Milloin yrityksen kannattaa olla auki? Kassamyynti tunneittain

0 · 2026-11-28

Yrityksen aukioloajat on harvoin päätetty laskemalla. Useimmiten ne ovat sitä, mitä perustaja sattui alun perin päättämään, tai mitä ne olivat edellisenä vuonna, tai mitä edellinen vuorovastaava aikanaan päätti, tai mitä kilpailija kadun toisella puolella tekee. Sitten joku kysyy, kannattaisiko avata viikonloppuna jo kymmeneltä, tai sulkea arki-iltaisin viideltä, ja huomaat ettet pysty vastaamaan muuten kuin mutu-tuntumalla.

Tämä artikkeli käsittelee sitä, miksi tuo päätös on niin hankala, mitä GymKeeperin **Kassamyynti tunneittain** -raportti siitä päätöksestä oikeasti kertoo, ja mitä se jättää kertomatta. Se on kirjoitettu jokaiselle, joka pyörittää yritystä, jolla on aukioloajat ja kassa: kuntosalille, kahvilalle, kaupalle, parturille tai liikuntatilalle. Ajattelu on sama.

Miksi aukioloaikojen päättäminen on niin vaikeaa?

Syitä on neljä, ja ne vahvistavat toisiaan.

Virhe toiseen suuntaan näkyy, toiseen ei. Jos pidät auki tunnin, jolla ei käy kukaan, palkkakustannus näkyy tulosraportilla. Jos suljet tunnin, jolla olisi käynyt viisi ihmistä, menetettyä myyntiä ei näy missään: kukaan ei tule kertomaan, ettei tullutkaan. Päätös "pidetään auki varmuuden vuoksi" on siksi aina houkuttelevampi kuin se on perusteltu.

Yksittäinen ihmiskohtalo voittaa taulukon. Jokaisella yrityksellä on se vakioasiakas, joka tulee töiden jälkeen kahdeksalta. Hänet tunnetaan nimeltä. Kolmenkymmenen muun, jotka tulisivat mieluummin kuudelta, ei tunneta. Aukioloaikakeskustelu kääntyy helposti yhden ihmisen tarinaksi, ja siihen on vaikea vastata luvuilla, joita ei ole.

Päätös pitää tehdä uudelleen joka vuodenajalle. Se, mikä toimii marraskuussa, ei välttämättä toimi kesäkuussa. Kesällä ihmiset ovat ulkona, talvella sisällä, joulun ympärillä käyttäytyminen on aivan oma lukunsa. Yksi vastaus ei riitä, ja jokaista vastausta pitäisi pystyä perustelemaan itselleen.

Aukioloajat ovat lupaus asiakkaalle. Asiakas, joka ostaa kuukausijäsenyyden, kausikortin tai ladatun kortin, ostaa tietyn käytettävyyden. Aukioloajan muutos ei siksi ole pelkkä kustannuserä, vaan se voi vaikuttaa siihen, miten arvokkaaksi asiakkaat ostamansa kokevat — ja sitä kautta siihen, uusivatko he sen.

Mikään näistä ei poistu laskemalla. Mutta laskeminen poistaa yhden: sen, ettei ole mitään, mihin nojata.

Mitä Kassamyynti tunneittain -raportti näyttää?

Raportti näyttää, **kuinka paljon kassalla myytiin kunakin kellonaikana**, päivä kerrallaan. Se

perustuu kassan kuitteihin: jokainen kuittirivi luetaan ostohetken tunnille.

GymKeeperin raportissa voit:

- valita **ajanjakson** ja yhden tai useamman **toimipisteen**;
- ryhmitellä päivät **viikoittain tai kuukausittain**, jolloin saat jokaiselle viikolle tai kuukaudelle oman taulukon, jossa rivinä on päivä ja sarakkeena tunti;
- rajata **viikonpäivät**: pikavalinnat arkipäiville, viikonlopulle ja kaikille päiville, tai yksittäiset päivät rasteilla;
- nähdä jokaisen tunnin **osuuden koko viikon tai kuukauden myynnistä** ja vaihtaa näkymän summista muotoon **% päivästä**, jolloin eri kokoisten päivien profiilit ovat vertailukelpoisia;
- asettaa **jakotunnin**: raportti näyttää jokaiselle päivälle ja koko jaksolle, kuinka paljon myytiin ennen sitä tuntia ja siitä eteenpäin, euroina ja prosentteina;
- katsoa summat **arvonlisäverollisina tai ilman**, ja rajata myynnin tiettyihin ALV-prosentteihin sekä, jos käytät myyntikoreja, tietyihin koreihin;
- nähdä kuittien määrän, pylväskaavion ja värilämpökartan, jossa jakson vilkkain tunti on tummin; ja viedä koko raportin CSV-tiedostoksi.

Jakotunti on se osa, joka vastaa suoraan aukioloaikakysymykseen. "Suljetaanko viideltä vai kahdeksalta" on sama kysymys kuin "kuinka suuri osa arkipäivän myynnistä tulee kello 17 jälkeen?" Se luku saadaan yhdellä valinnalla.

Mitä raportti ei kerro?

Tämä on tärkeämpi osa kuin edellinen, koska väärä johtopäätös on pahempi kuin ei johtopäätöstä.

Se ei kerro kävijämäärää. Raportti laskee myyntiä, ei ihmisiä. Asiakas, joka tulee sisään jäsenyydellä, ladatulla kortilla tai aiemmin ostetulla tuotteella, käyttää yritystä ilman että mikään myynti kirjautuu sille tunnille. Tunti, jolla kassalle ei tule euroakaan, voi olla yrityksen täydellisin tunti. Kassamyynti aliarvioi siis juuri niitä tunteja, joiden käyttäjät ovat jo maksaneet. Kävijäjakauma täytyy katsoa erikseen, esimerkiksi ovelta kirjautuvista käynneistä, ks. miten kulunvalvonta toimii.

Se ei kerro kustannuksia. Raportti kertoo, mitä tunti tuo. Se ei kerro, mitä tunti maksaa: palkat, lisät, sähkö, lämmitys. Päätös syntyy vasta, kun kaksi lukua pannaan vierekkäin.

Se ei kerro, mihin asiakas menee, kun suljet. Jos suljet kahdeksalta ja kahdeksan jälkeinen myynti katoaa raportilta, ei voi tietää, kuinka suuri osa siirtyi seitsemään ja kuinka suuri osa jäi kokonaan pois. Se selviää vain kokeilemalla.

Se kertoo ostohetken, ei käyttöhetkeä. Pääsylippu ostetaan tulohetkellä, joten sisäänpääsyn osalta ero on pieni. Mutta juomat, välipalat ja oheistuotteet ostetaan usein vasta käynnin lopuksi, ja ne kirjautuvat sille tunnille, jolla ne maksettiin.

Miten päätös tehdään: kysymys kerrallaan

Alla ne kysymykset, joita yrittäjä oikeasti miettii. Jokaisessa sama ajatus: lukuja ei tarvita kertomaan vastausta, vaan rajaamaan sitä.

Kannattaako viikonloppuna avata kymmeneltä vai kahdeltatoista?

Aloita rajaamalla raportti viikonloppuun (viikonloppu-pikavalinta valitsee lauantain ja sunnuntain), valitse jakotunniksi 12:00 ja katso usean viikonlopun ajalta, kuinka suuri osuus myynnistä tulee ennen kahtatoista.

Kaksi asiaa ratkaisee, tuleeko luvusta luotettava. Ensinnäkin viikonloppuja pitää olla useita: yksi lauantai, jolla oli lastenkutsut, vääristää kuvaa kokonaan. Toiseksi raportissa on dataa vain niiltä tunneilta, jolloin yritys on ollut auki.

Jos olet nyt auki kymmeneltä, näet, paljonko kymmenen ja kahdentoista välillä myydään, ja voit verrata sitä kahden tunnin kustannukseen. Jos avaat nyt vasta kahdeltatoista, aamulta ei ole lukua lainkaan: raportti ei voi kertoa, paljonko olisi myyty. Silloin ainoa tapa on kokeilla avaamista aikaisemmin rajatun ajan ja katsoa sitten raportista, mitä aamulle kertyi. Ja kun suljet aamun, ei voi tietää, tulevatko sen asiakkaat myöhemmin vai eivät lainkaan — sekin selviää vain kokeilemalla.

Pane luvun viereen kahden lisätunnin kustannus ja päätä etukäteen, minkä ehdon tunnin pitää täyttää. Sama sääntö kannattaa kirjata ylös: "Tunti pidetään auki, jos se kattaa suorat kustannuksensa kolmessa viikonlopussa neljästä." Sääntö on aina parempi kuin tuntuma, koska sen voi tarkistaa ja muuttaa.

Kannattaako sulkea viideltä vai kahdeksalta?

Rajaa arkipäiviin, valitse jakotunniksi 17:00 ja katso 17:n jälkeisen osuuden jakautumista viikon sisällä. Arki-illan tuntiprofiili on yleensä erilainen kuin viikonlopun, ja siksi arkipäivät ja viikonloppu kannattaa pitää eri raporteissa: yhdistetty luku kuvaa kumpaakaan huonosti.

Arki-iltojen kohdalla vastaus on usein tunti kerrallaan, ei kerralla: ehkä kahdeksaan asti maanantaisin ja keskiviikkoisin mutta kuuteen perjantaisin. Viikonpäiväkohtainen rajaus raportissa tekee tämän näkyväksi.

Kannattaako viikonloppuna pitää auki kesäisin, syksyisin tai talvisin?

Vertaa samoja viikonpäiviä eri vuodenaikoina, ei eri viikkoja keskenään. Kuukausinäkymä asettaa kuukaudet peräkkäin, ja % päivästä -näkymä poistaa vuodenajan yleisen myyntitason, jolloin näet *muodon*: milloin päivä on vilkas, ei kuinka vilkas se on.

Kaksi sudenkuoppaa. Sää ja loma-ajat vääristävät yksittäisiä viikkoja, joten tarkastele mieluummin jaksoa kuin viikkoa. Ja jos mahdollista, katso sama jakso edelliseltä vuodelta: kesän matalin viikonloppu on tarkemmin luettavissa, kun sen pystyy suhteuttamaan siihen, mitä se oli kesällä ennen sitä.

Miten kannattavaa on pitää auki joulun pyhinä?

Joulun pyhät ovat vaikein tapaus, koska otos on pieni: päiviä on vuodessa vain muutama. Raportin voi rajata täsmälleen niihin päiviin aiemmilta vuosilta, mutta kolme tai neljä päivää ei ole tilasto vaan muistiinpano. Käytä sitä rajaamaan vastausta, älä laskemaan sitä.

Kustannuspuolella pyhäpäivinä voi olla korotettuja palkkoja, ja niiden suuruus riippuu työehtosopimuksesta ja sopimuksista, joten tarkista omasi. Siksi pyhälle pätee erityisesti seuraava kohta.

Voiko yrityksen pitää auki ilman henkilökuntaa?

Usein oikea kysymys ei ole "auki vai kiinni" vaan "miehitettynä vai ei". Jos asiakkaat tai jäsenet pääsevät sisään kulunvalvonnalla, tunnin kustannus ilman henkilökuntaa on pieni, ja kysymys muuttuu: pidetäänkö kassa auki, vai riittääkö, että ovi on auki heille. Kassamyynti kertoo, milloin kassan pitäminen auki tuottaa jotain; kulunvalvonta kertoo, kuinka paljon paikka on käytössä silloinkin, kun kassaa ei ole.

Käytännössä: seitsemän askelta

1. **Valitse yksi kysymys.** Ei "mitkä aukioloajat ovat oikeat", vaan "kannattaako lauantaiaamun kaksi ensimmäistä tuntia."
2. **Valitse vertailukelpoinen jakso.** Useita samanlaisia viikonpäiviä samalta vuodenajalta.
3. **Aja raportti oikealla viikonpäivärajauksella** ja jakotunnilla.
4. **Katso osuudet, ei vain euroja.** % päivästä -näkymä näyttää muodon.
5. **Käytä ilman ALV -näkymää**, kun vertaat kustannuksiin, jotka ovat yleensä ilman ALV:tä.
6. **Pane kustannus tunnin viereen** ja kirjaa ehto, jolla tunti pidetään auki.
7. **Kokeile rajatun ajan** ja aja raportti uudestaan. Vain kokeilu kertoo, katoaako myynti vai siirtyykö se.

CSV-vienti on hyödyllinen tässä: tuntimyynnin ja työvuorolistan saa samaan taulukkoon, jossa kustannus on tunnin viereen.

Yleisiä kysymyksiä

Mihin aikaan yrityksessä myydään eniten?

Se riippuu yrityksestä, viikonpäivästä ja vuodenajasta, eikä yleispätevää vastausta ole. Kahvilan, kaupan ja liikuntapaikan päivät ovat aivan erilaisia. Liikuntapaikassa aika turvallinen vastaus on, että suurin osa myynnistä tehdään arkisin klo 16.30–20.30 ja viikonloppuna klo 10–15. Siksi raportti on olemassa: se näyttää oman yrityksesi tuntiprofiilin, päivä kerrallaan, ja voit perustaa päätöksesi oikeaan dataan.

Kuinka monta viikkoa dataa tarvitaan päätökseen?

Kiinteää lukua ei ole. Periaate on, että päätöksen taustalla on useampi samanlainen päivä, ei yksi. Mitä epätyypillisempiä päiviä jaksolla on (tapahtumat, lomat, poikkeussää), sitä enemmän niitä

tarvitaan, jotta ne tasaantuvat.

Kertooko raportti kävijämäärän?

Ei. Se laskee myyntiä. Jäsenyydellä tai ladatulla kortilla kulkevien asiakkaiden käynnit eivät näy siinä.

Voiko aukioloajat päättää pelkän kassamyynnin perusteella?

Ei. Kassamyynti on yksi kolmesta luvusta, joita tarvitaan: myynti, käynnit ja kustannus. Yksin se aliarvioi vakioasiakkaiden suosimia tunteja ja jättää kustannuksen näkyviin vain sinun päässäsi.

Pitäisikö vähän myyvän tunnin silti pitää auki?

Joskus kyllä, jos se on osa lupausta, jonka asiakkaat ovat ostaneet. Silloin kyse on tuotteesta, ei kassatunnista, ja päätös tehdään sen perusteella. Tuntimyynti näyttää silti, kuinka paljon tuo päätös "maksaa" kassalla.

Tarkistettu: 28.11.2026.