



LUT  
University

LAPPEENRANNAN-LAHDEN TEKNILLINEN YLIOPISTO LUT

School of Engineering Science

Tuotantotalous

Lari Koskiahho

**KANNATTAVUUDEN PARANTAMINEN KIRJAKAUPAN ALAN YRITYKSESSÄ**

Tarkastajat:

Professori Timo Kärri  
Tutkijatohtori Miia Pirtilä

# TIIVISTELMÄ

Lappeenrannan-Lahden teknillinen yliopisto LUT  
School of Engineering Science  
Tuotantotalouden koulutusohjelma

Lari Koskiaho

## **Kannattavuuden parantaminen kirjakaupan alan yrityksessä**

Diplomityö

2020

58 sivua, 22 kuvaa, 1 taulukko ja 2 liitettä

Tarkastajat: Professori Timo Kärri ja Tutkijatohtori Miia Pirttilä.

Hakusanat: Kirjakauppa, Antikvariaatti, Verkkokirjakauppa, Kirja-ala, & Kannattavuus  
Keywords: Bookstore, Bookshop, Antique store, Online bookstore, Book branch & Profitability

Työn tavoitteena oli selvittää suomalaisen antikvariaatin tai oikeammin kirjakaupan kannattavuutta ja kannattavuuden parantamista case-yrityksessä kilpailukyvyn turvaamiseksi kirjakaupanalalla. Case-yritys on toiminut alalla jo yli 20 vuotta. Se harjoittaa kirjakauppaa neljällä erilaisella myyntisektorilla: kivijalkaliike, verkkokirjakauppa, messu- ja tapahtumamyynä sekä ulkoistetut myyntipisteet. Työssä tarkasteltiin case-yrityksen taloudellista tilaa ja sen kehitystä, samalla tarkasteltiin myös toimialaa sekä kilpailijaa. Tarkastelu rajattiin vuosiin 2016-2019.

Kirjallisuuskatsauksessa käytiin läpi tilinpäätösanalyysia ja sen vaiheita, työssä käytettyjä tunnuslukuja, sekä kannattavuutta että kriittistä pistettä. Lisäksi perehdyttiin muun muassa kirjaltoimialaan ja digitalisaatioon sekä kivijalkakauppojen että verkkokirjakauppojen ja e-kirjojen markkinoihin.

Työn pääasiallinen tutkimus suoritettiin tekemällä case-yritykselle tilinpäätösanalyysi. Tilinpäätösanalyysiä tuettiin vertailemalla case-yrityksen talouden kehitystä kuvaavia tunnuslukuja antikvariaattitoimialaan sekä kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä -toimialaan että yhteen kilpailijaan. Lisäksi case-yrityksen verkkokirjakaupalle tehtiin simulaatio ja etsittiin nettikaupalle kriittinen piste. Myös messumyynä tarkasteltiin.

Case-yrityksen kannattavuus oli tutkimustulosten perusteella heikolla tasolla. Mutta ei kilpailijankaan tilanne vakuuttanut. Case-yrityksen taloudellinen tila oli kuitenkin heikentynyt merkittävästi vuoden 2019 aikana. Case-yrityksen liikevaihto henkilöä kohden on laskenut merkittävästi yrityksen kasvusta huolimatta.

## **ABSTRACT**

Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT  
School of Engineering Science  
Degree Programme in Industrial Engineering and Management

Lari Koskiaho

### **Improving Business Profitability in the Bookstore Company**

Master's thesis

2020

58 pages, 22 figures, 1 table and 2 appendices

Examiners: Professor Timo Kärri and Postdoctoral researcher Miia Pirtilä.

**Keywords:** Bookstore, Bookshop, Antique store, Online bookstore, Book branch, Bookseller & Profitability

The goal of the work was to find out the profitability of a Finnish antique store or rather a bookstore and to improve the profitability of a case company in order to secure competitiveness in the bookstore industry. Case company has been in business for over 20 years. It engages in book sales in four different sales sectors: bookstore, online bookstore, trade fair and event sales, and outsourced outlets. The study examined the financial condition of the case company and its development, at the same time also examined the industry and the competitor. The review was limited to the years 2016-2019.

The literature review reviewed the analysis of the financial statements and its stages, the key figures used in the work, both profitability and critical point. In addition, the book branch and digitalization, as well as the markets of bookstores, online bookstores, and e-books, were examined.

The main research of the work was carried out by performing a financial statement analysis for the case company. The financial statement analysis was supported by comparing the case company's financial performance indicators with the antique store business, both with the retail sale of cultural and leisure products in specialty stores business, and with one competitor. In addition, a simulation was performed for the case company's online bookstore and a critical point for the online store was sought. Trade fair sales were also examined.

The profitability of the Case company was weak based on the research results. But the situation of the competitor was not convincing either. However, the financial condition of the Case company had deteriorated significantly during 2019. The turnover of the Case company per person has decreased significantly despite the growth of the company.

## ALKUSANAT

Vuosien uurastus ja tuska alkaa olla viimein takana, edessä jotain parempaa!

Lukemattomien työtuntien ja sitä edeltänyt useiden vuosien vaivautuminen diplomityön aihevalintojen edessä, sai minut pohtimaan, että on taas aika näyttää. Valtiovalta tosin halusi päätöksillään viivästyttää tavoitettani ja halusi minun ensin valmistuvan kandidiksi. Mutta nyt näyttää, että tehty työ ei ole sittenkään valunut hukkaan ja onkin kiitosten aika. Siksi haluan kiittää kaikkia henkilöitä, jotka ovat kannustaneet, tukeneet ja auttaneet minua matkan varrella.

Kiitän työni ohjaajaa ja tarkastajaa Professori Timo Kärriä saamastani tuesta, tsemppauksesta, kärsivällisyydestä ja asiantuntevasta ohjauksesta. Haluan myös kiittää opintotoimiston henkilökuntaa, joilla on ollut myös halu saattaa minut valmiiksi – Kiitos siis ainakin Pekarin Tainalle. Lisäksi haluan kiittää diplomityön minulle mahdollistanutta yritystä ja sen henkilökuntaa.

Lopuksi haluan kiittää vanhempiani, Sainia ja Eeroa, sekä siskoani ja erityisesti veljeäni, joka mahdollisti tämän. Kiitos teille kaikille saamastani tuesta, kannustuksesta ja että annoitte minulle aikaa. Tämä merkitsee minulle paljon! Kiitos myös kotiväelleni, että huolta kannoitte ja jaksoitte kanssani, vaikka rankkaa se välillä oli.

Lappeenrannassa 2020

Lari

# SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO .....	3
1.1	Tausta .....	3
1.2	Tavoite ja rajaus.....	4
1.3	Menetelmät ja aineistot.....	5
1.4	Työn rakenne .....	6
2	TILINPÄÄTÖSANALYYSI .....	7
2.1	Yleistä.....	7
2.2	Analyysin osa-alueet.....	8
2.3	Analyysin lähtötietojen muokkaus .....	8
2.4	Tunnusluvut .....	9
2.5	Tunnuslukuanalyysi.....	9
2.5.1	Yrityksen kannattavuus .....	10
2.5.2	Yrityksen maksuvalmius .....	13
2.5.3	Yrityksen vakavaraisuus .....	14
2.5.4	Yrityksen kasvu.....	15
3	KIRJA-ALAN NÄKYMÄT JA HISTORIAA.....	17
3.1	Perinteinen kivijalkaliike vs. verkkokauppa.....	17
3.2	Ulkomainen verkkokirjakauppa ja e-kirja .....	23
3.3	Kirja-alan kannattavuus .....	24
4	CASE-YRITYKSEN KANNATTAVUUS 2016-2019 .....	26
4.1	Case-yrityksen esittely .....	26
4.2	Tutkimuksen kuvaus.....	27
4.3	Yrityksen tila .....	28
4.4	Vertailu omaan toimialaan.....	34

4.4.1	Liiketoiminnan kasvua kuvaavat tunnusluvut.....	34
4.4.2	Kannattavuutta kuvaavat tunnusluvut.....	36
4.4.3	Maksuvalmiutta kuvaavat tunnusluvut .....	39
4.4.4	Vakavaraisuutta kuvaavat tunnusluvut .....	41
4.5	Kilpailijan vertailu.....	45
4.6	Simulaatio verkkokaupan kannattavuudesta .....	47
5	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	49
6	YHTEENVETO.....	51
	LÄHDELUETTELO .....	53
	Liitteet	

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tausta

Työn kohteena on vuonna 2015 perustettu osakeyhtiöpohjainen eteläsuomalaisessa kaupungissa sijaitseva antikvariaattiliike tai perinteisimmin kirjakauppa, josta tässä työssä käytetään jäljempänä nimitystä Case-yritys. Kyseisen yhtiön toiminta on tosin alkanut toiminimellä jo vajaat kaksi vuosikymmentä aiemmin, eli siten ei voida enää puhua uudesta yrityksestä. Case-yritys on viime vuosina kokenut merkittäviä muutoksia muun muassa yrityksen koko ja sen liikevaihto ovat kasvaneet ja samalla kannattavuus on heikentynyt, kuin myös koko kirja-ala on kokenut muutoksia. Tämä taas on johtanut siihen, että Case-yritykselle on muodostunut tarve selvittää yrityksen kannattavuutta ja sen parantamista, mikä loi tarpeen tälle työlle.

Eklund et al. (2011, s. 70) toteaaakin teoksessaan yrityksen peruslähtökohtana olevan kannattava liiketoiminta. Samoin Cooper et al. (2003) viittaa siihen, että yritysten on koko ajan kehityttävä pysyäkseen kannattavana. Myös Kamenskyn (2015, s. 23) oppien mukaan yritysten tavoitteena on harjoittaa kannattavaa, jatkuvaa ja kehittyvä yritystoimintaa. Sillä haasteellisessa markkinatilanteessa yritys ei enää välttämättä selviydy, ellei yritykselle ole asetettu päämäärää riittävän kunnianhimoiselle tasolle. Siten Eskolan et al. (2006, s. 124) mukaan kukoistava yritys pyörii kannattavasti ja tehokkaasti sekä pitää samalla huolta riittävästä maksuvalmiudesta kuin myös pitkän aikavälin vakavaraisuudesta.

Yrityksen menestyminen herättää myös kiinnostusta eri ryhmissä, kuten omistajissa, luotonantajissa, liikkeenjohdossa, henkilökunnassa ja asiakkaissa. Siksi kannattavuus on olennaisessa roolissa yrityksen tuloksen muodostumisessa, sillä tuloksen suuruudella on hyvin suuri merkitys niin omistajalle voitonjaossa osingon muodossa kuin myös verottajalle verojen määrässä. (Tomperi 2018, s. 207-208)

## 1.2 Tavoite ja rajaus

Työn tutkimuksessa käsitellään Case-yrityksen kannattavuutta ja sen parantamisen mahdollisuuksia yrityksen kilpailukyvyn turvaamiseksi kirjakaupanalalla käymällä läpi yrityksen taloudellista tilaa ja sen kehitystä. Työssä tarkastellaan myös toimialaa sekä kilpailijaa. Tutkimuksen päätavoitteena on Case-yrityksen kannattavuuden parantaminen. Tavoitteen saavuttamiseksi suoritetaan tilinpäätösanalyysi kohdeyrityksessä.

Tärkeimmät tutkimuskysymykset ovat:

- ✓ Kuinka Case-yrityksen taloudellinen tilanne on kehittynyt vuosina 2016–2019?
  
- ✓ Miten Case-yrityksen taloudellista tilaa ja samalla kannattavuutta voidaan parantaa?

Työn aluksi tehdään teoriakatsaus tilinpäätösanalyysin osa-alueisiin ja työn apuvälineenä käytettäviin tunnuslukuihin ja mittareihin. Tämän jälkeen syvennetään tietämystä kirja-alasta kirjallisuus osassa. Tilinpäätösanalyysin jälkeen työssä tullaan vertailemaan Case-yritystä yhteen sen kilpailijoista, eli Vantaan Antikvariaatti Oy:hyn, sekä antikvariaatti toimialaan että kirjojen vähittäiskaupan alaan. Työn tarkastelujaksoksi on rajattu pääasiassa vuodet 2016–2019, mutta rajoittavana tekijänä on toisinaan myös se, että kaikki vuoden 2019 aineistot eivät ole vielä kerenneet valmistua tai tulleet julkaistuksi, niin siltä osin joudutaan turvautumaan vuosien 2016–2018 materiaaliin.

Lisäksi Case-yrityksen verkkokaupalle muodostetaan liikevaihto- ja kustannusfunktiot, joiden pohjalta suoritetaan simulaatio, jolla selvitetään nettimyynnin kriittistä pistettä. Työssä arvioidaan myös yrityksen tulevaisuuden taloudellista suuntaa ja mahdollisesti sitä parantavia toimenpiteitä.



### 1.3 Menetelmät ja aineistot

Tutkimus toteutetaan suorittamalla Case-yritykselle tilinpäätösanalyysi, josta saatuja tunnuslukuja vertaillaan niin toimialaan kuin kilpailijaan. Kohdeyrityksen virallinen toimiala luokitus on TOL 2008 mukaisesti ”47792 Antikvariaattikauppa”, jota siten käytetään toimialakohtaiseen vertailuun. Tosin, koska Case-yrityksen edustaja erikseen halusi, vertailua tehdään myös ”Kirjojen vähittäiskaupasta”. Sillä yrityksen johto itse omaksuu sen enemmän oikeaksi toimialakseen nykyään ja prosessi toimialan muutoksesta on jo vireillä. (Toimitusjohtaja 2020). Koska Finnveralla tai Tilastokeskuksella ei olekaan TOL 2008 mukaisesti ”47610 Kirjojen vähittäiskauppa” toimialalla julkaistua aineistoa saatavilla, otetaan käyttöön tarkennettu toimiala ”476 Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä”, joka sivuuttaa ehkä parhaiten tätä toimialaa saatavilla olevista materiaaleista.

Kohdeyrityksen taloudelliset tiedot muun muassa viralliset tilinpäätökset on saatu kyseisestä Case-yrityksestä käyttöön sellaisenaan, muiden yritysten tietojen lähteenä on käytetty Suomen Asiakastieto Oy:n julkaisemia tietoja vuosilta 2016–2019, niin avoimia kuin myös maksullisia aineistoja.

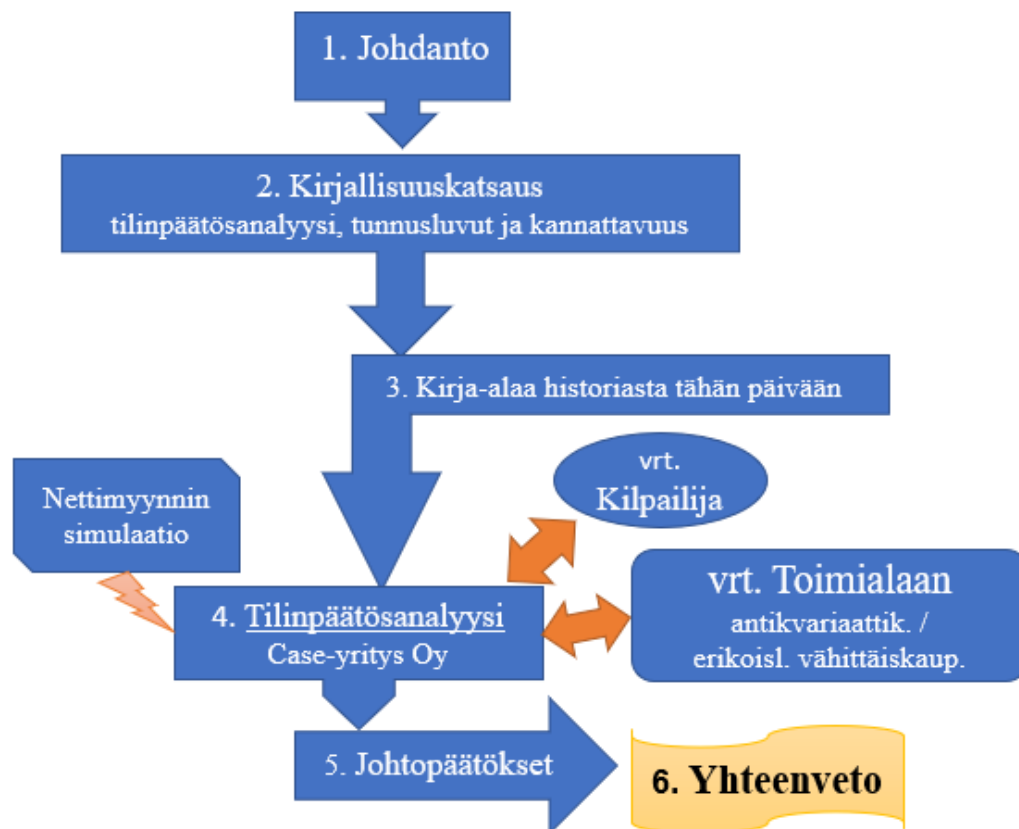
Toimialakohtaiset tunnusluvut sen sijaan perustuvat Työ- ja elinkeinoministeriön ja TEM-Tilastopalvelun tuottamasta Tilastokeskuksen ylläpitämästä Toimiala Online tilastotietopalvelusta noudettuihin maksuttomiin Finnveran laatimiin tilinpäätöstietoihin TOL 2008 mukaisen ”476 Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä” toimialan lukuihin vuosilta 2016–2019. (Tilastokeskus, 2020) Lisäksi Suomen Asiakastieto Oy:ltä on ostettu maksullisena aineistona TOL 2008 mukaisen ”47792 Antikvariaattikaupan” toimialan tilastoituja tunnuslukuja, jotka ovat mediaanilukuja vuosilta 2016–2018. (Suomen Asiakastieto, 2020) Selvyyden ja turhien useasti toistuvien lähdeviittausten ehkäisemiseksi ei edellä mainittuja Tilastokeskuksen tai Suomen Asiakastieto Oy:n tilinpäätös- tai tilastotietojen lähteitä mainita jatkossa erikseen.

Lisäksi Case-yrityksen historiaa, rakennetta, nykyhetken tilannetta ja näkymiä kuin myös kirjalan tilannetta selvitettiin aluksi haastattelemalla kohdeyrityksen toimitusjohtajaa, joka halusi

pysyä tuntemattomana. Mainittakoon vielä, että tämän tutkimuksen tekijä on laatinut kyseisen kohdeyrityksen viimeiset tilinpäätökset.

#### 1.4 Työn rakenne

Työn rakenne kuvassa 1 alkaa johdannolla, jossa esitellään työn tausta, tavoite ja rajaus, sekä työn menetelmät ja aineistot. Luvussa kaksi käydään läpi tilinpäätösanalyysiä, yrityksen kannattavuutta ja tämän työn kannalta tärkeimpiä tunnuslukuja. Kolmannessa luvussa tarkastellaan kirja-alaa, sen näkymiä ja historiaa.



Kuva 1. Työn rakenne.

Neljännessä luvussa perehdytään Case-yrityksen tilaan ja kannattavuuteen vuosina 2016–2019. Vertaillaan myös omaan toimialaan, sekä kirjojen vähittäiskauppaan erikoisliikkeissä että antikvariaattikauppaan ja yhteen kilpailijaan. Esitellään myös simulaatio verkkokaupan kannattavuudesta. Viimeisessä eli viidennessä luvussa kerrotaan johtopäätöksistä ja tehdään yhteenveto työstä ja sen tuloksista ja muodostetaan jonkinasteinen ratkaisuehdotus.

## 2 TILINPÄÄTÖSANALYYSI

### 2.1 Yleistä

Tilinpäätösanalyysi on työkalu, joka mahdollistaa yrityksen taloudellisen tilan määrittämisen päätöksentekoa varten. Tilinpäätösanalyysin vahvuus tulee esille siinä, että nyt voidaan vertailla yrityksiä keskenään, mutta myös samaa yritystä on mahdollista vertailla eri vuosien välillä. (Kallunki 2014, s. 12) Tilinpäätösanalyysin pohjana on yrityksen virallinen tilinpäätös ja sen liitetiedot sekä muu tiedossa oleva aineisto. Analyysi alkaa aina tilinpäätöksen oikaisemisella, jonka tarkoituksena on työstää tilinpäätösinformaatiota sellaiseen muotoon, että se hyödyttää analyysin tekijän tarkoitusta parhaiten ja ohjaa siten päätöksenteossa. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 7) Siten tilinpäätösanalyysin pohjalta on mahdollista helposti arvioida muun muassa yrityksen kannattavuutta, kasvua ja erinäisiä riskejä. (Kallunki 2014, s. 13)

Tilinpäätösanalyysissä kannattavuuden arvioinnissa on kysymyksessä tuloksen riittävyyden tarkastelu. Tilinpäätösanalyysin perustehtäviin kuuluu myös tuloksen riittävyyden lisäksi kannattavuuden kehittymiseen liittyvien riskien arviointi. Puolestaan yrityksen vakavaraisuutta voidaan arvioida tarkastelemalla etenkin pitkän aikavälin rahoitusrakenteeseen liittyvien riskejä. Sen sijaan maksuvalmiuden tarkastelulla halutaan kartoittaa alle vuoden pituisen rahoituksen riittävyyden riskejä. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 8) Kallunkin (2014, s. 76–77) mukaan nykyaikaisessa tilinpäätösanalyysissä yrityksen kannattavuutta tarkasteltaessa pitää nykyään ottaa huomioon myös muista sijoituskohteista saatavissa oleva tuotto, sillä yrittäjät, omistajat tai velkojat rahoittavat sijoituksillaan yrityksen toiminnan ja heillä on usein intressinään saada tietty asetettu tuottovaatimus tekemälleen sijoitukselleen.

Yritystutkimus on syvällisin tarkastelun muoto ja se on muun muassa pankeille ja muille luottolaitoksille pelkästään pakollinen tehtävä, sillä luotonantoa valvova Rahoitustarkastus edellyttää jokaisen luottopäätöksen yhteydessä tämän analyysin. Myös esimerkiksi yritykset, jotka ovat kiinnostuneita tavarantoimittajista ja niiden mahdollisista ongelmista saattavat teettää tilinpäätösanalyysin tärkeän tuotannon työntekijän taloudellisesta suorituskyvystä. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 11-17)

## 2.2 Analyysin osa-alueet

Tilinpäätösanalyysin vaiheet koostuvat tilinpäätöksen oikaisusta eli lähdeaineiston standardoinnista muihin yrityksiin vertailukelpoiseksi ja toisessa vaiheessa suoritetaan mittaushuoneiden valinta ja niiden mukaiset analyysimenetelmät ja mittarit. Kyseisissä valinnoissa analyysin suorittajalla ja analyysin käyttötarkoituksella on ratkaiseva rooli, kuinka homma etenee. Kolmannessa analyysin vaiheessa tarkastellaan yritysten taloudellista onnistumista erilaisten tarkoitusten varta vasten valittavien tekniikoiden ja vertailukohteiden avulla. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 19–20)

Yleisimmät analyysimenetelmät voidaan erotella prosenttilukumuotoisten tilinpäätösten laadintaan, tunnuslukuanalyysiin, trendianalyysiin ja kassavirta-analyysiin, minkä pohjalta yrityksen taloudellisen suorituskyvyn osa-alueita voidaan siten analysoida. Tilinpäätösanalyysi ei suinkaan pääty laskelmien tekovaiheeseen, sen sijaan teknistä toteutusta keskeisempää on eri menetelmien avulla saatujen lukujen arviointi ja niiden taustalla olevien syy-seuraussuhteiden selvittäminen. Tunnuslukuja tuleekin tutkia aiempien vuosien lukuihin tai muiden yritysten vastaaviin lukuihin. Analyysin vertailukohteiden jaottelulla tiettyä vuotta koskevaan ajalliseen poikkileikkausanalyysiin ja peräkkäisten vuosien aikasarja-analyysiin. Esimerkiksi, kun tarkastelussa havaitaan poikkeamia suuntaan tai toiseen, yritetään jäljittämään niiden syyt ja tarkastelemaan onko poikkeama satunnainen vai onko merkki pysyvämmästä käänteestä. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 19–20) Tuloksia voidaan esittää taulukoiden, diagrammien ja kuvaajien avulla, mikä helpottaa tulosten analysoinnissa. (Laitinen & Luotonen 1996, s. 75-78)

## 2.3 Analyysin lähtötietojen muokkaus

Tilinpäätöstä täytyy ensimmäiseksi muokata analyysin perustaksi, toimenpidettä kutsutaankin tilinpäätöksen oikaisuksi. Lukujen oikaisussa noudatetaan yleensä tilinpäätösten käyttäjiä edustavan Yritystutkimus ry:n (aikaisemmin Yritystutkimusneuvottelukunta ry) laatimia suosituksia ja ohjeita. Oikaistut luvut mahdollistavat täten paremmin eri yritysten julkaisemien tilinpäätösten vertailukelpoisuuden. (Kallunki 2014, s. 12, 75-76)

Tilinpäätöksen oikaisu muodostuu, niin että yrityksen virallisesti laaditut tuloslaskelma ja tase esitellään suositellun mukaisena oikaistuna tuloslaskelmana ja taseena. Vaikka virallisessa tuloslaskelmakaavassa ei nykyisin olekaan esillä käyttökatetta, oikaistussa versiossa se on pidetty esillä ja on täten käytettävissä toimialakohtaisena tunnuslukuna. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 7)

## **2.4 Tunnusluvut**

Tunnusluvut jaetaan yleisesti kolmeen kategoriaan: kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden mittareihin. (Eskola et al. 2006, s. 124) Lisäksi on käytössä muidenkin tyyppisiä tunnuslukuja, jotka kuvaavat esimerkiksi yrityksen toiminnan laajuutta, kuten liikevaihto ja sen muutos, ja osakekohtaiset tunnusluvut, jotka palvelevat enemmän sijoittajia. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 56-74)

On tärkeää huomioida myös se, että vertailtaessa eri lähteistä saatuja tunnuslukuja on syytä varmistua niissä käytettyjen laskentatyylien yhdenkaltaisuudesta. Sillä monille tunnusluville löytyy kirjavia laskentakäytäntöjä, jotka voivat vaikuttaa lukujen vertailtavuuteen. (Melicher & Norton 2006, s. 154)

Tilinpäätösanalyysissä esiintyvät tunnusluvut tai mittarit käyttäytyvät lähinnä oireiden esiintuoina. Tunnusluvun todellisiin muutoksiin johtaneisiin asioihin ei läheskään aina saada vastausta pelkällä tilinpäätösanalyysillä, koska tilinpäätösanalyysi kulminoituu pääasiallisesti yrityksen rahaprosessiin ja todelliset muutoksiin liittyvät syyt johtuvat kuitenkin reaali-prosessista, kuten markkinoinnista tai tuotannosta. (Aho, Rantanen 1994, s. 36-37)

## **2.5 Tunnuslukuanalyysi**

Yrityksen taloudellisen tilan selvittämisessä käytetään usein tunnuslukuanalyysia. Se on analyysityypeistä suppein ja yksinkertaisin. Analyysissa yrityksen taloudellinen tilanne käydään läpi, jonka jälkeen tehdään johtopäätöksiä lähes ainoastaan muutamien valikoitujen mittarien eli tunnuslukujen pohjalta. Yhden yrityksen vain yhden vuoden tietojen pohjalta lasketun tunnusluvun perusteella on vaikea tehdä oikeita johtopäätöksiä, siksi tunnuslukuja

täytyykin voida verrata johonkin vertailutietoon ja tarkastella kehitystä pitemmällä aikajaksolla. Tällöin yritystä verrataan tiettyinä kyseisenä vuonna ja sitä edeltävinä peräkkäisinä vuosina myös muihin yleensä samalla alalla toimiviin yrityksiin sekä verrataan myös toimialan keskiarvoihin kyseisinä vuosina. Tunnuslukuanalyysin muodostamaa aineistoa käytetään usein myös perusteellisempien analyysimuotojen eli tilinpäätösanalyysin tai yritystutkimuksen osana. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 9, 111)

### 2.5.1 Yrityksen kannattavuus

Kannattavuutta määrittäviä tunnuslukuja ovat tuloslaskelmasta saatavat myyntikate-, käyttökate-, liike-tulos-, nettotulos-, ja rahoitustulosprosentti. Muita kannattavuutta kuvaavia tunnuslukuja ovat kokonaispääoman tuotto-, sijoitetun pääoman tuotto- ja oman pääoman tuotto-%. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 56-61)

Yritystutkimusneuvottelukunta ry (2002, s. 57) määrittelee muun muassa eri toimialoille seuraavat käyttökateprosenttien suuntaa antavat vaihteluvälit: teollisuus 10-25 %, kauppa 2-10 % ja palvelu 5-15 %. Yritystutkimusneuvottelukunta ry:n antamat ohjeet arvioitaessa liike-tulosprosenttia (2002, s. 57):

yli 10 %	hyvä
5–10 %	tydyttävä
alle 5 %	heikko.

Eskola et al. (2006, s. 125) mukaan pääoman tuotto-%:sta tunnetuin mittari lienee sijoitetun pääoman tuotto-%. Tämän kyseisen tuotto-%:n suuruudesta Yritystutkimusneuvottelukunta ry (2002, s. 61) mainitsee, että sitä voidaan pitää välttävänä, kunhan se on vähintään yrityksen korollisesta vieraasta pääomasta maksaman keskimääräisen rahoituskuluprosentin suuruinen. Sijoitetun pääoman tuotto-% lasketaan seuraavalla kaavalla (Yritystutkimusneuvottelukunta ry 2002, s. 60):

$$\text{Sijoitetun pää- oman tuotto-}\% = \frac{\text{Nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot (12kk)}}{\text{Sijoitettu pääoma keskimäärin tilikaudella}} \times 100 \quad (1)$$

Koska yritykselle kannattava liiketoiminta on pääedellytys, on kannattavuutta voitava seurata ja tunnettava siihen vaikuttavat tekijät. Kannattavuuden parantaminen lähtee juuri näiden tekijöiden tarkastelusta ja niihin vaikuttamisesta. Yksi tärkeimpiä kannattavan yrityksen peruspilareita on riittävä katetuoton määrä. (Eklund et al. 2011, s.70) Katetuottoa ei pidä sekoittaa voittoon, vaan katetuotosta käytetään tilinpäätöksissä terminä myyntikate, joka voidaan laskea vähentämällä myyntituotoista muuttuvat kustannukset. (Järvenpää et al. 2013, s.101)

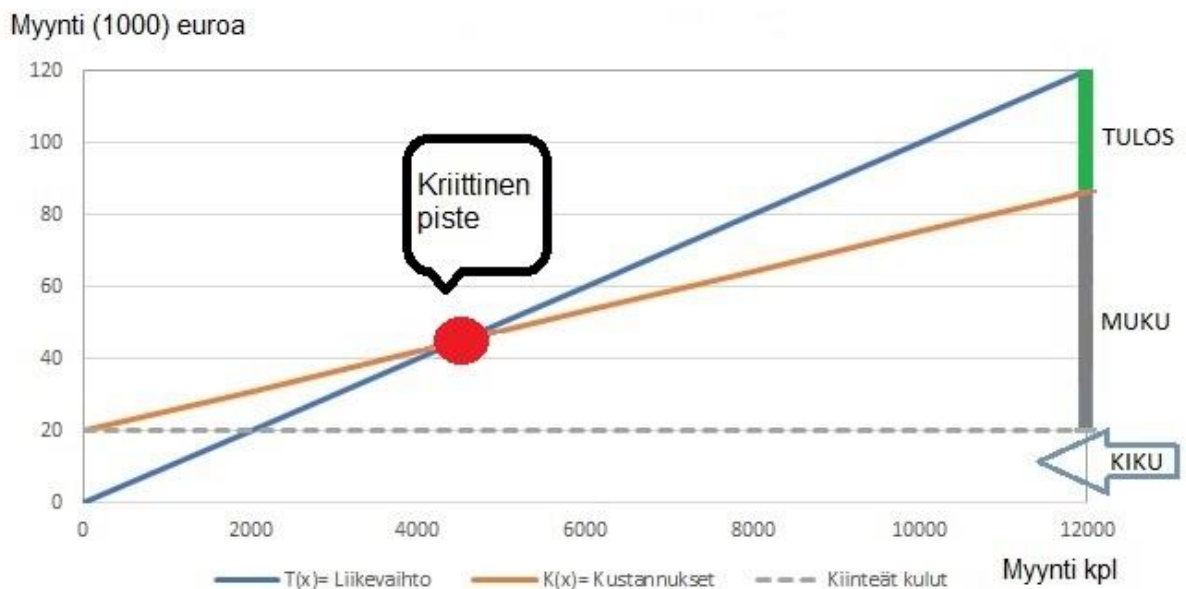
Katetuottolaskenta on melko helppokäyttöinen työkalu yritykselle sisäisen päätöksenteon perustaksi lyhyellä aikavälillä. Katetuottolaskentaa suositaan etenkin kannattavuuden parantamisen, vaihtoehtojen vertailun ja hinnoittelun apuna. (Eskola & Mäntysaari 2006, s. 36)

Muita kannattavuutta parantavia toimenpiteitä ovat esimerkiksi myyntituottojen lisääminen, joko kappalemääräistä myyntiä kasvattamalla tai myytävien tuotteiden hintaa nostamalla. Todellisuudessa tämä ei kuitenkaan aina onnistu sillä, kun vain yhtä tekijää muutetaan, niin esimerkiksi hinnankorotus johtaa yleensä myyntimäärän kappalemääräiseen laskuun, eikä toimenpide siten johda toivottuun lopputulokseen. Siksi pitäisi tiedostaa myös kannattavuuteen vaikuttavien tekijöiden keskinäinen riippuvaisuus. Yrityksen kannattavuutta yritetään usein myös parantaa myyntihinnan halpuuttamisella, mikä onkin kannattavaa, sillä oletuksella että myyntimäärän noususta saatava katetuoton lisäys on suurempi kuin hinnan pudotuksesta johtuva katetuoton vähennys. Muita keinoja kannattavuuden parantamiseksi ovat myös markkinoinnilla aikaan saatava myynnin lisäys, tuotevalikoiman muuttaminen sekä pääomien käytön tehostamine, toki myös kustannusten karsiminen yksistään parantaa kannattavuutta. (Eklund et al. 2011, s.70-76)

Kriittisellä myynnillä eli toisin sanoen kriittisellä pisteellä (KRP) tarkoitetaan sellaista myynnin määrää, millä saadaan peitettyä kaikki yrityksen kustannukset, mutta varsinaista voittoa ei vielä synny, eikä tule tappiotakaan. Kriittinen piste saadaan laskettua, kunhan selvitetään sellainen myyntimäärä, josta saadaan katetuottoa kiinteiden kustannusten verran. Mitä pienempi katetuottoprosentti on, sitä enemmän on myytävä, jottei tulos menisi miinukselle. (Horngren et

al. 2006, s. 64-65; Tomperi 2014, s. 38-39) Toisin sanoen kriittinen piste löytyy kohdasta, jossa kustannukset ovat samansuuruiset kuin liikevaihto. (Eskola & Mäntysaari 2006, s. 22)

Eskolan ja Mäntysaaren (2006, s. 22) mukaan kriittisen pisteen tunteminen onkin yrityksen kannattavuussuunnittelun lähtökohta. Kuvassa 2 on esitetty konkreettisesti, kuinka kriittinen piste määräytyy: kiinteät kulut (harmaalla katkoviivalla) pysyvät vakiona ja muuttuvat kulut (ruskea viiva) muuttuvat liikevaihdon (sininen viiva) muutoksen myötä. Kuvassa 2 vihreä pystypalkki oikeassa reunassa osoittaa voitollisen tuloksen, mikä syntyy kriittisen pisteen oikealle puolelle, kun myynti ylittää kriittisen pisteen. Vastaavasti tappiota syntyy, jos jääetään kriittisen pisteen vasemmalle puolelle.



Kuva 2. Kriittinen piste (mukaiillen Järvenpää et al. 2013, s. 103)

Kaikkien yritysten tulisi tietää, onko yrityksen toiminta kannattavaa vai ei. Kannattavaakin yritystoimintaa harjoittavan yrityksen johdon täytyisi olla tietoisia siitä, paljonko myynti voi pudota, jotta yritystoiminta ei valahtaisi miinukselle, sitä kutsutaan varmuusmarginaaliksi. Varmuusmarginaali siis kertoo eron tämänhetkisen myynnin ja kriittisen eli nollatulokseen tuovan myynnin välillä. (Tomperi 2014, s. 41)



Yrityksessä kannattavuuden kannalta yksi hyvin merkittävä asia on varaston vaihtuminen rahaksi eli toisin sanoen varaston kiertonopeus. Sikäli, kun tavara seisoo myymättömänä varastossa, pääoma on sitoutuneena varastoon. (Eskola et al. 2006, s. 38)

### 2.5.2 Yrityksen maksuvalmius

Maksuvalmius on sitä, että yritys pystyy maksamaan kaikki maksunsa ajallaan ja edullisimmalla mahdollisella tavalla. Hyödynnetyt kassa-alennukset ja yrityksen käyttämätön shekkilimiitti puhuvat puolestaan yrityksen hyvästä maksuvalmiudesta. (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 67)

Yleensä kannattavasta liiketoiminnasta aiheutuu hyvä maksuvalmius, joskus kannattavallakin yrityksellä voi esiintyä ongelmia maksuvalmiuden kanssa. Mikä taas voi olla seurausta muun muassa voimakkaasta kasvu- ja investointiohjelmasta tai lainanlyhennyksistä. (Kotro 2007, s. 15)

Yrityksen likviditeettiä eli maksuvalmiutta tarkastellaan tunnusluvuilla, jossa yrityksen likvidit rahavarat ja muu välittömästi rahaksi vaihdettava omaisuus suhteutetaan lyhytaikaisiin velkoihin. Näin lasketaan maksuvalmiuden tunnusluvuista esimerkiksi quick ratio ja current ratio. Kyseiset tunnusluvut ovat olleet ympäri maailman laajasti käytettyjä likviditeetin mittareita. (Kallunki 2014, s. 123)

Quick ratio kertoo yrityksen tilanteesta selvittää lyhytaikaisista veloista pelkällä rahoitusomaisuudella. Maksuvalmius on tunnusluvun perusteella yrityksessä hyvä, jos saatu luku on yli yhden, tyydyttävä välillä 0,5–1 ja heikko luvun ollessa alle 0,5. Tunnusluvun quick ration laskukaava on (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 67):

$$\text{Quick ratio} = (\text{Rahoitusomaisuus} - \text{osatuloutuksen saamiset}) / (\text{Lyhytaikainen vieras pääoma} - \text{lyhytaikaiset saadut ennakot}). \quad (2)$$

Current ratio kertoo yrityksen tilanteesta selvittää lyhytaikaisista veloista vaihto-omaisuudella ja rahoitusomaisuudella. Maksuvalmius on tunnusluvun perusteella yrityksessä hyvä, jos saatu

luku on yli kahden, tyydyttävä välillä 1–2 ja heikko luvun ollessa alle yhden. Tunnusluvun arvoa laskee sellainen heikkous, mikä johtuu vaihto-omaisuuden oikeasta arvostamisesta. Tunnusluvun current ration laskukaava on (Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 68):

$$\text{Current ration} = (\text{Vaihto-omaisuus} + \text{rahoitusomaisuus}) / \quad (3)$$

(Lyhytaikainen vieras pääoma).

Hidastuminen varaston kiertonopeudessa vaikuttaa sekä maksuvalmiuteen että kannattavuuteen. Maksuvalmius siis heikkenee, kun yrityksen varat ovat kiinni varastossa, mutta toisaalta rahaa tarvittaisiin laskuista selviytymiseen. Ison varaston arvo tuo myös yritykselle ongelmia, korkokustannukset kasvavat ja se tarvitsee isot varastotilat, lisäksi hitaasti kiertävässä varastossa tuotteet voivat pilaantua. Varaston koon pienentäminen parantaisi periaatteessa kannattavuutta, mutta toisaalta pienissä erissä ostaminen tulee yritykselle usein kalliimmaksi. (Tomperi 2014, s. 133)

Ostovelkoja, niiden kiertoaikaa ja -nopeutta tulisi myös tarkastella. Suurin osa firmojen ostoista tehdään velkarahalla, joten oikein käytettynä ostovelat antavat yrityksille huokean tai peräti ilmaisen rahoitusvälineen. Tunnuslukuna ostovelkojen kiertoaika kertoo sen, kuinka pitkiä maksuaikoja yritykset saavat tavarantoimittajalle. (Niskanen & Niskanen 2003, s. 124–125) Kallunki (2014, s. 132) määrittelee yhdeksi kriisiyrityksen merkiksi ostovelkojen kiertoajan merkittävän pidentymisen, mikä on yleensä seurausta huonosta maksuvalmiudesta.

### 2.5.3 Yrityksen vakavaraisuus

Käytetyin vakavaraisuuden mittari on gearing eli nettovelkaantumisaste. Se lasketaan niin, että korollisesta vieraasta pääomasta vähennetään rahat ja muut likvidit varat, minkä jälkeen jaetaan se omalla pääomalla. Omavaraisuusaste prosentteina on toinen tavallisesti käytetty vakavaraisuuden mittari. Se kertoo, kuinka monta prosenttia yrityksen taseesta on hoidettu omalla pääomalla. Kolmas vakavaraisuuden mittari on suhteellinen velkaantuneisuus, eli taseen veloista vähennetään saadut ennakot, mikä sitten jaetaan liikevaihdolla. (Kallunki 2014, s. 118–121)

Yrityksen vakavaraisuus antaa olettaa yrityksen pystyvän sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä selviytymään lainojensa koroista ja takaisinmaksuista. (Eskola et al. 2006, s. 128)  
Yritystutkimusneuvottelukunta ry:n (2002, s. 63) antamat ohjeet omavaraisuusteelle:

Yli 40 %	hyvä
20 – 40 %	tydyttävä
alle 20 %	heikko.

Suhteellisen velkaantuneisuuden tunnusluku eli velkaprosentti lasketaan Yritystutkimusneuvottelukunnan (2002, s. 63) mukaan seuraava:

$$\text{Velka-\%} = \frac{\text{Oikaistun taseen velat - saadut ennakot}}{\text{Liikevaihto (12kk)}} \times 100 \quad (4)$$

Lisäksi alla on esitettyä myös Yritystutkimusneuvottelukunta ry:n (2002, s. 63) antamat ohjeet edellä mainitulle suhteelliselle velkaantuneisuudelle:

alle 40 %	hyvä
40 – 80 %	tydyttävä
yli 80 %	heikko.

#### 2.5.4 Yrityksen kasvu

Kasvu on hyvin olennainen mittari yrityksen liiketoiminnan menestymiselle, sillä vain kasvun avulla yritys pystyy aikaansaamaan lisäarvoa. Yritysjohdolla on tutkimustulosten ja käytännön näyttöjen pohjalta taipumusta tehdä yrityskauppoja, jotka kyllä lisäävät yrityksen kokoa, mutta eivät kasvata omistaja-arvoa. Kasvua hakiessa yrityksen on pystyttävä tasapainottamaan vieraanpääoman kasvu siten, että maksuhäiriöiltä vältyttäisiin yrityksessä. (Kallunki 2014, s. 111-113)

Yrityksen kasvuun liittyvistä tunnusluvuista eli mittareista mainittakoon esimerkiksi liikevaihto, liikevaihdon kasvuprosentti, taseen loppusumman kasvu, henkilökunnan määrän

muutos ja laskutus. Liikevaihdon kasvuprosenttia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon myös inflaation kehittyminen. Sillä inflaatiokehityksen ollessa korkea voi liikevaihdon kasvu olla vain seuraus yleisestä hintatason noususta. Tällöin kannattaakin käyttää vertailupohjana tarkastelussa reaalista liikevaihdon kasvuprosenttia. Tämän seurauksena Laitinen jopa suosittelee käyttämään liikevaihdon normaalikasvun ohjearvona 10 prosenttia. (Laitinen et al. 1996, s. 64–65; Kallunki 2014, s. 111, 113; Yritystutkimusneuvottelukunta 2002, s. 71)

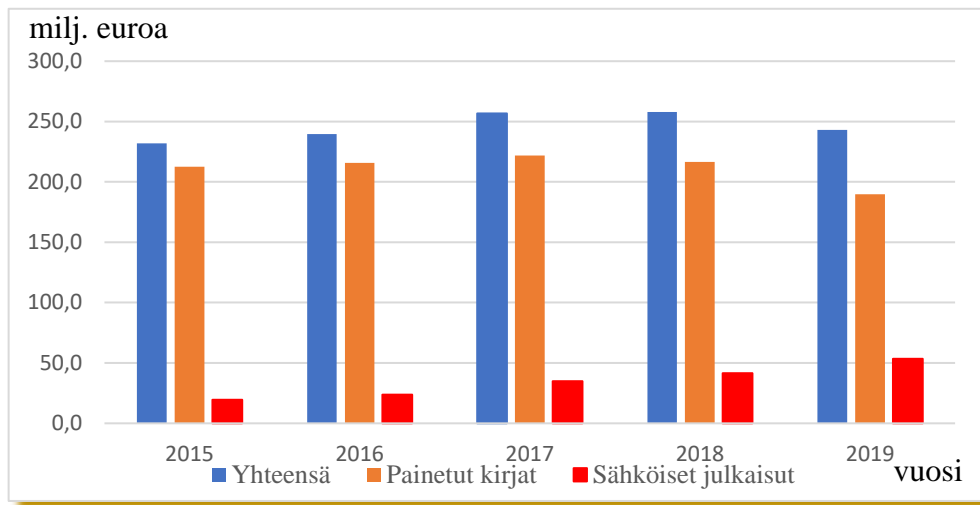
### 3 KIRJA-ALAN NÄKYMÄT JA HISTORIAA

#### 3.1 Perinteinen kivijalkaliike vs. verkkokauppa

Kuten ehkä tiedämme, kirja-ala elää tänäänkin suurta murrosta, jossa perinteinen kirjamyynä hyytyy. Vuonna 1939 Suomessa oli 478 kirjakauppaa ja 1960-luvun puolivälissä kirjakauppojen määrä saavutti huippunsa ollen lähes 800 kirjakauppa, joista jäljellä enää vuonna 2004 Suomessa toimi 360 kirjakauppaa. Suurin muutos kirja-alalla sodan jälkeen oli se, kun markkinahintajärjestelmä lakkasi vuonna 1971. Tuolloin kirjojen myynti ja hinnoittelu vapautuivat, eikä kustantaja enää määrännyt kuluttajahintoja. (Tilastokeskus 2007)

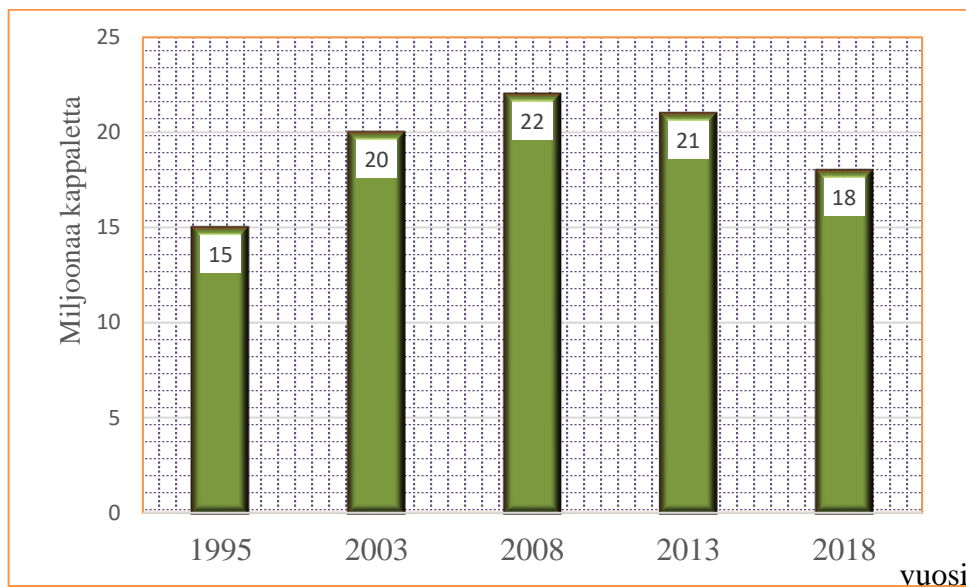
Sähköisten kirjojen kausi on toistaiseksi käynnistynyt hitaasti Suomessa, vaikka ne ovatkin alkaneet yleistyä vauhdilla, sillä E-kirjoja kaupitteleva Elisa Kirja julkisti esimerkiksi tuplanneensa myyntinsä vuonna 2014. Suomessa myös verkkokirjakaupat ovat lisääntyneet. Verkkokirjakaupan kasvu onkin ollut kovaa verrattuna siihen, että kirjakauppa-alan keskivertoyritysten liikevaihto on ollut laskussa jo vuodesta 2007 alkaen. Vaikka kirja-ala ja kuluttajakäyttäytyminen ovatkin ilmeisessä muutoksessa ja kirjamyynnin trendi on ollut laskeva, niin kirjoja kuitenkin myydään verkossa huomattavasti enemmän kuin ennen Adlibrikseltä viestitetään. (Vehviläinen 2015) Suomen kirjamarkkinoiden kokoa selventää Suomen Kustannusyhdistysten jäsenten veroton vuosimyynti, joka oli kaikkiaan 263 miljoonaa euroa vuonna 2012, mistä vain 17,4 miljoonaa euroa oli sähköisten julkaisujen osuus. (Inkinen 2014, s. 37) Kuvassa 3 voidaan nähdä, kuinka nettomyynti jakautuu sähköisten ja painettujen tuotteiden osalta. Vuoden 2019 kokonaismyynti oli enää 243 miljoonaa euroa, mutta sähköisten julkaisujen myynti oli noussut jo 53,4 miljoonaan euroon. (Suomen Kustannusyhdistys 2019)

Suomen kirjamarkkinoiden on myös huomattu heilahtelevan voimakkaasti hyvien yksittäisten ulkomaisten kirjajulkaisujen vaikutuksesta. Tästä esimerkkinä Harry Potter-kirja, minkä seurauksena lasten ja nuorten kirjamyynä Suomessa saattaa heilahdella 25–30 prosenttia yksistään sen vuoksi, että ilmestyykö kyseisenä vuonna Potter vai ei. (Inkinen 2014, s. 41)



Kuva 3. Suomen painettujen kirjojen ja sähköisten julkaisujen myynti ja kokonaismyynti miljoonissa euroissa ilman arvonlisäveroa vuosina 2015-2019. (Suomen Kustannusyhdistys 2019)

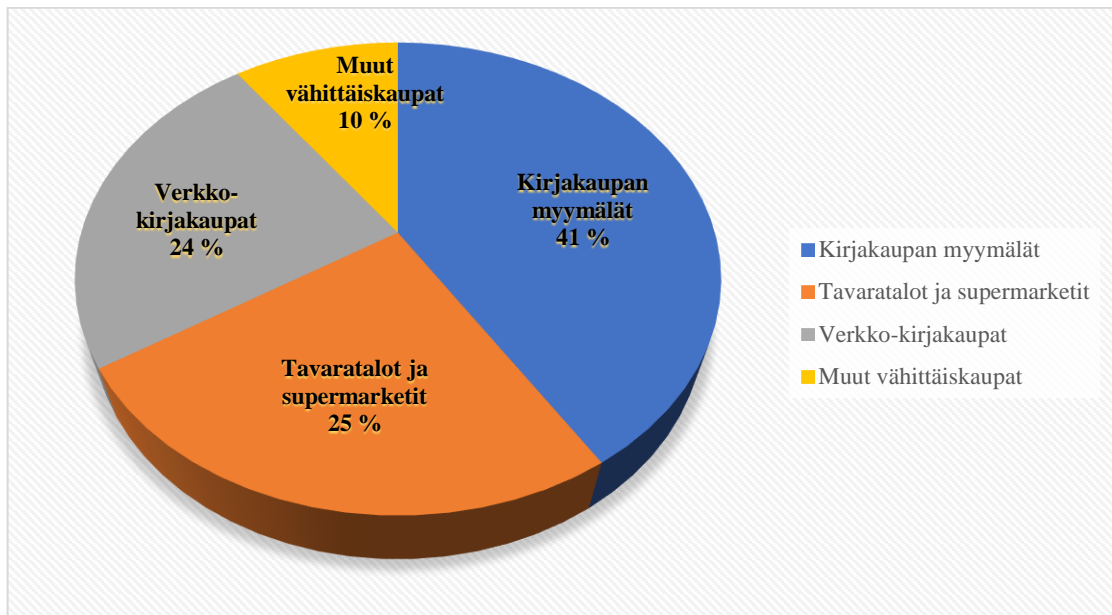
Kirjakauppaliiton (2019a) tutkimuksessa todetaan kirjan olevan edelleen suosittua ajanvietettä, kirjoja lukeekin erittäin tai melko mielellään yli 85 prosenttia suomalaisista. Kuvassa 4 nähdään vuodessa ostettujen kirjojen määrän kääntyneen laskuun vuoden 2008 jälkeen. (Kirjakauppaliitto 2019a) Yritystoiminnassa kannattaa huomioida myös valtiovallan toimet. Esimerkkinä tästä mainittakoon, että valtion päätettyä muuttaa lukiolaisten koulukirjat opiskelijoille ilmaiseksi, aiheutui siitä lähes välittömästi Suomalaisen kirjakaupalle runsas liikevaihdon pudotus. (Toimitusjohtaja 2020)



Kuva 4. Ostettujen kirjojen lukumäärä 12 kk:n aikana yhteensä vuosina 1995-2018. (Kirjakauppaliitto 2019a)

Viime vuonna Suomesta puuttui kirjahitti ja osin juuri siksi kirjamyynni laski yli viisi prosenttia, koska esimerkiksi vuonna 2019 Jari Tervon *Loiri* ei myynyt kuin 73100 kappaletta. Olihan edellisinä vuosina Kimi Räikkösen elämäkerta ja Mauri Kunnaksen ”Koiramäen Suomen historia” saavuttaneet molemmat lähes 200 000 kappaleen myynnin. (Gustafsson 2020)

Sähköiset kirjat ja verkkokirjakaupat ilmestyivät markkinoille 2000-luvun taitteessa. Vuonna 1998 myös ruotsalainen verkkokirjakauppa Bokus.com saapui Suomeen. Noihin aikoihin alkoi myös isolla osaa lukijakunnasta olla kotikäytössään nettiyhteydellä varustetut tietokoneet. Ja vielä kun samoihin aikoihin Internetin hakukoneet ja Wikipedia olivat mullistaneet tiedonhaun ja syrjäyttäneet perinteiset hakuteokset, päättyi tietosanakirjan menestystarina, kysyntä vain hävisi digitalisaation seurauksena. (Inkinen 2014, s. 183, 190) Painettujen kirjojen arvonlisäveroton kokonaisyhteensä oli 254 miljoonaa euroa vuonna 2018. Kuvassa 5 voidaan havaita, kuinka se 254 miljoonaa jakautuu, kun verkkokirjakaupoilla on 24 prosentin markkinaosuus ja tavarataloilla että marketeilla se on 25 prosenttia ja 41 prosenttia kirjakaupan myymälöissä, joka tekeekin euroissa jo noin 104 miljoonaa. (Kirjakauppaliitto 2019b)



Kuva 5. Painettujen kirjojen kuluttajahintaisen myynnin jakautuminen vähittäiskaupoissa vuonna 2018, arvonlisäveroton kokonaismyynti oli 254 miljoonaa euroa. (Kirjakauppaliitto 2019b)

Digitalisaatiosta johtuva ongelma on maailmanlaajuinen, niinpä Kirjakauppa Kirjasavinen on päättänyt lopettaa toimintansa Kuusankoskella kannattavuussyistä. Lähes 20 vuotta niin sanottua kivijalkakauppaa johtanut yrittäjä Lahtinen pitää kirjakauppojen heikkoa kannattavuutta maailmanlaajuisena. Lahtinen uskoo koko alan muuttuneen digitalisaation seurauksena, kirjat eivät vaan mene kaupaksi. Lahtinen uskoo kirjojen kaupan suuntautuvan enempi isoihin marketteihin. (Puhakka 2020) Huonoja uutisia on myös tarjouskirjakauppaketju Kirjakauppa.com: ista, joka on ajautunut konkurssiin helmikuussa 2020, ketjulla oli myymälät Lahdessa, Heinolassa, Varkaudessa ja Pyhäsalmissa. (Etelä-Suomen Sanomat 2020)

Sähköiset palvelut tai toisin sanoen digitaaliset kokoelmat ovat käytettävissä periaatteessa aina, milloin vain ja missä tahansa. Sähköisen kirjan käytettävyys on viimein lähtenyt kehittymään aimo harppauksin. Painettua kirjaa luetaan vielä useasti esimerkiksi sellaisissa tilanteissa, joissa kirjaa ei tarvitse kantaa pitkiä matkoja. Sähköisen kirjan voima näyttäkin olevan sen liikkuvuudessa ja tarjonnassa, eikä siinä enää tarvita kirjahyllyjä. Sähköinen kirja kykenee esittämään saman tekstisisällön kuin perinteinen, mutta perinteisen kirjan sisältö menee kiinni painohetkellä, jolloin sähköisen kirjan etu nousee esille, sillä sitä voidaan muuttaa, jolloin huomataan sähköisen sisällön olevan dynamisempi. Vaikka digitaalisille tuotteille löytyykin



paljon positiivisia asioita, ei painettu kirja tule kuitenkaan näillä näkymin kuolemaan. Painetulla kirjalla on edessään valoisa tulevaisuus mahtavan historian ohella. Painettujen kirjojen pysyvyys ja kyky kestää aikaa ovat tekijöitä, jotka tulevat erottamaan sen aina sähköisestä kirjasta. (Inkinen 2014, s. 12–15, 167, 183)

Vuosi 2020 muistetaan varmasti pandemiasta, mutta se saattaa muodostua myös e-kirjojen läpi lyönti vuodeksi ainakin osassa maailmaa. Kuten Netflix ja muut internetin elokuvapalvelut, e-kirjat ja muu digitaalinen media on helpoin tapa, ja jopa ainoa, tällaisena vuotena löytää ajanvietettä kotona pysymisen mahdollistamiseen. (Klaava 2020) Myös Heidi Nevalainen tykkää kuunnella äänikirjoja, lisäksi kännykässä e-kirja odottaa jo lounastaukoa, mutta myös yöpöydällä lukijaa varttuu ihan oikea paperikirja. Nevalainen mainitseekin olevansa kirjojen sekakäyttäjä. E-kirjoja Nevalainen on ladannut Bookbeat-sovelluksella matkapuhelimeen, pelkällä kuukausimaksulla niitä pystyy lukemaan ja kuuntelemaan rajattomasti. Nevalainen toteaa myös valikoiman olevan siellä suuri. (KSOY Energia 2020)

Äänikirjat löytänyt Juha Kaariaho kuuntelee nykyisin lähinnä tietokirjoja. Äänikirjat koukuttivat häntä heti jo 15-vuotta sitten, äänikirjoja hän kuuntelee muun muassa polttopuita tehdessä ja autotallissa korjailuhommissa. Kaariaho myös totesi, että mikäli äänikirjoja ei olisi, hänen lukemisensa olisi samanlaista kuin ennen: kirja silloin tällöin. (KSOY Energia 2020)

Mikä kivijalkamyymälässä vielä kiinnostaa, ne ovat fyysiset edut: Asiakas haluaa yhä päästä keskustelemaan henkilökunnan kanssa, vaihtamaan ajatuksia kirjoista ja kuulemaan myös henkilökunnan suosituksia. Monen pienen kivijalkakirjakaupan e-luontoihin kuuluvat erinäiset tapahtumat, joissa voidaan päästä tapaamaan esimerkiksi kirjailijavierasta. Kirjakaupan tunnelmaa ei edelleenkään voida aistia verkossa. Monet asiakkaat haluavat yhä ennen kirjan ostotapahtumaa nähdä sen konkreettisesti, pitää kädessä, kosketella ja katsella sitä, mikä ei kyllä verkossa onnistuisi. Lisäksi kirjakaupassa käynti voi todella rikastuttaa elämää tavalla, jota ei verkossa voi kokea. (Miikka 2020) Myös Hypén (2007, s. 75) mainitsee, että henkilökohtainen palvelu ja neuvonta on tärkeää tavallisessa kirjakaupassa, johon on myös totuttu. Perinteisiin kirjakauppoihin verkkokaupoilla onkin etuna siinä, että kirjoilla on alhaisemmat varastointihinnat, mutta asiakkaiden täytyy odottaa postitse saapuvia paketteja useita päiviä, kun fyysisestä kirjakaupasta asiakas olisi saanut kirjan heti mukaan. (Chu et al.

2012) Verkkokaupan on sanottu aiheuttaneen kirjateollisuuden vallankumouksen, sillä perinteisen kirjakaupan aukioloajat ja liiketilojen koko ovat rajoitetut verrattuna verkkoon. (Zhai et al. 2017) Myös Suomessa on havaittu koronakriisin vähentäneen kivijalkakaupoissa asiointia, ostosten tekeminen on siirtynyt yhä enemmän verkkokauppoihin, verkkokauppa-ostoksi tehdään edelleen ahkerammin kuin aiemmin. (S-Pankki 2020)

Finlandia Kirja toteaa olevansa suomalainen kirjakauppa, joka lienee Pohjoismaiden suurin antikvariaatti ja maailman suurin suomenkielisen kirjallisuuden verkkokauppa (Finlandia Kirja 2020). Muita suomessa toimivia verkkokirjakauppoja ovat esimerkiksi Kirjaverkko.fi, Suomalainen.com, Akateeminen kirjakauppa, Booky.fi ja Antikvaari.fi, joka puolestaan on Suomen suurin käytettyjen kirjojen verkkokauppa. Lisäksi mainitaan myös Tori.fi, jonka kautta myös kirjat vaihtavat omistajaa. Verkkokirjakauppojakin on kohtuullisen paljon, mikä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että myös kilpailu alalla on kovaa. Adlibriksen on myös havaittu harjoittavan kausittaista hintojen alentamista, tavoitteena mahdollisesti markkinaosuuden kasvattaminen alalla. (Toimitusjohtaja 2020; Antikvaari 2020)

Hypénin (2007, s. 83) mukaan kirja-alalla on monia tärkeitä tapahtumia kirjakauppiiaan vuodenkierrossa. Case-yritys tekeekin kirjakauppaa myös erilaisissa tapahtumissa ympäri Suomea muun muassa eri aihepiiriä edustavilla messuilla, joita voidaan järjestää esimerkiksi Helsingin messukeskuksessa. Muita järjestelypaikkoja on muun muassa Lahdessa, Jyväskylässä ja Turussa. Koska tapahtumat viedään suurten massojen lähelle, voi niissä myyntipaikoissa olla hyvinkin paljon kirjoista kiinnostuneita asiakkaita. Yksi Suomen suurimmista kirja-alan tapahtumista on Helsingin kirjamesut. Lisäksi Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus Oy tunnetummin TMK järjestää kauppiaille esimerkiksi Kansainväliset Suurmarkkinat -tapahtuman, joka on yksi Suomen suurista kesätapahtumista käsittäen monta kaupunkia kattavan kesäkiertueen. Tosin näissäkin suur tapahtumissa, kuten myös messukeskuksessa järjestettävissä tapahtumissa on hyvinkin merkittävät myyntipaikkamaksut, eli myös kustannuksia tulee, joten myyntiäkin on tultava. (Toimitusjohtaja 2020)

### 3.2 Ulkomainen verkkokirjakauppa ja e-kirja

Varmasti moni on tilannut jotain Amazonista tai ainakin kuullut siitä. Mutta, sitä monikaan ei varmasti tiedä, että Amazon aloitti kirjakauppana jo 1994 Cadabra-nimellä, mutta varsinaisesti verkkosivusto Amazon.com avattiin kesällä 1995. Aivan alusta asti myyntivalttina olivat normaaleja kirjakauppoja halvemmat hinnat. Amazonin menestyksen takana on ollut innovatiivisuutta, esimerkiksi perustaja Jeff Bezos antoi lukijoille mahdollisuuden kirjoittaa kirja-arvosteluja lukemistaan kirjoista ja niistä tulikin suosittuja. Sen jälkeen Amazon kehitti käytettyjen tuotteiden markkinapaikan, joka on ollut erittäin suosittu osa verkkokauppaa. Kirjakauppana liikkeelle lähtenyt yritys on dominoinut suvereenisti myös edelleen kirja-alalla, sillä yksistään lähes 89 prosenttia e-kirjojen ja 42 prosenttia fyysisten kirjojen myynnistä Yhdysvalloissa tapahtui Amazonin kautta. (Miikka 2019) Sähköisten kirjojen myynti onkin kasvanut USA:ssa yli 200 % vuodessa. (Inkinen 2014, s. 142)

Amazon avasi niin kutsutun kivijalkakirjakaupan New Yorkiin vuonna 2017. Avaamisen todenperäistä syytä ei luultavasti tiedetä, mutta nähtävästi Amazon haluaa jossain määrin haastaa vielä perinteisen kirjakaupan konseptin. The Guardian uskoo liikkeen avaamisen olevan vain mainoksena, sen sijaan New York Post kirjoittaakin, että Amazon saattaa tällä tempulla yrittää tuhota kivijalkakirjakaupat kokonaan. (Palmén 2017)

Yahoo Finances muistuttaa, että nykypäivänä koko kirjabisnes on Amazonille suhteellisen pieni pala, vaikka fyysinen media, mihin sisältyvät kirjat, dvd:t ja levyillä ostettavat pelit myivätkin viime vuonna 8 miljardilla dollarilla. Sillä olihan koko yrityksen myynti 136 miljardia dollaria. Fyysiset kirjat ovat nyt kuitenkin yhtiön pienin tuotekategoria. (Palmén 2017) Toisaalta Miikka (2019) kirjoittaa, että kirjat ovat yhä yksi yhtiön tärkeimmistä tuoteryhmistä.

Amazonin kirjamyynti vastaa siis noin puolta koko Yhdysvaltojen kirjamyynnistä vuonna 2018, pääosin markkinoiden halvimpien hintojen takia. Näin Amazonista on muodostunut merkittävä vaara fyysisille kirjakaupoille eli niin sanotuille kivijalkaliikkeille. Suomeen Amazon ei ole vielä rantautunut, mutta tietävästi sieltä voi tilata kirjoja Suomeen. (Miikka 2019; Amazon 2020) Lisäksi todetaan, että Amazon on ostanut esimerkiksi vuonna 2011 verkkokauppa Book Depository (suomeksi kirjavarasto), joka tituleeraa itseään maailman

johtavaksi kirjakaupaksi yli 20 miljoonan kappaleen kirjavarastolla. (Book depository 2020) Pohjoismaiden suurimmaksi verkossa toimivaksi kirjakaupaksi itseään mainostava Adlibris on perustettu jo vuonna 1997. (Adlibris 2020) Adlibriksen kasvu onkin ollut vahvaa, vuonna 2014 liikevaihto nousi yli 30 prosenttia. Vuoden 2015 alussa Adlibris on lanseeraamassa uutta verkkokauppaa ja panostaa muutenkin toiminnan kehittämiseen. (Vehviläinen 2015) Adlibris lukeutuukin yhdeksi Case-yrityksen kilpailijaksi. (Toimitusjohtaja 2020)

Maailmanlaajuinen e-kirjojen suosio näyttää suorastaan kiihtyneen Publishdriven tilastojen mukaan, sillä e-kirjojen maailmanlaajuinen myynti on kasvanut maaliskuussa 2020 edelliseen kuukauteen verrattuna 20 prosenttia. Kasvu on vain kiihtynyt huhtikuussa 2020 ollen jo 23 prosenttia. Kasvulukuna se voidaan pitää erittäin suurena. (Miikka 2020)

### **3.3 Kirja-alan kannattavuus**

Finlandia Kirjalla on 8,5 kilometriä käytettyjä kirjoja hyllyssä, varastossa on noin 400 000 kirjaa. Yritys myy kuukaudessa keskimäärin 5000 kirjaa, mutta parhaimmillaan on lähtenyt 1100 kirjaa postiin kahdessa päivässä äskettäin. Matti Pietilä toteaa marras-joulukuun olevan sesonkiaikaa, myynti nousee 40 prosenttia kuin muina kuukausina. (Lehtinen 2019) Myös Yrjö Repo (2003, s. 84) muistuttaa, että kirja-ala on erittäin riippuvainen loka-joulukuun suuresta myynnistä. Joulunalusmyynti estää tosiasiasa monen yhtiön vuotuisen liikevaihdon tappiollisuuden.

Finlandia Kirja Oy:n liikevaihto on ollut vuonna 2018 noin 0,6 miljoonaa ja nettotulosta on kertynyt 0,1 miljoonaa, henkilöstöä on 14, joista kaksi osa-aikaista. Yrityksen liikevaihto asettunee 2019 vuonna noin 0,7 miljoonaan euroon. Finlandia Kirjan myyntiä ja varastoa pyörittää tarkkaan hiottu toiminnanohjausjärjestelmä. Kun yritys ostaa kirjaerän, niin siinä menee neljä vuotta, että siitä on saatu puolet myytyä. Pietilän mukaan alle neljän euron kirjoja ei edes kannattaisi myydä. (Lehtinen 2019)

Itsenäiset kirjakaupat Suomessa ovat yleensä pienempiä ja heikoimmin kannattavia. Kirjojen jälleenmyynnistä on tullut riskialtista ja mutkikkaampaa yritystoimintaa. Vanhat kauppiat luopuvat mieluusti omista liikkeistään, kun taas nuoret kirjakauppiat pitävät yksityisen

kirjakaupan perustamista taloudellisena katastrofina. (Hypén 2007, s. 77) Sen sijaan Yhdysvalloissa itsenäiseksi kutsutut kirjakaupat ovat pystyneet pysymään kannattavina esimerkiksi järjestämällä teemapäiviä tai erikoistumalla esimerkiksi lastenkirjallisuuteen. (Baidis et al. 2019) Myynninedistämässä kirjakauppojen kannattaa hyödyntää sosiaalista mediaa etenkin Facebookin avulla on saatu hyviä tuloksia. (Carnogurský et al. 2017)

## 4 CASE-YRITYKSEN KANNATTAVUUS 2016-2019

### 4.1 Case-yrityksen esittely

Case-yritys Oy on vuonna 2015 perustettu kirjakauppa, jonka toimiala on antikvariaattikauppa, todellisuudessa toiminta on alkanut toiminimellä jo vuonna 1998 ja nettikauppaakin on harjoitettu vuodesta 1999. Yrityksen liikevaihto lähentelee 400 tuhatta euroa ja henkilökuntaa yrittäjä mukaan luettuna on tällä hetkellä noin viisi. Yrityksen toiminta on jakautunut usealle kirjanmyyntisektorille. Yrityksellä on niin sanottu kivijalkamyymälä kotikaupungissaan, jossa sijaitsevat myös yhtiön varastot, toimisto sekä nettikaupan toiminnot. Yritys harjoittaa myös markkina- ja torimyyntiä sekä tapahtuma- että messumyyntiä, josta yksistään on budjetoitu vuodelle 2020 aiheutuvan myyntipäiviä noin 143 vuorokautta. Tapahtumamyynnin valikoimissa painotetaan tapahtuman luonteen ja aihepiirin mukaista tarjontaa, esillä on myös vuodenaikaan sopivaa materiaali. Lisäksi yrityksellä on eteläisessä osassa Suomea ulkoistettuja myyntipisteitä seitsemän kappaletta, joissa on myös tarjolla runsaasti uusia kirjoja. (Toimitusjohtaja 2020)

Case-yrityksen neljä sektoria ovat seuraavat (Toimitusjohtaja 2020):

1. Messumyynti
2. Nettimyynti
3. Myyntipisteet
4. Kivijalkamyymälä

Case-yrityksen kivijalkakirjakauppa on vastikään siirtynyt uuteen vilkkaampaan paikkaan aivan kaupungin ydinkeskustaan. Nyt myymälä- ja varastotilat ovat huomattavasti suuremmat ja logistisesti tehokkaammat kuin ennen. Nyt kokonaisuus on yrityksen ja henkilökunnankin kannalta paljon parempi. Liikkeestä löytyy sekä uutuuskirjat että hyväkuntoiset käytetyt kirjat ja siellä on aina edulliset hinnat. Yrityksen verkkokaupasta löytyvät tietysti samat tuotteet kuin itse myymälästäkin. (Toimitusjohtaja 2020)

Koska myymälä on tässä laajuudessa ollut toiminnassa niin vähän aikaa, että ei ole olemassa tietoa riittävästi, jota voisi hyödyntää tässä tutkimuksessa, niin emme analysoi

kivijalkamyymälää tässä sen enempää vaan oletetaan sen liikevaihdoksi nolla. Liikevaihto jakautuu siten yrityksessä vuoden 2019 tilinpäätöksen perusteella eri sektoreille seuraavasti: messumyynti 60 prosenttia, myyntipisteet 26 prosenttia ja nettimyynti 14 prosenttia.

## 4.2 Tutkimuksen kuvaus

Tämän tutkimuksen Case-yrityksenä on kirjakauppa. Case-yrityksen virallinen toimiala on kuitenkin antikvariaattikauppa. Kyseinen yritys on toiminut osakeyhtiömuodossa vasta vuoden 2015 lopusta alkaen, joten se rajaa hieman yrityksen tilinpäätöstietojen käyttöä, sillä esimerkiksi joihinkin yrityksen lukuarvojen kehityksiin voi liittyä alkaville yrityksille ominaisia epävarmuustekijöitä. Korostan kuitenkin, että työn kohteena oleva yritys ei ole varsinaisesti mikään uusi. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi Case-yritykselle.

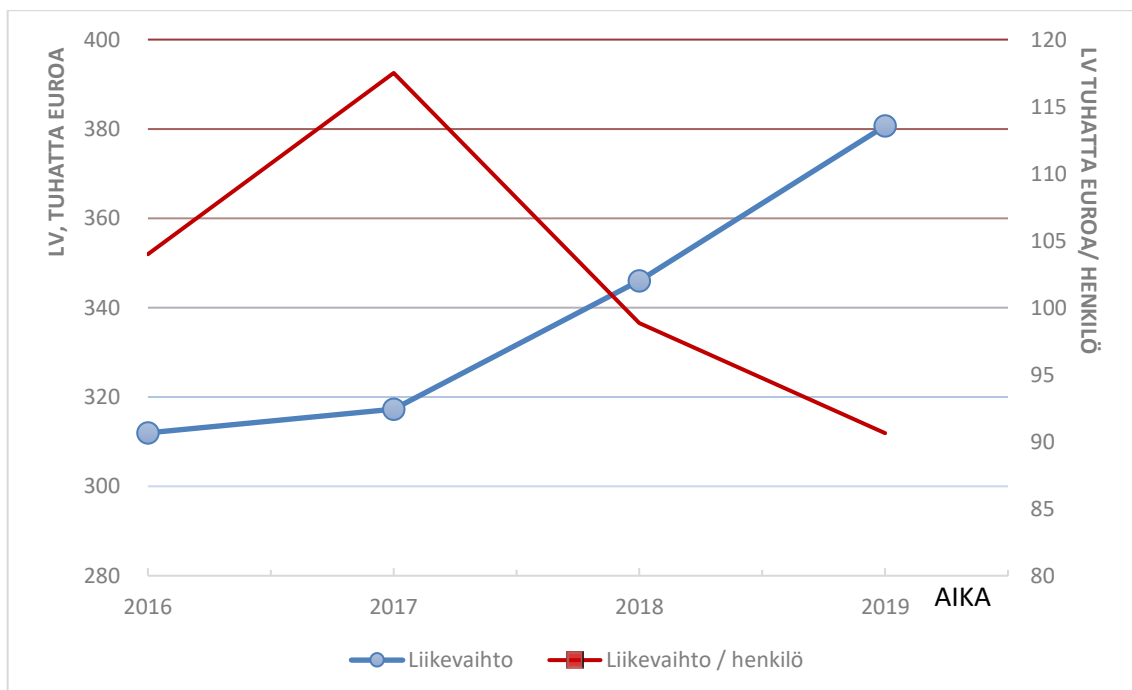
Tilinpäätösanalyysi perustuu yrityksen 31.12.2019 päättyneen tilikauden (12kk) tilinpäätöstietoihin. Analyysissä on huomioitu myös tilikausien 2016–2018 tilinpäätöstietoja sekä Tilastokeskuksen julkaisemia ja Finnveran laatimia toimialakohtaisia tilinpäätöstilastoja. Osaksi on hyödynnetty myös Suomen asiakastiedon toimiala ja tilinpäätöstietoja, nämä toimiala tiedot on esitetty liitteessä 2. Jos jonkin tunnusluvun laskemisessa on tarvittu edellisen vuoden tietoa, niin silloin kyseistä tunnuslukua ei voitu määrittää vuodelle 2016. Case-yrityksen taloudellisen tilan muutosten kartoittamiseksi vertailua tehdään saman toimialan yrityksiin ja kilpailijaan tehdään niiltä osin kuin vertailutietoja on saatavilla, jos jotain lukuja puuttuu, analysointi tehdään silloin suppeammalta pohjalta. Toimialaluokaksi valittiin 476, kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä, mutta vertailua haluttiin lisäksi toteuttaa myös toisen toimialan 47792, antikvariaattikaupan kanssa. Suomen asiakastiedon toimialan tunnusluvut ovat mediaaneja ja otanta 195 yritystä, kun taas Finnveran toimialaluvut käsittävät sekä mediaanin että ylä- ja alakvartiilin.

Case-yrityksen virallisten tilinpäätösten oikaistut tuloslaskelmat ja taseet vuosilta 2016–2019 ja niiden perusteella lasketut tunnusluvut ovat nähtävillä työn liitteessä 1. Oikaisuissa on pyritty noudattamaan Yritystutkimuksen ohjeita. Tuloslaskelman oikaisemisessa käytännössä ainoat muutokset viralliseen tuloslaskemaan verrattuna koskivat vuosina 2016 ja 2017 tehtyjä poistoja

tai paremminkin tekemättä jääneitä poistoja, jotka nyt oikaistiin vastaamaan elinkeinoverolain mukaisia maksipoistoja. Poistojen määriin tehdyt korjaukset kirjataan oikaistussa tuloslaskelmassa riville muut tuloksen oikaisut. Taseen kohdalla ei löytynyt mitään oikaistavaa. Taseen muut saamiset kohdasta mainitaan erikseen, että se on perua yhtiömuodon muutoksesta ja se poistuu aikanaan sieltä, eikä sillä ole kannattavuuden eikä tuloslaskelman kannalta oleellista vaikutusta.

### 4.3 Yrityksen tila

Tässä osiossa tarkastelemme Case-yrityksen tilaa tarkemmin. Kuvasta 6 voidaan havaita yrityksen kasvaneen käytännössä koko ajan, sillä sen liikevaihto on noussut edellisestä tilikaudesta 10,0 prosenttia ja sitä edeltävänä vuonnakin 9,1 prosenttia, vuonna 2017 kasvua oli 1,7 prosenttia. Samaan aikaan henkilökunnan määrän kasvaessa voimakkaammin suhteessa liikevaihtoon yrityksen liikevaihto/henkilö kääntyi laskuun pudoten vuoden 2017 huipusta 117511 eurosta 2019 vuoden 90635 euroon. Pudotus oli merkittävä.



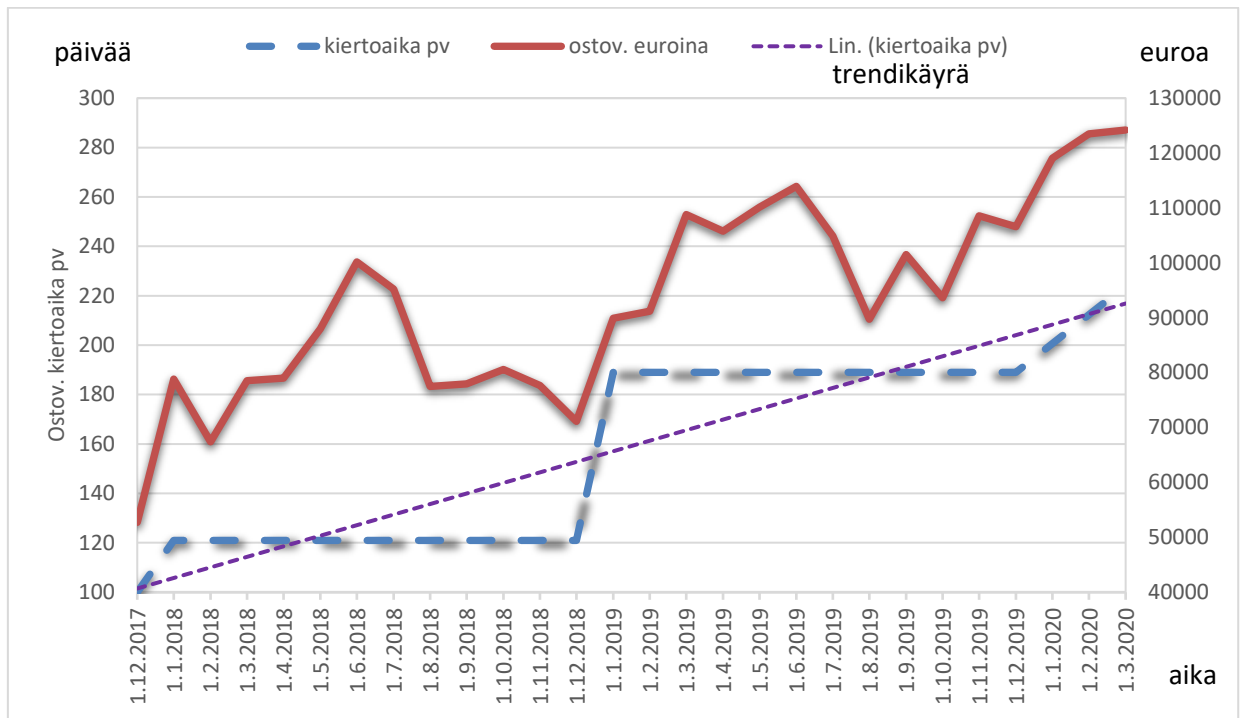
Kuva 6. Case-yrityksen liikevaihdon kehitys ja liikevaihto/henkilö vuosilta 2016–2019.



Yrityksen kannattavuus on ollut heikkoa, siitä kertoo esimerkiksi se, että yrityksen käyttökateprosentti oli viimeksi kuluneella tilikaudella -7,7 %. Käyttökateprosentti näyttää vaihtelevan yrityksessä melkoisesti, sillä edellisellä tilikaudella se oli 6,4 %, vuonna 2017 0,0 % ja 2016 -7,1 %. Tämä kertoo erittäin huonosta tulorahoituksesta, joka on heikentynyt jyrkästi viimeisen vuoden 2019 aikana. Kaupanalalla Yritystutkimusneuvottelukunnan (2002, s. 57) suosituksen mukainen vaihteluväli suuntaa antavaksi käyttökateprosentti on 2–10 prosenttia. Myös liikevoittoprosentti -8,7 on heikko vuonna 2019 samoin kuin vuosina 2017 -1,2 % ja 2016 -8,3 %. Vain vuonna 2018 yrityksen liikevoittoprosentin ollessa 5,1, voidaan puhua tyydyttävästä liikevoiton tasosta. Näyttää siis, että viime tilikaudella kate on romahtanut täysin. Kuvassa 14 on esitetty kannattavuuden keskeinen tunnusluku, sijoitetun pääoman tuottoprosentti, joka sai Case-yrityksessä arvosanan heikko ollen -20,6 % vuonna 2019, samoin oli vuonna 2017 -1,9 %. Sen sijaan vuonna 2018 sijoitetun pääoman tuottoprosentti oli parempi ollen 9,6 % positiivinen.

Yrityksen maksuvalmius current ratiolla mitattuna oli tyydyttävä, luvun ollessa 1,9 vuonna 2019. Aiempina tilikausina current ration arvot 3,2 vuonna 2018, 4,0 vuonna 2017 ja 5,7 vuonna 2016 antavan hyvän arvosanan maksuvalmiudelle. Sen sijaan yrityksen quick ratio saa heikon arvosanan ollen vain 0,3 vuonna 2019 (kuvassa 15), eli tämän toisen maksuvalmiusluvun antama kuva ei ollutkaan yhtä myönteinen. Vuosina 2017 0,5 ja 2018 0,8 quick ratio antaa tyydyttävän arvosanan ja vuonna 2016 1,0 hyvän.

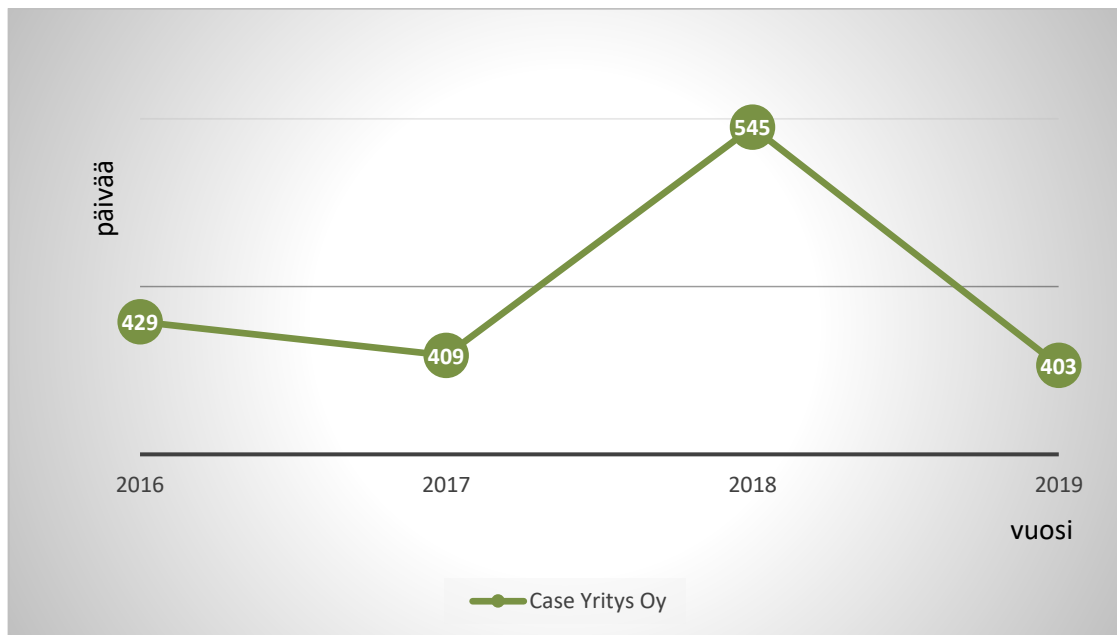
Yrityksen myyntisaamisten kiertoaika oli 4,0 vuorokautta vuonna 2019, vuonna 2018 8,5 vuorokautta, vuonna 2017 15,1 vuorokautta ja vuonna 2016 5,7. Eli yritys tuntuu saavan rahan nopeasti asiakkailta, tämä perustuu hyvin pitkälti ennakkomaksuihin. Kuvassa 7 näkyy ostovelkojen määrän kehittyminen ja kuinka ostovelkojen kiertoaika näkyy nousevan trendikäyrän omaisesti ja lienee ylittänyt jo 200 vuorokauden tason vuoden 2020 puolella. Ostovelkojen kiertoaika on muuttunut vuoden 2016 69 päivästä viimeisimmän tilikauden lukemaan 189, ollen 121 vuorokautta vuonna 2018 ja 100 vuorokautta vuonna 2017. Ostovelkojen euromääräinen taso onkin jo noussut jonkin verran päälle sadan tuhannen euron viimeisimmän tilinpäätöksen perusteella. Näyttääkin siltä, että yritys rahoittaa toimintaansa ostovelkoilla.



Kuva 7. Case-Yrityksen ostovelkojen kehitys, kiertoaika ja trendi ajalla 12/2017–3/2020.

Yrityksen vakavaraisuus on ollut vahvaa Case-yrityksen alusta alkaen, vuoden 2019 omavaraisuusasteella mitattuna vakavaraisuus näyttää tappioista huolimatta yhä tyydyttävä 33,0 prosentinluvulla. Vuosina 2016–2018 omavaraisuus oli koko ajan vielä päälle 46 prosentin, mikä antoi yrityksen vakavaraisuudelle hyvän arvosanan. Suhteellinen velkaantumisaste on ollut noin 40 prosentin tasolla vuosina 2016–2019 vaihdellen 39–41 prosentin välillä. Viimeisimmän tilinpäätöksen mukaan vuonna 2019 suhteellinen velkaantumisaste oli yrityksessä 41 prosenttia ja sillä irtoaa tyydyttävä arvosana vakavaraisuudelle. Vakavaraisuuden ansiosta yrityksellä on edellytykset saattaa kannattavuus vähintään tyydyttävälle tasolle.

Case-yrityksen vaihto-omaisuutta tarkasteltaessa todetaan sen olevan liikevaihtoon suhteutettuna lähellä 60 prosentin tasoa, mutta suunta on kuitenkin alaspäin. Case-yrityksen varastonkiertoaikaa esitetään kuvassa 8, varastonkiertoaika on ollut keskimäärin päälle 400 päivää. Vuonna 2019 varastonkiertoaika oli 402,9 päivää, lähes samalla tasolla kuin vuonna 2017. Vuonna 2018 varastonkiertoaika oli lähes 545 päivää ja 2016 428 päivää. Varastonkiertoaika on yrityksessä siis aika pitkä.



Kuva 8. Varaston kierto päivää Case-Yrityksessä

Messumyynnin osalta, mikä on case-yrityksen merkittävin liikevaihdon tuoja, tarkasteltiin tarkemmin vain muutamia messuja. Näistä tarkemmin käytiin läpi Matkamessujen 2019 ja 2020 sekä Lapsimessujen 2019 ja Seinäjoen kansainvälisten suurmarkkinoiden 2019 tuottoja ja kulurakennetta, jota on esitelty taulukossa 1. Huomiona täytyy heti aluksi mainita, että laskelmassa ei ole huomioitu yrityksen normaaleja kiinteitä kuluja ollenkaan. Eikä myöskään Lapsimessuilla tai suurmarkkinoilla ole laskelmissa varsinaisia palkkakuluja huomioituna, mutta päivärahat niissä kuitenkin on.

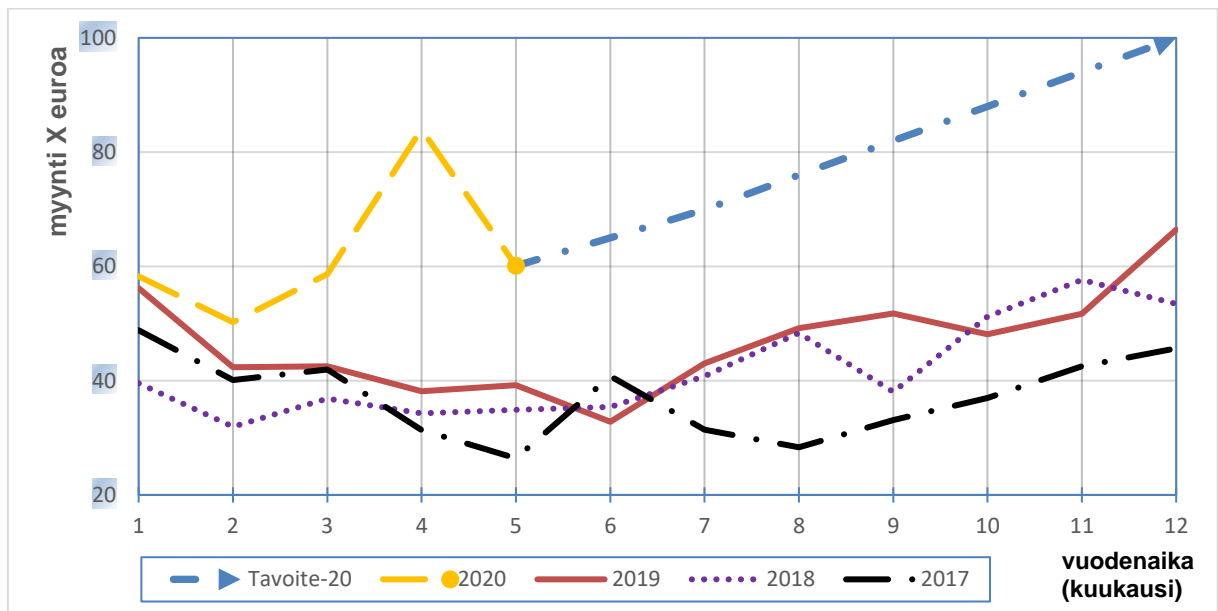
Taulukko 1. Messujen kulujen osuus

<b>Case-Yritys Oy</b> (tarkasteltu kulujen osuutta messujen liikevaihtoon) %	<b>Matka</b> <b>2020</b>	<b>Matka</b> <b>2019</b>	<b>Lapsi</b> <b>2019</b>	<b>Seinäjoki</b> <b>2019</b>
Paikkamaksut ja muut myyntiin liit. Kulut	15,7 %	16,8 %	25,7 %	9,6 %
Myytyihin kirjojen hankintakulut	61,3 %	64,3 %	72,8 %	74,8 %
Henkilöstökulut sis. majoituksen, bensat ym.	17,3 %	20,9 %	8,6 % Ei palkkoja tässä	20,9 % Ei palkkoja tässä
<b>Kulut yhteensä</b>	<b>94,3 %</b>	<b>102,0 %</b>	<b>107,1 %</b>	<b>105,3 %</b>
<b>Myyntikateprosentti</b>	<b>5,7 %</b>	<b>-2,0 %</b>	<b>-7,1 %</b>	<b>-5,3 %</b>
<b>Myyntikate euroa/ kirja</b>	<b>0,48</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,47</b>	<b>-0,34</b>
			Huom. Ei sis.palkkoja	Huom. Ei sis.palkkoja

Laskelmien perusteella messumyynnin ja koko yrityksen tuloksen teko on kiinni messujen, sekä markkina- ja tapahtumamyynnin volyymin kautta. Suomen Messutkin on lähes vuodesta toiseen nostaneet paikkavuokrien hintoja, välillä aivan kestävämmälle tasolle, joka tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että jos myynti ei luista, tappion tuleminen on varmaa. Yleisesti tuntuu, että mitä pienempi kauppias, sitä pienempi myynti ja sitä huonompi tulos. Kansainvälisillä suurmarkkinoilla on ehkä kenties hieman maltillisemmat paikkavuokrat, josta jonkunlaisella kustannusrakenteella, voi yrittää tehdä tulosta.

Myyntipisteiden kautta tapahtuvan myynnin kannattavuutta tarkasteltiin myös. Myyntipisteisiin kohdistetun ajan ja siitä syntyneiden kulujen ja varsinaisen provision jälkeen näyttäisi siltä, että hiljaisempina kuukausina ainakaan voittoa ei välttämättä juurikaan muodostu. Ja parhaimpina kuukausina tulosta tietysti pitäisi muodostua, mutta toisaalta se on hyvin marginaalista koko Case-yrityksen suhteen. Sama pätee täälläkin, myyntivolyyymia vaan lisää, niin kannattavuus paranee, kun kulujen jakaja kasvaa. Myyntipisteiden kautta tapahtuva myynti lisää yrityksen kappalemääräistä myyntivolyyymia, joka taas mahdollistaa suuremmat eräkoot tilauksiin ja siten mahdollisesti parantaa koko yrityksen kannattavuutta.

Lisäksi tarkasteltiin myös toista Case-yrityksen sektoria, eli verkkokirjakauppaa tai puhutaan tunnetummin nettikaupasta. Nettikaupan liikevaihdon kehitystä on tarkasteltu kuukausittain ja eri vuosina, niiden tietojen pohjalta muodostettiin käyrät, jotka on nyt esitelty kuvassa 9 tarkemmin. Päälimmäisenä huomiona nousee kuvassa 9 esiin vuotta 2020 esittävän keltaisen käyrän käyttäytyminen maaliskuuhun 2020. Siihen varmasti oli suurimpana vaikuttaja maailmalla ja myös Suomessa jyllännyt korona-epidemia, jonka vaikutuksesta myös Case-yrityksen nettimyyniin tuli merkittävä kasvu. Nettimyynnin voimakkaasta kasvustahan on uutisoitu ympäri maailman, jääkö vaikutus nettimyyniin pysyväksi, sen aika näyttää.



Kuva 9. Case-yrityksen nettimyynnin liikevaihdon kuukausittainen tarkastelu 1.1.2017-31.5.2020 ja tavoite loppuvuodelle 2020.

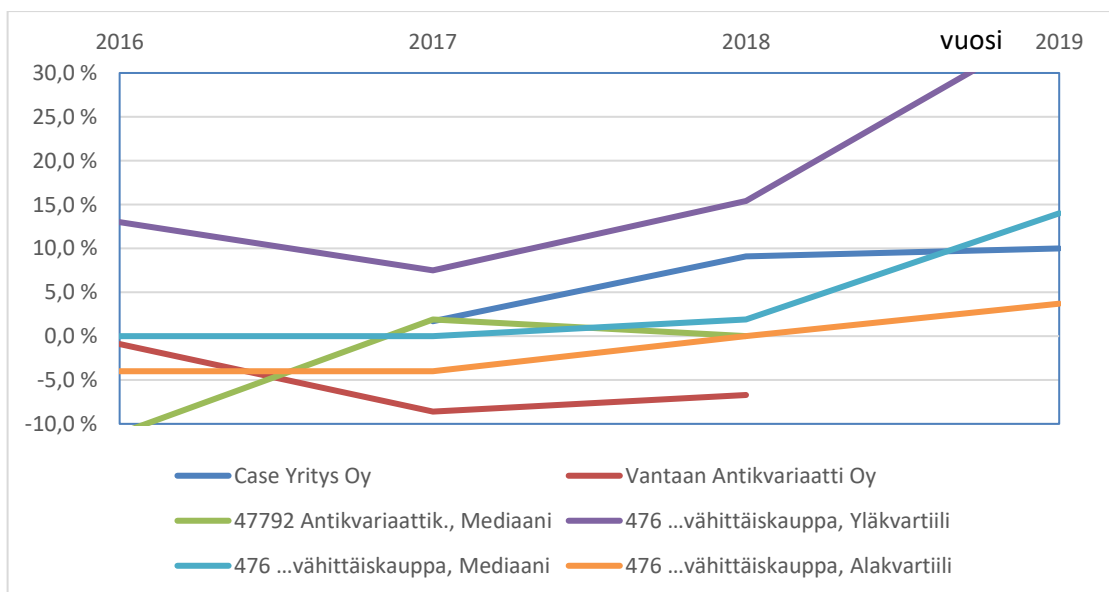
Kuvaan 9 on piirretty myös nettimyynnin tavoitekäyrä loppuvuodelle 2020, siihen ei kylläkään ole enää laitettu mitään korona-lisää. Sillä tarkoitushan olisi, että nettikaupan volyymin pitäisi nousta tuonne sinisen nuolen suuntaan pysyvämmiin, mikä olisi sitten paremmin tukemaan nettimyynnin kehittymistä ja samalla koko yrityksen kannattavuutta.

#### 4.4 Vertailu omaan toimialaan

Case-yrityksen taloudellisen tilan muutosten kartoittamiseksi vertaillaan tilinpäätösanalyysin tunnuslukuja myös toimialaan. Luvut on ryhmitelty kasvua, kannattavuutta, maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta mittaaviin ryhmiin. Aina ensiksi vertaillaan toimialaluokkaa 476, kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä, mikä tunnetaan jatkossa tässä 4.4. kappaleen alla Toimiala. Sen jälkeen vertaillaan toista antikvariaattitoimialaa 47792, antikvariaattikauppaa. Jos jokin tunnusluku puuttuu esimerkiksi saatavuuden takia, se ei haittaa, analyysi vaan tehdään siltä osin suppeammin. Lisäksi voidaan todeta lähes poikkeuksetta, että kilpailijan Vantaan Antikvariaatin luvut puuttuvat vuodelta 2019, koska tilinpäätös ei ole vielä julkaistu, samoin antikvariaattikauppatoimialan tunnusluvut puuttuvat myös vielä kokonaan vuodelta 2019.

##### 4.4.1 Liiketoiminnan kasvua kuvaavat tunnusluvut

Kuvassa 10 esitetään Case-yrityksen, kilpailijan, toimialan ja antikvariaattialan kehitystä vuosina 2016–2019. Toimialan vuoden 2019 liikevaihdon kasvun yläkvartiili oli 35,9 prosenttia, luku ei mahtunut kuvaan. Lisäksi antikvariaattikaupan mediaani luku vuodelta 2016 on -11,1 prosenttia.

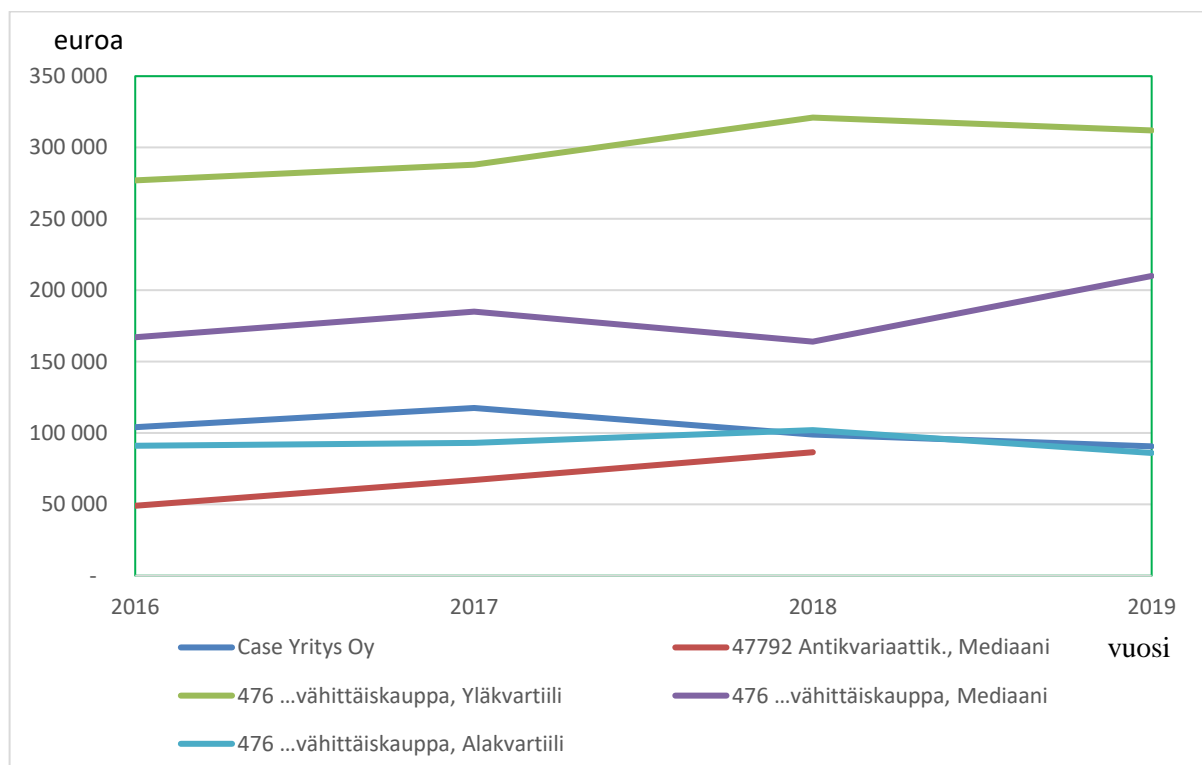


Kuva 10. Liikevaihdon muutosprosentit vuosina 2016-2019.

Toimialan mediaaniliikevaihto on ollut koko tarkastelujakson hienoisessa nousussa, nousu tosin näyttää kiihtyvän, olihan se jo 14 prosenttia vuonna 2019. Myös toimialan yläkvartaali on kiihtyvässä lähes 36 prosentin nousussa tarkastelujakson lopussa. Toimialan alakvartiilin nousut ja laskut ovat huomattavasti muuta toimialaa loivempia, vuoden 2016 -4,0 prosentista on noustu 3,7 prosenttiin. Case-yritys on pysynyt toimialan mediaanin yläpuolella tarkastelujakson aluksi, mutta vuonna 2019 nousukulma taittui ja yritys jäi toimialan mediaanin alapuolelle.

Case-yrityksen liikevaihto on kehittynyt viime vuosina antikvariaattikaupan mediaania suotuisammin. Antikvariaattikaupan mediaani näyttää laahaavan vähittäiskaupan toimialan alakvartiilin alapuolella enemmän osan ajasta ja vuoden 2016 luku oli surkein ja liikevaihdon kehityksen mediaani miinus 11,1 prosenttia. Kilpailijan liikevaihto on kehittynyt kaikkein heikoimmin vuosina 2017 ja 2018.

Kuvassa 11 tarkastellaan kuinka paljon liikevaihdon määrää / työntekijä on vuosina 2016–2019. Toimialan mediaani on nousujohteinen, mutta vuonna 2018 siinä on ollut pieni pudotus, mikä



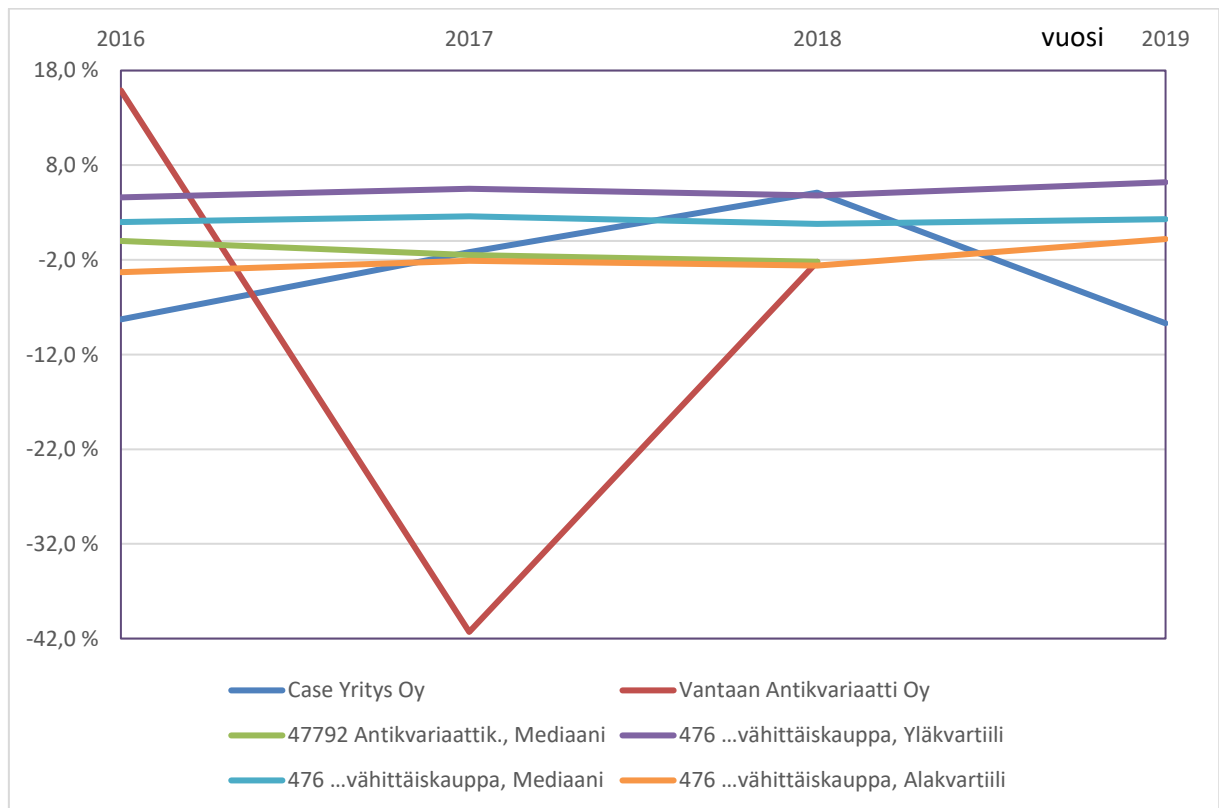
Kuva 11. Liikevaihto / henkilö euroina vuosina 2016–2019

on korjautunut nousuun heti seuraavana vuonna 2019, jolloin mediaani liikevaihto / henkilö oli 210 tuhatta euroa. Toimialan yläkvartiili nousi vuoteen 2018 asti ja laski siitä hieman jääden kuitenkin yli 300 tuhanteen euroon henkilöä kohden. Case-yrityksen vastaavat luvut kulkevat lähes toimialan alakvartiilin tuntumassa, vuosien 2018 ja 2019 käyrät ovat toistensa päällä noin 90 tuhannen euron tasolla.

Case-yrityksen liikevaihdon määrä henkilöä kohti on ollut jonkinmoisessa laskussa vuodesta 2017 alkaen. Case-yrityksen liikevaihdon määrä henkilöä kohti on kehittynyt viime vuosina antikvariaattikaupan mediaania heikommin. Antikvariaattikaupan mediaani arvo oli vuonna 2016 vain 49 tuhatta euroa, kun se vuonna 2018 hätyytteli jo 87 tuhatta, muutos on siis ollut merkittävä.

#### 4.4.2 Kannattavuutta kuvaavat tunnusluvut

Kannattavuuden tarkasteluun valittiin tunnusluvuiksi liikevoittoprosentti, käyttökateprosentti ja sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Seuraavaksi tarkastellaan kuvassa 12 liikevoittoprosenttia



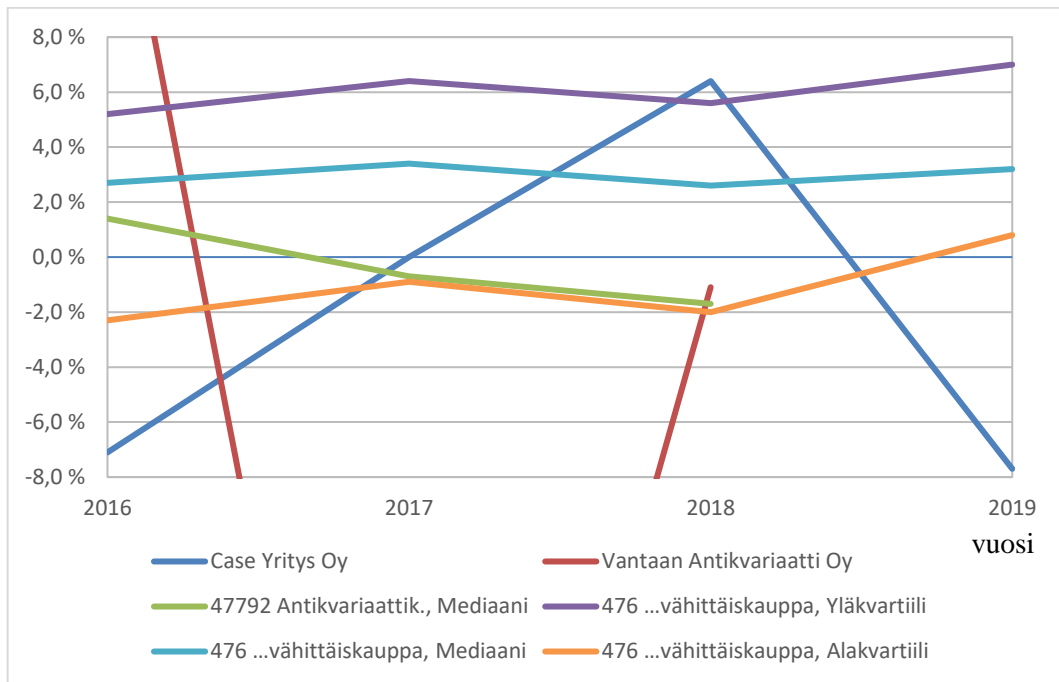
Kuva 12. Liikevoittoprosentit vuosina 2016–2019.



vuosina 2016–2019. Toimialan mediaani liikevoittoprosentissa ei ole tarkasteluajankohtana tapahtunut suuria muutoksia, luku vaihtelee 2 prosentin molemmin puolin. Yläkvartiilin lukemat ovat puolestaan 5–6 prosentin tasolla. Alakvartiilin liiketulosprosentti on hienoisekseen nouseva, tosin alakvartiilin lukema oli positiivinen vain viimeisenä tarkasteluvuotena ollen silloinkin vain 0,2 prosenttia.

Case-yrityksen liiketulosprosentti on vaihdellut runsaasti ollen esimerkiksi vuonna 2016 -8,3 prosenttia ja nousten siitä lineaarisesti jopa toimialan yläkvartiilia suuremmaksi ollen vuonna 2018 peräti 5,1 prosenttia, mutta romahtaen sitten kaikkein heikoimmaksi 2019 -8,7 prosenttia. Antikvariaattikaupan mediaani on sen sijaan ollut pitkäaikaisessa laskusuunnassa ja kulkee tuon vähittäiskaupan toimialan alakvartiilin kanssa samassa tasossa. Kilpailijan liikevoittoprosentin vaihtelut ovat tarkastelussa olevista suurimmat, vajaan 16 prosentin positiivisesta vuoden 2016 tasosta äkillinen laskeutuminen lähes -42 prosenttiin vuonna 2017, palaten taas lähemmäs nollatasoa vuonna 2018.

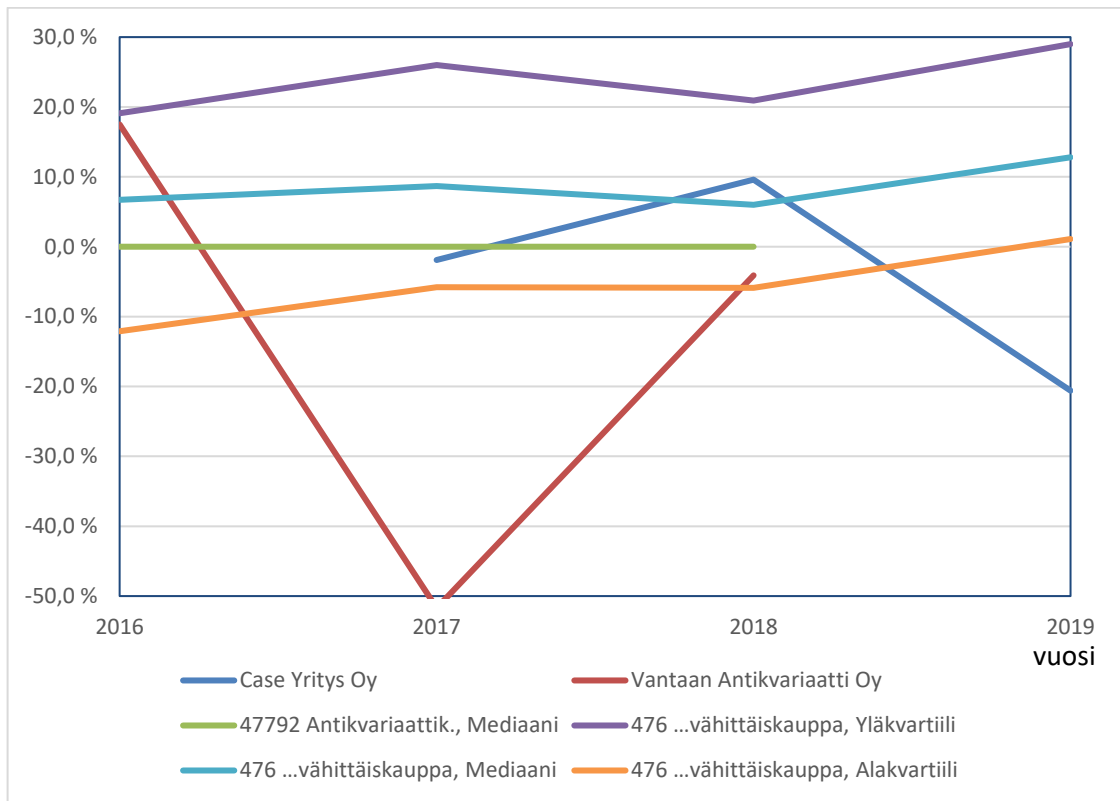
Sitten tarkastellaan kuvassa 13 käyttökateprosenttia vuosina 2016–2019. Toimialan mediaanin ja yläkvartiilin käyttökateprosentti kulkevat saman suuntaisesti hieman ylöspäin. 2 prosentin molemmin puolin. Yläkvartiilin lukemat puolestaan lähentelevät 7 prosentin tasoa, kun mediaani on kolmen prosentin tasoa. Alakvartiilin käyttökateprosentti on hienoisekseen nouseva, vuonna 2019 sekin pääsee plussan puolelle ollen 0,8 prosenttia.



Kuva 13. Käyttökateprosentit vuosina 2016-2019.

Case-yrityksen käyttökateprosentti on sekin vaihdellut runsaasti ollen esimerkiksi vuonna 2016 -7,1 prosenttia ja sitten vaihteeksi positiivinen 6,4 prosenttia vuonna 2018, mutta vuoden 2019 lukemalla -7,7 prosenttia kannattavuus on toimialaan suhteutettuna heikko. Tällä kertaa Case-yrityksen ennustettavuus on käyttökateprosentin osalta huono kuten myös kilpailijalla, jonka käyttökateprosentti vaihteli voimakkaasti ollen huonoimmillaan vuonna 2017 lähes -40 prosenttia pakkasella. Kilpailijan käyttökateprosentti päättyi siis suurien vaihtelujen jälkeen -1,1 prosenttiin vuonna 2018. Antikvariaattikaupan mediaani on sen sijaan ollut pitkäaikaisessa laskusuunnassa, vuonna 2018 lukema oli -1,7 prosenttia

Sijoitetun pääoman tuottoprosentteihin vuosilta 2016–2019 voi tarkastella kuvassa 14. Toimialan sijoitetun pääoman tuottoprosentin mediaani on noussut vuoden 2016 6,7 prosentista vuoden 2019 12,8 prosenttiin. Samoin on käyttäytynyt niin yläkvartiilille kuin alakvartiilille. Yläkvartiilissa sijoitetun pääoman tuottolukema näyttää vuonna 2019 jo 29 prosenttia.

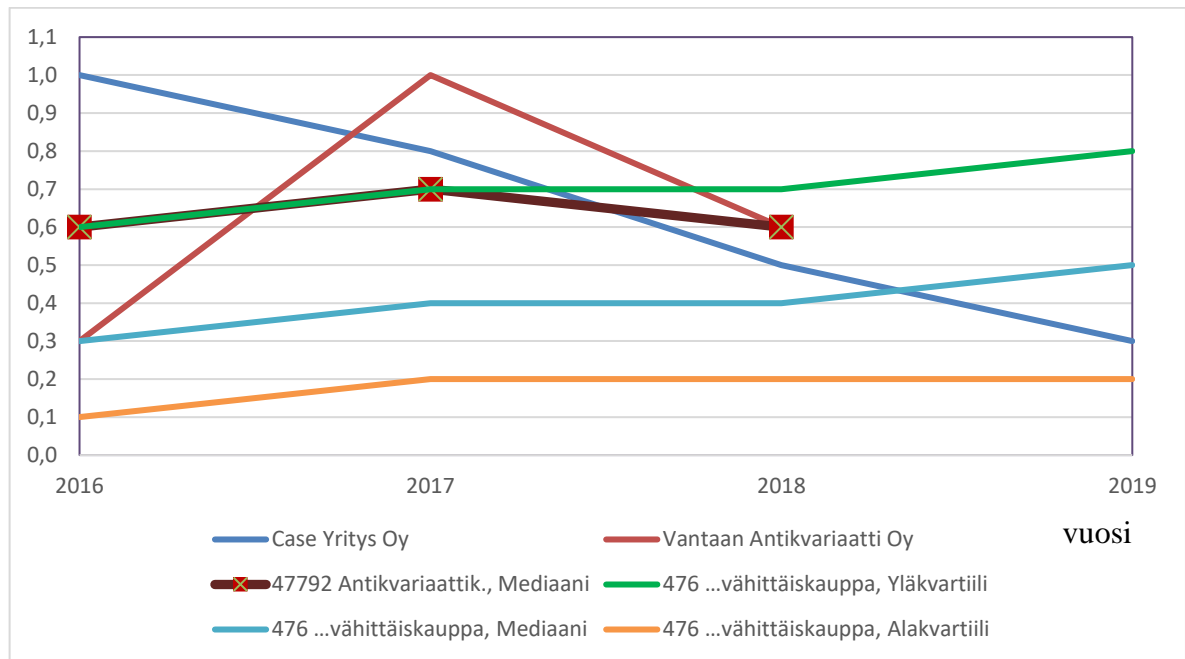


Kuva 14. Sijoitetun pääoman tuotto-%:n vertailua vuosilta 2016–2019

Case-yrityksen sijoitetun pääoman tuotto-% on ollut parhaimmillaan 9,6 prosenttia vuonna 2018, kilpailijan on ollut vieläkin huonompi niin sinä kuin edellisenä vuonna 2017, jolloin kilpailijan sijoitetun pääoman tuotto-% valahti -51,7 prosenttiin. Case-yrityksen vuoden 2019 sijoitetun pääoman tuotto-% laski -20,6 prosenttiin, mikä on selvästi heikompi kuin toimialalla tai antikvariaattikaupassa yleensä. Antikvariaattikaupan mediaani sijoitetun pääoman tuotto-% näyttää jostain syystä nolaa viimeiseltä kolmelta vuodelta, voihan se olla, että tilastot ovat kuitenkin oikein.

#### 4.4.3 Maksuvalmiutta kuvaavat tunnusluvut

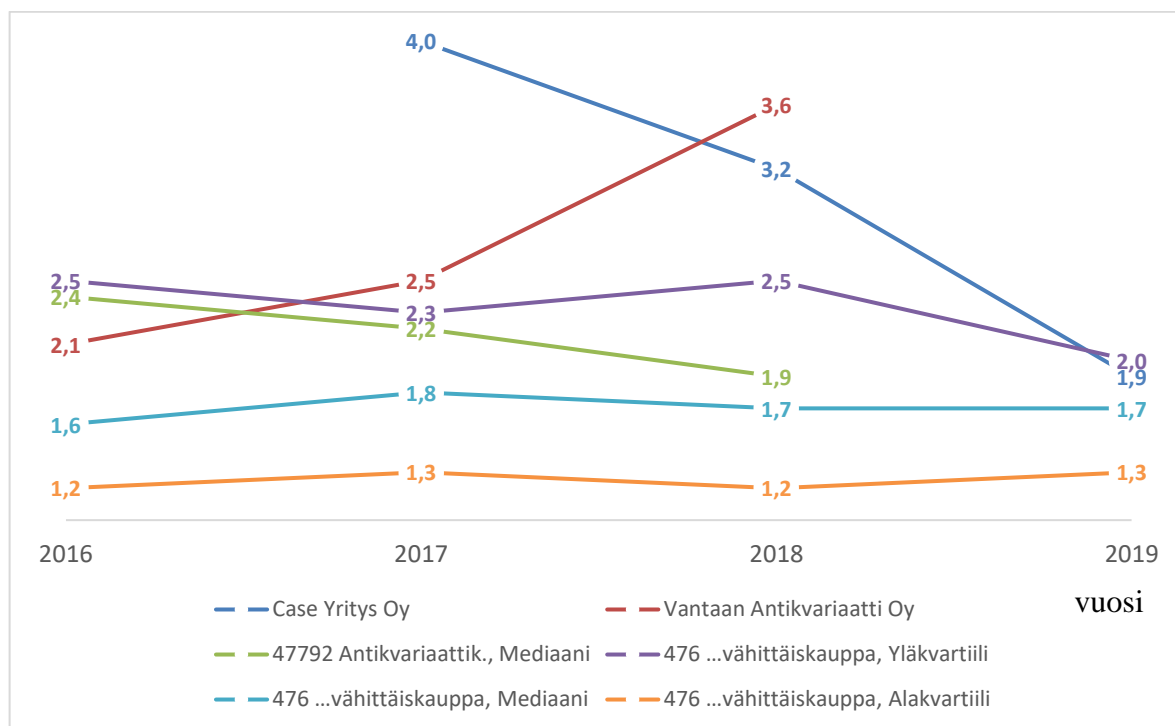
Kuvassa 15 esitetään Case-yrityksen, toimialan, antikvariaattikaupan ja kilpailijan quick ration kehittymistä. Toimialalla luvut ovat yksinomaan nousseet. Toimialan mediaani quick ratio oli vuonna 2016 0,3, josta se vahvistui 0,5:een vuonna 2019. Samoin yläkvartiili vahvistui samalla ajanjaksolla 0,6:sta 0,8:aan, alakvartiilissa nousu oli hieman maltillisempaa. Case-yrityksen



Kuva 15. Quick ration luvut vuosina 2016–2019.

quick ration puolestaan on samalla ajanjaksolla heikentynyt yhdestä 0,3:een. Samoin on kääntynyt kilpailijan lukukin ollen vielä vuonna 2017 1,0 ja sitten vuonna 2018 jo 0,6. Antikvariaattikaupan mediaani on vertailutiedon toimialan yläkvartaalin kanssa lähellä samaa tasoa, eli voidaan todeta antikvariaattikaupalla olevan keskimäärin korkeampi quick ratio kuin vähittäiskapan alalla.

Kuvassa 16 tarkastellaan maksuvalmiutta current ration avulla. Voidaan todeta toimialan mediaaniluvun olevan lähes muuttumaton kyseisellä aikaperiodilla. Yläkvartiili sen sijaan on tullut hieman alaspäin vuosien 2016–2018 2,5:n tasosta, pudotusta on tullut hiukan luvun ollessa vuonna 2019 siten 2,0. Case-yrityksen vuoden 2016 luku ei ole mahtunut kuvaan, mutta sen arvo mikä siellä pitäisi olla vuoden 2016 kohdalla on 5,7.

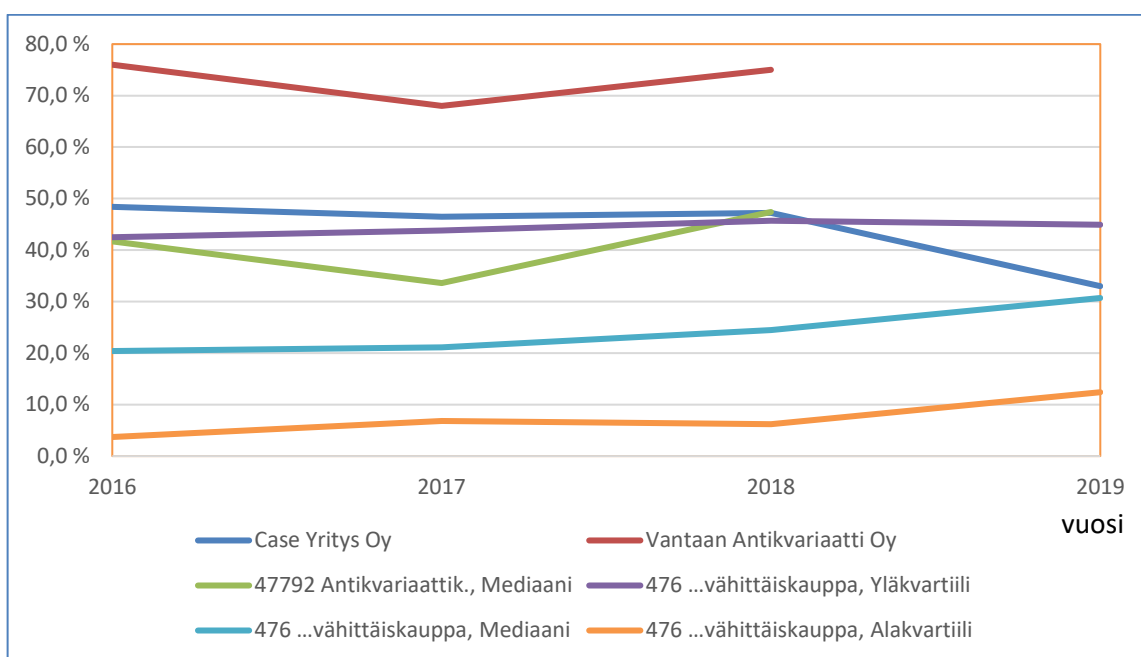


Kuva 16. Current ration luvut vuosina 2016–2019.

Case-yrityksen current ratio onkin ollut erinomainen vuoteen 2018 saakka, mutta onhan se vuoden 2019 luku 1,9 vielä yhä tyydyttävä. Tosin tämäkin tunnusluku on Case-yrityksen kohdalla menossa uhkaavasti huonompaan suuntaan. Kilpailijan suunta tämän tunnusluvun kohdalla on sen sijaan voimakkaasti parempaan päin. Antikvariaattikaupan mediaani luku tosin näyttää saman suuntaiselta kuin Case-yrityksen, mutta se on jonkin verran alempana. Antikvariaatin mediaani on sikäli niin hyvällä tasolla, että se oli lähellä toimialan yläkvartaalia 2,4–2,2 tasolla vuosina 2016–2017.

#### 4.4.4 Vakavaraisuutta kuvaavat tunnusluvut

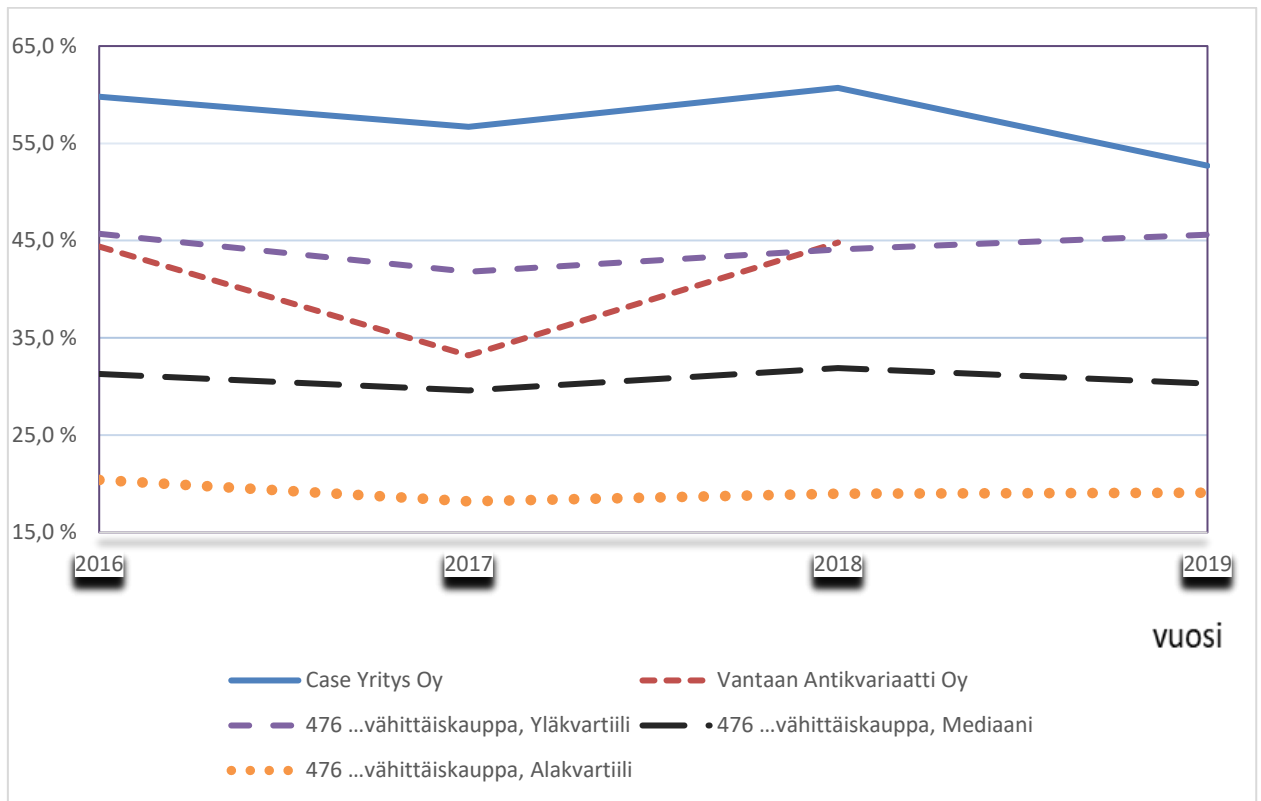
Kuvasta 17 on nähtävillä Case-yrityksen, kilpailijan, toimialan ja antikvariaattikaupan omavaraisuus-aste prosentit vuosilta 2016–2019. Toimialan mediaaniomavaraisuusaste on noussut tarkastelujakson aikana noin 20 prosentista 30 prosenttiin. Yläkvartiili on noussut vain hieman, 42,5 prosenttia on noussut 44,9 prosenttiin. Alakvartiilissa nousu on ollut suhteessa kovinta, sillä vuoden 2016 3,7 prosenttia on muuttunut toimialalla 12,4 prosentiksi.



Kuva 17. Omavaraisuusaste prosentteina vuosina 2016-2019.

Case-yrityksen omavaraisuusaste oli vuosina 2016–2018 lähellä 50 prosenttia, arvoasteikolla mitattuna hyvällä tasolla, mutta laski sen jälkeen voimakkaasti vuodesta 2018 ollen vuoden 2019 tilinpäätöksessä enää 33 prosenttia, tyydyttävä sekin. Antikvariaattikaupan mediaani sen sijaan laski vuoden 2016 41,7 prosentista ollen enää vuonna 2017 33,6 prosenttia, mutta palautui 2018 vuodeksi lähelle 50 prosentin tasoa samaa pistettä, jossa 2018 ovat niin toimialan yläkvartiili kuin Case-yrityskin. Vain kilpailija jyrää tässä tarkastelussa kaikki, sillä Vantaan Antikvariaatin omavaraisuusaste on korkealla tasolla noin 75 prosentin luokkaa, ainut poikkeus on vuosi 2017, jolloin omavaraisuusaste jää 67,5 prosenttiin saaden siitäkin arvosanan erinomainen. Case-yrityksen suunta on kuitenkin pitkässä trendissä alaspäin verrattuna sekä toimialaan että antikvariaattialaan.

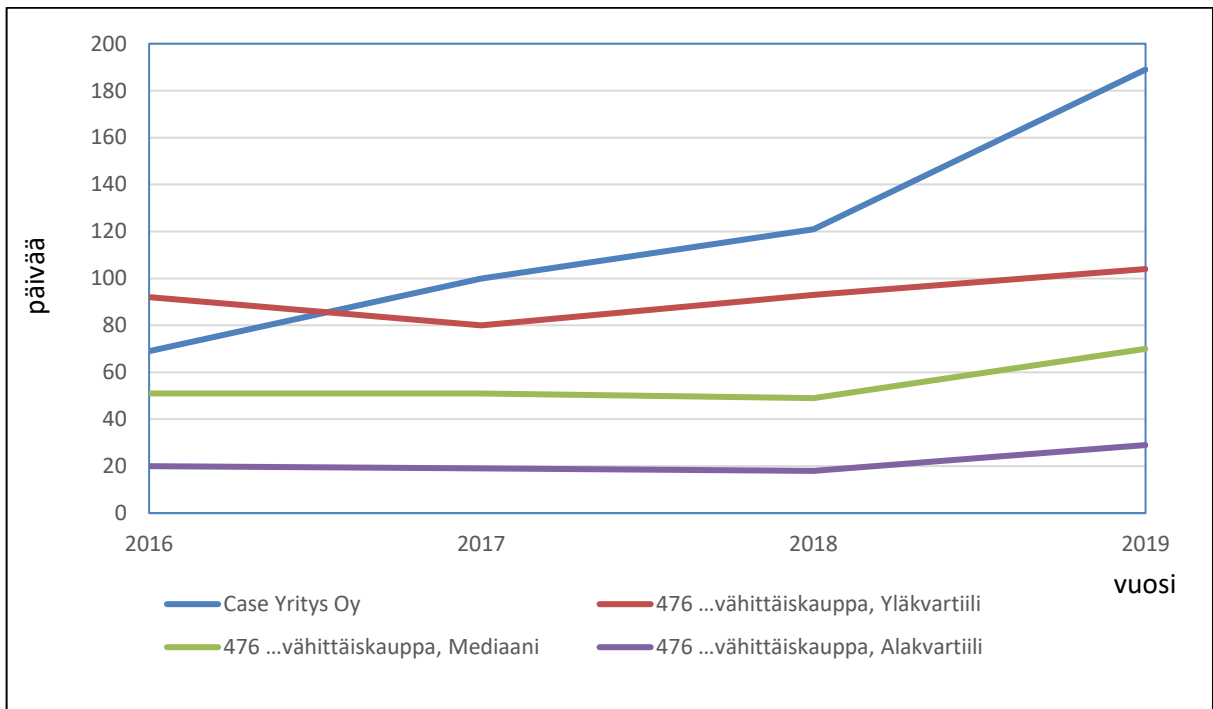
Tarkastellaan seuraavaksi kuvassa 18 näkyvää yritysten vaihto-omaisuuden suhdetta liikevaihtoon prosentteina Case-yrityksessä, toimialalla ja kilpailijan yrityksessä. Selviteltäessä vaihto-omaisuuden suhdetta liikevaihtoon havaittiin, että toimialan mediaani, ylä- ja alakvartiili kulkevat likimain saman suuntaisesti, hieman ehkä mediaani alaspäin kohti vuotta 2019 tultaessa. Yläkvartiilin ollessa tasolla 45 prosenttia ja alakvartiilin 19 prosentin tasolla vuonna 2019.



Kuva 18. Vaihto-omaisuus/liikevaihto prosenttia vertailu toimialalla vuosina 2016-2019.

Case-yrityksellä vaihto-omaisuuden suhde liikevaihtoon on ylivoimaisesti vertailun suurin, vuonna 2018 luku oli päälle 60 prosenttia, suunta lähti hienoiseen laskuun vuonna 2019 ja päätyen tasolle 52,7 prosenttia. Kilpailijaa verrattaessa voidaan vaan todeta, että sen vaihto-omaisuuden suhde liikevaihtoon oli pienin vuonna 2017 33,2 prosenttia ja muuten se on vähittäiskaupan toimialan yläkvartiilissa. Tälle tunnusluvulle ei ollut antikvariaatti toimialalla tarjota tietoa.

Kuvassa 19 voidaan nähdä, kuinka ostovelkojen kiertoaika päivinä on muuttunut tarkasteluvuosien aikana Case-yrityksessä ja toimialalla. Kilpailijan kannalta ei ollut saatavilla riittävää tietoa kiertoaajan laskemiseksi, joten kilpailija jää tästä pois ja samoin myös antikvariaattikauppa, koska sitä koskevissa toimialatilastoissa ei ole tätä tunnuslukua saatavilla.



Kuva 19. Ostovelkojen kiertoaika (päivää) toimialalla vuosina 2016-2019.

Toimialan mediaani ostovelkojen kiertoaika on pysynyt vuodet 2016–2018 lähes samalla 50 päivän kiertoaajan tasolla, nousten sitten vuonna 2019 arvoon 70 päivää. Alakvartiilin trendi oli edeltävän lainen, olen sitten vuoden 2019 lopulla 29 päivää. Yläkvartiilissa on huomattavissa laaksomaisuutta, jolloin pienin arvo saadaan vuodelta 2017 80 päivää. Case-yrityksen ostovelkojen kiertoaika päivissä on vahvistunut voimakkaammin kuin toimialan luvut. Esimerkiksi 2016 ostovelkojen kiertoaika oli vaan 69 päivää, mutta jo vuonna 2019 ostovelkojen kiertoaika oli noussut 189 päivää. Verrattuna Case-yritystä toimialaan huomataan, että ostovelkojen kiertoaika on hyvin paljon suurempi kuin toimialalla.

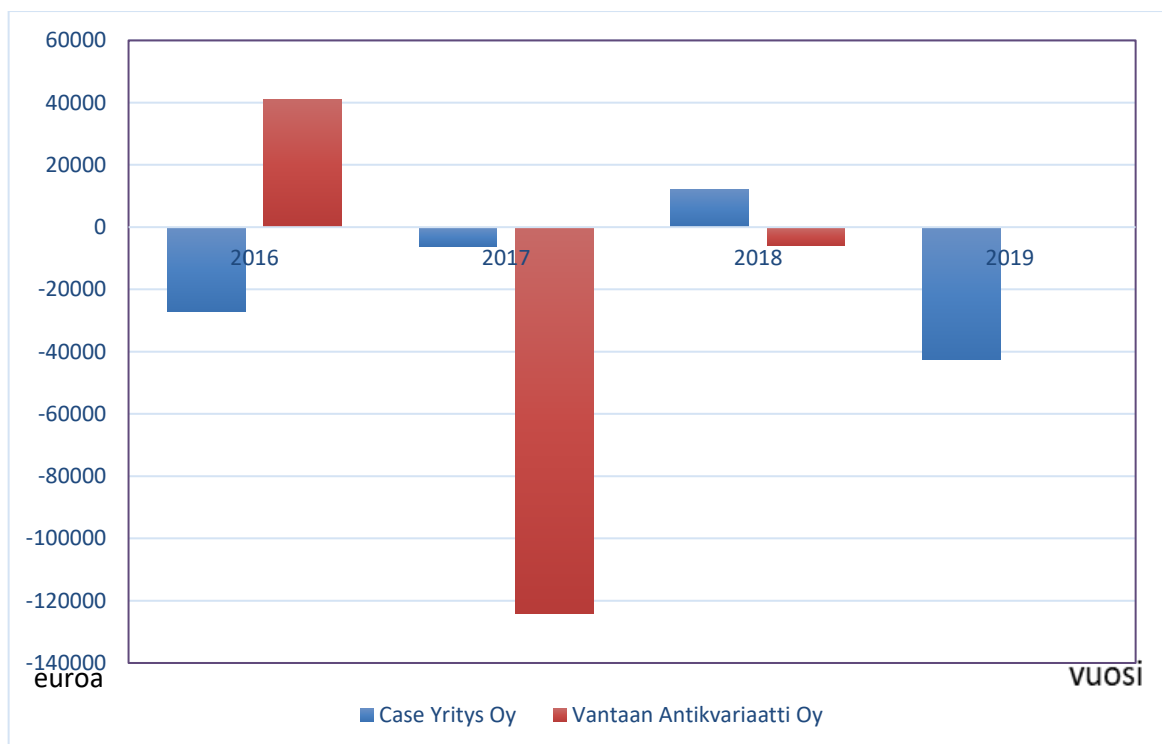


#### 4.5 Kilpailijan vertailu

Vertailuun haluttiin ottaa mukaan myös ainakin yksi kilpailija. Semmoiseksi seuloutui Vantaan Antikvariaatti Oy, sillä onhan se liikevaihdolla mitattuna lähes samalla tasolla kyseisen case-yrityksen kanssa ja toimiikin samalla antikvariaatti toimialalla.

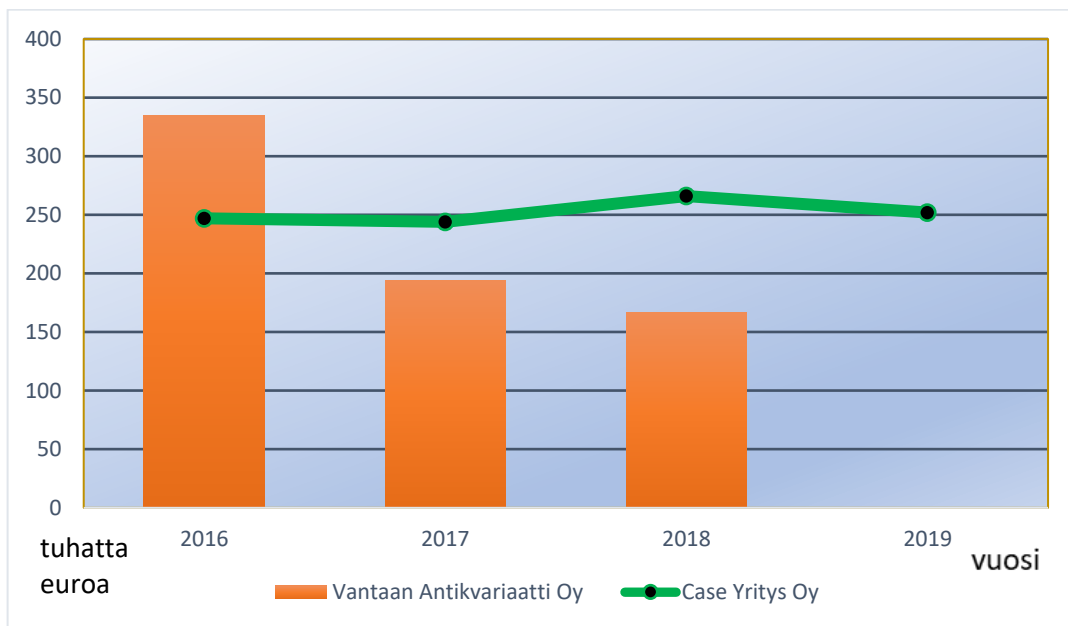
Vantaan Antikvariaatti Oy on perustettu vuonna 2007. (Suomen Asiakastieto, 2020) Vantaan Antikvariaatti on verkkosivuilla olevien sanojen mukaan hyvin kirjoihin keskittynyt antikvaarinen kirjakauppa ja alan suurimpia toimijoita Suomessa. Yritys myy kirjoja verkkokaupan ohella muun muassa kirjamesseilla ja kirpputoreilla. (Antikvaari, 2020)

Kuvan 20 avulla voidaan tarkastella Case-yrityksen ja kilpailijan Vantaan Antikvariaatin kokonaistulosten ilmestymistä vuosina 2016–2019. Eihän tuo tilanne kovin paljoo lupaa tuloksenteekoon jatkossakaan, sillä pääasiassa kyseisten yritysten tulokset ovat olleet miinusmerkkisiä peräti viisi kertaa ja voitollisia oli vain kaksi kappaletta. Jos jonakin vuonna saa edes pienen voitollisen tuloksen, niin nopeastihan sen sitten taas tappioihin menettää.



Kuva 20. Case-yrityksen ja Vantaan Antikvariaatin vuosien 2016–2019 kokonaistulokset vertailussa.

Kuvan 21 perusteella voidaan tarkastella Case-yrityksen ja kilpailijan Vantaan Antikvariaatin kokoeroa esimerkiksi taseen loppusummaa. Vuonna 2016 Vantaan Antikvariaatin tase oli huomattavasti suurempi kuin Case-yrityksen, mutta sitten tapahtui jotain Vantaalla ja Vantaan Antikvariaatin tase pieneni Case-yritystä pienemmäksi. Vuoden 2018 tilinpäätöksen perusteella taseiden loppusummassa on sadan tuhannen euron ero Case-yrityksen eduksi.

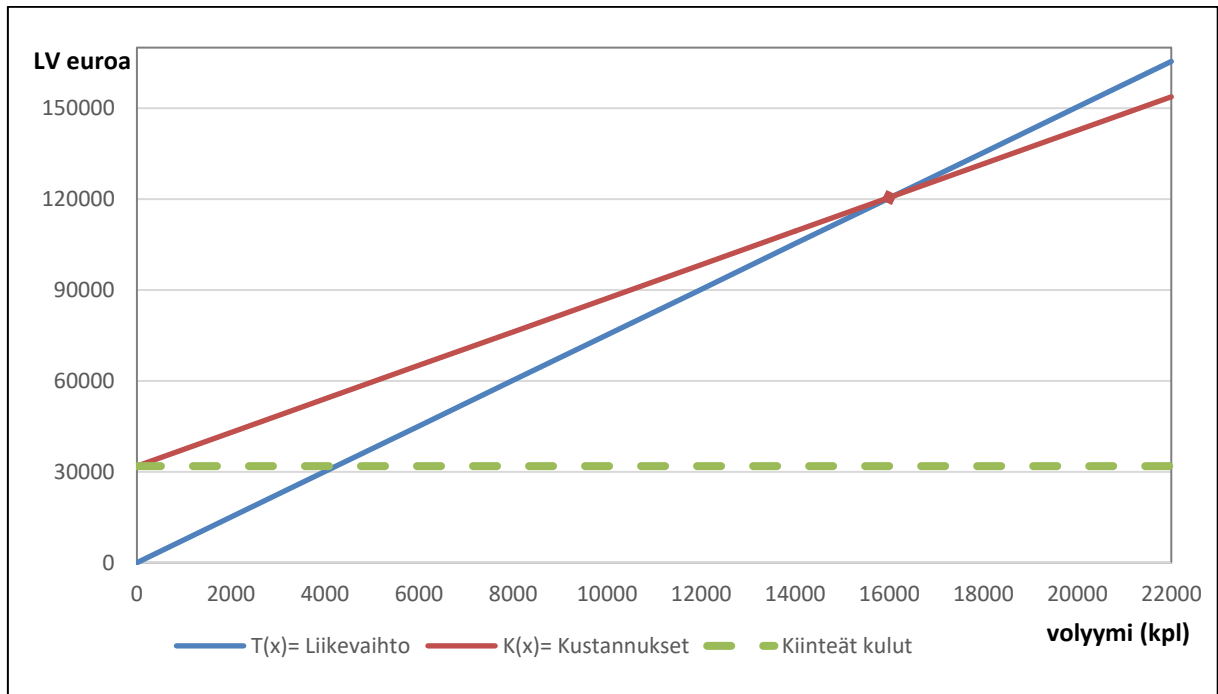


Kuva 21. Taseen loppusumma Case-yrityksessä ja kilpailijalla vuosina 2016–2019.

Käydään vielä yhteenvetona läpi kilpailijasta esiin tulleita näkökohtia. Ensimmäiseksi voidaan todeta Vantaan Antikvariaatin olevan merkittävän vakavarainen lähes 75 prosentin omavaraisuusasteella verrattuna Case-yrityksen vastaavan vuoden 47 prosenttiin. Vuoden 2018 tiedoilla Case-yritys oli kuitenkin huomattavasti kannattavampi, sillä sijoitetun pääoman tuotto prosentti oli 9,6 prosenttia ja kilpailijalla vaan -4,1 prosenttia. Liikevoittoprosentti Case-yrityksessä oli 5,1 prosenttia ja kilpailijalla -2,2 prosenttia. Case-yrityksen liikevaihdon muutosprosenttikin oli 9,1 prosenttia vuonna 2018 ja se oli merkittävästi vahvempi kuin kilpailijalla, jolla se jäi -6,7 prosenttiin. Voidaan vaan hieman harmitella sitä, ettei kilpailijan tilinpäätöstä ollut julkaistu, niin tässä työssä ei kyseiseltä yritykseltä ollut siten saatavilla vuoden 2019 tietoja vielä vertailtaviksi.

#### 4.6 Simulaatio verkkokaupan kannattavuudesta

Case-yrityksen verkkokaupasta tehtiin simulaatio, mikä toteutettiin Excel-taulukolla, jossa pyrittiin huomioimaan kaikki nettikauppaan liittyvät kulut, jotka sitten suhteutettiin kirjoihin kappalekohtaisesti ja toisia kuluja puolestaan kiinteällä summalla. Tämän jälkeen nostettiin volyymia merkittävästi ilman, että kiinteät kulut yhteensä eivät nousseet, mutta muuttuvat kulut kyllä. Tässä vaiheessa pääsi hyvin näkemään, miten erilaisilla volyymeilla tietyt kulun osan pienenevät myynnin kasvaessa ja täten kappalekohtainen kate ja kannattavuus paranevat. Näin saatiin verkkokaupalle rakennettua liikevaihto- kustannusfunktiot, jotka ovat tarkasteltavissa kuvassa 22. Verkkokaupan kuluista taulukko näytti, että vuodelta 2019 oli syntynyt kuluä toimitettua kirjaa kohden peräti 7,99 euroa ja plus vielä kirjan hankintahinta, mikä on aivan liikaa voiton tekemisen kannalta, mutta tuota kuluä on mahdollisuus pienentää reilulla myynnin lisäyksellä. Kriittisen pisteen testaamisessa havaittiin, että edellä mainittu summa pieneni kolmella eurolla ollen silloin enää 4,99 euroa kirjaa kohden, kun toimitusastetta oli nostettu reiluun 16 tuhanteen yksikköön, millä on hyvin merkittävä vaikutus kannattavuuteen.



Kuva 22. Case-yrityksen nettimyynnin simulaatio kriittisestä pisteestä, joka näkyisi olevan noin kohdassa 16000 kpl, jossa liikevaihtoa reilu 120000 euroa.

Kuvasta 22 voidaan nyt havaita, että yrityksen nettimyynnin kriittinen piste ylitetään noin 16 tuhannen kirjan kappaleen vuosimyynnillä, joka tarkoittaa kuvan perusteella yli 120 tuhannen euron liikevaihtoa yksistään nettimyyniin. Tässä on muun muassa laskettu kuluihin sisään yhden ihmisen vuoden työstä aiheutunut kustannus, postikulut, kirjojen hankintakulut jne. Simulaation laskelmissa on painotettu paremmin katteellisten kirjojen myyntiä, oli ne sitten käytettyjä tai uusia.

Näyttää siltä, että myynnin täytyy nousta nettikaupassa melkoisesti, jos yrittää työllistää yhden ulkopuolisen henkilön ympärivuotisesti ja kattaa kulut nettikaupalla. Nettikaupan kannattavuuteen vaikuttaa välittömästi esimerkiksi postikulujen suuruus tai vastaavasti toimitusmaksun tai välityspalkkion koko. Nettikaupassakin välikäsiä tuntuu olevan riittävästi eikä mikään pankkikaan taida rahaliikennettä ilmaiseksi pyörittää. Näkisin kuitenkin, että hyvin toimiva nettikauppa kivijalkakirjakaupan tukena voisi toimia Case-yrityksen kannattavuuden tukipilarina. Kirjallisuuden mukaan hyvin toimivalla toiminnanohjausjärjestelmällä voidaan parantaa tehokkuutta ja sitä myötä kannattavuutta. Yrityksen jatkuvuuden aivan ehdoton edellytys onkin kannattava toiminta. Tulojen pitää olla suuremmat kuin menot ja katteen on oltava riittävä.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen Case-yritys oli käytännössä kirjakauppa, jolla oli kannattavuuden kanssa ongelmia, vaikka sillä onkin toimintaa usealla kirjasektorilla. On kivijalkaliike, nettikauppa, myyntipisteet sekä tapahtuma- messumyynti, eli riittävästi myyntikanavia löytyy. Yritys on kasvanut viime vuosina kohtuullisesti, mutta ilmeisesti laajentuminen on tuonut mukanaan ongelmia yrityksen kannattavuuteen. Yritys ei taida kuitenkaan olla yksin kannattavuus ongelmien kanssa, sillä työssä tuli esille, että kirja-ala elää suurta murrosta, e-kirjat ovat lyöneet itsensä läpi ja myös äänikirjoja kuunnellaan, lisäksi verkkokirjakauppojen suosio on kasvanut merkittävästi, mikä on johtanut useiden kivijalkakirjakauppojen lopettamisiin kannattamattomina ja myös konkurssseja on nähty alalla. Myös kirjakauppa-alan keskivertoyritysten liikevaihto on ollut laskevaa. Yksi merkittävä syy heikkoon kannattavuuteen on myös runsas verkkokirjakauppojen määrä, mitkä ulkomaita myöten työntävät painetta kirjojen hintoihin. Halvat hinnat eivät todellakaan ratkaise tätä kannattavuus ongelmaa, vaan myyntikatetta on oltava.

Case-yrityksen taloudellinen tila on heikentynyt merkittävästi etenkin vuoden 2019 aikana. Vaikka kannattavuus on poukkoillut rajusti vuosien 2016-2019 aikana niin heikentyminen on ollut pitempiäaikaisempaa eli trendi on laskeva. Vuonna 2019 käyttökateprosenttikin painui muun muassa miinukselle ollen -7,7, myös liikevoittoprosentti -8,7 oli heikko. Sijoitetun pääoman tuottoprosentti oli sekin heikko ollen -20,6 prosenttia, sen sijaan yrityksen vakavaraisuus on tyydyttävä 33 prosentin lukemalla. Vakavaraisuuden ansiosta yrityksellä tarjoutuukin vielä mahdollisuus saattaa kannattavuus vähintään tyydyttävälle tasolle. Yrityksen ostovelkojen-kiertoaika oli viimeisessä tilinpäätöksessä 189 päivää, vaikuttaakin siltä, että yritys rahoittaa toimintaansa ostoveloloilla, mikä on välillä ihan järkevä asia. Lisäksi yrityksellä on sidottuna pääomaa varastoihin, tämän vuoksi varaston kiertoaikakin on pitkä 403 päivää. Vaikka vaikealta näyttää niin vaikeaa se on kilpailijoillakin.

Suosittelaa seuraavia toimenpiteitä kannattavuuden parantamiseksi mahdollisuuksien mukaan tietenkin. Ensimmäiseksi liikevaihdon eli myynnin kasvattaminen on yksinkertaisin tapa. Maailmalla havaittuja hyviä keinoja ovat olleet muun muassa erilaisten teemapäivien järjestämiset liikkeessä tai sitten, että yritys on erikoistunut esimerkiksi lastenkirjoihin, mikä

on siten parantanut myyntiä ja kannattavuutta. Havaittiin myös, että Case-yrityksen liikevaihto/henkilöstö -tunnusluku on toimialaan verrattuna jonkin verran pienempi. Tämä tarkoittaa sitä, että tuottoja työntekijää kohden tulee liian vähän. Ilmeisesti tämä voi olla yksi Case-yrityksen heikon kannattavuuden syy. Seuraavaksi suositellaan kriittisen pisteen tarkastelua nettikaupassa. Kuinka suureksi nettikaupan volyymi on mahdollista nykyresurssein nostaa ja voidaanko jostain nettikaupan kustannustekijästä vielä säästää? Nettikaupan myynnin tehostaminen voisi tapahtua esimerkiksi hyvän toiminnanohjaus järjestelmän avulla, sillä siitä on näyttöä. Myös ostovelkojen pienentäminen ja siitä seuraavien perintä ja viivästyskorkojen pienentyminen parantavat automaattisesti kannattavuutta. Toki turhien menojen karsiminenkin auttaa myös aina, jos sellaisia vielä sattuu löytymään. Kirjahankinnoissa suurempien eräkokojen aikaansaava alennus kuin myös käteismaksualennusten suosiminen parantavat yrityksen kannattavuutta, jos vain pääomia on saatavilla tai käytettävissä on edullista rahoitusta. Jatkossa kannattaa harkita joillekin messuille menoa etenkin, jos messumyyntipaikka vaikuttaa ylihintaiselle. Harkintaa tarvitaan myös vaihto-omaisuuden eli varaston arvon pienentämiseen, mikä parantaa yrityksen rahatilannetta välittömästi vapauttamalla pääoman tehokkaampaan käyttöön.

## 6 YHTEENVETO

Työssä selvitettiin suomalaisen antikvariaatin tai oikeastaan kirjakaupan kannattavuutta ja kannattavuuden parantamista, selvittämällä ensin Case-yrityksen taloudellista tilaa ja sen kehitystä suorittamalla muun muassa tilinpäätösanalyysi perustuen vuosien 2016-2019 virallisiin tilinpäätöstietoihin. Tunnuslukuja verrattiin toimialatilastoista saataviin antikvariaattikaupan kuin myös kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppaa erikoismyymälöissä edustaviin lukuihin sekä kilpailijan tilinpäätöksistä laskettuihin lukuihin.

Työn toisessa luvussa esiteltiin tilinpäätösanalyysia ja sen erilaisia analyysimuotoja sekä käytettäviä tunnuslukuja. Tilinpäätösanalyysin avulla yritetään kartoittaa kokonaiskuvaa yrityksen kannattavuudesta, maksuvalmiudesta, vakavaraisuudesta ja kasvusta. Jotta erilaiset tilinpäätökset olisivat keskenään vertailukelpoisia ne pitää ensin oikaista. Oikaisuisissa noudatetaan Yritystutkimuksen laatimia ohjeita. Työn laatijasta ja sen tarpeista riippuu, missä muodossa analyysi toteutetaan. Tässä työssä hyödynnettiin toimiala-analyysia, jonka perusteella pyritään arvioimaan myös toimialan pohjalta taloudellista tilaa. Työssä käytettyjä kannattavuuden mittareita olivat muun muassa käyttökateprosentti ja sijoitetun pääoman tuotto-prosentti.

Koska työn tavoitteena oli kannattavuuden parantaminen, niin kirjallisuus osiossa sitä haluttiin myös painottaa, sillä liiketoiminnan pääedellytyshän on olla kannattava. Kannattavuutta on voitava seurata ja tunnettava siihen vaikuttavat tekijät. Ensisijaisesti myyntituottojen määrän kasvattamisella todettiin olevan kannattavuutta lisäävä vaikutus, minkä pohjana yrityksen kasvun tärkeys tulee esille. Kriittinen piste, joka on kannattavuussuunnittelun lähtökohta, osoittaa sellaisen myynnin määrän, jolla saadaan katettua kaikki yrityksen kustannukset. Kannattavuuden kannalta keskeisessä roolissa oli myös varaston kiertonopeus, eli varastojen arvo ei saa muodostua liian suureksi. Myös ostovelkojen rooli näyttäytyy toisille mahdollisuudeksi saada ilmaista rahoitusta, mutta toisille yrityksille niiden suuri määrä voi koitua ongelmaksi.

Työn kolmannessa luvussa perehdyttiin kirja-alaan, verkkokirjakauppaan, e-kirjoihin, äänikirjoihin ja kivijalkakirjakauppaan pohjautuvaa kirjalliseen aineistoon, jota löytyi

historiasta aina viimepäiviin saakka. Havaittiin samalla, että koko kirja-ala elää murrosta, digitaalinen materiaali nostaa päätään ja ulkolaiset verkkokirjakauppajäät myyvät kirjoja hyvin halvoilla hinnoilla. Lisäksi oli epäily, että kirjakauppa olisi siirtymässä marketteihin. Kilpailu alalla on kovaa ja useita kivijalkakirjakauppoja on jo lopettanut toiminnan kannattamattomana. Vallitseva korona-epidemia näyttää toimivan digitalisaatiota entisestään nopeuttavana tekijänä etenkin verkkokirjakauppojen ja e-kirjojen myynnin huimana nousuna.

Työn neljännessä luvussa suoritettiin varsinainen analyysi, käytiin läpi yrityksen tilaa pääosin vuosilta 2016-019, verrattiin Case-yrityksen omia tunnuslukuja toimialaan kuin myös antikvariaattialaan sekä kilpailijaan. Käytiin läpi myös kaikki valitut mittarit ja tunnusluvuista laaditut kaaviokuvat ja suoritettiin kirjallinen kuvaus niistä. Lisäksi tutustuttiin Case-yrityksestä tiedoista laadittuun simulaation verkkokaupan kannattavuudesta ja löydettiin sille kriittinen piste. Havaittiin, että Case-yrityksen taloudellinen tilanne oli viime vuonna heikentynyt merkittävästi, mutta todettiin myös, että ei kilpailijallakaan viimeksi julkaistujen lukujen valossa juurikaan paremmin mennyt. Case-yrityksen vakavaraisuus on kuitenkin yhä tyydyttävällä tasolla. Lisäksi yrityksen vaihto-omaisuus on liikevaihtoon nähden toimialan suurimpia ja myös ostovelkojen kiertoaika on noussut toimialan pisimpien joukkoon. Huomattiin myös, että yrityksen vahvasta kasvusta huolimatta liikevaihdon henkilöä kohden kääntyneen merkittävään laskuun.

Lopuksi todella näyttää olevan ongelmia kannattavuuden kanssa. Tilinpäätös osoittaa yrityksen rahoittavansa toimintaansa myös ostovelkoilla. Yrityksellä on kuitenkin vakavaraisuuden ansiosta vielä mahdollisuus saattaa kannattavuus vähintään tyydyttävälle tasolle. Sillä yritys on kannattava vain, jos tulot ovat suuremmat kuin menot ja kannattava toiminta onkin yritystoiminnan jatkuvuuden kannalta aivan ehdoton edellytys. Yrityksellä on hyvä strategia ja sitä kannattaa toteuttaa.



## LÄHDELUETTELO

Adlibris AB. 2020. Adlibris.com: Tietoa Adlibris-verkkokirjakaupasta [WWW-dokumentti]. [viitattu 3.6.2020]. Saatavissa: <https://www.adlibris.com/fi/asiakaspalvelu/about>

Aho, T. & Rantanen, H. 1994. Yrityksen tilinpäätösanalyysi. Tampere, Tammer-Paino Oy. 274 s. ISBN 951-672-174-5

Antikvaari. 2020. Vantaan Antikvariaatti Oy:n esittely. [WWW-dokumentti]. [viitattu 24.5.2020]. Saatavissa: <https://www.antikvaari.fi/kauppias.asp?myyja=1251>

Baidis, S., Greco, A.N., Kontolios, M.D., McCullen, M., Rittenhouse, N. & Wharton R.M. 2019. Creating Competitive Advantage: The Growth of Independent Bookstores in the U.S. 2009–2018. *Publishing Research Quarterly*, Vol 35, s. 670–684.

Book depository. 2020. Book Depository: About Us. [WWW-dokumentti]. [viitattu 4.6.2020]. Saatavissa: <https://www.bookdepository.com/help>

Čarnogurský, K., Diačiková, A., Chocholáková, A. & Lisník, A. 2017. Sales promotion and using social media in the Slovak internet book market. Julkaisussa: Doucek, P., Chroust, G., Oskrdal, V. (toim.) IDIMT 2017: Digitalization in Management, Society and Economy. Linz, *Trauner Verlag Universität*, Vol. 25, s. 181-188.

Chu, C., Guo, W. & Lai, F. 2012, "On the competition between an online bookstore and a physical bookstore". *Netnomics: Economic Research and Electronic Networking*, Vol. 13, nro 3, s. 141-154.

Cooper, R. & Slagmulder, R. 2003. Strategic cost management: Expanding scope and Boundaries. *Journal of Cost Management*, Vol. 17, nro 1, s. 23-30.

Eklund, I. & Kekkonen, H. 2011. Toiminnan kannattavuus. 1. painos. Helsinki, WSOYpro Oy. 218 s. ISBN 978-951-0-36477-2.

Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2006. Menestys: Kannattavuuden hallinnan perusteet. 1. painos. Keuruu, Kustannusosakeyhtiö Otava. 135 s. ISBN 978-951-1-20701-6.

Etelä-Suomen Sanomat. 2020. Lahdessa ja Heinolassakin toimiva halpakirjaketju Kirjakauppa.com ajautui konkurssiin. [verkkojulkaisu]. (maksullinen aineisto). Keski-suomalainen. [viitattu 7.6.2020]. Saatavissa: <https://www.ess.fi/paikalliset/766139>

Finlandia Kirja. 2020. Finlandia Kirjan Internet-sivut. [WWW-dokumentti]. [viitattu 2.6.2020]. Saatavissa:  
[https://www.finlandiakirja.fi/?gclid=EAIaIQobChMIlunctIPj6QIVm8qyCh2kuQzmEAMYASAAEgKlqPD\\_BwE](https://www.finlandiakirja.fi/?gclid=EAIaIQobChMIlunctIPj6QIVm8qyCh2kuQzmEAMYASAAEgKlqPD_BwE)

Gustafsson, M. 2020. Loiri-elämäkerta ja Remes vetivät kirjamyyniä – Katso lista eniten myydyistä teoksista. [WWW-dokumentti] Yle. [viitattu 12.6.2020]. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11171475>

Horngren, C. T., Datar, S. M. & Foster, G. 2006. Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 12. painos. New Jersey, Pearson Prentice Hall. 868 s. ISBN 0-13-149538-0.

Hypén T.-L. (toim.) 2007. Kirjan matka tekijöiltä lukijoille. Tampere, Tampere University Press. 152 s. ISBN 978-951-44-7059-2 (pdf).

Inkinen, T., Löytönen, M. & Rutanen A. (toim.) 2014. Kirja muuttuvassa tietoympäristössä. Porvoo, Suomen tietokirjailijat ry. 198 s. ISBN 978-952-67356-1. Saatavissa: [https://www.suomentietokirjailijat.fi/media/kirja-muuttuvassa-tietoymp\\_169x224\\_final.pdf](https://www.suomentietokirjailijat.fi/media/kirja-muuttuvassa-tietoymp_169x224_final.pdf)

Järvenpää, M., Länsiluoto, A., Partanen, V., Pellinen, J. 2013. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. 2. uudistettu painos. Helsinki, Sanoma Pro Oy. 496 s. ISBN 978-652-63-2005-2.

Kallunki, J.-P. 2014. Tilinpäätösanalyysi. 1. painos. Viro, Talentum Media Oy. 254 s. ISBN 978-952-14-2195-2.

Kamensky, M. 2015. Menestyksen timantti: Strategia, johtaminen, osaaminen, vuorovaikutus. 1. painos. Helsinki, Talentum. 376 s. ISBN 978-952-14-2283-6.

Kirjakauppaliitto. 2019a. Tutkimus: Suomi lukee – ja ostaa kirjoja. Helsinki, julkaistu 7.5.2019. [verkkajulkaisu]. Kirjakauppaliitto & Suomen Kustannusyhdystys. [viitattu 12.6.2020]. Saatavissa: <https://kirjakauppaliitto.fi/wp-content/uploads/2019/05/Suomi-lukee-tutkimus-julk.-7.5.2019-1.pdf>

Kirjakauppaliitto. 2019b. Tilastotietoja: Kirjamyynni jakeluteittain. Helsinki. [verkkajulkaisu]. Kirjakauppaliitto. [viitattu 12.6.2020]. Saatavissa: <https://kirjakauppaliitto.fi/kirja-ala-suomessa/tilastotietoja/kirjamyynni-jakeluteittain/>

Kirjaverkko. 2020. Tietoa yrityksen nettikirjakaupasta. [WWW-dokumentti]. Kirjaverkko.fi. [viitattu 24.5.2020]. Saatavissa: <https://www.kirjaverkko.fi/>

Klaava. 2020. Kirjakaupat maailmalla raportoivat e-kirjojen myynnin ripeästä kasvusta liikkumisrajoitusten aikaan. [verkkajulkaisu]. klaava. [viitattu 6.6.2020]. Saatavissa: <https://klaava.fi/?p=5189#more-5189>

Kotro, M. 2007. Yrityksen kannattavuus ja rahoitus: Aloittavan ja pk-sektorin näkökulma. 1. painos. Helsinki, Edita Publishing Oy. 181 s. ISBN 978-951-37-5007-7.

KSOY Energiaa. 2020. Äänikirja imurointiin, E-kirja lounastauolle. Helsinki, KymppiVoima Oy, nro 1, 32 s. ISSN 2489-7191.

Laitinen, E. K. & Luotonen, E. 1996. Mitä tilinpäätös kertoo? Vantaa, Taloustieto Oy. 121 s. ISBN 951-628-225-3.

Lehtinen, P. 2019. Vanhat mielikuvat romukoppaan: Näin toimii digiajan antikvariaatti, jolla on 400 000 kirjan varasto. [verkkojulkaisu]. Kauppalehti 19.12.2019 16:00. [viitattu 7.6.2020]. Saatavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/vanhat-mielikuvat-romukoppaan-nain-toimii-digiajan-antikvariaatti-jolla-on-400-000-kirjan-varasto/d7437e6d-1748-46a4-a952-061aae9be55b>

Miikka. 2019. Amazon – urauurtava kirjojen verkkokauppa. [verkkojulkaisu]. Kirja-Suomi 2017. [viitattu 2.6.2020]. Saatavissa: <https://kirja-suomi.fi/amazon-urauurtava-kirjojen-verkkokauppa/>

Miikka. 2020. Fyysisten kirjakauppojen edut. [verkkojulkaisu]. Kirja-Suomi 2017. [viitattu 2.6.2020]. Saatavissa: <https://kirja-suomi.fi/fyysisten-kirjakauppojen-edut/>

Melicher, R. W. & Norton, A. 2006. Finance – Foundation of financial institutions and management. 1. painos. Hoboken, John Wiley & Sons. 608 s. ISBN 978-0-470-00720-4.

Niskanen, J. & Niskanen, M. 2003. Tilinpäätösanalyysi. Helsinki, Edita Publishing Oy. 263 s. ISBN 951-37-3701-2

Palmén, J. 2017. Amazon avasi perinteisen kirjakaupan New Yorkissa. [verkkojulkaisu]. Tivi. [viitattu 2.6.2020]. Saatavissa: <https://www.tivi.fi/uutiset/amazon-avasi-perinteisen-kirjakaupan-new-yorkissa/c9a5cbe0-b684-34b9-956c-66d10d54ca1d>

Puhakka, K. 2020. Kirjakauppa Kirjasavinen lopettaa Kuusankoskella – Kaupan historia ulottuu 1800-luvulle. [verkkojulkaisu]. Kouvolan Sanomat. [viitattu 28.3.2020]. Saatavissa: <https://kouvolansanomat.fi/uutiset/talous/02ee9120-4d9e-4f20-9d2a-aa5cd1c4000f>

Repo, Y. 2003. Kirjojen kauppaa Suomessa 1971–2002: katkelma teoksesta ”Kirjakaupan vuosisata – Kirjakauppaliitto 1903–2003”. Helsinki, Kirjamedia Oy. s. 69–76. ISBN 978-952-91-6047-1

S-Pankki. 2020. S-Etukortti Visakin käy verkkokaupoissa. [Sähköinen uutiskirje 12.6.2020] [viitattu 12.6.2020]. Saaja Lari Koskiaho.

Suomen asiakastieto Oy. 2020. Yritysten taloustiedot. [WWW-dokumentti] (osin maksullinen palvelu). [viitattu 1.5.2020]. Saatavissa: <https://www.asiakastieto.fi/>

Suomen Kustannusyhdistys. 2019. Vuositalastot: Tilastot 2019: Myynti pähkinänkuoressa [WWW-dokumentti] Suomen Kustannusyhdistys. [viitattu 12.6.2020]. Saatavissa: <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?specialReport=InANutshell&language=FIN>

Tilastokeskus. 2007. Kirja Suomessa: pitkänlinjan menestystarina. Helsinki. [viitattu 12.6.2020]. Saatavissa: <https://www.stat.fi/tup/suomi90/huhtikuu.html>

Tilastokeskus. 2020. Finnveran tilinpäätöstilastot. Helsinki. [viitattu 1.5.2020]. Saatavissa: [https://tem-tilastopalvelu.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/TEM\\_Toimiala\\_Online\\_Veloitukseton/TEM\\_Toimiala\\_Online\\_Veloitukseton\\_\\_Finnvera/Finnvera.px/](https://tem-tilastopalvelu.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/TEM_Toimiala_Online_Veloitukseton/TEM_Toimiala_Online_Veloitukseton__Finnvera/Finnvera.px/)

Tomperi, S. 2018. Yritysverotus ja tilinpäätössuunnittelu. 29. uudistettu painos. Helsinki, Sanoma Pro Oy. 270 s. ISBN 978-952-63-5131-5.

Tomperi, S. 2014. Yrityksen taloushallinto 3 - Kannattavuus- ja kustannuslaskenta. 9. uudistettu painos. Porvoo, Edita Publishing Oy. 214 s. ISBN 978-951-37-6570-5.

Toimitusjohtaja. 2020. Tämän diplomityön kohdeyrityksen toimitusjohtajan haastattelu. Haastattelu 6.1.2020. Case-yritys Oy.

Vehviläinen, M. 2015. Liikevaihto +30 prosenttia – verkkokauppa ui trendiä vastaan [verkkojulkaisu]. Kauppalehti. [viitattu 4.6.2020]. Saatavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/liikevaihto-30-prosenttia-verkkokauppa-ui-trendia-vastaan/1a76466c-4d71-3350-826e-18afa4efe37b>

Yritystutkimusneuvottelukunta ry. 2002. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. 7. korjattu laitos. Helsinki, Gaudeamus Kirja. 110 s. ISBN 951-662-856-7.

Zhai, Y. & Lu, W. 2017. The online bookstore. *MATEC Web of Conferences*, Vol. 100.

Liite 1. Case-Yritys Oy:n tilinpäätökset ja tunnusluvut 2016- 2019.

<b>OIKAISTU TULOSLASKELMA</b>	<b>31.12.2019</b>	<b>31.12.2018</b>	<b>31.12.2017</b>	<b>31.12.2016</b>	
<b>Case-Yritys Oy</b>					
	tilikauden pituus	12kk	12kk	12kk	12kk
<b>Liikevaihto</b>	380 667	346 021	317 279	311 970	
Liiketoiminnan muut tuotot	0	0	0	0	
<b>LIIKETOIMINNAN TUOTOT YHT.</b>	<b>380667</b>	<b>346021</b>	<b>317279</b>	<b>311970</b>	
Aineet ja tarvikkeet:					
Ostot	172001	171042	153760	145776	
Varastojen muutos (lis.-) (väh.+)	9635	-30360	6853	13091	
Aine- ja tarvikek. +/-varastonmuutos	181636	140682	160613	158867	
Ulkopuoliset palvelut	33328	43644	39270	40944	
Henkilöstökulut	73974	49377	40951	50327	
Laskennallinen palkkorjaus	0	0	0	0	
Liiketoiminnan muut kulut	121111	90184	76438	83905	
<b>KÄYTTÖKATE</b>	<b>-29382</b>	<b>22134</b>	<b>7</b>	<b>-22072</b>	
Suunnitelman mukaiset poistot	3907	4636	3850	3850	
Arvon alentumiset pys.vast. hyöd.	0	0	0	0	
Vaihtuvien vastaavien poikk. Arvonal.	0	0	0	0	
<b>LIIKETULOS</b>	<b>-33289</b>	<b>17498</b>	<b>-3843</b>	<b>-25922</b>	
Tuotot osuuksista ja muista sij	0	0	0	0	
Muut korko- ja rahoitustuotot	337	517	3	14	
Korkokulut ja muut rahoituskulut	9631	5827	6199	5044	
Sijoitusten ja rahoitusarvop. arvonal.	0	0	0	0	
Välittömät verot	0	0	0	0	
<b>NETTOTULOS</b>	<b>-42582</b>	<b>12188</b>	<b>-10038</b>	<b>-30951</b>	
Satunnaiset tuotot	0	0	18	25	
Satunnaiset kulut	0	0	0	0	
<b>KOKONAISTULOS</b>	<b>-42582</b>	<b>12188</b>	<b>-10020</b>	<b>-30926</b>	
Käyvän arvon muutokset	0	0	0	0	
Muut tuloksen oikaisut	0	0	3850	3850	
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>-42582</b>	<b>12188</b>	<b>-6170</b>	<b>-27076</b>	
<b>LIIVEVAIHDON KASVU</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	
Liikevaihdon kasvu %, (laskettu)	<b>10,0 %</b>	<b>9,1 %</b>	<b>1,7 %</b>		

(jatkuu)

OIKAISTU TASE	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016
<u>Vastaavaa</u>				
<b>PYSYVÄT VASTAAVAT</b>				
Aineettomat hyödykkeet yhteensä	4511	5638	7048	7048
Aineelliset hyödykkeet yhteensä	14161	9679	12261	12261
Sijoitukset ja pitkäaikaiset saamiset	0	0	0	0
Leasingomaisuus	0	0	0	0
<b>PYSYVÄT VASTAAVAT YHT.</b>	<b>18672</b>	<b>15318</b>	<b>19309</b>	<b>19309</b>
<b>VAIHTUVAT VASTAAVAT</b>				
Vaihto-omaisuus yhteensä	200493	210128	179768	186620
Myyntisaamiset	4154	8074	13093	4866
Siirtosaamiset	13463	12897	10725	12428
Muut saamiset	15672	20186	22396	25111
<b>Lyhytaikaiset saamiset yhteensä</b>	<b>33290</b>	<b>41157</b>	<b>46214</b>	<b>42405</b>
<b>Rahat ja pankkisaamiset</b>	<b>-458</b>	<b>-406</b>	<b>-984</b>	<b>-1002</b>
<b>VAIHTUVAT VASTAAVAT YHT.</b>	<b>233324</b>	<b>250878</b>	<b>224998</b>	<b>228023</b>
<b>VASTAAVA YHTEENSÄ</b>	<b>251996</b>	<b>266196</b>	<b>244307</b>	<b>247332</b>
<u>Vastattavaa</u>				
<b>OMA PÄÄOMA</b>				
Osakepääoma	10000	10000	10000	10000
Muut rahastot	136792	136792	136792	136792
Kertyneet voittovarot	-21058	-33246	-27076	0
Tilikauden voitto+/tappio -	-42582	12188	-6171	-27076
<b>Taseen oma pääoma yhteensä</b>	<b>83152</b>	<b>125734</b>	<b>113546</b>	<b>119716</b>
<b>Poistoero ja vapaaehtoiset var.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Oman pääoman oikaisut</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Oikaistu omapääoma yhteensä</b>	<b>83152</b>	<b>125734</b>	<b>113546</b>	<b>119716</b>
<b>VIERAS PÄÄOMA</b>				
Pitkäaikainen vieras pääoma yht.	49000	62553	75064	87575
Laskennallinen verovelka	0	0	0	0
Pakolliset varaukset	0	0	0	0
Leasingvastuut	0	0	0	0
Ostovelat	106588	71138	52723	35196
Korollinen lyhytaik. vieraspääoma	0	0	0	0
Muu lyhytaikainen vieraspääoma	13256	6771	2975	4845
<b>Oikaistu vieraspääoma yhteensä</b>	<b>168844</b>	<b>140462</b>	<b>130761</b>	<b>127615</b>
<b>VASTATTAVAA YHTEENSÄ</b>	<b>251996</b>	<b>266196</b>	<b>244307</b>	<b>247332</b>

(jatkuu)



<b>LASKETTUJA TUNNUSLUKUJA</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b><u>Kasvu</u></b>				
Liikevaihdon kasvu %	10,0 %	9,1 %	1,7 %	
Käyttökateen kasvu %	-233 %	316100 %	100 %	
Nettotuloksen kasvu %	-449 %	197 %	68 %	
<b><u>Tulosprosentit</u></b>				
Käyttökate %	-7,7 %	6,4 %	0,0 %	-7,1 %
Liiketulos %	-8,7 %	5,1 %	-1,2 %	-8,3 %
Nettotulos %	-11,2 %	3,5 %	-3,2 %	-9,9 %
<b><u>Pääoman tuotto prosentit</u></b>				
Sijoitetun pääoman tuotto %	-20,6 %	9,6 %	-1,9 %	
Oman pääoman tuotto %	-40,8 %	10,2 %	-8,6 %	
<b><u>Maksuvalmius</u></b>				
Quick ratio	0,3	0,5	0,8	1,0
Current ratio	1,9	3,2	4,0	5,7
<b><u>Vakavaraisuus</u></b>				
Omavaraisuusaste	33,0 %	47,2 %	46,5 %	48,4 %
Gearing (nettovelkaantumisaste)	0,6	0,5	0,7	0,7
Suhteellinen velkaantumisaste	41 %	39 %	40 %	39 %
<b>Liikevaihto / henkilö</b>	90 635	98 863	117 511	103 990
<b>Henkilöstö keskimäärin, kpl</b>	4,2	3,5	2,7	3,0
<b>Velat / liikevaihto %</b>	12,9 %	18,1 %	23,7 %	28,1 %
<b>Käyttöpääoma</b>	98 059	147 064	140 138	156 291
<b>Käyttöpääoma %</b>	25,8 %	42,5 %	44,2 %	50,1 %
<b>Vaihto-omaisuus / liikevaihto %</b>	52,7 %	60,7 %	56,7 %	59,8 %
<b>Varaston kiertoaika pv</b>	402,9	545,2	408,5	428,8
<b>Myyntisaamisten kiertoaika pv</b>	4,0	8,5	15,1	5,7
<b>Ostovelkojen kiertoaika pv</b>	189	121	100	69

Liite 2. Toimialatilasto Antikvariaattikauppa (47792) 2016–2018.

**Toimiala 47792 Antikvariaattikauppa**

**Luvut mediaaneja**

<b>VUOSI</b>	<b><u>2018</u></b>	<b><u>2017</u></b>	<b><u>2016</u></b>
Toimialan yrityksiä 195 kpl			
<b><u>Volyymi</u></b>			
Liikevaihto t EUR/henkilö	<b>86,5</b>	<b>67</b>	<b>49</b>
Liikevaihdon muutos %	<b>0,0</b>	<b>1,9</b>	<b>-11,1</b>
<b><u>Kannattavuus</u></b>			
Käyttökate %	<b>-1,7</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,4</b>
Liikevoitto %	<b>-2,2</b>	<b>-1,5</b>	<b>0,0</b>
Sijoitetun pääoman tuotto %	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b><u>Maksuvalmius</u></b>			
Quick ratio	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>
Current ratio	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>
<b><u>Vakavaraisuus</u></b>			
Omavaraisuusaste %	<b>47,4</b>	<b>33,6</b>	<b>41,7</b>

(Suomen asiakastieto Oy, 2020)