

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Taloushallinto

2015

Erika Takala

ASIAKASRAPORTOINNIN KEHITTÄMINEN TILITOIMISTOSSA



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Taloushallinto

2015 | 51 sivua

Jari Leppihalme

Erika Takala

ASIAKASRAPORTOINNIN KEHITTÄMINEN TILITOIMISTOSSA

Tämä opinnäytetyö toteutetaan toimeksiantona tilitoimisto Tilihalme Oy:lle. Työn tavoitteena on selvittää kyselytutkimuksen avulla, millaista raportointia toimeksiantajan asiakkaat haluavat ja tarvitsevat yritystoimintansa tueksi. Kyselytutkimuksella selvitetään muun muassa mitä raportteja, kuinka usein ja missä muodossa asiakkaat haluavat sekä kuinka hyödyllisiä raportit ovat asiakkaille.

Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta ja empiirisestä osuudesta. Teoreettisessa osuudessa käsitellään ulkoisen ja sisäisen laskentatoimen raportointitarpeita, taloudellisia tunnuslukuja, tilitoimiston asiakkaalleen tuottamaa raportointia ja lisäarvoa sekä raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyyttä ja vaikuttavuutta.

Empiirinen osuus koostuu kyselytutkimuksen vaiheiden kuvauksesta sekä tulosten raportoinnista ja analysoinnista. Kyselytutkimus on toteutettu luomalla KyselyNetti-sivustolle kyselylomake, jonka linkki on lähetetty asiakkaille sähköpostitse. Kysely koostuu 16 kysymyksestä, jotka käsittelevät yrityksen perustietoja, raportoinnin nykytilaa ja raportoinnin kehitystarpeita. Kyselytutkimuksen vastausprosentti on 59,5 %.

Tuloksista nähdään, että osa toimeksiantajan asiakkaista on tyytyväisiä nykyiseen raportointiin, mutta merkittävä osa kaipaa kattavampaa raportointia. Yrityksen koko vaikuttaa jonkin verran toivottuun raportointitiheyteen: pienimmille asiakkaille riittää useimmiten yrityksen tilanteen seuranta neljännesvuosittain, puolivuositain tai kerran vuodessa, kun taas suurimmat asiakkaat toivovat raportointia pääasiassa kuukausittain. Noin puolet asiakkaista pitää selkeimpänä raporttien esitystapana graafisen ja numeerisen esitystavan yhdistelmää. Suosituin raportointikanava on sähköposti. Tuloksista selviää myös, että raportit sisältävät asiakkaiden mielestä olennaista tietoa ja niistä on hyötyä käytännössä. Osa kokee raportit kuitenkin vaikeaselkoisiksi ja tarvitsee opastusta ja neuvontaa raporttien tulkitsemisessa.

ASIASANAT:

talousraportointi, talousviestintä, tilitoimisto, taloudelliset tunnusluvut

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Business Administration | Financial Management

2015 | 51 pages

Jari Leppihalme

Erika Takala

IMPROVING CLIENT REPORTING IN AN ACCOUNTING FIRM

This thesis is an assignment of the accounting firm Tilihalme Oy. Its aim is to find out, with the help of a survey, what kind of reporting the principal's clients want and need to support their business. The survey will tell, inter alia, which reports, how often and in what form the clients want. The study also asks how useful the reports are to the clients.

The thesis consists of theoretical and empirical parts. The theoretical part deals with the requirements of financial and managerial accounting, financial key figures, the reporting that an accounting firm produces to its client and the added value that it produces. The theoretical part also discusses the intelligibility and effectiveness of reporting and communication.

The empirical part consists of a description of the survey's stages, as well as reporting and analysis of the results. The survey has been carried out by creating a questionnaire on the web site KyselyNetti. The link to the questionnaire was sent to the clients via e-mail. The survey consists of 16 questions that deal with the company's basic information, the current state of reporting and the development needs for reporting. The survey's response rate is 59.5%.

The results show that a part of the principal's clients are satisfied with the current reporting, but a significant part needs more comprehensive reporting. Company size affects the desired reporting frequency to some extent: the smallest clients often monitor their company's situation quarterly, semiannually or annually, while bigger clients desire reporting mainly on a monthly basis. About a half of the clients consider the clearest presentation of reports to be a combination of graphic and numerical presentation. The most popular reporting channel is e-mail. The results also showed that the reports contain essential information to the clients and they are very useful in practice. Some clients, however, think that the reports are difficult to understand and they need guidance and advice in interpreting the reports.

KEYWORDS:

financial reporting, financial communication, accounting firm, financial key figures

SISÄLTÖ

| | |
|--|-----------|
| 1 JOHDANTO | 6 |
| 2 TILITOIMISTON ASIAKKAAN TALOUSRAPORTOINTI JA -VIESTINTÄ | 8 |
| 2.1 Ulkoisen ja sisäisen laskentatoimen raportointitarpeet | 8 |
| 2.2 Taloudelliset tunnusluvut | 10 |
| 2.3 Tilitoimiston asiakkaalleen tuottama raportointi ja lisäarvo | 15 |
| 2.4 Raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyys ja vaikuttavuus | 18 |
| 3 KYSELY TILIHALME OY:N ASIAKKAILLE | 24 |
| 3.1 Toimeksiantajan esittely | 24 |
| 3.2 Tutkimuksen vaiheet | 24 |
| 3.3 Kyselytutkimuksen tulosten analysointi | 26 |
| 4 JOHTOPÄÄTÖKSET | 40 |
| LÄHTEET | 44 |

LIITTEET

- Liite 1. Saatekirje.
- Liite 2. Muistutusviesti.
- Liite 3. Kysely raportoinnin kehittämisestä.

KUVIOT

| | |
|--|----|
| Kuvio 1. Kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden yhteys (Alhola & Lauslahti 2003, 147). | 11 |
| Kuvio 2. Laskentatoimen roolimalli (Burchell ym. 1980, Partasen 2007, 34 mukaan). | 19 |
| Kuvio 3. Pääöstyyli, informaation käyttö ja ratkaisuvaihtoehtojen määrä (Driver & Mock 1975, Partasen 2007, 140 mukaan). | 21 |
| Kuvio 4. Yritysmuoto. | 26 |
| Kuvio 5. Henkilöstö. | 27 |
| Kuvio 6. Liikevaihto. | 27 |
| Kuvio 7. Vastaajan asema. | 28 |
| Kuvio 8. Yrityksen taloudellisen tilan seuranta raporttien avulla. | 29 |
| Kuvio 9. Erilaisten raporttien seuranta. | 30 |
| Kuvio 10. Tunnuslukujen sisältyminen raporteihin. | 31 |

| | |
|--|----|
| Kuvio 11. Raporttien alkuperä. | 32 |
| Kuvio 12. Tyytyväisyys nykyisten raporttien ulkoasuun. | 33 |
| Kuvio 13. Tarve nykyistä raportointia kattavampiin raportteihin. | 34 |
| Kuvio 14. Erilaisten raporttien tarve. | 35 |
| Kuvio 15. Raportointitiheys. | 36 |
| Kuvio 16. Raportointikanava. | 37 |
| Kuvio 17. Raportin ulkoasu/esitystapa. | 38 |
| Kuvio 18. Kattavamman raportoinnin tuoma lisäarvo. | 39 |

TAULUKOT

| | |
|--|----|
| Taulukko 1. Laskentatoimen pääalueiden vertailua (Suomala ym. 2011, 10). | 9 |
| Taulukko 2. Yrityksen koon vaikutus raporttien seurantatiheyteen. | 29 |
| Taulukko 3. Väittämiä nykyisestä raportoinnista. | 34 |
| Taulukko 4. Yrityksen koon vaikutus toivottuun raportointitiheyteen. | 36 |

1 JOHDANTO

Taloushallinnon työt ovat tehostuneet ja automatisoituneet huomattavasti viime vuosikymmeninä taloushallinnon sähköistymisen ja digitalisoitumisen seurauksena. Myös raportointi on entistä automaattisempaa ja ajantasaisempaa. Yrityksen taloudellisella raportoinnilla on kaksi päätehtävää: ulkoisen laskentatoimen tuottamat raportit täyttävät lakisääteisen raportoinnin tarpeet, kun taas sisäisen laskentatoimen tuottamat raportit antavat informaatiota yrityksen johdolle päätöksenteon tueksi. Hyvän, käyttökelpoisen talousinformaation ominaisuuksia ovat muun muassa relevanttius, luotettavuus, ymmärrettävyys, ajankohtaisuus sekä esitystavan selkeys.

Tämä opinnäytetyö toteutetaan toimeksiantona Tilihalme Oy:lle, joka on kaarinalainen, vuodesta 1987 toiminut tilitoimisto. Tilihalme Oy:n asiakaskunta koostuu pienistä ja keskisuurista yrityksistä, yhdistyksistä sekä kiinteistöyhtiöistä. Yritys tarjoaa tilitoimistopalveluja, liiketaloudellista konsultointia sekä KHT-tilintarkastuspalveluita.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää kyselytutkimuksen avulla, millaista raportointia ja millaisella aikavälillä Tilihalme Oy:n kirjanpitoasiakkaat haluavat ja tarvitsevat yritystoimintansa tueksi. Tähän asti osa asiakkaista on saanut tulos- ja taseraportteja kuukausittain ja osa neljännesvuosittain. Osa saa myös kustannuspaikkakohtaisia kateraportteja. Raportit ovat pääasiassa lukuja, graafisia raportteja ei tällä hetkellä juurikaan lähetetä.

Tilihalme Oy haluaa selvittää asiakkaidensa raportointitarpeet ja -mielipiteet juuri nyt, koska yrityksessä ollaan ottamassa käyttöön taloushallinnon raportointiohjelma. Kyselyn avulla pyritään selvittämään, onko asiakkailla tarvetta ja kiinnostusta saada kattavampia taloudellisia raportteja. Kyselyn vastausten perusteella raportointiohjelmaan voidaan luoda asiakkaiden toiveiden mukaisia raportointipohjia. Taloudellinen raportointi on yksi tärkeimmistä palvelutuotteista, mitä tilitoimisto asiakkailleen tuottaa, minkä takia on hyvä varmistaa, että raportointi on asiakkaalle selkeää ja hyödyllistä.

Kysely lähetetään kaikille voittoa tavoitteleville kirjanpitoasiakkaille riippumatta asiakkaan yritysmuodosta. Tilintarkastusasiakkaille kyselyä ei lähetetä, koska heille raportoidaan kerran vuodessa tilintarkastuskertomuksen muodossa. Kyselyn kohderyhmä on noin 85 yritystä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään ulkoisen ja sisäisen laskentatoimen raportointitarpeita, taloudellisia tunnuslukuja, tilitoimiston asiakkailleen tuottamaa raportointia ja lisäarvoa sekä raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyyttä ja vaikuttavuutta. Empiirinen osuus koostuu toimeksiantajan esittelystä, kyselytutkimuksen vaiheiden kuvaamisesta ja tulosten analysoinnista. Työn viimeisessä luvussa esitetään johtopäätöksiä tehdystä työstä.

2 TILITOIMISTON ASIAKKAAN TALOUSRAPORTOINTI JA -VIESTINTÄ

2.1 Ulkoisen ja sisäisen laskentatoimen raportointitarpeet

Laskentatoimi jaetaan kahteen pääalueeseen: ulkoiseen laskentatoimeen ja sisäiseen laskentatoimeen. Ulkoinen laskentatoimi tarjoaa informaatiota yrityksen päätöksentekijöiden lisäksi ulkoisille sidosryhmille, kuten rahoittajille ja sijoittajille. Ulkoinen laskentatoimi on yrityksen lakisääteinen velvoite, mitä sääntelee esimerkiksi kirjanpitolaki ja -asetus, kirjanpitolautakunnan säädökset sekä yhtiölainsäädäntö. Ulkoinen laskentatoimi tuottaa kirjanpidon perusteella tuloslaskelman ja taseen. Tuloslaskelman tehtävänä on kuvata tilikauden tuloksen muodostumista ja osoittaa omistajille jakokelpoisen voiton määrä. Tase puolestaan kuvaa yrityksen tilinpäätöshetken taloudellista asemaa. Taseen vastaavaa-puoli kertoo, mihin yritystoimintaan sitoutunut pääoma on käytetty, kuten rakennuksiin, kalustoon, vaihto-omaisuuteen, saamisiin tai rahavaroihin. Taseen vastattavaa-puoli kertoo, mistä yritystoimintaan sitoutunut pääoma on saatu eli onko se esimerkiksi omistajien sijoittamaa pääomaa, kertyneitä voittovaroja tai rahoituslaitosten myöntämiä lainoja. (Järvenpää ym. 2010, 19–20; Suomala ym. 2011, 9.)

Ulkoisen laskentatoimen raportit tähtäävät yrityksen lakisääteisen raportoinnin täyttämiseen. Lakisääteisiä raportteja ovat tuloslaskelma- ja taseraporttien lisäksi pää- ja päiväkirjaraportit. Pääkirjassa liiketapahtumat ovat asiajärjestyksessä eli tileittäin, päiväkirjassa liiketapahtumat ovat aikajärjestyksessä. Ulkoisia raportteja ovat myös viranomaisilmoitukset, kuten arvonlisäveroilmoitukset, veroilmoitukset, tullin ilmoitukset ja työnantajailmoitukset. Palkkoihin liittyviä ilmoituksia toimitetaan verottajan lisäksi eläkevakuutus- ja vakuutusyhtiöille. (Alhola & Lauslahti 2003, 30; Lahti & Salminen 2008, 147–148.)

Laskentatoimen toinen pääalue, sisäinen laskentatoimi tai johdon laskentatoimi, ei ole lakisääteinen, vaan sen tarkoituksena on tuottaa informaatiota yrityksen

päätöksenteon tueksi. Sisäisen laskentatoimen tehtäviä ovat muun muassa operatiivisen tuloksen laskenta, kustannuslaskenta, kannattavuuden mittaaminen, tuottavuuden mittaaminen, investointilaskenta ja taloudellinen analyysi. (Järvenpää ym. 2010, 20; Suomala ym. 2011, 10–14.) Taulukossa 1 vertaillaan sisäistä ja ulkoista laskentatoimeita.

Taulukko 1. Laskentatoimen pääalueiden vertailua (Suomala ym. 2011, 10).

| | Johdon laskentatoimi/ sisäinen laskentatoimi | Ulkoisen laskentatoimi |
|-----------------------------|--|---|
| Olemassaolon peruste | Päätöksenteon tukeminen, käytännön hyödyllisyys | Lakisääteinen velvoite (mm. kirjanpitolaki, ja -asetus) |
| Keskeiset tuotokset | Erilaiset kustannus- ja kannattavuustarkastelut, mittarit ja mittaristot | Kirjanpito, tuloslaskelma ja tase |
| Asiakas | Yrityksen päätöksentekijät | Yrityksen päätöksentekijät ja ulkoiset sidosryhmät |
| Laskennan pääkohteet | Mikä tahansa, usein tuote tai asiakas, tietty projekti | Juridinen yrityskokonaisuus (entiteetti) |
| Resursointi | Nimetyt henkilöt ja monet omaan toimeensa liittyen | Nimetyt henkilöt, täsmälliset vastuut |
| Aikasuuntautuminen | Tulevaisuus (mitä voisi tapahtua), nykyisyys (missä ollaan nyt) ja menneisyys (mitä on tapahtunut) | Päättynyt kausi eli menneisyys ja nykyhetki |
| Keskeinen tietolähde | Kirjanpito, yrityksen toiminnanohjausjärjestelmä, asiakastietojärjestelmä | Kirjanpidon osalta tositteet liiketapahtumista, tuloksenlaskennan osalta kirjanpito |

Alhola ja Lauslahti (2003, 31–32) jakavat sisäisen laskentatoimen tuottamat laskelmat neljään eri tyyppiin: vaihtoehtolaskelmat ja tavoitelaskelmat tähtäävät tulevaisuuden suunnitteluun, tarkkailulaskelmat ja informaatiolaskelmat kertovat menneestä ja nykyisestä tilanteesta. Vaihtoehtolaskelmissa vertaillaan eri vaihtoehtojen kannattavuutta ja aikajänne voi ulottua useita vuosia eteenpäin. Vaihtoehtolaskelmia käytetään esimerkiksi investointipäätösten tukena, uusien liiketoimien suunnittelussa tai liiketoimintaa karsittaessa. Tavoitelaskelmat voivat olla esimerkiksi strategisia suunnitelmia seuraavalle viidelle vuodelle tai vuosisuunnitelmia eli budjetteja. Tarkkailulaskelmien avulla seurataan suunnittelu- ja tavoitelaskelmien toteutumista. Informointilaskelmat ovat osittain samoja kuin

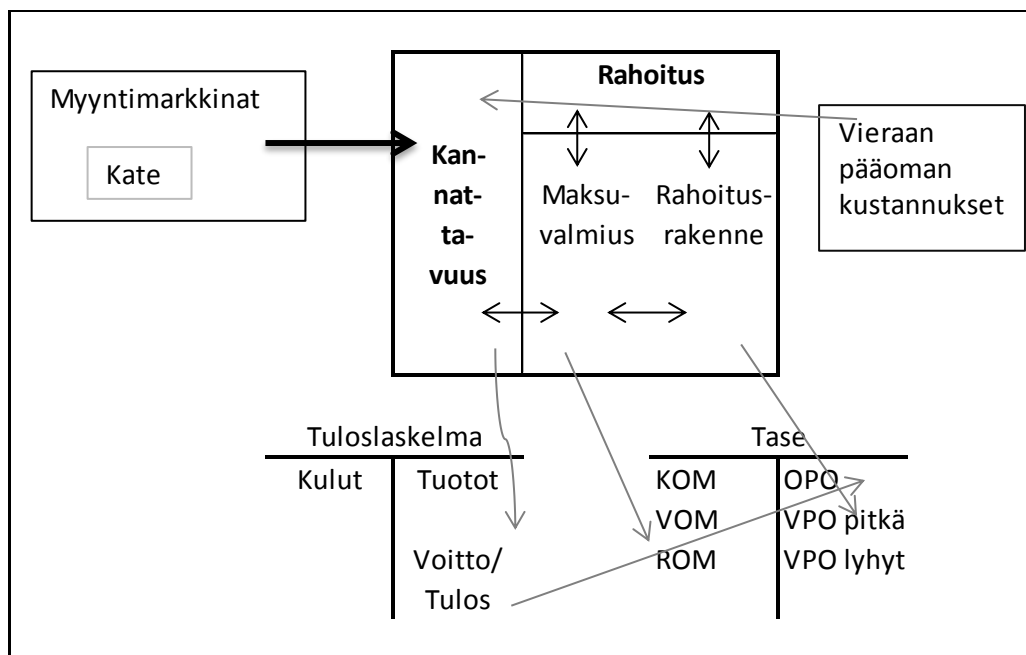
tarkkailulaskelmat ja ne tuottavat tietoa omistajille, verottajalle, tavarantoimittajille, asiakkaille ja luotonantajille. Yksi tärkeimmistä informointilaskelmista on yrityksen tilinpäätös.

Sisäisen laskentatoimen tuottamaan informaatioon liittyy ongelmia, jotka raporttien käyttäjän tulee tiedostaa. Laajuusongelman ratkaisemiseksi tulee miettiä, mitä kustannuksia ja tuottoja laskelmiin otetaan mukaan. Arvostusongelma liittyy laskelman arvostusperiaatteen valintaan: käytetäänkö esimerkiksi päivän hintaa, standardihintaa, oletettua tulevaa hintaa tai maksettua hintaa. Tuotannon tekijöitä käytetään usein pitkään ja monien tuotteiden valmistamiseen, minkä vuoksi syntyy jaksotusongelma. Poistoilla koneen hankintahinta jaetaan kustannukseksi käyttöiän mukaiselle ajanjaksolle. Pitkän valmistusajan vaativat tuotteet luovat myös tuottoihin liittyvän jaksotusongelman. Välilliset kustannukset aiheuttavat kohdistamisongelman, miten esimerkiksi johtoryhmän palkat kohdistetaan kustannuspaikoille, asiakkaille, tuotteille tai palveluille. Mittausongelma tarkoittaa sitä, että pitää päättää, miten ja millä tarkkuudella selvitetään tuottojen ja kustannusten määrä. Informaation haasteena on myös luotettavuus eli reliabiliteetti. Mittaustuloksen tulisi pysyä samana mittausta toistettaessa, jos tilanne ei ole muuttunut. Laskentatoimen informaation haasteena on lisäksi validiteetti, kokeeko informaation käyttäjä, että informaatio vastaa käyttötarvetta. Viimeinen ongelma on olennaisuus: mikä informaatio on olennaista ja merkittävää informaation käyttäjän näkökulmasta. (Järvenpää ym. 2010, 44–47; Tenhunen 2013.)

2.2 Taloudelliset tunnusluvut

Yrityksen tavoite ja olemassaolon edellytys on kannattava toiminta (Suomala ym. 2011, 39). Kannattavallekin yritykselle lyhytaikainen maksuvalmiuskriisi voi olla kohtalokas, jos yritys ei ole vakavarainen, jolloin se pystyisi selvittämään maksuvalmiuskriisin nopealla lainanotolla. Tästä voi päätellä, että menestyäkseen yrityksen tulee olla kannattava, maksukykyinen ja vakavarainen. Kannattavuuden ollessa hyvä maksuvalmius paranee. Toisaalta heikko kannattavuus

heikentää maksuvalmiutta. Maksuvalmiuden heikentyessä lyhytkestoinenkin toiminta joudutaan rahoittamaan lainarahalla. Tämän seurauksena vakavaraisuus heikkenee ja lainoista maksettavat korot huonontavat taas kannattavuutta. Huonosta kannattavuudesta seuraa negatiivinen syöksykierre, positiiviseen kierteeseen päästään hyvällä kannattavuudella. (Alhola & Lauslahti 2003, 147–148; Alhola & Lauslahti 2005, 154–155.) Kuviossa 1 kuvataan kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden yhteyttä.



Kuvio 1. Kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden yhteys (Alhola & Lauslahti 2003, 147).

Kannattavuus

Kannattavuus tarkoittaa yrityksen voitontuottokykyä; kuinka paljon yrityksen tuotoista jää jäljelle, kun niistä vähennetään kulut. Absoluuttinen kannattavuus tarkoittaa rahamääräistä lukua, joka saadaan kun tuotoista vähennetään kulut. Suhteellinen kannattavuus saadaan suhteuttamalla rahamääräinen luku vertailukuun, yleensä liikevaihtoon tai toimintaan sidotun pääoman määrään. Esimerkiksi suhteuttamalla voitto liikevaihtoon saadaan voittoprosentti ja suhteuttamalla liikevoitto liikevaihtoon saadaan liikevoittoprosentti. (Alhola & Lauslahti 2005, 163–164; Suomala ym. 2011, 39–40.)

Kannattavuutta kuvataan monilla erilaisilla mittareilla. Myyntikate ja käyttökate ovat yleisesti käytettyjä kannattavuuden mittareita, vaikka niitä ei enää kirjanpitolainsäädännön muututtua pystykään selvittämään suoraan virallisesta tuloslaskelmasta. Myyntikate saadaan vähentämällä tuotoista muuttuvat kustannukset. Myyntikateprosentin saamiseksi suhteutetaan myyntikate tuottoihin. Käyttökate tarkoittaa tuottojen ja muuttuvien ja kiinteiden kustannusten erotusta. Käyttökateprosenttiin päästään suhteuttamalla käyttökate tuottoihin. (Alhola & Lauslahti 2005, 165; Suomala ym. 2011, 40–41.)

Edellä esitettyjen tunnuslukujen lisäksi on mielenkiintoista tutkia, minkälaisilla panoksilla eli pääomilla tulos on saatu aikaiseksi. Oman pääoman tuottoprosentti (ROE) saadaan suhteuttamalla voitto omaan pääomaan. Voittona voidaan pitää tilikauden voittoa, mutta oma pääoma tulisi laskea tilikauden alun ja lopun keskiarvona. Oman pääoman tuottoprosentin arviointiin ei voida määritellä yleispäteviä suositusrajoja, koska yrityksen omistaja asettaa itse tuottotavoitteen. Yleensä kuitenkin ajatellaan, että tuottoprosentti on erinomainen, kun se on yli 20 %, hyvä, kun se on 15–20 %, tyydyttävä, kun se on 10–15 %, välttävä, kun se on 5–10 % ja heikko, kun se on alle 5 %. Oman pääoman tuottoprosenttia yleisemmin käytetty pääoman tuottoa kuvaava tunnusluku on sijoitetun pääoman tuottoprosentti (ROI). Suhteuttamalla voitto ja rahoituskulut sijoitettuun pääomaan saadaan sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Käytännössä voittona käytetään voittoa ennen rahoituskuluja ja veroja ja sijoitettuna pääomana omaa pääomaa ja korollisia velkoja. Sijoitetun pääoman tuottoprosentinkaan ohjearvoja ei voi määritellä, mutta yleisesti erinomaisena pidetään sitä, kun arvo on yli 15 %. Arvon ollessa 10–15 % se on hyvä, 6–10 % on tyydyttävä, 3–6 % on välttävä ja alle 3 % on heikko. (Alhola & Lauslahti 2005, 166–171; Balance Consulting 2015a; Balance Consulting 2015b.)

Vakavaraisuus

Vakavaraisuus kertoo oman pääoman ja vieraan pääoman suhteesta koko pääomaan. Vakavaraisuutta mitataan omavaraisuusasteella ja velkaantumisasteel-

la. (Alhola & Lauslahti 2003, 152; Alhola & Lauslahti 2005, 160.) Omavaraisuusaste kertoo yrityksen tappionsietokyvystä ja kyvystä selviytyä sitoumuksista pitkällä aikavälillä. Omavaraisuusaste lasketaan suhteuttamalla oma pääoma koko pääomaan. Mitä korkeampi yrityksen omavaraisuusaste on, sitä varmemmin yritys selviää tappiollisistakin vuosista. Yritys voi selvitä matalallakin omavaraisuudella, jos sen kannattavuus on hyvä ja jatkuu vakaana vuosittain, eikä tappioita synny. Jos kannattavuus laskee, matala omavaraisuus sisältää suuren riskin. Omavaraisuusasteelle on asetettu seuraavat viitteelliset ohjearvot: yli 50 % erinomainen, 35–50 % hyvä, 25–35 % tyydyttävä, 15–25 % välttävä ja alle 15 % heikko. (Balance Consulting 2015c.)

Yrityksen velkaantuneisuutta kuvataan nettovelkaantumisasteella, josta käytetään myös nimitystä gearing. Tunnusluku mittaa yrityksen korollisen nettovelan suhdetta omaan pääomaan. Yrityksen nettovelkaan päästään vähentämällä korollisista veloista likvidit rahavarat. Nettovelkaantumisaste kuvaa sitä, kuinka paljon yrityksellä on suhteessa omaan pääomaan sellaista velkaa, jota se ei pystyisi maksamaan välittömästi kassavaroillaan pois. Tunnusluvun arvon ollessa 100, yrityksen rahoitustilanne on vielä jokseenkin tasapainoinen omistajien ja rahoittajien pääomapanosten ollessa käytännössä yhtä suuret. Tunnusluvun arvon noustessa korkeammaksi heikkenevät yrityksen mahdollisuudet saada rahoittajilta lisärahoitusta. Nettovelkaantumisaste voi olla myös negatiivinen, mikä tarkoittaa sitä, että yrityksellä ei ole korollista velkaa tai velka voidaan maksaa takaisin kassavaroista. Nettovelkaantumisasteen ohjeelliset viitearvot ovat: alle 10 % erinomainen, 10–60 % hyvä, 60–120 % tyydyttävä, 120–200 % välttävä ja yli 200 % heikko. (Salmi 2007, 169–171; Balance Consulting 2015d.)

Kolmas vakavaraisuuden mittari on suhteellinen velkaantuneisuus, joka kertoo yrityksen velkojen suhteesta toiminnan laajuuteen. Aiemmin esitetyt vakavaraisuuden tunnusluvut ovat staattisia, mikä tarkoittaa sitä, että ne lasketaan tietyn hetken taseesta. Suhteellinen velkaantuneisuus on dynaaminen tunnusluku, ja se saadaan vähentämällä veloista saadut ennakkomaksut ja suhteuttamalla tämä luku tilikauden liikevaihtoon. (Salmi 2007, 171; Suomala ym. 2011, 47.) Suhteellinen velkaantuneisuus kuvaa yrityksen kykyä selvitä veloistaan. Mikäli

yrittäjien suhteellinen velkaantuneisuus on korkea, se tarvitsee hyvän ja vakaan käyttökateen selvitäkseen veloistaan vuosittain. Yritysten välinen suhteellisen käyttökateen mielekäs vertailu edellyttää samankaltaista kustannusrakennetta. (Suomala ym. 2011, 47; Balance Consulting 2015e.)

Maksuvalmius

Maksuvalmius eli likviditeetti mittaa, onko yrityksellä riittävästi nopeasti likvidoitavia eli rahaa tai rahaksi muutettavia varoja nopeasti erääntyvien velkojen kateeksi (Alhola & Lauslahti 2003, 149; Alhola & Lauslahti 2005, 156). Yrityksen negatiiviset kassavirrat syntyvät usein ennen positiivisia kassavirtoja, minkä vuoksi joudutaan hankkimaan rahoitusmarkkinoilta rahoitusta yrityksen käyttöön. Kassastamaksujen ja kassaanmaksujen välisen viiveen seurauksena syntynyt yritystoiminnan sitoman pääoman määrää kutsutaan käyttöpääomaksi. Käyttöpääoma saadaan, kun myyntisaamisten ja vaihto-omaisuuden summasta vähennetään ostovelat. (Suomala ym. 2011, 44.) Nettokäyttöpääoma ilmaisee pitkäaikaisella vieraalla pääomalla ja omalla pääomalla rahoitettavan rahoitus- ja vaihto-omaisuuden määrän. Se saadaan vähentämällä vaihto- ja rahoitusomaisuudesta lyhytaikainen vieras pääoma. (Alhola & Lauslahti 2003, 150; Suomala ym. 2011, 45.)

Maksuvalmiuden tunnuslukuja ovat muun muassa Quick ratio (QR) ja Current ratio (CR). Quick ratio saadaan suhteuttamalla yrityksen rahoitusomaisuus eli rahat ja pankkisaamiset, lyhytaikaiset saamiset ja rahoitusarvopaperit lyhytaikaisilla saaduilla ennakkomaksuilla vähennettyyn lyhytaikaiseen vieraaseen pääomaan. Tunnusluvun suositusarvo on 1, mikä tarkoittaa, että yrityksen rahoitusomaisuus kattaa täysin lyhytaikaiset velat. Pienemmälläkin arvolla yritys tulee toimeen, jos sen tulorahoitus on runsas ja vakaa. Quick ration viitteelliset ohjearvot ovat: yli 1,5 erinomainen, 1-1,5 hyvä, 0,5-1 tyydyttävä, 0,3-0,5 välttävä ja alle 0,3 heikko. (Alhola & Lauslahti 2005, 156–157; Balance Consulting 2015f.)

Current ratiossa nopeasti rahaksi muutettaviin eriin lasketaan mukaan myös yrityksen vaihto-omaisuus. Vaihto-omaisuuden oletetaan olevan suhteellisen likvidi, mikä käytännössä kuitenkin riippuu yrityksen toimialasta. Esimerkiksi vähittäiskaupan alalla Current ration käyttö on perusteltua, koska vaihto-omaisuus on nopeasti muutettavissa rahaksi. Tunnusluvun viitteelliset ohjearvot ovat: yli 2,5 erinomainen, 2-2,5 hyvä, 1,5-2 tyydyttävä, 1-1,5 välttävä ja alle 1 heikko. (Alhola & Lauslahti 2005, 158; Balance Consulting 2015g.)

2.3 Tilitoimiston asiakkaalleen tuottama raportointi ja lisäarvo

Perustan yrityksen kestäväälle kasvulle luovat asiakkuudet, minkä vuoksi ne ovat yrityksen keskeisin pääoma (Storbacka 2005, 13). Investoinnit esimerkiksi tuotekehitykseen, uusiin jakelu- ja viestintäkanaviin sekä tietojärjestelmiin ovat tosiasiassa investointeja asiakkuuksiin. Siksi pitäisikin pyrkiä suhteuttamaan kaikki investoinnit asiakkuuksiin, jotta varmistutaan siitä, että investoidaan sellaisiin asiakkuuksiin, jotka luovat kasvua ja kestäväää tulevaisuutta. (Storbacka 2005, 22–23.)

Asiakkuuden tavoitteena on luoda molemmille osapuolille arvoa. Asiakkuuden olemassaolon edellytyksenä on, että molemmat osapuolet kokevat saavansa vaihdannassa antamalleen arvolle vastineeksi jotain vielä arvokkaampaa. Jotta asiakkuus jatkuisi pitkäaikaisena, molempien osapuolten tulee kokea saavansa arvoa asiakkuuden ylläpitämisestä. (Storbacka 2005, 45–46.) Asiakasuskollisuuden tärkein lähde on lisäarvo eli tuotteen tai palvelun tulee olla asiakkaalle kustannuksia arvokkaampi. Kustannukseksi lasketaan hinnan lisäksi esimerkiksi palvelun hankintaan tai käyttöön menevä aika. Lisäarvo riippuu oman palvelun lisäksi tarjolla olevista muista vaihtoehdoista. Palvelun tulee tuottaa muita vaihtoehtoja enemmän positiivista lisäarvoa. (Pietilä 2011.)

Asiakkuuden vaihdantaprosessissa pyritään auttamaan asiakasta tuottamaan arvoa itselleen, ja toisaalta yrityksen on myös tarkoitus saada itselleen osa arvosta, joka asiakkaalle syntyy vaihdannan seurauksena (Storbacka 2005, 46). Partanen (2007, 54) kuitenkin muistuttaa, että ”asiakasuskollisuuden vahvista-

minen ja ylläpitäminen eivät tuota yritykselle arvoa, jos tuote- tai asiakaskannattavuudesta joudutaan tinkimään”. Arvon tuottaminen asiakkaalle ei ole yksinkertainen asia; yhdelle asiakkaalle arvokas asia voi olla täysin arvoton toiselle. Vaihdantaprosessissa tapahtuvia asioita kannattaa verrata asiakkaan tavoitteisiin: vaihdanta on arvokasta silloin, kun tilitoimisto auttaa asiakasta saavuttamaan tavoitteensa. Jos tehdään asioita, jotka eivät auta asiakasta saavuttamaan tavoitteitaan, tuhotaan arvoa. (Storbacka 2005, 48.)

Taloudellisen informaation ajatellaan antavan objektiivinen kuvaus yrityksen tuloksesta ja taloudellisesta asemasta. Talousinformaatio on myös relevanttia tietoa päätöksenteon tueksi antava tosiasioihin perustuva rahamääräinen laskelma. Partasen (2007, 32) mukaan laskentainformaation ominaisuuksia ovat muun muassa faktapohjaisuus, luotettavuus, objektiivisuus, täsmällisyys, olenaisuus, varmistettavuus, johdonmukaisuus, vertailtavuus ja uskottavuus. Laskentainformaatio tukee rationaalista päätöksentekoa, koska se edustaa taloudellisen edun maksimointia (Partanen 2007, 20).

Tilitoimisto lähettää kuukausittaisten viranomaisilmoitusten lisäksi asiakkaalleen raportteja ja yhteenvetoja sovitun mukaisesti, esimerkiksi kerran kuukaudessa tai neljännesvuosittain. Tilitoimisto tuottaa asiakkaalleen vain ne raportit, joista on palvelusopimuksessa tai muuten erikseen sovittu. Palvelusopimuksessa tulisi kirjallisesti sopia, kenelle raportit toimitetaan. Raporttien oikeellisuudesta vastaa loppukädessä asiakas, koska raportit perustuvat asiakkaan tilitoimistolle toimittamaan tietoon. (Suomen Taloushallintoliitto ry 2011.) Raportit voidaan jakaa staattisiin ja dynaamisiin raporteihin. Staattisia raportteja ovat esimerkiksi tulos- ja taseraportit, sillä ne ajetaan aina tietyssä formaatissa tietyillä parametreilla, ja muuttuva tekijä on esimerkiksi vain raportointikuukausi. Dynaamiset raportit muokataan muuttuvien parametrien avulla, jolloin päästään analysoimaan tietoa eri muuttujien mukaan. Sähköisiin järjestelmiin on mahdollista automatisoida raporttien lähetyksen, jolloin järjestelmä lähettää halutut raportit halutuille henkilöille automaattisesti. (Lahti & Salminen 2008, 152.)

Raporttien tulisi antaa ajantasaista tietoa yrityksen taloudellisesta tilanteesta ja sisältää päätöksenteon kannalta oleellista tietoa. Tilitoimiston asiakasyrityksen

tulee itse pohtia, millaista tietoa ja kuinka usein se tarvitsee liiketoimintansa ohjaamiseksi. (Syvänperä & Lindfors 2014; 12, 77.) Tilitoimiston tulee laatia asiakasyritykselleen tuottamansa raportit vastaamaan mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita. Tilitoimiston olisi hyvä neuvoa asiakastaan raporttien tulkinnessa. Annettua informaatiota kannattaa kommentoida, jos raportista käy ilmi sellainen yrityksen kannattavuutta, vakavaraisuutta, maksuvalmiutta tai muuta taloutta koskeva seikka, johon asiakkaan täytyy kiinnittää huomiota tai jonka merkitystä asiakas ei luultavasti ymmärrä. (Suomen Taloushallintoliitto ry 2011.)

Raporttien tulee olla ytimekkäitä ja kiinnittää huomio kriittisiin menestystekijöihin. Jotta kommunikointi on tehokasta, viestinnän tulee olla selkeää ja huomioida vastaanottaja. Tilitoimiston tulee viestiä niin, että asiakas ymmärtää viestin oikein. Usein viestit eivät välity vastaanottajalle lähettäjän tarkoittamalla tavalla. Tämä voi johtua esimerkiksi itse viestiin tai viestintätilanteeseen liittyvistä esteistä eli tekijöistä, jotka konkreettisesti heikentävät viestin perillemeno. Viesti ei ehkä tavoita kaikkia, joille se on tarkoitettu tai viestistä puuttuu olennaisia elementtejä. Viestintätilanteessa saattaa käydä myös niin, että viesti unohtuu muiden kilpailevien viestien viedessä kaiken huomion. Viestin perillemeno vaikeuttaa myös ihmisen muistikapasiteetin rajoitteet sekä se, että ihminen voi kokea viestin vähämerkitykselliseksi aikaisempien kokemustensa perusteella. (Partanen 2007, 20–21.)

Yksilölliseksi torjunnaksi kutsutaan sitä, kun viestin vastaanottaja arvioi viestin sanoman hyödyttömäksi tai epämiellyttäväksi, ei luota viestin lähteeseen tai vastaanottajan omat tiedot ovat ristiriidassa viestin kanssa. Sosiaalinen torjunta voi tapahtua, jos viestijän asenteet ja arvot tai sosiaalinen asema ja rooli eroavat merkittävästi vastaanottajan vastaavista. Jos viesti tulee väärän kanavan, median tai yhteyden kautta, toteutuu viestintätekninen torjunta. (Partanen 2007, 21–22.)

Suurissa yrityksissä talousjohtajien apulaisena työskentelee controller, joka toimii yrityksen sisäisenä talouskonsulttina tuottaen analyysyjä ja ennusteita. Pienemmissä yrityksissä tilitoimiston tuottamat raportit pyrkivät auttamaan yrityksen johtoa samaan tapaan, mutta pienemmässä mittakaavassa. Tilitoimisto vä-

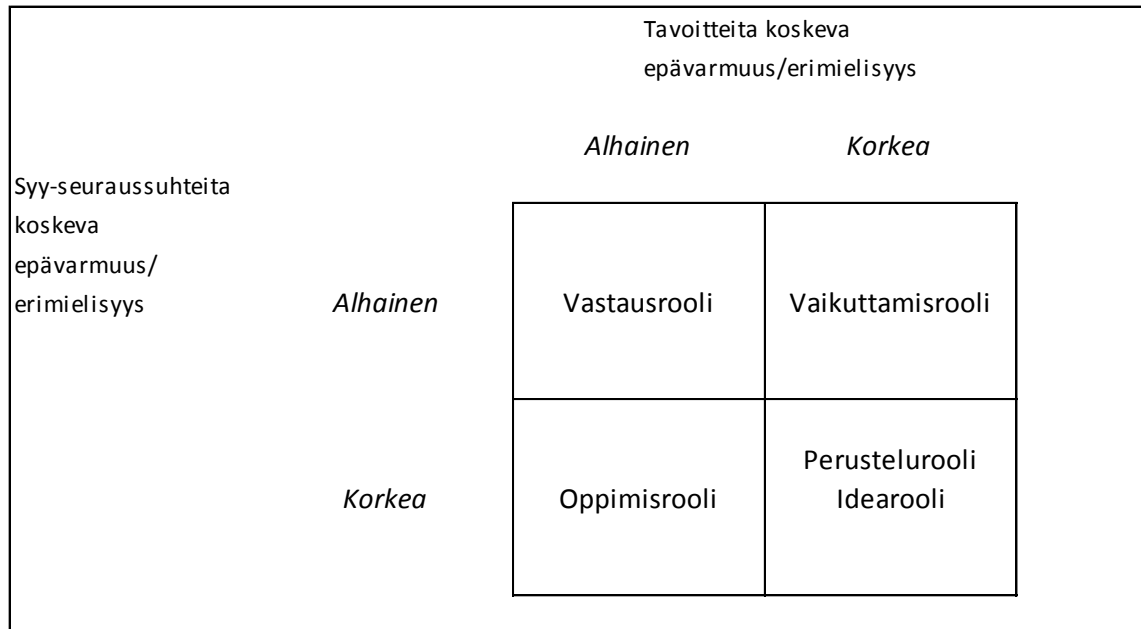
littää taloudellista asiantuntemustaan neuvoen ja opastaen yrityksen johtoa, ja tuottamallaan raporteilla pyrkii tukemaan yrityksen päätöksentekoa.

2.4 Raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyys ja vaikuttavuus

Hyvä, käyttökelpoinen talousinformaatio on relevanttia, luotettavaa, ymmärrettävää, ajankohtaista ja esitystavaltaan selkeää. Hyvään talousinformaatioon liittyy myös tulevaisuuden ennakointi, koska sen tehtävänä on vähentää epävarmuutta. Tulevaisuusorientoituneisuus auttaa yritystä havaitsemaan muutokset liiketoiminnan kannattavuudessa ajoissa, auttaa käynnistämään korjaavat toimenpiteet tuotetun tiedon pohjalta, auttaa kohdentamaan ja mitoittamaan resurssit oikein, tekee mahdolliseksi pidemmän aikavälin suunnittelun sekä varmistaa, että käytössä on jatkuvasti oikeaa, päivitettyä tietoa yrityksen tulevaisuuden näkymistä. (Partanen 2007, 39–42.)

Viestintä on mukana kaikessa suunnittelussa ja päätöksenteossa (Juholin 2013, 336). Sisäisellä talousviestinnällä tuodaan päätöstilanteisiin faktoja. Sisäisen talousviestinnän tehtäviä ovat strategioiden ja pitkän tähtäyksen suunnittelun tukeminen, resurssien kohdentaminen ja operatiivisen päätöksenteon ohjaus, kustannusjohtaminen ja -hallinta sekä toiminnan ohjaaminen ja suorituksen mitaus (Partanen 2007, 23). Taloushallinnon ammattilaisen tehtävänä on suodattaa olennainen tieto ymmärrettävään muotoon. Talousviestintä on vaikuttamista, ei ainoastaan lukujen raportointia ja laskelmien tuottamista. Vaikuttavan viestinnän tärkeä osa on ongelmien ennakointi. Tulevaisuuteen merkittävästi vaikuttavia heikkoja signaaleja kuulostelemalla voi ennakoida riskejä ja tunnistaa mahdollisuuksia. Jo realisoituneet ongelmat tulee hoitaa nopeasti ja määrätietoisesti. (Partanen 2007, 27–29.) Talousinformaation laadusta puhuttaessa kritisoidaan usein sitä, että talousinformaatio suuntautuu liaksi menneisyyteen. Talousinformaation ajatellaan myös vahvistavan lyhyen tähtäyksen taloudellisen hyödyn maksimointia pitkän tähtäyksen menestysedellytysten kustannuksella. (Partanen 2007, 38.)

Laskentatoimen roolimallin esitteli Burchell, Clubb, Hopwood, Hughes ja Nahapiet jo 1980-luvulla. Malli jäsentää laskentatoimen käyttötavat päätöksentekotilanteessa neljäksi erilaiseksi rooliksi syy- ja seuraussuhteita tai tavoitteita koskevan epävarmuuden tai erimielisyyden mukaan (kuvio 2).



Kuvio 2. Laskentatoimen roolimalli (Burchell ym. 1980, Partasen 2007, 34 mukaan).

Vastausroolissa oleva laskelma edellyttää, että päätöstilanne on selkeä ja erilaisten vaihtoehtojen kannattavuus saadaan laskelman avulla yksiselitteisesti selville. Vastausroolin mukaisen laskelman tulisi osoittaa kannattavin ratkaisu päätöstilanteessa, mikä harvemmin toteutuu, koska subjektiiviset arviot, oletukset ja näkemykset voivat poiketa suuresti eri laatijoiden kesken. Päätöksentekijä käyttää laskentainformaatiota oppimisroolin mukaisesti pyrkiessään ymmärtämään eri asioiden mahdollisia vaikutuksia, minkä ansiosta hän tunnistaa syy-seuraussuhteet paremmin ja päätöstilanteesta tulee jäsentyneempi ja hallitavampi. Vaikuttamisroolissa olevat laskelmat saatetaan usein sekoittaa vastausroolin edustamiin; laskelmat vaikuttavat antavan faktoihin perustuvan, objektiivisen ratkaisun, mutta tosiasiasa päätöksentekijä esittää laskelmia, joilla saavuttaa omien intressiensä mukaisen ratkaisun. Kun päätös on tehty jo ennen

laskelman laatimista, toteutuu perustelurooli ja idearooli. (Partanen 2007, 34–36.)

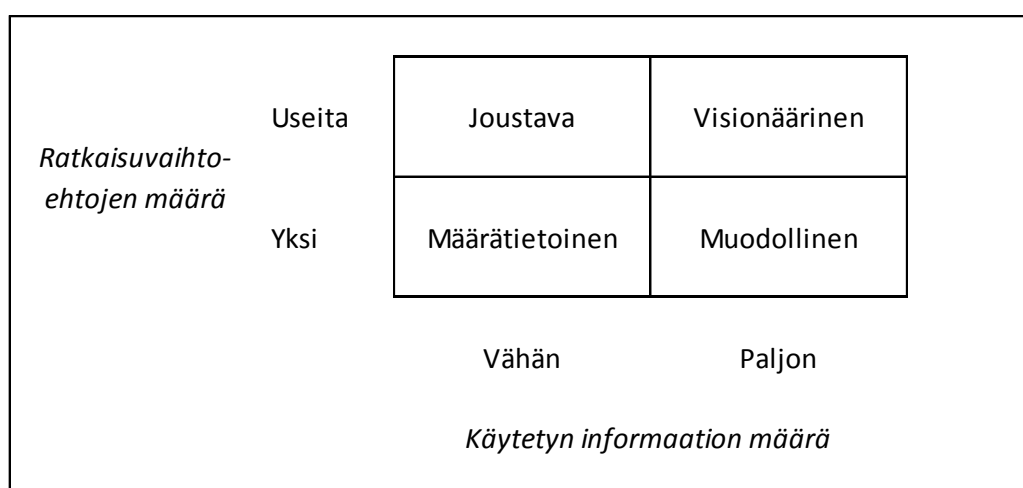
Laskentatoimi tuottaa relevanttia tietoa päätöksenteon tueksi. Laskentainformaation tuottamiseen liittyy aina vaikuttamista, vaikka pyrittäisiin kuvaamaan todellisuutta objektiivisesti ja neutraalisti. Laskentatoimella on erilainen merkitys päätösprosessin eri vaiheissa: ongelmien tunnistamisessa, vaihtoehtoisten ratkaisujen arvioinnissa sekä päätösten toteuttamisen tarkkailussa ja valvonnassa laskentatoimen merkitys on suuri, kun taas ratkaisuvaihtoehtojen luomisessa ja toimintastrategioiden valinnassa sen merkitys on vähäisempi. (Partanen 2007, 135–136.)

Ihmiset tekevät päätöksiä eri tavoin, minkä vuoksi talousviestinnän onnistumisen varmistamiseksi on tärkeää tunnistaa erilaiset päätöstyylit. Ihmiset tulkitsevat informaatiota aikaisempien kokemustensa, omaksumiensa käsitysten ja tilanteesta muodostamansa kuvan perusteella. Myös ihmisen persoonallisuus vaikuttaa siihen, miten hän käyttää informaatiota päätöstilanteessa. (Partanen 2007, 137.)

Harkitseva päätöksentekijä muodostaa käsityksensä olennaisimmaksi katsomansa tiedon perusteella ja tekee päätöksen suhteellisen nopeasti. Harkitseva päätöksentekijä voi korjata päätöstään, jos aiemmat tiedot ja niihin pohjautuvat ratkaisut osoittautuvat myöhemmin puutteellisiksi. Havaitseva päätöksentekijä selvittää taustatekijät, ongelman aiheuttaneet syyt ja mahdollisten ratkaisujen oletetut seuraukset ennen kuin päätyy huolellisesti harkittuun ratkaisuun. Havaitsevan päätöksentekijän tekemän päätöksen muuttamiseksi tarvitaan vahva näyttö päätöksenteon perusteiden puutteista tai merkittäviä toteutusongelmia. Intuitiivinen päätöksentekijä yhdistelee innovatiivisesti eri lähteistään saamiaan tietoja ja luo oman käsityksensä eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Aistihavainto-orientoitunut päätöksentekijä keskittyy yksityiskohtiin, ja saattaa pienenkin epä tarkkuuden havaitessaan kyseenalaistaa laskelmien luotettavuuden. Emotionaalinen päätöksentekijä luottaa tilanteesta syntyneeseen näkemykseen ja lähinnä testaa laskelmilla ajatusmallinsa toimivuutta. Ajatteluorientoitunut päätöksentekijä tarvitsee runsaasti faktatietoa päätöksentekonsa tueksi. Hän myös

pohtii toimenpiteiden syy-seuraussuhteita analyttisesti. (Partanen 2007, 138–139.)

Jotta talousviestintä on vaikuttavaa, sen tulee onnistua kiinnittämään yrityksen johdon huomio haluttuihin asioihin. Taloudellisen informaation tuottamisessa ja esitystavoissa tuleekin ottaa huomioon erilaiset päätöstyylit (kuvio 3). Määrätietoista päätöstyylä käyttävä johtaja muodostaa vain yhden ratkaisuvaihtoehdon saamastaan informaatiosta. Määrätietoisin päätöstyylin vahvuutena on analyttisyys ja johdonmukaisuus. Nopea päätöksenteko saattaa johtaa siihen, että kaikkia päätökseen vaikuttavia tekijöitä ei huomioida, jolloin kaikkia toiminnallisia riskejä ei kartoiteta. Määrätietoinen päätöksentekijä tarvitsee raportin, jossa on keskitytty vaikutukseltaan merkittävimpiin päätökseen vaikuttaviin tekijöihin. Informaation tulisi olla ytimekästä ja olennaiseen keskittyvää. (Partanen 2007, 139–140.)



Kuvio 3. Päätöstyylit, informaation käyttö ja ratkaisuvaihtoehtojen määrä (Driver & Mock 1975, Partanen 2007, 140 mukaan).

Muodollista päätöstyylä käyttävä johtaja tutustuu huolella yksityiskohtaiseen informaatioon ja analysoi erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja perusteellisesti löytääkseen tilanteeseen parhaiten soveltuvan vaihtoehdon. Muodollisen päätöstyylin käyttö tekee päätöksenteosta raskasta ja hidasta. Toisaalta sen vahvuutena on kattava analyysi. Talousorganisaatiolle aiheutuu muodollisesta päätöstyylistä

usein paljon työtä erilaisten yksityiskohtaisten raporttien vuoksi. (Partanen 2007, 141.)

Joustavaa päätöstyylillä käyttävät johtajat ovat usein intuitiivisia, tunnistavat kehittämismahdollisuuksia ja tarttuvat niihin aktiivisesti. Joustavan päätöstyylin johtaja kehittää ratkaisuvaihtoehtoja, vaikka informaatio olisi niukkaa, sirpaleista tai muuten puutteellista. Joustavan päätöstyylin heikkoutena on linjattomuus, suunnittelemattomuus, tilanteen erityispiirteiden ylikorostaminen ja kyvyttömyys tunnistaa eri toimintavaihtoehtojen potentiaalisia ongelmia. Joustavan päätöstyylin johtaja tarvitsee yhteenvetoraporttien lisäksi erillisanalyysejä kehittämissaasteista ja -mahdollisuuksista. (Partanen 2007, 141–142.)

Visionäärisessä päätöstyylissä yhdistellään eri informaatiolähteistä saatuja tietoja ja arvioidaan erilaisia näkemyksiä toisiinsa suhteuttaen. Informaatiota käytetään joustavasti ja suunnitelmia voidaan päivittää koetun tarpeen mukaan tulevaisuusorientoituneesti. Visionäärisen päätöstyylin johtaja ottaa haltuun päätöstilanteen monimutkaisuuden ja etsii aktiivisesti uusia ideoita vaihtoehtona ongelmien ratkaisemiselle. Usein visionäärisen päätöstyylin heikkoudeksi muodostuu se, että tavanomaiset ratkaisut hylätään, koska ne eivät ole riittävän edistyksellisiä. Talousinformaation tulisi tukea innovaatioiden ja ideoiden arvioimista sekä analysoida toteuttamismahdollisuuksia. (Partanen 2007, 142.)

Vaikuttavalla talousviestinnällä haastetaan johtoa ajattelemaan uudella tavalla. Taloushallinnon viestit joutuvat kilpailemaan muiden viestien kanssa, joten joskus viestin läpiviemiseksi on panostettava sen huomioarvoon. Jotta viestintä olisi vaikuttavaa, tulee valita fokus. Esimerkiksi kuukausiraportin kommentteissa on hyvä keskittyä enintään kolmeen ydinviestiin, jotka kertovat kuukauden kokonaistilanteesta. Viestit on tärkeää esittää selkeästi ja johdonmukaisesti, koska vastaanottoja turtuu kuukausittain samansisältöiseen ja samalla tavalla esitettyyn vakio- tai kaavamaiseen informaatioon. (Partanen 2007, 31.)

Talousinformaation vaikuttavuus saattaa usein kärsiä, jos informaatio ei ole riittävän ymmärrettävää. Laskentareportin saajan tulee pystyä tarkastelemaan tietoja asiantuntevasti, mikä on usein haastavaa, koska talousinformaatio ei ole

selkokieltä, jota kaikki ymmärtävät luonnostaan. Talousinformaatiota tuotettaessa tulisi ottaa huomioon raportin vastaanottajan tietämys raporttiin liittyvistä aiheista. Talousinformaatiosta on usein ylitarjonta, minkä vuoksi raportin laatijan tulee olla tietoinen raportin vastaanottajan tiedontarpeesta ja vastaanottokyvystä. Tiedon merkityksellisyyttä voi pyrkiä vahvistamaan kehittämällä tiedon esitystapaa ja lisäämällä tiedon analysointia. Esitystavasta saadaan selkeää käytämällä raportoinnissa visualisointia, tiivistystä ja graafisia esitystapoja. Olennaisimmat tiedot olisi hyvä saada yhdelle A4-arkille, minkä lisäksi voidaan laatia olennaisimpia tietoja syventävä laajempi raportti. (Partanen 2007, 43–45; Juholin 2013, 335.)

3 KYSELY TILIHALME OY:N ASIAKKAILLE

Opinnäytetyön empiirisen osuuden tarkoituksena on kartoittaa toimeksiantajan, Tilihalme Oy:n, asiakkaiden mielipiteitä taloudellisesta raportoinnista: onko raportointi riittävää nykyisessä muodossa vai olisiko asiakkailla kiinnostusta saada kattavampaa raportointia. Tässä luvussa esitellään ensiksi lyhyesti toimeksiantaja, minkä jälkeen kerrotaan tutkimuksen vaiheista ja lopulta perehdytään tutkimuksen tuloksiin.

3.1 Toimeksiantajan esittely

Tilihalme Oy on vuonna 1987 perustettu tilitoimisto, jonka toimipaikka sijaitsee Littoisissa, Kaarinassa. Tilihalme Oy:n asiakaskunta koostuu pienistä ja keskiuurista yrityksistä, yhdistyksistä sekä kiinteistöyhtiöistä. Yritys tarjoaa tilitoimistopalveluja, liiketaloudellista konsultointia liiketoiminnan eri vaiheissa sekä KHT-tilintarkastuspalveluita.

Tähän asti osa kirjanpitoasiakkaista on saanut tulos- ja taseraportteja kuukausittain, osa neljännesvuosittain, osa puolivuositain ja osa kerran vuodessa. Osa saa myös kustannuspaikkakohtaisia kateraportteja. Lähetettävät raportit ovat pääasiassa lukuja, graafisia raportteja ei tällä hetkellä juurikaan lähetetä.

3.2 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimus päätettiin toteuttaa kysely- eli survey-tutkimuksena, jossa aineistoa kerätään standardoidusti ja kohdehenkilöt muodostavat otoksen tietystä perusjoukosta. Kyselytutkimuksen avulla kerätty aineisto käsitellään yleensä kvantitatiivisesti. Kyselytutkimuksen etuna voidaan pitää sitä, että sen avulla voi kerätä laajan tutkimusaineiston: tutkimuksessa voidaan kysyä monia asioita ja siihen voidaan saada paljon henkilöitä. Huolellisesti suunnitellun lomakkeen aineisto voidaan käsitellä nopeasti ja se pystytään analysoimaan tietokoneen avulla. Lisäksi aikataulu on mahdollista arvioida melko tarkasti. Kyselytutkimuksen

heikkoutena voidaan pitää sitä, että vastaajien kyselyyn suhtautumisen vakaudesta ei voida varmistua: vastaajat eivät välttämättä ole pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Vastausvaihtoehdot eivät välttämättä ole onnistuneita, jolloin väärinymmärrykset ovat mahdollisia ja niitä on vaikea kontrolloida. Lisäksi tutkija ei voi tietää, kuinka perehtyneitä vastaajat ovat käsiteltävään aiheeseen. Suurin varsinkin posti- tai verkkokyselynä toteutettavien kyselytutkimusten ongelmista on kato eli vastaamattomuus. Valikoimattomalle joukolle lähetetyn lomakkeen vastausprosentiksi voi odottaa yleensä parhaimmillaan 30–40 prosenttia. Erityisryhmälle, jolle kyselyn aihe on tärkeä, lähetettyyn kyselyyn voidaan odottaa korkeampaa vastausprosenttia, jopa 70–80 prosenttia. (Hirsjärvi ym. 2009, 193–196.)

Tutkimuksen kohderyhmäksi valittiin Tilihalme Oy:n voittoa tavoittelevat kirjanpitoasiakkaat. Pois rajattiin tilintarkastusasiakkaat, yhdistykset ja kiinteistöyhtiöt. Osalla Tilihalme Oy:n asiakkaista on useita yrityksiä, jolloin kysely lähetettiin yrittäjälle vain kerran. Kohderyhmän rajaamisen jälkeen kysely lähetettiin lopulta 84 eri yritykselle.

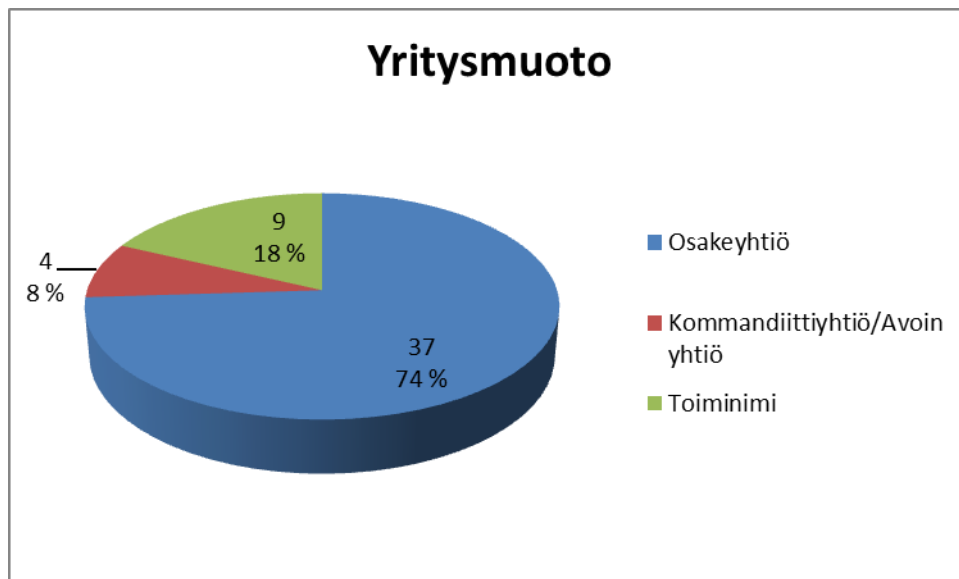
Kyselyn toteuttamista pohdittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja lopulta päädyttiin luomaan kyselylomake KyselyNetti-sivustolle. Nettikyselyyn päädyttiin, koska siihen vastaaminen on helppoa ja suhteellisen vaivatonta verrattuna postitse lähetettävään kyselyyn. Vastausprosentin ajateltiin olevan sitä parempi, mitä vaivattomampaa kyselyyn vastaaminen on. Lopullisessa kyselyssä oli 16 strukturoitua kysymystä, joista kuudessa oli mahdollista vastata annettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi omin sanoin. Kyselylomake muovautui lopulliseen muotoonsa opinnäytetyön ohjaajan ja toimeksiantajan kommenttien ja toivomusten pohjalta.

Linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostitse asiakkaille ensimmäisen kerran 15.10.2015 ja vastausaika annettiin kymmenen päivää. Vastausajan päätyttyä todettiin, että vastauksia oli saatu 29 yritykseltä. Tämän jälkeen lähetettiin sähköpostitse muistutusviesti kyselystä ja annettiin vastausaika 1.11.2015 asti. Muistutus tuotti mukavasti tulosta ja lopulta vastauksia saatiin 50 yritykseltä eli vastausprosentti oli 59,5 %. Seitsemän vastaajaa ei vastannut kaikkiin kysy-

myksiin, joten viimeiseen kysymykseen saatiin vastauksia vain 43. Kyselyn kysymykset, saatekirje ja muistutusviesti löytyvät opinnäytetyön liitteistä.

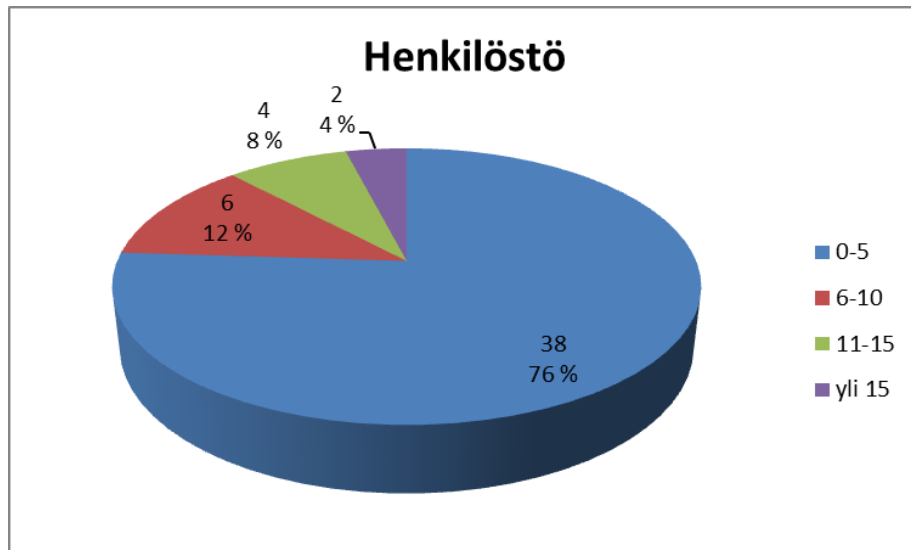
3.3 Kyselytutkimuksen tulosten analysointi

Kyselyn 16 kysymystä liittyivät kolmeen eri osioon: neljä ensimmäistä kysymystä liittyivät yrityksen perustietoihin, seuraavat kuusi kysymystä raportoinnin nykytilaan ja viimeiset kuusi kysymystä raportoinnin kehitystarpeisiin. Ensimmäinen kysymys koski yritysmuotoa. Vastaajista suurin osa oli osakeyhtiötä, hieman alle viidesosa toiminimiä ja loput kommandiittiyhtiötä tai avoimia yhtiötä. Kuviossa 4 on esitetty vastaajien jakautuminen yritysmuodoittain. Vastaajien yritysmuotojakauma on looginen, sillä suurin osa Tilihalme Oy:n asiakkaista on osakeyhtiötä, toiminimiä on jonkin verran ja kommandiittiyhtiötä ja avoimia yhtiötä on vähiten.



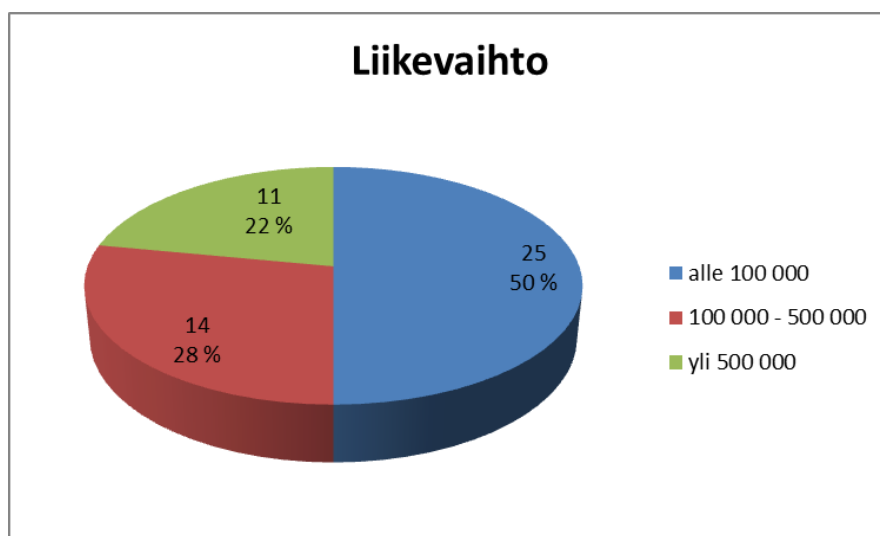
Kuvio 4. Yritysmuoto.

Toinen kysymys käsitteli yrityksen henkilöstömäärää. Kuvio 5 käy ilmi, että vastaajien yrityksistä selvä enemmistö työllistää 0-5 henkilöä. Yli 15 henkilöä työllistäviä yrityksiä on kaksi vastaajista. Loput vastaajista työllistävät 6–10 tai 11–15 henkilöä.



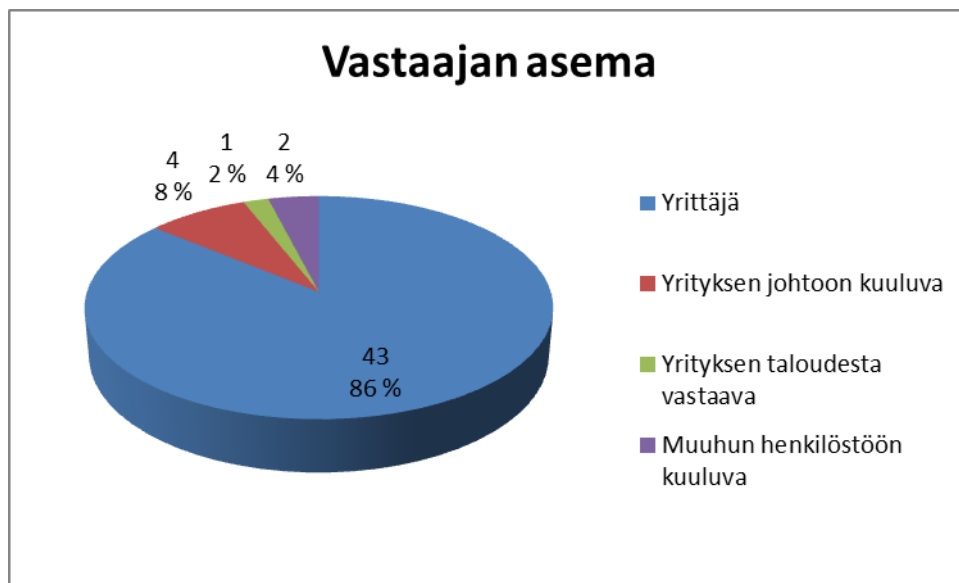
Kuvio 5. Henkilöstö.

Kolmas kysymys selvitti vastaajien yrityksen kokoa liikevaihdon avulla. Puolet vastaajista edusti yritystä, jonka liikevaihto on alle 100 000 euroa vuodessa. Reilu neljäsosa vastaajista ilmoitti yrityksensä liikevaihdon olevan 100 000 - 500 000 euroa ja hieman yli viidesosa sanoi sen olevan yli 500 000 euroa vuodessa (kuvio 6). Myöhemmin tässä luvussa kutsutaan vastaajia, joiden liikevaihto on alle 100 000 euroa, pieniksi yrityksiksi, liikevaihdoltaan 100 000 – 500 000 euron yrityksiä kutsutaan keskisuuriksi yrityksiksi ja liikevaihdoltaan yli 500 000 euron yrityksiä kutsutaan suuriksi yrityksiksi.



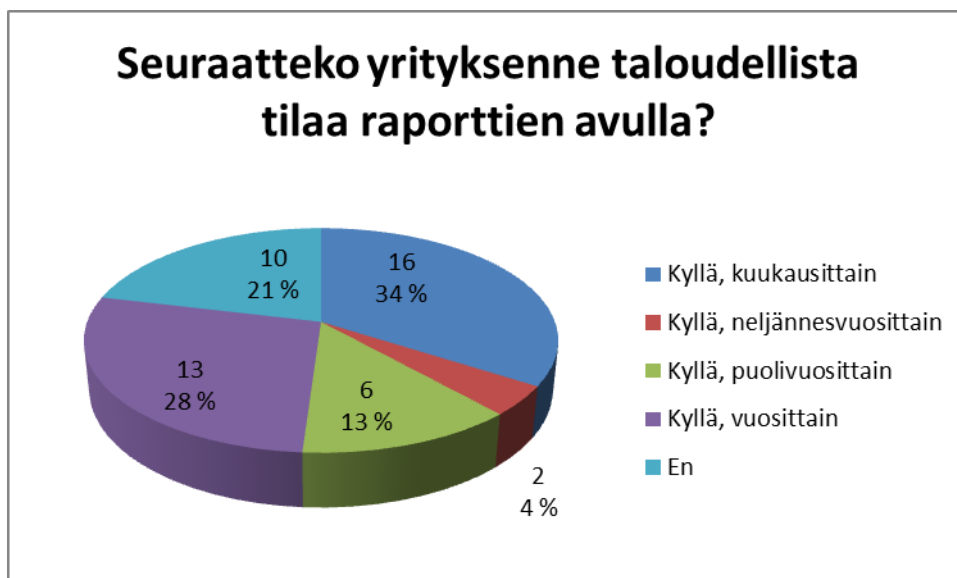
Kuvio 6. Liikevaihto.

Neljännessä ja samalla viimeisessä yrityksen perustietoja käsittelevässä kysymyksessä kysyttiin vastaajan asemaa yrityksessä. Selvästi suurin osa vastaajista ilmoitti olevansa yrittäjä, mikä on loogista, koska tutkimuksen kohderyhmän yritykset ovat pieniä ja keskisuuria yrityksiä, joissa yrittäjä yleensä hoitaa johtamiseen ja päättämiseen liittyvät asiat itse. Muutama vastaajaa kertoi kuuluvansa yrityksen johtoon ja pari kertoi kuuluvansa yrityksen muuhun henkilöstöön. Yksi vastaaja ilmoitti olevansa yrityksen taloudesta vastaava (kuvio 7).



Kuvio 7. Vastaajan asema.

Raportoinnin nykytilaa koskevista kysymyksistä ensimmäisessä haluttiin selvittää seuraavatko vastaajat yrityksensä taloudellista tilaa raporttien avulla (kuvio 8). Muutama vastaaja jätti kyselyn kesken jo tässä vaiheessa, joten viidennen kysymyksen osallistujamäärä on 47 vastaajaa. Suurin osa vastaajista ilmoitti seuraavansa yrityksensä taloudellista tilaa raporttien avulla: vastaajista 16 seuraa kuukausittain, kaksi neljännesvuosittain, kuusi puolivuositain ja 13 vuosittain. Lisäksi kymmenen vastaajaa kertoi, ettei seuraa yrityksensä taloudellista tilaa raporttien avulla.



Kuvio 8. Yrityksen taloudellisen tilan seuranta raporttien avulla.

Ristiintaulukoimalla tuloksia (taulukko 2) selvisi, että kuukausitasolla yrityksen taloudellista tilaa seuraavista puolet on suuria yrityksiä. Loput kuukausitason seuraajat jakautuvat tasaisesti kahteen muuhun liikevaihtoluokkaan. Neljännesvuosittain seuraajat ovat keskisuuria ja suuria yrityksiä. Puolivuositin yrityksensä taloudellista tilaa seuraavia löytyi kaikista liikevaihtoluokista, suurin osa on kuitenkin pieniä yrityksiä. Lähes kaikki vuositasolla yrityksensä tilaa seuraavista ovat pieniä yrityksiä, kuitenkin myös kaksi keskisuurta ja yksi suuri yritys kertoo seuraavansa yrityksensä tilaa kerran vuodessa. Niistä, jotka eivät seuraa yrityksensä taloudellista tilaa, puolet on pieniä ja puolet keskisuuria yrityksiä.

Taulukko 2. Yrityksen koon vaikutus raporttien seurantatiheyteen.

| Raporttien seuraamisen tiheys | | | | | | |
|-------------------------------|----------|----------------|------------|-------|-----------|----------|
| Yrityksen liikevaihto | Kuukausi | Neljännesvuosi | Puolivuosi | Vuosi | Ei seuraa | Yhteensä |
| alle 100 000 | 3 | 0 | 4 | 10 | 5 | 22 |
| 100 000 - 500 000 | 5 | 1 | 1 | 2 | 5 | 14 |
| yli 500 000 | 8 | 1 | 1 | 1 | 0 | 11 |
| Yhteensä | 16 | 2 | 6 | 13 | 10 | 47 |

Seuraavassa kysymyksessä tarkennettiin, minkälaisia raportteja vastaajat seuraavat. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampia vastausvaihtoehtoja ja kertoa seuraamistaan raporteista myös omin sanoin. Tulos- ja taseraportteja

seuraa lähes kaikki kysymykseen vastanneista, 33 henkilöä (kuvio 9). Sisäiseen laskentaan liittyviä raportteja, esimerkiksi budjettiseurantaa tai rahavirtalaskelmia, seuraa kahdeksan vastaajaa. Yhdeksän vastaajaa valitsi lisäksi vaihtoehdon ”Muita, mitä?”, jonka lisäkenttään sai kirjoittaa itse vastauksen. Lisäkentän vastaukset olivat seuraavanlaisia:

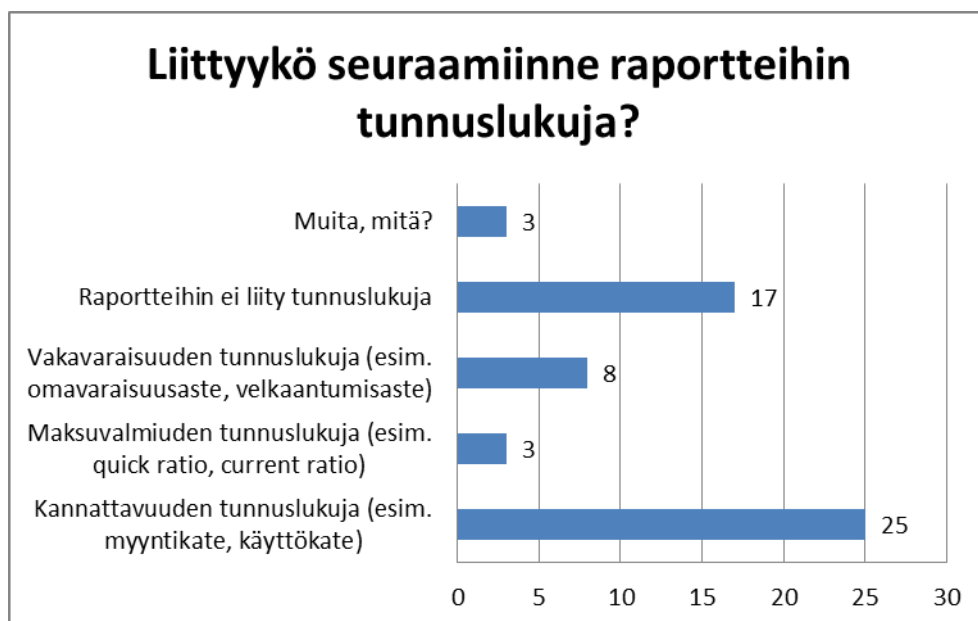
- Osastokohtaiset myynnit ja kulut
- Laskutus, myyntisaamiset, ostovelat, kassa
- Kustannuspaikkakohtaiset raportit
- Projekti-/asiakaskannattavuutta
- Itse johdettuja tilanteen mukaan
- Tehdään itse erilaiset laskelmat, melko työlästä
- Homma on sen verran pientä ja simppeä, ettei varsinaiselle raportoinnille ole tarvetta
- Kaikkia, joita lähetetään



Kuvio 9. Erilaisten raporttien seuranta.

Kyselyn seitsemännessä kysymyksessä selvitettiin, liittykö vastaajien seuraamiin raportteihin tunnuslukuja. Kysymykseen saatiin 45 vastausta. Kannattavuuden tunnuslukuja, kuten myyntikatetta ja käyttökatetta, seuraa 25 vastaajaa, maksuvalmiuden tunnuslukuja, kuten quick ratiota tai current ratiota, seuraa kolme vastaajaa ja vakavaraisuuden tunnuslukuja, kuten omavaraisuusastetta tai velkaantumisastetta, seuraa kahdeksan vastaajaa (kuvio 10). Vastaajista 17 ilmoitti, ettei heidän seuraamiinsa raportteihin liity tunnuslukuja. ”Muita, mitä?” -vastausvaihtoehtoon saatiin kolme vastausta:

- Tuotekohtaisia kannattavuuksia
- Kassavirta
- En saa raportteja

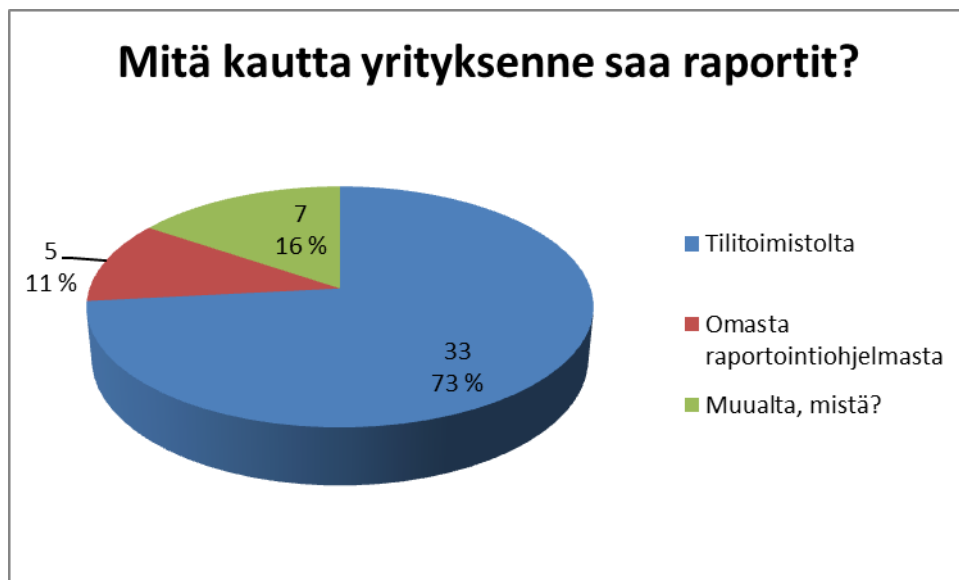


Kuvio 10. Tunnuslukujen sisältyminen raportteihin.

Kyselyn vastaajat saavat raporttinsa vastausten perusteella suurimmaksi osaksi tilitoimistolta (kuvio 11). Pieni osa vastaajista saa raportteja omasta raportointiohjelmastaan. Lisäksi vastausvaihtoehtoon ”Muualta, mistä?” tuli seitsemän vastausta:

- Satunnaisesti tilitoimistolta

- Pankista
- Tilitoimistolta, omasta raportoinnista ja johtamalla itse edellisistä
- Teen itse
- Yrityksen tilaa seurataan koko ajan reaaliaikaisesti. Johtuen yrityksen liiketoimintamallista, yrityksen tulot tulevat projektiluontoisista vientikaupoista.
- Lasketaan Excelillä
- Kirjanpitäjältä pyydettäessä



Kuvio 11. Raporttien alkuperä.

Yhdeksäs kysymys kartoitti vastaajien tyytyväisyyttä nykyisten raporttien ulkoasuun. Suurin osa vastaajista kertoi olevansa tyytyväisiä nykyisiin raporteihin, mutta reilu viidennes vastaajista ei ollut tyytyväinen nykyisten raporttien ulkoasuun. Tästä voidaan päätellä, että ainakin osa asiakkaista voisi olla kiinnostunut erillisellä raportointiohjelmalla tuotetuista raporteista, joiden ulkoasua ja esitystapaa on mahdollista muokata, toisin kuin kirjanpito-ohjelman tuottamia raporteja.



Kuvio 12. Tyytyväisyys nykyisten raporttien ulkoasuun.

Raportoinnin nykytilaa koskevista kysymyksistä viimeinen oli hieman erilainen verrattuna muihin kysymyksiin. Siinä esitettiin väittämiä, joista vastaajan oli tarkoitus valita tilannettaan parhaiten kuvaavia väittämiä. Vastaaja pystyi valitsemaan useita väittämiä. Taulukossa 3 on esitetty väittämät ja kuinka moni vastaaja valitsi kyseisen väittämän kuvaamaan nykyistä taloudellista raportointiaan. Kysymykseen osallistui 45 vastaajaa ja väittämiä valittiin 99 kertaa, mistä voidaan päätellä, että useimmat vastaajista valitsivat kaksi sopivinta väittämää. Monet vastaajat olivat sitä mieltä, että raporttien tarjoama tieto on olennaista. Mielenkiintoista on, että lähestulkoon vastakohtaiset väittämät ”Raporttien tarjoama tieto on selkeää ja ymmärrettävää” sekä ”Raportit ovat usein vaikeaselkoisia” valittiin molemmat 15 kertaa. 13 vastaajaa ilmoitti seuraavansa raportteja tarkasti ja 12 vastaajaa kertoi raporttien vaikuttavan yrityksensä käytännön toimintaan. Kymmenen vastaajaa oli sitä mieltä, etteivät he saa tarpeeksi heitä hyödyttäviä raportteja. Viidestä vastaajasta tuntuu siltä, että heidän on vaikeaa löytää raporteista itselleen olennaista tietoa. Kolme vastaajaa sanoi, että raporteista ei ole heille mitään hyötyä, ja kahden vastaajan mielestä raporteissa on liikaa tietoa. Raportit ovat siis selkeästi tarpeellisia ja niistä on hyötyä vastaajille. Osa vastaajista tuntuisi kuitenkin tarvitsevan apua raporttien tulkinnessa, jotta saavutettaisiin suurin potentiaalinen raporttien tarjoama hyöty. Raporttien ym-

märrettävyyttä tulisi parantaa, mikä varmasti vaikuttaisi myönteisesti myös raporttien vaikuttavuuteen.

Taulukko 3. Väittämiä nykyisestä raportoinnista.

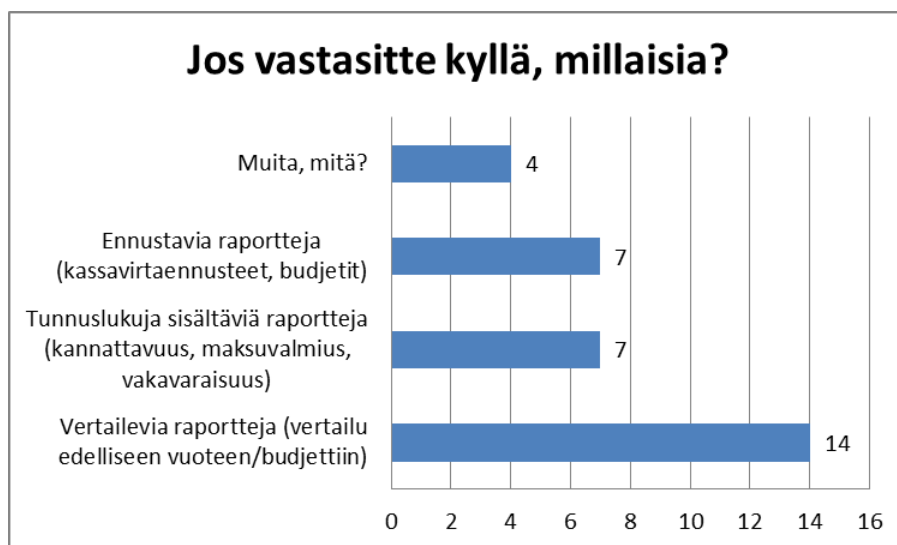
| Seuraavassa on esitetty nykyistä taloudellista raportointianne koskevia väittämiä. Valitkaa tilannettanne parhaiten kuvaavia väittämiä. | |
|--|----|
| Raporttien tarjoama tieto on olennaista | 24 |
| Seuraamme tarkasti raportteja | 13 |
| Raporttien tarjoama tieto on selkeää ja ymmärrettävää | 15 |
| Raportit vaikuttavat yrityksemme käytännön toimintaan | 12 |
| Raporteissa on liikaa tietoa | 2 |
| Emme saa tarpeeksi meitä hyödyttäviä raportteja | 10 |
| Raportit ovat osin vaikeaselkoisia | 15 |
| Meidän on vaikeaa löytää raporteista meille olennaista tietoa | 5 |
| Raporteista ei ole meille mitään hyötyä | 3 |

Kyselyn viimeisessä osuudessa selvitettiin raportoinnin kehitystarpeita. Ensimmäiseksi vastaajalta kysyttiin, tarvitseeko hänen yrityksensä kattavampia raportteja nykyisten lisäksi. Kaksi viidesosaa vastaajista ilmoitti tarvitsevansa kattavampia raportteja ja loput kertoivat, ettei tarvitse kattavampia raportteja (kuviot 13). Kattavampia raportteja tarvitsevista kahdeksan on pieniä yrityksiä, seitsemän suuria yrityksiä ja kolme keskisuuria yrityksiä. Pienistä yrityksistä 12, keskisuurista 11 ja suurista neljä ilmoitti, ettei heillä ole tarvetta kattavampiin raportteihin.



Kuvio 13. Tarve nykyistä raportointia kattavampiin raportteihin.

Seuraavaksi vastaaja sai kertoa, millaisia kattavampia raportteja hän tarvitsee (kuvio 14). Kysymykseen osallistui 19 vastaajaa, eli yksi edelliseen kysymykseen kieltävästi vastannut on myös halunnut osallistua tähän kysymykseen. Lähes kaikki vastaajat kertoivat tarvitsevansa vertailevia raportteja, joissa verrataan yrityksen tilannetta esimerkiksi edelliseen vuoteen tai budjettiin. Tunnuslukuja sisältäviä raportteja ja ennustavia raportteja, kuten kassavirtaennusteet ja budjetit, molempia ilmoitti tarvitsevansa seitsemän vastaajaa. ”Muita, mitä?” -vastausvaihtoehtoon tuli seuraavanlaisia vastauksia: ”Raportit pitää tulla säännöllisesti”, ”Projektikohtaiset raportit helpommin luettaviksi”, ”Asiakaskannattavuus” sekä ”Olemme juuri siirtyneet sähköiseen laskujen käsittelyyn ja uuteen raportointiin, joten en voi olla tyytyväinen tai tyytymätön ilman käyttökokemusta”. Kattavampia vertailevia raportteja tarvitsevat kaikki kysymykseen vastanneet pienet ja keskisuuret yritykset sekä puolet suurista yrityksistä. Tunnuslukuja sisältävien raporttien tai ennustavien raporttien tarpeellisuuteen ei vaikuta yrityksen koko, sillä näitä vaihtoehtoja valitsivat kaikkien kokoluokkien yritykset.



Kuvio 14. Erilaisten raporttien tarve.

Kyselyn kolmastoista kysymys kartoitti vastaajien mielipiteitä sopivasta raportointitiheydestä. Kuvio 15 nähdään, että noin kolmasosa vastaajista haluaa raportointia kuukausittain, kuin myös neljännesvuosittain. Kerran vuodessa ra-

portointia haluaa reilu viidesosa vastaajista ja loput haluavat raportointia puolivuosit-
vuosittain.



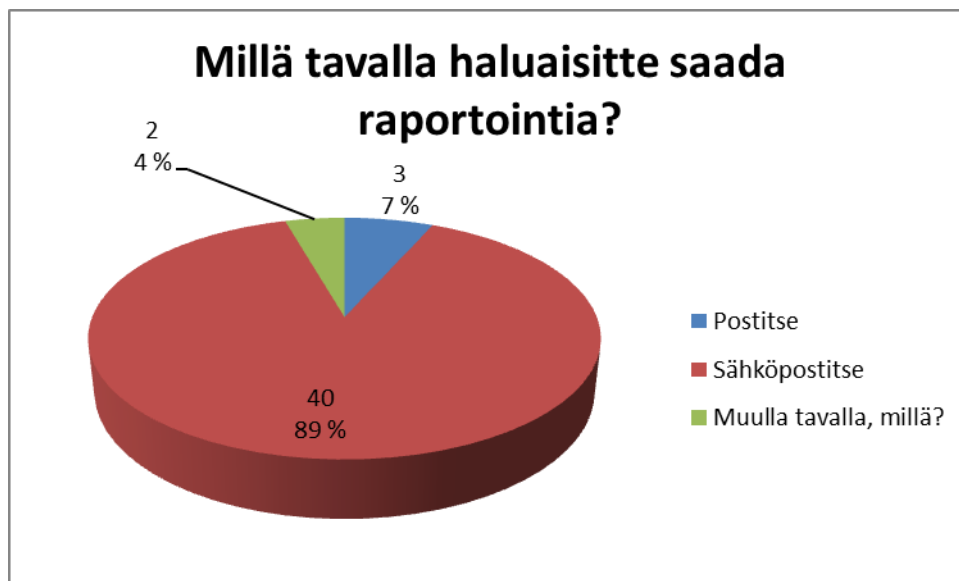
Kuvio 15. Raportointitiheys.

Taulukosta 4 nähdään, että vastaukset jakautuivat muuten suhteellisen samalla tavalla kuin aiemmassa kysymyksessä ”Seuraatteko yrityksenne taloudellista tilaa raporttien avulla?”, mutta neljännesvuosittainen raportointi on noussut lähes yhtä suosituksi vaihtoehdoksi kuin kuukausittainen raportointi. Suurista yrityksistä suurin osa haluaa raporttinsa kuukausittain ja muutama neljännesvuosittain. Keskisuurten yritysten vastaukset jakautuvat tasaisesti vaihtoehdoille kuukausittain, neljännesvuosittain ja kerran vuodessa, lisäksi yksi keskisuuri yritys haluaa raportteja puolivuosit-
vuosittain. Niin neljännesvuosittain kuin puolivuosit-
vuosittain raportteja haluaa viisi pientä yritystä. Pienistä yrityksistä kaksi haluaa raportteja kuukausittain ja kahdeksan kerran vuodessa.

Taulukko 4. Yrityksen koon vaikutus toivottuun raportointitiheyteen.

| Toivottu raportoinnin tiheys | | | | | |
|------------------------------|----------|----------------|------------|-------|----------|
| Yrityksen liikevaihto | Kuukausi | Neljännesvuosi | Puolivuosi | Vuosi | Yhteensä |
| alle 100 000 | 2 | 5 | 5 | 8 | 20 |
| 100 000 - 500 000 | 4 | 5 | 1 | 4 | 14 |
| yli 500 000 | 8 | 3 | 0 | 0 | 11 |
| Yhteensä | 14 | 13 | 6 | 12 | 45 |

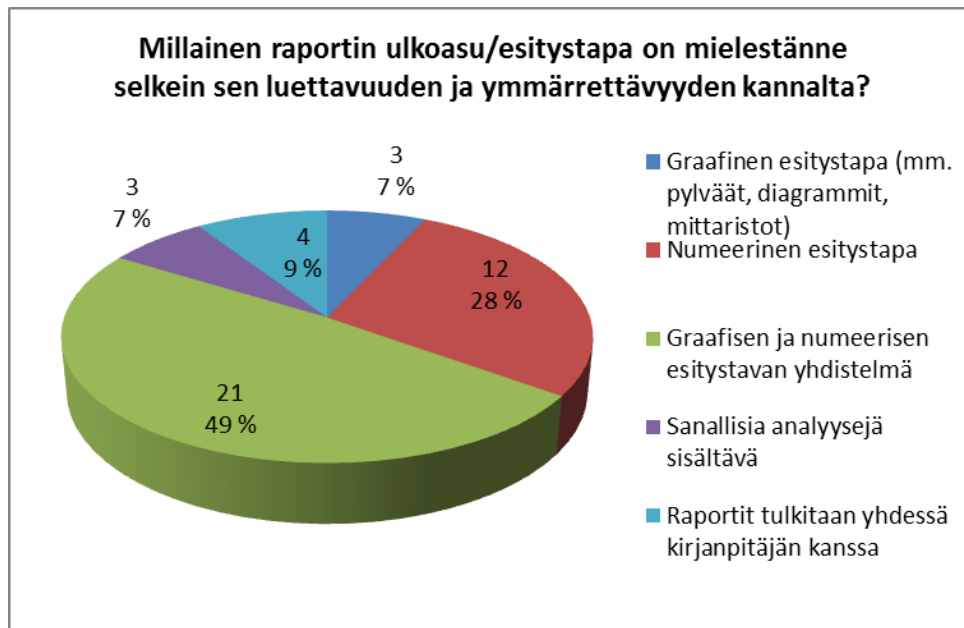
Kuvio 16 kuvaa vastaajien mielipidettä parhaasta raportointikanavasta. Lähes kaikki vastaajat haluavat raporttinsa sähköpostitse. Postitse raporttinsa haluaisi vastaanottaa kolme vastaajaa. Vaihtoehdon ”Muulla tavalla, millä?” valinneet kaksi vastaajaa haluaisivat raportit ”järjestelmästä netin yli” tai ”käteen paikan päällä käydessä”. Sähköpostin suosio raportoinnin kanavana selittyy sen helpoudella, nopeudella ja ajantasaisuudella: raportit on mahdollista lähettää ja vastaanottaa heti, kun kauden kirjanpito on saatu valmiiksi. Postitus vie aikaa aina muutaman päivän.



Kuvio 16. Raportointikanava.

Toiseksi viimeinen kysymys käsitteli raportin ulkoasua: millainen raportin ulkoasu tai esitystapa on vastaajan mielestä selkein sen luettavuuden ja ymmärrettävyyden kannalta. Kysymykseen antoi vastauksen 43 vastaajaa, joista lähes puolet piti selkeimpänä raportin ulkoasuna graafisen ja numeerisen esitystavan yhdistelmää. Yli neljäsosa vastaajista piti selkeimpänä numeerista esitystapaa ja muutama vastaaja raporttien tulkitsemista kirjanpitäjän kanssa. Muutama vastaaja piti selkeimpänä sanallisia analyyseja sisältävää raporttia, kuin myös graafista esitystapaa (kuvio 17). Tulos on hieman yllättävä, koska olisi voinut olettaa vielä suuremman osan vastaajista pitävän selkeimpänä graafisen ja numeerisen esitystavan yhdistelmää. Lopulta vaihtoehtoa kannattikin vain hieman alle puolet vastaajista. Numeerisen esitystavan suosio on looginen, koska jo

aiemmin tässä kyselyssä selvisi, että suuri osa asiakkaista on tyytyväisiä nykyisten raporttien ulkoasuun, joka on numeerinen. Aiemmissa kysymyksissä on myös selvinnyt, että osa asiakkaista tarvitsee apua ja opastusta raporttien tulkitsemisessa. Tätä johtopäätöstä tukee myös se, että osa asiakkaista kaipaisi raportteihin vastausten perusteella sanallisia analyysejä tai kirjanpitäjän apua raporttien tulkitsemiseen.



Kuvio 17. Raportin ulkoasu/esitystapa.

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, minkälaista lisäarvoa vastaaja koki kattavamman raportoinnin tuovan yritykselleen. Yhdeksän vastaajaa kertoi, ettei saisi kattavammasta raportoinnista minkäänlaista lisäarvoa (kuvio 18). 22 vastaajaa saisi paremman kuvan yrityksen tilanteesta ja kehityksestä, 18 saisi apua tulevaisuuden suunnitteluun ja viidelle vastaajalle kattavampi raportointi toisi säästöjä esimerkiksi taloussuunnittelun ajankäytössä. Kysymykseen saatiin seuraavat vastaukset lisäkenttään:

- Merkittävää ajansäästöä toiminnassa.
- Raportit Excel-muodossa, jolloin niitä on helppo muokata yrityksen kulloisenkin tarpeen mukaan.

- Noudatamme myös viikoittaista raportointia ja se on useassa tilanteessa välttämätöntä.
- Analyysi vaatii liiketoiminnan logiikan hallintaa, joka itse asiassa löytyy vain asiakasyritykseltä itseltään.



Kuvio 18. Kattavamman raportoinnin tuoma lisäarvo.

Suurelle osalle asiakkaista kattavampi raportointi toisi siis jonkinlaista lisäarvoa. Lisäarvon tuottajia vaikuttavat olevan esimerkiksi pienempi työhön käytetty aika ja tulevaisuuden ennakkoinnin helpottaminen. Aiemmassa kysymyksessä moni ilmoitti, ettei heillä ole tarvetta kattavampaan raportointiin. Ei siis ole yllätys, että osa vastaajista ei koe saavansa minkäänlaista lisäarvoa kattavammasta raportoinnista.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Talousraportit tarjoavat informaatiota niin yrityksen päätöksentekijöille kuin ulkoisille sidosryhmille. Ulkoisen laskentatoimen raportit täyttävät lakisääteisen raportoinnin vaatimukset, kun taas sisäisen laskentatoimen raportit tukevat yrityksen päätöksentekoa. Yleisimmin käytetyistä raporteista, tuloslaskelmasta ja taseesta, voidaan johtaa yrityksen kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta kuvaavia taloudellisia tunnuslukuja.

Ajantasainen ja luotettava talousinformaatio auttaa yrityksen johtoa päätöksenteossa. Tilitoimisto raportoi asiakasyritykselleen sovitun mukaisesti. Tilitoimiston raporttien tulisi vastata mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita, muun muassa kiinnittää asiakkaan huomio kriittisiin menestystekijöihin ja varmistaa, että asiakas ymmärtää raportit oikein. Raportoinnin vaikuttavuus saattaa nimittäin kärsiä, jos raportin vastaanottaja ei ymmärrä saamaansa raporttia. Tilitoimiston tulisikin suodattaa olennaisimmat tiedot sellaiseen muotoon, jonka asiakas ymmärtää. Tilitoimiston asiakkaille raporteilla on usein erityisen suuri merkitys, koska yrittäjällä ei välttämättä ole muuta keinoa seurata yrityksensä tilannetta kuin tilitoimiston tuottamat raportit.

Tutkimuksen empiirisen osan tavoitteena oli selvittää, millaista raportointia ja kuinka usein toimeksiantajan kirjanpitoasiakkaat haluavat ja tarvitsevat yritystoimintansa tueksi. Tavoitteena oli myös selvittää, ovatko asiakkaat tyytyväisiä nykyiseen taloudelliseen raportointiin vai onko heillä tarvetta kattavampaan raportointiin.

Tavoitteiden saavuttamiseksi toteutettiin kyselytutkimus, joka lähetettiin 84 asiakkaalle. Kysely koostui kolmesta osiosta, joissa selvitettiin yrityksen perustietoja, raportoinnin nykytilaa ja raportoinnin kehitystarpeita. Kyselyyn saatiin 50 vastausta, joten vastausprosentiksi muodostui 59,5 %, mikä on mielestäni riittävä johtopäätösten tekemiseen.

Kyselyn vastaajat edustivat kaikkia yritysmuotoja, joten johtopäätösten voidaan arvioida edustavan perusjoukkoa yleisesti. Tutkimus olisi mahdollista toistaa

luotettavasti. Tällöin vastaajat saattaisivat olla toiset, joten vastauksissa voisi ilmetä joitain eroavaisuuksia, mutta pääpiirteissään tulokset pysyisivät samankaltaisina ja niistä voisi esittää samoja johtopäätöksiä. Tulosten luotettavuuden arvioinnissa tulee ottaa huomioon se, että osa vastaajista jätti kyselyn kesken, joten ei voida olla varmoja, kuinka tosissaan ja todenmukaisesti vastaajat ovat kyselyyn vastanneet. Kysymyksiin on myös saattanut liittyä väärinymmärryksiä, joita on vaikea vastauksista havaita. Saatujen vastausten loogisuuden ja lisäkenttien vastausten perusteella voidaan kuitenkin todeta vastaajien suhtautuneen kyselyyn vakavasti, joten tulosten voidaan olettaa olevan luotettavia.

Tutkimustuloksista ilmeni, että suurin osa asiakkaista seuraa yrityksensä taloudellista tilaa raporttien avulla vähintäänkin vuositasolla. Noin viidennes asiakkaista ei seuraa raportteja ollenkaan. Ylivoimaisesti seuratuimpia raportteja ovat tulos- ja taseraportit, joiden lisäksi osa seuraa joitain sisäiseen laskentaan liittyviä raportteja. Osa asiakkaista seuraa myös kustannuspaikka-, projekti-, osastotai asiakaskohtaisia kannattavuusraportteja ja tilanteen mukaan muokkaa raportteja vastaamaan tarvettaan.

Kannattavuuden tunnuslukuja seuraa yli puolet asiakkaista. Alle viidennes asiakkaista seuraa vakavaraisuuden tunnuslukuja ja vain noin joka kahdeskymmenes maksuvalmiuden tunnuslukuja. Kaksi viidesosaa asiakkaista ei seuraa ollenkaan raportteja, joihin liittyy taloudellisia tunnuslukuja. Tämä voi johtua siitä, että taloudelliset tunnusluvut eivät välttämättä ole kovin tuttuja pienyrityksille.

Tuloksista ilmenee, että selvästi suurimman osan raportoinnista asiakkaat saavat tilitoimistolta. Pieni osa asiakkaista tuottaa raportteja omalla raportointiohjelmalla tai tekee muuten itse, mutta pääasiassa asiakkaiden tietämys yrityksensä tilasta vaikuttaa olevan tilitoimistosta toimitettavien raporttien varassa. Suuri osa asiakkaista on tyytyväisiä nykyisten raporttien ulkoasuun, mutta neljännes asiakkaista ei ole tyytyväinen. Jo tästä voidaan päätellä, että osa asiakkaista tarvitsee kattavampaa raportointia ja mahdollisesti myös esitystavaltaan erilaisia raportteja.

Valtaosa asiakkaista kokee raporttien tarjoavan olennaista tietoa, ja raporteilla on myös vaikutusta yritysten käytännön toimintaan. Toisaalta osa asiakkaista kokee raporttien olevan vaikeaselkoisia tai he eivät koe saavansa tarpeeksi heitä hyödyttäviä raporteja. Toimeksiantajan täytyykin jatkossa panostaa selkeämpiin ja ymmärrettävämpiin raporteihin, jotta yhä useampi asiakas kokisi hyötyvänsä raporteista ja osaisi soveltaa raporttien tarjoamaa tietoa käytännön toiminnassa.

Tutkimus osoittaa, että kahdella viidesosalla asiakkaista on tarvetta kattavampaan raportointiin. Asiakkaat haluavat pääasiassa kattavampia vertailevia raporteja, mutta myös kattavampia tunnuslukuja sisältäviä raporteja ja ennustavia raporteja kaivataan. Lisäkentän vastauksissa myös korostetaan säännöllisen raportoinnin tärkeyttä: raportit täytyy muistaa lähettää sovittuna aikana.

Yrityksen koko vaikuttaa jonkin verran yrityksen suosimaan raportointitiheyteen. Pienimmille yrityksille riittää yrityksen tilanteen seuraaminen neljännesvuosittain, puolivuositain tai kerran vuodessa, mutta suuremmat yritykset haluavat arvioida tilannettaan kuukausittain tai vähintään neljännesvuosittain. Raportointikanavana suosituin on tällä hetkellä ehdottomasti sähköposti, mikä selittyy sen nopeudella, helppoudella ja ajantasaisuudella.

Erilaiset ihmiset pitävät erilaisista raportointitavoista. Noin puolet asiakkaista pitää selkeimpänä raporttia, jossa on sekä graafisia kuvaajia että numeerista tietoa. Pelkkää numeerista tietoa sisältävää raporttia pitää selkeimpänä yli neljäsosa asiakkaista. Osa asiakkaista toivoisi raporteihin sanallisia analyyskejä helpottamaan raportin tulkitsemista ja osa haluaisi tulkita raporteja yhdessä kirjanpitäjän kanssa. Entistä henkilökohtaisemmalle ja asiakkaan yksilölliset tarpeet huomioon ottavammalle palvelulle olisi tarvetta.

Kattavampi raportointi ei tuottaisi lisäarvoa viidesosalle asiakkaista, mikä on ymmärrettävää, koska he eivät myöskään koe tarvitsevänsä kattavampaa raportointia. Monelle tuottaa lisäarvoa se, että he ovat paremmin ajan tasalla yrityksen tilanteesta ja kehityksestä. Muita lisäarvon tuottajia ovat säästöt ajankäytössä sekä tulevaisuuden parempi ennakointi ja helpompi suunnittelu.

Toimeksiantajan näkökulmasta kyselytutkimus oli todella tarpeellinen ja se tuotti paljon käyttökelpoista tietoa. Kyselytutkimukselle asetetut tavoitteet saavutettiin hyvin. Kyselytutkimuksen tuloksista nähdään, että osa asiakkaista on tyytyväisiä nykyisiin raportteihin ja raportointitiheyteen, mutta merkittävä osa kaipaa kattavampaa raportointia. Useat asiakkaat voisivat siis olla kiinnostuneita uudella raportointiohjelmalla tuotetuista raporteista. Raportointiohjelman raportteihin saisi yhdistettyä graafisen ja numeerisen esitystavan, mikä on monen asiakkaan mielestä selkein raporttien luettavuuden ja ymmärrettävyyden kannalta.

Kyselytutkimuksessa selvisi myös, että monet asiakkaat tarvitsevat opastusta ja neuvontaa nykyistenkin raporttien tulkitsemisessä. Tähän olisi hyvä panostaa, koska asiakkaat voisivat kiinnostua kattavammista raporteista yhä enemmän, jos he kokisivat, että ymmärtävät raportteja ja osaavat hyödyntää niiden tarjoamaa tietoa käytännössä. Toimeksiantaja voisi ottaa käyttäen kommentoita lähettämiään raportteja muutamalla sanalla, jotta varmistetaan siitä, että asiakas kiinnittää huomiota raporttien olennaisimpiin kohtiin.

Jos kyselylomake olisi laadittu eri tavalla, tutkimus olisi voinut antaa vielä konkreettisempaa tietoa siitä, millaisia raportteja asiakkaat haluavat. Jatkotutkimuksena toimeksiantaja voisi haastatella asiakkaita ja selvittää, mitä tietoja kukin asiakas haluaa raportistaan löytyvän. Uutta raportointiohjelmia ja sen suomaa uusia raportointimahdollisuuksia kannattaa tehdä tutuksi varsinkin suurimmille asiakkaille, joille mahdollisimman ajantasainen ja säännöllinen raportointi on tärkeää.

LÄHTEET

Alhola, K. & Lauslahti, S. 2003. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. 1.-4. painos. Helsinki: WSOY.

Alhola, K. & Lauslahti, S. 2005. Taloutta johtamista varten – esimiehille ja asiantuntijoille. Helsinki: Edita.

Balance Consulting 2015a. Oman pääoman tuotto-% (ROE). Viitattu 18.9.2015 http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/oman_paaoman_tuotto.

Balance Consulting 2015b. Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI). Viitattu 18.9.2015 http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/sijoitetun_paaoman_tuotto.

Balance Consulting 2015c. Omavaraisuusaste-%. Viitattu 18.9.2015 <http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/omavaraisuusaste>

Balance Consulting 2015d. Nettovelkaantumisaste-% (Net Gearing). Viitattu 19.9.2015 <http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/nettovelkaantumisaste>.

Balance Consulting 2015e. Suhteellinen velkaantuneisuus-%. Viitattu 19.9.2015 http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/suhteellinen_velkaantuneisuus

Balance Consulting 2015f. Quick ration. Viitattu 19.9.2015 http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/quick_ratio.

Balance Consulting 2015g. Current ratio. Viitattu 19.9.2015 http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut/current_ratio.

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. 6. uudistettu painos. Helsinki: Management Institute of Finland.

Järvenpää, M.; Länsiluoto, A.; Partanen, V. & Pellinen, J. 2010. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. Helsinki: WSOYpro.

Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa – sähköiset talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOYpro.

Partanen, V. 2007. Talousviestintä johtamisen tukena. Helsinki: Talentum.

Pietilä, A. 2011. Asiakasuskollisuus syntyy 4 lähteestä (2/6): Lisäarvo. Asiakasuskollisuusjohtaja: Rakasta asiakkaitasi. Viitattu 25.9.2015 http://www.asiakasuskollisuusjohtaja.fi/2011/01/asiakasuskollisuus-syntyy-4-lahteesta_17.html.

Salmi, I. 2007. Mitä tilinpäätös kertoo? 4.-5. painos. Helsinki: Edita.

Storbacka, K. 2005. Kannattava kasvustrategia. Orgaanista kasvua johtamalla asiakkuuspääomaa. Helsinki: WSOY.

Suomala, P.; Manninen, O. & Lyly-Yrjänäinen, J. 2011. Laskentatoimi johtamisen tukena. Helsinki: Edita.

Suomen Taloushallintoliitto ry 2011. Toimialastandardi TAL-STA3 – Kirjanpito palvelu. Viitattu 25.9.2015 <https://taloushallintoliitto.fi/sites/default/files/TAL-STA1-4.pdf>.

Syvänperä, O. & Lindfors, H. 2014. Pk-yrityksen budjetointi ja raportointi käytännönläheisesti. 4. uudistettu painos. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Tenhunen, M-L. 2013. Mitä on johdon laskentatoimi ja mihin sitä tarvitaan. Johdon laskentatoimen koulu osa 1/10. Tilisanomat. Viitattu 1.10.2015 <http://tilisanomat.fi/content/mit%C3%A4-johdon-laskentatoimi-ja-mihin-sit%C3%A4-tarvitaan>.

Saatekirje

Hyvä asiakkaamme,

Teemme kyselyn kartoittaaksemme asiakkaidemme raportointitarpeita. Kyselyn tavoitteena on kehittää ja parantaa asiakkaillemme toimitettavaa taloudellista raportointia. Kysely kohdistuu kaikkiin Tilihalme Oy:n yritysasiakkaisiin. Kyselyn vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vastaaminen tapahtuu nimettömänä.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Pyydämme teitä ystävällisesti vastaamaan kyselyyn 25.10.2015 mennessä.

Kyselyyn pääsette oheisesta linkistä: <https://www.kyselynetti.com/s/ab70c38>

Kyselyn tuloksia käytetään osana opinnäytetyötäni, jota teen yhteistyössä Turun ammattikorkeakoulun ja Tilihalme Oy:n kanssa. Tarvittaessa kyselystä saa lisätietoa allekirjoittaneelta, p. 0447530158 tai s-posti: erika.takala@tilihalme.fi.

Jokainen vastaus on tärkeä raportoinnin kehittämisen ja opinnäytetyön onnistumisen kannalta.

Kiitos vastauksestanne jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin,

Erika Takala ja Sakari Halme

Tilihalme Oy

Muistutusviesti

Hyvä asiakkaamme,

Saitte toissa viikolla sähköpostiinne linkin kyselyyn, jolla kartoitamme asiakkaidemme raportointitarpeita. Jos ette ole vielä vastanneet, pyydämme teitä ystävällisesti vastaamaan kyselyyn viimeistään sunnuntaina 1.11.2015. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Kyselyn vastaukset käsitellään luotamuksellisesti ja vastaaminen tapahtuu nimettömänä.

Kyselyyn pääsette oheisesta linkistä: <https://www.kyselynetti.com/s/ab70c38>

Kyselyn tuloksia käytetään osana opinnäytetyötäni, jota teen yhteistyössä Turun ammattikorkeakoulun ja Tilihalme Oy:n kanssa. Tarvittaessa kyselystä saa lisätietoa allekirjoittaneelta, p. 0447530158 tai s-posti: erika.takala@tilihalme.fi.

Kiitämme kaikkia jo kyselyyn osallistuneita! Jokainen vastaus on tärkeä raportoinnin kehittämisen ja opinnäytetyön onnistumisen kannalta.

Ystävällisin terveisin,

Erika Takala ja Sakari Halme

Tilihalme Oy

Kysely raportoinnin kehittämistä

Yrityksen perustiedot:

1. Yritysmuoto

- a. osakeyhtiö
- b. kommandiittiyhtiö/avoin yhtiö
- c. toiminimi

2. Henkilöstö

- a. 0-5
- b. 6-10
- c. 11-15
- d. yli 15

3. Liikevaihto

- a. alle 100 000
- b. 100 000 – 500 000
- c. yli 500 000

4. Vastaajan asema

- a. Yrittäjä
- b. Yrityksen johtoon kuuluva
- c. Yrityksen taloudesta vastaava
- d. Muuhun henkilöstöön kuuluva

Raportoinnin nykytila:

5. Seuraatteko yrityksenne taloudellista tilaa raporttien avulla?
 - a. Kyllä, kuukausittain
 - b. Kyllä, neljännesvuosittain
 - c. Kyllä, puolivuositain
 - d. Kyllä, vuosittain
 - e. En
6. Jos vastasitte kyllä, minkälaisia raportteja seuraatte? Voitte valita useampia vaihtoehtoja.
 - a. Tuloslaskelma- ja taseraportteja
 - b. Sisäiseen laskentaan liittyviä raportteja (esim. budjettiseuranta, rahavirtalaskelmat)
 - c. Muut, mitkä?
7. Liittykö seuraamiinne raportteihin tunnuslukuja? Voitte valita useampia vaihtoehtoja.
 - a. Kannattavuuden tunnuslukuja (esim. myyntikate, käyttökate)
 - b. Maksuvalmiuden tunnuslukuja (esim. quick ratio, current ratio)
 - c. Vakavaraisuuden tunnuslukuja (esim. omavaraisuusaste, velkaantumisaste)
 - d. Muita, mitä?
 - e. Raportteihin ei liity tunnuslukuja
8. Mitä kautta yrityksenne saa raportit?
 - a. Tilitoimistolta
 - b. Omasta raportointiohjelmasta
 - c. Muualta, mistä?
9. Oletteko tyytyväisiä nykyisten raporttien ulkoasuun?
 - a. Kyllä
 - b. En

10. Seuraavassa on esitetty nykyistä taloudellista raportointianne koskevia väittämiä. Valitkaa tilannettanne parhaiten kuvaavia väittämiä. Voitte valita useampia.

- a. Raporttien tarjoama tieto on olennaista
- b. Seuraamme tarkasti raportteja
- c. Raporttien tarjoama tieto on selkeää ja ymmärrettävää
- d. Raportit vaikuttavat yrityksemme käytännön toimintaan
- e. Raporteissa on liikaa tietoa
- f. Emme saa tarpeeksi meitä hyödyttäviä raportteja
- g. Raportit ovat osin vaikeaselkoisia
- h. Meidän on vaikea löytää raporteista meille olennaista tietoa
- i. Raporteista ei ole meille mitään hyötyä

Raportoinnin kehitystarpeet:

11. Onko yrityksellänne tarvetta saada kattavampia raportteja nykyisten lisäksi?

- a. Kyllä
- b. Ei

12. Jos vastasitte kyllä, millaisia? Voitte valita useampia vaihtoehtoja.

- a. Vertailevia raportteja (vertailu edelliseen vuoteen/budjettiin)
- b. Tunnuslukuja sisältäviä raportteja (kannattavuus, maksuvalmius, vakavaraisuus)
- c. Ennustavia raportteja (kassavirtaennusteet, budjetit)
- d. Muita, mitä?

13. Kuinka usein haluaisitte saada raportteja?

- a. Kuukausittain
- b. Neljännesvuosittain
- c. Puolivuosittain
- d. Kerran vuodessa

14. Millä tavalla haluaisitte saada raportointia?

- a. Postitse
- b. Sähköpostitse
- c. Muulla tavalla, millä?

15. Millainen raportin ulkoasu/esitystapa on mielestänne selkein sen luettavuuden ja ymmärrettävyyden kannalta? Valitkaa yksi vaihtoehto.

- a. Graafinen esitystapa (mm. pylväät, diagrammit, mittaristot)
- b. Numeerinen esitystapa
- c. Graafisen ja numeerisen esitystavan yhdistelmä
- d. Sanallisia analyyskejä sisältävä
- e. Raportit tulkitaan yhdessä kirjanpitäjän kanssa

16. Minkälaista lisäarvoa kokisitte kattavamman raportoinnin tuovan yrityksellenne? Voitte valita useampia vaihtoehtoja.

- a. En minkäänlaista
- b. Paremman kuvan yrityksen tilanteesta ja kehityksestä
- c. Apua tulevaisuuden suunnitteluun
- d. Säästöjä esimerkiksi taloussuunnittelun ajankäytössä
- e. Muuta, mitä?

Kiitos vastauksestanne!