mahdollista täydentää kilpailija-analyysi siltä osin, kun malli eroaa Porterin kilpailija-analyysimallista. Suoraan päällekkäisiä kohtia ei käsitelty analyysivaiheessa, jossa hyödynnettiin Aakerin kilpailija-analyysimallia. Aakerin kilpailija-analyysimallin perusteella pystyttiin muun muassa syventämään käsitystä asiakkaiden vaikutuksesta kilpailuun analyysin yritysten välillä. Molempien analyysien perusteella voidaan sanoa, että asiakkailla on suuri vaikutus optisen alan yritysten väliseen kilpailuun. Yritykset myyvät keskenään hyvin samanlaisia tuotteita, joten yritykset kilpailevat asiakkaista muun muassa hintojen avulla.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyö onnistui suunnitelmien mukaisesti ja aikataulussaan. Opinnäytetyölle asetettuihin tavoitteisiin päästiin, eivätkä asetetut tavoitteet olleet epärealistisia.



## 8 Kehitysideat Silmäasema Oyj:lle

Kilpailija-analyysin tarkoituksena oli tulosten perusteella antaa Silmäasema Oyj:lle kehitysideoita, joiden avulla yritys voi lähteä kehittämään toimintaansa.

Optisen alan toimijana sekä silmäsaarialapalveluiden tarjoajana Silmäasema Oyj:n kannattaisi lähteä tavoittelemaan kasvua, joka perustuu myymälä- ja silmäsaarialaliiketoimintojen vahvaan synergiaan. Silmäsaarialapalveluiden tarjoaminen on Silmäasemalle selvä etu, joten Silmäaseman kannattaisi ehdottomasti lähteä kasvattamaan yrityksen sairaalaverkoston. Sairaalaverkoston kasvattamalla Silmäasema voi myös kasvattaa omaa liiketoimintaansa.

Silmäasemalla on vahva markkinaosuus pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Tästä syystä Silmäaseman kannattaisi lähteä kasvattamaan markkinaosuuksiaan edelleen pääkaupunkiseudun ulkopuolella.

Analyysin perusteella tarjouskampanjoilla on keskeinen merkitys optisen alan toimijoiden välisessä kilpailussa. Näe Ry:n mukaan keskiverto silmälasien omistaja omistaa 2 silmälasiparia. Tästä syystä oikeanlainen tarjouskampanja Silmäasemalle voisi olla esimerkiksi kahdet lasit yksien hinnalla. Toinen mahdollinen tarjouskampanja voisi olla sellainen, jossa silmälasien ostaja saa toiset lasit esimerkiksi puoleen hintaan.

Silmäaseman kannattaisi hyödyntää jo omistamaansa rekkaa enemmän, sillä analyysin muilla kilpailijoilla ei ole mitään vastaavaa myynti- tai markkinointikeinoa. Rekka on erinomainen tapa mainostaa yritystä ja se tuo näkemisen palvelut sinne, missä ihmisiä on. Rekka on Silmäasemalle hyvin liikkuva ja joustava myyntipiste. Tämän lisäksi Silmäasema voisi aloittaa tarjouskampanjoita, jotka olisivat voimassa vain rekasta ostetuista tuotteista ja palveluista.

Digitaalisuuden ollessa globaalitrendi, Silmäaseman kannattaisi lähteä kehittämään erilaisia digitaalisia palveluita, joiden avulla asiakas voisi esimerkiksi halutessaan saada osan tavallisesti myymälän tarjoamista palveluista. Digitaalisuu-

teen keskittymällä Silmäasema voisi myös esimerkiksi vähentää normaaliin myymäläpalveluun liittyviä henkilöstökustannuksia ja sitä kautta parantaa yrityksen kannattavuutta.

Porterin mukaan yritys voi viedä omaa toimintaansa eteenpäin muun muassa erilaistamisen ja keskittymisen avulla. Toimintaa voitaisiin saada halutessa kannattavammaksi keskittymällä tuotteisiin, joiden myynnin kehitys toimialalla on positiivista. Näe Ry:n vuoden 2018 toimialakatsauksen perusteella silmälasien kaupan liikevaihdosta yli 70 prosenttia tulee monitehosilmälasien myynnistä. Vuoden 2018 toimialakatsauksen mukaan laatuaurinkolasien myynti on euroissa mitattuna kasvanut noin 11 prosenttia. Näe Ry:n mukaan piilolinssivaihtoehdoista myynti painottuu selvästi eniten kertakäyttölinssien myyntiin. Silmäasema voisi strategisesti lähteä tavoittelemaan sitä, että yritys keskittyisi tuotteisiin, joiden myynti kasvaa selvästi. Toisaalta Silmäasema voisi erilaistaa toimintaansa niin, että lähtisi tavoittelemaan toiminnan kasvattamista keskittymällä tuotteisiin ja palveluihin, joiden myynti ei prosentuaalisesti ole niin suurta toimialalla.

Tunnuslukuanalyysin perusteella vakavaraisuutta Silmäaseman olisi syytä parantaa. Vakavaraisuutta saisi parannettua esimerkiksi tekemällä liiketoiminnasta kannattavampaa, jotta yritys saisi liiketoiminnallaan tuotettua enemmän tulorahoitusta, jotta se riittäisi paremmin liiketoiminnan kulujen kattamiseen. Tällöin yrityksen ei tarvitsisi kattaa toiminnan kuluja vieraalla pääomalla ja investoinnit voitaisiin ainakin osaksi rahoittaa tulorahoituksen avulla.

## Kuvat

Kuva 1. SWOT-analyysi. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2020)	25
Kuva 2. Porterin kilpailija-analyysimalli (Porter 1984)	27
Kuva 3. Aakerin kilpailija-analyysimalli. (Aaker 1988)	28
Kuva 4 Myyntikateprosentti	36
Kuva 5 Käyttökateprosentti.	37
Kuva 6 Liikevoittoprosentti.	39
Kuva 7. Nettotulosprosentti.	40
Kuva 8. Oman pääoman tuottoprosentti.	41
Kuva 9. Sijoitetun pääoman tuottoprosentti.	43
Kuva 10. Omavaraisuusaste.	46
Kuva 11. Nettovelkaantumisaste.	48
Kuva 12. Lainojen hoitokate.	49
Kuva 13. Suhteellinen velkaantuneisuusprosentti.	51
Kuva 14. Quick ratio.	54
Kuva 15. Current ratio.	55
Kuva 16. Vaihto-omaisuuden kiertoaika.	57
Kuva 17. Myyntisaamisten kiertoaika.	59
Kuva 18. Ostovelkojen kiertoaika.	61
Kuva 19 Rahoitustulosprosentti	62
Kuva 20. Liikevaihdon kasvuprosentti.	64
Kuva 21. Prihtin Z-luku.	66
Kuva 22. Liikevaihdon/henkilö.	67

## Taulukot

Taulukko 1. Linssien hinnat (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020)	17
Taulukko 2. Näöntarkastusten hinnat (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020)	18
Taulukko 3. Silmäsaaraalapalveluiden hinnat (Silmäasema; Silmäsaaraala Valo 2020)	19

Taulukko 4. Myymälöiden lukumäärät. (Silmäasema; Nissen; Instrumentarium; Specsavers 2020) 22

## 9 Lähdeaineisto

Aaker, David A. 1988. Strategic market management. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Aaker, David. A. Joachimsthaler, Erich. 2000. Brändien johtaminen. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Alma Talent. 2020. Tunnuslukuopas. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas>.

Arvopaperi. 2020. Pörssi. Pörssikurssit. SILMA. <https://www.arvopaperi.fi/porssi/porssikurssit/osake/SILMA>. Luettu 30.3.2020.

Bergström, Seija. Leppänen, Arja. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Certum. 2019. Myyntisaamisten kiertoaika ja käyttöaika- mitä ne ovat? <https://certum.fi/myyntisaamisten-kiertonopeus-ja-kayttopaaoma-mita-ne-ovat/> Luettu 12.3.2020

Erja Rautiala. 2019. Kilpailija-analyysi tukee yritystoimintaasi - Näin teet sen. <https://www.priimalaskenta.fi/laskenta-blog/kilpailija-analyysi-tukee-yritystoimintaasi-nain-teet-sen>. Luettu 6.2.2020.

Heikinmatti, K., Jahkonen, E., Kanervisto, M., Kekki, S., Marjomaa, J., Ruusu-laakso, J. & Toivio, A. 2017. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. 10., korjattu laitos. [Helsinki]: Gaudeamus.

Yritystutkimus (yhdistys) & Korhonen, P. 2011. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. 9., korj. laitos. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Instru Optiikka Oy. 2020. Tietoa meistä. <https://instruoptiikka.fi/tietoa-meista/>. Luettu 12.3.2020.

Instrumentarium. 2020. Yrityksen kotisivusto. <https://www.instru.fi/>. Luettu 12.3.2020.

Kamensky, Mika. 2008. Strateginen johtaminen. Menestyksen timantti. Helsinki: Talentum

NetMBA. Strategic Management. SWOT analysis. <http://www.netmba.com/strategy/swot/>

Niskanen, J. & Niskanen, M. 2016. Tilinpäätösanalyysi. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Edita.

Nissen. 2020. Yrityksen kotisivusto. <https://www.nissen.fi/>. Luettu 12.3.2020.

Näe Ry. 2019a. Suomessa panostetaan silmälaseihin – selvä enemmistö käyttää niitä ja keskimäärin laseja on jo yli kahdet. <https://naery.fi/2019/12/03/suomessa-panostetaan-silmalaseihin-selva-enemmisto-kayttaa-niita-ja-keskimaarin-laseja-on-jo-yli-kahdet/>. Luettu 2.4.2020.

Näe Ry. 2019b. Toimialakatsaus Q1-Q4/2018. <https://naery.fi/wp-content/uploads/Toimialakatsaus-Q4-2018-10032018-FINAL-ID-10004.pdf>. Luettu 24.3.2020.

Lohi, Jouni. 2011. Z-luku konkurssin ennustamisen työvälineenä. Suomalaisten osakeyhtiöiden konkurssiin ajautumisen ennustettavuus z-luvun avulla. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma: Opinnäytetyö. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/38004/Lohi\\_Jouni.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/38004/Lohi_Jouni.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pirttilä, Anneli. 2000. Kilpailijaseuranta. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Porter, M. E. & Väisänen, T. 1984. Strategia kilpailutilanteessa: Toimialojen ja kilpailijoiden analysointitekniikat. Hki: Rastor.

Porter, M, E. 2004. Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. First Free Press Export Edition 2004. New York: Simon & Schuster

Rantalainen. 2019. Tilinpäätöksen tulkinta: näillä vinkeillä analysoit tulosta ja tasetta. <https://www.rantalainen.fi/julkaisut/artikkelit/nailla-vinkeilla-analysoit-tulosta-ja-tasetta/>. Luettu 12.3.2020.

Salmi, Ilari. 2012. Mitä tilinpäätös kertoo? [Helsinki]: Edita.

Silmäasema, 2020. Silmäasema yrityksenä. [https://company.silmäasema.fi/fi/?\\_ga=2.181366375.1964363928.1580555642-2007513365.1580555642](https://company.silmäasema.fi/fi/?_ga=2.181366375.1964363928.1580555642-2007513365.1580555642). Luettu 2.2.2020.

Silmäasema. 2019a. Pääomamarkkinapäivä Helsinki 18.9.2019. Esitysmateriaali.

Silmäasema. 2019b. Toimintaympäristöselvitys. 15.2.2019. Martikainen, Susanna. Rantanen, Anne.

Specsavers. 2020. Yrityksen kotisivusto. <https://www.specsavers.fi/>. Luettu 12.2.2020

Suomi.fi. 2019. Verkkotoimitus. Yrityksen perustaminen. Kilpailija-analyysi. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/kilpailija-analyysi>. Luettu 29.3.2020.

Suomen riskienhallintayhdistys, 2020. Nelikenttäanalyysi – SWOT. <https://www.pk-rh.fi/tools/swot.html>. Luettu 2.2.2020.

Tilastokeskus. 2020. Toimialaluokitukset. Optisen alan vähittäiskauppa. <https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/47783.html>. Luettu 29.3.2020.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Visma.2019. EPasseli. Kirjanpidon sanakirja. <https://www.visma.fi/epasseli/kirjanpidon-sanakirja/v/vakavaraisuus/>. Luettu 6.2.2020

# Liitteet

## Silmäasema Oyj, tunnuslukuyhteenveto, Liite 1

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR</b>					
<b>Toiminnan laajuus</b>					
Liikevaihto (12 kk)	29227	93314	101345	118322	122873
Liikevaihdon kasvu-%	0	219,3	8,6	16,8	3,8
Henkilömäärä (ikm)	454	529	590	630	618
Liikevaihto / henkilö	64	176	172	188	199
Kokonaisvelat	67292	67098	82070	58641	59368
Lyhytaikaiset velat	17727	17705	18383	20639	20590
Oma pääoma	3870	5217	5887	38759	41985
Sijoitettu pääoma	58605	57305	71827	78500	82078
Nettokäyttöpääoma	-2379	-5231	-161	-94	3430
Taseen loppusumma	71186	72315	87957	97400	101353
Nettoinvestoinnit	0	7823	14679	12429	6430
<b>Tulos ja kannattavuus</b>					
Käyttökate	3548	10453	10294	6892	11444
Rahotustulos	1204	5490	5256	4730	9206
Nettotulos	-1689	1668	470	-576	3256
Myyntikate-%	59,7	55,2	55,9	55,9	56,6
Käyttökate-%	12,1	11,2	10,2	5,8	9,3
Liikevoitto-%	2,2	7,1	5,4	1,3	4,5
Rahotustulos-%	4,1	5,9	5,2	4	7,5
Nettotulos-%	-5,8	1,8	0,5	-0,5	2,6
Oman pääoman tuotto-%	0	36,6	8,5	-2,6	8,1
Sijoitetun pääoman tuotto-%	0	11,5	8,6	2,1	6,9
ROI-%	0	9,3	6,9	1,7	5,6
Pääoman kiertonopeus	0	1,3	1,3	1,3	1,2
Voitto-%	2,3	7,1	5,5	1,3	4,5
<b>Rahoitus</b>					
Quick ratio	0,6	0,4	0,7	0,7	1
Current ratio	0,9	0,7	1	1	1,2
Myyntisaamisten kiertäminen (vrk)	20,3	5,8	8,9	8,3	4,3
Ostovelkojen kiertäminen (vrk)	147,7	47,7	55,1	59,4	46,6
Varaston kiertäminen (vrk)	97,1	32,1	40,1	43,8	42,3
Velkaantumisaste	14	10	11,2	1	1
Omavaraisuus-%	5,5	7,3	6,8	40,8	42,8
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	230,2	70,9	79,3	47,6	45,6
Z-luku	-4,7	-4,4	-4,3	-2,8	-2,3
Lainojen hoitokate	0	2,3	2,1	2,7	7,6
Rahoitusjäämä / kausi	0	323	-199	-33451	28
Kumulatiivinen rahoitusjäämä	0	323	124	-33328	-33300
<b>Muut tunnusluvut</b>					
Jalostusarvo	10665	32753	35126	37848	43917
Jalostusarvo / henkilö	23	62	60	60	71
Jalostusarvo / henkilöstökulut	1,5	1,5	1,4	1,2	1,4
Nettorahoituskulut-%	8,2	4,4	4,6	2,4	1,1



Silmäasema Oyj, SIPO, ROI, Z, Liite 2

	SIPO, ROI, Z 1000 EUR	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
Oma pääoma		3870	5217	5887	38759	41985
Vähemmistöosuus		25	0	0	0	0
Korolliset velat		54710	52088	65940	39741	40093
Sijoitettu pääoma		58605	57305	71827	78500	82078
Tulos rahoitusserien jälkeen		-1727	2542	867	-1221	4126
Rahoituskulut		2386	4115	4670	2817	1395
Tuotto sijoitetulle pääomalle		659	6657	5537	1596	5521
<b>Sijoitetun pääoman tuotto-%</b>		<b>0</b>	<b>11,5</b>	<b>8,6</b>	<b>2,1</b>	<b>6,9</b>
Taseen loppusumma		71185	72312	87953	97399	101354
Liiketoiminta		29227	93314	101345	118322	122873
Tulos satunnaiserien jälkeen		-1727	2542	867	-1221	4126
Rahoituskulut		2386	4115	4670	2817	1395
Pääoman tuotto		659	6657	5537	1596	5521
Voitto-%		2,3	7,1	5,5	1,3	4,5
Pääoman kiertonopeus		0	1,3	1,3	1,3	1,2
<b>ROI-%</b>		<b>0</b>	<b>9,3</b>	<b>6,9</b>	<b>1,7</b>	<b>5,6</b>
Käyttökate + ennakkomaksujen muutos		3548	11403	11090	7469	12432
Loppuvarastot		3898	4724	5934	7326	7419
Alkuvastot		3585	3898	4724	5934	7326
Tulojäämä I A		3235	10577	9880	6077	12339
Muut tuotot - kulut		-2382	-4089	-4641	-2807	-1368
Välittömät verot		-38	874	397	-645	870
Tulojäämä I B - verot		891	5614	4842	3915	10101
Rahoitusomaisuus		10917	7120	12174	12543	16601
Lyhytaikaiset velat		17727	16755	16637	18316	17279
Quick-kassa		-6810	-9635	-4463	-5773	-678
Kokonaisvelat		67292	67098	82070	58641	59368
Taseen loppusumma		71185	72312	87953	97399	101354
X1-%		1,3	7,8	5,5	4	10
X2-%		-9,6	-13,3	-5,1	-5,9	-0,7
X3-%		94,5	92,8	93,3	60,2	58,6
<b>Z-luku</b>		<b>-4,7</b>	<b>-4,4</b>	<b>-4,3</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,3</b>

Silmäasema Oyj, tuloslaskelma, Liite 3

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TUOSLASKELMA 1000 EUR</b>					
Liikevaihto	29227	93314	101345	118322	122873
Liiketoiminnan muut tuotot	248	149	41	270	38
Ostot tilikauden aikana / Ainekäyttö	6381	21190	23590	29371	29089
Varastojen muutos (lisäys -, vähennys +)	-313	-994	-1021	-687	-36
Ulkopuoliset palvelut	5965	21757	22180	23737	24303
Muuttuvat kulut yhteensä	12033	41953	44749	52421	53356
<b>Myyntikate</b>	<b>17442</b>	<b>51510</b>	<b>56637</b>	<b>66171</b>	<b>69555</b>
Kiinteät palkat ja palkkiot	5722	17704	19543	24580	26063
Kiinteät eläkekulut	1022	3374	3673	4479	4685
Muut kiinteät henkilösivukulut	373	1222	1616	1897	1725
Muut kiinteät kulut	6777	18757	21511	28323	25638
Kiinteät kulut yhteensä	13894	41057	46343	59279	58111
<b>Käyttökate</b>	<b>3548</b>	<b>10453</b>	<b>10294</b>	<b>6892</b>	<b>11444</b>
Poistot käyttöomaisuudesta	1036	3822	4786	5306	5950
Konsernilikearvon poisto	1857	0	0	0	0
<b>Liikevoitto</b>	<b>655</b>	<b>6631</b>	<b>5508</b>	<b>1586</b>	<b>5494</b>
Muut korko- ja rahoitustuotot	4	26	29	10	27
Korkokulut ja muut rahoituskulut	2386	4115	4670	2817	1395
Rahoituserät yhteensä	2382	4089	4641	2807	1368
Tulorahoituserien jälkeen	-1727	2542	867	-1221	4126
Tulos satunnaiserien jälkeen	-1727	2542	867	-1221	4126
Tuloverot	-38	237	515	428	441
Laskennallisen veroveljan tai -saamisen muutos	0	637	-118	-1073	429
Vähennistöösäus tuloksesta	-5	0	0	0	0
<b>Tilikauden voitto</b>	<b>-1694</b>	<b>1668</b>	<b>470</b>	<b>-576</b>	<b>3256</b>
Liikevaihdon kasvu-%	0	219,3	8,6	16,8	3,8
Liikevaihdon kasvu keskimäärin-%	0	219,3	86,2	59,4	43,2
Käyttökate-%	12,1	11,2	10,2	5,8	9,3
Liikevoitto-%	2,2	7,1	5,4	1,3	4,5
Sijoitetun pääoman tuotto-%	0	11,5	8,6	2,1	6,9
Oman pääoman tuotto-%	0	36,6	8,5	-2,6	8,1

Silmäasema Oyj, tase vastaavaa-puoli, Liite 4

TASE VASTAAVAA 1000 EUR						
	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12	
<b>Pysyvät vastaavat</b>						
<b>Aineettomat hyödykkeet</b>						
Aineettomat oikeudet	1739	1703	3181	3725	3705	
Liikearvo	659	48358	55290	61107	61169	
Konsernilikearvo	47613	0	0	0	0	
Muut pitkävaikutteiset menot	2157	0	0	0	0	
<b>Aineettomat hyödykkeet yhteensä</b>	<b>52168</b>	<b>50061</b>	<b>58471</b>	<b>64832</b>	<b>64874</b>	
<b>Aineelliset hyödykkeet</b>						
Koneet ja kalusto	3494	9741	11260	12022	12460	
Muut aineelliset hyödykkeet	1	0	0	0	0	
<b>Aineelliset hyödykkeet yhteensä</b>	<b>3495</b>	<b>9741</b>	<b>11260</b>	<b>12022</b>	<b>12460</b>	
<b>Sijoitukset</b>						
Osakkuusyritysten osuudet	174	0	0	0	0	
Muut saamiset	0	36	0	0	0	
<b>Sijoitukset yhteensä</b>	<b>174</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Pysyvät vastaavat yhteensä</b>	<b>55837</b>	<b>59838</b>	<b>69731</b>	<b>76854</b>	<b>77334</b>	
<b>Vaihtuvat vastaavat</b>						
<b>Vaihto-omaisuus</b>						
Aineet ja tarvikkeet	381	489	555	528	655	
Valmiit tuotteet/tavarat	3517	4063	5379	6798	6764	
Ennakkomaksut	0	172	0	0	0	
<b>Vaihto-omaisuus yhteensä</b>	<b>3898</b>	<b>4724</b>	<b>5934</b>	<b>7326</b>	<b>7419</b>	
<b>Pitkäaikaiset saamiset</b>						
Laskennallinen verosaaminen	494	630	114	676	0	
Lainasaamiset	39	0	0	0	0	
<b>Pitkäaikaiset saamiset yhteensä</b>	<b>533</b>	<b>630</b>	<b>114</b>	<b>676</b>	<b>0</b>	
<b>Lyhytaikaiset saamiset</b>						
Myyntisaamiset	1652	1509	2500	2713	1459	
Laskennallinen verosaaminen	0	186	475	1631	1346	
Lainasaamiset	88	60	51	45	14	
Muut saamiset	679	1121	1176	1464	881	
Siirtosaamiset	850	1007	854	984	964	
<b>Lyhytaikaiset saamiset yhteensä</b>	<b>3269</b>	<b>3883</b>	<b>5056</b>	<b>6837</b>	<b>4664</b>	
<b>Rahoitusarvopaperit</b>						
Rahat ja pankkisaamiset	7648	3237	7118	5706	11937	
<b>Vaihtuvat vastaavat yhteensä</b>	<b>15348</b>	<b>12474</b>	<b>18222</b>	<b>20545</b>	<b>24020</b>	
<b>Vastaavaa yhteensä</b>	<b>71185</b>	<b>72312</b>	<b>87953</b>	<b>97399</b>	<b>101354</b>	

Silmäasema Oyj, tase vastattavaa-puoli, Liite 5

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TASE VASTATTAVAA 1000 EUR</b>					
<b>Omnia pääoma</b>					
Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma	3	3	3	80	80
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	5569	5668	5868	39025	39025
Edellisten tilikausien voitto	-8	-2123	-454	227	-374
Tilikauden voitto	-1694	1669	470	-573	3254
<b>Omnia pääoma yhteensä</b>	<b>3870</b>	<b>5217</b>	<b>5887</b>	<b>38759</b>	<b>41985</b>
Vähennistöösuus	25	0	0	0	0
Tilinpäätössirtojen kertymä					
Pakolliset varaukset					
<b>Vieras pääoma</b>					
<b>Pitkäaikainen vieras pääoma</b>					
Lainat rahoituslaitoksilta	28000	49117	63097	37428	38061
Ostovelat	95	0	0	0	0
Laskennallinen verovelka	10	276	590	574	717
Muut velat	21460	0	0	0	0
<b>Pitkäaikainen vieras pääoma yhteensä</b>	<b>49565</b>	<b>49393</b>	<b>63687</b>	<b>38002</b>	<b>38778</b>
<b>Lyhytaikainen vieras pääoma</b>					
Lainat rahoituslaitoksilta	5250	2971	2843	2313	2032
Saadut ennakot	0	950	1746	2323	3311
Ostovelat	5066	5689	7005	8761	6905
Laskennallinen verovelka	0	113	395	110	329
Muut velat	2631	2170	2790	2421	2788
Siirtovelat	4780	5812	3604	4711	5225
<b>Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä</b>	<b>17727</b>	<b>17705</b>	<b>18383</b>	<b>20639</b>	<b>20590</b>
<b>Vieras pääoma yhteensä</b>	<b>67292</b>	<b>67098</b>	<b>82070</b>	<b>58641</b>	<b>59368</b>
<b>Vastattavaa yhteensä</b>	<b>71186</b>	<b>72315</b>	<b>87957</b>	<b>97400</b>	<b>101353</b>
Quick ratio	0,6	0,4	0,7	0,7	1
Current ratio	0,9	0,7	1	1	1,2
Velkaantumisaste	14	10	11,2	1	1
Nettovelkaantumisaste	1208,4	936,4	999,2	87,8	67,1
Omavaraisuus-%	5,5	7,3	6,8	40,8	42,8
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	230,2	70,9	79,3	47,6	45,6

Instru Optiikka Oy, tunnuslukuyhteenveto, Liite 6

	2014/12	2015/12	2016/12	2017/12	2018/12
<b>TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR</b>					
<b>Toiminnan laajuus</b>					
Liikevaihto (12 kk)	112482	114512	107452	113835	113847
Liikevaihdon kasvu-%	0	1,8	-6,2	5,9	0
Henkilömäärä (ikm)	775	795	795	782	795
Liikevaihto / henkilö	145	144	135	146	143
Kokonaissvelat	25337	20440	18888	17373	18724
Lyhytaikaiset velat	25337	20440	18888	17373	18724
Oma pääoma	31125	28891	25582	28588	28224
Sijoitettu pääoma	36308	34486	28128	30758	29618
Nettokäyttöpääoma	10392	7966	6224	10563	10633
Taseen loppusumma	58954	51995	47016	48131	48342
Nettoinvestoinnit	0	5039	3216	3523	3949
<b>Tulos ja kannattavuus</b>					
Käyttökate	17373	16175	12506	15698	14425
Rahoitustulos	15636	13739	10914	13545	12431
Nettotulos	11403	9064	6014	8311	7271
Myyntikate-%	80,2	78,9	76,9	76,1	74,8
Käyttökate-%	15,4	14,1	11,6	13,8	12,7
Liikevoitto-%	11,7	10	7,1	9,2	8,1
Rahoitustulos-%	13,9	12	10,2	11,9	10,9
Nettotulos-%	10,1	7,9	5,6	7,3	6,4
Oman pääoman tuotto-%	0	27,8	18,3	27,9	24,6
Sijoitetun pääoman tuotto-%	0	32,5	22,6	35,3	31,3
ROI-%	0	20,8	15,4	22	19,2
Pääoman kiertonopeus	0	2,1	2,2	2,4	2,4
Voitto-%	12,7	10,1	7,1	9,2	8,2
<b>Rahoitus</b>					
Quick ratio	1,3	1,2	1	1,3	1,1
Current ratio	1,4	1,4	1,3	1,6	1,6
Myyntisaamisten kiertäminen (vrtk)	6,7	5	5,5	6,4	5,9
Ostovelkojen kiertäminen (vrtk)	86,6	21,9	30,5	23,6	40
Varaston kiertäminen (vrtk)	109,9	102	106,6	104,8	137,1
Velkaantumisaste	0,1	0,1	0	0	0
Omanvaraisuus-%	59,4	64,2	62,2	66,4	64,3
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	20,4	15,4	15,9	13,6	14,5
Z-luku	-0,6	-0,4	-0,9	-0,2	-0,8
Lainojen hoitokate	0	114,5	315	2988,9	1260,8
Rahoitusjäämä / kausi	0	11126	8888	5583	8579
Kumulatiivinen rahoitusjäämä	0	11126	20014	25598	34177
<b>Muut tunnusluvut</b>					
Jalostusarvo	55961	55424	51658	54743	52410
Jalostusarvo / henkilö	72	70	65	70	66
Jalostusarvo / henkilöstökulut	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4
Nettorahoituskulut-%	-0,9	0,1	0	0	0

Instru Optiikka Oy, SIPO, ROI, Z, Liite 7

	SIPO, ROI, Z 1000 EUR	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
Oma pääoma		31125	28891	25582	28588	28224
Tilinpäätössiirtojen kertymä		2492	2664	2546	2170	1394
Korolliset velat		2691	2931	0	0	0
Sijoitettu pääoma		36308	34486	28128	30758	29618
Tulos rahoituserien jälkeen		14187	11400	7035	10377	9440
Rahoituskulut		138	121	33	5	10
Tuotto sijoitetulle pääomalle		14325	11521	7068	10382	9450
Sijoitetun pääoman tuotto-%		0	32,5	22,6	35,3	31,3
Taseen loppusumma		58954	51995	47017	48130	48340
Liikevaihto		112482	114512	107452	113835	113847
Tulos satunnaiserien jälkeen		14187	11400	7035	10377	9440
Rahoituskulut		138	121	585	105	-157
Pääoman tuotto		14325	11521	7620	10482	9283
Voitto-%		12,7	10,1	7,1	9,2	8,2
Pääoman kiertonopeus		0	2,1	2,2	2,4	2,4
ROI-%		0	20,8	15,4	22	19,2
Käyttökate + ennakkomaksujen muutos		17373	16610	11481	15722	14838
Loppuvarastot		6979	6981	7537	8221	11205
Alkuvarastot		6810	6979	6981	7537	8221
Tulojäämä I A		17204	16608	10925	15038	11854
Muut tuotot - kulut		1047	-100	-19	13	8
Välittömät verot		2784	2336	1573	2166	2002
Tulojäämä I B - verot		15467	14172	9333	12885	9860
Rahoitusomaisuus		28750	21425	17575	19715	18152
Lyhytaikaiset velat		22934	17602	17075	15536	16474
Quick-kassa		5816	3823	500	4179	1678
Kokonaisvelat		25337	20440	18888	17373	18724
Taseen loppusumma		58954	51995	47017	48130	48340
X1-%		26,2	27,3	19,9	26,8	20,4
X2-%		9,9	7,4	1,1	8,7	3,5
X3-%		43	39,3	40,2	36,1	38,7
Z-luku		-0,6	-0,4	-0,9	-0,2	-0,8

Instru Optiikka Oy, tuloslaskelma, Liite 8

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TULOSLASKELMA 1000 EUR</b>					
Liikevaihto	112482	114512	107452	113835	113847
Liiketoiminnan muut tuotot	620	522	611	620	525
Ostot tilikauden aikana / Ainekäyttö	21448	23044	23940	26145	29610
Varastojen muutos (lisäys -, vähennys +)	-169	-2	-555	-565	-3017
Ulkopuoliset palvelut	1587	1591	2075	2263	2610
Muuttuvat kulut yhteensä	22866	24633	25460	27843	29203
Myyntikate	90236	90401	82603	86612	85169
Kiinteät palkat ja palkkiot	31407	31866	31422	32078	31728
Kiinteät eläkekulut	5425	5596	5787	5676	5278
Muut kiinteät henkilösivukulut	1756	1787	1943	1291	979
Muut kiinteät kulut	34275	34977	30945	31869	32759
Kiinteät kulut yhteensä	72863	74226	70097	70914	70744
Käyttökate	17373	16175	12506	15698	14425
Poistot käyttöomaisuudesta	4233	4675	4900	5234	5160
Liikevoitto	13140	11500	7606	10464	9265
Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista konserniyrityksissä	1	0	0	1	0
Muut korko- ja rahoitustuotot saman konsernin yrityksissä	1064	0	0	0	0
Muut korko- ja rahoitustuotot	120	21	14	17	18
Arvonlennutunnetut pysyvien vastaavien sijoituksista	0	0	552	100	-167
Korkokulut ja muut rahoituskulut saman konsernin yrityksille	135	117	30	3	8
Rahoituserät yhteensä	3	4	3	2	2
Tulos rahoituserien jälkeen	-1047	100	571	87	-175
Tulos satunnaiserien jälkeen	14187	11400	7035	10377	9440
Poistoeron muutos	14187	11400	7035	10377	9440
Tuloverot	-280	-172	118	376	788
Tilikauden voitto	2784	2336	1573	2166	2002
Liikevaihdon kasvu-%	11123	8892	5580	8587	8226
Liikevaihdon kasvu keskimäärin-%	0	1,8	-6,2	5,9	0
Käyttökate-%	0	1,8	-2,3	0,4	0,3
Liikevoitto-%	15,4	14,1	11,6	13,8	12,7
Sijoitetun pääoman tuotto-%	11,7	10	7,1	9,2	8,1
Oman pääoman tuotto-%	0	32,5	22,6	35,3	31,3
	0	27,8	18,3	27,9	24,6

Instru Optiikka Oy, tase vastaavaa-puoli, Liite 9

TASE VASTAAVAA 1000 EUR		2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>Pysyvät vastaavat</b>						
<b>Aineettomat hyödykkeet</b>						
Aineettomat oikeudet	1999	1746	1137	1286	1095	
Liikearvo	636	564	999	868	634	
Muut pitkävaikutteiset menot	7052	6586	6238	5638	5440	
<b>Aineettomat hyödykkeet yhteensä</b>	<b>9687</b>	<b>8896</b>	<b>8374</b>	<b>7792</b>	<b>7169</b>	
<b>Aineelliset hyödykkeet</b>						
Koneet ja kalusto	8059	9235	8862	8186	7615	
Ennakkomaksut ja keskenkäiset hankinnat	22	1	277	86	164	
<b>Aineelliset hyödykkeet yhteensä</b>	<b>8081</b>	<b>9236</b>	<b>9139</b>	<b>8272</b>	<b>7779</b>	
<b>Sijoitukset</b>						
Osuudet saman konsernin yrityksissä	3000	3000	3000	3000	3000	
Muut osakkeet ja osuudet	2457	2457	1392	1130	1035	
<b>Sijoitukset yhteensä</b>	<b>5457</b>	<b>5457</b>	<b>4392</b>	<b>4130</b>	<b>4035</b>	
<b>Pysyvät vastaavat yhteensä</b>	<b>23225</b>	<b>23589</b>	<b>21905</b>	<b>20194</b>	<b>18983</b>	
<b>Vaihtuvat vastaavat</b>						
<b>Vaihto-omaisuus</b>						
Valmiit tuotteet/tavarat	6979	6981	7537	8102	11119	
Ennakkomaksut	0	0	0	119	86	
<b>Vaihto-omaisuus yhteensä</b>	<b>6979</b>	<b>6981</b>	<b>7537</b>	<b>8221</b>	<b>11205</b>	
<b>Pitkäaikaiset saamiset</b>						
<b>Lyhytaikaiset saamiset</b>						
Myyntisaamiset	2109	1599	1629	2008	1874	
Myyntisaamiset saman konsernin yrityksiltä	292	129	278	177	109	
Lainasaamiset saman konsernin yrityksiltä	14000	12000	7000	0	0	
Muut saamiset	28	1	1	1	119	
Muut saamiset saman konsernin yrityksiltä	0	0	0	13363	11935	
Sirtosaamiset	5420	3562	5320	2625	2577	
<b>Lyhytaikaiset saamiset yhteensä</b>	<b>21849</b>	<b>17291</b>	<b>14228</b>	<b>18174</b>	<b>16614</b>	
<b>Rahoitusarvopaperit</b>						
Rahat ja pankkisaamiset	6901	4134	3347	1541	1538	
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	35729	28406	25112	27936	29357	
<b>Vastaavaa yhteensä</b>	<b>58954</b>	<b>51995</b>	<b>47017</b>	<b>48130</b>	<b>48340</b>	



Instru Optiikka Oy, tase vastattavaa-puoli, Liite 10

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TASE VASTATTAVAA 1000 EUR</b>					
<b>Oma pääoma</b>					
Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma	20000	20000	20000	20000	20000
Tilikauden voitto	11125	8891	5582	8588	8224
<b>Oma pääoma yhteensä</b>	<b>31125</b>	<b>28891</b>	<b>25582</b>	<b>28588</b>	<b>28224</b>
Tilinpäätössiirtojen kertymä					
Kertynyt poistoero	2492	2664	2546	2170	1394
Tilinpäätössiirtojen kertymä yhteensä	2492	2664	2546	2170	1394
Pakolliset varaukset					
Vieras pääoma					
Pitkäaikainen vieras pääoma					
Lyhytaikainen vieras pääoma					
Lainat saman konsernin yrityksiltä	2691	2931	0	0	0
Saadut ennakot	2403	2838	1813	1837	2250
Ostovelat	5543	1501	2201	1864	3581
Ostovelat saman konsernin yrityksille	561	71	726	670	940
Muut velat	4192	3882	4220	3367	2980
Muut velat saman konsernin yrityksille	266	498	939	557	67
Siirtovelat	9546	8707	8989	9078	8906
Siirtovelat saman konsernin yrityksille	135	12	0	0	0
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	25337	20440	18888	17373	18724
Vieras pääoma yhteensä	25337	20440	18888	17373	18724
<b>Vastattavaa yhteensä</b>	<b>58954</b>	<b>51995</b>	<b>47016</b>	<b>48131</b>	<b>48342</b>
Quick ratio	1,3	1,2	1	1,3	1,1
Current ratio	1,4	1,4	1,3	1,6	1,6
Velkaantumisaste	0,1	0,1	0	0	0
Nettovelkaantumisaste	-12,5	-3,8	-11,9	-5	-5,2
Omaräisyyden-%	59,4	64,2	62,2	66,4	64,3
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	20,4	15,4	15,9	13,6	14,5

Specsavers, tunnuslukuyhteenveto, Liite 11

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TUNNUSLUKUYHTEENVETO 1000 EUR</b>					
<b>Toiminnan laajuus</b>					
Liikevaihto (12 kk)	15173	16167	17226	17715	19181
Liikevaihdon kasvu-%	0	6,6	6,6	2,8	8,3
Henkilömäärä (ikm)	60	46	47	47	48
Liikevaihto / henkilö	253	351	367	377	400
Kokonaisvelat	5677	2496	2374	2616	4165
Lyhytaikaiset velat	5677	2496	2374	2616	4165
Oma pääoma	2067	2414	2724	3314	3758
Sijoitettu pääoma	2067	2414	2724	3314	3758
Nettokäyttöpääoma	1096	1692	2189	2653	3321
Taseen loppusumma	7744	4910	5098	5930	7923
Nettoinvestoinnit	0	-207	-156	161	-197
<b>Tulos ja kannattavuus</b>					
Käyttökate	1062	686	408	429	474
Rahotustulos	929	592	345	619	481
Nettotulos	880	554	311	588	449
Myyntikate-%	47,5	49,9	42,8	41,5	41,7
Käyttökate-%	7	4,2	2,4	2,4	2,5
Liikevoitto-%	6,7	4	2,2	2,2	2,3
Rahotustulos-%	6,1	3,7	2	3,5	2,5
Nettotulos-%	5,8	3,4	1,8	3,3	2,3
Oman pääoman tuotto-%	0	15,4	12,1	19,5	12,7
Sijoitetun pääoman tuotto-%	0	20,4	18,8	22,9	16,2
ROI-%	0	10,5	9,6	12,5	8,3
Pääoman kiertonopeus	0	2,6	3,4	3,2	2,8
Voitto-%	6,8	4,1	2,8	3,9	3
<b>Rahotus</b>					
Quick ratio	1,2	1,6	1,8	1,6	1,6
Current ratio	1,2	1,7	1,9	2	1,8
Myyntisaamisten kiertäminen (vrk)	54,5	51	51	49	56,5
Ostovelkojen kiertäminen (vrk)	9,6	32,4	27,8	23,8	49,2
Varaston kiertäminen (vrk)	2,7	2,5	2	1,6	1,5
Omanvaraisuus-%	26,7	49,2	53,4	55,9	47,4
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	37,4	15,4	13,8	14,8	21,7
Z-luku	-2,7	-1,2	-1,1	-1	-1,6
Lainojen hoitokate	0	10,6	9,8	15,7	8,4
Rahotusjäämä / kausi	0	-4	4	-6	10
Kumulatiivinen rahotusjäämä	0	-4	0	-6	4
<b>Muut tunnusluvut</b>					
Jalostusarvo	4300	4154	4015	4530	4741
Jalostusarvo / henkilö	72	90	85	96	99
Jalostusarvo / henkilöstökulut	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1
Nettorahotuskulut-%	-0,1	0,1	-0,4	-1,4	-0,3

Specsavers, SIPO, ROI, Z, Liite 12

	SIPO, ROI, Z 1000 EUR	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
Omnia pääoma		2067	2414	2724	3314	3758
Sijoitettu pääoma		2067	2414	2724	3314	3758
Tulos rahoituserien jälkeen		324	418	443	650	507
Rahoituskulut		2	40	39	42	65
Tuotto sijoitetulle pääomalle		326	458	482	692	572
Sijoitetun pääoman tuotto-%		0	20,4	18,8	22,9	16,2
Taseen loppusumma		7743	4912	5097	5933	7921
Liikevaihto		15173	16167	17226	17715	19181
Tulos satunnaiserien jälkeen		324	418	443	650	507
Rahoituskulut		701	248	39	42	65
Pääoman tuotto		1025	666	482	692	572
Voitto-%		6,8	4,1	2,8	3,9	3
Pääoman kiertonopeus		0	2,6	3,4	3,2	2,8
ROI-%		0	10,5	9,6	12,5	8,3
Käyttökate + ennakkomaksujen muutos		1062	686	408	429	474
Loppuvarastot		60	58	56	45	48
Alkuvarastot		-15	60	58	56	45
Tulojäämä I A		987	688	410	440	471
Muut tuotot - kulut		10	-22	69	252	65
Välittömät verot		143	72	132	62	58
Tulojäämä I B - verot		854	594	347	630	478
Rahoitusomaisuus		6640	4058	4239	4190	6663
Lyhytaikaiset velat		5677	2496	2374	2616	4165
Quick-kassa		963	1562	1865	1574	2498
Kokonaisvelat		5677	2496	2374	2616	4165
Taseen loppusumma		7743	4912	5097	5933	7921
X1-%		11	12,1	6,8	10,6	6
X2-%		12,4	31,8	36,6	26,5	31,5
X3-%		73,3	50,8	46,6	44,1	52,6
Z-luku		-2,7	-1,2	-1,1	-1	-1,6

Specsavers, tuloslaskelma, Liite 13

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TULOSLASKELMA 1000 EUR</b>					
Liikevaihto	15173	16167	17226	17715	19181
Liikevoiton muut tuotot	0	285	0	0	0
Ostot tilikauden aikana / Ainekäyttö	8035	8305	9850	10371	11191
Varastojen muutos (kasvs -, vähennyks +)	-75	2	2	-11	-4
Muuttuvat kulut yhteensä	7960	8387	9852	10360	11187
<b>Myyntikate</b>	<b>7213</b>	<b>8065</b>	<b>7374</b>	<b>7355</b>	<b>7994</b>
Kilinteat palvelut ja pallokirot	2603	2829	2925	3304	3486
Kilinteat eläkekulut	462	521	564	623	618
Muut kilinteat henkilökölkulut	173	118	118	174	163
Muut kilinteat kulut	2913	3911	3359	2825	3253
Kilinteat kulut yhteensä	6151	7379	6966	6926	7520
<b>Käytökate</b>	<b>1062</b>	<b>686</b>	<b>408</b>	<b>429</b>	<b>474</b>
Poistot käyttöomaisuudesta	48	39	34	31	32
Liikevoitto	1014	648	374	398	442
Tuotot osuudesta konsernyrityksistä	0	0	90	120	56
Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista	0	0	0	156	55
Muut korko- ja rahoitustuotot	12	18	18	18	19
Arvonlukumiset pysyvien vastaavien sijoituksista	699	208	0	0	0
Korkokulut ja muut rahoituskulut	2	40	39	42	65
Rahoituserät yhteensä	689	220	-69	-252	-65
<b>Tulos rahoituserien jälkeen</b>	<b>324</b>	<b>418</b>	<b>443</b>	<b>650</b>	<b>507</b>
Tulos satunnaiserien jälkeen	324	418	443	650	507
Tuloverot	143	72	132	62	58
Tilikauden voitto	181	346	311	588	449
Liikevoiton kasvuv-%	0	6,6	6,6	2,8	8,3
Liikevoiton kasvun keskimäärin-%	0	6,6	6,6	5,3	6
Käytökate-%	7	4,2	2,4	2,4	2,5
Liikevoitto-%	6,7	4	2,2	2,2	2,3
Sijoitetun pääoman tuotto-%	0	20,4	18,8	22,9	16,2
Oman pääoman tuotto-%	0	15,4	12,1	19,5	12,7

Specsavers, tase vastaavaa-puoli, Liite 14

TASE VASTAAVAA 1000 EUR	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>Pysyvät vastaavat</b>					
Aineettomat hyödykkeet					
Muut pitkävaikuteiset menot	105	73	44	16	0
Aineettomat hyödykkeet yhteensä	105	73	44	16	0
Aineelliset hyödykkeet					
Koneet ja kalusto	14	7	1	27	128
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	14	7	1	27	128
Sijoitukset					
Osuudet saman konsernin yrityksissä	851	644	489	621	307
Sijoitukset yhteensä	851	644	489	621	307
Pysyvät vastaavat yhteensä	970	724	534	664	435
Vaihtuvat vastaavat					
Vaihto-omaisuus					
Valmiit tuotteet/tavarat	60	58	56	45	48
Vaihto-omaisuus yhteensä	60	58	56	45	48
Pitkäaikaiset saamiset					
Lainasaamiset	0	0	134	517	775
Siirtosaamiset	73	72	134	517	0
Pitkäaikaiset saamiset yhteensä	73	72	268	1034	775
Lyhytaikaiset saamiset					
Myyntisaamiset	2296	2291	2438	2412	3011
Myyntisaamiset saman konsernin yrityksiltä	385	268	128	165	0
Lainasaamiset	0	0	74	110	304
Lainasaamiset saman konsernin yrityksiltä	50	48	39	30	0
Siirtosaamiset	996	539	395	561	1201
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	3727	3146	3074	3278	4516
Rahoitusarvopaperit					
Rahat ja pankkisaamiset	2913	912	1165	912	2147
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	6773	4188	4563	5269	7486
Vastaavaa yhteensä	7743	4912	5097	5933	7921

Specsavers, tase vastattavaa-puoli, Liite 15

	2014/12 12	2015/12 12	2016/12 12	2017/12 12	2018/12 12
<b>TASE VASTATTAVAA 1000 EUR</b>					
<b>Oma pääoma</b>					
Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma	8	8	8	8	8
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	5940	5940	5940	5940	5940
Edellisten tilikausien voitto	-4062	-3882	-3533	-3224	-2635
Tilikauden voitto	181	348	309	590	445
<b>Oma pääoma yhteensä</b>	<b>2067</b>	<b>2414</b>	<b>2724</b>	<b>3314</b>	<b>3758</b>
Tilinpäätössiirtojen kertymä					
Pakolliset varaukset					
Vieras pääoma					
Pitkäaikainen vieras pääoma					
Lyhytaikainen vieras pääoma					
Ostovelat	214	755	760	685	1529
Muut velat	682	560	556	498	696
Muut velat saman konsernin yrityksille	4266	153	0	0	762
Siirtovelat	515	1028	1058	1433	1178
<b>Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä</b>	<b>5677</b>	<b>2496</b>	<b>2374</b>	<b>2616</b>	<b>4165</b>
Vieras pääoma yhteensä	5677	2496	2374	2616	4165
<b>Vastattavaa yhteensä</b>	<b>7744</b>	<b>4910</b>	<b>5098</b>	<b>5930</b>	<b>7923</b>
Quick ratio	1,2	1,6	1,8	1,6	1,6
Current ratio	1,2	1,7	1,9	2	1,8
Nettovelkaantumisaste	-140,9	-37,8	-42,8	-27,5	-57,1
Omaraisuus-%	26,7	49,2	53,4	55,9	47,4
Suhteellinen velkaantuneisuus-%	37,4	15,4	13,8	14,8	21,7