

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Laskentatoimi

Kari Junnola

Digitaalinen taloushallinto menestystekijänä

Opinnäytetyö 2017

Tiivistelmä

Kari Junnola

Digitaalinen taloushallinto menestystekijänä, 41 sivua , 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Laskentatoimi

Opinnäytetyö 2017

Ohjaaja: lehtori Jukka Sirkiä, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten yritykset voivat hyödyntää digitaalista taloushallintoa toiminnassaan. Tutkimuksessa pyrittiin löytämään keinoja, joilla tilitoimistot voivat auttaa asiakkaitaan paremmin hyödyntämään tietoa tehden digitaalisesta taloushallinnosta menestystekijän. Tutkimuksessa selvitettiin myös yritysten nykyisiä toimintatapoja ja taloushallinnon roolia yritysten jokapäiväisessä toiminnassa.

Työn tutkimukselliseen osaan hankittiin aineisto internet-kyselyllä käyttäen SurveyPal-työkalua. Kerätty aineisto analysoitiin sanallisesti käyttäen SurveyPal-järjestelmän luomia kuvaajia havainnollistamaan tuloksia. Tutkimus oli luonteeltaan laadullinen.

Kyselyn tuloksista huomattiin, että valtaosa tutkimukseen osallistuneista yrityksistä ei hyödynnä digitaalista taloushallintoa toiminnassaan. Kaikkiin tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset ja löydettiin keinoja, joilla tilitoimistot voivat auttaa asiakkaitaan siirtymään digitaalisen taloushallinnon käyttäjiksi. Vastausten vähäisen määrän vuoksi tutkimuksen tulokset ovat kuitenkin vain suuntaa-antavia eivätkä ole täysin yleistettävissä laajemmin.

Asiasanat: taloushallinto, kilpailukyky, kilpailuetu, tietojohtaminen, digitaalinen taloushallinto

Abstract

Digital financial management as a success factor, 41 pages, 1 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Business Administration Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation in Accounting

Bachelor's Thesis 2017

Instructor: Mr Jukka Sirkiä, senior lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

The purpose of this study was to find out how companies can leverage digital financial management in their operations. The study sought to find ways for accountancy offices to help their customers better utilize information by making digital financial management a success factor. The study also looked at existing business practices and the role of financial administration in everyday business operations.

The data for this study was collected with the internet-based survey tool Survey-pal. The data was analysed with qualitative research methods and the results was presented with diagrams drawn by Survey-pal.

The results of this study show that most of the companies involved in the research did not use digital financial management in their daily operations. This study had three research questions and all the questions were answered. From the results can be found ways in which accountancy offices can help their customers to make use of digital financial administration. Due to the limited number of responses, the results of the study are only indicative and not fully generalizable in a broader sense.

Keywords: digital financial administration, accountancy, success factor

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Opinnäytetyön taustaa	6
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimuskysymykset	6
1.3	Rajaukset	7
1.4	Aineisto ja tutkimusmenetelmät	7
1.5	Tutkielman rakenne	8
2	Yrityksen kilpailukyky	9
2.1	Kilpailuedun saavuttaminen	9
2.2	Asiakkuudet ja niiden kehittäminen	9
2.3	Asiakkuuksien johtaminen	11
2.4	Taloustiedolla tehokkuutta	11
2.5	Aineettomat menestystekijät	12
2.6	Aineettomien menestystekijöiden johtaminen	13
2.7	Tieto kilpailukeinona	14
2.8	Tiedolla parempaa ostotoimintaa	16
2.9	Kohti Big Dataa	16
3	Taloushallinto osana yritystoimintaa	17
3.1	Taloushallinnon määrittely	17
3.2	Budjetointi osana taloushallintoa	18
3.3	Taloushallinto johtamisen välineenä	19
3.4	Taloushallinnon digitalisoituminen	20
3.5	Tietojärjestelmien hankinta ja käyttöönotto	22
4	Tutkimusmenetelmä	24
4.1	Tutkimuksen toteutus	24
4.2	Tulosten analysointi	25
5	Tutkimuksen tulokset	26
5.1	Kysymys 1. Kuinka monta työntekijää yrityksessänne työskentelee keskimäärin?	26
5.2	Kysymys 2. Kuinka asioitte tilitoimistonne kanssa?	27
5.3	Kysymys 3. Kuinka tyytyväisiä olette tilitoimistoonne ja sen palveluihin?	28
5.4	Kysymys 4. Tarjoaako tilitoimistonne digitaalisia taloushallinnon palveluja kuten verkkolaskutusta, raportointia, arkistointia tai maksuliikennettä?	29
5.5	Kysymys 5. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten suhdettanne taloushallintoon?	30
5.6	Kysymys 6. Mitä ohjelmistoja yrityksessänne on käytössä taloushallintoon?	31
5.7	Kysymys 7. Mitä seuraavista palveluista on käytössä?	32
5.8	Kysymys 8. Kuinka suuri vaikutus seuraavilla väittämillä on halukkuuteen siirtyä digitaaliseen taloushallintoon?	33
5.9	Kysymys 9. Miten tilitoimisto voisi auttaa yritystä digitalisaation hyödyntämisessä?	34
5.10	Kysymys 10. Kuinka paljon koette hyötyväne tilitoimistoyhteistyöstä?	35
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	36
6.1	Johtopäätökset	36
6.2	Tutkimuksen rajoitukset ja mahdolliset jatkotutkimukset	37

Kuvat	38
Kuviot	39
Lähteet	40

Liitteet

Liite 1 Surveypal-kyselylomake

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan tiedon hyödyntämistä liiketoiminnassa kilpailuedun saavuttamiseksi. Aihetta käsitellään taloushallinnon ja taloustiedon hyödyntämisen näkökulmasta. Digitaalinen taloushallinto tuo yritysten käyttöön paljon tietoa, jonka ymmärtäminen ja hyödyntäminen voi avata yrityksille mahdollisuuksia menestyä markkinoilla kilpailijoitaan paremmin.

Tämän työn tutkimusosa toteutetaan tilitoimistoja käyttävien yritysten avulla. Tutkimuksella selvitetään yritysten asenteita taloushallintoon ja tilitoimistoyhteistyöhön sekä etsitään keinoja, joilla tilitoimistot voisivat auttaa asiakkaitaan hyödyntämään paremmin nykyaikaisia taloushallinnon palveluja.

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Tilitoimistossa käytettävä ohjelmisto luo pohjan sille, millaisia digitaalisen taloushallinnon palveluita tilitoimisto voi asiakkailleen tarjota. Ohjelmiston laajennettavuus ja joustavuus ovat tärkeitä ominaisuuksia.

Taloushallintoliiton vuonna 2014 tilitoimistoille tekemän ohjelmistotutkimuksen mukaan vain 3 – 5 % tilitoimistoista harkitsee erittäin todennäköisesti hankkivansa uutta ohjelmistoa seuraavan 18 kuukauden aikana. Luku on pieni ja osoittaa nykyisten ohjelmistojen täyttävän hyvin tilitoimistojen keskeisimmät tarpeet. Toisaalta ohjelmiston valintaan on syytä kiinnittää erittäin paljon huomiota, koska ohjelmiston vaihto ei ole yleistä. Tutkimuksen mukaan 57 – 66 % yrityksistä pitää erittäin epätodennäköisenä ohjelmistohankintoja seuraavan 18 kuukauden aikana. Tilitoimistoilla on siis käytettävissä tarkoituksenmukaiset ohjelmistot ja valmiudet digitaalisen taloushallinnon palveluiden tarjoamiseen asiakkailleen. (Taloushallintoliitto 2014.)

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää yritysten nykyisiä toimintatapoja tilitoimistoyhteistyössä sekä tutkia, millainen rooli taloushallinnolla on yritysten toiminnassa. Tutkimuksessa on tarkoitus selvittää, mitkä tekijät vaikeuttavat asiakkaiden siirtymistä digitaalisen taloushallinnon käyttäjiksi. Tavoitteena on löytää

keinoja, joilla tilitoimisto voi auttaa asiakkaitaan siirtymään digitaaliseen taloushallintoon.

Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä on ”Mikä on asiakkaan suurin este siirtymiselle digitaaliseen taloushallintoon?”. Päätutkimuskysymyksen lisäksi tässä opinnäytetyössä on alakysymyksiä: ”Miten tilitoimisto voi auttaa asiakkaitaan digitalisaation hyödyntämisessä?” sekä ”Miten tilitoimiston tarjoamat digitaaliset palvelut hyödyttävät asiakkaan liiketoimintaa?”

Tutkimuskysymysten avulla selvitetään tilitoimiston mahdollisuuksia luoda lisäarvoa asiakkailleen palveluiden tarjonnan ja käyttöönoton avulla. Samalla tilitoimiston oma toiminta tehostuu, kun tieto kulkee digitaalisesti asiakkaan ja tilitoimiston välillä.

1.3 Rajaukset

Opinnäytetyön keskeiset käsitteet ovat kilpailukyky, taloushallinto ja digitaalisen taloushallinnon palvelut. Asiakkaiden käytössä olevat ohjelmistot selvitetään ohjelmistotyypeittäin. Ohjelmistoja käsitellään vain ohjelmistojen käyttötarkoituksen mukaan ilman, että niistä tehtäisiin yksityiskohtaista selvyyttä.

Taloushallinnossa painopiste on taloustiedon tuottamisessa ja hyödyntämisessä yksittäisten prosessien sijaan. Digitaalinen taloushallinto tuodaan osaksi yrityksen menestystä ja kilpailukykyä tiedon jalostamisen ja tiedolla johtamisen näkökulmasta.

1.4 Aineisto ja tutkimusmenetelmät

Aineisto tähän opinnäytetyöhön on hankittu kyselylomakkeella, joka toteutettiin sähköisen työkalun avulla. Kyselyn alustaksi valittiin SurveyPal-työkalu, jonka avulla internet-pohjaisen kyselyn toteuttaminen on helppoa sekä tutkimusenteikijän että vastaajien kannalta. Kyselyn tuloksista piirrettiin kuvaajat myös samalla työkalulla. Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusote. Saatujen vastausten määrä ei ollut riittävän suuri määrälliseen analyysiin, joten laadullinen analyysi valikoitui tällä perusteella.

Aineistosta selvitetiin, kohtaavatko tilitoimiston tarjoamat palvelut asiakkaiden tarpeet sekä miten tilitoimisto voi auttaa asiakkaitaan hyödyntämään paremmin palveluitaan.

Onnistunut yhteistyö osapuolien välillä hyödyttää molempia, ja ohjelmistojen yhteensovittaminen ja yhteiskäyttö on tärkeä osa yhteistyötä. Tässä opinnäytetyössä selvitetään yritysten käyttämät taloushallinnon ohjelmistot sekä taloushallinnon rooli yrityksissä.

1.5 Tutkielman rakenne

Tässä opinnäytetyössä aiheeseen tutustutaan ensin teorian kautta. Teoriaosa on jaettu kahteen osaan. Luku kaksi muodostaa ensimmäisen teoriaosan, jossa tutustutaan yrityksen kilpailukykyyn ja menestystekijöihin yleisellä tasolla. Luvussa kaksi määritellään myös kilpailukykyyn ja menestystekijöihin liittyvät yleiset käsitteet ja teoriat.

Toisessa teoriaosassa esitellään taloushallinnon käsite ja yleisimmät digitaalisen taloushallinnon palvelut, joita tilitoimistot tarjoavat asiakkailleen. Yhdessä luvut kaksi ja kolme muodostavat tämän opinnäytetyön teoreettisen viitekehysten.

Luvussa neljä tutustutaan käytettyyn tutkimusmenetelmään ja tulosten analysointimenetelmään. Luku jakautuu aineiston keräämisestä kertovaan kappaleeseen sekä analysointimenetelmän kuvaukseen.

Tutkimuksen tulokset esitetään luvussa viisi ja tulosten tulkinta sekä johtopäätökset luvussa kuusi.

2 Yrityksen kilpailukyky

Jokainen yritys pyrkii rakentamaan liiketoimintansa omien vahvuksiensa varaan ja samalla saavuttamaan kilpailuetua kilpailijoihinsa nähden. Usein puhutaan hintakilpailukyvyistä, yrityskuvasta, brändistä tai taloudellisista menestystekijöistä kuten kustannustehokkuudesta ja vakavaraisuudesta. (Halonen 2001, 48 - 49.)

Usein yrityksillä on samat perusvahvuudet eikä todellista kilpailuetua synny näiden tekijöiden kautta. Perusvahvuuksia voi kehittää ja vahvistaa, jolloin kilpailuetua saattaa kuitenkin hieman syntyä perusvahvuuksienkin kautta. (Halonen 2001, 48 - 49.)

2.1 Kilpailuedun saavuttaminen

Kilpailuetu syntyy määrätietoisella työllä ja pitkäjänteisellä tavoitteiden asettamisella. Yrityksen on hyvä tiedostaa, että menestystekijöitä ei voi ostaa eikä niitä anneta yritykselle perustamisvaiheessa. Omat menestystekijät täytyy luoda ja ylläpitää itse. Kilpailussa menestyminen vaatii omien menestystekijöiden jatkuvaa kehittämistä ja vahvistamista. Muutoin kilpailijat saavuttavat etumatkan ja kilpailuedut menetetään. Merkittäviä eroja yritysten välillä on henkilöstön ajattelumalleissa, osaamisessa ja toimintatavoissa. Näihin yritys voi itse vaikuttaa, mutta tekniikan kehittymiseen tai kilpailijan hinnoittelupolitiikkaan yritys ei pysty vaikuttamaan. (Halonen 2001, 48 - 49.)

Siirryttäessä kohti palveluyrityksiä yritysten tuotantotekijät koostuvat yhä enemmän aineettomista tekijöistä. Yrityksillä on paljon verkostoja, brändejä sekä osaamista ja tietämystä, jotka yhdessä luovat yritykselle kilpailukykyä. Palveluyritysten tuotteetkin ovat usein aineettomia palveluita, joihin voi tuki liittyä myös fyysisiä tuotteita. (Roos, Fernström, Pionius & Rastas 2006, 8.)

2.2 Asiakkuudet ja niiden kehittäminen

Arvontuotanto on talouden perustekijä, jonka varaan kaikki liiketoiminta perustuu. Arvoa on kahdenlaista – välillistä ja välitöntä. Välillinen arvo rakentuu asiakassuhteen aikana opituista asioista. Välillistä arvoa asiakkaalle tuo liiketoiminnan

kehittyminen asiakkuuden seurauksena. Digitaalisen taloushallinnon näkökulmasta välillinen arvo on juuri sitä lisäarvoa, jota tilitoimistot voivat asiakkailleen tuottaa. Välitön arvo asiakkaalle syntyy suoritetusta työstä, kuten peruskirjanpito- ja palvelusta. Yrityksen kilpailukyky vahvistuu silloin, kun yritys pystyy tuottamaan asiakkailleen jatkuvasti uutta arvoa. (Storbacka, Blomqvist, Dahl & Haeger 1999, 25.)

Asiakassuhteiden ylläpitoa parantaa aito vuorovaikutteisuus, jonka avulla tietoa tuotteista ja palveluista sekä asiakkaan tarpeista siirtyy luontevasti osapuolelta toiselle. Asiakkuuksien ymmärtäminen ja kehittäminen luovat edellytyksiä jatkuvan kilpailukyvyn ylläpitämiseen. Asiakkuuslähtöisessä ajattelussa tuotetaan asiakkaalle arvoa asiakkuudestaan. Asiakkuuslähtöisesti toimivat yritykset pyrkivät olemaan asiakkaidensa käytettävissä ja saavutettavissa ajasta ja paikasta riippumatta. (Storbacka ym. 1999, 19 - 24.)

Kulutustavarakaupassa asiakkuussuhteet ovat yleensä epäjatkuvia, jolloin jokainen kohtaaminen asiakkaan kanssa korostuu. Tilitoimiston asiakkuudet puolestaan ovat usein jatkuvia, jolloin asiakas ja tilitoimisto sitoutuvat pitkäksi aikaa toisiinsa. Jatkuvissa asiakkuuksissa korostuu pitkäjänteisyys. Tilitoimistolta ostettu palvelu tulee osaksi asiakkaan toimintaa ja on tälle tärkeää sekä merkityksellistä. Jatkuvat asiakkuudet mahdollistavat asiakassuhteiden kehittämisen ja yritysten onkin löydettävä omat menetelmänsä parhaan tuloksen saavuttamiseksi. (Storbacka ym. 1999, 53 - 59.)

Jatkuva tai ainakin säännöllinen yhteydenpito asiakkaisiin luo yhteistä historiaa yritysten välille, ja yrityksen asiakastuntemus ja ymmärrys paranee samalla. Asiakkuusprosessien kehittäminen on jatkuvissa asiakkuuksissa helpompaa, koska asiakkaiden kynnys vaihtaa toimittajaa on melko suuri. Tämä jatkuvien asiakkuuksien jäykkyys antaa yritykselle mahdollisuuden kehittää toimintaansa ilman, että asiakassuhde häiriintyy. Jäykkyys ja hitaus ovat myös jatkuvien asiakkuuksien heikkouksia koska on helppoa olla passiivinen ja jättää asiakkuudet hallitsematta. (Storbacka ym. 1999, 53 - 59.)

Passiivisuus voi ilmentyä vuorovaikutuksen puutteena tai toiminnan kehittämättä jättämisenä. Pitkään jatkuessaan tyytymättömyys asiakkaiden keskuudessa

saattaa kasvaa ja johtaa suuriin asiakasmenetyksiin. Paremmalla yhteydenpidolla asiakkaiden tyytymättömyys tulee yrityksen tietoon, ennen kuin tyytymättömyys aiheuttaa ongelmia. Passiivisuus aiheuttaa myös asiakkaiden kielteistä suhtautumista muutoksiin ja asiakassuhteen kehittämiseen, vaikka muutokset olisivatkin luonteeltaan positiivisia. Tällaisessa tilanteessa yrityksellä voi olla vaikeuksia saada asiakkaat ymmärtämään muutosten tarpeellisuutta sekä saada asiakkaat uusien palveluiden käyttäjiksi. (Storbacka ym. 1999, 53 - 59.)

2.3 Asiakkuuksien johtaminen

Muutosten ja toiminnan kehittämisen onnistumiseksi tarvitaan asiakkuuksien johtamista. Asiakkaitaan ei tietenkään voi johtaa kuten yritystä tai alaisiaan, mutta asiakkaiden ohjaaminen oikeiden palveluiden käyttäjiksi on tärkeää asiakkuuskannattavuuden näkökulmasta. Hyvä ja aktiivinen yhteydenpito asiakkaisiin mahdollistaa myös asiakkaiden ohjailun ja toiminnan kehittämisen. Jatkuvat asiakkuudet tuovat mukanaan myös jatkuvat tuotot yritykselle, ja hinnoittelussa olisi syytä tarkastella jokaista asiakkuutta omanaan. Usein käy niin, että asiakkuuskannassa on suuria eroja eri asiakkaiden kannattavuuden välillä. Asiakkaiden tunteminen mahdollistaa asiakkaiden paremman ohjailun ja sitä kautta paremman asiakaskannattavuuden ja hinnoittelun kehittämisen. (Storbacka ym. 1999, 53 - 59.)

Monesti asiakkuudet kuitenkin ovat olemassa ainoastaan jatkuvuutensa ja rutiniinomaisuutensa takia, ja asiakas ajattelee asiakkuuttaan harvoin kovin kriittisesti. Tämä jäykkyys antaa mahdollisuuden asiakkaiden ohjailmiseen esimerkiksi hinnoittelun avulla. Vaikka hinta ei ole jatkuvien asiakkuuksien suurin valintaan vaikuttava tekijä, voidaan sen avulla kuitenkin johtaa asiakkaita haluttuun suuntaan. (Storbacka ym. 1999, 53 - 59.)

2.4 Taloustiedolla tehokkuutta

Kilpailukyvyssä on pohjimmiltaan kysymys siitä, että tehdään asioita oikein. Kilpailukykyiset yritykset toimivat oikeassa paikassa, oikealla hinnalla, oikea aikaan ja tehden oikeita asioita. Kilpailukykyä voidaan ajatella myös tuottavuuden näkökulmasta. Korkean tuottavuuden yritys toimii tehokkaasti myös taloudessa

ja tuottaa suurempaa liiketaloudellista voittoa kuin matalan tuottavuuden yritys. (Lehtonen 2007, 24 - 27.)

Tuottavuuden parantaminen johtaa usein tuotantokapasiteetin parempaan käyttöasteeseen sekä pääomasta ja investoinneista saatavan hyödyn kasvuun. Tuottavuudelle on kuitenkin yläraja, eikä tuottavuutta pysty kasvattamaan loputtomiin. Optimitehokkuuden löytämiseen tarvitaan taloustietoa, jotta voidaan laskea tuotantotekijöiden kulutus minimiin saaden kuitenkin paras hyöty. Pelkkään tehokkuuteen ja tuottavuuteen tuijottaminen ei kuitenkaan takaa yritykselle hyvää kilpailukykyä vaan yrityksen täytyy ottaa huomioon myös muut markkinoiden vaatimukset. (Lehtonen 2007, 24 - 27.)

2.5 Aineettomat menestystekijät

Yrityksillä voi olla myös aineettomia menestystekijöitä. Usein puhutaan aineettomasta pääomasta tai tietopääomasta. Aineettomien pääomien tarkka tiedostaminen ja hyödyntäminen voi antaa yritykselle kilpailuetua. Aineetonta pääomaa voivat olla esimerkiksi patentit tai ohjelmistolisenssit. Jokaisessa yrityksessä pitäisi harkita tarkkaan, mitä juuri oman yrityksen aineettomat pääomat voisivat olla. (Kujansivu, Lönnqvist, Jääskeläinen & Sillanpää 2007, 27 - 28.)

Aineettomassa maailmassa tiedon ja osaamisen hallinta korostuu, joten palveluyrityksillä on usein kumppaneita eri osaamisalueilla. Laaja osaaminen ja kumppaniverkosto voi muodostaa yritykselle huomattavan suuren kilpailuedun. (Roos ym. 2006, 8.)

Henkilöstön osaaminen tai hyvä työilmapiiri voivat auttaa yritystä menestymään markkinoilla kilpailijoitaan paremmin. Nämä asiat ovat vielä suhteellisen helposti mitattavissa ja nähtävissä. Lisäksi ne ovat yhteisiä monille yrityksille, joten todellista kilpailuetua ei välttämättä synny. Se, mikä omassa yrityksessä on ainutlaatuista, on yrityksen oma taloustieto. Aineeton pääoma ei itsessään tuo kilpailuetua, mutta taito tunnistaa ja hyödyntää sitä voi tuoda yritykselle merkittävää etua kilpailijoihinsa nähden. (Kujansivu ym. 2007, 27 - 28.)

2.6 Aineettomien menestystekijöiden johtaminen

Johtamisen näkökulmasta aineettomia menestystekijöitä on hieman vaikeampi johtaa ja mitata, koska ne ovat näkymättömiä. Siitä huolimatta aineettomia menestystekijöitä ja aineetonta pääomaa ylipäättänsä pitäisi mitata ja johtaa aivan kuten yrityksen muutakin toimintaa. Mittaamisella saadaan lisää tietoa aineettoman pääoman tuottavuudesta ja kehitymisestä. Mittaaminen antaa konkreettista tietoa, jota voi käyttää johtamisen välineenä. Ilman mittaamista ei voida tietää, onko yrityksellä edes aineettomia menestystekijöitä saati mikä niiden arvo on. Mittareiden luominen näkymättömille asioille on tietysti haastavampaa kuin konkreettisille, mutta jo mittareiden kehittäminen antaa uusia näkökulmia siihen, mistä osista menestystekijät muodostuvat. Mittareiden antamia tuloksia ei kannata tulkita aivan yhtä kriittisesti kuin aineellisia tai numeroin helposti mitattavia asioita. Aineettomien pääomien mittarit ovat enemmän riippuvaisia siitä, miten ja kuka ne on määritellyt. Esimerkiksi työilmapiirin mittaamiseen vaikuttaa aina mittarin tekijän mielipiteet ja käsitykset hyvästä työilmapiiristä. (Kujansivu ym. 2007, 161 - 163.)

Mittaamisen lisäksi yrityksen olisi tärkeää tietää myös aineettomien pääomien arvo yritykselle. Arvon määrittelyssä on tärkeää huomata, että aineettomia pääomia ei useinkaan voi myydä toiselle yritykselle, eikä niillä välttämättä olisi edes arvoa toiselle yritykselle. Arvo on nimenomaan arvoa omalle yritykselle. Jos yritys tuntee hyvin aineettomat pääomansa ja pystyy luomaan niillä lisäarvoa asiakkailleen, muodostuu näistä välillistä arvoa myös asiakkaille. Harvoin kuitenkaan aineetonta pääomaa myydään asiakkaalle niin selvästi, että asiakas kokisi ostavansa tällaista pääomaa. (Kujansivu ym. 2007, 161 - 163.)

Palveluliiketoiminnassa kilpailuedun synnyttäminen vaatii usein uusia keinoja ja uudenlaista ajattelua. Pelkkä hinnoittelun kautta syntyvä kilpailuetu ei välttämättä kannata kovin pitkälle, koska alhainen hinta vaatii paljon uhrauksia henkilökunnalta. Hyvä asiakaskokemus syntyy henkilökunnan ja johtamisen yhdistelmästä ja hyvä työilmapiiri ja johtaminen auttavat yrityksen työntekijöitä esiintymään edukseen asiakaskohtaamisissa. Hyvä asiakaskokemus tarkoittaa sitä, että asiakas asioi mielellään uudestaan samassa yrityksessä ja kertoo hyvistä kokemuksistaan myös muille. (Fischer & Vainio 2014, 9.)

2.7 Tieto kilpailukeinona

Tieto on aineetonta pääomaa, jonka määrä kasvaa jatkuvasti kaikessa liiketoiminnassa. Tiedon hyödyntäminen ja kilpailuedun saaminen tätä kautta vaatii tiedon tuomista jokapäiväiseen toimintaan. Kilpailuetua syntyy vasta silloin, kun toimitaan kilpailijoita paremmin. Tiedon hyödyntäminen saa aikaan paljon muutoksia ja mahdollisuuksia toiminnassa. Kilpailuasetelmat muuttuvat eri toimijoiden välillä, ja vanhat voimasuhteet saattavat kääntyä. Toiset yritykset hyötyvät tiedosta muita paremmin ja saavat näin etua kilpailijoihinsa nähden. (Porter & Millar 1985, 75 - 83.)

Liiketoimintatiedon ymmärtäminen ja hyödyntäminen voi avata aivan uusia liikeideoita ja palveluita, joita ei vielä markkinoilla ole. Toisaalta tiedon hyödyntäminen tehostaa yrityksen prosesseja ja vaikuttaa koko yrityksen tapaan tehdä ja markkinoida tuotteitaan. Itse tuotteet tai palvelutkin muotoutuvat enenevässä määrin kerätyn tiedon pohjalta. Yritysten tavoitteena on luoda asiakkaalle lisäarvoa ja paremmalla tiedon hyödyntämisellä tähän päästään kilpailijoita paremmin. (Porter & Millar 1985, 75 - 83.)

Liiketoimintatiedon perusteella tuotteista voidaan saada edullisempia tai ne voivat sopia paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Paremmiin sopivista tuotteista asiakkaat ovat myös valmiita maksamaan enemmän. Oman aineettoman pääoman hyödyntäminen johtaa myös tuotteiden erilaistumiseen kilpailijoiden tuotteista. (Porter & Millar 1985, 75 - 83.)

Arvon tuottaminen ja sen mittaaminen koko arvoketjussa auttaa yritystä optimoimaan palveluntuotantonsa ja huomaamaan kannattamattomien työvaiheiden tai tuotteiden olemassaolon. Tietotekniikan kehitys on ollut nopeaa, ja nykyinen taso antaa hyvät mahdollisuudet tiedon hyödyntämiselle jokaisessa arvoketjun vaiheessa. Ennen tietoa oli käytettävissä vain yksittäisissä toiminnoissa, nykyään yhteistä tietoa käytetään yrityksen kaikista toiminnoista. Tiedon analysointi ja hyödyntäminen mahdollistaa yrityksille myös erilaisten simulaatioiden tekemisen ja tuotteiden testaamisen virtuaalisesti tuotekehityksen aikana. (Porter & Millar 1985, 75 - 83.)

Yrityksissä tietoa kertyy monista eri lähteistä, ja usein tietoa käytetään vain hetken, jolloin tiedon arkistointiin tai uudelleenkäyttöön ei kiinnitetä riittävästi huomiota. Erityisen haastavaksi tilanne muuttuu silloin, kun käytössä ei ole järjestelmiä tai menetelmiä tiedon järjestelmälliseen tallentamiseen. Yrityksen kannalta kriittiset tiedot voivat olla yhden tai kahden työntekijän päässä, pahimmassa tapauksessa alihankkijoilla tai vastaavilla, jolloin niiden käyttö tulevaisuudessa voi olla mahdotonta toteuttaa. Tiedon merkitys huomataan vasta, kun on liian myöhäistä. (Gates 1999, 266 - 271.)

Yritystoiminnan alkuvaiheessa tiedon hallintaan ei kiinnitetä välttämättä paljokaan huomiota. Yrityksessä on vähän työntekijöitä ja tieto työntekijöiden välillä kulkee helposti kasvotusten tai sähköpostin välityksellä. Pienessä yrityksessä tiedon määräkin on vähäistä, ja toiminnan ollessa pienimuotoista tiedon etsintään on mahdollista käyttää enemmän aikaa ja resursseja. Kaikki tämä syö kuitenkin yrityksen prosessien tehokkuutta, ja yritystoiminnan kasvaessa mahdolliset ongelmat alkavat kertautua. Yrityksen tiedosta tulee sekavaa, eri versioita tiedostoista saattaa olla työntekijöiden sähköposteissa tai verkkolevyillä ilman, että kukaan tietää mikä tieto on uusinta ja oikeaa. Pienenkin yrityksen kannattaa alusta asti pitää mielessä tiedon arvo ja merkitys liiketoiminnalle. Hyvällä ennakkoinnilla järjestelmähankinnat tehdään ajoissa ja oikein perustein. (Lindén 2015, 104 - 106.)

Tiedon jakaminen tietojärjestelmien avulla tuo tiedon kaikkien asianosaisten ulottuville ja takaa näin osaltaan tiedon pysyvyyden ja uudelleenkäytettävyyden yrityksessä. Tieto muuttuu pysyväksi, jolloin uudetkin työntekijät pääsevät käsiksi vanhoihin tietoihin ja voivat näin toimia samoin kuin kokeneemmatkin työntekijät. Tiedon jakamisen ja hyödyntämisen tulee ulottua läpi koko yrityksen aina työntekijöistä ylimpään johtoon. Vanhan sanonan mukaan tieto on valtaa, joten yrityksen kulttuuri ja ilmapiiri on syytä luoda sellaiseksi, että se ruokkii tiedon jakamista tiedon panttaamisen sijaan. Yrityksen arvot ja palkitsemisjärjestelmät olisi hyvä luoda tukemaan näitä tavoitteita. (Gates 1999, 266 - 271.)

2.8 Tiedolla parempaa ostotoimintaa

Menestyksenkäs ostotoiminta on keskeinen osa menestyvää liiketoimintaa. Tiedon hyödyntäminen ostotoiminnassa auttaa yritystä hankkimaan tuotevalikoiman, jolle on markkinoilla kysyntää. Varastonkierrosta ja tuotekohtaisista katteista saadaan tietoa ostotoiminnan kehittämiseen. (Mäenpää 2015, 61 - 64.)

Tieto auttaa yritystä neuvottelemaan kilpailukykyiset ostohinnat ja toimitusehdot. Yrityksen neuvottelemat toimitusehdot vaikuttavat paljon yrityksen mahdollisuuksiin hankkia varastoitavaksi pienempiä eriä tiuhempaan, jolloin varastointikustannukset alenevat. Automatisaatiota voi hyödyntää tilauksissa, jolloin oikeat tuotteet ovat oikeaan aikaan saatavilla ja varaston arvo pysyy optimitasolla. (Mäenpää 2015, 61 - 64.)

2.9 Kohti Big Dataa

Big Datalla tarkoitetaan tietoa, jota kertyy suuria määriä jatkuvasti johonkin tietovarastoon. Liiketoiminnan muuttuessa sähköiseksi ja tietoverkoissa tapahtuvaksi tietoa kertyy automaattisesti verkkokauppojen ja internetsivujen lokitiedostoihin, joiden perusteella asiakkaiden käyttäytymistä on mahdollista analysoida ja tehdä tiedon perusteella johtopäätöksiä. (Lindén 2015, 237 - 239.)

Yritysten taloustieto voi myös olla Big Dataa, jota voidaan analysoida uudella tavalla. Taloustieto voidaan yhdistää muuhun yrityksen tietoon ja tehdä asioita asiakkaille helpommaksi sekä poistamalla kauppojen syntymisen esteitä. (Lindén 2015, 237 - 239.)

3 Taloushallinto osana yritystoimintaa

Taloushallinto on yrityksen toiminnan tärkempiä tukitoimintoja, joka yhdistää sisäisen ja ulkoisen laskennan toiminnot yrityksen yhdeksi yksiköksi. Taloushallinnon tehtävänä on tuottaa yritykselle ja yrityksen sidosryhmille tietoa yrityksen taloudellisesta tilasta raporttien, budjettien ja kustannuslaskelmien avulla (Lahti & Salminen 2008, 14.)

Taloushallintoliiton mukaan tilitoimiston palvelut voidaan jakaa neljää osaan: Tilinpäätös ja juokseva kirjanpito, palkanlaskenta, kokonaisvaltainen liikekirjanpito ja sisäinen laskenta eli johdon laskentatoimi. Tilitoimiston asiakkaan näkökulmasta asiakas päättää, kuinka paljon taloushallintoa haluaa ulkoistaa tilitoimistolle. Palkanlaskenta ja juokseva kirjanpito sekä tilinpäätös ovat tyypillisiä ulkoistettavia palveluita. (Taloushallintoliitto.)

3.1 Taloushallinnon määrittelyminen

Taloushallinnon tarkoituksena yrityksissä on järjestää lakisääteinen kirjanpito ja huolehtia viranomaisilmoituksista. Lakisääteisten velvoitteiden täyttämisen lisäksi yritys saa kirjanpidosta myös paljon hyödyllistä tietoa ja raportteja päätöksenteon tueksi. Tärkein taloushallinnon tuottama raportti on vuosittainen tilinpäätös, joka kertoo yrityksen taloudellisen tuloksen sekä taloudellisen aseman. Tilinpäätöksen sisältämän tuloslaskelman perusteella voidaan tulkita yrityksen kannattavuutta ja tarkastella, riittävätkö yrityksen tulot menojen kattamiseen sekä voitonjakoon omistajilleen. Taseen perusteella voidaan tarkastella yrityksen rahoitustilannetta, velkaantumista ja vakavaraisuutta. (Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi & Puttonen 2006, 11.)

Kirjanpitoa säätelee kirjanpitolainsäädäntö, johon on kirjattu keskeiset kirjanpidon periaatteet. Yleisesti kirjanpidolla tarkoitetaan muistiinmerkitsemisjärjestelmää, johon kirjanpitovelvollinen merkitsee kaikki liiketapahtumat, joissa hän on ollut osallisena. Liiketapahtumien, kuten tulojen ja menojen, kirjaustapa on lainsäädännössä tarkoin määritelty. Kirjanpidon tarkoituksena on antaa luotettavasti oikea kuva yrityksen taloudellisesta toiminnasta. (Kinnunen ym. 2006, 12 - 20.)

Itse kirjanpito on jatkuvaa toimintaa, jota tehdään koko vuoden tai tarkemmin sanottuna tilikauden aikana. Tilikauden vaihtuessa kirjanpidon perusteella tehdään tilinpäätös. Tilinpäätös on yritykselle arvokas raportti, jonka perusteella yrityksen taloudellista tulosta voidaan tarkastella. Tilinpäätöksen sisältö on tarkkaan säädelty, joten yritysten vertaileminenkin on osittain mahdollista tilinpäätösten perusteella. Tilinpäätös antaa myös selvän kuvan yrityksen toiminnan kehittymisestä, joten tilinpäätös on tärkeä raportti myös rahoitusta haettaessa. Tilinpäätöksestä rahoittaja voi laskea tunnuslukuja, joiden perusteella yrityksen taloudelliset toimintaedellytykset voidaan arvioida. Yleisimpiä tunnuslukuja ovat yrityksen kannattavuuteen, maksuvalmiuteen ja vakavaraisuuteen liittyvät tunnusluvut. (Kinnunen ym. 2006, 12 - 20.)

Tilinpäätöstiedot ovat yrityksen itsensä lisäksi tärkeitä kaikille yrityksen kanssa tekemisissä oleville tahoille. Taloudellinen tieto on tärkeää kaiken kokoisille yrityksille ja tilinpäätöksen antaman tiedon perusteella yrittäjä tai yrityksen johto voi verrata omaa yritystään muihin yrityksiin sekä omaan menneisyyteensä. Tieto antaa myös mahdollisuuden tehdä parempia ja tietoon perustuvia päätöksiä tulevaisuudessa. Päivittäinen kirjanpito tehdään kirjanpitolien avulla ja näiden tilien tietojen perusteella laaditaan tilinpäätös. Tilinpäätöksen keskeisiä sisältöjä ovat tuloslaskelma ja tase. Ne on molemmat johdettu kirjanpitolien tietojen avulla. Tilinpäätöksen tase kuvaa yrityksen tilinpäätöspäivän varoja ja velkoja. Tuloslaskelmassa taasen näkyy yrityksen tulot ja menot joiden erotuksena syntyy tilikauden aikana saavutettu tulos, voitto tai tappio. (Kinnunen ym. 2006, 12 - 20.)

3.2 Budjetointi osana taloushallintoa

Budjetointi on tärkeä osa yrityksen tulevaisuuden suunnittelua ja vakaata toimintaa. Budjetteja voi laatia monella eri tavalla, mutta taloushallinnon tuottaman historiatiedon hyödyntäminen tulevaisuuden arvioinnissa on tärkeää. Suurempien yritysten budjetit laaditaan vastuualueittain tai osastoittain, ja näistä koostetaan koko organisaation budjetti. Pienet yritykset taas budjetoivat koko toiminnan yhdellä budjetilla. Tiedon merkitys budjetoinnissa korostuu nykyään erittäin voimakkaasti, koska tietoa parhaiten hyödyntävät yritykset löytävät kilpailijoitaan parempia liiketoimintamahdollisuuksia sekä tuotteita tai jopa toimialoja. Budjetoinnissa

on tärkeää, että yrityksellä on luotettavat tiedot yrityksen aiemmasta taloudellisesta menestyksestä sekä mahdollisista aiemmista virheistä. (Pellinen 2005, 113 - 114.)

Taloushallinnon laajentuessa osaksi koko yrityksen strategiaa ja kilpailuedun tavoittelua on taloushallinnossa työskentelevien osaaminen laajentunut kattamaan lähes koko liiketoiminnan. Taloushallinto on myös tullut osaksi yrityksen markkinoitiosastoa erilaisten kustannuslaskenta ja vaikuttavuuslaskentojen kautta. Taloushallinto tuottaa nykyään tietoa maksukäyttäytymisestä, ja yritysten kansainvälistyessä myös monikulttuurisuus tuo uusia haasteita taloushallinnolle. (Järvenpää, Partanen & Tuomela 2001, 320 - 321.)

Strategiatyön seurauksena yritykset luovat mittaristoja, joiden informaation tuottamisesta on tullut osa taloushallintoalan työntekijöiden työtehtäviä, vaikka informaatio ei olisikaan luonteeltaan taloudellista. Suuret tietomäärät ovat mahdollistaneet myös tuotteiden, kilpailijoiden ja markkinoiden analysoinnin, mikä niin ikään on tullut osaksi taloushallinnon tehtäviä. Yhteistyö sidosryhmien välillä on myös lisääntynyt, ja erilaisen informaation tuottaminen sijoittajille, asiakkaille ja audittoijille lisääntyy jatkuvasti. Kaiken tiedon hallinnasta on siirrytty kohti olennaisen tiedon hallintaa – kyky erottaa olennainen tieto suurista tietomääristä on tärkeä taito tulevaisuudessa. Laskentahenkilöstön tehtävät muuttuvat yhä enemmän tiedon tuottajista tiedon hyödyntäjiksi. Analysointi ja tiedon hyväksikäyttö tukee tulevaisuudessa yhä enemmän minkä tahansa yrityksen liiketoimintaa. (Järvenpää ym. 2001, 320 - 321.)

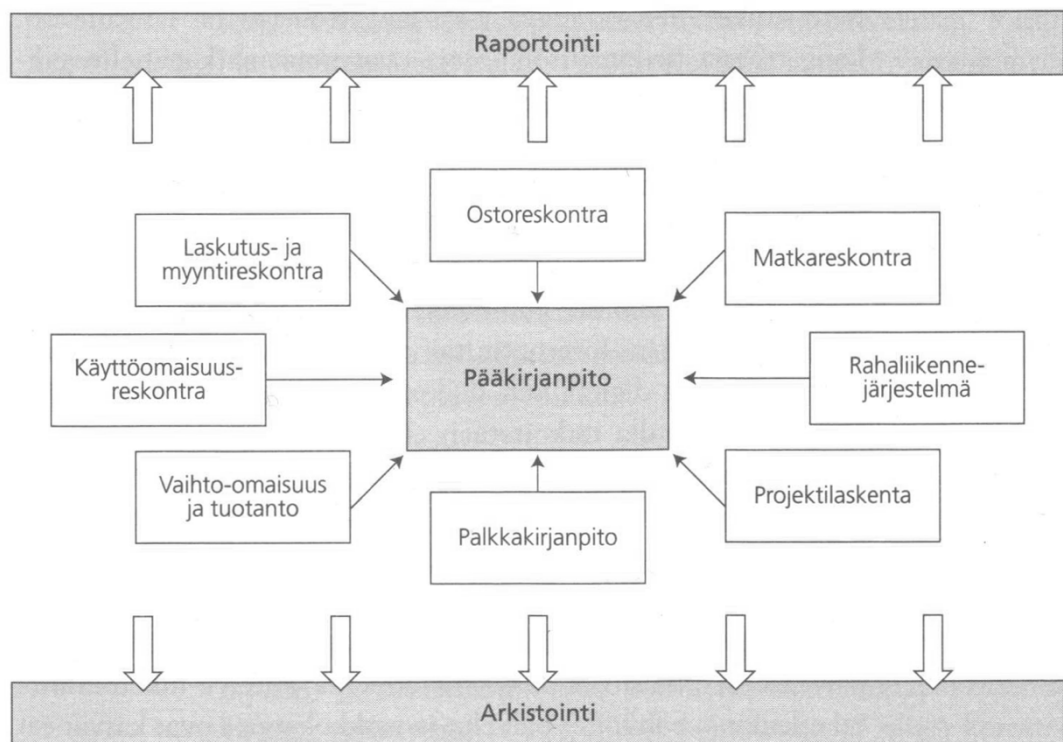
3.3 Taloushallinto johtamisen välineenä

Yrityksessä johto ohjaa yritystä päätöksenteolla. Yrityksen taloushallinto tuottaa johdolle päätöksenteon tueksi tietoa mahdollisista päätöksistä ja niiden seurauksista. Taloushallinnon tai laskentatoimen tuottama tieto on luonteeltaan taloudellista, rahaan ja lukuihin perustuvaa. Samoin kuin taloushallinnossa myös johtamisessa korostuu kyky erottaa olennainen tieto epäolennaisesta. Yrityksen johto ei tee päätöksiä pelkästään taloudellisen tiedon perusteella, vaan päätöksiin vaikuttavat muutkin seikat, kuten markkinat, kilpailutilanne ja kilpailijoiden toimet. Taloushallinnon tuottamat vaihtoehtolaskelmat auttavat johtoa valitsemaan

parempia vaihtoehtoja, ja nykyaikaiset taloushallinnon järjestelmät mahdollistavat myös erilaisten vaihtoehtojen paremman vertailun. Yrityksen toiminnasta tilinpäätösten muodossa kertynyt historiatieto on yritykselle tärkeä tietolähde arvioidessa erilaisten toimien vaikutuksia yrityksen taloudelliseen tulokseen. (Kinnunen, Leppiniemi, Puttonen & Virtanen 2002, 177 - 180.)

3.4 Taloushallinnon digitalisoituminen

Taloushallinnon digitalisaation myötä on ollut tarpeellista kuvata taloushallinnon prosessit tarkasti tietojärjestelmien kehittämiseksi. Prosessien (Kuva 1) tunteminen tarkasti helpottaa järjestelmien yhteensovittamista ja muokkaamista erilaisiin ympäristöihin. Seuraavaksi käsitellään muutamia pääprosesseja, joiden digitalisoinnista on yrityksille eniten hyötyä.

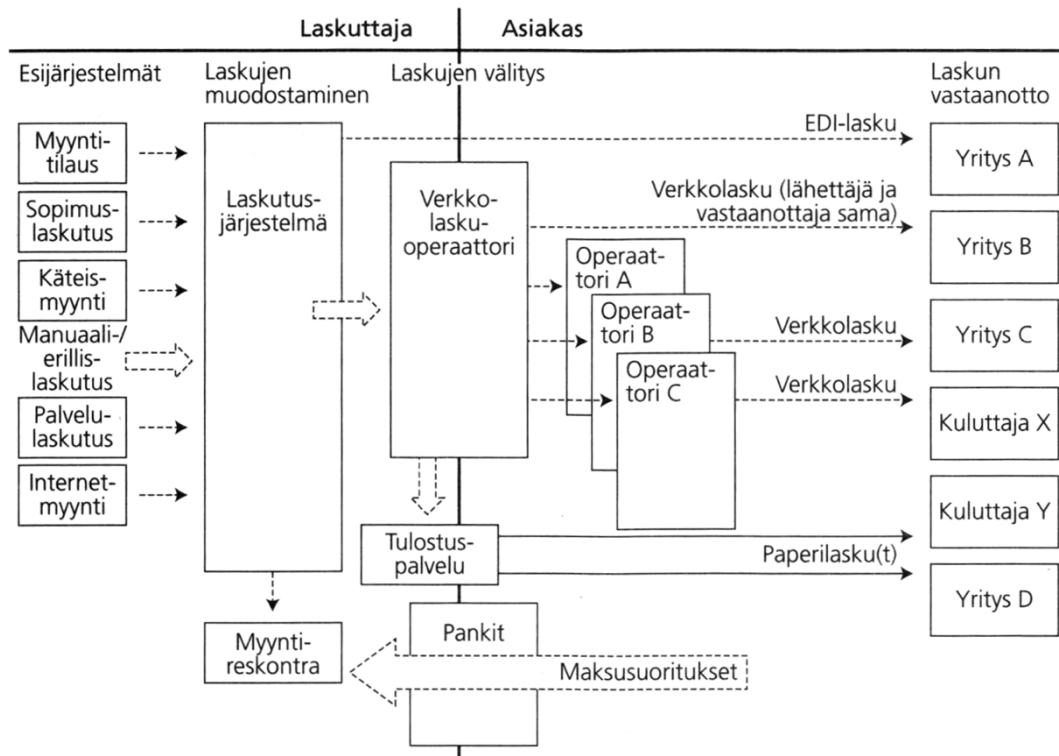


Kuva 1. Taloushallinnon prosessit (Lahti & Salminen 2008, 17)

Ostolaskuprosessi on monessa tapauksessa yrityksen taloushallinnon eniten aikaa ja muita resursseja vievä toiminto. Ostolaskut kierrätetään hyväksyttävänä yrityksessä, ja paperisina kierrätettävät laskut ovat alttiita katoamiselle tai tuhoutumiselle. Sähköisellä tai digitaalisella ostolaskujen käsittelyllä voidaan säästää

jopa 90 % kustannuksista, ja laskujen arkistointi sähköisessä muodossa on huomattavasti taloudellisempaa kuin fyysinen säilytys kansioissa tai vastaavissa. Myös laskujen tarkastelu jälkikäteen on sähköisissä järjestelmissä helpompaa, koska lasku löytyy järjestelmästä helposti. Nykyaikaiset toiminnanohjausjärjestelmät hoitavat koko ostoprosessin alusta loppuun ilman, että laskujen tai tilausten tietoja tarvitsee syöttää järjestelmään useammin kuin kerran. Järjestelmillä on myös mahdollista ohjata ostolaskut suoraan kirjanpitoon, jolloin kirjanpidon raportointikin muuttuu ajantasaisemmaksi. Tietojärjestelmän toimittajarekisterin ylläpito ja ostolaskujen linkittäminen toimittajarekisteriin helpottaa laskujen hallintaa. (Lahti & Salminen 2008, 48 - 72.)

Ostolaskuprosessin lisäksi myös myyntilaskujen käsittely sähköisesti lisää laskutusprosessin tehokkuutta. Onhan laskutus yrityksen toiminnan kannalta yksi tärkeimmistä toiminnoista. Kuten ostolaskuissakin, myyntilaskujen perustiedot säilytetään tietojärjestelmässä, josta laskujen muodostaminen valmiiden, kerran syötettyjen tietojen pohjalta on helppoa. Laskutusohjelma tai tietojärjestelmä voi huolehtia automaattisesti myös myyntireskontrasta siten, että saatavat siirtyvät reskontraan automaattisesti. Tämä tehostaa saatavien seurantaa ja mahdollisia perintätoimia. Verkkolaskujen (Kuva 2) lähettäminen on yleistynyt viime vuosina ja alan standardiividakkokin on selvinnyt. (Lahti & Salminen 2008, 73 - 91.)



Kuva 2. Myyntilaskutus ja verkkolaskut (Lahti & Salminen 2008, 89)

Osto- ja myyntilaskutuksen lisäksi yrityksen tukitoimintojen digitalisoituminen tuo lisää tehokkuutta esimerkiksi matka- ja kululaskujen automaation myötä. Maksuliikenteen sekä kassanhallinnan yhdistäminen kirjanpidon prosesseihin lisää raportoinnin ajantasaisuutta ja vähentää manuaalista työtä kirjanpidossa. (Lahti & Salminen 2008, 73 - 91.)

3.5 Tietojärjestelmien hankinta ja käyttöönotto

Tietojärjestelmien hankinta lähtee yrityksen tarpeista ja niiden kartoittamisesta. Yrityksen koko vaikuttaa paljon hankittaviin järjestelmiin ja laajempien järjestelmien hankintaprosessi on paljon raskaampi, kuin yksittäisten ohjelmistojen hankinta. Lähtökohtaisesti kaikenkokoisissa yrityksissä tulisi selvittää perinpohjin mitä järjestelmältä halutaan. Tiedon hyödyntämisen eli analysointien ja raportointien näkökulmasta ajateltuna järjestelmien täytyy pystyä keräämään näihin vaadittavaa tietoa. Ilman oikeanlaista tietoa ei ole mahdollista tehdä oikeanlaisia raporttejakaan. Järjestelmien integrointi eli yhteensovittaminen nousee tässä mielessä erittäin tärkeäksi näkökohdaksi. Jos oikeanlaista tietoa kerätään, mutta

hankittu järjestelmä ei pysty tuottamaan riittäviä raportteja kerätystä tiedosta, voidaan integroinnin avulla tieto viedä helposti toiseen järjestelmään, josta haluttu raportti saadaan. (Granlund & Malmi 2004, 127 - 130.)

Tarvekartoituksen jälkeen tutkitaan eri järjestelmätoimittajien vaihtoehtoja ja karotetaan parhaiten omalle yritykselle sopivat vaihtoehdot. Ohjelmistotoimittajien referenssit eli toimittajan jo toteuttamat ohjelmistoprojektit kannattaa tutkia huolellisesti. Periaatteessa hankintaprosessi etenee samoin kuin muukin yrityksen hankintatoiminta. Varteenotettavien järjestelmien löydyttyä hankitaan lisää tietoa järjestelmistä ja pyydetään toimittajilta tarjoukset järjestelmien hinnoista. Hinnat voivat muodostua lisenssimaksuista, ylläpitomaksuista sekä mahdollisista tietoliikenne- tai transaktiomaksuista. Käyttöönotto voi aiheuttaa paljon lisäkustannuksia hankintakustannusten lisäksi. Kaikki tämä on hyvä ottaa huomioon järjestelmien hintoja vertaillessa. Kun lopulta päädytään valitsemaan itselle sopiva järjestelmä, tehdään hankintapäätös sekä tarvittavat sopimukset toimittajan kanssa. (Granlund & Malmi 2004, 133 - 136.)

Käyttöönotto on järjestelmähankinnan viimeinen vaihe. Käyttöönotto ja henkilöstön kouluttaminen uuden järjestelmän käyttäjiksi on projektin onnistumisen kannalta erittäin tärkeää. Oikein käytettynä uusi järjestelmä tuottaa yritykselle heti hyödyllistä tietoa, jolloin yritys alkaa heti hyötymään investoinnistaan. Ottamalla taloushallinnon henkilöstö mukaan käyttöönottoon ja koulutukseen muodostuu henkilöstölle selvä kuva tietotekniikan uusista mahdollisuuksista. Yritys hyötyy tulevaisuuden mahdollisuuksista paremmin silloin, kun taloushallinnon ja tietotekniikkaosaston henkilöstö ymmärtävät toisiaan. (Granlund & Malmi 2004, 142 - 148.)

4 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmät jaetaan yleisesti määrällisiin ja laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Määrällinen tutkimus perustuu tilastolliseen analyysiin ja määrällinen tutkimus on kohtuu helposti toistettavissa. Tilastolliset analyysimenetelmät vaativat toimiakseen numeerista tietoa, jota voidaan kerätä eri tavoilla. Numeeristen muuttujien riippuvuussuhteita voidaan selvittää erilaisilla testeillä, jotka antavat yksiselitteisen numeerisen tuloksen muuttujien suhteista. (Alasuutari 2011, 34 - 37.)

Määrällinen tutkimus pyrkii yleistämään tutkimustuloksia, jolloin tutkimukseen valittavat kohteet on valittava niin, että ne edustavat koko tutkittavaa ryhmää pienoisuudessa. Tämän otoksen kattavuus vaikuttaa tulosten yleistettävyyteen sekä tutkimuksen luotettavuuteen. (Kananen 2008, 13.)

Näiden määrällisen tutkimuksen aineistovaatimusten johdosta tämän opinnäytteen tutkimusmenetelmäksi valikoitui laadullinen tutkimus. Aineiston vähäisen määrän vuoksi tilastollista analyysiä kyselyn tuloksista ei voitu tehdä tai ainakaan tulokset eivät olisi olleet luotettavia. Tutkimuksen kohteena olevat yrityksetkään eivät edusta kattavasti kaikkia yrityksiä, mutta ne edustavat kuitenkin itse ilmiötä eli yritysten valmiuksia hyödyntää tietoa ja digitalisaatiota liiketoiminnassaan.

4.1 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusaineisto tähän työhön on hankittu internet-kyselyllä. Kysely suunnattiin yhden lappeenrantalaisen tilitoimiston asiakkaille, ja se toteutettiin SurveyPal-työkalulla huhtikuussa 2017. Ajankohta tutkimukselle oli hyvä, koska asiakasyritysten tilinpäätökset olivat suurelta osin valmistuneet ennen tutkimusta. Tilinpäätöksen sisältö ja sen vaikutus yritystoimintaan olivat tutkimuksen aikana yrityksissä ajankohtainen asia.

Kyselystä saatiin tietoa yrityksen koosta, käytettävistä ohjelmistoista, taloushallinnon roolista yrityksessä sekä suurimmista digitalisaation esteistä. Tuloksista pyritään selvittämään, löytyykö digitaalisen taloushallinnon hyödyntämättä jättämiseen yhteisiä syitä.

4.2 Tulosten analysointi

Tulokset analysoitiin käyttäen laadullisen tutkimuksen keinoja. Aineisto kerättiin internet-kyselyllä, mutta laadullisen tutkimuksen kannalta kyseessä on puolistrukturoitu haastattelu, jossa on joidenkin kysymysten kohdalla myös avoin kenttä lisätietoja varten (Tilastokeskus).

Kyselyn tulokset esitetään kuvaajina, sekä kuvaillaan sanallisesti seuraavassa luvussa. Yhteenveto tuloksista, sekä johtopäätökset esitetään luvussa 6.

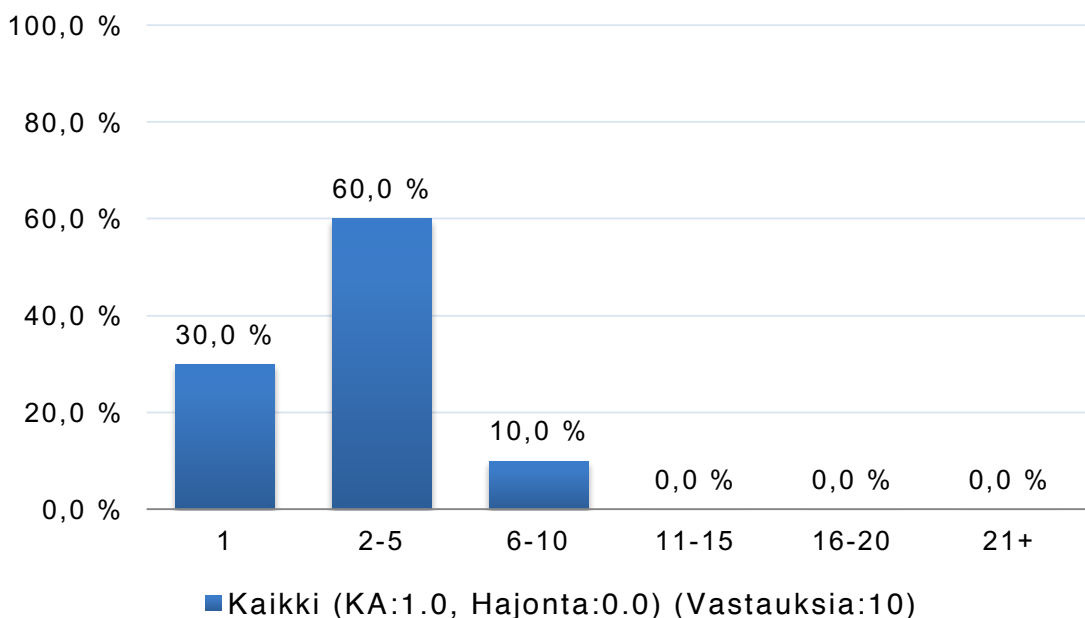
5 Tutkimuksen tulokset

Vastauksia internet-kyselyyn saatiin kahdeltatoista yritykseltä. Tässä luvussa esitellään kyselyn tulokset kysymyksittäin ja seuraavassa luvussa esitetään tulosten yhteenveto sekä johtopäätökset.

Tulokset käydään lävitse kysymys kerrallaan. Ensin selvitetään, mitä kysymyksellä on haluttu saada selville, jonka jälkeen tulokset esitetään kuvaajana ja viimeiseksi tuloksista esitetään lyhyt sanallinen kuvaus.

5.1 Kysymys 1. Kuinka monta työntekijää yrityksessänne työskentelee keskimäärin?

Kyselyn ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin selvittää yritysten koko. Henkilömäärä valittiin parhaaksi mittariksi mitata yrityksen kokoa, koska digitaalisen taloushallinnon hyödyt tulevat esiin henkilöstömäärän kasvaessa. Mitä useampi henkilö yrityksessä käsittelee yrityksen tietoa, sen tärkeämpää on tiedon helppo käytettävyys. Kuviossa 1 on esitetty kyselyyn vastanneiden yritysten henkilömäärät.



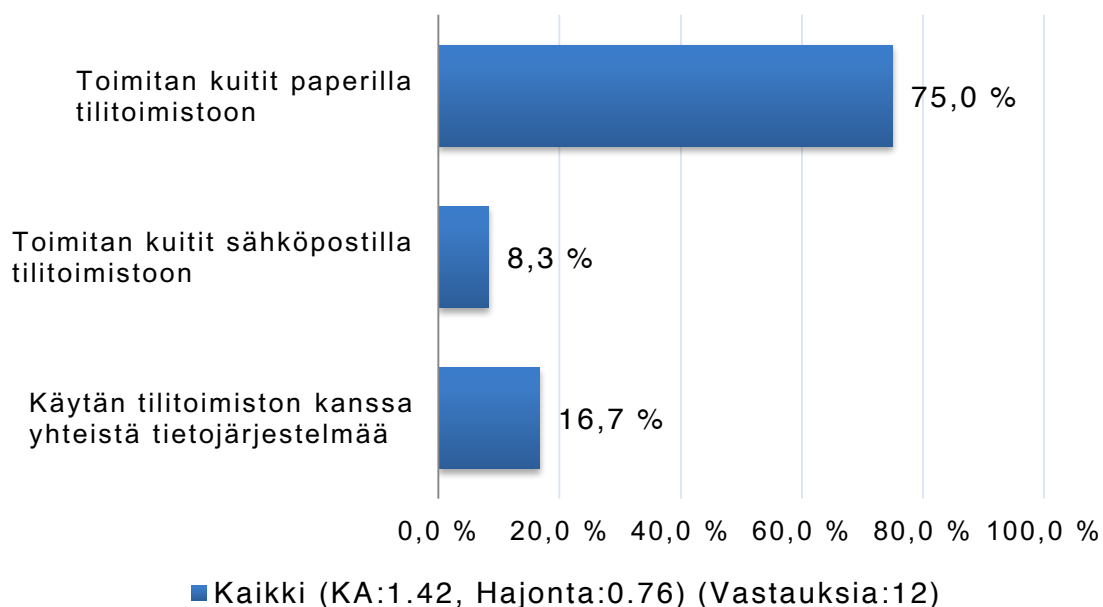
Kuvio 1. Henkilöstömäärä

Vastajien joukossa on vain pieniä yrityksiä, joiden henkilöstömäärä on yhden ja kymmenen välillä. Suurin osa vastanneista on kahdesta viiteen henkilön yrityksiä.

Yhden hengen yrityksiä on mukana 30 prosenttia yrityksistä, ja kuudesta kymmeneen hengen yrityksiä on 10 prosenttia.

5.2 Kysymys 2. Kuinka asioitte tilitoimistonne kanssa?

Kyselyn toisella kysymyksellä haluttiin selvittää yritysten toimintatapoja tilitoimistoyhteistyössä. Kuviossa 2 on esitetty yritysten tapoja asioida tilitoimiston kanssa.

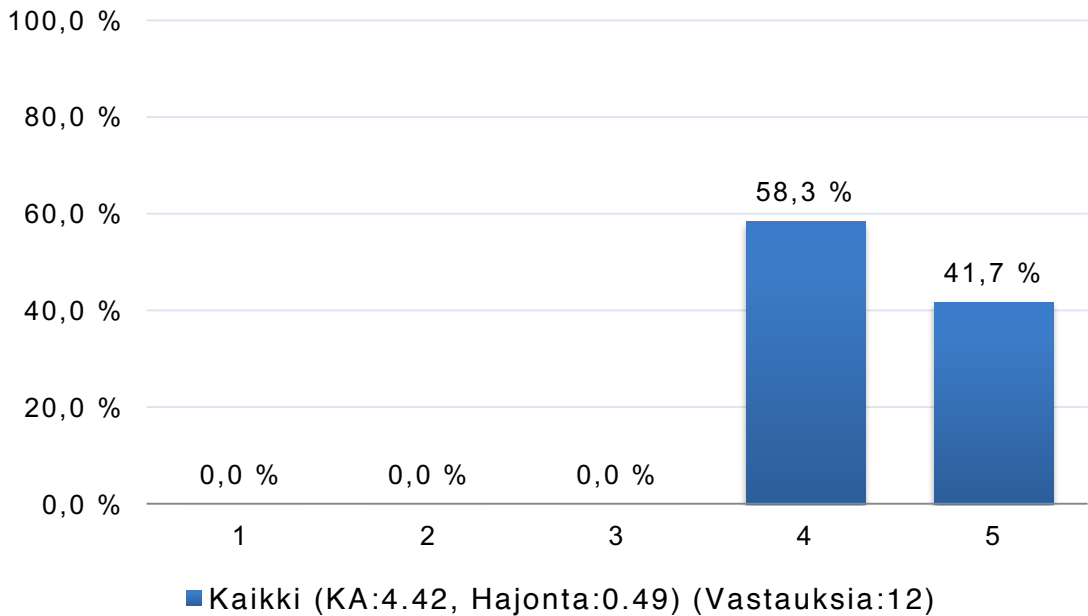


Kuvio 2. Asiointi tilitoimistossa

75 % tutkimukseen osallistuneista yrityksistä toimittaa kuitit tilitoimistoon kirjanpitoa varten paperilla. Perinteinen toimintatapa on siis ylivoimaisesti suosituin.

5.3 Kysymys 3. Kuinka tyytyväisiä olette tilitoimistoonne ja sen palveluihin?

Kyselyn kolmannella kysymyksellä selvitettiin yritysten tyytyväisyyttä tilitoimistoonsa. Asiakastyytyväisyyden lisäksi kysymys antaa viitteitä myös tilitoimiston palveluiden riittävydestä yrityksille. Kuviossa 3 on esitetty yritysten asiakastyytyväisyys.

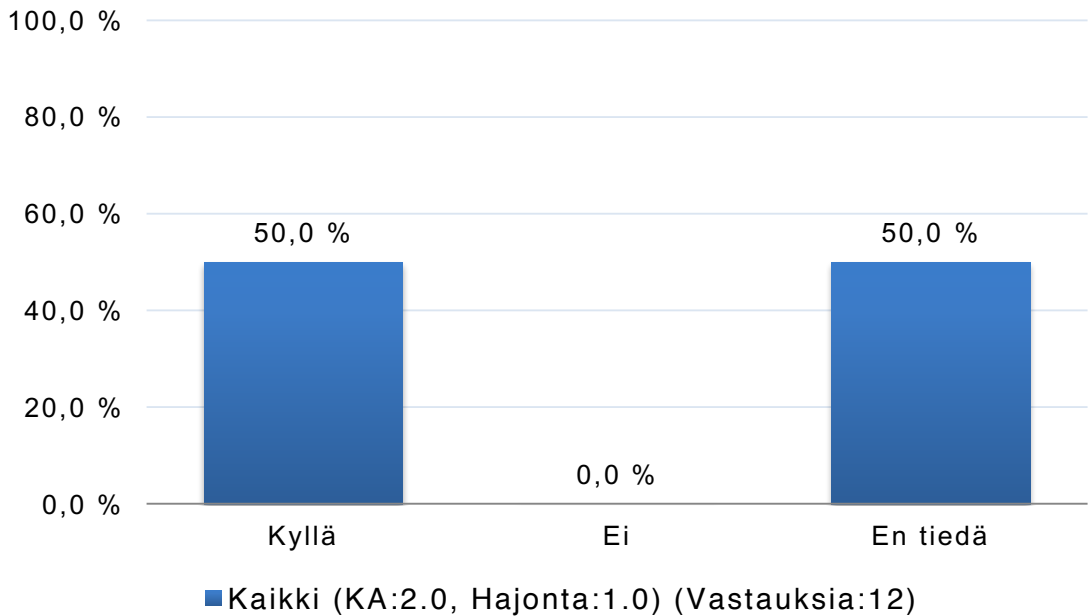


Kuvio 3. Asiakastyytyväisyys

Kysymyksen vastausasteikko oli yhdestä viiteen, yksi tarkoitti tyytymätöntä ja viisi erittäin tyytyväistä. Vastanneet yritykset ovat hyvin tyytyväisiä tilitoimistoonsa ja sen palveluihin.

5.4 Kysymys 4. Tarjoaako tilitoimistonne digitaalisia taloushallinnon palveluja kuten verkkolaskutusta, raportointia, arkistointia tai maksuliikennettä?

Neljännän kysymyksen tarkoituksena oli selvittää yritysten tietämystä digitaalisen taloushallinnon palveluista. Kuviossa 4 on esitetty yritysten vastaukset tähän kysymykseen.

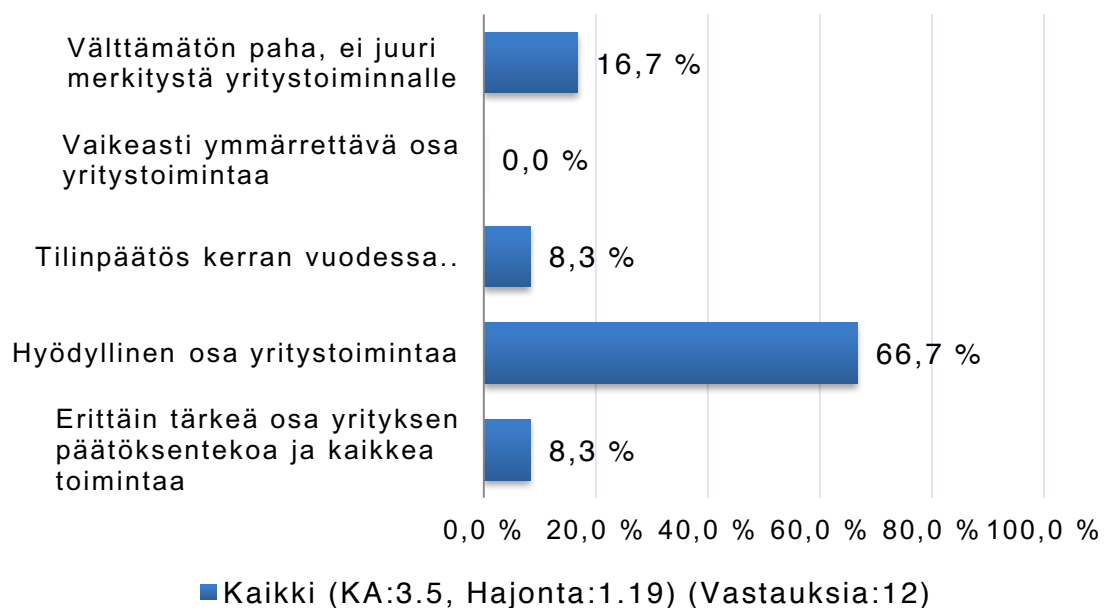


Kuvio 4. Tietämys tilitoimiston palveluista

Vastaukset tähän kysymykseen jakoutuivat puoliksi vastauksen "Kyllä" ja "En tiedä" kesken.

5.5 Kysymys 5. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten suhdettanne taloushallintoon?

Viidennellä kysymyksellä haluttiin selvittää yritysten suhdetta taloushallintoon yleensä. Suhtautuminen taloushallintoon ja taloustiedon hyödyntämiseen vaikuttaa myös yritysten kiinnostukseen tiedon tuottamiseen digitaalisen taloushallinnon avulla. Kuviossa 5 on esitetty yritysten vastaukset tähän kysymykseen.

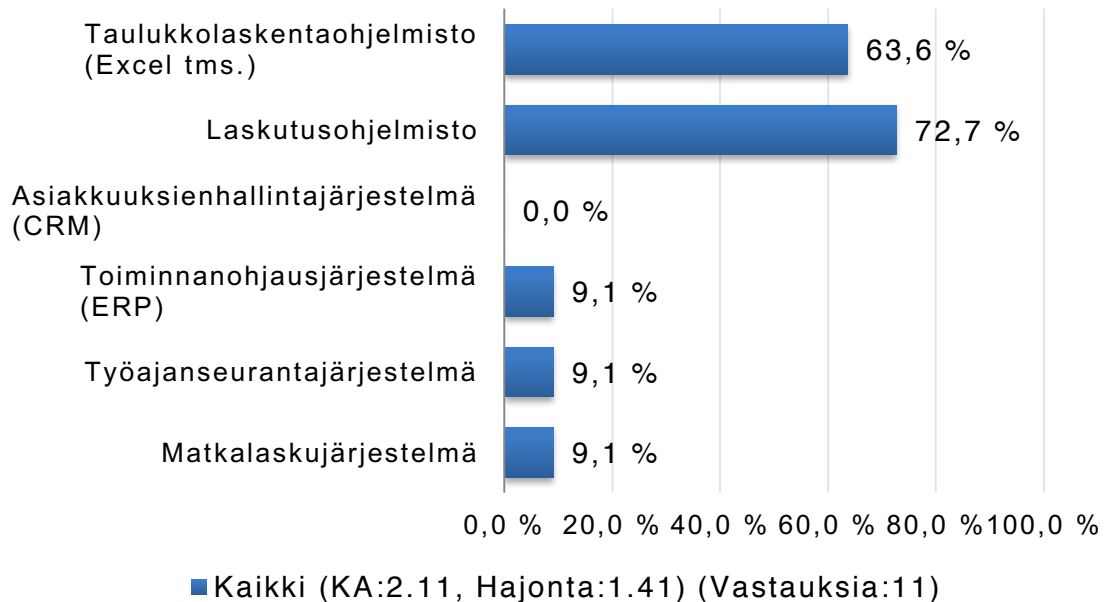


Kuvio 5. Suhde taloushallintoon

Suurin osa yrityksistä kokee taloushallinnosta olevan hyötyä yritystoiminnalle.

5.6 Kysymys 6. Mitä ohjelmistoja yrityksessänne on käytössä taloushallintoon?

Kuudennen kysymyksen tavoitteena oli selvittää yrityksissä käytettäviä ohjelmistoja. Kuviossa 6 on esitetty tämän kysymyksen vastaukset.

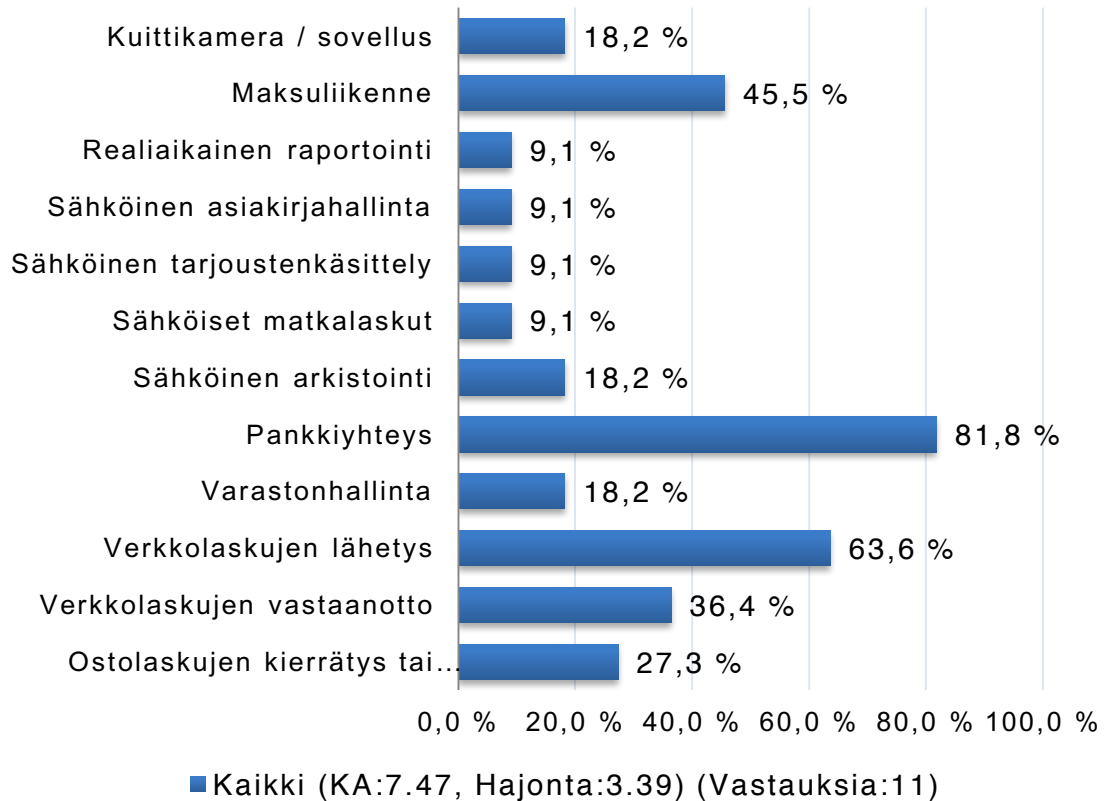


Kuvio 6. Ohjelmistot

Ohjelmistot selvitettiin vain ohjelmistotyyppiensä ja käyttötarkoituksensa mukaan. Tarkoituksena ei ollut selvittää tarkkoja ohjelmistoja, vaan käytössä olevia järjestelmiä yleisellä tasolla. Taulukkolaskentaohjelmistojen lisäksi laskutusohjelmistot ovat yleisiä vastaajien keskuudessa.

5.7 Kysymys 7. Mitä seuraavista palveluista on käytössänne?

Tällä kysymyksellä selvitettiin yritysten käyttämiä palveluita. Kuviosta 7 selviää yritysten käyttämät palvelut.

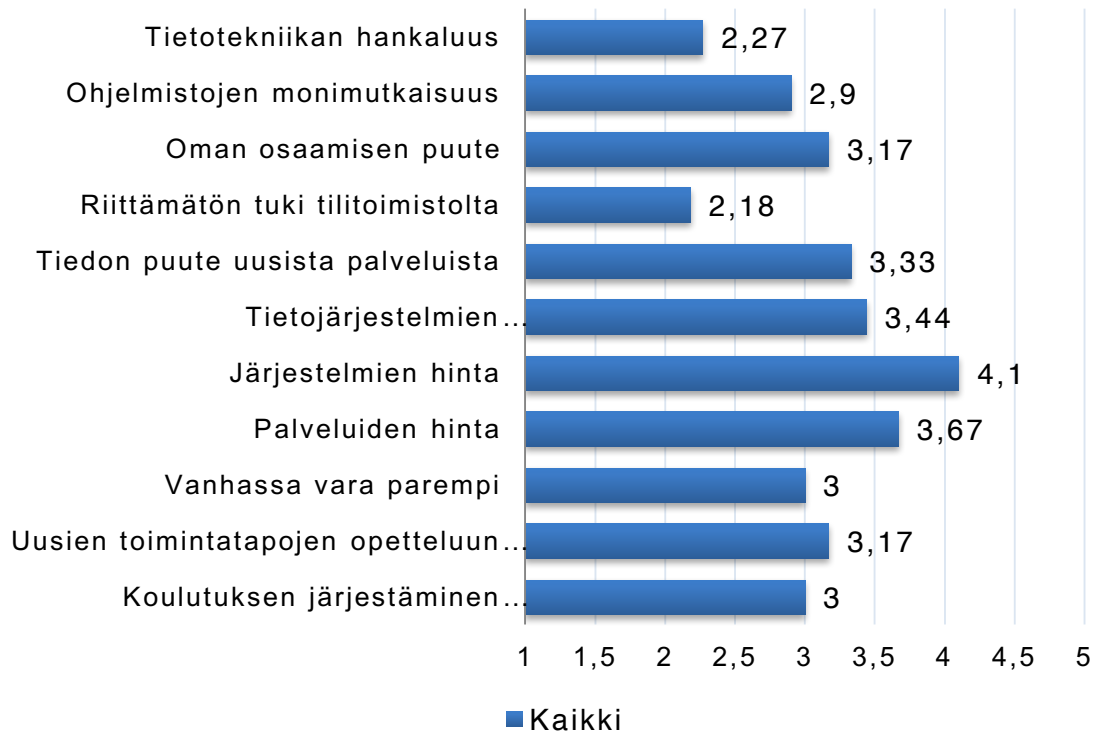


Kuvio 7. Käytetyt palvelut

Yleisimmin käytetyt palvelut liittyvät maksuliikenteeseen. Suosituin palvelu on pankkiyhteys, joka on käytössä yli 80 prosentilla vastaajista. Verkkolaskujen lähetys on toiseksi suosituin palvelu, sekin on käytössä yli puolella vastaajista.

5.8 Kysymys 8. Kuinka suuri vaikutus seuraavilla väittämillä on halukkuuteen siirtyä digitaaliseen taloushallintoon?

Tämän kysymyksen avulla haluttiin selvittää digitaalisen taloushallinnon esteitä. Kuviosta 8 selviää yritysten suurimmat digitaalisen taloushallinnon esteet.

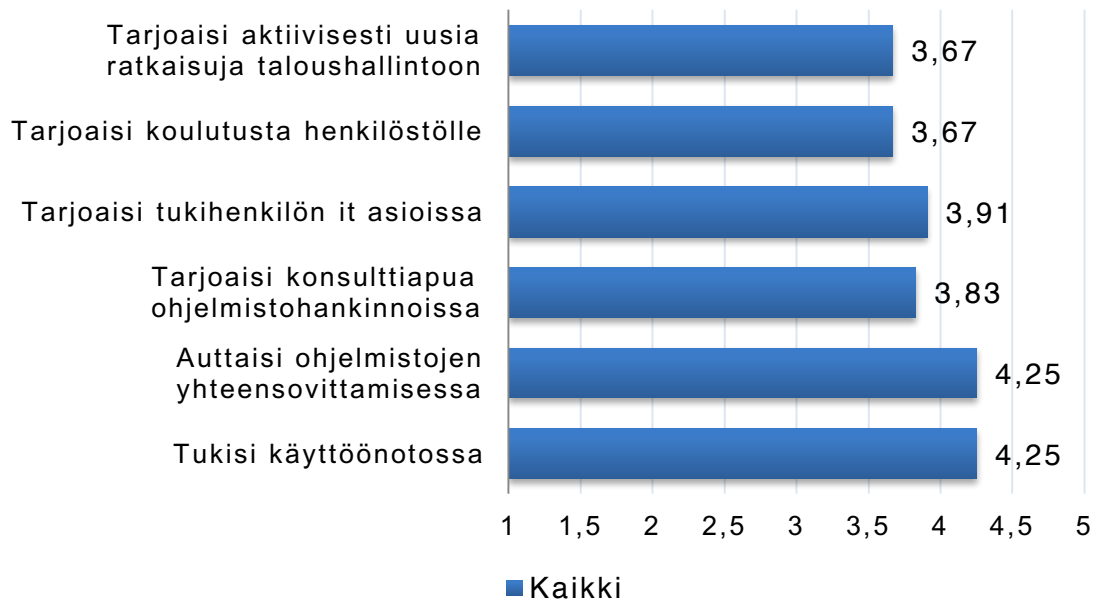


Kuvio 8. Digitaalisen taloushallinnon esteet

Suurimmaksi esteeksi tässä kyselyssä nousi järjestelmien hinta. Palveluiden hinnat koettiin myös korkeaksi sekä tietojärjestelmien yhteensovittaminen nähtiin haastavana. Vastausasteikko tähän kysymykseen oli yhdestä viiteen, yksi tarkoitti vähäistä vaikutusta ja viisi suurta vaikutusta.

5.9 Kysymys 9. Miten tilitoimisto voisi auttaa yritystä digitalisaation hyödyntämisessä?

Yhdeksännessä kysymyksessä etsittiin keinoja, joilla tilitoimisto voisi auttaa asiakkaitaan digitalisaation hyödyntämisessä. Kuviosta 9 selviää yritysten suhtautuminen erilaisiin keinoihin.

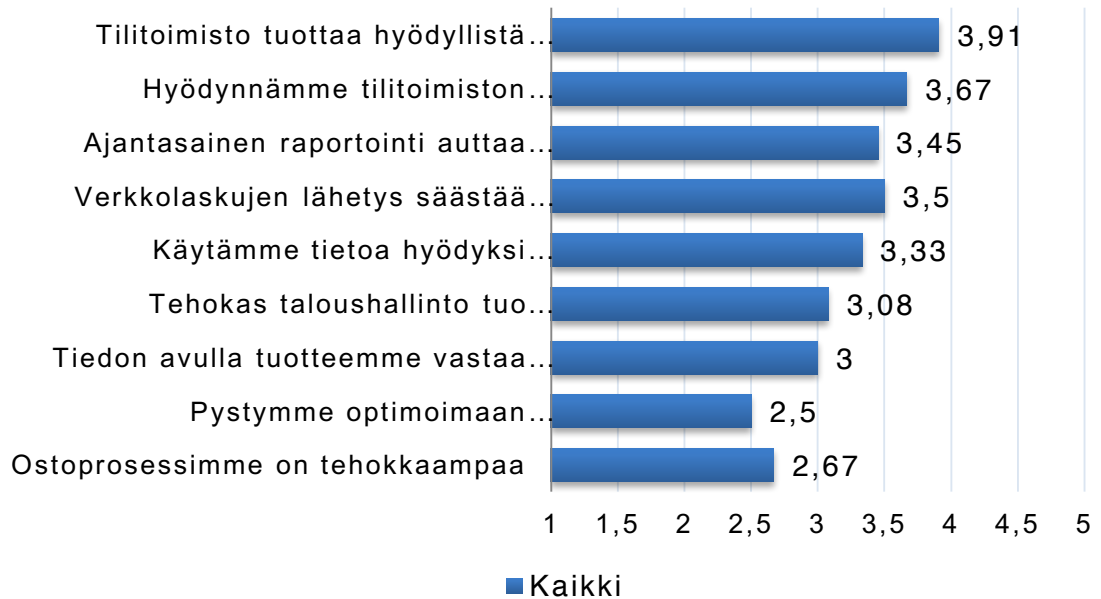


Kuvio 9. Tilitoimiston keinoja asiakkaan auttamiseksi

Vastaajat kokivat ohjelmistojen yhteensovittamisen ja käyttöönoton tuen parhaiksi keinoiksi auttaa siirtymässä. Lisäksi it-tukihenkilön tarjoaminen asiakkaiden käyttöön oli vastaajien mielestä hyvä apukeino. Tämän kysymyksen vastausasteikko oli yhdestä viiteen, yksi tarkoitti ei lainkaan hyödyllistä ja viisi erittäin hyödyllistä.

5.10 Kysymys 10. Kuinka paljon koette hyötyväne tilitoimistoyhteistyöstä?

Kyselyn viimeisenä kysymyksenä haluttiin selvittää yritysten kokema arvoa tilitoimiston asiakkuudestaan. Kuviosta 10 selviää, kuinka yritykset kokevat saavansa hyötyä omaan yritystoimintaansa tilitoimistoltaan.



Kuvio 10. Tilitoimistoyhteistyön hyödyt

Yritykset kokevat saavansa hyödyllistä tietoa yrityksestään tilitoimistoyhteistyön seurauksena. Yritykset myös hyödyntävät saamaansa tietoa omassa toiminnassaan. Vastausasteikko tähän kysymykseen oli yhdestä viiteen, yksi tarkoitti vähäistä hyötyä ja viisi suurta hyötyä.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimuksessa selvitettiin internet-kyselyllä yritysten suhtautumista taloushallintoon, nykyisiä toimintatapoja tilitoimistoyhteistyössä sekä yritysten valmiuksia siirtyä digitaaliseen taloushallintoon.

Vastauksia kyselyyn saatiin kaikkiaan kahdeltatoista yritykseltä, jotka ovat kaikki saman lappeenrantalaisen tilitoimiston asiakkaita. Seuraavassa esitetään johtopäätökset kyselyn tuloksista.

6.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen tulokset kuvavaat pienten yritysten suhtautumista taloushallintoon ja digitaalisiin taloushallinnon palveluihin. Yritykset toimivat varsin perinteisesti tilitoimistonsa kanssa toimittaen kuitit kirjanpitoon pääosin paperitulosteina. Pienessä yrityksessä paperikuitit ovat vielä varmasti hallittavissa vähäisen määrän takia. Yritykset olivat tyytyväisiä tilitoimistoonsa, joten tilitoimiston tarjoamat palvelut vastaavat yritysten tarpeita, eivätkä yritykset koe tarvitsevansa muita palveluita. Toisaalta vain 50 % vastaajista tiesi tilitoimistonsa tarjoavan digitaalisia taloushallinnon palveluja. Suurin osa vastaajista piti taloushallintoa hyödyllisenä osana yritystoimintaa, joten yritykset ymmärtävät taloustiedon merkityksen yritystoiminnalle hyvin.

Yritysten käyttämät ohjelmistot kartoitettiin käyttötarkoituksensa mukaan yleisellä tasolla. Taulukkolaskentaohjelmistot ovat pienten yritysten perustyökaluja taloushallintoon, eikä varsinaisia tietojärjestelmiä, kuten asiakkuudenhallinta (CRM) tai toiminnanohjausjärjestelmiä (ERP), ollut käytössä kuin harvalla yrityksellä. Tietojärjestelmien puute poistaa tietojärjestelmien yhteensovittamisesta aiheutuvat haasteet ja toisaalta mahdollistaa yrityksille helpomman siirtymisen tilitoimiston kanssa yhdessä käytettävän järjestelmän käyttäjiksi tulevaisuudessa. Taulukkolaskentaohjelmistojen lisäksi yrityksissä on laajasti käytössä laskutusohjelmistot. Käytetyt palvelut ovat läheisessä suhteessa käytettyihin ohjelmistoihin, ja kehittyneiden toiminnanohjausjärjestelmien puute näkyi tiettyjen palveluiden käyttämättömyytenä. Käytetyimmät palvelut olivat pankkiyhteydet ja verkkolas- kujen lähettäminen. Tämä selittyy pitkälti laskutusohjelmistojen yleisyydellä sekä verkkopankkien palveluiden laajalla käytöllä.

Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä oli ” Mikä on asiakkaan suurin este siirtymiselle digitaaliseen taloushallintoon?”. Tämän tutkimuksen perusteella järjestelmien hinta on suurin este yrityksille siirtyä digitaalisen taloushallinnon käyttäjiksi. Tämän lisäksi palveluiden hinnat koettiin korkeaksi, joten tulosten perusteella voidaan sanoa suurimman syyn olevan digitaalisen taloushallinnon hinta.

Alakysymyksinä tässä opinnäytetyössä oli ”Miten tilitoimisto voi auttaa asiakkaitaan digitalisaation hyödyntämisessä?”. Hyödyllisimmiksi koetut keinot liittyivät tietotekniikkaan ja ohjelmistoihin. Tilitoimiston kannalta paras keino auttaa asiakkaitaan digitalisaation hyödyntämisessä voisikin olla it-tukihenkilön palveluiden tarjoaminen asiakkaidensa käyttöön. Tukihenkilö voisi auttaa ohjelmistojen yhteensovittamisessa ja käyttöönotossa, jotta ohjelmistoista saataisiin paras hyöty sekä yritykselle itselleen että tilitoimistolle. Asiakkaiden tehokkaasti toimivat taloushallinnon prosessit parantavat myös tilitoimiston kilpailukykyä, koska aikaa kuluu vähemmän asioiden selvittelyyn. Yhteinen tukihenkilö auttaisi yhteensovittamaan tilitoimiston ja asiakkaiden prosessit yhdeksi kokonaisuudeksi, jolloin kumppanuus toisi molemmille osapuolille hyötyjä.

Toinen alakysymys oli: ”Miten tilitoimiston tarjoamat digitaaliset palvelut hyödyttävät asiakkaan liiketoimintaa?”. Vaikka digitaaliset palvelut eivät olleet yleisiä tähän tutkimukseen osallistuneiden yritysten keskuudessa, kokivat yritykset hyötывänsä tilitoimistoyhteistyöstä. Suurin hyöty oli tilitoimiston tuottama tieto, ja yritykset kertoivat myös hyödyntävänsä tätä tietoa omassa toiminnassaan.

6.2 Tutkimuksen rajoitukset ja mahdolliset jatkotutkimukset

Tutkimuksen kohteena olleet yritykset ovat kaikki pieniä yrityksiä. Yritykset ovat myös kaikki saman tilitoimiston asiakkaita, joten tulokset kuvavaavat vain yhden tilitoimiston asiakkaiden näkemyksiä. Vastauksia tutkimukseen saatiin vain 12, eli tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä kaikkiin yrityksiin. Tutkimuksen tulokset antavat kuitenkin suuntaa yritysten näkemyksistä digitaalisesta taloushallinnosta ja sen hyödyntämisestä yritystoiminnassa. Jatkotutkimuksena aihetta voisi tutkia suoraan yrityksille suunnattavalla kyselyllä, jolloin vastaukset jakautuisivat eri tilitoimistojen asiakkaiden kesken. Tutkimukseen olisi syytä hankkia vastauksia huomattavasti enemmän kunnollista määrällistä analyysia varten.

Kuvat

Kuva 1. Taloushallinnon prosessit (Lahti & Salminen 2008, 17), s. 20

Kuva 2. Myyntilaskutus ja verkkolaskut (Lahti & Salminen 2008, 89), s. 22

Kuviot

Kuvio 1. Henkilöstömäärä, s. 26

Kuvio 2. Asiointi tilitoimistossa, s. 27

Kuvio 3. Asiakastyytyväisyys, s. 28

Kuvio 4. Tietämys tilitoimiston palveluista, s. 29

Kuvio 5. Suhde taloushallintoon, s. 30

Kuvio 6. Ohjelmistot, s. 31

Kuvio 7. Käytetyt palvelut, s. 32

Kuvio 8. Digitaalisen taloushallinnon esteet, s. 33

Kuvio 9. Tilitoimiston keinoja asiakkaan auttamiseksi, s. 34

Kuvio 10. Tilitoimistoyhteistyön hyödyt, s. 35

Lähteet

- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen: Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Gates III, W.,H. 1999. Bisnestä ajan hermolla. Juva: WSOY.
- Granlund, M. & Malmi, T. 2004. Tietotekniikan mahdollisuudet taloushallinnon kehittämisessä. Helsinki: WSOY.
- Halonen, O. 2001. Yhdessä ykköseksi. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Järvenpää M., Partanen V. & Tuomela T-S., 2001. Moderni taloushallinto. Helsinki: Edita.
- Kananen, J. 2008. Kvantti. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kinnunen, J., Laitinen, E.K., Laitinen, T., Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2006. Mitä on yrityksen taloushallinto? Keuruu: KY-Palvelu.
- Kinnunen, J., Leppiniemi, J., Puttonen, V. & Virtanen, K. 2002. Tietoa yrityksen taloudesta. Keuruu: KY-Palvelu Oy.
- Kujansivu, P., Lönnqvist, A., Jääskeläinen, A. & Sillanpää V. 2007. Liiketoiminnan aineettomat menestystekijät. Helsinki: Talentum.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa. Juva: WSOYpro.
- Lehtonen, R.O. 2007. Taloustiedolla tulosta ja arvonlisää. Helsinki: Talentum.
- Lindén, J. 2015. Tiedonhallinta & yrityksen menestys. Lempäälä: Netera Consulting.
- Mäenpää, K. 2015. Tulos syntyy teoista. Helsinki: Suomen liikekirjat.
- Pellinen, J. 2005. Talousjohtaminen. Helsinki: Talentum.
- Porter, M. On Competition. Harvard Business Review Book Series.
- Roos, G., Fernström, L., Pionius, L. & Rastas, T. 2006. Aineeton pääoma: johdon käsikirja. Helsinki: Edita.
- Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger T. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Helsinki: WSOY.

Taloushallintoliitto. 2014. Ohjelmistotutkimus. https://taloushallintoliitto.fi/sites/default/files/dokumentit/page/fields/field_related_attachments/ohjelmistotutkimus_20.1.2014.pdf. Luettu 16.12.2016.

Taloushallintoliitto. Tilitoimiston palvelut. <https://taloushallintoliitto.fi/tilitoimisto-asiointi/tilitoimiston-palvelut>. Luettu 3.4.2017.

Tilastokeskus. Haastattelutavat. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>. Luettu 19.4.2017.

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn

Tässä kyselyssä kerätään tietoa yritysten näkemyksistä digitaalisesta taloushallinnosta. Digitaalisella taloushallinnolla tarkoitetaan tässä kyselyssä tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimella käytettäviä taloushallinnon palveluja, joita käytetään yhdessä tilioimiston kanssa. Kyselyn vastauksia käytetään osana "Digitaalinen taloushallinto menestystekijäksi" opinnäytetyötä. Kyselyssä on 10 kysymystä.

Kiitoksia vastauksistanne!

1. Kuinka monta työntekijää yrityksessänne työskentelee keskimäärin?

 1 2-5 6-10 11-15 16-20 21+

2. Kuinka asioitte tilioimistonne kanssa?

 Toimitan kuitit paperilla tilioimistoon Toimitan kuitit sähköpostilla tilioimistoon Käytän tilioimiston kanssa yhteistä tietojärjestelmää

3. Kuinka tyytyväisiä olette tilioimistoonne ja sen palveluihin?



4. Tarjoaako tilitoimistonne digitaalisia taloushallinnon palveluja kuten verkkolaskutusta, raportointia, arkistointia tai maksuliikennettä

Liite 1
2 (8)

Kyllä

Ei

En tiedä

5. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten suhdettanne taloushallintoon

Välttämätön paha, ei juuri merkitystä yritystoiminnalle

Vaikeasti ymmärrettävä osa yritystoimintaa

Tilinpäätös kerran vuodessa..

Hyödyllinen osa yritystoimintaa

Erittäin tärkeä osa yrityksen päätöksentekoa ja kaikkea toimintaa

6. Mitä ohjelmistoja yrityksessänne on käytössä taloushallintoon?

Taulukkolaskentaohjelmisto (Excel tms.)

Laskutusohjelmisto

Asiakkuuksienhallintajärjestelmä (CRM)

Toiminnanohjausjärjestelmä (ERP)

Työajanseurantajärjestelmä

Matkalaskujärjestelmä

7. Mitä seuraavista palveluista on käytössä

- Kuittikamera / sovellus
- Maksuliikenne
- Reaaliaikainen raportointi
- Sähköinen asiakirjahallinta
- Sähköinen tarjoustenkäsittely
- Sähköiset matkalaskut
- Sähköinen arkistointi
- Pankkiyhteys
- Varastonhallinta
- Verkkolaskujen lähetys
- Verkkolaskujen vastaanotto
- Ostolaskujen kierrätys tai hyväksyntä

Digitaalisen taloushallinnon esteet

Miten tilitoimisto voisi auttaa yritystä digitalisaation hyödyntämisessä?

9. Kuinka hyödyllistä yrityksellenne olisi jos tilitoimisto ...

	Ei lainkaan hyödyllistä			Erittäin hyödyllistä	
	1	2	3	4	5
Tarjoaisi aktiivisesti uusia ratkaisuja taloushallintoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaisi koulutusta henkilöstölle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaisi tukihenkilön it asioissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaisi konsulttiapua ohjelmistohankinnoissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auttaisi ohjelmistojen yhteensovittamisessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tukisi käyttöönotossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muita mahdollisia keinoja?

Tilitoimistoyhteistyön hyödyt
yritykselle

10. Arvioi seuraavia väittämiä yrityksenne kannalta. Kuinka paljon koette hyötyväne tilitoimistoyhteistyöstä?

Liite 1
7 (8)

	Hyöty yritykselle				
	Vähäinen		Suuri		
	1	2	3	4	5
Tiltoimisto tuottaa hyödyllistä taloustietoa yrityksemme käyttöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyödynnämme tilitoimiston tuottaman tiedon yritystoiminnassamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajantasainen raportointi auttaa ennakoimaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkkolaskujen lähetys säästää aikaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytämme tietoa hyödyksi johtamisessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tehokas taloushallinto tuo kilpailuetua yrityksellemme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedon avulla tuotteemme vastaa paremmin markkinoiden vaatimuksia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystymme optimoimaan varastomme tiedon avulla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostoprosessimme on tehokkaampaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muita mahdollisia hyötyjä

Liite 1
8 (8)
