



**SAVONIA**

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

# ASIAANTUNTIJAPALVELUN HINNOITTELU

Case: Tmi Punkin Palvelut

TEKIJÄ: Jutta Mäkinen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä Jutta Mäkinen			
Työn nimi Asiantuntijapalvelun hinnoittelu – Case Tmi Punkin Palvelut			
Päiväys	22.3.2017	Sivumäärä/Liitteet	31
Ohjaaja(t) Arja Hukkanen			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Tmi Punkin Palvelut			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena oli asiantuntijapalvelun hinnoittelu. Toimeksiantajana toimi Tmi Punkin Palvelut, jonka palveluihin kuuluu muun muassa maatalouskirjanpitoa. Tavoitteena oli laatia toimeksiantajan maatalouskirjanpitoa hinnoittelu, koska yritystoiminta oli vasta alkuvaiheessa, eikä toimeksiantajalla ollut itsellään kokemusta alan hinnoittelusta.</p> <p>Työ toteutettiin case-tutkimuksena. Teoreettisen viitekehyksen aineistona käytettiin palvelujen, asiantuntijapalvelujen ja hinnoittelun teoriaa. Tietoa haettiin pääosin alan kirjallisuudesta.</p> <p>Opinnäytetön empiirisessä osassa toimeksiantajalle rakennettiin hinnoittelu sekä resurssiperusteisesta tuntiveloituksesta että tuotosperusteisesta tapahtumaveloituksesta. Työn tuloksena toimeksiantajalle rakennettiin hinnoittelumalli hyödyntäen sekä aika- että tapahtumaveloitusta yhdessä.</p> <p>Koska toimeksiantajan toiminnan luvut olivat aloitusvaiheessa vasta arvioita, opinnäytetyön tuloksia voidaan käyttää hinnoittelussa ainakin ohjeellisina. Jatkoa ajatellen hinnoittelua olisi hyvä tarkistaa sekä kehittää, kun toiminnasta on saatavilla toteutuneita lukuja. Opinnäytetyö toimii kuitenkin toimeksiantajan hinnoittelun perustana.</p>			
Avainsanat palvelut, asiantuntijapalvelut, asiantuntija, hinta, hinnoittelu, maatalouskirjanpito			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Jutta Mäkinen			
Title of Thesis Professional Service Pricing - Case Tmi Punkin Palvelut			
Date	22.3.2017	Pages/Appendices	31
Supervisor(s) Arja Hukkanen			
Client Organisation /Partners Punkin Palvelut			
<p>Abstract</p> <p>The subject of the thesis was professional service pricing. The client of the thesis was Tmi Punkin Palvelut which offers professional services including farm accounting. The goal was to determine prices for farm accounting services because the business of the client was only at the starting stage and the client didn't have any former experience of pricing professional services.</p> <p>The thesis was carried out as a case study. The theoretical part of the thesis contains theories of services, professional services and pricing. Information was mainly obtained from literature of the field.</p> <p>The empirical part of the thesis includes a pricing model, which was built for the client based on two pricing methods: an hourly charge based on resources and a transaction charge based on yield. The outcome of the thesis is a pricing model which utilizes both hourly and transaction charges.</p> <p>Because the operational figures of the client's business were only estimated, the results of the thesis could be used as suggestions. In the future when the realized figures of business are available it would be reasonable to review and develop the determination of prices. However, the thesis operates as a basis for the pricing of the client's farm accounting service.</p>			
<p>Keywords services, professional services, expert, price, pricing, farm accounting</p>			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Tutkimuksen taustat ja tavoitteet.....	5
1.2	Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmä.....	6
2	PALVELUN JA ASiantuntijapalvelun HINNOITTELU .....	7
2.1	Asiantuntijapalvelut.....	7
2.2	Palvelujen omaleimaisuus.....	9
2.3	Palvelun tuotteistaminen .....	9
2.4	Hinta ja hinnan roolit .....	10
2.5	Palvelun hinnoittelumenetelmät .....	11
2.6	Asiantuntijapalvelun hinnoittelumenetelmät .....	14
2.7	Eryitystä palvelun ja asiantuntijapalvelun hinnoittelussa .....	18
2.8	Eryitystä kirjanpito palvelun hinnoittelussa .....	19
2.9	Hinnoitteluprosessi.....	19
3	HINNOITTELUN RAKENTAMINEN TMI PUNKIN PALVELUILLE .....	21
3.1	Tietoa toimeksiantajasta.....	21
3.2	Perusanalyysi toimeksiantajan toiminnasta .....	22
3.3	Maatalouskirjanpidon erityispiirteet .....	22
3.4	Hinnanasetus ja seuranta .....	23
4	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	28
	LÄHTEET .....	30

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetetyönitavoitteena on rakentaa hinnoittelu maatalouskirjanpito palvelulle. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Tmi Punkin Palvelut, joka tarjoaa sivutoimenaan muun muassa maatalouskirjanpito palveluita. Koska asiantuntijapalveluita sekä asiantuntijapalveluiden hinnoittelutapoja on hyvin erilaisia, ei opinnäytetyön tarkoitus ole löytää yhtä oikeaa tapaa hinnoitella asiantuntijapalvelu vaan löytää toimeksiantajan tapauksessa toimiva hinnoittelumuoto.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys rakentuu palveluiden ja asiantuntijapalveluiden teoriasta sekä niiden hinnoittelumuodoista. Palveluiden ja asiantuntijapalveluiden hinnoittelussa tarkastellaan käytettyjä hinnoittelumuotoja sekä hinnoitteluprosessia. Teoriassa nostetaan esille asiantuntijapalveluiden hinnoittelun erityispiirteitä.

Opinnäytetyö on luonteeltaan case-tutkimus, jonka empiirisessä osassa rakennetaan maatalouskirjanpito palvelulle hinnoittelu pohjautuen teoreettiseen viitekehukseen. Tutkimusosuudessa pyritään laatimaan hinnoittelumallit sekä resurssiperusteisesta aikaveloituksesta että tuotosperusteisesta tapahtumaveloituksesta. Hinnoittelumallien valintaan vaikuttaa se, että toimeksiantajan sivutoimi on alkuvaiheessa ja toiminta-astetta on hankala määrittellä etukäteen.

### 1.1 Tutkimuksen taustat ja tavoitteet

Opinnäytetyön toimeksiantaja on maatalousyrittäjä, joka on perustamassa uutta toiminimeä. Yrittäjä on aloittamassa yritystoimintaa asiantuntijapalvelualalla ja hänen yrityksensä tarkoituksena olisi tarjota mm. kirjanpito palveluita maataloille. Yrittäjällä itsellään ei ole kokemusta palveluiden hinnoittelusta ja tarvitsee tässä apua.

Työn tavoitteena on tutustua tarkemmin erityisesti asiantuntijapalveluiden hinnoitteluun ja rakentaa kaksi erilaista esimerkkiä miten kyseinen yrittäjä voi hinnoitella tarjoamansa maatalouskirjanpito palvelun ja suositella hänelle sopivaa vaihtoehtoa. Tässä tapauksessa erityispiirteitä hinnoitteluun lisää, se, että yrittäjän päätoiminen työ tulee olemaan maatalousyrittäjänä ja hänen tarjoamansa palvelu tulee olemaan ennemminkin sivutoimista.

Erilaisista hinnoittelumenetelmistä löytyy paljon tietoa sekä kirjallisuudesta että internetlähteistä, mutta opinnäytetyössä on tavoitteena rakentaa selkeä tietopaketti juuri kyseessä olevan alan palvelun hinnoittelun tueksi. Hinnoittelu on erittäin merkittävässä roolissa erityisesti aloittavalle yrittäjälle, koska se vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen ja kilpailukykyyn. Hinnoittelu voi yrityksen alkuvaiheessa olla hankalaa, koska sen avuksi ei ole esimerkiksi edellisten kausien toteutuneita myyntejä, jotka auttaisivat toiminta-asteen määrittelyssä (Eklund ja Kekkonen 2014, 114-115). Myös aikaisempia opinnäytetöitä hinnoittelusta ja palvelujen hinnoittelusta löytyy muutamia, mutta ei maatalouskirjanpidosta.

## 1.2 Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyö on case-tutkimus, jossa toimeksiantajalle kehitetään toimiva hinnoittelumalli, jota hän voi ottaa käyttöön hinnoittelussaan. Tutkimusmenetelmäksi valittiin case-tutkimus, koska kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen tutkimustapa ei olisi soveltunut sellaisenaan opinnäytetyön tutkimusongelmaan. Case-tutkimuksen piirteet sopivat parhaiten opinnäytetyön aiheeseen ja tavoitteisiin.

Case-tutkimuksessa eli tapaustutkimuksessa tutkitaan usein yhtä ilmiötä tai tapausta, johon perehdytään syvällisesti ja jossa käytetään monenlaisia tietolähteitä. Tutkittava yksikkö eli tapaus (case) tai ilmiö voi olla esimerkiksi yritys, perhe tai yksilö ja tätä tutkittavaa yksikköä on tarkoitusta todellisessa ympäristössään. Tutkimustulokset pätevät vain kyseisessä tapauksessa, eikä tuloksia voi siis sellaisenaan yleistää. Riittäväällä ja tarkalla dokumentaatiolla, voidaan kuitenkin edesauttaa sitä, että tutkimuksesta ja tutkimustuloksista voi olla hyötyä ja tieteellistä arvoa vastaavan kaltaisissa tapauksissa. (Kananen 2012, 34-36). Opinnäytetyön tutkittava ilmiö on toimeksiantaja ja hänen palvelunsa ja sen hinnoittelu.

Case-tutkimus sisältää sekä teoriaosuuden että empiirisen osuuden. Laadittu teoria-osuus ohjaa tutkimista ja sen tekemistä. Teoriaosuuden tulisi pystyä selittämään reaalimaailmaa liittyen tutkittavaan ilmiöön. Se pyrkii löytämään sekä ilmiön sisäisiä että ilmiöiden välisiä riippuvuussuhteita sekä tekijöitä eli muuttujia, jotka vaikuttavat ilmiön rakenteeseen. Itse tutkimuksessa voidaan joko pyrkiä luomaan uutta teoriaa tai testaamaan jo olemassa olevaa teoriaa. (Kananen 2013, 46 ja 48-49.)

Tutkimuksessa on tutkimusongelma, josta saadaan tutkimuksen metakysymykset eli tutkimuskysymykset. Näiden kysymyksien avulla on tarkoitus ratkaista tutkimusongelma. Ilman tutkimuskysymyksiä tutkimusongelmaan ei saada ratkaisua ja tutkimus voi jäädä pelkän aiheeseen liittyvän teorian tasolle. (Kananen 2013, 50 ja 62.)

Opinnäytetyön päättökysymys on:

- Kuinka hinnoitella maatalouskirjanpitoa?

ja alakysymykset:

- Mitä kustannuksia alan yrittäjällä on ja miten ne vaikuttavat hinnoitteluun?
- Kuinka huomioida hinnoittelussa asiantuntijuuden ylläpitoon menevät resurssit?

## 2 PALVELUN JA ASIANTUNTIJAPALVELUN HINNOITTELU

Palvelu-sanalla on monta merkitystä ja se voidaan tulkita monella tapaa. Palveluina voidaan pitää henkilöpalvelua tai toisaalta se voidaan ymmärtää niin, että palvelut ovat kaikkea sitä myytävää, joka ei ole materiaa. Palvelut voidaan jaotella karkeasti kuluttaja-, yritys- ja julkispalveluihin, joiden tehtävänä on tuottaa asiakkaalle jotakin hyötyä kuten esimerkiksi auttaa päivittäisissä perusasioissa, luomaan vaurautta ja edistämään terveyttä. Palvelut ovat siis käytännössä aineettomia tuotteita, jotka useimmiten syntyvät palvelun tuottajan ja palvelun asiakkaan työsuorituksen yhteistuloksena, josta asiakas maksaa joko suoraan tai välillisesti. (Sipilä 2003, 19-21.)

Palveluille ominaista on siis se, että asiakas itse osallistuu sen tuottamiseen. Se, kuinka paljon asiakas osallistuu palveluun, vaihtelee aloittain ja sitä voidaan useimmiten myös säädellä. Asiakas voi kertoa haluaako hän kokonaispalvelua vai tehdä joiltakin osin asiaa itse sekä vaikuttaa palvelun tasoon. Joissakin tilanteissa voidaan lisätä asiakkaan itsepalvelua. (Sipilä 2003, 22-23.)

Konkreettisenä esimerkkinä palvelusta, jossa asiakas voi vaikuttaa palveluntasoon ja sen kokonaisvaltaisuuteen voisi olla kampaajalla käynti. Asiakas voi mennä kampaajalle puhtaalla tukalla, jolloin hän maksaa pelkästä hiusteenleikkauksesta. Halutessaan kokonaisvaltaisempaa palvelua, asiakas voi käyttää kampaamopalveluja pesemättömällä tukalla, jolloin hänelle tarjotaan muutamalla lisäeurolla myös tukan pesua ennen varsinaista leikkausta. Näin asiakas itse vaikuttaa palvelukokonaisuuteen ja millaiseksi se muodostuu.

### 2.1 Asiantuntijapalvelut

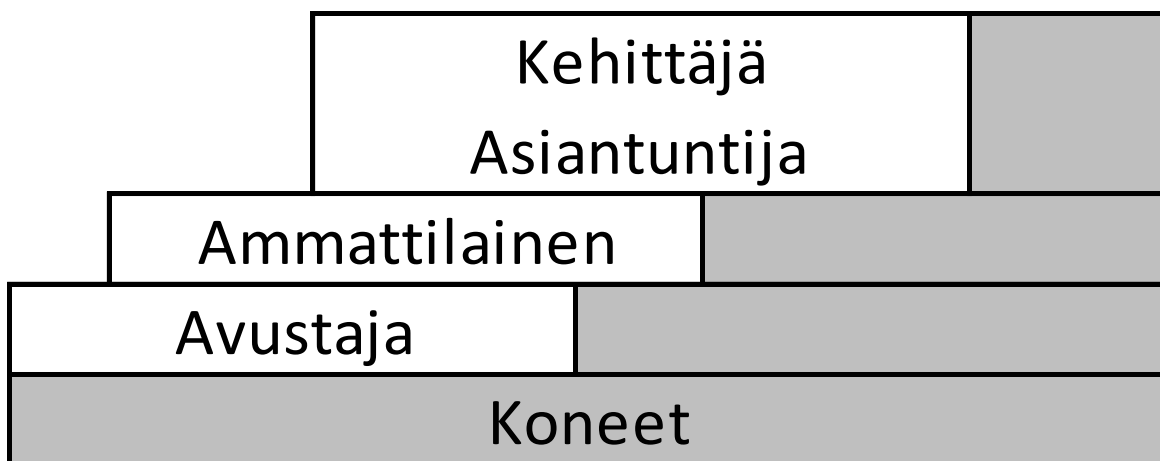
Kaikista palveluista löytyy rutiininomaisesti suoritettavia osia ja lisäksi jonkinasteista asiantuntijuutta edellyttäviä osia. Palveluita, joissa tarvitaan huomattavasti tietoa, asiantuntijuutta ja erikoisasiantuntemusta kutsutaan asiantuntijapalveluiksi. Muista palveluista ne poikkeavat luonteensa vuoksi ja usein ne ovat palveluista kaikkein aineettomimpia, kuten esimerkiksi ohjeet, neuvot ja ideat. Kehitys- ja tuottamisprosessi voi olla kuitenkin pitkä ja työläs. Joskus prosessit ovat sellaisia, joista jää konkreettisia lopputuloksia esimerkiksi mainokset, suunnitelmat tai omaisuuden karttuminen. (Lehtinen ja Niinimäki 2005, 10-11.)

Asiantuntijapalveluiden on tarkoitus tarjota asiakkaalleen ratkaisua ongelmaan tai asiaan, jota asiakas ei useimmiten osaa tai pysty ratkaisemaan itse. Asiantuntijapalvelut ovatkin siis erityisesti tiedon ja taidon kauppaa. Tarkoituksena on ratkoa monimutkaisia ongelmia ja kehittää uutta. Usein asiakkaan ongelma voi olla hänelle jopa niin hankala, että asiakas ei itse osaa tehdä tarkempaa analyysia palvelun tarpeestaan. Tästä syystä asiantuntijan on usein hyvä tehdä diagnoosi ja työsuunnitelma yhdessä asiakkaan kanssa, siitä mitä asiakas tarvitsee. (Sipilä 1998, 12-13.)

## Asiantuntija

Yleiskielessä asiantuntijakäsitettä käytetään paljon. Välttämättä henkilön osaamista ei määritellä sen tarkemmin. Käsite pitää sisällään paljon oletuksia ja arvolatauksia. Asiantuntemus onkin suhteellista. Hyvän asiantuntijan on osattava oma asiansa paremmin kuin asiakas. Se, että kenelle taas asiantuntija on asiantuntija ja kenelle ei, vaihtelee. Esimerkiksi asiantuntija ei välttämättä ole asiantuntija oman alansa kollegalle. (Sipilä 1998, 13-17.)

Kukaan ei ole seppä eikä varsinkaan asiantuntija syntyessään. Asiantuntijaksi kehitytään. Asiantuntijaksi kehittymistä voidaan kuvata neljästä portaasta muodostuvilla osaamisen ja kehittymisen portailla, jotka näkyvät alla kuviossa 1.



Kuvio 1 Osaamisen ja kehittymisen portaat (Sipilä 1998, 15.)

- Ensimmäisen portaan muodostuu yksinkertaisesta toistotyöstä, jonka voi suorittaa kone tai muu henkilö. Esimerkkinä voisi olla vaikka ompelukone.
- Toisessa portaassa on yksinkertaisia aputehtäviä. Nämä aputehtävät ovat nopeasti opittavissa ja niihin löytyy useita osaajia. Tätä tasoa voidaan sanoa apulaisten tasoksi. Tästä esimerkkinä voisi olla ompelijan apulainen.
- Kolmannen portaan muodostavat ammattilaisten työt. Ammattilaistasolla tekijä pystyy olemaan vastuussa kokonaisen työn suorituksesta. Tässä tilanteessa hän voisi olla esimerkiksi ammattiompeleija.
- Neljännessä eli ylimmässä portaassa ovat asiantuntijatyöt ja kehittäminen. Täällä oleva henkilö on siis oman asiansa asiantuntija ja pystyy tarvittaessa kehittämään toimintaa. Hän voisi esimerkiksi kehittää ja suunnitella uusia ompelumenetelmiä. (Sipilä 1998, 13-16.)



## 2.2 Palvelujen omaleimaisuus

Palvelut ovat aineettomia, joten niitä on hankalampi esitellä asiakkaalle. Asiakkaan on siis hankalampi nähdä mistä hän todellisuudessa saa rahansa vastineeksi. Tästä syystä asiakasta voidaan houkutella esimerkiksi alhaisella hinnalla kokeilemaan palvelua. Palvelun havainnollistamista ja hinnoittelua voidaan myös helpottaa rakentamalla palvelupaketti. (Sipilä 2003, 19-21.)

Palvelu on tulos asiakkaan ja palveluntuottajan välisestä vuorovaikuttamisesta sekä toiminnasta. Näin ollen palveluja ei voida varastoida. Eilistä palvelua ei voi myydä, ei edes halvalla. Kukaan ei esimerkiksi ostaisi edellisen päivän konserttilippua. Hinta on yksi keino, jolla voidaan auttaa tuotantokapasiteetin ja kysynnän yhteensovittamista. Sillä voidaan ohjata esimerkiksi kysyntää palveluntuottajan kannalta sopivampaan aikaan. (Sipilä 2003, 19-22.)

## 2.3 Palvelun tuotteistaminen

Tuotteistamisella pyritään kiteyttämään ja vakioimaan palvelun tuomaa arvoa. Tuotteistamisessa voidaan sanoa sisältävän kaksi eri tasoa: ulkoinen tuotteistaminen ja sisäinen tuotteistaminen. Ulkoisessa tuotteistamisessa pyritään kuvaamaan ja kiteyttämään asiakkaalle näkyviä palveluelementtejä ja apuna tässä ovat usein mm. palvelukuvaukset ja markkinointimateriaalit. Sisäinen tuotteistamisen perustehtäviä ovat taas toimintatapojen, palveluprosessin ja vastuiden kuvailu ja määrittäminen, joiden avulla palvelua voidaan yhdenmukaistaa. Vaikka tuotteistamisella pyritäänkin kuvamaan ja yhdenmukaistamaan palvelua, kuuluu palvelujen asiakaskohtainen räätälöiminen palvelun luonteen yhtäläillä. Tuotteistamisen tarkoitus on löytää balanssi vakioinnin ja räätälöimisen välillä. (Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen ja Martinsuo 2015, 5.)

Tuotteistamisella on palveluun nähden paljon hyötyjä. Hyötyinä pidetään mm. sitä, että palvelusta tulee toistettava, tasalaatuisempi ja palvelun myynti ja markkinointi helpottuu. Lisäksi se parantaa tiedon ja osaamisen jakamista. Tarpeen tullen toimintatapoja voidaan yhtenäistää ja palvelusta voidaan luoda tasalaatuisempi ja saumattomampi. (Tuominen ym. 2015, 6-7.)

Tuotteistamisen riskinä voi olla se, että se vie liian pitkälle, jolloin palvelu ei vastaakaan enää asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Palvelusta voi tulla liian jäykkä. Palvelun kehittäminen voi jäädä liian taka-alalle palvelun vakiinnuttua liikaa. Tällöin uutta innovointia ei välttämättä hyödynnetä. Lisäksi tuotteistamista voidaan pitää uhkana, jolloin asiantuntijat eivät halua jakaa hiljaista tietoaan. Henkilöstön motivaatio voi myös kärsiä, jos palvelu on viety liian prosessimaiseksi. (Tuominen ym. 2015, 6-8.)

### Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen

Niin kuin minkä tahansa palvelun tuotteistamisessa myös asiantuntijapalvelun tuotteistamisessa kuvataan, suunnitellaan, kehitetään ja määritellään asiakkaalle tarjottavaa palvelua. Tärkeitä asioita

juuri asiantuntijapalvelun tuotteistamisen suunnittelussa ovat mm. seuraavien asioiden ymmärtäminen: ydin- ja tukipalvelut, palveluprosessi, strategia, brändäys ja hinta-laatusuhde. Myös tuotteistamisen tasot olisi hyvä ymmärtää ja missä määrin tuotetta voidaan räätälöidä sekä standardoida. (Lehtinen ja Niinimäki 2005, 30-31.)

Asiantuntijankin on osattava kertoa mitä hän myy, minkälainen on hänen tuotevalikoimansa ja mitä se pitää sisällään. Asiakkaankin on helpompi tutustua palveluun, joka on tuotteistettu sekä vertailla palveluja keskenään, mikä taas tehostaa markkinointia. Tuotteistamisella voidaan vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen positiivisesti. (Sipilä 1995, 19 ja 50.)

Tuotteistettu asiantuntijapalvelu on helpompi hinnoitella. Esimerkiksi kiintohinnoittelu ja tuotteistaminen liittyvät vahvasti toisiinsa. Tuotteistettujen asiantuntijapalveluiden hinnoittelussa pyritään siirtämään kustannusperusteisista aikaveloituksista markkinapohjaiseen projektihinnoitteluun. Tällöin asiantuntevasta työstä on mahdollisuus saada korkeampaa hintaa, koska asiakas on valmis maksamaan enemmän. (Sipilä 1995, 19–21.)

## 2.4 Hinta ja hinnan roolit

Hinta toimii tuotteen tai palvelun arvon mittarina. Hinta vaikuttaa oleellisesti kannattavuuteen. Hinnalla voidaan myös asemoida millaisille kohderyhmille tuotetta pyritään kohdistamaan. Lisäksi hinta on kilpailukeino, joka vaikuttaa yrityksen kilpailuetuun heikentävästi tai vahvistavasti. (TIEKE 2005, 7.)

Hintaa, jonka palvelun tuottaja on antanut palvelulleen, voidaan pitää tuottajan ehdotuksena palvelun arvosta asiakkaalle. Palvelun arvo voi olla kuitenkin erilainen eri henkilölle tai samalle henkilölle eri tilanteessa. Hinta voi myös kuvata palvelun arvostuksen lisäksi erilaisten ammattien arvostusta. Kärkeistettynä esimerkkinä voidaan sanoa, että perinteisesti lääkäripalveluja on pidetty arvostetumpina kuin siivouspalveluja. Palvelujen ja asiantuntijapalveluiden välillä pidetäänkin tässä suhteessa selkeää eroa. (Sipilä 2003, 27-28.) Etenkin asiantuntijapalveluiden kohdalla, asiakas voi pitää hintaa osoituksena palvelun laadusta. Tähän vaikuttaa usein se, että asiantuntijapalveluiden kohdalla asiakkaan on vaikeampi havaita ja arvioida muita konkreettisia laadun arviointikriteerejä. (Lehtinen ja Niinimäki 2005, 55.)

Hinta on asiakkaan antama korvaus hänelle tuotetusta palvelusta. Hinta toimii siis tuloksentekijänä. Hinnoittelu ja hinnoittelustrategia ovat yksi tärkeimmistä asioista, jotka vaikuttavat yrityksen toiminnan kannattavuuteen sekä sen jatkuvuuteen. Kustannuksia voi syntyä hyvin erilaisista asioista, mutta tulorahoitus tulee useimmiten vain palvelun hinnasta eli myyntituotoista. Tästä syystä hinnoittelupäätökset voivat olla yritykselle erittäin tuottoisia tai tuhoisia. (Sipilä 2003, 25.)

Hinta toimii myös tehokkaimpana välineenä ohjata asiakkaita. Tätä voidaan kutsua asiakasohjaukseksi. Asiakas voidaan houkuttaa hinnalla vakiasiakkaaksi tai keskittämään ostoksiaan. Esimerkkinä voisi olla esimerkiksi vakuutusyhtiö, joka tarjoaa korkeampaa bonustasoa, mitä enemmän asiakas keskittää vakuutuksiaan yhtiön alle. (Sipilä 2003, 26.)

Asiakasohjauksen tarve korostuu, kun kyseessä on asiantuntijapalvelu. ”Hinnoittelulla asiakas voidaan ohjata suunnittelemaan asiat paremmin, ostamaan kokonaispalveluja erillispalojen sijaan, tekemään oma osuutensa työstä hyvin ja aikataulussa, välttämään turhia kyselyjä ja liian pienten töiden tilaamista, hyödyntämään asiantuntijan työn tulokset hyvin ja pyrkimään jatkuvat yhteistyösuhteeseen.” (Sipilä 2003, 27.)

## 2.5 Palvelun hinnoittelumenetelmät

Osa hinnoittelumenetelmistä ja hintojen asettamiseen liittyvistä asioista pätee sekä palveluiden että tavaroiden hinnoitteluun. Tarkemmin katsottuna tavarakin on vain osa asiakkaalle tarjottavaa palvelukokonaisuutta ja palveluitakin voidaan konkretisoida ja tuotteistaa. Palveluissa on kuitenkin paljon ominaispiirteitä, jotka erottavat ne tavaroiden hinnoittelusta. (Sipilä 2003, 19.)

Hinta ja hinnoittelu on yksi tekijä, joka vaikuttaa keskeisesti yrityksen menestymiseen, koska hinnoittelulla on suora vaikutus yrityksen kannattavuuteen. Yrityksen toiminta on kannattavaa ainoastaan silloin, kun myynnistä saatavat tuotot ovat enemmän kuin toiminnan kustannukset. Tappiollista toiminta on taas silloin kun tilanne on toisinpäin. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen ja Pellinen 2013, 212.) Edellä mainituista syistä onkin mietittävä tarkkaan hinnoitteluun vaikuttavia seikkoja, jotta tuotteelle tai palvelulle valittaisiin kaikkein optimaalisin hinnoittelumuoto.

Tuotteiden hinnoitteluun voidaan käyttää erilaisia hinnoittelumuotoja, joista yleisimpiä ovat kustannusperusteinen, markkinaperusteinen, tavoiteperusteinen, arvoperusteinen ja sopimusperusteinen hinnoittelu (Järvenpää ym. 2013, 213). Palveluiden hinnoittelussa voidaan nähdä kolme yleisintä perustetta, jotka ohjaavat hinnoittelua:

1. Kustannusperusteinen hinnoittelu
2. Markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu
3. Omat päämäärät ja tavoitteet hinnoittelun perustana

Nämä kaikki kolme voivat useimmiten vaikuttaa hinnan määräytymiseen, mutta yleensä erilaisissa tilanteissa ja vaikutukseltaan vaihtelevasti. (Sipilä 2003, 57.)

### Kustannusperusteinen hinnoittelu

Kustannusperusteinen hinnoittelu perustuu nimensä mukaisesti tuotantokustannuksiin. Erityisen tärkeää tässä hinnoittelumuodossa on se, että yrityksen tulisi pystyä kartoittamaan luotettavasti kaikki

yrittäjän toimintaan liittyvät kustannukset ja kohdistamaan ne oikein. Kustannusperusteinen hinnoittelu voidaan jaotella seuraavanlaisiin perusvaiheisiin:

1. Tuotteen kustannuksista tehdään jako välittömiin ja välillisiin kustannuksiin ja muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin.
2. Tehdään päätös otetaanko huomioon välittömien kustannusten lisäksi välilliset kustannukset ja tehdään päätös otetaanko huomioon muuttuvien kustannuksien lisäksi kiinteät kustannukset.
3. Määritetään miten välilliset kustannukset kohdistetaan tuotteille ja miten kiinteät kustannukset käsitellään.
4. Lasketaan tuotteille tuotekohtaiset kustannukset.
5. Asetetaan voittotavoite ja päätetään mahdolliset alennukset.
6. Lasketaan myyntihinta lisäämällä tuotekohtaisiin kustannuksiin tuotekohtaiset voittotavoitteet sekä mahdolliset alennukset. (Järvenpää ym. 2003, 215.)

Katetuottohinnoittelu ja voittolisähinnoittelu ovat kustannusperusteisia hinnoittelumuotoja. Katetuottolaskennan perustana toimivat tuotteen aiheuttamat muuttuviin kustannukset (välittömät kustannukset). Tuotteelle saadaan myyntihinta lisäämällä muuttuviin kustannuksiin haluttu katetuotto. Kaava löytyy kuviosta 2. Haluttu katetuotto taas saadaan laskemalla yhteen kaikki yrityksen kiinteät kustannukset ja voittotavoite. (Eklund ja Kekkonen 2014, 105-106.)



Kuvio 2 Kaava myyntihinnan muodostumisesta katetuottohinnoittelussa (Eklund ja Kekkonen 2014, 106).

Katetuottotavoitteita on erilaisia ja siihen vaikuttavat useat tekijät. Esimerkiksi se nostaako yrittäjä palkkaa vai täytyykö voiton kattaa myös yrittäjän tekemä työpanos vaikuttaa voittotavoitteen kautta katetuottotavoitteen suuruuteen. Sijoitetulle pääomalle on saatava myös tuottoa. Mitä enemmän sijoitettua pääomaa on sitä suurempi tuotto sille on saatava. Myös mahdolliset tulevaisuuden investointitarpeet voivat vaikuttaa voittotavoitteen asettamiseen. (Eklund ja Kekkonen 2014, 105-106.)

Palvelutuotteissa katetuottolaskenta voi olla kuitenkin hankalaa, koska yksittäisen peruspalvelumal-linkin kaikkien kustannusten havaitseminen on käytännössä erittäin vaikeaa. Tästä syystä kustannuspohjaisessa palvelun hinnoittelussa käytetään usein oletettuja tuotantokustannuslukuja. (Sipilä 2003, 58.)

Voittolisähinnoittelussa hinta määräytyy niin, että tuotteen omakustannusarvoon lisätään voittolisä. Tuotteen omakustannusarvo selvitetään kohdentamalla siihen kaikki sen aiheuttamat kustannukset.

Tuotteen voittolisä taas määräytyy yrityksen asettaman voittotavoitteen kautta. Se käyttäytyy samalla tavoin kuin katettuottolaskennan voittotavoite ja se määritellään usein euroina. Kuviossa 3 näkyy voittolisähinnoittelun myyntihinnan kaava. (Eklund ja Kekkonen 2014, 108.)



Kuvio 3 Kaava myyntihinnan muodostumisesta voittolisähinnoittelussa (Eklund ja Kekkonen 2014, 108).

Euromääräisen esitystavan lisäksi voittolisä voidaan määritellä myös prosenttimuodossa, joka mahdollistaa sen kohdistamisen eri tuotteille. Voittolisäprosentti saadaan jakamalla yrityksen voittotavoite kokonaiskustannuksilla ja kertomalla tulos 100:lla. Voittolisähinnoittelun käyttäminen edellyttää sitä, että tuotteelle pysytään laskemaan omakustannusarvo. Muuttuvien kustannusten kohdentaminen on kohtuullisen helppoa, mutta kiinteiden kustannuksien kohdistamiseen tarvitaankin jo haastavampia laskentamenetelmiä. Toisinaan kiinteiden kustannusten kohdistaminen ei ole edes mahdollista. (Eklund ja Kekkonen 2014, 109-110.)

Tuotekohtaiset kustannukset voivat vaihdella paljonkin käyttämällä eri laskentaperiaatteita. Vaihtoehtoisia laskentatapoja ja niiden vaikutusta tuotteiden loppukustannuksiin on hyvä harkita silloin kun välilliset kustannukset ja kiinteät kustannukset ovat suuria. Esimerkiksi katettuottohinnoittelu on usein luotettavampaa silloin kun muuttuvien kustannusten osuus on suuri verrattuna kiinteisiin kustannuksiin. Mikäli kiinteiden kustannusten osuus on suuri ja on epäselvää miten ne kytkeytyvät eri tuotteiden valmistukseen ja tarjontaan, on riskinä se, että katettuottohinnoittelu johtaa virheelliseen hinnoitteluun. (Järvenpää ym. 2003, 215-217.)

Kustannusperusteinen hinnoittelu voi johtaa ylihintaan, mikäli yrityksen kustannukset ovat korkeammat kuin kilpailijoilla. Toisaalta toinen yritys voi kustannusperusteisella hinnoittelulla hinnoitella palvelunsa markkinahintaa alhaisemmaksi. Siksi onkin hyvä sisäistää, että ainoastaan kustannusten ei tulisi määritellä palvelun hintaan. Kustannusten ymmärtäminen on joka tapauksessa tärkeää, koska valmistuskustannukset määrittävät palvelulle kuitenkin hinnan alarajan. (Eklund ja Kekkonen 2014, 118.)

Markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu

Kun hinnoittelu perustuu kysynnän ja kilpailun muovaamaan markkinahintaan, kutsutaan hinnoittelua markkinaperusteiseksi. Kysynnän ja kilpailun lisäksi markkinahintaan vaikuttavat myös ulkopuolelta tulevat tekijät kuten esimerkiksi erilaiset säätelytoimet; lait, asetukset ja verotus. Tuotantokustannukset määrittävät siis palvelun hinnan alarajan kun taas markkinoiden ja kysynnän voidaan sanoa määrittävän hinnalle ylärajan. (Sipilä 2003, 58.)

Todellisuudessa markkinahinnan määrittely voi olla hankalaa. Yritykset voivat käyttää erilaisia alennuksia, jolloin ilmoitettu listahinta ei olekaan markkinahinta. Näissä tapauksissa markkinahinta voi siis olla alempi kuin julkiset listahinnat. Alhaiset hinnat voivat myös kieliä yrityksen vaikeuksista esimerkiksi lopetusuhasta, jolloin markkinahinta ei suinkaan ole markkinoiden alhaisin hinta. Palveluiden heterogeenisyys hankaloittaa markkinahinnan määrittelyä myös. Asiakkaan osallistuvuus voi toisessa palvelussa on verrattain paljon suurempi kuin toisessa. Tällöin hinnat eivät ole vertailukelpoisia. (Sipilä 2003, 59.)

Markkinaperusteista hinnoittelua käyttäessä on tärkeää edelleen tiedostaa oman yrityksen kustannusrakenteet ja ottaa selvää myös kilpailijoiden kustannuksista. Hintakilpailua näkymättömämpi kilpailu käydään kustannusrakenteiden välillä. Palveluiden hinnat voivat olla samaa luokkaa, mutta sille palveluntarjoajalle jää parempi kate kenellä on parempi kustannusrakenne. Viime kädessä palveluntarjoaja, joka kehittää tehokkaimman kustannusrakenteen ja parhaan varallisuuden on voittaja. Kaikesta huolimatta menestyneessä yrityksessä voi olla kustannustekijöitä, jotka ovat suurempia kuin kilpailijoilla esimerkiksi henkilöstön koulutuskustannukset. (Sipilä 2003, 60-61.)

Muita hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä

Yksi lähtökohta hinnoittelulle on aina yrityksen omat päämäärät, tavoitteet ja halut, mutta markkinataloudessa alalla kuin alalla on usein kilpailua, mikä tarkoittaa sitä että usein hinnoittelussa on mentävä markkinoiden ehdoilla. Omiin tavoitteisiin vahvasti perustuvia hinnoittelumuotoja ovat monopolihinnoittelu ja sosiaalinen hinnoittelu. (Sipilä 2003, 63.)

Yleisesti monopoli määritellään niin, että yritys myy sellaista tuotetta jonka kaltaista tai lähes vastaavaa eivät muut markkinoiden yritykset tarjoa. Monopolihinnoittelussa yrityksen ei tarvitse miettiä muiden yritysten hinnoittelua. Esimerkiksi tilannetta, jossa yrityksellä on niin suuri mittakaavaetu, että se voi tarjota koko markkina-alueelle tuotettaan keskimääräistä alemmilla kokonaiskustannuksilla, kutsutaan luonnolliseksi monopoliksi. (Hubbard and O'Brien 2013, 544 and 549.)

Sosiaalista hinnoittelua käytetään esimerkiksi pro bono -työn muodossa. Tällöin palveluntarjoaja tarjoaa esimerkiksi ilmaiseksi tai muodollista korvausta vastaan palveluaan valitsemalleen asiakas-kohteelle. Työ voi olla esimerkiksi jotakin hyväntekeväisyyttä, josta saadaan samalla paljon positiivista näkyvyyttä esimerkiksi medioissa. Pro bono -työt voivat siis toimia markkinointikeinona. (Sipilä 2003, 64.)

## 2.6 Asiantuntijapalvelun hinnoittelumenetelmät

Asiantuntijapalvelun hinnoittelu on kehittämisaikana haastava, koska eri henkilöiden osaaminen ja työtahti eroavat toisistaan siinä missä asiakkaiden tottumukset ja vaatimukset. Erityisesti asiantuntijapalveluiden kohdalla erilaisten hinnoittelujärjestelmien tunteminen ja hallitseminen on asiantuntijalle

erittäin tärkeää osaamista. Tämä osaaminen mahdollistaa sopivan hinnoittelumuodon valitsemisen eri tilanteissa. (Sipilä 1998, 82-83.)

Asiantuntijapalvelua hinnoiteltaessa on mietittävä mistä asiakasta veloitetaan; veloitetaanko kustannuksista, lopullisesta tuotoksesta vai asiakkaan saamasta hyödystä. On myös päätettävä onko veloitus jokin kiinteä summa vai onko se riippuvainen jotenkin määrästä. Kuvio 4 havainnollistaa, että edellä mainituista asioista voidaan yhdistelemällä muodostaa lukematon määrä erilaisia hinnoitteluvaihtoehtoja. (Sipilä 1998, 92-93.)

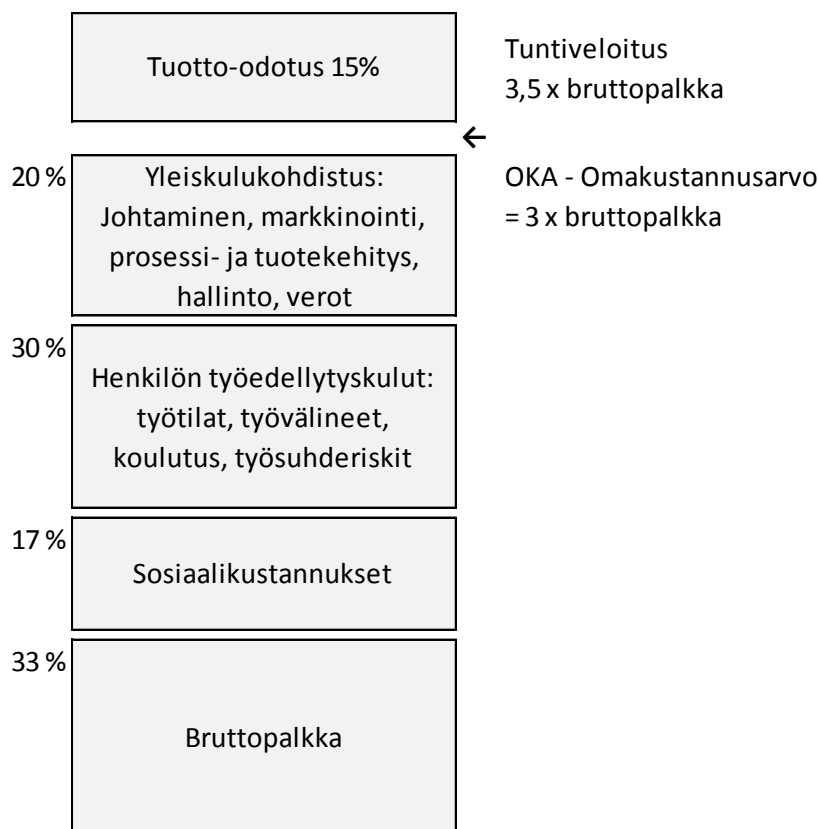
		Hinnoittelun kohde		
		Resurssi Kustannus Työmäärä	→Tuotos	→Hyöty
<b>Kokonaispalkkion muodostuminen</b>	Kiinteä summa	Kapasiteettiveloitus Jäsenmaksu	Kiinteä urakka tuotoksesta	Kiinteä summa hyödystä
	Kiinteä ja muuttuva osa	Perusmaksu + tehdyt tunnit	-Kattohinta -Minimihinta -Perusmaksu + muuttuva hinta	Perusmaksu onnistumisesta ja lisäksi ...
	Määrään sidottu	Tuntiveloitus	Yksikköhinta	Esim. % asiakkaan myynnistä

Kuvio 4 Yhdeksän hinnoittelumallia luokiteltuna (Sipilä 1998, 93).

#### Resurssiperusteinen hinnoittelu

Resurssiperusteisessa hinnoittelussa veloitetaan asiakasta asiantuntijan resurssien käytöstä tai niiden varaamisesta. Veloitus voi olla esimerkiksi kiinteä summa määräajasta tai lasku tehdyistä tunteista. Tuntien tai päivien mukaan veloittaminen on yleistä asiantuntijapalveluiden hinnoittelussa. Tällainen veloitusmuoto voi kattaa myös esimerkiksi palveluntarjoajan matkakulut tai ne voidaan veloittaa erikseen. (Sipilä 1998, 93.)

Myyjälle aikaveloitus on yksi helpoimmista tavoista hinnoitella tarjoamansa palvelu, koska se on hyvin selkeä ja yksinkertainen laskea. Tämä hinnoittelumuoto on myös asiakkaan näkökulmasta helppo ymmärtää, koska useimmiten työntekijöille maksetaan palkkaa tehtyjen työtuntien tai päivien mukaan. Kuviossa 5 havainnollistetaan aikaveloituksen muodostumista esimerkin avulla. Palveluntarjoajan on hyvä ymmärtää ero oman palkan ja laskutushinnan välillä, koska esimerkiksi jo pelkästään yrityksen olemassaolo maksaa, joten luonnollisesti laskutushintakaan ei ole suoraan palveluntarjoajan palkka. (Sipilä 2003, 185-188.)



Kuvio 5 Tuntiveloituksen laskentaesimerkki (Sipilä 2003, 188).

Aikaveloituksen katsotaan kuitenkin soveltuvan huonosti asiantuntijapalvelun hinnoittelumuodoksi. Käytetystä ajasta veloittaminen voi johtaa siihen, että työn määrään kiinnitetään enemmän huomiota kuin itse lopputulokseen. Tämä voi taas ohjata siihen, että työtä voidaan pitkittää tai pahimmillaan huonosti tehdystä työstä voidaan veloittaa enemmän kuin osaavasta ja tehokkaasta työstä. Aikaveloitukseen perustuva hinnoittelu voi olla hyvin epäoikeudenmukainen, koska esimerkiksi tuntiveloitus on harvoin täysin oikeassa suhteessa henkilön osaamiseen. (Sipilä 1998, 93-94.)

Kapasiteettiveloituksessa asiakasta veloitetaan resurssien varaamisesta itselleen riippumatta siitä käyttääkö hän niitä tosi asiassa. Kapasiteetin varaus voi koskea esimerkiksi tiloja tai laitteita, mutta asiantuntijatehtävien kohdalla se kohdistuu henkilökapasiteettiin. Hinta voi olla kiinteä summa määräajasta tai esimerkiksi tiettyyn aikaan sidonnainen aloitusmaksu ja siihen tarvittaessa lisätunteja lisämaksulla. Pitkällä aikavälillä voidaan sopia mahdollisista kuukausimaksuista tai käytön mukaan veloittamisesta. Pitkäaikaista resurssin vuokrausta kutsutaan leasing-toiminnaksi. Autot, koneet, laitteet ja kalusteet ovat yleisempiä liisauskohteita. (Sipilä 2003, 193.)

Asiantuntijatehtäviä ajatellen kapasiteettiveloituksella voidaan toisinaan parantaa laskutusastetta ja tuottavuutta. Tällainen laskutusmuoto ohjaa asiakasta edesauttamaan työn onnistumista ja tekemään sopimuksen mukaisesti oman osuutensa työstä, jolloin työ etenee todennäköisemmin suunnitelman mukaisesti. Asiakas hyötyy tällöin myös alhaisemmasta veloitusperusteesta. (Sipilä 1998, 95.)



## Tuotosperusteinen hinnoittelu

Toinen asiantuntijapalveluiden hinnoittelussa paljon käytetty veloitusmuoto on tarjoukseen pohjautuva urakkahinta, joka perustuu sovittuun tuotokseen. Tämä hinnoittelumuoto ohjaa ajattelua enemmän itse projektin tulokseen kuin käytettyyn aikaan toisin kuin aikaveloitus. Tuotosperusteinen hinnoittelu kannustaa siis myös kehittämään tuottavuutta. (Sipilä 1998, 96-97.)

Perinteisesti erityisesti tiloimistoissa käytetty tuotosperusteinen hinnoittelumalli on tapahtumaveloitus. Tapahtumaveloituksessa jokaiselle toimenpiteelle on oma hintansa. Toimenpidehinnoittelu on selkeä tapa hinnoitella, mutta usein tätä hinnoittelumuotoa käytettäessä, keinot vaikuttaa yrityksen talouteen jäävät vähäisiksi. Usein ainut vaihtoehto on volyymin lisääminen. (Sipilä 2003, 202.)

Palvelua hinnoitellessa tuotosperusteisesti tuotteistamisen tärkeys korostuu. Palvelukokonaisuus on määriteltävä ennen hinnoittelua. Asiantuntijapalveluiden kohdalla yksiselitteisen tuotehinnan antaminen on luonnollisesti hankalampaa, koska työ voi olla hyvin monimuotoista. Esimerkiksi aikaveloitukseen verrattaessa palvelujen tuotteistaminen ja palvelupakettien rakentaminen kasvattaa tuotekehityskustannuksia. Kuitenkin vastapainona kehittymenoille toimii tuotteistamisen tuomat hyödyt kuten esimerkiksi toiminnan tehostaminen, palvelun helpompi myyminen ja toiminnan suunnittelun helpottuminen. (Sipilä 2003, 203-206.)

Asiantuntijapalvelujen kohdalla voidaan listahinnoittelua pitää hankalana. Tuotehinnoittelun ei kuitenkaan tarvitse tarkoittaa sitä että on vain yksi hinta. Palveluissa voi olla erilaisia variaatioita ja kokonaisuuksia ja jokaisella versiolla on hintansa. Palvelun hinta voi määräytyä suhteessa palvelun laatuun, tasoon tai toimitusnopeuteen. Palvelulla voi olla olemassa haarukkahintoja, jotka tarkentuvat vasta jokaisen asiakkaan kohdalla riippuen työn laajuudesta ja asiakkaan toiveista koskien työtä. Kuitenkin palvelulle on pystyttävä antamaan loppuhinta ennen varsinaista suorituksen alkamista. (Sipilä 2003, 206.)

## Hyötyperusteinen hinnoittelu

Kun hinta perustuu asiakkaan saamaan hyötyyn tai asian vaikuttavuuteen, kutsutaan sitä hyötyperusteiseksi hinnoitteluksi. Hinnoittelu eroaa tuotosperusteisesta hinnoittelusta sillä, että asiakkaalle ei myydä pelkästään työn tuotosta vaan sitä hyötyä mitä ostaja voi tuotoksellaan saada. Ääripää esimerkkinä hyötyperusteisesta hinnoittelusta on tilanne, jossa myyjä ottaa tietyn osuuden asiakkaan liikevaihdosta tai katteesta korvauksena tuottamastaan palvelusta. Hyvin tavallista on kuitenkin käyttää hinnoittelussa jotakin tämän kaltaista välimuotoa, jossa määritetään asiakkaalle kiinteä hinta sovitusta tuotoksesta ja lisäksi sovitaan korvaus suhteessa tuotoksen mahdollistamaan asiakashyötyyn. (Sipilä 1998, 99-101.)

Perinteisesti hyötyperusteista hinnoittelua on käytetty muun muassa mainos- ja vakuutuslalla. Hinnoittelumuoto sopiikin sellaisiin palveluihin, joissa hyöty on helposti mitattavissa. Klassikko esimerk-

kinä hyötyperusteisesta hinnoittelusta voidaan mainita autovakuutuksien bonusjärjestelmät. Autovakuutuksessa palkitaan paremmin bonustasoin sellaisia asiakkaita, jotka eivät kolaroi autoaan. Asiakas hyötyy vakuutuksestaan kolarin sattuessa, mutta hyötyy myös sen olemassa olosta kolaroimattomana kun bonustaso kasvaa tai pysyy hyvällä tasolla. Yleisellä tasolla palvelusta on hyötyä myös siinä, että järjestelmä kannustaa ajamaan varovaisemmin, jolloin siitä hyötyvät kaikki. (Sipilä 2003, 235-237.)

Hyötyperusteisessa hinnoittelussa voidaan päästä muita hinnoittelutapoja parempiin tuloksiin, mikäli on hyvä työssään. Samalla tietenkin tämän hinnoittelumuodon riskitkin ovat muita suurempia. Hyötyperusteisen hinnoittelumallin heikkoutena voidaan pitää myös sitä, että aina ei saada riittävä näyttöä siitä että asiakkaan saama hyöty on juuri palvelun tuottajan aikaan saannosta. Joissakin tapauksissa voi olla mahdollista, että myyjä ei esimerkiksi saakaan mitään korvausta, jos asiakas ei saa tuotoksestaan hyötyä tai ei muuten ole tyytyväinen. Kuitenkin osittain tästä riskistä johtuen asiakaskin on helpompi saada uskomaan tuotoksen onnistumiseen, jos neuvottelussa ehdotetaan hyötyperusteista hintaa. Näin ollen asiakaskin näkee, että asiantuntija on niin varma asiastaan, että on valmis ottamaan riskin sen vuoksi. (Sipilä 1998, 99-101) (Lehtinen ja Niinimäki 2005, 56)

## 2.7 Erityistä palvelun ja asiantuntijapalvelun hinnoittelussa

Palvelut syntyvät henkilöstön työstä ja ammattiosaamisesta. Tästä syystä palveluyrityksen merkittävimmät kustannukset syntyvät henkilöstökustannuksista. Esimerkkeinä tällaisista henkilöstön panostukseen perustuvista yrityksistä voisivat olla kampaamot, siivousliikkeet ja tilitoimistot. Osa palvelumuodoista vaatii taas yritystä tekemään isoja investointeja koneisiin ja laitteisiin. Siispä investoinneista aiheutuvat poistot voivat olla henkilöstökulujen lisäksi myös isoimpia kulueriä. Suuria investointeja vaativista palveluyrityksistä esimerkkinä koneurakoitsija, joka joutuu sijoittamaan paljon rahaa koneisiin ja kuntosaliryttäjä, joka joutuu sijoittamaan moniin erilaisiin kuntosalilaitteisiin. (Eklund ja Kekkonen 2014, 114.)

Hankalaa hinnoittelussa on ottaa huomioon työaika, joka ei ole itse asiakastyötä. Yrittäjän on laskettava kaikki työpäivän tunnit riippumatta siitä voidaanko ne suoraan laskuttaa asiakkaalta. Nämä tunninit on sisällytettävä hinnoittelussa kustannuksiin, mikäli yrittäjä haluaa saada kuukausipalkkansa. Esimerkiksi siirtymäajat matkustaessa asiakkaan luota toiselle ovat tällaista aikaa, joten nekin on laskettava mukaan työajaksi ja otettava mukaan kustannuksiin. (Eklund ja Kekkonen 2014, 115.)

Asiantuntijapalveluissa erityisen tärkeää on luoda luottamus asiakkaan ja asiantuntijan välille. Tästä syystä alennusten käyttäminen ja hinnasta tinkiminen ei sovi yleensä asiantuntijapalveluiden hinnoitteluun. Asiantuntijapalvelun myyjä ei kokeile mitä asiakas olisi mahdollisesti valmis maksamaan vaan seisoo varmana tarkkaan harkitun hintansa takana. Kuitenkin asiakkaan kykyä maksaa voidaan ottaa huomioon muokkaamalla palvelun kokonaisuutta. Asiakkaan on usein mahdollisuus tehdä joitain palvelun osia itse, jolloin asiantuntijalle jäävä työmäärä on pienempi. Asiakkaalle rehellisesti kerrottu hinta ja hinnoittelujärjestelmän avaaminen lisää myös luotettavuuden tuntua. (Sipilä 1998, 82-83.)

Usein palvelun luonne ohjaa palvelun hinnoittelua ja se on yksi syy miksi asiantuntijapalveluille on hankala löytää yhtä oikeaa ja yleistettävää tapaa hinnoitella. Tästä syystä palveluyrittäjän olisikin hyvä hallita eri hinnoittelumuodot ja tarpeen tullen yhdistellä ja soveltaa niitä hinnoittelussaan. Asiantuntijapalvelun hinnoittelu vaatii usein luovaa ajattelutapaa. (Lehtinen ja Niinimäki 2005, 55 ja 58.)

## 2.8 Erityistä kirjanpitolpalvelun hinnoittelussa

Yleisesti tilitoimistojen toimintaa ja sitä kautta myöskin hinnoittelua määrittää alan yleiset sopimusehdot eli YSE KL2004. Tarkemmin sanottuna tilitoimiston palvelujen, tarjouksien, tilausvahvistuksien ja toimitussopimusten tulisi siis soveltaa KL2004 sopimusehtoja.

Kirjanpitolpalvelun kohdalla on erityisen tärkeää antaa asiakkaalle mahdollisimman realistinen hinta-arvio. Hinta-arvion tulisi olla niin oikeamääräinen kun käytettävissä olevan tiedon perusteella on mahdollista tehdä. Hinta-arvion olisi hyvä olla dokumentoitu ja sen tulisi sisältää perusteet hinnan määräytymiselle. On hyvä myös selvittää ennakkoon, mitä ylimääräinen selvittely voi mahdollisesti maksaa asiakkaalle, jotta kiistatilanteissa ei käy niin että ylimääräisestä työstä voidaan asiakkaan vaatiessa jättää veloittamatta. Mahdolliset lisätyöt ja niiden hinnat on myös hyvä dokumentoida. Myös kesken työn ilmenevät asiat, jotka voivat nostaa työn hintaa oleellisesti on informoitava asiakkaalle viivytyksestä. Esimerkiksi tarkoituksella liian alhaisen hinta-arvion antaminen voi olla eettisesti haitallista niin tilitoimiston kuin koko alan maineelle. (Talouhallintoliitto.)

Talouhallintoliiton jäsenen on myös huolehdittava liiketoimintansa kannattavuuden kehityksestä. Tästä syystä taloushallinnon palveluyrityksen normaalia toimintaa on tarkistaa väliajoin oma hinnoittelunsa. Hintakehityksen tulisi olla sopusuhdassa muun muassa yleisen kustannustason muuttumisen kanssa. (Talouhallintoliitto.)

## 2.9 Hinnoitteluprosessi

Palvelun hinnoitteluprosessi sisältää usein kolme vaihetta, jotka ovat perusanalyysi, strategian yhteensovitus ja hinnanasetus. Ensimmäisessä vaiheessa eli perusanalyysissä tulisi miettiä palvelun kilpailuun, kysyntään ja kustannuksiin liittyviä asioita. Onko alueella kilpailijoita eli muita palveluntarjoajia, joilta kuluttajat voivat hankkia palvelun ja millainen suhde palvelulla on muihin samankaltaisiin palveluihin? Mitkä asiat vaikuttavat asiakkaan ostopäätökseen? Tässä vaiheessa on myös laskettava, että tuotteen hinta kattaa sen tuottamiseen ja toimittamiseen menevät kustannukset eli kokonaiskustannukset. (Järvenpää ym. 2013, 226-227.)

Seuraavassa eli strategian yhteensovitusvaiheessa yhdistetään yrityksen tavoitteet ja strategia osaksi hinnoittelua, koska erilaisilla strategioilla on erilaiset vaikutukset hinnoitteluun. Pyrkiikö yritys esimerkiksi kasvamaan vai keskittykö se parantamaan kannattavuutta? Pyritäänkö hinnoittelulla lähtökohtaisesti vaikuttamaan markkinaosuuteen vai kannattavuuteen? (Järvenpää ym. 2013, 227.)

Kustannukset asettavat hinnan alarajan ja markkinahinta hinnan ylärajan. Hinnoittelun viimeisessä vaiheessa eli varsinaisessa hinnanasetuksessa auttavat erilaiset hinnoittelumallit. Niiden avulla hinta pyritään asemoimaan oikealle tasolle. (Eklund ja Kekkonen 2014, 120.) On myös päätettävä käytetäänkö hinnoittelussa alennuksia. Hinnoittelun viimeistelyssä voidaan miettiä myös onko hinnan esitavalla merkitystä eli onko olemassa ns. psykologista hintaa. Asiakas saattaa kokea hinnan 19,99 euroa edullisempänä kuin 20,00 euroa. Kuvassa 4 on tiivistettynä hinnoitteluprosessin kolme eri vaihetta ja mitä ne yleensä sisältävät. (Järvenpää ym. 2013, 227-228.)



Kuva 6 Hinnoitteluprosessin vaiheet (Järvenpää ym. 2013, 228).

Varsinaisen prosessin jälkeen on kuitenkin tärkeää tarkkailla hintaa ja myyntiä. Asiakkaiden ja kilpailijoiden toimintaa on seurattava aktiivisesti. Erityisen tärkeää on seurata asiakkaiden ostokäyttäytymistä. On myös tarkasteltava miten katetuotto- ja voittotavoite toteutuvat ja onko kustannuksissa tapahtunut muutoksia. Tällaisten seurantojen tekeminen on tärkeää, jotta muutokset voidaan huomata ja tarvittaessa hintaan voidaan vaikuttaa. (Eklund ja Kekkonen 2014, 120-121.)

### 3 HINNOITTELUN RAKENTAMINEN TMI PUNKIN PALVELUILLE

Toimeksiantaja on hinnoitellut toimintansa ensimmäisinä toimintakuukausina arvioimalla ajallisesti, mitä hänellä kuluu aikaa kunkin työn toteuttamiseen ja laskenut itselleen tuntihinnan. Tämän tuntihinnan perusteella toimeksiantaja on kertonut asiakkaalle hinta-arvion, joka on sovittu työn hinnaksi. Tuntihinnaksi toimeksiantaja on laskenut alueen saman alan yrittäjien keskimääräisiä tuntihinnoista. Tämän perusteella toimeksiantajan nykyinen hinnoittelu muistuttaa eniten markkinahintaan pohjautuvaa aikaveloitusta.

#### 3.1 Tietoa toimeksiantajasta

Opinnäytetyön toimeksiantaja on toiminut maanviljelijänä virallisesti vuodesta 2005, jolloin hänen kotitalallaan tehtiin sukupolvenvaihdos. Tämän lisäksi hän on myös työskennellyt kokopäiväisesti ulkopuolisilla työnantajilla. Keväällä 2016 toimeksiantaja jättäytyi pois päivätyöstään ja perusti toimintansa, Punkin Palvelut. Maanviljelyn lisäksi toimeksiantaja tarjoaa siis nykyisin sivutoimenaan mm. viljelysuunnittelu- ja maatalouskirjanpito palveluita maataloille.

Toimeksiantaja on suorittanut vuosina 1997-2000 Pohjois-Savon ammatillisessa instituutissa opistotason agrologin tutkinnon. Tämän jälkeen toimeksiantaja on täydentänyt edellistä tutkintoaan Pohjois-Savon ammattikorkeakoulussa (nykyisin Savonia-amk). Agrologi AMK:ksi hän valmistui vuonna 2003.

Toimeksiantaja on työskennellyt vuoden kokopäiväisesti kotitalallaan ennen sukupolvenvaihdosta vuonna 2000, jolloin tarkempi tutustuminen perusmaatalouteen on alkanut. Työskentely tilalla on lisännyt tietoisuutta maatilan hoitamisesta. Tämän jälkeen hän on työskennellyt vuosina 2001 ja 2002 vakuutusedustajana vakuutusyhtiössä. Toimeksiantajan mukaan työ auttoi ymmärtämään ja oppimaan asiakaskontaktien luomisesta sekä niiden ylläpidosta.

Vuosina 2002-2006 toimeksiantaja työskenteli erään ison rehutehtaan avainasiakasmyyjänä. Työtehtävät sisälsivät mm. nautaeläinten rehummyyntiä puhelimitse maatalousalan vähittäiskaupoille ja maataloille. Vuonna 2006 toimeksiantaja siirtyi maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT:lle hankevetäjäksi. Työssään tutkimuskeskuksella toimeksiantaja pääsi tekemään mm. kannattavuuslaskelmia ja viljelysuunnitelmia. Lisäksi hänen vastuullaan oli kontaktit eri maataloille.

Hankkeen päätyttyä vuonna 2007, toimeksiantaja siirtyi työskentelemään asiakasvastaavana maatalouskaupassa. Uuden työn myötä toimeksiantaja pääsi luomaan uusia kontakteja lähialueen maataloille. Viimeisin toimeksiantajan työ ulkopuolisella työnantajalla oli atk-alan yrityksessä sovellusneuvojana vuosina 2009-2016. Kyseinen yritys tekee ja myy sovellustoimintoja erityisesti maatalousalan yrityksille, kuten esimerkiksi viljelysuunnittelu-, kirjanpito- ja palkanlaskentasovelluksia. Toimeksiantajan mukaan varsinainen alan asiantuntijuus ja syvällinen ymmärrys kehittyi hänellä tämän työsuhteen aikana. Sovellusneuvojan tehtävä on edellyttänyt laajaa asiantuntemusta taloushallinnon eri

osa-alueilla kuten maatilán kirjanpidosta, verotuksesta, talousjohtamisesta, tukisäännöstöistä ja käytännöistä sekä näihin liittyvistä suunnittelun ja hallinnon vaatimuksista.

### 3.2 Perusanalyysi toimeksiantajan toiminnasta

Toimeksiantajan toimialue on pääasiallisesti entinen Maaningan kunnan alue, joka nykyisin kuuluu Kuopion kaupunkiin. Toiminta-alueella on muita saman alan yrittäjiä, joista suurin kilpailija on alueella toimiva tilitoimisto, joka työllistää tällä hetkellä kolme henkilöä kokopäiväisesti. Tilitoimiston lisäksi alueelta löytyy muutama alan yksityisyrittäjä. Toimeksiantajan etuna maatalouskirjanpitolpalveluntarjoajana on se, että hän on itsekín maanviljelijä. Tästä syystä voidaan olettaa, että asiantuntimus saa konkreettisempaa kosketuspintaa ja asiantuntijana hän puhuu asiakkaiden kanssa samaa alan kieltä. Asiakkaan on näin helpompi ymmärtää asiantuntijaa. Toimeksiantaja on myös koulutuksessaan sekä entisellä työnantajallaan tutustunut tarkemmin maatalouden verokirjanpitoon verrattuna yrityskirjanpitoon. Etuna esimerkiksi tilitoimistoon, toimeksiantajalla on lähempää kokemusta juuri maatalouskirjanpidosta.

Toimeksiantaja tarjoaa maatalouskirjanpitolpalveluja sivutoimenaan, joten hänen palkkakustannuksensa eivät ole kiinteitä vaan muuttuvia eli vaihtelevat työmäärän perusteella. Kiinteät kustannukset on selvitetty toimeksiantajan ensimmäisen toimintavuoden tilinpäätöksestä. Tilinpäätöksestä selviää, että toimeksiantajan kiinteitä kustannuksia ovat käyttötarvikkeet, kuten käyntikortit, yritysvakuutukset, konttoritarvikkeet, atk-ohjelmien ylläpitoon menevät kustannukset sekä vuosittaiset asiantuntijuuden ylläpitoon kuuluvat koulutukset. Vuokratuloja tai muita toimitilojen kuluja toimeksiantajalla ei ole, koska hän työskentelee kotoaan käsin. Yhteensä näitä kiinteitä kustannuksia yrittäjän ensimmäisenä vuotena kertyi pyöreästi 480 euroa, toiminta-asteen ollessa vielä lähes nolla. Toiminnan käyntiin saamiseksi toimeksiantaja joutuu laajentamaan atk-ohjelmien lisenssejä, jolloin atk-ohjelmien ylläpitokustannukset kasvavat arviolta 750 eurolla. Näin ollen kiinteiden kustannusten osuus vuosittain on arviolta 1230 euroa.

Aika, joka menee asiantuntijuuden ylläpitoon, on myös otettava huomioon kustannuksissa. Sellainen tiedonhankinta ja asioista ajan tasalla pysyminen esimerkiksi uusien säännösten ja lakimuutosten osalta voidaan katsoa asiantuntijan työhön kuuluvaksi. Voidaan kuitenkin päätellä, että tällainen työ ei ole sidonnaista työn määrään. Mikäli se ei ole sidottavissa työn määrään, on asiantuntijuuden ylläpitoon menevä aika laskettava kiinteäksi kustannukseksi. On kuitenkin vaikea arvioida ennakkoon kuinka kauan toimeksiantajalla menee aikaa edellä mainittuihin asioihin, koska yritystoiminta on aloitusvaiheessa.

### 3.3 Maatalouskirjanpidon erityispiirteet

Kirjanpitolain 1 luvun 1a § mukaan maatilatalous ei ole veloitettu pitämään kahden kertaista kirjanpitoa mikäli sekä päättyneenä, että sitä edeltäneellä tilikaudella on täyttynyt enintään yksi seuraavista edellytyksistä:

- 1) taseen loppusumma ylittää 100 000 euroa;
- 2) liikevaihto tai sitä vastaava tuotto ylittää 200 000 euroa; tai
- 3) palveluksessa on keskimäärin yli kolme henkilöä.

Maatila on kuitenkin muistiinpanovelvollinen ja muistiinpanojen on perustuttava tositteisiin. Muistiinpanojen on sisällettävä riittävästi eritellysti verotukseen tarvittavat tiedot. (Laki verotusmenettelystä 1995, § 12.) Tämän johdosta maatilojen kirjanpidossa käytetäänkin usein yhdenkertaista ja suoriteperusteista kirjanpitoa.

Maatalousyrittäjien on annettava arvonlisäveroilmoitus kerran vuodessa toisin kuin muut arvonlisäverovelvolliset, joiden on tehtävä kausiveroilmoitus kuukausittain tai neljännes vuosittain. Veroilmoituksen jättämiselle takarajaksi on määrätty helmikuun viimeinen päivä. (Verohallinto.) Maatalouskirjanpitoa hinnoitellessa onkin otettava huomioon se, kuinka työt saataisiin jakautumaan tasaisemmin, jotta ne eivät kasaantuisi pelkästään alkuvuodelle.

### 3.4 Hinnanasetus ja seuranta

Toimeksiantaja haluaa keskittyä toimintansa alkuvaiheessa erityisesti kannattavuuteen. Tavoitteena on, että vähäinenkin toiminta tulisi olla kannattavaa, joten hinnoittelun pohjana on myös luonnollisesti kannattavuus. Koska toimeksiantajan tekee maatalouskirjanpitoa sivutoimenaan, on hän asettanut jokaisen työn kannattavuuden vaatimuksesi toiminnalleen. Tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen työn hinta tulisi kattaa vähintään siihen kohdistuvat kustannukset.

Toimeksiantajan yritystoiminnan toiminta-astetta on hankala määrittää etukäteen, koska se on vasta alkuvaiheessa sekä sivutoimista. Näistä syistä päädyttiin käyttämään teoriassa helpompia hinnoittelumalleja. Tässä tapauksessa hinnoittelumuodoksi valittiin tuntiveloitus sekä tapahtumaveloitus. Toimeksiantajan on kuitenkin hyvä miettiä vaihtoehtoisia hinnoittelumalleja tai kehittää valitsemaansa hinnoittelua, kun toiminnasta on saatavilla konkreettisia lukuja kuten esimerkiksi parin seuraavan vuoden tuloslaskelmat. Lisäksi on hyvä seurata muun muassa sitä kuinka paljon tapahtumia toimeksiantajan asiakkaiden antamat työt sisältävät.

#### Tuntiveloitus

Seuraavassa on käytetty toimeksiantajan antamia arvioituja lukuja liittyen työtunteihin ja kustannuksiin tuntiveloituksen laskemiseksi.

Työaika: 600h/vuosi, josta 150 h/vuosi sellaisia jota, ei voida laskuttaa suoraan asiakkaalta. Ei laskuttaviin tunteihin kuulu esimerkiksi asiantuntijuuden ylläpitoon menevä aika lukuun ottamatta koulutuksia, jotka on laskettu kiinteisiin kustannuksiin, koska toimeksiantaja osallistuu koulutuksiin vuosittain.

Palkkatoive: Toimeksiantajan palkkatoive sivutoimelleen on alan palkkataso. Kirjanpitäjän keskipalkka on bruttona 2 500 euroa kuukaudessa (Palkkavertailu.com). Vuodessa se tekee 30 000 euroa. Normaali työaika vuodessa voidaan sanoa olevan 1 700 tuntia (Karjalainen 2002, 94). Toimeksiantajan toiminta-aste sivutoimessaan suhteessa normaaliin työaikaan on pyöreästi 35 prosenttia. Vuoden palkkatoive olisi siis  $30\,000\text{e} \times 35\% = 10\,500$  euroa.

Jotta palkassa tulee huomioiduksi pakolliset palkkaan liittyvät kustannukset kuten esimerkiksi yrittäjäeläke, kerrotaan vuosiansio vielä luvulla 1,3. Vaikka palkat onkin määritelty muuttuviksi kustannuksiksi, tässä tuntiveloitus laskelmassa ne käsitelläänkin kiinteinä kustannuksina. (Karjalainen 2002, 94.) Lopulliseksi vuoden palkkatoiveeksi saadaan siis 13 650 euroa.

Muut kiinteät kustannukset/vuosi: 1 230 euroa

Korkokustannukset/vuosi: Toimeksiantajalla ei ole tähän elinkeinotoimintaan kohdistettavia korkokustannuksia.

Poistot/vuosi: Toimeksiantajalla ei ole tällä hetkellä tähän elinkeinotoimintaan kohdistettavia poistoja. Hinnoittelussa on kuitenkin otettava huomioon mahdolliset uudet atk-laite hankinnat.

Tulostavoite: Yrittäjän palkan lisäksi 4 000 euroa. Tulostavoitteeseen päädyttiin niin, että sen on vara laskea hiukan mikäli toiminnan arvioidut kiinteät kustannukset kasvavat tai kun mahdollisia poistoja tulee esimerkiksi uusien atk-laitehankintojen poistoista.

Katetarve:  $13\,650\text{e} + 1\,230\text{e} + 4\,000\text{e} = 18\,880$  euroa.

Katetarve saadaan siis laskemalla kustannukset ja tulostavoite yhteen ja yrityksen arvonlisäveroton minimituntihinta on laskettu katetarve suhteessa laskutettaviin tunteihin (Karjalainen 2002, 95).

Minimituntihinta:  $18\,880\text{e} / 450\text{h} = 41,96\text{e/h} + \text{arvonlisävero}$

Toimeksiantajan minimituntihinnaksi saadaan siis pyöristettynä  $42\text{e/h} + \text{alv}$ . Kuviossa 7 on havainnollistettu toimeksiantajan minimituntihinnan laskentaa taulukkomuodossa.



x/vuosi	€
Palkkatoive x 1,3	13 650
	+
Muut kiinteät kustannukset	1 230
	+
Korkokustannukset	0
	+
Poistot	0
	+
Tulostavoite	4 000
	=
<b>Katetarve</b>	<b>18 880</b>
Kate tarve / €	18 880
	/
Laskutettavat tunnit / h	450
	=
<b>Minimituntihinta €/h</b>	<b>42</b>

Kuva 7 Toimeksiantajan minimituntihinnan laskenta taulukkomuodossa

#### Tapahtumaveloitus

Tapahtumaveloituksessa päädytään käyttämään tositeveloitusta, koska toimeksiantajan asiakkaat tulevat olemaan pieniä maatiloja ja näin ollen voidaan käyttää yhdenkertaista kirjanpitoa. Vienti-veloitus olisi sopinut hinnoittelutavaksi, jos toimeksiantajan työt sisältäisivät laajempia kirjanpitoja esimerkiksi osakeyhtiöiltä. Tositeveloitus on tässä tapauksessa selkeämpi vaihtoehto sekä toimeksiantajalle, että asiakkaalle.

Toimeksiantajan maatalouskirjanpidon hinnoittelussa tositteeksi määrittelimme:

- Elinkeinotoimintaan liittyvä lasku
- Myyntilasku
- Elinkeinotoimintaan liittyvä käteiskuitti
- Tilitapahtuma (esimerkiksi pankin palvelumaksu, rahannosto tai siirto yksityiskäyttöön jne.)

Toimeksiantajan arvion mukaan esimerkiksi pienen maatilan tositemäärä on vuodessa noin 200 kappaletta. On myöskin todennäköisempää, että pieni maatila toimittaa kuittinsa kirjanpitoon kerran vuodessa, jos toimintaan ei ole liitetty toista elinkeinoa kuten esimerkiksi urakointi toiminimellä. Tätä tilannetta käytetään hinnoittelussa oletuksena.

Toimeksiantaja arvioi, että käsittelee noin 40 tositetta tunnissa. Suhteessa aiemmin laskettuun 42 euron minituntihintaan yhden tositetten arvoksi tulisi 1,05 euroa. On kuitenkin otettava huomioon, että työhön liittyy valmistelevia tehtäviä ja sekä esimerkiksi laskun laatimista sekä se, että laskettu tuntihinta on tosiaan minimituntihinta. Esimerkiksi jos asiakas tuo 40 tositetta kirjanpitoon, ei ole realistista ajatella, että työhön menee tasan 60 minuuttia.

Tositehinnoittelussa on siis käytettävä jonkinlaista perusmaksua, jotta voidaan hinnoittelussa ottaa huomioon esimerkiksi työn valmistelu kuten kuittien järjestely, arvonlisäveroilmoituksen tekeminen, laskutus ja mahdolliset puhelut ja sähköpostit. Arviolta tällaiseen, ei kirjauksiin menevään työhön tilanteessa, jossa asiakas tuo koko kirjanpitokauden tositteensa kerralla, menee noin tunti. Perusmaksuna voitaisiinkin pitää esimerkiksi vähintään minimituntihintaa.

Esimerkkinä tapauksessa, jossa asiakas tuo koko tilikauden kirjanpidon kerralla, tässä tapauksessa 200 tositetta, häneltä laskutettaisiin perusmaksun 42 euron lisäksi  $200 \times 1,05e$  eli yhteensä asiakkaan lasku olisi 252 euroa + alv.

Edellä laskettu hinnoittelu ei kuitenkaan vielä ota huomioon asiakkaita, jotka toimittaisivat kuittinsa mieluummin pienemmissä erissä, mikä olisi toimeksiantajallekin ihanteellisempi tapa, jotta työt ja kaantuisivat tasaisemmin ympäri vuoden. Edellä mainituin hinnoin tilanteessa asiakas, joka haluaisi toimittaa kuittinsa vaikkapa neljä kertaa vuodessa. Oletetaan että asiakkaalla olisi esimerkiksi 50 tositetta per toimituskerta. Jokaiselta kerralta laskutettaisiin perusmaksu  $42e + 50 \times 1,05e = 94,50$  euroa + alv. Vuodessa se tekisi yhteensä  $4 \times 94,5e = 378$  euroa + alv. Kyseinen hinnoittelutapa ei siis kannustaisi asiakasta tuomaan tositteita osissa vaan kerralla, koska osissa toimitettuna palvelu tulisi huomattavasti kalliimmaksi.

Koska esimerkiksi tositteiden selvittelyyn menevä aika on pienempi, mitä vähemmän tositteita on kerralla käsiteltävänä, voitaisiin perusmaksuun sisällyttää jo muutaman tositetten käsittely, joka kannustaisi tuomaan tositteita useamman kerran vuodessa. Nopean markkinakatsauksen jälkeen tällainen hinnoittelumuoto tuntuisi olevan hyvin yleistä kirjanpitopalveluntarjoajille. Toimeksiantaja oli jo aikaisemmin arvioinut, että hänellä menee työn valmisteluun yms. noin tunti mikäli asiakas toimittaa kaikki kirjanpitokautensa tositteet kerralla.

Mikäli tilanteessa, jossa asiakas tuo tositteensa osissa, perusmaksu 42e sisällyttäisi myös esimerkiksi 20 tositetta jokaista toimituskertaa kohden, saataisiin asiakkaita kannustettua tuomaan tositteita ympäri vuoden. Tällöin toimeksiantajan olisi myös mahdollista ottaa enemmän töitä vastaan, koska työt eivät kasaantuisi pelkästään alkuvuodelle. Tuon 20 kappaletta ylittävistä tositteista veloittettaisiin

tosite perusteisesti 1,05e/kpl. Esimerkki tilanteessa, jossa asiakas tuo neljä kertaa vuodessa 50 tositetta kerrallaan, 80 tositetta kuuluisi jo perusmaksuihin, koska  $4 \times 20 = 80$ . Yksi laskutuskerta maksaisi asiakkaalle siis  $42e + 30 \times 1,05e = 73,50$  euroa + alv. Vuodessa se tekisi siis  $4 \times 73,50 = 294$  euroa + alv. Tällä hinnoittelutavalla hintaeroa ei synny niin paljon verraten tilanteeseen, jossa kaikki tositteet tuodaan kerran vuodessa. Kuviossa 8 havainnollistetaan asiakkaan vuoden kokonaislaskun muodostumista edellä mainitussa tilanteessa, jossa asiakas toimittaa tositteensa neljä kertaa vuodessa.

Perusmaksut					
Käsittelykerrat / vuosi	4				
	*				
Perusmaksu € sis. 20 tositetta	42				
	=				
<b>Yhteensä € / vuosi</b>	<b>168</b>				
Ylimenevät tositteet					
Asiakkaan tositteet / vuosi	200				
	-				
Perusmaksuihin sis. tositteet	80				
	=				
<b>Ylimenevät tositteet</b>	<b>120</b>				
	*				
Ylimenevät tositteet €/kpl	1,05				
	=				
<b>Yhteensä € / vuosi</b>	<b>126</b>				
<b>Kokonaislasku €</b>	<b>168</b>	+	<b>126</b>	=	<b>294</b>

Kuvio 8 Esimerkki asiakkaan kokonaislaskusta

## 4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Tmi Punkin Palvelut, joka tarjoaa maataloille mm. kirjanpito- palveluja. Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia toimeksiantajan tarjoamalla asiantuntijapalvelulle so- piva hinnoittelumalli. Toimeksianto saatiin, koska toimeksiantajalla ei ole aikaisempaa kokemusta asiantuntijapalvelun hinnoittelusta.

Teoriaosuudessa perehdyttiin palveluihin sekä asiantuntijapalveluihin. Teoriassa käsiteltiin hinnoitte- lua keskittyen erityisesti asiantuntijapalvelujen hinnoitteluun. Palvelujen hinnoittelumuodoista käytiin läpi muun muassa kustannusperusteisia hinnoittelumuotoja sekä markkina-, kilpailu- ja asiakaspe- rusteisia hinnoittelutapoja. Asiantuntijapalvelujen hinnoittelutavoista nostettiin esille resurssi-, tuot- os- ja hyötyperusteisia hinnoittelumuotoja.

Tutkimusosuudessa veloituksia laskiessa toimeksiantajan työksi on katsottu maatilankirjanpito yh- denkertaisella kirjanpilotavalla. Hinnoittelu esimerkiksi tilinpäätökselle tai muille taloushallinnon asi- antuntijatehtäville on jätetty pois. Hinnoittelu olisi kuitenkin hyvä laskea kaikille toimeksiantajan tar- joamille tuotteille, mutta se jää toimeksiantajan omalle vastuulle. Opinnäytetyöstä toimeksiantaja saa kuitenkin hyvää pohjatietoa muiden tuotteidensa hinnoittelua varten.

Resurssiperusteista aikaveloitusta pidetään useasti huonona tapana hinnoitella asiantuntijapalvelu. Asiantuntijapalveluiden kohdalla onkin pyritty ohjaamaan hinnoittelua enemmän tuotos- tai hyötype- rusteisiin hinnoittelumuotoihin. Tuntiveloitus on kuitenkin yksi helpoimmista hinnoittelutavoista. Toi- meksiantajan toiminta on vasta alkupisteessä, joten laskelmissa on jouduttu käyttämään paljon arvi- oituja lukuja. Opinnäytetyössä olisi ollut riskialttiimpaa käyttää selkeästi monimutkaisempia hinnoi- telumuotoja pelkkien arvioitujen lukujen varassa. Pahimmassa tapauksessa epäonnistunut hinnoi- telu olisi voinut hankaloittaa yritystoimintaa. Tästä syystä ensimmäiseksi toimeksiantajalle laskettiin tuntiveloitus.

Tuntiveloituksen laskeminen tuotti melko matalan minimituntihinnan verrattuna lähialueen muihin vastaavia palveluita tarjoaviin tahoihin. On kuitenkin otettava huomioon, että maatalouskirjanpitoa voidaan pitää hiukan helpompana verrattuna normaaliin kahdenkertaiseen kirjanpitoon, jolloin tunti- hinta voisikin olla hiukan alhaisempi. Tuntiveloituksessa otettiin huomioon myös aika, joka menee asiantuntijuuden ylläpitoon.

Toimeksiantajalle rakennettiin tuntiveloituksen lisäksi tuotosperusteinen tapahtumaveloitus, koska tapahtumaveloitusta voidaan pitää melko yleisenä tapana hinnoitella kirjanpito- palvelu. Tapahtuma- veloitus rakentaessa huomattiin, ettei pelkästään yksittäisistä tapahtumista veloittaminen ole kan- nattavaa, joten tapahtumaveloituksen lisäksi päätettiin käyttää perusmaksua, joka pohjautuu aikai- semmin laskettuun tuntiveloitukseen. Näin myös tapahtumaveloituksessa on otettu huomioon aika, jota ei varsinaisesti suoraan voida laskuttaa asiakkaalta.

Opinnäytetyön perusteella suositellaan toimeksiantajalle tuntiveloitukseen perustuvan perusmaksun ja tapahtumaveloituksen yhdistelmää. Hinnasto voisi olla esimerkiksi seuraavanlainen:

Maatalouskirjanpito:

- perusmaksu/käsittelykerta 42e +alv (sisältää 20 tositetta)
- ylimenevät tositteet 1,05e/kpl + alv
- koko tilikauden tositteet kerralla perusmaksu 42e + 1,05e/tosite + alv

Tällaisella hinnoittelulla toteutettaisiin asiantuntijatehtävissä usein tarvittavaa hinnoittelumuotojen soveltamista. Hinnoittelumuoto ohjaisi sekä asiakkaan että asiantuntijan ajattelua enemmän itse tuotokseen. Edellä rakennettu hinnoittelu antaisi myös selkeät apuvälineet laskea asiakkaalle realistinen hinta-arvio ennen palvelun toteuttamista, mikä kirjanpitoalalla on erityisen tärkeää. Jatkoa ajatellen hinnoittelua on kuitenkin seurattava ja mahdollisesti kehitettävä, kun toimeksiantajan toiminnasta on saatavana toteutuneita lukuja. Jatkotutkimusta voisi rakentaa esimerkiksi kannattavuuden toteutumisesta ja hinnoittelun kehittämisestä.

Opinnäytetyöprosessi aloitettiin tutustumalla aineistoihin, mitä aiheesta oli saatavana. Teorian pääkohdat selkeytyivät nopeasti ja teoriaosuuden kirjoittaminen lähti jouhevasti käyntiin. Toisinaan aiheesta oli vaikea löytää monipuolisia lähteitä, mikä hidasti työn etenemistä. Haasteita syntyi etenkin empiirisessä osassa. Hinnoittelusta löytyi paljon teoriatietoa, mutta esimerkiksi erilaisia hinnoittelulaskemia työn tueksi löytyi heikosti.

Työn luotettavuuteen vaikuttaa erityisesti se, että laskelmissa jouduttiin käyttämään arvioituja lukuja. Hinnoittelulaskemat onnistuivat kuitenkin mielestäni melko hyvin, koska ne mukailevat paljon yleistä hintatasoa verrattuna alan hinnastoihin. Toimeksiantaja voi käyttää opinnäytetyötä hinnoittelun perustana. Toimeksiantaja voi myös kehittää hinnoitteluaan työn pohjalta, kun toiminnasta on saatavana toteutuneita lukuja. Opinnäytetyön tavoitteeseen päästiin, eli toimeksiantajalle saatiin rakennettua kyseiseen asiantuntijapalveluun soveltuva hinnoittelumalli, jota toimeksiantaja voi hyödyntää hinnoittelussaan. Kokonaisuutena opinnäytetyö soveltuu myös pienenä tietopakettina asiantuntijapalveluiden hinnoittelusta kiinnostuneille tai siinä apua tarvitseville.

Opinnäytetyötä tein pääosin töiden ohella, mikä viivästytti työn valmistumista. Etenkin työn alkuvaiheessa alkuperäinen työskentelyaikataulu venyi paljon. Työskentelyvauhti kiihtyi kuitenkin erityisesti loppua kohden ja viimeistelyn tärkeys korostui. Opinnäytetyötä tehdessä opin erityisesti työn aikataulun noudattamisen tärkeydestä. Mikäli aikataulu pettää jo työn alkuvaiheessa, on sitä vaikea kuroa kiinni. Ammatillisessa mielessä opin paljon uutta hinnoittelusta sekä asiantuntijapalveluista. Erityisesti asiantuntijakäsite avautui täysin uudella tavalla teoriaosuutta laatiessa. Uskon, että opinnäytetyöstä on hyötyä myös itselleni omaa alan asiantuntijuutta kehittäessäni.

## LÄHTEET

EKLUND, Irina ja KEKKONEN, Heidi 2014. Kannattavuuslaskenta ja hinnoittelu. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

HUBBARD, R. Glenn ja O'BRIEN, Anthony P. 2013. Economics. Pearson Education Limited.

JÄRVENPÄÄ, Marko, LÄNSILUOTO, Aapo, PARTANEN, Vesa ja PELLINEN, Jukka 2013. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. 2. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

KANANEN, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä – Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

KANANEN, Jorma 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

KARJALAINEN, Lasse 2002. Pienyrityksen talousopas. Kuopio: Finnvera.

KIRJANPITOLAKI. 30.12.1997/1336. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2017-02-22.] Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336>

LAKI VEROTUSMENETTELYSTÄ. 18.12.1995/1558. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2017-02-22.] Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19951558#L2P12>

LEHTINEN, Uolevi ja NIINIMÄKI, Satu 2005. Asiantuntijapalvelut – Tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. 1. painos. Porvoo: WSOY.

PALKKAVERTAILU.COM. Palkat. [Viitattu 2017-02-22.] Saatavissa: <https://palkkavertailu.com/palkka/kirjanpit%C3%A4j%C3%A4>

SIPILÄ, Jorma 1995. Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen. 2. painos. Porvoo: WSOY.

SIPILÄ, Jorma 1998. Asiantuntija ja asiakas. Porvoo: WSOY

SIPILÄ, Jorma 2003. Palvelujen hinnoittelu. Porvoo: WSOY.

TAULOUSSHALLINTOLIITTO. Laatu ja työkalut. [Viitattu 2017-02-09.] Saatavissa: <https://taloushallintoliitto.fi/laatu-tyokalut/tilioimiston-ohjeet-ja-tyokalut/sopiminen-ja-hinnoittelu>

TIEKE 2005. Hinnoittelun ABC – Opas tietotuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun. HIMA hinnoittelumallit asiakassuhteessa –hanke 2004-2005. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. [Viitattu 2017-02-09.] Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/HinnoittelunABC-opas.pdf>

TUOMINEN, Tiina, JÄRVI, Katriina, LEHTONEN, Mikko H., VALTANEN Jessa ja MARTINSUO Miia 2015. Palvelujen tuotteistamisen käsikirja – Osallistavia menetelmiä palvelujen kehittämiseen. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 5/2015. [Viitattu 2017-02-13.] Saatavissa: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/16523>

VEROHALLINTO. Yritys- ja yhteisöasiakkaat. Veroilmoitus – maatalousyrittäjä. [Viitattu 2017-03-03.] Saatavissa: [https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ja\\_yhteisoasiakkaat/Maatalousyrittaja\\_ja\\_metsanomistaja/Veroilmoitus\\_\\_maatalous](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Maatalousyrittaja_ja_metsanomistaja/Veroilmoitus__maatalous)