

Kannattava yritystoiminta



Yleisimmät hinnoittelumenetelmät

- Yleisimmät hinnoittelumenetelmät
 - Kustannuspohjainen hinnoittelu
 - Kustannukset kohdistetaan tuotteelle tai palvelulle
 - Soveltuu kauppaan, teollisuuteen, rakentamiseen
 - Markkinalähtöinen hinnoittelu
 - Hinta määräytyy kilpailutilanteen mukaan
 - Käytetään kun tuote tai palvelu ei eroa kilpailijan vastaavista
 - Asiakaslähtöinen hinnoittelu
 - Hinnoittelun perusteena vaihtoehtoisen toimintamallin kustannukset
 - Tuotteet tai palvelut, joille ei löydy vastaavaa kilpailevaa tuotetta

Tyypillisimmät hintaan vaikuttavat tekijät

1. Kustannukset – onko tarkoitukset kattaa kustannukset?
2. Markkinat – onko kysyntää vai ylitarjontaa?
3. Julkinen valta – onko markkina- ja/tai tuoterajoituksia?
4. Myytävä suorite – perustuote vai ainutlaatuinen?
5. Kohderyhmä – kenelle markkinoidaan?
6. Yrityksen tavoitteet – mitä hinnoittelulla yritetään saavuttaa?

Muuttuvat kustannukset

- Osa yrityksen kustannuksista riippuu valmistettavien ja myytävien tuotteiden määrästä
- Valmistus- ja myyntimäärien lisääntyessä kustannukset nousevat
- Myynnin ja tuotannon hiipussa kustannukset vähenevät
- Näitä kustannuksia nimitetään **muuttuviksi kustannuksiksi (Muku)**

- Valmistustoiminnassa esim.
 - Raaka-ainekustannukset
 - Valmistuksesta maksettavat tunti- tai urakkapalkat ja henkilösivumenot
 - Valmistuksesta aiheutuvat energiamenot

- Kauppaliikkeessä esim.
 - Tavaroiden ostohinnat
 - Rahdit
 - Pakkaustarvikkeet jne.



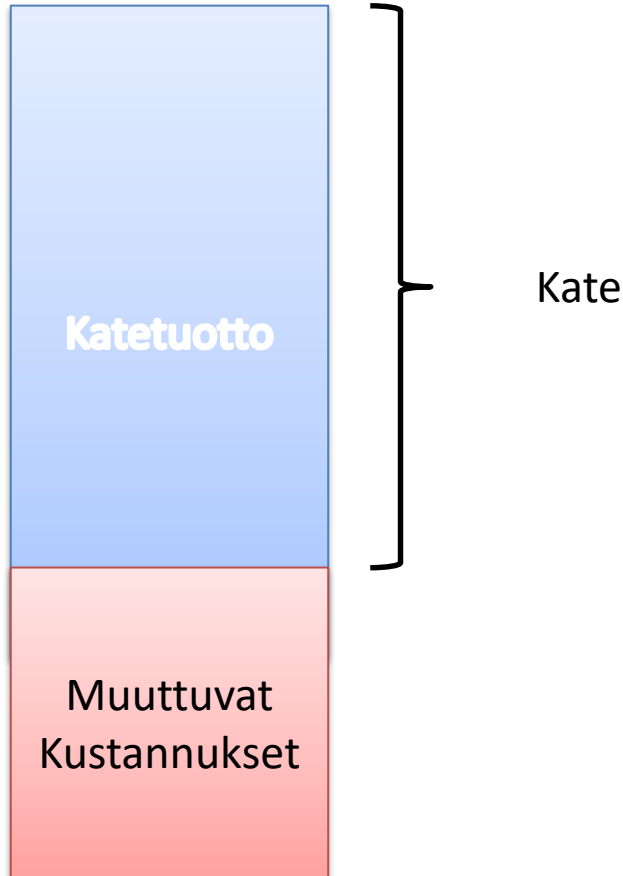
Kiinteät kustannukset

- Kustannuksia, joiden määrä ei riipu suoraan valmistettavien tai myytävien tuotteiden määrästä, nimitetään **kiinteiksi kustannuksiksi (Kiku)**
- Useimmiten näitä ovat mm.
 - Vuokrat
 - Poistot
 - Kuukausipalkat + henkilösivumenot
 - Mainonta
 - Korot
- Kiinteät kustannukset voivat olla euromääräisesti vaihtelevia, mutta vaihtelu ei johdu tuotannosta tai myynnistä
- Kiinteät kustannukset ovat kulua yritykselle, vaikka yrityksen toiminta olisi pysähtynyt
 - Esim. tuotantotoiminnassa laitos voi olla kiinni koko heinäkuun ajan

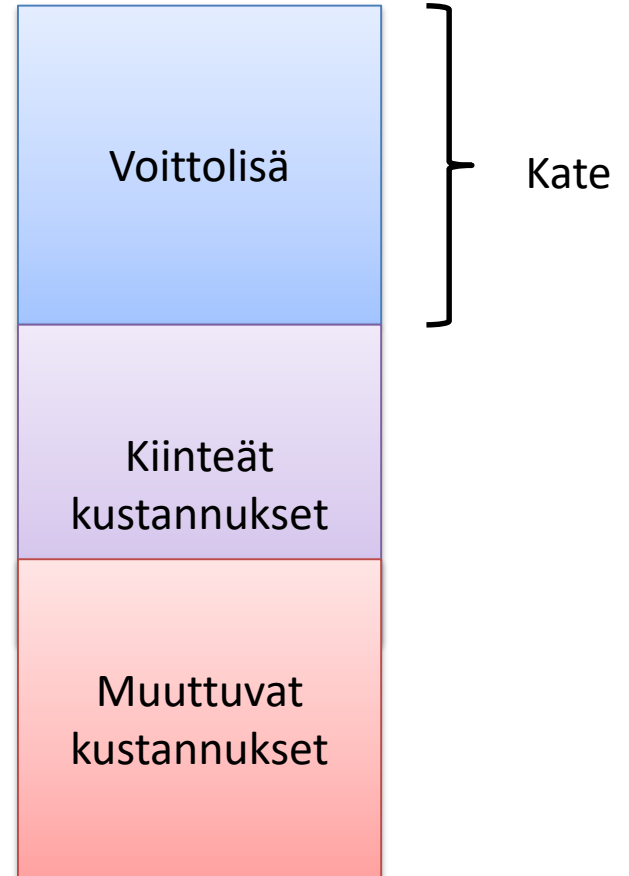


Kustannuksiin perustuvat hinnoittelumenetelmät

Katetuottohinnoittelu



Omakustannushinnoittelu



Katetuottohinnoittelu

- Soveltuu erityisesti lyhyen välin tulossuunnitteluun
- Katetuottoanalyysi keskittyy tarkastelemaan toiminnan volyymin sekä tuottojen, kustannusten ja tuloksen välisiä riippuvuuksia
- Katetuottolaskenta perustuu ajatukseen että kustannukset ovat joko muuttuvia tai kiinteitä
- Ajattelun lähtökohtana on se, että kustannukset reagoivat eri tavoin toiminnan volyymissa tapahtuviin muutoksiin
- Katetuottoajattelun mukaan tuotetta kannattaa valmistaa, jos sen myyntihinta peittää muuttuvat kustannukset ja lisäksi jää edes vähän katetta (katetuottoa) kiinteille kustannuksille lyhyellä tähtäyksellä, pitkällä tähtäyksellä on kaikkien kustannusten tultava katetuiksi

Katetuottohinnoittelu

- Katetuottolaskelma:

+ myynti

- muuttuvat kustannukset

= **Katetuotto**

- kiinteät kustannukset

= **käyttökate**

- korot ja verot

= **voitto**

- Hinnoittelulaskelmassa **verottomaan ostohintaan lisätään katetuotto** jolloin saadaan myyntihinta.
- Katetuotto lasketaan prosentteina arvonlisäverottomasta myyntihinnasta.
 - Esim. myyntihinta 100 %, katetuotto 40 %, muku 60%

Katetuottolaskenta: esimerkki

- Yritys Oy:stä tiedetään seuraavat luvut kuukaudelta:
 - Tuntiveloitus 42 €/h
 - Muuttuvat kustannukset 23 €/h
 - Tuntimäärä 680 h/kk
 - Kiinteät kustannukset 11 €/h

Myyntituotot	28.560 €
Muuttuvat kulut	<u>- 15.640 €</u>
Katetuotto	12.920 €
Kiinteät kulut	<u>- 7.480 €</u>
Tulos	= 5.440 €



Katetuottolaskenta: esimerkin muutokset

Yritys Oy:stä tiedetään seuraavat luvut:

Tuntiveloitus 42 €/h, muuttuvat kustannukset 23 €/h, tuntimäärä 680 h/kk, kiinteät kustannukset 11 €/h.

Katetuottolaskenta esimerkin muutokset:

- a Myyntihintaa saadaan korotettua 2 %
- b Myyntimäärä eli tunnit vähenevät 2 %
- c Ostohintaa saadaan laskettua 2 %

	Esim.	%	a	%	b	%	c	%
Myyntituotot	28560,00		29131,20		27988,80		28560,00	
Muuttuvat kulut	-15640,00		-15640,00		-15640,00		-15313,60	
Katetuotto	12920,00	45,2	13491,20	46,3	12348,80	44,1	13246,40	46,4
Kiinteät kulut	-7480,00		-7480,00		-7480,00		-7480,00	
Tulos	5440,00	19,0	6011,20	20,6	4868,80	17,4	5766,40	20,2

Omakustannushinnoittelu

- kaikki kustannukset tulevat katetuiksi
- **Yksittäiselle** tuotteelle tai palvelulle kohdistetaan **kaikki muuttuvat ja kiinteät kustannukset**
- saadaan tuotteen tai palvelun omakustannushinta, johon lisätään yrityksen tulosvaatimukset täyttävä **voittolisä-%**
- Käytetään tuotannollisessa toiminnassa sekä sellaisissa yrityksissä, joissa tuotteita on vähän

Omakustannushinnoittelu

- Kiinteät kustannukset kohdistetaan yksittäiselle tuotteelle valitun jakoperusteen mukaisesti (työtunnit, liikevaihto)
- Muuttuvat kustannukset tai tuotannon palkkakustannukset ovat yleisimmät jakoperusteet
- Omakustannusarvo (OKA):

Valmistuksen + markkinoinnin + hallinnon kokut

Toteutunut kpl

Omakustannushinnoittelu

Muuttuvat kustannukset (yhden tuotteen osuus)

+ Kiinteät kustannukset (yhden tuotteen osuus)

= **omakustannusarvo**

+ haluttu voitto (voittolisä -%)

= **tavoitehinta**

+ arvonlisävero

= **myyntihinta**

Hinnoittelu palveluyrityksessä

Hinnoittelussa huomioitava

- kiinteät kulut/kk,
- muuttuvat kulut
- Tuottovaatimus (katetavoite) / kk / pv / h

Kapasiteetti

- Resurssit
- käyttöaste

Kuukaudessa keskimäärin 22 työpäivää

Vuodessa 11 kuukautta



Hinnoittelu palveluyrityksessä

- Esim. parturin kiinteät kulut ovat 8900 €/kk
- Työtunteja 10 h/pv ja 20 pv / kk

$$\text{❖ tunti hinta} \Rightarrow 8900 : 200\text{h} = \mathbf{44,50 \text{ €/h}}$$

- Jos pitää kuukauden kesäloman, tunti hinta lasketaan vuosikustannusten avulla. Eli kustannukset 106800 (8900 x12kk) ja laskutettavat tunnit 2200 (10hx20 pvx11kk)

$$\text{❖ tunti hinta} \Rightarrow 106800 : 2200\text{h} = \mathbf{48,55 \text{ €/h}}$$

Hinnoittelukerroin

- Yrityksen katetuottotavoite on 60%
- Tuotteen ostohinta on 10 €
- Myyntihinta hinnoittelukertoimella:

$$\frac{100}{(100-60)} = \frac{100}{40}$$

= **2,5**

Myyntihinta $2,5 \times 10 =$ **25 €**

Tarkistus:

Myyntihinta 25

Ostohinta 10

Katetuotto 15

$$\frac{15}{25} \times 100 = 60 \%$$

Erilaiset yritykset, erilaiset menetelmät

	Valmistusyritys	Palveluyritys	Vähittäiskauppa
Mitä pitää tietää?	Yrityksen vuotuinen tulostavoite	Yrityksen kaikki kustannukset	Tuotteen ostohinta: sen perusteella hinnoittelukerroin
Miten?	Tuloslaskelman hyödyntäminen	Jaetaan kokonaiskustannukset laskutettavien tuntien määrällä	Keskimääräinen kerroin kaikille ostoille tai tuotekohtainen kerroin
Keskeistä	Voittolisähinta tai laskelmat	Tuntilaskutushinnan selvittäminen. Laskutustuntien määrä	Minimihinta kaupanteossa, -- > antaa näppituntuman
HYÖTY	Tulostavoite ohjaa hinnoittelu koko tilikauden	Tuntilaskutushinta riittävä suhteessa kustannuksiin	Nopea tapa hinnoitella suurtakin valikoimaa tavaroita

Hinnoittelu ja kannattavuus

- Oikea hinta on se mitä asiakas on valmis maksamaan!
- Yrityksen on kuitenkin huomioitava kannattavuus. Tuotoilla pitää hoitaa kaikki kustannuserät ja voittotavoite.
- Lyhyellä aikavälillä voidaan myydä alhaisemmilla hinnoilla, mutta ainakin muuttuvat kustannukset pitäisi pystyä kattamaan. Toisin sanoen, pitäisi aina saada vähintään katettua tuotteen hankintahinta + siitä aiheutuvat kulut

Hinnoittelu ja kannattavuus

- **Tuotteen hinnan muutos vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen nopeammin kuin minkään muun tekijän muutos!**
- Esim. muutokset markkinoinnissa eivät muuta kannattavuutta niin radikaalisti. Jos markkinoimme voimakkaasti, se ei tarkoita välttämättä tuotteen kannattavuuden heikkenemistä.
- Jos annamme vastaavasti alennusta tuotteesta -> se konkreettisesti pudottaa katetta!
- Esimerkki: palvelua myydään 25% katteella. Jos annetaan alennusta 10%, niin myynnin pitäisi nousta määrällisesti 67 % jotta saataisiin sama kate%!

Alennusten vaikutus myyntimäärään

	Katetuottoprosentti ennen hinnan alennusta				
	20	25	30	35	40
Hinnan alennus -%	Alennuksen vuoksi tarvittava myyntimäärän lisäys (%), jotta euromääräinen kate pysyy ennallaan				
1	5	4	3	2	1
2	11	9	7	6	5
3	18	14	11	9	8
4	25	19	15	13	11
5	33	25	20	17	14
6	43	32	25	21	18
7	54	39	30	25	21
8	67	47	36	30	25
9	82	56	43	35	29
10	100	67	50	40	33
12	150	92	67	52	43
15	300	150	100	75	60
20		400	200	133	100

Alennukset ja niihin varautuminen

- Alennusvara lisätään hintaan kuten myyntikatetarvekin

$$\text{Myyntihinta} = \frac{100 \times \text{tuotteen haluttu hinta}}{(100 - \text{alennusprosentti})}$$

ESIMERKKI:

Tuotteesta halutaan 100 €. Asiakkaalla on sopimuksen mukaan oikeus 20 %:n alennukseen

$$\Rightarrow \text{myyntihinta} = 100 \times 100 \text{ €} : (100 - 20) = \mathbf{125 \text{ €}}$$

Hävikin huomioiminen hinnoissa

- Hävikki voi johtua rikkoutumisesta, pilaantumisesta tai katoamisesta, vanhenemisesta > **epäkurantti tavara**
- Kokemus kertoo kuinka suuri hävikki keskimäärin on
- Hävikki voi olla esim. 1 % kokonaismyynnistä

Hävikkiprosentti **otetaan huomioon voittotavoitteessa**

- **Seuraa hävikkiä**, selvitä syyt ja pyri minimoimaan se

Kannattavuuden parantaminen

- Kannattavuuden parantamiseen on monta keinoa
- – Myyntimäärän lisäys
- – Hinnan nostaminen
- – Kustannusten alentaminen

Myyntimäärän lisäys

- Myyntimäärän lisääminen eli myynnin volyymin kasvattaminen vaatii joko
 - – nykyisten asiakkaiden ostomäärän kasvua tai
 - – uusien asiakkaiden saamista
- Myyntimäärän kasvattaminen lisää muuttuvia, mutta ei kiinteitä kustannuksia

Myyntihinnan nostaminen

- Hinnan nostaminen vaatii yleensä perustellun syy
- Tuotteen hinnoitteluväli määräytyy aiheutuneiden kokonaiskustannuksien ja asiakkaiden ostohalujen mukaan
 - Alaraja on syntyvät kustannukset
 - Ylärajan muodostaa asiakkaiden ostokynnys (=yläraja on se hinta, jolla tuote ei enää mene kaupaksi)

Kustannusten alentaminen

- Tulokseen voi vaikuttaa kustannuksia alentamalla
 - – Halvemmat ostot
 - – Halvempi valmistus
- Kun kustannuksien alentamiseen liittyy toiminnan supistamista saattaa kannattavuus entisestään heikentyä

Lähteet

- Kannattavuus- ja kustannuslaskenta, Tomperi, 2016, Edita
- Yritystaloutta esimiehille, Niskavaara, 2017, Alma Talent Oy
- Yrityksen laskentatoimi, Ikäheimo, Malmi & Walden, 2016, Talentum Pro