

ASIAKKUUS TILITOIMISTOKONSERNISSA

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinto
Opinnäytetyö
Kevät 2010
Katri Suikkanen

Lahden ammattikorkeakoulu
Koulutusohjelma

SUIKKANEN KATRI:

Asiakkuus tilitoimistokonsernissa

Taloushallinnon opinnäytetyö, 48 sivua, 9 liitesivua

Kevät 2010

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaita. Työssä selvitetään, minkälaisia ovat emoyhtiön asiakkaat ja miten he ovat vuorovaikutuksessa tilitoimiston kanssa. Lisäksi tutkitaan mitä palveluita asiakkaat käyttävät ja mitä palveluiden laatua he arvostavat tilitoimistolta.

Tutkimuksen teoriaosuus on koottu alan ammattikirjallisuudesta, lehtiartikkeleista ja internetistä. Ensimmäisessä teorialuvussa käsitellään tilitoimistoympäristöä ja perehdytään tilitoimistopalveluihin. Toisessa teorialuvussa määritellään palvelu ja asiakkuus. Lisäksi käsitellään palvelun laatua, asiakkuuden elinkaarta ja asiakaspalvelua.

Opinnäytetyön empiirinen osuus pohjautuu tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaille tehtyyn kyselytutkimukseen, joka toteutettiin syksyllä 2008. Tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että asiakkailla on kokonaisuudessaan positiivinen kuva tilitoimistosta.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakas käyttää useimmiten kirjanpito- ja yhtiömuodoltaan osakeyhtiö. Tyypillinen asiakasyritys on pitkäikäinen ja sen henkilökunta on varsin pieni. Usein asiakasyritys sijaitsee Uusimaalla. Useimmiten asiakas on tutustunut tilitoimistoon tuttavien kautta ja on valinnut sen ammattitaidon mukaan. Pääasiassa asiakasyritys on vuorovaikutuksessa tilitoimistoon käymällä henkilökohtaisesti paikan päällä. Tyypillinen asiakasyritys käyttää paljon verosuunnittelua ja on jossain vaiheessa käyttänyt yritysjärjestelyitä. Asiakasyritys arvostaa tilitoimistolta eniten luotettavuutta ja ammattitaitoa.

Avainsanat: asiakkuus, asiakaspalvelu, tilitoimisto

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Studies

SUIKKANEN KATRI:

Customership in Accounting Firm Group

Bachelor's Thesis in Financial Management, 48 pages, 9 appendixes

Spring 2010

ABSTRACT

This thesis deals with customers in the parent company of the accounting firm group. The purpose of this study is to clarify what customers of the parent company are like and how they interact with the accounting firm. In addition, this study explores what kind of services the customers are using and whether they appreciate the quality of parent company's services.

The sources for the theoretical section of the study include professional literature, publications related to the topic and the Internet. The first part of the theoretical section deals with the accounting firm environment and examines the services of an accounting firm. The second part of the theoretical section defines service and customership. In addition, this study deals with quality of services, customers' life cycle and service.

The empirical section of this thesis is based on a questionnaire survey for customers in the parent company of the accounting firm group. It was carried out in autumn 2008. The research method utilized was a quantitative research. Based on this survey, it can be concluded that the customers have a positive picture of the accounting firm in general.

The research results show that accounting services are the most often used services by the parent company of the accounting firm group, which is usually a limited company. A typical business client is a long-lived company with a relatively small number of personnel. Often the customer company is located in Uusimaa. The study results indicate that, as a rule, the customer is familiar with accounting firm through a friend and has chosen it because of the professionalism it shows. Generally, the client interacts with the accounting firm by visiting it in person. According to the results of the research, a typical client company does a lot of tax planning and has usually used corporate arrangements at some point. The most valued features of the accounting firm, according to the customer firm, are reliability and professional skills.

Key words: customership, service, accounting firm

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelmat ja aiheen rajaus	2
1.3	Tutkimusmenetelmät	3
1.4	Tutkimuksen rakenne	4
2	TILITOIMISTOYMPÄRISTÖ	6
2.1	Tilitoimisto	6
2.2	Taloushallintoliitto	8
2.3	Suomen tilitoimistoalan toimialastandardi	9
2.4	Tilitoimistopalvelut	11
2.4.1	Kirjanpito	11
2.4.2	Palkanlaskenta	12
2.4.3	Sähköinen taloushallinto	13
2.4.4	Asiantuntijapalvelut	14
2.4.5	Muut taloushallinnon palvelut	14
3	ASIAKASPALVELU	16
3.1	Palvelun määrittely	16
3.2	Palvelun laatu	16
3.3	Laadun arviointi	18
3.4	Asiakkuuden ja asiakassuhteen määrittely	20
3.5	Asiakkuuden elinkaari	20
3.6	Asiakaspalvelu	22
4	KYSELYTUTKIMUS	24
4.1	Tutkimuksen luotettavuus ja hyödyllisyys	24
4.2	Yritysesittely	25
4.3	Tutkimuksen toteutus ja rakenne	26
4.4	Tutkimustulokset	29
4.4.1	Vastaajien ja heidän yrityksensä taustatiedot	29
4.4.2	Vuorovaikutus tilitoimistoon	34
4.4.3	Tilitoimistopalvelut	37
4.4.4	Palvelun laadun arvostukset	40

4.5	Tutkimuksen johtopäätökset	40
5	YHTEENVETO	43
	LÄHTEET	45
	LIITTEET	48

KUVIOT

KUVIO 1. Tutkimuksen rakenne.

KUVIO 2. Koettu kokonaislaatu.

KUVIO 3. Vastaajien ikäjakauma.

KUVIO 4. Vastaajien koulutustausta.

KUVIO 5. Asiakasyrityksen yhtiömuoto.

KUVIO 6. Asiakasyrityksen päätoimiala.

KUVIO 7. Asiakasyrityksen sijainti.

KUVIO 8. Henkilökunnan määrä asiakasyrityksessä.

KUVIO 9. Asiakasyrityksen liikevaihto.

KUVIO 10. Yrityksen toimintavuodet.

KUVIO 11. Tutustuminen tilitoimistoon.

KUVIO 12. Tilitoimiston valintaperusteet.

KUVIO 13. Yrityksen elinvuodet jaoteltuna asiakasvuosiin.

KUVIO 14. Asiakasyrityksien jakautuminen toimipisteisiin.

KUVIO 15. Yhteydenpito tilitoimistoon.

KUVIO 16. Tilitoimistopalvelut.

KUVIO 17. Palkanlaskenta.

KUVIO 18. Verosuunnittelu.

KUVIO 19. Asiakasyrityksen arvostukset.

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Erilaisten selvitysten mukaan yli 90 prosenttia yrityksistä on ulkoistanut taloushallintonsa joiltakin osin tilitoimistoihin (Ahvenniemi 2008, 59). Taloushallinnon ulkoistamisen suosio kasvaa, koska yleinen taloustilanne luo yrityksille paineita tehostaa toimintojaan ja keskittyä ydinosaamiseen, johon taloushallinto ei kuulu. Tällä hetkellä asiantunteva talousosaaminen on elintärkeää pk-yrityksille ja näiden kilpailukyvyille. (Tilitoimistoala rekrytoi 1000 uutta työntekijää kahden vuoden kuluessa 2010.)

Taloushallinnon ulkoistamisen syinä voi olla hinta, erikoisosaamisen tarve tai rutiinimaisesta työstä luopuminen. Tärkeää on kyetä tarjoamaan palveluja, jotka tuottavat lisäarvoa asiakkaalle. Rutiinitöiden automatisoituessa alalle tarvitaan moniosaajia, jotka kykenevät syvällisemmin ymmärtämään asiakkaan liiketoimintaa ja näkökantaa sekä osaavat keskustella ymmärrettävällä tavalla asiakkaan kanssa. Kansainvälistymisen myötä kielitaidolla ja kulttuurituntemuksella on myös painoarvoa lainsäädännön lisäksi. (Rytsy 2006, 51–52.).

Liiketaloudellisen tutkimuslaitoksen selvityksen mukaan pienistä osakeyhtiöistä lähes 80 prosenttia piti tilitoimiston tarjoamaan kirjanpitoon liittyviä palveluita hyvin tärkeänä. Kolmasosa pienistä osakeyhtiöistä hankki tilitoimistolta myös muita taloushallintoon ja verotukseen liittyviä palveluita, jotka koettiin myös tärkeiksi. Tulevaisuudessa tilitoimistot panostavat entistä enemmän osaamiseen, laatuun ja ammattitaitoiseen palvelun tarjontaan. (Alakare & Rinkineva 2006.) Tulevaisuudessa tilitoimistoissa työtehtävät monipuolistuvat ja peruspalveluiden ohella keskittyy entistä enemmän neuvontaan ja konsultointiin. (Hallintotyö 2010).

Tilitoimistoalalla on henkilökuntaa lähes 11 000. Alalla on noin 4 000 yritystä, joista 765 toimistoa on alan auktorisoinnin saaneita Taloushallintoliiton jäsen-toimistoja. Tilitoimistoilla on merkittävä asema asiakasyritysten taloushallinnon tiedon tuottamisessa sekä yrityksille ja sidosryhmille että yhteiskunnalle. (Taloushallintoliitto 2010.)

Tilitoimistoon liittyen on tehty useita erilaisia opinnäytetöitä. Teija Lounasaho on tutkinut opinnäytetyössään vuonna 2006 erään porilaisen tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä ja asiakkaiden toiveita ja tarpeita. Tutkimustulosten perusteella asiakkaat ovat tyytyväisiä yrityksen henkilökuntaan, toimintaan ja ammattitaitoon. Tilitoimiston pitäisi kiinnittää enemmän huomiota markkinointiin ja asiakkaiden ymmärrettävään neuvontaan. (Lounasaho 2006, 7, 71–72.)

Mira Lahtinen ja Riitta Tervonen selvittivät vuonna 2009 valmistuneessa opinnäytetyössään muun muassa tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä ja kartoittivat tilitoimistopalvelujen laatua. Tutkimustulosten perusteella tilitoimiston vahvuuksia ovat palvelun luottamuksellisuus, ystävällisyys ja ammattitaito. Tilitoimiston valintaan vaikuttavat eniten tilitoimiston ammattitaito ja maine sekä tuttavien suositus. Kokonaisuudessaan tilitoimiston asiakkaat olivat palveluun tyytyväisiä. (Lahtinen & Tervonen 2009, 1, 67–69.)

1.2 Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelmat ja aiheen rajaus

Opinnäytetyö on tehty tilitoimistokonsernille, joka on tullut tutuksi useiden työharjoitteluiden ja työsuhteiden kautta. Yrityksen valitseminen tutkimuskohteeksi on ollut luontevaa ja mielenkiintoista. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, minäkalaisia ovat tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaat. Tutkimus rajattiin koskettamaan ainoastaan tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaita. Tutkimuksessa selvitetään asiakkaan eri ominaisuuksia ja vuorovaikutusta tilitoimistoon. Lisäksi tutkitaan, miten asiakkaat ovat jakautuneet eri toimipisteisiin, mitä palveluita asiakkaat käyttävät ja kuinka paljon he arvostavat eri palveluiden laatua tilitoimistolta. Opinnäytetyön teoriaosuus pohjautuu kirjallisuuteen, lehtiartikkeleihin ja sähköiseen

materiaaliin. Tutkimuksen empiirinen osuus perustuu kyselyyn, joka toteutettiin syksyllä 2008 (Liite 1).

Tutkimuksen pääongelma on:

- Minkälaisia ovat tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaat?

Tutkimuksen alaongelmia ovat:

- Miten asiakkaat ovat jakautuneet toimipisteiden kesken?
- Mitä eri palveluita asiakkaat käyttävät?
- Mitä palveluiden laatua asiakkaat arvostavat tilitoimistolta?

Tutkimus on ajankohtainen, koska yhä useammat yritykset ulkoistavat taloushallintonsa tilitoimistoille. Tutkittava tilitoimistokonserni on myös viime vuosina laajentanut paljon asiakaskuntaansa yritysostoilla. Tutkimustulokset saattavat antaa konsernille yhtenäistä tietoa erilaisista asiakkaistaan ja heidän tarpeistaan. Tutkimustulokset voivat antaa konsernille lisää tietoa asiakasyrityksistä markkinoinnin tueksi esimerkiksi, mitä palveluita markkinoitaisiin lisää, mihin toimipisteisiin voitaisiin ottaa lisää asiakkaita ja mistä päin Suomea uusia asiakkaita voitaisiin hankkia. Lisäksi yritys saa vinkkejä siihen, millaiseen palvelun laatuun tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus on luova prosessi, jossa etsitään vastauksia tutkimusongelmasta johdettuihin kysymyksiin. Empiirinen eli havainnoiva tutkimus pohjautuu teoreettisen tutkimuksen perusteella kehitettyihin menetelmiin, eikä se ole irrallaan teoriasta. Jotta tutkimus onnistuu, edellyttää se kohderyhmän ja oikean tutkimusmenetelmän valintaa. Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite ratkaisee käytettävän tutkimusmenetelmän. Empiirisiä tutkimustyyppisiä on monenlaisia ja ne voidaan jakaa esimerkiksi tutkimuksen tarkoituksen, tutkimusotteen tai tiedonkeruumenetelmän mukaan. (Heikkilä 2008, 13–14.)

Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii objektiivisuuteen ja korostaa luotettavuuden merkitystä. Siihen liittyy hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Aineiston keruu on tarkoin suunniteltua, jotta havaintoaineistosta on hyötyä määrällisessä eli numeerisessa mittaamisessa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 129).

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa asioita kuvataan numeerisesti ja tuloksia havainnollistetaan taulukoin ja kuvioin. Tämä tutkimus vaatii suurta tutkimusjoukkoa. Aineisto kerätään usein standardoitujen tutkimuslomakkeiden avulla, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. Usein tutkitaan eri asioiden välisiä riippuvuuksia ja ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Saatuja tuloksia pyritään yleistämään tilastollisin menetelmin paljon laajempaan joukkoon kuin mikä on ollut kohderyhmänä. (Heikkilä 2008, 16–17.)

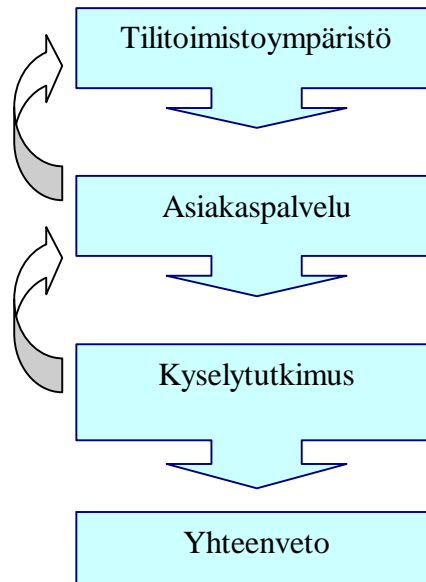
Tutkimuksen menetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus, jotta vastauksia tulisi runsaasti ja saataisiin kattava kokonaiskuva asiakkaiden mielipiteistä. Aineistonkeruu suoritettiin asiakaskyselynä, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman vaivatonta ja nopeata asiakkaille. Kysely on yksi tutkimusaineiston keräämismenetelmä. Strukturoidussa kyselylomakkeessa on vastausvaihtoehdot valmiina ja vastaaja valitsee itselleen sopivimman vaihtoehdon. (Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta ei tehdä yleistettäviä päätelmiä. Tavoitteena on ilmiön kokonaisvaltainen ymmärtäminen, johon pyritään konkreettisesti kyselyn avoimilla kysymyksillä. (Hirsjärvi, Remes & Saajavaara 2000, 168–169.) Kyselyyn otettiin mukaan muutama avoin kysymys, johon asiakkaat vastasivat omin sanoin. Ne antoivat paremman käsityksen asiakkaan näkemyksestä ja ymmärryksestä tutkittavaa asiaa kohtaan.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus on jaettu viiteen eri päälukuun ja niiden alalukuihin. Tutkimuksen ensimmäinen luku muodostuu johdannosta, jossa käsitellään tutkimuksen taustaa, tavoitteita ja tutkimusongelmaa. Lisäksi tässä luvussa selvennetään tutkimus-

menetelmää ja tutkimuksen rakennetta. Kuviossa 1 on kuvattu tutkimuksen rakenne.



KUVIO 1. Tutkimuksen rakenne.

Luvussa kaksi ja kolme käsitellään tutkimuksen teoreettista viitekehystä. Luvussa kaksi tarkastellaan tilitoimistoa, Taloushallintoliittoa ja tilitoimistopalveluita. Luvussa kolme määritellään palvelu ja asiakassuhde. Lisäksi käsitellään palvelun laatua ja sen arviointia sekä asiakkuuden elinkaarta.

Luku neljä muodostuu tutkimuksen empiirisestä osasta. Tässä luvussa perehdytään ensin tutkimuksen luotettavuuteen ja hyödyllisyyteen. Sitten perehdytään tilitoimistokonserniin, jonka jälkeen käsitellään kyselyn tutkimusta ja tuloksia. Tutkimustulosten perusteella tehdään johtopäätöksiä tutkimuksesta. Luvussa viisi kootaan yhteen tutkimuksen teoreettinen ja empiirinen osuus.

2 TILITOIMISTOYMPÄRISTÖ

2.1 Tilitoimisto

Tilitoimisto on yritys, joka tarjoaa taloushallinnon asiantuntijapalveluja. Yhä enemmän tilitoimistot vastaavat kokonaisvaltaisesti asiakasyritysten taloushallinnosta. Tilitoimisto noudattaa voimassaolevaa lainsäädäntöä ja hyvää tilitoimistotapaa. Toiminnan tulee olla suunnitelmallista, huolellista, pitkäjänteistä ja ammattitaitoista. Tilitoimiston pitää olla taloudellisesti itsenäinen ja riippumaton, jotta se voi tuottaa palveluita asiakkaan etujen mukaisesti. Tilitoimiston tulee huolehtia riittävästä asiantuntemuksesta ja resursseista toimeksiantojen hoitamiseen. Tilitoimiston auktorisoinnista vastaa Taloushallintoliitto yhdessä Tilitoimistoinstituutissaatiön kanssa. (Taloushallintoliitto 2010.)

Tilitoimistoissa työskentelee useimmiten kirjanpitäjiä ja palkanlaskijoita. Kirjanpitäjä voi työskennellä kirjanpitoon, laskutukseen ja reskontrien hoitoon liittyvissä tehtävissä. Erityisesti kirjanpitäjä voi keskittyä hoitamaan yrityksen taloushallinnon kokonaisuuden: kirjanpidon, tilinpäätöksen, palkanlaskennan, verotuksen, budjetoinnin ja kannattavuusseurannan. Työ edellyttää huolellisuutta, järjestelmällisyyttä, numerotarkkuutta ja asiakaspalvelutaitoja. Kirjanpitäjä vastaa yrityksen laskenta-toimen oikeellisuudesta asiakkaan antaman aineiston perusteella. (Kirjanpitäjä 2010.)

Palkanlaskija laskee työntekijöiden palkkoja ja kirjoittaa palkkahallintoon liittyviä asiakirjoja. Hän hoitaa myös palkkoihin liittyvän tilastoinnin ja viranomaisten vaatimat tilitykset. Palkanlaskijan työ vaatii paineensietokykyä, tarkkuutta, huolellisuutta, palvelualttiutta ja hyvää muistia. Palkanlaskijan on osattava soveltaa palkkoihin liittyvää työlainsäädäntöä ja noudattaa työnantajan työ- tai virkaehtosopimuksia. Työ on suoritettava nopeasti, joustavasti ja luotettavasti. (Palkanlaskija 2010.)

Tilitoimiston henkilökunnalla pitää olla tehtäviään vastaava koulutus ja kokemus. He ovat salassapitovelvollisia kaikista kuulemistaan liikesalaisuuksista ja muista luottamuksellisista tiedoista. Kaikkea aineistoa on käsiteltävä ja säilytettävä tilitoimistossa huolella niin, etteivät liikesalaisuudet ja muut luottamukselliset tiedot paljastu. Henkilökunnan pitää noudattaa hyvää tilitoimistotapaa. Tilitoimiston asiakkuus perustuu sopimukseen, joka tehdään kirjallisena. Laadittaessa toimeksiantosopimusta, asiakas on tunnistettava luotettavalla tavalla. Tilitoimiston tehtävänä on ennakoida tulevaa, auttaa johtopäätöksissä ja tuottaa ymmärrettävää tietoa. Ammattitaitoinen tilitoimisto osaa neuvoa oikein hankalissakin asioissa. Tilitoimisto on veroasiantuntija, joka seuraa säännöllisesti verotuksessa tapahtuvia muutoksia. (Talouhallintoliitto 2010.)

Tilitoimiston tiedottaminen ja asiakassuhdetoiminta on oltava luottamuksellista. Tilitoimiston tulee tiedottaa asiakkaille olennaisista talouhallinnon lainsäädäntömuutoksista. Se huolehtii jatkuvalla kouluttamisella henkilökunnan ammattitaidon ylläpitämisestä ja ammatillisesta kehittymisestä. Tilitoimiston on säännöllisesti varmistettava palvelunsa laatu. Sen tulee huolehtia siitä, että toimitilat soveltuvat tilitoimistotoimintaan ja työvälineet ovat toimivia ja ajanmukaisia. Tilitoimistolla on asiantuntijan vastuu siitä työstä, jonka tilitoimisto tekee asiakkaan kanssa sovitulla tavalla asiakkaan toimittamasta materiaalista. Asiakas on velvollinen auttamaan tilitoimistoa työssään toimittamalla kirjanpitomateriaalin oikeana ja oikeaan aikaan niin, että kirjanpidosta saadaan lainmukainen. (Talouhallintoliitto 2010.)

Tilitoimisto voi anoa Talouhallintoliiton jäsenyyttä eli auktorisointia, jos tilitoimiston vastuullinen hoitaja on suorittanut KLT-tutkinnon. Lisäksi vaaditaan, että tilitoimisto on toiminut päätoimisesti vähintään kaksi vuotta ja noudattaa hyvää tilitoimistotapaa. Näiden lisäksi tilitoimiston on oltava omistussuhteiltaan riippumaton ja vakavarainen sekä olla hyvät valmiudet asiakastoimeksiantoihin. Liiton jäsenyritykset tarkistetaan aina ennen hyväksymistä ja tarkastuksia tehdään hyväksynnän jälkeen viiden vuoden välein. Auktorisointi luo yrityksen toimintaan uskotavuutta ja luotettavuutta. (Talouhallintoliitto 2010.)

2.2 Taloushallintoliitto

Taloushallintoliitto (TAL) on Suomessa toimivien auktorisoitujen tilitoimistojen valtakunnallinen järjestö. Taloushallintoliitossa on noin 765 ammattitaitoista tilitoimistoa. Jäsenyritykset hoitavat lähes 130.000 suomalaisen yrityksen taloushallintoa. Ne tarjoavat kirjanpidon, palkkahallinnon, verotuksen, talouden ja laskennan, rahoituksen ja yrityskauppakonsultoinnin, talousjohtamisen, talouden koulutuksen sekä tietotekniikan palveluja. (Taloushallintoliitto 2010.)

Liiton päämääränä on kehittää tilitoimistoalaa ja laskenta-alan ammattilaisten osaamista yhdessä jäsenyritysten kanssa. Taloushallintoliitto on mukana valmistelussa yhtiö-, kirjanpito- ja verolainsäädäntöä. Se järjestää koulutusta, joka on ajankohtaista, laadukasta ja kehittävää. Kouluttajina toimivat alan asiantuntijat. Liitto tukee jäseniään kaikilla tavoin, jotta tilitoimistoala ja tilitoimistojen henkilökunta kehittyvät ja jotta tilitoimistojen asiakkaat saavat osaavaa ja luotettavaa palvelua. Myös jäsenoimistot osallistuvat liiton toimintaan ja sen kehittämiseen. Liitto tarjoaa jäsenilleen etuja ja palveluita kuten esimerkiksi koulutus- ja tiedotustoimintaa, tilitoimistotarkastuksia sekä tutkimus- ja julkaisutoimintaa.

(Taloushallintoliitto 2010.)

Taloushallintoliitto omistaa Taloushallintoliiton Julkaisut Oy:n, joka on erikoistunut julkaisutoimintaan. Siinä autetaan tilitoimistoja ja taloushallinnon ammattilaisia tarjoamalla ajankohtaista, asiantuntevaa ja käytäntöön sovellettavaa taloushallinnon tietoa. Yhtiön julkaisee Taloushallintoliiton kanssa Tilisanomia (Taloushallintoliitto 2010.) Lehti on syntynyt jo 1970-luvun lopulla ja se muokkaantunut vuosikymmenien varrella lopulta yritystalouden ja laskennan ammattilehdeksi. Lehden toimitustyö on ulkoistettu alusta lähtien ja sen nykyinen päätoimittaja on Juha Ahvenniemi. (Pietilä 2009, 72–75.)

2.3 Suomen tilitoimistoalan toimialastandardi

Suomen Taloushallintoliitto ry on luonut Suomen tilitoimistoalan standardin, jota on käytetty yli 25 vuotta. Standardi on määritellä siitä, miten jokin asia tulisi tehdä. Toimialastandardien merkitys korostuu varsinkin alalla, jolla toimintaa ei säädellä lainsäädännöllä, toiminta on sidosryhmille tärkeää ja palveluun liittyy suuria arvoja. Lisäksi standardien merkitys korostuu alalla, jolla palvelun luottamuksellisuus ja riippumattomuus korostuvat sekä palvelun hoitaminen vaatii erityisosaamista ja alan asiantuntemusta. Toimialastandardi käsittää alan palvelutoimintaan ja prosesseihin liittyvän alan ohjeistuksen ja suositukset. Se asettaa alan itsesäätelyn kautta pelisäännöt, joita halutaan noudattaa. Suomen standardi on kansainvälisesti ajatellen ainutlaatuinen ja pitkän kehityksen tulos. (Ahvenniemi 2009, 55–56.)

Alan uskottavuuden ja sen toimivuuden kannalta on tärkeää, että standardi on olemassa, sitä noudatetaan ja siihen ollaan sitoutuneita. Standardin läpinäkyvyys on toteutettu auktorisointijärjestelmällä, jota hoitaa Taloushallintoliiton yhteydessä toimiva Tili-instituuttisäätiö. Sen omassa lautakunnassa on laajasti edustettuna elinkeinoelämä ja julkinen valta. Kaikki auktorisoidut toimistot ovat sitoutuneet toimimaan alan toimialastandardin mukaisesti ja hyväksyneet toiminnan valvonnan ja laadun tarkkailun. Taloushallintoliitto valvoo, että standardin noudattaminen olisi mahdollisimman sujuvaa. Standardi muodostuu kuudesta elementistä, joista jokaisella on oma tärkeä tehtävänsä. Ne ovat hyvä tilitoimistotapa, hyvä tilinpäätöstapa, osaamisvaatimukset, hyvä tilitoimistotarkastustapa, KL2004-toimeksiantosopimus ja TAL2009-laaturyökälyt. (Ahvenniemi 2009, 55–57.)

Hyvä tilitoimistotapa on jäseniä sitova ammattieettinen ohjeistus, joka hyväksyttiin Taloushallintoliitto ry:n jäsenkokouksessa vuonna 2005. Hyvä tilitoimistotapa antaa peruseriaatteet ja käytännöt, joiden mukaan tilitoimisto toimii. Se antaa ajankäytön ohjeita, joita kehitetään koko ajan. Hyvä tilitoimistotapa on tilitoimistolle laadun kehittämisen apuväline. Hyvässä tilitoimistotavassa käsitellään muun muassa

riippumattomuuteen, palvelun laatuun, asiakassuhteeseen, henkilöstöön ja sen osaamiseen, luottamuksellisuuteen, toimeksiantoon ja dokumentointiin liittyviä kysymyksiä. Hyvä tilitoimistotapa auttaa myös asiakkaita löytämään luotettavan yhteistyökumppanin. (Välimäki 2006, 23–24.)

Hyvä tilitoimistotarkastustapa on uusi osa alan toimialastandardia. Se sisältää pelisäännöt tarkastustoiminnalle ja toiminnan laadun tarkkailulle. Standardi ohjeistaa koko tarkastusprosessia ja sen tahoja, kuten esimerkiksi tarkastuslautakuntaa, tilitoimistotarkastajia ja tarkastuksen kohdetta. Tarkastuksen perusteella päätetään auktorisoinnin jatkamisesta. Taloushallintoliitto on luonut KL2004-toimeksiantosopimuksen, joka sisältää alan yhteiset pelisäännöt toimeksiantoihin. TAL-laatutyökaluihin on koottu alan parhaat käytännöt. Niiden tarkoituksena on tukea ja helpottaa auktorisoidun toimiston toimintaa. (Ahvenniemi 2009, 58.)

Osaamisvaatimuksena on Tili-instituuttisäätiön järjestämä tilitoimistoalan KLT-tutkinto. Se on arvostettu asiantuntijatutkinto, joka on tarkoitettu tilitoimistoalan ammattilaisille. Heillä tulee olla korkeakoulutasoinen tai muu hyväksyttävä kaupallinen tutkinto laskennan tai taloushallinnon alalta, sekä usean vuoden työkokemus taloushallinnon tehtävissä. Tutkintoon valmistautuminen on pitkälti itseopiskelua. KLT on tilitoimistoille pääsyvaatimus auktorisoiduksi Taloushallintoliiton jäseneksi. KLT-kirja on aina voimassa toistaiseksi ja sen uusiminen edellyttää kirjanpitäjiltä raportointia työtehtävistään ja kouluttautumisestaan kolmen vuoden välein. Sääntöjen mukaan KLT-kirjanpitäjän pitää toimia tehtävissä, joissa vastataan riittävän useasti ja monipuolisesti kirjanpidoista tai muista taloushallinnon tehtävistä. (Taloushallintoliitto 2010.)

2.4 Tilitoimistopalvelut

Taloushallinnon palveluita ovat esimerkiksi kirjanpito, tilinpäätös, sisäinen laskenta, maksuliikenne, palkanlaskenta ja johdon laskentatoimi. Taloushallinnon palveluita ovat myös budjetointi, kannattavuuslaskenta, verotus, lainsäädäntö, rahoitus sekä näihin liittyvät konsultointi-, suunnittelu-, kehittämis-, esimies- ja johtotehtävät. Taloushallinnon tehtävien hoitaminen edellyttää itsenäistä työskentelyä, yhteistyötaitoja, joustavuutta, järjestelykykyä, täsmällisyyttä, luotettavuutta sekä kykyä itsenäiseen tiedon hankintaan ja arviointiin. Kielitaitoa tarvitaan yhä enemmän kun teknologia kehittyy, käsiteltävä tieto lisääntyy ja asiakaskunta kansainvälistyy. (Hallintotyö 2010.)

Sähköistymisen myötä tilitoimistot voivat parantaa ja tehostaa peruspalveluitaan, joka mahdollistaa lisäarvopalveluiden tarjoamisen ja kehittämisen. Odotukset ovat muuttumassa, sillä tilitoimiston asiakkaat arvostavat yhä enemmän peruspalveluiden suorittamisen lisäksi neuvontaa ja konsultointia. Tämä edellyttää tilitoimistotyöntekijöiltä muun muassa ongelmien analysointi- ja ratkaisuvalmiuksia, asiantuntemusta ja vuorovaikutustaitoja. Tilitoimistopalveluiden uskotaan painottuvan jatkossa tulevaisuuteen, sillä tällä hetkellä toiminta keskittyy historiatietoihin. Huomion arvoista on myös se, että asiakasmarkkinoille on tullut uusia ulkoistajaryhmiä, jotka ovat nykyisiä tilitoimistoasiakkaita isompia yrityksiä. (Ahvenniemi 2008, 59–61.)

2.4.1 Kirjanpito

Kirjanpito on kirjanpitovelvollisen toiminnasta johtuvien liiketapahtumien rahamäärien kirjaamista. Kirjanpidossa kerätään ja järjestetään tositteet, rekisteröidään niiden tiedot tietyn menetelmän mukaan ja saadaan tulokseksi laskelmia yrityksen taloudesta. Kirjanpidon kokonaisuus koostuu yrityksen tuotoista, kuluista, omaisuudesta, omista varoista ja veloista. Kaikki yritykset ovat kirjanpitovelvollisia. Kirjanpitomerkinnot on tehtävä pysyvästi ja selvästi, eikä niitä saa poistaa tai tehdä

epäselviksi. Yrityksen johto on vastuussa kirjanpidon järjestämisestä. (Taloushallintoliitto 2010.) Kirjanpidossa käytetään nykyään tietojärjestelmiä, jonka tuotoksena syntyy lakisääteisiä raportteja, kuten tuloslaskelma, tase, näiden liitetiedot, rahoituslaskelma ja toimintakertomus. (Hallintotyö 2010.)

Kaikki paperit ja tiedostot, jotka syntyvät toisten yritysten, asiakkaiden, pankkien ja viranomaisten kanssa asioidessa ovat kirjanpitoaineistoa. Kirjanpitoaineisto on paperia: rahtikirja, lasku, tiliote, kuitti käteis- tai korttimaksusta, kassapäätteen tarkkailunauha ja liikekirje. Kirjanpitoaineisto voi olla myös paperitonta, kuten sähköinen tallenne: tiliotiedosto, maksettavien laskujen tiedosto, viitteellisten suoritusten tiedosto, tiedosto lähetetyistä laskuista, skannattujen ostolaskujen tiedosto tai sähköinen ostolasku. Paperitositteiden kopioita ei tarvitse eikä pidä säilyttää, mutta tiedostoista on sen sijaan otettava varmistus. (Taloushallintoliitto 2010.)

2.4.2 Palkanlaskenta

Yhä isommat yritykset ulkoistavat palkkahallinnon tilitoimistojen tehtäväksi, mikä asettaa palkkahallinnon osaamiselle ja koulutukselle uusia haasteita. Palkkahallinnon tehtävät voivat olla työntekijän työsopimuksen laatimisesta aina työsuhteen päättämiseen saakka. Tehtävinä voi olla palkkojen laskenta, maksatus, palkkakirjanpidon tuottaminen, kuukausi-ilmoitusten ja työnantajan vuosi-ilmoitusten toimittaminen eri tahoille. Lisäksi tehtäviin kuuluu palkkatodistusten ja muiden selvitysten laatiminen sekä työn dokumentointi. (Ilkkala 2006, 33–35).

Saanosen haastateltavana ollut Lamberg kertoo, että palkanlaskenta on vaihtelevaa ja siinä on aina omia erikoisuuksia. Haastattelevana ollut Aaltonen kuvaa, että palkat ovat tilitoimiston päivittäisiä rutiinistöistä kaikkein vaativin osa ja palaute voi tulla saman tien asiakkaiden palkansaajilta. (Saano 2007.)

Asiakaspalvelu kuuluu isona osana työhön. Palkanlaskijan tehtäviin sisältyy asiakasyrityksen avustaminen työoikeudellisissa selvityksissä ja ratkaisuisissa. Palkanlaskijan on osattava sekä tulkita että soveltaa lakeja ja säädöksiä sekä tarkastella tilan-

teita työnantajan näkökulmasta. Työ vaatii paineensietokykyä ja nopeaa ongelmanratkaisukykyä. Säännöllinen kouluttautuminen on tärkeää, koska säädökset muuttuvat jatkuvasti. (Ikkala 2006, 33–35.)

2.4.3 Sähköinen taloushallinto

Sähköisen taloushallinnon ydin on verkkolasku ja automatisoitu kirjanpito. Suurin hyöty verkkolaskuista saadaan kytkemällä ne johonkin taloushallinnon järjestelmään. Sähköistyminen tarkoittaa mm. laskujen kierrätystä ja hyväksymistä sähköisesti, sähköistä maksuliikennettä sekä tiliotteiden ja viitesierrojen vastaanottoa sähköisesti, viranomaisilmoitusten lähetyistä sähköisesti ja kirjanpidon rutiinitöiden vähentymistä automaation ansiosta. (Suomen Yrittäjät 2010.)

Launosen haastateltavana ollut Salo toteaa, että sähköisten palveluiden tarjoaminen on pian välttämättömyys. Sähköisten palveluiden myötä tilitoimisto voi tarjota asiakkailleen tasokkaampaa taloushallinnon palvelukokonaisuutta, jossa taloushallinnon osaaminen on laadukkaampaa ja syvällisempää. Sähköisyyden etuina ovat, ettei sijainnilla ole väliä, tositteet pysyvät järjestyksessä sekä yhteydenpito asiakkaan ja kirjanpitäjän välillä on joustavaa ja nopeaa. (Launonen 2007).

Verkkolasku on kustannustehokas tapa hoitaa yrityksen laskujen kiertoa. Se automatisoi kirjanpidon ja mahdollistaa reaaliaikaisen taloudenohjauksen. Verkkolaskuja käytettäessä tositteet tallennetaan taloushallinnon järjestelmään vain kerran ja sen jälkeen yrityksen kirjanpito ja reskontrat ovat aina ajan tasalla. Verkkolaskujen myötä manuaaliset työvaiheet poistuvat, virheiden määrä vähenee, kustannukset pienenevät ja yrityksen kirjanpito on valmiina ensimmäisen tallennuksen jälkeen. Maksuliikenne toimii laskutuksen kanssa yhdessä niin, että saapuvat viitesuoritukset kuittaavat automaattisesti reskontrasta myyntisaatavan maksetuksi. (Suomen Yrittäjät 2010.)

2.4.4 Asiantuntijapalvelut

Asiantuntijapalvelut ovat aineettomimpia palveluita, ja siksi niitä on kaikkein vaikein määritellä. Ne ovat suunnitelmia, ideoita tai ohjeita, joiden avulla pyritään ratkaisemaan jokin ongelma. Asiantuntijapalvelusta ei voi etukäteen tietää kuinka paljon se vie aikaa. Asiakas yleensä joutuu tekemään ostopäätöksensä epävarmuudessa, koska palvelua on mahdotonta etukäteen arvioida. Asiantuntijapalveluita käytetään silloin, kun oma koulutustaso tai tietämys ei riitä asian ymmärtämiseen tai toteuttamiseen. Useimmiten asiantuntijan on osattava ohjata asiakasta tarvitsemaansa palveluun, eikä siihen mitä asiakas luulee tarvitsevansa. (Sipilä 1996, 17–21.)

2.4.5 Muut taloushallinnon palvelut

Muita taloushallinnon palveluita ovat esimerkiksi maksuliikenne, laskutus, saatavien valvonta ja kustannusseuranta. Taloushallinnon tehtävien hoitamiseksi on tuotettu erityisiä ohjelmia, esimerkiksi osto- ja myyntireskontraohjelmat. Tilintarkastus muodostaa kirjanpidon, tilinpäätöksen ja hallinnon tarkastuksen, jonka päätteeksi tilintarkastaja antaa tilintarkastuskertomuksen. Tilintarkastuksen suorittaa HTM- tai KHT-tilintarkastaja tai -yhteisö. Tilintarkastus perustuu kirjanpitolakiin, tilintarkastuslakiin ja kyseistä yhteisöä tai säätiötä koskevaan lakiin. (Hallintotyö 2010.)

Verosuunnittelulla tarkoitetaan edullisimman vaihtoehdon etsintää verotuksessa. Suunnittelu-aika olisi hyvä olla pitempi kuin yksi verovuosi. Verosuunnittelussa pohditaan esimerkiksi voitonjakoon ja yhtiömuotoihin liittyviä kysymyksiä. (Taloushallintoliitto 2010.) Liikkeenjohdon konsultointi on neuvontaa ja palveluita, jotka liittyvät esimerkiksi yrityksen perustamiseen, yritysmuotoihin, toiminnan laajenemiseen ja omistajan vaihdoksiin. Lisäksi ne voivat liittyä rahoitusratkaisuihin, investointeihin, hankintoihin, osingonjakoihin ja verotukseen. (Hallintotyö 2010.) Yritysjärjestelyillä tarkoitetaan, että yrityksen alkuperäistä yhtiömuotoa joudutaan muuttamaan, koska se ei enää vastaa toiminnan luonnetta. Yhtiömuotoja voidaan

muuttaa, esimerkiksi yhtiöiden sulautumisella tai jakautumisella, yhtiön purkaantumisella tai liiketoimintasiirrolla. (Ojala 2006, 56–57.)

Tulevaisuudessa pienemmät tilitoimistot erikoistuvat tarjoamaan tiettyjä palveluja tai toimivat tiettyjen toimialojen asiakkaiden kanssa. Tilitoimistossa etäasiakkaat yleistyvät, ja henkilöstön työtehtävät monipuolistuvat. Sähköiset tilitoimistopalvelut yleistyvät ja kirjanpitäjät ovat enemmän itsenäisessä vastuussa asiakassuhteidensa hoidosta. Yleisesti ottaen kirjanpidosta siirrytään neuvontaan, konsultointiin ja johdon tukemiseen. Tilitoimistotyössä korostuu entistä enemmän tiimityö, neuvonta ja asiakaspalvelu. (Hallintotyö 2010.)

3 ASIAKASPALVELU

3.1 Palvelun määrittely

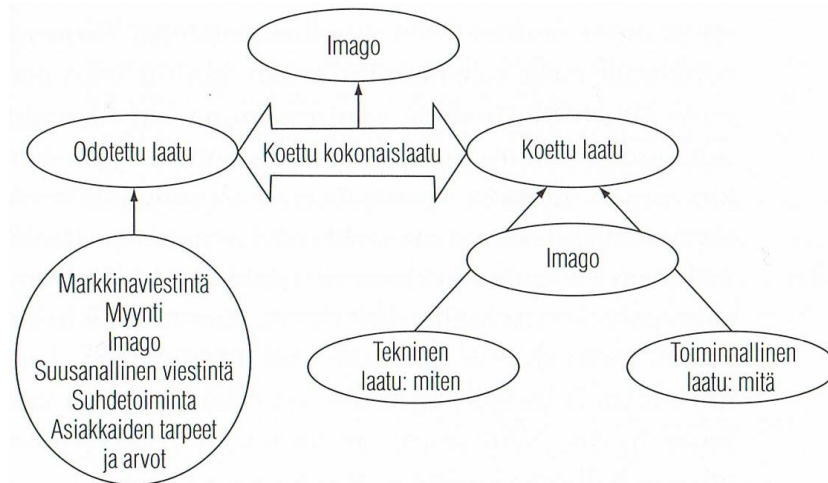
Palvelut ovat toiminnoista koostuvia prosesseja, jotka syntyvät useimmiten asiakkaan ja palvelun välisestä vuorovaikutuksesta. Tällöin asiakas osallistuu itse myös palvelun tuotantoprosessiin. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan usein samanaikaisesti, jolloin myös laadunvalvonta ja markkinointi ovat vaikeaa. Näiden syiden takia palveluita ei voida varastoida tai omistaa. Palvelut ovat subjektiivisia, eli kukin asiakas kokee palvelun erilailla. Koska palvelut ovat aineettomia, eikä niitä voida havaita, on asiakkaan vaikea arvioida niitä. (Grönroos 2001, 78–85.)

Palvelut ovat heterogeenisiä eli vaihtelevia. Jokainen palvelu on erilainen, ja se räätälöidään asiakkaan tarpeeseen ja tilanteeseen sopivaksi. Palvelun keskeisimpänä hyötynä on se, että jotakin tehdään asiakkaan puolesta. Kun palvelu on tuotettu ja kulutettu, sen olemassaolo lakkaa ja katoaa, mutta palvelun vaikutus voidaan säilyttää. Koska palvelut ovat katoavia, on kysynnän ja tarjonnan yhteensovittaminen hankalaa. Epäonnistunutta palvelua ei voi palauttaa, mutta se voidaan korjata tai tuottaa uudelleen. Palvelulla voidaan tehdä tarjonta houkuttelevammaksi ja erottua kilpailijoista. Luokittelemalla palveluita, saadaan esiin erilaisia organisaatioita ja palvelutilanteita. Palvelutapahtuma voidaan siten nähdä asiakkaan silmin ja auttaa ymmärtämään, mitkä tekijät vaikuttavat asiakkaan tyytyväisyyteen. (Ylikoski 2001, 17–18, 23–27.)

3.2 Palvelun laatu

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote vastaa asiakkaan vaatimuksia ja odotuksia, eli miten hyvin asiakkaan toiveet ja tarpeet tyydyttyvät. Laatu on asiakkaan näkemys tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta, jolloin siis asiakas kertoo, vastaako

laatu hänen odotuksiaan. Tämän vuoksi laatua tulisi aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta. (Ylikoski 2001, 118.)



KUVIO 2. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2001, 105).

Grönroosin mukaan kuviossa 2 koettu kokonaislaatu syntyy asiakkaan odotuksista ja kokemuksista. Palvelu on laadukasta silloin, kun asiakkaan odotukset ja koettu laatu vastaavat toisiaan. Koettu laatu muodostuu teknisestä ja toiminnallisesta laadusta sekä näiden kahden pohjalta muodostuvasta mielikuvasta yrityksestä. Tekninen laatu kertoo palvelun lopputuloksesta, eli kaikesta siitä mitä asiakas saa yritykseltä. Toiminnallinen laatu kertoo itse palveluprosessista, miten asiakasta on palveltu. (Grönroos 2001, 97–106).

Asiakas pystyy usein mittamaan teknistä laatua, mutta toiminnallista laatua on vaikeampi arvioida objektiivisesti. Asiakkaan laadun kokemiseen vaikuttaa myös odotettu laatu, joka syntyy asiakkaan ennakkokäsityksistä. Nämä ennakkokäsitykset johtuvat monista asioista kuten, esimerkiksi asiakkaan omista tarpeista ja yrityksen markkinointiviestinnästä. Koetun kokonaislaadun tasoa ei määrää vain laadun tekninen tai toiminnallinen ulottuvuus, vaan enemmänkin odotetun ja koetun laadun välinen ero. (Grönroos 2001, 97–106.)

Laatu koetaan hyväksi, kun odotukset täyttyvät ja huonoksi, kun odotukset alittuvat. Hyväksyttävänä palveluna pidetään odotetun ja riittävän palvelun välistä aluetta. Tätä kutsutaan myös joustovaraksi, siitä mitä asiakas sietää. Se kuinka laaja joustovara on, vaihtelee sen mukaan kuinka tärkeänä asiakas pitää eri asioita. (Ylikoski 2001, 120–122.)

Se, miten palvelu suoritetaan, voi olla asiakkaalle tärkeämpää kuin itse lopputulos. Tällöin henkilöstön ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on avainasemassa hyvän palvelukokemuksen muodostumisessa. Hyvä imago suodattaa virheitä ilman, että palvelun laatu kärsii liikaa. Sen sijaan huono imago vahvistaa huonoja kokemuksia entisestään. (Ylikoski 2001, 118.)

3.3 Laadun arviointi

Koska palvelun laatu syntyy odotuksia ja kokemuksia vertailemalla, asiakkaalla on jo odotuksissaan mukana millä kriteerein arvioi palvelun laatua (Ylikoski 2001, 126). Palvelun laatua voidaan tutkia hyväksi koetun palvelun seitsemällä kriteerillä, jotka perustuvat vankkoihin empiirisiin ja teoreettisiin tutkimuksiin sekä käytännön kokemuksiin. Seitsemän kriteeriä on ammattimaisuus ja taidot, asenteet ja käyttäytyminen, lähestyttävyyden ja joustavuus, luotettavuus, palvelun normalisointi, palvelumaisema sekä maine ja uskottavuus. Ammattimaisuus ja taidot ovat lopputulokseen liittyvä kriteeri. Maine ja uskottavuus ovat imagoon liittyvät kriteerit. Sen sijaan kaikki muut kriteerit liittyvät itse prosessiin. (Grönroos 2001, 123–124.)

Ammattimaisuudella ja taidoilla tarkoitetaan, että henkilökunnalla on sellaiset taidot, tiedot, fyysiset resurssit ja järjestelmät, joita tarvitaan asiakkaiden ongelmien ammattitaitoiseen ratkaisemiseen. (Grönroos 2001, 124.) Henkilökunnan tulee myös pysyä perillä alan kehityksestä, jotta olisi ammattitaitoinen (Ylikoski 2001, 127). Asenteilla ja käyttäytymisellä tarkoitetaan, että henkilökunta ottaa asiakkaat huomioon ja haluaa ratkaista heidän ongelmansa ystävällisesti ja spontaanisti (Grönroos 2001, 124). Henkilökunnan tulee olla kohtelias huomaavaisuudellaan, ystävällisyydellään ja arvostuksellaan asiakasta kohtaan (Ylikoski 2001, 128).

Lähestyttävyydellä ja joustavuudella tarkoitetaan, että yrityksen aukioloajat, sijainti ja henkilökunta ja järjestelmät ovat suunniteltu toimivaksi niin, että palvelu on helppo saada. Lisäksi yritys on halukas sopeutumaan asiakkaan toiveisiin ja vaatimuksiin joustavasti. (Grönroos 2001, 124.) Asiakkaan tulee saavuttaa yhteys yritykseen ilman, että hän joutuu kohtuuttomasti odottamaan (Ylikoski 2001, 127).

Luotettavuudella tarkoitetaan, että asiakas voi aina luottaa henkilökunnan lupauksiin, mitä tahansa tapahtuukin. Lisäksi yritys toimii aina asiakkaan etujen mukaisesti. (Grönroos 2001, 124.) Ylikosken (2001, 127) mukaan luotettavuudella tarkoitetaan palvelun johdonmukaisuutta, virheettömyyttä ja lupauksen pitämistä. Tämä ilmenee siten, että laskutus suoritetaan oikein, palvelu tapahtuu sovittuna aikana ja työntekijöiden lupauksiin voidaan luottaa.

Palvelun normalisoinnilla tarkoitetaan sitä, että kun jotain odottamaton tapahtuu, niin yritys ryhtyy heti toimenpiteisiin, jotta tilanne pysyy hallinnassa ja uusi ratkaisu löydetään (Grönroos 2001, 124). Palvelumaisemalla tarkoitetaan, että fyysisen ympäristö ja muut tapaamiseen vaikuttavat seikat tukevat asiakkaan myönteistä kokemusta (Grönroos 2001, 124). Palveluympäristössä vaikuttaa kaikki konkreettiset asiat mitä asiakas näkee, esimerkiksi tilat ja laitteet (Ylikoski 2001, 129).

Maineella ja uskottavuudella tarkoitetaan, että yrityksen toimintaan voidaan luottaa ja se tarjoaa asiakkaan rahoille vastinetta. (Grönroos 2001, 124). Ylikosken (2001, 128) mukaan yrityksen nimi ja maine sekä henkilöstön persoonallisuus vaikuttaa uskottavuuteen.

3.4 Asiakkuuden ja asiakassuhteen määrittely

Asiakkuudella tarkoitetaan yrityksen ja asiakkaan välistä prosessia, joka muodostuu asiakaskohtaamisista, missä vaihdetaan resursseja (Storbacka & Lehtinen 2002, 15). Asiakassuhteesta puhutaan silloin, kun asiakas sitoutuu käyttämään yrityksen palveluita, ja yritys tukee tätä sitoutumista (Ylikoski 2001, 178).

Asiakassuhde on pitkälti asennekysymys, jossa henkilö tuntee sitoutuvan johonkin toiseen osapuoleen. Yritys voi ansaita tunteen kehittämällä vuorovaikutus- ja viestintäprosesseja. Ne auttavat suhteen syntymisessä, mutta vain asiakas voi päättää suhteen muodostumisesta. Asiakas kokee suhteen syntyneen silloin, kun molemmat osapuolet hyötyvät siitä. Tämä vaatii molemmin puolista sitoutumista, jossa yrityksen tulee ymmärtää asiakasta syvällisemmin ja osoittaa se. Asiakassuhdetta ei synny, jos sen ei koeta tuottavan arvoa. (Grönroos 2001, 65–67).

3.5 Asiakkuuden elinkaari

Asiakkuus ajatellaan elinkaarena, joka jaetaan asiakkuuden hankintaan, haltuunottoon, kehittämiseen, säilyttämiseen ja lopettamiseen. Elinkaaren eri vaiheilla on omat erityispiirteensä ja vaikutuksensa asiakkuuden asteeseen ja syvyyteen. (Mäntyneva 2001, 15–16.)

Asiakkuuden hankinnan tavoitteena on luoda uusia asiakassuhteita mahdollisimman kannattavasti. Uusi asiakkuus on aina herkempi kuin vuosia kestänyt asiakkuus. Koska uusien asiakkaiden hankkiminen on tietysti kalliimpaa kuin vanhojen pitäminen, ei pidä keskittyä vain uusiin asiakkaisiin. Asiakkuudet ovat alkuvaiheessa kannattamattomia, mutta asiakkuuden keston kasvaessa lisävolyymi tekee yksittäisestä asiakkuudestakin kannattavan. (Mäntyneva 2001, 16, 19–20.)

Asiakkuuden hankinnassa korostuu tiedon ja tunteiden vaihdanta asiakkaan kanssa. Asiakas on saatava tietoiseksi yrityksestä. Se milloin asiakasta on hyvä lähestyä, voidaan päätellä tuntemalla asiakkaan ostokäyttäytymisen historia. Viestintä kannattaa ajoittaa hetkeen, jolloin asiakas on kiinnostunut ja haluaa aidosti vuoropuhella yrityksen kanssa. Tehokkain tapa viestiä luotettavalla tavalla uudelle asiakkaalle on jo olemassa olevan asiakkaan toteuttama myynti. (Storbacka & Lehtinen 2002, 87–91).

Asiakkuuden haltuunottovaiheessa tulee tarjonta sovittaa asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi, sillä vakioratkaisut eivät yleensä auta. Asiakassuhde on herkimmillään asiakkuuden alkuvaiheessa. Yrityksen pitää aidosti ottaa huomioon asiakkaan tärkeinä pitämät seikat ja tyydyttää asiakkaan todelliset tarpeet. Asiakkuus on sitä pitkäikäisempi, mitä useampia palveluita asiakkaalle saadaan myytyä. (Mäntyneva 2001, 20–21.)

Asiakkuuksien kehittämisen tarkoituksena on asiakassuhteen syventäminen. Sitoutuneessa asiakkuuksissa on paljon kannattavuuspotentiaalia, jota yrityksen kannattaa hyödyntää, esimerkiksi lisäämällä omaa osuuttaan asiakkaan kokonaisostoista. Asiakkuuksien säilyttämiseen liittyy läheisesti asiakkaiden todellisten tarpeiden tunteminen ja syvälinen ymmärtäminen. (Mäntyneva 2001, 20–22.) Kriisejä on jokaisessa asiakkuudessa ja ne antavat mahdollisuuksia yrityksille, joka aidosti haluavat kehittää asiakkuutta. Vaikeat asiakkaat yleensä auttavat yritystä tarkastelemaan kriittisesti asiakkuutta, joka edesauttaa asiakkuuden kehittämistä. Suurimmat mahdollisuudet asiakkuuksien lisäarvon kasvattamiseen löytyvät asiakkuuksien kehittämisvaiheessa, jolloin yrityksen tulee keskittää resurssinsa tähän vaiheeseen. (Storbacka & Lehtinen 2002, 97, 111.)

Asiakkuuksien säilyttämisen vaiheessa on tärkeää selvittää, mitkä asiakkaat aikovat vaihtaa palvelun tarjoajaa ja kuinka paljon niiden asiakkuuksien säilyttämiseen kannattaa panostaa. Lisäksi on hyvä miettiä kriteereitä, joiden avulla selvitetään, millaisia asiakkaita yritys haluaa pitää. Kaikki asiakkuudethan eivät ole taloudellisesti säilyttämisen arvoisia, mutta niissä voi olla joitain muita tärkeitä arvoja. Hankalaksi voi muodostua keinojen keksiminen siihen, miten saada parhaat asiakkaat pysy-

mään yrityksen asiakkaina, sillä asiakkaisiin pitäisi pystyä vaikuttamaan jo päätöksenteon hetkellä. Tähän päästään, kun yritys havainnoi tarkasti asiakkaiden lähettämiä signaaleja. Myös tyytyväinen asiakas voi harkita palveluntarjoajan vaihtamista. (Mäntyneva 2001, 22–23.)

Asiakassuhde voi päättyä asiakkaan tai yrityksen puolelta. Yritys voi lopettaa asiakkuuden havaittuaan, ettei asiakkuudella ole arvoa. Asiakas voi lopettaa asiakkuuden ilman sen suurempaa syytä tai huonosti hoidetun asiakaskohtaamisen takia tai koska kokee saavansa enemmän arvoa toiselta yritykseltä. Vaikka teot loppuvat, jää tunne ja tieto, jotka laimenevat hitaasti. Asiakkuuden lopettaminen tulee tehdä tyylikkäästi niin, että arvioidaan avoimesti loppumisen syitä. Yritys voi kehittää toimintaansa mahdollisimman paljon oppimalla aikaisemmasta asiakassuhteesta ja siksi asiakkaan palaute on hyvä analysoida. (Storbacka & Lehtinen 2002, 108–113.) Yleensä yritykset pyrkivät ylläpitämään asiakassuhdetta ja estämään sen päätymisen. Hyvässä asiakassuhteessa molemmat osapuolet hyötyvät ja haluavat varmistaa asiakassuhteensa jatkuvuuden. (Ylikoski 2001, 178–179.)

3.6 Asiakaspalvelu

Nykyään huono asiakaspalvelu on enemmän sääntö kuin poikkeus. Asiakkaiden kokemukset vaikuttavat siihen, kuinka hyvää tai huonoa asiakaspalvelu on. Hyvän palvelun lähtökohtana on, että perusasiat ovat kunnossa. (Parjanen 2009.) Asiakaspalvelu ei ole nöyristelyä, vaan sen tarkoituksena on luoda asiakkaalle hyvä mieli. Hyvästä palvelusta yllättyy, koska sitä saa harvemmin. Aidosta asiakaspalvelusta huokuu henkilökohtaisuus ja auttamisen halu. Huono asiakaspalvelu vaikuttaa suoraan yrityksen tulokseen niin menetettyinä asiakkaina kuin heikompana myyntinä. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan hyvästä palvelusta. (Luoma 2007.)

Hyvä asiakaspalvelu ei synny käskyjä antamalla. Se vaatii persoonallista otetta, aitoa yrittämistä ja tilannetajua, sillä jokainen palvelu on ainutkertainen. Erinomainen asiakaspalvelija suhtautuu asiakaspalveluun intohimoisesti. Oikean palveluasen-

teen löytäminen vaatii myös, että johto näyttää niin asiakkaille kuin henkilöstölle arvostuksensa asiakaspalveluun. (Mattila & Ollikainen 2008.)

Reinbothin asiakaspalvelutyyleistä ystävänpalvelu kuvaa hyvin tilitoimistossa työskentelyä. Reinbothin (2008, 39–45) mukaan ystävänpalvelussa asiakkaaseen suhtaudutaan yksilönä sekä hänen ongelmiansa ratkaiseminen ja tarpeiden tyydyttäminen otetaan henkilökohtaiseksi asiaksi. Kun asiakas tuntee ne saavutetuksi miellyttävästi, helposti ja nopeasti, kokee hän luottamuksen ja turvallisuuden tunnetta. Tällöin henkilökunnan on oltava ammattitaitoista, jotta he voivat kartoittaa asiakkaan tarpeet ja tarjota sopivaa ratkaisua. Lisäksi on joustettava asiakkaan tarpeiden mukaan. Ystävänpalvelussa vuorovaikutus asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä on epämuodollista ja tuttavallista. Asiakas voi rupertella muustakin kuin työasioista, mutta työntekijä ei voi rasittaa asiakasta omilla henkilökohtaisilla asioillaan. Työntekijä vastaa kohteliaasti esitettyihin kysymyksiin ja myötäilee asiakkaan mielipiteitä. Keskustelun tarkoitus ei ole puhua syvällisistä asioista vaan tavoitteena on välittömän ja rennon tunnelman luominen.

Asiakaspalvelu on aina palvelua ihmiseltä toiselle, vaikkakin henkilökohtainen tunteminen vaihtelee toimialoittain ja toimipaikan koon mukaan. Asiakas otetaan huomioon tervehtimällä ja hänet muistetaan esimerkiksi kutsumalla nimeltä. Henkilökohtaisen asiakassuhteen luominen on tärkeää, sillä ihmiset sitoutuvat luontevammin toiseen ihmiseen kuin yritykseen. Kontaktin luominen työntekijän ja asiakkaan välillä helpottuu, kun osapuolet voivat samaistua toisiinsa. Ystävänpalvelu sopii konseptiksi kaikille aloille, mutta sen toteuttaminen laadukkaasti on haastavaa. Onnistuessaan asiakas tuntee olonsa kotoisaksi ja tervetulleeksi. (Reinboth 2008, 43–47).

Seuraavassa luvussa tutkitaan kuinka nämä teoriassa käsitellyt asiat toteutuvat käytännössä kyselytutkimuksen avulla. Työn empiirisessä osassa tutkitaan palveluita ja palvelun laatua sekä asiakkaan ja yrityksen välistä vuorovaikutusta. Lisäksi selvitetään millainen kokonaiskuva asiakkaalla on yrityksestä ja millaista tietoa tutkimus antaa asiakaspalvelun tasosta.

4 KYSELYTUTKIMUS

4.1 Tutkimuksen luotettavuus ja hyödyllisyys

Tutkimusaineiston keruu, tutkimukseen osallistuminen ja tutkimuksen tiedottamiseen liittyvät kysymykset ja ongelmat saattavat tutkijan eettisten kysymysten eteen. Jokaiselle tutkittavalle tulee antaa tarpeeksi tietoa tutkimuksen luonteesta ja tavoitteista sekä painotettava vastaamisen vapautta. Erityisesti tutkijan luottamuksellisuus, anonymiteetti ja vastuuntuntoisuus korostuvat tietojen käsittelyssä ja niiden julkistamisessa. (Eskola & Suoranta 1998, 52–53, 56–57.)

Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys tarkoittaa, että tutkimuksessa mitataan sitä, mitä on tarkoitus selvittää. Tutkija määrittää mitattavat käsitteet ja muuttujat sekä asettaa täsmälliset tavoitteet tutkimukselle, jolloin ei tutkita vääriä asioita. Kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti ja samalla kattaa koko tutkimusongelma. Perusjoukon tarkka määrittely, suuri otoskoko ja korkea vastausprosentti edesauttavat validin eli pätevän tutkimuksen toteutumista. Validius on varmistettava etukäteen huolellisella suunnittelulla ja harkitulla tiedonkeräämisellä. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Tutkimustulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Siihen voidaan vaikuttaa etukäteen ottamalla huomioon otoskoko ja mahdollisten palauttamatta jättäneiden määrä eli kato. Tutkimus on oltava toistettavissa samanlaisin tuloksin. Tutkijan tulee olla tarkka ja kriittinen, sillä virheitä voi syntyä missä tahansa tutkimuksen vaiheessa. Tärkeätä on taito tulkita tulokset oikein ja käyttää sellaisia analysointimenetelmiä, joita hallitsee. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Jotta tutkimus olisi objektiivinen eli puolueeton, ei tutkija saa antaa omien poliittisten tai moraalisten vakaumustensa vaikuttaa tutkimusprosessiin. Jokaisessa tutkimuksessa tutkijan omakohtaiset valinnat tutkimusmenetelmästä, kysymysten muo-

toilusta, analysointimenetelmistä ja raportointitavoista vaikuttavat objektiivisyyteen. Tutkimustulokset eivät saa olla riippuvaisia tutkijasta. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Tutkimus on hyödyllinen ja käyttökelpoinen silloin, kun se tuo jotakin uutta esiin ja tutkimuksen aihe suuntautuu tärkeiksi koetuille ongelma-alueille. Tutkimusmenetelmä myös vaikuttaa tulosten hyödyllisyyteen. Tutkimuslomakkeessa tulee jokaisen kysymyksen tarpeellisuus punnita tarkoin, jotta ei esitetä turhia kysymyksiä. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Tämän tutkimuksen pätevyyttä edesauttoivat ennalta määritellyt tavoitteet sekä rajattu kohderyhmä, jolle kyselylomakkeet olivat osoitettu. Tulosten tarkkuudessa kiinnitettiin erityistä huomiota aineiston keruuseen ja analysointiin. Kyselylomakkeen laadinnassa otettiin huomioon johdon ehdotukset. Lomakkeen toimivuus testattiin työtovereiden kanssa ennen varsinaisen kyselylomakkeen lähettämistä asiakkaille.

Tutkimuksen etiikan kannalta korostettiin tietojen luottamuksellista käsittelyä. Vastaukset pyydettiin lähettämään tutkijan omaan henkilökohtaiseen sähköpostiin. Vastattuja kyselylomakkeita käsiteltiin yrityksen ulkopuolella. Kyselylomakkeen saatekirjeessä asiakkaille annettiin perustietoja tutkimuksen tarkoituksesta ja tavoitteista. Lisätietoja tiedusteltiin mahdollisesti toimitusjohtajalta puhelimitse tai sähköpostin kautta. Kysymykset eivät käsitelleet arkaluontoisia asioita, joka olisivat voineet vaikuttaa vastaajien halukkuuteen.

4.2 Yritysesittely

Tutkimus tehtiin tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaille. Tilitoimistokonserni on syntynyt jo vuonna 1972. Konsernin emoyhtiö on muodostunut kymmenellä eri paikkakunnalla sijaitsevista toimipisteistä. Nykyiset konsernin emoyhtiön tilitoimistot sijaitsevat Hyvinkäällä, Vantaalla, Forssassa, Urjalassa, Hämeenlinnassa, Lahdessa, Helsingissä, Riihimäellä ja Nurmijärvellä. Yhtiön omistajina ja johtoryhmässä

on useita eri tahoja ja yhtiöllä myös tytäryhtiöitä Suomessa. Yhtiö on auktorisoitu tili- ja tarkastustoimisto, joka on myös Taloushallintoliitto Ry:n jäsen. Tilintarkastajat ovat jäseninä sekä KHT- että HTM-yhdistyksissä. Toukokuussa 2008 konsernilla oli 16 tilitoimistoa 14:llä Etelä-Suomen paikkakunnalla ja palveluksessaan yli 200 alan ammattilaista.

Konsernin liikeideana on tarjota laaja-alaisesti laskentatoimen asiantuntijapalveluita yrityksille. Yrityksen tavoitteena on olla imagoltaan ja työn laadultaan johtava ja paras paikallinen tilitoimisto. Valtakunnallisesti toimialalla yrityksen tavoitteena on olla edelläkävijöiden ryhmässä. Kansainvälisyys ja sen kehittäminen on yhtiölle tärkeää. Parhaaseen suorituskyykyyn, turvallisuuteen ja luotettavuuteen yritys pyrkii jatkuvalla henkilökunnan ja yritysjohton kouluttamisella, työnjäljen ja -ajan mittaamisella, säännöllisillä henkilökunnan palavereilla, sekä toimimalla erilaisissa ammattiyhteisöissä ja luottamustehtävissä.

Yrityksen tarjoamia palveluita ovat muun muassa kirjanpito, verosuunnittelu, laskutus, laskujen maksupalvelu, analysointi, palkanlaskenta, raportointi, yritysjärjestelyt, rahoitussuunnittelu, oikeudellinen konsultointi, tilintarkastus ja sähköinen taloushallinto. Lisäksi on mahdollisuus saada asiantuntijaryhmän neuvonantoa erikoisasioissa esim. liittyen kansainvälisyyteen sekä hallintoon ja juridiikkaan. Yritys palvelee asiakkaitaan suomen, ruotsin, venäjän, englannin, saksan ja viron kielellä.

4.3 Tutkimuksen toteutus ja rakenne

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena. Kysely lähetettiin saatekirjeen kanssa syksyllä 2008 sähköpostin liitteenä erikseen jokaiselle emoyhtiön toimipisteen toimistopäälliköille. He välittivät kyselyn toimistojensa työntekijöille, jotka puolestaan lähettivät kyselyn omille asiakkailleen. Kysely lähetettiin 325 asiakkaalle. Vastaukset pyydettiin lähettämään sähköpostilla, jotta vastaukset saataisiin nopeasti.

Kyselylomake laadittiin niin, että vastaaminen olisi asiakkaille vaivatonta ja nopeaa sekä lomakkeen täyttäminen ei veisi kohtuuttomasti aikaa. Kyselylomakkeen saate-

kirjeessä kerrottiin työn aihe ja toteutus sekä kyselyn tarkoitus. Siinä annettiin myös kyselyn palautusohjeet, yhteystiedot mahdollisia kyselyitä varten ja kyselyn palautuspäivämäärä. Työn loppuun liitettiin saatekirje (Liite 1) ja kyselylomake (Liite 2). Ne muokattiin sopiviksi opinnäytetyön asetuksiin, jolloin lomake on jonkin verran erinäköinen.

Kyselomake tehtiin Word- asiakirjaan lomaketyylillä. Kysymykset ja valmiit vastausvaihtoehdot lukittiin, jolloin vaihtoehtojen muokkaaminen oli mahdotonta ilman salasanaa. Lomake tehtiin tilitoimiston tunnisteella ja logolla varustettuna, jotta asiakkaat kokisivat kyselyn oikeaksi ja tärkeäksi toimistolle. Lomakkeen kysymykset suunniteltiin osaksi pohjautuvan teoriaosuuteen ja osaksi siihen, mitä tilitoimistokonsernin haluttiin tietää asiakkaista. Lomakkeen kysymykset muotoiltiin konsernin emoyhtiön asiakkaille sopiviksi.

Kyselylomakkeessa oli pääosin strukturoituja monivalintakysymyksiä, joista rasti- tettiin tai valittiin pudotusvalikosta itselleen parhaiten sopiva vaihtoehto. Lomakkeessa pyrittiin selkeyteen ja johdonmukaisuuteen, ja siksi vastaustyyliä ei ollut sekoitettu keskenään yhdellä sivulla. Jokaisen sivun ylälaudassa oli selkeä ohje, miten sivun kysymyksiin vastattiin.

Kysymyksissä 1-4 tiedusteltiin mm. vastaajien ikää ja koulutustaustaa. Lisäksi kysyttiin mm. yrityksen yhtiömuodosta ja päätoimialasta. Nämä kysymykset olivat suljettuja ja niihin vastattiin rastittamalla parhaiten sopivin vaihtoehto. Kysymyksessä viisi tarkennettiin vielä toimialan kuvausta, jolla varmistettiin että asiakas on osannut valita oikean päätoimialansa vuoden 2008 toimialaluokituksesta.

Kysymyksissä 6-14 vastattiin valitsemalla pudotusvalikosta parhaiten sopivin vaihtoehto. Niissä kysyttiin muun muassa yrityksen sijaintia, henkilökunnan määrää ja vuorovaikutuksesta tilitoimistoon. Lomakkeessa tiedusteltiin myös tutustumisesta tilitoimistoon, tilitoimiston valintaperusteita sekä asioimisesta toimipisteessä. Suurin osa pudotusvalikon vaihtoehtoista muokattiin tilitoimistokonsernin ehdotusten ja esitestauksen jälkeen.

Kysymyksessä 15 tiedusteltiin, mitä yrityksen tarjoamia palveluita asiakas käyttää. Vastausvaihtoehtoina oli jokaisen palvelun kohdalla kyllä tai ei, josta rastitettiin vain toinen vaihtoehtoista. Palvelut valittiin tilitoimiston nimeämistä palveluista. Kysymyksessä 16 selvitettiin, kuinka paljon asiakas arvostaa yrityksen mainitsemia ominaisuuksia palvelun laadusta. Kysymykseen vastattiin rastittamalla viidestä sanallisesta vaihtoehdosta parhaiten omaa käsitystään vastaava vaihtoehto. Tässä sovellettiin laskevaa 5-portaista asteikkoa sanallisesti, jossa vaihtoehtoina oli erittäin paljon, paljon, jonkin verran, vähän tai erittäin vähän.

Viimeinen kysymys oli avoin ja siinä tiedusteltiin muun muassa yrityksen kokonaiskuvaa. Sanallinen kokonaiskuva kertoo usein enemmän kuin vain jokin yksittäinen osa. Esimerkiksi vaikka jokin toinen asia tilitoimiston ja asiakkaan välillä on epäonnistunut, voi toinen onnistunut tapahtuma vaikuttaa niin vahvasti, että kokonaiskuva on positiivinen.

Kyselylomake esiteltiin kolmen työtoverin kesken. Esitelluksen tarkoituksena oli selvittää kysymysten ymmärrettävyys, sekä vastausvalintojen, lomakkeen tallentamisen ja palautuksen toimivuus. Tutkijalle annettiin mielipiteitä ja arvioita edellä mainituista asioista, kysymyksistä ja niiden asetteluista. Esimerkiksi pudotusvalikon vaihtoehtoja muokattiin esitelluksen jälkeen sopiviksi. Esitelläjien mielestä kysymykset olivat ymmärrettäviä, vastausvaihtoehtojen valinta oli selkeää sekä lomakkeen tallentaminen ja palauttaminen toimivaa. Tilitoimistokonsernin johto antoi toivomuksia lomakkeeseen ja saatteeseen yrityksen näkökulmasta. Ennen kyselylomakkeen käyttöönottoa, siihen tehtiin pieniä muutoksia ja hyväksyttiin konsernin toimitusjohtajalla.

Kyselyn lähetystapaa pohdittiin työpaikalla ja lopulta päätettiin, että jokaisen asiakkaan omat yhteyshenkilöt ottavat heihin yhteyttä. Tähän päädyttiin siksi, että isossa konsernissa asiakkaat ovat tottuneet asioimaan ennalta määrätyn ihmisen kanssa. Asiakkaat kokevat sen myös ystävälliseksi ja turvalliseksi tavaksi.

Varsinainen kysely suoritettiin syyskuun alkupuolella ja vastausaikaa oli noin kaksi viikkoa. Syyskuun alku oli sopiva vastausajankohta, koska silloin suurin osa niin yrityksen työntekijöistä kuin asiakkaistakin olivat palanneet kesälomiltaan. Vasta-

usaika ei kuitenkaan saa olla liian pitkä, koska muuten asiakkaat eivät heti vastaa kyselyyn ja voivat lopulta unohtaa vastata kokonaan.

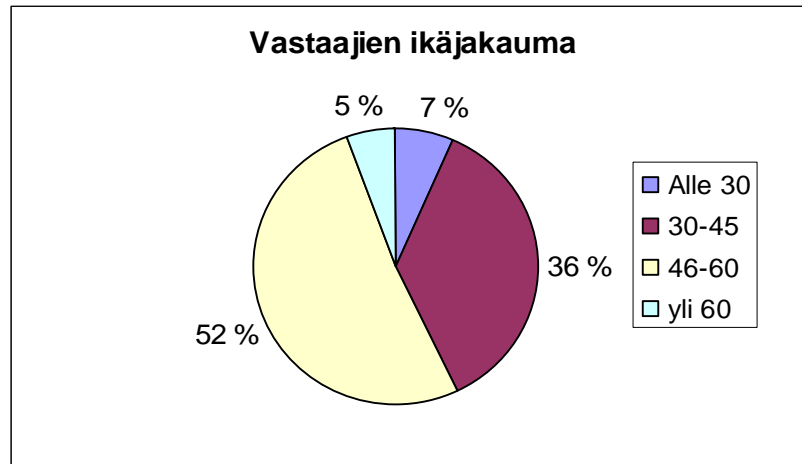
Asiakkaat täyttivät lomakkeen, tallensivat sen tietokoneelle ja lähettivät sen sähköpostin liitetiedostona tutkimuksen tekijän henkilökohtaiseen sähköpostiin. Tällöin asiakkaat kokisivat kyselytutkimuksen mahdollisimman anonymiseksi ja luotettavaksi niin, ettei yrityksellä ole mitään tekemistä vastauksien käsittelyn kanssa.

4.4 Tutkimustulokset

Kyselyyn vastasi 114 asiakasta. Vastauksia toivottiin saavan noin 100 kappaletta. Palautetuista vastauksista jouduttiin hylkäämään 22 kappaletta, koska lomake oli palautettu myöhässä. Osa hylkäyksistä johtui siitä, että takaisin palautui tyhjä lomake. Tämän uskotaan johtuvan siitä, että asiakas ei ollut osannut tallentaa tiedostoa lainkaan tai oli tallentanut sen toisessa tiedostomuodossa. Osa hylkäyksistä johtui siitä, että lomakkeesta ei ollut täytetty kaikkia tietoja tai oli valittu useita vaihtoehtoja. Täten vastausprosentiksi loppujen lopuksi muodostui 28,31 prosenttia ja tavoite saavutettiin 92 vastauksella.

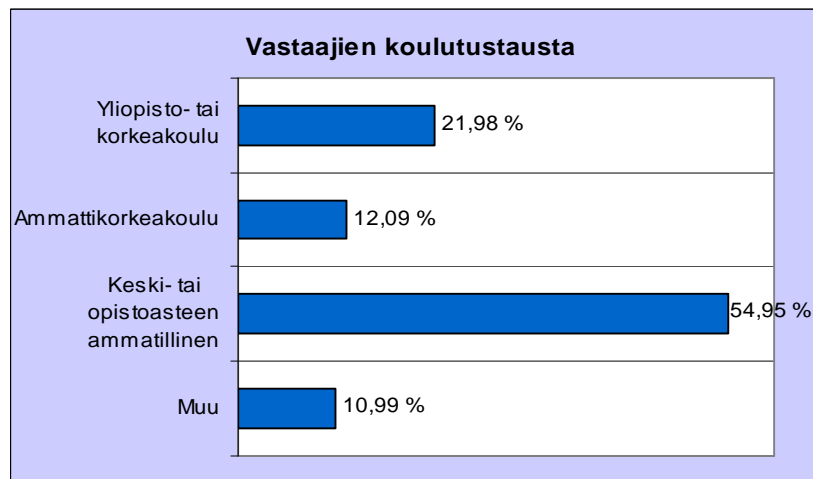
4.4.1 Vastaajien ja heidän yrityksensä taustatiedot

Kuviosta 3 nähdään vastaajien ikäjakaumaa. Vastaajista yli puolet oli yli 46-vuotiaita yrittäjiä. Alle 30-vuotiaita vastaajia oli vajaa kymmenen prosenttia, joten nuoria yrittäjiä tarvitaan alalle kun vanhemmat jäävät tulevaisuudessa eläkkeelle.



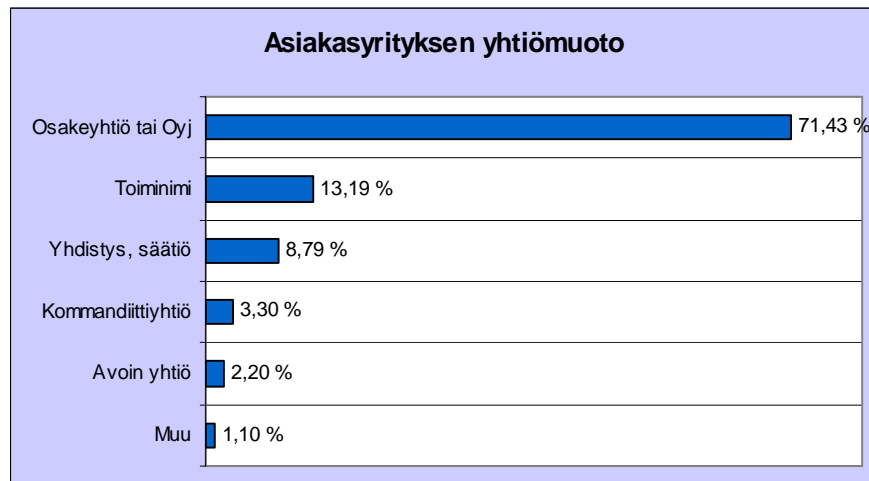
KUVIO 3. Vastaajien ikäjakauma.

Kuviosta 4 nähdään vastaajien koulutustausta. Yli puolella vastaajista oli keski- tai opistoasteen ammatillinen koulutus. Kolmasosalla vastaajista oli korkeakoulututkinto.



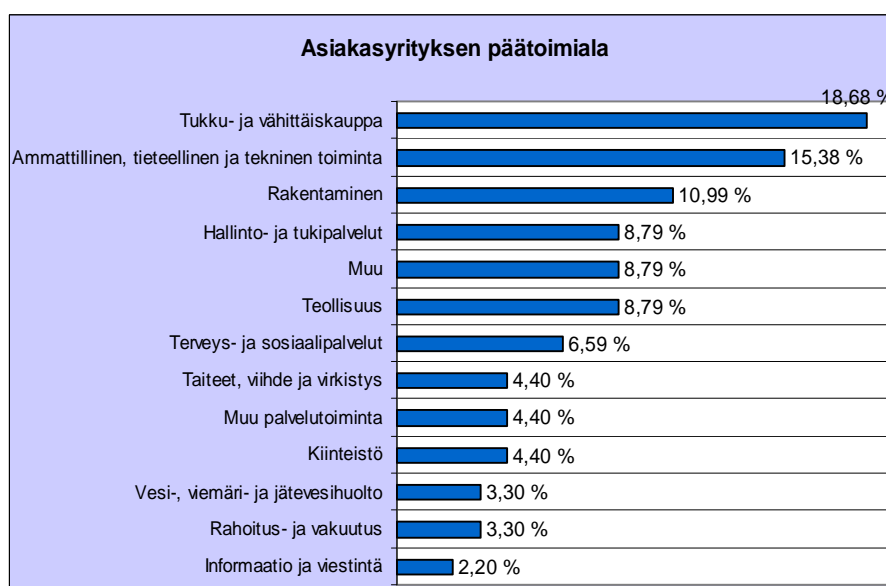
KUVIO 4. Vastaajien koulutustausta

Kuviosta 5 on nähtävissä asiakasyrityksen yhtiömuoto. Yli 70 prosenttia asiakasyrityksistä oli yhtiömuodoltaan osakeyhtiöitä. 14 prosenttia asiakasyrityksistä oli toimimisiä. Henkilöyhtiöitä oli asiakasyrityksistä vain 5 prosenttia.



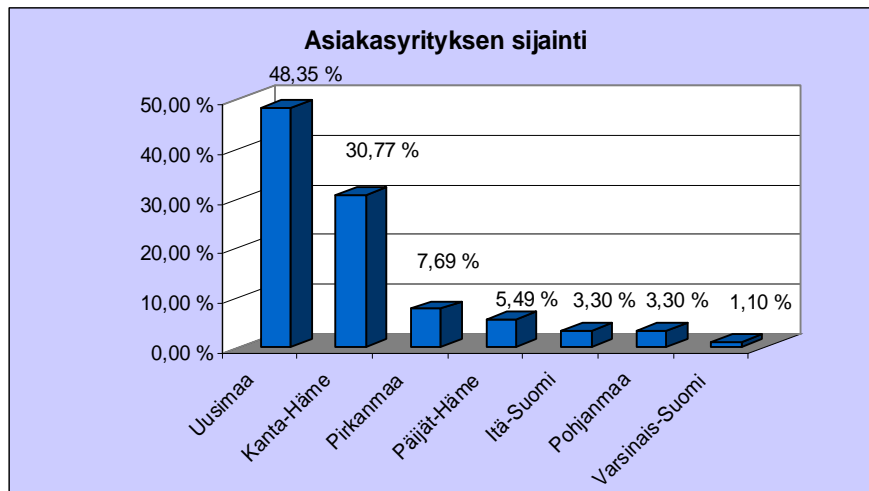
KUVIO 5. Asiakasyrityksen yhtiömuoto.

Kuviosta 6 nähdään asiakasyrityksen päätoimiala. Melkein 20 prosenttia asiakasyrityksistä toimii tukku- ja vähittäiskaupan alalla, johon sisältyy myös moottoriajoneuvojen korjaus toimialaluokituksen mukaisesti. 15 prosenttia asiakasyrityksistä on ammatillisella, tieteellisellä ja teknisellä toiminnan alalla. Rakentamisen alalla on 10 prosenttia asiakasyrityksistä. Muu yrityksen päätoimiala sisältää julkisen hallinnon, koulutuksen, kuljetuksen ja varastoinnin, sekä majoituksen- ja ravitsemuksen alan. Näillä aloilla asiakasyrityksiä toimii vähiten.



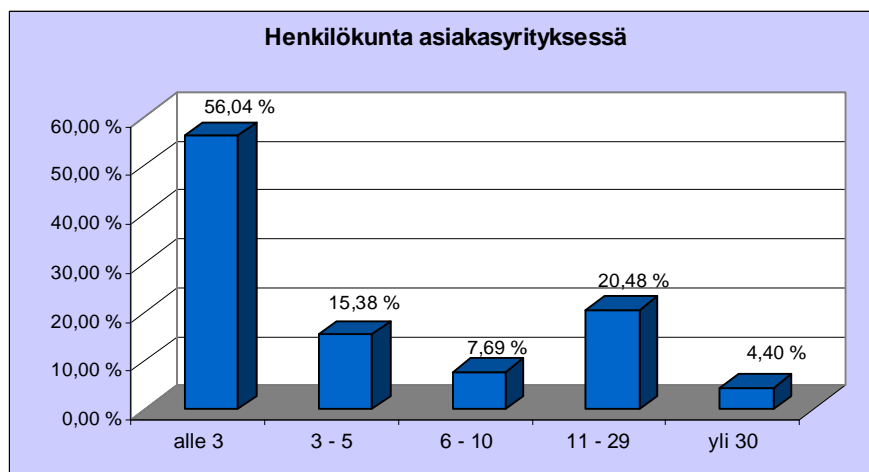
KUVIO 6. Asiakasyrityksen päätoimiala.

Kuviosta 7 nähdään, missä asiakasyritykset sijaitsivat Suomessa. Lähes puolet asiakasyrityksistä sijaitsi Uusimaalla. Melkein kolmasosa asiakasyrityksistä sijaitsi Kanta-Hämeessä. Itäisessä Suomessa sijaitsi asiakasyrityksiä alle 10 prosenttia. Varsinais-Suomessa sijaitsi vain muutama asiakasyritys.



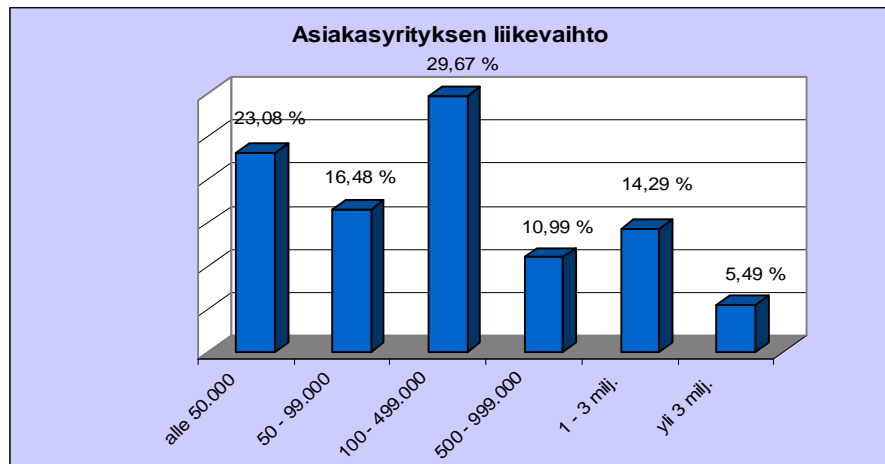
KUVIO 7. Asiakasyrityksen sijainti.

Tutkimuksesta selvisi, että suurimmaksi osaksi Pirkanmaalla sijaitsevat yritykset ovat asiakkaana Lahden toimistolla ja Pohjanmaalla sijaitsevat yritykset ovat asiakkaana Urjalan toimistolla (Liite 3).



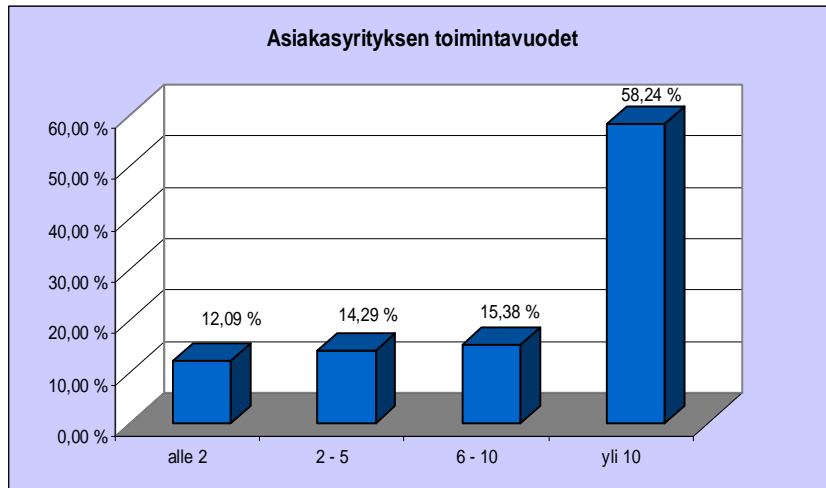
KUVIO 8. Henkilökunnan määrä asiakasyrityksessä.

Kuviossa 8 on asiakasyrityksen henkilökunnan määrä. Yli puolella asiakasyrityksistä oli alle 3 työntekijää. Suuria yli 30 henkilön yrityksiä oli alle 5 prosenttia kaikista asiakasyrityksistä. Viidesosalla asiakasyrityksistä oli 11–29 työntekijää.



KUVIO 9. Asiakasyrityksen liikevaihto.

Kuviosta 9 on nähtävissä liikevaihdon suuruus asiakasyrityksessä. 30 prosentilla asiakasyrityksistä oli 100 – 499.000 euron liikevaihto. 40 prosentilla asiakasyrityksistä oli alle 100.000 euron liikevaihto. Yrityksiä, joilla oli yli 3 miljoonan euron liikevaihto, oli vain 5 prosenttia. Tutkimuksesta selvisi, että liikevaihdoltaan kaikkein pienimmät asiakasyritykset asioivat Hyvinkään toimistolla (Liite 3).

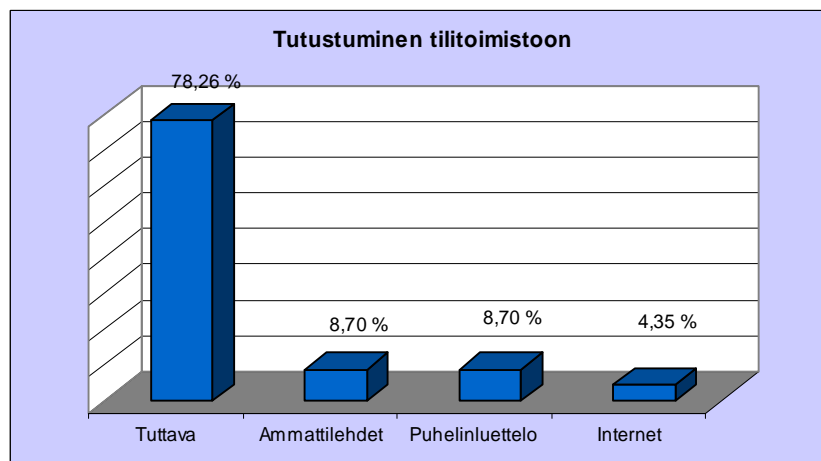


KUVIO 10. Asiakasyrityksen toimintavuodet.

Kuviosta 10 nähdään, kuinka kauan asiakasyritykset ovat olleet toiminnassa. Yli puolet asiakasyrityksistä on toiminut yli 10 vuotta. Neljäsosa asiakasyrityksistä on toiminut alle 5 vuotta.

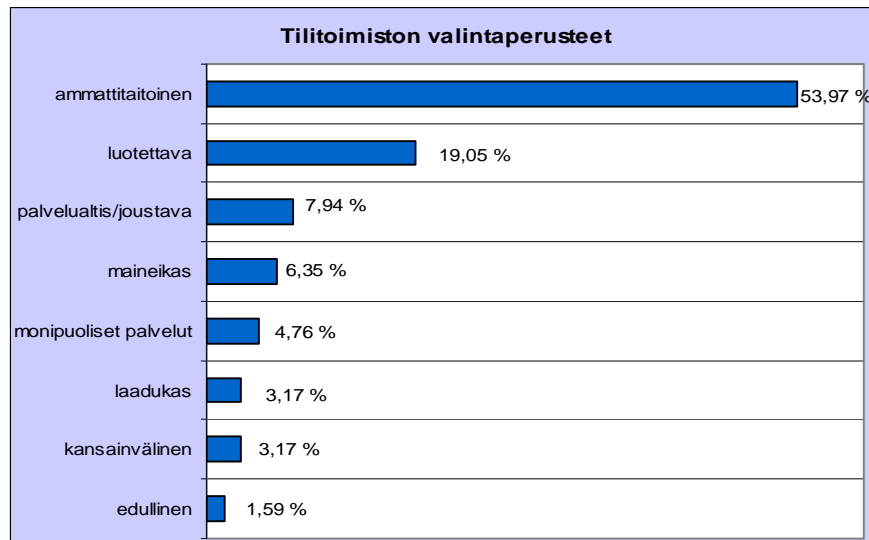
4.4.2 Vuorovaikutus tilitoimistoon

Kuvion 11 mukaan, lähes 80 prosenttia asiakasyrityksistä on tutustunut tilitoimistoon tuttavien kautta. Vajaa 5 prosenttia asiakasyrityksistä on tutustunut Internetin kautta tilitoimistoon. Kymmenesosa vastaajista on tutustunut sekä ammattilehtien että puhelinluettelon kautta tilitoimistoon.



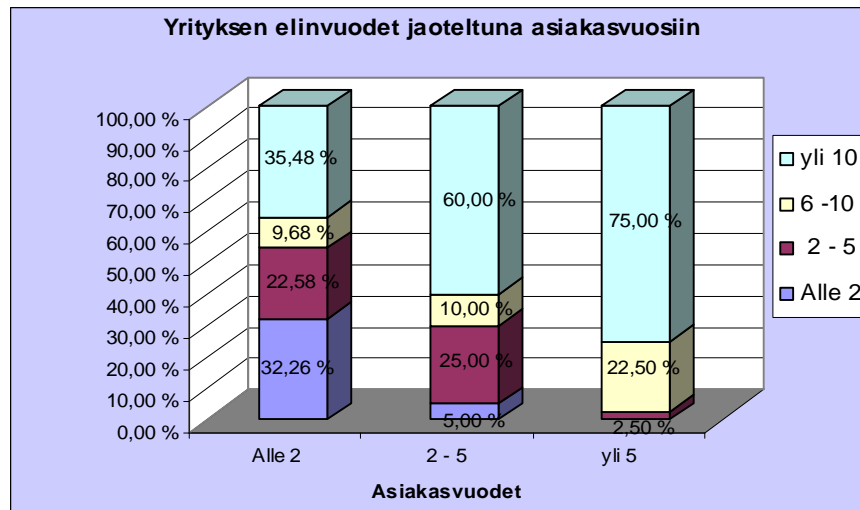
KUVIO 11. Tutustuminen tilitoimistoon.

Kuviosta 12 on nähtävissä tilitoimiston valintaperusteet. Yli puolet asiakasyrityksistä oli valinnut kyseisen tilitoimiston ammattitaidon vuoksi. Noin 20 prosenttia asiakasyrityksistä oli sitä mieltä, että luotettavuus on tärkeä kriteeri tilitoimiston valinnassa.



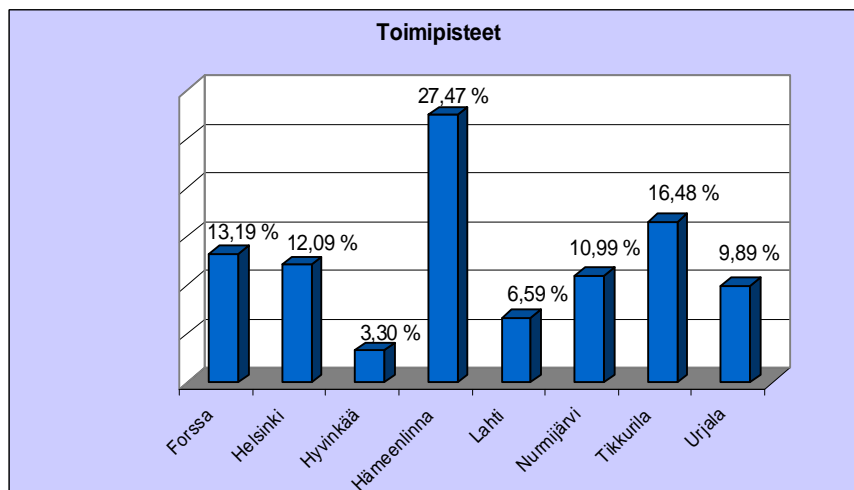
KUVIO 12. Tilitoimiston valintaperusteet.

Kuviosta 13 nähdään, miten eri-ikäiset yritykset ovat olleet tilitoimiston asiakkaina. Suurin osa yli 5 vuotta tilitoimiston asiakkaan olleista yrityksistä on toiminut yli 10 vuotta. Suurin osa alle 2 vuotta tilitoimiston asiakkaana olleista yrityksistä on toiminut korkeintaan 5 vuotta. 60 prosenttia 2-5 vuotta tilitoimiston asiakkaina olleista yrityksistä ovat olleet puolet elinajastaan tilitoimiston asiakkaina.

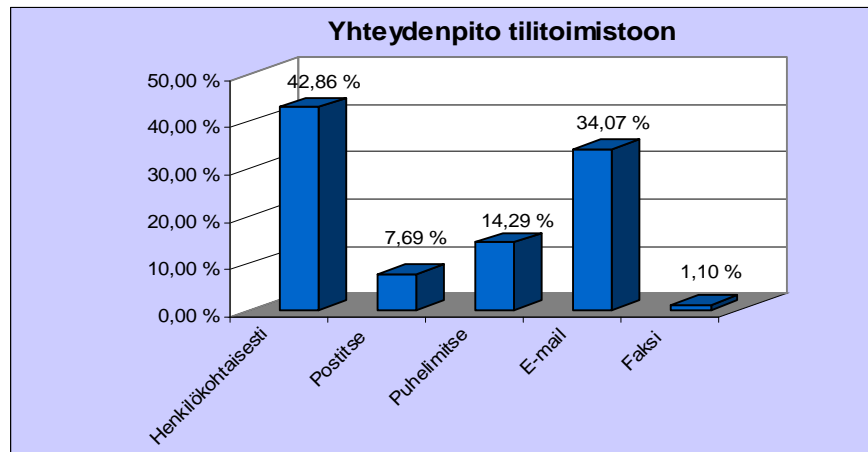


KUVIO 13. Yrityksen elinvuodet jaoteltuna asiakasvuosiin.

Kuviosta 14 nähdään, miten asiakasyritykset ovat jakautuneet eri toimipisteisiin. 30 prosenttia vastaajista oli Hämeenlinnan toimiston asiakkaita. Lahden toimiston asiakkaita oli vain reilu 5 prosenttia. Urjalan toimiston asiakkaita oli noin 10 prosenttia.



KUVIO 14. Asiakasyritysten jakautuminen toimipisteisiin.



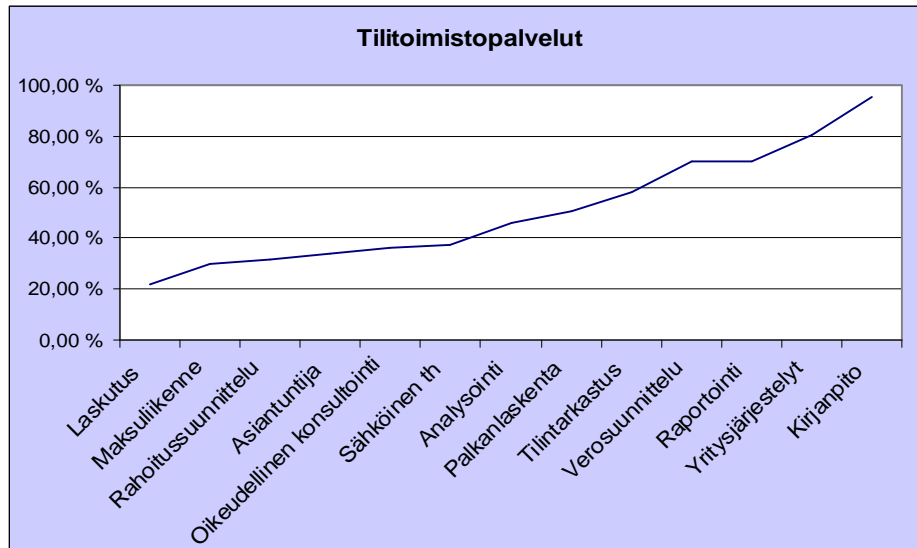
KUVIO 15. Yhteydenpito tilitoimistoon.

Kuviosta 15 nähdään, miten asiakkaat yleensä pitävät yhteyttä tilitoimistoon.

40 prosenttia asiakasyrityksistä käy henkilökohtaisesti tilitoimistossa. Kolmasosa asiakasyrityksistä pitää yhteyttä sähköpostitse tilitoimistoon. Vain murto-osa asiakasyrityksistä piti yhteyttä faksilla tai postilla.

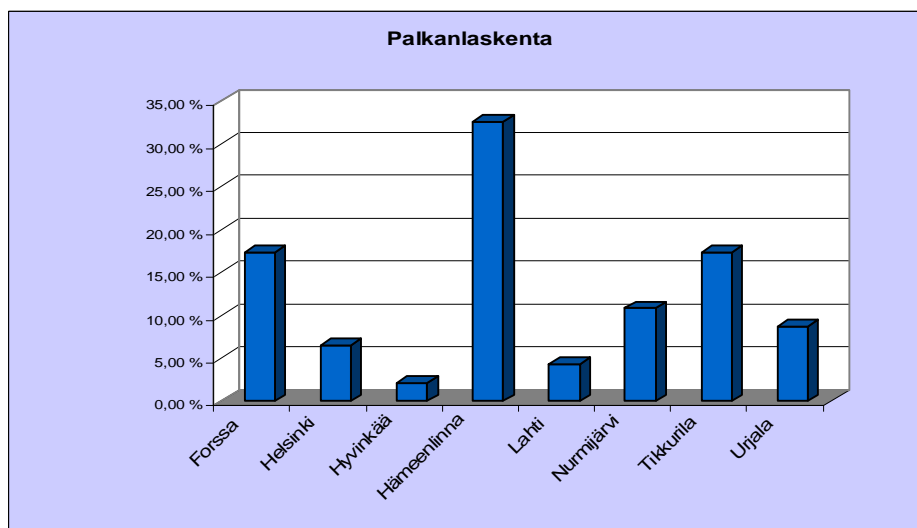
4.4.3 Tilitoimistopalvelut

Kuviosta 16 nähdään, mitä eri palveluita tilitoimiston asiakkaat käyttävät. Kaikkein eniten asiakasyritykset käyttävät kirjanpitoa. Asiakasyritykset käyttävät myös paljon verosuunnittelua, raportointia ja yritysjärjestelyitä. Vähiten asiakasyritykset käyttävät laskutusta ja maksuliikennettä. Asiakkaat mainitsivat, että palvelut ovat monipuolisia.

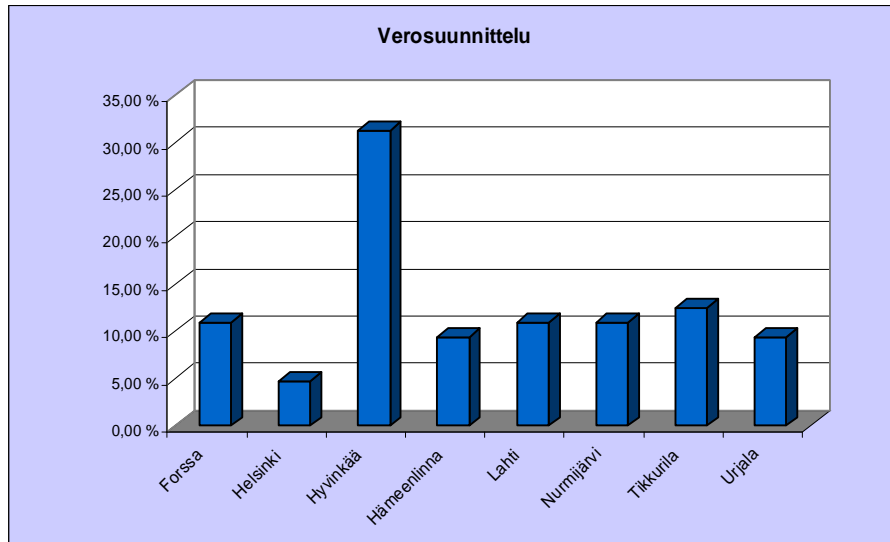


KUVIO 16. Tilitoimistopalvelut.

Kuviosta 17 on nähtävissä, miten palkanlaskennan käyttäjät ovat jakautuneet toimipisteisiin. Kuviosta nähdään, että eniten asiakasyrityksiä on palkanlaskennan asiakkaina Hämeenlinnassa. Kuviosta nähdään myös, että palkanlaskennan asiakkaita on vähiten Hyvinkäällä.



KUVIO 17. Palkanlaskenta.

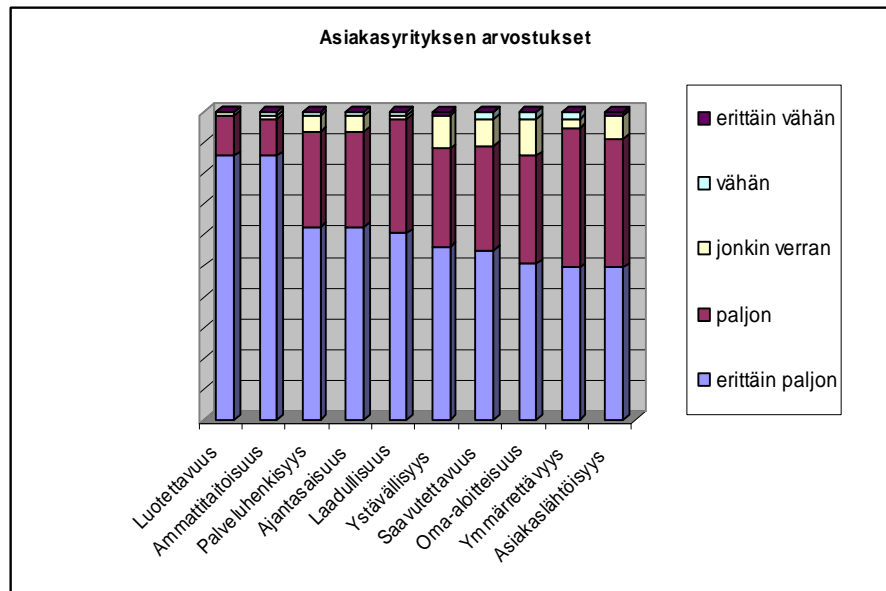


KUVIO 18. Verosuunnittelu.

Kuviosta 18 nähdään, miten verosuunnittelun asiakkaat ovat jakautuneet eri toimipisteisiin. Kuviosta selviää, että suurin osa asiakkaista käyttää verosuunnittelua Hyvinkään toimistolla. Kuviosta nähdään myös että, vähiten verosuunnittelua käyttävät Helsingin toimiston asiakkaat. Osa asiakkaista mainitsi, että verosuunnittelu on laadukasta ja siitä on apua.

4.4.4 Palvelun laadun arvostukset

Kuviosta 19 nähdään, kuinka paljon ja mitä palvelun laatua asiakkaat arvostavat.



KUVIO 19. Asiakasyrityksen arvostukset.

Kuviosta selviää, että kaikkein eniten asiakkaat arvostavat palvelulta luotettavuutta ja ammattitaitoa. Kuviosta nähdään myös, että asiakkaat arvostavat vähiten oma-aloitteisuutta ja saavutettavuutta.

4.5 Tutkimuksen johtopäätökset

Vastaajien ja heidän yrityksensä taustatiedoista voidaan päätellä, että tyypillinen asiakasyritys on yhtiömuodoltaan osakeyhtiö, jonka johto on iäkästä. Yritys toimii useimmiten tukku- ja vähittäiskaupan alalla tai korjaa moottoriajoneuvoja. Tutkimustuloksista selviää myös, että asiakkaita on paljon muillakin toimialoilla. Tyypillinen asiakasyritys sijaitsee Uusimaalla ja sen henkilökuntaan kuuluu vain muutama työntekijä. Asiakasyrityksen liikevaihto on yleensä alle 500.000 euroa. Se on usein toiminut pitkään alalla (yli 10 vuotta) ja kokemusta on kertynyt valtavasti.

Asiakkaan ja tilitoimiston välisestä vuorovaikutuksesta voidaan päätellä, että asiakas on useimmiten tutustunut tilitoimistoon tuttavan kautta. Tästä voidaan päätellä, että muiden ihmisten antama palaute tilitoimistosta on ollut enimmäkseen positiivista ja sillä on ollut suuri merkitys. Tutkimustulosten mukaan asiakasyritys on valinnut kyseisen tilitoimiston ammattitaidon vuoksi. Asiakasyrityksien mielestä hinta ei ole ollut tilitoimiston valinnan perusteena. Moni asiakasyrityksistä mainitsi, että hinnat ovat liian korkeita tai nousseet liian nopeasti ja että niitä pitäisi laskea. Näistä voidaan päätellä, että tilitoimiston henkilökunta on osaava ja toiminta on luotettavaa, mutta hinta ehkä liian korkea.

Lisäksi voidaan päätellä, että pitkään tilitoimiston asiakkaina olleet yritykset ovat myös toimineet pitkään alalla ja asiakasvaihtuvuus on vähäistä. Tutkimustuloksista nähdään myös, että suuri osa uusista tilitoimiston asiakkaista on toiminut vasta vähän aikaa, jolloin asiakasyritys on voitu perustaa tilitoimiston kautta tai se voi olla heidän ensimmäinen. Tutkimustulokset osoittavat, että suuri osa vastanneista asioi pääkaupunkiseudun läheisyydessä sijaitsevista toimipisteistä tai Hämeenlinnassa. Lisäksi asiakkaat ovat tottuneet asioimaan henkilökohtaisesti tilitoimistossa. Tästä voidaan päätellä, että asiakkaille henkilökohtainen tapaaminen merkitsee hyvin paljon. Lisäksi voidaan päätellä, että asiakasyritykset käyttävät yhä modernimpia yhteydenpitotapoja.

Tutkimustulosten perusteella tilitoimistopalveluista voidaan päätellä, että yritys on useimmiten kirjanpitoasiakas ja käyttää paljon raportointia ja verosuunnittelua hyödykseen. Yritys on jossain vaiheessa asiakkuutta myös käyttänyt yritysjärjestelyitä. Tästä voidaan päätellä, että asiakas haluaa yhä enemmän pysyä tilanteen tasalla yrityksen kehityksestä ja suunnitella yrityksen toimintaa. Lisäksi voidaan päätellä, että neuvonnalla ja konsultoinnilla on yhä isompi rooli palveluissa. Lisäksi tutkimustuloksista voidaan päätellä, että Hämeenlinnan toimiston työntekijöillä on paljon tietämystä ja kokemusta palkanlaskennasta ja osa heistä on varmasti erikoistunut pelkästään palkanlaskentaan. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että Hyvinkään toimiston työntekijöillä on paljon tietoa, taitoa ja kokemusta verosuunnittelusta ja ehkäpä toimistossa työskentelee veroasiantuntijoita.

Arvostuksista palvelun laatuun voidaan päätellä, että asiakasyritys arvostaa eniten luotettavuutta ja ammattitaitoa. Useat asiakkaista mainitsivat, että henkilökemiat toimivat hyvin yhteen, mutta he eivät koe saavan tarpeeksi henkilökohtaista palvelua. Tästä voidaan myös päätellä, että asiakas haluaa, että hänen yrityksensä toimintaan perehdytään kunnolla ja häntä palvellaan yksilöllisesti. Asiakkaat myös mainitsivat, etteivät taito ja osaaminen ole täysin yhteneväisiä yrityksen sisällä. Tästä voidaan päätellä, että tietämystä kannattaa jakaa toimiston sisällä ja panostaa työntekijöiden jatkuvaan osaamiseen, esimerkiksi pitämällä yhteisiä koulutustilaisuuksia.

Osa asiakkaista koki, että palvelun laatu olisi jonkin verran huonontunut kiireen ja työntekijöiden vaihtuvuuden vuoksi. Osa asiakkaista mainitsi, että on huolissaan tilitoimiston henkilöstön työhyvinvoinnista. Tämän perusteella voidaan sanoa, että yrityksen kannattaa panostaa työntekijöidensä perehdytykseen. Lisäksi yrityksen kannattaa kiinnittää huomioita henkilökunnan työhyvinvointiin, koska se vaikuttaa palvelun tasoon ja heijastuu asiakkaisiin.

Useat asiakkaat kokivat, että nykyinen tilitoimisto on parempi kuin entinen. Suurin osa asiakkaista myös painottivat, että heillä on hyvä ja positiivinen kokonaiskuva tilitoimistosta. Tästä voidaan päätellä, että asiakkaat ovat suodattaneet kielteisiä kokemuksiaan niin, ettei palvelun kokonaislaatu ole merkittävästi huonontunut.

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että tutkimustulokset olivat samansuuntaisia kuin alalla vallitseva tilanne. Kirjanpito on tärkeä tilitoimistopalvelu, mutta yhä enemmän tilitoimistopalveluissa keskitytään neuvontaan ja konsultointiin. Tärkeää on henkilöstön ammattitaito, joka myös vaikuttaa tilitoimiston valintaperusteisiin. Nykyään pyritään luomaan lisäarvoa asiakkaalle, joka vaatii syvälistäperehtyneisyyttä asiakasyritykseen. Vuorovaikutustaidot ovat erittäin tärkeässä roolissa.

5 YHTEENVETO

Yritykset ulkoistavat yhä useammin taloushallintonsa tilitoimistoille, jotta he voivat keskittyä ydinosaamiseensa. Taloushallinnon ulkoistamisen syynä voi olla erikoisosaamisen tarve, hinta tai rutiininomaisesta työstä luopuminen. Tilitoimistot ovat entistä enemmän isoja konserneja, jotka laajentavat asiakaskuntaansa yritysostoilla. Tilitoimistoala on murroksessa ja yhä enemmän tilitoimistotyö on enemmän neuvontaa ja konsultointia kuin peruskirjanpitoa ja palkanlaskentaa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millaisia ovat emoyhtiön asiakkaat. Erityisesti tarkasteltiin asiakkaan ja tilitoimiston välistä vuorovaikutusta, mitä palveluita he käyttävät ja mitä he arvostavat palvelun laadulta. Näitä asioita kartoitettiin kyselytutkimuksen avulla.

Tuloksia tulkittaessa tulee huomioida, että vastauksia käsiteltiin pääasiassa kokonaisvaltaisesti kullakin osa-alueella. Mikäli vastauksia olisi tarkasteltu yksittäin tai toimipisteittäin, olisi tutkimustulokset voineet olla hyvinkin erilaisia.

Kyselyn vastaukset käsiteltiin havaintomatriisin avulla. Vastauksia käsiteltiin niin, että jos lomake oli täytetty puutteellisesti, se hylättiin. Tutkimustulokset saattaisivat muuttua, jos vastaamatta jättäminen olisikin huomioitu lomakkeella kohdassa muu, ei tai nolla.

Jälkeenpäin ajateltuna olisi ollut helpompaa ensin kirjoittaa työn teoriaosuus valmiiksi ennen kyselylomakkeen lähettämistä. Tällöin kyselylomake olisi pohjautunut paremmin teoriaosuuteen ja rakenne olisi ollut toisenlainen. Lomakepohjassa olisin käyttänyt enemmän viisi portaista -asteikkoa ja avoimia kysymyksiä.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että tutkimuksen tavoitteet saavutettiin. Tutkimuksen perusteella voitiin selvittää, millaisia ovat tilitoimistokonsernin asiakkaat ja miten he ovat jakautuneet eri toimipisteisiin. Lisäksi tutkimuksen perusteella

voitiin selvittää, miten asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa tilitoimistoon, mitä palveluita asiakkaat käyttävät ja mitä palveluiden laatua he arvostavat tilitoimistolta. Tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää koskettamaan kaikille tilitoimistoille, vaan ainoastaan tutkittavaan tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakkaisiin.

Tätä opinnäytetyötä voidaan hyödyntää tilitoimistokonsernissa. Tutkimuksen perusteella tilitoimistokonserni on saanut yhteneväistä tietoa emoyhtiön asiakkaista, jota yritys voi käyttää hyödykseen markkinoidessaan esimerkiksi eri palveluita. Tutkimus myös antaa kehitysideoita tilitoimistokonsernille muun muassa palvelun laatuun.

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että tutkimustulokset olivat samansuuntaisia kuin alalla vallitseva tilanne. Kirjanpito on edelleen tärkeä tilitoimistopalvelu, mutta yhä enemmän tilitoimistopalveluissa keskitytään neuvontaan ja konsultointiin. Asiakasyritykset pitävät henkilöstön ammattitaitoa tärkeänä, mikä myös vaikuttaa tilitoimiston valintaperusteisiin. Tilitoimistotyössä korostuu siis entistä enemmän asiakaspalvelu ja vuorovaikutustaidot. Tärkeää on luoda asiakkaalle lisäarvoa ymmärtämällä syvällisemmin hänen liiketoimintaa.

Jatkotutkimuksena voisi tehdä asiakastyytyväisyyskyselyn emoyhtiön asiakkaille. Lisäksi olisi mielenkiintoista selvittää, miten asiakkuudet muuttuvat sekä yhteydenpitotavat ja palvelut kehittyvät, jos tutkimus uusittaisiin parin vuoden päästä. Tutkimusaiheena voisi olla mielekästä asiakasuskollisuus, palveluiden hinnoittelu sekä asiakkuuksien hankinta, johtaminen tai kannattavuus.

LÄHTEET

Ahvenniemi, J. 2008. Johdon laskentatoimen palvelut tilitoimistoissa kehittyvät. Tilisanomat 3/2008, 59–61.

Ahvenniemi, J. 2009. Suomen tilitoimistoalan toimialastandardi. Tilisanomat 3/2009, 55–58.

Alakare, S. & Rinkineva, M-L. 2006. Pienten yritysten tilintarkastus muutoksen kourissa. Tilisanomat 6/2006, 27.

Eskola, J. & Suoranta J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino Oy

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WSOY

Hallintotyö. 2008. Ammattinetti. Työ- ja Elinkeinoministeriö 2008 [viitattu 2.3.2010]. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi>

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Ilkkala, J. 2006. Palkkahallinto on tärkeä tilitoimistojen palvelu. Tilisanomat 3/2006, 33–35.

Kirjanpitäjä. 2008. Ammattinetti. Työ- ja Elinkeinoministeriö 2008 [viitattu 29.3.2010]. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi>

- Lahtinen, M. & Tervonen, R. 2009. Palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden kehittäminen tilitoimisto Valiotilit Oy:ssä. Taloushallinnon opinnäytetyö. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu, Liiketalouden laitos.
- Launonen, P. 2007. Sähköinen lasku tuo uutta älyä tilitoimistoon. Tilisanomat 5/2007, 23–26.
- Lounasaho, T. 2006. Asiakastyytyväisyyskysely Satalaskenta Oy:n asiakkaille. Markkinoinnin opinnäytetyö. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu.
- Luoma, T. 2007. Asiakaspalvelu vaatii asennetta ja tekoja. Talouselämä 10.8.2007 [viitattu 16.3.2010]. Saatavissa: <http://ameba.lpt.fi/~tammter1/1.html>
- Mattila, P & Ollikainen A. 2008. Asiakaslähtöisyys on sydämen asia. Talouselämä 19.9.2008 [viitattu 16.3.2010]. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/sivullinen/article169489.ece>
- Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuudenhallinta. Helsinki: Werner Söderström Oy
- Ojala, I. 2006. Sulautuminen verotuksessa. Tilisanomat 5/2006, 56–57.
- Palkanlaskija. 2008. Ammattinetti. Työ- ja Elinkeinoministeriö 2008 [viitattu 28.3.2010]. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi>
- Parjanen, E. 2009. Utopia hyvästä asiakaspalvelusta. Talouselämä 16.10.2009 [viitattu 16.3.2010]. Saatavissa: <http://www.talentum.com>
- Pietilä, J. 2009. Kiertokirjeestä arvostetuksi aikakauslehdiksi. Tilisanomat 5/2009, 72–75.
- Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Rytsy, A. 2006. Uuden osaamisen aika. Tilisanomat 5/2006, 51–52.

Saano, M. 2007. PHT-ohjelma syventää palkkahallinnon tietämystä. Tilisanomat 5/2007, 66–67.

Sipilä, J. 1996. Asiantuntijapalveluiden markkinointi. Ekonomia-sarja. WSOY

Storbacka, K. & Lehtinen, T. 2002. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. 5.painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö

Suomen Yrittäjät. 2010. Sähköinen taloushallinto. [viitattu 18.3.2010] Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/taloushallinto/sahkoinaloushallinto/>

Taloushallintoliitto. 2010. [viitattu 2.3.2010]. Saatavissa: <http://www.taloushallintoliitto.fi>

Tilitoimistoala rekrytoi 1000 uutta työntekijää kahden vuoden kuluessa. 2010. Taloushallintoliitto [viitattu 27.3.2010]. Saatavissa: <http://www.taloushallintoliitto.fi/?x1745=464547>

Toimistotyö. 2008. Ammattinetti. Työ- ja Elinkeinoministeriö 2008 [viitattu 3.3.2010]. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi>

Välimäki, M. 2006. Hyvä tilitoimistotapa kehittää koko alaa. Tilisanomat 2/2006, 23–24.

Ylikoski T. 2001. Unohtuiko asiakas? 2. uudistettu painos. Keuruu: KY-palvelu Oy.

LIITTEET

LIITE 1. Saatekirje

LIITE 2. Kyselylomake

LIITE 3 Toimipisteiden jaottelu

Hyvä asiakas,

Opiskelen Lahden ammattikorkeakoulun Liiketalouden laitoksella taloushallintoon suuntautuneena. Teen opinnäytetyönä asiakastutkimuksen tilitoimistokonsernille, jossa olen työskennellyt viimeisen 6 kuukauden ajan.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää millainen on tyypillinen tilitoimistokonsernin emoyhtiön asiakas. Erityisesti tutkin millaisia palveluja asiakkaat käyttävät ja arvostavat.

On tärkeätä, että vastaat tutkimuksen jokaiseen kysymykseen. Kyselyn täyttäminen vie sinulta vain 5 minuuttia. Jokainen vastaus on arvokas ja tärkeä. Tutkimus toteutetaan anonyymisti ja erittäin luottamuksellisesti, eikä tietoja siten anneta ulkopuolisille.

Ole hyvä ja vastaa kysymyksiin valitsemalla vain yksi vaihtoehto, joka parhaiten kuvaa yritystänne. Kun olet vastannut kaikkiin kysymyksiin, tallenna tiedosto nimellä koneellesi ja lähetä se sähköpostin liitetiedostona minulle osoitteeseen: suikkanenkatri@hotmail.com. Voit tiedustella asiasta lisää toimitusjohtajalta puhelimitse tai sähköpostitse.

Pyydän, että vastaat mahdollisimman pian, viimeistään perjantaina 19.9.2008!

Terveisin

Katri Suikkanen

Liiketalouden laitos

Lahti

RASTITA VAIN YKSI VASTAUSVAIHTOEHDOSTA

1. Vastaajan ikä

- Alle 30 vuotta
- 30 - 45 vuotta
- 46 - 60 vuotta
- Yli 60 vuotta

2. Vastaajan koulutustausta

- Yliopisto- tai korkeakoulututkinto
- Ammattikorkeakoulututkinto
- Keski- tai opistoasteen ammatillinen koulutus
- Muu

3. Mikä on yrityksenne yhtiömuoto?

- Toiminimi
- Kommandiittiyhtiö
- Avoin yhtiö
- Osakeyhtiö tai Oyj
- Yhdistys, säätiö
- Asunto-osakeyhtiö
- Muu

4. Mikä on yrityksenne päätoimiala?

- Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
- Hallinto- ja tukipalvelut
- Julkinen hallinto
- Informaatio ja viestintä
- Kiinteistö-,vuokraus- ja tutkimuspalvelut

- Koulutus
- Kuljetus ja varastointi
- Kiinteistöala
- Majoitus- ja ravitsemustoiminta
- Muu palvelutoiminta
- Rahoitus- ja vakuutustoiminta
- Rakentaminen
- Sosiaali- ja terveystoiminta
- Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto
- Taiteet, viihde ja virkistys
- Tukku- ja vähittäiskauppa, moottoriajoneuvojen ja -pyörien korjaus
- Teollisuus
- Vesi-, viemäri- ja jätehuolto
- Muu

5. Mikä on yrityksenne toimiala?

Ole hyvä ja vastaa alla olevalle viivalle.

VALITSE PUDOTUSVALIKOSTA YKSI VAIHTOEHTO

6. Missä yrityksenne sijaitsee?

Ahvenmaa

Itä-Suomi

Kanta-Häme

Kainuu

Keski-Suomi

Kymenlaakso

Lappi

Pirkanmaa

Pohjanmaa

Päijät-Häme

Satakunta

Uusimaa

Varsinais-Suomi

7. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne työskentelee?

Alle 3

3 – 5

6 – 10

11 – 29

30 – 50

yli 50

8. Kuinka paljon on yrityksenne liikevaihto vuodessa euroina?

Alle 50.000

50.000 – 99.000

100.000 – 499.000

500.000 – 999.000

1 – 3 milj.

Yli 3 milj.

9. Kuinka monta vuotta yrityksenne on ollut toiminnassa?

Alle 2

2 – 5

6 – 10

Yli 10

10. Minkä kautta olet tutustunut ensimmäisen kerran tutkittavaan tilioimistoon?

Ammattilehdet

Hakupalvelu

Kaupparekisteri

Kotisivut

Puhelinluettelo

Sanomalehdet

Tuttava

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä (YTJ)

11. Kuinka monta vuotta olette olleet tilioimistokonsernin asiakkaana?

Alle 2

2 – 5

Yli 5

12. Mikä on ollut syy siihen, että olette valinneet tilioimistokonsernin?

Ammattitaitoinen

Edullinen

Kansainvälinen

Laadukas

Luotettava

Oma-aloitteinen

Maineikas

Monipuoliset palvelut

Palvelualtis/joustava

Tehokas

13. Missä toimipisteessä asioitte tai olette yhteydessä?

Forssa

Helsinki

Hyvinkää

Hämeenlinna

Lahti

Myyrmäki

Nurmijärvi

Riihimäki

Tikkurila

Urjala

14. Miten olette yleensä yhteydessä tilitoimistoon?

Henkilökohtaisesti

Postitse

Puhelimitse

Sähköpostitse

Faksi

15. Mitä seuraavia palveluita käytätte?

Rastita vain toinen vaihtoehtoista.

	Kyllä	Ei
Analysointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asiantuntijapalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirjanpito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laskutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maksuliikenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oikeudellinen konsultointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palkanlaskenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rahoitussuunnittelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raportointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sähköinen taloushallinto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilintarkastus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verosuunnittelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yritysjärjestelyt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

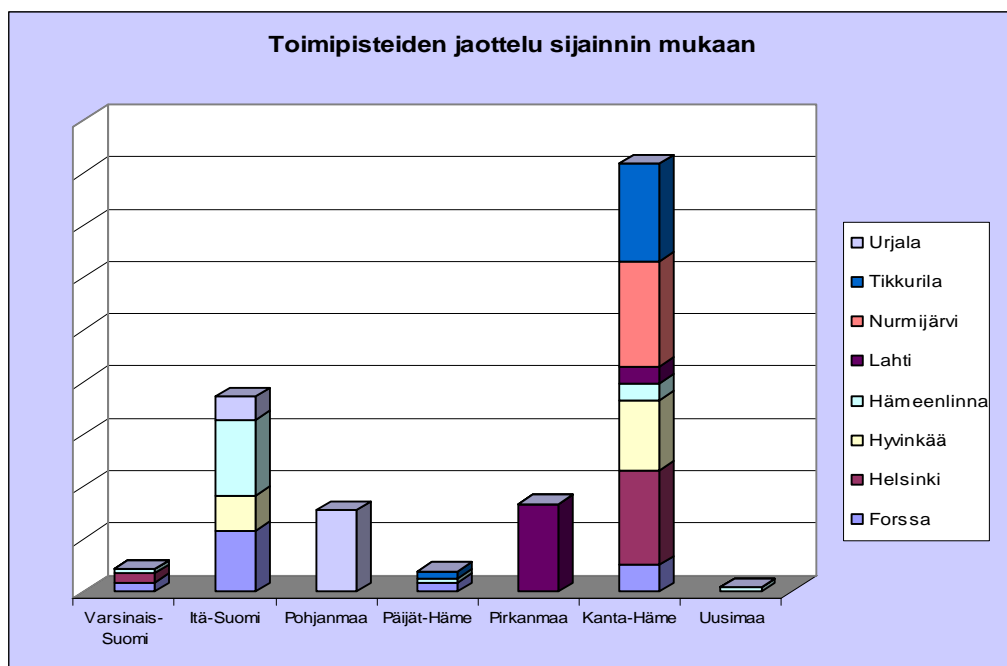
16. Kuinka paljon arvostatte seuraavia ominaisuuksia tilitoimistolta?

Rastita yksi vaihtoehto kunkin ominaisuuden kohdalla.

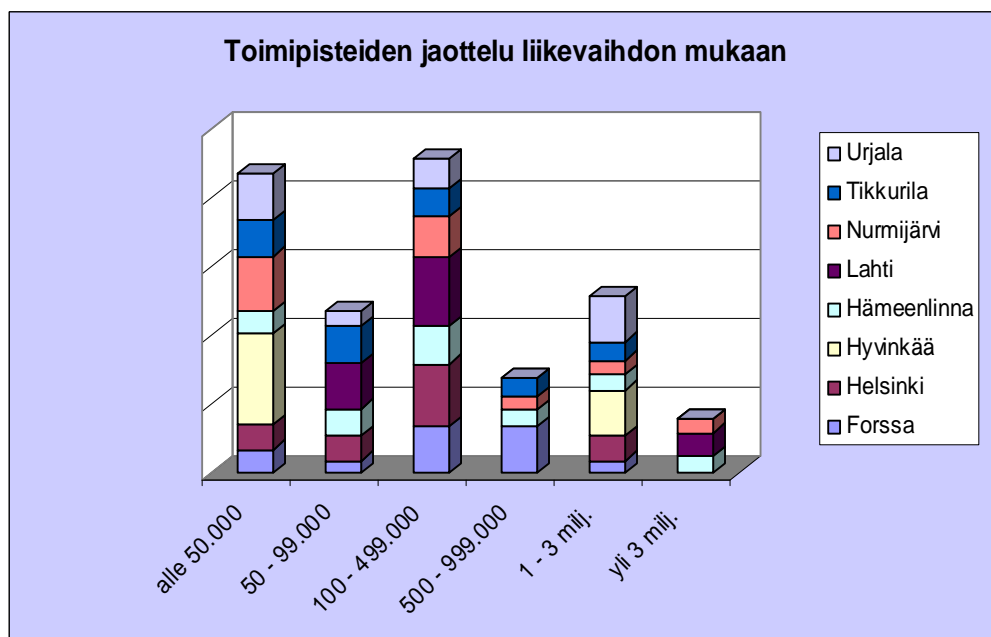
	Erittäin paljon	Paljon	Jonkin verran	Vähän	Erittäin vähän
Ajantasaisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ammattitaitoisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asiakaslähtöisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laadullisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luotettavuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oma-aloitteisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluhenkisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saavutettavuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ymmärrettävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ystävällisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Mitä muuta haluaisit sanoa toimistosta?

Kiitos kyselyyn vastaamisesta ja tutkimukseen osallistumisesta!



3A. Toimipisteiden jaottelu sijainnin mukaan.



3B. Toimipisteiden jaottelu liikevaihdon mukaan.