



**TT VALMENNUS**

# **Kunnon hinta on se mikä kannattaa**

## **JOKA YRITTÄJÄN TALOUSKOULU, KEUKE**

19.11.2024 klo 17.00 – 19.30

Timo Toivanen



# Timo Toivanen, oivalluttaja

## TT Valmennus Oy



TT VALMENNUS

- KTM, yrittäjäyys ja pienyritysten johtaminen, laskentatoimi ja yritys juridiikka
- Yli 20 vuoden kokemus talouden ohjaamisesta ja päätöksenteosta.
- Yritysvalmentajana yli 1400 valmennustapahtuman kokemus
- Yli 10 vuoden kokemus yrittäjien valmentamisesta ja sparrauksesta.
- Omistajayrittäjänä vuodesta 2015 lähtien.
- TT Teesit:
  - Osaa asiiasi, vuorovaikutus puree, intouta, rautalangoita ja oivalluta.

Yhteystiedot:

- [timo.toivanen@ttvalmennus.fi](mailto:timo.toivanen@ttvalmennus.fi)
- [fi.linkedin.com/in/titoivanen](https://www.linkedin.com/in/titoivanen)
- <https://www.ttvalmennus.fi>




# ORIENTOINTI

1. Mitä on kannattavuus?
2. Milloin olet viimeksi muuttanut hintoja?
3. Tiedätkö miten hintojen muutokset vaikuttavat yrityksesi kannattavuuteen?

# Talouuskoulun teemoja

- Kannattavuus hinnoittelun lähtökohtana
- Hinnoittelun periaatteet
- Hinnoittelumenetelmät
- Hinnoittelu pidemmällä tähtäimellä – strateginen näkökulma



ONGELMA:  
Useimmiten  
yrittäjät eivät tee  
aktiivista  
hinnoittelua.

The background is a vibrant orange color. It is decorated with numerous black, stylized, abstract shapes that resemble leaves or petals. These shapes are filled with various patterns of black lines, including horizontal, vertical, and diagonal stripes, as well as cross-hatched grids. The shapes are scattered across the page, creating a dynamic and textured visual effect.

# Kannattavuus hinnoittelun lähtökohtana

A photograph of a bowling lane with a wooden ball and white pins. A blue circular overlay is on the right side containing text.

Mitä  
kannattavuus  
tarkoittaa?

# Muutamia kannattavuuden käsitteitä

- Tuloslaskelma
- Liikevaihto
- Katetuotto / myyntikate
- Poistot
- Tulos / voitto



# Kannattavuus yrittäjän näkökulmasta

Se voi tarkoittaa montaa asiaa, esim.

- Tuotot ylittää kustannukset eli tehdään voittoa
- Luodaan yritykseen omistaja-arvoa, esim. Oy:n arvoa kasvattamalla
- Kasvatetaan toimintaa, investoidaan kasvuun ja odotetaan suurempia tuloksia tulevaisuudessa
- Suurempaa palkkaa kuin työntekijänä jossain muussa yrityksessä
- Luodaan jotain muuta arvoa yrittäjälle yritystoiminnan kautta, esim. henkilöbrändiä tai statusta, joka johtaa parempaan kannattavuuteen tulevaisuudessa



# Mitä muita tavoitteita voi olla?



TT VALMENNUS

- Työllistää itsensä ja mahdollisesti muitakin
  - Pystyä tarjoamaan laadukkaita työpaikkoja henkilöstölle
- Tuottaa hyvinvointia tms. lähiympäristöön
- Olla auttamassa muita

# ESIMERKKI: Herkkyysanalyysi kannattavuudesta. Paljonko tulos laskee?

Liikevaihto	900 000 €	100,0 %
Muuttuvat kustannukset	576 000 €	64,0 %
Myyntikate	324 000 €	36,0 %
Kiinteät kustannukset	252 000 €	28,0 %
Tulos	72 000 €	8,0 %

- a) hintoja lasketaan 5 %?
- b) volyymi eli myynnin määrä laskee 5 %?
- c) muuttuvat kustannukset nousevat 5 %?
- d) kiinteät kustannukset nousevat 5 %?

# ESIMERKKI: Herkkyysanalyysi kannattavuudesta. Paljonko tulos laskee?

- a) Hintoja lasketaan 5 %?
- b) Volyymi eli myynnin määrä laskee 5 %?
- c) Muuttuvat kustannukset nousevat 5 %?
- d) Kiinteät kustannukset nousevat 5 %?

	Lähtötilanne		My-hinta -5 %		95 %		Volyymi - 5 %		95 %		Muutt.kust.+5%		105 %		Kiiint.kust.+5%		105 %	
Liikevaihto	900 000 €	100,0 %	855 000 €	100,00 %	855 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %	900 000 €	100,0 %
Muuttuvat kustannukset	576 000 €	64,0 %	576 000 €	67,37 %	547 200 €	64,0 %	604 800 €	67,2 %	576 000 €	64,0 %	604 800 €	67,2 %	576 000 €	64,0 %	576 000 €	64,0 %	576 000 €	64,0 %
Myyntikate	324 000 €	36,0 %	279 000 €	32,63 %	307 800 €	36,0 %	295 200 €	32,8 %	324 000 €	36,0 %	295 200 €	32,8 %	324 000 €	36,0 %	324 000 €	36,0 %	324 000 €	36,0 %
Kiinteät kustannukset	252 000 €	28,0 %	252 000 €	29,47 %	252 000 €	29,5 %	252 000 €	28,0 %	264 600 €	29,4 %	252 000 €	28,0 %	264 600 €	29,4 %	252 000 €	28,0 %	264 600 €	29,4 %
Tulos	72 000 €	8,0 %	27 000 €	3,16 %	55 800 €	6,5 %	43 200 €	4,8 %	59 400 €	6,6 %	43 200 €	4,8 %	59 400 €	6,6 %	43 200 €	4,8 %	59 400 €	6,6 %
<b>Tulos muuttui euroissa</b>			45 000 €		16 200 €		28 800 €		12 600 €				12 600 €					
<b>Tulos muuttui prosenteissa</b>			62,50 %		22,50 %		40,00 %		17,50 %				17,50 %					



TT VALMENNUS

Tiedätkö miten hintojen  
muutokset vaikuttavat  
yrityksesi  
kannattavuuteen?

Oletko laskenut?



# Tuloslaskelma, keskeisimmät erät

1. Liikevaihto (myynti)
2. Liiketoiminnan muut tuotot (ei varsinaista liiketoimintaa)
3. Materiaalit ja palvelut (ostot ja varaston muutos)
4. Henkilöstökulut (palkat, eläkkeet, sivukulut)
5. Poistot ja arvonalentumiset (pitkävaikutteiset menot)
6. Liiketoiminnan muut kulut (juoksevat kulut)

## **LIIKEVOITTO (TAPPIO)**

7. Rahoitustuotot ja kulut (korot)

## **VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSIIRTOJA JA VEROJA**

8. Tilinpäätössiirrot (verotukselliset tuloksen järjestelyerät)
9. Tuloverot (tulokseen perustuvat verot)

## **TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)**

The background is a vibrant orange color. It is decorated with numerous overlapping, stylized shapes in black and white. These shapes include circles, ovals, and irregular polygons, many of which are filled with various patterns such as horizontal lines, vertical lines, and a grid. The shapes are scattered across the page, creating a dynamic and textured visual effect.

# Hinnoittelun periaatteet

# Kysymyksiä hinnoittelusta

- Mitkä kolme näkökulmaa tulisi aina huomioida hinnoittelussa?
- Mitkä eri asiat vaikuttavat tuotteen tai palvelun hintaan?
- Mikä on tuotteen tai palvelun oikea hinta?



TT VALMENNUS

# Hinta kilpailukeinona

- Tuotteen arvon mittari ja muodostaja
- Kilpailuun vaikuttava tekijä
- Kannattavuuteen vaikuttava tekijä
- Tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä
  
- Hintapäätösten pitäisi perustua yrityksen liikeideaan, ansaintamalliin ja strategiaan.





Mitkä kolme näkökulmaa tulisi aina huomioida hinnoittelussa?

The background is a vibrant orange color. It is decorated with numerous overlapping, stylized shapes in black and white. These shapes include circles, ovals, and irregular polygons, many of which are filled with various patterns such as horizontal lines, vertical lines, diagonal lines, and cross-hatching. The overall effect is a dense, rhythmic, and modern abstract pattern.

# Hinnoittelumenetelmät



TT VALMENNUS

# Hinnoittelu- menetelmien jaottelua

- Kustannusperusteiset menetelmät  
Esim. katetuottohinnoittelu
- Markkina- tai kilpailuperusteiset menetelmät  
Esim. kilpailijoiden hintojen jäljittely
- Asiakasperusteiset menetelmät  
Esim. asiakkaan arvoperusteinen hinnoittelu

# Katetuottohinnoittelu

Tuotteen muuttuvat kustannukset

+ Katetuottotavoite

= Veroton myyntihinta

+ ALV

= Verollinen myyntihinta



TT VALMENNUS



# Katetuottohinnoittelu

- Määritetään tuotteelle ensin katetuottotavoite eli haluttu kateprosentti (myyntikate), jonka jälkeen lasketaan tuotteen veroton myyntihinta seuraavalla kaavalla

$$\text{Myyntihinta} = \frac{\text{Muuttuvat kustannukset}}{1,00 - \text{kate-\% (desimaalimuodossa)}}$$

- Esimerkki: Palvelutuotteen tavoiteltu katetuotto on 60 % ja sen muuttuvat kustannukset (tuottamisen henkilöstökulu) ovat 30,00 €.

$$\frac{30,00\text{€}}{1,00 - 0,60} = 75,00\text{€}$$

- Tuotteen verottomaksi myyntihinnaksi muodostuu 75,00 €.
- Arvonlisäveron lisääminen: verollinen hinta: 75 € x 1,255 = 94,13 €

# Palvelujen hinnoittelumenetelmiä

- Aikaperusteinen tai resurssin käyttöön perustuva
  - esim. personal trainer, konsultointi tai lakiasianhoito
- Urakka- ja suoriteperusteinen hinnoittelu
  - esim. talon rakentaminen
- palvelutasohinnoittelu
  - asiakas maksaa valitsemansa palvelutason mukaan
- Kysyntäperustainen kapasiteettihinnoittelu
  - Esim. tiettyyn kellonaikaan edullisemmat hinnat
- Volyymiin perustuvassa hinnoittelussa yksikköhinta laskee asiakkaan ostovolyymin kasvaessa, esim. mitä useampia käyttöoikeuksia asiakas hankkii, sitä edullisempi yksikköhinta

# Lisää hinnoittelumenetelmiä

- Taloudellisen hyödyn malli
  - Pyritään arvioimaan asiakkaan saama hyöty (usein rahallinen) ja hinnoittelemaan sen mukaan.
- Tulonjakomalli
  - Palvelun tuotanto- tai jakeluketjussa jaetaan loppuasiakkaalta saatavaa hintaa ketjun toimijoiden kesken (esim. prosenttiosuuksina)
- Freemium-hinnoittelu
  - Annetaan asiakkaalle ilmainen palvelu ja otetaan hintaa lisäpalveluista, esim. mobiilipelit tai mobiilisovellukset

# Tuotekehityksen pohjalta muodostetun uuden tuotteen hinnoittelu




TT VALMENNUS

- Miten suunnittelun ja jatkokehityksen aiheuttamat kustannukset huomioidaan myytävän tuotteen hinnassa?
  - mm. prototyyppien ja demojen valmistus ja tuottaminen
  - Kaupallistamisesta aiheutuvat kustannukset
- Tuotteen tuottamisen aiheuttama työkustannus
  - Käytetyn ajan ymmärtäminen ja laskeminen
- Materiaalit
- Kaikki muut aiheutuneet kustannukset
  - Mitä ikinä ne voivatkaan olla?
- Minkälainen kate pitäisi saada?
- Miten suojataan (IPR)? Patentoidaanko? Mikä on patentin arvo?

The background is a vibrant orange color. It is decorated with numerous black, stylized, abstract shapes that resemble leaves or petals. These shapes are filled with various patterns of thin black lines, including horizontal, vertical, and diagonal stripes, as well as cross-hatched grids. The shapes are scattered across the page, creating a dynamic and textured visual effect.

# Hinnoittelu pidemmällä tähtäimellä – Strateginen näkökulma



ONGELMA:  
Hinnoittelua ei  
suunnitella  
pidemmällä  
tähtämellä.



Hinnoittelu ja  
strategia.



TT VALMENNUS

# Hinnoittelu on strategiaa

- Hinnoittelua pitäisi suunnitella pidemmällä aikavälillä
- Hintojen alentaminen on paljon helpompaa kuin niiden korottaminen
- Pääosassa tapauksia yrittäjän on kuitenkin joskus korotettava hintoja
  - mm. inflaatio ja kustannusten nousu
- Miten perustella järkevästi hintojen korotukset?



Parhaimmillaan  
hinnoittelu  
sisältyy  
pidemmän  
tähtäimen  
suunnitteluun

# Hinnoittelustrategian mallintaminen kysymyksinä



TT VALMENNUS

- Mikä on hinnoittelun merkitys liiketoiminnallemme?
- Miten valitaan tuotteiden ja palvelujen hinnat?
- Mitä asioita hinnoittelussa huomioidaan?
- Kuka on vastuussa hinnoittelusta?
- Miten erottaudumme hinnoillamme?
- Minkälaisen mielikuvan haluamme muodostaa yrityksestämme ja tuotteistamme?

# Yritysesimerkki



TT VALMENNUS

Autoalan Oy	1.1.-31.12.2023	%/Lv	1.1.-31.12.2022	%/Lv
Liikevaihto	613 073	100,0 %	668 930	100,0 %
Liiketoiminnan muut tuotot	10 807	1,8 %	1 200	0,2 %
Materiaalit ja palvelut				
Ostot tilikauden aikana	-532 430	-86,8 %	-557 432	-83,3 %
Ulkopuoliset palvelut	-473	-0,1 %	-2 563	-0,4 %
Materiaalit ja palvelut yhteensä	-532 903	-86,9 %	-559 995	-83,7 %
Henkilöstökulut	-6 300	-1,0 %	-6 327	-0,9 %
Poistot ja arvonalentumiset	-6 215	-1,0 %	-5 357	-0,8 %
Liiketoiminnan muut kulut	-38 349	-6,3 %	-48 995	-7,3 %
Liikevoitto (-tappio)	40 113	6,5 %	49 456	7,4 %
Rahoitustuotot ja -kulut	-868	-0,1 %	2 482	0,4 %
Tulos ennen veroja	39 245	6,4 %	51 938	7,8 %
Tuloverot	-7 913	-1,3 %	-9 293	-1,4 %
Tilikauden voitto (tappio)	31 332	5,1 %	42 645	6,4 %

# Alennukset hinnoittelussa

- Annetaanko asiakkaille alennuksia?
  - Missä tilanteissa? Millä perusteella?
- Kuka päättää alennuksista ja lopullisista hinnoista?
- Miten alennukset vaikuttavat
  - myynnin määriin
  - asiakkaisiin
  - kannattavuuteen
  - hintamielikuvaan ja muihin laadullisiin näkökulmiin

# Kysymyksiä pohdittavaksi

- Mikä on tuotteestani tai palvelustani koitua hyöty asiakkaalle?
  - Mikä tämän hyödyn rahallinen arvo on?
  - Mitä lisäarvoa tuotan asiakkailleni?
  - Ketkä ovat minulle parhaita asiakkaita?
- Ketkä ovat kilpailijoitani ja mitä he tarjoavat?
- Mitä kustannuksia toiminta aiheuttaa ja kattaako hinta nämä kustannukset?
- Miten erottaudun markkinassa?
  - Miten asemoidun eri toimijoihin/tuotteisiin/palveluihin verrattuna?
- Minkälaisen viestin lähetän hinnallani? Mitä mielikuvia se muodostaa asiakkailleni?

# Kysymyksiä pohdittavaksi

- Minkälainen hinnoittelumenetelmä minulla on käytössä?
  - Kannattaisiko minun kehittää hinnoitteluani?
- Miten tuotteideni ja palvelujeni hinnat kehittyvät seuraavan kolmen vuoden aikana?
  - Jos nousevat, miten perustelen korotukset?
  - Mitkä tekijät vaikuttavat hinnanmuutostarpeisiin?
- Mikä on minimihinta, jolla voin pyörittää toimintaa (ns. normaalilla volyyymillä)?
- Mikä on yritykseni tavoite ja miten hinnoittelu tukee tätä tavoitetta?
- Kannattaako alennuksia antaa?
  - Jos kannattaa, niin missä tilanteissa? Mitkä ovat järkeviä perusteluja alennuksille?



## Oikea hinta?

- Mikä on tuotteidesi oikea hinta?
- Yrityksesi näkökulmasta?
- Entä asiakkaan näkökulmasta?
  
- Onko olemassa oikeaa hintaa?





**Kysymyksiä ja vastauksia**

# Talouden oivalluttaja

[www.ttvalmennus.fi](http://www.ttvalmennus.fi)

Opastinsilta 8 B,  
00520 Helsinki



TT VALMENNUS