

# **Käyttäjäkokemuksen kehittäminen osana matka- ja kuluhallintatoimintoja**

**Case Yritys X**

LAB-ammattikorkeakoulu

Tradenomi (YAMK), Liiketoiminnan digitaaliset ratkaisut

2024

Heidi Wikström

## Tiivistelmä

|  |  |                         |
|--|--|-------------------------|
| Tekijä<br>Heidi Wikström   | Julkaisun laji<br>Opinnäytetyö, YAMK<br>Sivumäärä<br>52 sivua + 3 liitettä | Valmistumisaika<br>2024 |
| Työn nimi<br><b>Käyttäjäkokemuksen kehittäminen osana matka- ja kuluhallintatoimintoja</b><br>Case Yritys X  |  |                         |
| Tutkinto ja koulutusala<br>Tradenomi (YAMK), Liiketoiminnan digitaaliset ratkaisut   |  |                         |
| Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja)<br>Yritys X   |  |                         |
| Tiivistelmä<br><p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli käyttäjäkokemuksen kehittäminen osana matka- ja kuluhallintatoimintoja. Kehittämistehtävä toteutettiin toimeksiantona asiantuntijaorganisaatiolle Yritys X:lle. Tarkoituksena oli kehittää yrityksen sisäisiä toimintoja ja erityisesti juuri taloushallinnon toimintoja. Opinnäytetyön tuloksena Yritys X:lle esiteltiin konkreettisia kehitysehdotuksia käyttäjäkokemuksen parantamiseksi.</p> <p>Teoriaosuus käsitteli taloushallintoa sekä matka- ja kuluhallintatoimintoja yksityiskohdallisesti. Teoriaosuus matka- ja kuluhallintatoiminnoista sisälsi myös prosessin läpikäymisen ja kehittämisen. Näiden lisäksi perehdyttiin paremmin käyttäjäkokemukseen ja sitä kautta työntekijäkokemukseen. Erityisesti otettiin huomioon käyttäjä- sekä työntekijäkokemuksen digitalisoituminen ja sen merkitys organisaation toiminnassa.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä kehittämistehtävässä käytettiin määrällistä tutkimusta. Aineiston keruumenetelmänä toimi kaksi kyselyä kahdelle eri kohderyhmälle. Tutkimusstrategiana käytettiin tapaustutkimusta, koska se sopi täydellisesti opinnäytetyöhön, jossa toimeksiantaja Yritys X tavoitteli kehitysehdotuksia ja uusia ideoita.</p> <p>Kehittämistehtävän lopputuloksena saatiin konkreettisia kehitysehdotuksia toimeksiantajalle ja tapoja niiden toteuttamiseen. Tutkimuksessa selvisi, että kyselyn vastaajat toivovat muutoksia nykyisiin käytäntöihin ja varsinkin digitaaliseen puoleen, erityisesti automatisaatioon, toivotaan keskittyvän muiden kehittämiskohteiden lisäksi. Opinnäytetyö tarjoaa näin arvokasta tietoa ja käytännön suosituksia organisaation jatkokehitykseen käyttäjäkokemuksen näkökulmasta.</p> |  |                         |
| Asiasanat<br>Matka- ja kuluhallinta, taloushallinto, työmatkustus, M2  |  |                         |

## Abstract

|   |                          |           |
|---|--------------------------|-----------|
| Author  | Type of Publication      | Published |
| Heidi Wikström  | Master's Thesis          | 2024      |
|   | Number of Pages          |           |
|   | 52 pages, 5 attachements |           |
| Title of Publication  |                          |           |
| <b>Developing UX as a part of travel and expense management</b>   |                          |           |
| Case Company X  |                          |           |
| Degree, Field of Study  |                          |           |
| Master of Business Administration, Digital Solutions  |                          |           |
| Organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party)  |                          |           |
| Company X   |                          |           |
| Abstract  |                          |           |
| <p>This thesis focused on developing user experience (UX) in travel and expense management for Company X. It aimed to improve internal operations, particularly within the Finance Department. The outcome provided specific development suggestions to enhance UX for Company X.</p> <p>The theoretical framework delved into financial management as well as travel and expense management in detail. The theoretical part concerning travel and expense management also included the process analysis and improvement. Additionally, a deeper exploration was conducted on UX and its connection to employee experience (EX). Special attention was given to the digitalisation of UX and EX and its significance in organisational operations.</p> <p>Quantative research was employed as the research methodology for the development task. Data collection involved two surveys targeting different user groups. A case study research strategy was adopted as it perfectly suited the Thesis, where the commissioning organisation, Company X, sought development suggestions and new ideas.</p> <p>The development task gave concrete suggestions and implementation methods for the commissioning party. Survey results highlighted a desire for changes, particularly in digital automation. Therefore, the thesis provides valuable insights and practical recommendations for the organisation's further development in UX.</p> |                          |           |
| Keywords  |                          |           |
| Travel & Expense management, finance, business travel, M2   |                          |           |

## Sisällys

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Johdanto.....  | 1  |
| 1.1   | Aiheeseen ja sen merkitykseen johdattaminen .....        | 1  |
| 1.2   | Kohdeyritys ja tavoite.....                              | 2  |
| 1.3   | Kehittämistehtävä ja rajaukset .....                     | 3  |
| 1.4   | Tutkimuskysymys .....                                    | 4  |
| 1.5   | Kehittämistehtävän rakenne .....                         | 4  |
| 2     | Matka- ja kuluhallinta osana taloushallintoa .....       | 6  |
| 2.1   | Taloushallinto ja halu digitalisoitua.....               | 6  |
| 2.2   | Matka- ja kuluhallintatoiminnot.....                     | 7  |
| 2.3   | Prosessin kehittäminen.....                              | 8  |
| 2.4   | Laskun tekijän rooli prosessissa .....                   | 10 |
| 3     | Käyttäjäkokemus muovaa työntekijäkokemusta .....         | 12 |
| 3.1   | Käyttäjäkokemus .....                                    | 12 |
| 3.2   | Työntekijäkokemus .....                                  | 14 |
| 3.3   | Digitaalinen työntekijäkokemus.....                      | 16 |
| 3.4   | Digitaalisen käyttäjäkokemuksen parantaminen .....       | 16 |
| 4     | Tutkimuksen toteutus.....                                | 19 |
| 4.1   | Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruumenetelmä .....      | 19 |
| 4.2   | Tutkimusstrategiana tapaustutkimus.....                  | 19 |
| 4.3   | Tiedonhankinta ja kohderyhmä.....                        | 21 |
| 5     | Tutkimustulokset ja vastausten analysointi .....         | 22 |
| 5.1   | Kysely A .....   | 22 |
| 5.2   | Prosessin kehittäminen.....                              | 24 |
| 5.3   | Kysely B .....   | 25 |
| 5.3.1 | Automatisointi osaksi prosessia .....                    | 28 |
| 5.3.2 | M2-järjestelmä .....                                     | 29 |
| 5.3.3 | Matkalaskupolitiikka.....                                | 31 |
| 5.3.4 | Ohjeiden parantaminen ja kouluttaminen.....              | 32 |
| 5.4   | Vastausten tulokset .....                                | 33 |
| 6     | Johtopäätökset ja kehitysehdotukset .....                | 34 |
| 6.1   | Tulosten johtopäätökset.....                             | 34 |
| 6.2   | Tutkimuskysymykseen vastaaminen.....                     | 34 |
| 6.3   | Mahdolliset kehitysehdotukset .....                      | 35 |
| 6.3.1 | Automaatio osaksi matka- ja kuluhallintatoimintoja ..... | 35 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 6.3.2 | eKuitti ja vastuullisuus .....                          | 36 |
| 6.3.3 | Luottamuksen saavuttaminen .....                        | 37 |
| 6.3.4 | Nykyisen käytössä olevan järjestelmän kehittäminen..... | 39 |
| 6.3.5 | Toimiva mobiilisovellus .....                           | 39 |
| 6.3.6 | Matka- ja kuluhallintajärjestelmän vaihtaminen .....    | 41 |
| 6.3.7 | Joustamaton matkalaskupolitiikka.....                   | 44 |
| 6.3.8 | Oikein kouluttaminen .....                              | 45 |
| 7     | Kehittämistehtävän yhteenveto ja hyödyntäminen .....    | 47 |
|       | Lähteet .....   | 49 |

Liite 1. Kysely A:n matka- ja kuluhallintatoimintojen kysymykset

Liite 2. Kysely B:n matka- ja kuluhallintatoimintojen kysymykset

Liite 3. Kyselyn B muistutus kyselyyn vastaamisesta

# 1 Johdanto

## 1.1 Aiheeseen ja sen merkitykseen johdattaminen

Matka- ja kuluhallintatoiminnot ovat koronapandemian jälkeen palauttaneet paikkansa osana yrityksen aktiivisia sisäisiä toimintoja. Matka- ja kuluhallintajärjestelmä mahdollistaa yrityksen matkaliiketoiminnan kulujen ja maksujen dokumentoinnin sekä käsittelyn. Tämän kaltaiset maksut sisältävät yleensä kuljetuksen, majoituksen ja ruoan. (TravelPerk 2024).

Koronapandemian alettua matka- ja kuluhallintatoiminnoista vaaditaan enemmän. Henkilöstö on siirtynyt etätöihin ja järjestelmien sujuvuus on äärimmäisen tärkeää. Näiden tekijöiden lisäksi matka- ja kuluhallintajärjestelmältä vaaditaan myös enemmän. Järjestelmän tulee vastata työntekijöiden tarpeeseen ja esimerkiksi digitalisaation, ja tarkemmin automaation, tulee näkyä selkeästi järjestelmän toiminnassa.

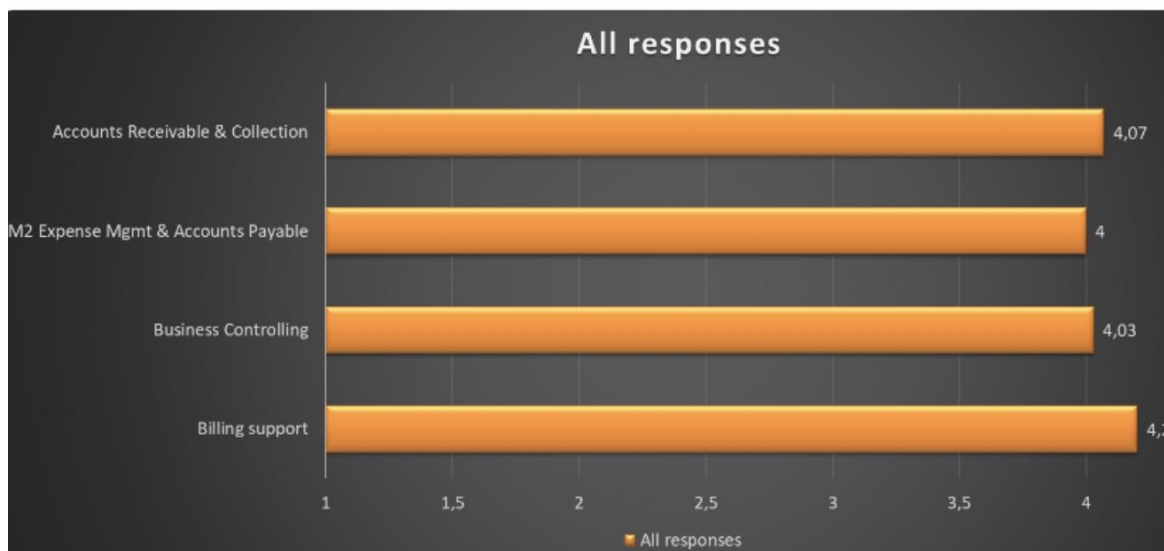
Kehittämistehtävä tehdään Yritys X:lle, joka on asiantuntijaorganisaatio. Tässä tekstissä kyseiseen yritykseen viitataan nimikkeellä Yritys X. Yrityksen henkilöstölle tulee vuodessa paljon matka- ja kulutapahtumia. Yritys X:n tilikautena 2023 hyväksyttiin noin 14 000 matka- ja kululaskua. Laskut voivat sisältää enemmän kuin yhden tapahtuman. Määrä on iso ja sen takia toimintojen tulee olla sujuvaa ja helppokäyttöistä. Matka- ja kululaskujen oikeellisuutta ja tekijöiden osaavuutta testattiin puolen vuoden ajan. Tuona aikana laskuja palautettiin puutteellisten ja väärin tietojen vuoksi noin 1 500 kappaletta. Laskujen palauttaminen on hyväksyjälle sekä laskun tekijälle vaivalloinen prosessi ja se vaikuttaa jo yksin käyttäjäkokemukseen merkittävästi. Osaamattomuuden tunnistamisen lisäksi puutteita ennustettiin olevan myös itse Yritys X:n käyttämässä matka- ja kuluhallintajärjestelmässä.

Yritys X:n käyttäjätyytyväisyys sen matka- ja kululaskuohjelmaan oli alhainen keväällä 2023 lähetetyssä henkilöstökyselyssä. Tyytyväisyys oli selkeästi alhaisin koko tiimissä ja sen ylösaaminen nostettiin tärkeäksi osaksi taloushallinnon tilikauden strategiaa. Henkilöstökyselystä ei käynyt ilmi yksityiskohtaisempia syitä, miksi tyytyväisyys oli alhainen.

Tyytyväisyyden alhaisuutta piti ensimmäiseksi lähteä selvittämään ennen kuin voitiin tehdä johtopäätöksiä tyytymättömyydestä. Yritys X:n laatima henkilöstökysely keväällä 2023 oli hyvin laaja kokonaisuus, joka kattoi yrityksen sisäiset toiminnot. Tämän takia, kyseisestä kyselystä ei saatu kokonaiskuvaa tyytyväisyyden puuttumisesta. Niin kuin alla olevasta kuvioista 1 kuitenkin näkee, tyytyväisyys matka- ja kululaskupuoleen ei ole kuitenkaan ollut niin korkealla tasolla kuin yrityksessä toivottiin. Yleistä kuvaa tyytyväisyydestä vääristää myös matka- ja kuluhallintatoimintojen yhdistäminen ostoreskontraan. Yritys X:n taloushallinnossa oli kuitenkin selvää, että juuri matka- ja kuluhallintatoiminnot laskivat

kokonaisarvosanaa. Tämä pystyttiin toteamaan esimerkiksi avoimista kommenteista kyselyssä sekä yleisestä palautteesta.

(1 = Very dissatisfied, 5 = Very satisfied), N = 280



Kuvio 1. Käyttäjätyytyväisyys taloushallinnon toimintoihin Yritys X:ssä 2023 (Yritys X 2023)

Toimintojen kehittäminen keskittyy suoraan käyttäjäkokemuksen kehittämiseen, koska sen koettiin olevan merkittävin tapa nostaa tyytyväisyyttä matka- ja kuluhallintatoimintoihin. Käyttäjäkokemuksen avulla päästään myös kehittämään tiettyjä toimintoja, jotka vaativat päivittämistä. Päivittämisen lisäksi kehittämistehtävä toivotaan tuovan uusia ideoita käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Sisäisten toimintojen kehittäminen on ylipäättään erittäin tärkeää Yritys X:lle, koska niiden toimiminen vaikuttaa suoraan työntekijöiden jokapäiväiseen työhön sekä ajanhallintaan.

## 1.2 Kohdeyritys ja tavoite

Kohdeyrityksenä toimii asiantuntijaorganisaatio, jonka tavoitteena on auttaa yrityksiä kasvamaan, toimimaan tehokkaasti ja vastuullisesti sekä raportoimaan luotettavasti koko ajan muuttuvassa toimintaympäristössä (Yritys X 2024). Kyseessä on suomalainen yritys, joka toimii myös kansainvälisesti. Asiantuntijaorganisaatiossa ulkoiset asiakkaat ovat keskiössä niiden koostaessa suurimmalta osaltaan yrityksen liikevaihdon.

Kehittämistehtävän tavoitteena on suoraan parantaa käyttäjäkokemusta liittyen matka- ja kuluhallintaan. Tämä on tärkeä osa yrityksen sisäisiä toimintoja ja samalla osa laajempaa organisaation taloushallintoa. Vaikka tavoite on selkeä, sen laajuus tuo mukanaan monia haasteita. Käyttäjäkokemukseen vaikuttavat lukuisat tekijät, kuten käytettävyyden, tehokkuuden ja käyttöliittymän selkeyden parantaminen. Lisäksi on otettava huomioon erilaiset käyttäjäryhmät ja heidän tarpeensa sekä mahdolliset rajoitukset, kuten organisaation käytössä olevat järjestelmät ja teknologia. Näiden tekijöiden huomioiminen ja sopivien muutosten löytäminen ovat keskeisessä roolissa tehtävän onnistumisen kannalta. Tämä vaatii perusteellista analyysia ja yhteistyötä eri sidosryhmien välillä varmistaa, että lopputulos vastaa käyttäjien tarpeita ja odotuksia.

### 1.3 Kehittämistehtävä ja rajaukset

Kehittämistehtävä keskittyy Yritys X:n matka- ja kuluhallintatoimintoihin. Matka- ja kuluhallintatoiminnot ovat osa taloushallintoa. Tästä syystä taloushallintoa sivutaan teoriaosuudessa. Tahto viedä toimintoja eteenpäin on lähtenyt niitä hallinnoivan osapuolen toimesta eli taloushallinnosta. Keskeisessä osassa on toimintojen sekä käytössä olevan järjestelmän kehittäminen käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Käyttäjäkokemuksen parantamisella pyritään nostamaan tyytyväisyyttä toimintoihin sekä ylipäättään vaikuttaa työntekijäkokemukseen positiivisesti. Käyttäjäkokemuksen parantaminen toimii kehittämistehtävässä pääavoitteena.

Kehittämistehtävässä keskitytään matka- ja kululaskun tekijän näkökantaan ja kokemuksiin. Laskujen hyväksyjällä on kokonaisprosessissa suuri rooli, mutta laskun tekijän käyttäjäkokemus on kehittämisessä keskiössä. Tällä hetkellä hyväksyjänä toimii yrityksessä yksi henkilö, joten käyttäjäkokemuksen kehittäminen kyseisellä osa-alueella ei ole vielä ajankohtaista. Mahdollisten muutosten esiintyessä myös hyväksyjien käyttökokemusta tullaan uudelleen arvioimaan.

Laskujen tekijöitä ei sinänsä rajata mitenkään, mutta tutkimuksen alkuvaiheessa henkilöstö jaettiin kahteen eri kategoriaan: laskujen aktiiviset tekijät, eli assistentit, sekä muu henkilöstö. Tämä koettiin tarpeellisenä toimenpiteenä, jotta tietoa pystyttäisiin paremmin analysoimaan. Myöhemmin kuitenkin todettiin, että assistentit eivät ole käyttäjäkokemuksen parantamiseksi sellainen kohderyhmä, joka antaisi käyttökokemuksen kehittämiseen liittyen tarpeeksi hyödyllistä dataa, joten muu henkilöstö toimii tässä kehittämistehtävässä pääsääntöisenä rajattuna kohteena. Laskujen aktiivisia tekijöitä, assistentteja, sivutaan kuitenkin tulosten läpikäymisessä.

## 1.4 Tutkimuskysymys

Tutkimuskysymyksenä toimii, kuinka matka- ja kuluhallinnan käyttäjäkokemusta voidaan parantaa Yritys X:ssä. Parhaan mahdollisen vastauksen saamiseksi kehittämistehtävässä tulee ensisijaisesti pohtia, mitä käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan ja mitä se pitää sisällään. Käyttäjäkokemus riippuu paljon itse yksittäisestä käyttäjästä, mutta myös muuttuvasta ympäristöstä. Esimerkiksi digitaalisuus on noussut isoksi osaksi yritysten liiketoimintaa. Digitaalisuus on tämän lisäksi varmentanut paikkansa myös organisaatioiden sisäisissä toiminnoissa. Tämän takia digitaalisuus sitoutuu tiiviisti yhteen käyttäjäkokemukseen.

Käyttäjäkokemuksen lisäksi tulee tarkastella myös matka- ja kuluhallintatoimintoja kokonaisuutena. On tärkeää saada kokonaiskuva toiminnoista ja mitä niiden tulee pitää sisällään. Vaikka matka- ja kuluhallintatoiminnot voivat yksittäiselle yritykselle pitää sisällään yrityksen omia ohjeistuksia ja vaatimuksia, ovat ne kuitenkin hyvin samankaltaisia eri yritysten kesken. Tästä johtuen toiminnoista on mahdollista saada selkeä ja informatiivinen kuva, jota voidaan myös käyttää käyttäjäkokemuksen kehittämiseen.

Tutkimuskysymykseen vastaaminen vaatii kohderyhmän sisällyttämistä tutkimukseen. Käyttäjäkokemus on jokaiselle yksittäiselle henkilölle erilainen, joten ainoastaan kysymällä itse käyttäjältä voidaan saada tarvittavaa materiaalia käyttäjäkokemuksen parantamiseen. Kohderyhmän antamalla materiaalilla on iso vaikutus kehitettäviin osa-alueisiin, mutta myös niiden pohjalta voidaan tehdä kehitysehdotuksia yritykselle ilman idean suoraa mainintaa kohderyhmältä.

## 1.5 Kehittämistehtävän rakenne

Kehittämistehtävä koostuu teoriaosuudesta, tutkimuksesta ja sen analysoimisesta, johtopäätöksistä sekä kehittämistehtävän tekijän kehitysehdotuksista.

Teoriaosuuden luvussa kaksi käsitellään aiheen käsitteitä ja perehdytään syvemmin ole-massa olevaan prosessiin. Kehittämistehtävän kokonaisuuden hahmottamiseksi prosessin kuvaus teoriaosuudessa on olennainen osa tekstin ymmärtämistä. Teoriaosuus kattaa myös käyttäjäkokemukseen tutustumisen (luku 3). Käyttäjäkokemusta tarkastellaan työn-tekijäkokemuksen sekä digitaalisen puolen kautta. Digitaalisen käyttäjäkokemuksen merki-tystä nostetaan esille kehittämistehtävän luonteen takia.

Teoriaosuuden jälkeen käsitellään kehittämistehtävän tutkimuspuolta. Ensimmäiseksi käy-dään läpi tutkimuksen toteutusta sekä sen strategiaa (luku 4). Tämän jälkeen lähdetään yksityiskohtaisesta analysoimaan tutkimuksen tuloksia (luku 5). Tulokset jaetaan neljään eri

kategoriaan kyselyn vastausten perusteella ja kategorisoinnin avulla tehdään syvempi analyysi.

Ennen konkreettisia kehitysehdotuksia käydään viimeisessä luvussa (luku 6) läpi johtopäätökset sekä vastataan tutkimuskysymykseen. Kehitysehdotukset muodostetaan tutkimuksen perusteella ja luvussa esitetään myös yksityiskohtaisia suoraan yritykselle suunnattuja ideoita. Viimeisessä kappaleessa käsitellään vielä, miten Yritys X pystyy parhaalla mahdollisella tavalla hyödyntämään tehtyä kehittämistehtävää.

Liitteestä 1 ja 2 löytyy kehittämistehtävässä käytetyn kyselyn kysymykset. Kysymyksiä on muokattu liitteeseen, jotta Yritys X:n anonymiteetti säilyisi. Vastauksia kyselyyn ei ole voitu julkaista, koska ne kertovat yrityksen toiminnasta paljastavaan sävyyn.

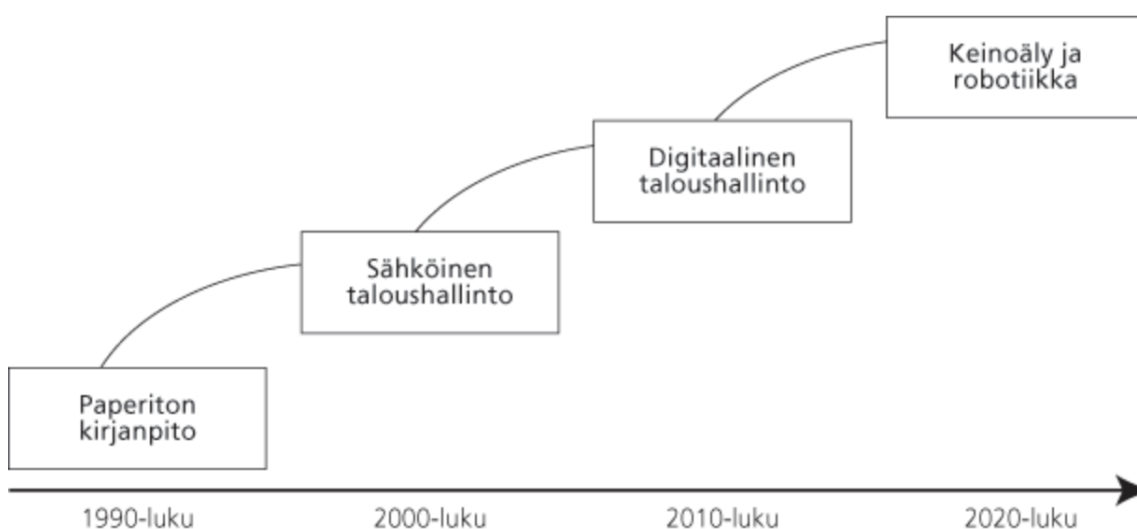
Liitteestä 3 löytyy muistutus kyselyyn vastaamisesta. Liitteen tekstejä on muutettu yrityksen anonymiteetin säilyttämiseksi.

## 2 Matka- ja kuluhallinta osana taloushallintoa

### 2.1 Taloushallinto ja halu digitalisoitua

Yrityksen liiketoiminnassa toimii olennaisena osana taloushallinto, joka vastaa varojen hallinnasta ja tarjoaa tietoa päätöksenteon tueksi talouteen liittyvissä asioissa (suomi.fi). Taloushallinto on prosessi, jonka avulla organisaatio seuraa ja raportoi taloudellisia tapahtumiaan sidosryhmilleen (Lahti ym. 2014, 21). Taloushallinnon toimintoihin kuuluvat esimerkiksi ostolaskut, myyntilaskut, kirjanpito sekä matka- ja kululaskut. Taloushallinto koskettaa näiden esimerkkien kautta jollain tavalla kaikkia yrityksen toimintoja ja henkilöitä.

Taloushallinto on erillinen tiimi Yritys X:ssä, joka käsittelee yrityksen sisäisiä asioita ja palvelee yrityksen henkilöstöä. Yritys X:n henkilöstö toimii siis taloushallinnon asiakkaina. Yritys X:n taloushallinnolla on kokonaisvaltaisena tavoitteena digitalisoida mahdollisimman monet sisäiset toiminnot. Digitaalinen taloushallinto viittaa siihen, että kaikki taloushallinnon tiedot ja prosessit automatisoidaan ja käsitellään digitaalisessa muodossa (Lahti ym. 2014, 24). Toimintojen integrointi ja sähköistäminen on melkein kaikilta osin jo toteutettu taloushallinnossa, mutta tiettyjen toimintojen mahdollista automatisointia on vasta lähdetty tarkentamaan. Alla olevasta kuvioista 2 voidaan tarkastella sähköistymisen kehittymistä vuosikymmenien aikana. Tekoäly ja robotiikka ovat nostaneet päätään vasta 2020-luvulla ja niiden ollessa iso osa toimintojen automatisointia, itse automatisointiprosessi on vielä alkutekijöissä.



Kuvio 2. Sähköisen taloushallinnon kehitys Suomessa (Lahti 2014)

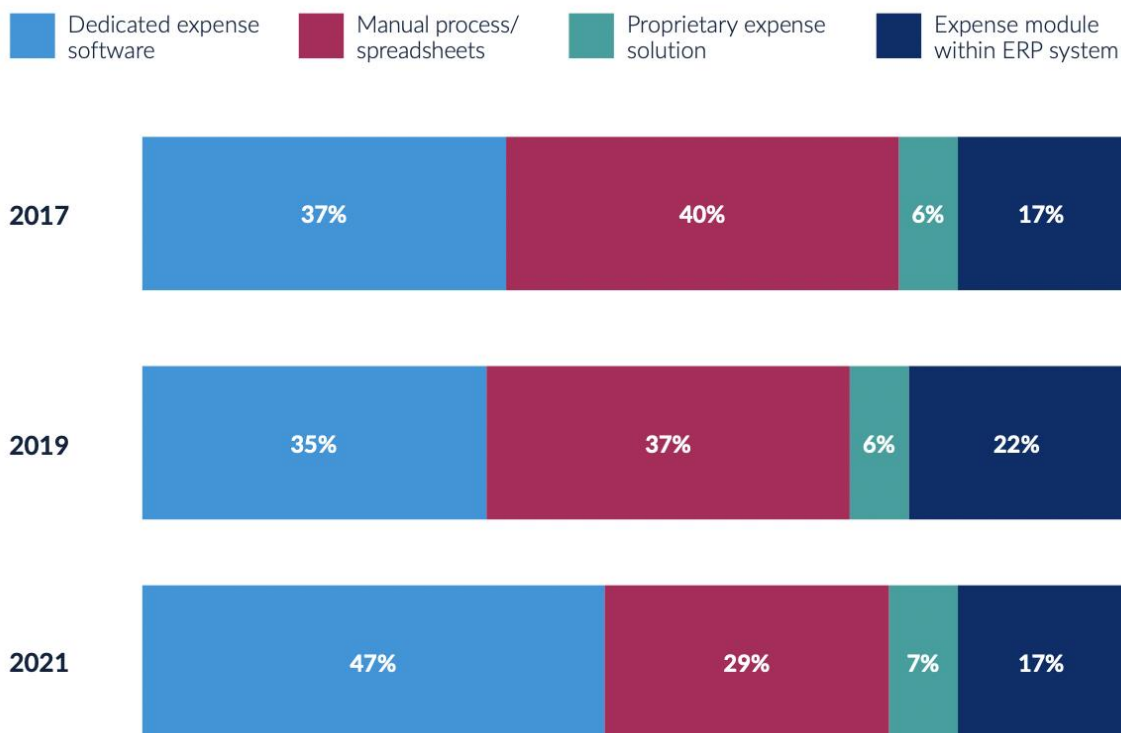
Automatisointi ja siihen pyrkiminen parantaa kokonaisuudessaan taloushallinnon toimintoja. Se vähentää esimerkiksi inhimillisiä virheitä merkittävästi sekä hoitaa suurimman osan työvaiheista. Automatisaation tarkoitus on taloushallinnossa vapauttaa työntekijät rutiinimaisemmista tehtävistä merkityksellisempiin toimintoihin. Tätä kautta päästään asiakkaan liiketoiminnan kehittämiseen ja laatu on taattua (Greenstep). Ylipäätään digitaalinen taloushallinto on ympäristöystävällisempää. (Lahti ym. 2014, 33.)

Taloushallinnon toimintoja on vuosien aikana yrityksissä, ja varsinkin Yritys X:ssä, digitalisoitu huomattavasti. Seuraava ehdoton digitalisoimisen kohde ovat paperiset kuitit. Keskimääräisesti 50 prosenttia taloushallinnon henkilöstön kuiteista on paperia, eli työntekijä joutuu käsittelemään niitä manuaalisesti (Fredman 2021). Paperiset kuitit toimivat vain yhtenä esimerkkinä digitalisoitavista kohteista taloushallinnossa, mutta kertoo muutoksien ja kehittämisen olevan edelleen tarpeellisia toiminnoissa.

## 2.2 Matka- ja kuluhallintatoiminnot

Työntekijä voi käyttää matkalaskua pyytääkseen korvausta työnantajaltaan matkasta aiheutuneista kuluista. Matkalaskujärjestelmää voidaan soveltaa myös pienhankintojen kuten kulojen käsittelyyn. Matkakustannukset osoitetaan kuiteilla, jotka koskevat esimerkiksi matkalippuja, ruokailuja, majoitusta ja muita matkaan liittyviä menoja. Tärkeät kuitit on säilytettävä tai kuvattava matkan aikana. Matkalaskut eivät ole yhtenäisiä, vaan niiden muoto sekä käytännöt vaihtelevat (Räsänen 2023). Yritys saa itse vetää raamit liittyen hyväksyntään ja käsittelyyn, mutta aina on otettava huomioon verotuksen sekä valtion määrittämät minimivaatimukset. Esimerkiksi verottaja Suomessa määrittää euromäärän maksettaviin päivärahoihin, mutta yritys voi itse linjata, milloin ja mistä matkasta päivärahat maksetaan.

Yrityksillä on yleensä käytössä toiminnanohjausjärjestelmä, eli ERP. ERP on järjestelmä, jota organisaatio käyttää päivittäisten liiketoimintatoimintojen hallintaan. ERP-järjestelmät yhdistävät monenlaisia liiketoimintaprosesseja ja mahdollistavat tietojen liikkumisen niiden välillä (Oracle 2024). Alla olevasta kuviosta 3 voidaan tarkastella matka- ja kuluhallintajärjestelmiä eri yrityksissä. Kyseinen kuvio perustuu kyselyyn, joka tehtiin 515 taloushallinnon ammattilaiselle. Kuviosta 3 voidaan todeta, että suurin osa yrityksistä on siirtynyt käyttämään vuoden 2019 jälkeen ainoastaan matka- ja kuluhallintatoiminnoille suunnattua järjestelmää. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että kyseinen toiminto on noussut isoksi osaksi yritysten liiketoimintaa ja sen toimivuuteen halutaan panostaa.



Kuvio 3. Kulujen hallintajärjestelmät 2017–2021 (Emburse 2021, )

Yritys X käyttää matka- ja kuluhallintajärjestelmänä ulkopuolisen tahon tarjoamaa järjestelmää, joka on integroitu yrityksen ERP-järjestelmän kanssa. Järjestelmien välinen integraatio takaa sujuvamman prosessin, jossa matka- tai kululaskun tekijä löytää yrityksen vaatimat tiedot laskulle helposti ja ERP-järjestelmää mukailen. Esimerkiksi jokainen kulu tulee tiliöidä yrityksen ERP-järjestelmästä löytyvälle projektille. Matka- ja kuluhallintajärjestelmä on integroitu löytämään ERP-järjestelmästä projektit, joista tekijä voi valita oikean omalle laskulle.

Yritys X käyttää matka- ja kuluhallintajärjestelmänään suomalaisen Visma Aquilan luomaa M2-järjestelmää. Kyseisessä järjestelmässä käyttäjä voi luoda matka- ja kululaskuja sekä kilometriveloituksia. M2-järjestelmä sisältää myös monia muita eri toiminnallisuuksia, jotka ovat tärkeitä matka- ja kuluhallintatoiminnoille, kuten esimerkiksi tietojen viemistä suoraan tulorekisteriin. Yritys X käyttää Visma Aquilalta myös ostoreskontrajärjestelmää nimeltään Approval.

### 2.3 Prosessin kehittäminen

Muutos tiettyyn toimintoon yrityksessä vaatii aina prosessin muuttamista. Toiminnon taustalla on prosessi, jonka mukaan on toimittu ja toiminnon muuttaminen vaatii tarkempaa ja

laajempaa tarkastelua. Prosessin kehittämistä voidaan harkita eri näkökulmista. Päämääränä voi olla uuden prosessin käyttöönotto, nykyisen prosessin perusteellinen uudistaminen tai osittainen parantaminen. (Martinsuo ym. 2010, 3–6.) Uuden prosessin täydellinen uudistaminen voi olla aikaa vievä sekä mahdollisesti myös haastava toimenpide. Kannat-taakin ensimmäiseksi tarkastella olemassa olevaa prosessia siitä näkökulmasta, että voisiko nykyistä prosessia parantaa. Samanaikaisesti ei kannata kuitenkaan muuttaa koko prosessin sisältöä vaan toteuttaa kehittämistä osa-alue kerrallaan (Laurell 2021, 11).

Matka- ja kululaskuprosessi kattaa työntekijöiden työmatkojen ja pienhankintojen korvausten hallinnan, joka integroituu laajemmin yrityksen "ostosta maksuun" prosessiin (Kaarlejärvi ym. 2018, 94). Kehittämistehtävän pyrkimys on pitää olemassa olevan prosessin raamit, jotta muutos olisi mahdollisimman vaivaton käyttäjille. Yritys X:ssä matka- ja kuluhallintatoiminnot ovat osa taloushallintoa, mutta on kuitenkin otettu huomioon, ettei välttämättä prosessin muuttamisessa riitä taloushallinnon henkilöiden kokemus ja mielipiteet. Matka- ja kuluhallintatoiminnot ovat isompi kokokanaisuus ja paras mahdollinen prosessi saavutetaan osallistamalla kehittämiseen myös itse toimintojen käyttäjiä.

Prosessin kehittämisessä tärkeä vaihe on myös kehittymisen seuraaminen ja onnistuminen. Onnistumisen määrittelemiseen vaikuttaa, mikä on ollut prosessin kehittämisessä tavoitteena. Tavoitteena voi esimerkiksi olla kustannusten vähentäminen tai käyttäjäkokemuksen parantaminen. Kun tavoite on määritelty ja prosessia muutettu, voidaan tarkastella, kuinka hyvin on onnistuttu prosessin kehittämisessä.

Tavoitteen lisäksi prosessimuutoksen julkaisemisen jälkeen prosessia tulee myös aktiivisesti seurata. Prosessin toiminnan seuraaminen tuo todennäköisesti esille uudelleen muutettavia osa-alueita, joita tulee muuttaa prosessin sisällä olevaan prosessiin (Lucidchart 2024). Uusia mahdollisuuksia voi löytää esimerkiksi automatisaatiosta tai eri integroimisista. Tavoite tuottaa lisää liiketoiminta-arvoa on jatkuva, samoin kuin prosessien valvonta ja parantaminen. Liiketoimintastrategiat, markkinatilanteet ja säädökset muuttuvat jatkuvasti, joten tulee olla valmis sopeuttamaan prosesseja tarpeen mukaan (Microsoft 2024).

Suurin keskittymiskohde yrityksillä tulisi olla digitalisoimismahdollisuuksien lisääminen prosessiin. Tarkemmin rajattuna automaation mahdollisuuksia pitää pohtia syvemmin. Automaation toteuttamista osana matka- ja kuluhallintatoimintoja tulee tarkastella itse prosessin kehittämisessä, jotta automaatiopanostuksia ei kohdisteta tarpeettomasti ja virheellinen data ei estä automaation hyödyntämistä. Automaation tavoitteena on yleensä manuaalisen työn vähentäminen, ihmisten vapauttaminen arvoa tuottavampiin tehtäviin, sekä tuottavuuden ja työtyytyväisyyden lisääminen. Lisäksi automaatio parantaa tasalaatuisuutta,

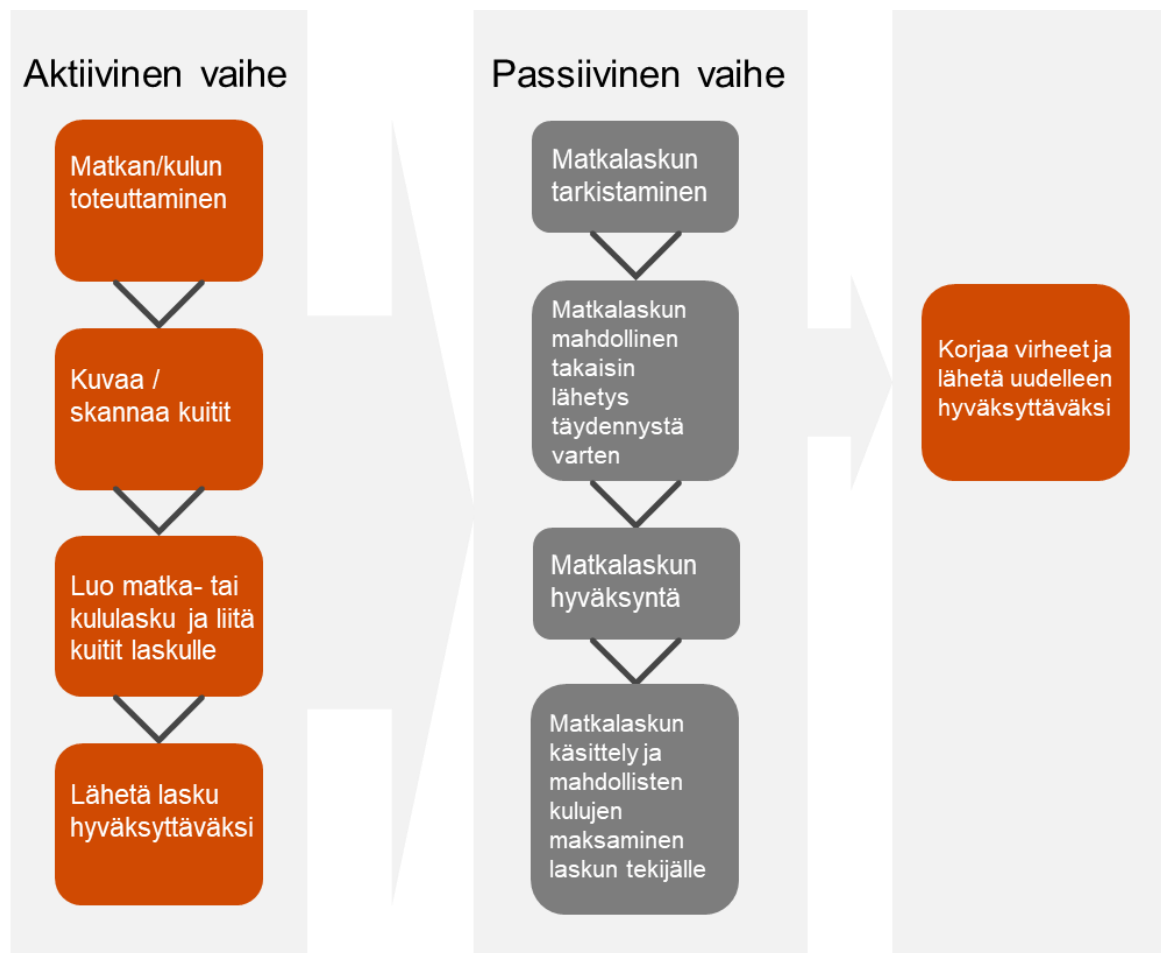
nopeuttaa prosesseja ja mahdollistaa kustannustehokkaamman työn tekemisen. (Kaarlejärvi ym. 2018, 182–183.)

Yritykset ovat pyrkineet ERP- ja talousjärjestelmissään automatisoimaan eri prosessien manuaalisia vaiheita, tekemään integraatiota yli yritys- ja organisaatorajojen sekä tehostamaan raportointia ja datan analysointia (Lahti ym. 2014, 30). Kaiken kaikkiaan edellä mainitut automaatiot tuovat lisäarvoa matka- tai kululaskun tekijälle ja parantavat kokonaisvaltaisesti sisäisiä toimintoja.

## 2.4 Laskun tekijän rooli prosessissa

Matka- ja kuluhallintajärjestelmän käyttämisessä laskun tekijän prosessi eroaa selkeästi laskun käsittelijän prosessista. Niin kuin kuvioista 4 voidaan tarkastella, oranssilla värillä merkatut vaiheet kuuluvat prosessissa ainoastaan laskun tekijälle. Kun lasku on tehty oikein, muu osa prosessista (harmaalla merkityt kohdat) on ainoastaan laskun hyväksyjän vastuulla. Poikkeuksena tähän, jos tehty lasku joudutaan palauttamaan tekijälle takaisin täydennystä varten.

Kuvion 4 harmaalla värillä merkatut vaiheet ovat kuitenkin myös tärkeitä laskun tekijälle, vaikka ne ovatkin hänelle niin sanottuja passiivisia vaiheita. Ne määrittelevät laskun onnistuneisuuden, ja hyväksynnän jälkeen henkilön itse maksamat kulut tai esimerkiksi päivärahat maksetaan hänelle takaisin. Itse maksettujen tai muiden ulos maksettavien kulujen maksatus tehdään kaksi kertaa kuukaudessa.



Kuvio 4. Laskun tekijän prosessi Yritys X:n M2-järjestelmässä

Laskun tekijän aktiivinen rooli on prosessissa hyvin vähäinen, joten on äärimmäisen tärkeää, että loppuosa prosessista on sujuvaa tekijän perspektiivistä katsottuna. Sujuvassa prosessissa työt etenevät johdonmukaisesti, resurssit käytetään tehokkaasti ja viestintä sujuu mutkattomasti kaikkien osapuolten välillä.

Harvemmin laskun tekijä on tietoinen prosessin jokaisesta vaiheesta sekä niiden sisäisistä taustatoiminnoista. Prosessin sisäiset taustatoiminnot voivat vaihdella organisaation mukaan, mikä edelleen lisää monimutkaisuutta matka- ja kuluhallinnassa. On tärkeää, että hallintaan osallistuvat henkilöt, eli toimintojen asiantuntijat, ymmärtävät nämä vaiheet sekä taustatoiminnot, jotta prosessi voidaan suorittaa tehokkaasti ja virheettömästi. Kuvion 4 prosessi ei siis vaadi laskun tekijän täydellistä ymmärrystä kokonaisuudesta, vaan ainoastaan toimintojen asiantuntijan tulee osata ja ymmärtää passiivisten vaiheiden toiminnallisuudet.

Erinomaisen kokemuksen taustalla on aina hyvin suunniteltu prosessi (Friberg 2022). Mitä sujuvampi prosessi on, sitä parempi käyttäjäkokemus laskun tekijälle jää.

### 3 Käyttäjäkokemus muovaa työntekijäkokemusta

#### 3.1 Käyttäjäkokemus

Esimerkillisen käyttäjäkokemuksen ensimmäinen vaatimus on täyttää asiakkaan tarkat tarpeet ilman hämmennystä tai vaivaa. Seuraavaksi tulevat yksinkertaisuus ja erottautuneisuus, jotka tuottavat tuotteita, joita on ilo omistaa ja käyttää. Todellinen käyttäjäkokemus menee paljon pidemmälle kuin vain tarjoamalla asiakkaille sitä mitä he sanovat haluavansa tai tarjoamalla luettelomaisia ominaisuuksia. Laadukkaan käyttäjäkokemuksen saavuttamiseksi yrityksen tarjoamissa tuotteissa täytyy olla saumatonta yhteistyötä useiden eri alojen palveluiden välillä. (Norman ym. 1998.) Asiakaskokemus rinnastetaan käyttäjäkokemukseen. Palvelun tai kohteen käyttäjät toimivat asiakkaina, jotka luovat palvelun käyttäjinä oman kokemuksen. Yritykset, jotka harjoittavat B2B-liiketoimintaa, ovat valinneet asiakaskokemuksen keskeiseksi toimintaa ohjaavaksi tavoitteeksi (Puustinen ym. 2020, 13). Vaikka yleensä yrityksissä tämä koskee juuri suoraa maksavaa asiakasta, koetaan organisaatiossa työntekijät myös eri liiketoimintayksiköiden asiakkaina.

Onnistuneen käyttäjäkokemuksen löytämiseksi yrityksen tulee nähdä asiakkaan vaatimusten taakse ja löytää ne osa-alueet, jotka toisivat käyttäjälle lisäarvoa. Yleensä ensimmäisenä suunnitellaan tuote asiakkaalle ja sen jälkeen lähdetään lisäämään tuotteeseen lisäarvoa tuovia piirteitä. Nämä kaksi erotellaan toisistaan nimikkeillä käyttöliittymä, eli UI (User Interface), ja käyttäjäkokemus, eli UX (User Experience). Vaikka molemmat nimikkeet liittyvät toisiinsa vahvasti, käyttäjäkokemus sisältää suuremman kokonaisuuden, jossa tuote tai palvelu suunnitellaan juuri asiakkaalle. UX-suunnittelija huolehtii koko tuotteen hankinta- ja integrointiprosessista, mukaan lukien brändäys, suunnittelu, käytettävyys ja toiminta. Tarina alkaa ennen kuin tuote on edes käyttäjän käsissä. (Interaction Design Foundation.) iPhone on hyvä ja onnistunut esimerkki käyttäjäkokemukseen perehtymisestä. Yrityksen matkapuhelin suunniteltiin erilaisena tuotteena markkinoille muodon ja toiminnallisuuksien kautta. Laitteeseen kuitenkin istutettiin erinomaisen käyttäjäkokemuksen takaamiseksi markkinoilta erottautuvia toiminnallisuksia. Yksi edelleen markkinoilta erottautuva toiminnallisuus on puhelimen sivusta löytyvä painike, jolla asiakas pystyy helposti ja nopeasti laittamaan laitteensa äännettömälle.

Positiivisella käyttäjäkokemuksella on iso vaikutus työntekijöiden tyytyväisyyteen. Tyytyväiset työntekijät ovat tyytymättömiä tehokkaampia. Tämä pätee myös käyttäjäkokemuksen suunnitteluun. Yleensä käyttäjäkokemuksen parantaminen lähtee henkilön tyytymättömyydestä tiettyä palvelua tai tuotetta kohtaan. Tyytymättömyyden kautta halutaan lähteä parantamaan käyttäjäkokemusta. Alla oleva kuva 1 kuvaa hyvin, kun tuote on alun perin

suunniteltu ottamatta huomioon käyttäjäkokemusta. Vaikka kyseinen tuote ei yritysmaailmaan sovi, on se erinomainen havainnollistamaan, mitä onnistuneella käyttäjäkokemuksella haetaan. Käyttäjäkokemuksen suunnitteleminen on täysin eri asia kuin itse tuotteen suunnittelu. Kuvassa 1 on ensimmäiseksi suunniteltu tuote ja sen jälkeen lähdetty parantamaan käyttäjäkokemusta muokkaamalla pullon korkkia ja kokonaistyyliä käyttäjäystävällisemmäksi.



Kuva 1. UI vs UX (Pinterest)

The International Organization for Standardization (ISO) määrittelee käyttäjäkokemuksen tarkoittavan henkilön havaintoja ja reaktiota, jotka johtuvat tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai odotetusta käytöstä (Interaction Design Foundation). Määritys on selkeä ja osuva käyttäjäkokemukseen, mutta yrityksen kannattaa ottaa siinä myös seuraava asia huomioon. Yritykset eivät pysty hyvinkään paljoa hallinnoimaan asiakkaiden havaintoja ja

reaktiota. Esimerkiksi eri asiakkaat tuntevat ja näkevät asioita eri tavoilla käyttäessään tuotetta tai palvelua (Interaction Design Foundation). Onkin hyvä muistaa, ettei kaikkia voi aina miellyttää.

Organisaation sisäisen käyttäjäkokemuksen parantaminen on kuitenkin helpompaa, koska toiminto on periaatteessa kaikille sama ja kaikki hakevat samojen pienien raamien sisällä yhteistä saman tyylistä tulosta. Sisäisen käyttäjäkokemuksen kehittäminen voi kuitenkin jäädä vajavaiseksi, koska oman organisaation henkilöstö ei näennäisesti tuo yritykselle liikevaihtoa. Sisäiseen käyttäjäkokemukseen ei myöskään haluta panostaa tai käyttää rahaa, koska sen ei koeta antavan samalla tavalla takaisin. Käyttäjäkokemuksen parantaminen sitouttaa kuitenkin henkilöstöä samalla tavalla kuin asiakkaita ja jopa lyhyellä aikavälillä säästää yritykselle selkeästi euroja.

### 3.2 Työntekijäkokemus

Käyttäjäkokemus-nimikkeen lisäksi yrityksen oman henkilöstön kokemukseen viitataan myös nimikkeellä työntekijäkokemus, eli EX (Employee Experience) (Lee 2023). Käyttäjäkokemus rinnastetaan yleensä yrityksen ulkoiisiin asiakkaisiin, joten työntekijäkokemus antaa selvän viittauksen yrityksen sisäisiin henkilöihin. Käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan kuitenkin syvempiä toimintoja, jotka muovaavat työntekijäkokemusta. Käyttäjäkokemus yleensä liittyy jonkin tietyn osa-alueen toiminnan kokemukseen, esimerkiksi matka- ja kuluhallintatoimintoihin, joka on yksityiskohtaisempi kokonaisuus koko työntekijäkokemusta tarkasteltaessa. Käyttäjäkokemusta voidaan muovata esimerkiksi tietyn järjestelmän kehittämällä, joka sitten parantaa kokonaistyöntekijäkokemusta.

Työntekijäkokemus on ratkaisevan tärkeä organisaation menestyksen kannalta, sillä se vaikuttaa suoraan työntekijöiden sitoutumiseen, säilyttämiseen ja suorituskykyyn. Kun ihmiset kokevat työssään positiivisia kokemuksia, he ovat todennäköisemmin sitoutuneita, motivoituneita ja omistautuneita työlleen. Toisaalta huono työntekijäkokemus voi johtaa matalaan moraaliin, vähentyneeseen tuottavuuteen, lisääntyneeseen vaihtuvuuteen ja korkeampiin kustannuksiin rekrytoinnin sekä koulutuksen osalta. (Lee 2023.) Työntekijäkokemus voi siis vaikuttaa sekä positiivisesti että negatiivisesti yritykseen.

Lee Yohn (2018) kuvailee työntekijäkokemuksen kattavan kaiken, mitä työntekijä kokee ollessaan organisaatiossa, alkaen rekrytointiprosessista aina viimeiseen työpäivään saakka. Kokemus sisältää organisaation toimintatavat sekä erilaiset vuorovaikutustilanteet työympäristössä. Työntekijäkokemuksen määrittely ei siis ole yksiselitteistä vaan se koostuu monista eri tilanteista ja tekijöistä. Alla olevasta kuviosta 5 voidaan tunnistaa tekijät, jotka vaikuttavat työntekijäkokemukseen. Työntekijäkokemus muodostuu yrityskulttuurista,

fyysisestä -sekä digitaalisesta työympäristöstä. Yhdessä nämä osa-alueet luovat fiksuman tavan työskennellä yhdessä. (Berg ym. 2018, 13.)



Kuvio 5. Työntekijäkokemus (Berg ym. 2018, 13)

Kuvion 5 osa-alueet luovat laajemman kuvan työntekijäkokemuksesta. Jokainen osa-alue sisältää kuitenkin yksityiskohtaisempia kokonaisuuksia, jotka yrityksen tulee muokata henkilöstölle sopivaksi. Käyttäjäkokemuksen suunnittelu on isossa roolissa työntekijäkokemuksen parantamiseksi. Käyttäjäkokemuksen kautta voidaan tunnistaa ne tekijät, jotka helpottaisivat työntekijän arkea organisaatiossa. Esimerkiksi intuitiivinen navigointi, selkeät ohjeet ja vähäinen klikkaaminen tehtävien suorittamiseksi voivat parantaa käyttäjäkokemusta huomattavasti (Lee 2023). Yrityksen onkin tärkeä ottaa huomioon, että työntekijä- ja käyttäjäkokemus kulkevat käsi kädessä alusta saakka. Käyttäjäkokemus sisältää enemmän toiminnallisuuksien suunnittelua ja hahmottelua, kuten aikaisemmin mainittiin.

Digitaalinen työympäristö on noussut viime vuosina tärkeäksi osaksi työntekijäkokemusta. Käyttäjäkokemuksen parannukseen sitoutuu selkeästi digitaaliset muutokset yrityksen tarjoamiin tuotteisiin, järjestelmiin sekä palveluihin työntekijöille. Digitaalinen työntekijäkokemus kuuluu yhteen merkittävimmistä osa-alueista, jota yrityksen tulee kehittää paremman käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Digitaalinen työympäristö edustaa työntekijän digitaalista toimintaympäristöä, joka sisältää kaikki välineet, ohjelmistot ja sovellukset, jotka

ovat tarpeen tehtävien suorittamiseen (Vaasan yliopisto 2023). Digitaalinen työntekijäkokemus liitetäänkin usein juuri edellä mainittuihin tekijöihin, kun taas esimerkiksi ohjelmistojen sekä sovellusten suoranaiset toiminnot rinnastetaan työntekijän digitaaliseen käyttökokemukseen.

### 3.3 Digitaalinen työntekijäkokemus

Digitaalinen työntekijäkokemus, eli Digital Employee Experience (DEX), kuvastaa kuinka tehokkaasti ihmiset vuorovaikuttavat työpaikkansa digitaalisten työkalujen kanssa, mahdollistaen heille osallistumisen, taidot ja tuottavuuden (Academy to Innovate HR 2024). Digitaalinen työntekijäkokemus on muuttunut yhä suuremmaksi ja olennaisemmaksi osaksi kokonaistyöntekijäkokemusta, erityisesti etä- ja hybridityövähtoehtojen laajentuessa. Työntekijät odottavat nyt hyvin järjestettyä teknologiaa, joka mahdollistaa heidän tehtäviensä helpon ja menestyksekkään suorittamisen (Boatman 2024).

Jo pitkään digitalisaatio on murtanut ja muovannut liiketoiminnan luonnetta sekä kokonaisia toimialoja, että yksittäisten henkilöiden ja organisaatioiden välisiä vuorovaikutustilanteita. Koska digitalisaatio on lisännyt vuorovaikutuksen intensiteettiä organisaatioiden ja asiakkaiden välillä, on nyt entistä tärkeämpää hallita ja parantaa näitä kosketuspisteitä niin, että ne muodostavat yhtenäisen ja johdonmukaisen kokonaisuuden. (Puustinen ym. 2020, 17.) Juuri nuo kosketuspisteet vaikuttavat käyttäjien käyttökokemukseen, koska ne ovat niin kutsuttuja lisäosia normaalien digitoimintojen ohessa.

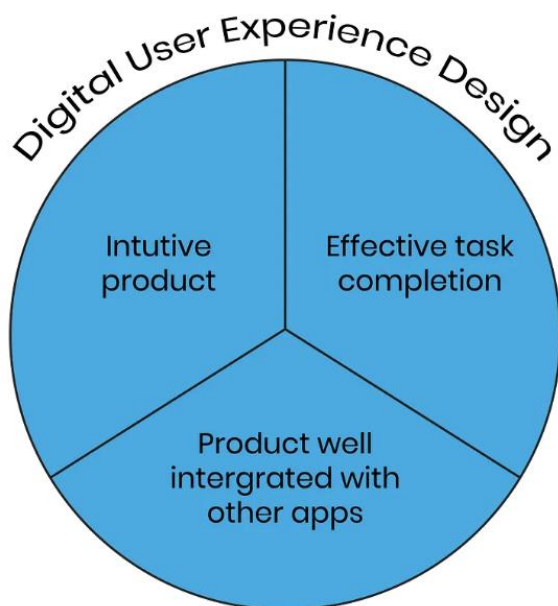
Työntekijäkokemus (EX) ja käyttäjäkokemus (UX) ovat läheisesti toisiinsa liittyviä käsitteitä, erityisesti teknologian ja digitaalisten käyttöliittymien kontekstissa. Kun käyttäjäkokemussuunnittelu keskittyy positiivisten vuorovaikutusten luomiseen käyttäjien ja digitaalisten tuotteiden tai palveluiden välillä, mukaan lukien asiakkaat, kansalaiset ja työntekijät, työntekijäkokemus liittyy erityisesti työntekijöiden kokemukseen työpaikalla. Sekä työntekijäkokemus että käyttäjäkokemus edellyttävät käyttäjystävällisyyttä ja helppokäyttöisyyttä digitaalisissa ratkaisuissa. Teknologian kuluttajamaisuus on korostanut käyttäjäkokemuksen merkitystä työntekijäkokemuksessa, koska työntekijät odottavat nyt samanlaista käytettävyyttä työsovelluksissa kuin omassa arjessaan. Lisäksi teknologialla on merkittävä rooli niin työntekijäkokemuksen kuin käyttäjäkokemuksen muokkaamisessa, koska se helpottaa erilaisia organisaatioprosesseja ja vuorovaikutustilanteita. (Luth 2023.)

### 3.4 Digitaalisen käyttäjäkokemuksen parantaminen

Digitalisaatio viittaa laajempaan yhteiskunnalliseen muutokseen, joka tapahtuu, kun klassisia analogisia toimintoja ja prosesseja korvataan digitaalisilla ratkaisuilla ja teknologioilla

(Opetushallitus 2024). Tämän kaltaista muutosta voidaan myös kutsua digitaaliseksi transformaatioksi yritys-elämässä. Digitaalinen transformaatio tarkoittaa digitaalisten teknologioiden avulla mahdollisuuksien etsimistä ja hyödyntämistä asiakkaiden, työntekijöiden sekä muiden liiketoimintaan osallistuvien sidosryhmien kannalta mahdollisimman suuren arvon ja parhaan mahdollisen kokemuksen luomiseksi (Berg ym. 2018, 17).

Digitalisaation avulla päästään parantamaan käyttökokemusta. Aiemmin digitaalinen käyttäjäkokemussuunnittelu oli verkkosuunnittelijoiden alaa. Näin ollen se liittyi elementteihin kuten verkkosivuston värit, navigointi, asettelu ja suorituskyky. Nykyään tilanne on muuttunut. Alla olevasta kuvioista 6 voidaan tunnistaa tekijät, jotka vaikuttavat käyttäjäkokemussuunnitteluun. Onnistuneeseen tuotteeseen vaikuttaa, kuinka intuitiivinen verkkosivusto tai sovellus on, kuinka tehokkaasti käyttäjät voivat suorittaa tehtävänsä ja kuinka hyvin tuote on integroitu muihin sovelluksiin. (Yuj 2019.) Nämä kaikki osa-alueet vaikuttavat kokonaisuutena onnistuneeseen digitaaliseen käyttäjäkokemukseen.



Kuvio 6. Digitaalinen käyttäjäkokemussuunnittelu (Yuj 2019)

Voidaan siis todeta, että käyttäjäkokemuksen suunnittelu sekä toteuttaminen on muuttunut viime vuosi kymmenten aikana huimasti. Jotta käyttäjäkokemusta päästään parantamaan oikealla tavalla, pitää henkilöstöä osallistaa suunnitteluun myös esimerkiksi kyselyiden, haastatteluiden tai muiden samankaltaisten toiminnallisuuksien avulla. Tällä tavalla tunnistetaan ne tekijät, jotka ovat kompastuskiviä käyttäjäkokemuksen kannalta.

Onnistunut digitaalinen käyttäjäkokemus on mahdollista, kunhan yritys panostaa oikeisiin asioihin. Yrityksen tulee ottaa huomioon esteettisyys ja käytettävyys digitaalisesta toiminnosta. Tasapainon löytäminen esteettisyyden ja käytettävyyden välillä ei aina kuitenkaan ole helppoa, mutta käytettävyys on se, mikä erottaa jotkut digitaaliset kokemukset muista (Stevens 2023). Onnistuneita käyttäjäkokemustarinoita on monia. Esimerkiksi Airbnb on saanut sovelluksellaan toimivan kokonaisuuden, josta jää käyttäjälleen positiivinen kokemus.

Airbnb asettaa etusijalle kätevyyden ja yksinkertaisuuden varaussivulla vähentämällä klikkauksia kokonaisprosessissa, suoraviivaisella navigoinnilla ja selkeillä merkinnöillä siitä, mitä seuraavaksi tapahtuu. Yksinkertainen asettelu tarkoittaa myös sitä, että käyttäjien ei tarvitse seuloa läpi tarpeettomia tietoja sisältäviä kappaleita. (Stevens 2023.) Samankaltaisia onnistuneita tarinoita on monia ja yritykset ovat päässeet luomaan omia onnistumisiaan kehittämällä tuotettaan.

Mikään digitaalinen tuote ei ole valmis sen käyttöönotto hetkellä. Tarjottava digitaalinen palvelu tai tuote on siitä hyvä, että sitä voidaan kehittää koko sen elinkaaren ajan. Esimerkiksi Suomessa operoiva Wolt-ruokalahetesyrittys on kehittänyt sovellustaan ja toimintojaan siitä asti, kun esittelivät tuotteensa. Edellä mainittu kehittäminen on suoraan käyttäjäkokemukseen keskittymistä ja sitä kautta sen mahdollista parantamista.

Organisaatiot, jotka asettavat prioriteetiksi ja investoivat digitaalisen käyttäjäkokemuksen parantamiseen, voivat hyötyä korkeammasta työntekijätyytyväisyydestä, sitoutumisesta, tuottavuudesta ja säilyttämisestä, mikä tekee siitä tärkeän painopisteen käyttäjäkokemussuunnittelussa (Luth 2023).

## 4 Tutkimuksen toteutus

### 4.1 Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruumenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi on tähän kehittämistehtävään valittu määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Määrällinen tutkimus valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska se on menetelmä, joka auttaa vetämään yleisluontaisia johtopäätöksiä tutkimuksesta ja sitä kautta analysoimaan lopputuloksia (SurveyMonkey 2024). Kyselytutkimukset tarjoavat tehokkaan menetelmän määrälliseen tutkimukseen, koska ne ovat taloudellisia ja sopeutuvia, mahdollistaen tutkijoille suuren otoskoon tietojen keräämiseen. Kyselyt ovat tässä kehittämistehtävässä keskeisessä osassa, joten määrällinen tutkimus sopii erinomaisesti tutkimusmenetelmäksi.

Kyselyn tekeminen koettiin hyväksi menetelmäksi tähän kehittämistehtävään, koska sen avulla pystyttiin keräämään laaja tutkimusaineisto, jonka perusteella saatiin kokonaiskuva kehitettävistä asioista. Kysely soveltuu erinomaisesti monen eri aiheiden ja ilmiöiden tutkimukseen (Ojasalo ym. 2015, 122). Kyselyn avulla kerättiin aineisto analysointia varten.

Aineisto analysoidaan tunnistamalla kyselystä eniten esille nousseet asiat, eli suurimmat kehityskohteet. Kyselyssä on geneerisiä kysymyksiä, mutta suurin apu ovat avoimet kysymykset, jossa henkilö pääsee antamaan vapaasti palautetta. Graafiset vastaukset ovat myös kokonaisuudessaan tärkeitä tämän kehittämistehtävän osalta, koska niissä selviävät selkeät kehittämiskohteet.

### 4.2 Tutkimusstrategiana tapaustutkimus

Liiketaloustieteissä käytetään usein tapaustutkimusta, joka on tyypillinen tutkimusstrategia ja se juontaa juurensa tieteellisen tutkimuksen perinteisiin. Tapaustutkimus toimii myös tehokkaana lähestymistapana kehittämistyössä, kun tavoitteena on tuottaa kehittämissuhteita ja -ideoita (Ojasalo ym. 2015, 52). Tapaustutkimus sopii siis tähän kehittämistehtävään erinomaisesti, koska kehittämissuhteet ja -ideat ovat haluttu lopputulos. Tutkimuksen kohteena oleva tapaus voi olla esimerkiksi yritys tai sen osa, yrityksen tuote, palvelu, toiminta tai prosessi. Tapaustutkimus tarjoaa tietoa ilmiöstä, joka tapahtuu nykyhetkessä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. (Ojasalo 2015, 52.) Kehittämissuhteä tehdään toimeksiantona yritykselle ja siinä pyritään käyttäjäkokemuksen tarkastelun kautta parantamaan sisäistä prosessia sekä sen toimintoja.

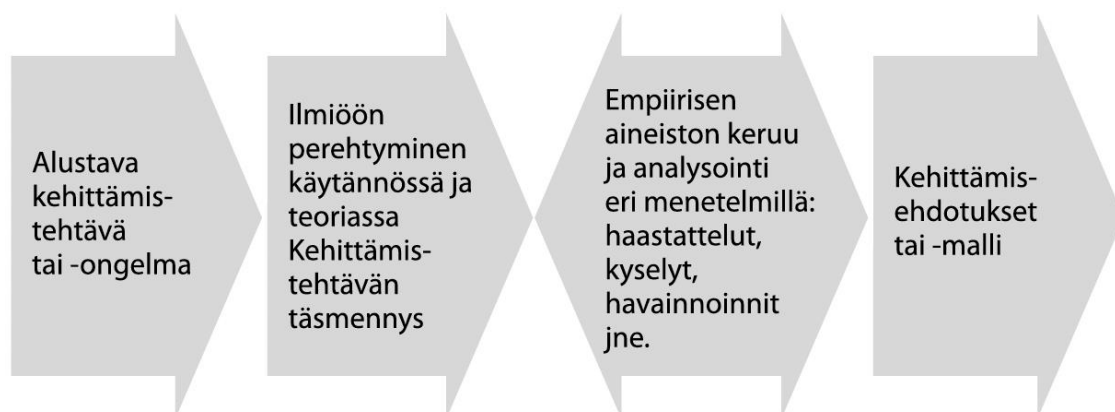
Tutkimuksen kohde työelämän kehittämistyöhön valitaan aina käytännön tarpeen sekä kehittämistyölle asetettujen tavoitteiden mukaan (Ojasalo, 2015, 53). Tarve valitulle kehittämistehtävälle on suuri. Matka- ja kuluhallintatoimintoja ei ole kehitetty oma-aloitteisesti pitkään aikaan. Kehittämisen tarve on tullut esille esimerkiksi työntekijöiden

tyytyväisyyskyselyssä ja käyttäjäkokemusta halutaan parantaa kokonaisvaltaisesti. Suoria tavoitteita ei ole asetettu, vaan kokonaiskokemusta halutaan nostaa paremmalle tasolle sekä löytää sitä kautta mahdollisia kehittämiskohteita. Yleisenä tavoitteena on käyttäjäkokemuksen parantaminen ja kehittämiskohteiden löytyessä ne muodostavat omia yksilöllisiä tavoitteita.

Tapaustutkimuksessa yleensä aloitetaan analysoitavasta tai tutkittavasta tapauksesta eikä pelkästään yleisistä teorioista. Henkilöllä, joka on kiinnostunut kehittämiskohteesta, on yleensä jo jonkinlaista tietoa ilmiöstä, mikä mahdollistaa alustavan kehittämistehtävän määrittelyn. Usein on myös tarpeen ensin tutustua aiheeseen ennen kuin tiedetään, mitä siitä voi todella kysyä tai mikä on todellinen kehittämistehtävä. (Ojasalo ym. 2015, 54.)

Kehittämiskohteen valinta ei ole aina koko prosessin ensimmäinen vaihe, koska kehittämis-kohte tarkentuu todennäköisesti prosessin edetessä, vaikka pohjatyö olisi tehty. (Ojasalo ym. 2015, 54.) Varsinkin kohdeyleisöltä kysyttäessä voi aihe täsmentyä uudelleen tai ohjata toiseen suuntaan kuin alun perin oli suunniteltu. Tämänkin takia on äärimmäisen tärkeää, että kehittämistehtävän tekijällä on syvempää kokemusta ja tietoa tutkittavasta kohteesta ja mahdollisesta yrityksestä.

Kuvio 7 havainnollistaa tapaustutkimuksen tavanomaisen etenemisen. Aina lähdetään liikkeelle alustavasta ongelmasta kehittämistehtävässä ja tämän jälkeen perehdytään aiheeseen paremmin. Aineisto kerätään halutulla menetelmällä ja sen jälkeen esitellään kehittämisehdotukset tai -mallit.



Kuvio 7. Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym, 2015, 54)

Tyypillisesti tapaustutkimuksen merkittävin ominaisuus on se, että monipuolisten menetelmien avulla saadaan kattava, monipuolinen ja kokonaisvaltainen näkemys tutkittavasta

tapauksesta (Ojasalo ym. 2015, 55). Tässä kehittämistehtävässä paras menetelmä oli kyselyn lähettäminen yrityksen henkilöstölle. Kyselyn lähettäminen oli monipuolisuuden kannalta paras tapa, koska vastausten perusteella pystyttäisiin katsomaan kokonaiskuva perustuen koko henkilöstön mielipiteeseen. Kokonaiskuva perusteella voitaisiin lähteä pohtimaan kehityskohteita.

#### 4.3 Tiedonhankinta ja kohderyhmä

Tutkimuksessa tehtiin kaksi eri kyselyä, kyselyt A ja B, jotka erosivat toisistaan. Ensimmäinen kysely A lähetettiin myös aikaisemmin suunnatulle kohderyhmälle. Kyselyt tehtiin käyttäen Microsoftin Forms-sovellusta. Yritys X:n ollessa asiantuntijaorganisaatio oli erittäin tärkeää ajoittaa kyselyt hiljaisemmalle ajan jaksolle yrityksen toiminnassa. Tästä syystä ensimmäinen kysely A lähetettiin marraskuussa ja toinen kysely B joulukuussa. Kyselyihin annettiin noin kuukausi vastaamisaikaa ja muistutusviestit vastaamisesta lähetettiin kaksi viikkoa ennen vastaamisajan päättymistä. Vastaamisajan pituus koettiin olevan riittävä, koska tammikuusta lähtien yrityksen toiminta vilkastuu. Kysely A lähetettiin noin 80 henkilölle ja vastauksia saatiin 33 kappaletta. Kyselyyn B vastasi 180 henkilöä ja se lähetettiin noin 1 300 vastaajalle.

Kehittämistehtävän kysely lähetettiin kahdelle eri ryhmälle Yritys X:ssä. Ensimmäinen ryhmä, joka vastasi kyselyyn A, koostui yrityksen assistenteista, jotka käyttävät eniten M2-järjestelmää. Tämä kysely lähetettiin myös ennen toista kyselyä. Toinen kysely B lähetettiin koko muulle Yritys X:n henkilöstölle. Kyselyt erosivat kysymysten perusteella toisistaan, koska M2-järjestelmän kahden eri käyttäjäryhmän toimintatavat sekä osaaminen eroavat myös toisistaan merkittävästi.

Tässä tutkimuksessa keskitytään pääsääntöisesti kyselyyn B ja sen tuloksiin. Kyselyyn A vastattiin prosentuaalisesti paremmin, mutta kyselyjä vertailtaessa koettiin, että koko muulle henkilöstölle lähetetty kysely B auttaa kehittämään toimintoja paremmin. Kyselyn A kohderyhmä assistentit ovat M2-järjestelmän asiantuntijoita, ja tämän takia osaaminen on positiivisessa mielessä aivan eri tasolla muuhun henkilöstöön nähden. Kyselyn B vastausprosentti jäi pienemmäksi, mutta 180 vastausta oli parempi kuin oli ennalta toivottu.

Kysely B pohjautui pääsääntöisesti yrityksen M2-järjestelmän käyttöön sen ollessa näkyvin osa-alue matka- ja kuluhallintatoiminnoista käyttäjälle. Kyselyssä B tiedusteltiin myös muiden toimintojen toimivuutta ja kehittämistä. Kysely B koostui valintakysymyksistä sekä avoimista vastauksista.

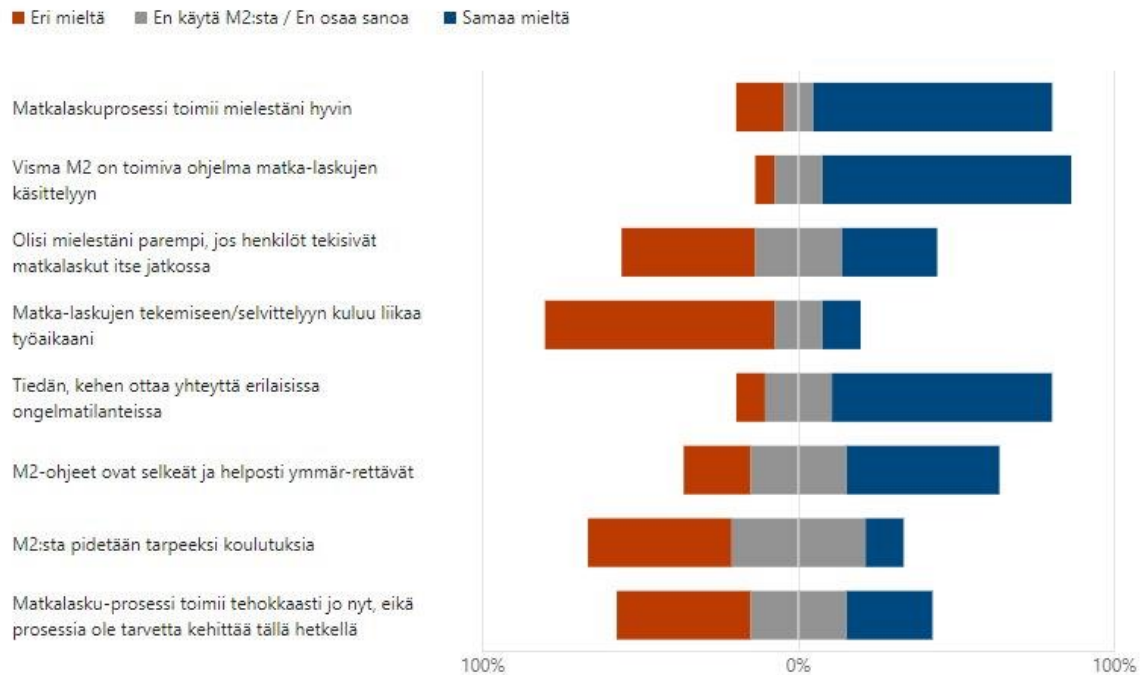
## 5 Tutkimustulokset ja vastausten analysointi

### 5.1 Kysely A

Kyselyn A analysointi jää tässä kehittämistehtävässä vähemmälle huomiolle. Kysely A lähetettiin pienemmälle kohderyhmälle. Kohderyhmänä toimi Yritys X:n assistentit, jotka ovat matka- ja kuluhallintatoimintojen aktiivisimpia käyttäjiä. Tästä syystä osaaminen on myös heillä korkealla tasolla.

Kyselyn A kohderyhmän vastaukset täydensivät tietyiltä osiltaan kyselyn B tuloksia. Alla olevasta kuviosta 8 voidaan tehdä tarkempia huomioita liittyen kohderyhmän vastauksiin. Vastaajien mielestä Yritys X:llä on toimiva ohjelma matka- ja kululaskujen käsittelyyn sekä yhteyshenkilö ja ohjeistukset ovat halutulla tasolla. Tämä oli positiivinen tulos, koska nämä henkilöt käyttävät toimintoja eniten, joten mainitut tärkeät osa-alueet ovat kunnossa.

Kehitettävää kuitenkin on myös kohderyhmän näkökannasta. Vastausten perusteella on selkeää, että koulutuksia ei pidetä tarpeeksi ja olemassa olevaa prosessia halutaan joillain tavoilla kehittää. Kuviossa 8 ensimmäinen ja viimeinen väittämä ovat melkein täysin samantaisia, mutta vastaukset eroavat toisistaan merkittävästi. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että suurin osa vastaajista kokee, että vaikka matkalaskuprosessi on tällä hetkellä toimiva, toimintojen kehittämistä ei kuitenkaan tulisi lopettaa. Kohderyhmä tiedostaa siis varmasti muuttuvan ympäristön ja sen tuomat haasteet tulevaisuudessa, jos toimintoja ei kehitetä aktiivisesti.



Kuvio 8. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

Aiemmin mainittujen havaintojen lisäksi vastaukset kuviossa 9 auttavat näkemään kokonaiskuvaa käytetystä ajasta. Vastauksissa on hyvä ottaa huomioon, että kohderyhmässä on myös vastaajia, joiden työtehtäviin ei kuulu matka- ja kululaskujen tekeminen. Toki suurin osa näistä henkilöistä on jättänyt vastaamatta kyselyyn juuri tästä syystä. Kuvion pohjalta voidaan tehdä hyödyllinen johtopäätös, että aikaa kulutetaan matka- ja kululaskujen tekemiseen viikossa suurimmalta osalta yli 30 minuuttia. Ajan käytön maksimoiseksi onkin tärkeää pitää matka- ja kululaskujärjestelmä sellaisena, jota on myös jatkossa nopeaa ja helppo käyttää.



Kuvio 9. Arvioi, kuinka paljon aikaa sinulla menee matka- ja kululaskuihin kuukaudessa

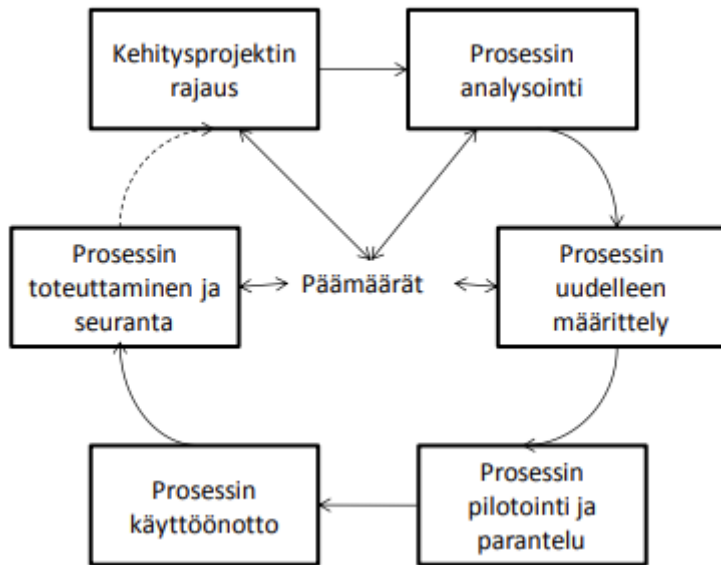
Kysely A ei loppujen lopuksi antanut tulosten perusteella olennaista tietoa matka- ja kuluhallintatoimintojen kehittämistä käyttäjäkokemuksen näkökulmasta. Oli kuitenkin positiivista nähdä, että suurin osa kyselyn kohderyhmästä ymmärtää ja osaa käyttää toimintoja. Kyselyllä A haluttiin ottaa huomioon erillinen kohderyhmä ja tällä tavalla osallistaa myös heitä eri tavalla toimintojen kehittämisessä. On tärkeää tiedostaa yrityksen ensisijainen kohderyhmä, joka käyttää toimintoja eniten ja ottaa huomioon heidän näkökulmansa eri osa-alueisiin. Näkökulman huomioiminen auttaa kehittämisessä huomattavasti.

## 5.2 Prosessin kehittäminen

Yrityksen tulee jatkuvasti pyrkiä parantamaan kilpailukykyään, myös sisäisissä toiminnoissaan. Kilpailukykyä pystytään parantamaan tarjoamalla työntekijöille entistä parempia tuotteita, parempaa palvelua sekä kehittämällä kustannustehokkuutta. (Logistiikan Maailma, 2024.) Matka- ja kuluhallintatoiminnoissa kehittämisen pääkohteena ovat, käyttäjäkokemuksen parantamiseksi, parempi tuote ja palvelu. Tämän kautta päästään kustannustehokkaaseen toimintaan.

Yrityksen toimintojen parantaminen prosessien kautta voi sisältää laajan siirtymisen prosessimaiseen toimintatapaan, yksittäisen uuden prosessin käyttöönottamisen, nykyisten prosessien perusteellisen uudistamisen tai erikoisten parannusten tekemisen nykyisiin prosesseihin. Nämä erilaiset kehitysmenetelmät eroavat toisistaan jossain määrin toteutukseltaan, mutta niissä voi havaita samankaltaisia perusvaiheita, jotka on esitetty alla olevassa kuviossa 10. (Martinsuo ym. 2010.)

Ennen tietyn prosessin kehittämisen aloittamista, tulee ensimmäiseksi rajata, millaisesta kehitysohjelmasta on käytännössä kyse ja, mitä kehitysohjelmasta muutettava prosessi koskee. Olemassa olevat projektit antavat tukea rajauksesta. Yrityksen haluamalla lopputuloksella on rajauksessa keskeinen sija. (Martinsuo ym. 2010.)



Kuvio 10. Prosessien kehittämisen yleiset vaiheet (Martinsuo ym. 2010)

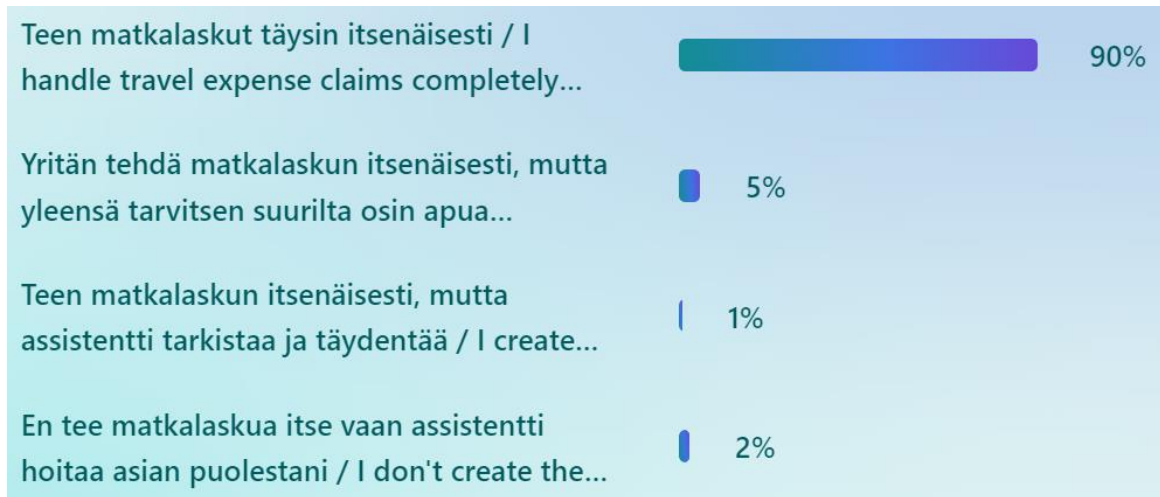
Prosessin toimivuus on äärimmäisen tärkeää. Kehittämistyön kannalta oli hyvä, että kyseinen osa-alue nousi esille kyselyn A vastauksista. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että olemassa olevaa prosessia tulee kehittää varsinkin laskun tekijän näkökulmasta. Yksittäiseen kehityskohteeseen voidaan soveltaa kuvion 10 tarjoamaa kaaviota itse kehittämissuorituksen helpottamiseksi.

Prosessin kehittämisen suunta jäi kuitenkin vastauksista auki, eikä esille noussut esimerkiksi eri prosessien muutoskohteita. Kyselyn A vastaajat eivät suoraan osanneet kertoa, mihin suuntaan kehittämisen tulisi mennä. Kysely B nouseekin tämän johdosta tärkeään osaan, jotta osataan tunnistaa kehitettävät kohteet.

### 5.3 Kysely B

Vastauksia saatiin kyselyyn B hyvin ja niihin oltiin tyytyväisiä. Vastausten analysoinnissa tullaan käsittelemään ainoastaan ne kyselyn B vastaukset, jotka ovat olennainen osa matka- ja kuluhallintatoimintojen kehittämistä. Suurin osa kysymyksistä olivat yleisiä ja niin sanottuja ”hyvä tietää”-kysymyksiä, jotka eivät välttämättä auttaneet toimintojen kehittämisessä vaan antoivat kokonaiskuvan henkilöstön ymmärryksestä matka- ja kuluhallintatoimintoihin. Tämänkaltaisen kysymyksen näkyy kuviossa 11, joka kartoitti kokonaiskuvaa matka- ja kululaskujen tekemisestä M2-järjestelmässä. Kysely B lähetettiin koko henkilöstölle, joten haluttiin tarkemmin tarkastella, kuinka itsenäisesti järjestelmän käyttäjä tekee laskuja.

Vastaus auttaa näkemään, onko toimintojen kehittäminen kannattavaa koko henkilöstölle vai pitäisikö kohderyhmän olla jokin toinen.

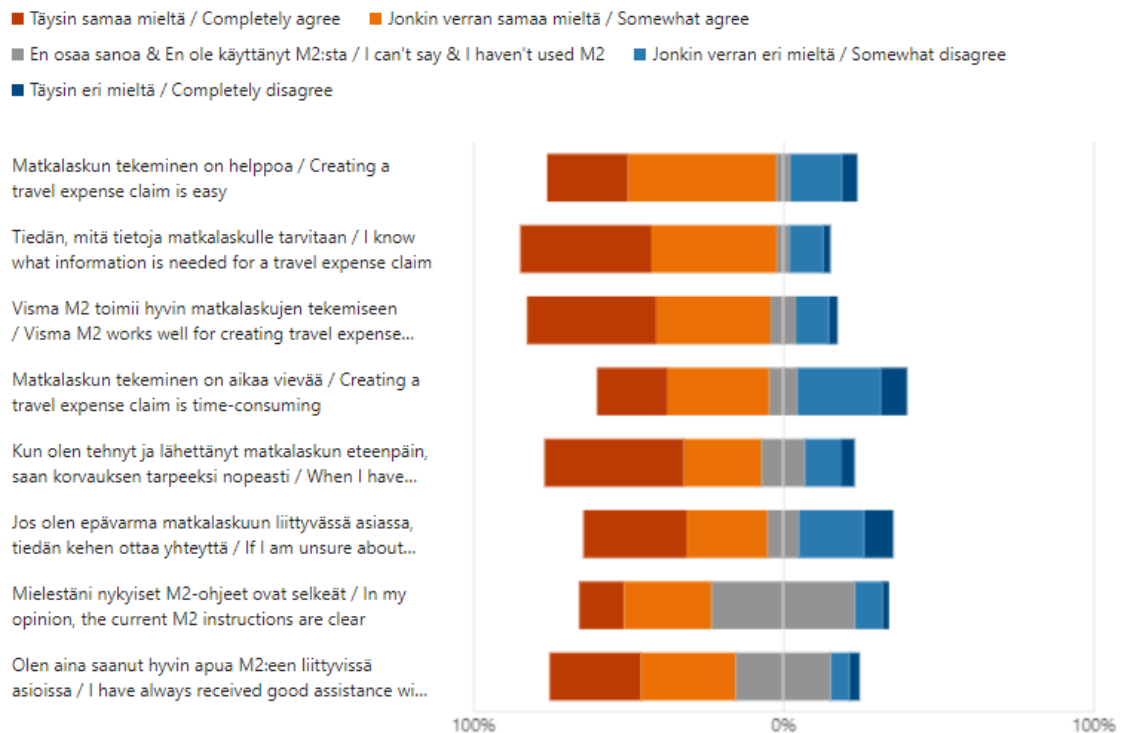


Kuvio 11. Matka- ja kululaskun tekeminen.

Kuvion 11 perusteella pystyi jo tekemään johtopäätöksen, että M2-järjestelmän käyttö on aktiivista koko henkilöstöllä ja tästä syystä toimintojen kehittäminen kannattavaa. Suurin osa vastaajista tekee matka- ja kululaskuja itsenäisesti.

Vastauksien analysoimisessa avoimet kysymykset antoivat eniten toimintojen kehittämiseen. Samanlaista käyttäjäkyselyä ei ole lähetetty henkilöstölle pitkään aikaan ja oli positiivista huomata, että vastaajat halusivat mielellään antaa palautetta niin positiivisessa- kuin kehittämismielessä.

Koko matka- ja kuluhallintatoimintojen prosessin kehittäminen on keskeisessä osassa tutkimusta kyselyn B perusteella. Alla olevasta kuviosta 12 voidaan todeta, että eniten eri mieltä ollaan väittämästä "Matkalaskun tekeminen on aikaa vievää". Tästä voidaan todeta, että prosessia tulisi tarkastella uudestaan ja mahdollisesti muuttaa.



Kuvio 12. Vastaa, mitä mieltä olet seuraavista väittämistä.

Avointen kysymysten vastaukset pääsääntöisesti jäljittelivät kuvion 12 vastauksia ja täydensivät, mitä henkilöstö kokee kehitettävänä asioina. Avoimista kysymyksistä tuotiin eniten esille nykyisen järjestelmän kehittäminen, prosessin helpottaminen ja kehittäminen esimerkiksi automatisaation avulla, kouluttaminen, ohjeiden parantaminen sekä selkeä matkalaskupolitiikka. Vastaukset ovat vielä esitelty kuviossa 13 mainitsemisjärjestyksessä, eli esimerkiksi prosessin kehittäminen automatisoinnin avulla oli eniten mainituin osa-alue.



Kuvio 13. Top 5 avointen kysymysten vastaukset

Avointen kysymysten vastauksien avulla lähdetään analysoimaan tuloksia tarkemmin ja erottelamaan haluttuja muutoksia kyselyn B perusteella. Tulosten yksityiskohtaisempaa tarkastelua tehdään kuvion 13 vastausten perusteella.

### 5.3.1 Automatisointi osaksi prosessia

Kyselyn B olennaisin ja selkeästi tärkein nosto oli eri toimintojen automatisointi. Henkilöstö on tottunut Yritys X:ssä nopeasti digitalisoituvaan työympäristöön ja erilaisiin automaatiomahdollisuuksiin, joten sen puuttuminen matka- ja kuluhallintatoiminnoista huomataan herkästi.

Automatisoinnin mahdollisuudet ovat kuitenkin hyvin rajalliset esimerkiksi juuri M2-järjestelmässä. Automatisointiin usein sidottu tekoäly hakee vasta paikkaansa eri ohjelmien sekä järjestelmien sisällä ja kehittäminen voi viedä paljonkin aikaa. Visma on suomalainen yritys ja resurssit kaikkien toimintojen kehittämiseen ovat pienemmät kuin esimerkiksi suuremmalla matka- ja kuluhallintayrityksellä. On myös tärkeää selvittää, mitä eri ominaisuuksia on mahdollista automatisoida järjestelmässä, ja mitkä tuovat lisäarvoa laskun tekijälle. Kyselyssä B vastaajat tuovat esille kuitenkin automaattisen tunnistamisen esimerkiksi arvonlisäverojen erittelyssä ja paperikuitin paremman siirtämisen. Paremmalla siirtämisellä tarkoitetaan esimerkiksi kuitin automaattista siirtymistä M2-järjestelmään oston jälkeen.

Kokonaisuutena toimintojen automaatio matka- ja kuluhallinnassa tuo monia hyötyjä. Alla olevassa taulukossa 1 on lueteltu viisi erottautuvinta hyötyä. Prosessien yksinkertaistaminen ja ajan säästö ovat varmasti helpoiten tunnistettavia etuja. Automaation tuoma yksinkertaistaminen tekee prosessista helpommin lähestyttävän ja sitä kautta aikaa säästävemmän.

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Simplifies processes and saves time |
| 2 | Savings in cost                     |
| 3 | Simplified auditing                 |
| 4 | Employee satisfaction               |
| 5 | Better spend predictability         |

Taulukko 1. Matka- ja kuluhallinnan automaation viisi hyötyä (mukailtu Srivastava 2024)

Kohta neljä, liittyen työntekijöiden tyytyväisyyteen, taulukossa 1 on tärkeä ottaa huomioon myös toimintojen automatisoinnissa. Työntekijöiden kokonaistyytyväisyys kasvaa selvästi

ja heidän pitää vähemmän käyttää itse resursseja matka- ja kuluhallintaan, kun automatisoinnin hyödyt tuodaan järjestelmään.

Automaation tärkeyden esille tuominen kyselyn B vastauksissa oli äärimmäisen tärkeää kehittämisen näkökannalta. Toimintatapojen muuttaminen on edelleen uutta yrityksissä, varsinkin, kun katsotaan automatisoinnin näkökulmasta. Yleensä yrityksissä edelleen uskotaan, että perinteisemmällä manuaalisella lähestymistavalla saavutetaan luotettavammin toivottu lopputulos (Kaarlejärvi 2018). Syy tähän kiteytyy juuri luottamukseen toimintoja kohtaan. Ei ymmärretä, miten järjestelmä toimii tai mihin sääntöihin se perustuu, eikä lopputulokseen luoteta sen vuoksi. Koska laadukkaan lopputuloksen varmistaminen on tavoitteena, vanhaa toimintamallia jatketaan (Kaarlejärvi 2018). Luottamuksen löytäminen onkin olennainen osa automaation hyväksyntää ja käyttöönottamista.

### 5.3.2 M2-järjestelmä

M2-järjestelmän käyttö ja toiminnallisuus nostivat paljon kommentteja avoimissa kysymyksissä. Esimerkiksi yksi vastaajista kommentoi järjestelmää näin: "Yhden matkalaskun tekeminen vaatii valtavan määrän klikkauksia". Järjestelmän käytön sujuvuus onkin yksi tärkeimmistä osa-alueista, koska se vaikuttaa laskun tehokkaaseen tekemiseen. Tehokas ja toimiva järjestelmän rakenne voi parhaimmillaan tukea toimintoa ja pahimmillaan olla este järjestelmän käyttöön (Local Government Association 2024).

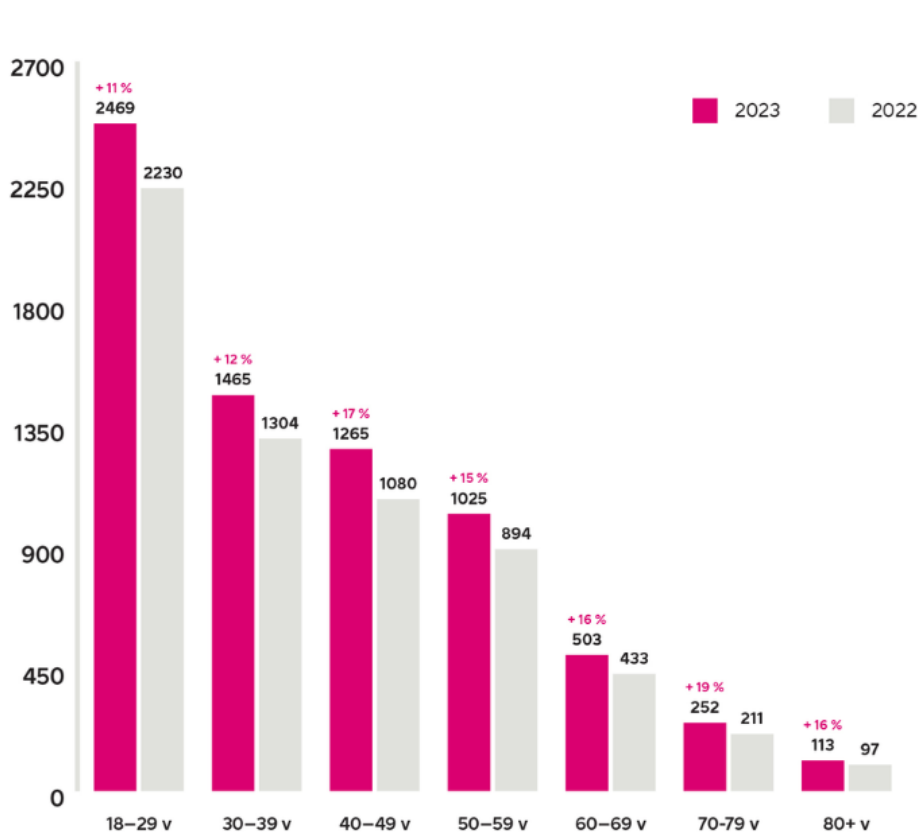
Yksi mainituista järjestelmän heikkouksista on myös luottokorttiostojen ilmaantuminen M2-järjestelmään. Yritys X on rakentanut yhteistyössä Vismän ja luottokorttiyhtiön kanssa integraation, joka toimittaa yrityksen luottokortilla tehdyt ostot suoraan M2-järjestelmään. Ostojen toimituksessa on kuitenkin viive ja mahdollisesti luottokortin omaava henkilö voi joutua odottamaan jopa viikon oston ilmestymistä järjestelmään. Henkilöstöllä on myös luonnollisesti käytössä henkilökohtaisia luottokortteja, joten he eivät ole täysin varmoja siitä, millä kortilla ostoa on suoritettu. Ostoa ilmestymisen viive järjestelmään aiheuttaa sen, että matkai tai kululasku tehdään itse maksettuna kuluna eikä yrityksen luottokorttikuluna ja myöhemmin joudutaan tekemään erillisiä toimenpiteitä luottokorttioston poistamiseksi järjestelmästä. Tietyissä tapauksissa summa joudutaan esimerkiksi perimään henkilön palkasta, joka työllistää montaa eri tiimiä Yritys X:ssä.

Isoon rooliin kyselyssä B nousi myös hyvä ja toimiva sovellus. Henkilöstö tekee ostoja liikenteessä ja matka- sekä kululaskujen tekeminen älylaitteen sovelluksella koetaan hyvin tärkeäksi ominaisuudeksi. Tällä hetkellä Vismalla on tarjolla M2-järjestelmästä sovellusversio, jossa henkilö voi ottaa kuvan kuitista ja liittää tämän matkai tai kululaskulle tai lisätä

kuitin omaan profiiliinsa laskun tekemistä varten. Henkilö joutuu kuitenkin tekemään matkaja kululaskut selaimen kautta.

Mobiilisovelluksen toimivuus on nykyaikana erittäin tärkeä ominaisuus. DNA-operaattoriyrityksen tekemästä tutkimuksesta (kuvio 14) näkee asiakkaiden päiväkohtaisen datan kulutuksen keskiarvon per puhelinliittymä. Kuviossa 14 mielenkiintoista on myös se, kuinka paljon datan käyttö on kasvanut vuoteen 2022 verrattuna. Kuvioista kannattaa myös ottaa huomioon datan liikkumisen määrä. Määrä on huima ja tästä voidaan tehdä johtopäätöksiä älylaitteiden käyttämisen kasvusta. On siis äärimmäisen tärkeää, että yrityksellä on toimiva mobiilisovellus, jonka käyttöominaisuudet ovat laajat.

### Päiväkohtainen keskiarvo per puhelinliittymä (MB)



Kuvio 14. Päiväkohtainen keskiarvo per puhelinliittymä (MB) (DNA Oyj 2023)

M2-järjestelmän mainitut kehityskohteet kyselyssä B ovat suurimmaksi osaksi sellaisia, joiden kehittäminen ei ole Yritys X:n puolelta mahdollista. Yritys X voi mahdollisesti olla yhteydessä Vismaan, eli järjestelmän tarjoajaan, tai harkita toisen järjestelmän käyttöönottamista, joka vastaisi kyselyn vastaajien palautteeseen. M2-järjestelmän kattava

parantaminen käyttäjän näkökulmasta on kuitenkin tiiviisti sidoksissa automatisoinnin edistämiseen, mikä korostaa sen olennaista asemaa järjestelmässä. Tästä johtuen yrityksen kannattaa ensisijaisesti keskittyä M2-järjestelmän kehittämisessä automatisaation edistämiseen ja käyttöönottoon.

### 5.3.3 Matkalaskupolitiikka

Google Maps tarjoaa luotettavia ohjeita, joiden avulla voi välttää hankaluudet matkalla kohti määränpäättä, ja samalla tavalla matkalaskupolitiikka tarjoaa kattavan oppaan työntekijöille matka- ja kuluhallintaa varten (Kumaraswamy 2024). Kyselyn B vastausten perusteella ei suoraan mainittu matkalaskupolitiikkaa, mutta vastauksista näki selvästi, että yrityksen määrittämät linjaukset ja säännöt eivät ole henkilöstöllä tiedossa. Yritys X:llä ei ole selkeää matkalaskupolitiikkaa käytössä. Yritys on laatinut ohjeita ja suuntaviivoja yleisille käyttäjänölle, mutta se ei kuitenkaan selkeästi määrittele henkilöstölle yrityksen politiikkaa, jota tulisi ehdottomasti noudattaa. Epäselvät linjaukset aiheuttavat kiusallisia tilanteita työntekijän ja hyväksyjän välille, kun hyväksyjä ei voi matka- tai kululaskua hyväksyä yrityksen politiikasta johtuen.

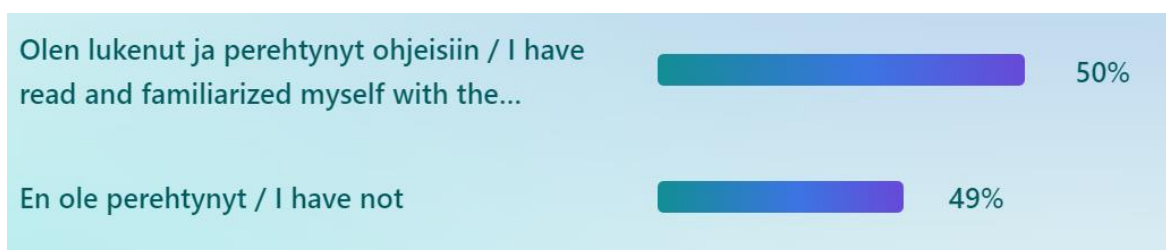
Matkalaskupolitiikka on yrityksen laatimat selkeät ohjeet, jotka kattavat kaiken, mitä työntekijän tarvitsee tietää, kun hän käyttää yrityksen rahoja liikematkoihin liittyviin kuluihin. Matkalaskupolitiikan tulisi olla linjassa yrityksen yrityskulttuurin ja taloudellisten tavoitteiden kanssa, mutta sen tulisi olla joustava tukemaan matkustamista liiketoiminnan dynamiikkaan vastaamiseksi. (Kurian 2021.)

Kyselyn B vastauksista voidaan päätellä, että tämänhetkistä yleistä politiikkaa ei tunneta ollenkaan. Nykyiset ohjeet sisältävät osia olennaisista säännöistä matka- ja kuluhallinnassa, mutta näitä ei osata henkilöstön puolelta yhdistää matkalaskupolitiikkaan, jota pitää noudattaa poikkeuksetta. Henkilöstö kokee nykyiset ohjeet enemmänkin suuntaa antavina oheistuksina kuin selkänä politiikkana. Matkalaskupolitiikan tarkoituksena on kertoa työntekijöille ehdottomat säännöt matka- ja kuluhallintaan sekä selventää niiden tarkoitus, jotta laskun tekijä ymmärtää niiden merkityksen. Esimerkiksi tietyt säädökset ovat verottajan laatimia ja jos laskun tekijällä ei ole tästä tietoa, voi hän kokea näiden noudattamisen olevan turhamaista sanamuodon mukaista tulkintaa, vaikka yrityksellä ei ole niiden suhteen vaihtoehtoja.

Matkalaskupolitiikan olemassaolon tärkeys kävi kyselyn kautta selväksi. Henkilöstö ei ole tietoinen lain määrittämisestä vaatimuksista tai Yritys X:n omista linjauksista ja tämän takia matkalaskupolitiikan tulisi olla yksi ensimmäisistä kehityksen kohteista matka- ja kuluhallintatoiminnoissa.

### 5.3.4 Ohjeiden parantaminen ja kouluttaminen

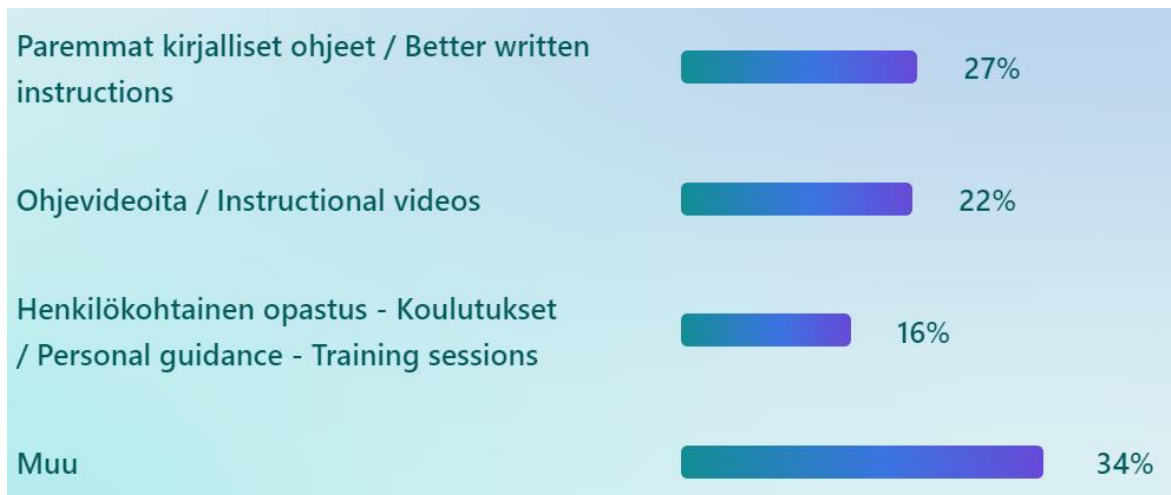
Ohjeiden kehittäminen sitoutuu vahvasti matkalaskupolitiikkaan ja on osa isompaa kokonaisuutta. Yritys X:llä on olemassa olevat ohjeet, mutta kyselyn B perusteella henkilöstö ei koe niiden olevan halutulla tasolla. Ennen ohjeiden kehittämiseen perehtymistä on kuitenkin hyvä ottaa huomioon kuvion 15 vastaukset. Melkein puolet vastanneista eivät ole perehtyneet Yritys X:n olemassa oleviin ohjeisiin. Tämän perusteella voidaankin tehdä johtopäätös, että ongelma ei ole itse ohjeissa vaan henkilöstön toimintatavoissa. Todennäköisesti ei ymmärretä ohjeisiin perehtymisen tärkeyttä.



Kuvio 15. Oletko perehtynyt M2-ohjeisiin?

Valitettavaa onkin, että kyselyn B vastausten perusteella annettu palaute kohdistuu juuri niihin osa-alueisiin, jotka kerrotaan selkeästi ohjeissa, mutta perehtymisen puutteen takia ne eivät ole selkeitä henkilöstölle. Esimerkiksi kyselyssä yksi palaute liittyi kuljetuspalveluihin ja niissä käytettäviin kululajeihin. Ohjeissa on selkeästi kerrottu, miten kyseisen osa-alueen kululajien kanssa tulee toimia, mutta silti vastaajalle asia ei ole selvä.

Ohjeiden parantamisen lisäksi esille nousi koulutuksien tarve. Yli kuuden vuoden aikana yrityksessä ei ole pidetty koulutusta matka- ja kuluhallintatoiminnoista ja se näkyi kyselyn vastuksissa. Henkilöstö kokee, että live-kouluttaminen on edelleen tärkeää ja pelkät kirjalliset ohjeet eivät riitä. Kouluttamisen lisäksi toivotaan myös ohjevideoita, niin kuin alla olevasta kuviossa 16 voidaan todeta. Muu-valinta, joka on saanut eniten kannatusta, sisältää muun muassa halun matka- ja kululaskujen käsittelystä toisen henkilön, esimerkiksi assistentin, toimesta.



Kuvio 16. Minkälaista tukea kaipaaisit matka- ja kululaskujen tekemiseen?

Ohjeiden parantamisella ja koulutusten lisäämisellä matka- ja kuluhallintatoimintoihin on iso vaikutus henkilöstön osaamiseen. Jo näillä muutoksilla parannettaisiin ylipäättään käyttökokemusta ja mahdollisesti säästettäisiin myös henkilöstön aikaa.

#### 5.4 Vastausten tulokset

Kysely B:n tulokset ovat avanneet merkittävän näkökulman matka- ja kuluhallintatoimintojen tulevaan kehittämiseen. Vastaukset tarjoavat selkeän suunnan ja paljastavat välittömästi tunnistettavat osa-alueet, joihin tulee kiinnittää huomiota ja tehdä kehitystoimia. Henkilöstön antamat palautteet toimivat arvokkaana opastuksena näiden kehityskohteiden tunnistamisessa ja priorisoinnissa. Tämä syvälinen ymmärrys organisaation tarpeista mahdollistaa tehokkaan ja kohdennetun toimintasuunnitelman laatimisen, jonka avulla voidaan saavuttaa parempia tuloksia sekä lisätä matka- ja kuluhallintatoimintojen tehokkuutta ja käyttäjäystävällisyyttä.

Yrityksen lähihistoriassa ei ole aikaisemmin toteutettu vastaavanlaista kyselyä, ja tämä heijastui selkeästi koko kyselyn tuloksista. Henkilöstö toi esiin useita osa-alueita, jotka ovat olleet läsnä organisaatiossa pitkään ja joiden kehittämiseen olisi voitu ryhtyä jo aikaisemmin. Yksi merkittävimmistä mainituista osa-alueista oli kouluttaminen, joka nousi esiin keskeisenä kehityskohteena. Tämä viittaa siihen, että vaikka tarpeet ja mahdollisuudet kehittämiseen ovat olleet olemassa, niihin ei ole välttämättä aiemmin kiinnitetty riittävästi huomiota tai annettu resursseja. Näiden havaintojen perusteella onkin selvää, että organisaatiossa on potentiaalia merkittävään kehitykseen ja parannuksiin, kunhan niihin panostetaan strategisesti ja systemaattisesti.

## 6 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

### 6.1 Tulosten johtopäätökset

Kyselyn B tuloksista pystytään vetämään selkeät johtopäätökset. Kehitysideat nousevat esille avointen kysymysten vastauksista. Graafisten kysymysten vastaukset tukevat omalta osaltaan avoimien vastausten kokonaisuutta. Kyselyn A tuloksia ei johtopäätösten osalta käsitellä, vaan huomioon otetaan kyselyn B, eli kohderyhmänä toimineen henkilöstön, vastaukset.

Tuloksista nousee selkeät neljä kehittämiskohdetta, joihin Yritys X:n kannattaa kiinnittää huomiota käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Nämä neljä kehittämiskohdetta ovat prosessien ja toimintojen automatisointi, itse matka- ja kululaskujärjestelmän kehittäminen, matkalaskupolitiikan laatiminen sekä yleinen kouluttaminen. Ohjeiden parantaminen kannattaa myös ottaa huomioon, mutta pitää mielessä, että suurin osa vastaajista ei myöskään ollut perehtynyt olemassa oleviin ohjeisiin. Tuon tiedon perusteella ei kannata siis tehdä suurempia johtopäätöksiä ohjeiden kehittämisestä tai parantamisesta. Kouluttamisen jälkeen ohjeistuksen kehittämiseen voidaan palata tarvittaessa.

Kehittämiskohteiden lisäksi pitää kuitenkin ottaa huomioon, että tarkoituksena on käyttäjäkokemuksen parantaminen. Kaikissa tulevilla muutoksilla kannattaa siis kehittää toimintoja matka- ja kuluhallintatoimintojen käyttäjän näkökulmasta.

### 6.2 Tutkimuskysymykseen vastaaminen

Tutkimuskysymyksenä tässä kehittämistehtävässä toimi, kuinka matka- ja kuluhallinnan käyttäjäkokemusta voidaan parantaa Yritys X:ssä. Yrityksen taloushallinto oli päättänyt keskittyä tilikaudellaan kokemuksen parantamiseen sisäisissä toiminnoissaan ja selkeäksi kohteeksi osoittautui matka- ja kuluhallintatoiminnot. Tutkimuskysymykseen vastaaminen vaati kokonaiskuvan saamista toimintojen käyttäjiltä, eli Yritys X:n henkilöstöltä. Kokonaiskuvaa lähdettiin hakemaan lähettämällä kysely koko yrityksen henkilöstölle. Näin saatiin suoraan palautetta toiminnoista ja päästiin kokoamaan kokonaiskuva käyttäjäkokemuksesta.

Käyttäjäkokemuksen parantamiseksi oli tärkeää ottaa huomioon erilaiset tekijät, jotka vaikuttavat itse kokemukseen. Yhtenä olennaisimmista tekijöistä toimii tarkka kokonaisvaltainen suunnittelu. Suunnittelun pohjalta saatiin luotua kokonaiskuva, mitä vaaditaan käyttäjäkokemuksen parantamiseen. Digitaalinen käyttäjäkokemus toimii isossa roolissa tutkimuskysymykseen vastaamisessa. Käyttäjäkokemuksen parantaminen matka- ja kuluhallintatoiminnoissa pyörii suurimmaksi osaksi yrityksessä käytössä olevan digitaalisen järjestelmän ympärillä. Oli siis ilmiselvää, että suurimmat kehityskohteet tulevat liittymään

toimintojen digitaaliseen puoleen. Yritys X:n sisäisiä toimintoja on muutenkin viety digitaalisempaan suuntaan joka vuosi, joten henkilöstö odottaa kaikkien sisäisten toimintojen täydellistä toimivuutta.

Ymmärtääkseen, mitä käyttäjäkokemus ja siihen liitännäiset muut käsitteet tarkoittavat, tutkimuskysymykseen ei olisi pystytty vastaamaan ilman teoriaa. Teoreettinen ajatus käyttäjäkokemuksesta ei kuitenkaan riitä vastaamaan tutkimuskysymykseen yksin. Yritys X:n matka- ja kuluhallintatoiminnot on yksityiskohtainen osa yrityksen toimintoja ja se vaatii konkreettisia ehdotuksia sekä päätöksiä käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Suoraan yritykselle suunnitellut kehitysehdotukset tulevat nostamaan kokonaisuudessaan matka- ja kuluhallinnan käyttäjäkokemusta.

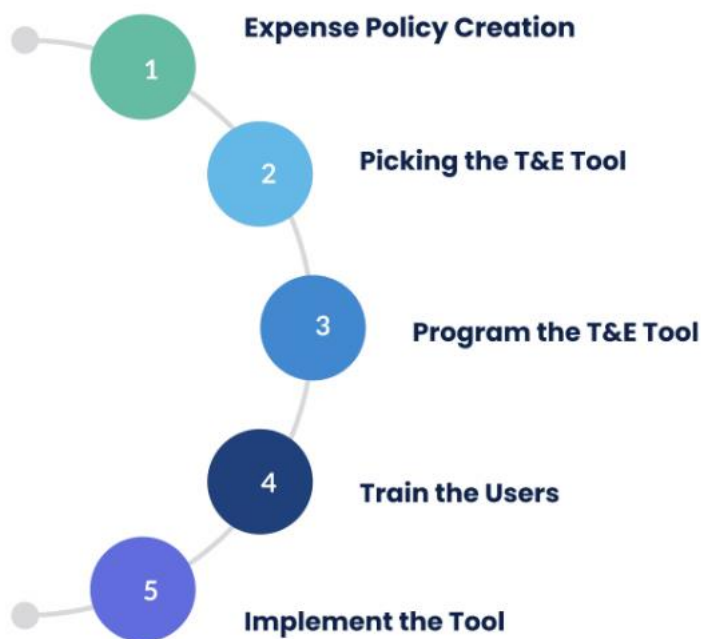
### 6.3 Mahdolliset kehitysehdotukset

Kehitysehdotukset Yritys X:lle liittyvät tiiviisti neljään esille nousseeseen kategoriaan: automatisaatio, järjestelmän kehitys, matkalaskupolitiikka ja kouluttaminen. Kategoriat on eritelty omiksi kappaleiksiin ja niissä esitellään konkreettisia esimerkkejä toimintojen kehittämiseksi. Kyseiset kehitysehdotukset ovat suuntaa antavia ja ne eivät välttämättä ole täysin toteutettavissa juuri Yritys X:lle. Esimerkiksi automatisaation yhdistäminen nykyiseen M2-järjestelmään riippuu kolmannen osapuolen tarjoamista palveluista eikä Yritys X voi asiaan vaikuttaa.

#### 6.3.1 Automaatio osaksi matka- ja kuluhallintatoimintoja

Digitaalisissa järjestelmissä automaation integraatio käytössä olevaan järjestelmään koetaan äärimmäisen tärkeänä osana toimintoja. On kuitenkin olennaista keskittyä tiettyihin kehittämiskohteisiin järjestelmässä ja panostaa niiden automatisointiin. Matka- ja kuluhallinnan automatisointi on vielä varhaisessa vaiheessa, ja siksi on suositeltavaa olla varovainen sen integroimisessa yrityksen toimintoihin.

Automatisaation integroimiseen kannattaa myös käyttää tiettyä prosessia. Alla olevassa kuviossa 17 on kuvattu hyvin automatisointimatkan vaiheet. Kuviossa puhutaan ylipäätään tietyn työkalun valitsemisesta ja sen implementoimisesta. Työkalun käyttöönotossa pitää luonnollisesti myös ottaa huomioon matkalaskupolitiikan päivittäminen tai kokonaan uudelleen luominen perustuen uuteen automatiikkaan. Tämän lisäksi kouluttaminen on isossa osassa automatisoinnin vaihetta. Uutta työkalua tai toiminnallisuutta ei osata käyttää ollenkaan tai tulla käyttämään oikein ilman selkeää opastusta.



Kuvio 17. Matka- ja kuluhallinnan automatisointimatkan vaiheet (Srivastava 2024)

Seuraavaksi annetaan konkreettisia kehitysehdotuksia Yritys X:lle liittyen heidän toimintoihinsa. Nämä ehdotukset nousivat esiin kyselyn B vastausten perusteella. Automaation mahdollisuudet ovat laajat, mutta mainitut ideat nähdään Yritys X:lle potentiaalisina sekä toteutuskelpoisina. Nämä kehitysehdotukset ja toimintamuutokset olisivat tiukasti yhteydessä käyttäjäkokemuksen parantamiseen.

### 6.3.2 eKuitti ja vastuullisuus

Paperikuittien kanssa toimiminen on ehdottomasti manuaalinen osa koko matka- ja kululaskun lähettämistä. Yritys X:llä on selkeä ohjeistus, että kuitin tulee löytyä laskulta. Kuitin mukaan esimerkiksi erotellaan eri arvonlisäverokannat, joiden mukaan yritys saa arvonlisäpaulutukset. Paperikuitit katoavat helposti ja tuhoutuvat sekä huonokuntoiset kuitit aiheuttavat hyväksyntäongelmia yritykselle. Kuittien käsittelyssä on kyse luottamuksesta laskun tekijän ja hyväksyjän välillä. Jos kuitti puuttuu kokonaan, voi väärinkäytöksiä tapahtua huomamatta (Eurocard 2021).

Digitaaliset ratkaisut ehkäisevät yllä mainittuja ongelmia. Varsinkin eKuitti on noussut suosituksi työkaluksi yrityksillä. eKuitti on digitaalisessa muodossa oleva kuitti ja se mahdollistaa kuittitietojen siirron automaattisesti. Digitaalisessa eKuitissa tieto yhdistyy

automaattisesti tilitapahtumaan. eKuitista löytyvät samat tiedot kuin paperikuitista, koska tietosisältövaatimukset tulevat arvonlisäverolaista. (Valtiokonttori.)

Yritys X:lle eKuitti toisi suuren hyödyn. eKuitit olisivat valmiina matka- ja kululaskujärjestelmässä ja ne pitäisi ainoastaan kohdistaa luodulle laskulle. eKuitti on tuonut kaikki tarvittavat tiedot ostolle, eli laskun tekijän ei tarvitsisi täyttää itse kaikkia tarvittavia kenttiä. Yhden paperikuitin käsittelyyn menee keskimääräisesti noin 14 minuuttia, kun vastaavan digitaalisen kuitin käsittelyyn kuluu keskimääräisesti vain hieman alle 1,5 minuuttia (Valtiokonttori). Manuaalinen kirjaaminen kokonaisuudessaan jäisi siis joltain osilta kokonaan pois ja myös ennaltaehkäisisi mahdollisia virheitä. Edellä mainittujen toimintojen lisäksi eKuitti siirtää suoraan tiliöintitiedot järjestelmään automaattisesti arvonlisäerittelyineen, eli laskun tekijän ei tarvitsisi eritellä kuitin eri arvonlisäkantoja omiksi kuluikseen matka- tai kululaskulle (Valtiokonttori).

eKuitti on myös ekologinen valinta, koska se vähentää käytetyn paperin, kuititulostimen ja niistä syntyvän roskan määrää (Valtiokonttori). Ylipäätään digitaaliset kuitit eivät kuormita ympäristöä. Pelkästään Suomessa tulostettiin vuoteen 2020 asti vuosittain yli 1,7 miljardia paperikuittia, kun taas maailmassa tuotetaan vuosittain noin 300 miljardia paperikuittia (Toimitus 2020). Määrä on huima ja kuormittava ympäristölle. Kaupoissa tulostetaan myös kuitteja tehokkuuden parantamiseksi asiakkaille automaattisesti, vaikka asiakkaat eivät niitä tarvitsisikaan. Melkein 90 % kuiteista päättyy suoraan roskiin melkein heti maksun jälkeen (Toimitus 2020).

Ranskassa otettiin käyttöön huhtikuussa 2023 lakimuutos, jonka jälkeen asiakas saa paperikuitin ostoksistaan vain, jos hän sitä erikseen pyytää. Muutosta on perusteltu jätteen vähentämisen määrällä. (SOK 2023.) Ranskan ollessa Suomen lisäksi osa Euroopan unionia, ei todennäköisesti olla kaukana samanlaisen direktiivin ottamisesta käyttöön koko Euroopan unionin alueella.

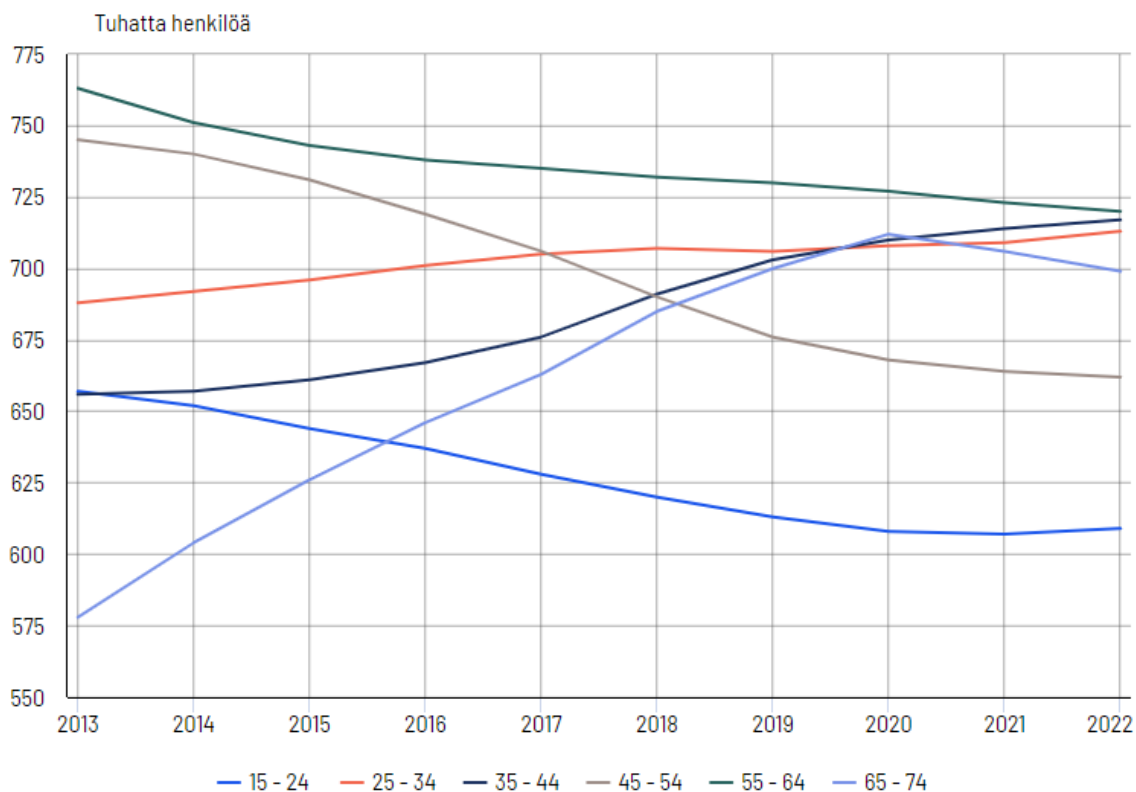
Yritys X:lle yksi painopistealueista yritysvastuuohjelmassa on ympäristövaikutusten hallinta (Yritys X 2024). Vaikka kyseinen painopistealue tarkoittaa suurempaa kokonaisuutta yrityksen liiketoiminnassa, on sisäisissä toiminnoissa myös hyvä ottaa huomioon vastuullisemat vaihtoehdot. Tämä huomioon ottaen, eKuittiin siirtyminen olisi Yritys X:lle kannattava muutos pitkällä tähtäimellä. Varsinkin, jos muutoksia kuitijärjestelmään tehdään, Ranskan esimerkin mukaisesti, myös muihin Euroopan unionin maihin.

### 6.3.3 Luottamuksen saavuttaminen

Automatisaation adaptoiminen vaatii täydellisestä luottamusta siihen. Kokonaisuudessaan digitalisaatio ja sen tuoma automaatio ovat uusia asioita, jotka ovat tapahtuneet lyhyen

aikavälin sisällä. Tästä johtuen varsinkin automatisaation ymmärtäminen on haastavaa ja siihen luottaminen vieläkin haastavampaa.

Automaatio on 2010-luvulla saapunut ilmiö, joka on luonut myös työelämään uusia mahdollisuuksia ja tapoja työskennellä. Ilmiön ollessa uusi, sen sisäistäminen on eri ikäryhmille erilainen. Z-sukupolvi (generation z), joka on syntynyt vuosina 1997–2012 sekä milleniaalien sukupolvi (millenials), joka on syntynyt vuosina 1981–1996, ovat selkeimpiä automatisaation käyttäjiä työpaikoilla (Carter 2024). Alla olevasta kuviosta 18 nähdään työikäinen väestö ikäryhmittäin noin 10 vuoden ajalta Suomessa. Vaikka 35–44- ja 25–34-vuotiaiden osuus on joka vuosi kasvanut ja lähestynyt toiseksi vanhinta ikäryhmää, on 55–64-vuotiaiden osuus työikäisestä väestöstä edelleen suurin. Tämä voi omalta osaltaan vaikuttaa suuresti automatisaation luottamiseen ja adaptoimiseen työpaikoilla nuoremman sukupolven ollessa avoimempi automatisaatiota kohtaan. Monissa yrityksissä 55–64-vuotiaat henkilöt ovat päätäntävaltaisessa roolissa ja voivat luottamuksen puutteesta johtuen jarruttaa automaattisempaan ympäristöön siirtymistä.



Kuvio 18. Työikäinen väestö ikäryhmittäin vuosina 2013–2022 (Tilastokeskus 2023)

Luottamus automatisaatioon syntyy ymmärryksen kautta. Mikäli emme ole saaneet kunnollista koulutusta järjestelmän käyttöön ja sen toimintatapoihin, on vaikeampaa luottaa siihen, että automaattinen prosessi tuottaa oikean lopputuloksen (Kaarlejärvi 2018). Muutoksen ymmärtäminen vaatii selvennystä, eli miksi muutos tehdään ja mitä sillä pyritään saavuttamaan.

Luottamuksen saavuttaminen avaisi myös tulevaisuudessa halua ja uskallusta automatisoida toimintoja. Pitkällä tähtäimellä tämän saavuttaminen on yksi vaikuttavimmista tekeistä automatisaation adaptointiin.

#### 6.3.4 Nykyisen käytössä olevan järjestelmän kehittäminen

Matka- ja kuluhallintajärjestelmä on keskeisessä osassa toimintojen kehittämisessä. Käytettävä järjestelmä on ensisijainen työkalu henkilöstölle ja sen puutteet sekä kehitettävät toiminnallisuudet näkyvät laskun tekijälle välittömästi. Tästä johtuen järjestelmän kehittäminen käyttäjäkokemusta parantavaan suuntaan olisi välttämätöntä. Järjestelmän toimivuus vaikuttaa myös suoraan käyttäjälle kokonaiskokemukseen.

Järjestelmän kehittäminen haluttuun suuntaan on tiiviisti yhteydessä myös automatisaatioon. Esimerkiksi aikaisemmin mainittu eKuitin toiminnallisuus olisi järjestelmään rakennettu ominaisuus, ei yrityksen oma sisäinen ominaisuus.

Järjestelmän kehittäminen ei ole kokonaan Yritys X:n vastuulla. Yritys X käyttää kolmannen osapuolen palveluita tällä hetkellä matka- ja kuluhallintatoimintoihin. Kyseinen yritys määrittää, mitkä toiminnot ovat mahdollisia käyttöönottoon. Tämän takia Yritys X:n onkin hyvä pohtia, onko nykyinen palvelun tarjoaja paras mahdollinen vaihtoehto yritykselle.

#### 6.3.5 Toimiva mobiilisovellus

Mobiilisovelluksen toimivuus on nykyään ehdotonta kuin ehdollista. Älylaitteen käyttäjistä 90 prosenttia käyttää aikansa sovelluksissa ja 49 prosenttia käyttäjistä avaa sovelluksen enemmän kuin 11 kertaa päivän aikana (Adobe Experience Cloud Team 2023). Mobiilisovellus suunnitellaan esimerkiksi yksinkertaiseksi tavaksi käyttää yrityksen selainversiota, ja ne ovat yleensä nopeampikäyttöisiä verrattuna tarjoajan selaimen.

Jatkossa yritysten on hyödynnettävä dataa ja käyttäytymistietoita määrittääkseen, mitä kuluttaja haluaa ja milloin hän sen haluaa. Yritysten on sitoutettava kuluttajat uusilla ja jännittävillä tavoilla menestyäkseen kilpailullisilla markkinoilla, joissa fyysiset ja digitaaliset kokemukset ovat sulautuneet yhteen. (Levine 2022.) Tämä pätee myös mobiilisovellukseen. Markkinoilla vallitseva aktiivinen kilpailu pakottaa toimijat tekemään luovempia ratkaisuja

erottautuakseen. Oiva tapa tähän on luoda mobiilisovellus, joka mahdollistaa käyttäjälle enemmän kuin muut.

Käyttäjät viettävät mobiilisovelluksissa seitsemän kertaa enemmän aikaa kuin mobiiliselaimissa. Mobiilisovellukset ovat luonnostaan koukuttavampia kuin muut käyttökokemukset, mikä auttaa brändejä syventämään asiakasvuorovaikutusta. (Adobe Experience Cloud Team 2023.) Parhaan käyttökokemuksen takaamisen lisäksi mobiilisovellukset auttavat kokonaisuudessaan liiketoimintaa eri tavoin. Alla olevasta kuviosta 19 voidaan tarkastella viittä eri tekijää, jotka onnistunut mobiilisovellus mahdollistaa liiketoiminnalle. Nämä tekijät ovat mobiilisovelluksen tarjoajan näkökannasta katsottuna, ja ne kannattaa ehdottomasti ottaa huomioon. Viiteen tekijään kuuluvat arvon tuominen asiakkaalle, arvon tuominen liiketoiminnalle, tuloksen kasvu ja kustannusten alentaminen, markkinointityökalu sekä vuorovaikutus asiakkaiden kanssa. Kaikki viisi tekijää ovat tärkeitä tarjoavan yrityksen näkökannasta, mutta käyttökokemuksen parantamiseksi tekijä numero yksi on ehdottomasti asiakkaan kannalta tärkein. Mobiilisovellus tuo lisäarvoa asiakkaalle ja parantaa tämän tehokasta työskentelyä merkittävästi.



Kuvio 19. Miten mobiilisovellukset auttavat liiketoimintaa? (Minerva 2019)

Suomessa on nykyään totuttu tietyn tasoihin mobiilisovelluksiin. Pohjoismaissa esimerkiksi pankit ovat tarjonneet asiakkailleen jo pitkään toimivia ja tehokkaita mobiilisovellusratkaisuja. Totutusta tasosta johtuen mobiilisovellusten käyttäjät huomaavat heti, kun sovelluksen kehittäminen on jäänyt vaiheeseen.

Yritys X:n käyttämä M2-järjestelmä tarjoaa mobiilisovelluksen yritykselle. Mobiilisovelluksen toiminnot ovat kuitenkin hyvin rajalliset ja esimerkiksi henkilöstö ei pysty tekemään matkaksi kululaskuja sovelluksella. Ainoastaan kuitin lisääminen järjestelmään onnistuu kuvan ottamisella. Yritys X:n henkilöstöllä suurin osa M2-järjestelmään laitettavista ostoista on yksittäisiä kuluja, joten kululaskujen tekeminen välittömästi mobiilisovelluksella nopeuttaisi niiden lähettämistä ja tekemistä sekä parantaisi työtehokkuutta. Yritys X tarjoaa myös työsuhte-etuna henkilöstölleen matkapuhelimen, joten sellainen löytyy kaikilta työntekijöiltä.

Toimiva mobiilisovellus on matka- ja kuluhallintatoimintojen kehittämisen kannalta yksi tärkeimmistä osa-alueista. Automaation lisäksi se on yksi näkyvimmistä muutoksista järjestelmään. Nykyisen mobiilisovelluksen ollessa puutteellinen, Yritys X:n tulee pohtia, saadaanko nykyistä mobiilisovellusta kehitettyä Visman tarjoamaan M2-järjestelmään vai olisiko tämäkin tekijä yksi syy vaihtaa matka- ja kuluhallintajärjestelmää kokonaan.

### 6.3.6 Matka- ja kuluhallintajärjestelmän vaihtaminen

Salesforcen tekemän tutkimuksen mukaan 73 prosenttia asiakkaista odottaa parempaa personointia teknologian kehittyessä. Kun asiakkaat saavat personoitua vuorovaikutusta, nämä investoinnit muuttuvat yhä tärkeämmiksi. 65 prosenttia kuluttajista sanoo pysyvänsä uskollisina yrityksille, jotka tarjoavat henkilökohtaisempaa kokemusta. (Afshar 2024.) Tästä syystä kyselyn B tulosten perusteella Yritys X:n kannattaisi myös ottaa huomioon vastauksista saatu palaute ja kehittää matka- ja kuluhallintatoimintojaan siihen suuntaan. Tätä kautta järjestelmän käyttäjät kokisivat saavansa juuri sitä henkilökohtaisempaa kokemusta.

Yritys X:llä on käytössä suomalainen matka- ja kuluhallintajärjestelmä. Kyseinen järjestelmä on käytössä myös monilla muilla yrityksillä ja esimerkiksi Suomen valtio käyttää samaa M2-järjestelmää matka- ja kuluhallintaan. On kuitenkin Yritys X:n edun mukaista lähteä pohtimaan, olisiko isolle kansainväliselle yritykselle toinen vaihtoehto parempi.

Matka- ja kuluhallintaohjelmien idea on pääsääntöisesti kaikissa sama. Tarjoajia on kuitenkin markkinoilla monia ja yrityksen tulee valita oikea toimittaja omiin tarpeisiinsa. Toimittajan valinnassa on hyvä ottaa huomioon eri tekijät. Esimerkiksi nykyiset haasteet, budjetti sekä teknilliset ja mobiiliset mahdollisuudet (Kumaraswamy 2024). Alla olevaan taulukkoon 2 on eritelty maailman suurimmat matka- ja kuluhallintaohjelmien valmistajat. Taulukon perusteella voidaan todeta, että markkinoilla on paljon tarjoajia ja vaihtoehtoja on paljon. Osa näistä yrityksistä tarjoaa myös muita palveluja yrityksille, esimerkiksi Oracle ja SAP tarjoavat toiminnanohjausjärjestelmää, eli ERP:iä, yrityksille.

|                    |
|--------------------|
| Oracle Corporation |
| Tripactions        |
| Infor, Inc.        |
| Coupa              |
| Emburse            |
| Airbase            |
| Expensify          |
| SAP Concur         |
| TravelPerk         |
| Zoho Expense       |

Taulukko 2. Maailman suurimmat matka- ja kuluhallinnan ohjelmistomarkkinoiden valmistajat (mukailtu Research & Development Hub 2024)

Taulukon 2 kaltaisia listoja on saatavilla useita. Näiden lisäksi eri matka- ja kuluhallintaa tarjoavat toimittajat tekevät itse samankaltaisia listoja maailman parhaimmista järjestelmistä. Yleensä listan luoja merkitsee oman yrityksensä parhaaksi vaihtoehdoksi yrityksille, joten listoihin ei voi kokonaan luottaa.

Markkinoiden monien toimittajien seasta yrityksen täytyisi löytää juuri heille sopiva järjestelmä ja tehtävä on listojen tarkastelun perusteella mahdoton. Syvempi taustatutkimus on äärimmäisen tärkeä. Parhaimpien järjestelmän tarjoajien listojen tarkastelusta voi kuitenkin olla myös hyötyä. Esimerkiksi alla oleva taulukko 3 on julkaistu Happay-nimisen yrityksen sivuilla ja ymmärrettävästi he ovat listanneet oman matka- ja kuluhallintajärjestelmän parhaimmaksi. Taulukosta löytyy 10 parasta kuluhallintaohjelmistoa. Tästä listauksesta on kuitenkin mahdollista saada informaatiota myös muista toimittajista. Esimerkiksi mainittuja maailman suurimpia valmistajia löytyy sekä taulukosta 2 että taulukosta 3. Näiden kahden listan perusteella Yritys X voisi lähteä tutkimaan esimerkiksi SAP Concurin sekä Expensifyn tarjoamia järjestelmiä.

|    |             |
|----|-------------|
| 1  | Happay      |
| 2  | Fyle        |
| 3  | Expensify   |
| 4  | Zoho        |
| 5  | SAP Concur  |
| 6  | Webexpenses |
| 7  | ITILITE     |
| 8  | Rydoo       |
| 9  | TripActions |
| 10 | Zaggle      |

Taulukko 3. Pikavalinta 10 parhaasta kulunhallintaohjelmistosta (mukailtu Kumaraswamy 2024)

Yrityksen ei suoraan kannata ottaa järjestelmää käyttöön, vaan taustatutkimus on äärimmäisen tärkeää. Aikaisemmin mainitut nykyiset haasteet, budjetti sekä teknilliset ja mobiiliset mahdollisuudet toimivat tekijöinä, jotka tulee ainakin ottaa huomioon vertailussa. Näiden lisäksi toimittajan tulee tarjota yritykselle demo, eli testausympäristö, järjestelmästä. Demo antaa yritykselle selkeämmän kuvan ominaisuuksista, joita se tarvitsee järjestelmään (Kumaraswamy 2024). Suurin osa halutuista ominaisuuksista ilmenee vasta testausvaiheessa ja kaikkia osa-alueita ei välttämättä pystytä edes tunnistamaan ilman testaamista.

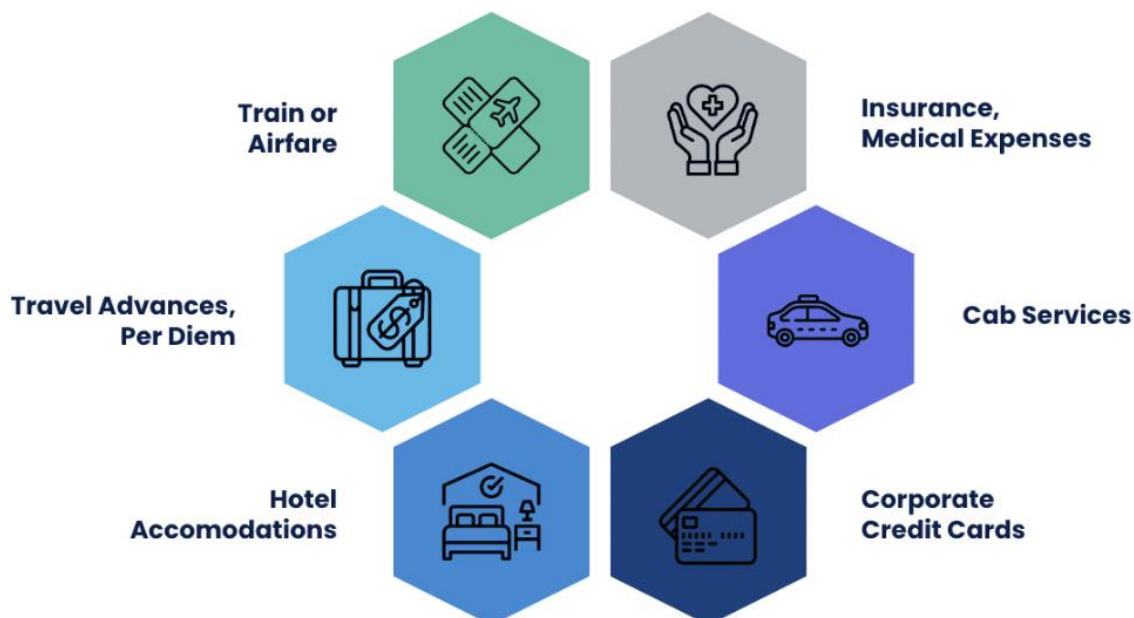
Kokonaisuudessaan järjestelmän vaihtaminen on iso prosessi, jota Yritys X:n tulee tarkasti pohtia. Ensisijaisesti yrityksen tulisi tiedustella tämänhetkiselältä toimittajalta, kuinka paljon muutoksia voidaan järjestelmään tehdä Yritys X:n toiveiden mukaisesti. Visma on kuitenkin ollut pitkäaikainen yhteistyökumppani ja M2 on järjestelmänä tuttu henkilöstölle. Pakolla ei

kuitenkaan kannata nykyisessä järjestelmässä pysyä, jos se ei pysty tarjoamaan Yritys X:lle olennaisia ominaisuuksia, kuten esimerkiksi toimivaa mobiilisovellusta. Matka- ja kululaskujärjestelmää ei myöskään kannata lähteä vaihtamaan vain vaihtamisen takia toivoen toisen järjestelmän olevan parempi ja kehittyneempi.

### 6.3.7 Joustamaton matkalaskupolitiikka

Onnistuneeseen matka- ja kuluhallintatoimintaan vaaditaan selkeä matkalaskupolitiikka, jota noudatetaan poikkeuksetta. Järjestelmälliset toimintatavat luovat selvät raamit työntekijöille, jolloin prosessista tulee myös heille helpompaa ja tehokkaampaa.

Hyvä matkalaskupolitiikka vaatii monia eri tekijöitä. Yrityksen omien sääntöjen lisäksi siihen kannattaa sisällyttää yleisiä ohjeistuksia liittyen matka- tai kululaskujen tekemiseen. Alla olevaan kuvioon 20 on kerätty kuusi eri osa-aluetta, jotka kannattaa sisällyttää matkalaskupolitiikkaan. Näihin osaa-alueisiin kuuluvat juna ja lentäminen, vakuutus- ja lääkekulut, taksi- ja palvelut, yrityksen luottokortti, hotelliyöpyminen sekä matkakorvaukset ja päivärahat. Pois lukien yrityksen luottokorttipolitiikka, muut kategoriat tuovat eniten ostoja yrityksille ja niistä tehdään eniten matka- ja kululaskuja. Näiden erittelemisen matkalaskupolitiikkaan parantaa laskujen tekemisen osaavuutta ja kokonaisuymmärrystä yrityksen tavoista.



Kuvio 20. Matkalaskupolitiikan osatekijät (Kumaraswamy 2024)

Hyvin suunniteltu ja rakenteellinen politiikka vaikuttaa voimakkaasti työntekijöiden kulutustottumuksiin, tuottavuuteen ja sisäisten ohjeiden noudattamiseen. Matkustuspolitiikan ollessa voimassa työntekijät matkustavat stressittömästi, vaativat vain todellisia kuluja ja ovat varmoja nopeista korvauksista (Kumaraswamy 2024). Paremmen tuloksen saa, kun asettaa selkeät ja yksityiskohtaiset raamit matkustuspolitiikkaan. Ympäripyöreä politiikka aiheuttaa hämmennystä ja väärinkäytöksiä voi tulla enemmän. Yksityiskohtainen matkalaskupolitiikka ei jätä työntekijälle arvailun varaa, ja sen mukaan yrityksen on helppo hyväksyä vain politiikan mukaiset laskut. Väärinymmärryksiä ja kiistatilanteita tulee myös harvemmin.

Yritys X:llä ei ole käytössä matkalaskupolitiikkaa. Yritys on luonut luottokorttipolitiikan työntekijöilleen, mutta matkalaskupolitiikan tekemistä ei ole toteutettu. Kyselyn B perusteella Yritys X:n kannattaa aloittaa käyttäjäkokemuksen kehittäminen matkalaskupolitiikan tekemisestä. Se ei vaan ainoastaan vastaa työntekijöiden pyyntöihin selkeämmistä käytännöistä vaan varmistaa laadun yrityksen toiminnoissa. Yritys X:llä on tiukkoja omia sääntöjä laillisten vaatimusten lisäksi, joten näiden sisällyttäminen matkalaskupolitiikkaan nostaisi ne henkilöstölle esille paremmin.

Joustamaton matkalaskupolitiikka olisi Yritys X:n henkilöstölle kokonaisuudessaan uusi asia, mutta joka tapauksessa yrityksen politiikkaa on jo nyt noudatettu matka- ja kululaskujen hyväksynnässä. Matkalaskupolitiikka ei siis muuttaisi yrityksen toimintatapoja merkittävästi, mutta se voisi mahdollisesti vaikuttaa työntekijöiden kokonaistyytyväisyyteen ja sitä kautta käyttäjäkokemukseen. Kun yritys asettaa selkeät raamit matka- ja kululaskuille, on henkilöstöllä selkeämpi kuva kokonaisuudesta ja vaatimuksista.

### 6.3.8 Oikein kouluttaminen

Henkilöstön kouluttaminen vaatii monia eri tekijöitä onnistuakseen. Hyvän suunnittelun lisäksi tulee pohtia, miten pystyy kouluttamaan kohdeyleisön oikein. Koulutuksia on yrityksissä nykyään jatkuvasti ja työntekijöiden on haastavaa erottaa massasta heille tarpeelliset koulutukset, jotka tuovat lisäarvoa omaan työhön. Tämän lisäksi hybridikoulutukset ovat luoneet ympäristön, jossa työntekijä keskittyy koulutuksen lisäksi muihin työtehtäviin ja loppujen lopuksi koulutuksesta ei jää käteen mitään. Oikeanlainen koulutus henkilökunnalle edistää korkeampaa tuottavuutta, asiakkaiden uskollisuutta ja usein myös suurempaa tuottoa (Tenhunen 2016).

Työntekijät, joilla on hyvä koulutus ja jotka pysyvät ajan tasalla, ovat todennäköisemmin tyytyväisiä ja sitoutuneita tehtäviinsä. Riittämätön koulutus saattaa puolestaan lisätä turhautumista ja ahdistusta työpaikalla. (Tenhunen 2016.) Hyvän koulutuksen lisäksi kannat-

taa henkilöstöä myös osallistaa koulutuksen suunnitteluun. Esimerkiksi tiedustelemalla työntekijöiltä eri tapoja kouluttamiseen, jotka toimivat heillä parhaiten ja tätä kautta löytää paras sekä tehokkain tapa kouluttaa yrityksen henkilöstö.

Kehittämistehtävän kyselyssä B Yritys X:n henkilöstöltä kysyttiin, minkälaista tukea he kaipaisivat matka- ja kululaskujen tekemiseen. Osa vastaajista, 16 prosenttia, toivoi henkilökohtaista opastusta eli koulutusta. Todellisuudessa koulutuksen tarve on varmasti suurempi. Yritys X ei ole yli kuuteen vuoteen pitänyt koulutusta matka- ja kuluhallinnasta henkilöstölle, joten tietotaito aiheesta on hyvin rajallinen. Tämä vaikuttaa myös kokonaiskokemukseen toiminnoista ja sen asiantuntijoista.

Oikein kouluttaminen Yritys X:n henkilöstölle tarkoittaa kokonaisuuden hahmottamista. Työntekijöiden määrä on suuri ja asiantuntijatiimit eroavat toisistaan merkittävästi. Tästä johtuen myös matka- ja kululaskujen tekeminen eroaa tiimeittäin. Osa tiimeistä tekee enemmän esimerkiksi kilometriveloituksia ja osa myyntitapaamisiin liittyviä kululaskuja. Tämän osa-alueen lisäksi tulee ottaa huomioon kansainvälisen henkilöstön kouluttaminen. Todennäköisesti paras tapa työntekijöiden kouluttamiseen on pitää koulutukset erikseen suomeksi ja englanniksi. Tällä tavalla pidetään huolta, että koulutuksen sisältämät asiat ymmärretään parhaiten.

Koulutukseen tulee myös lisätä oma osuus matkalaskupolitiikasta, joka Yritys X:n kannattaa luoda mahdollisimman pian. Tällä tavalla päästään niin sanotusti markkinoimaan joustamatonta matkalaskupolitiikkaa, jota yritys seuraa poikkeuksetta.

Kouluttaminen tulee olemaan yksi kulmakivistä käyttäjäkokemuksen parantamiseen. Henkilöstö tarvitsee tilaisuuden, jossa he konkreettisesti näkevät, mistä matka- ja kuluhallintatoiminnot koostuvat. Koulutuksessa he saavat myös alustan, jossa esittää kysymyksiä liittyen juuri omiin kokemuksiinsa ja ongelmiinsa. Henkilöstön käyttökokemuksen parantamiseksi matka- ja kuluhallinta-asiantuntijoiden tulee olla valmiina vastaamaan haastaviinkin kysymyksiin ja jakamaan perusteita asettamilleen säännöille ja politiikalle.

## 7 Kehittämistehtävän yhteenveto ja hyödyntäminen

Kehittämistehtävän ajatus lähti tarpeesta, joka oli tunnistettu Yritys X:ssä. Tarve oli tunnistettu käyttäjätyytyväisyyskyselystä, mutta halu kehittää toimintoja oli jo ennen sitä olemassa. Toimintojen kehittämisestä ei ollut tarkempaa suunnitelmaa tai ajatusta yrityksen puolelta ja olikin epäselvää, mihin suuntaan toimintoja tulisi viedä. Matka- ja kuluhallintatoiminnot ovat yksi käytetyimmistä sisäisistä toiminnoista yrityksessä, joten niiden toiminnallisuus on taloushallinnolle äärimmäisen tärkeää.

Tietämättömyys kehittämissuunnasta vaati omanlaisen projektin. Projektiksi soveltui hyvin kehittämistehtävä henkilöltä, joka vastaa matka- ja kuluhallintatoiminnoista yrityksessä. Aluksi oli myös selkeää, että muu henkilöstö pitäisi ottaa osaksi kehittämistehtävää kyselyn kautta. Tällä tavalla tunnistettaisiin eri tekijöitä, jotka toisivat lisäarvoa työntekijöille.

Kyselyn tulokset toivat esiin erilaisia näkökulmia suoraan henkilöstön keskuudesta. Vaikka yksittäisiä ideoita ei välttämättä voitu suoraan implementoida sellaisenaan, niistä muodostui kuitenkin arvokas tietopohja kehittämistyölle. Kehittämistehtävän ytimenä oli syvälinen analyysi vastauksista, jonka avulla pyrittiin tunnistamaan konkreettisia kehitysmahdollisuuksia. Kehittämistehtävässä pyrittiin esittelemään näitä löytöjä ja niiden pohjalta esiin nousseita ehdotuksia, jotka voivat toimia perustana organisaation tulevalle kehitykselle.

Kehitysehdotusten lisäksi teoriaosuudella oli iso rooli kokonaisuuden hahmottamisella. Oli tärkeä ymmärtää, mitä käyttäjäkokemuksen positiivinen kehittäminen vaatii ja mitkä tekijät vaikuttavat onnistumiseen. Käyttäjäkokemuksen lisäksi työntekijäkokemus pelasi isoa roolia kokonaisuuden kannalta. Muuttuvan ympäristön takia mukaan haluttiin myös ottaa käyttäjä- ja työntekijäkokemuksen digitaalinen puoli. Digitaalisuus olikin isossa roolissa kehittämistehtävässä, koska matka- ja kuluhallintatoimintojen pääsääntöinen työkalu on matka- ja kululaskujärjestelmä. Kyseinen järjestelmä näkyy selvästi käyttäjille, joten sen kehittämisen arvattiin tulevan esille.

Yritykselle kaikkein tärkein osa kehittämistehtävää ovat kehitysehdotukset. Kyselyiden vastaukset ja tulosten analysointi on varmasti myös mielenkiintoinen osa-alue, mutta tehokkaan toiminnan varmistamiseksi, kehitysehdotukset ovat olennainen osa toimintojen kokonaiskehitystä. Kehitysehdotukset Yritys X:lle liittyivät tiiviisti neljään esille nousseeseen kategoriaan: automatisaatioon, järjestelmän kehittämiseen, matkalaskupoliitikkaan ja kouluttamiseen. Näiden kategorioiden pohjalta laadittiin konkreettisia kehitysehdotuksia ja jopa yksityiskohtaisempia muutosehdotuksia.

Kehittämistehtävän hyödyntäminen on mahdollista Yritys X:lle. Tekstissä on kerrottu konkreettisia kehitysehdotuksia ja osa ehdotuksista on myös mahdollista toteuttaa ilman

taloudellista panosta. Esimerkiksi matkalaskupolitiikan luominen sekä ohjeiden ja koulutusten uudelleen suunnittelu ovat loppujen lopuksi vähemmän ponnistusta kaipaavia ideoita. Nämä todennäköisesti ovatkin ensimmäisiä kehittämiskohteita yrityksessä.

Suurin hyöty toimintojen kehittämiseen tulee kuitenkin automaation kautta. Kyseinen tekijä vaatii enemmän investointeja, mutta loppujen lopuksi se on näkyvin osa-alue henkilöstölle käyttäjäkokemusta peilattaessa. Edellä mainitut matkalaskupolitiikka ja kouluttaminen auttavat henkilöstöä suoriutumaan matka- ja kululaskutoiminnoista paremmin sekä viemään osaamista eteenpäin, mutta suora järjestelmän kehittäminen on näkyvin osa työntekijöille. Laskujen tekemisen tulee olla tehokasta ja helppoa. Mitä vähemmän henkilö joutuu itse miettimään laskujen tekemistä, sitä parempi käyttäjäkokemus henkilölle jää. Investoiminen automaattisempaan järjestelmään on siis kannattavaa sekä luo paremman työntekijäkokemuksen.

Matka- ja kuluhallintatoimintojen kehittäminen on jatkuva prosessi, joka vaatii kokoaikaista huomiota ja investointeja tässäkin tekstissä mainittujen kehitysehdotusten jälkeen. Vaikka tämän kehittämistehtävän esittämät ehdotukset ovat askel oikeaan suuntaan, on tärkeää ymmärtää, että markkinoilla vallitsee kova kilpailu. Kilpailun paineessa palveluntarjoajat ovat pakotettuja kehittämään ja tarjoamaan erilaisia ratkaisuja, jotka vastaavat yritysten tarpeisiin entistä tehokkaammin. Kilpailulla on yritykselle positiivinen vaikutus tulevaisuuden mahdollisuuksille.

Digitalisaation ja automaation jatkuva kehitys merkitsee sitä, että matka- ja kuluhallintatoiminnot tulevat muuttumaan merkittävästi tulevina vuosina. Yritysten on oltava valmiita investoimaan nykyaikaisiin ja toimiviin järjestelmiin, jotka mahdollistavat tehokkaan matka- ja kuluhallinnan sekä samalla tarjoavat henkilöstölle erinomaisen käyttäjäkokemuksen. Tulevaisuuden kehitystyössä korostuvat erityisesti joustavuus, helppokäyttöisyys ja integrointimahdollisuudet muihin liiketoimintajärjestelmiin, mikä edistää organisaation kokonaistehokkuutta ja kilpailukykyä markkinoilla.

## Lähteet

Afshar, V. 2024. What Is Customer Engagement? Key Findings from Global Research To Help Your Business Grow. Salesforce. Viitattu 5.3.2024. Saatavissa <https://www.salesforce.com/resources/articles/customer-engagement/>

Berg, O. & Gustafsson, H. 2018. Digital workplace strategy & design: a step-by-step guide to an empowering employee experience. Unicorn Titans AB.

Boatman, A. 2024. Digital Employee Experience: A Definitive Guide for 2024. Academy to innovate HR. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa <https://www.aihr.com/blog/digital-employee-experience/>

Carter, A. 2024. By the numbers: How Gen Z uses AI, social media. Ragan PR Daily. Viitattu 12.3.2024. Saatavissa <https://www.prdaily.com/by-the-numbers-how-gen-z-uses-ai-social-media/>

DNA Oyj. 2023. DNA:n vertailu paljastaa neli- ja viisikymppisten kirivän nuorempiaan kiinni puhelimen datankulutuksessa – ”Yhä enemmän koko kansan juttu”. STT Info. Viitattu 28.2.2024. Saatavissa <https://www.sttinfo.fi/tiedote/70071208/dnan-vertailu-paljastaa-neli-ja-viisikymppisten-kirivan-nuorempiaan-kiinni-puhelimen-datankulutuksessa-yha-enemman-koko-kansan-juttu?publisherId=1881&lang=fi>

Emburse. 2021. 2021 Travel & Expense Management Trends Report. Viitattu 9.2.2024. Saatavissa [https://www.emburse.com/assets/pdfs/21\\_emb\\_dem\\_trendsreport\\_report-fa.pdf](https://www.emburse.com/assets/pdfs/21_emb_dem_trendsreport_report-fa.pdf)

Eurocard. 2021. Moni yritys näkee paperikuitin turvallisuusriskinä. Viitattu 12.3.2024. Saatavissa <https://eurocard.com/fi/kulut-ja-sahkoiset-kuitit/alykuitit/moni-yritys-nakee-paperikuitin-turvallisuusriskina/>

Fredman, J. 2021. Taloushallinnon digitalisaatio Suomessa. Tilisanomat. Viitattu 5.3.2024. Saatavissa <https://tilisanomat.fi/teknologia/taloushallinnon-digitalisaatio-suomessa>

Friberd, J. 2022. Palvelukokemuksen johtamisen ABC: ihminen, prosessit ja teknologia. Kauppalehti. Viitattu 20.2.2024. Saatavissa <https://www.kauppalehti.fi/kumppanisalot/paattaja-servicenow/palvelukokemuksen-johtamisen-abc-ihminen-prosessit-ja-teknologia/>

Greenstep. Kirjanpidon automaatio. Viitattu 5.3.2024. Saatavissa <https://greenstep.fi/kirjanpidon-palvelut/kirjanpidon->

[automaatio?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=google\\_fi\\_kirjanpidoon\\_palvelut&campaignid=10191866360&adgroupid=98126363730&keyword=taloushallinto%20digitalisaatio&device=c&qad\\_source=1&qclid=CjwKCAjwi\\_ex-BhA8EiwA\\_kU1Mnao0LHMOhzAyDwY\\_LvLdw6tWFJN\\_FUmtiZ0K5Z8xhybh1NyA\\_6Duh0CzZEqAvD\\_BwE](https://www.google.com/search?q=automaatio&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=google_fi_kirjanpidoon_palvelut&campaignid=10191866360&adgroupid=98126363730&keyword=taloushallinto%20digitalisaatio&device=c&qad_source=1&qclid=CjwKCAjwi_ex-BhA8EiwA_kU1Mnao0LHMOhzAyDwY_LvLdw6tWFJN_FUmtiZ0K5Z8xhybh1NyA_6Duh0CzZEqAvD_BwE)

Heikkilä, C. 2021. Digitaalinen työympäristö vai digitaalinen työntekijäkokemus? North Patrol Oy. Viitattu 19.3.2024. Saatavissa <https://northpatrol.fi/2021/06/18/digitaalinen-tyoymparisto-vai-digitaalinen-tyontekijakokemus/>

Interaction Design Foundation. User Experience (UX) Design. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>

Kaarlejärvi, S. 2018. Automaation hyödyt lunastetaan luottamuksen kautta. Talouselämä. Viitattu 3.3.2024. Saatavissa <https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/efima/automaation-hyodyt-lunastetaan-luottamuksen-kautta/89a2783b-376d-33d9-b1d5-5e6319d9ee24>

Kaarlejärvi, S. & Salminen, T. 2018. Älykäs taloushallinto: automaation aika. Helsinki: Alma Talent Oy.

Kumawasramy, S. 2024. 10 Best Expense Management Software in 2024. Happay. Viitattu 3.3.2024. Saatavissa <https://happay.com/blog/best-expense-management-software-tool/>

Kurian, S. 2021. Travel and Expense (T&E) policy - Best practices to support corporate road warriors. LinkedIn. Viitattu 3.3.2024. Saatavissa <https://www.linkedin.com/pulse/travel-expense-te-policy-best-practices-support-shibu/>

Lahti, S. & Salminen, T. 2014. Digitaalinen taloushallinto. 1. painos. Helsinki: Alma Talent.

Lee, A. 2023. The power of user experience in boosting the employee experience. LinkedIn. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa <https://www.linkedin.com/pulse/power-user-experience-boosting-employee-lee-alexander/>

Lee Yohn, D. 2018. 2018 Will be the year of employee experience. Forbes. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa <https://www.forbes.com/sites/deniselyohn/2018/01/02/2018-will-be-the-year-of-employee-experience/?sh=ed48f731c8fc>

Levine, T. 2022. What Does Today's Consumer Want? Personalized, Seamless, Omnichannel Experiences. Forbes. Viitattu 5.3.2024. Saatavissa <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/03/11/what-does-todays-consumer-want-personalized-seamless-omnichannel-experiences/?sh=2edc8e461e1e>

Local Government Association. 2024. Efficient and effective systems and processes (domain six). Viitattu 28.2.2024. Saatavissa <https://www.local.gov.uk/our-support/partners-care-and-health/care-and-health-improvement/autistic-and-learning-disabilities/learning-disabilities/better-lives/8-efficient-and-effective-systems-and-processes>

Luth, N. 2023. The Concept of Employee Experience and How Its Link to UX. Medium. Viitattu 19.3.2024. Saatavissa <https://bootcamp.uxdesign.cc/the-concept-of-employee-experience-and-its-link-to-ux-8326834d83>

Martinsuo, M. & Blomqvist, M. 2010. Prosessien mallintaminen osana toiminnan kehittämistä. Tampereen teknillinen yliopisto. Viitattu 23.2.2024. Saatavissa [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/128389/prosessien\\_mallintaminen.pdf?sequence=1](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/128389/prosessien_mallintaminen.pdf?sequence=1)

Microsoft. 2024. Liiketoimintaprosessien hallinnan kuusi vaihetta. Viitattu 23.2.2024. Saatavissa <https://powerautomate.microsoft.com/fi-fi/business-process-management-steps/>

Minerva. 2019. Why Mobile Apps are Important for your Business? Viitattu 28.2.2024. Saatavissa <https://www.minervainfotech.com/blog/why-mobile-apps-are-important-for-your-business/>

Norman, D. & Nielsen, J. 1998. The Definition of User Experience. Nielsen Norman Group. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Opetushallitus. 2024. Mitä sitten on digitalisaatio? Viitattu 20.3.2024. Saatavissa <https://www.oph.fi/fi/digiosaaminen/datatalousosaamisen-perusteita-perusopetukseen-ja-toiselle-asteelle/mita-sitten>

Oracle. 2024. What is ERP? Viitattu 9.2.2024. Saatavissa <https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/>

Puustinen, P. & Saarijärvi, H. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo Oy.

Räsänen, J. 2023. Yrityksen taloushallinto selkokielellä. Procountor. Viitattu 9.2.2024. Saatavissa <https://procountor.fi/blogi/taloushallinto/>

Srivastava, A. 2024. The Transformation of Travel and Expense (T&E) Automation. Happay. Viitattu 3.3.2024. Saatavissa <https://happay.com/blog/te-automation/>

Suomi.fi. Yrityksen taloushallinto. Digi- ja väestötietovirasto. Viitattu 9.2.2024. Saatavissa <https://www.suomi.fi/yritykselle/talouden-hallinta-ja-verotus/yrityksen-taloushallinto>

SurveyMonkey. 2024. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välinen ero. Viitattu 20.4.2024. Saatavissa <https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>

Stevens, E. 2023. 7 Examples of good digital UX design. UX Design Institute. Viitattu 20.3.2024. Saatavissa <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/examples-of-good-digital-ux-design/>

STT Viestintäpalvelut Oy. 2023. Paperittoman asioinnin valitsemisella suuri vaikutus: kuittipaperia säästyy satoja kilometrejä kuukaudessa. Viitattu 12.3.2024. Saatavissa <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69970663/paperittoman-asioinnin-valitsemisella-suuri-vaikutus-kuittipaperia-saastyy-satoja-kilometreja-kuukaudessa?publisherId=68574024>

Tenhunen, M. 2016. Henkilökunnan oikeanlainen kouluttaminen on jokaisen yrityksen etu. Questback. Viitattu 17.3.2024. Saatavissa <https://www.questback.com/fi/blogi/henkil%C3%B6kunnan-oikeanlainen-kouluttaminen-on-jokaisen-yrityksen-etu/>

Tilastokeskus. 2023. Vuonna 2022 työllisiä ja työvoimaa enemmän, työttömiä ja työvoiman ulkopuolisia vähemmän kuin edellisvuonna. Viitattu 12.3.2024. Saatavissa <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8e9iaj0j1y70avukedyye4c>

Toimitus. 2020. Paperikuittien haitat: Onko aika hyvästellä tulostettavat kuitit? Mobile Transaction. Viitattu 19.5.2024. Saatavissa <https://fi.mobiletransaction.org/paperikuittien-haitat/>

TravelPerk. 2024. 2024 guide to travel and expense management. Viitattu 26.3.2024. Saatavissa <https://www.travelperk.com/guides/travel-expense-management/>

Vaasan yliopisto. 2023. Digitaalinen työympäristö. Viitattu 20.3.2024. Saatavissa <https://sites.uwasa.fi/etatyokompassi/etatyotietopankki/digitaalinen-tyoymparisto/>

Valtiokonttori. eKuitti säästää aikaa ja rahaa. Viitattu 12.3.2024. Saatavissa <https://www.valtiokonttori.fi/ekuitti/>

Yritys X:n kotisivut. 2024. Viitattu 9.2.2024.

Yuj. 2019. What is Digital User Experience? Medium. Viitattu 20.3.2024. Saatavissa <https://yujdesigns.medium.com/what-is-digital-user-experience-cb82ceefae0d>

## LIITTEET

### Liite 1. Kysely A:n matka- ja kuluhallintatoimintojen kysymykset

## M2-kysely assistenteille

\* Pakollinen

1. Paikkakunta, jossa työskentelen ja tiimi \*

2. Arvioi, kuinka usein käsittelet matka- ja kululaskuja \*

- Päivittäin
- Viikottain
- Kuukausittain
- Harvemmin kuin kuukausittain

3. Arvioi, kuinka paljon aikaa sinulla menee matka- ja kululaskuihin kuukaudessa \*

- Alle 30 min
- 30-60 min
- 1-2h
- 2-4h
- Yli 5h

## 4. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? \*

|   | Eri mieltä            | En käytä M2:sta / En osaa sanoa | Samaa mieltä          |
|---|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Matkalaskuprosessi toimii mielestäni hyvin  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| Visma M2 on toimiva ohjelma matka-laskujen käsittelyyn  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| Olisi mielestäni parempi, jos henkilöt tekisivät matkalaskut itse jatkossa                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| Matka-laskujen tekemiseen/selvitelyyn kuulu liikaa työaikaani                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| Tiedän, kehen ottaa yhteyttä erilaisissa ongelmatilanteissa                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| M2-ohjeet ovat selkeät ja helposti ymmärrettävät  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| M2:sta pidetään tarpeeksi koulutuksia   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |
| Matkalaskuprosessi toimii tehokkaasti jo nyt, eikä prosessia ole tarvetta kehittää tällä hetkellä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> |

5. Onko sinulla mielessä kehitysideoita tai parannuksia, miten matkalaskuprosessia voisi kehittää?

6. Tuleeko mieleen vielä jotain, mistä haluaisit mainita? Esimerkiksi palautetta liittyen matkalaskuihin tai matkalaskuprosessiin.

## Liite 2. Kysely B:n matka- ja kuluhallintatoimintojen kysymykset

## M2-kysely henkilöstölle / M2 survey to personnel

\* Pakollinen

1. |

2. Matka- ja kululaskun tekeminen /  
Creating M2 claim \*

- Teen matkalaskut täysin itsenäisesti / I handle travel expense claims completely independently
- Yritän tehdä matkalaskun itsenäisesti, mutta yleensä tarvitsen suurilta osin apua assistentilta / I try to create a travel expense claim independently, but I usually need significant assistance from an assistant
- Teen matkalaskun itsenäisesti, mutta assistentti tarkistaa ja täydentää / I create the travel expense claim independently, but the assistant checks and supplements it
- En tee matkalaskua itse vaan assistentti hoitaa asian puolestani / I don't create the travel expense report myself; the assistant takes care of it on my behalf

3. Tiedätkö, mistä M2-ohjeet löytyvät? /  
Do you know where you can find M2 instructions? \*

- Tiedän / Yes
- En ole varma / Not sure
- En tiedä / Don't know

4. Oletko perehtynyt M2-ohjeisiin? /  
Have you familiarized yourself with the M2 instructions? \*

- Olen lukenut ja perehtynyt ohjeisiin / I have read and familiarized myself with the instructions
- En ole perehtynyt / I have not

5. Vastaa, mitä mieltä olet seuraavista väittämistä /  
Respond to the following statements \*

|  | Täysin samaa mieltä / Completely agree | Jonkin verran samaa mieltä / Somewhat agree | En osaa sanoa & En ole käyttänyt M2:sta / I can't say & I haven't used M2 | Jonkin verran eri mieltä / Somewhat disagree | Täysin eri mieltä / Completely disagree |
|--|--|---|---|--|---|
| Matkalaskun tekeminen on helppoa / Creating a travel expense claim is easy   | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Tiedän, mitä tietoja matkalaskulle tarvitaan / I know what information is needed for a travel expense claim  | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Visma M2 toimii hyvin matkalaskujen tekemiseen / Visma M2 works well for creating travel expense claims  | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Matkalaskun tekeminen on aikaa vievää / Creating a travel expense claim is time-consuming  | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Kun olen tehnyt ja lähettänyt matkalaskun eteenpäin, saan korvauksen tarpeeksi nopeasti / When I have submitted a travel expense claim, I receive reimbursement quickly enough | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Jos olen epävarma matkalaskuun liittyvässä asiassa, tiedän kehen ottaa yhteyttä / If I am unsure about something related to a travel expense claim, I know whom to contact     | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Mielestäni nykyiset M2-ohjeet ovat selkeät / In my opinion, the current M2 instructions are clear  | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |
| Olen aina saanut hyvin apua M2:een liittyvissä asioissa / I have always received good assistance with matters related to M2  | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/>                       | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                   |

6. Minkälaista tukea kaipaisit matka- ja kululaskujen tekemiseen? Voit valita useamman vaihtoehdon. /  
What kind of support would you need for creating travel and expense claims? You can choose multiple options. \*

- Paremmat kirjalliset ohjeet / Better written instructions
- Ohjevideoita / Instructional videos
- Henkilökohtainen opastus - Koulutukset / Personal guidance - Training sessions
- Muu

7. Onko sinulla mielessä kehitysideoita tai parannuksia, miten matkalaskuprosessia voisi kehittää? /  
Do you have any development ideas or improvements in mind on how to enhance the travel expense claim process?

8. Tuleeko mieleen vielä jotain, mistä haluaisit mainita? Esimerkiksi palautetta liittyen matkalaskuihin tai matkalaskuprosessiin. /  
Is there anything else you would like to mention? For example, feedback regarding travel expenses or the travel expense claim process.

### Liite 3. Kyselyn B muistutus kyselyyn vastaamisesta

**Aihe:** Reminder: M2 Tool Development Survey !

Dear        personnel,

Our survey regarding M2 is still open, and we would greatly appreciate your participation.

Your feedback is crucial in helping us improve and better meet your needs. If you haven't already, please take a moment to complete the survey using [this link](#).

**Survey Deadline: January 19, 2024**

Thank you in advance for your valuable input. We truly appreciate your contribution.