



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Palvelun tuotteistaminen tilitoimistolle

Kosonen, Johanna

2017 Laurea

Palvelun tuotteistaminen tilitoimistolle

Johanna Kosonen
Liiketalous
Opinnäytetyö
Syyskuu, 2017

Johanna Kosonen

Palvelun tuotteistaminen tilitoimistolle

Vuosi	2017	Sivumäärä	40
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa tilitoimiston asiantuntijapalveluiden tarvetta ja selvittää tilitoimiston asiakkaiden kykyä lukea ja analysoida yrityksensä tilinpäätöstä. Opinnäytetyön toimeksiantaja on taloushallinnon palveluita tarjoava Rantalainen Oy Helsinki. Opinnäytetyössä perehdytään myös digitalisaation tuomiin muutoksiin taloushallinnon alalla. Toimeksiantaja ei ole aiemmin tehnyt vastaavaa tutkimusta, joten tämän opinnäytetyön avulla saadut tulokset tarjoavat toimeksiantajalle uutta tietoa palveluidensa kehittämiseen.

Opinnäytetyön teoreettinen pohja koostuu tilinpäätöksen, taloudellisten tunnuslukujen, tilinpäätösanalyysin, digitalisaation ja palvelumuotoilun teorioista. Teoriaosuuden jälkeen esitellään toimeksiantaja sekä toimeksiantajan toimiala Suomessa. Tässä opinnäytetyössä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta. Tutkimus toteutettiin sähköisenä kyselynä, jonka kysymykset toteutettiin pääasiassa erilaisina väittäminä. Tutkimuksen vastaukset esitellään tekstimuodossa sekä kuvaajina.

Teoriatiedon ja tutkimuksen tulosten perustella voidaan todeta, että tilitoimistojen tarve ei tule vähenemään digitalisaatiosta huolimatta. Tilitoimistojen tarjoamien palveluiden muoto tulee kuitenkin muuttumaan yhä asiantuntijaperusteisemmaksi, kun nykyisiä työtehtäviä automatisoidaan jatkuvasti. Opinnäytetyön toimeksiantajan asiakkaat suhtautuvat myönteisesti asiantuntijapalveluihin ja kokevat, että niiden käyttö edistäisi heidän liiketoimintaansa. Suurin osa kuitenkin kokee, että heille ei ole tarjottu asiantuntijapalveluita. Tilitoimiston asiakkaiden kyky lukea tilinpäätöstä on melko hyvällä tasolla, mutta osa tarvitsee tarkempaan analyysiin neuvoja. Eniten asiantuntijan apua kaivattaisiin verotukseen ja kirjanpitoon liittyviin kysymyksiin sekä taloudellisten tunnuslukujen analysointiin. Opinnäytetyön lopussa on ehdotus verokonsultointipalvelun tuotteistamiselle.

Asiasanat: digitalisaatio, tilitoimisto, tilinpäätös, tilinpäätösanalyysi, palvelumuotoilu

Johanna Kosonen

Service Productization for Accounting Company

Year	2017	Pages	40
------	------	-------	----

This Bachelor's thesis examines the need of consultant services in accounting company and explores its customers abilities to read and understand their company's financial statements. The client of this Bachelor's thesis is Rantalainen Ltd Helsinki, which offers financial administration services in Helsinki Area. One of the main points of the study is also digitalisation and the changes it brings to the field of financial services. The client has not done comparable research before so this study offers new information for improving its services.

The thesis includes a theoretical section and an empirical section that deals with the case company. The theoretical section discusses financial statement, financial statistics, financial statement analysis, digitalisation, and service design. The empirical part focuses on the survey and its results. The study was based on quantitative method. A survey was conducted among the customers of Rantalainen Ltd Helsinki. The survey was a form that included thirteen different claims and one open fill out form. The results of this survey are presented in verbal and graphical form.

The survey indicated that the customers of the case company are willing to use consultant services and think that using them will improve their business. However, most of the customers felt that they have not been offered consultant services. The ability to read and understand the financial statements is in good level, but there is need for consulting with deeper analysis. The most common need for consulting is for tax and accounting related causes and to analyse the financial statistics. Therefore, in the end of this thesis is a suggestion for a tax consulting service productization.

Keywords: digitalisation, accounting company, financial statement, financial statement analysis, service design

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Laskentatoimi ja tilinpäätös	7
2.1	Laskentatoimi.....	7
2.2	Tilinpäätöslaskelmat.....	9
2.2.1	Tuloslaskelma.....	9
2.2.2	Taselaskelma.....	10
2.2.3	Rahavirtalaskelma.....	12
2.3	Taloudelliset tunnusluvut.....	12
2.4	Tilinpäätösanalyysi.....	14
3	Palvelun tuottaminen	15
4	Case-tutkimus.....	19
4.1	Toimeksiantaja Rantalainen Oy Helsinki taloushallinnon muutoksissa	19
4.2	Kyselytutkimus.....	20
4.3	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	21
5	Tutkimustulokset.....	22
6	Pohdinta ja kehitysehdotukset	30
	Lähteet	32
	Kuviot..	34
	Taulukot	35
	Liitteet.....	36

1 Johdanto

Digitaalisuus tarkoittaa sähköisessä muodossa olevaa tietoa ja sen käsittelyä, siirtämistä, varastointia ja esittämistä. Digitaalinen tieto on helpommin ja nopeammin käsiteltävissä ja varastoitavissa verrattuna fyysisessä muodossa olevaan tietoon, kuten esimerkiksi paperiin. (Lahti & Salminen 2014, 19.) Digitaalisuuden hyötyjä ovat tehokkuus ja nopeus. Digitaalinen taloushallinto edistää yrityksen toiminnan laatua sekä yritystoiminnan läpinäkyvyyttä ja vähentää ja ehkäisee virheiden syntyä. Digitalisaation myötä taloushallinnossa ja etenkin raportoinnissa tulevat kasvamaan reaaliaikaisuuden, tiedonhallinnan ja asiantuntijuuden merkitys. Se tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia erilaisten analyysien ja raporttien tuottamiseen. Seuraava askel toimintaohjausjärjestelmien kehityksen mahdollistamana on ennustettu olevan reaaliaikainen taloushallinto. (Lahti & Salminen 2014, 32; Haukka 2016.)

Digitalisaation myötä taloushallinnon ala on muutoksessa. Tilitoimistoille aukeaa mahdollisuus täysin uudenlaisten palveluiden tarjoamiseen. Muutoksen myötä haasteena on lisäarvon tuottaminen asiakkaalle ja taloushallinnon asiantuntijoiden rooli tulevaisuudessa. Rutiinityöt ja prosessit automatisoidaan hyödyntäen sähköistä taloushallintoa, jolloin asiantuntija pystyy auttamaan asiakastaan hyödyntämään sähköisen taloushallinnon tuottamaa informaatiota liiketoiminnan johtamisessa. Digitalisaation myötä taloushallinnon ammattilainen onkin siis palveluammattilainen ja yrityskonsultti, joka lukujen kirjaamisen sijaan johtaa niistä liiketoiminnan ja sen menestyksen kannalta keskeistä informaatiota nykyhetkeen sekä myös tulevaisuuteen. (Vilokinen-Määttä 2016; Lähteenmäki-Lindman 2015.)

Palvelut ovat prosesseja, ja ne koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista. Palvelu on aineetonta, eikä sitä voi varastoida. Palveluita myydään eri tavalla kuin tavaroita, ja palveluiden markkinoinnissa ja niihin liittyvässä asiakastyössä on huomioitava palvelun erityispiirteet. Palvelun tarkoituksena on tarjota asiakkaalle ratkaisu johonkin hänen ongelmaansa. (Viitala & Jylhä 2013, 123 - 124.) Tässä opinnäytetyössä tarkasteltavana palveluna ovat tilitoimiston tarjoamat asiantuntijapalvelut.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa tilinpäätökseen ja erityisasiantuntijuutta vaativiin kysymyksiin liittyviä palvelutarpeita. Opinnäytetyön toimeksiantajana on taloushallintopalveluita tarjoava Rantalainen Oy Helsinki.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimusosuudesta. Teoriaosuuteen sisältyy tilinpäätös, digitalisaatio ja palvelun tuottaminen. Tutkimusosuudessa kuvataan tutkimuksen tarkoitus, menetelmät ja tulokset. Lopussa on yhteenveto ja johtopäätökset pohjautuen teoreettiseen tietoon sekä tutkimustuloksiin.

2 Laskentatoimi ja tilinpäätös

Yritysten toiminta perustuu tavaroiden tai palveluiden ostamiseen ja myymiseen, ja tämän toiminnan tavoitteena on tuottaa voittoa. Yritystoimintaan sisältyy aina taloudellinen riski, ja siksi yritysten on seurattava taloudellista tilannettaan jatkuvasti ja systemaattisesti pitämällä kirjaa tuloista, menoista, varoista sekä veloista. Yrityksen sisällä toimivien henkilöiden lisäksi sen taloudellisesta toiminnasta ja menestyksestä ovat kiinnostuneet myös ulkopuoliset tahot eli sidosryhmät, kuten esimerkiksi asiakkaat, hankkijat, rahoittajat ja julkinen valta. (Tomperi 2015, 7.)

2.1 Laskentatoimi

Yrityksen laskentatoimi kerää tiedot yrityksen toimintaprosesseista. Suurimman osan tietojen rekisteröintitehtävästä toteuttaa ulkoinen laskentatoimi eli kirjanpito. Kirjanpito seuraa yrityksen ja sen ulkopuolisten talousyksiköiden välisiä liiketoimia, joita ovat menot eli tuotannon tekijöiden vastaanottamiset, tulot eli suoritteiden luovuttamiset sekä talousyksiköiden väliset rahavirrat. Ulkoisen laskentatoimen tärkein tehtävä on virallisen tilinpäätöksen sekä erilaisten raporttien tuottaminen. Osa raporteista, kuten esimerkiksi veroilmoitukset, ovat lakisääteisiä. (Tomperi 2015, 9 - 10.) Sisäinen laskentatoimi on ulkoiseen verrattuna vapaammin suunniteltavissa, ja sen on tärkeää vastata yrityksen omia tarpeita. Sen avulla tuotetaan tietoa sisäistä seurantaan ja suunnitteluun varten. (Kerbs 2016, 2.)

Kirjanpitolain 1 § ja sen lisäksi, mitä muualla laissa säädetään, kirjanpitovelvollisia ovat:

- 1) avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö, osuuskunta, yhdistys, säätiö ja muu yksityisoikeudellinen oikeushenkilö; sekä
- 2) uskonnonvapauslain (453/2003) 2 luvussa tarkoitettu rekisteröity uskonnollinen yhdistys ja sen rekisteröity paikallisyhteisö.

Jos 1 momentin 1 kohdassa tarkoitetun oikeushenkilön oikeuskelpoisuus edellyttää kaupparekisteriin tai muuhun rekisteriin merkitsemistä, se on kirjanpitovelvollinen myös rekisteröintiä edeltävästä toiminnastaan. Kirjanpitovelvollisiin kuuluu myös mainitun momentin 1 kohdassa tarkoitetun oikeushenkilön konkurssipesä, mikäli se jatkaa oikeushenkilön toimintaa. Edellä mainittujen kirjanpitovelvollisten on KPL 2 § mukaan pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa.

Luonnollinen henkilö, maatilatalouden ja kalastuksen harjoittajaa lukuun ottamatta, on kirjanpitovelvollinen harjoittamastaan liike- ja ammattitoiminnasta. Ammatin- ja liikkeenharjoittajat voivat pitää yhdenkertaista kirjanpitoa, jos sekä päättyneellä että sitä edeltäneellä tilikaudella on täytynyt enintään yksi seuraavista edellytyksistä:

- 1) taseen loppusumma ylittää 100 000 euroa

- 2) liikevaihto tai sitä vastaava tuotto ylittää 200 000 euroa
- 3) yrityksellä on henkilökuntaa keskimäärin 3 tilikauden aikana. (Kerbs 2016, 2.)

Kaikkien kirjanpitovelvollisten on noudatettava hyvää kirjanpitolakia ja siihen liittyviä lainsäädäntöjä. Näitä ovat:

- Kirjanpitolaki ja -asetus
- Asetus pien- ja mikroyrityksen tilinpäätöksessä esitettävistä tiedoista
- Osakeyhtiölaki
- Muu yhteisöläinsäädäntö
- Verolainsäädäntö
- Kirjanpitolautakunnan yleisohjeet ja lausunnot. (Kerbs 2016, 3.)

Yrityksen kirjanpitoon merkitään kaikkien liiketapahtumien rahamääräiset vaikutukset. Kirjanpidon perusteella muodostetaan liiketoiminnan tulos vuoden mittaiselta toimintajaksolta eli tilikaudelta. Tätä selvitystä kutsutaan tilinpäätökseksi. Yleisempää on kuitenkin seurata tilikauden tuloksen kehittymistä neljännesvuosittain tai kuukausittain, riippuen yrityksen koosta. Pienillä yrityksillä tuloksen selvittäminen perustuu vain vuositasen laskelmaan, kun taas suuremmat yritykset seuraavat sitä tarkasti ja tiheimmin. Tilinpäätöksellä on kaksi tehtävää: jakokelpoisen voiton laskeminen sekä yrityksen taloudellisen tilanteen selvittäminen yrityksen sidosryhmille. (Viitala & Jylhä 2013, 310 - 320.)

Tilikauden päättyessä sen aikana tehdyt liiketapahtumat kirjataan meno-, tulo- ja rahoitustileille. Tilinpäätöksessä nämä liiketapahtumat päätetään tulos- tai tasetilille. Tulostilin tarkoitus on selvittää kuluneen tilikauden aikana syntynyt tulos ja sen suuruus sekä mistä tekijöistä se koostuu. Tasetili taas osoittaa yrityksen taloudellisen aseman tilinpäätöshetkellä. Siinä selvitetään yrityksen omaisuuden muoto, suuruus ja miten se on rahoitettu. (Ikäheimo, Laitinen E., Laitinen T. & Puttonen 2014, 19.)

Tilinpäätöksen voi tehdä nykyään sähköisenä. Laissa ei enää määrätä säilyttämään tasekirjaa sidottuna paperiversiona. Kirjanpitovelvollisen on säilytettävä tilinpäätöksen perustana olevista kirjanpidoista sekä tositteiden ja muiden kirjanpitoaineistojen lajeista luettelo, joista nähdään niiden keskinäiset yhteydet sekä säilytystavat. (Kerbs 2016, 92 - 93.)

Tilinpäätöksen tavoitteena on tarjota yrityksen sisäisille sekä ulkopuolisille toimijoille oikeanlainen ja kattava kuvaus yrityksen taloudellisesta suorituksesta. Tilinpäätös koostuu tilinpäätöslaskelmista sekä näitä laskelmia täydentävistä liitetiedoista. Lisäksi siihen on sisällytettävä vertailukelpoiset tuloslaskelma, tase ja rahoituslaskelma edelliseltä tilikaudelta. (Seppänen 2001, 15; Tomperi 2015, 146.)

Suomalainen tilinpäätöskäytännön perustana ovat kirjanpitolaki, kirjanpitoasetus, yhteisöläinsäädäntö ja hyvä kirjanpito tapa. Suomalainen kirjanpitolainsäädäntö ei saa poiketa Euroopan Unionin tilinpäätösdirektiivien periaatteista. Kirjanpitolaisissa annetaan yleiset määräykset kirjanpidosta sekä tilinpäätöksestä, kun taas kirjanpitoasetus sisältää yksityiskohtaisempia määräyksiä. Hyvä kirjanpito tapa on tapanormi, joka perustuu kirjanpitolainsäädännön lisäksi kirjanpito käytäntöön ja kirjanpidon teoriaan, jonka sisällöstä ja tulkinnasta vastaa Kirjanpitolautakunta. (Ikäheimo ym. 2014, 21 - 22.)

Tilinpäätöksen on oltava selkeä ja yhtenäinen kokonaisuus. Siihen sisältyvien asiakirjojen on oltava selkeitä ja tarjottava kaikki tarvittavat lisätiedot. Tilinpäätös on oltava laadittuna neljän kuukauden kuluttua tilikauden päätöksestä. Tilinpäätös määritellään valmistuneeksi, kun se on allekirjoitettu. (Tomperi 2012, 104.)

Tilinpäätöksen tekemisen neljän kuukauden laatisajalle voi saada jatkoajan poikkeustapauksessa. Jatkoajan myöntää kirjanpitolautakunta. Koska tilinpäätös on perusta verotukselle ja veroilmoitus tulee antaa osakeyhtiössä neljän kuukauden sisällä tilikauden päättyessä, verottaja voi hakea jatkoaikaa veroilmoituksen tekemiselle. Erityiseksi syyksi voidaan katsoa esimerkiksi tilitoimiston vaihto puutteellisesti tehdyn kirjanpidon takia. (Kerbs 2016, 92.)

2.2 Tilinpäätöslaskelmat

2.2.1 Tuloslaskelma

Tuloslaskelmassa mitataan raportoitavan yksikön taloudellista suoritusta valitun tilikauden aikana. Taloudellinen suoritus lasketaan tilikauden aikana ansaittujen tulojen sekä tilikauden aikana käytettyjen resurssien eli kulujen välisenä erotuksena. Mikäli yksikön tulot ylittävät kulut raportoitavan kauden aikana, on tulos positiivinen eli on tehty voittoa. Jos taas kulut ovat suuremmat kuin tulot, tulos on negatiivinen eli yksikkö on tehnyt tappiota. Yritystoiminta perustuu pääosin voittoa tavoittelevaan toimintaan, eli yritysten tavoitteena on toimia kannattavasti ja näin ollen tuottaa voittoa elinkaarensa aikana. Toiminnan jatkuvuuden turvaaminen edellyttää positiivisen tulokseen pääsemistä pitkällä aikavälillä. (Seppänen 2011, 37 - 38.)

Kirjanpitoasetuksessa on määritetty tuloslaskelman esittämistapa. Tuloslaskelman kaksi vaihtoehtoista kaavaa ovat kululajikohtainen ja toimintokohtainen tuloslaskelma. Nimensä mukaisesti kululajikohtaisessa tuloslaskelmassa myynneistä saaduista tuotoista vähennetään tuottojen hankkimisesta aiheutuneet kulut eriteltynä kululajeittain. Toimintokohtaisessa tuloslaskelmassa taas liiketoiminnasta aiheutuneet kulut ja poistot jaetaan yrityksen eri toiminnoille.

Kululajipohjainen laskelma on perustana kirjanpitoasetuksen mukaiselle tuloslaskelmakaaville ja se on myös yritysten yleisimmin käyttämä tuloslaskelman esittämistapa. (Ikäheimo ym. 2014, 23 - 25.)

<p>LIKEVAIHTO</p> <ul style="list-style-type: none"> +/- Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos + Valmistus omaan käyttöön + Liiketoiminnan muut tuotot - Ostot tilikauden aikana - Henkilöstökulut - Poistot ja arvonalentumiset - Liiketoiminnan muut kulut <p>LIKEVOITTO (-TAPPIO)</p> <ul style="list-style-type: none"> +/- Rahoitustuotot ja -kulut +/- Satunnaiset erät +/- Tilinpäätössirot - Verot <p>TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO</p>

Taulukko 1: Kululajikohtaisen tuloslaskelman pääsisältö. (Ikäheimo ym. 2014, 24.)

Tuloslaskelman alkuun merkitään yrityksen varsinaisesta liiketoiminnasta johtuneet tuotot ja kulut. Kun liikevaihdosta ja liiketoiminnan tuotoista vähennetään liiketoiminnasta johtuneet kulut (esimerkiksi materiaalit, palvelut, poistot ja henkilöstökulut), muodostuu liikevoitto tai liiketappio. Liikevoiton jälkeen tuloslaskelmassa osoitetaan, miten liiketoiminnassa saavutettu tulos jaetaan. Tulosta jaettaessa mukana ovat lainaa antanut rahoittaja (rahoituskulut), verottaja (verot) sekä yrityksen omistaja (tilikauden voitto). (Ikäheimo ym. 2014, 24; Tomperi 2015, 147.)

Tuloslaskelman perusmuoto on siis yksinkertaisesti Tulot - Kulut = Tulos. Jotta tuloslaskelmaa voitaisiin hyödyntää päätöksenteon apuna, siinä on oltava tarkempaa tietoa tuloista sekä erityisesti kuluista. (Seppänen 2011, 38.)

2.2.2 Taselaskelma

Tase osoittaa yrityksen varat sekä velat tietyssä päivänä. Tilinpäätöksessä taseesta saadut arvot ovat tilinpäätöspäivän saldot. Kaikille kirjanpitovelvollisille on sama peruskaava, jonka mukaan tase tehdään. Pienille kirjanpitovelvollisille sallitaan taseen tekeminen lyhennetyssä muodossa. Taseen päätarkoitus on selvittää yrityksen taloudellinen asema tilinpäätöshetkellä. (Kerbs 2016, 51; Salmi 2012, 63.)

Taseeseen on listattu yrityksen hallussa olevat omaisuuserät, kuten rakennukset, koneet, patentit ja sijoitukset. Taseessa myös selvitetään, kuinka paljon yrityksellä on omaa pääomaa ja velkaa eli vierasta pääomaa. Taseen vastaavaa-puoli selvittää rahan käyttökohteet, kun taas vastattavaa-puoli rahan lähteet. Taseen loppusummaa tarkastelemalla voidaan päätellä yrityksen ominaisuudet, kuten sen koko ja merkitys yritysmaailmassa (Viitala & Jylhä 2013, 320; Tomperi 2015, 155; Ikäheimo ym. 2014, 27).

<p>VASTAAVAA</p> <p>PYSYVÄT VASTAAVAT</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aineettomat hyödykkeet – Aineelliset hyödykkeet – Sijoitukset <p>VAIHTUVAT VASTAAVAT</p> <ul style="list-style-type: none"> – Vaihto-omaisuus – Saamiset – Rahoitusarvopaperit – Rahat ja pankkisaamiset
<p>VASTATTAVAA</p> <p>Oma pääoma</p> <p>Tilinpäätössiirtojen kertymä</p> <p>Pakolliset varaukset</p> <p>Vieras pääoma</p>

Taulukko 2: Taseen sisältö (Ikäheimo ym. 2014, 27.)

Taseen vastaavaa-puolen erät ovat yrityksen varat, jotka ovat tilinpäätöspäivänä sen hallussa ja joilla on taloudellista hyödyntämisarvoa. Taseen ensimmäinen pääryhmä on pysyvät vastaavat. Pysyvillä vastaavilla on tulontuottokykyä useamman kuin vain yhden tilikauden aikana. Näitä ovat esimerkiksi rakennukset, koneet ja kalusto, patentit ja sijoitukset. Vaihtuvia vastaavia ovat vaihto-omaisuus ja rahoitusomaisuus sekä mahdolliset sijoitukset. Sijoitusten käyttötarkoitus ratkaisee, kuuluvatko ne pysyviin vai vaihtuviin vastaaviin. (Ikäheimo, Malmi & Walden 2016, 57 - 60; Kerbs 2016, 51.)

Vastattavaa-puolen erät osoittavat yrityksen vastuut ja velat, jotka ovat voimassa tilinpäätöspäivänä. Vastattavaa-puoli koostuu neljästä eri kokonaisuudesta, jotka ovat oma pääoma, tilinpäätössiirtojen kertymä, pakolliset varaukset ja vieras pääoma. Oma pääoma koostuu yrityksen omistajien sijoittamasta pääomasta tai aikaisemman voitollisen toiminnan kerryttämästä tulo-rahoituksesta, jota ei ole vielä jaettu osinkoina. Tilinpäätössiirtojen kertymä muodostuu poistoerosta ja vapaaehtoisista varauksista. Poistoero osoittaa käyttöomaisuudesta tehtyjen suunnitelmien mukaisten poistojen sekä kirjanpidossa tehtyjen poistojen välisen

eron. Pakollisiin varauksiin kuuluvat eläkevaraukset, verovaraukset sekä muut pakolliset varaukset. Vierasta pääomaa ovat mm. pääomalainat, joukkovelkakirjalainat ja lainat rahoituslaitoksilta. (Ikäheimo ym. 2016, 61; Ikäheimo ym. 2014, 29 - 30.)

2.2.3 Rahavirtalaskelma

Rahavirtalaskelma on osa tilinpäätöstä. Sen tarkoitus on antaa tilinpäätöksen tukena tietoa siitä, miten yritykseen tullut rahavirta on syntynyt ja mihin sitä on käytetty. Rahavirtalaskelman laatimisvelvollisuus koskee suuryritysluokkaan kuuluvia ja yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä (Ikäheimo ym. 2014, 32; Kerbs 2016, 103).

Rahavirtalaskelman tarkoituksena on antaa tietoa yrityksen todellisista maksutapahtumista ja rahavirroista. Se laaditaan mittaamalla kassaan tulleiden rahamääräisten maksujen määrä sekä kassasta lähteneiden rahamääräisten maksujen määrä kyseisen tilikauden aikana. Laskelmassa ei siis huomioida saatuja tai tehtyjä maksuja, joissa maksuväline on jokin muu kuin raha, esimerkiksi osakkeet tai velkakirjat. (Seppänen 2011, 53 - 57.)

Rahavirtalaskelmassa on osoitettava investointien rahavirrat, jotka osoittavat rahan käytön, rahoituksen rahavirrat, jotka osoittavat oman ja vieraan pääoman muutokset kyseisen tilikauden aikana sekä liiketoiminnan rahavirta. Liiketoiminnan rahavirta osoittaa, kuinka paljon tilikauden aikana on tuotettu rahavaroja yrityksen toiminnan edellytysten säilyttämiseksi, tuoton maksamiseen oman pääoman sijoittajille, uusien investointien tekemiseen ja lainojen takaisin maksamiseen, ilman että turvaudutaan ulkopuolisiin rahoituslähteisiin. (Kerbs 2016, 103.)

2.3 Taloudelliset tunnusluvut

Mittaamista ja tunnuslukuja tarvitaan yrityksen suorituskyvyn johtamisessa. Suorituskyvyllä tarkoitetaan mitattavan kohteen kykyä saavuttaa sille asetetut tavoitteet. Yrityksen suorituskyky rakentuu monesta eri osasta, joten yksittäiset mittarit eivät riitä. Tarvitaan mittausjärjestelmän kokonaisuus eli mittaristo. Koska seuranta järjestelmistä saadaan kerättyä ja tuotettua tietoa lähes rajattomasti, tarvitaan rajattua ja tiivistettyä tietoa eli tunnuslukuja. (Johansson & Raudasoja 2009, 123 - 124.)

Taloudelliset tunnusluvut ovat analysoinnin apuvälineitä, joilla voidaan muuttaa rahamääräinen tilinpäätösinformaatio vertailukelpoiseksi muiden yritysten kanssa. Tunnusluvut tuottavat myös uutta informaatiota, jota ei saada suoraan tilinpäätöksestä. Tunnuslukuanalyysin tavoitteena on arvioida yrityksen taloudellista suoritusta. (Seppänen 2011, 63.) Yrityksen sisällä päätetään, miten kannattavuutta seurataan. On valittava, minkä asioiden osalta seurantaa tehdään, millä mittareilla ja kuinka tiheästi. Jotkut tunnusluvut ovat kuitenkin laajasti vakiin-

tuneita. Esimerkiksi liikevoittoprosentti, sijoitetun pääoman tuottoprosentti ja käyttökateprosentti ovat yleisimmin käytettyjä etenkin kannattavuudesta kertovissa raporteissa. (Viitala & Jylhä 2013, 309.)

Tunnuslukuja on kehitetty useita, ja osaa käytetään enemmän ja useammin kuin muita. Tunnuslukuja valitessa ja niitä analysoidessa on kuitenkin tärkeää kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin. Tunnusluvun on oltava validi, eli sen on mitattava asiaa, jota sen on tarkoituskin mitata. Lisäksi sen on oltava sopiva mitattavaan liiketoimintaan. Tunnusluvun on myös oltava luotettava eli reliaabeli, eli tunnusluku ei saa olla riippuvainen mittajasta. Tunnuslukua käyttäessä on myös tärkeää, että mittaja ymmärtää, mitä ollaan mittaamassa. Tunnusluvun laskukaava on siis ymmärrettävä. On myös tärkeää pitää mielessä analyysin perustarkoitus, eli johtopäätösten teko sekä kannan ottaminen yrityksen taloudellisiin saavutuksiin. (Salmi 2012, 140 - 141.)

Alla on esitetty muutamia yleisimmin käytettyjä tunnuslukuja:

$$\text{ROE-\%} = 100 \times \frac{\text{tilikauden voitto}}{\text{oma pääoma}}$$

Oman pääoman tuottoprosentti (ROE-% = return on equity) osoittaa, kuinka paljon yrityksen omistajat saavat tilikaudelta omistussijoitukselleen tuottoa. (Vilkkumaa 2010, 46.)

$$\text{Käyttökateprosentti} = 100 \times \frac{\text{käyttökate}}{\text{liikevaihto}}$$

Käyttökateprosentti (EBITDA-% = earnings before interest, taxes and amortization) kertoo, kuinka paljon liikevaihdosta jää käytettäväksi investoinneista tehtäviin poistoihin, korkoihin, veroihin ja voitonjakoon.

$$\text{Liikevoittoprosentti} = 100 \times \frac{\text{liikevoitto}}{\text{liikevaihto}}$$

Liikevoittoprosentti (EBIT-% = earnings before interest and taxes) kertoo, kuinka suuri osuus liikevaihdosta jää omistajille, rahoittajille ja veron maksuun.

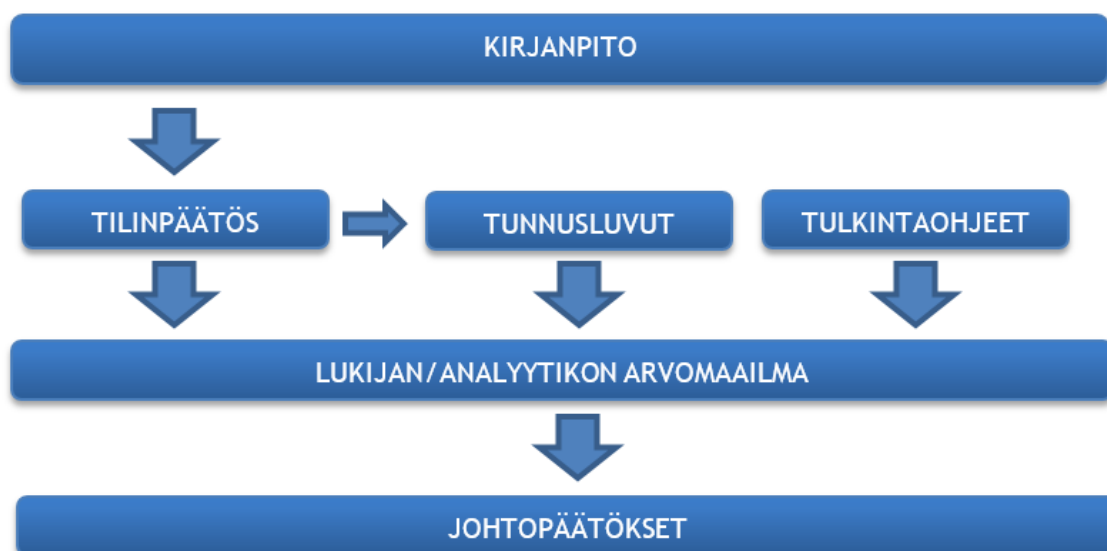
$$\text{ROI-\%} = \frac{\text{liikevoitto}}{\text{taseen loppusumma - korottomat velat}}$$

Sijoitetun pääoman tuotto (ROI-% = return on investment) osoittaa, millaisen koron yrityksen toiminta on tuottanut siihen sijoitetuille varoille. Sijoittajat ovat kiinnostuneita, mihin yritykseen sijoittamalla he saavat parhaimman tuoton sijoitukselleen ja millainen tuotto on suhteessa muihin sijoitusvaihtoehtoihin. (Viitala & Jylhä 2013, 310.)

2.4 Tilinpäätösanalyysi

Useat päätöksentekotilanteet vaativat kykyä arvioida yrityksen taloudellista tilaa. Tilinpäätösanalyysia hyödynnetään esimerkiksi suunniteltaessa johdon palkitsemista ja vieraan pääoman sijoittajat arvioivat yritystä tilinpäätösanalyysista saatujen tietojen perusteella. (Kallunki 2014, 11.)

Pelkän tilinpäätöksen avulla kirjanpitovelvollisesta voi saada paljon selville. Sen perusteella arvioidaan yrityksen kannattavuutta, varmuutta ja luottokelpoisuutta. Joissain tapauksissa tilinpäätös laaditaan perustuen vain laissa määrättyyn oikeaan ja riittävään kuvaan, mutta tilinpäätäjät voivat pyrkiä vaikuttamaan tilinpäätöksestä saatavaan yrityskuvaan tilinpäätöstä tehdessä. Yrityksen taloudellista asemaa saatetaan esimerkiksi haluta piilotella verosuunnittelun takia. (Leppiniemi & Kykkänen 2015, 169.)



Kuvio 1: Tilinpäätöksen lukeminen ja tulkinta. (Salmi 2012, 120.)

Yrityksen taloudellista tilaa ja taloudellisia toimintaedellytyksiä tulkitaan pääasiassa tilinpäätöksen avulla. Tilinpäätös laaditaan juoksevan kirjanpitoaineiston perusteella, ja se antaa oikean ja riittävän kuvan yrityksen tuloksesta (tuloslaskelma) ja taloudellisesta asemasta (tase). Koska näistä saadut yksittäiset rahamäärät eivät ole kovinkaan informatiivisia, on syytä käyttää apuna erilaisia tunnuslukuja. (Salmi 2012, 121.)

Tilinpäätösanalyysia tehdessä muutetaan tilinpäätöksestä saatu rahamääräinen aineisto tiedon käyttäjän kannalta tarvittavaan muotoon. Tärkeää on määrällisyys ja vertailukelpoisuus. Lisäksi voidaan käyttää hyväksi myös muita tietolähteitä, kuten tilastoja ja uutisia, joiden avulla saadaan laajempi käsitys taloudesta ja käsiteltävästä toimialasta. Analyysissa voidaan

vertailla esimerkiksi yrityksen taloudellista tilaa eri ajankohtina tai muiden yritysten tilaa suhteessa analysoitavaan yritykseen. (Ikäheimo ym. 2014, 45.)

Tilinpäätöksen lukijoilla ja analyysoijilla on erilaisia tarpeita ja lähtökohtia. Vaikka kaksi eri lukijaa tarkastelisi samoja lukuja, voivat heidän tekemänsä johtopäätökset kuitenkin olla hyvin erilaiset. Lukijan arvomaailma vaikuttaakin vahvasti analyysin lopputulokseen. Esimerkiksi riskiin suhtautuminen on paljolti yksilöstä riippuva asia. Ajanjakson tarkastelun vaikutus on myös suuri, koska toinen voi hakea pidemmän aikavälin muutoksia ja toiselle riittää vain lyhyemmän, esimerkiksi yhden tilikauden pituinen, tarkastelu. Myös tarkastelijan tapa tehdä tulosta vaihtelee. Toiset haluavat voimakasta kasvua, toiset tulosta ja osa arvostaa eettisesti kestävästä liiketoimintaa. Huolimatta yksilön henkilökohtaisista arvostusperiaatteista tilinpäätöstä analysoidessa on kyettävä ottamaan kantaa ja tekemään johtopäätöksiä. Tunnuslukujen laskeminen sekä tuloslaskelman ja taseen rivien ymmärtäminen ovat välineitä johtopäätösten tekemiseen, mutta ilman johtopäätösten tekoa niistä ei ole juuri hyötyä. (Salmi 2012, 122 - 123.)

Koska yrityksillä on tarve saada monipuolista tietoa taloutensa tilasta, tilinpäätösanalyysijä tehdään usein monin eri tavoin. Analyysien laajuus voi vaihdella yksittäisten tunnuslukujen analyysistä koko toimialan kattavaan tarkasteluun. Yritysten tavallisimmin käyttämiä analyysijä ovat toimiala-analyysi, yritysanalyysi, perinteinen tilinpäätösanalyysi ja sijoitusanalyysit. Toimiala-analyysin tarkoituksena on arvioida yrityksen toimialan menestystä sekä toimintaedellytyksiä. Sen tarkoituksena on arvioida koko alan tilannetta ja suhteuttaa analysoitavan yrityksen tilaa siihen. Yritysanalyysilla selvitetään koko yrityksen tilanne ja kehitysnäkymät. Sen ajankohta sijoittuu pitkälle menneisyyteen mutta myös tulevaisuuteen. Perinteinen tilinpäätösanalyysi tehdään yksittäiselle yritykselle tai konsernille, ja se perustuu tunnuslukuihin ja niiden muutosten arviointiin. Pääomasijoittajat ovat usein kiinnostuneet sijoitusanalyysistä, jossa tarkastellaan yrityksen rahoituskelpoisuutta, pääomarakennetta ja kassavirtoja. (Salmi 2012, 124 - 125.)

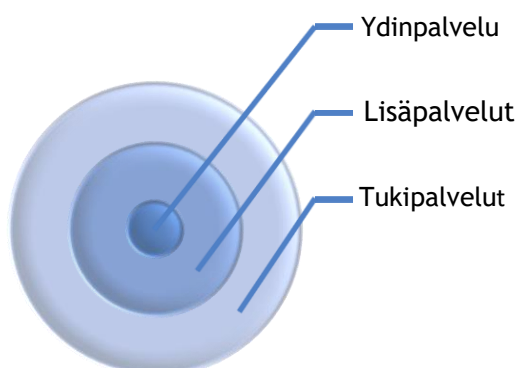
3 Palvelun tuottaminen

Palvelut ovat prosesseja, ja ne koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista. Palvelu on aineetonta, eikä sitä voi varastoida. Palveluita myydään eri tavalla kuin tavaroita, ja palveluiden markkinoinnissa ja niihin liittyvässä asiakastyössä on huomioitava palvelun erityispiirteet. Palvelun tarkoituksena on tarjota asiakkaalle ratkaisu johonkin hänen ongelmaansa. (Viitala & Jylhä 2013, 123 - 124.) Palvelumuotoilu on monitieteinen lähestymistapa, johon sisältyy useita menettelytapoja ja työkaluja useista eri lähteistä. Palvelumuotoilun avulla voidaan luoda uusia tai kehittää jo olemassa olevia palveluita ja tehdä niistä hyödyllisempiä ja tehokkaampia sekä asiakkaille että itse yritykselle. (Schneider & Stickdorn 2010, 22 - 23.)

Palvelumuotoilu tarkoittaa palvelun innovointia, kehittämistä ja suunnittelua käyttämällä muotoilun menetelmiä. Sen keskeisin lähtökohta on tuottaa palvelukokemuksen käyttäjälähtöinen suunnittelu niin, että tuotettu palvelu vastaa käyttäjän tarpeita mutta myös palvelun tarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita. Palvelumuotoilun myötä asiakkaiden rooli on muuttunut enemmän vastaanottajasta aktiivisen käyttäjän rooliin, jossa asiakkaita pyydetään keräämään itse tietoa ja kertomaan palvelukokemuksistaan. Tämän vuoksi tuotekehitysprosessissa keskitytään ideoiden muokkaamiseen asiakkaiden kanssa saadun tiedon pohjalta. (Viitala & Jylhä 2013, 153.)

Asiakaskeskeisen palvelukulttuurin kehittäminen vaatii yritykseltä aikaa ja sitoutumista. Asiakaskeskeisyydellä tarkoitetaan asiakkaan nostamista toiminnan keskiöön, jolloin asiakkaan näkökulma tulisi ottaa huomioon jokapäiväisissä päätöksissä. Koska yksilön palveluhalu ja kyky palvella asiakasta muodostuvat kaikesta aiemmin kokemasta ja opitusta, niiden muutos ei tapahdu hetkessä. Palkitseminen sekä nopeat ja tehokkaat päätöksenteon prosessit tukevat palvelukulttuurin syntymistä. (Korkiakoski & Gerdt 2016.)

Yksittäistä tuotetta tai palvelua kehittäessä on syytä ottaa huomioon kaikki eri asiat, joita tuote voi sisältää. Yhdistämällä kaikki osat voidaan rakentaa järkevä kokonaisuus, joka vastaa markkinoiden tarpeita. Tuote on kerroksista koostuva kokonaisuus, jonka perustana on tuoteydin ja jonka ympärille kerroksina muodostuvat avustavat osat ja mielikuva. Avustavia osia ovat esimerkiksi merkki, pakkaus, muotoilu ja takuu. Tuotteesta muodostuvaan mielikuvaan vaikuttavat muun muassa hinta, markkinointiviestintä ja ostotapahtuman jälkeiset toimet. Palvelun ympärille muodostuvat kerrokset ovat lisäpalvelut ja tukipalvelut. Lisäpalvelut takaavat palvelun onnistumisen ja ovat välttämättömiä sen kannalta, mutta tukipalveluiden avulla voidaan erottua muista vastaavista palveluista. (Bergström & Leppänen 2010, 116 - 117.)



Kuvio 2: Palvelun kerroksellisuus.

Tuotesuunnittelua tehdessä on tärkeää ajatella asiakasta, tuotteen tai palvelun lopullista kuluttajaa ja hänen tarpeitaan sekä tuotteesta syntyvää mielikuvaa. Mielikuva ei synny pelkästään markkinoinnin tuloksena, vaan kaiken toiminnan ja asiakkaan kokemuksen perusteella. Markkinointiajatteluun ja -strategiaan sopivien kilpailukeinojen yhdistelmä eli markkinointimix koostuu markkinointiohjelmasta ja keinoista, joilla markkinoiden tarpeet ja toiveet tyydytetään. Markkinointimixin pohjalta on kehitetty useita erilaisia malleja. P-mallit kuvaavat kilpailukeinoja myyjän näkökulmasta. (Viitala & Jylhä 2013, 110.)

Asiakasmarkkinoinnin keskeisin tavoite on tuottaa asiakaskohderyhmille kilpailijoita parempi arvo. Tuotettaan markkinoivan yrityksen on selvitettävä kysyntä ja asiakkaiden tarpeet, sekä luoda, ohjailla, ylläpitää ja tyydyttää kysyntää käyttämällä erilaisia ratkaisuja. Edellä mainittuja toimenpiteitä varten suunnitellaan yritykselle omat markkinoinnin kilpailukeinot eli tavat, joilla lähestytään asiakkaita ja muita sidostyymiä. Näistä kilpailukeinoista rakennetaan suunnitelmallinen yhdistelmä, jota kutsutaan markkinointimixiksi. (Bergström & Leppänen 2015, 148.)

McCarthy'n kehittämä neljän P:n malli on yksi käytetyimmistä markkinointimixeistä. Se määrittelee markkinoinnin kilpailukeinoiksi tuotteen (product), hinnan (price), saatavuuden (place) ja markkinointiviestinnän (promotion). Ennen tuotteen viemistä markkinoille, yrityksen on tehtävä tutkimusta markkinoista. Kaikilla edellä mainituilla P:llä on tärkeä merkitys tuotteen elinkaaren eri vaiheissa. (Milligan 2012.)

Tuote (product) Brändin nimi Käytettävyys Laatu Turvallisuus Takuu Pakkaus Korjaukset ja käyttötuki	Hinta (price) Hinnoittelustrategia Vähittäismyyntihinta Kausihinnoittelu
Saatavuus (place) Jakelukanavat Varastointi Kuljetus Inventointi Tilauksen prosessit	Markkinointiviestintä (promotion) Mainonta PR Näkyvyys Myynnin edistäminen ja toimet

Taulukko 3: 4 P-mallissa huomioitava asioita. (NetMBA 2010.)

4 P-mallin pohjalta on kehitetty myöhemmin muita vastaavia P-jaotteluja. Booms ja Bitner kehittivät 1980-luvulla 7 P-mallin, joka käsittää aiemmin mainitun neljän P:n lisäksi ihmiset (people), prosessit (processes) sekä palvelun fyysiset elementit (physical elements). Markkinointiajattelun kehittyessä asiakaslähtöisempään suuntaan, on P-mallien rinnalle nostettu uusia jaottelutapoja korostamaan asiakaslähtöisyyden merkitystä. 5 C-mallissa tarkastellaan asioita asiakkaan kannalta:

product, tuote	➔	customer value, lisäarvo, tarve ja halu
price, hinta	➔	costs, kustannukset asiakkaalle
place, saatavuus	➔	convenience, mukavuus
promotion, viestintä	➔	communication, vuorovaikutus
personnel, henkilöstö	➔	customer interface, kumppanuus. (Viitala & Jylhä 2013, 111.)

Ihmiset ovat palveluliiketoiminnan avainasemassa, joten henkilöstön määrä, laatu sekä käyttäytyminen vaikuttavat merkittävästi palvelun onnistumiseen. Yrityksen palveluhenkilöstön lisäksi myös sen asiakkaat vaikuttavat tarjotusta palvelusta syntyvään mielikuvaan. Useissa tapauksissa asiakkaat osallistuvat palvelun toteutumiseen, ja näin ollen vaikuttavat muidenkin asiakkaiden valintoihin. Yrityksessä toimivan yksilön henkilökohtainen osaaminen ja kyvykkyys vaikuttavat koko yrityksen menestymiseen. Uuden markkinointiajattelun mukaan yrityksen jokainen työntekijä osallistuu omalla tavallaan yrityksen markkinointiin, eikä se ole enää pelkästään markkinointiosaston tehtävä. (Bergström & Leppänen 2015, 148 - 150.)

Henkilöstön merkitys on palveluja tuottavassa yrityksessä vielä kriittisempi tekijä kuin tuotteita tuottavassa, koska henkilöstö tuottaa palvelukokemuksen asiakkaalle. Siksi sisäinen markkinointi on yksi tärkeimmistä työkaluista. Sisäinen markkinointi tarkoittaa yrityksen omalle henkilöstölle suunnattua markkinointia. Se on johtamista, jonka tarkoituksena on saada yrityksen liikeidea ja sen sisältö toteutumaan yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa ja jokaisen työntekijän työtehtävässä. Sisäisen markkinoinnin keinoja ovat koulutus, tiedotus, kannustaminen sekä yhteishengen luominen. (Bergström & Leppänen 2015, 148-150, 154 - 155.)

Täysin uusien tuotteiden tai vanhojen tuotteiden suunnittelua ja markkinoille tuomista kutsutaan tuotekehitykseksi. Tuotekehitys on tärkeä ehto monen yrityksen toiminnalle ja kilpailussa menestymiselle, ja siksi yritykselle on tärkeää tietää, mitä ostajat haluavat ja miten markkinoiden tarpeet muuttuvat. Myös esimerkiksi lainsäädännön muutokset voivat tuoda tarpeen tuotekehitykselle. Tuotekehityksen vaiheet ovat:

- 1) ideointi ja arviointi
- 2) kehittäminen ja testaukset
- 3) tuotteistaminen
- 4) lanseeraus eli markkinoille tuominen. (Bergström & Leppänen 2010, 118 - 119.)

Tuotteistamiseen liittyvistä toimista voidaan puhua palvelujen konseptointina tai systematisointina. Sillä voidaan tarkoittaa myös tietyn palvelun standardoimista tuotteen kaltaiseksi hyödykkeeksi tai sekä uusien että olemassa olevien palvelujen määrittelyä ja ainakin osittaista vakiointia, joka kohdistuu yrityksen sisäisiin sekä asiakkaalle näkyviin prosesseihin. Tuotteistamisen tarkoituksena on palveluliiketoiminnan uudistaminen ja kehittäminen, ja sen myötä laadun ja tuottavuuden parantumisen vuoksi asiakkaan saaman hyödyn sekä yrityksen kannattavuuden maksimoiminen. Tuotteistamista voidaan hyödyntää palveluja kehittäessä, vaikka tavoitteena ei olisikaan luoda täysin vakioitua palvelua. Palvelun määrittelyn, vakioinnin ja konkretisoinnin avulla voidaan päästä tuotteistamisen tavoitteeseen eli yrityksen kilpailukyvyyn parantamiseen. Toiminnan konkretisoiminen sekä systemointi helpottaa kyseessä olevan palvelun myyntiä sekä markkinointia ja vähentää palvelun kehittämisestä aiheutuvaa epävarmuutta. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1 - 2.)

4 Case-tutkimus

Tilitoimistoalan yrityksiä oli Suomessa vuoden 2017 alussa yhteensä noin 4300 kappaletta. Niiden koko vaihtelee yhden hengen toimistoista yli 50 henkilö työllistäviin suurempiin toimistoihin. Alalla työskentelee noin 12 300 henkilöä. 5-9 henkilön tilitoimisto hoitaa keskimäärin noin 170 yrityksen asioita. (Talouhallintoliitto 2017.) Tässä case-tutkimuksessa keskitytään toimeksiantajayritys Rantalainen Oy Helsingin palvelujen kehittämiseen.

4.1 Toimeksiantaja Rantalainen Oy Helsinki talouhallinnon muutoksissa

Rantalainen Oy Helsinki on osa Rantalainen Yhtiöitä. Rantalainen Oy Helsinki tarjoaa kattavasti eri talouhallinnon palveluita, kuten kirjanpidon, palkanlaskennan ja yritysverotus- sekä asiantuntijapalvelut. Rantalainen Oy Helsingillä on toimipisteitä Helsingissä, Vantaalla, Hangossa, Karjaalla ja Tammisaaressa. Heidän palveluksessaan on noin 100 talouhallinnon ammattilaista. Heillä on käytössään useampi eri talouhallinnon ohjelmisto, mukaan lukien Procountor, Visma Fivaldi, Netvisor, Lemonsoft ja Microsoft Dynamics AX. (Rantalainen yritysesitys 2016.)

Automatisaation myötä teknologia korvaa suurimman osan suoritusperusteisista töistä, mutta vaarassa ovat myös ammattitaitoa vaativat alat kuten laki- ja talouspalvelut. Teknologian muutos tuhoaa työtehtäviä nopeammin kuin niitä ehditään luoda. (Rotman 2013.)

Digitalisaation myötä talouhallinnon ala on siis muutoksessa. Tilitoimistoille aukeaa mahdollisuus täysin uudenlaisten palveluiden tarjoamiseen, mutta sen lisäksi haasteena on lisäarvon tuottaminen asiakkaalle ja talouhallinnon asiantuntijoiden rooli tulevaisuudessa. Rutiinityöt ja prosessit automatisoidaan hyödyntäen sähköistä talouhallintoa, jolloin asiantuntija pystyy

auttamaan asiakastaan hyödyntämään sähköisen taloushallinnon tuottamaa informaatiota liiketoiminnan johtamisessa. Digitalisaation myötä taloushallinnon ammattilainen onkin siis palveluammattilainen ja yritysconsultti, joka lukujen kirjaamisen sijaan johtaa niistä liiketoiminnan ja sen menestyksen kannalta keskeistä informaatiota nykyhetkeen sekä myös tulevaisuuteen. (Vilokkinen-Määttä 2016; Lähteenmäki-Lindman 2015.)

Digitaalisuuden hyötyjä ovat ehdottomasti sen mahdollistamat tehokkuus ja nopeus. Useiden resurssien ja esimerkiksi arkistointitilan tarve vähenevät huomattavasti siirtyessä digitaaliseen automaattiseen taloushallintoon. Paperin ja arkistointivälineiden vähentäminen tekee siitä näin ollen myös ekologisemmän vaihtoehdon. Lisäksi digitaalinen taloushallinto edistää toiminnan laatua sekä yritystoiminnan läpinäkyvyyttä ja vähentää ja ehkäisee virheiden syntymistä. Digitalisaation myötä taloushallinnossa ja etenkin raportoinnissa tulevat kasvamaan reaaliaikaisuuden, tiedonhallinnan ja asiantuntijuuden merkitys. Se tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia erilaisten analyysien ja raporttien tuottamiseen. (Lahti & Salminen 2014, 32; Haukka 2016.)

Rantalainen Oy Helsingin tavoitteena on tarjota henkilökohtainen palvelukokemus ja he ovatkin tehneet asiakaspalvelulupauksen. Asiakaspalvelulupauksen tavoitteena on luoda henkilökohtainen asiakaspalvelusuhde sekä aito kiinnostus asiakkaan liiketoimintaa kohtaan. Tämä toteutetaan räätälöimällä asiakkaalle sopiva palvelupaketti, tuottamalla oikeaa ja ajantasaista informaatiota, nopealla vastausajalla sekä oma-aloitteisella yhteydenotolla sekä pyrkimällä ylittämään asiakkaan odotukset. (Rantalainen yritysconsultti 2016.)

4.2 Kyselytutkimus

Tässä tutkimuksessa käytetään määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta. Tutkimus toteutetaan asiakkaille sähköisesti lähetettävänä kyselylomakkeena. Käytettäväksi tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen menetelmä, koska sen avulla saadaan nopeammin enemmän vastauksia kuin esimerkiksi haastatteluilla. Lisäksi menetelmä on objektiivinen eli tutkijasta riippumaton. Tutkija ei siis itse vaikuta tutkimuksen lopputulokseen. (Vilka 2007, 46.)

Tutkimuksen ajankohta tulee sijoittumaan huhtikuun puoleenväliin. Se on otollisin aika kyselyn suorittamiseen, koska tilitoimiston asiakkaat ovat jo saaneet tilinpäätöksensä ja ehtineet tutustua siihen. Silloin tilinpäätöksen saamisesta ei ole kulunut vielä liian pitkää aikaa, jolloin ne ovat tuoreena muistissa ja kyselyyn on helpompi vastata.

Kyselyssä käytetään useampaa eri tapaa vastausten mittaamiseen. Kysely alkaa yrityksen toimialan ja koon selvittämisellä, ja vastaaja saa valita vaihtoehdoista omaa yritystään vastaavan yhden kohdan. Yritykset jaetaan kokoluokkiin liikevaihdon perusteella. Itse tutkimuson-

gelmaa koskevat kysymykset toteutetaan käyttäen Likertin viisiportaista asteikkoa. Se on järjestysasteikko, jota käytetään usein mielipideväittämissä. Likertin asteikko perusteena on keskikohdasta lähtien toiseen suuntaan mielipiteen saman mielisyyden kasvaminen ja toiseen suuntaan sen väheneminen. (Vilkkä 2007, 46.) Kyselyssä vastaajien vaihtoehdot väittämiin ovat:

- 1) Täysin eri mieltä
- 2) Jokseenkin eri mieltä
- 3) Ei samaa eikä eri mieltä
- 4) Jokseenkin samaa mieltä
- 5) Täysin samaa mieltä.

Toiseksi viimeisessä kysymyksessä selvitetään, mihin aiheisiin liittyen (esimerkiksi kirjanpito, verotus, ohjelmistot, tilinpäätöksen laatiminen) vastaajat haluaisivat saada enemmän tukea tilitoimistoltaan. Valittavana on yksitoista vaihtoehtoa, joista voi valita yhden tai useamman. Loppuun vastaajalle annetaan vielä mahdollisuus vastata avoimeen kenttään, johon voi kirjoittaa vapaasti kommentteja tai jättää yhteydenottopyynnön.

Kysely toteutetaan toimeksiantajan tarjoamalla kyselypohjalla, jonka linkki lähetetään asiakkaiden sähköpostiin. Kaikki kyselyyn osallistuvat saavat täysin samanlaisen kyselyn. Kyselyn vastaamisaika tulee olemaan kaksi viikkoa.

Jotta vastaajat kokisivat kyselyyn vastaamisen houkuttelevammaksi, pyritään kysely pitämään sopivan lyhyenä. Vastausaika ei saisi ylittää kymmentä minuuttia. Lisäksi kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 100 euron arvoinen ravintolalahjakortti.

4.3 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia eli luotettavuutta. Reliabiliteetti on siis näin ollen sitä luotettavampi, mitä vähemmän sattuma on vaikuttanut tutkimuksen tuloksiin. Luotettavuutta voidaan parantaa valitsemalla tutkimukseen oikeat mittarit ja arvioimalla niiden soveltuvuutta kyseisen mittauskohteen mittaamiseen. (Valli 2015.) Reliabiliteetilla arvioidaan myös tutkimuksen toistettavuutta. Tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja tarkkana, jos toistetussa mittauksessa saadaan tismalleen sama tulos, vaikka tutkija olisikin eri. (Vilkkä 2007, 149.)

Tutkimuksen pätevyys eli validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Validiutta on syytä tarkastella jo tutkimusta suunniteltaessa, koska tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei ajattelekaan kuin tutkija on olettanut. (Vilkkä 2015.) Tutkimuksen validius on hyvä, jos tutkija on onnistunut operationalisoimaan

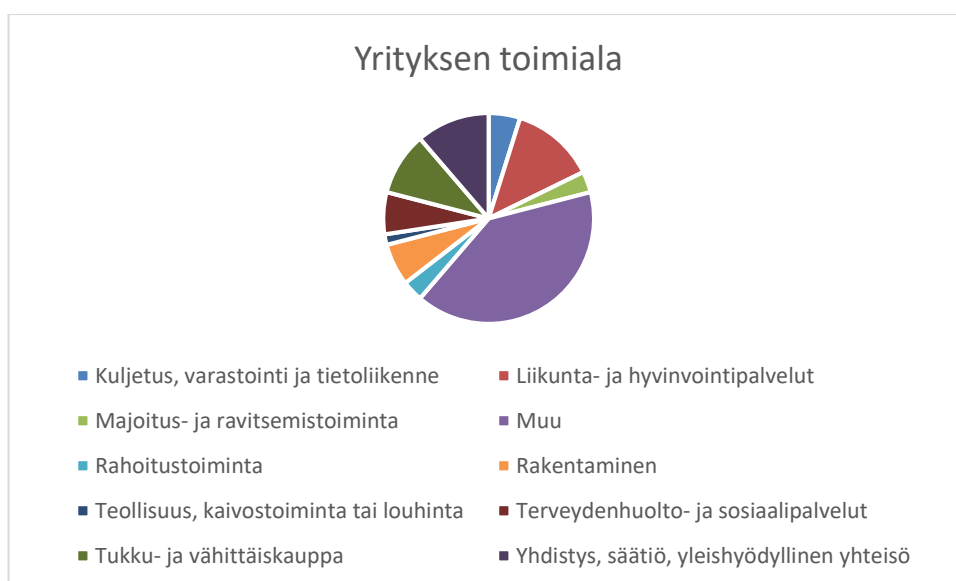
teoreettiset käsitteet arkikieleen sopivaksi ja näin ollen kyennyt siirtämään tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuuden lomakkeeseen eli mittariin. (Vilka 2007, 150.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu siis tutkimuksen reliabiliteetista ja validiteetista. Kokonaisluotettavuutta voidaan pitää hyvänä, jos tutkimuksen otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on ollut mahdollisimman vähän satunnaisvirheitä. Jos halutaan arvioida kokonaisluotettavuutta, voidaan tehdä esimerkiksi uusintamittaus. (Vilka 2007, 152.)

Tämän tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä, koska tutkimuksen vastaajat ovat oman yrityksen omistavia tilitoimiston asiakkaita. Voidaan olettaa, että heillä on käsitys tutkimuksessa käytetyistä termeistä ja omakohtaista kokemusta tilitoimiston asiakkaana toimimisesta, joten satuman vaikutus tutkimuksen tuloksiin on pieni. Tutkimuksen validiteetti on hyvä, koska tutkimuksen tuloksissa saatiin vastaukset tutkimusongelmiin. Tutkimuksen mittarit on valittu huolella ja tutkimuksessa käytetyt väittämät ja kysymykset on muotoiltu niin, että mahdollisuus väittämien väärintymmärtämiseen on pieni. Mikäli tämä tutkimus toistettaisiin uudestaan eri tutkijan toimesta, olisi tutkimustulos lähes vastaavanlainen.

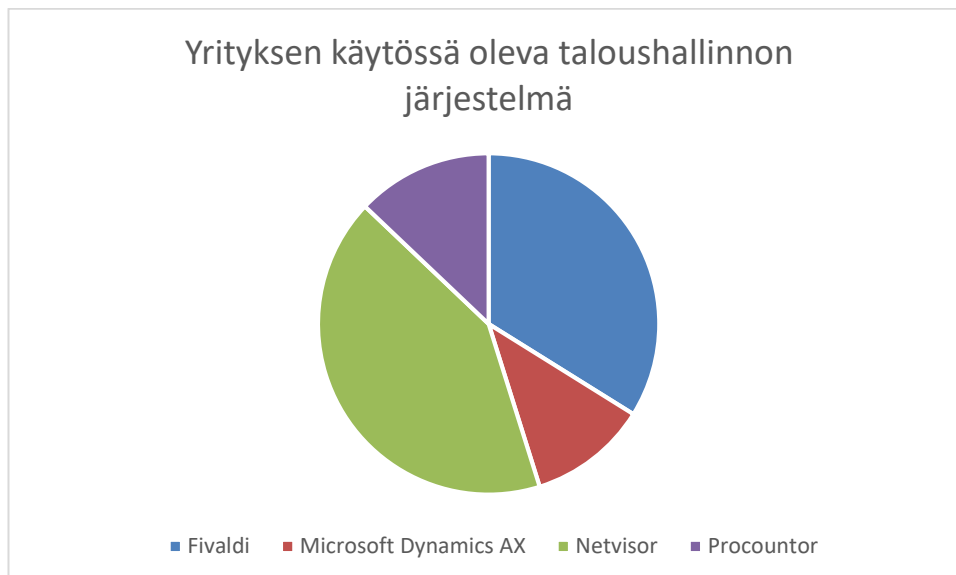
5 Tutkimustulokset

Kysely lähetettiin 803 henkilölle, ja vastauksia saatiin 62 kappaletta. Kyselyn vastausprosentti oli siis 7,7 prosenttia. Kaikki vastaajat edustivat pieniä yrityksiä (liikevaihto enintään 10 miljoonaa).



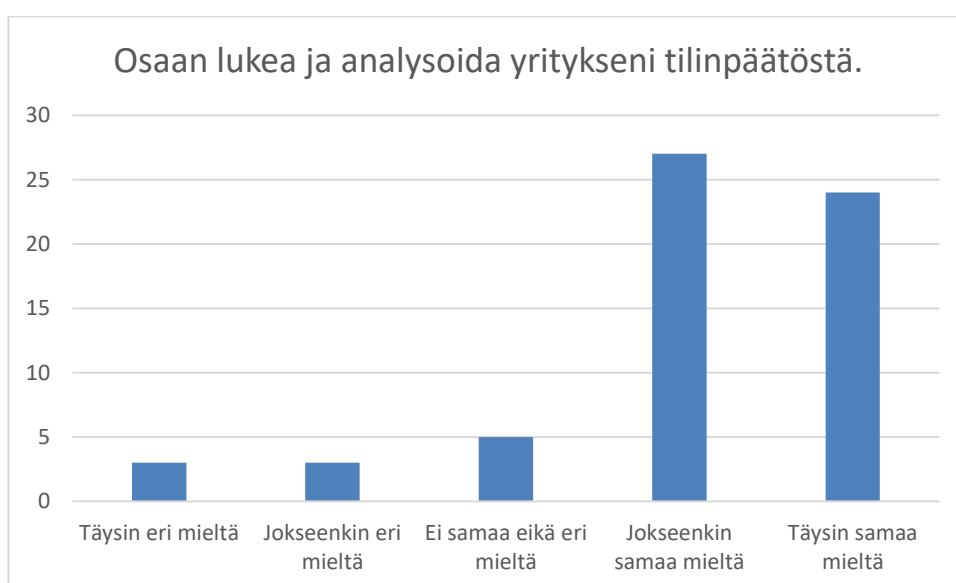
Kuvio 3: Vastanneiden yritysten toimiala.

Vastanneiden yritysten joukosta kategoriaan Muu kuuluivat toimialaltaan suurin osa, eli 25 kappaletta joka on 40 prosenttia vastanneista. Muihin kategorioihin kuului vaihtelevasti pieni määrä, 1-8 yritystä toimialaa kohden.



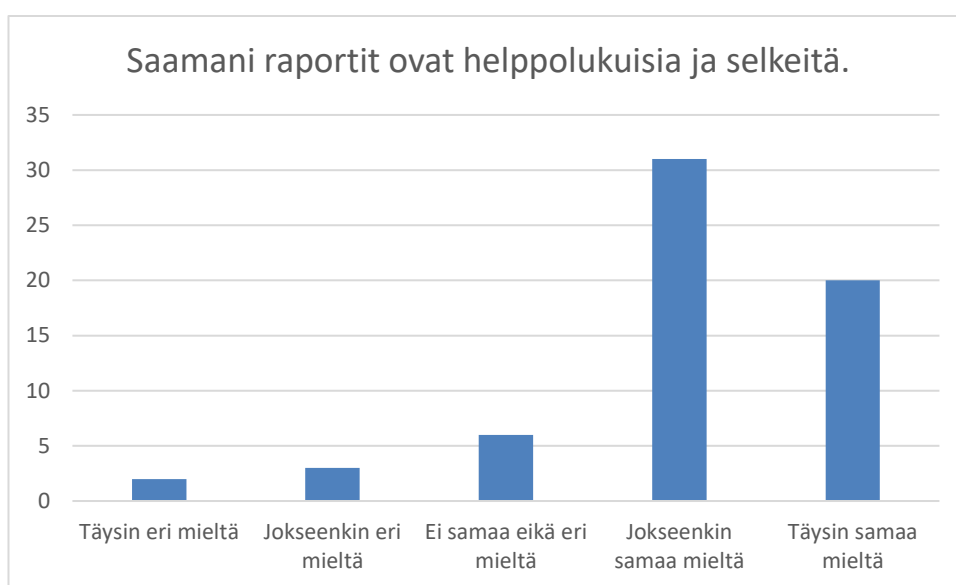
Kuvio 4: Jakauma vastaajien käyttämistä taloushallinnon järjestelmistä.

Netvisor on kyselyn vastaajien kesken eniten käytetty taloushallinnon järjestelmä. Se on käytössä 42 prosentilla vastaajista. Toiseksi käytetyin on Fivaldi 34 prosentin osuudella. Procounatorin ja Microsoft Dynamics AX:n käyttö jakautui melko tasaisesti, mutta niiden osuus vastaajien joukosta oli huomattavasti pienempi verrattuna Fivaldiin ja Netvisoriin. Procounator on käytössä 13 prosentilla ja Microsoft Dynamics AX 11 prosentilla.



Kuvio 5: Vastaajien kyky analysoida tilinpäätöstä.

Kyselyn neljännessä kysymyksessä vastaajat vastasivat väittämään 'osaan lukea ja analysoida yrityksen tilinpäätöstä'. Vastauksien perusteella suurin osa vastaajista kokee osaavansa tulkitä tilinpäätöstä, sillä 82 prosenttia vastaajista oli joko samaa mieltä tai täysin samaa mieltä. 10 prosenttia oli täysin eri mieltä tai joko samaa mieltä. 8 prosenttia ei ollut samaa eikä eri mieltä. Eri mieltä olevien välillä ei voitu saatujen vastausten perusteella tehdä selkeää johtopäätöstä yrityksen toimialan tai käytössä olevan taloushallinnon ohjelman perusteella. Kaikki eri mieltä olevat vastasivat kuitenkin väittämään 'uskon, että asiantuntijapalvelut edistäisivät liiketoimintaani' vaihtoehdoilla 'joko samaa mieltä' tai 'ei samaa eikä eri mieltä'.



Kuvio 6: Raporttien helppolukuisuus ja selkeys.

Vastaajista suurin osa kokee saamansa raportit helppolukuisiksi ja selkeiksi. 32 prosenttia vastaajista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä ja 50 prosenttia joko samaa mieltä. 10 prosenttia ei ollut samaa eikä eri mieltä. 5 prosenttia vastaajista oli joko samaa mieltä ja vain 3 prosenttia täysin eri mieltä. Eri mieltä olevista vastaajista 80 prosentilla oli järjestelmänään käytössä Netvisor.



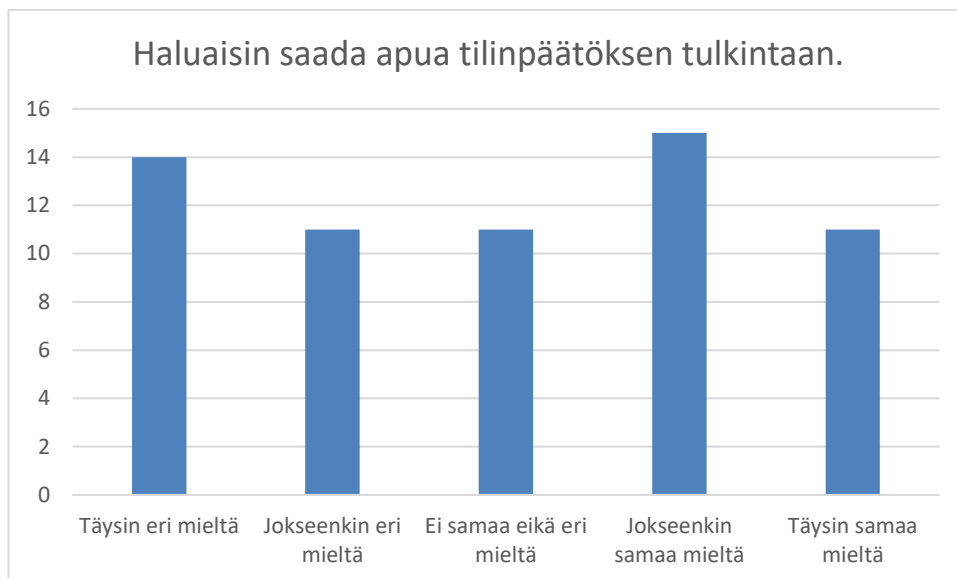
Kuvio 7: Raporttien tietojen kattavuus.

Suurin osa vastaajista (82 prosenttia) koki saavansa riittävät tiedot raporteista. Täysin eri mieltä olevilla vastaajilla on käytössään Netvisor ja heidän yrityksensä toimii joko liikunta- ja hyvinvointipalvelujen tai rakentamisen toimialalla.



Kuvio 8: Päätösten vaikutus tulevaan tilinpäätökseen.

Vastaajista 39 prosenttia uskoo ymmärtävänsä, miten heidän tekemänsä päätöksen yrityksen liiketoiminnassa näkyvät tulevassa tilinpäätöksessä. 42 prosenttia vastaajista olivat jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Kuusi prosenttia ei ole samaa eikä eri mieltä. Loput 13 prosenttia olivat eri mieltä.



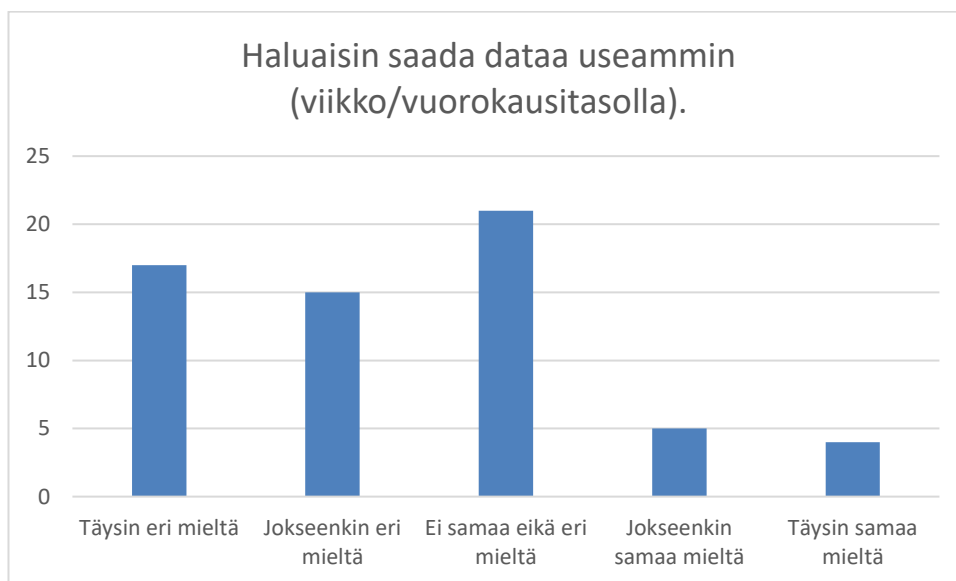
Kuvio 9: Vastaajien halukkuus saada apua tilinpäätöksen tulkintaan.

Kysymys numero 8 on tärkeässä asemassa tätä tutkimusta ja sen vastauksista saadaan vastaus yhteen tutkimuksen keskeisimmistä tarkastelun kohteista. Kysymyksessä kysyttiin vastaajien halua saada apua tilinpäätöksen tulkintaan. 18 prosenttia vastaajista halusi saada apua tulkintaan, ja 24 prosenttia oli väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. Eli yhteensä 42 prosenttia vastaajista suhtautuivat myönteisesti apuun liittyen tilinpäätöksen tulkintaan. Kuitenkin heistä 65 % on vastasi väittämään 'minulle on tarjottu asiantuntijapalveluita' olevansa eri mieltä tai ei samaa eikä eri mieltä. 18 prosenttia vastasi ei samaa eikä eri mieltä, 18 prosenttia olivat jokseenkin eri mieltä ja loput 23 prosenttia olivat täysin eri mieltä.



Kuvio 10: Asiantuntijapalvelut liiketoiminnan edistäjänä.

Suurin osa vastaajista uskoi, että asiantuntijapalveluilla olisi positiivinen vaikutus heidän liiketoimintaansa. Täysin samaa mieltä oli 15 prosenttia vastaajista, ja suurin osa eli yhteensä 44 prosenttia olivat jokseenkin samaa mieltä. Suurin osa jokseenkin tai täysin samaa mieltä olevista haluaisi saada apua tilinpäätöksen tulkintaan. Täysin eri mieltä olevat vastaajat eivät kuitenkaan halunneet apua tilinpäätöksen tulkintaan. Jokseenkin eri mieltä olevat olivat myös vastanneet väittämään numero 8 (haluaisin saada apua tilinpäätöksen tulkintaan) joko olevansa täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä tai ei samaa eikä eri mieltä.



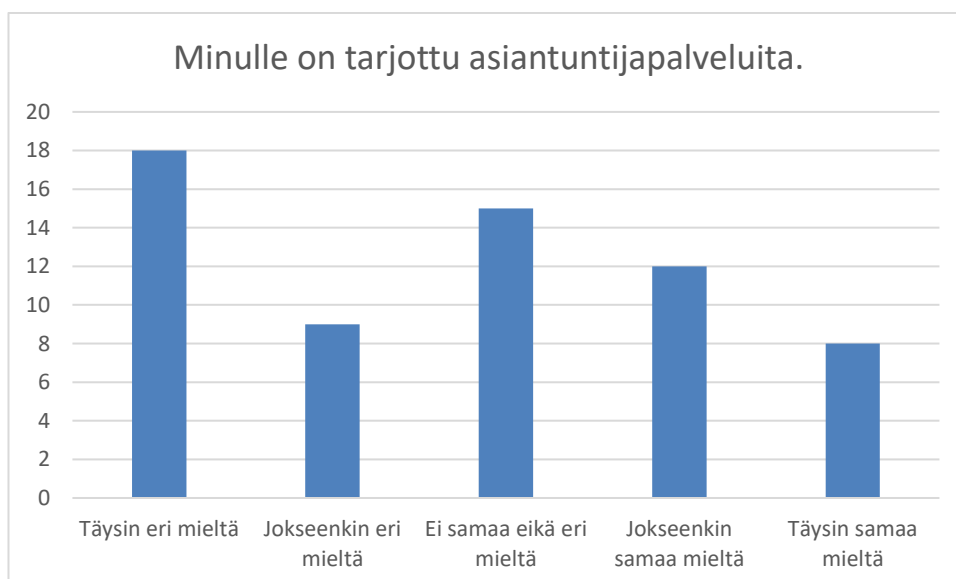
Kuvio 11: Vastaajien halukkuus saada dataa useammin.

Väittämässä numero 10 selvitettiin vastaajien halukkuutta saada dataa useammin kuin kuukausittain. Vastausten perusteella suurin osa vastaajista on tyytyväisiä kuukausitasoiseen dataan. 27 prosenttia on väittämän kanssa täysin eri mieltä ja 24 prosenttia jokseenkin eri mieltä. 34 prosenttia ei ole samaa eikä eri mieltä. Loput 14 prosenttia ovat jokseenkin samaa tai täysin samaa mieltä.



Kuvio 12: Tilinpäätöksen hyödyntäminen yritystoiminnassa.

Vastaajista 27 prosenttia kertoo osaavansa hyödyntää tilinpäätöstä yritystoiminnassaan. Hieman suurempi osuus, 32 prosenttia, on väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. 21 prosenttia ei ole samaa eikä eri mieltä. 15 prosenttia on jokseenkin eri mieltä, ja loput 5 prosenttia täysin eri mieltä. Yksikään eri mieltä olevista vastaajista ei usko, että asiantuntijapalveluiden käyttö voisi edistää heidän yrityksensä liiketoimintaa.



Kuvio 13: Asiantuntijapalveluiden tarjoaminen vastaajille.

Suurimmalle osalle vastaajista, eli 29 prosentille, ei ole tarjottu ollenkaan asiantuntijapalveluita. Lisäksi 15 prosenttia on jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Eli yhteensä 44 prosenttia on sitä mieltä, että heille ei ole tarjottu asiantuntijapalveluita. Neljännes ei ole samaa eikä eri mieltä. 19 prosenttia on jokseenkin samaa mieltä ja vain 13 prosenttia kertoo, että heille on tarjottu Rantalaisesta asiantuntijapalveluita. Kuitenkin 48 prosenttia vastaajista, joille ei ole tarjottu näitä palveluita, ovat vastanneet väittämään numero 9 (uskon, että asiantuntijapalvelut edistäisivät liiketoimintaani) joko olevansa täysin tai jokseenkin samaa mieltä. Puolet vastaajista, joille ei ole tarjottu palveluita, uskovat, että niistä olisi hyötyä heidän liiketoiminnalleen.

Aihe	Vastausten määrä
Yrityksen verotus	25
Henkilökohtainen verotus	19
Taloudellisten lukujen analysointi	16
Kirjanpito	13
Taloushallinnon ohjelmistot	8
Tilinpäätöksen laatiminen	8
Yritysjärjestelyt	5
Palkanlaskenta	3
Yrityskaupat	2
Sukupolvenvaihdokset	2
Henkilöstöasiat	1
Muut asiat	1

Taulukko 4: Alueet, joita koskien haluttaisiin hyödyntää asiantuntijan apua.

Yllä olevaan taulukkoon on järjestetty vastausten määrän mukaan suurimmasta pienimpään aihealueet, joita koskien vastaajat halusivat saada enemmän tukea Rantalaisesta. Selvästi eniten tukea haluttaisiin liittyen yrityksen verotukseen, johon vastauksia tuli 25 kappaletta. Toiseksi eniten, 19 kappaletta, tuli liittyen henkilökohtaiseen verotukseen. Taloudellisten lukujen analysointiin (vastauksia 16 kappaletta) ja kirjanpitoon (vastauksia 13 kappaletta) koe-taan myös tarvetta tuelle. Muihin aihealueisiin tuli vastauksia vähemmän, vaihdellen 8 ja 1 vastauksen välillä. Muihin asioihin tullut yksi vastaus oli täsmennetty avoimessa kentässä, ja se on tulkittavissa kirjanpitoon liittyväksi.

Kyselyn viimeinen kenttä on avoin kenttä, johon vastaaja pystyi halutessaan jättämään kommentteja liittyen kyselyyn tai omat yhteystietonsa, jos kokee, että häneen voi ottaa yhteyttä. Kyselyn päätteeksi muutamat vastaajat olivat jättäneet yhteystietonsa yhteydenottoa varten. Lisäksi palautetta oli annettu Rantalaisen yhteyshenkilöistä, palvelusta ja laskutuksesta. Itse tutkimusta ei kommentoitu ollenkaan.

6 Pohdinta ja kehitysehdotukset

Teoriatiedon ja tutkimuksen tulosten perustella voidaan todeta, että tilitoimistojen tarve ei tule vähenemään, vaikka digitalisaatio on muuttanut ja tulee jatkossakin muuttamaan taloushallintoalaa. Tilitoimistojen tarjoamien palveluiden muoto tulee muuttumaan yhä asiantuntijaperusteisemmaksi, kun nykyisiä työtehtäviä automatisoidaan jatkuvasti.

Tutkimuksen tulosten perusteella suurin osa tilitoimiston asiakkaista osaa lukea tilinpäätöstä, mutta ei välttämättä analysoida sitä syvällisemmin. Rantalaisen käytössä olevien taloushallinnon järjestelmien tuottamat raportit koetaan helppolukuisiksi ja tarpeeksi kattaviksi, ja ne tarjoavat dataa tarkasteltavaksi riittävän usein. Kuukausittainen informaatio koetaan yleisesti ottaen riittäväksi, eikä esimerkiksi vuorokautisen datan saamiselle ole tarvetta.

Suurin osa vastaajista uskoi, että asiantuntijapalveluilla olisi positiivinen vaikutus heidän liiketoimintaansa ja heillä oli myös halu saada apua tilinpäätöksen tulkintaan. Silti lähes puolet vastaajista kokivat, että heille ei ole tarjottu asiantuntijapalveluita. Eniten asiantuntijan apua haluttaisiin hyödyntää verotukseen, taloudellisten tunnuslukujen analysointiin ja kirjanpitoon liittyvissä asioissa.

Tutkimuksen tulosten perusteella asiantuntijapalveluille on kysyntää, mutta niitä olisi syytä tarjota asiakkaille enemmän ja näkyvämmiin. Palveluita olisi tärkeää tarjota jo olemassa oleville asiakkaille esimerkiksi ennen tilinpäätöstä ja kun havaitaan, että yrityksen toiminnassa on tapahtumassa muutoksia. Lisäksi esimerkiksi verotuksen tai lain muuttuessa on hyvä tunnistaa asiakkaat, joilla olisi tarvetta asiantuntijapalveluille.

Tutkimustulosten perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että tilitoimiston asiakkailla olisi kysyntää verokonsultoinnille. Kyseessä voisi olla esimerkiksi kuukausihintainen palvelu, jonka voisi ostaa lyhyeksikin ajaksi kerrallaan. Kyselyn vastauksissa oli ilmaistu tyytymättömyyttä esimerkiksi tunti hinnoitteluun, koska ei voida olla varmoja, kuinka suuri lasku saadaan seuraavan kerran. Lisäksi jatkuvat kuukausikulut koettiin pienille yrityksille ongelmallisiksi, joten palvelun hankkiminen lyhyeksi ajaksi mahdollistaa palvelun räätälöinnin juuri oman yrityksen tarpeisiin. Palveluun sisältyisi mm. veroneuvonta ja -suunnittelu, muuttuvien säännösten tulkinta ja jalkauttaminen, vähennyskelpoisten menojen maksimointi, oikaisuvaatimusten tai ilmoitusten laadinta, osakkaiden ja omistajien verokonsultointi.

Pieni yritys voisi siis halutessaan ostaa esimerkiksi tilinpäätöksen aikaan maaliskuun huhtikuun ajaksi kiinteän kuukausihintaisen palvelun, johon sisältyisi asiantuntijan neuvontaa puhelimitse, sähköpostilla ja tarvittaessa tapaamisen. Kuukausihintoja voisi olla useampia, joissa palveluun kuuluisi tietty määrä asiantuntijan käyttämiä tunteja. Esimerkiksi kevyt paketti pienen yrityksen tarpeisiin, joka sisältäisi korkeintaan 5 tuntia asiantuntijan palveluita, hinta 350

euroa sis. alv. Lisäksi voidaan tehdä paketit sisältäen esimerkiksi korkeintaan 10 tuntia ja 20 tuntia.

Tutkimustuloksissa kävi ilmi, että suurimmalle osalle tilitoimiston asiakkaista ei ole tarjottu ollenkaan asiantuntijapalveluita, vaikka he kokivat, että niillä voisi edistää oman yrityksensä liiketoimintaa. Asiantuntijoiden ja yritysten yhteyshenkilöiden olisi tärkeää kertoa enemmän tarjolla olevista palveluista, ja osata tunnistaa yritykset, jotka tarvitsevat palvelua. Kyselyyn vastanneet kaipasivat yritysverotuksen lisäksi neuvoja henkilökohtaiseen verotukseen, joten myös palkkahallinnon asiantuntijoiden olisi hyvä tunnistaa tällaiset tarpeet. Asiakkaita voidaan myös lähestyä ennen vuodenvaihdetta tai tilinpäätösten tekoa sähköpostitse lähetettävillä tiedotteilla, sosiaalisen median mainontaa unohtamatta.

Tuote (product) Asiantuntijuus Liiketoiminnan edistäminen	Hinta (price) Kuukausihinnoittelu Eri hintaluokat asiantuntijan työmäärän perusteella
Saatavuus (place) Yhteyshenkilöt Matalan kynnyksen yhteydenotto esim. sähköposti tai lomake	Markkinointiviestintä (promotion) Uudet asiakkaat Vuodenvaihde Tilinpäätös Muutokset verotuksessa Myynnin edistäminen

Taulukko 5: 4 P-malli tilitoimiston verokonsultoinnista.

Ehdotettu palvelu tarjoaa asiakkaalle asiantuntijan taidot, joita asiakasyrityksen henkilöstöllä ei ole omasta takaa. Palvelun avulla asiakasyritys säästää aikaa, ja pystyy hyödyntämään säästetyn ajan ja saamansa neuvot liiketoimintansa edistämiseen. Hinta on kilpailukykyinen, ja kiinteän kuukausihinnoittelun ansiosta asiakas tietää etukäteen palvelun tarkan hinnan eikä hänelle synny yllättäviä kuluja. Palvelun saatavuuden takaaminen on tärkeää, ja asiakasyrityksen yhteyshenkilön on oltava ajan hermolla ja tunnistettava, mikäli yrityksellä on tarvetta välittömästi tai tulevaisuudessa. Tutkimustulosten perusteella palvelua on syytä markkinoida asiakkaille aktiivisemmin, joko suoraan yhteyshenkilön tai asiantuntijoiden toimesta, sähköisten markkinointiviestien sekä sosiaalisen median kautta.

Lähteet

Painetut lähteet

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2010. Markkinoinnin maailma. 8.-12. painos. Helsinki: Edita.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16., uudistettu painos. Keuruu: Edita.
- Ikäheimo, S., Malmi, T. & Walden, R. 2016. Yrityksen laskentatoimi. 6., uudistettu painos. Helsinki: Talentum.
- Ikäheimo, S., Laitinen, E., Laitinen, T. & Puttonen, V. 2014. Yrityksen taloushallinto tänään. Vaasa: Vaasan Yritysinformaatio.
- Kallunki, J. 2014. Tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Talentum.
- Kerbs, T. 2016. Juoksevasta kirjanpidosta tilinpäätökseen käytännönläheisesti. 1. painos. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2014. Digitaalinen taloushallinto. Helsinki: Sanoma Pro.
- Leppiniemi, J. & Kykkänen, T. 2015. Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta. 9., uudistettu painos. Helsinki: Talentum.
- Salmi, I. 2012. Mitä tilinpäätös kertoo? 8. painos. Helsinki: Edita.
- Seppänen, H. 2011. Yrityksen analysointi ja tilinpäätös. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Tomperi, S. 2015. Käytännön kirjanpito. 23., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Tomperi, S. 2012. Yrityksen taloushallinto 1 - Kirjanpidon ja tilinpäätöksen perusteet. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen - Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.
- Vilkkumaa, M. 2010. Yrityksen menestyksen mittarit - Tunnusluvut, yrityksen hinnan määrittäminen & tilinpäätösanalyysi. Helsinki: Yrityskirjat.

Sähköiset lähteet

- Haukka, H. 2016. Taloushallinnon digitalisaatio johdon raportoinnissa. Viitattu 21.3.2017. <http://www.tuokko.fi/digitaaliset-taloushallinnon-palvelut/>
- Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua - opas yrityksille. Viitattu 2.10.2017. https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf
- Johansson, M. & Raudasoja, K. 2009. Esimies talouden johtajana julkishallinnossa. Verkkojulkaisu. Helsinki: WSOYpro.
- Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336. Viitattu 25.5.2017. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336#L1>

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: työkalupakki. Verkkojulkaisu. Helsinki: Talentum.

Lähteenmäki-Lindman, O. 2015. Taloushallinto tarvitsee uudenlaisia osaajia. Viitattu 30.3.2017. <http://www.talouselama.fi/tebatti/taloushallinto-tarvitsee-uudenlaisia-osaajia-3475538>

Milligan, S. 2012. Marketing strategies. Verkkojulkaisu. Delhi: Research World.

NetMBA. 2010. The Marketing Mix - The 4 P's of Marketing. Viitattu 12.8.2017. <http://www.netmba.com/marketing/mix/>

Rotman, D. 2013. How technology is destroying jobs. Viitattu 21.3.2017. <https://www.technologyreview.com/s/515926/how-technology-is-destroying-jobs/>

Schneider, J. & Stickdorn, M. 2010. This is Service Design Thinking. Verkkojulkaisu. Amsterdam: BIS Publishers.

Taloushallintoliitto. 2017. Tilitoimistoala Suomessa. Viitattu 14.5.2017. <https://taloushallintoliitto.fi/tietoa-meista/tutkimuksia-ja-tietoa-alasta/tilitoimistoala-suomessa>

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Verkkojulkaisu. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Verkkojulkaisu. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Vilokkinen-Määttä, S. 2016. Mitä tilitoimisto sinulle tarjoaa? Viitattu 30.3.2017. <http://blog.tietoakseli.fi/mita-tilitoimisto-sinulle-tarjoaa>

Julkaisemattomat lähteet

Rantalainen yritysesittely, marraskuu 2016.

Kuviot

Kuvio 1: Tilinpäätöksen lukeminen ja tulkinta	14
Kuvio 2: Palvelun kerroksellisuus.	16
Kuvio 3: Vastanneiden yritysten toimiala.....	22
Kuvio 4: Jakauma vastaajien käyttämistä taloushallinnon järjestelmistä.	23
Kuvio 5: Vastaajien kyky analysoida tilinpäätöstä.	23
Kuvio 6: Raporttien helppolukuisuus ja selkeys.	24
Kuvio 7: Raporttien tietojen kattavuus.	25
Kuvio 8: Päätösten vaikutus tulevaan tilinpäätökseen.	25
Kuvio 9: Vastaajien halukkuus saada apua tilinpäätöksen tulkintaan.	26
Kuvio 10: Asiantuntijapalvelut liiketoiminnan edistäjänä.	26
Kuvio 11: Vastaajien halukkuus saada dataa useammin.	27
Kuvio 12: Tilinpäätöksen hyödyntäminen yritystoiminnassa.	28
Kuvio 13: Asiantuntijapalveluiden tarjoaminen vastaajille.	28

Taulukot

Taulukko 1: Kululajikohtaisen tuloslaskelman pääsisältö.....	10
Taulukko 2: Taseen sisältö	11
Taulukko 3: 4 P-mallissa huomioitava asioita.....	17
Taulukko 4: Alueet, joita koskien haluttaisiin hyödyntää asiantuntijan apua.	29
Taulukko 5: 4 P-malli tilitoimiston verokonsultoinnista.	31

Liitteet

Liite 1: Kyselyn saatekirje.....	37
Liite 2: Kyselyn kysymykset.	38

Liite 1: Kyselyn saatekirje.

Hei,

Tämä on Rantalainen Helsingin asiakkaille suunnattu kysely, jossa kartoitetaan tilinpäätökseen ja erityisasiantuntijuutta vaativiin kysymyksiin liittyviä palvelutarpeitanne. Olisi hienoa, jos voisitte käyttää muutaman minuutin ajastanne lomakkeen täyttämiseen. Vastauksenne on tärkeä asiakaspalvelun laadun parantamisen kannalta. Vastausaika on 11.-21.4.2017.

Vastaukset käsitellään nimettöminä ja ehdottoman luottamuksellisesti. Yksittäiset vastaukset eivät missään vaiheessa tule esille, sillä tulokset esitetään tilastollisina numerosarjoina sekä kuvioina. Tuloksia tullaan lisäksi hyödyntämään Laurea-ammattikorkeakouluun tehtävää opinnäytetyötä varten.

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 100 euron ravintolalahjakortti ravintola Ateljé Finneen (Helsinki).

Pääset vastaamaan kyselyyn alla olevasta linkistä:

Osallistu napauttamalla tätä.

Kiitos vastauksestasi!

Ystävällisin terveisin

Anna Partala

liiketoimintajohtaja, Rantalainen Helsinki

Liite 2: Kyselyn kysymykset.

1. Yrityksen koko
 - Pieni yritys (liikevaihto enintään 10 miljoonaa)
 - Keskisuuri yritys (liikevaihto enintään 50 miljoonaa)
 - Suuri yritys (liikevaihto yli 50 miljoonaa)

2. Yrityksen toimiala
 - Maatalous, riistatalous tai metsätalous
 - Teollisuus, kaivostoiminta tai louhinta
 - Rakentaminen
 - Tukku- ja vähittäiskauppa
 - Majoitus- ja ravitsemistoiminta
 - Kuljetus, varastointi ja tietoliikenne
 - Rahoitustoiminta
 - Koulutus
 - Terveystieteiden- ja sosiaalipalvelut
 - Liikunta- ja hyvinvointipalvelut
 - Yhdistys, säätiö, yleishyödyllinen yhteisö
 - Muu

3. Mikä järjestelmä yrityksellänne on käytössä?
 - Fivaldi
 - Netvisor
 - Procountor
 - Lemonsoft
 - Microsoft Dynamics AX

4. Osaan lukea ja analysoida yritykseni tilinpäätöstä.
 - Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä

5. Saamani raportit ovat helppolukuisia ja selkeitä.
 - Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä

- Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä
6. Saan raporteista tarvitsemani tiedot.
- Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä
7. Ymmärrän, miten liiketoiminnassani tehdyt päätökset näkyvät tulevassa tilinpäätöksessä.
- Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä
8. Haluaisin saada apua tilinpäätöksen tulkintaan.
- Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä
9. Uskon, että asiantuntijapalvelut edistäisivät liiketoimintaani.
- Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä
10. Haluaisin saada dataa useammin (viikko/vuorokausitasolla).
- Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä

- Täysin samaa mieltä

11. Osaan hyödyntää tilinpäätöstä yritystoiminnassani.

- Täysin eri mieltä
- Jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa eikä eri mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- Täysin samaa mieltä

12. Minulle on tarjottu Rantalaisen asiantuntijapalveluita.

- Täysin eri mieltä
- Jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa eikä eri mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- Täysin samaa mieltä

13. Haluaisin saada enemmän tukea Rantalaiselta: (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Palkanlaskennassa
- Henkilöstöasioissa
- Taloushallinnon ohjelmistoissa
- Kirjanpidossa
- Tilinpäätöksen laatimisessa
- Taloudellisten lukujen analysoinnissa
- Yrityksen verotuksessa
- Henkilökohtaisessa verotuksessa
- Yritysjärjestelyissä (jakautuminen, sulautuminen, yhtiömuodon muutos yms.)
- Yrityskaupoissa
- Sukupolvenvaihdoksissa
- Muissa asioissa, missä? *avoin kenttä*

14. Avoin kenttä: Vapaita kommentteja, jos on. Halutessasi voit jättää yhteystietosi, jos haluat, että sinuun otetaan yhteyttä tilinpäätökseen tai asiantuntijapalveluihin liittyen.