



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Maria Nemeläinen

Kannattavuusanalyysi palveluyrityk- selle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

Joulukuu 2021

Tekijä Otsikko	Maria Nemeläinen Kannattavuusanalyysi palveluyritykselle
Sivumäärä Aika	30 sivua + 3 liitettä Joulukuu 2021
Tutkinto	Tradenomi
Tutkinto-ohjelma	Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Laskentatoimi ja rahoitus
Ohjaaja	Lehtori Tero Hujala
<p>Opinnäytetyössä keskityttiin Trimmauspalvelu Groomin kannattavuuden tutkimiseen. Tavoitteena oli selvittää, onko yrityksen toiminta kannattavaa ja millä tavalla kannattavuutta saadaan paranneltua. Tarkoituksena oli saada toimeksiantajalle kehittämisehdotuksia kannattavampaa tulevaisuutta ajatellen.</p> <p>Aineistonhankintamenetelminä käytettiin eri kirjallisuus- ja verkkolähteitä. Kirjallisuuslähteet olivat alan kirjallisuutta. Työssä on käytetty Trimmauspalvelu Groomin tilinpäätöstä vuodelta 2020. Yrittäjän haastattelua käytettiin myös tiedonkeruumenetelmänä. Haastattelulla selvisi asioita, mitä ei olisi tilinpäätöksestä voinut päätellä.</p> <p>Työn tutkimusmenetelmäksi valittiin tapaustutkimus. Opinnäytetyö aloitettiin teoreettisella viitekehyksellä, joka koostui kannattavuuden tekijöistä, kustannuslaskennasta, hinnoittelusta. Empiirisessä osuudessa yrityksen tilinpäätöksen avulla tehtiin katetuottolaskelma, kustannusrakenne ja herkkyyshanalyysi sekä laskettiin kannattavuuden mittarit ja tunnusluvut.</p> <p>Saatujen tietojen perusteella voidaan todeta, että yrityksen kannattavuutta saadaan parannettua. Tämä tapahtuu kulujen vähentämisellä. Parhaaksi tavaksi on todettu muuttuvien kulujen vähentäminen ja myyntituottojen kasvattaminen.</p>	
Avainsanat	Kannattavuus, kustannuslaskenta

Author Title	Maria Nemeläinen Profitability analysis for service company
Number of Pages Date	30 pages + 3 appendices December 2021
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Accounting and Finance
Instructor	Tero Hujala, Senior Lecturer
<p>This thesis focuses on the study of the profitability of Trimmauspalvelu Groom. The aim was to find out whether the company's operations are profitable and how profitability can be improved. The purpose was to get development proposals for the client for the future.</p> <p>Various literature and online sources were used as data acquisition methods. Literature sources were literature in the field. The client's financial statements for 2019–2020 have been used in the work. An entrepreneur interview was also used as a data collection method. The interview revealed facts that could not have been deduced from the financial statements.</p> <p>A case study was chosen as the research method of the work. The thesis started with a theoretical frame of reference, which consisted of profitability factors, costing, pricing. In the empirical part, the company's financial statements were used to make a margin calculation, cost structure and sensitivity analysis, and to calculate profitability indicators and key figures.</p> <p>On the basis of the information received, it can be concluded that the company's profitability can be improved. This is done by reducing costs, in particular by increasing variable costs and sales revenues.</p>	
Keywords	Profitability, cost accounting

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimusongelma ja -kysymykset	1
1.2	Toteutus	1
2	Yrityksen laskentatoimi	2
2.1	Ulkoinen laskentatoimi	3
2.2	Sisäinen laskentatoimi	3
3	Tuotot ja kustannukset	4
3.1	Tuotot	4
3.2	Kustannukset	5
4	Kannattavuus ja katetuotto	6
4.1	Yrityksen kannattavuus	6
4.2	Katetuottolaskenta	9
4.3	Herkkyysanalyysi	11
5	Hinnoittelu	12
5.1	Yleisesti hinnoittelusta	12
5.2	Hinnoittelualue	12
5.3	Hinnoittelustrategia	13
5.4	Hinnoittelumenetelmät	14
5.4.1	Kustannusperusteinen hinnoittelu	14
5.4.2	Muita hinnoittelumenetelmiä	16
5.5	Hinnoittelu palveluyrityksessä	17
6	Trimmauspalvelu Grroom	18
6.1	Kannattavuuslaskelmat	18
6.2	Katetuottolaskelma	22
6.3	Katetuoton tunnusluvut	23
6.4	Herkkyysanalyysi	25
6.5	Kustannusrakenne	27
7	Yhteenveto	28
7.1	Johtopäätökset	28
7.2	Opinnäytetyön onnistuminen	29

8	Lopuksi	30
8.1	Kannattavuuteen perehtyminen	30
8.2	Ehdotukset jatkotutkimukselle	30
	Lähteet	31
	Liitteet	
	Liite 1. Tuloslaskelma	
	Liite 2. Taseen vastaavat	
	Liite 2. Taseen vastattavat	

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee trimmauspalvelun kannattavuuden parantamista. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii pääkaupunkiseudulla toimiva Trimmauspalvelu Grroom. Työn viimeisessä kappaleessa tutustutaan tarkemmin kyseiseen yritykseen. Opinnäytetyön tarkoituksena on perehtyä yleisesti kannattavuuteen sekä tutkia sitä toimeksiantajan, Trimmauspalvelu Grroomin näkökulmasta. Tavoitteena on saada yritykselle mahdollisimman paljon lukuja kertomaan yrityksen kannattavuudesta enemmän, kuin mitä tilinpäätöksestä näkee. Tutkimuksessa lasketaan tunnuslukuja vuoden 2020 tilinpäätöksestä ja käytetään niitä tutkimuksen aineistona. Opinnäytetyö sisältää paljon laskukaavioita selventämään sitä, mitä lasketaan.

1.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Opinnäytetyössä selvitetään trimmauspalvelun nykyistä kannattavuutta ja sitä, miten sitä voidaan parantaa. Kysymyksiä, joihin pyritään saamaan vastauksia tässä työssä ovat muun muassa:

1. Onko kyseisen yrityksen liiketoiminta kannattavaa?
2. Miten kannattavuutta voidaan parantaa?

1.2 Toteutus

Opinnäytetyö toteutettiin tapaustutkimuksena, mutta koska sitä ei voida käyttää ainoana aineistokeruutekniikkana, työssä käytettiin myös kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä. Tavoitteena oli saada mahdollisimman kokonaisvaltainen ja monipuolinen ymmärrys aiheesta. Siksi laadullinen tutkimus sopii parhaiten tähän työhön. Teoriaosuudessa käytettiin laajasti ammattikirjallisuutta ja tavoitteena on saada työn lukijalle kokonaisvaltainen ymmärrys ja näkemys aiheesta. Lähteet tulevat laskentatoimen ja kannattavuuslaskennan aiheisesta kirjallisuudesta ja verkkolähteistä sekä toimeksiantajayrityksen vuoden 2020 tilinpäätöksestä.

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, teoriasta, toimeksiantajayrityksen esittelystä, tunnuslukujen laskemisesta sekä analysoinnista ja johtopäätöksistä. Teoriaosuudessa keskitytään siihen, mistä kannattavuus muodostuu ja miten sitä lasketaan. Kun teoriaosuus

on käyty läpi, siirrytään Trimmauspalvelu Grroomiin esittelyyn ja heidän nykyisen tilanteensa selvittelyyn. Tämän jälkeen lähdetään selvittämään toimeksiantajayrityksen yleistä kannattavuutta. Työn lopussa annetaan toimeksiantajayritykselle kehittämissuhteita, jotta se voisi tehdä liiketoiminnastaan entistä kannattavampaa.

Trimmauspalvelu Grroom on nimensä mukaisesti yritys, joka tuottaa palveluita kuluttajilleen. Työssä on otettu huomioon yrittäjän näkökulma lähtötilanteesta ja tavoitteita kannattavuuden kasvuun. Yrittäjä on ollut koko työn prosessin aikana aktiivisesti mukana ja kertonut mielipiteensä ehdotuksiin ja muutoksiin.

2 Yrityksen laskentatoimi

Laskentatoimen tarkoitus on saada kerättyä ja tuotettua luotettavaa tietoa yrityksen liiketapahtumista ja laatia näiden tietojen pohjalta erilaisia raportteja (Jormakka & Koivusalo & Lappalainen & Niskanen 2021, 11). Yritys, joka toimii kannattavasti, on menestyvä yritys (Eskola & Mäntysaari 2006, 8).

Yrityksen laskentatoimen tehtävät voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen laskentatoimeen. Tämä jako tapahtuu sen perusteella, kenen käyttöön laskentatoimen tuottama tieto tulee. (Jormakka ym. 2021, 12.)



Kuvio 1. Laskentatoimi (Jormakka ym. 2021, 12).

2.1 Ulkoinen laskentatoimi

Ulkoista laskentatoimea kutsutaan myös rahoittajan laskentatoimeksi. Ulkoisessa laskentatoimessa kerätään, tuotetaan ja muokataan tietoa yrityksen ulkopuolisille sidosryhmille. (Jormakka ym. 2021, 12.) Ulkoinen laskentatoimi tarkastelee yrityksen ulkoista kirjanpitoa ja muuta raportointia. Sen avulla yrityksen ulkopuoliset sidosryhmät, kuten rahoittajat, sijoittajat ja verottajat, saavat tietoa tukemaan päätöksentekoaan. Ulkoisen laskentatoimen tuottamiin raportteihin kuuluvat tilinpäätöksestä löytyvät tuloslaskelma, tase ja niihin liittyvät liitetiedot. (Ikäheimo & Laitinen & Laitinen & Puttonen 2011, 81.)

Ulkoista laskentatoimea ei turhaan kutsuta rahoittajan laskentatoimeksi. Sijoittajat, verottajat, asiakkaat sekä velkojat ja tavarantoimittajat ovat kiinnostuneita yrityksen taloudellisesta tilasta, kehityksestä ja näkymästä, kyvystä suoriutua veloista ja muista velvoitteista. (Jormakka ym. 2021, 12–13.)

Ulkoinen laskentatoimi on tarkoin säädelty lainsäädännössä. Yrityksen on kirjattava lailla säädeltävällä tavalla kaikki yritystoimintaan liittyvät taloudelliset tapahtumat eli kaikki rahanmenonsa. Tämä sen takia, että ulkoiset sidosryhmät pääsevät todentamaan yrityksen tarjoaman informaation todenmukaisuuden. (Jormakka ym. 2021, 13.)

2.2 Sisäinen laskentatoimi

Sisäisen laskentatoimen tuottama informaatio eroaa suuresti ulkoisen laskentatoimen tiedosta. Sisäisessä laskentatoimessa syvennytään ja laajennetaan kuvaa organisaatiosta. (Jormakka ym. 2021, 13.) Sisäisestä laskentatoimesta käytetään myös nimitystä johdon laskentatoimi. Sen tavoitteena on tuottaa yrityksen sisäiseen käyttöön tietoa. Tämä tukee yrityksen johdon tehtäviä, joista tärkeimmät ovat suunnittelu, päätöksenteko ja valvonta. Sisäinen laskentatoimi tarkastelee siis yrityksen sisäistä raportointia. (Ikäheimo ym. 2011, 81.)

Sisäisen laskentatoimen kolme keskeistä tavoitetta:

- yritykselle asetetut tavoitteet
- sisäisen laskentatoimen tavoitteet
- yritysjohdon tavoitteet. (Ikäheimo ym. 2011, 81.)

Sisäisen laskentatoimen tavoite on tuottaa tietoa, jota yritysjohto voi käyttää hyväkseen johtaessaan yritystä niin, että sille asetetut tavoitteet tulevat saavutetuiksi (Ikäheimo ym. 2011, 81). Sisäisen laskentatoimen yhtenä tehtävänä on selvittää yrityksen ja sen eri yksiköiden kustannukset sekä kohdistaa ne tuotteille ja palveluille. Sen avulla pyritään arvioimaan tulevaisuuden menoja ja tuloja. Myös investointien kannattavuutta pyritään määrittämään sisäistä laskentatoimea käyttäen. (Jormakka ym. 2021, 13.)

Sisäisen laskentatoimen raportit ovat lähes aina vain oman yrityksen käyttöön tarkoitettuja ja siksi niitä harvemmin julkaistaan missään. Nämä raportit voivat olla hyvinkin erilaisia erikokoisissa ja eri toimialojen yrityksissä. Tämän mahdollistaa se, ettei sisäinen laskentatoimi ole niin tarkasti sidottu lainsäädäntöön kuin ulkoinen laskentatoimi ja näin ollen sen voi toteuttaa yritykselle sopivalla tavalla. (Ikäheimo ym. 2011, 81; Jormakka ym. 2021, 14.)

3 Tuotot ja kustannukset

3.1 Tuotot

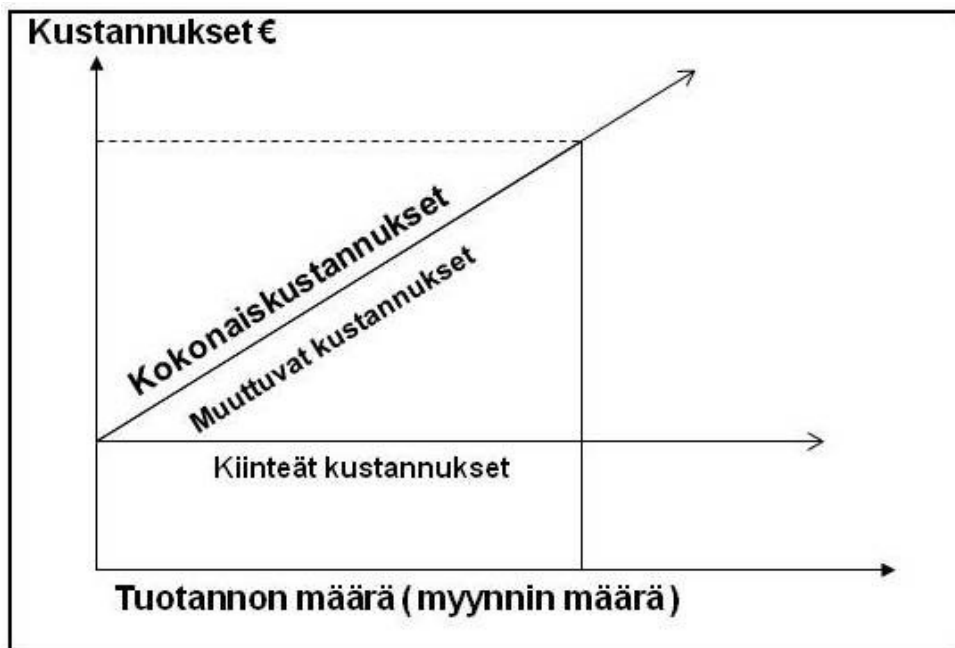
Yrityksen tuotot syntyvät pääosin yrityksen liikevaihdosta eli liiketoiminnan myyntituotoista. Myyntituotto tarkoittaa tietyn ajanjakson myytyjen tuotteiden ja palveluiden määrää ja niiden tuottamaa tuloa. (Eklund & Kekkonen 2018, 76.) Yrityksen kannattavuuden kannalta tärkeimpiä tekijöitä ovat myyntituotot, mutta yrityksellä voi olla muitakin tuottoja kuin vain varsinaisen liiketoiminnan myyntituotot. Yritys voi saada myyntituottojen ja muiden tuottojen lisäksi osinko- ja korkotuottoja. Liiketoiminnan muiden tuottojen osuus on hyvin pieni verrattuna myyntituottoihin. (Eklund & Kekkonen 2018, 34.) Kaupaliike ja esimerkiksi tehtaat myyvät tuotteitaan ja palveluyritykset saavat tuottoja myymällä palveluitaan. Monet yritykset myyvät sekä palveluitaan että tuotteita. Joitakin tuotteita ei kannata ottaa huomioon varsinaisen toiminnan kannattavuuden arvioidessa. Näitä tuottoja ovat sijoitus- ja rahoitustuotot sekä satunnaiset tuotot. (Tomperi 2016, 8.)

Yrityksen tuottojen seuraamiseen on monia tapoja. Niitä voidaan seurata esimerkiksi vuosi- tai kuukausitasolla tai sitten useamminkin, viikko- tai päivätasolla. Vaihtoehtoisesti voidaan tarkastella niitä tarkemmin esimerkiksi tuote-, tuoteryhmä-, myyjä tai myyntiryhmäkohtaisesti. On täysin yrityskohtaista, miten tuottoja seurataan. (Tuotot ja kustannukset.)

3.2 Kustannukset

Kustannuksia syntyy, kun käytetään erilaisia tuotannontekijöitä tuotteiden ja palveluiden valmistamiseen. Tavarahankinnoista, kuljetuksista, palkoista sekä muista henkilömenoista, vuokrasta, sähköstä ja mainonnasta tulee keskeisimmät kustannukset. Ne ovat kauppaliikenteen yleisempiä kustannuksia. Palvelualan yrityksiin suurimpiin kustannuksiin kuuluvat palkat ja muut henkilöstömenot, toimitilojen vuokrat, posti, puhelin ja tarvikkeet. (Tomperi 2016, 9.)

Kustannuksia voidaan jaotella eri tavoin, riippuen mitä näkökulmaa käyttää. Yhdessä tarkastelumallissa kustannukset voidaan jakaa kuluihin ja investointeihin. Lyhytvaikutteisista kustannuksista kutsutaan kuluksi. Kulun vaikutusaika on alle vuoden, eli tuotto tai muu hyöty syntyy yhden vuoden sisällä. Kustannusta, jonka vaikutus kestää yli vuoden, kutsutaan investoinniksi. Toinen tapa luokitella yrityksen kustannuksia on jakaa kustannukset muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. (Kotro 2007. 20–21.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään jälkimmäiseen tapaan.



Kuvio 2. Kustannusten muodostuminen. (Tuotot ja kustannukset).

Jako muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin tapahtuu sen perusteella miten riippuvaiset kustannukset ovat tuotannon ja myynnin määrästä. Kun muuttuvat kustannukset ovat

suuresti riippuvaisia ja vaihtelevat täysin tuotannon ja myynnin määrän mukaan, niin kiinteiden kustannusten määrä ei ole ollenkaan riippuvainen myynnin määrästä. Muuttuvat kustannukset kasvavat, jos myynti kasvaa ja jos myynti laskee niin myös muuttuvat kustannukset pienenevät. Muuttuvien kustannusten osuus on usein vähäinen palveluyrityksissä. Kiinteiden kustannusten määrä voi vaihdella ja se johtuu yleensä siitä, että esimerkiksi vuokrat, korot tai vakuutusmaksut nousevat. Nämä muutokset eivät johdu tuotannon määrän muutoksesta, vaan ihan muista syistä. Kokonaiskustannukset saadaan laskemalla tietyn ajanjakson muuttuvat ja kiinteät kustannukset yhteen. (Tuotot ja kustannukset.)

4 Kannattavuus ja katetuotto

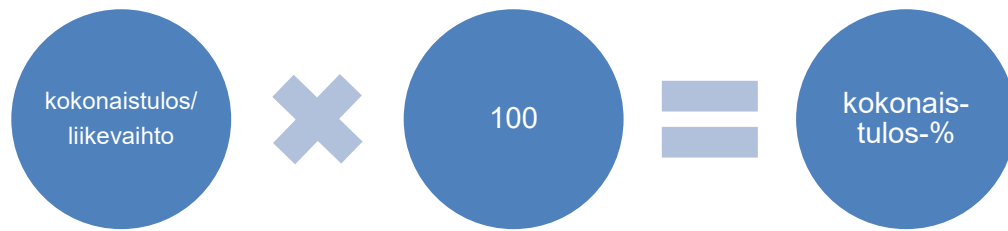
Jokainen yritys pyrkii siihen, että liiketoiminta olisi kannattavaa. Tuottojen ja kustannusten määrä vaikuttaa yrityksen toiminnan kannattavuuteen. Tuottojen ollessa suuremmat kuin kustannukset liiketoimintaa voidaan kutsua kannattavaksi. Kannattavuuteen voi perehtyä monesta eri näkökulmasta. (Eklund & Kekkonen 2018, 76.)

Hyvä liikeidea, talouden suunnittelu ja seuranta ovat pakollisia yritystoiminnan onnistumisen kannalta. Kannattavan hinnoittelun ja kustannusten laskennan lisäksi kannattava toiminta tarvitsee sekä etukäteen kehitettyjä tavoitelaskelmia että jälkikäteen tehtyjä seurantalaskelmia. Toiminnan tärkeimpiin tehtäviin kuuluu myytävien palveluiden, tuotteiden ja niiden yhdistelmien sekä hankkeiden ja projektien kannattavuuden laskenta. (Eklund & Kekkonen 2018, 3.)

4.1 Yrityksen kannattavuus

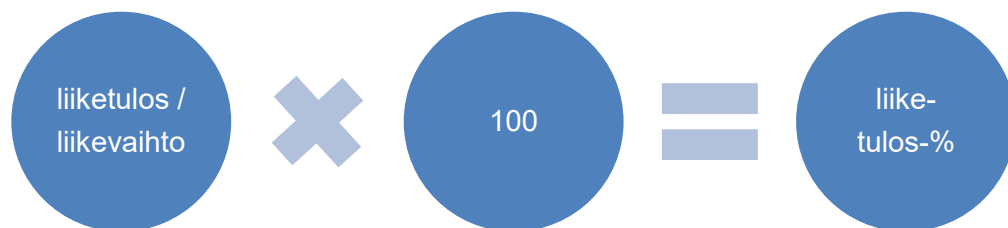
Kannattavuuden laskemiseen voidaan käyttää eri talouden tunnuslukuja. Ne voidaan laskea esimerkiksi käyttämällä yrityksen tuloslaskelmaa. Käytetyimpiä kannattavuutta mittaavia tunnuslukuja ovat myyntikate, käyttökate, liiketulos ja kokonaistulos eli tilikauden tulos. Kun lasketaan edellä mainitut tunnusluvut suhteellisena osuutena liikevaihdosta, saamme myyntikate-, käyttökate-, liiketulos- ja tulosprosentti. (Eklund & Kekkonen 2018, 76.)

Kokonaistulos tulee, kun vähennetään tuotoista kaikki yrityksen toiminnan kustannukset. Poistot, korkokustannukset sekä tuloverot vähennetään myös yrityksen tuotoista, kun lasketaan kokonaistulosta. (Eklund & Kekkonen 2018, 76–77.)



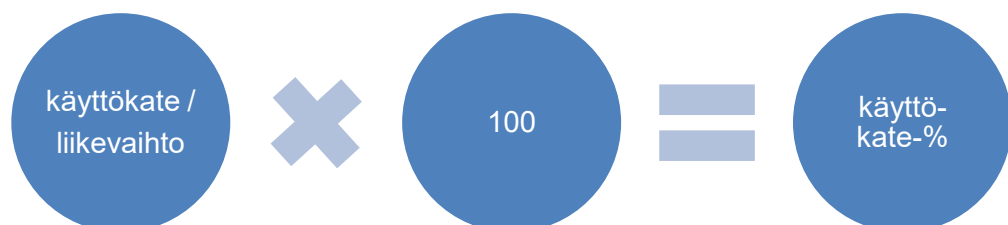
Kuvio 3. Kokonaistulos-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

Liiketulosella lasketaan varsinaisen liiketoiminnan kannattavuutta. Liiketulos saadaan vähentämällä tuotoista kaikki varsinaisen liiketoiminnan kustannukset. Tämän tunnusluvun kustannuksia ovat sekä muuttuvat että kiinteät kustannukset ilman korkokustannuksia. Veroja ei myöskään huomioida. (Eklund & Kekkonen 2018, 77.)



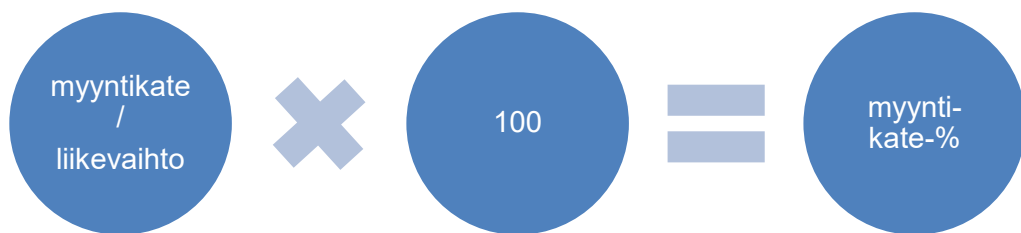
Kuvio 4. Liiketulos-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

Perinteinen kannattavuuden mittari on käyttökate. Vähentämällä tuotoista muuttuvat ja kiinteät kustannukset saadaan käyttökate. Edellä mainituissa kustannuksissa ei huomioida yrityksen rahoitusrakennetta eli korkokustannuksia, eikä investointeja ja niistä tulevia poistoja. Käyttökateä voi verrata myös eri toimialojen välillä. (Eklund & Kekkonen 2018, 77.)



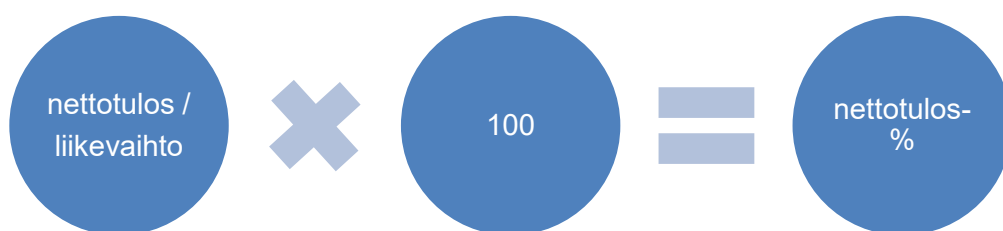
Kuvio 5. Käyttökate-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

Myyntikate lasketaan silloin, kun tarkoituksena on laskea myytävän palvelun tai tuotteen kannattavuutta. Vähentämällä myyntituotoista myytyjen tuotteiden muuttuvat kustannukset eli tuotannosta tai hankinnasta aiheutuneet kustannukset. Kun lähdetään laskemaan myyntikatetta, pitää muistaa huomioida vain myyntituotot. Myyntikate ei kerro koko liiketoiminnan kannattavuudesta vaan yrityksen tuotteiden ja palveluiden kannattavuudesta. (Eklund & Kekkonen 2018, 77.)



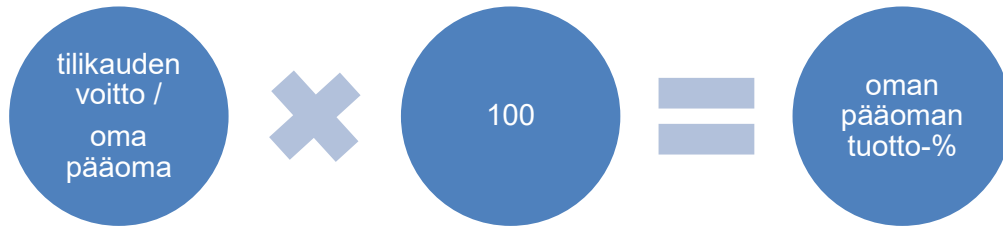
Kuvio 6. Myyntikate-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

Nettotulos on osuus tilikauden tuloksesta mikä jää omistajalle. Nettotulos on yrityksen varsinaisen toiminnan tulos. Positiivinen nettotulos kertoo sen, että kykeneekö yritys suoriutua varsinaisella liiketoiminnallaan lainojen koroista ja käyttöpääoman sekä investointien omarahoituksesta. (Nettotulos ja nettotulos-% 2021.)



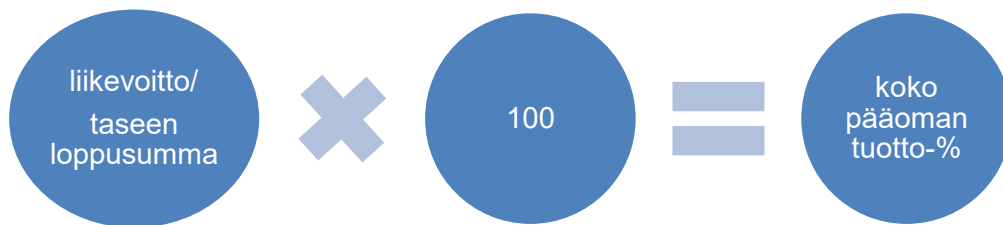
Kuvio 7. Nettotulos-% (Nettotulos ja nettotulos-% 2021).

Oman pääoman tuotto prosentti eli ROE, return of equity. Se kertoo prosentuaalisesti sen, kuinka paljon yrityksen omistajille kuuluu tilikauden voitosta, kun se suhteutetaan heidän omaan sijoittamaan pääomaan. (Jormakka ym. 2021, 142.)



Kuvio 8. Oman pääoman tuotto-% (Jormakka ym. 2021, 142).

ROA, return on assets eli koko pääoman tuotto-%. Tämä tunnusluku puolestaan kertoo sen, kuinka paljon tuottoa muodostuu tilikauden aikana yritystoimintaan sitoutuneelle pääomalle. (Oman pääoman tuotto-% (ROE) 2021.)



Kuvio 9. Koko pääoman tuotto-% (Jormakka ym. 2021, 143).

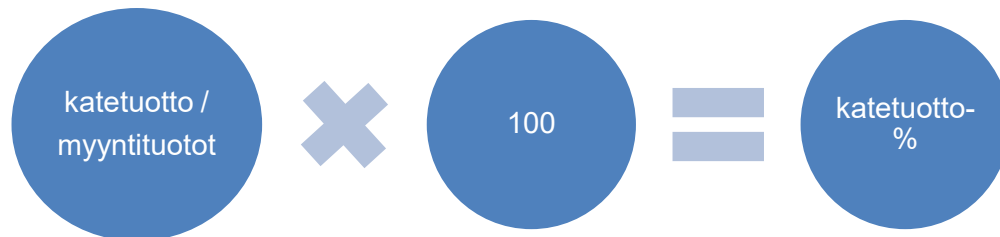
4.2 Katetuottolaskenta

Katetuottolaskentaa käytetään kannattavuuden analysointiin ja hallintaan. Myös tulosta voi suunnitella katetuottolaskennan avulla. Yrityksen kustannukset jaetaan katetuottolaskennassa muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. Katetuottolaskennan avulla on hyvä lähteä hinnoittelemaan palveluita ja tuotteita. Erilaisten tunnuslukujen avulla voidaan laskea katetuottoa ja sen riittävyyttä. (Jormakka ym. 2021, 163–164.)

Myyntituottojen ja muuttuvien kustannusten erotuksesta saadaan laskettua katetuotto. Katetuoton avulla selviää, mikä osuus myynnistä jää jäljelle, kun myyntituotoista poistetaan kaikki muuttuvat kustannukset. Jotta yrityksen tulos olisi positiivinen, katetuoton tulee olla niin suuri, että kiinteät kustannukset tulevat katetuoksi. Jakamalla katetuotto myyntituotoilla saadaan selville katetuottoprosentti. Katetuottoprosentti kertoo sen, montako prosenttia jää jäljelle myyntituotoista. (Jormakka ym. 2021, 164.)



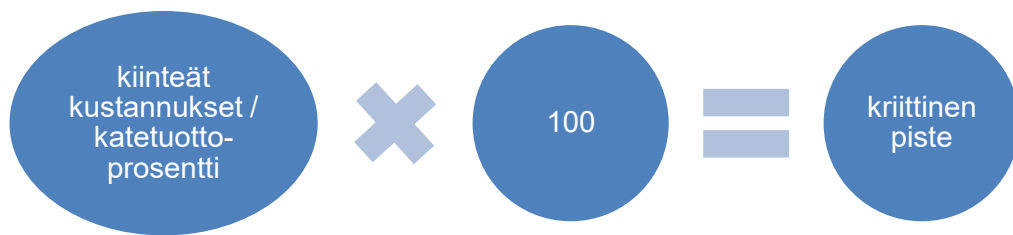
Kuvio 10. Katetuotto (Eklund & Kekkonen 2018, 260).



Kuvio 11. Katetuotto-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

Kriittisen pisteen avulla selvitetään se, mikä myyntituottojen määrän on oltava, jolla tulos olisi 0. Kriittinen piste saadaan jakamalla kiinteät kustannukset katetuottoprosentilla. Yrityksen kannattavuus on sitä parempi, mitä enemmän myyntiä se tekee ja mitä enemmän tämä myynti menee kriittisen pisteen yli. (Jormakka ym. 2021, 164–165.)

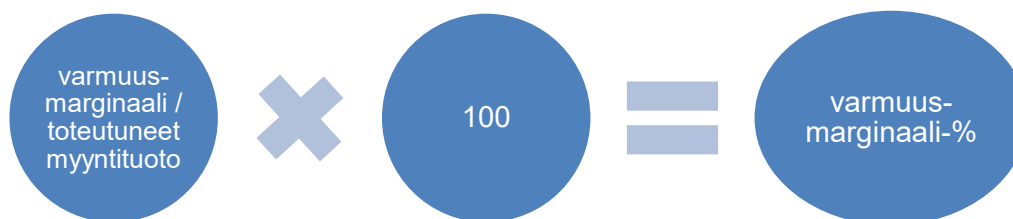
Varmuusmarginaali tulee toteutuneiden myyntituottojen ja kriittisen pisteen erotuksesta. Varmuusmarginaaliprosentti saadaan jakamalla varmuusmarginaali toteutuneilla myyntituotoilla. Positiivinen varmuusmarginaali ja varmuusmarginaaliprosentti kertovat sen, kuinka paljon toteutunut myynti voi huonontua, ennen kuin saavutetaan kriittinen piste. Jos ne ovatkin negatiivisia, niin se kertoo sen, kuinka paljon toteutunutta myyntiä pitäisi kasvattaa, että päästäisiin kriittiseen pisteeseen. (Jormakka ym. 2021, 165.)



Kuvio 12. Kriittinen piste (Eklund & Kekkonen 2018, 260).



Kuvio 13. Varmuusmarginaali (Eklund & Kekkonen 2018, 260).



Kuvio 14. Varmuusmarginaali-% (Eklund & Kekkonen 2018, 260).

4.3 Herkkyysanalyysi

Herkkyysanalyysillä tarkastellaan, miten katetuottolaskelman lähtötietojen muuttaminen vaikuttaa katetuottoon, tunnuslukuihin ja tulokseen. Herkkyysanalyysissä voidaan muuttaa esimerkiksi myyntimääriä, myyntihintoja ja kustannustietoja. (Jormakka ym. 2021, 170.) Tässä opinnäytetyössä herkkyysanalyysi toteutetaan nostamalla liikevaihtoa ja vähentämällä kustannuksia sekä muuttuvia että kiinteitä.

5 Hinnoittelu

Tässä luvussa käsitellään yleisesti hinnoittelua ja hinnoittelumenetelmiä. Pehdymme myös palveluyrityksen hinnoitteluun. Hinnoittelulla on suora vaikutus yrityksen kannattavuuteen, siksi palvelun tai tuotteen hinnoittelulla on suuri rooli yrityksen menestymisessä (Järvenpää & Länsiluoto & Partanen & Pellinen 2013, 212).

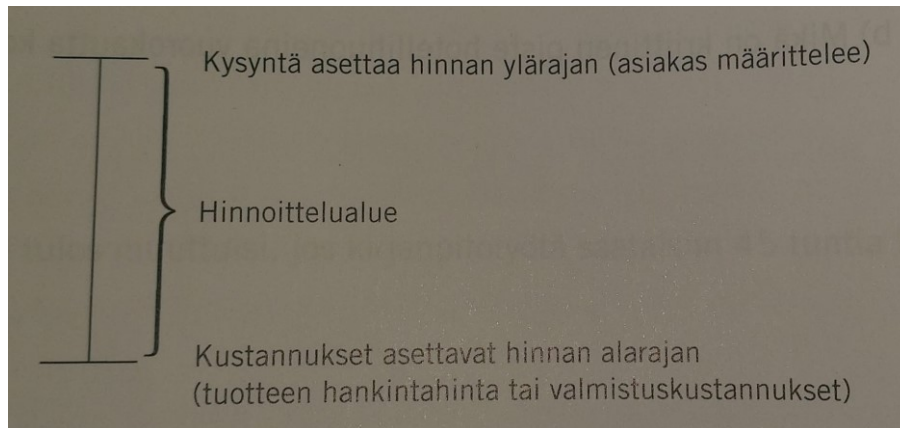
5.1 Yleisesti hinnoittelusta

Yrityksen tuotot määräytyvät tuotteiden sekä palveluiden myynnistä ja niistä tulevasta tuotosta. Tuoton määrä tulee palveluiden ja tuotteiden myynnin hinnasta ja määrästä. Jo euron lisähinta tuotteessa ja palvelussa lisää yrityksen kannattavuutta. Yrityksen kannattavuuteen vaikuttaa vahvasti tuotteen hinnan määrittäminen. Tuotteen sekä palvelun määrä ja hinta ovat vahvasti sidottu toisiinsa. Hinta vaikuttaa kannattavuuden lisäksi myös yrityksen kilpailutilanteeseen ja imagoon. (Eklund & Kekkonen 2018, 108.)

Yrityksen kilpailuasema markkinoilla sekä asiakkaiden kokema hyöty vaikuttavat hinnoitteluun. Onko myytävä tuote tai palvelu kaikille asiakkaille tuttu vai erottuuko se jotenkin markkinoilla olevista tuotteista huomattavasti? Mitä erikoisempi eli erottuvampi tuote tai palvelu on, sitä vapaammin sitä pääsee hinnoittelemaan. Jos markkinoilla löytyy jo samankaltaisia ominaisuuksiltaan tuotteita tai palveluita, niin niitä on vaikea lähtemään hinnoittelemaan oman mielen mukaan. (Eklund & Kekkonen 2018, 108.)

5.2 Hinnoittelualue

Hinnoittelun ylärajan tuotteille ja palveluille asettaa kysyntä. Tuote ei mene kaupaksi, jos hinta on asetettu liian korkeaksi. Alarajan hinnoille taas muodostavat kustannukset, sillä tuotteita ja palveluita ei kannata myydä kustannuksia alemmalla hinnalla. (Tomperi 2016, 90.)



Kuvio 15. Hinnottelualueen ylä- ja alaraja (Tomperi 2016, 90).

Hinnottelun ylä- ja alarajan väliin jää alue, johon hinta kannattaisi asettaa. Tätä aluetta kutsutaan hinnoittelualueeksi, tämä on havainnollistettu yllä olevassa kuviossa (kuvio 16). Joskus yrityksen on myytävä tuotetta tai palvelua hinnoittelualan ulkopuolelta. Tähän voi johtaa esimerkiksi se, että tuote on menossa vanhaksi tai poistumassa kokonaan myynnistä. Tätä tuotetta ei välttämättä saataisi muuten myytyä, eikä siitä saataisi lainkaan tuottoa. (Tomperi 2016, 90.)

5.3 Hinnoittelustrategia

Hinnoittelustrategian ajatus pohjautuu siihen, että hinnoittelulla on muitakin päämääriä kuin vain kannattava yritys. Esimerkiksi alhaisilla hinnoilla voidaan pyrkiä valtaamaan markkinoita sekä hankaloittaa kilpailijoiden tuloa markkinoille. Tilanne voi muuttua myös niin päin, että kysyntä on suurempi kuin tarjonta. Tässä tilanteessa hintoja pystytään nostamaan ilman pelkoa, että menekki tippuu. (Eskola & Mäntysaari 2006, 47). Hinnoittelustrategian merkityksen huomaa silloin, kun lähdetään tekemään päätöksiä resursien eli henkilöstön tai yhteistyökumppaneiden, toimitilojen, järjestelmien ja laitteistojen valinnasta. Jos erehdytään henkilöstön tai investoinnin valinnassa, saattavat mahdollisuudet tuottaa markkinoille kannattavaa palvelua olla mitättömät. (Sipilä 2003, 66.)

Yrityksen tavoitellessa sitä, että asiakas tekee suurimman osan ostoistaan yritykseen, kannustimena voi käyttää paljousalennuksia ja kertyviä alennuksia. Yritys voi myös yrittää psykologisen hinnoittelun avulla määrittää hintansa. Siinä hinnoittelu tehdään niin, että asiakas kokee hinnan edulliseksi. Psykologisen hinnoittelun menetelmän laatimi-

seen käytetään jotain muuta hinnoittelumenetelmää ja huomioon pyritään ottamaan muitakin näkökulmia. Hinnat voivat vaihdella saman yrityksen eri toimipisteiden välillä, tähän vaikuttaa esimerkiksi sijainti. (Eskola & Mäntysaari 2006, 47.)

Hinnoittelustrategiasta päättää yrityksen johto, koska määrätty strategia vaikuttaa yrityksen markkina-asemaan ja on yksi keskeisimmistä tekijöistä, mikä vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen (Sipilä 2003, 76). Lainsäädännön, asetusten ja viranomaisten valvontaoikeuksien kautta tapahtuu palvelujen hinnoittelun säätely. Viranomaiset eivät varsinaisesti sääntele hintoja vaan tavoittelevat toimivan hinnoittelun varmistamisen. Hinnoitteluun vaikuttavat myös yrityksen liiketoiminnan välittömät ja välilliset verot sekä työntekijämaksut. (Sipilä 2003, 84.)

5.4 Hinnoittelumenetelmät

Useimmiten käytetään kustannusperusteista hinnoittelua, mutta muitakin menetelmiä on (Myllymäki 2019, 35). Muista menetelmistä on kerrottu kappaleessa 5.4.2. Seuraavaksi käydäänkin läpi tarkemmin kustannusperusteista hinnoittelua.

5.4.1 Kustannusperusteinen hinnoittelu

Kustannusperusteisessa hinnoittelussa on välttämätöntä laskea kustannukset oikein, sillä kustannukset toimivat tämän hinnoittelumallin perustana (Järvenpää ym. 2013, 215). Kustannusperusteinen hinnoittelu on yleisimpiä tapoja hinnoitella tuotteita ja palveluita, se perustuu tuotantokustannuksiin. Kiinteiden kustannusten kohdistaminen tuotteille sekä palveluille voi olla vaikeaa ja hätiköidyt kohdistamismenetelmät voivat johtaa vääränlaiseen hinnoitteluun. Kustannusperusteisia hinnoittelumenetelmiä ovat kate- tuotto- ja voittolisähinnoittelu. (Eklund & Kekkonen 2018, 111.)

Kustannusperusteisen hinnoittelun vaiheet voidaan jakaa kuuteen osaan:

- 1) erotellaan kustannukset välittömiin, välillisiin, muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin.
- 2) päätetään mitä kustannuksia käytetään laskelmassa; onko välilliset kustannukset mukana kustannuslaskennassa ja pohjautuuko laskelmat muuttuviin sekä kiinteisiin kustannuksiin vai pelkästään muuttuviin kustannuksiin.

- 3) määritetään, miten yleiskustannukset kohdistetaan tuotteille
- 4) lasketaan kustannukset jokaiselle tuotteelle erikseen
- 5) mietitään tavoitevoittoa ja mahdollisia alennuksia
- 6) lisätään tavoitevoitto ja alennukset tuotekohtaisiin kustannuksiin ja näin saamme tuotteen myyntihinnan. (Järvenpää ym. 2013, 215.)

Kustannusperusteisen hinnoittelun laatimiseen voidaan käyttää joko katetuottohinnoittelua tai omakustannusarvoon perustuvaa eli täyskatteellista hinnoittelua (Järvenpää ym. 2013, 216). Katetuottohinnoittelu on hinnoittelumenetelmä, jossa tuotteen tai palvelun muuttuviin kustannuksiin lasketaan mukaan kate. Kate saadaan laskettua prosentiosuutena tuotteen lopullisesta hinnasta. Katteen suuruus vaihtelee eri toimialojen ja tuoteryhmien välillä. Kustannuksina katetuottohinnoittelussa otetaan huomioon pelkästään tuotteen tai palvelun muuttuvat kustannukset. (Eskola & Mäntysaari 2006, 48.)



Kuvio 16. Myyntihinnan määräytyminen (Eklund & Kekkonen 2018, 112).

Katetuottotavoite tulee yrityksen kiinteistä kustannuksista ja tavoitteeksi asetetusta voitosta. Mitään tiettyä ohjearvoa ei voi määrittää katetuottotavoitteelle. Voittotavoitteeseen vaikuttaa esimerkiksi se, että nostaako yrittäjä palkkaa itselleen ja paljonko hän on sijoittanut yritykseen. Voiton tavoite on kattaa myös yrittäjän työpanoksen kustannus, joten jos hän ei nosta palkkaa, hänen voittotavoitteensa on suurempi. Mitä enemmän yrittäjä on sijoittanut yritykseen, sitä suurempi tuotto hänen on saatava, sillä hänen on saatava sijoittamalleen pääomalle tuottoa. (Eklund & Kekkonen 2018, 112.)

Jos yrityksellä on käytössään hyvät laskentajärjestelmät ja kiinteät tai välilliset kustannukset ovat suuria, kannattaa yrityksen käyttää hinnoittelumenetelmänään omakustannusarvoon perustuvaa hinnoittelua (Järvenpää ym. 2013, 218). Omakustannusarvoon perustuva hinnoittelu on voittolisähinnoittelu. Siinä yritetään saada kohdennettua tuotteelle tai palvelulle kaikki aiheutuneet kustannukset. Tällä tavalla pystytään laskea tuotteen omakustannusarvo. Tämän jälkeen saadaan tuotteen hinta, kun lisätään omakustannusarvoon voittolisä. Voittolisä saadaan laskettua samalla tavalla kuin katetuottohinnoittelussa ja se pohjautuu yrityksen haluamaan voittotavoitteeseen. Voittotavoite esitetään yleensä euromääräisenä, jotta se olisi helpompi kohdistaa tuotteille. Se voidaan myös esittää prosentuaalisesti. (Eklund & Kekkonen 2018, 114–115.)



Kuvio 17. Voittolisä-% (Eklund & Kekkonen 2018, 115).

Yrityksen kokonaiskannattavuuden perspektiivistä sekä katetuottohinnoittelun että voittolisähinnoittelun avulla päädytään samaan lopputulokseen. Erona näissä kahdessa hinnoittelumenetelmässä on vain kiinteiden kustannusten tarkastelu. Kiinteät kustannukset ovat katetuottohinnoittelussa katteessa ja voittolisähinnoittelussa ne ovat tuotteen omakustannusarvossa mukana. (Eklund & Kekkonen 2018, 116.)

5.4.2 Muita hinnoittelumenetelmiä

Kilpailuperusteinen hinnoittelu pohjautuu nimensä mukaisesti kilpailijoiden hintoihin pohjautuen. Hinta voi olla pienempi, sama tai korkeampi kuin kilpailijalla. Ennen hinnan asettamista käyttämällä tätä menetelmää, kannattaa ensin selvittää palvelun tai tuotteen kustannusperusteinen hinta. Sillä myynnin asettaminen niin, ettei se kata edes kustannuksia, ei ole taloudellisesti kannattavaa. (Myllymäki 2019, 35.)

Kysyntäperusteisessa hinnoittelussa käytetään tietoa siitä, millainen kysyntä on eri hinnoille tuotteille ja palveluille. Mutta tässäkin menetelmässä olisi hyvä ensin selvittää kustannusperusteinen hinta. (Myllymäki 2019, 36.)

Markkinalähtöisessä hinnoittelussa hinta määräytyy nimensä mukaisesti markkina hinnoista. Markkinalähtöisen hinnoittelun ideana on se, että yritys pyrkii mukauttamaan kustannuksensa markkinahinnan alapuolelle, jotta yritystoiminta olisi kannattavaa. (Järvenpää ym. 2013, 223.)

5.5 Hinnoittelu palveluyrityksessä

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajayritys on palveluyritys. Trimmauspalvelu Groomin hinnoitteluun ei olla käytetty laskelmia ja se on pitkälti perustunut yrittäjän arvioon kannattavasta hintatasosta. Hintoja on pyritty pitämään kannattavalla tasolla seuraamalla markkinoiden hintatasoa.

Palveluiden hinnoittelussa on muutamia ominaisuuksia, jotka erottavat palveluiden ja tuotteiden hinnoittelun. Palvelu on aineetonta ja sen takia asiakkaiden on vaikeampi hahmottaa, mistä palvelun hinta tulee ja mistä hän maksaa. Tuotteiden välinen ero on paljon helpompi huomata, kuin palveluiden ja tämän takia palveluiden hintojen vertaaminen on hankalampaa. Myöskin palvelun laatu voi vaihdella saman palvelun tuottajien välillä suurestikin. (Sipilä 2003, 19.)

Palveluyrityksissä keskeisin kustannuserä on henkilöstökustannukset, sillä heidän tuotteensa tulevat henkilökunnan työstä ja ammattiosaamisesta. Iso osa palveluyrityksistä investoivat koneisiin ja laitteisiin. Kaluston ja laitteiden poistot ovat myös keskeinen kustannuserä. Tyypillistä palveluyrityksille on se, että muuttuvien kustannusten osuus on hyvin pieni tai ne puuttuvat kokonaan. Palveluyrityksen kannattavuus johtuu pitkälti yrityksen toiminta-asteesta eli siitä, kuinka paljon työntekijän käytetystä työajasta voidaan laskuttaa. (Eklund & Kekkonen 2018, 120.)

Palveluyrityksen hinnoittelun miettimisen voi aloittaa sillä, että laskee kaikki yrityksen kustannukset. Seuraavaksi pohditaan sitä, kuinka monta tuntia yrittäjä voi tehdä työtä, josta asiakasta laskutetaan. Nämä jakamalla saadaan selville minkä tuntiveloituksen yrittäjä voi asettaa työlleen eli jaetaan kokonaiskustannukset laskutettavien tuntien määrällä. Hinnan ratkaisee se, kuinka paljon todellisuudessa laskutetaan tunteja asiakkaalta. (Eklund & Kekkonen 2018, 120.)

6 Trimmauspalvelu Grroom

Trimmauspalvelu Grroom on kotimainen, yksityinen trimmauspalveluketju. Yritys on perustettu vuonna 2009 ja ensimmäinen toimipiste avattiin Helsingin Pikkuhuopalahteen. Vuonna 2012 avattiin toimipiste Espoon Olariin ja 2015 Helsingin Ullanlinnaan. Nykyinen omistaja osti yrityksen vuonna 2017. Viimeisin toimipiste avattiin tänä vuonna Riihimäelle. Yritys työllistää tällä hetkellä omistajan lisäksi 11 sopimusyrittäjää. Grroomin tilikausi on kalenterivuosi.

Tällä hetkellä Trimmauspalvelu Grroom tarjoaa erikokoisten koirien pesua, trimmausta ja nyppimistä sekä kynsien leikkuun, koirahieronnan ja uutena palveluna kissojen pesupalveluita. Yrityksellä on myös myynnissä koirien pesutarvikkeita ja muita oheistuotteita.

Tässä luvussa lasketaan Trimmauspalvelu Grroomin kannattavuuslaskelmia; liike-tulos-, nettotulos-, myyntikate- ja käyttökateprosentit sekä esitetään katetuottolaskelma sekä herkkyysanalyysi. Kun luvut on laskettu, käydään ne läpi ja analysoidaan niitä.

6.1 Kannattavuuslaskelmat

Trimmauspalvelu Grroomin kannattavuuden tunnusluvut lasketaan kappaleen 4.1 kaavojen avulla. Seuraavan sivun taulukosta (taulukko 1) on esitetty Trimmauspalvelu Grroomin tilinpäätöksen luvut, joita käytetään tunnuslukujen laskemisessa. Laskelmissa on esitetty vuosien 2019 ja 2020 tunnusluvut. Kustannukset on jaettu muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. Kiinteitä kustannuksia on henkilöstökulut, poistot, rahoituskulut ja liiketoiminnan muut kulut. Materiaalit ja palvelut on sitten muuttuvat kustannukset.

Taulukko 1. Trimmauspalvelu Groomin tuloslaskelma.

	2020	2019
Liikevaihto	338 554,79	324 200,88
Liiketoiminnan muut tuotot	0	900
Materiaalit ja palvelut	-218 333,67	-198 270,27
Myyntikate	120 221,12	126 830,61
Henkilöstökulut		
Palkat ja palkkiot	-13 892,88	-12 119,07
Eläkekulut	-1 565,79	-1 975,11
Muut henkilöstösivukulut	-684,39	-378,28
Henkilöstökulut yhteensä	-16 143,06	-14 472,46
Liiketoiminnan muut kulut	-105 496,50	-98 584,92
Käyttökate	-1 418,44	13 773,23
Poistot	-492,88	-657,13
Liikevoitto (-tappio)	-1 911,32	13 116,10
Rahoitustuotot ja -kulut	-41,43	-94,74
Tulos ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja	-1 952,75	13 021,36
Tuloverot	0	-2 622,21
Tilikauden tulos	-1 952,75	10 399,15

Yllä olevassa taulukossa on esitetty yrityksen liikevaihto, kulut ja liikevoitto vuosilta 2019 ja 2020. Tuloslaskelmasta nähdään, että Trimmauspalvelu Groomin viimeisin tilikausi oli tappiollinen. Seuraavaksi lasketaan tuloslaskelman lukujen ja kappaleen 4.1 laskukaavojen avulla yrityksen kannattavuuden tunnuslukuja.

$$2020 \text{ Liiketulos} - \% = \frac{-1\,911,32}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Liiketulos} - \% = \frac{13\,116,10}{324\,200,88} \times 100$$

Liiketulosprosentin laskukaavan (kuvio 4) avulla liiketulosprosentti ja vuonna 2020 se oli -0,56 %. Alla olevan taulukon (taulukko 2) ohjearvojen mukaan Trimmauspalvelu Grroomin liiketulos on heikko. Koska liikevoittoprosentti on negatiivinen, kyseessä on liiketappio. Vuonna 2019 se oli 4,05 %, mikä on myös heikko tulos.

Taulukko 2. Liiketulosprosentin ohjearvoja (Talouden tunnusluvut tutuksi).

>10%	Hyvä
5-10%	Tyydyttävä
<5%	Heikko

$$2020 \text{ Nettotulos} - \% = \frac{-1\,952,75}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Nettotulos} - \% = \frac{10\,399,15}{324\,200,88} \times 100$$

Yrityksen nettotulosprosentti oli -0,58 % vuonna 2020. Luku saatiin nettotulos laskukaavasta (kuvio 7). Koska nettotulosprosentti oli negatiivinen tarkoittaa se sitä, että yritys ei ole kyennyt vuonna 2020 suoriutumaan varsinaisella liiketoiminnallaan lainojen koroista eikä käyttöpääoman tai investointien rahoituksesta (Nettotulos ja nettotulos-% 2021). Liikevaihto ei pystynyt kattamaan yrityksen toimintakuluja ja tästä syystä liiketulos sekä nettotulos jäivät negatiiviseksi. Tähän lukuun vaikuttaa tilikauden tappiollinen tulos.

Vuonna 2019 nettotulos oli 3,21 %. Tarkoittaa se siis sitä, että yritys on selvinnyt varsinaisella liiketoiminnallaan lainojen koroista ja käyttöpääoman ja investointien rahoituksesta.

$$2020 \text{ Myyntikate} - \% = \frac{120\,221,12}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Myyntikate} - \% = \frac{126\,830,61}{324\,200,88} \times 100$$

Trimmauspalvelu Grroomin myyntikate oli vuonna 2020 35,5 % eli myyntituotoista jää 35,5 % kattamaan kiinteitä kustannuksia ja voittoa. Yrityksen myyntikateprosentti oli vuonna 2019 39,12 %. Myyntikateprosentti on siis laskenut. Myös tämän luvun tulokseen vaikuttaa tilikauden tappio. Laskemiseen käytettiin myyntikatteen laskukaavaa (kuvio 6).

$$2020 \text{ Käyttökate} - \% = \frac{-1\,911,31 - (-492,88)}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Käyttökate} - \% = \frac{13\,116,10 - (-657,13)}{324\,200,88} \times 100$$

Yrityksen käyttökateprosentti oli vuonna 2019 4,25 %. Vuonna 2020 luku oli -0,42 %. Käyttökateprosentilla mitataan yrityksen kannattavuutta huomioimatta korkokustannuksia ja poistoja. Lukujen mukaan vuosi 2019 oli positiivinen eli kannattava, mutta vuosi 2020 oli negatiivinen. Laskemiseen käytettiin käyttökateprosentin laskukaavaa (kuvio 3).

$$2020 \text{ Oman pääoman tuotto} - \% = \frac{-1\,952,75}{(16\,964,70 + 20\,517,45)/2} \times 100$$

Trimmauspalvelu Grroomin oman pääoman tuottoprosentti oli vuonna 2020 -10,42 %. Tulos on erittäin heikko, kuten taulukosta (taulukko 3) nä. Tulos on negatiivinen, sillä yritys on tehnyt tappiota. Tuloksen mukaan yritykselle ei ole kertynyt tuottoa omalle pääomalle kyseisen tilikauden aikana yhtään. En laskenut vuoden 2019 oman pääoman tuottoprosenttia, koska ei ollut vuoden 2018 tilinpäätöstä. Tästä syystä en voinut laskea keskimääräistä omaa pääomaa vuodelle 2019.

Taulukko 3. Oman pääoman tuotto-%:n viitearvot (Talouden tunnusluvut tutuksi).

>20%	Erinomainen
15-20%	Hyvä
10-15%	Tyydyttävä
5-10%	Välttävä
<5%	Heikko

$$2020 \text{ Koko pääoman tuotto} - \% = \frac{-1\,911,32}{(34\,758,86 + 36\,797,66)/2} \times 100$$

Vuoden 2020 koko pääoman tuotto-% oli -5,34 %. Koska tulos on negatiivinen tarkoittaa tämä sitä, että yritykselle ei ole kertynyt tilikaudella tuottoa yritystoiminnan pääomalle.

Taulukko 4. Koko pääoman tuotto-%:n viitearvot (Talouden tunnusluvut tutuksi).

>10%	Hyvä
5-10%	Tyydyttävä
<5%	Heikko

6.2 Katetuottolaskelma

Katetuottolaskelmassa myyntituotoista poistetaan muuttuvat kustannukset. Trimmauspalvelu Groomin muuttuvia kustannuksia ovat materiaalit ja palvelut eli alihankkijoiden laskut. Kun on selvitetty katetuotto, lasketaan kiinteät kustannukset siitä pois. Kiinteitä kustannuksia on henkilöstökulut, poistot, rahoituskulut ja muut liiketoiminnan kulut.

Taulukko 5. Katetuottolaskelmat vuodelta 2019 ja 2020.

Katetuottolaskelma	2020	2019
Myyntituotot	338 554,79	325 100,88
Muuttuvat kustannukset		
Materiaalit ja palvelut	218 333,67	198 270,27
Muttuvat kustannukset yhteensä	218 333,67	198 270,27
Katetuotto	120 221,12	126 830,61
Kiinteät kustannukset		
Henkilöstökulut yht.	16 143,06	14 472,46
Poistot	492,88	657,13
Rahoituskulut	41,43	94,74
Liiketoiminnan muut kulut	105 496,50	98 584,92
Tuloverot	0,00	2 622,21
Kiinteät kustannukset yhteensä	122 173,87	116 431,46
Tulos	-1 952,75	10 399,15

Yllä olevassa taulukossa on vuosien 2019 ja 2020 katetuottolaskelmat. Kuten taulukosta (taulukko 5) voi huomata, vaikka yrityksen myyntituotot ovat kasvaneet 13 453,91 eurolla niin tulos on silti päinvastainen. Tämä johtuu siitä, että vuonna 2019 katetuotto riitti kattamaan muuttuvat kustannukset, kun taas vuonna 2020 ei. Vuoden 2020 muuttuvat ja kiinteät kustannukset olivat suuremmat. Haastattelussa yrittäjä arveli tämän johtuvan yhden toimipisteen uuteen osoitteeseen siirtymisestä. Muuttoon liittyi huomattavia kuluja; osa laitteista jouduttiin uusimaan, uuteen tilaan tehtiin remontti ja välineistöä ostettiin lisää. Yritys maksoi tuplavuokrat kahden kuukauden ajalta. Yrittäjän mukaan vuonna 2020 Covid-19 pandemia ei vaikuttanut Trimmauspalvelu Groomin asiakasmäärään eikä myyntiin, tämä nähdään myös luvuista, sillä myyntituotot ovat kasvaneet vuodesta 2019.

6.3 Katetuoton tunnusluvut

Edellisen luvut katetuottolaskelmaa apuna käyttäen saadaan laskettua katetuottoprosentti, kriittinen piste, varmuusmarginaali ja varmuusmarginaaliprosentti. Tässä luvussa lasketaan ja analysoidaan näitä tunnuslukuja.

$$2020 \text{ Katetuotto} = 338\,554,70 - 218\,333,67$$

$$2019 \text{ Katetuotto} = 325\,100,88 - 198\,270,27$$

$$2020 \text{ Katetuotto} - \% = \frac{120\,221,12}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Katetuotto} - \% = \frac{126\,830,61}{324\,200,88} \times 100$$

Katetuotto on euromääräinen mittari, mutta parempi ilmaisutapa on laskea katetuotto prosentteina myyntituotoista (Eklund & Kekkonen 2018, 84). Euromääräiset katetuotot olivat 120 221,03 euroa vuonna 2020 ja vuonna 2019 126 830,61 euroa. Vuonna 2020 katetuottoprosentti on hieman laskenut vuodesta 2019. Vuonna 2020 se oli 35,51 % ja vuoden 2019 katetuottoprosentti oli 39,12 %. Vuonna 2020 myyntituotot olivat kasvaneet, mutta muuttuvat kustannukset olivat kasvaneet sitäkin enemmän, tästä johtuu 3,61 % huonompi katetuottoprosentti. Eli vuonna 2020 yritykselle jäi 35,51 % myyntituotoista jäljelle, muuttuvien kustannusten vähennyksen jälkeen.

$$2020 \text{ Voitto} - \% = \frac{-1\,952,75}{324\,200,88} \times 100$$

$$2019 \text{ Voitto} - \% = \frac{10\,399,15}{324\,200,88} \times 100$$

Voittoprosentti oli vuonna 2019 3,21 % ja se oli parempi kuin vuonna 2020. Voittoprosentti vuonna 2020 oli -0,60 %. Niin kuin muidenkin lukujen kohdalla, tämä johtuu tappiollisesta vuodesta ja se taas johtui kulujen kasvusta.

$$2020 \text{ Kriittinen piste} = \frac{122\,173,87}{35,51 \%}$$

$$2019 \text{ Kriittinen piste} = \frac{116\,431,46}{39,12 \%}$$

Myynnin määrää, jolla tulos on nolla, kutsutaan kriittiseksi pisteeksi (Eklund & Kekkonen 2018, 86). Vuoden 2020 kriittinen piste oli 344 054,83 euroa. Luku on suurempi kuin

kyseisen vuoden myyntituotot. Tämä johtuu tappiollisesta vuodesta. Jotta olisi saatu kustannukset katettua ja tulos nollassa, myynnin olisi pitäisi olla 344 054,83 euroa. Vuoden 2019 tulos oli positiivinen, niin siksi kriittinen piste onkin sen vuoden myyntituottoja pienempi, 297 626,43 euroa.

$$2020 \text{ Varmuusmarginaali} = 338\,554,79 - 344\,054,83$$

$$2019 \text{ Varmuusmarginaali} = 325\,100,88 - 297\,626,43$$

$$2020 \text{ Varmuusmarginaali} - \% = \frac{-5\,500,04}{338\,554,79} \times 100$$

$$2019 \text{ Varmuusmarginaali} - \% = \frac{27\,474,45}{325\,100,88} \times 100$$

Varmuusmarginaali on myyntituottojen ja kriittisen pisteen erotus ja se kertoo kuinka paljon myyntituotot saavat laskea, ennen kuin tulos muuttuu negatiiviseksi. Sen voi laskea prosentuaalisesti tai euromääräisenä lukuna. (Eklund & Kekkonen 2018, 87–88.) Euro-määräiset varmuusmarginaalit olivat -5 500,04 euroa vuonna 2020 ja 27 474,45 euroa vuonna 2019. Varmuusmarginaaliprosentti vuonna 2020 oli -1,62 % ja vuonna 2019 se oli 8,45 %. Negatiivinen tulos vuonna 2020 tarkoittaa sitä, että yrityksen myyntituottojen tulee kasvaa 5 500,04 eurolla, jotta tulos kasvaisi positiiviseksi. Vuoden 2019 luku kertoo sen, että myyntituotot saivat laskea 27 474,45 eurolla, ennen kuin tulos muuttuu negatiiviseksi.

6.4 Herkkyysanalyysi

Herkkyysanalyysissä on käytetty lähtötietona vuotta 2020. Sen avulla tutkitaan miten eri tekijöiden vaihtelu vaikuttaa kannattavuuteen. Herkkyysanalyysissä lasketaan myyntituottojen eli liikevaihdon nostoa viidellä prosentilla sekä muuttuvien ja kiinteiden kustannusten laskua viidellä prosentilla. Laskin myös tuloksen, kun myyntituottoja lisätään kahdella prosentilla ja samalla lasketaan muuttuvia kustannuksia kahdella prosentilla. Tulokset näkyvät seuraavissa taulukoissa.

Taulukko 6. Herkkyysanalyysi.

	Lähtötilanne vuosi 2020	Myyntituotot +5 %	Muuttuvat kustannukset -5%	Kiinteät kustannukset -5%
Myyntituotot	338 554,79 €	355 482,53 €	338 554,79 €	338 554,79 €
Muuttuvat kustannukset yhteensä	218 333,67 €	218 333,67 €	207 416,99 €	218 333,67 €
Katetuotto	120 221,12 €	137 148,86 €	131 137,80 €	120 221,12 €
Kiinteät kustannukset yhteensä	122 173,87 €	122 173,87 €	122 173,87 €	116 065,18 €
Tulos	- 1 952,75 €	14 974,99 €	8 963,93 €	4 155,94 €
Katetuotto - %	35,51 %	38,58 %	38,73 %	35,51 %
Kriittinen piste	344 053,93	316 668,16	315 412,86	326 851,23
Varmuusmarginaali - %	64,49 %	61,42 %	61,27 %	64,49 %

Herkkyysanalyysin luvut yllä olevassa taulukossa (taulukko 6) osoittavat sen, että liikevaihdon kasvattaminen tuottaisi parhaimman tuloksen yritykselle. Muuttuvien ja kiinteiden kustannusten laskeminen parantaisi tulosta, mutta ei niin huomattavasti kuin liikevaihdon kasvattaminen.

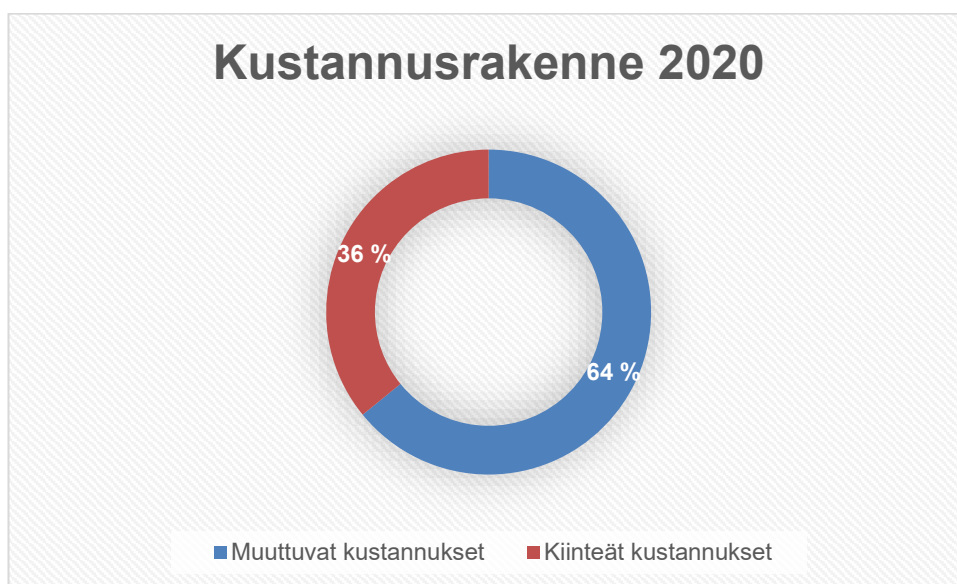
Taulukko 7. Herkkyysanalyysi myyntituottojen ja muuttuvien kustannusten muutoksella.

	Lähtötilanne vuosi 2020	Myyntituotot +1% ja muuttuvat kustannukset -1%
Myyntituotot	338 554,79 €	341 940,34 €
Muuttuvat kustannukset yhteensä	218 333,67 €	216 150,33 €
Katetuotto	120 221,12 €	125 790,00 €
Kiinteät kustannukset yhteensä	122 173,87 €	122 173,87 €
Tulos	- 1 952,75 €	3 616,13 €
Katetuotto - %	35,51 %	36,79 %
Kriittinen piste	344 053,93	332 110,44
Varmuusmarginaali - %	64,49 %	63,21 %

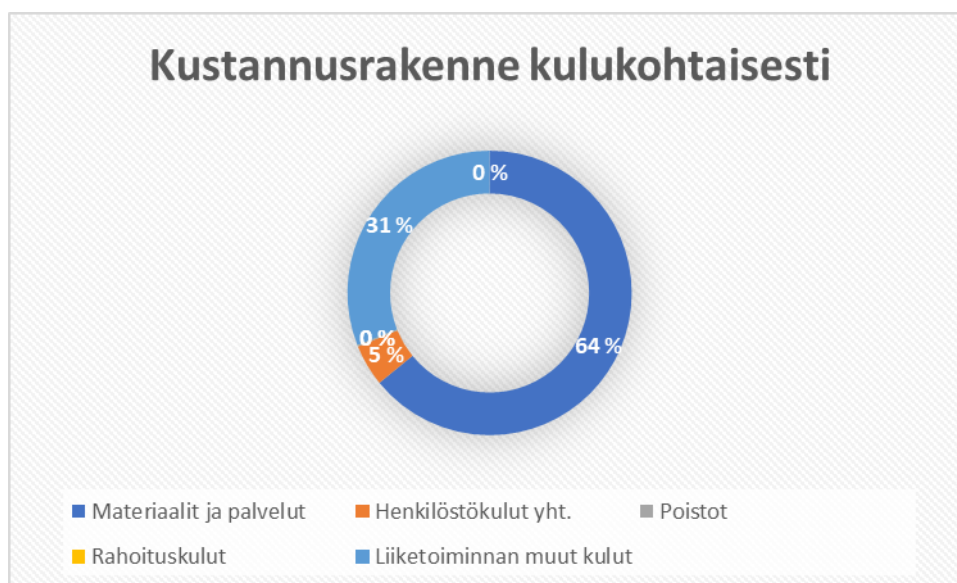
Analyysi ylemmässä taulukossa (taulukko 7) osoittaa, että jo yhden prosentin myyntituottojen nosto ja yhden prosentin muuttuvien kustannuksien lasku saisi tuloksen positiiviseksi. Mutta tämä tulos jää silti pienemmäksi, kuin pelkkien myyntituottojen kasvattaminen viidellä prosentilla.

6.5 Kustannusrakenne

Kuviosta 19 huomaa Trimmauspalvelu Groomin vuoden 2020 kustannusrakenteen jakautuvan muuttuviin kustannuksiin 64 % ja kiinteisiin kustannuksiin 36 %. Vuonna 2019 muuttuvia kustannuksia oli 63 % ja kiinteitä kustannuksia 37 %. Vuoden 2020 kustannusrakenne jakautuu muuttuviin kustannuksiin eli materiaaleihin ja palveluihin. Sen osuus kaikista yrityksen kuluista on 64 prosenttia. Kiinteät kustannukset jakautuvat henkilöstökuluihin, poistoihin, rahoituskuluihin ja liiketoiminnan muihin kuluihin.



Kuvio 18. Vuoden 2020 kustannusrakenne.



Kuvio 19. Kustannusrakenne kulukohtaisesti.

En ottanut kulukohtaiseen kustannusrakenteeseen mukaan tuloveroja, sillä niitä ei ollut edes vuonna 2020. Kuviossa 20 poistot näkyvät kuviossa nolla prosenttina, sillä niiden osuus kuluista oli vain 0,15 prosenttia. Rahoituskuluja oli vielä vähemmän vain 0,01 prosenttia. Henkilöstökuluja oli viisi prosenttia kaikista yrityksen kuluista. Liiketoiminnan muita kuluja oli 31 prosenttia kaikista kuluista.

7 Yhteenveto

Opinnäytetyön aiheena oli Trimmauspalvelu Grroomin kannattavuuden analysoiminen. Työn teoriaosuus on laaja ja antaa hyvän pohjan koko työlle. Yrityksen kannattavuuteen vaikuttavat monet tekijät, ja niistä koostuukin koko teoria. Teoriaosuus antoi vahvan ymmärryksen kannattavuudesta ja sen vaikutuksesta yrityksen liiketoimintaan. Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa keskityttiin kannattavuuden eri lukuihin.

Yritys toimii alalla, joka kasvaa jatkuvasti ja kilpailu on suurta. Tästä syystä Trimmauspalvelu Grroomin on hyvä jatkuvasti kehittyä ja parantaa toimintaansa, sillä sen avulla yritys pystyy parantamaan kannattavuuttaan.

7.1 Johtopäätökset

Trimmauspalvelu Grroomin vuosi 2020 oli tappiollinen. Yrittäjän kanssa käydyssä haastattelusta selvisi, että tämä johtui enimmäkseen yhden Helsingin toimipisteen muuttoon liittyvistä kuluista. Negatiivinen tulos näkyi kaikissa tunnusluvuissa. Todennäköisesti yrityksen myyntituotot ja kannattavuus lähtevät kasvuun.

Tillikauden tappio ei ollut suuri, mutta se vaikutti esimerkiksi siihen, että yrityksen liiketoiminta ei riittänyt lainojen korkojen, käyttöpääoman eikä investointien rahoituksen maksumiin. Myyntikateprosentti oli hyvä, mutta se ei kuitenkaan riittänyt kattamaan kiinteitä kustannuksia. Niin kuin työssä mainitsin, yritys joutui maksamaan vuonna 2020 kahdelta kuukaudelta tuplavuokran ja tämä oli yksi syy, miksi kiinteät kustannukset olivat niin korkeat.

Yrityksen katetuotto vuonna 2020 oli pienempi kuin vuonna 2019. Yrityksen myyntituotot olivat kasvaneet vuonna 2020, mutta samalla kuluja oli tullut enemmän. Siksi myös katetuotto prosentti oli laskenut noin neljällä prosentilla. Eli kuluja, sekä muuttuvia että kiinteitä, laskemalla saataisiin katetuotto paremmaksi. Jos Trimmauspalvelu Groom olisi tavoitellut nollatulosta, siihen olisi tarvittu 344 054,83 euron tilikauden tulos.

Herkkyysanalyysissä selvisi, että jos myyntituottojen määrä kasvaisi viidellä prosentilla, yritys tekisi 14 074,99 euron tuloksen. Muuttuvien ja kiinteiden kustannusten laskeminen viidellä prosentilla tekisi tuloksesta myös positiivisen, mutta tulos jäisi pienemmäksi kuin pelkän myyntituoton kasvattaminen. Suosittelen yrittäjän yhdistävän myyntituottojen kasvattamisen ja muuttuvien kustannusten laskemisen, sillä jo yhden prosentin muutos saa tuloksen positiiviseksi eli tulos olisi 3 616,13 euroa. Kiinteät kustannukset tulevat todennäköisesti laskemaan vuoden 2021 tilinpäätöksessä, sillä tiedossa ei ole esimerkiksi tuplavuokria. Yrityksen oman pääoman tuotto prosentti oli negatiivinen, samoin koko pääoman tuotto prosentti. Näihin vaikutti tietenkin vuoden 2020 negatiivinen tulos.

Johtopäätös Trimmauspalvelu Groomin kannattavuudesta ja sen parantamisesta ei ole kovin monimutkainen. Vähentämällä kuluja ja kasvattamalla liikevaihtoa yritys voi parantaa kannattavuuttaan. Kuluja voi yrittää vähentää ja myös tarpeettomia kuluja karsia pois. Opinnäytetyössä laskettuja kannattavuuden tunnuslukuja tutkimalla ja analysoimalla yrittäjä voi tehdä päätöksiä, jotka parantavat yrityksen kannattavuutta ja taloudellista tilannetta.

7.2 Opinnäytetyön onnistuminen

Työn tavoitteena oli analysoida yrityksen kannattavuutta. Tarkoituksena oli antaa yritykselle ehdotuksia kannattavampaa tulevaisuutta ajatellen. Yritys olisi saanut tuloksista paljon enemmän tietoa ja niistä olisi todennäköisesti enemmän hyötyä yritykselle. Opinnäytetyössä olisi voitu käyttää vuosien 2020 ja 2019 lisäksi vielä vuosien 2018 ja 2017 lukuja. Siitä huolimatta opinnäytetyöhön saatiin laskettua hyvin erilaisia kannattavuuteen vaikuttavia tunnuslukuja.

8 Lopuksi

8.1 Kannattavuuteen perehtyminen

Kannattavuus on aiheena laaja, ja sen perehtymiseen jouduin käyttämään aikaa. Onneksi aiheesta löytyi paljon luotettavaa kirjallisuutta, mutta suurin osa lähteistä sisälsi samaa tietoa. Ennen kyseisen opinnäytetyön tekemistä en ole aikaisemmin päässyt koskaan analysoimaan yrityksen kannattavuutta. Aihe oli minulle teoreettisesti tuttu, mutta käytännön osaaminen puuttui ja hankaloitti aluksi kirjoittamista. Kannattavuus on myös monille muillekin varmasti tuttu aihe. Työn edetessä aihe avautui minulle koko ajan enemmän, opin lisää ja paljon uutta. Konkreettisten lukujen avulla kannattavuus aiheena selkeni ja avautui paremmin. Koen, että hallitsen nyt aiheen kokonaisuudessaan.

Kannattavuuden arviointi on tärkeää, jotta yrityksen toimintaa pystyttäisi kehittämään tulevaisuudessa. Olisi mielenkiintoista päästä tekemään samat laskelmat useamman tilinpäätöksen luvuilla ja myös tutkimaan vuoden 2021 tilinpäätöstä ja kulujen muutosta. Myös toimipistekohtaista laskelmaa olisi ollut mielenkiintoista päästä laskemaan, sillä siitä olisi ollut varmasti yritykselle hyötyä, ja laskelmat kertoisivat hieman enemmän yrityksen toiminnan kannattavuudesta.

8.2 Ehdotukset jatkotutkimukselle

Tämä opinnäytetyö toimii hyvänä pohjana tuleville Trimmauspalvelu Grroomin jatkotutkimuksille. Mahdollisena jatkotutkimuksena tälle opinnäytetyölle voisi olla laajempi ja monipuolisempi tutkimus yrityksen kannattavuudesta ja sen eri osatekijöistä. Oppinäytetyö toimii myös alustavana apuna jatkotutkimukselle, jossa tutkittaisi yrityksen kannattavuuden kehitystä useammalta vuodelta. Yritykselle voisi olla tarpeellista laskea, onko heidän hinnoittelunsa kannattavaa ja miten hinnoittelua voi jatkossa kehittää. Jatkotutkimukseen myötä yritys voisi lähteä uudistamaan mahdollisesti hinnastoaan, jos sen muuttaminen osoittautuisi kannattavaksi. Laajempi tutkimus, toimipistekohtaisesti, kertoisi yrittäjälle myös jokaisen toimipisteen toiminnasta ja kannattavuudesta. Jatkotutkimuksessa olisi myös syytä keskittyä yrityksen asiakkaisiin, heidän ostokäyttäytymiseensä ja -valmiuteen. Asiakkaiden maksuvalmius on hyvä tutkimusaihe, jonka tuloksiin voivat myös tulevaisuudessa pohjautua muun muassa hinnoittelun suunnittelu ja kilpailukeinojen määrittäminen.

Lähteet

Eklund, Irina & Kekkonen, Heidi 2018. Kannattavuuslaskennan taitajaksi. 2. uud. painos. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Eskola, Anne & Mäntysaari, Anne 2006. Menestys. Kannattavuuden hallinnan perusteet. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.

Ikäheimo, Seppo & Laitinen, Erkki K. & Laitinen, Teija & Puttonen Vesa 2011. Laskenta-
toimi ja rahoitus. Multiprint Vaasa, Vaasa.

Jormakka, Raija & Koivusalo, Kaija & Lappalainen Jaana & Niskanen, Mervi 2021. Las-
kentatoimi. 7. uud. painos. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu.

Järvenpää, Marko & Länsiluoto, Aapo & Partanen, Vesa & Pellinen, Jukka 2013. Talous-
ohjaus ja kustannuslaskenta. 2. uud. painos. Sanoma Pro Oy, Helsinki

Kotro, Mikko 2007. Yrityksen kannattavuus ja rahoitus. Aloittavan ja pk-yrityksen näkö-
kulma. Edita Prima Oy, Helsinki.

Myllymäki, Reino 2019. Palvelujen hinnoittelu. Ketterät Kirjat Oy, Tuusula.

Nettotulos ja nettotulos-%. 2021. Almatalent. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/nettotulos-ja-nettotulos-prosentti>. Luettu 16.10.2021.

Oman pääoman tuotto-% (ROE). 2021. Almatalent. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/oman-paaoman-tuotto-prosentti-roe>. Luettu 16.10.2021.

Sipilä, Jorma 2003. Palvelujen hinnoittelu. WS Bookwell Oy, Porvoo.

Talouden tunnusluvut tutuksi. Netvisor. <https://netvisor.fi/media/Tunnusluvut-tutuiksi-opas.pdf>. Luettu 17.10.2021.

Tomperi, Soile 2016. 11. uus. painos. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu.

Tuotot ja kustannukset. Yritystoiminta. Päivitetty 9.8.2021. <https://www.osaavayrittaja.fi/kannattavuuslaskenta/tuotot-ja-kustannukset>. Luettu 16.10.2021.

Tuloslaskelma

Tuloslaskelma

01.01.2020 - 31.12.2020 01.01.2019 -31.12.2019

Liikevaihto	338 554,79	324 200,88
Liiketoiminnan muut tuotot	0,00	900,00
Materiaalit ja palvelut		
Aineet, tarvikkeet ja tavarat		
Ostot tilikauden aikana	-21 478,78	-17 387,85
Varastojen lisäys (+) tai vähennys (-)	-88,00	1 140,42
Ulkopuoliset palvelut	-196 766,89	-182 022,84
Materiaalit ja palvelut yhteensä	-218 333,67	-198 270,27
Henkilöstökulut		
Palkat ja palkkiot	-13 892,88	-12 119,07
Henkilösivukulut	-2 250,18	-2 353,39
Eläkekulut	-1 565,79	-1 975,11
Muut henkilösivukulut	-684,39	-378,28
Henkilöstökulut yhteensä	-16 143,06	-14 472,46
Poistot ja arvonalentumiset		
Suunnitelman mukaiset poistot	-492,88	-657,13
Poistot ja arvonalentumiset yhteensä	-492,88	-657,13
Liiketoiminnan muut kulut	-105 496,50	-98 584,92
Liikevoitto (-tappio)	-1 911,32	13 116,10
Rahoitustuotot ja -kulut		
Korkokulut ja muut rahoituskulut		
Muille	-41,43	-94,74
Rahoitustuotot ja -kulut yhteensä	-41,43	-94,74
Tulos ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja	-1 952,75	13 021,36
Tuloverot	0,00	-2 622,21
Tilikauden voitto (tappio)	-1 952,75	10 399,15

Taseen vastaavat

Tase

	31.12.2020	31.12.2019
VASTAAVAA		
Pysyvät vastaavat		
Aineelliset hyödykkeet		
Koneet ja kalusto	1 478,66	1 971,54
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	1 478,66	1 971,54
Pysyvät vastaavat yhteensä	1 478,66	1 971,54
Vaihtuvat Vastaavat		
Vaihto-omaisuus		
Aineet ja tarvikkeet	2 412,00	2 500,00
Vaihto-omaisuus yhteensä	2 412,00	2 500,00
Saamiset		
Pitkäaikaiset		
Muut saamiset	5 870,00	3 670,00
Pitkäaikaiset saamiset yhteensä	5 870,00	3 670,00
Lyhytaikaiset		
Myyntisaamiset	1 537,77	12 300,64
Lainasaamiset	0,00	379,00
Muut saamiset	0,00	86,23
Siirtosaamiset	1 644,10	0,00
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	3 181,87	12 765,87
Saamiset yhteensä	9 051,87	16 435,87
Rahat ja pankkisaamiset	21 816,33	15 890,25
Vaihtuvat vastaavat yhteensä	33 280,20	34 826,12
VASTAAVAA YHTEENSÄ	34 758,86	36 797,66

Taseen vastattavat

	31.12.2020	31.12.2019
VASTATTAVAA		
Oma pääoma		
Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma	2 500,00	2 500,00
Edellisten tilikausien voitto (tappio)	16 417,45	7 618,30
Tilikauden tulos	-1 952,75	10 399,15
Oma pääoma yhteensä	16 964,70	20 517,45
Vieras pääoma		
Lyhytaikainen vieras pääoma		
Ostovelat	12 998,05	10 079,80
Muut velat	4 796,11	5 025,41
Siirtovelat	0,00	1 175,00
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	17 794,16	16 280,21
Vieras pääoma yhteensä	17 794,16	16 280,21
VASTATTAVAA YHTEENSÄ	34 758,86	36 797,66