

Korhonen Niko

**Vähittäiskaupan kasvu ja  
kannattavuus Kainuussa  
vuosina 2011 - 2015**



Tradenomi

Syksy 2016



KAJAANIN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



# TIIVISTELMÄ

**Tekijä(t):** Korhonen Niko

**Työn nimi:** Vähittäiskaupan kasvu ja kannattavuus Kainuussa vuosina 2011 - 2015

**Tutkintonimike:** Tradenomi (AMK), liiketalous

**Asiasanat:** kasvu, kannattavuus, kauppa

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvu ja kannattavuus ovat kehittyneet vuosien 2011 - 2015 aikana. Tutkielman teoriaosassa käsitellään kaupan toimialaa yleisesti ja Kainuuta toimialueena. Lisäksi teoriaosassa käsitellään erilaisia kasvun strategioita, kasvun ja kannattavuuden mittaamista ja kannattavuuden parantamista.

Tutkimuksen empiriassa käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen aineisto on kerätty Voitto+ -rekisteristä. Aineistoon on kerätty kaupan eri toimialojen yritysten tilinpäätökset vuosilta 2011 - 2015. Aineisto koostuu sadasta yrityksestä ja 393 tilinpäätöksestä.

Yritysten kasvua mitataan liikevaihdon muutosprosentilla ja kannattavuutta mitataan myyntikate-, käyttökate-, liikevoitto- ja sijoitetun pääoman tuotto prosentilla. Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvun ja kannattavuuden kehitys on ollut negatiivista vuosina 2011 - 2015. Yritysten liikevaihdon muutosprosentti on laskenut ja muuttunut negatiiviseksi. Samalla yritysten tehokkuus liikevaihdon hankkimiseen on heikentynyt, mikä on laskenut kannattavuutta. Mikroyritysten kasvu on ollut epätasaisempaa kuin pienten ja keskisuurten yritysten. Molempien kasvutrendit ovat olleet laskusuuntaisia, samoin kuin päivittäis- ja erikoiskauppojen kasvutrendit. Mikroyritysten kannattavuus on laskenut enemmän kuin pienten ja keskisuurten yritysten. Erikoiskauppojen kannattavuus on heikentynyt päivittäistavarakauppojen kannattavuutta enemmän.

## ABSTRACT

**Author(s):** Korhonen Niko

**Title of the Publication:** Growth and Profitability of the Retail Trade in Kainuu Region in 2011 - 2015

**Degree Title:** Bachelor of Business Administration

**Keywords:** growth, profitability, retail trade

The aim of this thesis was to study growth and profitability of the retail trade industry in Kainuu region during the years 2011 - 2015.

The theoretical part discusses the retail trade sector and the operating environment in Kainuu. In addition, the theoretical part discusses a variety of growth strategies, measures of growth and profitability and improvement of the profitability. The method employed in this study was quantitative. The research data was collected from the Voitto+ register. The data used in this study consists of the financial statements of the retail trade companies during the years 2011 - 2015. The data comprises over 390 financial statements of 100 companies.

The measure of growth is the annual change of sales and the measures of profitability are gross margin, EBITDA margin, operating profit margin and return on investment. The results suggest that in 2011 - 2015 the development of growth and profitability of retail trade industry in Kainuu region has been negative. Turnover of the companies has decreased. Similarly, during the same period of time their profitability has deteriorated.

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 VÄHITTÄISKAUPPA TOIMIALANA JA KAINUUSSA.....	3
3 YRITYKSEN KASVU JA KANNATTAVUUS.....	14
3.1 Kasvu .....	18
3.1.1 Kasvulla luodaan arvoa .....	26
3.2 Kannattavuus .....	34
3.2.1 Tuloslaskelman tunnusluvut.....	36
3.2.2 Pääoman tuotto prosentit .....	38
3.2.3 Kannattavuuden parantaminen .....	42
4 AINEISTO, TUTKIMUSMENETELMÄT JA TULOKSET .....	44
4.1 Tutkimusmenetelmät .....	45
4.2 Tulokset.....	46
5 POHDINTA.....	59
5.1 Opinnäytetyön validiteetti, reliabiliteetti ja onnistuminen .....	63
5.2 Jatkotutkimusaiheita.....	64
LÄHTEET .....	65
LIITTEET	



## 1 JOHDANTO

”Kauppa se on, joka kannattaa” kuuluu vanha sanonta. Kauppa on jokaiselle ihmiselle tuttu paikka. Huomaamme mainoksia uusista tuotteista, alennusmyynneistä ja joskus jopa loppuunmyynneistä. Yksi suurimmista muutoksista kaupan alalla vähään aikaan oli Anttilan konkurssi. Kainuun suurimman kaupungin Kajaanin keskustaan on syntynyt muitakin tyhjiä liiketiloja kuin Anttilalta vapaaksi jäänyt kiinteistö. Minkälainen on kainuulaisen kaupan kasvun ja kannattavuuden tila?

Tämän opinnäytetyön tavoitteena tutkia, miten Kainuussa toimivien vähittäiskauppojen kasvu ja kannattavuus ovat kehittyneet vuosina 2011 - 2015. Kaupan ala on merkittävä toimija ja työllistäjä, myös Kainuussa. Kuitenkin valtakunnallisesti kaupan alaa on kohdannut monet haasteet ja kaupan toimintaedellytykset ovat heikentyneet monista syistä viimeisten 10 vuoden aikana. Kainuun väkiluku pienenee ja toisaalta olemassa oleva väestö tarvitsee kaupan palveluja. Jotta kaupan alan palvelut säilyvät, on kannattavuus toiminnan jatkumisen edellytys. Kaupan toimialan kasvua ja kannattavuutta on tutkittu ja tutkitaan valtakunnallisesti, mutta Kainuun kaupan alan osalta erillistä tutkimusta ei ole tehty. Tämän tutkimuksen avulla saadaan uutta tietoa Kainuun alan kaupan tilasta kuluneina viitenä vuotena. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on, millainen on kainuulaisten kaupan alan yritysten kasvu ja kannattavuus vuosina 2011 - 2015?

Yritysten taloudellista tilaa voi tutkia useasta eri näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan kaupan alan yritysten kasvua ja kannattavuutta kautta. Tutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus.

Teoriaosuudessa käsitellään kaupan toimialaa ja Kainuuta kaupan toimintaympäristöä sekä erilaisia yritystoiminnan kasvutapoja ja -mittareita. Lisäksi teoriaviitekehysessä käsitellään yritystoiminnan kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä ja tunnuslukuja. Empiriaosuudessa analysoidaan Kainuun alueella toimivien kaupan alan yritysten kannattavuutta ja kasvua tilastollisilla menetelmillä.

Kasvun ja kannattavuuden tutkimiseen käytetään yritysten tilinpäätöstietoja, jotka on koottu Suomen Asiakastiedon ylläpitämästä Voitto+ -rekisteristä. Tutkimusajanjakso on viisi vuotta eli vuodet 2011 - 2015. Tilinpäätöstiedot on koottu yhteensä sadasta kainuulaisesta yrityksestä. Voitto+ -rekisteristä saadut tiedot on siirretty analysointia varten Excel-tiedostoina SPSS-ohjelmaan.

Tämä opinnäytetyönä tehtävä tutkimus on osa suurempaa Kainuun kaupan alan yrityksiä koskevaa tutkimusta, jonka toimeksiantajana toimii Kajaanin Kauppiaseyhdistys ry ja Kajaanin ammattikorkeakoulu.

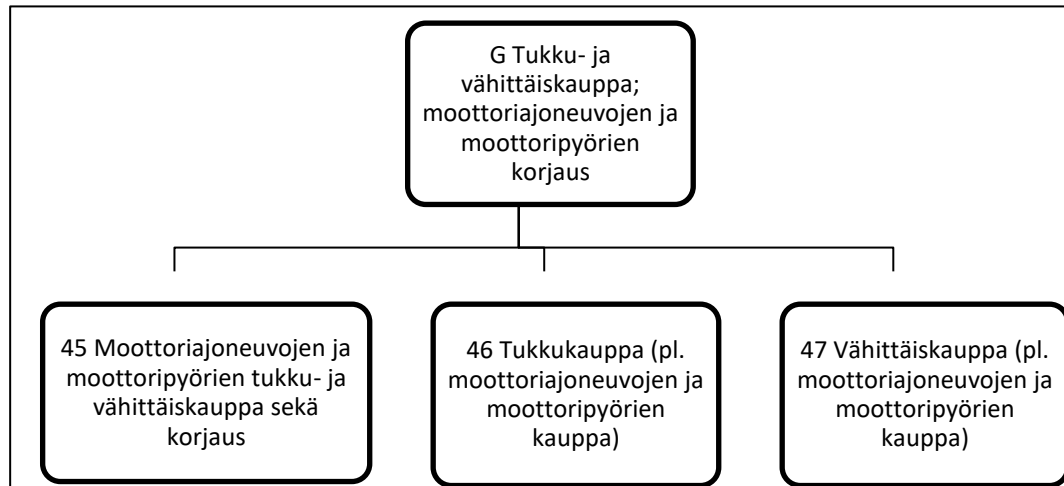


## 2 VÄHITTÄISKAUPPA TOIMIALANA JA KAINUUSSA

Kaupan toimiala jakautuu tukku- ja vähittäiskauppaan. Tukku- ja vähittäiskauppa myy tuotteita vähittäiskaupoille ja toisille yrityksille. Vähittäiskaupan asiakkaita ovat yleensä kotitaloudet. Kotimaiset kaupat voivat käydä myös vientikauppaa, ulkomaankauppaa ja/tai tuontikauppaa. Kotimaiset vähittäiskaupan toimijat keskittyvät pääasiallisesti tuontikauppaan. Kotimaan kaupan tärkeimpänä tehtävänä on palveluiden ja tavaroiden välittäminen sekä asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen ja liiketaloudellisena elinkeinona toimiminen. Kaupan on oltava joustava ja muutostaloudellinen elinkeino, koska se on riippuvainen yhteiskunnan muutoksista. Erikoistavaran kysynnän kasvu 1990-luvun laman jälkeen kaupungeissa ja suurissa kasvukeskuksissa on aikaansaanut myymälöiden lisääntymisen. (Päivittäistavarakauppa ry 2006, 10 - 12.)

Vähittäiskauppa jakautuu tavarakauppaan, päivittäistavarakauppaan ja erilaisten erikoistavarojen eli käyttötavarojen kauppaan. Santasalo ja Koskela (2015, 12,32) jakavat vähittäiskaupan päivittäistavarakauppaan, erikoiskauppaan ja autokauppaan. Suurimpia erikoiskaupan toimialoja ovat tekstiili- ja vaatekauppa, apteekit sekä rautakauppa. Palvelualojen ammattiliitto PAM käyttää vuosikatsauksessaan *Vähittäiskauppa Suomessa 2015* taulukon 1 mukaisia toimialaluokituksen kohtia. (Päivittäistavarakauppa ry 2006, 10.)

Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa (TOL 2008) kauppaa koskeva pääluokka on kohta *G Tukku- ja vähittäiskauppa*. Se jakaantuu kolmeen alaryhmään, joissa on erikseen jaoteltu *mootoriajoneuvojen tukku- ja vähittäiskauppa*, *tukku- ja vähittäiskauppa*. Kuvassa 1 on esitetty kaupan toimialan jakaantuminen.



Kuva 1. Toimialaluokituksen kauppaa koskevat pääluokat (Tilastokeskus, toimialaluokitus)

Taulukossa 1 on vähittäiskaupan toimialan alaryhmät toimialaluokituksen 2008 mukaisesti. Kaikki vähittäiskaupan alaryhmät kuuluvat ryhmään 47 paitsi autojen vähittäiskauppa on eritelty luokan 45 alle.

Taulukko 1. Vähittäiskaupan toimialan alaryhmäluokittelu TOL 2008 mukaisesti

471	Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä
472	Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
473	Ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskauppa
474	Tieto- ja viestintätekniisten laitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
475	Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
476	Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
477	Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
478	Tori- ja markkinakauppa
479	Vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä

Jotta yritys voi luoda strategian ja tehdä tulevaisuuden suunnitelmia, sen tulee valita liiketoimintamalli. Kaupan alan yritys voi valita kahdesta liiketoimintamallista tukku-vähittäiskauppamallin tai ketjuliiketoimintamallin. Tukku-vähittäiskauppamallissa vähittäis- ja tukkukauppa ovat selkeästi jakautuneet omille aloilleen. Vähittäiskauppojen toimintaa ei ole koordinoitu ja niillä ei ole yhteistä konseptia. Mallin etuna on, että se ei sisällä kalliita ja raskaita ohjausmekanismeja. Yritykset voivat toimia itsenäisesti ja vapaasti eli markkinamekanismin mukaisesti. Ajatuksena on, että jokaisen toimiessa oman edun mukaisesti, huomioidaan samalla kokonaisuuden etu. Käytäntö on kuitenkin osoittanut, että malli on johtanut liiallisen oman

edun tavoitteluun. Tämän seurauksena on syntynyt tehottomuutta, koska tukku- vähittäiskaupamallissa päätöksentekijät ja toimijat ovat erillisiä sekä heillä on erilaiset tehokkuusedut. Erilaisten tehokkuusetujen taustalla on kulujen ja tuottojen jakaantuminen eri toimijoiden kesken eli ansainnan eturistiriita. Tämä on perinteinen toimintamalli kaupan alalla. Tästä perinteisestä kaupamallista ollaan luopumassa niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. (Kautto, Lindblom & Mitronen 2008, 69 - 71.)

Kaupan alalla on ollut menossa vertikaalinen eli pystysuuntainen integraatio. Integraation tuloksena on ketjuliiketoimintamalli. Ketjumallilla tarkoitetaan yrityksen toimintaa ketjun sisällä tietyn mallin mukaisesti. Päätösten tekeminen on keskitetty ketjun johdolle ja ketjuyksiköille. Johto päättää ketjua koskevista strategisista linjauksista, kuten valikoiman muodostumisesta ja markkinoinnista. Ketjussa olevat kaupat ja yksiköt muodostavan verkoston, joka toimii sovittujen toimintatapojen mukaisesti. Liiketoiminnaltaan laajat kaupan alan yritykset voivat toimia kannattavasti ainoastaan kokonaisvaltaisella ketjuliiketoimintamallilla. Kuluttajille kurinalaisesti toimivat ketjut ovat helppoja tunnistaa esimerkiksi samalaisista myymälöistä. (Kautto ym. 2008, 69 - 71.)

Kilpailuympäristö on osoittanut, että laajempaa liiketoimintaa harjoittavan kauppayrityksen on käytettävä ketjumallia perinteisen mallin sijasta, mikäli se haluaa menestyä. Ketjuliiketoimintamallilla saadaan aikaiseksi sellaisia kustannussäästöjä mihin ei pystytä tukku- ja vähittäiskaupamallissa pyrkimään. Ketjumallissa pääomankäyttö on myös tehokkaampaa vaihto- ja käyttöomaisuuden sekä investointien osalta. Olennaisinta on, että ketjuliiketoiminnalla voidaan tuottaa todellista asiakasarvoa. (Kautto ym. 2008, 71 - 73.)

Taulukon 2 mukaan suurin osa Suomen vähittäiskaupoista työllistää 0 - 4 henkilöä. Tällaisten yritysten osuus on 82 % kaikista vähittäiskaupoista ja niiden aikaansaama liikevaihto on koko vähittäiskaupan liikevaihdosta 10 %. Nämä yritykset työllistävät koko toimialan työntekijöistä 14 %. Yli 50 henkilöä työllistäviä yrityksiä on vähiten: vain 0,4 % kaikista vähittäiskaupoista, mutta ne aikaansaavat 55 % toimialan liikevaihdosta ja työllistävät 52 % toimialalla työskentelevistä. (Santasalo & Koskela 2015, 35.)

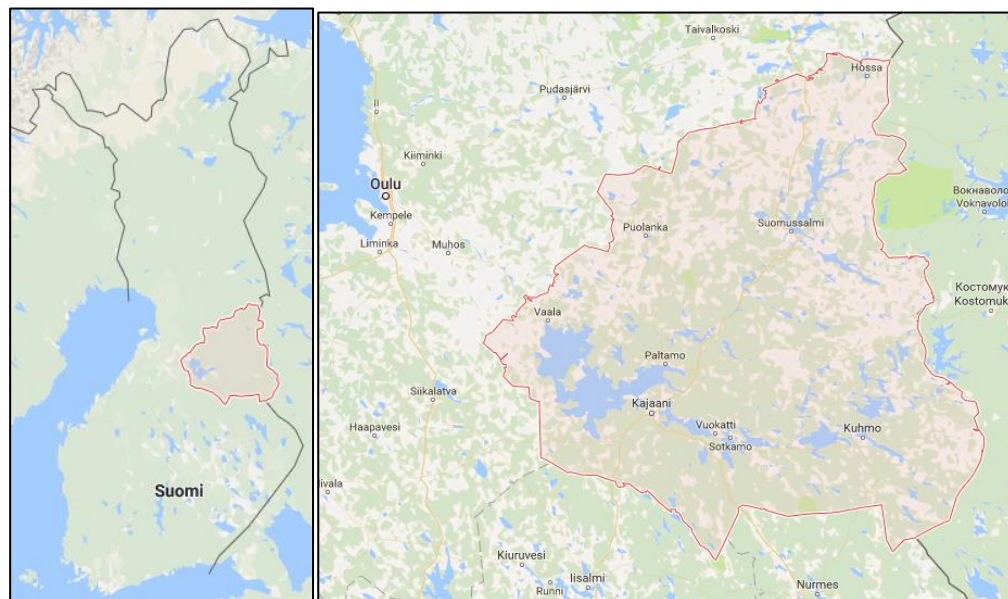
Taulukko 2. Vähittäiskaupan yrityksen henkilöstön lukumäärän mukaan luokiteltuna (Santasalo & Koskela 2015, 35.)

Henkilöstön lkm	Yritysten lkm	Liikevaihto	Henkilöstömäärä
0 - 4	82 %	10 %	14 %
5 - 9	9 %	8 %	9 %
10 - 19	5 %	11 %	11 %
20 - 49	2 %	11 %	10 %
50 +	0,40 %	55 %	52 %

### Kauppa Kainuussa

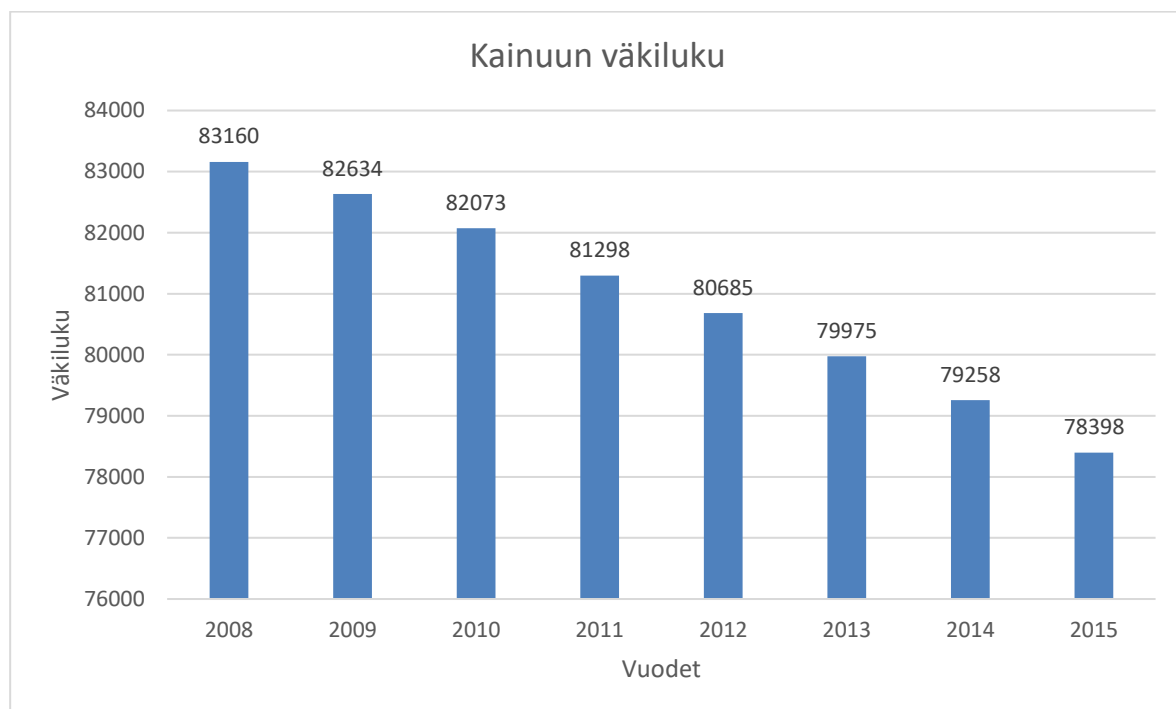
Kainuun maakunta muodostuu yhdeksästä kunnasta, joihin kuuluu, Kajaani, Kuhmo, Sotkamo, Paltamo, Suomussalmi, Hyrynsalmi, Puolanka, Vaala ja Risti-järvi. Vaala kuului Kainuun maakuntaan vuoden 2015 loppuun asti. Kainuu sijaitsee vertikaalisesti Suomen keskiosassa ja matkaa Helsinkiin on 568 kilometriä ja Ouluun 181 kilometriä. (Kainuu tilastoina 2015; Kainuun liitto.)

Kuvassa 2 vasemmalla on Suomen kartta, johon on punaisella merkitty Kainuun maakunta. Oikealla on tarkempi kuva Kainuun maakunnasta.



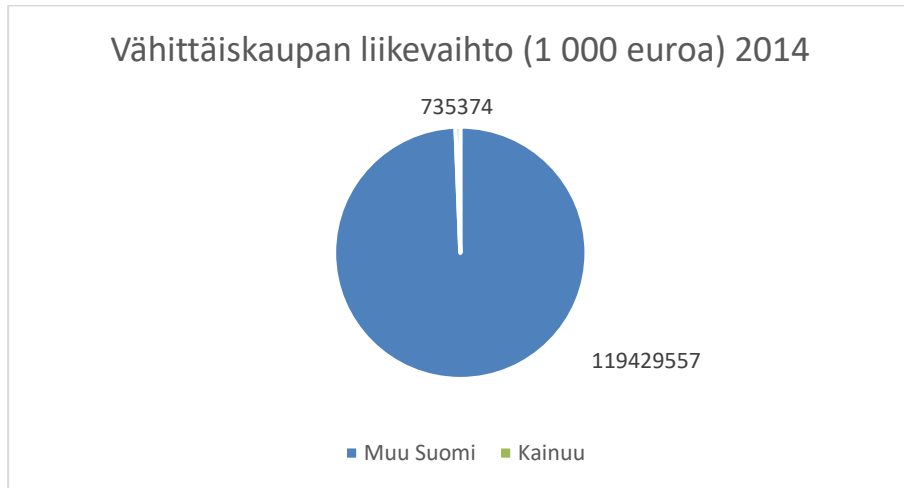
Kuva 2. Suomen kartta, johon Kainuun maakunta on merkattu punaisella

Kainuun väkiluvun kehitystä vuodesta 2008 vuoteen 2015 esitetään kuvassa 3. Vuonna 2008 Kainuun väkiluku oli 83 160 ja vuonna 2015 se oli 78 398. Kainuun asukasluku on vähentynyt kahdeksassa vuodessa 4 762 henkilöllä eli se on laskenut noin 5,72 prosenttia. Maakunnan ongelmana on väestön ikääntyminen ja väheneminen. Väestö on vähentynyt enemmän, kuin Tilastokeskus on ennustanut. Kainuussa työmarkkinoilta poistuva ikäluokka on paljon suurempi kuin työmarkkinoille saapuva ikäluokka. Alueella on maan heikoimmat työllisyys- ja työttömyysasteet ja taloudellinen huoltosuhde. Maakunnan ongelmana on myös työvoiman kysynnän ja tarjonnan kohtaamattomuus. (Nieminen 2015, 143 - 144; Tilastokeskus.)



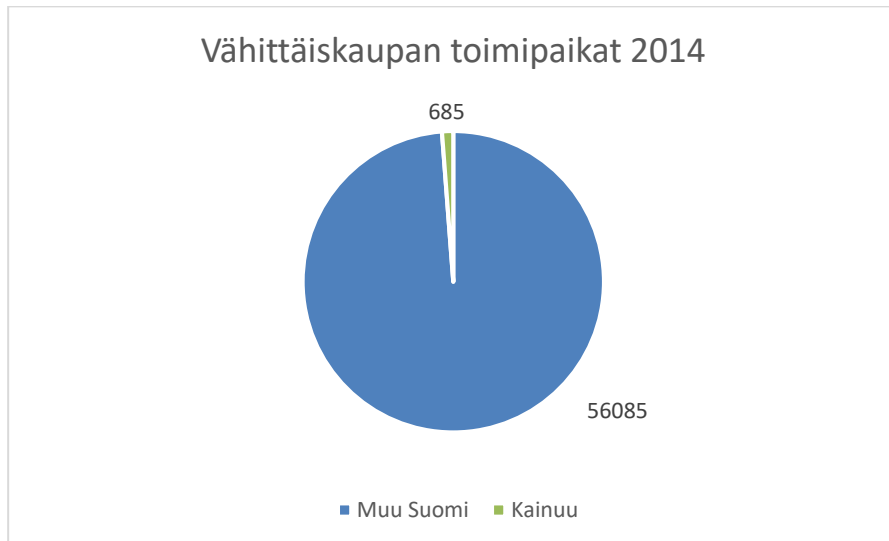
Kuva 3. Kainuun väkiluku vuosina 2008 - 2015 (Tilastokeskus Väestö iän ja sukupuolen mukaan kunnittain 2003 - 2015 kunkin tilastovuoden aluejaolla.)

Alla ympyrädiagrammissa on kuvattuna vähittäiskaupan alan liikevaihto tuhansina euroina vuonna 2014. (Kuva 4.) Kuvasta on havaittavissa, että Kainuun osuus koko vähittäiskaupan liikevaihdosta on hyvin pieni, vain noin 0,6 prosenttia (Tilastokeskus).



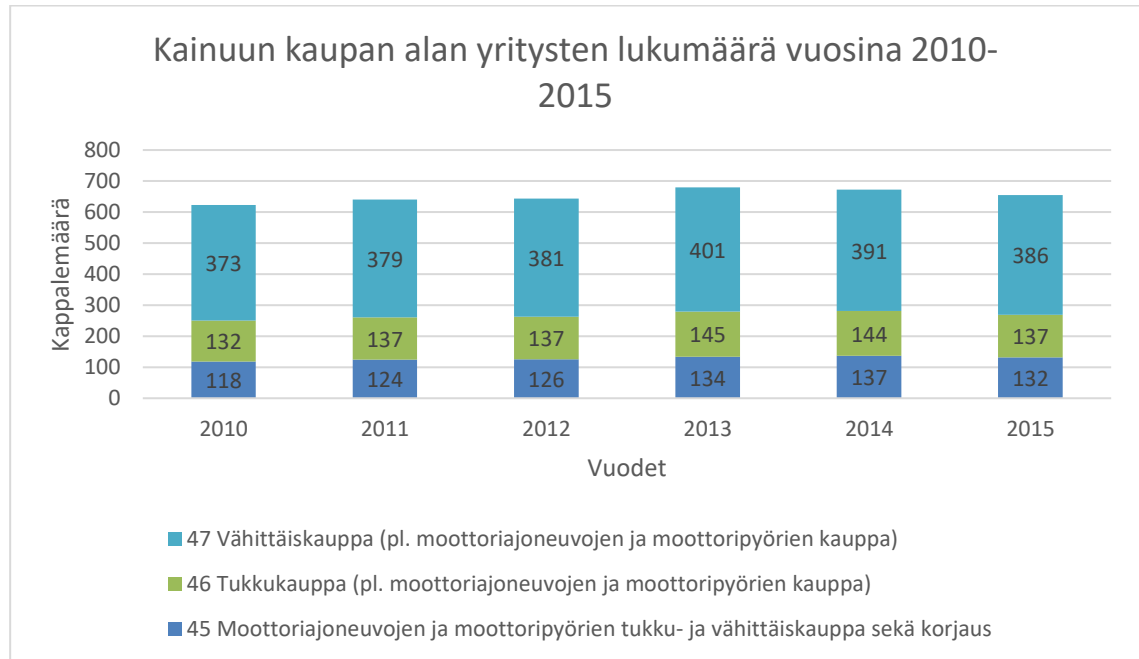
Kuva 4. Vähittäiskaupan liikevaihto tuhansina euroina Kainuussa ja muualla Suomessa vuonna 2014 (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.)

Kuvassa 5 on kuvattuna vähittäiskaupan alan toimipaikat vuonna 2014. Kainuussa on 685 toimipaikkaa ja muualla Suomessa on yhteensä 56 085 toimipaikkaa. Kainuussa on noin 1,2 prosenttia kaikista vähittäiskaupan toimipaikoista. (Tilastokeskus.)



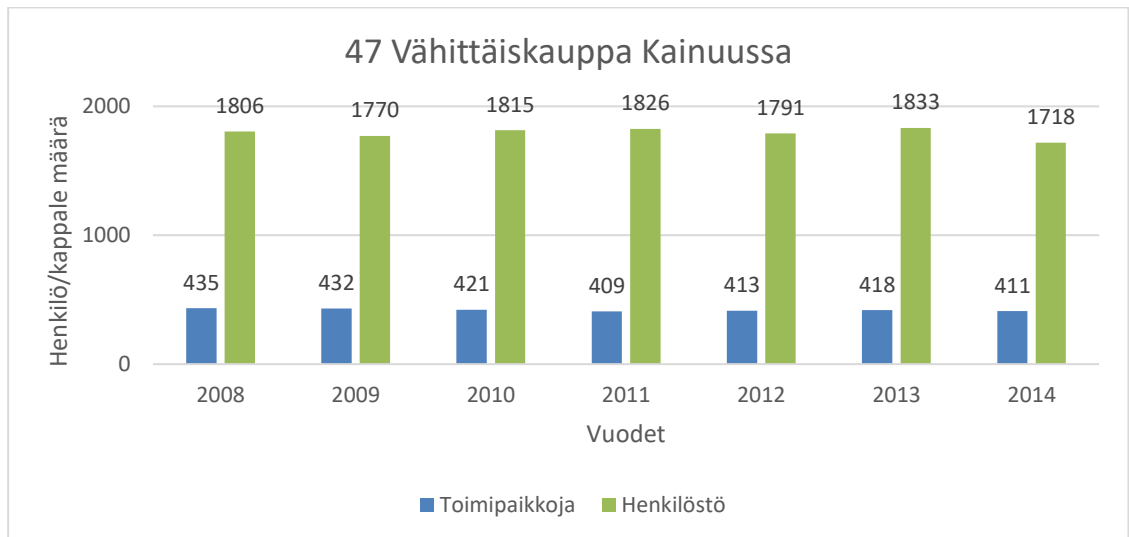
Kuva 5. Vähittäiskaupan toimipaikat vuonna 2014 Kainuussa ja muualla Suomessa (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.)

Pylväsdiagrammi (Kuva 6.) kertoo Kainuussa toimivien kaupan alan yritysten lukumäärän ja kehitys vuosina 2010 - 2015. Kainuussa toimivien kaupan alan yritysten lukumäärä on pysynyt tasaisena koko 2010-luvun. Kainuussa toimivista kaupan yrityksistä suurin osa on toimialan *47 vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)* alaisia yrityksiä. (Tilastokeskus.)



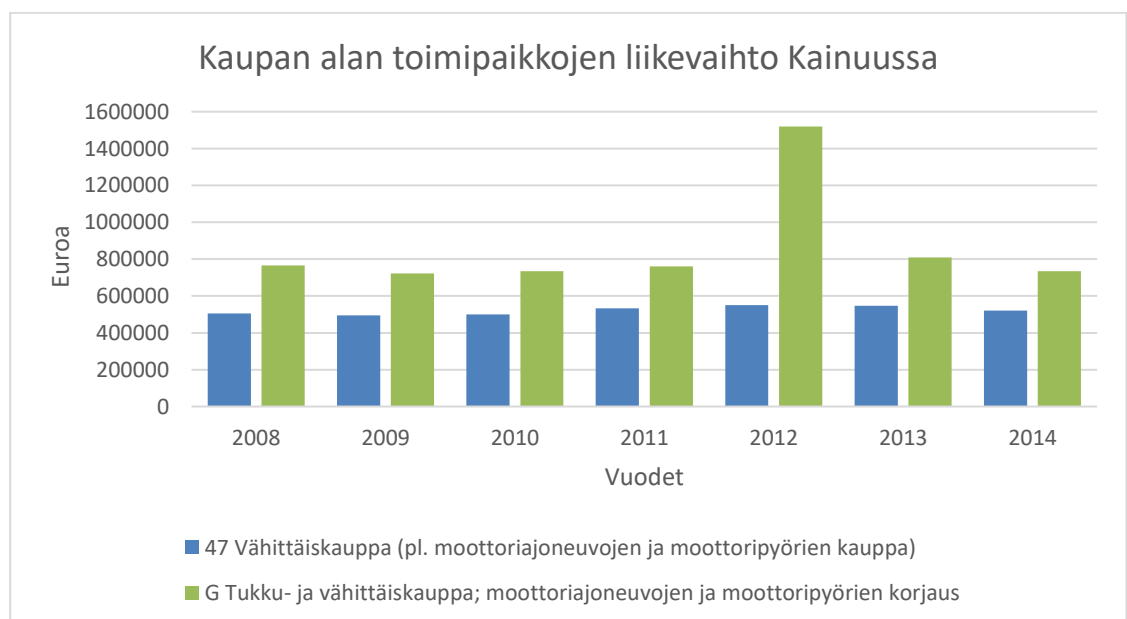
Kuva 6. Kainuussa toimivien kaupan alan yritysten lukumäärä vuosina 2010 - 2015 (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.)

Kuvassa 7 on kuvattuna Kainuulaisten vähittäiskauppojen toimipaikkojen ja henkilöstön lukumäärä ja kehitys vuosina 2008 - 2014. Kainuussa toimivien vähittäiskaupan toimipaikkojen ja niiden henkilöstön lukumäärässä on tapahtunut vain pientä vaihtelua vuoden 2008 ja vuoden 2014 välillä.



Kuva 7. Toimialan 47 vähittäiskauppa alaisten toimipaikkojen ja niiden työllistämän henkilöstön määrä (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.)

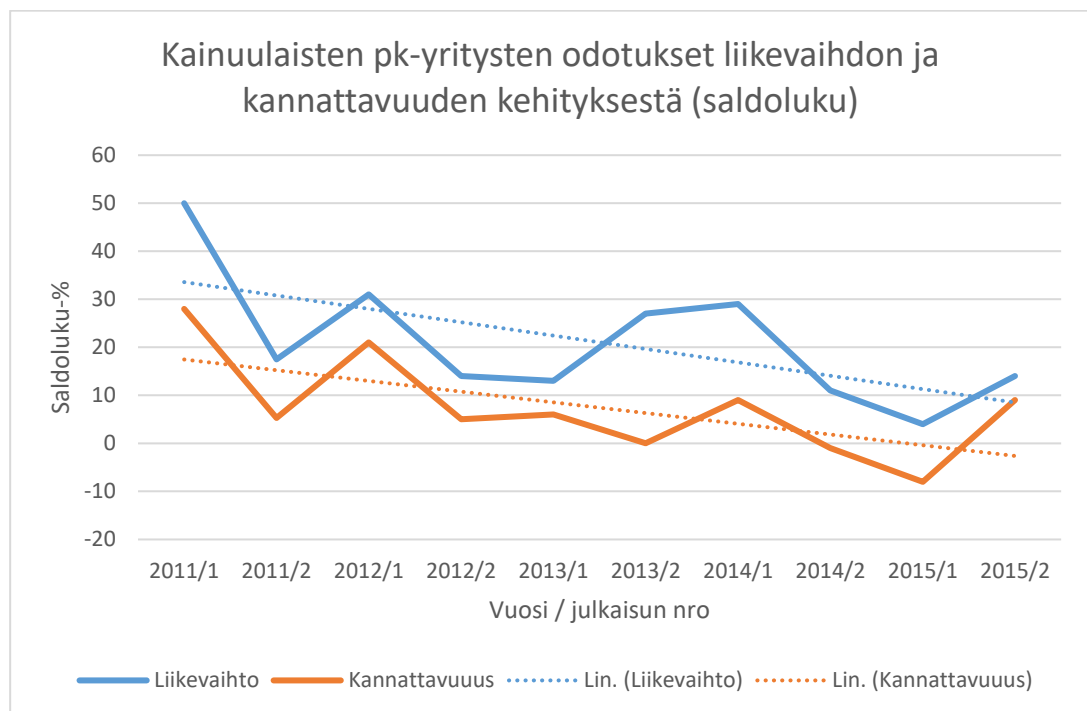
Kuvassa 8 on *Kainuussa toimivien vähittäiskaupan ja kaikkien kaupan alan yritysten* liikevaihto vuosilta 2008 - 2014. Kainuussa kaupan alan yritysten liikevaihdosta suurimman osan muodostaa vähittäiskaupan yritykset. Vuonna 2012 koko kaupan alan liikevaihtoa on ollut selvästi enemmän, kuin muina esitettyinä vuosina. Kainuulaisten vähittäiskauppojen liikevaihto on kasvanut vuosina 2011 - 2012 ja laskenut vuosina 2013 - 2014.



Kuva 8. Kainuussa toimivien kaupan alan yritysten liikevaihto vuosina 2008 - 2014 (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.)



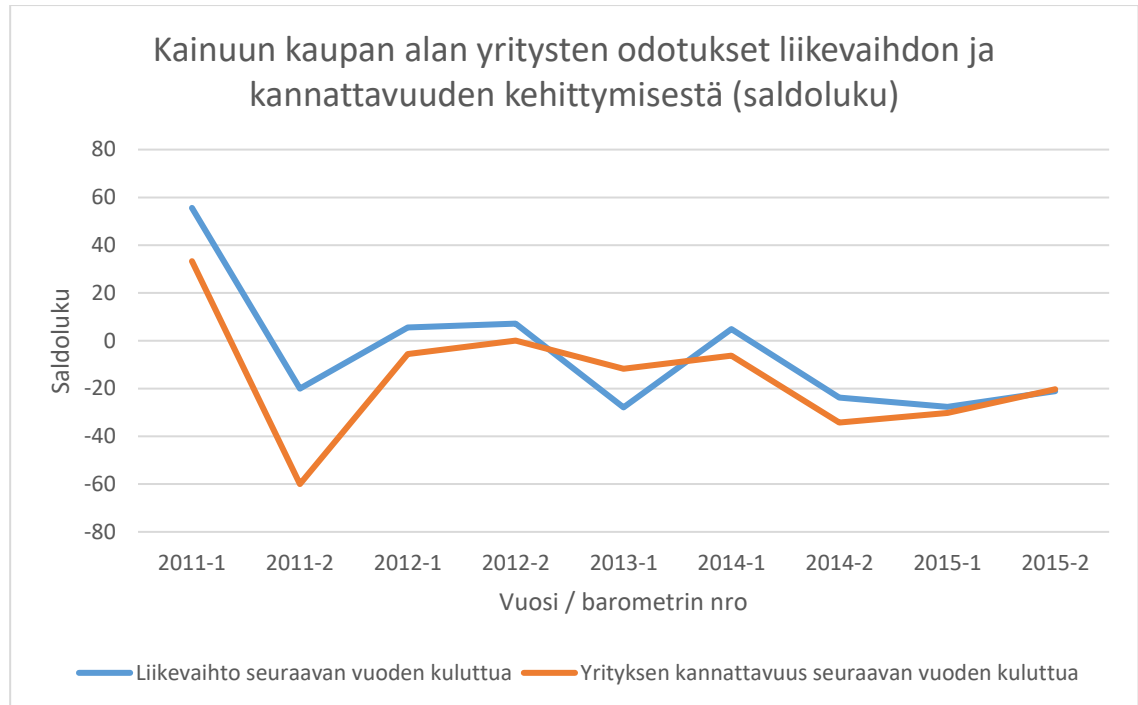
Kainuulaisten pk-yritysten käsitystä liikevaihdon ja kannattavuuden kehittymisestä esitetään kuvassa 9. Saldoluvut on poimittu Suomen yrittäjien teettämistä pk-yritys barometreista. Saldoluku saadaan, kun positiivisen odotuksen prosenttiosuudesta vähennetään negatiivisen odotuksen prosenttiosuus. Käytännössä saldoluku voidaan laskea siten, että jos 20 prosenttia vastaajista on sitä mieltä, että liikevaihto tulee kasvamaan, 70 prosenttia sitä mieltä, että se pysyy ennallaan ja 10 prosenttia sitä mieltä, että liikevaihto tulee laskemaan, niin tällöin suhdeluvuksi saadaan  $20 - 10 = 10$  eli kymmenen. Vuodesta 2011 vuoteen 2015 kainuulaisten pk-yritysten usko liikevaihdon kasvuun on vähentynyt. Kuitenkin suurempi osa uskoo liikevaihdon kasvuun, kuin sen vähenemiseen. Samoin kannattavuuden kasvuun uskovien määrä on vähentynyt ja vuosien 2014 - 2015 taitteessa suurempi osa uskoi kannattavuuden vähenemiseen, kuin kannattavuuden kasvuun. Taulukko ei kuvaa liikevaihdon tai kannattavuuden muutosta. Se kuvastaa, onko enemmän yrityksiä, jotka odottavat liikevaihdon tai kannattavuuden kasvavan, kuin pienenevän. (Urrila 2015.)



Kuva 9. Kainuulaisten pk-yritysten odotukset liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä (Pk-yritysbarometri Kainuun alueraportit 2011 - 2015)

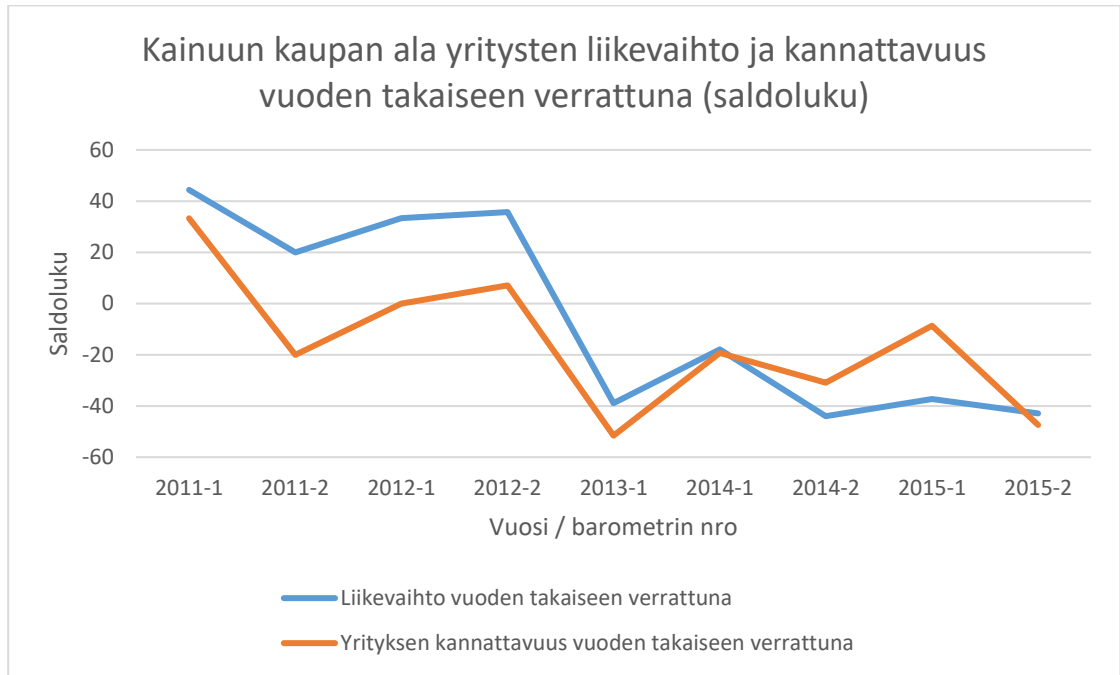
Kuvassa 10 esitetään kainuulaisten kaupan alan yritysten odotuksia liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä. Tieto on kerätty pk-yritysbarometristä ja esitetään

saldolukuna. Kuvion perusteella kainuulaisilla kaupan alan yrityksillä ei ole suuria odotuksia niin liikevaihdon kuin kannattavuuden parantumisesta vuosien 2011 ja 2015 välillä.



Kuva 10. Kainuulaisten kaupan alan yritysten odotukset liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä saldolukuna (Pk-yritysbarometri)

Pk-yritysbarometrin mukaista kainuulaisten kaupan alan yritysten liikevaihdon ja kannattavuuden kehitystä edelliseen vuoteen verrattuna esitetään kuvassa 11. Liikevaihdosta on havaittavissa, että vuoteen 2012 asti yrityksistä suurella osalla liikevaihto on kasvanut, kun taas vuodesta 2013 eteenpäin suurella osalla liikevaihto on vähentynyt. Vuoden 2014 alussa liikevaihto ja kannattavuus leikkaavat toisensa eli vaikka liikevaihto on vähentynyt, ovat yritykset saaneet hivenen parannettua kannattavuuttaan. Lineaarisesti liikevaihto ja kannattavuus ovat laskeneet vuodesta 2011 vuoteen 2015.



Kuva 11. Kainuulaisten kaupan alan yritysten liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys vuoden takaiseen verrattuna saldolukuna (Pk-yritysbarometri)

### 3 YRITYKSEN KASVU JA KANNATTAVUUS

Kirjanpitolain mukaan yrityksen on laadittava tilikaudesta tilinpäätös. Yrityksen viralliseen tilinpäätökseen kuuluvat tase, tuloslaskelma, rahoituslaskelma ja liitetiedot. Tase kertoo yrityksen tilinpäätöspäivän taloudellisen tilanteen tai aseman. Tuloslaskelmasta selviää, kuinka yrityksen tilikauden tulos on muodostunut. Tuloslaskelma laaditaan kirjanpitolain mukaisesti määrämuotoisena. Tuloslaskelman ja taseen eristä on oltava vertailutieto edelliseltä tilikaudelta. Liitetiedoissa vastaavaa ei odoteta, mutta mitään estettä niiden ilmoittamiseen ei ole. Tilikausi on 12 kuukauden mittainen ajanjakso, jolta yrityksen taloudellista tilaa tarkastellaan. Tilikausi voi olla yritystoimintaa aloitettaessa, lopetettaessa tai tilinpäätösajankohtaa muutettaessa pidempi tai lyhyempi kuin 12 kuukautta, mutta ei kuitenkaan pidempi kuin 18 kuukautta. Rahoituslaskelmalla selvitetään yrityksen varojenhankintaa ja niiden käyttöä. Rahoituslaskelma vaaditaan kirjanpitovelvolliselta, jos se on suuri tai yleisen edun kannalta merkittävä yhteisö. Liitetiedot täydentävät muita laskelmia, jotta tilinpäätös antaisi oikean ja riittävän kuvan. (Leppiniemi & Kaisanlahti 2016, 23; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 42; Leppiniemi & Leppiniemi 2010, 115; L 30.12.1997/1336.)

Yrityksiä luokitellaan kokoluokkiin henkilöstön lukumäärän, liikevaihdon ja taseen loppusumman perusteella. Euroopan Yhteisöjen Komission suosituksen mukaan yritykset jaetaan henkilöstömäärän ja liikevaihdon tai taseen loppusumman mukaan mikroyrityksiin, pienyrityksiin sekä keskisuuriin yrityksiin. Keskisuuria yrityksiä suuremmat yritykset ovat suuria yrityksiä. Taulukossa 3 on listattuna Komission suosituksia yritysten kokoluokituksista. Yritys on mikroyritys, jos se työllistää alle kymmenen henkilöä ja liikevaihto tai taseen loppusumma on pienempi tai yhtä suuri kuin kaksi miljoonaa euroa. Yritys luokitellaan pieneksi, jos siellä työskentelee alle 50 henkilöä ja liikevaihto tai taseen loppusumma on pienempi tai yhtä suuri kuin 10 miljoonaa euroa. Keskisuuressa yrityksessä työskentelee alle 250 henkilöä ja liikevaihto on pienempi tai yhtä suuri kuin 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on pienempi tai yhtä suuri kuin 43 miljoonaa euroa. Yritykset, joissa ylittyy keskisuuren yrityksen rajat ovat suuria yrityksiä. (EY 2003/361.)

Taulukko 3. Yritysten luokittelu koko luokkiin Euroopan Yhteisöjen Komission suosituksen mukaan

Yrityksen koko	Henkilöstön lkm	Liikevaihto	Taseen loppusumma
Keskisuuri	< 250	≤ 50 milj. euroa.	≤ 43 milj. euroa.
Pieni	< 50	≤ 10 milj. euroa.	≤ 10 milj. euroa.
Mikro	< 10	≤ 2 milj. euroa	≤ 2 milj. euroa.

Pien- ja mikroyrityksen tilinpäätös sisältää vain tuloslaskelman, taseen ja liitetiedot. Tällaiset yritykset voivat valita tuloslaskelmakaavansa kahdesta vaihtoehdosta, jotka ovat kululajikohtaisen tai toimintokohtaisen mallin. Kumpikin näistä malleista perustuvat samoihin Euroopan parlamentissa säädettyihin tilinpäätösdirektiiveihin. Toimintokohtaisen tuloslaskelmakaavan käyttäminen on harvinaisempaa, joten sen sisältämien yksittäisten erien sisällöstä ei ole saatavilla yhtä paljon ohjeita kuin kululajikohtaisen tuloslaskelman. Tuloslaskelma on mahdollista esittää myös lyhennetyssä muodossa. Euroopan Unioni on antanut jäsenmailleen valtuuden päättää, saavatko yritykset käyttää lyhennettyä tuloslaskelmaa. Lyhennetyt tuloslaskelman tarkoituksena on salata pienten yritysten hinnoittelun liikesalaisuutta, koska lyhennetyssä kaavassa tuloslaskelman viisi ensimmäistä kohtaa on korvattu niiden yhdistelmällä, nimeltä bruttotulos. Tällä ratkaisulla kilpailijat eivät voi selvittää millaisella katteella yritys myy tavaroitaan tai palveluaan. Vaikka kirjanpitolaki antaa mahdollisuuden tuloslaskelman lyhentämiseen, veroilmoitukselle tiedot on kuitenkin annettava sellaisena kuin ne olisivat normaalissa tuloslaskelmassa. Myös taseesta voidaan käyttää lyhennettyä muotoa. (Leppiniemi & Kisanlahti 2016, 27 - 29.)

Tilikauden tulos muodostetaan vähentämällä tilikauden tuotoista tilikaudelle kuuluvat kulut. Tuloksi kirjataan kaikki ne hyödykemyynnit, joista yritys on jo luovuttanut suoritteensa asiakkaalle tilikauden aikana. Tilikauden kuluksi kirjataan vain ne kulut tai kulun osat, jotka koskevat kuluvaan tilikauteen. Mikäli kulusta on odotettavissa tuloa seuraavana tai seuraavina tilikausina, on se aktivoitava eli jaksotettava taseeseen. Kulut tulevat tuloslaskelmaan siinä järjestyksessä, kuinka lähellä ne ovat olleet myytävän tavaran tai palvelun aikaansaamiseksi kyseisen yrityksen liiketoiminnassa. (Leppiniemi & Kisanlahti 2016, 26 - 27.)

Tase kuvaa yrityksen taloudellista asemaa tilinpäätöshetkellä. Tuloslaskelma ilmaisee, millainen muutos taloudellisessa asemassa on tapahtunut tilikauden aloitavasta taseesta tilikauden päättävään taseeseen. Tase koostuu kahdesta puolesta, vastaavasta ja vastattavasta. Vastattavaa-puolella esitetään yrityksen varallisuus ja vastattavaa-puolella esitetään, kuinka tämä varallisuus on hankittu. Varallisuuden hankkimiseen on voitu käyttää tulorahoitusta, omistajien pääomasijoituksia tai vierasta pääomaan eli velkaa. Taseessa olevia eriä ei arvosteta niiden todennäköiseen myyntihintaan, koska tilinpäätös perustuu ajatukseen yrityksen toiminnan jatkuvuudesta eikä likvidaatiosta eli omaisuuden reaalisoinnista. Pienyritys voi esittää taseen lyhennyksessä muodossa, jolloin tiettyjen nimikkeiden alakohtissa ei tarvitse olla tarkempia erittelyitä. (Leppiniemi & Kisanlahti 2016, 43.)

Kirjanpitolain mukaan yksi tilinpäätöksen laatimisperiaate on johdonmukaisuus. Tilinpäätös on siis laadittava samoilla laatimisperiaatteilla ja -menetelmillä vuodesta toiseen. Tuloslaskelma ja tase on myös esitettävä samalla tavalla kuin aikaisemmin, jotta niitä voidaan vertailla ja havainnoida yrityksen talouden kehittymistä. Pienyritystä suuremmat yritykset voivat poiketa esittämistavasta perustelusta syystä sekä pien- ja mikroyritys voi muuttaa sitä erityisestä syystä. Lain sanamuodosta huolimatta ne ovat sisällöltään samanlaisia. Pienten yritysten on ilmoitettava muutoksen vaikutuksista liitetiedoissa, mikäli muutos on olennainen. Tällä varmistetaan oikean ja riittävän kuvan antaminen tilinpäätöksessä. Pienyritystä suurempien on aina kerrottava muutoksen vaikutuksista liitetiedoissa. (Leppiniemi & Kisanlahti 2016, 47 - 48.)

Tilinpäätöksestä lasketaan tunnuslukuja, joiden avulla tilinpäätöstä analysoidaan. Tunnuslukujen avulla voidaan selvittää yksittäisen yrityksen kehitystä kuin myös useamman yrityksen kehitystä vertaamalla tunnuslukuja. Vertailukelpoisuuden varmistamiseksi tunnuslukujen laskeminen on standardisoitu. Tunnuslukujen avulla voidaan vertailla erikokoisia yrityksiä keskenään, samoin inflaation vaikutus voidaan poistaa tunnusluvuilla, kun vertaillaan eri vuosia keskenään. Näin saadaan selville muun muassa, kuinka kannattavuus ja kasvu ovat kehittyneet. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 171; Salmi 2006, 112.)

Tunnusluville on olemassa ohjearvoja, jotta lukujen tulkinta olisi helpompaa. Ohjeet voidaan kehittää tieteellisesti tilastojen perusteella. Tutkittaessa korollisen vie-raan pääoman takaisinmaksuaikaa, voidaan päätellä, kuinka todennäköistä on, että yritys ajautuu konkurssiin. Ohjeet voivat perustua päättelyn tuloksiin kuten mikä kaataisi velattoman yrityksen. Ne voivat myös pohjautua kokemukseen, jolloin tietty taso tietyssä tunnusluvussa yritykselle on riittävä. Vertailemalla tunnuslukuja saman toimialan yritysten tunnuslukuihin. Yritys voi asettaa tunnusluville tavoitteita ja seurata päästäänkö niihin sekä tehdä johtopäätöksiä niiden pohjalta. (Salmi 2006, 112.)

Tilinpäätöksiä vertailtaessa täytyy huomioida, etteivät ne kerro absoluuttista tai lopullista totuutta. Tilinpäätöksiä laadittaessa oletetaan, että taseen arvot säilyvät myös tulevaisuudessa. Tilinpäätöksessä oltavien asioiden esittämistavassa on useita vaihtoehtoja. Kertaluonteisten tapahtumien erottaminen pidemmän aikavälin muutoksista on haasteellista erottaa. Yritysten välisessä vertailussa tulee huomioida, että liiketoimintojen sisältö vaihtelee sekä kirjaus- ja laskentamenetelmät voivat vaihdella. (Salmi 2006, 115.)

Tilinpäätöstä voidaan analysoida aikasarja- tai poikkileikkausanalyysillä. Aikasarja-analyysissä yrityksen tunnuslukuja verrataan useammalta vuodelta keskenään. Poikkileikkausanalyysissä useamman yrityksen saman hetken tunnuslukuja verrataan keskenään. (Kallunki 2014, 82.)

Aikasarja-analyysillä avulla tarkasteltuna saadaan selvillä yrityksen pitkän aikavälin taloudellinen tilanne. Tällöin voidaan selvittää, miten hyvin yrityksen strategian muutokset tai yrityskaupat ovat onnistuneet. Näitä arvioidaan kateprosenttien ja velkaisuuden kehittymisen avulla. Aikasarja-analyysi kuvaa yrityksen talouden kehitystä luotettavammin kuin yhden tilikauden tunnusluvut, koska se oikaisee poikkeamat. Liiketoimintaympäristössä tapahtuneet nopeat ja äkilliset muutokset voivat vaikuttaa vahvasti yrityksen talouteen. Tehtäessä pidemmän aikavälin ennustetta yrityksen taloudellisen tilan kehittymisestä, käytetään siinä hyväksi aikasarja-analyysiä. (Kallunki 2014, 82.)

Poikkileikkausanalyysillä pystytään arvioimaan yrityksen taloudellista tilaa ja sen kehittymistä suhteessa kilpaileviin yrityksiin. Katetuotto prosentteja vertaamalla

saadaan selville millä alan yrityksistä on tehokkainta kustannusten käyttöä ja vahvin hinnoitteluvoima. Saman toimialan sisäiset erot pääomarakenteessa viestivät liiasta velkaantumisesta tai velkavivun vähäisestä käytöstä. Professori Vesa Puttonen on määritellyt velkavivun seuraavasti: ”Velan vipuvaikutuksella tarkoitetaan pyrkimystä oman pääoman tuoton lisäämiseen kasvattamalla vieraan pääoman suhteellista osuutta yrityksen taseessa”. Velkavivun avulla yrityksen tarkoituksena on saada sijoitukselleen suurempi tuotto. Tuoton ollessa suunniteltua pienempi voi joutua tilanteeseen, jossa vieraanpääoman korkokustannukset kuluttivat saadun tuoton. (Kallunki 2014, 83; Ikäheimo 2011, 157 - 158.)

Tilinpäätösanalyysin tekniikka määrittellään nykyisin uudella tavalla. Yrityksen tilinpäätöstietoja verrataan sijoittajien odotuksiin yrityksen taloudesta. Arvioidessaan yrityksen kannattavuutta ja riskiä, oman pääoman sijoittajat vertaavat niitä muiden mahdollisten sijoituskohteiden tuottoon. Oman ja vieraan pääoman sijoittajille täytyy jäädä riittävä osuus yrityksen voitosta sijoituksen riskeihin suhteutettuna. Tällöin yritykselle ei riitä, että se on voitollinen tai voitollisempi kuin kilpailijansa. Tällä tavalla yritys pystyy myös hoitamaan vieraan pääoman maksuvelvoitteet, osingon jakamisen ja arvon kasvattamisen. Analyysia kutsutaan taloudelliseksi lisäarvoksi, lisävoitoksi tai jäännöskatteeksi. Käytettävät laskutavat vaihtelevat, mutta periaate on kaikissa sama. ”Yrityksen operatiivisen liiketoiminnan kannattavuutta verrataan sijoittajien asettamaan tuottovaatimukseen”. (Kallunki 2014, 83.)

### 3.1 Kasvu

Vanhimpia yrityksen kasvun teorioita on Gibratin laki (1931). Gibratin mukaan yrityksen koko ei vaikuta yrityksen suhteelliseen kasvuun tarkastelujaksolla. Lain mukaan kaikilla saman toimialan yrityksillä on mahdollisuus samaan suhteelliseen kasvuun. Tutkimukset osoittavat, että Gibratin laki ei ole täysin paikkaansa pitävä. Tutkimusten mukaan pienet ja nuoret yritykset kasvavat suuria ja vanhoja nopeammin. Vanhempien ja suurempien yritysten kasvu on myös vakaampaa ja tasaisempaa, kuin nuorten ja pienten yritysten. Gibratin lain voidaan sanoa pitävän paikkansa, kun tutkitaan suuria ja vakavaraisia yrityksiä. (Esteves 2007, 1,3; Nurmi 2004, 330; Sutton 1997, 40.)



Emeritusprofessori Mauri Laukkanen (2007, 30 - 31) jakaa kasvun vaatimukset kolmeen eri kaavaan. Ensimmäisessä perinteisessä kaavassa tuotteen, tuotannon ja markkinoiden yhteys tulee saada toimivaksi ja tehokkaaksi. Toisessa kaavassa yritystä kasvatetaan tuomalla sinne uusia tuote- tai markkinakombinaatioita ja yhdistämällä läheistä liiketoimintaa. Kolmannessa vaihtoehdossa yritystä kasvatetaan ostamalla liiketoimintoja tai toimivia yrityksiä ja yhdistämällä ne yhden yrityskokonaisuuden alle. Kaksi ensimmäistä vaihtoehtoa ovat orgaanisen kasvun ja kolmas ei-orgaanisen kasvun malli.

Lindroosin ja Louhiveden (2010, 88 - 89) mukaan yrityksen kasvustrategia voi pohjautua uusien tuotteiden myynnin kasvuun, markkinaosuuden kasvattamiseen tai yritysostoihin. Heidän mukaansa yritys pystyy hakemaan kasvua neljästä eri suunnasta. Se voi myydä enemmän nykyisiä tuotteita olemassa oleville asiakkaille, saada tuotteilleen uusia asiakkaita, tarjota nykyisille asiakkaille uusia tuotteita sekä palveluja tai tarjota uusia tuotteita ja palveluja uusille asiakkaille. Nämä neljä vaihtoehtoa tarjoavat kasvumatriisin eli Ansoffin ikkunan. Se kertoo yritykselle mistä ja miten voi hakea kasvua, jos sen hetkisen liiketoiminnan markkinoiden kasvu on pientä.

Yritys voi käyttää kasvamiseen joko sisäisiä tai ulkoisia kasvustrategioita. Sisäisesti kasvava yritys voi kasvaa riippumattomasti muista yrityksistä. Sisäiset strategiat tarkoittavat sisäisten resurssien kasvua ja tehostamista, kuten henkilöstön kasvattamista kysynnän vaihteluiden mukaan tai kapasiteetin lisäämistä tuotantoa automatisoimalla. Yritys voi myös asteittain kasvattaa koneiden ja kaluston määrää. Nämä mahdollistavat nykyisten tuotteiden tuotannon ja myynnin kasvattamisen. Lisäksi voidaan laajentaa tuotettavien tavaroiden valikoimaa. Sisäinen kasvu voidaan rahoittaa sijoittamalla voittoja takaisin yritykseen, ottamalla yrityksen ulkopuolelta lainaa tai osakeannilla. Sisäinen kasvu on suhteellisesti verrattuna hitas tapa saavuttaa kasvua. Yritys voi hankkia sisäisellä kasvulla vain tietyn määrän rahoitusta. Tällä kasvustrategialla markkinaosuuden kasvattaminen vie aikaa, mutta se on helpompaa aloilla, jotka kasvavat nopeasti. Orgaanista kasvua tavoittelevalla yrityksellä on oltava kilpailukyvyyn lisäksi selkeä kilpailuetu kilpailijoihinsa

nähdän. Jotta yrityksellä olisi kilpailuetu, tulee sen tehdä asiat paremmin ja tehokkaammin kuin muut ja tarjota asiakkaille jotain mitä kilpailijat eivät tarjoa. (Atkinson & Miller 1998, 64; Laukkanen 2007, 167 - 168; Storbacka 2005, 33.)

Yritys voi kasvaa myös käyttämällä ulkoisiin resursseihin perustuvaa kasvustrategiaa, kuten portfolioryittäjyyttä, verkostosuhteiden avulla kasvamista, franchisingryittäjyyttä tai vuokratyövoiman käyttöä. Ulkoinen kasvu voi tapahtua myös fuusioiden tai yrityskauppojen myötä, koska niissä kaksi tai useampi yritys muodostaa yhden suuremman yhtiön. Fuusiossa yritykset haluavat liittyä yhteen, kun taas yrityskaupoissa tai haltuunotossa yritys hankkii määräysvallan tuottavan osuuden toisesta yrityksestä. Näiden kahden tavan eroa on usein vaikea erottaa. Selvintä ero on tilanteissa, jossa hankittu yritys yrittää taistella fuusiota vastaan. Nämä toimenpiteet mahdollistavat erittäin nopean tavan kasvattaa yrityksen kokoa ja yritys pystyy heti hyödyntämään resursseja, joita siltä ennen puuttui. Tällaisia resursseja voivat olla johtajien kokemus, uusi teknologia tai brändien nimet. Kahden yrityksen yhdistymisessä voi ilmetä ongelmia, koska organisaatiolla on usein erilainen identiteetti, kulttuuri ja arvot. Nämä voivat aiheuttaa konflikteja ja vihamielisyyttä. Ulkoinen kasvu on ollut merkittävä ominaisuus Euroopan teollisuudessa. (Atkinson & Miller 1998, 64 - 65; Laukkanen 2007, 167 - 168.)

Yrityksen kasvamisen perusehto on, että sen liiketoimintaa voidaan laajentaa ja yrittäjällä on tiettyjä ominaisuuksia. Yrittäjällä tulee olla halua, että yritys kasvaa, vaurastuu sekä hänellä tulee olla kykyä oppia ja kehittää tuotteita, myydä ja johtaa. Kasvuun vaikuttavat myös muut seikat, kuten toimintaympäristön suotuisuus tai resurssien saatavuus tai ongelmat. Näihin haasteita pystyy välttämään, kiertämään tai ne voi ylittää tekemällä enemmän töitä. Yrityksen lähtötilanne kasvua tavoiteltaessa vaikuttaa tietysti kasvun edellytyksiin. Mikroyritysten tai pienten yritysten tilanne on aivan toinen kuin suurten yritysten. (Laukkanen 2007, 31.)

Laukkanen esittelee kirjassaan kuusi erilaista tapaa miten kasvuyritys voi kasvaa nollostaan suureksi pk-yritykseksi. Yritys voi olla innovaatiolähtöinen tai levittää liiketoimintaa johdetusti, pitää aiempaa yritystä tai liiketoimintaa lähtöalustana, kasvaa yritysostoilla, portfoliokasvulla tai kasvaa ulkoisessa imussa. (Laukkanen 2007, 30 - 31.)

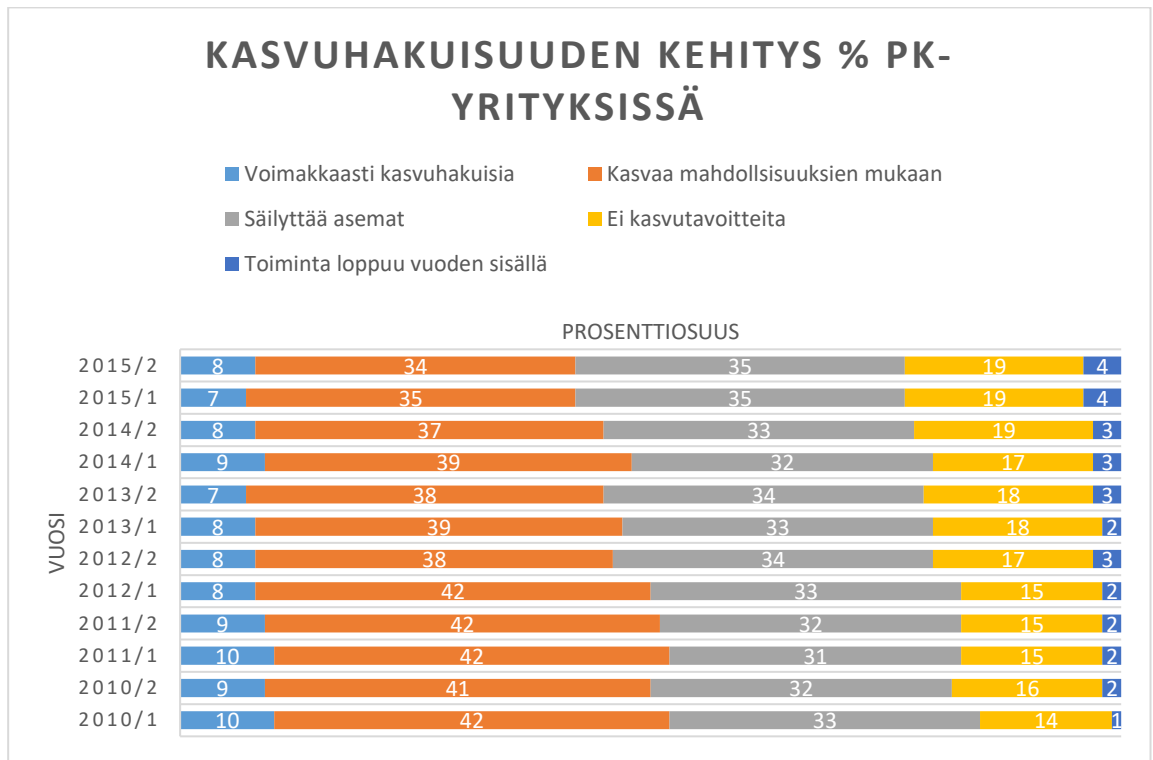
Innovaatiolähtöisessä yrityksessä kasvua haetaan jonkun uuden tuotteen tai palvelun kautta. Tuote tai palvelu voi olla keksitty ja kehitetty ensin, jonka jälkeen sille etsitään ongelma minkä sillä voi ratkaista. Toinen vaihtoehto on, että ensin tiedetään ongelma, jolle kehitellään ratkaisu. Kasvun aikaan saamiseen ei välttämättä tarvitse mitään uutta ja mullistavaa ideaa. Yritys voi kasvattaa itseään levittämällä liiketoimintaa johdetusti. Kuluttajakaupassa tämä tarkoittaa tavallisesti, että tuote/palvelu- tai tuote-myyvälä-konseptia hiotaan, kehitetään ja levitetään ensin lähialueella, jonka jälkeen sitä laajennetaan isommalle markkina-alueelle. Yrityksen markkina-alueen kasvaessa kasvatetaan yleensä myös tuoteskaalaa. Yritysten välisessä B-to-B kaupassa kasvua tulee uusista asiakkaista läheisiltä toimialoilta, avaamalla uusia markkina-alueita sekä luomalla uusia toimintamuotoja. (Laukkanen 2007, 32 - 34.)

Yritys voi aloittaa toimintansa aiemman yrityksen tai liiketoiminnan pohjalta, kuten pieni paikallinen perheyritys, joka on ajautunut tienhaaraan sukupolvenvaihdoksessa. Se voi myös olla isommasta yrityksestä ulkoistettu palvelukokonaisuus tai kokonaan yrityksestä lopetettu sivuliiketoiminta, jonka usein ostavat siinä toimivat johtohenkilöt. Näiden yritysten kasvu riippuu liiketoiminnan luonteesta sekä yrittäjistä. Perheyritysten ongelma on usein paikallisuus ja monistettavan liiketoiminnan ja kilpailuedun puute. Ulkoistettu liiketoiminta tarjoaa yritystoiminnalle yleensä hyvät lähtökohdat, mutta se antaa yritykselle toimintamahdollisuuden usein vain rajoitetun ajan. Yrityksen on pystyttävä uusiutumaan ja hankkimaan uutta asiakaskuntaa. (Laukkanen 2007, 35.)

Ei-orgaanisella kasvulla tarkoitetaan yrityksen toiminnan laajentumista toisen yrityksen ostamisen kautta. Pk-yritykset eivät yleensä käytä tällaista tapaa kasvaa, vaan se rajoittuu suurempien yritysten käyttöön. Pienempien yritysten tavoitteena voi olla esimerkiksi kahden samankokoisen yrityksen yhdistäminen suuremmaksi ja vahvemmaksi kokonaisuudeksi markkinoille. Portfolio-kasvussa yrittäjä perustaa useamman yrityksen saavuttaakseen haluamansa tavoitteet. Tavallisesti tavoitteina voivat olla vaurastuminen, riskien lievittäminen ja työpaikat perheenjäsenille. Näiden yritysten kerrannais- ja kasvuvaikutukset voivat olla todella merkittävät. (Laukkanen 2007, 36 - 37.)

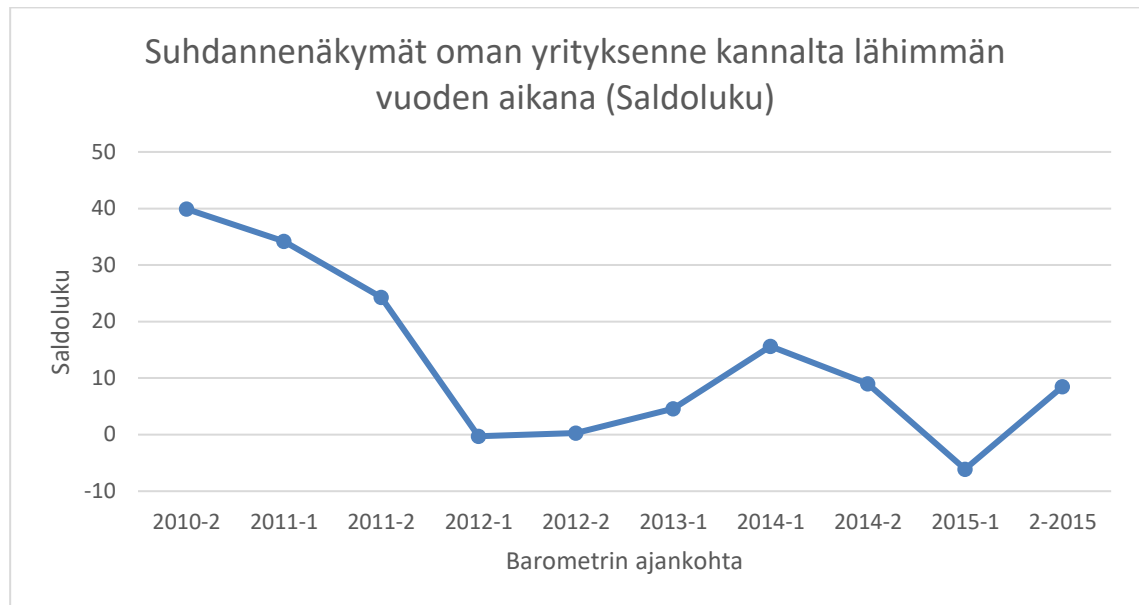
Kasvu ulkoisessa imussa tarkoittaa esimerkiksi pk-yrityksen kohdalla ison asiakkaan saamista tai kilpailijan pois jäämistä. Tällaiset tilanteet ovat satunnaisia ja tilapäisiä. Pidempikestoista kasvua voi saada asettumalla kasvavan kysynnän imuun. Tällaista syntyy, kun toimialalle tulee uusi, keskeinen tuote, kuten matkapuhelin. Nokia-ilmiössä monet alihankintayritykset saivat kasvua Nokian vanaveikissä. Pk-yritysbarometreissa mainittua kasvamista ”mahdollisuuksien mukaan” pidetään juuri tällaisena ulkoisessa imussa kasvamisena. Tällainen kasvu voi tapahtua myös onnella, eikä tietoisella johtamisella. Yritys saattaa kasvaa hyvin nopeasti, mutta kasvu voi hävitä myös yhtä nopeasti. Yritys saattaa joutua konkurssiin, kuten monet pk-yritykset 1990-luvun lamassa. Kasvun vuosina yrityksen tulorahoitusta tulee kasvattaa, tehdä toimintamallista joustava ja laajentaa liiketoimintapohjaa, mikäli se haluaa selvittää mahdollisista tulevista vaikeuksista. (Laukkanen 2007, 37 - 38.)

Kuvasta 12 selviää, että 52 % yrityksistä on ollut vuoden 2010 ensimmäisellä puoliskolla joko voimakkaasti kasvuhakuisia tai haluavat kasvaa mahdollisuuksien mukaan. Nykyisen asemansa on halunnut säilyttää 33 %, ja 14 % yrityksistä ei ole ollut lainkaan kasvutavoitteita. Yksi prosentti yrityksistä aikoo lopettaa toimintansa vuoden sisällä. Vuoden 2015 toisella puoliskolla kasvuhakuisia yrityksiä oli enää 42 % eli niiden yritysten joukko on vähentynyt viidessä vuodessa 10 prosentilla. Sellaisten yritysten joukko, jotka haluavat säilyttää asemansa on kasvanut 2 prosentilla. Asemansa haluaa säilyttää 35 % yrityksistä. Ilman kasvutavoitteita olevia yrityksiä on 19 %, eli niiden osuus on kasvanut viisi prosenttia. Toimintansa vuoden sisään lopettavien määrä on nelinkertaistunut ollen 4 % haastatteluhetkellä.



Kuva 12. Pk-yritysten kasvuhakuisuuden kehitys prosentteina vuosina 2010 - 2015

Yritysten kasvuhakuisuudessa on yhteneväisyyksiä yritysten suhdannenäkymien kanssa (Kuva 13). 2010-luvun alussa suhdanteet näyttivät positiivisilta, jolloin enemmistö yrityksistä oli kasvuhakuisia. Vuosina 2012 ja 2013 suhdanteet heikkenivät, joten myös yritysten kasvuhakuisuus väheni. Vuonna 2014 suhdanteet nousivat hieman, mikä näkyy piikkinä kasvuhakuisuudessa, kun vuoteen 2015 tultaessa ne taas laskivat matalammalle tasolle.



Kuva 13. Pk-yritysbarometrin suhdannenäkymä vuosilta 2010 - 2015

Suomessa on yleisesti ottaen vähän kasvuyrityksiä, koska yritykset ovat kasvuhaltuutta. Osassa pk-yrityksiä liiketoimintaperusta ei kuitenkaan edellytä eikä tue sisäistä kasvua. Kasvuhaltuutta voivat myös lisätä kasvusta aiheutuvat seuraukset, kuten yrittäjän työmäärän lisääntyminen, kasvavat riskit, tarve palkata uutta henkilökuntaa, työntekijöistä ei tarpeen vaatiessa pääse nopeasti eroon ja riippuvuus rahoittajista lisääntyy. Ulkoinen kasvustrategia on hyvä vaihtoehto sellaiselle yritykselle, jolla on kasvuhaltuutta, mutta se ei halua palkata lisää henkilökuntaa. (Laukkanen 2007, 168 - 169.)

Yritykset voivat käyttää kasvamiseen verkostosuhteitaan eli yritys hankkii lisää kapasiteettia ulkopuolisilta yrityksiltä tai itsenäisiltä yrittäjiltä. Näin yrityksen ei tarvitse palkata itselleen lisää henkilökuntaa. Tästä käytetään nimitystä kasvuvipustrategia. Strategiassa myynnin kasvattamiseen käytetään muita resursseja. Tällaista mallia käyttävä yritys pystyy reagoimaan kasvuun ja taantumiaan nopeammin ja ketterämmin kuin perinteistä kasvumallia käyttävä yritys. Kasvuvipustrategiaa käyttävä yritys pystyy seuraamaan tarkasti tuotantoprosessien kustannuksia, koska alihankinta tai verkostoyritykset laskuttavat niistä. Näin yritys pystyy hinnoittelemaan itsensä paremmin. (Laukkanen 2007, 170 - 172.)

Portfolioryhtäjydessä sama yrittäjä perustaa useampia yrityksiä, eikä keskity kaikkea liiketoimintaa yhden yrityksen alle. Näin saadaan säilytettyä yksittäisen

yrittäjien liikeidea kirkkaana. Yritykset toimivat usein eri liiketoiminta-alueilla. Portfolio yrittäjyydessä yrittäjä omistaa itse käytössä olevat resurssit ja voi suunnitella niiden käyttöä pitkällä aikavälillä. Kapasiteettia voidaan liikutella yritysten välillä, eli vaikka toiselle yritykselle tulee hiljaisempi kausi, voidaan resursseja hyödyntää muualla. (Laukkanen 2007, 174 - 175.)

Kaupan alan yrityksen tyypillisin kasvumuoto on kasvaa nykyisillä markkinoilla. Tällaisia toimia ovat uusien yksiköiden perustaminen, markkinaosuuksien valtaaminen ja kauppaverkoston kasvattaminen. Kauppa voi valita kasvuvaihtoehtokseen liiketoiminnan laajentamisen kaupan alaa lähellä oleville liiketoiminta-alueille. Lähellä toisiaan olevia liiketoiminta-alueita ovat esimerkiksi päivittäis- ja erikoistavarakauppa sekä liikennemyymälätoiminta tai hotelli- ja ravintola-ala. Kauppa laajentaa toimintaansa alueille, joiden ansaintalogiikan se jo entuudestaan osaa ja tuntee. Liiketoimintaa laajentaessa voi löytää taloudellisia tai toiminnallisia synergia- eli yhteistoiminnallisia etuja. Kasvaville uusille asiakaskunnille kauppa perustaa uusia kauppaformaatteja tai sähköistä kauppaa hyödyntämällä tarjota palveluitaan uusilla kanavilla. Muun muassa etniset ruokakaupat käyttävät tällaista kasvustrategiaa. (Kuusela & Neilimo 2010, 124.)

Greinerin kasvumallissa selvennetään yrityksen kasvua ja johtajuutta. Greinerin kasvumallissa yrityksen kasvu on jaettu viiteen vaiheeseen. Jokaisessa vaiheessa on kasvun vaihe ja kriisivaihe. Kasvun vaiheessa yritys kasvaa tasaisesti ja vakaasti. Kriisivaiheessa yrityksen toimintatavat kyseenalaistetaan ja ilmenee tyytymättömyyttä vallitsevia toimintatapoja kohtaan. Jokaisen kriisivaiheen ratkaisu määrittää, pystyykö yritys siirtymään tasaiseen kasvun vaiheeseen. Greinerin mallissa huomioidaan yrityksen koko, ikä, kasvun ja kriisin vaiheet sekä toimialan kasvunopeus. (Greiner 1998, 3 - 8.) Yritystoimintaa aloitettaessa ensimmäinen kasvun vaihe on luovuus, jota seuraa johtajuuskriisi. Kriisiä seuraavassa vaiheessa kasvetaan johtajuuden avulla, jota seuraa autonomiakriisi. Kolmannessa vaiheessa kasvetaan delegoinnin avulla, joka päättyy kontrollikriisiin. Kasvu jatkuu koordinoinnin avulla, josta seuraa luottamuskriisiin. Viimeisenä kasvun vaiheena on kasvu yhteistyön ja joustavuuden avulla. Viidennettä kasvun vaihdetta seuraava kriisi ei ole Greinerin mallissa tarkkaan tiedossa. Tainion mukaan sitä seuraa identiteettikriisi. (Laukkanen 2007, 362 - 364.)

### 3.1.1 Kasvulla luodaan arvoa

Lisääarvoa yritykseen luodaan kasvulla, mutta aina se ei onnistu. Yritysostoilla tapahtuva kasvu eli epäorgaaninen kasvu on usein ongelmallista. Yritysostoilla saadaan kasvatettua nopeasti liikevaihtoa, taseen loppusummaa ja työntekijöiden määrää. Omistaja-arvon kasvuun sillä ei välttämättä pystytä. Huonoissa yrityskau-poissa hankitaan huonosti kannattava, pääomia sitova ja ostohinnalta kallis liike-toiminta. Tällainen investointi tuhoaa omistaja-arvoa, koska se laskee pääoman-tuotto prosentit alle pääoma kustannusten. Tarkastelemalla sitoutuneen pääoman määrää, tuottoa ja kustannuksia, saadaan selville tuottaako kasvu arvoa vai ei. Yrityksen kasvu on arvoa luovaa, jos siihen tarvittava sitoutuneen pääoman lisäys tuottaa enemmän kuin sen rahoittamisesta aiheutuu kustannuksia. Kasvua rahoit-taessa tulee huomioida, että oman ja vieraan pääoman suhde säilyttää optimaali-sen pääomarakenteen. Rahoitusriskin on mahdollista kasvaa, jos kasvu rahoite-taan liiaksi velkarahalla. Lainan antajia kiinnostaa, ettei kasvu vaaranna lainanhoi-toa. (Kallunki 2014, 111 - 112.)

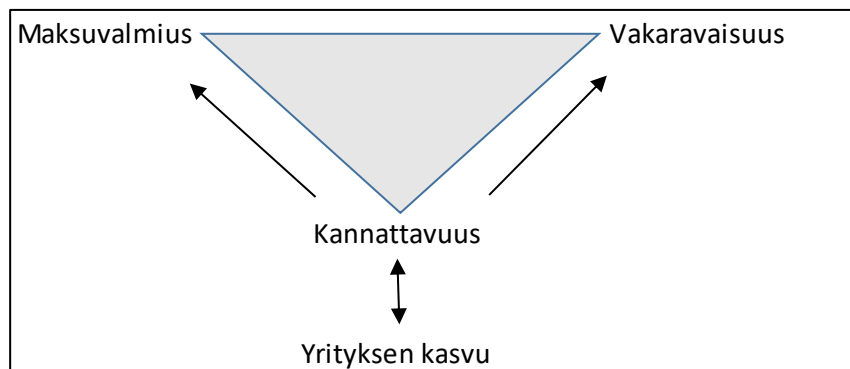
Yrityksen käyttäessä kasvuun voittovaroja eli tulorahoitusta, se luo arvoa vain, jos investointikohteet ovat sellaisia, että ne ylittävät oman pääoman kustannukset. Muuten tulorahoitus on jaettava omistajille osinkoina. Kannattavia investointien te-keminen tulorahoituksella on yksi laadukkaan yhtiön merkki. Arvioitaessa yrityk-sen arvonluontia, käytetään tunnuslukuina tuloserien, osakekohtaisen tuloksen ja osinkojen kasvua. Operatiivisen liiketoiminnan tuloksen kasvu eli verojen jälkeinen operatiivinen tuloksen kasvu kertoo arvonluonnin perustan. Verojen jälkeinen ope-ratiivinen tulos on yksi tuloserä. Ilman tämän tuloserän kasvua, yritys ei voi luoda kestäväää arvoa. Erinomaisen liiketoiminnan tunnusmerkkinä pidetään osakekoh-taisen osingon pitkäaikaista kasvua. Pitkäaikainen osinkojen kasvattaminen on mahdollista vain, jos yrityksen liiketoiminta on aidosti kannattavaa. (Kallunki 2014, 112 - 113.)

Yrityksen kasvu vaikuttaa sen arvoon, mikäli yritys pystyy kasvamaan, se kertoo sen tulevaisuuden potentiaalista ja mahdollisuudesta laajentaa toimintaa. Kas-vuun liittyy myös riski, koska kasvu vaatii rahoitusta. Mikäli kasvu tapahtuu hallit-semattomasti, se voi vaarantaa yrityksen koko toiminnan. Yrityksen rahoituksen



hallintaan kasvun lisäksi vaikuttaa kannattavuus. Kasvu vaatii tulo-rahoitusta, jota kannattavuus tuo yritykseen. Tämän takia yrityksessä on hyvä pitää kasvu ja kannattavuus keskenään sopivassa suhteessa. Mikäli yritys kasvaa liian nopeasti, joudutaan kasvua rahoittamaan muulla kuin tulo-rahoituksella. Pienissä yrityksissä tämä tarkoittaa usein vierasta pääomaa. Mikäli yritys ei kannata ja hankkii kasvun rahoituksen vieraalla pääomalla, se voi velkaantua pahasti. Hallittu kasvu tarkoittaa, että yrityksen kasvu ja kannattavuus ovat sopivassa suhteessa. (Laukkanen 2007, 341 - 342.)

Kuvassa 14 on kuvattuna kasvavan yrityksen terveyskolmio. Kolmion kärkinä ovat maksuvalmius, kannattavuus ja vakavaraisuus. Kolmio seisoo kannattavuuden varassa, koska yritys pystyy toimimaan vain, jos se on pitkällä aikavälillä kannattava. Kannattava yritys tuottaa sijoitetulla pääomalla riittävästi tulosta suhteessa sidosryhmien esittämiin vaatimuksiin. Mikäli kannattavuus ei ole oikeassa suhteessa kasvuun, kolmion perutukset eivät ole kunnossa ja se kaatuu. Suhde ei ole oikea, kun yrityksellä on joko huono maksuvalmius tai vakavaraisuus. Mikäli kolmio kaatuu, kasvu ei ole ollut hallittua. (Laukkanen 2007, 342 - 343.)



Kuva 14. Kasvuyrityksen terveyskolmio

Maksuvalmiudella tarkoitetaan, että yritys pystyy suoriutumaan sille asetetuista maksuista niiden erääntyessä. Maksuvalmiudella on kuitenkin kaksi ulottuvuutta. Perinteisellä ulottuvuudella tarkoitetaan rahoitusomaisuuden muodostamaa varantoa. Mitä suurempi varanto yrityksellä on käytössään, sitä haasteellisimmista tilanteista se voi selviytyä. Toisena ulottuvuutena on tulo-rahoituksen virta, se tuo lisäyksiä tai vähennyksiä yrityksen varantoon. Virran ollessa heikko se vähentää varantoa, joka voi kulua loppuun, eikä yritys pysty enää hoitamaan sille kuuluvia

maksuja. Maksuvalmuitta hallittaessa on hyvä muistaa tärkeä sääntö: ”mitä paremmin yritys kannattaa ja mitä hitaammin se kasvaa, sitä korkeammaksi muodostuu tulorahoitus ja sitä helpommin yritys selviää maksuvelvoitteista.” Yrityksen kasvaessa nopeasti ja kannattavuuden ollessa samaan aikaan heikko, voi yrityksen maksuvalmius kärsiä kohtalokkaasti. Se myös osoittaa, ettei kasvu ole ollut hallittua. Yritys voi kasvaa voimakkaasti myös kannattavuuden samalla ollessa kohtuullisen hyvä. Tällaisessa tilanteessa yritys voi saada ulkoista rahoitusta, jolla se voi paikata vajeen tulorahoituksessa ja säilyttää hyvän maksuvalmiuden. (Laukkanen 2007, 343 - 344.)

Yritys on vakavarainen tai sen vakavaraisuus on kunnossa, mikäli sen rahoitusrakenteessa vieraan pääoman osuus ei ole hallitseva. Osuus on hallitseva, mikäli yritys ei selviydy vieraan pääoman aiheuttamista maksuista. Vakavaraisuudella on maksuvalmiuden tapaan kaksi ulottuvuutta. Ensimmäisenä ulottuvuutena on rahoitusrakenne, jolla kuvataan oman pääoman osuutta yrityksen koko pääomasta. Yritysten, joilla on heikko rahoitusrakenne, on vaikeampi saada ulkoista rahoitusta ja rahoitus on kalliimpaa kuin yrityksellä, jolla on hyvä rahoitusrakenne. Tulorahoituksen vähyyys ja syntyneet tappiot heikentävät rahoitusrakennetta. Yrityksen rahoittaminen vieraalla pääomalla tekee omasta pääomasta tappioherkemmän, jolloin rahoitusrakenne heikentyy tappioiden syntyessä. (Laukkanen 2007, 344 - 345.)

Toisena ulottuvuutena on yrityksen takaisinmaksukyky. Se kuvaa tulorahoitusta suhteessa vieraaseen pääomaan. Mitä suurempi yrityksen tulorahoitus on ja mitä pienempi sen vieraan pääoman määrä on, sitä helpompi sen on selvitä vieraan pääoman maksuista tulorahoituksella. Vaikka yrityksen rahoitusrakenne on heikko, se voi silti selvitä takaisinmaksuista, jos sillä on hyvä tulorahoitus. Vakavaraisuus voi olla heikko, vaikka kannattavuus olisi tyydyttävä. Yrityksen kasvaessa liian nopeasti tulorahoitus ei riitä vieraan pääoman maksujen hoitamiseen. Kannattavuus ei siis takaa toiminnan jatkumista ilman häiriöitä. Yrityksellä tulee olla pitkällä aikavälillä riittävä tulorahoitus, jotta se selviää vieraan pääoman maksuvelvoitteista. (Laukkanen 2007, 344 - 345.)

Kasvuyrityksen terveyskolmiossa olevat tiedot saadaan laskettua yrityksen tilinpäätöksestä. Näillä lasketuilla tunnusluvuilla voidaan mitata, minkälainen yrityksen

taloudellinen tilanne on. Kasvua voidaan mitata liikevaihdon vuotuisella kasvuprosentilla. Liikevaihdon kasvu-% lasketaan jakamalla liikevaihdon euromääräinen muutos edellisen tilikauden liikevaihdolla ja kertomalla osamäärä sadalla. Liikevaihdon kasvulla saadaan tietää, miten yrityksen taloudellinen toiminta kehittyy ja laajenee. Jos yrityksen kasvussa on epätasaisuutta tai tapahtuu jyrkkä muutos, viittaa se usein riskiin, joka voi huonosti johdettuna aiheuttaa yritykselle rahoitusvaikeuksia. Liikevaihdon kasvun kääntyessä negatiiviseksi riski kasvaa, koska kannattavuus yleensä samalla heikkenee, ellei kiinteinä pysyneitä kustannuksia saada karsittua. (Laukkanen 2007, 346.)

$$\text{Liikevaihdon kasvu-\%} = \frac{\text{Liikevaihdon muutos euroina}}{\text{Edellisen tilikauden liikevaihto}} \times 100$$

Kasvulla kuvataan toiminnan laajuuden muutosta. Toiminnan laajuudella tarkoitetaan yrityksen kokoa ja harjoitettujen toimintojen määrää. Laajuutta arvioidaan taaseen loppusumman, liikevaihdon, työntekijöiden määrän ja osakepääoman markkina-arvon perusteella. Yleensä käytetään vain muutamia kokoa kuvaavia mittareita. Mittarit on valittava aina käyttötarkoituksen mukaisesti. Näiden lisäksi toiminnan laajuutta voidaan kuvata myös jalostusarvolla, tuotannon määrällä, markkinaosuudella, toimipaikkojen määrällä, liiketoiminta-alueiden lukumäärällä tai maiden lukumäärällä, joissa yrityksellä on toimintaa. Jalostusarvolla saadaan selville yrityksen käyttämien tuotantotekijöiden tuottama arvonlisäys, jolla saadaan selville yrityksen toimintojen vaikutus tuotantomäärään. Markkinaosuutta käytetään mittarina, kun halutaan tietää mikä on yrityksen asema toimialalla markkina-aseman ja kilpailutilanteen kannalta. Maantieteellisellä hajaantumisella selvitetään yrityksen kyky palvella asiakkaita globaalisti ja kuinka haavoittuvainen yritys on yksittäiseen valtioon kohdistuvan riskin suhteen. (Ikäheimo, Malmi & Walden 2016, 104 - 105.)

Kuvassa 15 oleva kasvuprosentin kaavassa olevat  $koko_t$  ja  $koko_{t-1}$  korvataan esimerkiksi liikevaihdolla. Liikevaihdon ollessa vuonna  $t$  150 000 euroa ja vuonna  $t-1$  100 000 euroa, on yrityksen vuoden kasvuprosentti 50 prosenttia.

$$\text{Kasvu-\%} = \frac{\text{koko}_t - \text{koko}_{t-1}}{\text{koko}_{t-1}} \times 100$$

Kuva 15. Vuoden kasvun laskukaava.

Tarkasteltaessa useamman vuoden kasvua, tulee ottaa huomioon, että aikaisemmin syntynyt kasvukin kasvaa. Kuvassa 16 olevassa kasvuprosentti vuodessa kaavassa  $n$  on tarkasteluajanajakson pituus vuosissa ja  $t$  on tarkastelu ajan-kohta. Yrityksen liikevaihto on ollut vuonna 2015 150 000 euroa ja vuonna 2013 100 000 euroa. Tällöin  $n$  on kaksi ja  $\text{koko}_{t+n}$  on 150 000 ja  $\text{koko}_t$  on 100 000. Näin ollen yrityksen liikevaihdon kasvuprosentti vuodessa on ollut noin 22 prosenttia.

$$\text{Kasvu-\% vuodessa} = \left( \sqrt[n]{\frac{\text{koko}_{t+n}}{\text{koko}_t}} - 1 \right) \times 100$$

Kuva 16. Vuotuisen kasvuprosentin laskukaava.

Yrityksen taloudellista kasvua arvioitaessa sitä tulee verrata toimialan tai markkinan kasvuun. Helpompaa on kasvaa, jos koko toimiala kasvaa nopeasti. Lisäksi yrityksen kasvua tulee verrata kilpailijoiden kasvuun. Yrityksen on hyvä verrata kasvua myös historiaansa, millaista kasvua yritys on pystynyt ylläpitämään. Kasvua voi aikaansaada joko rakenteellisesti tai orgaanisesti. Rakenteellisessa kasvussa kilpailijan kanssa fuusioidutaan tai se ostetaan. Tällaisissa tilanteissa liikevaihto kasvaa, mutta talouden tuloksen kasvattaminen on haastavampaa. Orgaanisessa kasvussa kasvua haetaan nykyisiltä markkinoilta joko uusilla tai nykyisillä tuotteilla. Kypsillä markkinoilla orgaanisen kasvun saavuttamiseksi, markkinaosuutta on vietävä kilpailijoilta. Orgaaninen kasvu on haastavampaa ja siinä onnistuvilla yrityksillä on usein käytössään joku kilpailuetu. (Storbacka 2005, 30 - 31.)

Yrityksen kannattavuutta voidaan mitata sijoitetun pääoman tuotto prosentilla. Tunnusluvussa lasketaan yhteen nettotulos, rahoituskulut ja verot, jotka jaetaan sijoitetulla pääomalla ja osamäärä kerrotaan sadalla. Rahoituskuluihin luetaan korkokulut ja muut vieraan pääoman kulut. Sijoitettu pääoma sisältää sijoitetun vieraan ja oman pääoman. Vertaamalla liikevaihdon kasvuprosenttia ja sijoitetun pääoman

tuotto prosenttia voidaan arvioida, onko yrityksen kasvu hallittua vai ei. Tuotto prosenttien ollessa kohtuullinen ja kasvuprosenttien ollessa tasapainoisessa suhteessa siihen, on yrityksen kasvu hallittua. (Laukkanen 2007, 347.)

Sijoitetun pääoman tuotto prosenttien laskukaavassa nettotulokseen lisätään rahoituskulut ja verot. Pääoman tuotto prosenttien on oltava selvästi suurempi kuin liikevaihdon kasvuprosenttien, jotta tulorahoitus riittää myös rahoituskulujen ja verojen maksamiseen. Rahoitusrakenteeltaan heikolla kasvuyrityksellä on korkeat rahoituskustannukset, tällöin tulorahoituksen riittävyyttä ei takaa hyväkään pääoman tuotto prosentti. Tämän takia kasvuyrityksen kannattavuutta tulee mitata myös nettotulos prosentilla. (Laukkanen 2007, 347.)

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

Nettotulos prosentti saadaan, kun nettotuloksen ja liikevaihdon osamäärä kerrotaan sadalla. Nettotulos prosentti voi olla negatiivinen, vaikka sijoitetun pääoman tuotto prosentti olisi tyydyttävällä tasolla. Tämä johtuu yrityksen heikosta rahoitusrakenteesta ja suurista rahoituskuluista. Yrityksen tuloksen ollessa tappiollinen nettotulos prosentti on negatiivinen. Tappio pienentää yrityksen omaa pääomaa ja heikentää rahoitusrakennetta. Yrityksen kasvu ei tapahdu hallitusti, jos nettotulos prosentti on kasvun seurauksena negatiivinen. (Laukkanen 2007, 347 - 348.)

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

Tulorahoituksen riittävydellä selvitetään miten, hallittua yrityksen kasvu on ollut suhteessa kannattavuuteen. Tulorahoitusta mitataan rahoitustuloksella, joka saadaan, kun käyttökatteeseen lisätään korko- ja rahoitustuotot ja näiden summasta vähennetään sekä korkokulut ja muut rahoituskulut ja lisäksi välittömät verot. Tällä mitataan tulorahoituksen määrää, joka yritykselle jää liikevaihdosta ja muista tuotoista lyhytaikaisten kulujen ja voitonjaon jälkeen. Voitonjakoon ei lasketa mukaan osinkojen jakamista. Rahoitustulos prosenttia voidaan käyttää tulorahoituksen riittävyyttä kuvaavana tunnuslukuna. (Laukkanen 2007, 348.)

Käyttökate  
 + Korko- ja rahoitustuotot  
 - Korkokulut ja muut rahoituskulut  
 - Välittömät verot  
 = Rahoitustulos

Rahoitustulosprosentti saadaan, kun rahoitustuloksen ja liikevaihdon osamäärä kerrotaan sadalla. Mikäli yrityksen liikevaihto ei kata voitonjakoa ja lyhytaikaisia kuluja, on rahoitustulosprosentti negatiivinen. Tällöin lyhytvaikutteiset kulut ja voitonjako on jouduttu rahoittamaan muulla tavalla. Yrityksen kasvaessa kasvu ei ole ollut hallittua, jos se saa rahoitustulosprosentin negatiiviseksi. Yritys voi tästä huolimatta säilyttää hyvän toimintakykynsä, jos se on saanut ulkopuolista rahoitusta. (Laukkanen 2007, 348.)

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

Tulorahoituksen riittävyyden lisäksi kasvavan yrityksen maksuvalmiuden kannalta toinen tärkeä tekijä on rahoitusomaisuus. Quick ratio -tunnusluvulla mitataan rahoitusomaisuutta suhteuttamalla se lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan. (Laukkanen 2007, 349.)

Quick ratio lasketaan jakamalla rahoitusomaisuus lyhytaikaisella velalla. Rahoitusomaisuuteen luetaan lyhytaikaiset saamiset, rahat ja pankkisaamiset sekä rahoitusarvopaperit. Ration ohjeelliseksi alarajaksi on annettu yksi, koska silloin rahoitusomaisuus riittää kattamaan lyhyellä aikavälillä maksettavat velat. Tunnusluvun kriittisenä alarajana pidetään 0,5. Tämän alittavilla yrityksillä on suuri riski joutua maksuhäiriöihin. Kasvavan yrityksen tunnusluvun ollessa lähellä tätä rajaa, sen kasvu ei ole tapahtunut hallitusti. Kasvulla on tällaisessa tilanteessa heikennetty yrityksen maksuvalmiutta. (Laukkanen 2007, 349.)

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

Rahoitusrakenteella mitataan rahoitusriskiä, jonka suuruus riippuu yrityksen taaseissa olevan vieraan pääoman osuudesta koko pääomasta. Oman pääoman

määrää mitataan omavaraisuusasteella. Omavaisuusaste saadaan kertomalla oman pääoman ja koko pääoman osamäärä sadalla. Yrityksen rahoitusriski on poikkeuksellisen suuri, jos omavaisuusaste on alle 10 - 15 %. Yrityksen kasvaessa hallitusti, omavaisuusaste pysyy pitkällä aikavälillä kohtuullisella tasolla. Mikäli omavaisuusaste on negatiivinen, tarkoittaa se, että yritys on menettänyt oman pääoman kokonaan. Liiallinen kasvun rahoittaminen vieraalla pääomalla ja omaa pääomaa pienentävät tappiot huonontavat omavaisuusastetta. (Laukkanen 2007, 349.)

$$\text{Omavaraisuusaste} = \frac{\text{Oma pääoma}}{\text{Koko pääoma}} \times 100$$

Tulorahoituksen suhdetta vieraaseen pääomaan kutsutaan liikeriskiksi. Tulorahoituksen perustana liiketoiminnan kannattavuus ja kasvu. Tätä voidaan mitata takaisinmaksukyvyllä. Takaisinmaksukyky saadaan kertomalla rahoitustuloksen ja korollisen vieraanpääoman osamäärä sadalla. Tunnusluvun ollessa heikko, yrityksellä on vähän tulorahoitusta suhteutettuna korolliseen vieraaseen pääomaan. Mitä pienempi tunnusluku on, sitä vaikeampi yrityksen on selviytyä tulorahoituksella pääoman maksuvelvoitteista. Tunnusluku mittaa myös vieraan pääoman takaisinmaksuajan, mikäli koko vuotuinen rahoitustulos käytettäisiin vieraan pääoman lyhentämiseen. Takaisinmaksukyvyyn ollessa 5 %, se tarkoittaa, että vieraan pääoman takaisin maksamiseen kuluu aikaa 20 vuotta (100/5). Yrityksen kasvu ei ole hallittua, jos takaisinmaksukyky heikkenee vastaavalle tasolle. (Laukkanen 2007, 350.)

$$\text{Takaisinmaksukyky} = \frac{\text{Rahoitustulos}}{\text{Korollinen vieras pääoma}} \times 100$$

Yrityksen kasvua voidaan mitata myös laadullisilla mittareilla. Yritys voi kasvaa laadullisesti, kun se pystyy dominoimaan tiettyä segmenttiä tai markkinaa. Laadullista kasvamista on myös osaamisen lisääntyminen yrityksessä. Lisäksi yritys voi panostaa ympäristöön eli toimia vähemmän ympäristö rasittavasti. Tärkein laadullisen kasvun elementti on asiakaskannan laadun parantuminen, kuten asiakkaan keskimääräisen kannattavuuden parantuminen. (Storbacka 2005, 32 - 33.)

### 3.2 Kannattavuus

Liiketoiminnan tarkoituksena on olla kannattavaa. Yritys ei pysty toimimaan, mikäli se ei ole pitkällä aikavälillä taloudellisesti kannattava. Kannattavuuden avulla yritys voi hakea kasvua, turvata työpaikat ja täyttää ympäristö- ja sosiaaliset vastuut. Kannattavuus syntyy, kun yrityksellä on tuloja enemmän, kuin tulojen hankkimisesta syntyneitä menoja. (Eklund & Kekkonen 2011, 63; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 172; Kinnunen ym. 2002, 124 - 127; Ikäheimo ym. 2011, 63 - 64.)

Kannattavuuden arviointi tapahtuu joko absoluuttisena lukuna tai suhteutettuna johonkin tuloslaskelman tai taseen erään. Kannattavuuden tunnuslukuja vertaillaan kahdella periaatteella, toisessa 12 kuukauden tulosta verrataan pääomaan ja toisessa liikevaihtoon. Absoluuttisen kannattavuusluvun käyttäminen on haasteellista, koska yrityksen koko voi muuttua ajan kuluessa ja yritykset eivät ole keskenään saman suuruisia, jolloin keskinäinen vertaaminen on vaikeaa. Suhteellisessa kannattavuudessa voitto suhteutetaan yritykseen sijoitettuun pääomaan. Tunnusluvut, jotka lasketaan tuloslaskelmasta, verrataan välituloksia *liiketoiminnan tuotot yhteensä* -erään. Tuloslaskelmasta voidaan käyttää monia eri tuloseriä, kuten *liikevoittoa*, *tulosta ennen veroja* tai *tilikauden tulosta* eli *nettotulosta*. (Eklund & Kekkonen 2011, 63; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 172; Kinnunen ym. 2002, 124 - 127; Ikäheimo ym. 2011, 63 - 64; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 60.)

Yrityksen todellinen kannattavuus saadaan selvillä vasta totaalikaudelta eli yrityksen olemassaoloajalta. Toiminnan päätyttyä tiedetään kaikki syntyneet tulot ja menot, joiden erotuksesta nähdään, oliko toiminta kannattavaa vai ei. Totaalikauden kannattavuutta arvioitaessa on otettava huomioon rahan aika-arvo. Rahan arvo muuttuu ajan kuluessa. Diskonttaustekijän avulla eri vuosiin sijoittuvat tulot ja menot saadaan vertailukelpoisiksi. Diskonttaustekijään sisältyy sisäinen korkokanta, jonka avulla saadaan selville totaalikauden suhteellinen kannattavuus. Sisäinen korkokanta voidaan selvittää vasta yritystoiminnan päätyttyä. Sitä ei voi hyödyntää tutkiessa tietyn tai tiettyjen tilikausien kannattavuutta. (Kinnunen ym. 2002, 124 - 127.)

Tilinpäätöstä analysoidessa laskettuja tunnuslukuja vertaillaan ja suhteutetaan niille annettuihin yleisiin ohjearvoihin, yrityksen aikaisempiin arvoihin, kilpailijan



tunnuslukuihin ja koko toimialan tunnuslukutilastoon. Yleisiä ohjearvoja on hankala määrittää maailmanlaajuisesti, joka hankaloittaa eri maissa operoivien yritysten vertailua. Suomessa ohjearvot on säätänyt Yritystutkimus ry. (Kinnunen ym. 2002, 149.)

Yrityksen talouden kehittymistä voidaan selvittää yrityksen tunnuslukuja vertailemalla vastaaviin aiempiin tunnuslukuihin. Näin saadaan selville, miten yrityskaupat, divestointi eli liiketoimintayksiköstä luopuminen tai uuden tuotteen lanseeraus on vaikuttanut yrityksen talouteen. Tunnuslukuihin voi vaikuttaa myös yrityksen omien ratkaisujen lisäksi yleistaloudelliset ja toimialakohtaiset tekijät. (Kinnunen ym. 2002, 150.)

Kahta samalla alueella ja toimialalla toimivaa yritystä verratessa, voidaan olettaa yleistaloudellisten ja toimialakohtaisten tekijöiden vaikuttaneen yrityksiin samalla tavalla. Näin yritysten tunnuslukujen eroavaisuuden selittää molempien yritysten yritysکوhtaisilla tekijöillä. Vastinparirytysten välinen vertailu antaa tietoa valitun strategian vaikutuksista. Toimialan tilastot tarjoavat myös hyvän vertailupohjan yrityksen tunnusluvuille. Toimialatilaston avulla voidaan selvittää tunnuslukuun vaikuttavat yritysکوhtaiset tekijät, kun yrityksen tunnusluvusta vähennetään tunnusluvun toimialakeskiarvo. Yrityksen tunnuslukuun vaikuttavat yleistaloudelliset, toimialakohtaiset ja yritysکوhtaiset tekijät, kun taas toimialakeskiarvoon vaikuttavat vain yleistaloudelliset ja toimialakohtaiset tekijät. (Kinnunen ym. 2002, 150-151.)

Toimialakeskiarvoon verrattaessa on otettava huomioon yritysten lukumäärä, joista keskiarvo on laskettu. Mitä pienempi yritysjoukko on, sitä suurempi vaikutus yksittäisellä yrityksellä on. Mikäli joukossa on yksi muista selvästi poikkeava yritys, se vääristää keskiarvoa. Tällaisessa tilanteessa on syytä käyttää mediaania, joka kertoo joukon keskimmäisen arvon, jolloin yksittäinen poikkeama ei vaikuta niin paljon, kuin keskiarvoon. Toimialatilastoja voidaan käyttää apuna, kun halutaan luokitella yrityksiä tunnuslukujen perusteella. Toimialatilaston avulla määritellään halutulle kohteelle alakvartiili, mediaani ja yläkvartiili. Näiden avulla tunnusluku-arvo saadaan jaettua neljään osaan, joissa jokaisessa on prosentuaalisesti yhtä monta yritystä. Näin voidaan esimerkiksi luokitella yritykset tietyn tunnusluvun perusteella luokkiin heikko, välttävä, tyydyttävä ja hyvä. (Kinnunen ym. 2002, 150 - 153.)

### 3.2.1 Tuloslaskelman tunnusluvut

Käytettäessä voittomarginaaleja tai voittoprosentteja, voidaan paremmin verrata yrityksiä keskenään ja saman yrityksen eri vuosia. Voittomarginaaleja saadaan, kun absoluuttinen kannattavuus suhteutetaan toiseen tuloslaskelman erään, kuten liikevaihtoon. Se kertoo yrityksen toimintavasta eli myykö yritys paljon tuotteita vähäisellä katteella vai vähän tuotteita suuremmalla katteella. Tämän takia se soveltuu yleensä huonosti yritysten väliseen vertailuun. Vertailulla pystytään kuvaamaan hyvin yrityksen omaa kannattavuuskehitystä. Tällaisia tunnuslukuja ovat liikevoittoprosentti ja käyttökateprosentti. (Ikäheimo ym. 2011, 63; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 172.)

#### Myyntikate

Myyntikate -tunnuslukua käytetään tukku- ja vähittäiskaupan alalla yleisesti. Kaupanalan myyntikate saadaan, kun liikevaihdosta vähennetään tilikauden aikaiset ostot, johon lisätään alku- ja loppuvaraston erotus. Myyntikateprosentti saadaan selville, kun myyntikate jaetaan liikevaihdolla ja näiden osamäärä kerrotaan sadalla. Myyntikatteella täytyy saada katettua yrityksen kiinteät kustannukset. myyntikatteen analysoimiseksi tunnuslukua tulisi tarkastella tuote- ja asiakaskohtaisesti, jolloin yritys pystyy panostamaan kannattaviin ja katetta tuoviin tuotteisiin ja asiakkaisiin. Mikäli myyntikate on negatiivinen, se tarkoittaa, että myyntihinta on liian alhainen. (Koski 2016, 7; Niskavaara 2016; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 60.)

+ Liikevaihto
- Ostot tilikauden aikana
- Alkuvarasto
+ Loppuvarasto
= Myyntikate

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

## Käyttökate

Käyttökate ei ole suoraan tuloslaskelmassa välituloksena, vaan tunnusluku saadaan lisäämällä liiketulokseen poistot ja arvonalentumiset. Käyttökateprosentti saadaan, kun käyttökate jaetaan liiketoiminnan tuottojen yhteissummalla ja näiden osamäärä kerrotaan sadalla. Yritysten käyttökateprosenttia kannattaa verrata vain saman toimialan sisällä. Tunnusluvun käyttöä heikentää yritysten erilainen tuotantovälineiden omistusrakenne. Osa yrityksistä omistaa itse tuotantovälineensä, jolloin niistä tehdään poistot. Osa yrityksistä taas vuokraa ne, jolloin vuokratulot sisältyvät tuloslaskelmassa ennen käyttökateprosenttia oleviin liiketoiminnan muihin kuluihin. Lisäksi käyttökateprosenttia vertailtaessa tulee ottaa huomioon vieraan pääoman rahoituskulujen määrä. Kaupanalalla käyttökateprosentit asettuvat yleensä kahden ja kymmenen prosentin välille. Jos yrityksen myyntikate on positiivinen, mutta käyttökate on negatiivinen, se viestii, että myyntimäärä on liian alhainen. (Ikäheimo ym. 2011, 63 - 64; Koski 2016; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 172 - 173; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 60 - 61.)

$$\text{Käyttökate} = \text{Liiketulos} + \text{poistot ja arvonalentumiset}$$

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

## Liikevoitto

Liikevoittoprosentti kuvaa hyvin yrityksen oman kannattavuuden kehitystä. Siinä suhteutetaan liikevoitto tilikauden liikevaihtoon. Tunnusluvusta selviää, kuinka suuri on yrityksen kate eli kuinka kustannustehokkaasti yritys on onnistunut hankkimaan liikevaihtonsa. Ikäheimon (2011, 63 - 64) mukaan tunnuslukua voi käyttää toimialakohtaisia eroavaisuuksia verratessa, kuin toimialan sisäisiä yrityksiä verratessa. Leppiniemen ja Kykkäsen (2015, 172 - 173) mukaan tunnusluku soveltuu huonosti yritysten väliseen vertailuun. Liikevoittoprosentin laskukaavassa liikevoitto jaetaan liikevaihdolla ja niiden osamäärä kerrotaan sadalla. Liikevoittoprosentin ollessa yli kymmenen sen arvioidaan olevan hyvä, prosentin ollessa viiden ja kymmenen välissä arvo on tyydyttävä ja prosentin ollessa alle viis arvioidaan

sen olevan heikko. Mikäli yrityksen käyttökate on positiivinen, mutta liikevoitto on negatiivinen, tällainen tilanne tarkoittaa, että yrityksen myyntimäärä on liian alhainen suhteessa investointeihin. (Koski 2016; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 61 - 62.)

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

### Netto- ja rahoitustulos

Nettotuloksen on oltava positiivinen, jotta yritystoiminta on kannattavaa. Halu vahvistaa pääomarakennetta ja halutut voitonjakotavoitteet vaikuttavat nettotuloksen vähimmäistason määrittelyyn. Nettotulos saadaan, kun liiketulokseen lisätään rahoitustuotot ja vähennetään rahoituskulut ja verot. (Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 62.)

Nettotulokseen lisäämällä poistot ja arvonalentumiset saadaan rahoitustulos. Yritystutkimus ry määrittelee rahoitustulosta seuraavasti:

Rahoitustuloksen tulee riittää lainojen lyhennyksiin, investointien omarahoitukseen, käyttöpääoman lisäykseen ja voitonjakoon omalle pääomalle, joten sen on ylitettävä nollataso lyhyelläkin aikavälillä. (Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 62.)

### 3.2.2 Pääoman tuotto prosentit

Yritysten välisessä kannattavuusvertailussa käytetään pääoman tuotto prosenttia, joka kertoo tilikauden tuloksen suhteessa käytössä olleeseen pääomaan. Tunnusluvusta on muunnelmia aina sen mukaan, mistä suunnasta pääoman tuottavuutta tarkastellaan. Sijoitetun ja oman pääoman tuotto prosenttien avulla voidaan tarkastella oman pääoman tai vieraan pääoman sijoittajalle sijoituksilleen saamaa korkoa. Nämä ovat tärkeimpiä pääoman tuottoa kuvaavia tunnuslukuja. Näissä tunnusluvuissa otetaan huomioon sekä pääoma että tulos. (Ikäheimo ym. 2011, 65 -

66; Kinnunen ym. 2002, 127 - 132; Kinnunen ym. 2010, 57; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 173.)

Oman ja vieraan pääoman tuotto prosenttien lisäksi voidaan tarkastella tilannetta kokonaistalouden eli kansantalouden näkökulmasta. Tässä näkökulmassa tutkitaan yrityksen tuottamaa lisäarvoa eli voittoa, rahoittajan saamia korvauksia ja yrityksen maksamia veroja suhteessa sitoutuneeseen pääomaan. Tunnuslukuja laskeessa on otettava huomioon satunnaisten tuottojen ja kulujen vaikutus tunnuslukuun. Tällaiset mahdollisesti kertaluonteiset erät voivat vaikuttaa tunnuslukuihin voimakkaasti. Siksi ne jätetään usein pois tunnuslukuja laskeessa. (Ikäheimo ym. 2011, 65 - 66; Kinnunen ym. 2002, 127 - 132; Kinnunen ym. 2010, 57; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 173.)

Pääoman tuottoasteet voidaan jakaa osiin, jolloin niistä on helpompi analysoida kannattavuutta. Tuottoasteet voidaan jakaa myynnin voitto prosenttiin ja pääoman kiertonopeuteen. Tällä tavalla pystytään kuvailemaan, mistä yrityksen kannattavuus koostuu. Pääoman tuotto prosenttien laskukaavoissa esiintyy jonkin verran eroavaisuuksia osoittajan suhteen. Osoittajana voidaan käyttää edellisen tilikauden lopun, päättyneen tilikauden lopun tai tilikausien keskimääräistä tase-arvoa. (Ikäheimo ym. 2011, 65 - 66; Kinnunen ym. 2002, 127 - 132; Kinnunen ym. 2010, 57; Leppiniemi & Kykkänen 2015, 173.)

#### Kokonaispääoman tuotto prosentti

Kokonaispääoman tuotto prosentti mittaa yrityksen kannattavuutta, johon ei vaikuta yritysmuodon verotustekniikka tai yhtiön veronmaksupolitiikka. Tunnusluvulla mitataan, kuinka yritys pystyy tuottamaan tulosta kaikelle toimintaan sitoutuneelle pääomalle. Tunnusluku on erityisen hyödyllinen sellaisessa tilanteessa, kun pääomaa ei voida jakaa korolliseen ja korottomaan pääomaan. Sijoitetun pääoman tuotto prosenttin käyttäminen edellyttää, että korollisen pääoman määrä voidaan selvittää toisin kuin kokonaispääoman tuotto prosentti. Tunnusluvun vertailtavuuteen vaikuttaa tehdyt arvonkorotukset, koska arvonkorotuksia tehneiden yritysten tuotto prosentit jäävät alhaisemmiksi, kuin niiden yritysten, jotka eivät ole tehneet arvonkorotuksia. Arvonkorotuksia tekemättömät yritykset käyttävät tasearvojen

pohjana hankinta-arvoja. Yrityksen eri tilikausien väliseen vertailuun tulee epäjatkuvuuskohta arvonkorotusvuotena tai arvonkorotusta purettaessa. (Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 63 - 64.)

Kokonaispääoman tuotto-% saadaan, kun nettotuloksen (voiton), rahoituskulujen ja verojen summa jaetaan kokonaispääomalla, ja tämä osamäärä kerrotaan sadalla. Kokonaispääoma on taseen loppusumma tai peräkkäisten vuosien taseiden loppusummien keskiarvo. Tunnuslukua laskiessa on hyvä ottaa huomioon, jos yrityksellä on huomattavia rahoitustuottoja ja kuluja, jotka ovat selvästi kauttakulueriä. Tällaiset erät voi netottaa keskenään. Oman pääoman ollessa negatiivinen kokonaispääoma on vähintään saman suuruinen, kuin vieras pääoma. Tilikauden poiketessa 12 kuukauden jaksosta, muutetaan nettotulos, rahoituskulut ja verot vastaamaan 12 kuukauden mittaista jaksoa. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 174; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 63 - 64.)

Kokonaispääoman tuotto-%	=	$\frac{\text{Nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot (12 kk)}}{\text{Kokonaispääoma}}$	x	100
--------------------------	---	---	---	-----

Kokonaispääoman tuotto-%:n ollessa yli 10, arviointi on hyvä. Arviointi on tyydyttävä prosentti ollessa 5 - 10 ja heikko, kun prosentti on alle viisi. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 174 - 175; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 64)

Kokonaispääoman tuotto-%:n ohjearvot	
Tuotto-%	Arviointi
yli 10 %	hyvä
5 - 10 %	tyydyttävä
alle 5 %	heikko

### Sijoitetun pääoman tuotto-%

Sijoitetun pääoman tuotto-% kertoo, paljonko on saatu tuottoa sellaiselle yritykseen sijoitetulle pääomalle, joka vaatii korkoa tai muuta tuottoa. Tunnusluvun vertailukelpoisuutta yritysten välillä voi heikentää tilanne, jossa ei ole tietoa vieraan pääoman jakamisesta tuottoa vaatimattomaan eli korottomaan ja tuottoa vaati-

vaan eli korolliseen pääomaan. Tehdyt arvonkorotukset ja suuret investoinnit hankaloittavat myös tunnusluvun vertailtavuutta. Äskettäin tehdyt investoinnit heikentävät tunnusluvun luotettavuutta, koska taseeseen on sitoutunut paljon pääomaa, mutta investoinnista syntyvä tulo ei vielä näy tuloslaskelmalla. Tilanne on samanlainen myös vasta toimintansa aloittaneissa yrityksissä. (Ikäheimo ym. 2011, 65 - 66; Laitinen 2002, 52; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 64 - 65.)

Sijoitetun pääoman tuotto-% saadaan laskemalla yhteen voitto (nettotulos), rahoituskulut sekä verot ja jakamalla summa tilikauden keskimääräisellä sijoitetun pääoman määrällä. Sijoitetun pääoman määrä saadaan vähentämällä taseen loppusummasta korottomat erät, kuten vieraaseen pääomaan sisältyvät osto- ja siirtovelat sekä ennakot. Pääomaan otetaan mukaan myös niin sanotut pitkäaikaiset nolla korkoiset lainat. Sijoitettu pääoma lasketaan tilikauden alun ja lopun keskiarvona. Tilikauden poiketessa 12 kuukaudesta, se tulee muuttua vastaamaan 12 kuukauden ajanjaksoa. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 173 - 174; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 64 - 65.)

Sijoitetun pääoman tuotto-%	=	$\frac{\text{Nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot (12 kk)}}{\text{Sijoitettu pääoma keskimäärin tilikaudella}} \times 100$
--------------------------------	---	--

Tunnusluville on annettu suuntaa antavia ohjearvoja. Sijoitetun pääoman tuotto-%:n avulla arvioitaessa yrityksen kannattavuutta tulee ottaa huomioon myös yrityksen toiminnan sisältämä riski. Mitä riskialttiimmalla toimialalla yritys toimii, sitä suurempaa tuottoa pääomalta odotetaan. Sijoitetun pääoman tuotto-% on ohjeellisten arvojen mukaan hyvä, mikäli prosentti on yli 15. Prosentin ollessa 0 - 15, on arvo tyydyttävä ja jos prosentti on negatiivinen, arviointi on heikko. Leppiniemi huomauttaa kirjassaan, että ohjearvoja käyttävän on itse huomioitava analysoitavaan yritykseen liittyvä riski. Yritystutkimus ry:n mukaan sijoitetun pääoman tuotto-% on välttävä, kun se on vähintään keskimääräisen vieraasta pääomasta maksettavan rahoituskuluprosentin suuruinen. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 174 - 175; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 65)

Sijoitetun pääoman tuotto-%n ohjearvot	
Tuotto-%	Arviointi
yli 15 %	hyvä
0 - 15 %	tyydyttävä
alle 0 %	heikko

### Oman pääoman tuotto-%

Oman pääoman tuotto-% kertoo, kuinka paljon tuottoa on saatu aikaan omalla pääomalla. Tuottoa verrataan omistajien vaatimaan tuottoon. Omistajien asettama tuottovaatimus riippuu yritystoimintaan liittyvästä riskistä. Tuottovaatimus on sitä korkeampi, mitä suurempi riski yrityksen toimintaan liittyy. Vieraan pääoman ohella yrityksen on pystyttävä luomaan tuottoa myös omalle pääomalle. Yrityksen tekemät arvonnkorotukset vaikuttavat tunnusluvuista eniten oman pääoman tuotto-%:n. (Ikäheimo ym. 2011, 65 - 66; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 65.)

Oman pääoman tuotto-%:ssa voitto (nettotulos) jaetaan oman pääoman keskimääräisellä määrällä, joiden osamäärä kerrotaan sadalla. Oman pääoman tuotto-%:ssa oleva jakaja käytetään tilikauden alun ja lopun taseen oman pääoman keskiarvoa. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 173 - 174; Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi 2011, 65.)

$\text{Oman pääoman tuotto-\%} = \frac{\text{Nettotulos (12 kk)}}{\text{Oikaistu oman pääoma keskimäärin tilikaudella}} \times 100$
---

### 3.2.3 Kannattavuuden parantaminen

Yrityksen kannattavuutta voi parantaa neljän kannattavuuteen vaikuttavan tekijän avulla. Kannattavuuteen vaikuttavat tekijät ovat myyntihinta sekä myyntimäärä, muuttuvat kustannukset sekä kiinteät kustannukset. Myyntiin vaikuttaa myytyjen tuotteiden määrä ja myyntihinta. Muuttuviin kustannuksiin vaikuttaa myytyjen tuot-



teiden ostohinta. Kannattavuuden parantaminen voidaan jakaa myynnin kasvattamiseen ja kustannusten karsimiseen. Myyntiä voi yrittää saada suuremmaksi kasvattamalla myytyjen tuotteiden määrää tai korottamalla myyntihintaa. Kustannuksia voi vähentää ostamalla tuotteet halvempaan hintaan tai karsimalla kiinteitä kustannuksia. (Eklund & Kekkonen 2016, 86 - 87.)

Yksittäisen tekijän vaikutusta kannattavuuteen voi tutkia herkkyyksanalyysin avulla. Siinä yhtä tekijää kerrallaan muuttamalla saadaan selville, mikä tekijä vaikuttaa eniten. Herkkyyksanalyysi ei ota huomioon tekijöiden muutosten vaikutusta toisiinsa, kuten myyntihinnan nostamisen vaikutusta myyntimäärään. (Eklund & Kekkonen 2016, 87 - 88.)

Myyntituottojen kasvattaminen myyntimäärää lisäämällä vaatii markkinoinnin tehostamista tai muita myyntimäärää lisääviä toimenpiteitä. Markkinointia voidaan kohdentaa tietyille segmentille tai kokonaan uudelle alueelle. Myyntimäärän kasvattaminen ei paranna yrityksen katetuotto prosenttia, mutta euromääräistä kate tuottoa se suurentaa, jolloin yrityksellä on enemmän rahaa kiinteiden kustannusten kattamiseen. (Eklund & Kekkonen 2016, 88 - 89.)

Myynnin lisääminen myyntihintaa nostamalla parantaa kannattavuutta, jos myyntimäärä ei laske korotuksen vaikutuksesta. Hinnan nostaminen usein laskee myyntimäärää. Kysynnän hintajoustolla tarkoitetaan hinnan muutoksen vaikutusta myyntimäärään. Markkinoiden kilpailutilanne vaikuttaa mahdollisuuteen korottaa hintoja. Kustannusten nousu vaikuttaa myös hintoihin, tällöin hintoja joudutaan nostamaan säilyttääkseen entisen kannattavuuden tason. (Eklund & Kekkonen 2016, 90 - 91.)

Kannattavuuden parantamiseksi yleisin toimenpide on kustannusten karsiminen, koska siihen ei liity samanlaisia epävarmuustekijöitä, kuin myynnin kasvattamiseen. Kustannusten karsiminen jaetaan muuttuvien ja kiinteiden kustannusten karsimiseen. Muuttuvia kustannuksia voi pienentää ostamalla tuotteita halvemmalla, ostamalla suurempia määriä kerralla, jolloin voi saada suuremmat alennusprosentit sekä toimintoja tehostamalla. Kiinteiden kustannusten karsiminen tapahtuu tarkastelemalla hallinnon prosesseja, tiloja ja niiden käyttöä sekä esimerkiksi vakuutuksia. (Eklund & Kekkonen 2016, 91 - 93.)

#### 4 AINEISTO, TUTKIMUSMENETELMÄT JA TULOKSET

Tämän opinnäytetyön tutkimusaineisto koostuu Voitto+ -rekisteristä kerätyistä tilinpäätöksistä. Opinnäytetyön empiirisessä osassa tutkitaan miten kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvu ja kannattavuus ovat kehittyneet vuodesta 2011 vuoteen 2015. Rekisterissä on saatavilla vain tilinpäätöksensä julkistavien yritysten tilinpäätöstiedot, joten aineistoon saatiin kerättyä vain tilinpäätöksensä julkistavien osakeyhtiöiden ja osuuskuntien tilinpäätökset. Aineistoa rajattiin toimialan ja yrityksen sijainnin mukaan. Aineistoon kerättiin vain ne yritykset, jotka sijaitsevat Kainuussa eli Hyyrynsalmella, Kajaanissa, Kuhmossa, Paltamossa, Puolangalla, Ristijärvellä, Sotkamossa, Suomussalmella ja Vaalassa. Vaalassa sijaitsevat yritykset ovat mukana, koska Vaalan kunta kuului Kainuun maakuntaa vuoden 2015 loppuun asti.

Aineiston yritykset on luokiteltu Tilastokeskuksen Toimialaluokitus 2008 mukaisesti. Aineistosta jätettiin pois kaikki toimialojen ”45 Moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien tukku- ja vähittäiskauppa sekä korjaus” ja ”46 Tukkukauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)” yritykset. Lisäksi aineistosta jätettiin pois toimialan ”47 Vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)” alaisia yrityksiä. Liitteenä on listaus mukaan otetuista ja pois jätetyistä toimialoista. Aineistoon otettiin mukaan yhteensä 61 toimialaa.

Aineistoon kerättiin yhteensä 101 yritystä ja tilinpäätöksiä saatiin yhteensä 442 kappaletta. Tilinpäätökset ovat vuosilta 2008 - 2015. Tilinpäätöksiä oli saatavilla tutkittavilta vuosilta 2011 - 2015 397 kappaletta. Aineistosta poistettiin yritys, joka selvästi poikkesi kokonsa puolesta muusta aineistosta ns. outlier. Aineistoon jäi analysoitavaksi 100 yritystä ja 393 tilinpäätöstä. Yritysten toimialat kerättiin ja lisättiin aineistoon *Yritys- ja yhteisötietojärjestelmästä*, koska toimialat eivät sisällyneet valmiiksi tilinpäätösaineistoon. Tilinpäätösten saatavuuteen vaikuttaa rekisterin päivitysaikataulu ja yritysten tilinpäätösten rekisteröinti. Rekisteri päivitetään kaksi kertaa vuodessa. Aineiston keräämishetkellä rekisteri oli päivitetty viimeksi keväällä 2016. Aineistoon oli mahdollista kerätä viimeisin ja neljä sitä ennen rekisteröityä tilinpäätöstä. Kaikki yritykset eivät olleet rekisteröineet tilinpäätöksiä kaikilta tutkittavilta vuosilta 2011 - 2015, joten tilinpäätöksiä ei ole viideltä vuodelta

sadasta yrityksestä. Osasta tilinpäätöksistä puuttui tuloslaskelman ja taseen eriä, joten kaikkia tunnuslukuja ole ollut mahdollisuutta laskea. Näin ollen kaikkia muuttujia ei ollut saatavilla.

#### 4.1 Tutkimusmenetelmät

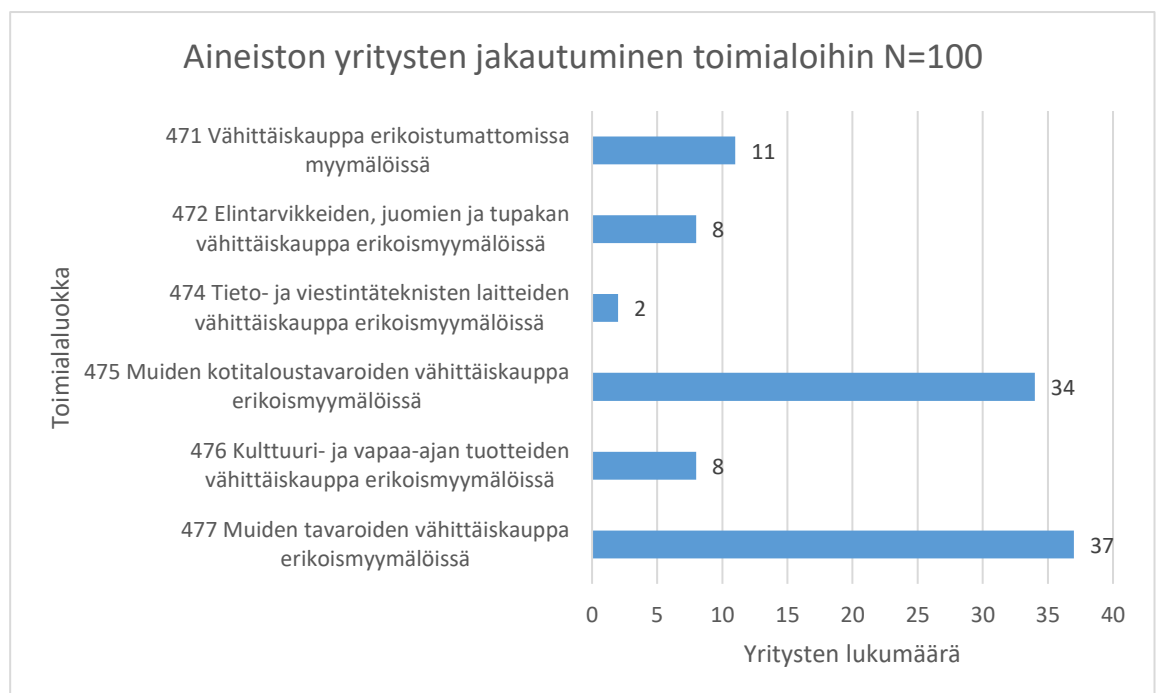
Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytetään määrällistä eli kvantitatiivista menetelmää. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään prosenttiosuuksiin tai lukumääriin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen avulla voidaan selvittää myös asioiden keskinäistä riippuvuutta sekä tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Tutkimuksen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Määrällisellä tutkimuksella pystytään selvittämään vallitseva tilanne, mutta tilanteeseen johtaneiden syiden selvittämiseen tiedot eivät riitä. Tilastollisen päättelyn avulla aineistosta saadut tulokset, pyritään yleistämään laajempaan joukkoon. Tulosten havainnollistamiseen käytetään erilaisia kuvioita ja taulukoita. (Heikkilä 2014, 15.)

Yritysten tilinpäätökset ja tunnusluvut sisältävä Excel-tiedosto vietiin SPSS-ohjelmaan. Aineistosta poistettiin sellaiset tilikaudet, joita opinnäytetyössä ei analysoitu. Yritysten kasvua analysoidaan liikevaihdon muutosprosentin avulla. Kannattavuutta analysoidaan myyntikateprosentin, käyttökateprosentin, liikevoittoprosentilla ja sijoitetun pääoman tuottoprosentilla. Tunnuslukuja tarkastellaan vuosikohtaisesti. Aineistoa kuvattiin jakamalla yritykset eri kokoluokkiin henkilöstön lukumäärän perusteella sekä jakamalla yritykset toimialan mukaan päivittäistavara-kauppaan ja erikoiskauppaan.

Tutkittavat arvot ovat kvantitatiivisia jatkuvia muuttujia. Vuosilukuun liittyvät muuttajat ovat välimatka-asteikon muuttujia ja rahamääriin liittyvät muuttajat ovat suhteasteikon muuttujia. Tässä tutkimuksessa käsitellään vuosilukuja eli tilikausia ja rahamääriä ja niihin perustuvia prosenttilukuja. Tutkimuksessa ei huomioida yrityksen laadullista kasvua.

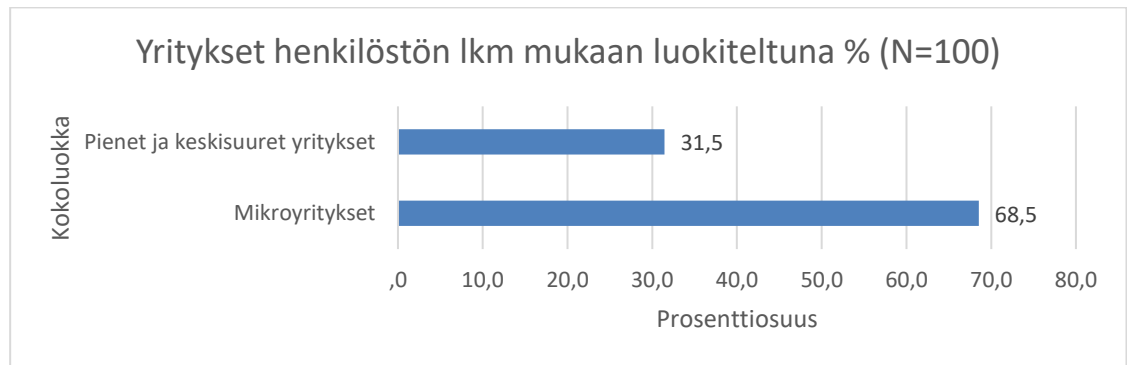
## 4.2 Tulokset

Kuvasta 17 selviää, minkä verran aineiston yrityksistä kuuluu mihinkin toimialaan. Yrityksistä 11 on vähittäiskaupan yrityksistä, jotka toimivat erikoistumattomissa myymälöissä. Loput 89 yritystä toimivat erikoismyymälöissä. Toimialat voi jakaa myös päivittäistavarakauppaan ja erikoiskauppaan. Päivittäistavarakauppaan kuuluvat luokat 471 - 472 eli 19 yritystä ja erikoiskauppaan toimialat 473 - 477 eli 81 yritystä. Suurinta ryhmää edustaa toimialan ”477 Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä” yritykset, joita on 37. Tähän toimialaan kuuluu mm. vaatekauppa, kukkakauppa ja kellojen vähittäiskauppa. Toiseksi eniten on toimialan ”475 Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä” yrityksiä, joita on 34. Tähän toimialaan kuuluu mm. huonekalujen myynti, rauta-kauppa sekä sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa.



Kuva 17. Aineiston yritykset toimialoittain.

Kuvassa 18 aineiston tilinpäätökset on luokiteltu EY:n direktiivin mukaisesti henkilöstön lukumäärän mukaan kokoluokittain. Aineiston yrityksistä 31,5 % on pieniä ja keskisuuria yrityksiä ja 68,5 % mikroyrityksiä.



Kuva 18. Aineiston yritykset jaettu mikro- sekä pieniin ja keskiuuriin yrityksiin.

Taulukossa 6 esitetään aineistoa kuvaavia tunnuslukuja. Euromääräiset summat ovat tuhansina euroina. Yritysten liikevaihdon keskiarvo 1 433 350 euroa, mutta mediaani liikevaihto on 442 000 euroa, eli noin miljoona euroa vähemmän. Aineiston pienin liikevaihto on 2 000 euroa ja suurin 21 160 700 euroa. Tilikauden tuloksen keskiarvo on 14 840 euroa ja mediaani tilikauden tulos on 5 000 euroa. Yritysten taseen loppusumman keskiarvo on 673 700 euroa ja mediaani taseen loppusumma on 248 500 euroa. Liikevaihdon muutosprosentin keskiarvo on 2,22 % ja mediaani -1,7 %. Liikevaihdon muutoksen keskiarvoa nostaa yhden yrityksen yhden tilikauden voimakas liikevaihdon kasvu. Henkilökunnan lukumäärän keskiarvo on 9,41 henkilöä ja mediaani on 5,0 henkilöä. Liikevaihdon ja henkilömäärän osamäärän keskiarvon on 190 100 euroa ja mediaani on 143 000 euroa.

Taulukko 6. Aineistoa kuvaavia tunnuslukuja vuosilta 2011 - 2015

	N	Keskiarvo	Alakvartiili	Mediaani	Yläkvartiili	Minimi	Maksimi	Keskihajonta
LIKEVAIHTO 1000 €	391	1 433,35	191,00	442,00	1 370,00	2,00	21 160,70	2 608,15
TILIKAUDEN TULOS 1000 €	393	14,84	-6,00	5,00	28,00	-939,00	708,00	104,44
TASEEN LOPPU- SUMMA 1000 €	393	673,70	113,00	248,50	821,50	1,00	10 425,70	1 112,57
Liikevaihdon muu- tos %	355	2,22	-11,50	-1,70	7,20	-92,00	828,60	53,67
Henkilökunnan lkm	232	9,41	3,00	5,00	13,00	1,00	58,00	10,01
Liikevaihto / henkilö (1000e)	232	190,10	96,48	143,00	233,73	7,50	4 003,20	277,42
Myyntikate 1000 €	323	535,47	97,00	235,00	619,00	-438,00	3 932,10	752,60
Myyntikate-%	323	40,31	29,76	40,92	52,00	-45,33	93,54	17,77
Käyttökate-%	393	2,75	-0,15	3,50	8,35	-150,00	64,30	18,24
Liikevoitto-%	393	-0,21	-1,95	2,30	6,35	-150,00	64,30	19,36
Sijoitetun pääoman tuotto-%	393	4,44	-2,35	5,40	16,10	-181,40	200,00	27,54

Tilastokeskuksen mukaan pienten ja keskisuurten vähittäiskauppojen liikevaihto on laskenut vuosien 2012 - 2015 aikana 2,14 %. Finnveran tilinpäätöstilaston mukaan vuoden 2011 liikevaihdon muutos-% mediaani on 4 % ja vuonna 2012 1 %. Vuosien 2013 - 2015 aikana mediaani on 0 %. Aineiston yritysten liikevaihdon muutoksen mediaani on -1,7 %. Kaupan liiton mukaan kaupan alan liikevaihto on laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana. Aineiston perusteella kainuulaisten vähittäiskauppojen liikevaihto on myös laskenut. (Finnvera tilinpäätöstilastot; Kaupan vuosi 2015; Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)

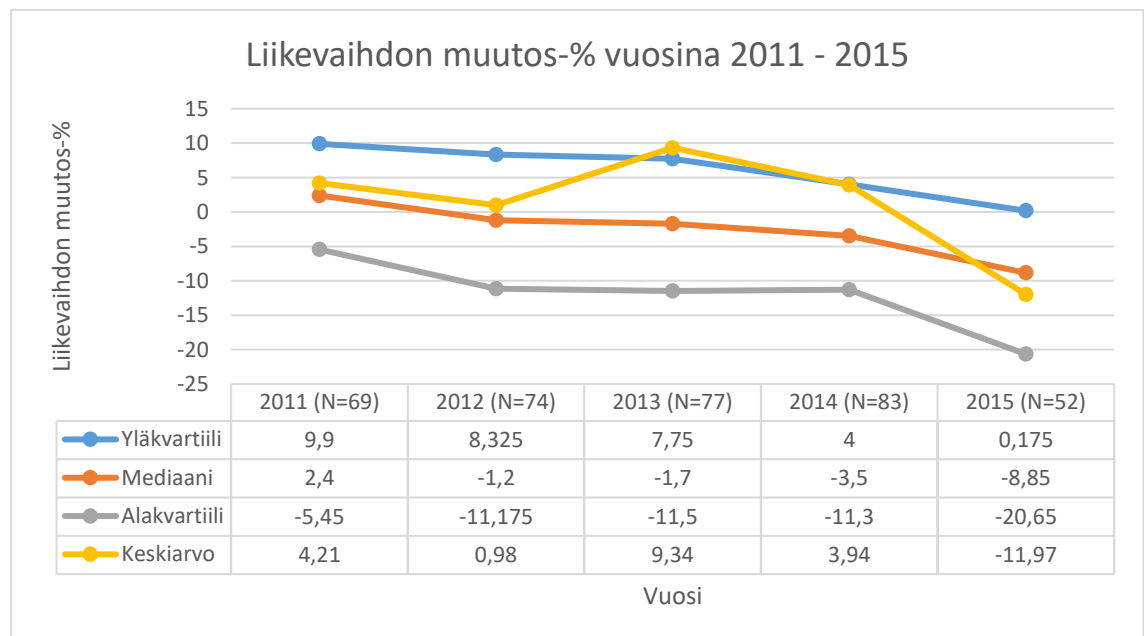
Myyntikateprosentin keskiarvo on 40,31 % ja mediaani 40,92 %. Keskiarvo ja mediaani ovat hyvin lähellä toisiaan. Tilinpäätöstilastojen mukaan kaupan alan myyntikate-%:n keskiarvo (n. 30 %) on matalampi kuin aineiston yritysten. Yleisten kaupan alan tilastojen myyntikatteen mediaani on pari %-yksikköä korkeampi kuin aineiston. Tutkimuksen mukaan kainuulaiset kaupat ovat myyntikatteeltaan Suomen keskitasoa. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)

Yritysten käyttökateen keskiarvo on 2,75 prosenttia ja mediaani on hieman korkeampi 3,5 prosenttia. Kaupan alalla käyttökateprosentit ovat yleisesti 2 - 10 %. Keskiarvo ja mediaani asettuvat yleisiin arvoihin. Tilinpäätöstilaston mukaan käyttökateen keskiarvo vaihtelee vuosien 2011 - 2015 aikana 3,1 - 4,2 % välillä. Aineiston yritysten käyttökateen keskiarvo on tilastoa alhaisempi. Tilaston käyttökateen mediaani on jopa 2 %-yksikköä alhaisempi kuin aineiston yritysten. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)

Liikevoiton keskiarvo on -0,21 % ja mediaani 2,3 %. Mediaani on selvästi parempi, kuin keskiarvo, mutta molemmat luokitellaan olevan heikolla tasolla. Tilastokeskuksen mukaan kaupan alan yritysten liikevoiton keskiarvo vaihtelee vuosien 2011 - 2015 aikana 1,6 - 2,8 prosentin välillä. Aineiston yritysten liikevoiton keskiarvo on selvästi matalampi kuin tilinpäätöstilaston. Aineiston liikevoiton mediaani on tilinpäätöstilaston mediaania parempi 2 %-yksikköä. Yritystutkimus ry:n antamien ohjearvojen mukaan liiketuloksen ollessa alle 5 prosenttia, tunnusluku on heikolla tasolla. Aineiston ja tilinpäätöstilaston yritysten liikevoitto on heikolla tasolla. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot; Yritystutkimus ry 2011, 61-62.)

Sijoitetun pääoman tuotto-%:n keskiarvo on 4,44 % ja mediaani on 5,40 %. Molemmat arvot ovat tyydyttävällä tasolla. Yläkvartiili on hyvällä tasolla sen ollessa 16,10 prosenttia. Finnveran tilinpäätöstilaston mukaan sijoitetun pääoman tuotto-%:n mediaani vaihtelee vuosien 2011 - 2015 aikana 1 - 4 % välillä. Aineiston yritykset ovat mediaanin mukaan pystyneet tuottamaan tulosta sijoitetulle pääomalla tilastoja paremmin. (Finnvera tilinpäätöstilastot.)

Kuvassa 19 on kuvattuna aineiston perusteella yritysten liikevaihdon muutosprosentti vuosina 2011 - 2015. Keskiarvoa nostaa vuotena 2013 yhden yrityksen voimakas liikevaihdon kasvu. Liikevaihdon muutosprosentin yläkvartiili ja mediaani ovat laskeneet joka vuosi. Alakvartiili on pysynyt vuodet 2012 - 2014 samalla tasolla, mutta laskenut viimeisenä vuotena.

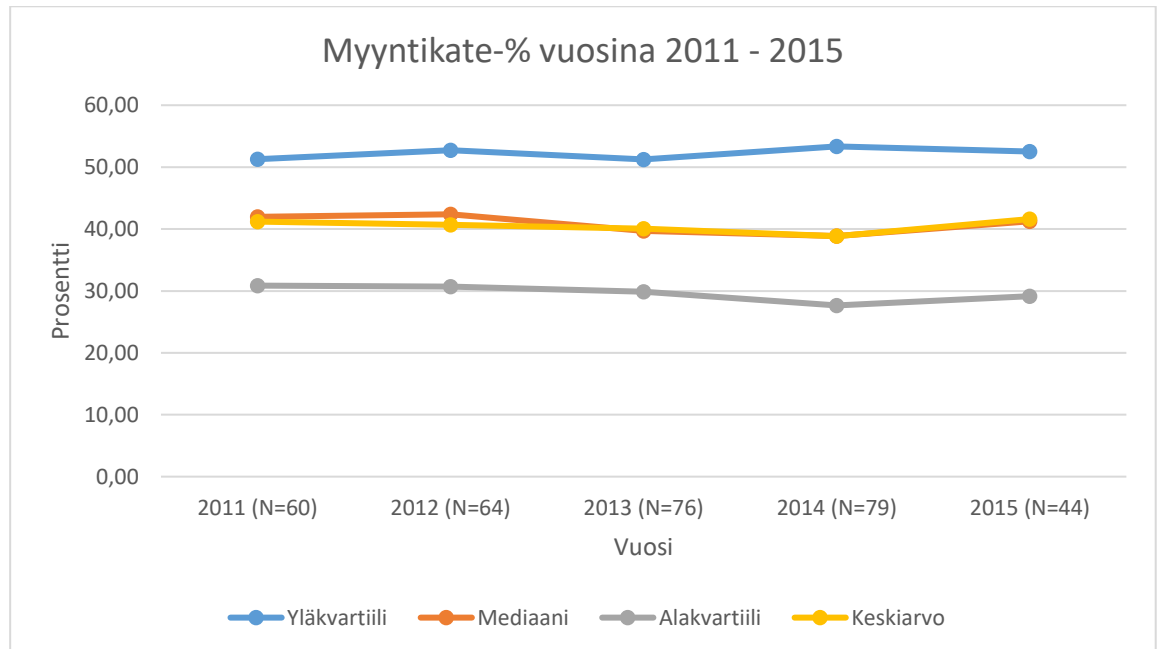


Kuva 19. Aineiston yritysten liikevaihdon muutos-% vuosina 2011 - 2015

Havainnollistetaan liikevaihdon muutosta kuvitteellisen esimerkkiyritys A:n avulla. Mikäli A:n liikevaihto olisi kehittynyt keskiarvon mukaisesti, yritys A:n liikevaihto olisi kasvanut vuosien 2011 - 2015 aikana noin 5,2 %. Mikäli A:n liikevaihto olisi kehittynyt vuosien 2011 - 2015 aikana mediaanin mukaisesti, yritys A:n liikevaihto olisi laskenut noin -12,2 %. Mediaani kuvaa tilanteessa paremmin yritysten todellista kehitystä kuin keskiarvo.

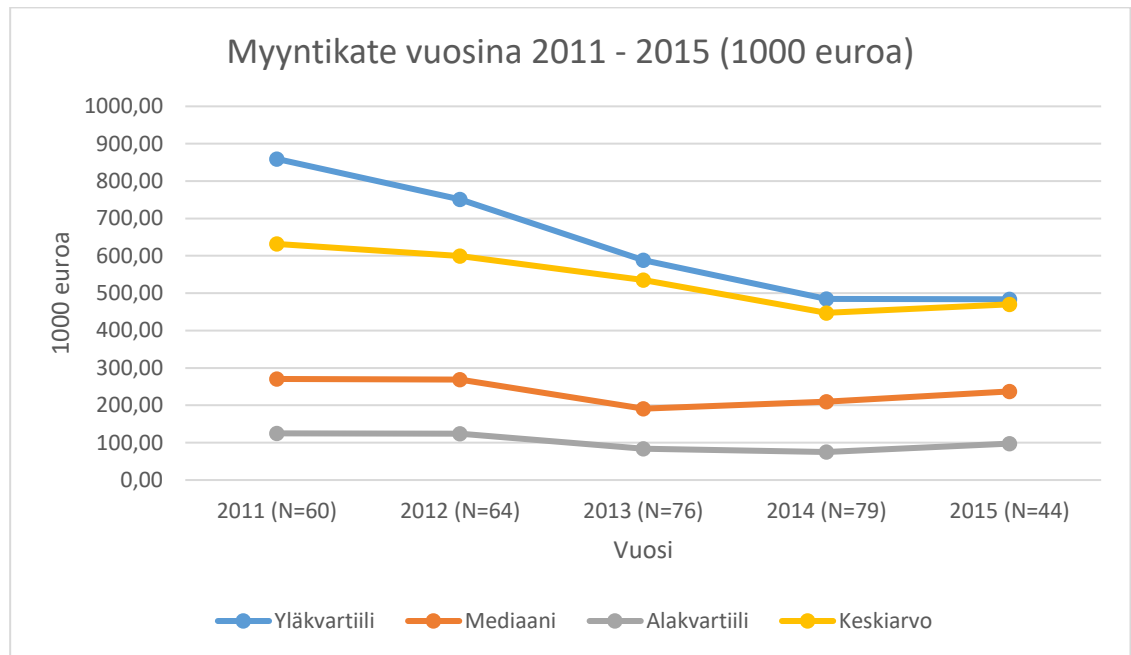


Aineiston yritysten myyntikate-% on pysynyt vuosien 2011 - 2015 aikana samalla tasolla. Keskiarvo ja mediaani ovat hyvin lähellä toisiaan noin 40 prosentissa ja 50 prosentilla yrityksistä myyntikate-% on 30 - 50 %. Myyntikatteen kehitystä on kuvattuna kuvassa 20.



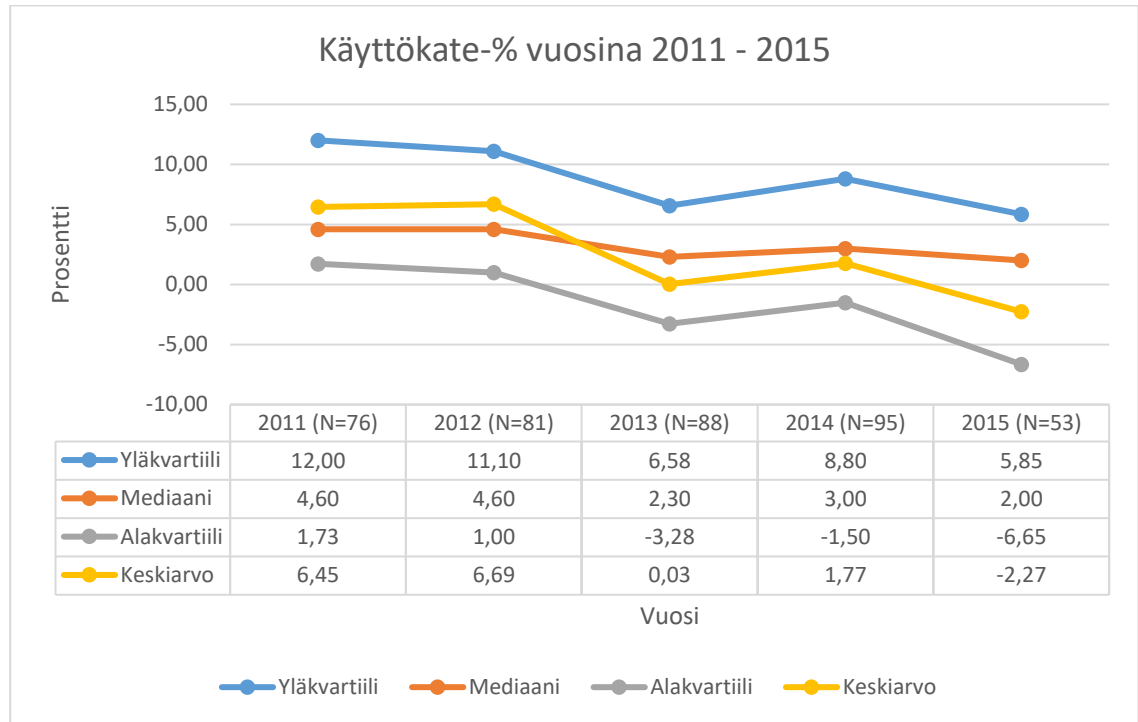
Kuva 20. Aineiston yritysten myyntikate-% vuosina 2011 - 2015

Kuvassa 21 on nähtävissä, kuinka paljon euromääräinen myyntikate on muuttunut vuosien 2011 - 2015 aikana. Alakvartiili ja mediaani ovat pysytelleet samalla tasolla, ilman suurempia muutoksia. Keskiarvo ja yläkvartiili ovat selvästi laskeneet. Yläkvartiili on laskenut vuosien 2011 - 2015 välillä melkein 400 000 euroa. Keskiarvokin on laskenut reilulla 100 000 eurolla. Puolella tutkimuksen yrityksistä myyntikate oli 100 000 euron ja 850 000 euron välissä vuonna 2011, kun vuonna 2015 myyntikate oli puolella yrityksistä 100 000 euron ja 500 000 euron välissä. Myyntikatteen trendi on laskeva. Korkean myyntikatteen omaavien yritysten määrä on vähentynyt kuten myös keskiarvoa nostavat korkeat myyntikatteen.



Kuva 21. Aineiston yritysten myyntikate euroissa vuosina 2011 - 2015

Kauppojen käyttökate-% oli laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana. Keskiarvo oli laskenut viiden vuoden aikana 8,72 %-yksikköä. Mediaani oli laskenut samassa ajassa vain 2,6 % -yksikköä. Käyttökateen trendi on ollut myyntikateen tavoin laskeva. Aineiston käyttökateen mediaani on vuosien 2011 - 2015 aikana korkeampi kuin tilastokeskuksen tilastoissa, joissa mediaani vaihtelee 0,4 - 1,6 % välillä. Tilastokeskuksen mukaan käyttökateen keskiarvo oli vuonna 2011 4,2 % ja vuonna 2012 3,7 %. Tutkimuksen aineiston perusteella kainuulaiset vähittäiskaupat ovat olleet keskimääräistä kannattavampia vuosina 2011 ja 2012 käyttökateen osalta. Vuosien 2013 - 2015 aikana kainuulaiset kaupat ovat tutkimuksen mukaan olleet kannattamattomampia kuin keskimäärin Suomessa toimivat vähittäiskaupat. Tilastokeskuksen mukaan vähittäiskaupan käyttökate-% keskiarvo vaihteli vuosien 2013 - 2015 aikana 3,1 - 3,5 % välillä. Aineiston yritysten käyttökateen keskiarvo vaihteli samoina vuosina -2,27 - 1,77 prosentin välillä. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)



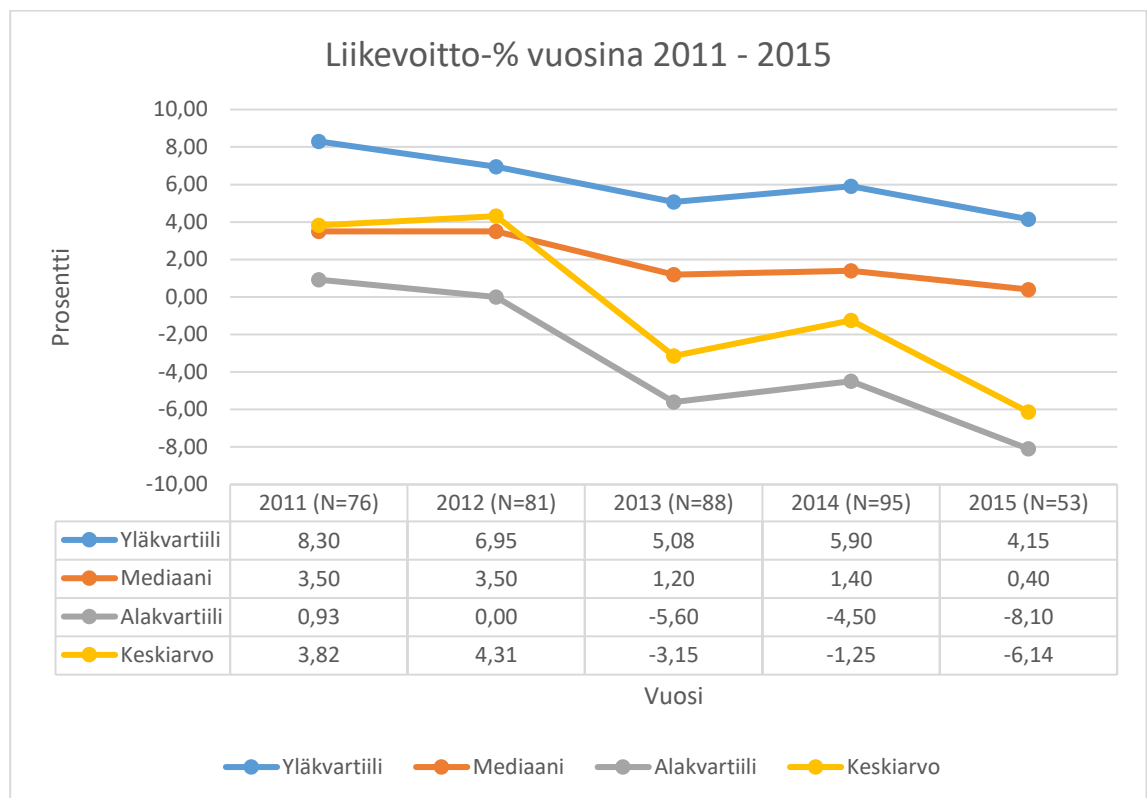
Kuva 22. Aineiston yritysten käyttökate-% vuosina 2011 - 2015

Kuvassa 23 on kuvattu aineiston liikevoitto-% muutokset. Tarkasteltaessa liikevoitto-% kokonaisuutta huomataan, että sen trendi vuosien 2011 - 2015 aikana ollut laskeva. Liikevoitto-% oli laskenut vuodesta 2011 vuoteen 2013 saakka. Vuonna 2014 liikevoitto-% oli hieman noussut, mutta vuonna 2015 se oli laskenut. Mediaani oli laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana 3,1 %-yksikköä. Keskiarvo oli laskenut 9,96 %-yksikköä vuosina 2011 - 2015. Yläkvartiili oli laskenut 4,15 %-yksikköä ja alakvartiili 9,03 %-yksikköä. Liikevoitto-% yläkvartiili oli vuosien 2011 - 2014 aikana tyydyttävällä tasolla ja vuonna 2015 se laski heikolla tasolla. Tunnusluvun muut arvot ovat olleet vuosien 2011 - 2015 aikana heikolla tasolla.

Aineiston perusteella kainuulaiset vähittäiskaupat ovat olleet keskimääräistä kannattavampia liikevoittoprosentin perusteella vuosina 2011 ja 2012. Tilastokeskuksen tilinpäätöstilaston mukaan vähittäiskauppojen liiketulos-% keskiarvo oli vuonna 2011 2,8 % ja vuonna 2012 2,3 %. Aineiston yritysten keskiarvo oli vuonna 2011 3,82 % ja vuonna 2012 4,31 %. Tilastokeskuksen mukaan vähittäiskauppojen liiketulos-% vaihteli vuosien 2013 - 2015 aikana 1,6 - 2,0 % välillä. Aineiston liikevoittoprosentin keskiarvo vaihteli vuosien 2013 - 2015 aikana -6,14 - -1,25 % välillä. Keskiarvon perusteella kainuulaiset vähittäiskaupat ovat olleet vuosien

2013 - 2015 aikana selvästi kannattamattomampia kuin keskimäärin Suomessa. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)

Tilastokeskuksen tilinpäätöstilaston liikevoitto-% mediaani oli vuosien 2011 - 2014 aikana ollut välillä -0,7 - 0,4 %. Aineiston yritysten liikevoitto-% mediaani oli vuosien 2011 - 2014 aikana 1,2 - 3,5 %. Aineiston perusteella kainuulaiset vähittäiskaupat kannattivat paremmin kuin keskimäärin vähittäiskaupat Suomessa. Vuonna 2015 aineiston liikevoitto-% oli 0,4 % ja tilastokeskuksen tilaston mediaani oli 0,3 %. Aineiston tulosten mukaan yritysten tehokkuus liikevaihdon hankkimiseen on laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana sekä käyttökate-% että liikevoitto-% perusteella.

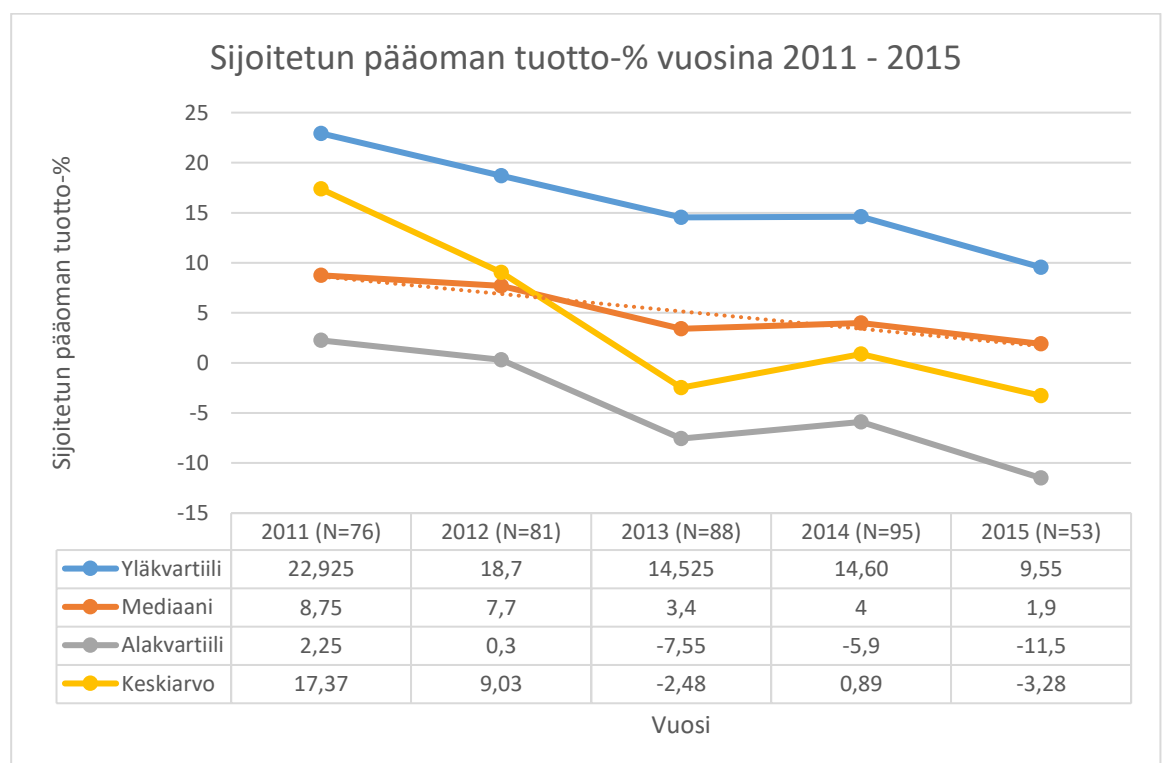


Kuva 23. Aineiston yritysten liikevoitto-% kehitys vuosina 2011 - 2015

Kuvassa 24 on kuvattuna aineiston yritysten mukainen sijoitetun pääoman tuotto-% vuosien 2011 - 2015 aikana. Sijoitetun pääoman tuotto-% on laskenut tarkastelujakson aikana. Erityisen voimakas lasku on tapahtunut vuonna 2013. Mediaanin mukaan sijoitetun pääoman tuotto-% on kuitenkin pysynyt tyydyttävällä tasolla joka vuonna. Aineiston sijoitetun pääoman tuotto-%

mediaani oli laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana 6,85 %-yksikköä. Keskiarvo oli laskenut mediaania voimakkaammin. Keskiarvo oli laskenut 20,65 %-yksikköä. Keskiarvossa tapahtuneita voimakaita muutoksia selittää aineiston yhden yrityksen todella positiivisella ja muutaman yrityksen todella negatiivisella sijoitetun pääoman tuotto prosentilla.

Finnveran tilinpäätöstilaston mukaan sijoitetun pääoman tuotto-% mediaani vaihteli vuosien 2011 - 2015 aikana 1,0 - 4,0 prosentin välillä. Aineiston perusteella kainuulaiset vähittäiskaupat ovat vuosien 2011 - 2014 aikana pystyneet tuottamaan tulosta sijoitetulle pääomalla paremmin kuin tilaston yritykset. Vuonna 2015 tilaston mediaani oli 4,0 % ja aineiston mediaani oli 1,9 %. Tilaston mukaan vähittäiskaupan kannattavuus oli laskenut vuosien 2011 - 2013 aikana ja noussut vuosien 2014 - 2015 aikana vuoden 2011 tasolle. Aineiston perusteella kainuulaisten vähittäiskauppojen sijoitetun pääoman tuotto-% oli kääntynyt loivaan kasvuun vuonna 2014, mutta kääntynyt vuonna 2015 jälleen laskuun, eikä jatkanut nousua kuten Finnveran tilinpäätösaineiston yritykset. (Finnveran tilinpäätöstilastot.)



Kuva 24. Aineiston yritysten sijoitetun pääoman tuotto-%:n kehitys vuosina 2011 - 2015

Kasvu ja kannattavuus yrityksen koon ja toimialan mukaan

Taulukossa 7 on liikevaihdon muutosprosentin keskiarvot vuosilta 2011 - 2015. Yritykset on jaettu henkilöstön lukumäärän perusteella kokoluokkiin sekä toimialan mukaan päivittäistavara- ja erikoiskauppaan. Jaottelun avulla saadut vastaukset kasvun ja kannattavuuden tilasta ovat suuntaa antavia pienen otoskoon takia. Yritysten koko on luokiteltu henkilöstön lukumäärän mukaan.

Mikroyritysten kasvu oli epätasaista. Vuosina 2011 - 2012 kasvu oli positiivista ja vuonna 2013 hieman negatiivista. Vuonna 2014 kasvu oli hyvin voimakasta, jota seurasi vuonna 2015 voimakas lasku. Vuonna 2015 kaikkien yritysluokkien kasvu oli negatiivista. Päivittäistavarakauppojen kasvu oli tasaista vuosina 2011 - 2012, mutta vuosina 2013 - 2015 kasvu hiipui ja muuttui negatiiviseksi. Erikoiskaupan kasvussa oli havaittavissa samankaltaista aaltoliikettä kuin pienten ja keskisuurten yritysten kasvussa. Erityiskaupat kasvoivat vuonna 2011, mutta vuonna 2012 kasvu pysähtyi. Vuosina 2013 ja 2014 kasvu jatkui, kun se vuonna 2015 kääntyi negatiiviseksi.

Taulukko 7. Liikevaihdon muutos-% yritysluokittain vuosilta 2011 - 2015

Liikevaihdon muutos-% keskiarvo										
	2011	N	2012	N	2013	N	2014	N	2015	N
Mikroyritykset	1,55	26	4,57	31	-2,11	35	16,71	37	-17,98	13
Pienet ja keskisuuret yrit.	3,68	16	-0,01	15	4,48	16	-4,87	15	-6,06	8
Päivittäistavarakaupat	5,68	13	6,11	14	2,31	14	-0,85	16	-8,11	11
Erikoiskaupat	3,87	56	-0,22	60	10,90	63	5,08	67	-13,01	41

Yritysten myyntikateprosentteissa ei tapahtunut vuosien 2011 - 2015 aikana suuria muutoksia verrattuna käyttökatteessa tai liiketuloksessa tapahtuneisiin muutoksiin. Taulukossa 8 on taulukoitu myyntikate-% muutokset yritysluokittain. Mikroyritysten myyntikate oli 40 - 45 % ja pienten ja keskisuurten yritysten 27 - 44 %. Pienten- ja keskisuurten yritysten myyntikate-% laski vuosien 2014 - 2015 aikana 16,73 %-yksikköä. Tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska vuonna 2015 havaintoja oli selvästi vähemmän kuin muina vuosina. Päivittäistavarakauppojen

myyntikateprosentti nousi kahden viimeisen vuoden välillä yli 10 %-yksikköä kasvaen noin 47 prosenttiin. Muuten päivittäistavarakaupan myyntikate oli 36 - 39 %. Erikoiskaupan myyntikate-% pysyi vuosien 2011 - 2015 aikana noin 40 prosentissa.

Taulukko 8. Myyntikate-% yritysluokittain vuosilta 2011 - 2015

Myyntikate-% keskiarvo										
	2011	N	2012	N	2013	N	2014	N	2015	N
Mikroyritykset	42,77	26	45,06	31	42,87	38	40,16	37	42,39	12
Pienet ja keskiuuret yrit.	36,60	15	36,48	15	41,44	16	44,03	13	27,30	7
Päivittäistavarakaupat	39,00	11	38,90	9	37,08	12	36,76	14	47,42	8
Erikoiskaupat	41,71	49	40,96	55	40,62	64	39,30	65	40,32	36

Vuosina 2011 - 2012 kaikilla yritysluokilla käyttökate-% oli kaupan alalle tyypillinen eli 2 - 10 % (Asiakastieto; Yritystutkimus ry 2011, 61). Vuonna 2013 mikroyritysten ja erikoiskauppojen käyttökateprosentit laskivat selvästi edellisistä vuosista ja olivat alle yleisten kaupan arvojen. Pienten ja keskiuurten yritysten sekä päivittäistavarakauppojen käyttökateprosentissa oli tapahtunut pieniä muutoksia, mutta molempien prosentit ovat kaupan alan keskimääräisten arvojen mukaisia. Vuonna 2014 suurimmat muutokset olivat päivittäistavara- ja erikoiskaupassa. Päivittäistavarakaupan käyttökateprosentti oli laskenut 5,02 %-yksikköä. Erikoiskaupan käyttökateprosentti oli noussut 3,17 %-yksikköä. Vuonna 2015 mikroyritysten, pienten ja keskiuurten yritysten sekä erikoiskauppojen käyttökateprosentit olivat laskeneet ja olivat alle kaupan yleisten ohjearvojen. Päivittäistavarakaupan käyttökateprosentti oli vuonna 2015 vuosien 2011 - 2015 välisen ajan korkein eli 9,91 prosenttia.

Taulukko 9. Käyttökate-% yritysluokittain vuosilta 2011 - 2015

Käyttökate-% keskiarvo										
	2011	N	2012	N	2013	N	2014	N	2015	N
Mikroyritykset	8,06	29	8,78	35	1,21	42	1,78	40	-0,26	13
Pienet ja keskiuuret yrit.	4,48	16	3,66	16	3,19	18	2,97	15	1,29	8
Päivittäistavarakaupat	6,71	15	8,43	14	8,97	16	3,95	19	9,91	11
Erikoiskaupat	6,39	61	6,32	67	-1,95	72	1,22	76	-5,45	42

Mikroyritysten liikevoittoprosentti oli hyvällä tasolla vuodet 2011 - 2012. Seuraavat vuodet 2013 - 2015 liikevoitto-% oli heikko. Pienten ja keskisuurten yritysten liikevoittoprosentti laski vuosien 2011 - 2015 aikana 2,51 %-yksikköä ja oli heikko joka vuosi. Päivittäistavarakaupan liikevoittoprosentti oli heikoimmillaan vuonna 2014, jolloin se oli 1,84 %. Muuten päivittäistavarakaupan liikevoittoprosentti oli 4,49 - 6,49 prosentin välissä. Erikoiskaupan liikevoittoprosentti kääntyi vuonna 2013 laskuun ja oli negatiivinen vuosien 2014 - 2015 aikana.

Taulukko 10. Liikevoitto-% yritysluokittain vuosilta 2011 - 2015

Liikevoitto-% keskiarvo										
	2011	N	2012	N	2013	N	2014	N	2015	N
Mikroyritykset	6,33	29	7,49	35	-1,38	42	0,14	40	-1,47	13
Pienet ja keskisuuret yrit.	3,06	16	2,01	16	1,73	18	1,83	15	0,55	8
Päivittäistavarakaupat	4,78	15	6,49	14	5,40	16	1,84	19	4,49	11
Erikoiskaupat	3,59	61	3,86	67	-5,05	72	-2,03	76	-8,92	42

Kaikkien yritysluokkien sijoitetun pääoman tuottoprosentti laski vuosien 2011 - 2015 aikana. Tasaisin lasku oli päivittäistavarakaupan yrityksillä. Päivittäistavarakaupan yritysten sijoitetun pääoman tuottoprosentti laski 10,9 %-yksikköä vuosien 2011 - 2015 aikana. Mikroyritysten tuottoprosentti oli vuonna 2011 selvästi hyvällä tasolla, ollessa 22,32 %. Tilikaudella 2015 se oli heikolla tasolla ja laski 22,1 %-yksikköä vuoteen 2011 verrattuna. Pienten ja keskisuurten yritysten kannattavuuden heikoimmat vuodet olivat 2013 ja 2014. Tilikaudella 2015 kannattavuus oli parantunut. Erikoiskaupassa sijoitetun pääoman tuottoprosentti laski eniten. Tuottoprosentti laski 23,11 %-yksikköä vuosien 2011 - 2015 aikana. Vuonna 2011 tuottoprosentti oli 18,91 % ja vuonna 2015 se oli -4,2 prosenttia.

Taulukko 11. Sijoitetun pääoman tuotto-% yritysluokittain vuosilta 2011 - 2015

Sijoitetun pääoman tuotto-% keskiarvo										
	2011	N	2012	N	2013	N	2014	N	2015	N
Mikroyritykset	22,32	29	14,33	35	-1,01	42	4,37	40	0,22	13
Pienet ja keskisuuret yrit.	11,42	16	5,74	16	-2,01	18	-0,23	15	1,99	8
Päivittäistavarakaupat	11,11	15	9,56	14	5,21	16	1,63	19	0,21	11
Erikoiskaupat	18,91	61	8,92	67	-4,19	72	0,70	76	-4,20	42



## 5 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvu ja kannattavuus on kehittynyt vuosina 2011 - 2015. Kasvun ja kannattavuuden mittaamiseen käytettiin suhteellisia kasvua ja kannattavuutta kuvaavia tunnuslukuja. Kasvua mitattiin muuttujalla *liikevaihdon muutosprosentti* ja kannattavuutta muuttujilla *myyntikateprosentti*, *käyttökateprosentti*, *liikevoittoprocentti* ja *sijoitetun pääoman tuottoprocentti*. Tunnuslukuja tutkittiin kaikkien yritysten osalta keskiarvoilla, mediaaneilla ja kvartiileilla. Lisäksi tunnuslukuja tarkasteltiin luokittelemalla aineiston yritykset mikro- sekä pieniin ja keskisuuriin yrityksiin, lisäksi yritykset luokiteltiin päivittäistavara- ja erikoiskauppaan.

Opinnäytetyössä saatiin vastaus tutkimuskysymykseen. Tutkimuksen mukaan kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvun ja kannattavuuden kehityksen trendi oli laskeva vuosina 2011 - 2015. Kasvun ja kannattavuuden taso oli vuonna 2011 tyydyttävällä tasolla, ja vuosien 2012 - 2015 aikana kasvu ja kannattavuus olivat heikolla tasolla. Tilastokeskuksen tilinpäätöstilaston perusteella kaupan alan yritysten kasvu ja kannattavuus eivät olleet laskeneet yhtä voimakkaasti vuosien 2011 - 2015 aikana kuin tämän tutkimuksen aineiston perusteella kainuulaisten kaupan alan yritysten kasvu ja kannattavuus olivat laskeneet. Tilastokeskuksen mukaan myöskään kaupan alan yritysten kannattavuus ei ollut vuonna 2011 yhtä hyvällä tasolla kuin kainuulaisten kaupan alan yritysten. (Tilastokeskus tilinpäätöstilastot.)

Kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvu oli vuodesta 2012 alkaen negatiivista. *Liikevaihdon muutos-%* -tunnusluvusta lasketun mediaanin ja kvartiilien kehitys oli negatiivista. Liikevaihdon negatiivinen kasvu oli jatkunut neljänä vuotena 2012 - 2015 peräkkäin. Vuonna 2015 lähes koko *liikevaihdon muutos-%* kvartiiliväli oli alle 0 % eli yli puolen tutkimuksessa mukana olleen yrityksen kasvu oli negatiivista. Tilastokeskuksen *Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastossa* liikevaihdon kasvu ei ollut yhtä negatiivista, kuin aineiston yrityksissä. Eroa voidaan selittää sillä, että tutkimuksen aineistosta oli jätetty pois suuret yritykset, joiden kasvun muutokset ovat yleensä tasaisia. Lisäksi tutkimuksen aineistossa oli tarkoin rajattu otos koko populaatiosta.

Tutkimuksen yritysten kasvu vastasi pk-yritysbarometrin tuloksia liikevaihdon kasvusta. Kaupan alan pk-yritykset odottivat liikevaihdon pysyvän ennallaan tai vähenvän. Barometrin mukaan liikevaihto kasvoi vuosien 2011 ja 2012 aikana ja vuonna 2013 se kääntyi laskuun. (Pk-yritysbarometri 2015). Aineistomme mukaan kasvu oli kääntynyt negatiiviseksi jo vuotta aikaisemmin. Kaupan liiton (2015) tutkimuksen mukaan vähittäiskaupan kasvu oli positiivista vuodet 2011 ja 2012. Vuosien 2013 ja 2014 kasvu oli negatiivista ja vuonna 2015 kasvua ei tapahtunut. Myös Finnveran tilinpäätöstilastot osoittivat liikevaihdon kasvaneen vuosien 2011 ja 2012 aikana. Seuraavana kolmena vuotena 2013 - 2015 *liikevaihdon muutosprosentin* mediaani oli nolla. (Finnvera tilinpäätöstilastot). Kaupan liiton ja Finnveran tilinpäätöstilastojen eroja tutkimuksen tuloksiin voidaan selittää tutkimuksesta pois jätetyillä toimialoilla sekä rajatulla toimialueella.

Koko aineiston *liikevaihdon muutosprosentin* perusteella yritysten kasvu oli laskenut vuosien 2011 - 2015 aikana. Teorian perusteella voidaan olettaa, että kasvun laskemiseen on vaikuttanut yleistaloudelliset ja/tai toimialakohtaiset tekijät. Yritysten kasvuhakuisuudella on myös vaikutusta yritysten kasvuun. Vuosien 2011 - 2015 välisenä aikana pk-yritysten kasvuhakuisuus oli vähentynyt eli yritykset eivät olleet pyrkineet aktiiviseen kasvuun (Pk-yritysbarometri 2015). Liikevaihdon negatiivista kasvua selittävä tekijä voi olla myös koko Suomea koskeva vähäinen talouskasvu. Vähittäiskaupan yritykset myyvät tuotteitaan yksityisille kuluttajille. Kainuussa asukkaiden ja siten siis myös kuluttajien määrä oli vähentynyt vuosina 2011 - 2015 (Tilastokeskus Väestö iän ja sukupuolen mukaan kunnittain 2003 - 2015 kunkin tilastovuoden aluejaolla). Tämä voi osaltaan vaikuttaa yritysten myynnin kehitykseen, samoin kuin kuluttajien työllisyystilanne. Kainuussa on ollut haasteita työvoiman ja työpaikkojen kohtaamisessa.

Venäjän matkailulla on merkittävä rooli kainuulaisten kauppojen liikevaihdon muodostuksessa. Yksi liikevaihdon vähenemistä selittävä tekijä voi olla venäläisten matkailijoiden vähentyminen. Kaupan liiton tutkimuksen mukaan venäläisten matkailijoiden tekemien ostosten kasvu on vähentynyt vuosien 2011 - 2015 aikana. Kaupan liiton mukaan Venäläiset tekevät myös entistä enemmän ostoksia verkossa. (Kaupan liitto 2016; Kurjanoja 2016). Verkkokauppa on kasvattanut suosiotaan globaalisti. Verkkokauppa tuo kuluttajille mahdollisuuden tehdä ostoksia

ympäri maailmaa ja mihin vuorokauden aikaan tahansa. Verkkokauppojen tarjoamat mahdollisuudet luovat haasteita kivijalkakaupoille palvelun, aukioloaikojen ja valikoiman suhteen.

Gibratin lain mukaan yritysten pitäisi pystyä samaan suhteelliseen kasvuun yrityksen koosta riippumatta (Sutton 1997, 40). Tutkittaessa aineiston yritysten kasvua henkilöstön lukumäärän mukaan luokiteltuna voitiin todeta, että suhteellinen kasvu ei ollut yhtä suurta eri kokoisissa yrityksissä. Aikaisempien tutkimusten mukaan nuoret ja pienet yritykset kasvavat suhteellisesti nopeammin kuin suuremmat ja vanhemmat yritykset (Nurmi 2004, 330). Tuloksen yleistettävyyttä heikentää otosten vähäinen määrä. Tutkimuksessa ei ollut mukana suuria yrityksiä, joten tutkimuksesta ei voi todeta Gibratin lain paikkansapitävyyttä tällaisten yritysten osalta.

Aineiston perusteella ei pystytä toteamaan minkälaisia kasvustrategioita yritykset olivat käyttäneet. Aineistosta ei esimerkiksi selvinnyt oliko joku yritys ostanut toisen yrityksen ja näin tavoitellut ei-orgaanista kasvua. Tutkimuksessa ei myöskään tutkittu yritysten laadullista kasvua.

Jaetusta aineistosta saadut tulokset eivät ole tilastollisesti merkitseviä pienen otoksen takia, mutta ne ovat suuntaa antavia. Päivittäistavarakaupan yritysten liikevaihdon muutokset olivat tasaisempia kuin erikoiskaupan yritysten. Eroa selittää erikoiskauppaan kuuluva laajempi toimialasektori kuin päivittäistavarakauppa. Erikoiskaupan yrityksiä oli aineistossa selvästi enemmän kuin päivittäistavarakauppoja. Erikoiskaupan alan yrityksistä suurintaosaa edustivat toimialojen *Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä* ja *Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä*. Näihin toimialoihin kuuluvat mm. rautakauppa, vaatekauppa ja huonekalujen kauppa. Näiden toimialojen yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut ja niissä tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet eniten tutkimuksen tuloksiin.

Pk-yritysbarometrin mukaan yritysten kannattavuuden odotettiin heikkenevän vuosien 2011 - 2015 aikana. Erityisesti kaupan alan yritykset uskoivat kannattavuuden heikentyvän. (Pk-yritysbarometri.) Tilastokeskuksen ylläpitämässä yritysten tilin-

päätöstilastossa ei ollut havaittavissa yhtä voimakasta kannattavuuden heikkene- mistä kuin tutkimuksen aineistossa yrityksissä. Tutkimuksen mukaan kainuulaisten kaupan alan yritysten kannattavuuden trendi oli vuosina 2011 - 2015 laskeva.

Tutkimuksen mukaan kainuulaisten vähittäiskauppojen euromääräisissä myynti- katteissa tapahtui laskua sekä keskiarvon sekä yläkvartiilin mukaan. Liikevaihdon väheneminen vaikuttaa suoraan euromääräiseen katteeseen. Myyntikatteen tutki- minen on miellyttävämpää yrityksissä tuote- ja asiakaskohtaisesti kuin koko toi- mialan osalta. Tutkiessa myyntikatetta tuote- ja asiakaskohtaisesti voidaan myyn- tiä kohdentaa kannattavimpiin tuotteisiin ja asiakkaisiin. Vähenevällä euromääräi- sellä katteella yritysten tulisi pystyä kattamaan kiinteät kustannukset. Liikevaihdon laskiessa kustannuksia pitäisi kyetä karsimaan kannattavuuden ylläpitämiseksi.

Yritysten käyttökate- ja liikevoittoprosentit ovat laskeneet vuosien 2011 - 2015 ai- kana. Kannattavuuden laskua voidaan selittää, sillä etteivät yritykset ole pystyneet pienentämään kiinteitä kustannuksiaan samassa suhteessa kuin niiden euromää- räinen kate on pienentynyt. Tutkimuksessa ei ole otettu huomioon yritysten erilai- sia poistotarpeita tai arvonalentumisia. Käyttökateprosenttien laskeminen voi joh- tua myyntikatteen pienentymisen lisäksi kiinteiden kulujen kasvusta. Opinnäyte- työssä ei ole tutkittu kustannusten kehittymistä. Aineistossa oli yrityksiä, joiden myyntikate oli positiivinen, mutta käyttökate negatiivinen. Tällaisten yritysten myyntimäärä on liian alhainen.

Yritysten kyky aikaansaada tuottoa sijoitetulle pääomalle on muiden kannattavuu- den tunnuslukujen mukaisesti huonontunut. Yritysten tulosten huonontuessa myös niiden kyky aikaansaada tuottoa heikkenee. Tutkimuksessa ei ole otettu huomioon investointien ja arvonorotuksien vaikutusta sijoitetun pääoman tuotto- prosenttiin. Yritystoiminnan turvaamiseksi tulisi yritysten parantaa kannattavuut- taan. Yritykset voivat parantaa kannattavuuttaan lisäämällä myyntiä tai karsimalla kustannuksia. Myyntiä voi pyrkiä lisäämään hintoja tai myyntimäärää nostamalla. Yritys voi karsia kustannuksia ostamalla tuotteita halvemmalla tai karsimalla kiin- teitä kustannuksia. (Eklund & Kekkonen 2016, 86 - 93.)

## 5.1 Opinnäytetyön validiteetti, reliabiliteetti ja onnistuminen

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää miten kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvu ja kannattavuus on kehittynyt vuosien 2011 - 2015 aikana. Tärkeää oli saada selville kehityssuunnat eli trendit. Tutkimuksen validiutta parantaa tutkimukseen suuri otos. Tutkittavia yrityksiä oli 100 ja tilinpäätöksiä 393. Tutkimuksessa mitattavat muuttujat ja käsitteet olivat tarkasti määriteltyjä. Tilastollinen osuus onnistui mittaamaan kasvun ja kannattavuuden tasoa ja kehitystä. Opinnäytetyön avulla onnistuttiin tuomaan uutta tietoa kainuulaisten kauppojen kasvun ja kannattavuuden tilasta ja kehityksestä vuosien 2011 - 2015 aikana.

Tutkimuksen tulokset ovat samansuuntaisia kuin valtakunnalliset tilastot kaupan alan kasvun ja kannattavuuden kehityksen suunnasta. Validiteettia heikentää puutteelliset tilinpäätöstiedot, jolloin kaikkia tunnuslukuja ei ollut mahdollista laskea. Tuloksia voi heikentää myös kokonaan puuttuvat tilinpäätökset. Tutkimus olisi ollut luotettavampi ja kuvaavampi, jos kaikista yrityksistä olisi ollut tilinpäätökset kaikilta viideltä vuodelta 2011 - 2015. Tutkimuksen tuloksia heikentää myös havaintojen vähäinen määrä vuodelta 2015. Mikäli havaintojen määrän olisi suurempi viimeisenä vuotena, tunnuslukujen muutoksen analysointi olisi tarkempaa.

Analysoinnissa käytetyt tunnusluvut ovat valideja eli tunnusluvut mittaavat niitä asioista mitä niiden halutaan mittaavan. Tutkijan tulee selvittää itselleen mitä tutkittava asia tarkoittaa. Tilinpäätöstä laadittaessa voi käyttää paljon harkinnanvaraisuutta. Käytettävä harkinnanvaraisuus laskee tunnuslukujen reliabiliteettia eli luotettavuutta. Joidenkin yritysten tarkoituksena on pyrkiä mahdollisimman pieeneen tulokseen kuin toisten yritysten puolestaan pyrkiessä mahdollisimman suureen tulokseen. (Salmi 2006, 127 - 130.)

Reliaabelius tarkoittaa sekä tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia että mittaustulosten toistettavuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 231). Tutkimuksen kannattavuuden kehityksen tulosten reliabiliteettia nostaa usean kannattavuuden mittarin samansuuntaiset tulokset. Tutkimus on hyvin toistettavissa, koska tulokset pohjautuvat valmiiksi Voitto+ -rekisterissä laskettuihin tunnuslukuihin.

## 5.2 Jatkotutkimusaiheita

Opinnäytetyössä tutkittiin kainuulaisia vähittäiskauppoja. Tutkimuksessa selvitettiin, millainen on kainuulaisten vähittäiskauppojen kasvun ja kannattavuuden tila vuosina 2011 - 2015. Tutkimusta voisi jatkaa tutkimilla, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet kasvun ja kannattavuuden kehittymiseen. Lisäksi voisi tutkia miten kasvun ja kannattavuuden kehityksen trendin saisi muutettua positiiviseksi.

## LÄHTEET

- Asiakastieto. Tunnusluvut. Suomen Asiakastieto Oy. Viitattu 3.11.2016. <http://www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut.htm#bt>
- Atkinson, B. & Miller, R. 1999. *Business economics*. Reading (MA): Addison-Wesley.
- Eklund, I. & Kekkonen, H. 2011. *Toiminnan kannattavuus*. 1. painos ed. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Eklund, I. & Kekkonen, H. 2016. *Kannattavuuslaskennan taitajaksi*. 1. painos ed. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Esteves, L. A. 2007. *A note on gibrat's law. Gibrat's legacy and firm growth: Evidence from brazilian companies*. viitattu 27.10.2016. <http://accesscon.com/pubs/EB/2007/Volume12/EB-07L10018A.pdf>
- EY 2003/361. 2003. Euroopan yhteisöjen komission suositus. Komission hyväksymä mikroyritysten sekä pienten ja keskisuurten yritysten määritelmä. Viitattu 11.11.2016. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN>;
- Finnveran tilinpäätöstilastot. Toimialaonline. Viitattu 30.11.2016. <http://www2.toimialaonline.fi/>, Tilastokanta, Yritykset ja toimialat, Tilinpäätöstilastot (Finnvera Oyj), Finnveran tilinpäätöstilastot.
- Greiner, L. E. 1972. Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*. 1998.
- Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. 9. uud. p. ed. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2015. *Tutki ja kirjoita* 20. uud. p. ed. Helsinki: Tammi.
- Ikäheimo, S., Ikäheimo, S., Laitinen, E. K., Laitinen, T. & Puttonen, V. 2011. *Las-kentatoimi ja rahoitus*. Sundom: Vaasan yritysinformaatio.

Ikäheimo, S., Malmi, T. & Walden, R. 2016. *Yrityksen laskentatoimi*. 6. uudistettu painos ed. Helsinki: Talentum Pro.

Kainuun liitto. Kainuu tilastoina 2015. viitattu 17.10.2016. <https://www.kainuun-liitto.fi/tilastot-ja-ennakointitieto>

Kallunki, J. 2014. *Tilinpäätösanalyysi. Talentum-verkkokirjahylly*. Helsinki: Talentum Media Oy.

Kaupan liitto. Venäläisten suomen matkailun alamäki hidastuu - kasvua ei silti näkyvissä. 2016. Viitattu 30.11.2016. [http://kauppa.fi/ajankohtaista/tiedotteet/venaেলাisten-suomen-matkailun-alamae-ki-hidastuu-kasvua-ei-silti-naekyvis-sae\\_25854](http://kauppa.fi/ajankohtaista/tiedotteet/venaেলাisten-suomen-matkailun-alamae-ki-hidastuu-kasvua-ei-silti-naekyvis-sae_25854)

Kaupan vuosi 2015. Kaupan liiton vuosiraportti. Viitattu 28.11.2016. <http://kaupan-vuosi.fi/vuosi-lyhyesti/kaupan-avainlukuja-2/>

Kautto, M., Lindblom, A. & Mitronen, L. 2008. *Kaupan liiketoimintaosaaminen*. Helsinki: Talentum.

Kinnunen, J., Laitinen, E. K., Laitinen, T., Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2010. *Avain laskentatoimeen ja rahoitukseen*. 4. painos ed. Helsinki: AYY-palvelu Oy.

Kinnunen, J., Leppiniemi, J., Puttonen, V. & Virtanen, K. 2002. *Tietoa yrityksen taloudesta*. Helsinki: KY-palvelu.

Koski, T. 2016. *Pk-yrityksen strateginen talousjohtaminen kauppakamarin koulutus*. Koulutusmateriaali 10.11.2016. TulosAkademia oy.

Kurjanoja, J. 2016. Venäläiset kuluttajat Suomessa. Viitattu 30.11.2016. [kauppa.fi/content/download/98068/1244495/file/Ven%C3%A4l%C3%A4iset%20kuluttajat%20Suomessa\\_2016\\_tiivistelm%C3%A4.pdf](http://kauppa.fi/content/download/98068/1244495/file/Ven%C3%A4l%C3%A4iset%20kuluttajat%20Suomessa_2016_tiivistelm%C3%A4.pdf)

Kuusela, H. & Neilimo, K. 2010. *Kaupan strategiaosaaminen*. Helsinki: Edita.

L 30.12.1997/1336. 1997. Kirjanpitolaki. Viitattu 15.5.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336>



Laitinen, E. K. 2002. *Strateginen tilinpäätösanalyysi : Perinteisestä analyysistä yrityksen arvon määrittämiseen*. Helsinki: Kauppakaari.

Laukkanen, M. 2007. *Kasvuyritys*. Helsinki: Talentum Media Oy.

Leppiniemi, J. & Kaisanlahti, T. 2016. *Pien- ja mikroyrityksen tilinpäätös*. 1. painos ed. Helsinki: Talentum Pro.

Leppiniemi, J. & Kykkänen, T. 2015. *Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta*. 9. uud. p. ed. BALTO print Liettua: Talentum Media Oy.

Leppiniemi, J. & Leppiniemi, R. 2010. *Pieni kirjanpitovelvollinen: Kirjanpito ja tilinpäätös*. Helsinki: WSOYpro.

Lindroos, J. & Lohivesi, K. 2010. *Onnistu strategiassa (talentum- verkkokirjahyly)*. 3. uud. p. ed. Helsinki: WSOYpro.

Malinen, P. & Lemmelä, E. 2015. *Pk-yritysbarometri syksy 2015*. Helsinki: Suomen Yrittäjät ry. Viitattu 12.7.2016. [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/migrated\\_documents/pk\\_barometri\\_syksy2015.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/migrated_documents/pk_barometri_syksy2015.pdf)

Nieminen, J. 2015. *Alueelliset kehitysnäkymät 2/2015*. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 17.10.2016 [http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2465/Alueelliset\\_kehitysnakymat\\_syksy\\_2015.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2465/Alueelliset_kehitysnakymat_syksy_2015.pdf);

Niskavaara, E. 2016. *Yritystaloutta esimiehille (talentum fokus -tietokanta)*. Helsinki: Talentum Media Oy.

Nurmi, S. 2004. Esseitä toimipaika koosta, työllisyysdynamiikasta ja henkiinjäämisestä. *Kansantaloudellinen Aikakauskirja*. Viitattu 17.10.2016. <http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/kak32004/kak32004nurmi.pdf>;

Pk-yritysbarometri kainuun alueraportit 2011 - 2015. Suomen yrittäjät. Viitattu 29.10.2016. <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometrit-539687>

Pk-yritysbarometri, pk-yritysbarometri suhdannetilanne ja näkymät osa-alueittain. Viitattu 29.10.2016. <http://www2.toimialaonline.fi/>, Tilastokanta, Suhdaneet, Pk-yritysbarometri, PK-yritysbarometri.

Päivittäistaravakauppa ry. 2006. *Kauppa 2010*. Helsinki: Edita.

Santasalo Tuomas, & Koskela Katja. 2015. *Vähittäiskauppa suomessa 2015*. Helsinki: TUOMAS SANTASALO Ky.

Storbacka, K. 2005. *Kannattava kasvustrategia: Orgaanista kasvua johtamalla asiakkuus pääomaa*. Juva: WSOY.

Sutton, J. 1997. Gibrat's legacy. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 40-59.

Tilastokeskuksen tilinpäätöstilastot. Toimialaonline. Viitattu 30.11.2016. <http://www2.toimialaonline.fi/>, Tilastokanta, Yritykset ja toimialat, Tilinpäätöstilastot.

Tilastokeskus. Toimialaluokitus 2008. Viitattu 12.7.2016. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/g.html>

Tilastokeskuksen Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Tilastokeskus. Viitattu 30.11.2016. <http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/>, Yritykset, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto.

Tilastokeskus väestö iän ja sukupuolen mukaan kunnittain 2003 - 2015 kunkin tilastovuoden aluejaolla. Tilastokeskus. Viitattu 30.11.2016. <http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/>, Väestö, Väestörakenne.

Urrila, P. 2015. Elinkeinoelämän keskusliitto, viikon kysymys: Mitä saldoluku kuvaa?. Viitattu 29.10.2016. <https://ek.fi/blogi/2015/11/04/viikon-kysymys-mita-saldoluku-kuvaa/>

*Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi*. 2011. 9. korj. laitos ed. Helsinki: Gaudeamus.

## LIITTEET

Liite 1. Aineistossa mukana olevien ja pois jätettyjen toimialojen luettelo

Liite 2. Tunnuslukuja

## Aineistossa mukana olevat toimialat

Numero	Nimi
47000	Vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)
47100	Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä
47111	Isot supermarketit (yli 1000 m <sup>2</sup> )
47112	Pienet supermarketit (yli 400 m <sup>2</sup> , enintään 1000 m <sup>2</sup> )
47113	Valintamyymälät (yli 100 m <sup>2</sup> , enintään 400 m <sup>2</sup> )
47114	Elintarvike-, makeis- ym. kioskit (enintään 100 m <sup>2</sup> )
47191	Itsepalvelutavaratalot (yli 2500 m <sup>2</sup> )
47192	Tavaratalot (yli 2500 m <sup>2</sup> )
47199	Pienoistavaratalot ja muut erikoistumattomat myymälät (enintään 2500 m <sup>2</sup> )
47210	Hedelmien, marjojen ja vihannesten vähittäiskauppa
47220	Lihan ja lihatuotteiden vähittäiskauppa
47230	Kalan, äyriäisten ja nilviäisten vähittäiskauppa
47241	Leipomotuotteiden vähittäiskauppa
47242	Makeisten vähittäiskauppa
47250	Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
47260	Tupakkatuotteiden vähittäiskauppa
47290	Muu vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
47291	Jäätelökioskit
47292	Luontaistuotteiden vähittäiskauppa
47299	Muu päivittäistavaroiden erikoisvähittäiskauppa
47420	Televiestintälaitteiden vähittäiskauppa
47430	Viihde-elektronikan vähittäiskauppa
47511	Kankaiden vähittäiskauppa
47512	Lankojen ja käsityötarvikkeiden vähittäiskauppa
47521	Rauta- ja rakennustarvikkeiden yleisvähittäiskauppa
47522	Maalien vähittäiskauppa
47523	Keittiö- ja saniteettitilojen kalusteiden vähittäiskauppa
47529	Muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa
47531	Mattojen ja verhojen vähittäiskauppa
47532	Tapettien ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
47540	Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa
47591	Huonekalujen vähittäiskauppa
47592	Sähkötarvikkeiden ja valaisimien vähittäiskauppa
47593	Kumi- ja muovitavaroiden vähittäiskauppa
47594	Taloustavaroiden vähittäiskauppa
47595	Soittimien ja musiikkitarvikkeiden vähittäiskauppa
47610	Kirjojen vähittäiskauppa
47621	Paperi- ja toimistotarvikkeiden vähittäiskauppa
47622	Aikakausjulkaisujen ja lehtien vähittäiskauppa
47630	Musiikki- ja videotallenteiden vähittäiskauppa
47641	Urheiluvälineiden ja polkupyörien vähittäiskauppa

- 47650 Pelien ja leikkikalujen vähittäiskauppa
- 47710 Vaatteiden vähittäiskauppa
- 47711 Naisten vaatteiden vähittäiskauppa
- 47712 Miesten vaatteiden vähittäiskauppa
- 47713 Lastenvaatteiden vähittäiskauppa
- 47714 Turkisten ja nahkavaatteiden vähittäiskauppa
- 47715 Lakkien ja hattujen vähittäiskauppa
- 47719 Vaatteiden yleisvähittäiskauppa
- 47721 Jalkineiden vähittäiskauppa
- 47722 Laukkujen vähittäiskauppa
- 47750 Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa
- 47761 Kukkien vähittäiskauppa
- 47762 Kukkakioskit
- 47764 Lemmikkieläinten, niiden ruokien ja tarvikkeiden vähittäiskauppa
- 47770 Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa
- 47782 Valokuvausalan vähittäiskauppa
- Optisen alan vähittäis-
- 47783 kauppa
- 47784 Lastenvaunujen ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- 47785 Lahjatavaroiden ja askartelutarvikkeiden vähittäiskauppa
- 47789 Muiden uusien tavaroiden vähittäiskauppa

#### Aineistosta pois jätetyt toimialat

- | Numero | Nimi  |
|--------|---|
|        | Moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien tukku- ja vähittäiskauppa sekä       |
| 45     | korjaus   |
| 46     | Tukkukauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)             |
| 47301  | Huoltamotoiminta  |
| 47302  | Polttoaineiden vähittäiskauppa automaateista                                |
| 47410  | Tietokoneiden, niiden oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa      |
| 47596  | Lukkoseppä- ja avainliikkeet  |
| 47599  | Muualla luokittelemattomien kotitaloustarvikkeiden vähittäiskauppa          |
| 47642  | Veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa                             |
| 47730  | Apteekit  |
| 47740  | Terveydenhoitotarvikkeiden vähittäiskauppa                                  |
| 47763  | Puutarha-alan vähittäiskauppa   |
| 47781  | Taideliikkeet   |
| 47790  | Käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa myymälöissä                          |
| 47791  | Antiikkiliikkeet  |
| 47792  | Antikvariaattikauppa  |
| 47793  | Huutokauppakamarit  |
| 47799  | Muiden käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa                               |
|        | Elintarvikkeiden, juomien ja tupakkatuotteiden vähittäiskauppa kojuista ja  |
| 47810  | toreilla  |
| 47820  | Tekstiilien, vaatteiden ja jalkineiden vähittäiskauppa kojuista ja toreilla |

- 47890 Muiden tavaroiden vähittäiskauppa kojuista ja toreilla
- 47911 Kirjojen, musiikki- ja videotallenteiden postimyynti ja verkkokauppa  
Vaatteiden postimyynti ja verkko-
- 47912 kauppa
- 47913 Laajan valikoiman postimyynti ja verkkokauppa
- 47919 Muu postimyynti ja verkkokauppa
- 47990 Muu vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä

## Tunnuslukuja

### Toimialat

#### Statistics

Toimluokka

N	Valid	100
	Missing	0

#### Toimluokka

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	471 Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä	11	11,0	11,0	11,0
	472 Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä	8	8,0	8,0	19,0
	474 Tieto- ja viestintäteknisten laitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä	2	2,0	2,0	21,0
	475 Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä	34	34,0	34,0	55,0
	476 Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä	8	8,0	8,0	63,0
	477 Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Yritykset henkilöstön lukumäärän mukaan jaettuna

Yrityksen koko henkilömäärän perusteella

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mikroyritykset	159	40,5	68,5	68,5
	Pienet ja keski- suuret yrityk- set	73	18,6	31,5	100,0
	Total	232	59,0	100,0	
Missing	System	161	41,0		
Total		393	100,0		



## Aineistoa kuvaavia tunnuslukuja

		LIIKE- VAIHTO	TILIKAUDEN TULOS	TASEEN LOPPU- SUMMA	Liikevaiht- don muu- tos %	Henkilö- kunnan lkm	Liikevaihto / henkilö (1000e)	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntikate	myyntikate- pros
N	Valid	391	393	393	355	232	232	393	393	393	323	323
	Missing	2	0	0	38	161	161	0	0	0	70	70
Mean		1433,3471	14,843003	673,704	2,215	9,41	190,096121	2,754962	-,207888	4,435878	535,4700	40,3089
Median		442,0000	5,000000	248,500	-1,700	5,00	143,000000	3,500000	2,300000	5,400000	235,0000	40,9207
Std. Deviation		2608,14536	104,4405260	1112,5674	53,6655	10,010	277,4187476	18,2415463	19,3623613	27,5449505	752,59828	17,77269
Variance		6802422,195	10907,823	1237806,321	2879,981	100,208	76961,162	332,754	374,901	758,724	566404,177	315,869
Minimum		2,00	-939,0000	1,0	-92,0	1	7,5000	-150,0000	-150,0000	-181,4000	-438,00	-45,33
Maximum		21160,70	708,0000	10425,7	828,6	58	4003,2000	64,3000	64,3000	200,0000	3932,10	93,54
Percentiles	25	191,0000	-6,000000	113,000	-11,500	3,00	96,475000	-,150000	-1,950000	-2,350000	97,0000	29,7583
	50	442,0000	5,000000	248,500	-1,700	5,00	143,000000	3,500000	2,300000	5,400000	235,0000	40,9207
	75	1370,0000	28,000000	821,500	7,200	13,00	233,725000	8,350000	6,350000	16,100000	619,0000	52,0000

## Kaikkien yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut vuonna 2011

		Statistics					
		Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- kate	myynti- katepros
N	Valid	69	76	76	76	60	60
	Missing	7	0	0	0	16	16
Mean		4,209	6,452632	3,823684	17,367105	631,7517	41,2092
Median		2,400	4,600000	3,500000	8,750000	270,5000	41,9802
Variance		566,737	181,780	326,068	938,183	735357,30	266,280
Minimum		-53,1	-50,0000	-116,7000	-16,7000	2,00	9,09
Maximum		147,3	61,5000	61,5000	200,0000	3932,10	93,54
Percentiles	25	-5,450	1,725000	,925000	2,250000	124,9500	30,8624
	50	2,400	4,600000	3,500000	8,750000	270,5000	41,9802
	75	9,900	12,000000	8,300000	22,925000	859,3000	51,2962

## Kaikkien yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut vuonna 2012

		Statistics					
		Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- kate	myynti- katepros
N	Valid	74	81	81	81	64	64
	Missing	7	0	0	0	17	17
Mean		,982	6,686420	4,311111	9,028395	599,1078	40,6693
Median		-1,200	4,600000	3,500000	7,700000	268,7500	42,3810
Variance		683,086	126,620	95,046	195,309	641724,43	312,770
Minimum		-74,1	-33,3000	-33,3000	-38,7000	-5,00	-31,25
Maximum		97,8	60,0000	60,0000	58,2000	3788,00	79,63
Percentiles	25	-11,175	1,000000	,000000	,300000	123,9250	30,7132
	50	-1,200	4,600000	3,500000	7,700000	268,7500	42,3810
	75	8,325	11,100000	6,950000	18,700000	751,0000	52,7507

## Kaikkien yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut vuonna 2013

		Statistics					
		Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- kate	myynti- katepros
N	Valid	77	88	88	88	76	76
	Missing	11	0	0	0	12	12
Mean		9,339	,034091	-3,150000	-2,479545	535,0763	40,0596
Median		-1,700	2,300000	1,200000	3,400000	191,0000	39,7218
Variance		9932,733	399,717	393,883	1216,877	600852,11	294,647
Minimum		-71,7	-99,0000	-99,0000	-181,4000	,00	,00
Maximum		828,6	50,0000	50,0000	51,9000	3533,00	81,69
Percentiles	25	-11,500	-3,275000	-5,600000	-7,550000	83,7500	29,8595
	50	-1,700	2,300000	1,200000	3,400000	191,0000	39,7218
	75	7,750	6,575000	5,075000	14,525000	588,0000	51,2495

## Kaikkien yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut vuonna 2014

		Statistics					
		Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- kate	myynti- katepros
N	Valid	83	95	95	95	79	79
	Missing	12	0	0	0	16	16
Mean		3,937	1,766316	-1,252632	,886316	447,4304	38,8462
Median		-3,500	3,000000	1,400000	4,000000	210,0000	38,8740
Variance		1708,613	298,611	320,065	545,532	418771,93	413,727
Minimum		-92,0	-66,7000	-84,0000	-103,3000	-438,00	-45,33
Maximum		267,1	64,3000	64,3000	62,4000	2864,00	80,02
Percentiles	25	-11,300	-1,500000	-4,500000	-5,900000	75,0000	27,6596
	50	-3,500	3,000000	1,400000	4,000000	210,0000	38,8740
	75	4,000	8,800000	5,900000	14,600000	485,0000	53,3461

## Kaikkien yritysten kasvun ja kannattavuuden tunnusluvut vuonna 2015

		Statistics					
		Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- kate	myynti- katepros
N	Valid	52	53	53	53	44	44
	Missing	1	0	0	0	9	9
Mean		-11,973	-2,266038	-6,137736	-3,281132	470,3636	41,6137
Median		-8,850	2,000000	,400000	1,900000	237,5000	41,2557
Variance		413,872	758,848	864,040	602,012	447094,46	270,229
Minimum		-73,0	-150,0000	-150,0000	-130,3000	1,00	6,47
Maximum		33,3	53,3000	53,3000	28,1000	2793,00	78,02
Percentiles	25	-20,650	-6,650000	-8,100000	-11,500000	97,5000	29,1576
	50	-8,850	2,000000	,400000	1,900000	237,5000	41,2557
	75	,175	5,850000	4,150000	9,550000	483,7500	52,5497

## Mikroyritysten tunnuslukuja vuonna 2011

		Statistics					
		LIIKE- VAIHTO	Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	29	26	29	29	29	26
	Missing	0	3	0	0	0	3
Mean		641,2759	1,546	8,055172	6,327586	22,320690	42,7678
Median		478,0000	2,900	5,400000	4,200000	8,500000	42,5396
Mode		716,00	-25,0	3,8000	2,0000	7,3000	9,09
Std. Deviation		497,62329	12,8487	7,8044670	7,5635355	42,3914191	16,53281
Variance		247628,939	165,090	60,910	57,207	1797,032	273,334
Skewness		1,289	-,191	,539	,559	3,291	,911
Std. Error of Skewness		,434	,456	,434	,434	,434	,456
Kurtosis		1,678	,258	,192	,975	11,933	2,754
Std. Error of Kurtosis		,845	,887	,845	,845	,845	,887
Minimum		22,00	-25,0	-7,2000	-8,1000	-16,7000	9,09
Maximum		2116,00	29,8	27,3000	27,3000	200,0000	93,54
Sum		18597,00	40,2	233,6000	183,5000	647,3000	1111,96
Percentiles	25	307,0000	-8,375	2,950000	2,000000	5,450000	32,3455
	50	478,0000	2,900	5,400000	4,200000	8,500000	42,5396
	75	805,0000	9,950	12,500000	11,450000	22,850000	51,9483

## Mikroyritysten tunnuslukuja vuonna 2012

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntika- tepros
N	Valid	35	31	35	35	35	31
	Missing	0	4	0	0	0	4
Mean		594,2314	4,568	8,782857	7,488571	14,325714	45,0624
Median		476,0000	2,100	6,500000	4,900000	10,900000	43,8636
Mode		15,00	-4,7	1,0000	-1,0000	,0000	22,58
Std. Deviation		499,42521	20,3801	11,1400308	11,0412801	14,9574955	11,95032
Variance		249425,537	415,348	124,100	121,910	223,727	142,810
Minimum		15,00	-18,9	-3,2000	-4,2000	-6,9000	22,58
Maximum		1958,00	94,3	60,0000	60,0000	58,2000	77,55
Sum		20798,10	141,6	307,4000	262,1000	501,4000	1396,93
Percentiles	25	225,0000	-4,700	2,400000	1,600000	2,100000	36,5169
	50	476,0000	2,100	6,500000	4,900000	10,900000	43,8636
	75	810,0000	4,300	12,000000	10,300000	20,900000	51,0029

## Mikroyritysten tunnuslukuja vuonna 2013

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntika- tepros
N	Valid	42	35	42	42	42	38
	Missing	0	7	0	0	0	4
Mean		541,4214	-2,111	1,211905	-1,383333	-1,011905	42,8664
Median		373,6500	-2,500	2,600000	1,400000	4,000000	41,5448
Mode		152,00	-13,2	7,6000	-,3000	7,2000	15,13
Std. Deviation		537,25920	19,0532	17,1458052	15,6782421	31,7369770	13,62422
Variance		288647,452	363,023	293,979	245,807	1007,236	185,619
Minimum		21,00	-63,7	-64,9000	-66,7000	-163,6000	15,13
Maximum		2592,00	37,3	45,0000	27,5000	37,6000	71,50
Sum		22739,70	-73,9	50,9000	-58,1000	-42,5000	1628,92
Percentiles	25	221,0000	-11,600	-4,650000	-5,675000	-5,050000	33,0988
	50	373,6500	-2,500	2,600000	1,400000	4,000000	41,5448
	75	752,7250	6,100	7,675000	5,675000	15,075000	51,3309

## Mikroyritysten tunnuslukuja vuonna 2014

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- katepros
N	Valid	40	37	40	40	40	37
	Missing	0	3	0	0	0	3
Mean		866,3400	16,708	1,782500	,140000	4,365000	40,1614
Median		485,5000	-1,600	3,300000	2,400000	7,050000	38,8740
Mode		345,00	-13,2	2,6000	,0000	,0000	5,88
Std. Deviation		1495,11265	53,4492	13,2818343	12,6965935	20,7753620	16,18189
Variance		2235361,822	2856,821	176,407	161,203	431,616	261,854
Minimum		17,00	-30,0	-61,0000	-61,0000	-44,6000	5,88
Maximum		9007,20	267,1	24,9000	23,9000	62,4000	71,16
Sum		34653,60	618,2	71,3000	5,6000	174,6000	1485,97
Per- centiles	25	184,0000	-8,950	-1,175000	-2,875000	-4,100000	28,7077
	50	485,5000	-1,600	3,300000	2,400000	7,050000	38,8740
	75	830,7500	22,750	7,000000	5,550000	16,500000	51,2404

## Mikroyritysten tunnuslukuja vuonna 2015

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- katepros
N	Valid	13	13	13	13	13	12
	Missing	0	0	0	0	0	1
Mean		530,0769	-17,977	-,261538	-1,469231	,215385	42,3867
Median		436,0000	-13,300	,900000	,000000	-1,000000	43,1316
Mode		137,00	-55,8	-15,3000	-16,7000	-25,8000	22,14
Std. Deviation		397,10147	17,7399	8,8126366	8,5902449	17,3239163	12,87495
Variance		157689,577	314,704	77,663	73,792	300,118	165,764
Minimum		137,00	-55,8	-15,3000	-16,7000	-25,8000	22,14
Maximum		1746,00	7,9	13,1000	11,4000	28,1000	68,60
Sum		6891,00	-233,7	-3,4000	-19,1000	2,8000	508,64
Per- centiles	25	302,0000	-29,100	-7,450000	-8,000000	-16,850000	31,4517
	50	436,0000	-13,300	,900000	,000000	-1,000000	43,1316
	75	605,5000	-7,950	6,450000	5,250000	13,700000	49,9898

## Pienten ja keskisuurten yritysten tunnuslukuja vuonna 2011

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myynti- katepros
N	Valid	16	16	16	16	16	15
	Mis- sing	0	0	0	0	0	1
Mean		5616,1625	3,675	4,481250	3,062500	11,418750	36,6015
Median		4609,6000	4,850	3,600000	2,200000	12,950000	23,5980
Mode		1352,00	-21,4	1,1000	,6000	3,7000	14,71
Std. De- viation		4774,28731	11,1574	5,4798076	4,5692997	11,8170622	20,86274
Variance		22793819,292	124,489	30,028	20,879	139,643	435,254
Minimum		1352,00	-21,4	-,9000	-2,4000	-9,6000	14,71
Maximum		21160,70	26,3	22,4000	16,6000	33,2000	80,70
Sum		89858,60	58,8	71,7000	49,0000	182,7000	549,02
Per- cen- tiles	25	2564,2500	-2,675	1,150000	,600000	2,500000	19,2023
	50	4609,6000	4,850	3,600000	2,200000	12,950000	23,5980
	75	6283,3250	10,250	5,600000	5,025000	20,150000	56,6789

## Pienten ja keskisuurten yritysten tunnuslukuja vuonna 2012

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntika- tepros
N	Valid	16	15	16	16	16	15
	Mis- sing	0	1	0	0	0	1
Mean		5115,0438	-,007	3,656250	2,006250	5,743750	36,4790
Median		3453,5000	2,400	2,650000	1,500000	5,150000	24,2681
Mode		1298,00	-3,4	-2,6000	-3,5000	-15,8000	13,33
Std. Deviation		4701,38712	9,0072	3,8302252	3,3485258	11,5979291	21,69125
Variance		22103040,817	81,129	14,671	11,213	134,512	470,510
Minimum		1298,00	-13,9	-2,6000	-3,5000	-15,8000	13,33
Maximum		20314,00	13,0	11,4000	7,0000	21,7000	79,63
Sum		81840,70	-,1	58,5000	32,1000	91,9000	547,19
Percent- iles	25	1860,7500	-9,600	,975000	-,350000	-,400000	18,6472
	50	3453,5000	2,400	2,650000	1,500000	5,150000	24,2681
	75	6626,7500	9,300	6,500000	5,125000	18,125000	57,5579

## Pienten ja keskisuurten yritysten tunnuslukuja vuonna 2013

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntika- tepros
N	Valid	18	16	18	18	18	16
	Mis- sing	0	2	0	0	0	2
Mean		4837,3500	4,475	3,188889	1,733333	-2,011111	41,4379
Median		3862,0500	7,300	3,050000	2,250000	11,950000	38,5993
Mode		1409,00	-20,1	-7,1000	-8,1000	17,3000	12,75
Std. Deviation		3647,07096	11,5994	6,1883086	5,6640248	46,8581199	22,80397
Variance		13301126,618	134,546	38,295	32,081	2195,683	520,021
Minimum		1409,00	-20,1	-7,1000	-8,1000	-181,4000	12,75
Maximum		16238,00	18,4	20,5000	15,4000	30,3000	81,69
Sum		87072,30	71,6	57,4000	31,2000	-36,2000	663,01
Per- centi- les	25	2041,7500	-1,850	-,350000	-1,425000	-4,800000	19,4945
	50	3862,0500	7,300	3,050000	2,250000	11,950000	38,5993
	75	6767,7500	14,425	5,375000	4,375000	17,825000	59,6917

## Pienten ja keskisuurten yritysten tunnuslukuja vuonna 2014

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntika- tepros
N	Valid	15	15	15	15	15	13
	Mis- sing	0	0	0	0	0	2
Mean		3988,8000	-4,873	2,966667	1,826667	-,226667	44,0323
Median		3314,0000	-5,600	3,800000	3,200000	11,200000	46,3918
Mode		1350,00	-26,8	3,8000	3,3000	-103,3000	13,78
Std. Deviation		2434,77990	14,7085	4,2363506	4,2165434	32,0452017	20,02403
Variance		5928153,171	216,341	17,947	17,779	1026,895	400,962
Minimum		1350,00	-26,8	-7,0000	-7,4000	-103,3000	13,78
Maximum		8851,00	30,3	10,0000	9,2000	23,5000	80,02
Sum		59832,00	-73,1	44,5000	27,4000	-3,4000	572,42
Per- centi- les	25	1617,0000	-14,800	1,000000	,500000	1,900000	23,6057
	50	3314,0000	-5,600	3,800000	3,200000	11,200000	46,3918
	75	5184,0000	3,500	4,300000	3,500000	15,000000	60,5149



## Pienten ja keskisuurten yritysten tunnuslukuja vuonna 2015

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	8	8	8	8	8	7
	Mis- sing	0	0	0	0	0	1
Mean		6182,8750	-6,063	1,287500	,550000	1,987500	27,2986
Median		5776,0000	-2,900	2,350000	1,650000	6,550000	23,5610
Mode		2815,00	-15,1	-7,9000	-8,3000	-50,5000	14,28
Std. Deviation		2997,84763	6,1083	3,8952123	3,7720779	22,2860903	14,93179
Variance		8987090,411	37,311	15,173	14,229	496,670	222,958
Minimum		2815,00	-15,1	-7,9000	-8,3000	-50,5000	14,28
Maximum		11679,00	,1	4,1000	3,5000	22,1000	57,66
Sum		49463,00	-48,5	10,3000	4,4000	15,9000	191,09
Percen- tiles	25	3453,7500	-13,150	,800000	,175000	2,375000	14,6243
	50	5776,0000	-2,900	2,350000	1,650000	6,550000	23,5610
	75	8252,0000	-1,625	3,750000	2,800000	14,825000	33,8033

## Päivittäistavarakauppojen tunnuslukuja vuonna 2011

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	14	13	15	15	15	11
	Mis- sing	1	2	0	0	0	4
Mean		3152,9357	5,685	6,706667	4,780000	11,106667	38,9971
Median		716,0000	6,500	4,200000	2,700000	11,200000	32,1229
Mode		716,00	-13,2	-50,0000	2,7000	-9,6000	18,58
Std. De- viation		5826,18974	10,3806	21,9750335	21,6704605	12,1038640	21,63491
Variance		33944486,915	107,756	482,902	469,609	146,504	468,069
Minimum		13,00	-13,2	-50,0000	-50,0000	-9,6000	18,58
Maximum		21160,70	32,8	61,5000	61,5000	35,6000	80,70
Sum		44141,10	73,9	100,6000	71,7000	166,6000	428,97
Per- centi- les	25	233,9500	1,750	2,800000	1,000000	2,100000	22,1682
	50	716,0000	6,500	4,200000	2,700000	11,200000	32,1229
	75	3079,5000	8,600	11,600000	9,700000	16,500000	53,9159

## Päivittäistavarakauppojen tunnuslukuja vuonna 2012

## Statistics

		LIKEVAIHTO	Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntikatepros
N	Valid	14	14	14	14	14	9
	Mis-sing	0	0	0	0	0	5
	Mean	3153,3214	6,114	8,428571	6,492857	9,564286	38,8968
	Median	680,5000	3,050	4,350000	3,100000	7,550000	31,7411
	Mode	15,00	-13,9	-2,8000	-3,5000	-6,4000	18,65
	Std. Deviation	5679,55062	14,9778	15,4088101	15,7540454	9,1091338	22,03001
	Variance	32257295,293	224,334	237,431	248,190	82,976	485,322
	Minimum	15,00	-13,9	-2,8000	-3,5000	-6,4000	18,65
	Maximum	20314,00	43,9	60,0000	60,0000	23,5000	79,63
	Sum	44146,50	85,6	118,0000	90,9000	133,9000	350,07
Per-	25	316,0000	-4,075	1,275000	,250000	2,725000	21,9470
cen-	50	680,5000	3,050	4,350000	3,100000	7,550000	31,7411
tiles	75	3009,2500	10,975	7,950000	5,150000	18,125000	58,4693

## Päivittäistavarakauppojen tunnuslukuja vuonna 2013

## Statistics

		LIKEVAIHTO	Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pääoman tuotto %	myyntikatepros
N	Valid	16	14	16	16	16	12
	Mis-sing	0	2	0	0	0	4
	Mean	2715,4188	2,307	8,968750	5,400000	5,206250	37,0834
	Median	539,5000	5,300	4,050000	,700000	2,000000	32,6555
	Mode	14,00	-20,1	-6,6000	-8,1000	-19,7000	15,28
	Std. Deviation	4781,87779	11,6599	15,7933623	14,7852629	18,2054742	20,96398
	Variance	22866355,228	135,953	249,430	218,604	331,439	439,488
	Minimum	14,00	-20,1	-6,6000	-8,1000	-19,7000	15,28
	Maximum	16238,00	20,8	50,0000	50,0000	37,6000	81,69
	Sum	43446,70	32,3	143,5000	86,4000	83,3000	445,00
Per-	25	243,2500	-6,900	-1,850000	-4,575000	-7,550000	21,1475
cen-	50	539,5000	5,300	4,050000	,700000	2,000000	32,6555
tiles	75	1931,0000	9,850	17,450000	9,500000	22,900000	45,0124

## Päivittäistavarakauppojen tunnuslukuja vuonna 2014

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	19	16	19	19	19	14
	Mis- sing	0	3	0	0	0	5
Mean		1434,9474	-,850	3,952632	1,842105	1,626316	36,7597
Median		433,8000	-1,450	3,200000	1,400000	2,700000	34,0341
Mode		4,00	-86,0	-,2000	-40,9000	-40,0000	-19,31
Std. De- viation		2484,01445	30,2347	20,4537247	20,0732081	20,0207071	24,96203
Variance		6170327,790	914,137	418,355	402,934	400,829	623,103
Minimum		4,00	-86,0	-40,9000	-40,9000	-40,0000	-19,31
Maximum		9007,20	51,0	64,3000	64,3000	36,1000	80,02
Sum		27264,00	-13,6	75,1000	35,0000	30,9000	514,64
Per- centi- les	25	99,0000	-11,325	-,200000	-3,500000	-5,300000	22,9978
	50	433,8000	-1,450	3,200000	1,400000	2,700000	34,0341
	75	1617,0000	3,900	10,500000	4,300000	16,700000	52,8889

## Päivittäistavarakauppojen tunnuslukuja vuonna 2015

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	11	11	11	11	11	8
	Mis- sing	0	0	0	0	0	3
Mean		2222,0000	-8,109	9,909091	4,490909	,209091	47,4224
Median		597,0000	-1,600	4,800000	2,400000	3,500000	46,2789
Mode		15,00	-55,8	-9,3000	-8,1000	-44,4000	22,59
Std. De- viation		3754,41663	26,6442	18,6182950	18,0348803	19,4223817	22,56574
Variance		14095644,200	709,913	346,641	325,257	377,229	509,213
Minimum		15,00	-55,8	-9,3000	-13,2000	-44,4000	22,59
Maximum		11679,00	33,3	53,3000	53,3000	23,4000	78,02
Sum		24442,00	-89,2	109,0000	49,4000	2,3000	379,38
Per- cen- tiles	25	112,0000	-21,100	-5,400000	-8,100000	-10,500000	24,8670
	50	597,0000	-1,600	4,800000	2,400000	3,500000	46,2789
	75	1706,0000	7,100	21,600000	6,700000	10,800000	71,3883

## Erikoiskauppojen tunnuslukuja vuonna 2011

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	61	56	61	61	61	49
	Mis- sing	0	5	0	0	0	12
Mean		1320,3230	3,866	6,390164	3,588525	18,906557	41,7057
Median		580,0000	1,000	5,400000	4,200000	8,700000	42,7793
Mode		6,00	-10,4	-2,7000	,6000	3,7000	9,09
Std. De- viation		1885,04052	26,0105	10,7017398	17,2547201	33,5609489	15,11341
Variance		3553377,768	676,548	114,527	297,725	1126,337	228,415
Minimum		6,00	-53,1	-50,0000	-116,7000	-16,7000	9,09
Maximum		8676,60	147,3	27,7000	27,3000	200,0000	93,54
Sum		80539,70	216,5	389,8000	218,9000	1153,3000	2043,58
Per- centi- les	25	239,0000	-7,175	1,550000	,800000	2,300000	32,7819
	50	580,0000	1,000	5,400000	4,200000	8,700000	42,7793
	75	1353,0000	10,475	12,050000	8,300000	23,200000	49,8964

## Erikoiskauppojen tunnuslukuja vuonna 2012

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	67	60	67	67	67	55
	Mis- sing	0	7	0	0	0	12
Mean		1257,4299	-,215	6,322388	3,855224	8,916418	40,9593
Median		476,0000	-2,900	4,600000	3,500000	7,700000	43,1138
Mode		9,00	-4,7	-,2000	-1,0000	,0000	33,33
Std. De- viation		1909,41135	28,0720	10,2924188	8,0684624	14,8431966	17,09941
Variance		3645851,686	788,037	105,934	65,100	220,320	292,390
Minimum		3,00	-74,1	-33,3000	-33,3000	-38,7000	-31,25
Maximum		9389,00	97,8	46,4000	22,2000	58,2000	77,55
Sum		84247,80	-12,9	423,6000	258,3000	597,4000	2252,76
Per- centi- les	25	217,6000	-11,675	1,000000	,000000	,000000	31,2373
	50	476,0000	-2,900	4,600000	3,500000	7,700000	43,1138
	75	1240,0000	4,975	11,100000	7,700000	18,900000	53,3333

## Erikoiskauppojen tunnuslukuja vuonna 2013

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	72	63	72	72	72	64
	Mis- sing	0	9	0	0	0	8
Mean		1192,0458	10,902	-1,951389	-5,050000	-4,187500	40,6176
Median		358,1500	-2,500	2,150000	1,400000	4,000000	40,8189
Mode		152,00	-13,2	,5000	-7,3000	4,9000	,00
Std. De- viation		1870,76791	110,1520	20,3742519	20,4040800	37,4808005	16,49334
Variance		3499772,563	12133,456	415,110	416,326	1404,810	272,030
Minimum		7,00	-71,7	-99,0000	-99,0000	-181,4000	,00
Maximum		9168,00	828,6	45,0000	27,5000	51,9000	78,58
Sum		85827,30	686,8	-140,5000	-363,6000	-301,5000	2599,53
Per- centi- les	25	153,2500	-13,200	-4,475000	-6,950000	-7,050000	32,1745
	50	358,1500	-2,500	2,150000	1,400000	4,000000	40,8189
	75	1211,2500	7,400	6,425000	4,875000	13,950000	52,8265

## Erikoiskauppojen tunnuslukuja vuonna 2014

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevaihdon muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	75	67	76	76	76	65
	Mis- sing	1	9	0	0	0	11
Mean		1075,9093	5,081	1,219737	-2,026316	,701316	39,2956
Median		406,0000	-4,000	2,900000	1,200000	4,000000	39,1304
Mode		17,00	3,9	,6000	,0000	,0000	-45,33
Std. De- viation		1706,63324	43,6827	16,5027514	17,3611856	24,2355414	19,40374
Variance		2912597,005	1908,181	272,341	301,411	587,361	376,505
Minimum		5,00	-92,0	-66,7000	-84,0000	-103,3000	-45,33
Maximum		8851,00	267,1	38,6000	23,9000	62,4000	69,84
Sum		80693,20	340,4	92,7000	-154,0000	53,3000	2554,22
Per- centi- les	25	144,0000	-11,300	-1,875000	-5,325000	-9,800000	28,6101
	50	406,0000	-4,000	2,900000	1,200000	4,000000	39,1304
	75	1039,0000	9,900	8,675000	5,975000	14,525000	53,3784

## Erikoiskauppojen tunnuslukuja vuonna 2015

## Statistics

		LIIKE- VAIHTO	Liikevai- don muutos %	Käyttökate %	Liikevoitto %	Sijoitetun pää- oman tuotto %	myyntikate- pros
N	Valid	42	41	42	42	42	36
	Mis- sing	0	1	0	0	0	6
Mean		1087,8667	-13,010	-5,454762	-8,921429	-4,195238	40,3229
Median		382,5000	-10,000	1,350000	,050000	1,200000	41,2557
Mode		333,00	-32,9	3,0000	-2,6000	-130,3000	6,47
Std. De- viation		1860,13103	18,5742	28,7699216	31,2774409	25,8340195	14,85687
Variance		3460087,439	345,001	827,708	978,278	667,397	220,727
Minimum		2,00	-73,0	-150,0000	-150,0000	-130,3000	6,47
Maximum		8582,00	21,3	52,7000	16,4000	28,1000	68,60
Sum		45690,40	-533,4	-229,1000	-374,7000	-176,2000	1451,63
Per- centi- les	25	180,0000	-22,250	-8,375000	-8,725000	-13,300000	30,7315
	50	382,5000	-10,000	1,350000	,050000	1,200000	41,2557
	75	815,5000	-1,300	4,500000	4,025000	9,225000	50,1119