



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Tilinpäätösvertailu: case Yritys X

Kivinen, Joonas

2015 Leppävaara



Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Tilinpäätösvertailu: case Yritys X

Joonas Kivinen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2015

Joona Kivinen

Tilinpäätösvertailu: Yritys X

Vuosi 2015 Sivumäärä 36

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli vertailla ja analysoida viiden samalla toimialalla toimivan yrityksen tilinpäätöksiä sekä tunnuslukuja. Yksi näistä yrityksistä valittiin opinnäytetyön kohdeyritykseksi kirjoittajan kiinnostuksesta yritystä kohtaan. Yritystä käytettiin pääasiallisena vertailukohteena muihin saman toimialan yrityksiin. Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikutti kirjoittajan oma mielenkiinto yritysten talousasioihin.

Opinnäytetyön tavoitteena oli syventää ja lisätä kirjoittajan tietoutta yritysten välisestä vertailusta sekä tuottaa valitulle kohdeyritykselle dataa sen omasta sekä kilpailijoiden tilanteesta markkinoilla. Tavoitteen saavuttamiseksi työssä käytettiin teoriaa tilinpäätösten ja tunnuslukujen vertailusta, yritysten kannattavuudesta sekä yleisesti talousasioista. Tämän lisäksi tehtiin haastatteluja kohdeyritykselle.

Opinnäytetyö koostuu kolmesta osasta. Ensiksi opinnäytetyö käsittelee teoriaa, jonka jälkeen on työvaihe, jossa on koostettu yritysten tunnusluvuista kuviot, joita avataan tekstein. Tämän jälkeen opinnäytetyö esittelee kirjoittajan sekä kohdeyritys X:n maajohtajan näkemykset Yritys X:n tilanteesta.

Opinnäytetyöstä voidaan todeta, että viime vuosien talouden laskusuhdanne on vaikuttanut kaikkiin työssä oleviin yrityksiin. Tunnusluvuista tehdyt visuaaliset kuviot osoittavat, että yritykset ovat joutuneet kamppailemaan laskusuhdanteen kanssa. Kohdeyritykselle tehdyssä haastattelussa asia tuli ilmi myös yrityksen maajohtajalta. Myös jotkin opinnäytetyön muista tuloksista yllättivät kohdeyrityksen. Yritykselle ei aiemmin tunnuslukuvertailua visuaalisessa muodossa ole tehty. Yllättävinä asioina kohdeyrityksessä koettiin muun muassa joidenkin omien tunnuslukujen kehittyminen sekä muiden yritysten tilanne.

Joona Kivinen

Comparison of financial statement: case Company X

Year	2015	Pages	36
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to compare and analyze the financial statements and statistics of five different companies from the same industry. One of these companies was chosen to be a target company of the thesis due to authors's interest in to it. The target company was used as a benchmark for the other companies in the same industry. The title of the thesis was chosen because of author's own interest in the companies's financial affairs.

The aim of the thesis was to deepen and increase the author's knowledge by comparing companies and also to produce data for the target company on their own and their competitors position in the market. To achieve the objective theory of comparing financial statements and statistics, profitability of companies and generally economical affairs was used. In addition, interviews with the target company's country manager was also used.

The thesis consists of three main sections. Firstly, the thesis considers the knowledge base. This is followed by the empirical section in which the statistics are presented and discussed in the text. After this the thesis deals with the vision of the writer and also of the company manager of the target company with regard to the company's position in the market.

The thesis shows that the economic downturn has affected all the companies examined in the thesis. The statistics show that all companies have been struggling with the downturn. The same findings were revealed in the interview that was conducted with the country manager of Company X. Other results presented in this thesis report were also surprising to the company. It was the first time they had a comparison of competitors in a visual format, and unexpected results included, for example, the progression of some of the company's figures and also the situation of their competitors.

Keywords financial statement, statistics, analysis, comparison, target company

Sisällys

1	Johdanto	7
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet	7
1.2	Opinnäytetyön rajaus	7
1.3	Opinnäytetyön rakenne	8
2	Kannattavuus	8
2.1	Mitä kannattavuus on?	8
2.2	Kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä	9
2.2.1	Kannattavuuden eri pelikentät	9
2.2.2	Kirjanpito, tuloslaskelma ja tase	9
2.2.3	Taseen ja tuloslaskelman oikaisu	9
2.2.4	Muuttuvat ja kiinteät kulut	10
2.3	Kannattavuuden tehostaminen	10
3	Kannattavuuden seuranta ja tunnusluvut	12
3.1	Kannattavuuden seuranta	12
3.2	Trendianalyysi	12
3.3	Tunnusluvut	13
3.3.1	Liikevoitto-%	13
3.3.2	Omavaraisuusaste-%	13
3.3.3	Sijoitetun pääoman tuotto-%	14
3.3.4	Kokonaispääoman tuotto-%	15
3.3.5	Oman pääoman tuotto-%	15
3.3.6	Quick ratio	15
3.3.7	Current ratio	16
3.3.8	Käyttöpääoma	17
3.3.9	Gearing-%	17
3.4	Yhteenveto tunnusluvuista	18
4	Kohdeyritys	18
4.1	Tunnuslukujen vertailu	19
4.1.1	Liikevoitto-%	20
4.1.2	Omavaraisuusaste-%	21
4.1.3	Sijoitetun pääoman tuotto-%	22
4.1.4	Kokonaispääoman tuotto-%	23
4.1.5	Oman pääoman tuotto-%	24
4.1.6	Quick ratio	25
4.1.7	Current ratio	26
4.1.8	Gearing-%	27
4.1.9	Nettokäyttöpääomaprosentti	28

5	Johtopäätökset Yritys X:n tilanteesta.....	28
5.1	Omat johtopäätökset	29
5.2	Yritys X:n maajohtajan näkemykset.....	30
5.3	Johtopäätösten vertailu	32
6	Opinnäytetyön tulokset.....	32
	Lähteet	34
	Kuviot	36

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella ja vertailla viiden eri outdoor-alan maahantuojan tilinpäätöksiä ja yleisimpiä tunnuslukuja. Tilinpäätösten ja tunnuslukujen pohjalta tehdään vertailua, jonka on tarkoitus antaa tietoa kohdeyritys Yritys X:n tilasta ja asemasta kilpailijoiden keskuudessa. Vertailtavat kilpailevat yritykset tullaan valitsemaan Yritys X:n kanssa yhteistyössä. Valintaan tulee vaikuttamaan myös oma mielenkiintoni outdoor-alaan sekä sen parissa toimiviin yrityksiin.

Ennen varsinaista työvaihetta, joka käsittää tilinpäätösten ja tunnuslukujen analysointivaiheen, tullaan tekemään alustava tiedonkeruutyö. Opinnäytetyön aihetta varten kerätään ensiksi vertailtavien yritysten tiedot yhteen käyttäen luotettavia lähteitä. Tämän työvaiheen tarkoituksena on helpottaa ja selkeyttää vertailevan analysoinnin työvaihetta. Tämän jälkeisenä työvaiheena on tarkoitus vertailla yrityksiä ja koostaa niistä visuaaliset kuviot, jotka tullaan avaamaan myös tekstein. Viimeisenä työvaiheena teen kuvioiden pohjalta yhteenvedon, jossa on omat näkemykseni Yritys X:n tilanteesta. Tämän lisäksi haastattelen Yritys X:n maajohtajaa avoimin kysymyksiin eli teemahaastattelulla, jonka kysymykset pohjautuvat analysointivaiheen tunnuslukukuvioiden.

Opinnäytetyön tavoitteena on lisätä omaa tietouttani yritysten välisestä vertailusta ja taloudellisesta analysoinnista. Lisäksi työn tavoitteena on tuottaa visuaaliset kuviot tunnusluvuista, joissa on mukana jokainen vertailtava yritys. Tämän toivotaan olevan hyödyksi niin minulle kuin kohdeyrityksellekin, jolle ei vastaavaa työtä ole aiemmin tehty (Yritys X:n maajohtaja 2014).

Opinnäytetyön työstämisessä tullaan käyttämään työkaluina kirja- ja internetlähteitä, haastatteluja sekä muuta yhteydenpitoa kohdeyrityksen kanssa. Kuviot ja teksti tullaan tekemään käyttäen hyödyksi Microsoft Office -ohjelmia.

1.2 Opinnäytetyön rajaus

Opinnäytetyö rajataan viiteen yritykseen, jotka toimivat samalla toimialalla. Opinnäytetyössä vertaillaan yhdeksää yleisintä tunnuslukua, jotka valitaan yritysten kolmesta pääsääntöisestä talouden ulottuvuudesta: kannattavuudesta, maksuvalmiudesta sekä vakavaraisuudesta. Tunnuslukujen valintaperusteena on myös se, että niiden oletetaan olevan hyödyksi Yritys X:lle. Tämän jälkeen tunnusluvut kerätään yhteen viideltä valitulta yritykseltä neljän vuoden ajalta ja koostetaan niistä kuviot.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö rakentuu kolmesta eri vaiheesta. Opinnäytetyön alkuvaiheessa keskitytään teoriaan. Teoria tulee käsittelemään yleisesti yritysten kannattavuutta, talousasioita sekä tunnuslukujen teoriaa. Tämän jälkeisessä vaiheessa vertaillaan tunnuslukuja kuvioiden sekä tekstien avulla. Viimeisessä vaiheessa on omat näkemykseni kohdeyrityksen tilasta sekä kohdeyrityksen maajohtajan haastatteluun pohjautuva yhteenvetoluku.

2 Kannattavuus

2.1 Mitä kannattavuus on?

Wöltje (2005, 9) sanoo kannattavuuden olevan suhdeluku, joka osoittaa yrityksen voiton ja pääoman suhteen. Yritystutkimus Ry:n julkaisemassa teoksessa kerrotaan kannattavuuden olevan yrityksen taloudellisen tuloksen mittari (Yritystutkimus Ry 2011, 60). Teoksen mukaan kannattavuus voidaan jakaa sekä absoluuttiseen että suhteelliseen mittaustapaan. Eroina näissä kahdessa mittaustavassa on teoksen mukaan se, että absoluuttinen mittaustapa keskittyy yrityksen tekemään voittoon tuottojen ja kulujen suhteessa, kun taas suhteellinen mittaustapa keskittyy tarkastelemaan asiaa sijoitetun pääoman näkökulmasta.

Mäkisen ja Söderströmin (2003, 139) mukaan yritykset tarvitsevat toimiakseen kannattavan liikeidean, jossa yritystoiminta maksaa takaisin omistajilleen sen panoksen, jonka omistajat ovat yritykseen sijoittaneet. Kinnunen, Leppiniemi, Martikainen ja Virtanen (2000, 246) kirjoittavat samaa, mutta lisäävät rahoittajien näkökulman. Heidän mielestään kannattavuus tulee olla sillä tasolla, että myös rahoittajien vaatimukset pystytään täyttämään. Mäkinen ja Söderström (2003, 139) mainitsevat lisäksi, että yrityksen myyntituottojen tulisi olla mahdollisimman suuret ja hankinnat, joita yritys tekee, tulisi olla mahdollisimman pienet. Tomperi (2005, 8) niputtaa tämän ajatuksen yhteen lauseeseen: ”Toiminta on kannattavaa, jos tuotot ovat suuremmat kuin kustannukset.” Alholan ja Lauslahden (2003, 50) mukaan kuitenkin asia ei ole näin yksiselitteinen. He mainitsevat teoksessaan, että voiton mittauksessa tulee ottaa huomioon myös siihen käytetyt panokset, eikä voittoa pidä pitää niin itsestäänselvyteenä.

Yritystä ohjattaessa kannattavaan suuntaan avainasemaan nousevat yrityksen omat tavoitteet, mitä halutaan olla ja mihin halutaan mennä (Kinnunen ym. 2000, 245). Tämän lisäksi kirjoittajat korostavat teoksessaan taloudellisten tavoitteiden olevan talouden ohjausta, jos sitä painotetaan toiminnanohjauksessa ja mikäli ne ovat prioriteettilistalla korkealla. Tekijät painottavat tekstissään asian olevan näin varsinkin silloin, kun puhutaan kannattavuustavoit-

teista. Esimerkiksi jos tavoitteena on kasvattaa yrityksen arvoa, on jätettävä voittoa jakamatta (Tomperi 2005, 8).

2.2 Kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä

2.2.1 Kannattavuuden eri pelikentät

Yritysten toiminta rakentuu pääsääntöisesti palveluiden ja/tai tuotteiden ostamiseen ja myymiseen (Tomperi 2003, 7). Tomperin mukaan markkinat, joilla yritys toimii, voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: osto-, myynti- sekä rahoitusmarkkinoihin. Tomperi nimittää markkina-alueita myös eri nimityksillä. Ostomarkkinoita voidaan kutsua tuotannontekijämarkkinoiksi ja suoritemarkkinat puolestaan tarkoittavat samaa kuin myyntimarkkinat. Tomperin (2004, 8) mukaan ostomarkkinoihin kuuluu luonnollisesti kaikki yrityksen tekemät ostot. Suoritemarkkinoihin puolestaan voidaan lukea kaikki yrityksen tekemä myynti, josta yritys saa tuloja. Rahoitusmarkkinat pitää sisällään yrityksen pääoman lähteen, johon voidaan lukea esimerkiksi yksityiset sijoittajat, pankit sekä muut tahot.

2.2.2 Kirjanpito, tuloslaskelma ja tase

Liiketoiminnanharjoittajilla on velvollisuus pitää kirjanpitoa yrityksen tuloista ja menoista (Tomperi 2013, 11; Verohallinto 2014). Kirjanpito on työkalu, jolla yritykset seuraavat toimintaansa sekä taloudellista tulostaan (Hirvonen & Nikula 2008, 17-18). Hirvonen ja Nikula kertovat kirjanpidon tuottavan yritykselle tuloslaskelman ja taseen. Mäkinen ja Söderström (2003, 121-124) avaavat näiden kahden dokumentin sisältöä enemmän. Mäkisen ja Söderströmin lisäksi myös Tomperi (2004, 100-106) kirjoittaa, että tase kertoo yrityksen taloudellisen tilanteen tilikauden päättymishetkellä. Tase jaetaan Tomperin mukaan vastaava- ja vastattava- puoleksi. Vastaava- puoli kertoo käytännössä, mihin raha on käytetty, kun taas vastattava- puoli kertoo sen, mistä raha on otettu. Hirvonen ja Nikula sanovat tuloslaskelman kertovan yrityksen tulot ja kulut sekä yleisesti taloudellisen tuloksen.

2.2.3 Taseen ja tuloslaskelman oikaisu

Oikaistulla tilinpäätöksellä pyritään saamaan yrityksen toiminnasta mahdollisimman selkeä kuva tilinpäätösanalyysin tueksi. Sekä tuloslaskelma että tase voidaan oikaista. Tuloslaskelman oikaisussa pyritään saamaan kannattavuudesta ja yrityksen volyyymista selkeä ja vertailukelpoinen kuva. Samoin taseen oikaisussa on kyse siitä, että pyritään saamaan yrityksen taloudellisesta tilasta kelpoinen kuva vertailua varten. Jos halutaan tarkastella yrityksen kustannustoimintaa lähemmin, on pureuduttava sisäiseen laskentaan, koska oikaistut dokumentit eivät anna riittävän tarkkaa kuvaa siihen liittyen (Yritystutkimus Ry 2011, 7-31).

Oikaistussa tuloslaskelmassa esitetyt välitulokset ovat hieman erilaisia kuin virallisessa tuloslaskelmassa. Esimerkiksi liiketulos oikaistussa tuloslaskelmassa kertoo tuloksen liiketoiminnan kustannusten jälkeen ennen rahoituskuluja, tuottoja sekä veroja. Nettotulos puolestaan kertoo tuloksen ennen satunnaisia tuottoja ja kuluja. Kokonaistulos on tulos näiden kaikkien jälkeen (Niskanen & Niskanen 2004, 61).

Oikaistu tase on huomattavasti poikkeava virallisesta taseesta. Oikaistussa taseessa yhdistyvät monet kohdat, jotka virallisessa taseessa esitetään erikseen. Toisaalta siinä taas otetaan yleisesti tuntemattomampi leasingvastuukanta esille. Leasingvastuukanta tarkoittaa yrityksen erääntyvien leasingmaksujen määrää tulevana vuosina (Niskanen & Niskanen 2004, 70).

2.2.4 Muuttuvat ja kiinteät kulut

Liiketoiminnan kannalta on äärimmäisen tärkeää seurata, mistä yrityksen tulot ja menot koostuvat (Hirvonen & Nikula 2008, 22). Hirvonen ja Nikula jakavat esimerkiksi kustannukset kahteen pääryhmään: muuttuvat kulut ja kiinteät kulut. Heidän mukaansa kiinteitä kuluja ovat yleensä ne, joilla ei ole vaikutusta yrityksen myynnin määrään. Puolestaan muuttuvat kulut ovat suoraan verrannollisia yrityksen myynnin suuruuteen. Stenbacka, Mäkinen ja Söderström (2003, 29) antavat esimerkkejä näistä kuluista. Kirjoittajien mukaan muuttuviin kuluihin voidaan lukea esimerkiksi raaka-aine-, pakkaustarvike-, rahti- sekä osin palkkakulut. Tomperi (2000, 17) puolestaan luokittelee kiinteisiin kuluihin muun muassa vuokra-, mainos-, kuukausipalkka- ja korkokulut. Stenbacka ym. (2003, 27,31) mainitsevat muuttuvien kulujen sekä kiinteiden kulujen muutoksista. Heidän mukaansa muuttuvat kulut saattavat nousta esimerkiksi suuren kysynnän myötä, jolloin palkkoihin ja raaka-aineisiin menee enemmän varoja. Kiinteät kulut puolestaan ovat useimmiten tasaisempia, mutta niissäkin saattaa olla heilahtelua johtuen esimerkiksi hintojen yleisestä noususta.

Karikorven (2010, 135) mielestä jakamisen raja näiden kahden kululajin välillä on häilyvä. Ikkäheimo, Laitinen, Laitinen, ja Puttonen (2011, 87) puolestaan tarkentavat jakamisen periaatetta. Heidän mukaansa kulujen jakaminen kiinteisiin ja muuttuviin kuluihin riippuu pitkälti ajanjakson pituudesta. Mikäli tarkasteltava aikaväli on lyhyt, ovat tällöin kulut yleensä kiinteitä, ja päinvastoin, jos aikaväli on pitkä, ovat kulut muuttuvia.

2.3 Kannattavuuden tehostaminen

Niskavaaran (2010, 95) mielestä yrityksen päällystön tulee tietää ja ymmärtää tuottoihin vaikuttavien seikkojen syy- ja seuraussuhteet. Niskavaara korostaa myös omien vaikutusmahdollisuuksien ymmärtämistä ja tiedostamista. Niskavaara niputtaa taloudellisen kannattavuuden

lauseeseen: ”myyntituotot ylös, kustannukset ja pääomat alas.”. Stenbacka ym. (2003, 72) kiteyttää kannattavuuden parannuksen menetelmät. Heidän mukaansa tärkeimpiä asioita kannattavuuden parantamisessa on myyntihinnan sekä myyntimäärän kasvattaminen ja puolestaan muuttuvien kustannusten sekä kiinteiden kustannusten alentaminen.

Neilimo ja Uusi-Rauva (2005, 163) ovat sitä mieltä, ettei pelkkä taloudellisten tietojen kerääminen ole riittävää vaan sen pitää edetä niin sanottuun kustannusjohtamiseen, eli kokonaisvaltaiseen kustannusten johtamiseen ja hallintaan. Heidän mukaansa tällöin pystytään toimimaan kustannustehokkaammin sekä kannattavammin. Niskavaara (2010, 95) myötäilee tätä ajatusta. Hänen mukaansa yrityksen sisäisen tehokkuuden ja kustannustehokkuuden on oltava koko ajan seurannassa, jotta pystytään olemaan markkinakilpailussa mukana. Myös Pellinen (2006, 261) on samaa mieltä. Hän esittelee lisäksi listan asioita, jotka hänen mielestään ovat kilpailuedun ydin. Pellisen mukaan muun muassa alhaiset kustannukset, laatu, joustavuus ja yrityksen oma henkilöstö ovat komponentteja, jotka tulisi saada kuntoon hyvän kilpailuedun saavuttamiseksi.

Alhola (1998, 109) mainitsee yrityksen tarvitsevan resursseja, jotta pystytään selviytymään kaikista yritystä koskevista toiminnoista. Alhola jakaa resurssit kolmeen eri osa-alueeseen: fyysisiin, taloudellisiin ja henkisiin resursseihin. Hänen mukaansa fyysisiin resursseihin kuuluvat kaikki konkreettinen, esimerkiksi koneet, kalusto ja laitteet. Taloudellisiin resursseihin Alhola nostaa yritykset varat eli pääoman. Henkisiä resursseja Alhola mainitsee olevan esimerkiksi henkilöstön osaaminen ja asennoituminen. Hän toteaa kaikkien näiden vaikuttavan yrityksen suorituskykyyn. Yrityksen fyysiset ja taloudelliset resurssit tulevat esiin tilinpäätöshetkellä taseessa (Niskanen & Niskanen 2004, 70-71). Henkisiä resursseja ei puolestaan voi lukuina ilmaista, joten niiden analysointi tulee tapahtua muilla keinoin.

Yrityksen tulee miettiä tarkkaan päätöksiä kannattavuuden parantamisen ja seurannan yhteydessä (Ikäheimo, Lounasmeri ja Walden 2007, 193-204). Heidän mukaansa tulee tarkkaan miettiä esimerkiksi uuden toimipaikan vaikutus koko yritykseen. Ostoprosessissa puolestaan tulee kysymykseen se valmistetaanko hyödyke itse vai tilataanko ulkopuoliselta. Henkilöstön palkkaamisessa vaikuttavat tekijät, kuten palkkaamiseen liittyvät kulut alussa ja sen kannattavuus lopussa. Lisäksi Ikäheimo ym. korostavat hinnoittelun tärkeyttä sekä investointien todellisia vaikutuksia. Turney (2002, 18) listaa aiheeseen liittyviä kysymyksiä, joita yritysten johdon tulisi miettiä. Hänen mukaan yrityksen tulisi pohtia esimerkiksi ovatko tuotteet oikeanlaisia, ovatko asiakkaat väärinä, olisiko tuotesuunnittelussa ja tuotantoprosessissa parantamisen varaa ja olisiko organisaation rakenteelle tehtävissä edullisempia rakenteellisia muutoksia tai tulisiko säästöohjelmaa muokata.

3 Kannattavuuden seuranta ja tunnusluvut

3.1 Kannattavuuden seuranta

Ikäheimon ym. (2007, 13) mielestä kannattavuuden seurannasta saatavat tunnusluvut tulevat kahden eri tahon käytettäväksi. Kirjoittajien mukaan ensimmäinen ryhmä on sijoittajat sekä muut ulkopuoliset sidosryhmät. Neilimo ja Uusi-Rauva (2005, 13) jaottelevat asian samoin. He korostavat kannattavuuden seurannan kuitenkin olevan enemmän yrityksen johtoa varten.

Yrityksen toiminta edellyttää kolmen eri ulottuvuuden tasapaino. Näitä ovat maksuvalmius, vakavaraisuus sekä kannattavuus. Tästä tasapainorakenteesta käytetään myös joskus nimitystä ”yrityksen terveyskolmio”. Tärkein näistä kolmesta on kannattavuus. Kuitenkaan pelkkä kannattavuus ei riitä pitämään yritystä tasapainossa. Myös vakavaraisuus ja maksuvalmius tulee olla kunnossa. (Rajala 2012). Näiden kolmen eri ulottuvuuden alle voidaan jakaa tunnusluvut muun muassa seuraavasti (Yritystutkimusneuvottelukunta 2005, 55-69):

Kannattavuus	Maksuvalmius	Vakavaraisuus
<ul style="list-style-type: none"> • Liikevoitto-% • Kokonaispääoman tuotto-% • Sijoitetun pääoman tuotto-% • Oman pääoman tuotto-% 	<ul style="list-style-type: none"> • Quick ratio • Current ratio • Nettokäyttö pääoma-% 	<ul style="list-style-type: none"> • Omavaraisuusaste • Nettokäyttöpääoma • Net gearing

Kuvio 1: Yrityksen terveyskolmion ulottuvuudet ja niiden tunnusluvut

Yleisesti seurattuja tunnuslukuja ovat esimerkiksi katetuotto-%, kokonaispääoman tuotto-%, oman pääoman tuotto-%, sijoitetun pääoman tuotto-%, omavaraisuusaste-%, liikevoitto-% sekä erilaiset kiertoaajat (Hirvonen & Nikula 2008, 199; Wöltje 2005, 75; Karikorpi 2010, 116; Niska-vaara 2010, 69-76; Ikäheimo ym. 2005, 119). Myös kriittinen piste on hyvin yleinen tunnusluku sisäisessä laskentatoimessa (Hirvonen & Nikula 2008, 203; Tomperi 2000, 28).

3.2 Trendianalyysi

Trendianalyysi on luotu yrityksen eri toimintavuosien vertailua varten. Trendianalyysissä muutetaan tuloslaskelma ja tase prosentuaaliseen muotoon. Trendianalyysin avulla on helppo ver-

tailla eri erien kehityssuuntaa. Trendianalyysi rakentuu normaalin tuloslaskelman ja taseen kaavan pohjalle, mutta luvut ovat prosenttilukuja. Varhaisin vuosi, josta lähdetään vertailemaan näyttää luvut 100%. Myöhempien vuosien lukuja verrataan varhaisimpaan vuoteen, jolloin saadaan laskettua prosenttiluku myös näille vuosille. (Niskanen & Niskanen 2011, 96).

3.3 Tunnusluvut

3.3.1 Liikevoitto-%

Tämä tunnusluku toimii mittarina yrityksen katteelle. Liikevoittoprosentin avulla voidaan päätellä millainen kate yrityksellä on keskimäärin. Yrityksen toiminnan tehokkuudelle tämä on myös hyvä mittari. Se kertoo kuinka kustannustehokkaasti yritys on päässyt tiettyyn liikevaihtoon (Ikäheimo ym. 2005, 119). Mäkinen ja Söderström (2003, 150) täsmentävät liikevoittoprosenttilaskelman tulosta. Heidän mukaansa tuloksena saatu prosenttiluku ilmaisee kuinka monta prosenttia tuotoista jää käteen kustannusten vähentämisen jälkeen. Jos tunnusluku saa arvon joka ylittää 10%, voidaan pitää sitä hyvänä. Mikäli tunnusluku on 5% ja 10% välissä on se silloin tyydyttävä. Kun tunnusluku tippuu alle 5% puhutaan heikosta liikevoittoprosentista.

Liikevoittoprosenttiin vaikuttaa liikevoitto, eli kuinka paljon yritys on onnistunut tilikauden aikana tekemään voittoa. Liikevoitto löytyy yrityksen tilinpäätöksen tuloslaskelmasta. Siinä ei oteta huomioon rahoituskuluja ja tuottoja, satunnaisia eriä eikä veroja. Liikevaihto puolestaan tarkoittaa yrityksen tekemää myyntiä. (Asiakastieto 2014, Tomperi 2004, 102).

Liikevoittoprosentti voidaan laskea kaavasta seuraavasti:

$$\frac{\text{Liikevoitto}}{\text{Liikevaihto}} \times 100 = \text{Liikevoitto} - \%$$

3.3.2 Omavaraisuusaste-%

Yritys rahoittaa toimintaansa ja omaisuuttaan monilla eri keinoilla. Omavaraisuusaste prosentin tehtävänä on kertoa kuinka suuri osa näistä kuluista saadaan katettua omalla pääomalla. Mikäli yrityksellä on saatuja ennakoita esimerkiksi jonkin työn suorittamisesta, tulee ne vähentää taseen loppusummasta, koska työn päätyttyä ne poistuvat taseesta. Mikäli prosenttiluku on yli 40%, luetaan se hyväksi. Mikäli luku jää 20-40% väliin, puhutaan tyydyttävästä. Puolestaan alle 20% luku on heikko (Niskavaara 2010, 85).

Omavaraisuusaste prosenttiin vaikuttaa oman pääoman suuruus. Oma pääoma luetaan yrityksen taseesta. Siihen lasketaan koko oma pääoma, mutta pakolliset varaukset jätetään laskennassa

pois. Taseen loppusumma on koko tase yhteenlaskettuna, mutta saadut ennakot miinustetaan loppusummasta. (Tomperi 2004, 102, 106, 107).

Omavaraisuusaste prosentti saadaan kaavasta (Niskanen ja Niskanen 2004, 131):

$$\frac{\text{Oma pääoma}}{\text{Taseen loppusumma} - \text{saadut ennakot}} \times 100 = \text{Omavaraisuusaste} - \%$$

3.3.3 Sijoitetun pääoman tuotto-%

Sijoitetun pääoman tuotto prosentti kertoo sen kuinka paljon yritys on onnistunut tuottamaan tulosta sijoitetulle pääomalle, johon odotetaan saavan korkoa tai muuta tuottoa (Niskanen & Niskanen 2004, 115). Neilimon ja Uusi-Rauvan (2005, 278) mukaan pääoman tuotto prosenttia voidaan kutsua myös ROI (Return Of Investment Assets) -prosentiksi eli sijoitetun pääoman tuotto prosentiksi. Neilimo ja Uusi-Rauva korostavat ROI -prosentin olevan yksi maailman yleisimmin käytetyistä tunnusluvuista. Tunnukselle voidaan antaa seuraavat ohje arvot (Asiakastieto 2014):

- Yli 15% = Hyvä
- 9%-15% = Tyydyttävä
- 0%-9% = Välttävä
- alle 0% = Heikko

Sijoitetun pääoman tuotto prosenttin kaavassa osoittajaan lasketaan yhteen yrityksen nettotulos, rahoituskulut sekä verot. Nimittäjässä on sijoitettu pääoma. Nettotulos on sama kuin tilikauden voitto, joka löytyy tuloslaskelmasta viimeisenä. Rahoituskulut luetaan myös tuloslaskelmasta liikevoiton alapuolelta kohdasta korkokulut ja muut rahoituskulut. Verot ovat tuloslaskelmassa viimeisillä riveillä ennen tilikauden voittoa kohdassa tulosverot. Sijoitettua pääomaa kaavassa on yhteenlaskettuna kaikki sellaiset vieraan pääoman kohdat, joista joudutaan maksamaan korkoja. Näitä on esimerkiksi ostovelat, siirtovelat ja saadut ennakot. Ne löytyvät taseen vastattavaa puolelta viimeisiltä riveiltä ennen taseen loppusummaa. (Niskanen & Niskanen 2004, 115, Tomperi 2004, 102).

Sijoitetun pääoman tuotto (ROI) saadaan laskemalla kaavasta (Niskanen & Niskanen 2004, 115):

$$\frac{\text{Nettotulos} + \text{Rahoituskulut} + \text{Verot}}{\text{Sijoitettu pääoma}} \times 100 = \text{Sijoitetun pääoman tuotto prosentti}$$

3.3.4 Kokonaispääoman tuotto-%

Kokonaispääoman tuotto-% (ROA, return on assets) on tärkeä kannattavuuden mittari. Siinä tarkastellaan kuinka paljon tuottoa toimintavuoden aikana on kertynyt omalle pääomalle. Luku kertoo kuinka hyvin yritys osaa käyttää hyödyksi kokonaispääomaa, joka yrityksellä on. Tunnusluku lasketaan lähes samalla tavoin kuin yllä esitetty sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Erona on, että nimittäjässä on sijoitettujen pääomien sijaan taseen loppusumma. (Niskanen & Niskanen 2004, 114). Ohjeavrot tunnusluvulle ovat seuraavat (Kauppalehden tietopalvelu 2014):

Yli 10% = Hyvä
5%-10% = Tyydyttävä
alle 5% = Heikko

Tunnusluku saadaan laskemalla kaavasta (Kauppalehden tietopalvelu, 2014):

$$\frac{\text{Nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot}(12\text{kk})}{\text{Oikaistu taseen loppusumma keskimäärin tilinkaudella}} \times 100 = \text{Kokonaispääoman tuotto} - \%$$

3.3.5 Oman pääoman tuotto-%

Oman pääoman tuotto-% (ROE, Return Of Equity) käytetään hyödyksi kun yrityksen omistajat haluavat saada tietoa oman pääoman tuotosta. Muun muassa tavoitteiden suunnitteluun tunnusluku sopii myös hyvin (Neilimo & Uusi-Rauva 2005, 280). Saatu prosentti on verrattavissa siihen mitä omistajat ovat asettaneet prosentuaaliseksi tuottovaatimukseksi (Yritystutkimusneuvottelukunta 2005, 60).

Kaavaa laskiessa osoittajaan otetaan tilikauden voitto, jonka saa tuloslaskelmasta viimeiseltä riviltä. Nimittäjäksi tulee omapääoma, jonka saa taseesta. Tässäkin tunnusluvussa ei oteta huomioon pakollisia varauksia. (Ikäheimo ym. 2007, 119, Tomperi 2004, 102).

Oman pääoman tuotto-% lasketaan kaavasta (Ikäheimo ym. 2007, 119):

$$\frac{\text{Tilikauden voitto}}{\text{Oma pääoma}} \times 100 = \text{Oman pääoman tuotto-%}$$

3.3.6 Quick ratio

Quick ratio mittaa yrityksen maksuvalmiutta eli likviditeettiä lyhyellä aikavälillä. Quick ration laskukaavassa ei oteta huomioon varastoja, koska niitä ei ole välttämättä mahdollista realisoida nopeasti. Mikäli laskukaava antaa tuloksen, joka on yli 1, on tällöin likviditeetti hyvä. Jos saatu tulos on 0,5 ja 1 välissä, puhutaan tällöin tyydyttävästä arvosta. Puolestaan jos tulos jää alle 0,5, on yrityksen likviditeetti tällöin heikko (Niskanen & Niskanen 2004, 120).

Quick ratiota laskiessa osoittajaan lasketaan yrityksen käyttöpääoma, eli rahoitusomaisuus, johon lasketaan muun muassa taseen vaihtuvista vastaavista saamiset, rahoitusarvopaperit sekä rahat ja pankkisaamiset. Nimittäjään tulee yrityksen lyhytaikaiset velat, jotka löytyvät taseesta vastattavaa puolelta (Tomperi 2004, 107, Karikorpi 2010, 123).

Quick ration laskukaava (Niskanen & Niskanen 2004, 120):

$$\frac{\text{Käyttöpääoma}}{\text{Lyhytaikaiset velat}} = \text{Quick ratio}$$

3.3.7 Current ratio

Current ratio on suosittu tunnusluku, joka kertoo yrityksen yleisen maksuvalmiuden sekä lyhytaikaisten velkojen maksuvalmiuden. Current ratio on luotettavampi tunnusluku kuin nettokäyttöpääoma, koska se ilmaistaan suhdeluku muodossa. Käytännössä voidaan puhua samasta tunnusluvusta nettokäyttöpääoman ja current ration kohdalla. (Niskanen & Niskanen 2004, 118).

Karikorven (2010, 124) mukaan, tunnusluvun laskukaava on lähes sama kuin ylempänä mainitussa quick ratiossa. Ainoa ero hänen mukaansa on se, että osoittajaan otetaan huomioon myös varasto eli vaihto-omaisuus. Ohjeavrot current ratiolle on seuraavat (Niskanen & Niskanen 2004, 118):

Yli 2 = Hyvä

1-2 = tyydyttävä

alle 1 = heikko

Current ration kaava:

$$\frac{\text{Käyttöpääoma} + \text{vaihto} - \text{omaisuus}}{\text{Lyhytaikaiset velat}} = \text{Current ratio}$$

3.3.8 Käyttöpääoma

Karikorpi (2010, 139-140) kuvailee käyttöpääoman olevan tunnusluku, joka osoittaa kuinka paljon pääomaa tarvitaan juoksevan liiketoiminnan ylläpitämiseen. Mitä suurempi luku saadaan kaavasta sitä enemmän yritys tarvitsee pääomia toiminnan rahoittamiseen. Yritystutkimus ry:n (2011, 68-69) mukaan on hyvä muistaa tunnuslukua laskettaessa, että tilinpäätöksessä olevat tiedot eivät välttämättä anna oikeaa kuvaa, koska ne saattavat poiketa tilikauden keskimääräisestä arvosta. Kun yritys tekee ennusteita tulevaa varten, on käyttöpääomapro-sentti hyvä apuväline kertomaan kuinka paljon rahoitusta tarvitaan laajennusta mietittäessä. Käyttöpääomapro-senttia laskettaessa käyttöpääomaa verrataan liikevaihtoon. Käyttöpääoman yleisin kaava on:

$$\text{Vaihto} - \text{omaisuus} + \text{rahoitusomaisuus} - \text{ostovelat} - \text{saadut ennakot} = \text{Käyttöpääoma}$$

Käyttöpääomaa laskiessa lasketaan yhteen vaihto-omaisuus sekä rahoitusomaisuus. Näistä vähennetään ostovelat sekä saadut ennakot. Kaikki näistä eristä löydetään taseesta (Karikorpi 2010, 139, Tomperi 2004, 107).

3.3.9 Gearing-%

Gearingpro-sentti on hyvä mittari yrityksen pääomarakenteelle. Se näyttää vieraan pääoman ja oman pääoman suhteen sillä hetkellä kun yritys on käyttänyt kaiken likvidin omaisuutensa suurempi tunnusluku on sitä velkaisempi yritys on. (Karikorpi 2010, 118). Gearinpro-sentti saadaan laskemalla:

$$\frac{\text{Korollinen vieras pääoma} - \text{rahat ja rahoitusarvopaperit}}{\text{Oma pääoma}} \times 100 = \text{Gearingpro-sentti}$$

Kaavassa korollista vierasta pääomaa ovat taseessa vastattavaa puolella olevat kaikki ne erät joista yritys joutuu maksamaan korkoja esimerkiksi lainat rahoituslaitoksille (Vaasan yliopisto, 2014). Rahat ja rahoitusarvopaperit ovat myös taseessa vaihtuvissa vastaavissa. Oma pääoma on taseessa ja se lasketaan kokonaan, mutta pakollisia varauksia ei oteta huomioon. (Tomperi 2004, 107).

3.4 Yhteenveto tunnusluvuista

Alla olevaan kuvaan on koottu yhteen keskeisimmät tunnusluvut, mitä niillä voidaan mitata sekä niiden ohjearvot.

Tunnusluku	Mitä mitataan?	Ohjearvot
Liikevoittoprosentti	Kannattavuus	Hyvä >10% Tyydyttävä 5%-10% Heikko <5%
Omavaraisuusaste	Vakavaraisuus	Hyvä >40% Tyydyttävä 20%-40% Heikko <20%
Sijoitetun pääoman tuotto- prosentti	Kannattavuus	Hyvä >15% Tyydyttävä 9%-15% Heikko <0%
Kokonaispääoman tuotto- prosentti	Kannattavuus	Hyvä >10% Tyydyttävä 5%-10% Heikko <5%
Oman pääoman tuotto- prosentti	Kannattavuus	Ei mitattavaa ohjearvoa
Quick ratio	Maksuvalmius	Hyvä >1 Tyydyttävä 0,5-1 Heikko <0,5
Current ratio	Maksuvalmius	Hyvä >2 Tyydyttävä 1-2 Heikko <1
Gearingprosentti	Vakavaraisuus	Hyvä <100%
Nettokäyttöpääoma	Maksuvalmius	Ei mitattavaa ohjearvoa

Taulukko 2: Yhteenveto tunnusluvuista

4 Kohdeyritys

Opinnäytetyön kohde on Yritys X. Yritys X:n toimiala on urheilualan tukkukauppa (toimialakoodi 46493). Yritys X on perustettu vuonna 1996, jolloin yhtiömuodoksi valittiin osakeyhtiö. Toiminta alkoi virallisesti vuonna 2000 yhden ulkomaisen outdooralan brändin maahantuonnilla. Vuoden 2001 jälkeen alkoi tulla lisää maahantuotavia brändejä aina vuoteen 2010 asti. Kaiken kaikkiaan yrityksellä on tällä hetkellä maahantuotavia brändejä yhteensä viisi. Työntekijöitä yrityksessä on yhteensä kuusi.

Yrityksen liikevaihdon kehitys on ollut huimaa. Esimerkiksi vuonna 2010 liikevaihto oli keskimäärin 3,8 miljoonaa euroa ja vuonna 2013 liikevaihto oli noussut jo 8,3 miljoonaan euroon. Yrityksen maajohtajan mukaan suunta on vain ylöspäin. Viimeisen neljän vuoden ajan yritys on kasvanut markkinoita nopeammin, mutta syitä tähän ei tiedetä. Tuotteisiin kuuluu vintage/retro henkiset tuotteet ja liikeidea on pidetty alusta alkaen kaidalla tiellä eikä ole lähdetty väkisin hakemaan uutta suuntaa. Yrityksen fokus on pääsääntöisesti asiakkaissa.

Yrityksen asiakkaisiin kuuluu erilaiset ulkoilualan yritykset. Tärkeimpiä ovat erikoiskaupat ulkoilualalta, urheiluliikkeet sekä kalastus ja metsästys kaupat. Muita sidosryhmiä yritykselle on ulkoilualan isot nimet, joiden kanssa tehdään yhteistyötä markkinointimielessä.

Suomessa kilpailijoita on monta. Kilpailijoihin luetaan muut outdooralan maahantuoja, joiden tilinpäätöksiä vertaillaan Yritys X:ään myöhemmin tässä opinnäytetyössä.

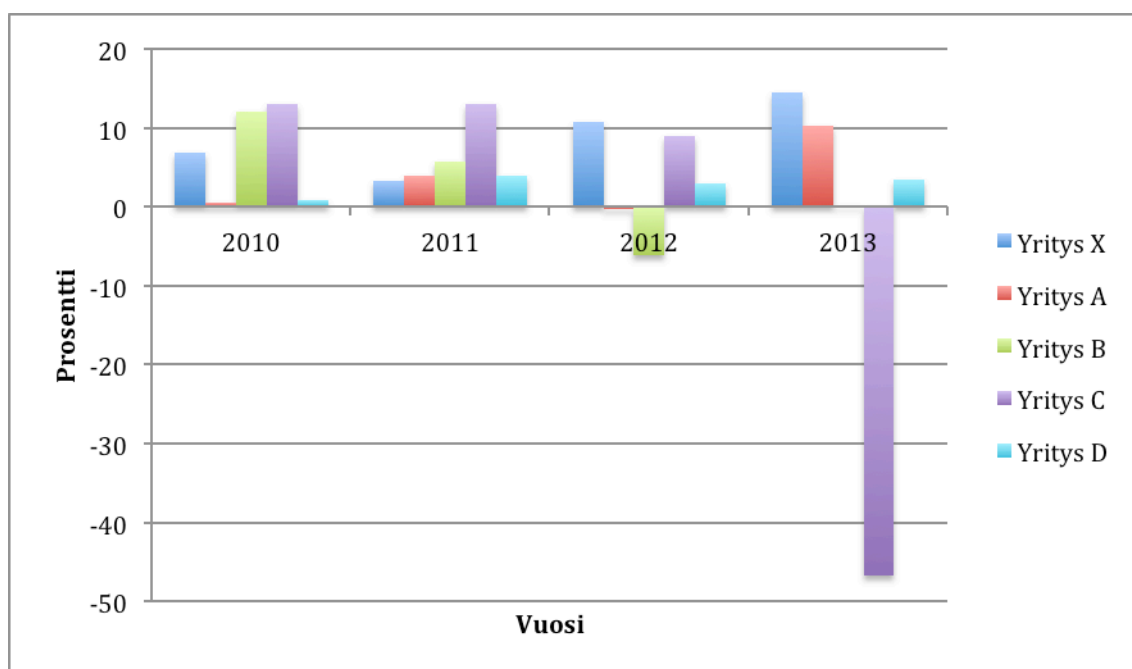
Yritys X:n maajohtajan mukaan tärkeimpiä tunnuslukuja ovat muun muassa liikevaihto, tulos, liikevoittoprosentti sekä kateprosentti.

Yritys X:n liiketoiminnassa on muutamia kehityskohtia yrityksen maajohtajan mukaan. Ensimmäinen on logistiikka, josta aiheutuu suuria kuluja pitkien välimatkojen takia. Toinen on kiinteät kulut, joissa olisi parantamisen varaa sekä säästömahdollisuuksia. Kolmantena asiana on kateprosentti, joka maajohtajan mukaan laahaa jäljessä. Syynä tähän on se, että jälleennyjille myytävistä tavaroista ei tule tarpeeksi katetta. (Yritys X:n maajohtaja 2014).

4.1 Tunnuslukujen vertailu

Seuraavassa kappaleessa tutkitaan neljän yrityksen (A,B,C ja D) tilinpäätöksiä ja tunnuslukuja neljän vuoden ajanjaksolta. Näitä verrataan opinnäytetyön kohdeyritykseen, Yritys X:ään. Kaikki näistä vertailtavista yrityksistä toimivat samalla toimialalla ja ovat kokoluokaltaan pk-yrityksiä. Kaikki tilinpäätöksistä otetut luvut on ilmoitettu tuhansissa euroissa. Jokaisen yrityksen tilinpäätösluvut, joiden pohjalta kuviot on tehty, on otettu Voitto+ nimisestä ohjelmasta, joka on Suomen Asiakastieto Oy:n ylläpitämä tietopankki.

4.1.1 Liikevoitto-%

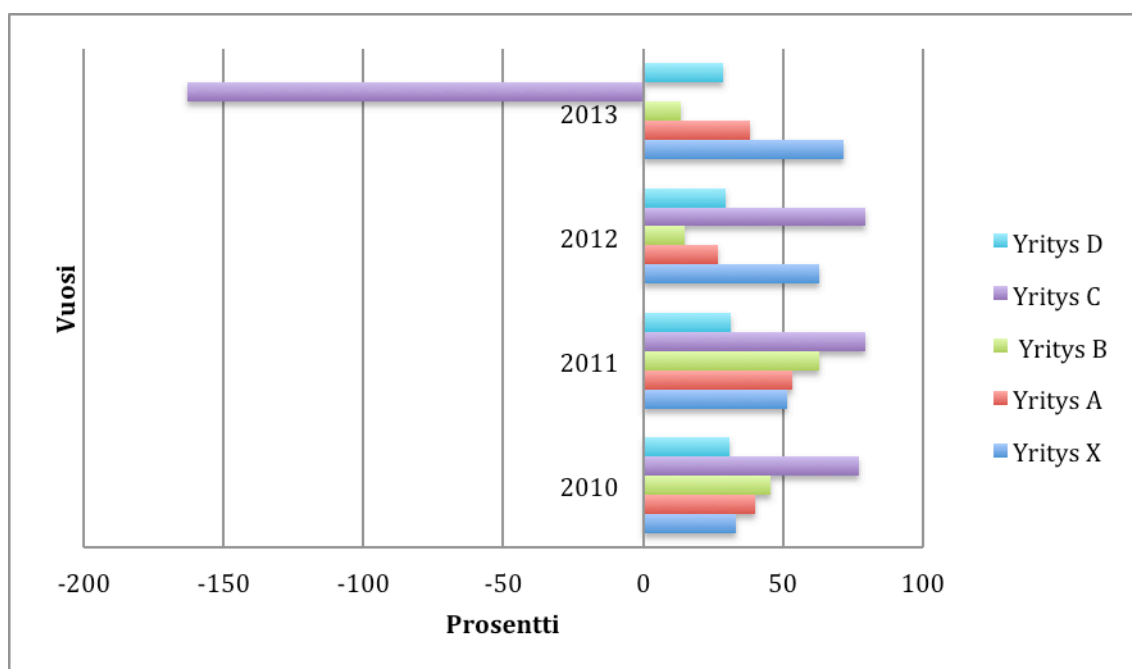


Kuvio 1: Liikevoittoprosentti

Teorian mukaan hyvä liikevoittoprosentti kertoo siitä, kuinka kustannustehokkaasti yritys on toiminut (Ikäheimo ym. 2005, 119). Kaikkien yritysten, paitsi Yritys X:n liikevoittoprosentti on laskenut vuosi vuodelta vuoteen 2012 saakka. Kuitenkin vuonna 2013 lähes kaikki ovat saaneet nostettua liikevoittoprosentin plussan puolelle. Liikevoittoprosentin kaavassa lasketaan liikevoitto jaettuna liikevaihdolla. Syy notkahduksiin löytyy todennäköisimmin näiden kahden tekijän pohjalta. Liikevoittoprosentille annetaan ohjearvoja, mutta liian korkeasta liikevoittoprosentista ei ole haittaa. Liian matala liikevoittoprosentti puolestaan ajaa yrityksen tekemään ratkaisuja, jotta liikevaihto ja liikevoitto saataisiin kasvamaan. Liikevoittoprosenttia voidaan parantaa esimerkiksi korottamalla hintoja, myynnin tehostamisella tai kulujen karsimisella (Karikorpi 2010, 163).

Liikevoitto on kasvanut Yritys X:llä suotuisien trendien toimesta. Tietyn tuotemerkin yksittäiset tuotteet ovat nousseet suosituiksi ja nostaneet mukanaan koko tuotemerkin. Liikevaihdon kehittymiseen on myös vaikuttanut tuotteiden jälleenmyyntiverkosto, joka on pysynyt suhteellisen hillittynä vuodesta toiseen. Tuotteiden laatu sekä välillisesti ekologisuus ovat olleet myös vaikuttavana tekijänä. Jatkossa tavoitteena on tasainen kasvu enemmän kuin nopea kasvu, joka on osa pitkántähtäimen suunnitelmaa. (Yritys X:n maajohtaja, 2015).

4.1.2 Omavaraisuusaste-%



Kuvio 2: Omavaraisuusasteprosentti

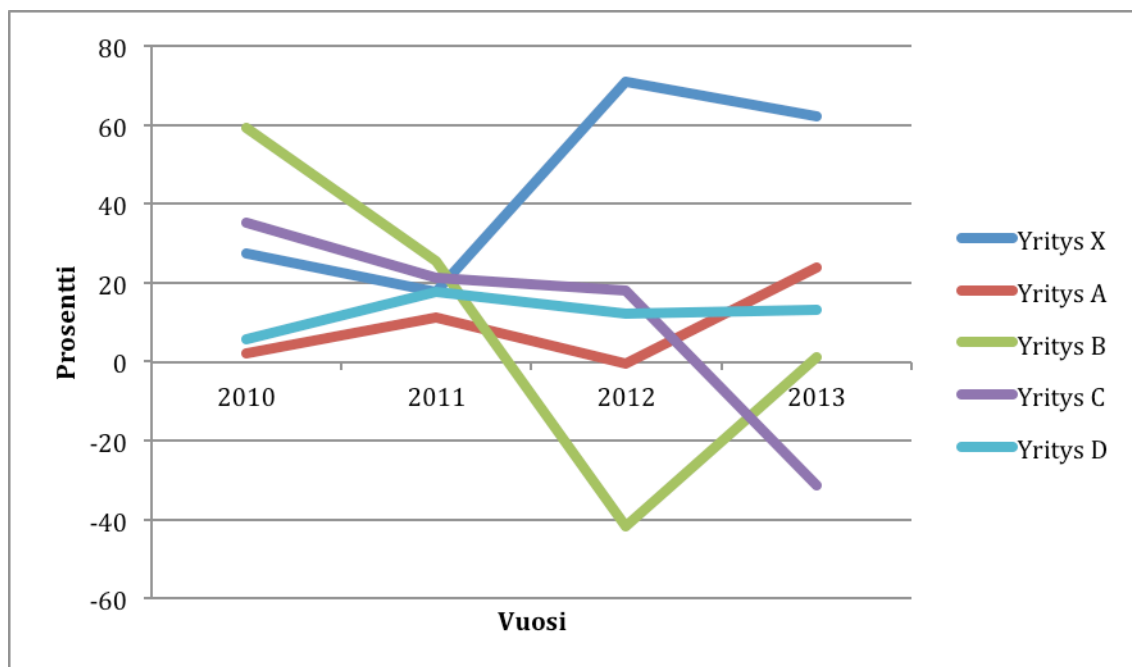
Omavaraisuusasteprosentti kertoo kuinka suuri osa yrityksen kuluista saadaan katettua omalla pääomalla. Kiitettävänä ohjearvona pidetään yli 40% sekä hyvänä ohjearvona 20%-40%. (Niska-vaara 2010, 85).

Kuviosta nähdään kuinka yritys C sekä D omavaraisuusaste on pysynyt käytännössä samana vuodesta toiseen. Kuitenkin yritys C:n omavaraisuusaste-% romahtaa vuonna 2013. Yrityksien X, A sekä B omavaraisuusaste on noussut vuoteen 2011 suhteellisen tasaisesti, mutta muiden romahdettua vuonna 2011 Yritys X jatkaa edelleen nousua. Vuoteen 2011 asti kaikkien yritysten omavaraisuusaste on ollut hyvä, mutta sen jälkeen alamäki alkaa lähes kaikilla. Omavaraisuusasteprosentti ei kuitenkaan laske alle tyydyttävän tason muilla kuin yritys B:llä ja C:llä vuonna 2012 ja 2013.

Mikäli omavaraisuusasteprosentti laskee liian alas voi pienetkin vastoinkäymiset liiketoiminnassa olla dramaattisia. Suuri omavaraisuusasteprosentti puolestaan antaa yritykselle enemmän vapautta ja mahdollisuutta liiketoimintaan. Lisäksi kilpailutilanteen kiristytessä korkea omavaraisuusasteprosentti on hyvä suojauskuri, koska se kestää matalasuhdanteet paremmin. Omavaraisuusasteprosenttia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon myös yrityksen ikä. Nuoret yritykset ovat todennäköisemmin velkaantuneempia kuin vanhemmat. (Kauppalehden tietopalvelu 2014). Tähän teoriaan vedoten Yritys X:llä on positiiviset tulevaisuuden näkymät

muihin verrattuna, kun taas yritys C joutuu olemaan varovainen toimintansa suhteen varsinkin kun kilpailu alalla on kovaa.

4.1.3 Sijoitetun pääoman tuotto-%

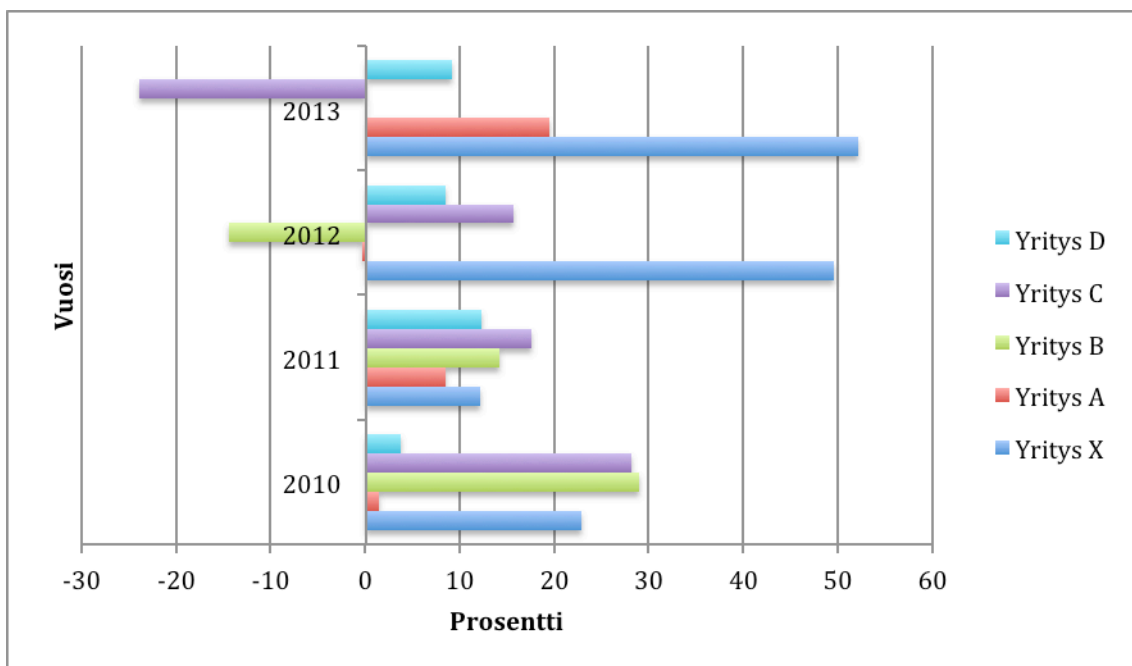


Kuvio 3: Sijoitetun pääoman tuottoprosentti

Sijoitetun pääoman tuottoprosentti kuvaa sitä, kuinka paljon yritykseen sijoitetut korkoa tai muuta tuottoa vaativat pääomat saavat tuottoa yrityksen toiminnan seurauksena (Niskanen & Niskanen 2004, 115). Yli 15% tuottoa pidetään erinomaisena ohjearvona (Asiakastieto 2014).

Kuviosta nähdään, että lähes jokainen yrityksen sijoitetun pääoman tuottoprosentti on romahtanut vuoteen 2011, mutta on pysynyt kuitenkin hyvällä tasolla. Ainoastaan yritys A ja yritys D ovat onnistuneet nostamaan sijoitetun pääoman tuottoprosenttia. Vuoden 2011 jälkeen kaikilla muilla yrityksillä paitsi Yritys X:llä sijoitetun pääoman tuottoprosentti jatkaa laskua, mutta osa yrityksistä on saanut nostettua sitä vuoteen 2013. Yritys X:n sijoitetun pääoman tuottoprosentti kasvaa räjähdysmäisesti vuonna 2011, mutta tekee pienen notkahduksen 2012 ja 2013 aikana.

4.1.4 Kokonaispääoman tuotto-%

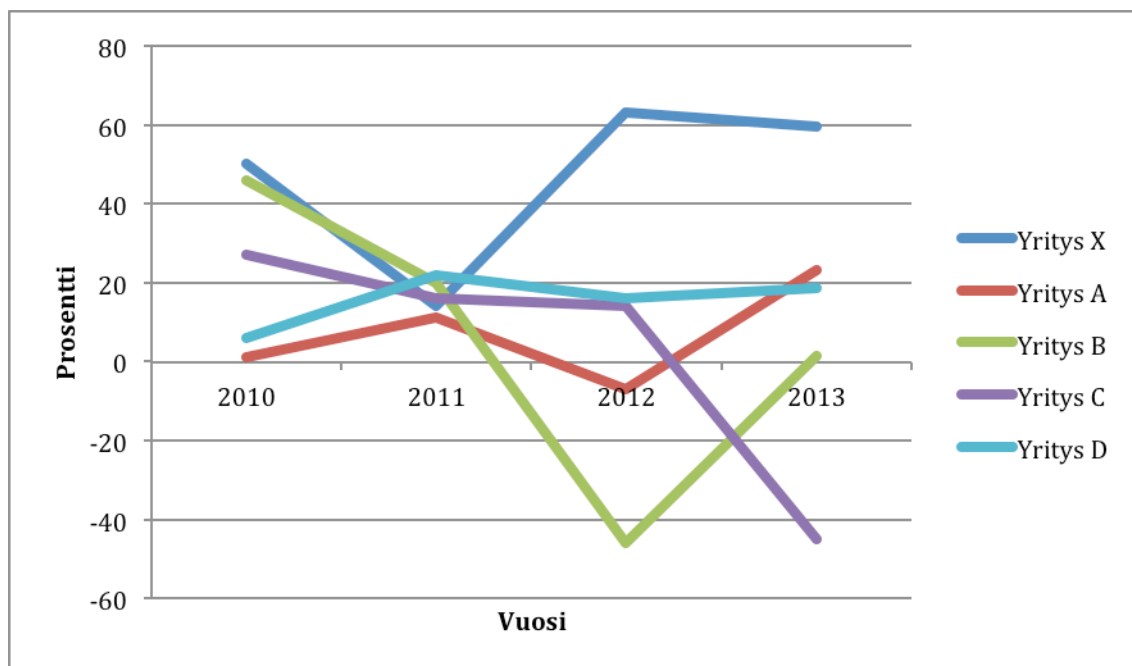


Kuvio 4: Kokonaispääoman tuotto-%

Kuviossa tarkastellaan prosentuaalisesti sitä kuinka hyvin yritykset ovat saaneet tuottoa omalle pääomalleen. Hyvänä ohjearvona voidaan pitää yli 10% (Asiakastieto 2014).

Vahviten koko neljän vuoden ajanjaksolla ovat pärjänneet yritykset C ja X, joiden kokonaispääoman tuotto-% on ollut yli 10% vuodesta 2010. Hyvin on pärjännyt myös yritys B, mutta vuonna 2012 sen kokonaispääoman tuotto-% on romahtanut huimasti. Yritys A on saanut nostettua kokonaispääoman tuotto-%:n vuoteen 2013. Kokonaispääoman tuotto-%:n vaikuttaa taseessa olevien pääomien muutokset (Niskanen & Niskanen 2004, 114).

4.1.5 Oman pääoman tuotto-%



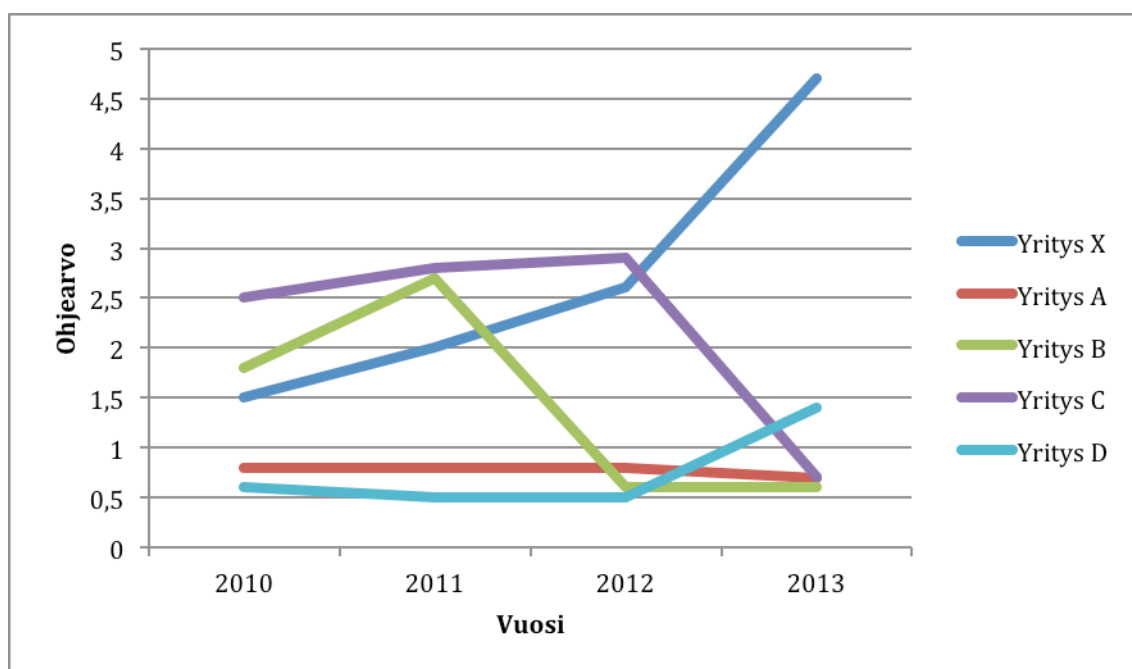
Kuvio 5: Oman pääoman tuotto-%

Oman pääoman tuotto-% mittaa yrityksen tuloksetekokykyä suhteessa omaan pääomaan (Ikäheimo ym. 2007, 119). Oman pääoman tuotto-%:ä ei löydy valmiina tunnuslukuina Voitto+ -ohjelmasta, joten se on laskettu kaavalla:

$$\frac{\text{Nettotulos}}{\text{Oma pääoma keskimäärin}} \times 100$$

Kuviosta voidaan todeta, että se on lähes samannäköinen kuin sijoitetun pääoman kuvio. Lähes kaikkien yritysten oman pääoman tuotto-% on laskussa vuoden 2011 jälkeen, mutta kohoaa jälleen vuoteen 2013. Ainoa vuoden 2011 nousu on tapahtunut Yritys X:llä. Jyrkimmän laskun on tehnyt yritys B vuonna 2011-2012. Tunnuslukuun vaikuttaa vahvasti yrityksen tekemä tilikauden nettotulos. Esimerkiksi yritys B:n tilikauden tulos on romahtanut voimakkaasti vuosien 2011 ja 2012 välillä. Syynä voi esimerkiksi olla yrityksen lisääntyneet ostot tai kulujen kasvu.

4.1.6 Quick ratio



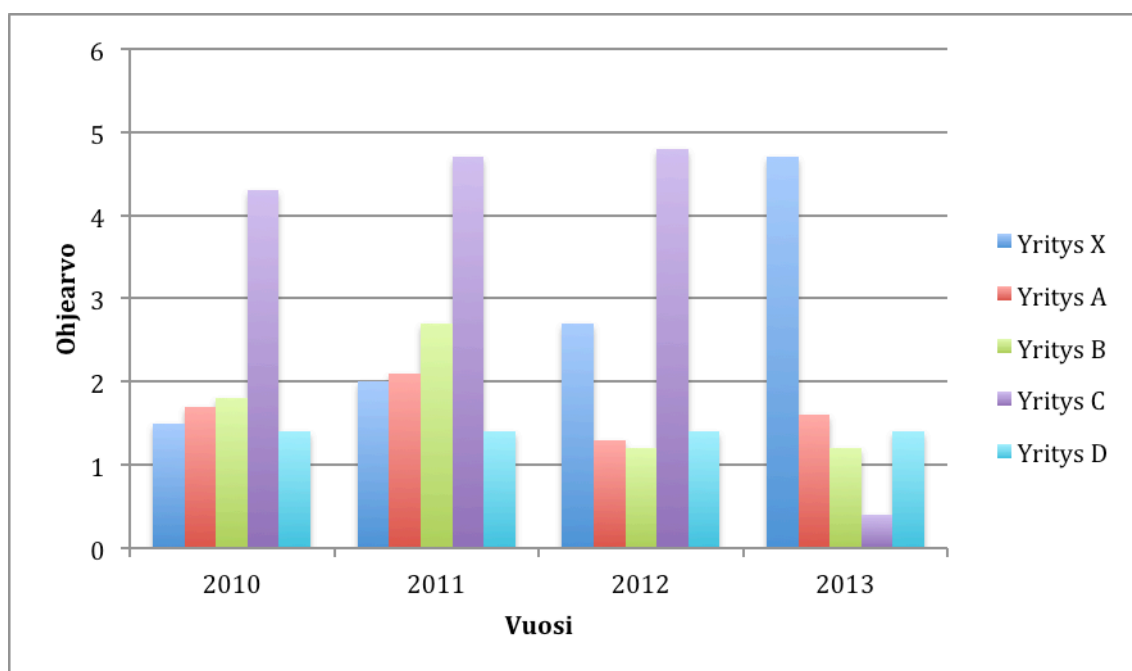
Kuvio 6: Quick ratio

Quick ratio mittaa yrityksen likviditeettiä, eli maksukykyä. Tunnusluvussa ei oteta huomioon varastoja. Quick ration hyvänä ohjearvona voidaan pitää yli 1 arvoa. Kaupan alalla ohjearvot saattavat olla 0,5 eikä yrityksellä ole maksukykyongelmia (Niskanen & Niskanen 2004, 120). Neilimon ja Uusi-Rauvan (2005, 283) mukaan esimerkiksi tunnusluvun arvo 0,7 tarkoittaa, että 70% yrityksen lyhytaikaisista veloista pystytään kattamaan rahoitusomaisuudella. Quick ration laskentakaavasta voidaan päätellä, että mikäli tunnusluvun ohjearvo tippuu voi syynä olla yrityksen rahoitusomaisuuden eli rahavarojen ja lyhytaikaisten saamisten heikentyminen. Toisena vaihteltona on, että lyhytaikainen vieras pääoma on kasvanut eli tällöin yritys on velkaantunut. Suuri ohjearvo taas puolestaan povaa hyvää, koska tällöin todennäköisesti yrityksen rahoitusomaisuus on hyvä tai puolestaan lyhytaikaista vierasta pääomaa ei ole (Karikorpi 2010, 123).

Kuviosta nähdään, että jokaisen yrityksen quick ratio on vähintäänkin tyydyttävällä tasolla. Yritys C:n sekä Yritys X:n quick ratio ovat puolestaan huipputasolla aina vuoteen 2012 saakka, josta vuoteen 2013 yritys C romahtavaa matalalle, mutta Yritys X jatkaa positiiviseen suuntaan. Näillä yrityksillä tunnusluku on koko ajan yli 1,5. Heikoin maksukyky on yritys D:llä, muttei se kuitenkaan ole huonon tasolla. Yritys D onnistuu kohottamaan tunnusluvun vuoteen 2013.

Quick ration romahdukset saattavat johtua esimerkiksi siitä, että jos yritykseen sijoitetaan lisää vierasta pääomaa. Rahoitusomaisuuden muutokset, johon lasketaan mukaan rahavarat sekä lyhytaikaiset saamiset, saattavat myös heilauttaa quick ratiota. Muun muassa myyntisaamisten tehostaminen nostaa quick ration arvoa (Karikorpi 2010, 123).

4.1.7 Current ratio



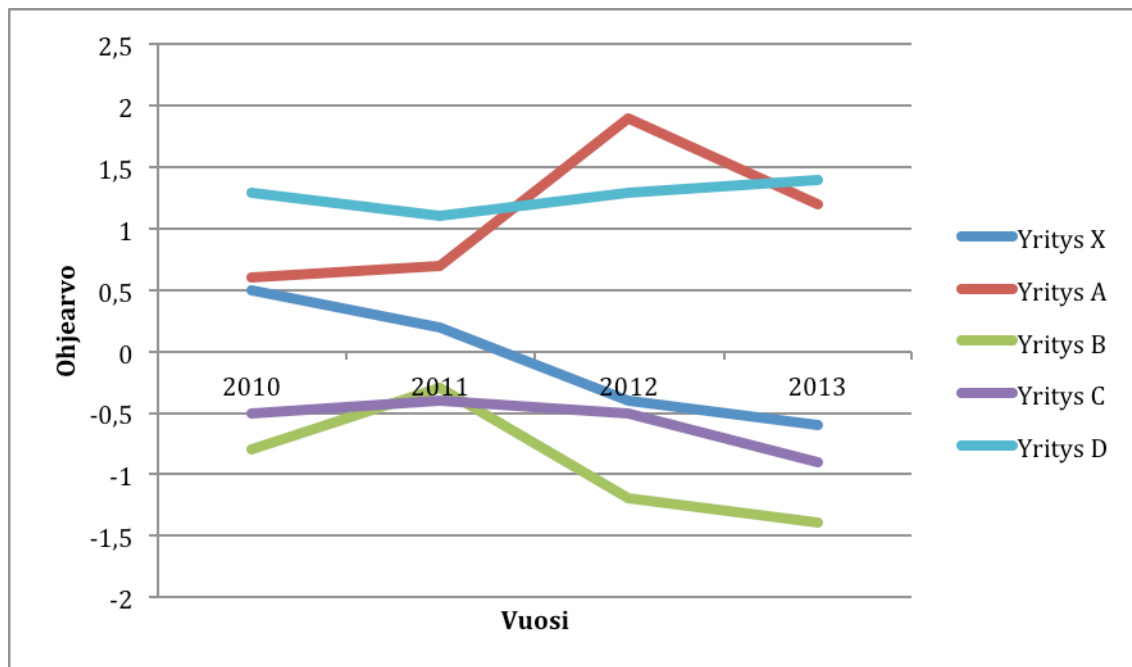
Kuvio 7: Current ratio

Current ratio ja quick ratio eroavat toisistaan siten, että current ration laskukaavaan otetaan mukaan myös varasto. Muuten tunnusluvut lasketaan lähes samalla kaavalla. Kuten myös quick ratio, current ratio kuvastaa yrityksen likviditeettiä eli maksuvalmiutta. Mitä korkeampi tunnusluvun arvo on sitä parempi on yrityksen maksukyky. Nykyisin monet yritykset alentavat tarkoituksella likviditeettitasoaan, koska enemmän arvostetaan yrityksen tehokkuutta käyttäen omaa pääomaa, kuin sen seisottamista korkean maksukyvyn saamiseksi. Mikäli siis yritys makuuttaa rahojaan pankkitilillä, ei sen pääoman käyttö ole fiksu. Tällainen yritys tuskin kiinnostaa esimerkiksi sijoittajia, koska pankkitilillä makaava pääoma tuskin tuottaa paljon. (Ikäheimo ym. 2007, 122-123). Current ration hyvänä ohjearvona voidaan pitää arvoa 2 (Asiakastieto 2014).

Kuvio osoittaa kuinka lähes jokaisella yrityksellä current ratio kasvaa vuoden 2010 ja 2011 välillä. Vuonna 2010 yrityksistä ainoastaan yritys C ylittää hyvän ohjearvon yläpuolelle. Puolestaan vuoden 2011 jälkeen useimmilla yrityksillä current ratio taas romahtaa. Yritys X:n cur-

rent ratio arvo kipuaa suhteellisen tasaisesti vuosi vuodelta. Syynä tähän on tilinpäätösten pohjalta katsottuna erinäisten saamisten kasvaminen sekä varaston pienuus.

4.1.8 Gearing-%

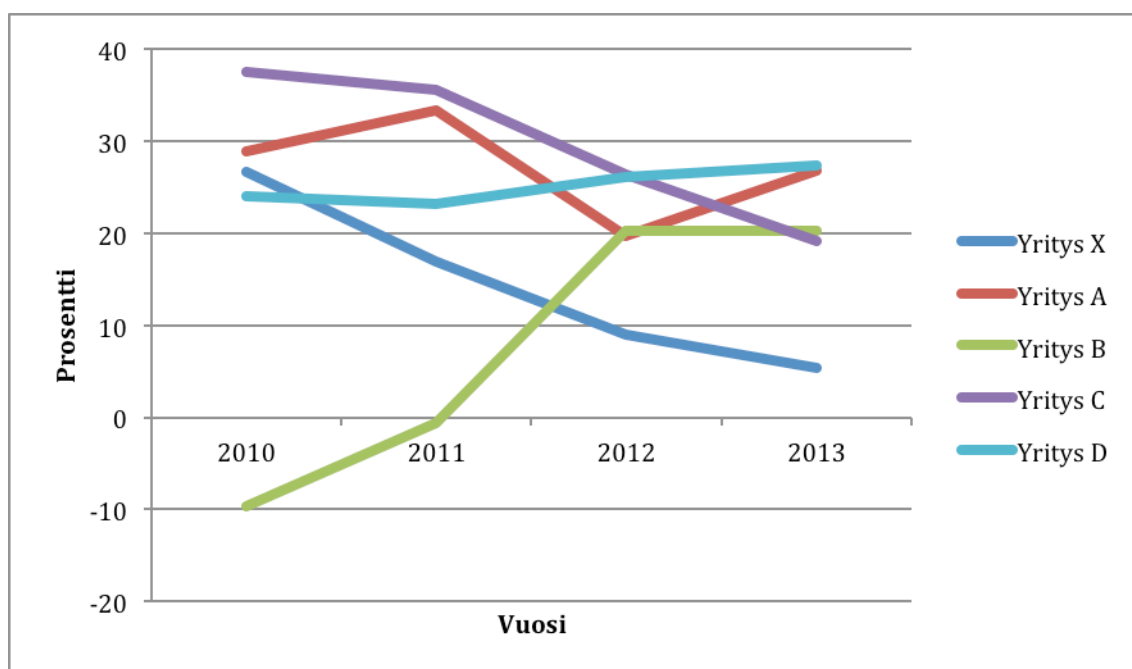


Kuvio 8: Gearing-%

Gearingprosentti eli nettovelkaantumisaste on hyvä kun sen ohjearvo on alle yksi, eli alle 100% (Asiakastieto 2014). Gearingprosentti mittaa yrityksen vieraanpääoman ja oman pääoman suhdetta. Tämä tarkoittaa, että mikäli tunnusluvun arvo tippuu on silloin yrityksellä enemmän pääomaa verrattuna vieraaseen pääomaan. Mikäli tunnusluvun arvo nousee tarkoittaa se sitä, että yritys on todennäköisemmin velkaantunut. Tunnusluvun laskukaavassa otetaan huomioon myös rahat ja rahoitusarvopaperit, joiden määrä saattaa heilauttaa tunnuslukua. (Niskanen & Niskanen 2004, 133).

Lähes jokaisella yrityksellä gearingprosentti on hyvällä tasolla. Yrityksillä D ja A on kohdeyrityksistä suurin gearingprosentti. Yritys D:llä gearingprosentti ei laske alle yhden laisinkaan. Yritys A on onnistunut pitämään arvon hyvällä tasolla vuoteen 2011, jonka jälkeen se nousee rajusti lähelle kahta, mutta romahtaa hiukan vuonna 2013. Yritys A:lla tilinpäätöksen mukaan muut velat vieraassa pääomassa ovat nousseet vuoden 2011 ja 2012 välissä, joka voi olla yksi vaikuttava tekijä nousuun. Yritys X:n gearingprosentti on tasaisessa laskussa ollut vuodesta 2010. Sen arvo on ollut koko ajan hyvällä tasolla. Vaikka Yritys X:llä velat ovat olleet hienoisessa kasvussa vuosi vuodelta heidän oma pääoma on kasvanut suhteessa enemmän. Esimerkiksi yrityksen rahat ja pankkisaamiset ovat kasvaneet huomattavasti, joka on voinut vaikuttaa osin gearingprosentin laskuun.

4.1.9 Nettokäyttöpääomaprosentti



Kuvio 9: Käyttöpääomaprosentti

Käyttöpääomaprosentti kertoo käyttöpääoman eli vaihto-omaisuuden ja myyntisaamisten summan, josta vähennetään ostovelat. Tätä verrataan liikevaihtoon. (Leppiniemi & Kykkänen, 2013, 172). Ohjearvoa tälle tunnusluvulle ei voida antaa, koska se on yrityskohtainen (Kari-korpi 2010, 139).

Kuviosta nähdään, että noin joka toisella yrityksellä tunnusluku on alamäessä vuoteen 2012 asti. Sitä ei voi sanoa pyrkivätkö he siihen tahallisesti vai vahingossa. Yritys X:llä on tasainen alamäki vuosi vuodelta. Yritys B:llä käyttöpääomaprosentti on vuodet 2010 ja 2011 hyvällä tasolla ja kasvaa vuoteen 2012 asti mutta 2013 se ei ole liikahtanut mihinkään.

5 Johtopäätökset Yritys X:n tilanteesta

Kahdessa seuraavassa luvussa on käsitelty kohdeyrityksen tilannetta omasta näkökulmastani tunnuslukujen analysoinnin jälkeen sekä Yritys X:n omia näkemyksiä tilanteesta. Yritys X:n maajohtajalle tehdyssä haastattelussa on kysytty kysymyksiä liittyen tunnuslukuihin, joista on koostettu yhteenvetoluku. Haastattelussa ei ole keskitytty tunnuslukujen ja tilipäätösten tarkkaan numeeriseen analysointiin, vaan kysymykset ovat yleismaailmallisia koskien tunnuslukuja ja Yritys X:ää.

5.1 Omat johtopäätökset

Edellä esitettyjen tunnuslukukuvioiden pohjalta voidaan todeta, että kohdeyritys X on selvästi positiivisessa noususuhdanteessa. Tunnusluvut joiden yleisesti toivottaisiin olevan hyviä, ovat Yritys X:llä hyviä tai erinomaisia. Noususuhdanne on johtuvaa kasvaneesta liikevaihdosta, joka on kehittynyt positiiviseen suuntaan vuosi vuodelta. Tulevaisuutta on vaikea ennustaa, mutta näyttäisi siltä, että nousu jatkuu, mutta noususuhdanteen hidastuminen voi tulla eteen lähivuosina. Muuttuvat trendit tai kilpailijoiden markkinoille tuomat uudet kilpailukykyiset tuotteet ovat todennäköisin syy miksi yrityksen kasvu hidastuisi.

Yritys X:n liikevoittoprosentti on kasvanut hyvin vuodesta 2011. Liikevoittoprosentti on ollut pääsääntöisesti hyvällä tasolla, mutta vuonna 2012 se on jo erinomainen, yli 10%. Yrityksen liikevaihto on lähes tuplaantunut vuodesta 2010 vuoteen 2012. Syitä liikevaihdon kasvuun on useita. Yksi syy on trendiksi noussut vintage/retro tyyli ihmisten pukeutumisessa sekä arkipäiväisissä tuotteissa, kuten repuissa, laukuissa ynnä muissa hyödykkeissä. Yritys X:n maahan-tuoma tunnettu outdooralan brändi on ollut vuosikymmenten ajan ihmisten suosiossa näillä osa-alueilla, varsinkin pohjoismaissa, ja se on tunnettu kautta aikain kestävästä ja laadukkaista tuotteistaan. Nyt se on selvästi vallannut muun muassa myös Aasian maita, joka voidaan todeta sosiaalisesta mediasta esimerkiksi Instagramista ja Facebookista. Tilikauden tulos on parantunut huomattavasti vuosien 2011 ja 2012 aikana. Tulokseen vaikuttavia asioita tilinpäätöksien pohjalta katsottuna on suhteessa liikevaihtoon hillitysti kasvatettu ostojen määrä. On mahdollista, että ostojen hillittyyn kasvuun on vaikuttanut varaston muutos. Varastoon on tullut tavaraa huomattavasti lisää 2011 ja 2012 vuosien välissä. Kulurakenne yleisesti on pysynyt muutoin melko tasaisena vaikka liikevaihto on jatkanut kasvuaan. Henkilöstökulut ovat myös pysyneet tasaisena vuodesta toiseen.

Omavaraisuusaste prosentti Yritys X:llä on hienoisessa nousussa positiiviseen suuntaan vuosi-vuodelta. Pääsääntöisesti se on ollut erinomaisella tasolla viimeisten vuosien aikana. Yrityksen oma pääoma on kasvanut vuosien aikana. Syitä nousuun on tilinpäätöksien perusteella edellisten tilikausien tulos, jotka ovat kasvaneet positiivisesti. Taseen loppusummassa ei heilahduksia juurikaan ole ollut. Vuosien 2011 ja 2012 välissä rahat ja pankkisaamiset ovat kasvaneet, mikä on osa syy taseenloppusumman nousuun. Myöskin saamia konsernin muilta yrityksiltä on ollut vuonna 2012 enemmän kuin 2011. Toisaalta taas taseenloppusumman heilahdusta tasapainottaa myyntisaamiset, jotka ovat huomattavasti pienemmät 2012 kuin 2011. Joko yrityksen perintä on tehostunut tai maksuehtoja asiakkaille on muutettu.

Sijotetun pääoman tuottoprosentti on kehittynyt positiiviseen suuntaan. Vuoden 2011 jälkeen se on tehnyt rajun nousun. Syynä tähän lukujen pohjalta katsottu on nettotuloksen kasvu. Tämä taas tilinpäätöstä tarkastellen, on johtuvaa kasvaneesta liikevaihdosta. Sijoitettu pää-

oma on kasvanut varovaisesti viimeisten vuosien aikana, joten se ei ole päässyt laskemaan sijoitetun pääoman tuotto prosenttia. Hieman samankaltainen tilanne on myös kokonaispääoman tuotto prosentissa. Tämä tunnusluku poikkeaa kuitenkin sijoitetun pääoman tuotto prosentista laskukaavassa olevan jakajan perusteella. Kokonaispääoman tuotto prosenttien kaavassa jakajana on kokonaispääoma eli taseen loppusumma tai vaihtoehtoisesti taseen loppusummien keskiarvo, kun taas sijoitetun pääoman tuotto prosentissa jakajana on sijoitettu pääoma keskimäärin (Leppiniemi & Kykkänen 2013, 166-168). Yritys X:llä taseen loppusumma pääsääntöisesti kasvaa, mutta laskukaavassa on todennäköisesti käytetty jakajana taseen loppusummien keskiarvoa, jolloin se ei ole heilauttanut tunnusluvun arvoa.

Yritys X:n maksukyky eli likviditeetti on tasaisessa nousussa vuoden 2010 jälkeen. Niin quick ratio kuin current ratiokin ovat kummatkin kasvaneet tasaisesti. Yrityksen rahavarat ovat parantuneet muun muassa saamisten sekä rahavarojen kasvun myötä. Lyhytaikaisessa vieraassa pääomassa, joihin luetaan muun muassa ostovelat, siirtovelat sekä muut lyhytaikaiset velat, ei juurikaan hätkähdyttäviä muutoksia ole. Tämä puolestaan johtaa quick ration sekä current ration kasvuun.

Yritys X:n velkarakenne on hyvä. Gearingprosentti, joka on sama kuin nettovelkaantumisaste on mennyt vuosivuodelta parempaan suuntaan. Tunnusluvun parantuminen vuosi vuodelta on johtuvaa siitä, että Yritys X on onnistunut kasvattamaan omaa pääomaa. Toiminnan pyörittämiseen tunnuslukujen pohjalta katsottuna tarvitaan entistä vähemmän vierasta pääomaa. Nettokäyttöpääoma osoittaa sen, että liiketoiminta pyörii entistä enemmän omalla pääomalla.

Yhteenvetona tunnusluvuista voidaan havaita, että Yritys X:n tilanne on erinomainen ja erittäin kilpailukykyinen verrattuna muihin opinnäytetyössä esitettyihin yrityksiin. Tunnusluvut joiden toivotaan olevan noususuhdanteessa ovat Yritys X:llä tasaisen varmasti nousussa. Puolestaan tunnusluvut, joiden tulisi olla laskussa ovat Yritys X:llä laskussa. Yritys X:llä on asiansa osaava business controller tai muu talousihminen, joka pitää huolen yrityksen talouden kehitymisestä.

5.2 Yritys X:n maajohtajan näkemykset

Haastattelussa ilmeni, ettei omat johtopäätökseni ja yrityksen maajohtajan näkemykset Yritys X:n tilanteesta eronneet paljon. Muutamia näkemyksiä olivat eriäviä ja Yritys X:n maajohtajalta nousi esiin erilaisia näkökulmia verrattaen omiin johtopäätöksiin.

Liikevaihdon vuosittainen kasvu on monen tekijän summa. Noususuhdanteeseen vaikuttaneita tekijöitä ovat olleet muun muassa trendit, jotka ovat olleet suotuisia. Tietyn tuotemerkin

yksittäiset tuotteet ovat nousseet kuluttajien suosioon, joka on vetänyt koko brändin peräsään vaikuttaen yrityksen liikevaihtoon. Tämän tuotemerkin tuotteet on valmistettu kestäviksi eikä kyseessä ole kertakäyttökulttuurisia tuotteita. Lisäksi ekologisuudesta tullut trendi on vaikuttanut tuotteiden menekkiin. Vaikuttavana tekijänä on ollut myös rajoitettu jälleenmyyntiverkosto. Jälleenmyyjien kanssa tehty monen vuoden yhteistyö on ollut tehokasta, eikä jälleenmyyntiverkostoa ole tarkoituksella lähdetty laajentamaan. Yrityksen liikevaihtoa ajatellen tavoitteena Yritys X:llä ei ole nopea kasvu vaan jatkumo. Tarkat suunnitelmat ja tavoitteet monen vuoden päähän on pidetty tiukasti mielessä. Jatkossa tavoitteena on pitää tasainen kasvuvauhti, joka näyttää toteutuvan hyvin. Kun tavoiteltu päämäärä alkaa lähestyä on tarkoitus tehdä uudet tavoitteet pitkälle tulevaisuuteen. Liian pitkälle ennustaminen ei kuitenkaan ole tehokasta. (Yritys X:n maajohtaja, 2015).

Omavaraisuusaste on ollut myös vahvassa nousussa. Kasvu on tilinpäätösten mukaan ollut hyvin tasaista muttei kuitenkaan tarkoituksellista. Käyrän tarkoitukselliseen nousuun ei ole kiinnitetty erityistä huomiota. Yrityksen sisällä ei ole kysymys valmistautumisesta mihinkään erityiseen, mutta konsernitasolla asia voi olla eri. Tilinpäätöksien perusteella erinäiset saamiset ovat olleet hiukan kasvussa, joita osin on kasvatettu tarkoituksellisesti. Perinnän tai maksuehtojen muuttaminen saamisten pienentämiseksi ei ole tällä hetkellä akuuttia, mutta mikäli taloudellinen tilanne heikkenee on silloin ruettava tarkemmin pitämään silmällä saatavia. Maksuehdot on saavutettu etu, joita ei kannata lähteä muuttamaan nykyisten asiakkaiden kohdalla. Uusien asiakkaiden kohdalla maksuehtoja voi tarvittaessa miettiä uudelleen. Suomessa hyvä keino periä saatavia on laittaa laskuihin kassa-alennuksia, joihin asiakkaat tarttuvat helposti ja näin saatavat tulevat nopeasti asiakkailta. (Yritys X:n maajohtaja, 2015).

Kun yritys tekee voittoa jaetaan siitä osinkoa lähes vuosittain. Myös erilaiset investoinnit ovat olleet yrityksen suosiossa. Konsernitasolla investointeja on tehty muun muassa kalusteisiin, joita annetaan jälleenmyyjille kauppoihin. Investointeja on tehty myös yleisesti jälleenmyyjiiin sekä uusiin tuotemerkkeihin. Myös laajentuminen ulkomaille on ollut investointien kohteena. (Yritys X:n maajohtaja, 2015).

Tunnuslukuista koostetut käyrät osoittavat, että lähes jokainen tunnusluku on hyvällä tai kiihtävällä tasolla. Syitä tunnuslukujen erinomaisuuteen ei juurikaan ole. Se ei ole kontrollerin tai talousasiantuntijoiden ansiota vaan muut syyt ovat vaikuttaneet tunnuslukuihin. Mainittuina syinä voi pitää aikoinaan asetettuja määränpäitä ja suunnitelmia, jotka ovat ohjanneet yrityksen liikkeitä. (Yritys X:n maajohtaja, 2015).

Haastattelussa kysyttiin myös yrityksen varastotilanteesta. Yritys X:llä ei ole varastoa Suomessa vaan kaikki tavarantoimitukset tapahtuvat konsernin yhteisestä varastosta Hollannista. Oli si jossain määrin positiivista, että jonkinlainen varasto olisi Suomessa, koska se nopeuttaisi

toimituksia, mutta se ei olisi välttämättä taloudellisesti kannattavaa. Juuri oikeiden tuotteiden, oikeana kokona ja värinä, pitäminen varastossa olisi erittäin haastavaa koska kysyntä saattaa vaihdella niin paljon. Toimitukset asiakkaille pitäisi kuitenkin olla nopeita vaikka varasto onkin ulkomailla, joka tällä hetkellä onkin pienimuotoinen ongelma. (Yritys X:n maajohtaja 2015).

Opinnäytetyön kaltaista tunnuslukuanalyysia kuviomuodossa ei ole ennen yritykselle tehty. Kilpailijoiden lukuja kyllä seurataan, mutta seurattaviin tunnuslukuihin ei kuulu yhtälaaja katkaus kuin mitä opinnäytetyössä on tehty. Muutamat tunnusluvut Yritys X:ltä yllättivät itse maajohtajaa. Muun muassa quick ration, omanpääomantuottoprosentin sekä sijoitetun pääomantuottoprosentit olivat yllättäviä. (Yritys X:n maajohtaja 2015).

5.3 Johtopäätösten vertailu

Omani sekä Yritys X:n maajohtajan näkemykset eroavat jonkin verran, muttei kuitenkaan merkittävästi. Tekemässäni analyysissä keskitytään tarkemmin numeeriseen analyysiin, kun taas maajohtaja keskittyy enemmän suureen kokonaiskuvaan. Kokonaiskuva on minulla sekä maajohtajalla paljolti samalla linjalla. Kuitenkin maajohtajalta on tullut enemmän näkemyksiä ja lisäystä tekemiini johtopäätöksiin.

6 Opinnäytetyön tulokset

Opinnäytetyöstä voidaan kokonaisuudessaan todeta, että yritykset ovat kamppailleet talouden laskusuhdanteen kanssa. Tunnuslukuista koostetut kuvaajat osoittavat, että monella yrityksellä laskusuhdanne on karkeasti katsoen vuoden 2011 tienoilla. Tämän jälkeen yritykset ovat selkeästi ryhtyneet toimenpiteisiin, jotta tunnuslukujen arvot saataisiin pysymään vakaana tai nostettua halutulle tasolle. Yritys X:n maajohtajalle tehdyssä haastattelussa ilmeni, että viime laman aikaan 1990 luvulla, oli nähtävissä sama mielenkiintoinen efekti, joka on näkynyt myös 2000 luvun laskusuhdanteessa. Joidenkin yritysten (mukaan lukien Yritys X) suhdannevaihtelu on ollut positiiviseen suuntaan samalla kun suurin osa yrityksistä menee alaspäin laman takia. Syitä tähän ei Yritys X:n maajohtajan mukaan ole.

Niin omani kuin maajohtajankin mukaan Yritys X:n tulevaisuuden näkymät ovat positiiviset. Noususuhdanne tulee jatkumaan tulevaisuudessakin, mutta kasvun hidastuminen on mahdollista lähivuosina. Opinnäytetyössä olevaa dataa tullaan jossain määrin esittelemään myös Yritys X:n kautta konsernitasolla. Data ei kuitenkaan ole täysin käyttökelpoinen vuodesta toiseen, joten mikäli opinnäytetyössä olevaa tietoa halutaan hyödyntää jatkossa tuleville vuosille, on tehtävä uudet vertailut uusilla luvuilla.

Opinnäytetyön pääasiallisena tavoitteena oli antaa lisätä omaa tietotaitoani yritysten taloudesta. Tässä onnistuttiin hyvin, sillä työn tekemisessä jouduttiin porautumaan syvälle talouden teoriaan ja tilinpäätöksiin. Työn tekeminen antoi uusia näkökulmia taloudellisten lukujen analysointiin sekä tunnuslukujen ymmärtämiseen. Mikäli jatkossa on tilaisuus tutkia yrityksiä niiden lukujen pohjalta, on se huomattavasti helpompaa ja antoisampaa. Yritysten talousasiat eivät kuitenkaan aina ole niin selviä ja johdonmukaisia, joten mikäli tilinpäätösanalysointitaitoja halutaan pitää yllä, on tilinpäätösanalysointia tehtävä myös jatkossa.

Lähteet

- Alhola, K. & Lauslahti, S. 2003. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. 1.-4. painos. Vantaa: Dark.
- Alhola, K. 1998. Toimintolaskenta. Juva: WSOY.
- Hirvonen, P. & Nikula, A. 2008. Taloushallinnon perusteet. Helsinki: Edita Prima.
- Ikäheimo, S., Laitinen, E., Laitinen, T. & Puttonen, V. 2011. Laskentatoimi ja rahoitus. Vaasa: Multiprint.
- Ikäheimo, S., Lounasmeri, S. & Walden, R. 2007. Yrityksen laskentatoimi. Juva: Ws Bookwell.
- Karikorpi, O. 2010. Raha ratkaisee. Helsinki: Hakapaino.
- Kinnunen, J., Leppiniemi, J., Martikainen, T. & Virtanen, K. 2000. Yrityksen taloushallinnon perusteet. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Leppiniemi, J. & Kykkänen, T. 2013. Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta. 8. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro.
- Mäkinen, I. & Söderström, T. 2003. Talous ja kannattavuus 4.-5. painos. Helsinki: WSOY.
- Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2005. Johdon laskentatoimi. 6. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima.
- Niskanen, J. & Niskanen, M. 2004. Tilinpäätösanalyysi. 2.korjattu painos. Helsinki: Edita Prima.
- Niskavaara, E., 2010. Yritystaloutta esimiehille. Juva: Ws Bookwell.
- Pellinen, J. 2006. Kustannuslaskenta ja kannattavuusajattelu. 2.uudistettu painos. Gummerus Kirjapaino.
- Stenbacka, J., Mäkinen, I., Söderström, T. 2003. Kannattavuuden avaimet. Vantaa: Dark.
- Tomperi, S. 2005. Kannattavuus ja kustannuslaskenta. Helsinki: Edita Prima.
- Tomperi, S. 2000. Kannattavuus ja kustannusten hallinta. 1.-2. painos. Helsinki: Edita.
- Tomperi, S. 2004. Kirjanpidon ja tilinpäätöksen perusteet. Helsinki: Edita Prima.
- Tomperi, S. 2013. Käytännön kirjanpito. Porvoo: Bookwell.
- Turney, B. B. P. 2002. Toimintolaskenta: avain tuottavampaan toimintaan. Suomentanut Lehmusvirta, M. & Malmi, T. Ws Bookwell.
- Wöltje, J. 2005. Yrityksen laskentakaavat ja tunnusluvut. Suomentajat Kinnunen, K. & Laukkanen, M. Helsinki: Rastor.
- Yritystutkimus Ry. 2011. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Hakapaino.
- Yritystutkimusneuvottelukunta, 2005. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Tampere: Tammer-Paino.

Sähköiset lähteet

Kauppalehti 2014. Balance consulting. Viitattu 10.11.2014.
<http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut>

Rajala, A. 2012. Luottolinkki lehti. Viitattu 30.9.2014.
http://www.luottomiehet.fi/files/1ll_01-12_yrityksen_terveystarkastus.pdf

Suomen asiakastiedon verkkosivu. Viitattu 2.10.2014.
<http://www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut.htm#lvp>

Vaasan yliopisto 2014. Viitattu 25.22.2014.
<http://lipas.uwasa.fi/~jaty/tp/etlatp2.html>

Verohallinto 2014. Viitattu 17.9.2014, [http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ ja_ ammatinharjoittaja/Perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ ja_ verovuosi\(9362\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ ja_ ammatinharjoittaja/Perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ ja_ verovuosi(9362))

VOITTO + -tietokantaohjelma 2014-2015.

Julkaisemattomat lähteet

Yritys X:n maajohtaja. Yritys X:n maajohtajan kanssa käyty keskustelu 24.9.2014. Helsinki.

Yritys X:n maajohtaja. Yritys X:n maajohtajan haastattelu 20.1.2015. Helsinki.

Kuviot

Kuva 1: Yrityksen terveyskolmion ulottuvuudet ja niiden tunnusluvut 12

Taulukko 2: Yhteenveto tunnusluvuista 18