



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Sähköisen taloushallinnon asiakasmäärän kasvattaminen tilitoimisto X:ssä

Kares, Aija

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Sähköisen taloushallinnon asiakasmäärän kasvattaminen tilitoimisto X:ssä

Aija Kares
Liiketalous
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2015

Aija Kares

Sähköisen taloushallinnon asiakasmäärän kasvattaminen tilitoimisto X:ssä

Vuosi 2015 Sivumäärä 57

Tämä opinnäytetyö käsittelee sähköistä taloushallintoa tilitoimisto X:ssä. Työn päätavoitteena on löytää keinoja, joilla valikoitu osa tilitoimisto X:n asiakkaista saadaan vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon. Tutkimustulosten pohjalta suunnitellaan konkreettisia toimintaideoita. Työn tarkoitus, eli sähköisiä palveluita käyttävien asiakkaiden määrän kasvattaminen, pohjautuu yrityksen pitkän aikavälin tavoitteeseen tulla paperittomaksi tilitoimistoksi. Tilitoimisto X:n ympärivuotisista asiakkaista vasta noin viidesosa on ottanut sähköisiä palveluita käyttöön. Paperiton tilitoimisto tulee vaatimaan, että kaikki yrityksen palvelut on oltava sähköisessä muodossa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä on, kuinka saada asiakkaat vaihtamaan sähköisiin taloushallintopalveluihin. Työssä etsitään syitä, miksi yritykset vaihtavat sähköiseen taloushallintoon tai miksi eivät, ja miksi siihen kannattaisi vaihtaa. Työssä selvitetään muun muassa ennakkoluuloja sähköisestä taloushallinnosta ja sähköiseen taloushallintoon siirtyneiden asiakkaiden kokemuksia vaihtamisprosessista.

Työn teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan taloushallintoalan kehitystä aina tulevaisuuden näkymiin saakka sekä käydään läpi asiakkaiden ostokäyttäytymistä ostoprosessin eri vaiheissa. Lisäksi työssä esitetään teoriaa myös käytetyistä tiedonkeruu- ja analysointimenetelmistä. Tutkimuksen taustatietona käsitellään taloushallinnon sähköisiä järjestelmiä erityisesti tilitoimisto X:n käyttämään järjestelmään keskittyen.

Tutkimuksessa käytetään pääasiallisesti kvalitatiivista lähestymistapaa. Tutkimusmenetelminä käytetään puolistrukturoitua haastattelua sekä kyselytutkimusta. Lisäksi tutkimuksen kohde-ryhmän selvittämiseksi tehdään asiakkaiden ryhmittely, jossa käytetään tiedonhankintamenetelmänä dokumenttianalyysiä. Tulosten analysoinnissa käytetään teemoittelu-menetelmää.

Tutkimustuloksena on, että suurimmat tekijät sähköiseen taloushallintoon vaihtamisessa ovat tieto sähköisestä taloushallinnosta ja alan trendeistä sekä konkreettinen tarve ja sen tunnistaminen. Myös halu kehittyä ja oppia uutta heijastui myönteisyytenä sähköistä taloushallintoa kohtaan. Tutkimus osoittaa, että tilitoimiston asiakkaille tärkeintä taloushallinnossa on sen sujuvuus ja helppous. Se halutaan hoitaa mahdollisimman helposti, minkä vuoksi myös suuret muutokset siinä voivat epäilyttää. Tulosten pohjalta kehitettiin kaksi toimintaideaa: suoramarkkinointi sähköpostilla sekä sähköisten järjestelmien ilmainen kokeilujakso. Nämä ideat on tarkoitus toteuttaa yhdessä, suoramarkkinoinnilla aloittaen.

sähköinen taloushallinto, siirtyminen sähköiseen taloushallintoon, tilitoimisto

Aija Kares

Increasing the number of customers who use electronic financial management in accounting firm X

Year	2015	Pages	57
------	------	-------	----

This thesis goes through electronic financial management in the accounting firm X. The main objective of this thesis is to find ways and means for a selected part of accounting firm X's customers to get to change from traditional to electronic financial management. Based on the results, concrete business ideas will be designed. The purpose of this work is to increase the number of customers who use electronic systems. The purpose is based on the company's a long-term objective to become a paperless accounting firm, which means that all of the services provided should be in electronic form. Only about one-fifth of accounting firm X's year-round customers have taken the electronic systems into use.

This thesis explores how to make customers change to electronic financing and why it would be profitable for them to make this change. In addition, finding out the reasons why some companies change to electronic financial management and some companies don't, is studied. Also, prejudice towards the electronic financial management system and the experiences of the customers who have already made the change is studied.

In the thesis' theoretical framework, the development of the financial management industry is presented all the way to the future trends. Also the buying behavior of customers at different stages of buying process is studied. In addition, theory about data collection and analysis methods which have been used are introduced. Information about financial electronic systems, especially focusing on the systems which accounting firm X uses, is used as background for the research.

The research uses primarily a qualitative approach. Used methods include a semi-structured interview and a survey. In addition, for defining a target population, document analysis is used as the data acquisition method for grouping up and differentiating the customers from each other. Thematising method is used when analyzing the results.

As a result, this thesis proposes two major factors that make the customers move to the electronic financial management system. First, the customer's general knowledge about the system and the trends of the industry. Second, a concrete need for the system and a recognition of this need. Also a wish to develop and learn new things appears as a positive sign towards electronic systems. The research shows that the overall flow and ease of the financial management process are the most important things from the customer's perspective. The management of it is wanted to be as easy as possible, which is why major changes to it are sometimes seen as a threat. Based on the results two business ideas were developed to raise the awareness of the customers: a direct marketing letter via e-mail, and an offer for a free try-out period to use the electronic financing services. These ideas are planned to be implemented together, starting with the direct marketing letter.

electronic financial management, transition to electronic financial management, accounting

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Taloushallinnon kehitys.....	7
2.1	Kirjanpidon synnystä perinteiseen kirjanpitoon.....	8
2.2	Taloushallinnon sähköistyminen 2000-luvulla.....	9
2.3	Taloushallinnon tulevaisuus.....	10
3	Tilitoimisto X:n sähköiset ohjelmat.....	11
3.1	Sähköinen pankki- ja maksuliikenne.....	13
3.2	Verkkolaskutus.....	13
3.3	Sähköinen ostolaskujen kierrätys.....	14
4	Asiakkaiden ostokäyttäytyminen.....	16
4.1	Tarpeen tiedostaminen.....	18
4.2	Tiedonkeruu ja vaihtoehtojen vertailu.....	19
4.3	Oston jälkeinen asiakastyytyväisyys.....	20
5	Tutkimus.....	20
5.1	Kohderyhmien valinta.....	22
5.1.1	Valinnan perusteet.....	23
5.1.2	Tilitoimisto X:n asiakasryhmät.....	24
5.2	Tutkimusmenetelmät.....	26
5.2.1	Puolistrukturoitu haastattelu.....	27
5.2.2	Postikysely.....	28
6	Tutkimustulokset.....	30
6.1	Haastattelut.....	30
6.2	Kyselyt.....	34
6.3	Luotettavuuden arviointi.....	38
7	Loppupäätelmät.....	39
7.1	Johtopäätökset.....	40
7.1.1	Syyt vaihtaa sähköiseen taloushallintoon.....	40
7.1.2	Asiakkaiden odotukset taloushallinnolta.....	43
7.2	Toimintaideat.....	43
7.2.1	Suoramarkkinointi sähköpostilla.....	44
7.2.2	Sähköisten ohjelmien ilmainen kokeilujakso.....	46
7.2.3	Toimeksiantajan palaute.....	46
	Lähteet.....	48
	Kuviot.....	52
	Taulukot.....	53
	Liitteet.....	54

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee sähköistä taloushallintoa pienten ja keskisuurten tilitoimistoasiakkaiden näkökulmasta. Tutkimuskysymyksenä on, kuinka saada asiakkaat vaihtamaan sähköisiin taloushallintopalveluihin. Työssä etsitään syitä, miksi yritykset vaihtavat sähköiseen taloushallintoon tai miksi eivät, ja miksi siihen kannattaisi vaihtaa. Työssä selvitetään muun muassa ennakkoluuloja sähköisestä taloushallinnosta ja sähköiseen taloushallintoon siirtyneiden asiakkaiden kokemuksia vaihtamisprosessista.

Aihe on ajankohtainen, sillä taloushallintoala on muutosvaiheessa, jossa perinteisestä kirjanpidosta siirrytään vähitellen sähköiseen kirjanpitoon. Sähköistymisen myötä myös taloushallintoalan henkilöstön työnkuvat muuttuvat. Sähköiset prosessit ja automaattiset toiminnot vähentävät manuaalisia rutiinitöitä ja antavat mahdollisuuden yhä ohjaavampiin ja neuvovampiin töihin. Muutokset tuovat uusia näkökulmia ja mahdollisuuksia niin taloushallintoalan yrityksille ja työntekijöille kuin myös heidän asiakkailleen. Mutta mitkä asiat saavat yrittäjät kiinnostumaan sähköisistä taloushallintojärjestelmistä?

Opinnäytetyön toimeksiantajana on tilitoimisto X, jossa suoritin myös toisen opintoihini kuuluvan harjoittelun. Työn päätavoitteena on löytää keinoja, joilla valikoitu osa tilitoimisto X:n asiakkaista saadaan vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon. Tutkimustulosten pohjalta tullessaan suunnittelemaan konkreettisia toimintaideoita. Työn tarkoituksena on saada sähköisiä palveluita käyttävien asiakkaiden määrä kasvamaan. Koska tilitoimisto X vaalii pitkäaikaisia asiakassuhteita ja resurssit ovat rajalliset, ei parhaana vaihtoehtona ole etsiä täysin uusia asiakkaita sähköisille taloushallintopalveluille. Sen vuoksi tavoitteena on nimenomaan saada jo olemassa olevat perinteisen taloushallinnon asiakkaat siirtymään sähköiseen taloushallintoon.

Opinnäytetyön tarkoitus pohjautuu yrityksen pitkän aikavälin tavoitteeseen tulla paperittomaksi tilitoimistoksi. Tilitoimisto X:n asiakkaista vasta noin viidesosa on ottanut sähköisiä palveluita käyttöönsä. Paperiton tilitoimisto tulee vaatimaan, että kaikki yrityksen palvelut on oltava sähköisessä muodossa. Uskon, että vaikka tutkimuksella ei löydettäisi suoraa ja nopeaa ratkaisua ongelmaan, saadaan kuitenkin arvokasta tietoa, josta tulee olemaan hyötyä pitkän aikavälin projektissa. Opinnäytetyön aihe ja tarkoitus on mietitty yhdessä toimeksiantajan kanssa, joten työ on hyödyllinen ja mieleinen molemmille osapuolille. Vaikka tutkimus on tehty erityisesti tilitoimisto X:ää varten, voi tutkimuksesta olla hyötyä esimerkiksi muille samassa tilanteessa oleville tilitoimistoille, sähköiseen taloushallintoon vaihtamista miettiville yrityksille tai jopa taloushallinnon ohjelmistokehittäjille.

Tilitoimisto X:n asiakkaat koostuvat useilla eri aloilla toimivista pienistä ja keskisuurista yrityksistä sekä yhdistyksistä. Useat tilitoimiston asiakassuhteet ovat pitkäaikaisia, mikä on tärkeää asiakastuntemuksen ja molemmin puoleisen luottamuksen kannalta. Yritys pyrkii löytämään jokaiselle asiakkaalleen juuri heille sopivan palvelukokonaisuuden, joten tällä hetkellä palveluita on tarjolla niin perinteisellä menetelmällä kuin täysin sähköisestikin.

Tutkimuksessa käytetään pääasiallisesti kvalitatiivista lähestymistapaa. Tutkimusmenetelminä käytetään puolistrukturoitua haastattelua sekä kyselytutkimusta. Lisäksi tutkimuksen kohderyhmän selvittämiseksi tehdään asiakkaiden ryhmittelyä. Asiakkaiden ryhmittelyä varten käytetään tiedonhankintamenetelmänä dokumenttianalyysiä, eli menetelmää, jossa analysoidaan toimeksiantajayritykseltä saatavia tietoja ja dokumentteja. Asiakkaiden ryhmittelyn perusteella valitaan potentiaalinen kohderyhmä, joka on tavoitteena saada vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon.

Tärkeimpiä lähteitä opinnäytetyössäni ovat toimeksiantajalta saatu tieto asiakkaista, ajankohtaiset ja luotettavat internet-lähteet sekä erityisesti tutkimuksen teosta kertovat kirjalliset. Koska taloushallintoalan tieto muuttuu jatkuvasti, lähteiden on tärkeää olla mahdollisimman tuoreita, jottei tieto ole vanhentunutta. Tästä poikkeuksena alan aiemmasta kehityksestä kertovat lähteet.

2 Taloushallinnon kehitys

Taloushallinto on nykypäivänä keskeinen osa jokaisen organisaation toimintaa, sillä jokainen yritys ja yhdistys on kirjanpitovelvollinen ja jokainen yrittäjä on vastuussa kirjanpitonsa järjestämisestä. Yrityksen ja yhdistyksen taloushallintoon kuuluu monenlaisia tehtäviä sen liiketoiminnasta riippuen. Pienelle yhdistykselle vain vuosittainen kirjanpito ja tilinpäätöksen laatiminen voivat riittää, kun taas isommalla yrityksellä tehtävien kirjo on huomattavasti laajempi. (Taloushallintoliitto ry 2015.)

Tässä luvussa käydään läpi taloushallinnon kehitysvaiheita sen synnystä aina tulevaisuuden näkyymiin saakka. Kirjanpito on kehittynyt vuosien aikana kauppiaiden omaisuuden, työn ja myytyjen tavaroiden määrän laskennasta monien vaiheiden kautta nykypäivän kansainväliseksi taloushallinnoksi. Tieto taloushallinnon kehityksestä on tärkeä osa tutkimuksen teoriaa, sillä se auttaa ymmärtämään alan muutostilanteen ja sitä kautta tutkimuksen tarkoituksen tärkeyden. Vaikka kirjanpidon perusidea ja perimmäinen tarkoitus ovat pysyneet hyvin samana vuodesta toiseen, ovat sen muoto ja toteuttamistapa muuttuneet valtavasti. (Virtanen 2006.) Toimintaympäristön nopeat muutokset ovat tuoneet mukanaan uudenlaisia haasteita sekä mahdollisuuksia, jonka takia myös jatkuva kehittämistyö on noussut tärkeään rooliin myös yrityksissä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 3).

2.1 Kirjanpidon synnystä perinteiseen kirjanpitoon

Kirjanpidon peruseriaatteet ovat syntyneet varhain 1200-luvulla (e-conomic 2015a.) Tuolloin kirjanpidossa oli tärkeintä, että kauppiaas pysyi selvillä saamisistaan ja veloistaan sekä omaisuudestaan ja sen muutoksista. Huomattavaa yhteiskunnallista merkitystä sillä ei vielä ollut. Tuohon aikaan kirjanpito suoritettiin lähinnä käsin, koska muita välineitä siihen ei ollut. (Virtanen 2006, 1.) 1800-luvulla Suomessa eri lakeihin, kuten rikos- ja osakeyhtiölakiin, alkoi tulla viittauksia kirjanpitovelvollisuuteen (Sanomalehtiyliopisto 2004, 13-14.) ja ensimmäinen varsinainen kirjanpitolaki astui voimaan parikymmentä vuotta myöhemmin, vuonna 1925. Tuolloin kirjanpitovelvollinen oli lain mukaan jokainen, jonka tuli käyttää toiminimeä sekä se, joka harjoitti liikennettä aluksella, jonka päälliköllä tuli olla suoritettu tutkinto. (Virtanen 2006, 2.)

Matka kirjanpitolain syntymisestä nykypäivän manuaaliseen, eli perinteiseen kirjanpitoon on ollut pitkä, ja siihen on kuulunut monta vaihetta. Matkan ensiaskel oli 1890-luvulla kehitetyt sähköiset reikäkorttikirjanpitokoneet, joilla pystyi kirjoittamaan jopa kokonaisia raportteja yksittäisistä reikäkorteista. Reikäkorttikoneita käytettiin tilitoimistoissa sekä yritysten talousosastoilla kirjanpitoon 1960-luvulle saakka. 1960-luvulla kirjanpidon tekemiseen yleistyi Taylorix-läpikirjausjärjestelmä. Taylorix-järjestelmässä tapahtumat kirjattiin käsin pääkirjakkortteille, joista ne jäljentyivät kalkeeripaperin avulla myös päiväkirjaan. (Greenstep 2015.) Taylorix-järjestelmää käytettiin aina 1970-luvulle saakka, jolloin varsinainen tietotekninen kehitys ja ATK-perusteinen kirjanpito syrjäyttivät ne vähitellen (Lahti & Salminen 2008, 31.)

Kun tietokoneiden käyttö 1980-luvulla yleistyi konttorikäytössä, alkoi niillä vähitellen mahdollistaa kirjanpidon tekeminen, sillä vuonna 1980 kehitettiin myös ensimmäinen PC-pohjainen kirjanpito-ohjelma. Kun vuosikymmenen lopulla syntyi ensimmäinen internet-yhteys, se mahdollisti jo esimerkiksi ohjelmien lataamisen internetistä (e-conomic 2015b). Kun verkkopankit tulivat käyttöön 1900-luvun lopussa, mahdollisti se yhä nykyaikaisemman toimimisen (OP-Pohjola 2011). Suomi oli Internetin käytön ykkösmaa, mistä johtuen esimerkiksi maksaminen internetissä yleistyi nopeasti (Lahti & Salminen 2008, 23).

Manuaalisessa eli nykypäivänä perinteiseksi kirjanpidoksi kutsutussa kirjanpidossa laskut, kuitit ja erilaiset muut tositteet ovat edelleen paperisia ja myös tiliote tulostetaan paperisena. Jos taloushallinto on tilitoimiston hoidossa, tositteet ja tiliote lähetetään esimerkiksi kirje-kuoressa tilitoimistoon. Kirjanpitäjä kirjaa järjestyksessä jokaisen tapahtuman tiliotteesta kirjanpito-ohjelmaan, aina kahdelle kirjanpidon tilille, debettiin ja kredittiin. Tämän jälkeen tositteet numeroidaan, jotta ne ovat helposti yhdistettävissä tilin tapahtumiin. Lopuksi tiliotteet ja tositteet arkistoidaan kansioon, jossa niitä tulee tämänhetkisen lainsäädännön mukaan

säilyttää kuusi vuotta (Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336, 7 luku § 5). Yrityksen tiliotteen ja siihen liittyvien tositteiden lisäksi kirjattavana on usein käteismaksuja, yrittäjän omia yrityksen kassasta tehtyjä ostoksia sekä verottajalta saatava verotiliote, jossa pidetään kirjaa määrättyjen verojen maksusta. (Saloranta 2012.)

2.2 Taloushallinnon sähköistyminen 2000-luvulla

Nykypäivänä toimivan tavoitetilan ja strategian suunnittelu on entistä haastavampaa ja yrityksillä on niin paljon mahdollisuuksia ja resursseja kehittää omaa liiketoimintaansa tehokkaammaksi, että näitä mahdollisuuksia käyttämättä jää auttamattomasti muista jälkeen. Jos historiassa oli selvää, että yritys hoiti taloushallintonsa kiintein kustannuksin sen omien resurssien ja järjestelmien voimin, on nykypäivänä suunniteltava ja laskelmoitava asioita paljon tarkemmin. (Lahti & Salminen 2014, 34-35.)

2000-luvulle siirryttäessä tietotekniikan ja sitä kautta pilvipalveluiden kehityksen myötä myös taloushallinnon ala on tullut murrosvaiheeseen, jossa sähköinen taloushallinto korvaa vähitellen perinteisen kirjanpidon. Sähköisessä taloushallinnossa kirjanpidon peruseriaate pysyy samana, mutta taloushallinnon palvelut ovat nimensä mukaan hoidettavissa sähköisesti. Taloushallinnon sähköistämällä tarkoitetaan siis tietotekniikan ja sovelluksien, Internetin, integroinnin, itsepalvelun sekä erilaisten sähköisten palveluiden hyödyntämistä yrityksen taloushallinnossa (Lahti & Salminen 2008, 21). Sähköisen taloushallinnon ydin on verkkolasku ja sen myötä automatisoitu kirjanpito. Sähköistyminen mahdollistaa esimerkiksi laskujen kierrättämisen ja hyväksymisen sähköisesti, sähköisen maksuliikenteen ja viitesierrojen sähköisen vastaanottamisen sekä viranomaisilmoitusten hoidon sähköisesti. Lisäksi arkistointi on mahdollista hoitaa sähköisessä muodossa, jolloin ajan lisäksi myös toimistotilaa säästyy. (Procoun-
tor International Oy 2014.)

Kirjanpidon sähköistymisellä on merkittävät vaikutukset myös muihin taloushallintoprosesseihin. Monissa organisaatioissa nämä prosessit ovat jopa unohtuneet lähes kokonaan tai ne ovat jääneet hyvin vähäiselle huomiolle (Lahti & Salminen 2008, 10). Taloushallinnon sähköistyminen on muuttanut kirjanpitäjien työtä perusteellisesti (Poutanen 2007). Tietotekniikan hoitessa rutiinitehtävät, kirjanpitäjillä jää enemmän aikaa neuvovampaan ja konsultoivampaan työhön (Peltomäki 2014). Muutos asettaa taloushallinnon työntekijöille myös uusia osaamisvaatimuksia (Lahti & Salminen 2008, 26). Yksi suurimmista eroista sähköisessä taloushallinnossa perinteiseen taloushallintoon verrattuna on tiedon ajantasaisuus (Talousruutu.fi 2015). Kun tieto on ajantasaista, voidaan menneisyyden sijasta keskittyä enemmän nykyhetkeen ja lähitulevaisuuteen. Lisäksi sähköisen taloushallinnon ansioista yritys voi varsinaisten taloustietojen lisäksi seurata myös tuottoja, kuluja sekä myynnin tehokkuutta esimerkiksi asiakasryhmittäin, tuotteittain tai kustannuspaikoittain (Procoun-
tor International Oy 2014).

Siirtyminen sähköiseen taloushallintoon on ollut koko Suomen tasolla paljon odotettua hitaampaa, mutta vauhti on selvästi kiihtymässä. Vuonna 2005 Helsingin kauppakamarin teettämän selvityksen mukaan vasta hieman alle 52 prosenttia yrityksistä sanoi vastaanottavansa ja hieman alle 44 prosenttia lähettävänsä verkkolaskuja. Samaisessa selvityksessä vuonna 2010 luvut olivat nousseet vain muutamalla prosenttiyksiköllä. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 13.) Vuonna 2008 myös yli 90 prosenttia Suomen tilitoimistoista toimi vielä täysin perinteisesti (Lahti & Salminen 2008, 26). Finanssialan Keskusliiton ja Elinkeinoelämän Keskusliiton vuonna 2014 tekemän kyselyn mukaan kuitenkin jo 70 prosenttia yrityksistä oli ottanut verkkolaskutuksen käyttöönsä (Finanssialan Keskusliitto 2014), mikä kertoo muutoksen nopeutumisesta. Esteinä nopeammalle kehitykselle ovat olleet muun muassa pula sopivista taloushallintojärjestelmistä. Myös ihmisten ja organisaatioiden kyky omaksua nopeasti kehittyviä teknologioita ja toimintamalleja vaatii oman aikansa. (Lahti & Salminen 2008, 24.)

Lisäksi yksi syy pienten yritysten pysymiselle vanhoissa järjestelmissä on, etteivät säästöt näy heillä niin konkreettisesti ja yhtä nopealla aika välillä kuin isommissa yrityksissä. Jos yritykselle saapuu vain kymmeniä laskuja kuukaudessa, eivät säästöt ole kummoiset. Isompi yritys, joka automatisoi esimerkiksi satojen laskujen saapumisen, huomaa nopeasti sähköisten järjestelmien tuoman edun. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 7-8.) Tämän takia aluksi sähköiseen taloushallintoon siirtyivätkin vain isot yritykset, mutta vähitellen digitaalisuuden ympärille on muodostunut myös sellaisia uusia liiketoiminta- ja palvelumalleja, joilla nykyään myös pienet yritykset voivat siirtyä sähköiseen taloushallintoon helposti ja kannattavasti (Lahti & Salminen 2008, 9-10; Procountor International Oy 2014).

2.3 Taloushallinnon tulevaisuus

Taloushallinnon sähköinen kehitys on vauhdittunut viime vuosien aikana. Taloushallinto tulee kymmenen vuoden päästä olemaan monella mittarilla tarkasteltuna laadukkaampaa ja tehokkaampaa kuin tänä päivänä. Uskotaan, että jo kymmenessä vuodessa voidaan päästä siihen tilaan, että lähes kaikki laskut lähetetään ja vastaanotetaan verkkolaskuina, sillä paine verkkolaskutuksen käyttöönottoon kasvaa koko ajan. (Ahvenniemi 2014.) Säilyttääkseen nykyiset asiakkaansa sekä imagonsa, on monen yrityksen siirryttävä lähiaikoina verkkolaskutuksen piiriin pysyäkseen kiinni kehityksessä ja kilpailussa (Visma Community 2015).

Tulevaisuudessa sähköisestä taloushallinnosta tullaan pääsemään täysin digitaaliseen taloushallintoon. Näiden kahden määritelmän välillä on hienoinen ero: Digitaalisessa taloushallinnossa kaikki taloushallinnon aineisto käsitellään sähköisesti ja kaikki yrityksen taloushallinto on täysin sähköisessä muodossa. Tämä edellyttää muun muassa sitä, että myös kaikkien yrityksen toimittajien on lähetettävä laskunsa sähköisesti. Tilanne, jossa toimittaja lähettää

laskun paperimuodossa ja se joudutaan skannaamaan sähköiseen muotoon, ei ole täysin digitaalista, vaan puhutaan sähköisestä taloushallinnosta. Sähköinen taloushallinto on siis tavallaan esiaste digitaalisesta taloushallinnosta, jota kohti olemme menossa. Digitaalinen taloushallinto edellyttää vielä laajempaa sähköistymistä, jolloin myös pienemmät yrittäjät siirtyvät sähköisiin palveluihin. (Lahti & Salminen 2008, 21-22.)

Myös taloustiedon laatuvaatimukset sekä asiakkaiden odotukset kasvavat kokoajan. Tulevaisuudessa yhteiskuntavastuuseen ja eettiseen tuotantoon tullaan kiinnittämään enemmän huomiota päätöksenteossa (Ahvenniemi 2014). Sähköinen taloushallinto on muun muassa ympäristöystävällisempää kuin perinteinen paperinen taloushallinto, mikä saattaa lisätä pienempien yritysten motiiveja sähköistymiseen. Erityisesti sähköistyminen vaikuttaa liikkumiseen, paperinkulutukseen, kuljetukseen sekä sähkön ja lämmön kulutukseen muun muassa tulostimien ja arkistointitilan muodossa. (Lahti & Salminen 2008, 29.)

Vuonna 2025 talouden suunnittelu on yrityksen menestyksen kannalta entistä tärkeämpää, sillä sähköistyminen antaa loputtomasti mahdollisuuksia (Ahvenniemi 2014). Sähköinen taloushallinto mahdollistaa paremman tehokkuuden ja ajan priorisoinnin. Organisaatiot, joissa on siirrytty sähköiseen taloushallintoon, ovat saavuttaneet tyypillisesti 30-50 prosentin tehokkuuden parannuksen taloushallinnossaan (Lahti & Salminen 2008; 11). Kustannussäästöt ovat toinen suuri hyöty. Euroopan komissio on omissa arvioissaan vuonna 2007 laskenut, että sähköisen laskutuksen myötä on pelkästään yrityksen välisessä laskutuksessa mahdollisuus saavuttaa 243 miljardin euron vuotuiset säästöt (Lahti & Salminen 2008, 9-10).

3 Tilitoimisto X:n sähköiset ohjelmat

Tässä luvussa käsitellään tilitoimisto X:n käytössä olevien sähköisien taloushallinto-ohjelmien ja -järjestelmien tärkeimpiä osia. Tieto kyseisistä ohjelmista on tutkimuksen kannalta tärkeää, sillä ymmärtääkseen tuloksia täytyy tietää, mitä asiakkaille ollaan tarjoamassa, ja mistä heitä on haastateltu. Lisäksi tutkimuksella selvitetään, kuinka tilitoimiston asiakkaat siirtyisivät käyttämään juuri kyseisiä, tilitoimisto X:n käyttämiä ohjelmia.

Niin vapaa-ajan palvelut kuin työvälineetkin siirtyvät kovaa vauhtia pilveen. Erilaiset markkinoilla olevat pilvipalvelut yleistyvät. Työelämässä pilvipalvelut korvaavat aiemmin koneelle asennettuja ohjelmistoja, kuten ERP- eli toiminnanohjausjärjestelmiä. Pilvipalveluiden yksi etu on, ettei se sido aikaan tai paikkaan, esimerkiksi vain yhdelle tietokoneelle. Pilvipalvelun käyttäjän ei tarvitse myöskään itse huolehtia palvelimien ylläpidosta tai tietojen varmuuskopiointista, sillä palvelun toimittaja pitää huolta näiden ajantasaisuudesta. (Visma Community 2015).

Sähköisillä pilvipalveluilla ei tarkoiteta vain kirjanpidon sähköistymistä, vaan ne voivat parhaimmassa tapauksessa tarkoittaa yrityksen kaikkien talousprosessien hoitamista sähköisesti. Verkkolaskutus, automatisoidut tiliöinnit ja sähköinen arkistointi ovat sähköisen taloushallinnon perusta. Myös eri järjestelmien yhteiskäyttöisyys on tärkeä osa sähköistymistä ja se vähentää merkittävästi päällekkäisen työn määrää. Sen lisäksi, miten hyvin yrityksen järjestelmät ja eri vaihtoehtoiset ratkaisut kohtaavat, tärkeässä roolissa ovat tyypillisesti myös järjestelmässä käytetty teknologia, järjestelmän kokonaiskustannukset, alkuinvestointi, järjestelmän joustavuus, ylläpito ja kehitys sekä käytettävyys loppukäyttäjille. Koska moni yritys on ulkoistanut osan taloushallintoaan tilitoimistoiden hoidettavaksi, avainasemassa ovat sellaiset palvelumallit, joissa yritys voi käyttää tilitoimiston kanssa samaa sovellusta internetin välityksellä. (Lahti & Salminen 2008, 30-33; Talousruutu.fi 2015.)

Suomalaiset taloushallinto-ohjelmistojen tarjoajat ovat huomanneet käynnissä olevan markkinamurroksen hyvissä ajoin ja ovatkin kehittäneet voimakkaasti ohjelmistojaan ja palvelujaan sähköisen taloushallinnon ympärille (Lahti & Salminen 2008, 26). Näin ollen Suomi onkin yksi johtavista sähköisten taloushallinto-ohjelmistojen kehittäjämaista. Tilitoimisto X:llä on käytössä pilvipohjainen Visma Econet Pro-taloushallintojärjestelmä. Visma Econet on helppokäyttöinen järjestelmä, joka kuuluu markkinoiden tehokkaimpiin tilitoimisto- ja taloushallintojärjestelmiin. Visma Econetiin on mahdollista liittää erilaisia sähköisiä Visman palveluita, kuten ostolaskujen kierrätysjärjestelmä DCE, joka myös tilitoimisto X:llä on käytössä. Visma Econetin asiakkaan, hotelli Helkan toimitusjohtajan Henry Lainen mukaan Visma Econet poistaa päällekkäistä työtä ja parantaa työn taloudellista tehokkuutta. Rutiinitehtävien nopean ja tarkan suorittamisen ansiosta on mahdollista keskittyä paremmin varsinaisen liiketoiminnan ydinalueisiin, kuten hänen tapauksessaan hotellivieraiden palveluun. (Visma 2015a.) Myös tilitoimisto X:n toimitusjohtaja on ollut erittäin tyytyväinen Visman ohjelmistoon (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a).

Tilitoimisto X:n kuukausittainen kirjanpito sisältää kustannuspaikkaseurannan, tilinpäätökset, veroilmoitukset sekä tyvi- ja verotilipalvelut. Lisäksi tarjolla on muita taloushallinnon palveluita, kuten palkkahallinto, myynti- ja ostoreskontrat sekä laskutus ja perintä, joista asiakasyritys voi valita itselle sopivimman paketin. Asiakas voi itse valita, mitä palveluita haluaa ulkoistaa ja haluaako se taloushallintonsa tehtävän perinteisin vai sähköisin menetelmin. Tilitoimisto X:n asiakkailla on myös mahdollisuus ostaa sivulisenssi tilitoimiston järjestelmään, jossa se voi samanaikaisesti tehdä itse osan taloushallinnostaan, kuten esimerkiksi laskut tai palkat. (Tilitoimisto X:n kotisivut 2015.)

3.1 Sähköinen pankki- ja maksuliikenne

Maksuliikenne yrityksen taloushallinnossa tarkoittaa maksutapahtumien välitystä pankkien ja yrityksen taloushallintojärjestelmien välillä sekä maksutapahtumien käsittelyä taloushallintojärjestelmissä. Ulospäin lähtevät maksut muodostetaan yrityksen taloushallintojärjestelmissä, jonka jälkeen ne lähetetään pankkiin. Tämän jälkeen pankki tekee maksuerän sisältämät ve-loitukset yrityksen pankkitililtä. Sisäänpäin tulevat maksut pankki taas kerää päiväkohtaisesti yhteen, välittää tiedot tiliotteilla ja tarvittaessa viitemaksutiedostoina yritykselle. Lopuksi saapuvilla maksuilla kuitataan yrityksen vastaavia avoimia tapahtumia. (Lahti & Salminen 2008, 109.)

Kaikkien tilitoimisto X:n ympärivuotisten asiakkaiden maksuliikenne hoidetaan Visma Moni-pankin ja AutoPayn avulla. Ne ovat yhdessä kattava pankkiliikenneohjelmistokokonaisuus maksuliikenteen hoitoon tilitoimistossa. AutoPayn tehtävänä on muuntaa vanhat pankkiliikenneaineistot ajanmukaisiksi sekä hoitaa pankkiliikenne pankkeihin. AutoPayn avulla yrityksen tiliotteet siirtyvät sähköisesti Monipankkiin, jossa ne voidaan tiliöidä. Ohjelmat ovat täysin integroitu toisiinsa ja niiden käyttö on automaattista, jolloin tilitoimisto ei ole myöskään riippuvainen pankkien aukioloajoista. (Visma Community 2015; Visma 2015b.)

Vaikka yrityksellä olisi muuten käytössä aivan perinteinen taloushallintojärjestelmä, helpottaa ja nopeuttaa Visma Monipankki kirjanpitäjän työtä merkittävästi. Kun perinteisin menetelmin tiliotteiden kirjaus pääkirjanpitoon on tapahtunut manuaalisesti paperitiliotteen tiedoista, sähköisissä rahaliikennejärjestelmissä tiliotetapahtumien kirjaus ja täsmäytys on hyvin pitkälti automatisoitu (Lahti & Salminen 2008, 115). Monipankin ansioista rahasummia ei tarvitse syöttää ohjelmaan itse, mikä vähentää olennaisesti myös virheiden määrää ja säästää aikaa. Kun jokainen tapahtuma tiliotteella käsitelty rahaliikenneohjelmassa, pankkitilin saldo on aina kirjanpidossa oikein (Lahti & Salminen 2008, 115). Myös pankkitilin tili tulee monipankissa automaattisesti, jolloin kirjanpitäjälle jää ainoastaan oikean kulu- tai tulotilin määrittäminen, eli mistä tai minne raha on mennyt tai tullut. Monipankista tiliöity tiliote siirretään muutamalla napin painalluksella pääkirjanpitoon Visma Econet-järjestelmään. (Visma 2015b; Visma Monipankki 2015.)

3.2 Verkkolaskutus

Verkkolasku on sähköisessä muodossa lähetettävä ja vastaanotettava lasku, jossa on kaikki vastaavat tiedot kuin paperilaskussakin. Verkkolaskutuksessa laskun tiedot siirtyvät sähköisesti suoraan laskuttajan laskutusjärjestelmästä vastaanottajan ostolaskujen käsittelyjärjestelmään. Verkkolaskuja voidaan lähettää sekä yrityksille että kuluttajille, sillä verkkolaskutusoperaattori muuntaa laskut jokaiselle asiakkaalle erikseen määriteltyyn muotoon. Yhä use-

ammat yritykset lähettävät ja vastaanottavat laskunsa verkkolaskuin, sillä verkkolaskujen vastaanotto merkitsee yritykselle lähes aina kustannussäästöjä. (Lahti & Salminen 2008, 57.)

Laskutus on yritykselle erittäin kriittinen toiminto. Jos laskutusprosessissa on viiveitä tai virheitä, voi heikon maksukyvyyn omaavan yrityksen koko toiminta vaarantua. Laskutus on ikään kuin osa myyntireskontraa. Kun verkkolasku on lähetetty, laskutusjärjestelmä muodostaa valmiista laskuista myyntireskontratapahtuman sekä pääkirjanpidon kirjaukset. Reskontran tarkoituksena on seurata laskujen maksamista ja erääntymistä. Myyntireskontraan kuuluu laskujen lähettämisen lisäksi tarvittaessa myös laskun periminen, jos sitä ei makseta ajoissa. Myyntireskontrassa myyntisaamisten saldon seuraaminen on erityisen tärkeää. Jos lasku on eräpäivästä huolimatta maksamatta, lähetetään tavallisesti 1-2 maksumuistutusta, jonka jälkeen se voidaan laittaa perintään, jollei maksua ole edelleenkään tullut. Myyntireskontran hoito on ollut yksi pisimmälle sähköistettyjä osaprosesseja Suomessa jo pitkään. Suomen edistyksellinen pankkijärjestelmä ja viitenumerokäsittely mahdollistavat myyntireskontran hoidossa parhaimmillaan lähes täydellisen automaation kotimaisten maksujen osalta. (e-economic 2015c; Lahti & Salminen 2008, 76; 89.)

Tilitoimisto X käyttää verkkolaskutusoperaattorina Maventaa (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a). Se on Suomen suosituin verkkolaskupalveluiden tarjoaja, jota käyttää yli 30 000 yritystä ympäri maailmaa. Yritysten myyntilaskut tehdään Visma Econet Pro -järjestelmässä tai asiakkaan omassa laskutusohjelmassa, josta ne siirtyvät suoraan järjestelmän myyntireskontraan avoimiksi laskuiksi. Visman asiakkaille Maventa-verkkolaskutus on saatavana helposti Autoinvoice:n kautta, jolloin laskut siirtyvät vain muutamalla painalluksella Econet-järjestelmästä Maventaan. Maventassa kustannukset koostuvat vain lähetettyjen ja vastaanotettujen laskujen määrästä. Verrattuna paperilaskuihin verkkolaskutus leikkaa 75-90 % laskutuksen kuluista. Maventan verkko etsii laskuille aina nopeimman, kustannustehokkaimman ja turvallisimman reitin, joka voi olla verkkolaskuna, sähköpostitse tai kirjeitse. (Maventa 2014.)

3.3 Sähköinen ostolaskujen kierrätys

Ostolaskujen käsittelyn sähköistämällä tehostetaan ostolaskun käsittelyä ja kierrätystä, nopeutetaan ostolaskujen läpimenoaikaa ja parannetaan kontrollia (Lahti & Salminen 2008, 50). Ostoreskontra pitää huolen, että yritykselle tulleet laskut kierrätetään ajoissa hyväksyttäväksi sekä laitetaan maksuun. Kun yritys saa laskun, merkitään se ostoreskontraan sille päivälle. Kun laskun eräpäivä koittaa, laitetaan se maksuun. Tässä välissä lasku kierrätetään, jotta saadaan varmistus laskun ja tilauksen oikeellisuudesta. Ostoreskontran tärkeä tehtävä on ostovelkojen seuraaminen. Ostoreskontra täsmätetään pääkirjanpitoon ajamalla ostoreskontrasta listaus avoimista laskuista ja vertaamalla sitä kirjanpidon ostovelkatilin saldoon (Lahti &

Salminen 2008, 71). Kun laskut maksetaan ajallaan, välttyään turhilta viivästyskuluilta. (economic 2015c.)

Taloushallinnon sähköistymisen myötä myös yrityksen ostolaskut saapuvat yhä useammin verkkolaskuina, jolloin ne menevät suoraan ostolaskujen kierrätysjärjestelmään. Kun ostolaskujen kierrätys on automatisoitu, koko tilauksesta maksuun -prosessi voidaan hoitaa merkittävästi lyhemässä ajassa kuin ennen ja näin myös välttää laskujen viivästymiset ja mahdollisesti niistä johtuvat seuraamukset. (Lahti & Salminen 2008, 28.)

Ostolaskujen vastaanotto sähköiseen ostolaskujen käsittelyjärjestelmään tapahtuu joko paperilaskun skannauksen kautta, verkkolaskuna tai EDI-liittymällä. Ostolaskun saapuessa järjestelmään, se tiliöidään heti ja lähetetään sitten sähköisesti tarkastettavaksi ja hyväksyttäväksi. Sähköisessä laskujenkierrätysjärjestelmässä laskun perustietoja ei tarvitse enää tallentaa ostoreskontraan manuaalisesti, vaan ne voidaan lukea automaattisesti OCR-älyskannauksella (Optical Character Recognition) laskulomakkeelta tai sähköiseltä laskulta järjestelmään. Tällöin ostoreskontranhoitajan tehtäväksi jää vain tietojen tarkastus, tiliöinti sisältäen alv-käsittelyn sekä laskun lähetys hyväksyntäkiertoon. (Lahti & Salminen 2008, 55.)

Kun lasku on lähetetty tarkastettavaksi tai hyväksyttäväksi, vastaanottaja saa sähköpostiinsa tai matkapuhelimeensa viestin, että hänellä on lasku odottamassa käsittelyä. Mikäli samalta toimittajalta vastaanotetaan toistuvasti laskuja joiden tiliöinti on sama, voidaan tiliöintiprosessia nopeuttaa asettamalla asiakkaalle oletustiliöinti. Laskujen käsittelijöille on usein mahdollista määritellä myös automaattisia muistutuksia, mikäli lasku on odottanut heidän käsittelyään tietyn ajan tai mikäli heidän käsittelyään odottaa lasku, joka on jo erääntynyt. Laskujen kierrätyksen jälkeen lasku on valmis maksettavaksi. Sähköisen käsittelyn parhaita puolia on myös se, että ostolaskut arkistoituvat sähköisesti. Yleensä ostolaskujen käsittelyjärjestelmissä on arkistointitoiminnallisuus, joka mahdollistaa sen, että käyttäjät löytävät omat aiemmin käsittelemänsä laskut tarvittaessa suoraan järjestelmästä. (Lahti & Salminen 2008, 55.)

Kun sähköisessä ostolaskujenkierrätysjärjestelmässä laskut vastaanotetaan sähköisesti suoraan järjestelmään, perinteinen ostolasku saapuu paperisena toimistolle, josta se viedään tai postitetaan asiatarkastajalle ja laskun hyväksyjälle ja myös takaisin. Manuaalisessa ostolaskuprosessissa ostoreskontran hoitaja tallentaa manuaalisesti laskun perustiedot sekä tiliöinnin ostoreskontraan vasta hyväksymiskierron jälkeen ja vasta sen jälkeen lasku on valmis maksettavaksi. Lopuksi perinteiset laskut on arkistoitava mappiin. (Lahti & Salminen 2008, 49; 62.)

Ostolaskujen käsittely on usein talousosaston eniten resursseja vievä prosessi, jolloin sen tehostamisella ja automatisoinnilla on saavutettavissa yleensä suurimmat hyödyt. Siirryttäessä perinteisestä paperiprosessista sähköiseen käsittelyyn voidaan prosessin kustannuksissa sääs-

tää jopa 90 prosenttia (Lahti & Salminen 2008, 48). Ostolaskujen nopea kierto edesauttaa muun muassa harvempiin maksukertoihin siirtymistä, koska useat maksukerrat johtuvat usein tarpeesta saada nopeasti maksuun lasku, joka on ollut hyväksyntäkierrossa niin kauan, että se on ehtinyt erääntyä (Lahti & Salminen 2008, 70). Jotkut yritykset pitävät verkkolaskujen vastaanottoa jopa edellytyksenä tehdessään uusia toimittajasopimuksia (Lahti & Salminen 2008, 58).

Tilitoimisto X käyttää ostolaskujen kierrätysjärjestelmänä Visman DCE -ohjelmaa, jolloin verkkolaskutusta käyttävien yritysten ostolaskut tulevat suoraan DCE:hen tarkistettavaksi ja hyväksyttäväksi. Perinteisiä laskuja lähettävien toimittajien laskut lähetetään Maventa-operaattoriin, jossa ne skannataan ja siirretään myös DCE-järjestelmään kierrätykseen. Sähköistä DCE-ostolaskujenkierrätysjärjestelmää käyttää tilitoimisto X:ssä vasta 16 prosenttia asiakkaista. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.)

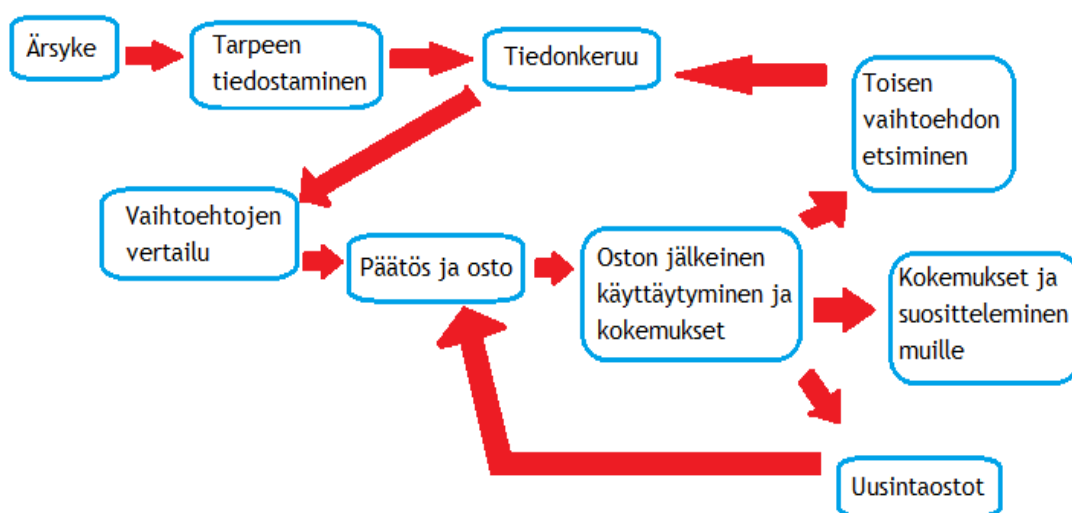
4 Asiakkaiden ostokäyttäytyminen

Tässä luvussa käydään läpi asiakkaiden ostokäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia asioita. Koska tutkimusongelmana on selvittää, kuinka asiakkaat saadaan vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon, on olennaista tietää, mitkä asiat vaikuttavat heidän ostopäätökseen. Löydettyä teoriaa ja tutkimustuloksia tullaan hyödyntämään muun muassa tutkimus-osiossa. Tässä tutkimuksessa tutkittavina asiakkaina ovat ne tilitoimisto X:n asiakkaat, jotka koettiin sopiviksi sähköiseen taloushallintoon. Näitä asiakkaita voidaan kutsua myös termillä prospektit. Prospektiksi voidaan kelpuuttaa organisaatio tai sitä edustava henkilö, jos hänellä on tarve, kyky ja päätösvalta tuotteen tai palvelun ostamiseen ja hän on myös muilta ominaisuuksiltaan sopiva ja tavoittelemisen arvoinen. Koska asiakkaat ovat yrityksiä, kyse on yritysten välisestä B2B-ostokäyttäytymisestä. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 54.) Ostokäyttäytymistä käydään läpi ostoprosessin avulla kohta kerrallaan soveltaen yleisiä teorioita tähän tutkimukseen.

Ostoprosessi etenee seuraavalla tavalla (kuvio 2). Ensin asiakas tarvitsee jonkin ärsykkeen tuotteesta tai palvelusta, jotta hän muistaa tai saa ensimmäistä kertaa kuulla, että kyseinen tuote on olemassa. Ärsykkeen jälkeen asiakas joko tiedostaa tarpeen kyseiselle tuotteelle tai palvelulle, tai sitten ei. Kun tarve on tiedotettu, haluaa asiakas usein lisää tietoa siitä. Etenkin, jos kyse on suuremmasta hankinnasta. Asiakkaan kerätessä tietoa tuotteesta tai palvelusta, hän usein myös vertailee sitä muihin samankaltaisiin tuotteisiin. Kun vaihtoehtoja on vertailtu ja joku niistä on todettu hyväksi, tekee asiakas ostopäätöksen ja ostaa tuotteen. Kun asiakas oston jälkeen alkaa käyttää tuotetta tai palvelua, hänelle kertyy käyttökokemuksia. Jos käyttökokemukset ovat hyviä, asiakas usein suosittelee tuotetta toisille asiakkaille, ja tuotteen tyyppistä riippuen mahdollisesti ostaa tuotteen uudelleenkin. Jos käyttökokemukset ovat olleet huonoja, niistäkin kokemuksista usein kerrotaan toisille asiakkaille. Asiakas saat-

taa myös palauttaa tuotteen tai keskeyttää palvelun, ja etsiä sen jälkeen uuden vaihtoehdon. (Bergström & Leppänen 2009, 40-43.)

B-to-B-ostoprosessi ja B-to-C-ostoprosessi etenevät saman kaavan mukaisesti, mutta B-to-B-palveluiden ostamisen erityispiirteet tulevat kuitenkin esiin, kun yksittäisiä vaiheita katsotaan lähemmin (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 41). Tilitoimisto X:n tapauksessa puhutaan siis yritysten välisestä ostoprosessista, mutta koska asiakasyritykset ovat suurimmaksi osaksi hyvin pieniä yrityksiä, on siinä myös paljon piirteitä kuluttajakäyttäytymisestä. Esimerkiksi ostoprosessiin vaikuttavien henkilöiden määrä on pienissä yrityksissä todennäköisesti hyvin pieni, kun taas isomman yrityksen kohdalla ostoprosessiin voi olla vaikuttamassa kymmeniä eri henkilöitä. Mitä enemmän ostopäätöksiä tekevään joukkoon kuuluu henkilöitä, sitä tärkeämpää eri vaikuttavien henkilöiden roolien tuntemus on. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 37.)



Kuvio 1 Ostoprosessin kulku (Bergström & Leppänen 2009, 140)

Ostoprosessin ymmärtäminen auttaa toimimaan oikealla tavalla prosessin eri vaiheissa (Bergström & Leppänen, 2009, 140), sillä yrityksen tehtävä on tarjota asiakkaalle tietoa ja apua kaikissa ostoprosessin vaiheissa, ja työntää asiakasta varovasti eteenpäin kohti ostopäätöstä (Contenta 2015). Yrityksen ostoprosessi eroaa yksityisen kuluttajan ostoprosessista siten, että yrittäjillä ei ole aika ihailta ja vertailla loputtomiin, vaan he haluavat tehdä päätöksen nopeasti ja helposti. Vaikka päätös pyritään ostohetkellä tekemään nopeasti, sen suunnitteluun ja tiedonhankintaan on usein käytetty paljon enemmän aikaa. Yritysostajat eivät tee samalla tavalla heräteostoksia kuin kuluttajat, vaan satsaavat yleensä kerralla paljon rahaa suureen yksittäiseen hankintaan tai suureen ostomäärään. (Seppä 2014.)

4.1 Tarpeen tiedostaminen

Yrityksille ja muille organisaatioille myytävät palvelut voidaan lukuisissa tapauksissa katsoa ratkaisuksi johonkin asiakasorganisaation ongelmaan. Yritysassiakas siis ostaa ikään kuin ratkaisuja ongelmiinsa. Tämän vuoksi b-to-b palvelut perustuvat usein asiakkaan ongelman määrittelyyn ja ratkaisuun yrityksen tarjoaman palvelukokonaisuuden avulla. Ongelmat löytyvät usein jonkin ärsykkeen seurauksena ja ne voivat olla sekä positiivisia että negatiivisia. Asiakkaiden ongelmia voivat olla esimerkiksi asiakkaiden valitusten lisääntyminen, pitkän tähtäimen ennusteiden tekeminen, kysynnän kausivaihtelut tai avainhenkilön poislähtö organisaatiosta. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 62-64.)

Tarpeen kartoittaminen ja tiedostaminen on kriittinen vaihe yrityksen hankintaprosessissa, sillä yrittäjä ei osta tuotetta tai palvelua, jota yritys ei tarvitse, tai jonka tarpeesta hänellä ei ole täyttä varmuutta. Tarpeen määrittelyn vaikeus riippuu pitkälti hankittavan tuotteen tai palvelun laadusta. Jos esimerkiksi ostettava raaka-aine on suoraa verrannollinen myytäviin tuotteisiin, on sen tarve ja määrä suhteellisen yksinkertaista päättää. Kun taas kyseessä on monimutkainen palvelukokonaisuus, kuten juuri uusi taloushallintojärjestelmä, on tarpeen määrittely huomattavasti työläämpää. Erityisesti tällaisten epäsuorien hankintojen kohdalla asiantuntijoiden rooli on yrittäjälle tärkeä. (Logistiikan maailma 2015.)

Yrityksellä kuluu tarpeen määrittelyyn yleensä paljon aikaa etenkin silloin, jos on kyse sellaisesta epäsuorasta tuotteesta tai palvelusta, jota ilmankin yritys vielä pärjää, eikä sen puuttuminen vaaranna liiketoimintaa. Esimerkiksi tietotekniset tuotteet ja palvelut tulisi nähdä investointina, joka voi aiheuttaa säästöjä esimerkiksi henkilöstökuluissa, laadun parantumisessa, ajankäytössä tai kustannuksissa. Näin ei aina kuitenkaan ole. Erittäin tärkeää onkin tietää, mihin olemassa olevat järjestelmät pystyvät ja ollaanko niistä otettu jo kaikki saatava hyöty irti. Erilaisten systeemityökalujen avulla voidaan visuaalisesti hahmottaa erilaiset prosessien ongelmakohdat sekä mahdolliset turhat päällekkäiset toiminnot. Etenkin pienissä yrityksissä, joissa kiire on jatkuvaa, ei tällaisten työkalujen käytölle ole aikaa, eikä ehditä ajatella niin kauaskantoisesti. (Kalliala & Kaskela 2005.)

Tiedostamisvaiheessa yrityksen tehtävä on siis saada asiakas tiedostamaan tarpeensa kyseistä tuotetta tai palvelua kohtaan. Kohderyhmä ei välttämättä edes tiedä, että heillä on ongelma, millaista ratkaisua se etsii, ja kannattaako ongelma ylipäätään ratkaista juuri sillä hetkellä. Yrityksen ei tässä tilanteessa kannata vain kovaäänisesti tarjota omaa ratkaisuaan, vaan nostaa kiinnostusta tarjoamaansa asiaa kohtaan ja demonstroida asiakkaille tuotteen tuoma konkreettinen hyöty, eli miksi ongelma kannattaa ratkaista. Tiedostamisvaiheessa yrityksen kannattaa esimerkiksi tarjota yleistä tietoa eri ratkaisuista, painottaa saatuja hyötyjä, valot-

taa markkinatrendejä, näyttää, miten muut käyttäjät ovat ratkaisseet saman ongelman tai ohjata tutkimusten ääreen. (Contenta 2015.)

4.2 Tiedonkeruu ja vaihtoehtojen vertailu

Tiedonkeruuvaiheessa asiakkaille tarjottavan tiedon tehtävä on näyttää, miten tarjottava tuote tai palvelu eroaa vaihtoehtoisista tuotteista. Kun asiakkaalla on tietoa aiheesta ja hän ymmärtää, mitä yritys oikeasti tarvitsee, seuraava askel on selvittää vastaako tarjottava tuote yrityksen ongelmaan. Tämän takia asiakasyrityksen odotukset ja tarpeet onkin hyvä olla tarkkaan tiedossa, jotta voidaan välttyä tarjoamasta heille tuotetta tai palvelua, joka ei pysty vastata heidän odotuksiaan (Logistiikan maailma 2015). Tiedonkeruuvaiheessa yrityksen kannattaa kertoa asiakkaille esimerkiksi markkinoilla olevien eri ratkaisumallien hyötyjä ja haasteita, osoittaa, mitkä asiat asiakkaan on hyvä huomioida valitessaan tuotetta, demonstroida tarjottavan tuotteen hyödyt sekä painottamalla, miksi juuri se olisi paras vaihtoehto. (Contenta 2015.)

Englantilaisen Base One:n teettämän tutkimuksen mukaan yritysasiakkaat pitivät selkeästi hyödyllisimpänä tietona hintatietoa ja seuraavaksi hyödyllisimpänä tietona tuotteen tai palvelun ominaisuuksia. Hybris Softwaren tuottaman tutkimuksen mukaan taas oston helppous kiinnostaa 94 prosenttia yritysostajista (Hybris Software 2012). Base One:n tutkimuksessa selvisi myös, millaisia haasteita asiakkailta oli ostoprosessissa. Niitä olivat muun muassa kustannukset ja investoinnin rahoittaminen, tarvittavan tiedon saanti hyvän ja perustellun päätöksen tekemiseen, muiden yrityksen jäsenten vakuuttaminen oikean päätöksen tekemisestä sekä toimituksen nopeus ja luotettavuus. (Bottom 2013.)

Kirjassa *European Journal of Marketing* on julkaistu tutkimus taloushallintopalvelujen tuottajien valintakriteereistä. Vaikka tilitoimisto X:n tilanteessa asiakkaat eivät vertaile palveluita eri toimittajien välillä, vaan vertailu tapahtuu perinteisen ja sähköisen taloushallinnon välillä, antaa tutkimus tietoa siitä, mitä yritysasiakkaat pitävät tärkeimpinä asioina. Tärkeimpiä kriteerejä ovat tutkimuksen mukaan olleet palveluyrityksessä aina saatavilla olevat avainhenkilöt, henkilökohtaisen palvelun tarjonta sekä nopean ja tehokkaan palvelun tuottajan maine. Koska asiakkaat selvästi arvostavat nopeaa ja tehokasta palvelua sekä henkilökohtaista palvelua, kannattaa ne asiat nostaa esille sähköisen taloushallinnon etuina. (Ojasalo, J. & Ojasalo K. 2010, 49.)

Hinta ja kustannukset nousevat lähes aina esiin missä tahansa hankinnassa. Hintaa arvioitaessa asiakas on syytä saada ymmärtämään, että palvelun hinta ei yksin mittaa sen kustannuksia. Muita epäsuoria kustannuksia yritykselle ovat esimerkiksi hankintaprosessissa tarvittavien henkilöiden osaamisvaatimuksista aiheutuvat kustannukset, ajankäyttö sekä vaikutukset tuot-

tavuuteen. Kalliimpi, mutta tehokkaampi ratkaisu voi siis loppujen lopuksi ollakin edullisempi vaihtoehto, kun lasketaan ajankäytön ja tuottavuuden tuomat kustannussäästöt. Sen takia onkin turha puhua ainoastaan palvelun konkreettisesta hinnasta. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 52.)

4.3 Oston jälkeinen asiakastyytyväisyys

Asiakkaiden ostonjälkeinen käyttäytyminen ja ostonjälkeiset kokemukset ovat asiakastyytyväisyyden kannalta tärkeitä asioita. Asiakastyytyväisyys kertoo, kuinka hyvin yritys on onnistunut vastaamaan asiakkaiden odotuksiin tai parhaassa tapauksessa ylittämään odotukset (e-conomic 2015d). Oston jälkeinen asiakastyytyväisyys vaikuttaa paljon siihen, kuinka asiakas toimii jatkossa. Jos tuote on vastannut odotuksia, asiakas saattaa sitä eteenpäin sekä luottaa jatkossakin yrityksen tuotteiden laatuun. Jos tuote taas ei ole vastannut odotuksia, asiakas saattaa esimerkiksi palauttaa sen, mistä aiheutuu myös myyjän kannalta lisää vaivaa. Tyytymättömän asiakas saattaa myös varoittaa muita kyseisestä tuotteesta tai palvelusta. (Bergström & Leppänen 2009, 143.) Uskollisten asiakkaiden saaminen on tavoiteltua, sillä tuotteella tai palvelulla ollessa uskollisia asiakkaita, saa se positiivista markkinointia myös asiakkaiden omista sosiaalisissa piireissä (e-conomic 2015d).

On tärkeää, että yritys ymmärtää asiakkaidensa todelliset tarpeet ja reagoi heidän palautteeseensa. Se tarjoaa yritykselle merkittävän kilpailuedun, sillä ainoastaan erittäin tyytyväiset asiakkaat ovat halukkaita ostamaan yrityksen tuotteita uudestaan. Tärkeä osa asiakassuhteiden hoitamisesta on huolehtia siitä, että asiakkaiden odotukset ovat oikealla tasolla, ei liian korkealla eikä liian matalalla. Asiakkaille annettavien lupauksen tulee vastata tarjottavan tuotteen tai palvelun todellista laatua, sillä asiakkaan ostaessa tuotteen, selviää hänelle ennemmin tai myöhemmin tuotteen todellinen laatu. Myös tuotteen kohderyhmä tulee olla tarkoin valittu, jotta ei tarjota tuotetta asiakkaille, joiden toiveita ei edes ole mahdollista tarjottavalla tuotteella tai palvelulla täyttää. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

5 Tutkimus

Tutkimuksen tavoitteena on etsiä ratkaisua päätutkimusongelmaan, eli kuinka asiakkaat saadaan vaihtamaan sähköisiin taloushallintopalveluihin. Ratkaisua lähdetään selvittämään kolmella tutkimuskysymyksellä:

1. Miksi jotkut asiakkaat ovat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon ja jotkut eivät?
2. Millaisia hyötyjä asiakkaat ovat kokeneet saaneensa sähköisestä taloushallinnosta?
3. Millaiset asiat ovat asiakkaalle tärkeimpiä taloushallinnossa?

Tutkimuksella kerätään tietoa asiakkaiden kokemuksista, tarpeista ja näkökulmista liittyen heidän taloushallintonsa hoitoon. Tarkoituksena oli koittaa selvittää syitä erityisesti siihen, millä perusteella jotkut asiakkaat haluavat vaihtaa sähköiseen taloushallintoon ja jotkut eivät, jotta voidaan keksiä keinoja sähköisen taloushallinnon lisäämiselle. Tutkimus on niin sanottu soveltava tutkimus, sillä sen avulla pyritään löytämään uutta tietoa, joka auttaa ymmärtämään paremmin ratkaistavan ongelman luonnetta ja löytämään samalla keinoja käytännön ongelman selvittämiseksi (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 19).

Tutkimus koostuu haastatteluista ja kyselytutkimuksesta, joita pohjustaa asiakkaiden ryhmitely. Asiakkaat ryhmiteltiin tutkimuksen kohderyhmien eli molemmissa tutkimusmenetelmissä käytettyjen tutkittavien joukkojen määrittämiseksi. Tutkimuksesta saatujen tietojen perusteella tullaan suunnittelemaan toimintaideoita, joilla tilitoimisto X:n asiakkaita pyritään saada vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon.

Haastatteluvaiheessa pyrittiin saamaan selville, millaisia sähköistä taloushallintoa käyttävien asiakkaiden kokemukset ovat olleet sähköistymisestä ja miksi he halusivat sähköistää taloushallintonsa. Kyselytutkimuksen tavoitteena taas oli selvittää perinteistä taloushallintoa käyttävien asiakkaiden näkökulmia heidän taloushallinnostaan sekä heidän kiinnostusta sähköiseen taloushallintoon. Haastatteluja käytettiin ikään kuin kyselytutkimuksen esikokeena, jotta kyselyllä osattiin selvittää oikeita asioita ja sen kysymykset olisivat mahdollisimman tarkoitukseen mukaisia tutkimuksen ongelman kannalta.

Taloushallinnon hyödyistä on tehty monia tutkimuksia ja kirjoitettu paljon, mutta kirjoittajat ovat lähes poikkeuksetta taloushallintoalan ammattilaisia tai opiskelijoita tai muuten juuri taloushallinnosta kiinnostuneita. Siksi tässä tutkimuksessa pyrittiinkin asiakaslähtöisyyteen ja nimenomaan asiakkaan mielipiteen ymmärtämiseen, sillä on selvää, että taloushallintoalan ihmisten näkökulma taloushallintoon on usein hyvin erilainen kuin muilla aloilla työskentelevien henkilöiden, kuten esimerkiksi rakennus- tai siivousalan yrittäjien. Taloushallinto saattaa olla monesti asia, joka koetaan lainmukaisena välttämättömyytenä ja se halutaan hoitaa mahdollisimman helposti. Tällöin esimerkiksi se, kuinka paljon yrittäjä joutuu käyttämään omaa aikaansa siihen, saattoi olla ratkaisevaa. Joku toinen taas saattoi kokea taloushallinnon merkittävänä apuna ja koko yritystoiminnan perustana, jolloin hän haluaisi saada siitä mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa. Kolmannelle taas esimerkiksi kustannukset saattoivat olla suurin kysymys taloushallinnollisissa asioissa. Tutkimusta tehdessä oli myös muistettava, että kaikki perinteistä taloushallintoa käyttävät asiakkaat eivät välttämättä edes tiedä mitä sähköinen taloushallinto todella tarkoittaa.

5.1 Kohderyhmien valinta

Tutkimuksen oikeanlaisen kohderyhmän löytämiseksi tehtiin asiakkaiden ryhmittely. Ryhmittely oli tutkimuksen onnistumisen kannalta välttämätön, sillä tilitoimisto X:ssä on paljon erisuuruisia ja eri tilanteissa olevia asiakkaita, jotka eivät kaikki sovellu sähköiseen taloushallintoon (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a). Asiakkaiden ryhmittelyllä asiakkaat jaettiin toisistaan eroaviin pienempiin ryhmiin sen mukaan, kuinka sopivia he ovat sähköiselle taloushallinnolle. Ryhmittelyn avulla tutkimus ja myöhemmin palvelun markkinointi ja myynti saadaan kohdistettua juuri oikealle kohderyhmälle. Sen myötä voidaan myös ymmärtää paremmin erilaisten asiakasryhmien tarpeita ja arvoja. Kun tuotteelle tai palvelulle potentiaalisin asiakasryhmä on löydetty, on myös heille oikeanlaisen lähestymistavan löytäminen helpompaa. (Karkkila 2015.)

Tilitoimisto X:n asiakkaista 60 prosenttia on rakennusalan yrityksiä. Myös kuljetusala muodostaa toisen ison osan asiakaskunnasta, mutta asiakkaita löytyy myös useilta muiltakin toimialoilta. Tilitoimisto X:n asiakkaista viidesosa on siirtynyt sähköisiin palveluihin. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.) Asiakkaiden ryhmittelyn tarkoituksena on löytää perinteisen kirjapidon asiakkaana oleva asiakasryhmä, jonka asiakkaat ovat esimerkiksi tarpeiltaan, toimialaltaan ja suuruudeltaan samankaltaisia kuin sähköisiin palveluihin siirtyneet asiakasyritykset. Tavoitteena on siis ikään kuin esitutkimuksena erotella asiakaskunnasta ne potentiaaliset ryhmät, joille tutkimus ja kehitysideoita kannattaa suunnata. On esimerkiksi selvää, että tilitoimisto X:n asiakaskunnasta löytyy sellaisia yrityksiä tai yhdistyksiä, joille sähköinen taloushallinto ei ole vielä ajankohtaista, ja syyt perinteisen taloushallinnon valitsemiselle ovat selvät. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.)

Asiakkaiden ryhmittelyssä käytettiin tutkimusmenetelmänä dokumenttianalyysiä. Dokumenttianalyysi tarkoittaa kaikenlaisen todennettavissa olevan tutkimusaineiston analysointia, josta ei saada koottua tarvittavaa tietoa suorien ja välittömien havaintojen perusteella. Dokumenttien analysoiminen on usein helpompi vaihtoehto haastatteluille ja kyselyille, etenkin, jos tarvittava tieto perustuu dokumentoituihin faktoihin, jotka ovat helposti saatavilla. Myös historiantutkimus kuuluu olennaisena osana dokumenttianalyysiin. Aiheesta riippuen, on usein tärkeää nähdä myös dokumentteja muutaman vuoden takaa, jotta niitä voidaan verrata nykyhetkeen. (Anttila 1998a.)

Dokumentteina käytettiin tilitoimisto X:n asiakastietoja kuten tuloslaskelmia ja taseita sekä tiliotteita ja arkistoituja tositteita yhdessä internetistä saamani tiedon kanssa. Dokumenteista oli nähtävillä myös lista asiakasyrityksistä ja siitä, ketkä heistä käyttävät mitään palveluita. Internetistä kerättiin tietoa esimerkiksi asiakasyritysten toimialoista ja koosta. Dokumentteja analysoitaessa oli aluksi tärkeää selvittää, millä perusteella yrityksiä on järkevintä ryhmitellä.

Seuraavassa alaosiossa kerrotaan, mitä asioita ryhmittelyssä on otettu huomioon ja toisessa alaosiossa jaetaan asiakkaat ryhmiin niiden mukaisesti.

5.1.1 Valinnan perusteet

Saatujen dokumenttien mukaan tilitoimisto X:n ympärivuotisista asiakkaista 18 prosenttia käyttää tilitoimisto X:n tarjoamia sähköisiä palveluita. Lisäksi muutamalla prosentilla asiakaskunnasta on käytössä oma ohjelma sähköiseen taloushallintoon. Nämä asiakkaat muodostavat oman asiakasryhmän, joka toimii ikään kuin malliryhmänä tässä tutkimuksessa. Lisäksi asiakkaita, joiden kirjanpito tehdään vain kerran vuodessa tilinpäätöshetkellä, on muutama. Ne muodostavat oman asiakasryhmän eikä niitä huomioida tässä tutkimuksessa ollenkaan. Kerran vuodessa tehtävät asiakkaat ovat usein esimerkiksi pieniä asunto-osaakeyhtiöitä tai yhdistyksiä. Heidän kirjanpitonsa tehdään aina perinteisellä menetelmällä, eikä niiden ole edes toistaiseksi kannattavaa vaihtaa sähköiseen taloushallintoon. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.)

Tärkein syy taloushallinnon sähköistämiseksi on yrityksestä lähtevien sekä yritykselle tulevien laskujen määrä. Kun tositemäärä kasvaa ja toiminta monipuolistuu, myös sähköisen kirjanpidon hyödyt kasvavat (Laskentavalio Ky 2015). Laskujen määrää voidaan mitata esimerkiksi yrityksen pankkitilien tilitapahtumien määrällä. Mitä enemmän tapahtumia yrityksellä on pankkitilillä, sitä enemmän suositeltavaa sähköiseen taloushallintoon vaihtaminen sille on. Myös yrityksen toimiala vaikuttaa jonkin verran siihen, kuinka kannattavaa sähköisen taloushallinnon käyttöönotto on. Esimerkiksi toimialoilla, joilla käteisellä maksetut osamaksut sekä vaihtokaupat ovat tavallisia, voi sähköisen laskutuksen käyttö asettaa haasteita. Tällaisia toimialoja ovat esimerkiksi moottoriajoneuvojen tai muiden hintavampien tuotteiden vähittäiskauppaan liittyvät alat. Lisäksi tilitoimiston näkökulmasta katsottuna asiakkaan maksukykyisyys ja asiakassuhteen jatkuvuus on tärkeää, kun tehdään suuria ja aikaa vieviä muutoksia. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.)

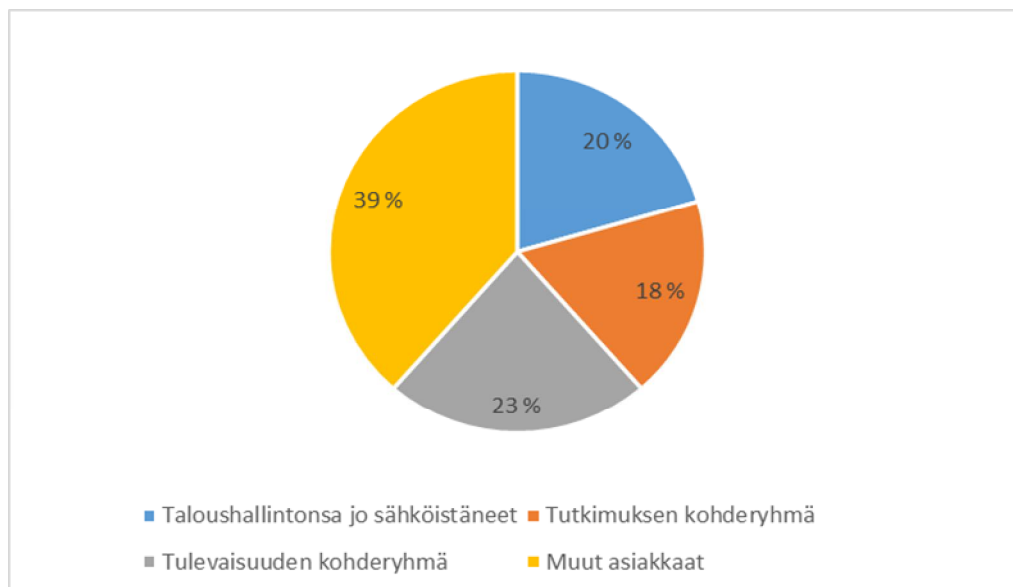
Myös liikevaihto on hyvä mittari silloin, kun vertaillaan saman alan yrityksiä, joilla myynnit koostuvat suurin piirtein samansuuruisista myyntilaskuista. Muuten liikevaihdon perusteella ei kannata tehdä päätöstä taloushallinnon sähköistämisestä, sillä joissain tilanteissa myös pienellä yrityksellä voi olla perusteltu tarve erittäin kattavalle maksuliikenne- ja maksuliikenne- tai vastaavasti voi olla, että suurikin konserni tulee toimeen esimerkiksi ilman sähköistä myyntilaskutusta (Lahti & Salminen 2008, 35). Esimerkiksi asuntoja myyvän yrityksen liikevaihto voi olla hyvin suuri sisältäen vain muutaman myynnin, kun taas siivouksia tarjoavan yrityksen liikevaihto voi sisältää satoja yksittäisiä myyntejä ollen silti pienempi kuin asuntoja myyvän yrityksen.

Asiakkaiden ryhmittely tehtiin asiakkaiden tilitapahtumien määrän, toimialan ja toiminnan soveltuvuuden, maksukykyisyyden sekä toiminnan jatkuvuuden perusteella. Kaikkien 70 perinteistä taloushallintoa käyttävän asiakkaan tilitapahtumien määrää tutkittiin kolmen kuukauden ajalta ja niistä laskettiin keskiarvo. Tarkastelemalla usean eri kuukauden tapahtumia vältän yhden poikkeavan kuukauden vaikutusta tutkimuksessa. Useimmilla yrityksillä tutkittavat kuukaudet olivat vuoden 2015 tammikuusta maaliskuuhun, mutta joillain yrityksillä tutkiminen täytyi aloittaa vielä vuoden 2014 puolelta, koska vuoden 2015 kirjanpito oli vielä aloittamatta. Yritysten tilitapahtumien määrät vaihtelivat alle kymmenestä tapahtumasta aina lähes 600 kuukausittaiseen tilitapahtumaan saakka. Kun yritysten tilitapahtumien määrän suhdetta aineiston määrään tutkittiin, saatiin selville, että suurin piirtein niillä yrityksillä, joilla tilitapahtumia oli alle 70, vuoden tapahtumat voitiin arkistoida kokonaisuudessaan vielä yhteen kansioon.

Asiakkaiden liiketoiminnan soveltuvuudesta sähköiseen taloushallintoon saatiin tietoa tutkimalla kansioista heidän aiemmin tiliöityjä tositteitaan. Aineistoista saatiin tietää, millaisia ostoja ja myyntejä yrityksellä on. Tämän pohjalta arvioitiin, kuinka soveltuvia ne ovat esimerkiksi verkkolaskutukseen. Muista ryhmittelyyn vaikuttavista tekijöistä saatiin tietoa yrityksen toimitusjohtajalta.

5.1.2 Tilitoimisto X:n asiakasryhmät

Jaoin asiakkaat tilitoimisto X:ltä saatujen dokumenttien ja tietojen perusteella neljään ryhmään (Kuvio 2 Asiakasryhmät). Kuvion sininen segmentti muodostuu sähköistä taloushallintoa käyttävistä asiakkaista. Heitä on tällä hetkellä noin 18 prosenttia yrityksen asiakkaista. Kuvion oranssi segmentti on tämän tutkimuksen kohderyhmä, eli ryhmä, jonka asiakkaat eivät vielä käytä sähköistä taloushallintoa, mutta heidät pyritään saada siirtymään siihen. Myös siihen ryhmään kuuluu noin kahdeksantoista prosenttia asiakkaista, mikä tarkoittaa sitä, että sähköistä taloushallintoa käyttävien asiakkaiden määrän olisi tavoite kaksinkertaistua. Kuten kuvioista käy ilmi, tilitoimisto X:llä olisi tämänkin asiakasryhmän sähköistymisen jälkeen vielä iso joukko perinteistä taloushallintoa käyttäviä asiakkaita. Sen vuoksi tein yhden asiakasryhmän asiakkaista, joille sähköisen taloushallinnon suosittelu voisi tulla ajankohtaiseksi lähitulevaisuudessa, kun yhä useampi yritys siihen siirtyy. Tämä asiakasryhmä on kuvattu harmaalla ja siihen kuuluu noin 23 prosenttia asiakkaista. Suurimman, keltaisella merkityn asiakasryhmän muodostavat loput tilitoimiston asiakkaat, joille ei ole vielä erilaisista syistä kannattavaa suositella sähköisiä taloushallintopalveluita. Heitä ei myöskään kannata ottaa mukaan tutkimukseen, sillä syyt perinteisen taloushallinnon valitsemiselle ovat selvät. Tähän joukkoon kuuluu asiakkaista noin 41 prosenttia.



Kuvio 2 Asiakasryhmät

Taloushallintonsa jo sähköistäneitä asiakkaita tilitoimisto X:n asiakaskunnasta on 20 prosenttia, josta kymmenesosalla on käytössä oma sähköinen järjestelmä. Loput heistä käyttävät tilitoimiston tarjoamia sähköisiä palveluita: 16 prosenttia sähköistä ostolaskujen kierrätysjärjestelmää ja sähköistä myyntilaskutusta, loput 4 prosenttia vain sähköistä myyntilaskutusta. Kaikki sähköisiä taloushallintopalveluita käyttävät asiakkaat ovat osakeyhtiöitä ja kaikkien heidän liikevaihtonsa edellisellä tilikaudella on ollut yli 100 000 euroa. Asiakkaat ovat eri toimialoilta vähittäiskaupoista tieliikenteen tavarankuljetukseen. Sähköistä taloushallintoa käyttäville asiakkaille tehdään haastattelut, joilla selvitetään heidän kokemuksiaan sähköisestä taloushallinnosta ja syitä siihen siirtymisestä. Haastatteluiden tulosten pohjalta pohditaan, kuinka myös muut asiakkaat saadaan innostumaan sähköisistä palveluista.

Tilitoimisto X:n asiakkaita, joiden olisi erittäin suositeltavaa vaihtaa sähköiseen taloushallintoon, on 18 prosenttia asiakaskunnasta. Näistä asiakkaista suuri osa toimii tieliikenteen tavarankuljetuksen toimialalla, erilaisten rakennus- ja urakointitöiden parissa tai tarjoaa sijoitus-toimintaan liittyviä palveluita. Lisäksi yksittäisiä asiakkaita on moottoriajoneuvojen huollon- ja korjauksen toimialalta, LVI-alalta, siivousalalta ja kotitalouskoneiden korjausten parista. Näillä kaikilla asiakkailla kuukausittainen aineiston määrä muodostui yli 70 tilitapahtumasta, suurimmalla osalla jopa yli sadasta. Myös kaikkien niiden toiminta soveltuu helposti sähköiseen taloushallintoon ja saadun tiedon perusteella ei ole tiedossa minkäänlaisia esteitä, mitkä voisivat haitata niiden siirtymistä siihen. Tästä johtuen nämä asiakkaat muodostavat kohderyhmän, jolle markkinointiviestintä tullaan suunnittelemaan. Kaikkien kohderyhmään kuuluvien asiakkaiden liikevaihto on myös yli 100 000 euroa.

Tulevaisuuden kohderyhmän koostaa 23 prosenttia asiakaskunnasta. Ne ovat sellaisia asiakkaita, joille sähköisen taloushallinnon suosittelu tulee luultavasti ajankohtaiseksi myöhemmin. Monilla heistä oli paljon sellaisia piirteitä, joiden perusteella sähköinen taloushallinto olisi järkevää ottaa käyttöön, mutta jostain syystä se voisi kuitenkin vielä tuottaa hankaluuksia joko tilitoimistolle tai asiakkaalle itselle. Monilla näistä yrityksistä tilitapahtumien määrä jäi vielä alle 70, jonka vuoksi perinteinen menetelmä sopii heille tällä hetkellä hyvin. Kuitenkin sähköisen taloushallinnon yleistyessä ja etenkin näiden yritysten toiminnan mahdollisesti kasvaessa, tulee taloushallinnon sähköistäminen entistäkin ajankohtaisemmaksi. Lisäksi teknologian ja sitä kautta ohjelmistojen kehitys antaa uusia mahdollisuuksia ja tekee sähköisen taloushallinnon käyttöönoton entistäkin helpommaksi.

Asiakasryhmä ”muut asiakkaat” koostuu suurimmaksi osaksi asiakkaista, joilla kuukausittaisien tilitapahtumien määrä jäi alle neljäkymmenen tai joiden liiketoimintaa ollaan lopettamassa. Yritysten, joiden pankkitilillä on alle 40 tapahtumaa kuukaudessa, toiminta on hyvin vähäistä eikä usko heillä olevan tarvetta vaihtaa pois perinteisestä kirjanpidosta. Tähän ryhmään kuuluu 32 prosenttia asiakkaista, mikä kertoo siitä, että tilitoimisto X:llä on asiakaskunnassa paljon pieniä yrityksiä. Jos yritys haluaa päästä tavoitteeseensa, eli paperittomaksi tilitoimistoksi, kannattaa myös näiden pienitoimintaisten asiakkaiden mahdollisuuksia vaihtaa sähköiseen taloushallintoon tulevaisuudessa miettiä.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksessa käytettyjä tutkimusmenetelmiä, menetelmän käyttöä sekä asioita, joita menetelmillä on pyritty selvittämään. Tutkimuksessa käytettiin kahta eri tutkimusmenetelmää: puolistrukturoitua haastattelua sekä postikyselyä. Molemmissa tutkimusmenetelmissä pääpaino oli kvalitatiivisen tiedon keräämisessä, mutta kyselytutkimuksella kerättiin kvalitatiivisen tiedon lisäksi myös kvantitatiivista tietoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 196; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.)

Tutkimus painottui kvalitatiivisen tiedon hankintaan siksi, koska sen tarkoituksena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä paremmin ja kokonaisvaltaisemmin (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 105). Tutkimuksella on siis tarkoitus selvittää, mitä tutkittavat henkilöt ajattelevat, tuntevat, kokevat tai uskovat, sekä syitä näille tuntemuksille. Lisäksi määrien mittaamista ei koettu tarpeelliseksi, sillä kohderyhmät olivat pienet, jolloin jo valmiiksi tiedettiin, ettei tutkittavia saada paljoa. (Vilpas 2015, 2.)

5.2.1 Puolistrukturoitu haastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimpiä tiedonkeruutapoja. Se on joustava tiedonkeruumenetelmä, jonka vuoksi se sopii monenlaisiin tarpeisiin. Haastattelussa on etukäteen asetetut tavoitteet ja tutkimusongelma, johon pyritään löytämään mahdollisimman luotettava ratkaisu (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2015). Haastattelutilanteessa tutkija kerää tutkimustietoa haastateltavalta kohdehenkilöltä keskustelemalla tutkittavasta aihealueesta. Haastattelumuodosta riippuen keskustelu voi olla enemmän tai vähemmän ennalta suunniteltua. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.)

Tässä tutkimuksessa haastateltiin viittä tilitoimisto X:n sähköistä taloushallintoa käyttävää asiakasta. Haastateltavat olivat kaikki eri toimialoilta. Haastatteluista kolme tehtiin kasvotusten joko tilitoimiston tai asiakkaan toimistolla ja kaksi pitkien välimatkojen ja aikatauluongelmien vuoksi puhelinhaastatteluna. Kolme kasvotusten tehtyä haastattelua nauhoitettiin ja ne litteroitiin kokonaisuudessaan. Puhelinhaastatteluista tehtiin muistiinpanoja jo haastattelun aikana kysymysten välissä sekä laajemmin haastattelun jälkeen. Haastateltavat valittiin tietoisesti viidestätoista taloushallintonsa jo sähköistäneestä asiakkaasta. Valintaan vaikutti toimitusjohtajan arvio siitä, ketkä lähtisivät todennäköisimmin mukaan tutkimukseen. Arvio perustui asiakkaiden sijaintiin sekä kiireellisyyteen. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a.)

Tutkimuksen haastattelumuodoksi valittiin puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidulla haastattelulla kerättiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusaineistoa (Tampereen teknillinen yliopisto 2015). Kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä haastateltavia ei tarvita niin monta, vaan pääpaino on nimenomaan yksittäisistä haastatteluista saatavassa laadullisessa tiedossa. Puolistrukturoidun haastattelun tapaan haastattelukysymykset oli ennalta suunniteltu (liite 1) ja kaikille haastateltaville esitettiin samankaltaiset kysymykset. Poikkeuksena tähän oli kuitenkin yksi kysymys, jonka esittäminen vaihteli kullakin haastateltavalla sen mukaan, olivatko he ottaneet sähköisen taloushallinnon käyttöönsä heti kuin tilitoimisto otti sen käyttöönsä vasta myöhemmin. Puolistrukturoitu haastattelu eroaa strukturoidusta haastattelusta sillä, että vaikka haastattelukysymykset on suunniteltu tarkasti etukäteen, haastattelutilanne on avoimempi ja vapaampi. Myös joitain lisäkysymyksiä oli mahdollista esittää tilanteen mukaan.

Ensimmäiseksi haastateltavilta kysyttiin, miksi he olivat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon. Tämä oli tärkeä kysymys, sillä teorian mukaan ostoprosessi lähtee aina asiakkaan ongelmasta, jonka laukaisee tavallisesti jokin ärsyke. Tällä kysymyksellä siis pyrittiin selvittämään, millaisia ongelmia tai ärsykeitä tilitoimiston asiakkailla on. Toinen kysymys: ”Miksi ette olleet vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon jo aiemmin?” pyrkii kartoittamaan, onko haastateltavilla ollut jo esimerkiksi tilanteita, joissa ongelma on ollut, mutta joku syy on es-

tänyt sen ratkaisemisen, tai se on ratkaistu jollain muulla tavalla. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 62-64.)

Kolmannella ja neljännellä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, vastaavatko asiakkaiden mielipiteet yleisiä teorioita sähköisestä taloushallinnosta ja sen hyödyistä. Haastateltavilta kysyttiin, minkälaisia hyötyjä sähköinen taloushallinto on tuonut yritykselle ja mitkä ovat olleet suurimmat käytännön erot perinteisen ja sähköisen taloushallinnon välillä. Haastattelussa kysyttiin myös vaihtamisprosessiin liittyvistä ongelmista sekä siitä, onko sähköinen taloushallinto vastannut haastateltavien odotuksia. Kysymykset valittiin siksi, että teorian mukaan oston jälkeinen asiakastyytyväisyys vaikuttaa siihen, millaisia kokemuksia kyseisestä tuotteesta tai palvelusta kerrotaan eteenpäin (Bergström & Leppänen 2009, 143). Kun tiedetään mahdolliset sähköisen taloushallinnon tuomat ongelmat ja pettymykset, voidaan niitä jo myyntivaiheessa verrata asiakkaan vaatimukseen ja tarpeisiin. Olennaisia haittapuolia on turha peitellä, sillä ne tulevat joka tapauksessa ilmi asiakkaan ostaessa tuotteen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Haastattelussa kysyttiin myös, miksi sähköisestä taloushallinnosta olisi hyötyä erityisesti juuri kyseisen haastateltavan työssä tai koko hänen toimialallaan. Tällä kysymyksellä pyrittiin etsimään konkreettisia esimerkkejä sellaisista tilanteista, aloista ja työtehtävistä, joissa sähköisestä taloushallinnosta olisi erityisesti hyötyä. Näitä esimerkkejä voidaan myöhemmin verrata niiden asiakkaiden työtilanteisiin, jotka eivät ole vielä vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon.

Puolistrukturoitu haastattelu valittiin haastattelumuodoksi siksi, koska se sopii erityisesti juuri tämän kaltaisiin tilanteisiin, jossa täytyy saada tietoa tietyistä asioista, mutta halutaan antaa haastateltavalle hieman liikkumatilaa sekä mahdollisuus laajoihinkin vastauksiin. Puolistrukturoitu haastattelu oli myös helpompi hoitaa tarvittaessa puhelimitse kuin esimerkiksi teema-haastattelu, joka on ennalta suunnittelempampi haastattelumuoto. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.)

5.2.2 Postikysely

Tutkimuksen toiseksi tutkimusmenetelmäksi valikoitui kysely. Kysely on ikään kuin lomakkeen välityksellä tehty strukturoitu haastattelu, jossa tutkittavia henkilöitä pyydetään vastaamaan kirjallisesti annettuihin kysymyksiin. Kysymykset voivat olla joko kvantitatiivisia, kuten esimerkiksi monivalintakysymykset, kvalitatiivisia kuten avoimet kysymykset tai molempia yhdistettynä. Kysely on keskeinen menetelmä sellaisissa tutkimuksissa, joissa aineistoa kerätään standardoidusti, ja jossa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta. Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleensä sitä, että sen avulla on mahdollista kerätä

laajakin tutkimusaineisto ilman suurta ajankäyttöä ja vaivannäköä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193-195.)

Kyselyn tarkemmaksi muodoksi valittiin postikysely, joka lähetettiin sähköpostilla. Postikyselyissä lomake lähetetään tutkittaville, he täyttävät sen itse ja postittavat lomakkeen takaisin tutkijalle. Menettelyn etuna on nopeus ja vaivattomuus, mutta ongelmaksi muodostuvat yleensä vastausten kato. Lomakkeita joudutaankin yleensä karhuamaan useita kertoja. Toisena yleisenä kyselymuotona käytetään kontrolloitua kyselyä, jossa lomakkeet jaetaan vastaajille henkilökohtaisesti. Tässä tutkimuksessa kontrolloitu kysely olisi osoittautunut liian haasteelliseksi, koska ei tule olemaan tilannetta, jossa koko kohdejoukko tai edes osa siitä, olisi samaa aikaa samassa paikassa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 196-197.)

Postikysely valittiin yhdeksi tutkimusmenetelmäksi, koska haluttiin saada tietoa tutkittavien omista ajatuksia. Tutkimus haluttiin toteuttaa koko kohderyhmällä, joten yksittäiset haastattelut olisivat vieneet liikaa aikaa niin haastateltavilta kuin minulta tutkijaltakin. Myös ryhmähaastattelun järjestäminen oli mahdoton ajatus, koska haastateltavat ovat tilitoimiston asiakkaita, joiden ei kuulu saada tietoa muista asiakkaista. Tästä johtuen postikysely osoittautui sopivaksi ratkaisuksi. Lähetystavaksi valittiin sähköposti, koska se on nykyaikainen ja helppo ratkaisu, ja lähes kaikki muutkin tilitoimisto X:n postit kulkevat sähköisesti.

Kyselylomake (liite 2) lähetettiin pienen alustuksen ja ohjeistuksen kanssa 15 asiakkaalle, eli kaikille kohderyhmään kuuluville asiakkaille. Kolmesta lähetyskerrasta huolimatta vastauksia saatiin vain viisi. Kyselylomakkeen kysymykset suunniteltiin haastatteluista saadun tiedon pohjalta ja kohderyhmä määrytyi asiakkaiden ryhmittelyn perusteella. Kyselyillä pyrittiin selvittämään, miksi asiakkaat eivät halua tai haluaisivat vaihtaa sähköiseen taloushallintoon, ja mitä he pitävät tärkeänä taloushallinnossa. Tavoitteena oli myös samalla muistuttaa kohderyhmää sähköisen taloushallinnon olemassaolosta, ja kertoa sen eduista kysymysten välityksellä.

Kyselylomakkeilla kerättiin tietoja haastateltavien yritysten toiminnasta sekä heidän asenteista, uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä sähköistä taloushallintoa kohtaan. Lomake sisälsi kymmenen monivalintakysymystä, jossa kussakin oli kolme yksinkertaista vastausvaihtoehtoa. Vastaajia pyydettiin aina jatkamaan valitsemaansa vastausvaihtoehtoa kirjoittamalla sen omia ajatuksiaan vastaavaksi. Näin kyselyistä saatiin kerättyä laadullista tutkimusaineistoa. Avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden sanoa, mitä hänellä on todella mielessään, mutta valmiiksi annettu alku vastaukselle auttoi ymmärtämään paremmin kysymyksen tarkoituksen. Näin myös saatiin sellaisia vastauksia, joita on helpompi vertailla keskenään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 201.)

6 Tutkimustulokset

Tutkimusaineiston muodostivat viiden tilitoimiston sähköistä taloushallintoa käyttävän asiakkaan haastattelut sekä neljän tilitoimiston perinteistä taloushallintoa käyttävän asiakkaan kyselyt. Haastattelut ja kyselyt analysoidaan eri osioissa, koska kyselyiden kysymykset suunniteltiin vasta haastatteluiden analysoinnin pohjalta.

Molempien tutkimusmenetelmien tuloksia analysoitiin teemoittelu-analyysimenetelmää käyttäen. Teemoittelu on luonteva etenemistapa tämän kaltaisten haastatteluiden ja kyselyiden analysoinnissa, joissa on edetty samojen ennalta sovittujen teemojen mukaisesti. Teemoittelussa aineistoa järjestellään teemojen eli keskeisten aiheiden mukaan niin, että kunkin teeman alle kootaan kustakin haastattelusta ne kohdat, joissa puhutaan kyseisestä teemasta. Teemoja muodostetaan usein aineistolähtöisesti etsimällä aineistosta sen eri haastatteluja, vastauksia tai kirjoitelmia yhdistäviä tai erottavia seikkoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c.)

Tutkimusraportissa suositellaan yleensä esittämään teemojen käsittelyn yhteydessä sitaatteja eli näytepaloja aineistosta. Aineistosta lainattujen kohtien tarkoituksena on antaa havainnollistavia esimerkkejä ja tarjota lukijalle ikään kuin todiste siitä, että tutkijalla todellakin on ollut jokin aineisto, johon hän analyysinsä pohjaa ja että aineisto on antanut johtolankoja juuri näiden teemojen muodostamiseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c.) Sitaateilla onkin siksi havainnollistettu myös näitä tutkimustuloksia.

6.1 Haastattelut

Tässä luvussa vastaukset käydään tiivistetysti läpi teemoittelu-analyysimenetelmää käyttäen. Haastattelukysymyksiä oli seitsemän, ja ne on jaettu valittujen teemojen mukaisesti. Teema on kirjoitettu kursivoidusti.

Taloushallinnon sähköistämisen syyt

Haastateltavilta kysyttiin syitä, miksi he olivat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon, ja miksi he eivät olleet vaihtaneet siihen aiemmin. Useassa haastattelussa kysymystä tarkennettiin vielä kysymällä, oliko haastateltavilla ollut jotain ennakkoluuloja sähköisestä taloushallinnosta ennen siihen vaihtamista.

Suurimmat syyt sähköisen taloushallinnon käyttöönotolle olivat lisääntynyt tieto siitä ja sitä kautta työmäärän helpottaminen. Monet haastateltavista asiakkaista ovat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon heti silloin, kun tilitoimisto on ottanut järjestelmät käyttöönsä. Kolme

haastateltavista sanoikin, että kirjanpitäjän suosittelu ja aiheesta kertominen oli ensimmäinen tieto koko sähköisien järjestelmien olemassaolosta. Kun haastateltavien tieto sähköisestä taloushallinnosta ja sen tuomista hyödyistä lisääntyi, tuli muutamalle haastateltavalle sen käyttöönotto lähes itsestäänselvyudeksi. Kukin haastateltava oli saanut tietoa hieman eri lähteistä. Tiedon lähteinä toimivat esimerkiksi haastateltavan oma opinnäytetyöprosessi, kirjanpitäjän suosittelu sekä asiakkaiden kokemukset.

Koska tieto sähköisestä taloushallinnosta oli suurimmaksi osakseen positiivista ja tietoa alkoi olemaan riittävästi, alkoi haastateltavia kiinnostaa sen käyttöönotto. Moni sanoi vaihtaneensa sähköisiin ohjelmiin siksi, koska uskoi sen helpottavan työmäärää. Esimerkiksi laskujen määrät saattoivat olla kasvaneet niin suuriksi, että asialle oli tehtävä jotain. Yksi haastateltavista sanoikin, että ostolaskuja alkoi olemaan niin paljon, että ne sitoivat olemaan jatkuvasti verkopankissa. Myös paperien vähenevä määrä houkutteli monia vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon. Useimmat haastateltavat ymmärsivät myös sen, että teknologian ja alan kehitys oli menossa siihen suuntaan, että sähköisiin järjestelmiin oli vaihdettava joka tapauksessa jossain vaiheessa.

Syyt siihen, mikseivät haastateltavat olleet vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon aiemmin, liittyivät siis suurimmaksi osakseen tietämättömyyteen ja siihen, ettei tilitoimisto ollut tarjonnut sähköisiä palveluita aiemmin. Useat haastateltavat sanoivat, että vaihtaminen ei ollut tullut mieleen, koska siitä ei ollut kuullut tarpeeksi. Yksi haastateltava totesi myös uskoneensa vaihtamisprosessissa olevan sen verran hommaa, ettei ollut viitsinyt ryhtyä siihen aikaisemmin.

Vaihtamisprosessiin liittyi melko vähän mitään suurempia ennakkoluuloja. Muutama asiakas sanoi olleensa erityisen ilahtuneita siitä, että tilitoimisto oli ottamassa sähköisen järjestelmän käyttöönsä. Nämä asiakkaat olivat kuulleet sähköisestä taloushallinnosta jo aiemmin esimerkiksi omilta asiakkailtaan. Yksi haastateltava taas sanoi, että hänellä oli pieniä ennakkoluuloja uusien järjestelmien omaksumisesta.

Sähköisen taloushallinnon tuomat hyödyt

Sähköisen taloushallinnon tuomia hyötyjä selvitettiin kolmella kysymyksellä. Ensin haastateltavilta kysyttiin suoraan, millaisia hyötyjä sähköinen taloushallinto on tuonut yritykselle. Tämän jälkeen heiltä kysyttiin, miksi sähköinen taloushallinto olisi erityisen hyödyllistä juuri heidän työssään tai toimialallaan. Sen jälkeen heitä pyydettiin vielä kertomaan mitkä ovat olleet suurimmat käytännön erot perinteisen ja sähköisen taloushallinnon välillä. Monelle haastateltavalle viimeiseen kysymykseen vastaaminen oli aluksi haastavaa, koska heillä ei ollut omasta mielestään selkeää käsitystä siitä, kuinka järjestelmät ovat tilitoimistossa muuttu-

neet. Kun haastateltavia rohkaistiin kertomaan nimenomaan omissa työssään huomaamia käytännön eroja, alkoi vastauksia löytymään paremmin.

Suurimmiksi sähköisen taloushallinnon tuomiksi hyödyiksi nousivat ajansäästö, paperittomuuden tuoma töiden ja materialin selkeys sekä paikkaansitomattomuus. Suurimmiksi käytännön eroiksi perinteisen ja sähköisen taloushallinnon välillä haastateltavat nimesivät hyvin samantlaisia asioita kuin suurimmiksi hyödyiksi edellisessä kysymyksessä. Mitään negatiivisia muutoksia ei kerrottu olleen.

Moni haastateltava totesi, että nykyiset sähköiset järjestelmät vievät vähemmän aikaa kuin aikaisempi perinteinen järjestelmä. Haastateltavat sanoivat säästävänsä paljon aikaa muun muassa sillä, että voivat hyväksyä ostolaskut suoraan ostolaskujenkierrätysjärjestelmässä. Eriytyisesti sellaisilla aloilla, joilla tehdään paljon pieniä ostoja eri toimittajilta, oli kierrätysjärjestelmä huomattu hyvin tehokkaaksi ratkaisuksi. Yksi haastateltavista kertoi, että kun laskuja tulee päivässä 10-15, on sähköinen järjestelmä lähes välttämätön. Kausiluontoisella alalla työskentelevä haastateltava taas kertoi laskujen määrien olevan sesonkina niin suuria, että sähköisten järjestelmien mahdollistama nopeus on silloin heille erityisen suuri apu.

Ostolaskujenkierrätysjärjestelmää käyttävä laskujen tarkastaja saa puhelimeensa viestin, kun järjestelmässä on uusi lasku tarkastettavaksi. Tämän jälkeen hyväksyjä voi joko hyväksyä laskun maksettavaksi tai lähettää suoraan järjestelmän kautta kyseistä laskua koskevan viestin tilitoimistoon, mikä nopeuttaa laskujen käsittelyä huomattavasti. Kun tilitoimisto ja asiakas käyttävät samaa yhteistä verkkopohjaista järjestelmää ja aineisto kulkee sähköisesti, vähenee muu yhteydenpito asiakkaan ja tilitoimiston välillä. Myös yhteydenpidon helpottuminen ja vähentyminen on säästänyt haastateltavien aikaa. ”Kun täällä tehdään jotakin, niin se näkyy aina tilitoimistossa”, yksi haastateltava totesi. Ja sama pätee myös toiseen suuntaan.

”Ruudulta on ehkä helpompi hahmottaa”, pohdiskeli yksi haastateltava. Taloushallinnon sähköistämisen myötä paperin vähentymisen mainitsi jokainen haastateltava. Paperin vähentymisen ja tiedon siirtyminen sähköiseen muotoon on selkeyttänyt ja helpottanut monen haastateltavan työtä. Haastateltavat ovat joutuneet opetella siihen, että kaikki tieto on näytöllä. Yksi paperin vähentymisen aiheuttama käytännön ero oli myös se, etteivät paperit ole enää kokoajan kadoksissa niin kuin ennen. Se, että lähes kaikki aineisto löytyy sähköisistä arkistoista, säästää papereiden pyörittelyyn kuluvan ajan lisäksi myös tilaa. Moni haastateltava olikin iloinen siitä, että kansioita tarvitaan paljon vähemmän tai ei jopa ollenkaan.

Paikkaansitomattomuus hyötynä nousi esille jokaisessa haastattelussa. Etenkin haastateltavat, jotka joutuvat työssään matkustamaan paljon, olivat huomanneet oman työnsä muuttuneen helpommaksi. ”Voi hoitaa asioita liikkeessa, eikä tarvitse olla kokoajan toimistolla”, kertoi

kuljetusliikeryittäjä. Matkustaminen onnistuu helpommin, kun esimerkiksi paperisena saapuvat laskut eivät sido enää olemaan toimistolla, vaan verkkolaskut voidaan hyväksyä missä päin maailmaa tahansa. Monen haastateltavan työt olivat sellaisia, että ne vaativat liikkumista, matkustelua tai olemista ulkona. ”Kun laskut saapuvat pääosin sähköisesti, toimistolla ei edes tarvitse käydä joka päivä”, iloitsi myös yksi haastateltavista. Kuljetusalalla toimiva haastateltava totesikin sähköisen taloushallinnon hyödyttävän heidän yritystään ja samalla toimialalla toimivia muita yrityksiä juuri siksi, että laskut voidaan hyväksyä mistä tahansa, eikä toimistolle tarvitse tulla sitä varten.

Haastatteluissa selvisi, että sähköisen taloushallinnon hyödyt ovat melko alasta riippumattomia. Joka yrityksestä lähtee laskuja ja sinne saapuu laskuja. Erityisiä alakohtaisia hyötyjä kuitenkin löysivät sellaisten alojen edustajat, jossa tehdään pieniä ostoja eri toimittajilta, työ on liikkuvaa tai yrityksen myynti keskittyy johonkin tiettyyn kauteen. Myös sellaiselle yritykselle, jonka asiakkaat koostuvat suurista toimijoista, sähköinen taloushallinto on lähes pakollinen. Yksi haastateltava kertoikin, että nykyään jo monet suuremmat yritykset vaativat verkkolaskutuksen. Kaikki haastatteluissa ilmi tulleet alakohtaiset hyödyt olivat sellaisia, jotka useampi haastateltava oli maininnut jo aiemmissa kysymyksissä. Siitä päätellen lähestulkoon samat hyödyt koskettivat ainakin jossain määrin kaikkien alojen toimijoita.

Vaihtamisprosessissa ilmenneet ongelmat

Vaihtamisprosessissa ilmenneitä ongelmia selvitettiin suoralla kysymyksellä, eli asiakkailta kysyttiin suoraan, onko vaihtamisprosessissa ilmennyt jotain ongelmia. Ilmenneitä ongelmia oli hyvin vähän ja ne olivat pieniä ja luonnollisia. Yksi esille noussut ongelma oli muiden yrityksessä työskentelevien henkilöiden sekä joidenkin asiakkaiden asenteet. Koska joillain työyhteisön henkilöillä oli eriäviä mielipiteitä sähköisen taloushallinnon käytännöllisyydestä, oli asioista jouduttu keskustelemaan jonkin verran. Yksi haastateltavista kertoi, että myös joitain asiakkaita on ollut vaikea saada innostumaan verkkolaskuista. Tämä oli yleistä erityisesti vanhojen ihmisten kohdalla. Hän myös työskentelee alalla, joilla monella toimijalla on vielä perinteinen taloushallinto käytössään.

Myös joitain pieniä ongelmia oli ilmennyt alussa, juuri kun haastateltavat olivat siirtyneet sähköiseen taloushallintoon. Esimerkiksi yksi haastateltava kertoi saaneensa turhia ilmoituksia ostolaskuista. Myös tieto siirtymisestä sähköiseen ostolaskujärjestelmään ei ollut mennyt kaikkien haastateltavien toimittajille heti ensimmäisellä kerralla. Yksi asiakas taas oli kokenut ongelmaksi, ettei ostolaskujen hyväksyminen ollut mahdollista Android -puhelimilla. Hän oli kuitenkin jo kuullut, että pian on tulossa sovellus tilanteen korjaamiseksi.

Moni haastateltava kertoi, että siirtyminen sähköiseen taloushallintoon on vaatinut alkuun pientä opettelua. He olivat kuitenkin tyytyväisiä saamaansa apuun ja siihen, kuinka helposti vaihtamisprosessi on mennyt. ”Se on sellaista oppimista kokoajan kyllä”, totesi yksi haastateltava. Hänen mielestään siitä on kuitenkin ollut huomattava apu ja hyöty yritykselle, eikä uuden oppiminenkaan ole huono asia.

Ongelmia oli siis hyvin vähän ja ne olivat hyvin lyhytaikaisia ja mielestäni ymmärrettäviä. Haastateltavat puhuivat ongelmista myös sellaiseen sävyyn, että se antoi ymmärtää, että ongelmat eivät olleet merkittäviä. Uskon, että jokaiseen ohjelmistoon ja sen käyttöönottoon liittyy pieniä ongelmia ja uuden opettelua.

Asiakkaiden odotusten vastaaminen ja mahdolliset yllätykset

Selvittääkseen, onko sähköinen taloushallinto vastannut asiakkaiden odotuksia vai ovatko he yllättyneet jostain asiasta positiivisesti tai negatiivisesti, kysyttiin haastateltavilta kaksi kysymystä: ”Onko sähköinen taloushallinto vastannut odotuksianne?” ja ”Yllätyittekö jostain asiasta?”

Kaksi haastateltavista sanoi, että sähköinen taloushallinto oli vastannut heidän odotuksiaan täysin, eikä heille ollut tullut mitään suurempia yllätyksiä. ”Ollut sellainen kun on kuullut. Samanlainen, hyvä”, totesi toinen heistä. Toiset kaksi haastateltavaa taas kertoivat yllättyneensä positiivisesti. Toinen heistä sanoi, ettei hän uudesta järjestelmästä pelkällä teoriapohjalla osannut odottaa mitään erityistä, kun ei tiennyt kuinka järjestelmä käytännössä toimii. Nyt molemmat positiivisesti yllättyneet haastateltavat ovat kuitenkin yllättyneet siitä, kuinka paljon todella säästyy aikaa ja kuinka näppärää sähköisen järjestelmän käyttö on. ”Virheitä ei tule enää niin paljon, laskut menevät ajoissa maksuun, laskut eivät huku minnekään matkalle”, toinen heistä kertoi.

Viides haastateltava sanoi, että sähköinen taloushallinto on vastannut hänen odotuksiaan suurimmaksi osaksi, mutta kertoi huomanneensa järjestelmissä pieniä epäkohtia, jotka eivät vaikuta hänen omasta mielestään loogisilta. Hän ei kertonut epäkohdista tarkemmin, mutta totesi, että kaikkeen voi kuitenkin olla tyytyväinen, ja hän uskookin, että ohjelma tulee kehittymään vielä paremmaksi tulevaisuudessa.

6.2 Kyselyt

Tässä luvussa käydään läpi kyselyiden kysymykset ja vastaukset. Kysymykset on johdettu haastattelutulosten pohjalta. Kyselyssä oli kymmenen kysymystä, jotka on jaettu teemoittain. Kyselyvastauksia saatiin viisi, mistä voi myös tehdä jonkinlaisia johtopäätöksiä asiakkaiden

kiinnostuksesta aihetta kohtaan. Kyselyihin vastaajista kaksi edusti rakennusalan yritystä, yksi siivousyritystä, yksi konehuoltoyritystä ja yksi arkkitehtitoimistoa.

Syyt, miksi sähköiseen taloushallintoon ei vaihdeta

Haastatteluilla saadut tulokset osoittivat sen, että lisääntynyt tieto sähköisestä taloushallinnosta on suurin syy, joka saa asiakkaat vaihtamaan siihen. Siitä johtuen kyselyillä selvitettiin, onko perinteisen taloushallinnon asiakkailla tarpeeksi tietoa sähköisestä taloushallinnosta ja haluaisivatko he tietoa lisää. Kyselyissä kysyttiin myös, ovatko asiakkaat koskaan aiemmin jo miettineet sähköiseen taloushallintoon vaihtamista.

Kolme vastaajista ei ollut miettinyt vaihtamista sähköiseen taloushallintoon. Kaksi heistä perusteli vastaustaan sillä, että he ovat pieniä yrityksiä ja heidän toimintansa on melko pientä. Kaksi vastaajaa taas olivat miettineet vaihtamista, mutta toisen heistä kiinnostus oli hyvin vähäistä, joten hän ei ollut tehnyt asialle mitään. Toinen heistä taas mietti, etteivät hänen IT-taitonsa riittäisi siihen.

Sähköisestä taloushallinnosta tietoa löytyi keskimääräisesti jonkin verran. Yksi vastaajista ei tiennyt mitään, eikä edes kokenut tarvetta tietää, ja yksi taas sanoi kuulleensa enemmän. Enemmän kuulleen vastaajan mukaan sähköinen taloushallinto on liian kallis. Loput kolme vastaajaa olivat kuulleet sähköisestä taloushallinnosta vähän, mutta eivät tarkempaa tietoa. Yksi heistä oli kuullut sanojensa mukaan ”isoilta pojilta”, eli ilmeisesti kokeneemmilta työntekijöiltä.

Kyselyssä kysyttiin, olisiko vastaajilla halukkuutta saada lisää tietoa tilitoimisto X:n tarjoamista sähköisistä palveluista. Kolme vastaajaa ei halunnut tietoa, koska eivät jaksaneet keskittyä asiaan, sillä asiat ovat sujuneet aiemminkin ihan hyvin. Kaksi vastaajaa kuitenkin vastasivat, että saattaisivat olla kiinnostuneita, koska he haluavat jatkuvasti kehittää yritystään. Toinen heistä kuitenkin epäili tarvitsevänsä alkuun apua järjestelmien käytössä.

Esiin nousseet syyt siihen, miksi yrityksen eivät halua vaihtaa sähköiseen taloushallintoon, olivat yrityksen pieni koko, kiinnostuksen puute, oman osaamisen riittämättömyys sekä ajatus kalliimmasta hinnasta. Kiinnostuksen puute osoittautui ehdottomasti kaikista negatiivisimmaksi tekijäksi ja niillä, jotka kokivat esteeksi vain muita edellä mainittuja asioita, oli kuitenkin jonkinlainen kiinnostus saada lisää tietoa sähköisistä palveluista.

Sähköisen taloushallinnon tuomien hyötyjen tarve

Haastatteluiden avulla löydettyjen etujen pohjalta kyselytutkimuksessa etsittiin asiakkailta sellaisia piirteitä, joiden vuoksi sähköinen taloushallinto olisi heille erityisen hyödyllinen. Kyselyillä selvitettiin asiakkaiden ajankäyttöä, paperin määrää, liikkuvuutta, kausiluonteisuutta, ostomääriä sekä heidän omien asiakkaidensa toiveita. Kyselyillä pyrittiin saamaan myös selville, millaisina he itse näitä asioita omassa työssään pitävät.

Koska haastatteluiden perusteella moni sähköiseen taloushallintoon vaihtanut asiakas oli huomannut säästävänsä huomattavasti toimistotöihin kuluvaan aikaan, kyselyllä kysyttiin, kokevatko perinteistä taloushallintoa käyttävät asiakkaat kuluttavansa liian paljon aikaa toimistotöihin. Kaikki viidestä vastaajasta vastasi, ettei aikaa kulu heidän mielestään liikaa. He kertoivat muun muassa minimoineensa ne, ja että toimistorutiinit ovat helppoja. Yksi heistä kertoi, että suurin osa toimistotöihin kuluvaan ajasta menee kuitenkin laskutukseen. Yksi asiakas ei osannut sanoa, meneekö toimistotöihin liikaa aikaa, sillä hänen yrityksensä oli toiminut vasta lyhyen aikaa. Kyselyiden perusteella vastaajien yritysten toiminta on vielä sen verran pientä, että aikaa toimistotöihin ei kulu kohtuuttoman paljon, ja niiden kanssa on opittu elämään. Yrityksen toiminnan kasvaessa työt voivat kuitenkin lisääntyä vähitellen, ikään kuin huomaamatta, eikä siihen tajuta puuttua ajoissa.

Montaa haastateltavaa ilahdutti sähköisessä taloushallinnossa myös se, että laskuja voi lähettää ja vastaanottaa myös ollessaan esimerkiksi matkalla tai liikkuvassa työssä. Tämän vuoksi kyselyllä kartoitettiin myös asiakkaiden halukkuutta siihen. Yksi vastaajista vastasi, että haluaisi voida tehdä niin, ja toinen myös sanoi, että joskus voi tulla sellaisia tilanteita, että sellaiselle mahdollisuudelle olisi tarvetta. Loput kolme vastaajaa kuitenkin kokivat mahdollisuuden tarpeettomana. He eivät halua ajatella laskuja matkoilla. ”Ei niillä niin kiire voi olla”, totesi konehuoltajayrittäjä. Yksi heistä sanoi myös hoitavansa laskut aina yhtenä päivänä kuukauden lopussa. Monella vastaajalla ei ilmeisesti ole niin suurta laskuliikennettä, että laskuja olisi välttämätöntä lähettää ja maksaa päivittäin, kuten isommilla yrityksillä. Jos on mahdollista lähteä lomalle ajattelematta töitä, ei niitä tietenkään kannata ajatella (Kokko 2010).

Haastatteluiden perusteella paperin vähentyminen ilmeni merkittäväksi sähköisen taloushallinnon hyödyksi, sillä sen mainitsi jokainen haastateltava. Se oli selkeyttänyt ja helpottanut monen haastateltavan työtä. Valtavat paperimäärät aiheuttivat muun muassa paperien katoamista. Sen takia kyselyssä kysyttiin, onko asiakkaiden pöydillä jatkuvasti paljon papereita. Kolme vastaajaa sanoi, ettei paperia ole paljoa, koska he pyrkivät olemaan järjestelmällisiä esimerkiksi tekemällä tietokoneella yhtä projektia kerrallaan ja hoitamalla asiat aina heti, jolloin pinoja ei pääse kertymään. Kaksi vastaajaa taas sanoi, että heidän pöydillään on jatkuvasti paljon paperia. He kuitenkin kertoivat, ettei se haittaa heitä, koska suurin osa niistä

on keskeneräisiä asioita ja he ovat tottuneet niihin. Kenelläkään vastaajista ei siis ilmennyt suuria ongelmia paperin kanssa, eikä paperin määrä häirinnyt ketään. Tulosten perusteella paperia kuitenkin on, mutta siihen on vain saatettu tottua, eikä parempaa tilannetta osata kuvitella.

Kyselyllä kartoitettiin myös asiakkaiden työn kausiluonteisuutta. Haastatteluiden perusteella etenkin sellaiset haastateltavat, jotka työskentelivät kausiluonteisella alalla, kokivat sähköisen taloushallinnon antaman nopeuden sesonkiaikana heidän suureksi hyödykseen. Kahdella kyselyvastaajalla laskuja tulee ja lähtee tasaisesti ympärivuoden, kun taas kolmen heistä työ oli kausiluonteista. Heistäkään kukaan ei kuitenkaan ollut kokenut sen aiheuttavan minkäänlaista ongelmaa, koska laskujen määrät eivät kasva niin suuriksi ja ne ajoittuvat vain muutamalle kuukaudelle. Työn kausiluonteisuus ei siis aiheuta kyselyn perusteella kenellekään vastaajalle minkäänlaisia ongelmia.

Kyselyssä kysyttiin myös, ostavatko vastaajat paljon pieniä ostoja eri toimittajilta, sillä haastattelujen perusteella silloin sähköisestä ostolaskujenkierrätysjärjestelmästä on paljon hyötyä. Kenelläkään vastaajista ei ollut tällaista tilannetta. Eräs arkkitehtitoimistoyrittäjä vastasi esimerkiksi ostopensa olevan hyvin pieniä ja maksavansa ne omalla luottokortilla. Hänen tapauksessaan ostot tapahtuvat pääosin hyvin helposti.

Nykymaailmassa verkkolaskutus on yleistynyt niin, että monet yritykset jo vaativat sen käyttöä (Procountor International 2014). Kyselyllä kysyttiinkin, ovatko vastaajat kohdanneet asiakkaita, jotka ovat ehdottaneet tai jopa vaatineet verkkolaskutuksen käyttöä. Vain yhdelle vastaajalle ei oltu koskaan ehdotettu sitä, ja hänenkin yrityksensä on aloittanut toimintansa vasta alle kaksi vuotta sitten. Kolme vastaajista taas oli kohdannut useampiakin asiakkaita, jotka ovat vaatineet verkkolaskutusta. Siitä johtuen yksi heistä tekee heille laskut Excelillä ja lähettää ne sähköpostilla, yksi sanoo lähettävänsä heille jonkinlaisia verkkolaskuja ja yksi lähettää pyynnöistä huolimatta paperilaskuja. Yksi asiakas vastasi, että heille on myös ehdotettu verkkolaskutukseen siirtymistä, mutta kukaan ei ole suoranaisesti sitä vaatinut. Kyselyvastaukset osoittavat teorian todeksi, sillä lähes aina toimittaja- tai asiakaslistalta löytyy ainakin yksi yritys, joka käyttää sähköistä taloushallintoa eikä halua lähettää tai vastaanottaa enää perinteisiä paperisia laskuja. Tällaisten yritysten määrä kasvaa koko ajan, minkä vuoksi on vain ajan kysymys, milloin tilanne koituu paperisia laskuja lähettävälle yritykselle suureksi ongelmaksi.

Ennakkoluulot

Kyselytutkimuksessa kysyttiin myös kohderyhmän ennakkoluuloja sähköisestä taloushallinnosta. Ennakkoluuloista on tärkeä saada tietoa, jotta asiakkaiden käsityksiä voidaan joko oikais-

ta, mutta myös verrata niitä palvelun todellisiin haittoihin ja ongelmakohtiin. Jos esimerkiksi asiakkaalla olisi ennakkoluuloja siitä, onnistuuko sähköisen taloushallinnon käyttö Android-puhelimella, voidaan hänelle kertoa tilanteen todellisuus ja välttää näin ostoprosessin ikävät jälkiseuraamukset. Suurimmiksi ennakkoluuloiksi nousivat kyselyiden mukaan lisäkustannukset, oman yrityksen tarve sille sekä paperittomuus. Yksi vastaajista muun muassa totesi, että ”paperi on aina paperia”, mikä viittaa siihen, että vanhoja tottumuksia ja käsityksiä on vaikea muuttaa. Kun työt on aina hoidettu paperisesti, voi olla vaikea ymmärtää, että jokin toinen tapa olisi hyödyllisempi.

6.3 Luotettavuuden arviointi

Tässä osiossa arvioin tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuuteen vaikuttavat muun muassa tutkimuksen reliabiliteetti sekä validiteetti (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliabiliteetilla tarkoitetaan aineiston käsittelyn ja analysoinnin luotettavuutta eli muun muassa sitä, olisiko tutkimus toistettavissa samanlaisin tuloksien (Anttila 1998b). Tämän tutkimuksen kohdalla toistettavuutta on vaikea arvioida, sillä tutkimuksen tarkoitus oli tutkia nimenomaan tilitoimisto X:ää ja sen asiakkaita. Uskon, että tutkimustuloksista tehdyt johtopäätökset ovat päteviä kuitenkin myös monien muiden suuruusluokaltaan ja asiakaskunnaltaan samankaltaisten tilitoimistojen asiakkaisiin, ja että johtopäätösten pohjalta tehdyt toimintaideat voivat olla hyödyksi monelle muullekin samassa tilanteessa olevalle tilitoimistolle. Perustan päätelmäni siihen, että sekä haastatteluista että kyselyistä saatu tieto täydensi niin hyvin toisiaan, että niiden pohjalta voidaan tehdä hyvin selkeitä johtopäätöksiä. Täytyy kuitenkin todeta, että tutkimukseni on silti vain yksi näkökulma aiheeseen, ja sillä pyritään auttamaan nimenomaan tilitoimisto X:ää. Siitä johtuen pienetkin poikkeamat esimerkiksi vertailtavassa tilitoimistossa, sen asiakkaissa tai sen käyttämissä järjestelmissä voivat muuttaa saatavia tutkimustuloksia.

Validiteetilla taas tarkoitetaan laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen pätevyyttä eli sitä, vastaako aineisto tutkittavaa ilmiötä ja ovatko ilmiön todelliset piirteet kuvailtu selkeästi ja tulkittu oikein. (Anttila 1998c). Kyselyvastaajien määrä oli melko pieni, sillä vastaajia oli jo valmiiksi pienestä kohdejoukosta vaikea saada. Uskon, että tutkimus olisi pätevämpi, jos kyselyvastaajia olisi saatu enemmän, sillä se olisi antanut paremman kuvan koko kohderyhmän mielipiteistä. Kuitenkin se, etteivät asiakkaat olleet kiinnostuneet sähköiseen taloushallintoon liittyvästä kyselystä, antoi jo itsessään tutkimustuloksia ja erityisesti vahvasti kyselyistä saatuja tuloksia entisestään.

Koskaan ei ole mahdollista täysin varmistua siitä, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen. Huolellisuus ja rehellisyys ovat tutkimustulosten kannalta tärkeitä arvoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 195.) Oma näkökulmani on se, että kyselyiden vastaajat olivat

vastanneet rehellisesti juuri sitä mieltä kun olivat, mutta en osaa sanoa heidän huolellisuudesta. Monien kyselyvastaajien vastaukset vaikuttivat sellaisilta, ettei niitä oltu mietitty paljon, vaan kysely haluttiin saada nopeasti pois alta. Haastattelutilanteissa taas huomasi, kuinka huolellisesti haastateltavat kertoivat aiheesta, eikä heillä ollut kiire mihinkään. Haastattelujen luotettavuutta taas saattaa heikentää rehellisyyden puute, sillä haastattelussa on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2006). Tässä tutkimuksessa myös se voi vaikuttaa, että haastateltava on ”tuttu”, eli asiakas, eikä haastattelussa haluta antaa huonoja vastauksia, jos yhteistyö tulee jatkumaan joka tapauksessa.

Hyvä esimerkki haastattelutilanteen tuomasta sosiaalisesta paineesta on se, että yhdessäkään haastattelussa ei puhuttu sähköisen taloushallinnon kustannuksista. Joko haastateltavilla ei ollut niistä mitään hyvää eikä huonoa sanottavaa tai sitten raha-asiat ovat juuri sellaisia asioita, joista ei uskalleta puhua ääneen. Koska haastatteluissa kustannuksista ei puhuttu, en myöskään ottanut sen tärkeyttä esille kyselyä laatiessani. Kyselyissä kustannusasiat taas tulivat kuitenkin esille useamman kerran, minkä jälkeen huomasin, että taloushallinnon kustannuksien tärkeyttä olisi voinut kysyä erikseen yhdessä kyselykysymyksessä.

Luotettavuuden kannalta ei ole myöskään selvää, miten onnistuneita kyselyiden annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajien näkökulmasta, sillä väärinymmärryksiä on vaikea kontrolloida (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 195). Tämän takia annoin vastausvaihtoehtoihin mahdollisuuden jatkaa lausetta omin sanoin. Tätä mahdollisuutta oli moni myös käyttänyt. Pyrin myös suunnittelemaan sekä haastatteluiden että kyselyiden kysymykset mahdollisimman käytännönläheisiksi, sillä oli mahdotonta tietää, miten vastaajat ylipäätään ovat selvillä sähköisestä taloushallinnosta.

Uskon, että tutkimuksen luotettavuudessa olisi jonkin verran parantamisen varaa, jos tutkimus suoritettaisiin uudelleen. Mielestäni kuitenkin sekä haastatteluilla että kyselyillä saatavat tutkimustulokset olivat niin yksiselitteisiä vähäisestä määrästäään huolimatta, että niitä voidaan yleistää muihin samantyyppisiin tapauksiin. Sillä, kuinka haastatteluista ja kyselyistä saatu tieto täydensivät toisiaan, sain varmuuden selkeistä johtopäätöksistä. Luotettavuuden kannalta kahden tiedonkeruumenetelmän käyttö oli siis mielestäni erityisen onnistunut ratkaisu.

7 Loppupäätelmät

Tässä luvussa ikään kuin yhdistetään haastatteluilla että kyselyillä saatu tieto, ja tehdään siitä johtopäätöksiä. Johtopäätöksien perusteella esitetään toimintaideoita, joilla pyritään vastaamaan alussa esitettyyn päätutkimuskysymykseen, eli kuinka asiakkaat saadaan vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon.

Luvussa pyritään tiivistämään tutkimuksella saatu tieto helposti luettavaan ja ymmärrettävään muotoon, jotta sen pohjalta voidaan ryhtyä konkreettisiin toimenpiteisiin tilitoimisto X:ssä. Vaikka tämä tutkimus on tehty nimenomaan tilitoimisto X:ää varten, voi opinnäytetyötä olla hyötyä muillekin. Esimerkiksi kaikki sähköiseen taloushallintoon vaihtamista mieltävät yritykset voivat saada tästä tutkimuksesta hyvää tietoa aiheesta, sekä muut samassa tilanteessa olevat tilitoimistot voivat myös hyödyntää annettuja toimintaideoita.

7.1 Johtopäätökset

Tässä osiossa tehdään johtopäätöksiä haastattelu- ja kyselytutkimuksen pohjalta eli ikään kuin tiivistetään sekä haastatteluiden että kyselyiden tulokset yhteen sekä tehdään niistä päätelmiä. Johtopäätöksillä pyritään vastaamaan kolmeen tutkimukselle asetettuun tutkimuskysymykseen. Tutkimuskysymykset ovat: Miksi jotkut asiakkaat ovat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon ja jotkut eivät, millaisia hyötyjä asiakkaat ovat kokeneet saaneensa sähköisestä taloushallinnosta ja millaiset asiat ovat asiakkaalle tärkeimpiä taloushallinnossa? Johtopäätösten perusteella suunnitellaan konkreettisia toimintaideoita, joilla sähköisen taloushallinnon asiakasmäärää pyritään lisäämään.

7.1.1 Syyt vaihtaa sähköiseen taloushallintoon

Tämän tutkimuksen tulosten pohjalta voin todeta, että suurimmat tekijät sähköiseen taloushallintoon vaihtamisessa ovat tieto ja tarve. Saatujen esimerkkien perusteella asiakas voi saada ne kummassa järjestyksessä tahansa, mutta jo toisen saaminen voi riittää toisenkin löytämiseen. Jos asiakas huomaa yrityksessään tarpeen, se alkaa usein etsiä myös tietoa sen tyydyttämiseksi. Toisaalta, jos asiakas saa tietoa, voi se tiedon perusteella havaitakin yrityksensä tarpeen.

Tiedolla tarkoitan tietoa sähköisen taloushallinnon olemassaolosta sekä sen eroja ja hyötyjä perinteiseen taloushallintoon verrattuna. Lisäksi tarkoitan sillä myös tietämystä taloushallintoalasta ja sen tulevaisuuden trendeistä. Monessa haastattelussa nousi esille, että asiakkaat olivat kuulleet sähköisen taloushallinnon hyödyistä ja halunnut ne myös ikään kuin omaan käyttöönsä. Tämä on johtunut siitä, että he ovat löytäneet oman yrityksen toiminnastaan sellaisia ongelmia, jotka hyödyt voisivat korjata. Asiakkaat, jotka ovat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon, olivat paremmin perillä myös koko taloushallintoalan kehityksestä. Kun asiakas ymmärtää alan ja koko teknologian tulevaisuutta, hän tajuaa, että vaihto sähköiseen taloushallintoon tulee väistämättä eteen, jos haluaa kasvaa, kehittyä ja pysyä kilpailukykyisenä. Tutkimuksen perusteella asiakkaat ovat saaneet tietoa sähköisestä taloushallinnosta muun muassa henkilökohtaisesti tilitoimistolta, oman koulutuksen kautta sekä muilta työympäristön henkilöiltä, kuten omilta asiakkailta, toimittajilta tai tuttavilta.

Tarpeella taas tarkoitan sähköisen taloushallinnon tarvetta asiakkaan omalle yritykselle. Tarpeen laukaisee usein jokin ilmennyt ongelma, johon halutaan löytää ratkaisu. Niin kuin teoriassa sanottiin, yrittäjä ei osta tuotetta tai palvelua, jota yritys ei tarvitse, tai jonka tarpeesta hänellä ei ole täyttä varmuutta (Logistiikan maailma 2015). Haastattelujen perusteella ilmenneitä ongelmia olivat laskujen määrän kasvu liian suureksi, paperin määrään turhautuminen, paperilaskujen sitominen toimistolle, vaikka työt vaativat liikkumista, sekä asiakkaat, jotka vaativat verkkolaskutuksen käyttöä. Nämä kaikki olivat sellaisia ongelmia, jotka asiakkaiden mukaan tarvitsivat ennemmin tai myöhemmin jonkun ratkaisun, joten ne laukaisivat tarpeen. Kaikki edellä mainitut ongelmat ovat negatiivisia ongelmia, mutta teorian mukaan ongelmat voivat olla myös positiivisia, kuten esimerkiksi pitkäntähtäimen ennusteiden tekeminen tai yrityksen laajeneminen. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010, 62-64.) Huomasin kuitenkin tutkimuksen perusteella, että positiivisia ongelmia löytyi huomattavasti vähemmän, tai niillä ei ainakaan koettu olevan yhteyttä taloushallintoon. Uskonkin, että tiedon lisääntyessä asiakas voi tunnistaa yrityksessään myös positiivisia ongelmia, joihin uskoo sähköisestä taloushallinnosta olevan apua.

Tiedon ja tarpeen lisäksi voin tutkimuksen pohjalta todeta yrityksen tarvitsevan myös yleistä positiivisuutta ja avoimuutta uusia asioita kohtaan, jotta he ovat valmiita vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon. Niistä asiakkaista, jotka olivat vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon tai valmiita kuulemaan siitä lisää, näkyi halu kehittyä ja oppia uutta. Vaikka omia taitoja onkin syytä arvioida, ei se kuitenkaan ollut yhdelläkään vastaajalla syy jättää asiaa sikseen. Suurimmaksi ongelmaksi tiedon ja tarpeen puuttumisen rinnalle nousikin siksi kiinnostuksen puute, johon on hyvin vaikea ulkopuolisena edes löytää ratkaisua.

Tähän tutkimukseen oli otettu mukaan vain ne asiakkaiden ryhmittelyn perusteella valikoituneet yritykset, joiden uskotaan hyötyvän sähköisestä taloushallinnosta. Sen vuoksi esimerkiksi erittäin pienet yritykset, joiden toiminta on vähäistä, on rajattu tästä tutkimuksesta kokonaan pois. Vertailin kyselyvastaajien yritysten kokoa, toiminnan laajuutta ja materiaalien määrää heidän vastauksiinsa. En kuitenkaan löytänyt niistä minkäänlaisia yhteneväisyyksiä tai johdonmukaisuuksia. Sen vuoksi voinkin todeta, että kohderyhmälleni asettamieni rajojen sisäpuolelle jääneiden yritysten asenteet eivät ole verrannollisia heidän henkilöstömääräänsä, liikevaihtoonsa tai materiaalin määrään.

Suurimmat syyt, eli tilitoimiston näkökulmasta ongelmat, joiden takia asiakkaat eivät vaihda sähköiseen taloushallintoon, on eriteltynä alla olevassa taulukossa (Taulukko 1 Syyt miksi sähköiseen taloushallintoon ei vaihdeta). Ongelmia on kolme, ja ne on selitetty tarkemmin selitys-sarakkeessa. Ratkaisut-sarakkeeseen taas on johdettu kullekin ongelmalle mahdollisia ratkaisumenetelmiä, joita konkretisoidaan myöhemmin toimintaideat-osiossa.

Ongelma	Selitys	Ratkaisut
Tiedon puute	<ul style="list-style-type: none"> - Monilla perinteisen taloushallinnon asiakkaila ei ole tarpeeksi tai jopa ollenkaan tietoa sähköisestä taloushallinnosta. - Vaikka asiakkaila olisi tietoa, he eivät ole saaneet selkeää kokonaiskuvaa hyödyistä. - Asiakkaat tarvitsevat konkreettisia positiivisia kokemuksia työympäristöstä, ammattilaisten suosituksia ja/tai hyvän teoriapohjan aiheesta. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Suoramainonta sähköpostilla ➔ Hyvien asiakaskokemusten jakaminen ➔ Tämän opinnäytetyön esitteleminen ➔ Henkilökohtaiset keskustelut asiakkaiden kanssa
Ei koeta tarvetta	<ul style="list-style-type: none"> - Yrityksessä ei ole havaittu varsinaista ongelmaa, josta ostoprosessi teoriantakin mukaan usein käynnistyy. - Vanha järjestelmä toimii ja pieniin haittoihin on totuttu, eikä osata ajatella, että asiat voisivat toimia myös paljon paremmin. - Pieni yritys ja/tai yrityksen toiminta on pientä sekä asiakkaat ja toimittajat pieniä, jolloin ympäristö ei anna minkäänlaista tarvetta. - Vaikka sähköisen taloushallinnon hyödyistä olisi kuultu, niiden tarpeellisuutta ei koeta riittäväksi omassa yrityksessä. - Sähköistä taloushallintoa ei nähdä investointina, jolloin hinta voi kuulostaa kalliilta. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Positiivisten ongelmien kartoittaminen ➔ Ilmainen kokeilujakso
Kiinnostuksen puute	<ul style="list-style-type: none"> - Ei haluta kehittyä jatkuvasti - Ei koeta tarvetta lisätiedolle - Ei katsota asioita pidemmälle tulevaisuuteen, kuten oteta selvää esimerkiksi mahdollisista epäsuorista säästöistä suorien kustannusten lisäksi. - Taloushallinto koetaan välttämättömänä pakkona. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Taataan mahdollisimman hyvä palvelu vanhalla menetelmällä ➔ Kartoitetaan kiinnostusta tasaisin väliajoin

Taulukko 2 Syyt miksi sähköiseen taloushallintoon ei vaihdeta

7.1.2 Asiakkaiden odotukset taloushallinnolta

Tutkimuksen perusteella voin todeta, että tilitoimisto X:n asiakkaille tärkeintä taloushallinnossa on sen sujuvuus ja helppous. Taloushallinnon kanssa halutaan päästä mahdollisimman helpolla, minkä vuoksi myös suuret muutokset siinä voivat epäilyttää. Useimmat asiakkaat kokevat, ettei heidän edes tarvitse tietää taloushallinnosta, koska ovat ulkoistaneet sen tilitoimistolle. Siinä vaiheessa kun tilitoimisto ehdottaa muutosta, asiakas saattaa pelätä, että vanhat totutut ja hyvin sujuneet tavat tulevat muuttumaan huonommiksi ja asiakas saattaa joutua opettelemaan jotain uutta.

Samat arvot sujuvuudesta ja helppoudesta ovat niin haastatteluihin osallistuneilla sähköistä taloushallintoa käyttävillä yrityksillä kuin myös kyselyyn osallistuneilla perinteistä taloushallintoa käyttävillä yrityksillä. Tutkimuksen pohjalta näyttäisi kuitenkin siltä, että asiakkaiden tyytyväisyys sähköisestä taloushallinnosta on ollut hyvä. Mikään asia ei siis haastateltavien mukaan muuttunut työläämmäksi tai vaikeammaksi, vaan päinvastoin. Uskon, että myös mahdolliset tulevat asiakkaat tulisivat olemaan tyytyväisiä, sillä haastatteluiden perusteella moni asiakas oli jopa positiivisesti yllättynyt sähköisen taloushallinnon tuomista hyödyistä. Suurimpia hyötyjä olivatkin ajansäästäminen, paperittomuuden tuoma töiden ja materialin selkeys sekä se, että toimistotöitä pystyi hoitamaan myös toimiston ulkopuolella. Näitä edellä mainittuja hyötyjä hyödynnetään suunniteltaessa konkreettisia toimintaideoita asiakkaiden houkuttelemiseksi sähköisen taloushallinnon pariin.

7.2 Toimintaideat

Tässä osiossa käydään läpi toimintaideoita, joiden avulla asiakkaat voidaan saada vaihtamaan sähköiseen taloushallintoon. Toimintaideat on kohdistettu tutkimuksen kohderyhmälle, eli tilitoimisto X:n prospekteille. Toimintaideoista on pyritty tekemään mahdollisimman käytännönläheisiä, jotta ne on myös mahdollista toteuttaa.

Toimintaideoita keksittiin kaksi, ja ne ovat suoramarkkinointi sähköpostilla sekä sähköisten järjestelmien ilmainen kokeilujakso. Nämä ideat on tarkoitus toteuttaa yhdessä, suoramarkkinoinnilla aloittaen. Kun asiakas on saanut hetken kysytellä saamaansa informaatiota, hänen kanssaan sovitaan keskusteluaika, joka voi sijoittua esimerkiksi asiakkaan rutiininomaisen tilitoimistokäynnin yhteyteen. Tilitoimistokäynnillä tarjottaisiin muun muassa mahdollisuutta ilmaiseen kokeilujaksoon.

7.2.1 Suoramarkkinointi sähköpostilla

Valitsin ensimmäiseksi toimintaideaksi suoramarkkinoinnin, koska se on helppo ja kustannus-
tehokas tapa välittää viestiä. Suoramarkkinointi tullaan toteuttamaan sähköpostin välityksel-
lä. Suoramarkkinointiviestillä on tarkoitus lisätä asiakkaiden tietoa sähköisestä taloushallin-
nosta kiinnostavalla tavalla. Suoramarkkinointia toteutettaessa on tärkeää muistaa myös hy-
vän tavan mukaisuus. Hyvään viestintätapaan kuuluu, että viestin saaja näkee viestistä heti
sen aiheen ja tarkoituksen sekä lähettäjän yhteystiedot. Viesti kannattaa myös jättää tar-
peeksi lyhyeksi, jottei se vie paljoa aikaa viestin saajalta. (Korpela 2002.) Viestintäkanavaksi
valitsin sähköpostin, koska paperinen kirje aiheuttaisi ristiriidan tarjoamaamme tuotteeseen.
Olen sitä mieltä, että jos puhumme sähköisyyden puolesta, on uskottavampaa kertoa siitä
myös sähköisesti.

Suoramarkkinointiviesti tulee sisältämään otoksia tästä opinnäytetyöstä, joka tulee myös vies-
tin liitteeksi. Viesti on ikään kuin kiitos-viesti niille asiakkaille, jotka vastasivat kyselyyn. Niil-
le asiakkaille, jotka eivät kyselyyn vastanneet, viesti voidaan kertoa ikään kuin tiedotteena
tilitoimistolta. Viestistä ei tule tehdä räväkkää ja mainoshenkistä, vaan uskon tässä tapauk-
sessa henkilökohtaisemman ja asiallisen lähestymisen olevan valtti.

Tämä opinnäytetyö toimii hyvin viestin pohjana, sillä viesti ei ole silloin liian tyrkyttävä, vaan
tilitoimisto kohteliaisuuttaan lähettää yritystään koskevan opinnäytetyön myös asiakkaiden
luettavaksi. Tässä opinnäytetyössä on myös hyvin kerrottu taloushallintoalan kehityksestä,
tilitoimisto X:n tarjoamista sähköisen taloushallinnon palveluista ja sähköistä taloushallintoa
käyttävien asiakkaiden hyödyistä, jotka ovat oivallisia tiedonlähteitä tietämyksen lisäämisek-
si. Olihan yksi sähköistä taloushallintoa nykyisin käyttävä asiakaskin saanut lisää tietoa oman
aiheeseen liittyvän opinnäytetyöprosessin yhteydessä, ja sen pohjalta ottanut sähköisen ta-
loushallinnon käyttöönsä.

Asiakkaille lähetettävän viestin sisältö voisi sisältää esimerkiksi seuraavia asioita:

*Kiitokset: Työntekijämme on tehnyt yritystämme ja sähköistä taloushallintoa koskevaa opin-
näytetyötä kesän ajan, ja se on nyt tullut valmiiksi. Suuret kiitokset teille, jotka vastasitte
työtä koskevaan kyselyyn. Valmis opinnäytetyö on viestin liitteenä, jos haluatte tutustua
siihen paremmin.*

*Asiakkaan tuominen erityiseksi: Opinnäytetyöllä saatiin tärkeitä tuloksia niin sähköistä kuin
perinteistäkin taloushallintoa käyttävien asiakkaiden tyytyväisyydestä ja ajatuksista. Valit-
simme sinut mukaan tutkimukseen, koska uskomme sähköiseen taloushallintoon siirtymisen
tulevan teille pian ajankohtaiseksi.*

Katsaus alan kehitykseen: *Tietotekniikan ja sitä kautta pilvipalveluiden kehityksen myötä myös taloushallinnon ala on tullut murrosvaiheeseen, jossa sähköinen taloushallinto korvaa vähitellen perinteisen kirjanpidon. Esimerkiksi Finanssialan Keskusliiton ja Elinkeinoelämän Keskusliiton vuonna 2014 tekemän kyselyn mukaan jo 70 prosenttia yrityksistä oli ottanut verkkolaskutuksen käyttöönsä. Uskotaan, että jo kymmenessä vuodessa voidaan päästä siihen tilaan, että lähes kaikki laskut lähetetään ja vastaanotetaan verkkolaskuina, sillä paine verkkolaskutuksen käyttöönottoon kasvaa koko ajan. Säilyttääkseen nykyiset asiakkaansa sekä imagonsa, on monen yrityksen siirryttävä lähiaikoina verkkolaskutuksen piiriin pysyäkseen kiinni kehityksessä ja kilpailussa.*

Alustus siitä, mitä sähköinen taloushallinto tarkoittaa: *Jos ette vielä tiedä, mitä sähköinen taloushallinto tarkoittaa, niin sähköisessä taloushallinnossa kirjanpidon perusperiaate pysyy samana, mutta taloushallinnon palvelut ovat nimensä mukaan hoidettavissa sähköisesti. Taloushallinnon sähköistämällä tarkoitetaan siis taloushallinnon tehostamista tietotekniikkaa ja sovelluksia, Internetiä, integrointia, itsepalvelua sekä erilaisia sähköisiä palveluita hyödyntämällä. Lisää tietoa sähköisestä taloushallinnosta löydät opinnäytetyöstä.*

Katsaus tarjottavaan ohjelmistoon: *Meillä on käytössä Visma Econet Pro-taloushallintojärjestelmä, joka on käytössä myös teidän yrityksellänne. Visma Econet on helppokäyttöinen järjestelmä, joka kuuluu markkinoiden tehokkaimpiin tilitoimisto- ja taloushallintojärjestelmiin. Visma Econetiin on mahdollista liittää erilaisia sähköisiä Visman palveluita, kuten ostolaskujen kierrätysjärjestelmä DCE. Visma Econetin asiakkaan, hotelli Helkan toimitusjohtajan Henry Lainen mukaan Visma Econet poistaa päällekkäistä työtä ja parantaa työn taloudellista tehokkuutta.*

Kerrotaan hyvistä asiakaskokemuksista: *Tutkimuksessa haastateltiin myös Tilitoimistomme sähköistä taloushallintoa käyttäviä asiakkaita. Haastatteluiden perusteella moni asiakas oli positiivisesti yllättynyt sähköisen taloushallinnon tuomista hyödyistä. Suurimmiksi hyödyiksi nousivat ajansäästäminen, paperittomuuden tuoma töiden ja materialin selkeys sekä se, että toimistotöitä pystyi hoitaa myös toimiston ulkopuolella.*

Hyödyistä lyhyesti: *Moni asiakkaamme totesi, että nykyiset sähköiset järjestelmät vievät vähemmän aikaa kuin aikaisempi perinteinen järjestelmä. Myös sähköisyyden tuoman yrityksen ja tilitoimiston välisen yhteydenpidon helpottuminen ja vähentyminen on säästänyt haastateltavien aikaa. ”Kun täällä tehdään jotakin, niin se näkyy aina tilitoimistossa”, yksi haastateltava totesi. Ja sama pätee myös toiseen suuntaan.*

Lainauksia asiakkaiden sanomisista: *Paikkaansitomattomuus hyötynä nousi esille jokaisessa haastattelussa. ”Voi hoitaa asioita liikkuesssa, eikä tarvitse olla kokoajan toimistolla”, kertoi eräs kuljetusliikeryrittäjä. ”Kun laskut saapuvat pääosin sähköisesti, toimistolla ei edes tarvitse käydä joka päivä”, iloitsi myös toinen asiakkaamme.*

Viestin on hyvä olla maksimissaan sivun pituinen ja sen alun täytyy herättää mielenkiintoa. Kaikkia edellä mainittuja asioita ei siis viestissä voida mainita, mutta niiden pohjalta varsinainen viesti voidaan suunnitella. Haastattelupyyntöjä ja kyselylomakkeita lähettäessäni huomasin, että sellaisen henkilön kannattaa lähettää viesti, kenellä on suuri auktoriteetti. Tässä tapauksessa lähettäjäksi valitsisin toimitusjohtajan. Mitä useampi kiinnostuisi sähköisestä taloushallinnosta jo suoramarkkinoinnin avulla, sen parempi, koska silloin niiden asiakkaiden kohdalla muita ideoita ei tarvitsisi edes hyödyntää.

7.2.2 Sähköisten ohjelmien ilmainen kokeilujakso

Toiseksi toimintaideaksi valikoitui sähköisten ohjelmien ilmainen kokeilujakso, sillä se on konkreettinen tapa saada asiakkaat käsittämään sen tuomat hyödyt. Koska monessa yrityksessä on totuttu vanhoihin toimintamalleihin ja niiden haittoihin ja epäkohtiin, ei muutokseen jakseta ryhtyä. Tutkimustulosten perusteella asiakkaat eivät osaa ajatella, kuinka paljon paremmin taloushallinnon hoito voisi sujua, koska konkreettista ongelmaa ei edellisessäkään toimintatavassa ole ilmennyt. Ilmainen palvelu kuitenkin houkuttelee potentiaalisia käyttäjiä, sillä kokeilematta asiakkaan on hyvin vaikea tietää, haluaako tai tarvitseeko hän palvelua (Larvanko 2007). Tämän takia uskon, että ilmainen kokeilujakso olisi erittäin hyvä tapa saada asiakkaat vakuuttumaan sähköisen taloushallinnon tarpeellisuudesta omalle yritykselle. Joistain sähköisistä kirjanpito-ohjelmista on jo tarjolla ilmaisia kokeilujaksoja, joten myös muut ovat kokeneet idean tehokkaaksi (Procountor 2015, Rantalainen 2015).

Kokeilujaksoa tulnaisiin ehdottamaan asiakkaille vähitellen heidän suoramarkkinoinnin jälkeisillä tilitoimistokäynneillä. Mielestäni ilmaisen kokeilujakson tulisi olla kahden kuukauden mittainen, sillä kuten haastattelutkin osoittivat, ohjelmien käyttöönoton alussa voi luonnollisesti ilmetä pieniä ongelmia. Tilitoimiston kannalta olisi myös suotavaa, että kokeilujaksolla olisi kerrallaan vain muutama asiakas, jotta pienen tilitoimiston resurssit riittävät. Tästä johdettua kokeilujaksoa tulnaisiin tarjoamaan vain muutamille asiakkaille kerrallaan.

7.2.3 Toimeksiantajan palaute

Tässä luvussa käydään läpi toimeksiantajan, tilitoimisto X:n, mielipiteitä ja palautetta tutkimusprosessista sekä tutkimuksen onnistumisesta. Koska todellinen kehittämistyö tapahtuu työelämästä käsin ja sen eteenpäinvieminen edellyttää sekä kumppanuutta että vastuullista

yhdessä toimimista, on toimeksiantajan mielipide merkittävä osa onnistumisesta (Ojasalo, Moilainen & Ritalahti 2014, 191).

Opinnäytetyö sai hyvää palautetta tilitoimisto X:ltä ja työn tulokset ovat selkeästi hyödyllisiä ja kehitteviä yritykselle. Opinnäytetyötä tullaan käyttämään asiakkaiden siirrossa sähköiseen taloushallintoon. Työ on onnistunut ja monipuolinen aihekokonaisuus ja sen eri vaiheet on toteutettu tiiviissä yhteistyössä tilitoimisto X:n ja sen asiakkaiden kanssa. Asiakkaiden toimiala ja sekä mahdollisuudet siirtyä sähköiseen järjestelmään on huomioitu opinnäytetyössä hyvin. Se, että työssä on hyödynnetty nimenomaan tilitoimisto X:n asiakaskuntaa, antaa merkittävän edun opinnäytetyön hyödynnettävyydessä. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015b.)

Tilitoimisto X:n toimitusjohtaja on myös sitä mieltä, että tutkimus on tehty riittävän laajasti, jotta se voi antaa totuudenmukaisen kuvan yrityksen ja sen asiakkaiden tämänhetkisistä tilanteista. Taloushallinnon tulevaisuuden haasteet niin tilitoimiston kuin sen asiakkaidenkin näkökulmasta on myös käsitelty työssä kattavasti. Työ on tilitoimisto X:lle paitsi konkreettisesti hyödyllinen, mutta myös uusia ajatuksia herättävä. ”Tällaisia töitä on kiva lukea, kun aina oppii uutta myös omasta yrityksestään ja saa uusia näkökulmia eri asioista”, totesikin tilitoimisto X:n toimitusjohtaja opinnäytetyön luettuaan. (Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015b)

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Prima Oy. Viitattu 2.10.2015.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Kariston kirjapaino Oy, Hämeenlinna 2009. Viitattu 30.7.2015.

Kurki, M., Lahtinen, M. & Lindfors, H. Verkkolasku käyttöön! Kariston Kirjapaino Oy, Hämeenlinna 2011. Viitattu 19.9.2015.

Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa - sähköiset talouden prosessit käytännössä. Juva: WS Bookwell. Viitattu 12.7.2015.

Lahti, S. & Salminen, T. 2014. Digitaalinen taloushallinto. Sanoma Pro Oy. Viitattu 23.9.2015.

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palvelujen markkinointi. WSOYpro Oy. Viitattu 4.8.2015.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy. Viitattu 1.10.2015.

Sähköiset lähteet

Ahvenniemi, J. 2014. Tilisanomat 1/2014. Yritystalouden ja laskennan ammattilehti. Uusi taloushallinto 2025. Viitattu 9.6.2015. <http://tilisanomat.fi/kolumni/uusi-taloushallinto-2025>

Anttila, P. 1998a. Tutkimuksen taito ja tiedonhankinta. Dokumenttianalyysi. Viitattu 21.7.2015.
http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_tai_to_ ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/40_dokumenttianalyysi

Anttila, P. 1998b. Tutkimuksen taito ja tiedonhankinta. Laadullisen tutkimuksen reliabiliteetti. Viitattu 21.7.2015.
http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_tai_to_ ja_tiedon_hankinta/10_tutkimuksen_luotettavuus/10_2_laadullisen_tutkimuksen_reliabiliteetti

Anttila, P. 1998c. Tutkimuksen taito ja tiedonhankinta. Laadullisen tutkimuksen Validiteetti. Viitattu 21.7.2015.
http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_tai_to_ ja_tiedon_hankinta/10_tutkimuksen_luotettavuus/10_2_laadullisen_tutkimuksen_validiteetti

Bottom, J. 2013. Buyersphere report 2013. A Comprehensive Survey Into the Behaviours and Attitudes of the B2B Buyer. Base One and B2B Marketing. Viitattu 26.7.2015.
http://www.baseone.co.uk/documents/BUYERSPHERE_2013.pdf

e-conomic 2015a. Mitä tarkoittaa kahdenkertainen kirjanpito? Viitattu 4.5.2015.
<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/kahdenkertainen-kirjanpito>

e-conomic 2015b. Kirjanpito-ohjelma - Mitä tarkoittaa kirjanpito-ohjelma? Viitattu 4.5.2015.
<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/kirjanpito-ohjelma>

e-conomic 2015c. Reskontra - Mitä tarkoittaa reskontra? Viitattu 4.5.2015. <https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/reskontra>

e-conomic 2015d. Asiakastyytyväisyys - Mitä tarkoittaa asiakastyytyväisyys? Viitattu 4.8.2015. <https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisuus>

Finanssialan Keskusliitto 2014. Tutkimustietoa SEPAan siirtymisestä. Viitattu 26.4.2015. <https://www.fkl.fi/teemasivut/sepa/tutkimustietoa/Sivut/default.aspx>

Greenstep 2015. Kirjanpitäjäksi? Aikakone käynnistetty. Viitattu 7.5.2015. <http://kirjanpitajaksi.fi/tilitoimiston-historia/>

Hybris Software 2012. Hybris Study Finds B2B Purchasers Demand Consumer-Like E-Commerce Experience. Viitattu 26.7.2015. <https://www.hybris.com/en/news-events/press-releases/121115-b2b-purchaser>

Kajaanin ammattikorkeakoulu 2015. Haastattelu. Opinnäytetyöpakki. Viitattu 23.6.2015. <http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Aineiston-keruumenetelmat/Haastattelu>

Kalliala, A. & Kaskela, L. 2005. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Tietotekniikka-hankinnat. Hankintaprosessi. Viitattu 24.7.2015. <http://www.tieke.fi/display/tiehan/Hankintaprosessi>

Karkkila, H. 2015. Asiakkaan Arvokokemus -blogi. Viitattu 8.9.2015. <http://www.arvokokemus.fi/>

Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336. Viitattu 6.4.2015. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kirjanpitolaki>

Kokko, O. 2010. Älä tee tätä lomalla. Taloussanomat. Viitattu 25.8.2015. <http://www.taloussanomat.fi/oma-raha/2010/07/02/ala-tee-tata-lomalla/20109209/139>

Korpela, J. 2002. Yrittäjät. Sähköinen suoramarkkinointi. Viitattu 11.9.2015. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/sahkoinensuoramarkkinointi/>

Laskentavalio Ky 2015. Kirjanpitoa ja neuvonantoa. Sähköistä ja perinteistä kirjanpitoa. Viitattu 18.5.2015. <http://www.laskentavalio.fi/index.php?lang=fi&id=9>

Logistiikan maailma 2015. Hankintaprosessi. Tarvekartoitus. Viitattu 24.7.2015. <http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Tarvekartoitus>

OP-Pohjola 2011. OP-verkkopalvelut 15-vuotta. Viitattu 4.5.2015. <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/opastus/op-verkkopalvelut-15-vuotta?cid=151605632&srcpl=3>

Seppä, M. 2014. Advance B2B: Inbound-markkinointiblogi. 5 tärkeintä eroavaisuutta, miten B2B eroaa B2C markkinoinnista. Viitattu 24.7.2015. <http://blogi.advanceb2b.fi/blog/5-tarkeinta-eroavaisuutta-miten-b2b-eroaa-b2c-markkinoinnista>

Peltomäki, T. 2014. Eivät katoamassa, mutta muuttumassa. Varsinais-Suomen Yrittäjä. Viitattu 26.4.2015. <http://www.koulutushakemisto.com/blogi/viesti/127>

Poutanen, P. 2007. Tilitoimistotyö alkaa vihdoin sähköistyä. Taloussanomat. Viitattu 26.4.2015. <http://www.taloussanomat.fi/tyomarkkinat/2007/08/21/tilitoimistotyö-alkaa-vihdoin-sahkoistya/200720116/12>

Procountor 2015. Sähköinen taloushallinto. Viitattu 1.9.2015.

<http://www.procountor.com/talouhallinto/>

Procountor International Oy 2014. Yrittäjät. Sähköinen taloushallinto. Viitattu 26.4.2015.

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/talouhallinto/sahkoinentalouhallinto/>

Rantalainen 2015. Sähköinen taloushallinto. Viitattu 1.9.2015.

<http://www.rantalainen.fi/palvelut/sahkoinen-talouhallinto/>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. KvaliMOTV. 6.3.3 Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Viitattu 23.6.2015.

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. KvaliMOTV. 6.3 Haastattelu. Viitattu

23.6.2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006c. KvaliMOTV. 7.3.4 Teemoittelu. Viitattu

23.6.2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006d. KvaliMOTV. 3.3 tutkimuksen luotettavuus ja arviointi. Viitattu 23.6.2015.

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html

Saloranta, T. 2012. Mitä kirjanpitäjä tekee - perinteinen paperinen kirjanpito. Tujun tilitoimi-

to. Viitattu 23.4.2015. <http://www.tujuntilitoimisto.fi/blogi/2012/10/30/11>

Sanomalehtiyliopisto 2004. Tilit tarkastukseen vai tarkastajat tilille - tilintarkastuksella on pitkät perinteet. Vaasan yliopisto. Viitattu 7.5.2015.

http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_952-476-097-5.pdf

Taloursuutu.fi 2015. Siirtyminen sähköiseen taloushallintoon. Viitattu 23.4.2015.

<http://www.taloursuutu.fi/info/sahkoinentalouhallinto.html>

Tampereen teknillinen yliopisto 2015. Verne - liikenteen tutkimuskeskus. Kysely- ja haastattelumenetelmät. Viitattu 23.6.2015.

<http://www.tut.fi/verne/tutkimusmenetelmat/kysely-ja-haastattelumenetelmat/>

Tilitoimisto X:n kotisivut. Viitattu 6.4.2015.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015. Yritys-Suomi. Asiakastytyväisyys. Viitattu 26.7.2015.

<https://www.yrityssuomi.fi/asiakastytyvaisyys>

Vilpas, P. 2015, 2. Ohjeita kvantitatiiviseen tutkimukseen osa 1. Viitattu 21.7.2015.

<https://wiki.metropolia.fi/download/attachments/86116000/Ohjeita+kvantitatiiviseen+tutkimukseen+osa2.pdf?version=1&modificationDate=1384264387494>.

Virtanen 2006, 1-2. Kauppamiehen käytännöstä kansainväliseen kirjanpitoon. Kirjanpidon historia Suomessa 1862-2005. Virkaanastujaisesitys. Viitattu 2.5.2015.

http://lta.hse.fi/2007/1/lta_2007_01_d8.pdf

Visma 2015a. Visma Econet. Talous- ja materiaalihallinnon toiminnanohjausjärjestelmä pk-yrityksille ja yhteisöille. Viitattu 30.5.2015.

<http://www.visma.fi/ohjelmistoratkaisut/Ohjelmistot/visma-econet/Esittely/>

Visma 2015b. Visma Monipankki ja Visma AutoPay. Maksuliikenne kattavaksi Visma Monipankin ja Visma AutoPayn avulla. Viitattu 30.5.2015.

<http://www.visma.fi/ohjelmistoratkaisut/Ohjelmistot/visma-monipankki/esittely/>

Visma Community 2015. Visman asiakkaille suunnattu sivusto. Viitattu 9.6.2015.

<https://community.visma.fi/Tuotteet/Visma-Econet/>

Julkaisemattomat lähteet

Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015a. Keskustelu tilitoimisto X:n toimitusjohtajan kanssa. Haastateltu 23.7.2015.

Toimitusjohtaja, tilitoimisto X 2015b. Työelämän edustajan arviointi opinnäytetyöstä -lomake sekä opinnäytetyön palautekeskustelu. Keskustelu 22.9.2015.

Visma Monipankki 2015. Kirjanpito-ohjelma. Tutkittu 24.7.2015.

Kuviot

Kuvio 1 Ostoprosessin kulku (Bergström & Leppänen 2009, 140).....	17
Kuvio 2 Asiakasryhmät	25

Taulukot

Taulukko 1 Syyt miksi sähköiseen taloushallintoon ei vaihdeta	42
---	----

Liitteet

Liite 1 Haastattelukysymykset.....	55
Liite 2 Kyselylomake.....	56

Liite 1 Haastattelukysymykset

1. Miksi vaihdoitte sähköiseen taloushallintoon?
2. Miksi ette olleet vaihtaneet sähköiseen taloushallintoon aiemmin? Oliko teillä jotain ennakkoluuloja siitä?
3. Minkälaisia hyötyjä sähköinen taloushallinto on tuonut yritykselle?
4. Mitkä ovat suurimmat käytännön erot perinteisen ja sähköisen taloushallinnon välillä?
5. Oliko vaihtamisprosessissa jotain ongelmia?
6. Miksi sähköinen taloushallinto olisi erityisen hyödyllistä juuri teidän työssänne/toimialallanne?
7. Onko sähköinen taloushallinto vastannut odotuksianne? Yllätyittekö jostain asiasta?

Liite 2 Kyselylomake

KYSELY SÄHKÖISESTÄ TALOUSHALLINNOSTA

Ohje: Laita rasti vastausvaihtoehdon vasemmalla puolella olevaan ruutuun ja jatka valitsemasi vastausvaihtoehdon vastausta omin sanoin. Voit kirjoittaa vastaukseesi useitakin lauseita.

1. Oletteko miettineet vaihtamista sähköiseen taloushallintoon?

<input type="checkbox"/>	Kyllä, haluaisin vaihtaa. Erityisesti siksi, koska..
<input type="checkbox"/>	Olen miettinyt, mutta..
<input type="checkbox"/>	En ainakaan tällä hetkellä, koska..

2. Onko teillä tietoa sähköisestä taloushallinnosta?

<input type="checkbox"/>	Ei, en tiedä, mitä se tarkoittaa. Haluaisin saada siitä tietoa..
<input type="checkbox"/>	Jonkin verran. Olen kuullut siitä..
<input type="checkbox"/>	Kyllä, olen kuullut siitä..

3. Koetteko, että teillä menee turhan paljon aikaa toimistotöihin?

<input type="checkbox"/>	Kyllä, koska..
<input type="checkbox"/>	En osaa sanoa, koska..
<input type="checkbox"/>	Ei, koska..

4. Haluaisitteko voida lähettää ja vastaanottaa laskuja myös ollessanne matkalla tai liikkuvassa työssä?

<input type="checkbox"/>	Kyllä, koska..
<input type="checkbox"/>	Joskus on sellaisia tilanteita, kun..
<input type="checkbox"/>	Ei, koska..

5. Onko työpöydällänne jatkuvasti paljon papereita?

<input type="checkbox"/>	Kyllä, haluaisin niistä eroon, koska..
<input type="checkbox"/>	Kyllä, mutta se ei haittaa minua, koska..
<input type="checkbox"/>	Ei oikeastaan, koska..

6. Onko työnne kausiluontoista, jolloin sesonkiaikana laskujen määrät kasvavat hyvin suuriksi?

	Kyllä, se aiheuttaa ongelmia, koska..
	Kyllä, mutta se ei ole aiheuttanut ongelmia, koska..
	Ei, laskuja tulee ja lähtee tasaisesti ympäri vuoden.

7. Ostatteko paljon pieniä ostoja eri toimittajilta?

	Kyllä, ja se aiheuttaa paljon työtä. Haluaisin..
	Kyllä, mutta se ei ole aiheuttanut ongelmia, koska..
	Ei, ei ongelmaa.

8. Onko joku asiakkaanne ehdottanut teille verkkolaskutuksen käyttöönottoa?

	Kyllä, olemme kohdanneet myös asiakkaita, jotka vaativat sitä. Siitä johtuen..
	Kyllä, meille on ehdotettu, että..
	Ei, luultavasti siksi, koska..

9. Onko teillä jotain ennakkoluuloja sähköisestä taloushallinnosta?

	Ei oikeastaan, mutta..
	Kyllä. Minua mietityttää, että..
	Kyllä, olen kuullut, että..

10. Haluaisitteko saada lisää tietoa tilitoimiston tarjoamista sähköisistä palveluista?

	Kyllä. Haluaisin, että..
	Ehkä, mutta..
	En oikeastaan, koska..

KIITOS HAASTATTELUSTA!