

Saara Seikkula

RAPORTOINTI TILITOIMISTOSSA

Case Mediatili Oy

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Joulukuu 2018**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Joulukuu 2018	Tekijä/tekijät Saara Seikkula
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi Raportointi tilioimistossa		
Työn ohjaaja Eija Kärkinen	Sivumäärä 31+3	
Työelämäohjaaja Sanna Metsänoro		
<p>Opinnäytetyön tutkimusaiheena on selvittää Mediatili Oy:lle tilioimiston asiakkaiden halukkuutta saada räätälöityjä raportteja. Tutkimuksen avulla etsitään vastauksia siihen, minkälaisia raportteja ja tunnuslukuanalyyseja asiakkaat haluavat yrityksensä talouden tueksi ja ovatko he valmiita siitä maksamaan. Lisäksi tutkittiin myös sitä, että ovatko asiakkaat tyytyväisiä nykyiseen tilioimistosta saatuun raportointiin.</p> <p>Tutkimuksen pääaineistona käytettiin kyselyä, mikä lähetettiin noin 500:n Mediatili Oy:n asiakkaan yhteyshenkilön sähköpostiosoitteeseen. Vastauksia kyselyyn saatiin 65 kappaletta. Kyselyn perusteella saatiin luotettavaa tietoa, miten Mediatili Oy voisi jatkossa parantaa räätälöityjen raporttien tarjontaa. Lisäksi tutkimuksen tukena käytettiin runsaasti erilaista kirjallisuutta sekä ajankohtaisia artikkeleja.</p> <p>Tutkimusaineisto saatiin kyselyllä, joka sisälsi 13 erilaista kysymystä, perustiedoista tunnuslukuihin. Lisäksi vastaajien oli mahdollista antaa vapaata kommenttia halutessaan. Vapaamuotoisen kommentoinnin avulla saatiin lisää arvokasta tietoa, mitä mieltä ihmiset oikeasti ovat. Kyselyyn ei tarvinnut jättää yhteystietoja, minkä avulla saatiin rehellisiä vastauksia.</p> <p>Tilioimistomaailma on muuttumassa ja kirjanpitäjiltä odotetaan yksityiskohtaisempaa palvelua, jonka vuoksi myös tämä tutkimus toteutettiin. Mediatili toivoo hyötyvänsä tästä tutkimuksesta paljon, jotta se pystyisi olemaan tilioimistojen edelläkävijä.</p>		

Asiasanat Raportointi, sisäinen laskentatoimi, taloushallinto, tunnuslukuanalyysi

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date December 2018	Author Saara Seikkula
Degree programme Business Management		
Name of thesis Raportointi tilitoimistossa		
Instructor Eija Kärkinen	Pages 31+3	
Supervisor Sanna Metsänoro		
<p>This Bachelor's thesis is made for Mediatili Ltd and a purpose of this thesis is to find the willingness of customers to get tailored reports. With this thesis we are searching answers to which kind of reports and indicator analyzes customers want to help their companies to grow and whether they are willing to pay for it. In addition, it was also examined whether customers are satisfied with the reporting that they get currently.</p> <p>The main source of this thesis is a survey which was sent to all Mediatili Ltd customers via e-mail. We received 65 replies to the survey and whit that we got reliable knowledge how Mediatili Ltd could make their services even better. In addition to the survey, we used lot of literature and topical articles.</p> <p>Research material was obtained from survey that included 13 different question from basic information to different indicators. In addition, responders were able to give free form comments if they wanted to. With the free form comments, we got more valuable information that wasn't asked in the questions directly. The survey was anonymous and that gave responders a chance to be honest.</p> <p>The world of accounting is changing, and customers wait more detailed service from their accountants and that is why this thesis was created. Mediatili Ltd hopes to get advantage of this thesis, so they can be the pacemaker of the accountant firms.</p>		

<p>Key words Financial Management, indicator analyses, internal accounting, reportage</p>
--

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 LASKENTATOIMI	3
2.1 Ulkoinen laskentatoimi.....	3
2.2 Sisäinen laskentatoimi eli johdon laskentatoimi.....	4
3 RAPORTOINTI	5
4 JOHDON LASKENTATOIMEN MENETELMIÄ	6
4.1 Kannattavuus.....	6
4.1.1 Sijoitetun pääoman tuottoprosentti.....	6
4.1.2 Oman pääoman tuottoprosentti.....	7
4.1.3 Liikevoittoprosentti.....	7
4.2 Vakavaraisuus.....	7
4.2.1 Omavaraisuusaste.....	8
4.2.2 Nettovelkaantumisaste eli gearing.....	8
4.2.3 Maksuvalmius.....	9
4.3 Kustannuseuranta.....	9
4.3.1 Katetuottoajattelu.....	10
4.3.2 Rahavirtalaskelma.....	10
4.3.3 Budjetointi.....	11
5 CASE MEDIATILI OY	12
6 TUTKIMUSMENETELMÄT	13
7 KYSELYN ANALYSOINTI	14
7.1 Yrityksen perustietoja.....	14
7.2 Tämänhetkinen raportointi.....	18
7.3 Rääätälöityjen raporttien tarve yritystoiminnassa.....	19
7.4 Vapaa sana raportointiin tai kyselyyn liittyvistä asioista.....	23
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	24
LÄHTEET	26
LIITTEET	
KUVIOT	
KUVIO 1. Liikevaihto.....	14
KUVIO 2. Yhtiömuoto.....	15
KUVIO 3. Henkilöstömäärä.....	16
KUVIO 4. Toimiala.....	17
KUVIO 5. Seuraatko sinulle kuukausittain lähetettyjä raportteja.....	18
KUVIO 6. Oletko tyytyväinen raportointiin minkä tilitoimisto lähettää?.....	19
KUVIO 7. Koen rääätälöidyn raportoinnin tarpeelliseksi yritykselleni ja sen kehitykselle?.....	19
KUVIO 8. Oletko valmis maksamaan rääätälöidyistä raporteista?.....	20
KUVIO 9. Nämä asiat haluaisin nähdä raporteissani.....	21

KUVIO 10. Näitä tunnuslukuja toivoisin raporttien sisältävän	22
KUVIO 11. Haluaisin saada raportteja	23

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaisia raportteja tilitoimiston asiakkaat haluavat yritystensä talouden tueksi. Tilitoimisto Mediatili Oy:n ongelmana oli, että he eivät tuottaneet räätälöityjä raportteja kuin vain muutamalle asiakkaalle, vaikka Mediatili Oy:llä onkin loistava ohjelmisto raporttien luomiseen. Mediatili käyttää raportointiin kirjanpito-ohjelma Maestron lisäksi Accunaa. Accunassa voidaan luoda räätälöityjä raportteja sekä lisätä kaavioita ja kuvioita helpottamaan yrityksen taloudellisen tilanteen lukemista. Raportointi on erittäin tärkeää asiakkaille, mutta myös Mediatilille, koska raportoinnin avulla Mediatili voi tarjota yksilöllisempää palvelua asiakkailleen.

Minun tehtäväni oli luoda kysely kaikille Mediatilin asiakkaille. Kyselyä voitaisiin hyödyntää luomalla asiakkaille heidän toivomiaan raportteja. Mediatilillä on noin 600 asiakasta tällä hetkellä. Kysely lähti kuitenkin noin 500 asiakkaalle, koska Mediatili teki yrityskaupan heti kyselyn julkaisun jälkeen. Kyselyn luomiseen käytin koulun tarjoamaa Webropol-ohjelmistoa. Kysely sisältää kysymyksiä asiakkaan perustiedoista sekä raportoinnin keskeisistä kysymyksistä eli räätälöidyistä raporteista erilaisine tunnuslukuineen. Kyselyn auttoi luomaan Mediatilin toimitusjohtaja ja kyselyn lähettämisen apuna toimi Mediatilin palvelukoordinaattori Mikko Levänen.

Opinnäytetyön teoriaosuus koostuu johdon laskentatoimesta sekä yksityiskohtaisemmin raportoinnista ja niiden tunnusluvuista. Lähteenä opinnäytetyössä olen käyttänyt paljon kirjallisuutta, artikkeleita ja muuta internetistä haettua tietoa. Kirjallisuuden päälähteenä käytin Niskavaaran Yritystaloutta esimiehille -kirjaa. Myös tunnuslukujen laskentakaavat ovat pääasiassa Niskavaaran Yritystaloutta esimiehille -kirjasta. Opinnäytetyön tekoaikana kävin myös Mediatilin tarjoamana Taloushallintoliiton Auta asiakastasi menestymään -koulutuksessa, mistä tuli myös ideoita opinnäytetyön toteutukseen sekä kyselyn luomiseen. Taloushallintoliitto toi uutta näkökulmaa esimerkiksi budjetointiin.

Mediatili Oy:n käytäntönä on lähettää asiakkaille kuukausittain perusraportit. Perusraportteihin kuuluu tuloslaskelma, tase sekä omaverolaskelma. Kuukausittaisten raporttien yhteydessä olisi myös toivottavaa laittaa kommentteja asiakkaalle, miten kyseinen kuukausi on sujunut. Kuukausittaisia raportteja ei laiteta esimerkiksi sellaisille asiakkaille, joille tehdään vuosikirjanpito. Tällä hetkellä räätälöityjä raportteja ei mene, kuin muutamalle asiakkaalle ja tämän opinnäytetyön myötä Mediatili toivoisi saavansa uutta tietoa kenelle ja minkälaisia raportteja kannattaisi tarjota.

Mediatilillä on huomattu, että nykyään asiakkaat kaipaavat kirjanpitäjiltään enemmän. Asiakkaat kaipaavat neuvoja ja apua jopa niin paljon, että kirjanpitäjien rooli alkaa muuttua enemmän yritysneuvojan kuin pelkästään kirjanpitäjän puolelle. Asiakkaat kaipaavat usein myös raporttien analysointia, koska eivät välttämättä itse raporteista saa kaikkea tarvittavaa tietoa irti.

2 LASKENTATOIMI

Laskentatoimen tehtävänä on seurata yrityksen taloudellista tilannetta. Yrityksen pääperiaate on yksiselitteisesti tuottaa voittoa ja sen apuna laskentatoimi on erittäin tärkeää. Laskentatoimi pitää kirjaa tuloista, menoista, varoista ja veloista. Myös monet ulkopuoliset tahot ovat kiinnostuneita yrityksentaloudellisesta tilanteesta, esimerkiksi pankit lainanhakutilanteessa. Laskentatoimi vähentää myös yrityksen riskialttiutta, koska sen avulla voidaan laskea, mihin yrityksen taloudellinen tilanne riittää. Muita ulkopuolisia tahoja, joita kiinnostaa yrityksen taloudellinen tilanne, ovat esimerkiksi henkilöstö, asiakkaat, luotonantajat sekä hankkijat. Merkittävä osa yrityksen laskentatoimesta on kirjanpito. Kirjanpitoon kirjataan kaikki yrityksen tapahtumat, missä on raha tai muu rahallisen arvon omaava asia/esine liikkunut. Kirjanpidon päätavoite on tuloksen selvittäminen. Yrityksen yleensä myös ulkoistavat usein joitain osia laskentatoimestaan esimerkiksi kirjanpidon tilitoimiston hoidettavaksi. (Tomperi 2015, 7.)

Sisäisen laskentatoimen tehtävänä on tuottaa tietoa yrityksen sisäisille osille, kuten esimerkiksi toimitusjohtajalle tai johtoryhmälle. Sisäisen laskentatoimen avulla saadaan muun muassa tukea ja varmuutta päätöksentekoon. Sisäistä laskentatoimintaa kutsutaankin myös, toimensa mukaisesti, nimellä johdon laskentatoimi. Sisäisen laskentatoimen apuna toimivat usein myös tilitoimistot ja niiden asiantuntijat, kuten esimerkiksi Mediatili. Taloushallinto on usein ulkoistettu tilitoimistoille ja toimeksiantosopimus sisältää yleensä pelkästään ulkoisen laskentatoimen ja verotukseen liittyvät toimenpiteet. Sisäisestä laskentatoimesta maksetaan tilitoimistoille yleensä tuntihintaisesti. (Tenhunen 2013, osa 1.)

2.1 Ulkoinen laskentatoimi

Ulkoinen laskentatoimi seuraa yrityksen ulkopuolisten talousyksiköiden liiketoimia. Ulkopuolisten talousyksiköiden toimintaa ovat tuotannon tekijöiden vastaanottamiset ja suoritteiden luovuttamiset sekä yksiköiden väliset rahavirrat. Ulkoisen laskentatoimen päätehtävä on tuottaa virallinen tilinpäätös sekä lakisääteinen veroilmoitus. Ulkoinen laskentatoimi tuottaa myös erilaisia raportteja ja rahoituslaskelmia. Pääraportit ulkoisessa laskentatoimessa ovatkin tase ja tuloslaskelma tilinpäätökseen. Ulkoinen laskentatoimi on pakollinen kaikille yrityksille ja sen tuottama tieto on julkista. (Tomperi 2015, 10.)

2.2 Sisäinen laskentatoimi eli johdon laskentatoimi

Sisäisestä laskentatoimesta puhutaan myös nimellä johdon laskentatoimi. Sisäinen laskentatoimi tuottaa operatiivista laskentatointia. Johdon laskentatoimi on paljon yksityiskohtaisempaa, kuin ulkoinen laskentatoimi. Kuten myös voidaan päätellä, johdon laskentatoimen tehtävä on avustaa yrityksen johtoryhmän päätöksentekoa ja toimintaa. Laskelmat voidaan jakaa tarkkailulaskelmiin, toimeenpanolaskelmiin ja avustaviin laskelmiin. Edellä mainituissa laskelmissa seurataan usein valmistusprosessia, joka tapahtuu yrityksessä reaali-prosessina. (Tomperi 2015, 10.)

Johdon laskentatoimen tarpeeseen vaikuttaa esimerkiksi toimiala, organisaation koko, sijainti sekä ajankohtaisuus. Sisäisen laskentatoimen avulla yrityksen johto seuraa toiminnan toteutumista erilaisten tarkkailulaskelmien avulla. Toiminnan seuraaminen aiheuttaa yleensä korjaavia toimenpiteitä, joiden seurauksena tavoitteen suunnittelua tarkennetaan eli tehdään informointilaskelmia. (Tenhunen 2013, osa 1.)

Keskeisin johdon laskentatoimen seurannan työkalu on kuukausiseuranta. Kuukausiseuranta pitää yleensä sisällään talouden erilaisia raportteja tunnuslukuineen. Tyypillisiä seurantaraportteja kuukausittaisen seurannan lisäksi ovat muun muassa kokonaisvaltaiset vuosineljännesraportit sekä viikoittaiset myyntiraportit. Myös ei-taloudellisia seurantaraportteja käytetään runsaasti sisäisessä laskentatoimessa. Näitä ovat esimerkiksi asiakastyytyväisyys, tuottavuus, laatu, toimitusvarmuus, ilmapiirimittari ja reklamaatioiden määrä. Johtoryhmän on erittäin tärkeää seurata ja ymmärtää raportteja täydellisesti, jotta voitaisiin tehdä erilaisia korjaavia toimenpiteitä. Näitä ovat muun muassa myyntihinnan nosto, muuttuvien kustannusten alentaminen sekä kiinteiden kustannuksien alentaminen. (Niskavaara 2010, 165.)

Talusojohtaminen voidaan jaotella esimerkiksi tällaiseen kolmivaiheiseen kiertokulkuun; Suunnittelu, toteutus ja tarkkailu. Suunnittelussa on erilaisia taloushallinnon raportteja, muun muassa budjetteja, investointilaskelmia ja kilpailija-analyyseja. Toteutukseen kuuluu esimerkiksi tuotekustannuslaskelmat ja laatumittarit. Tarkkailussa käytetään muun muassa kuukausiraportteja, kustannusraportteja sekä eroanalyyseja. Sisäinen laskentatoimi on tarkoitettu vain yrityksen sisälle, eikä sitä anneta yrityksen ulkopuolisille tahoille. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2013, 13.)

3 RAPORTOINTI

Erilaiset raportit ovat tärkeitä yrityksen nykyhetkeen, tulevaisuuden ja jopa menneisyyden kannalta. Raportoinnin avulla yrityksen johto voi tehdä tärkeitä päätöksiä parantaakseen yrityksen nykyhetkeä ja tulevaisuutta. Tulevaisuuden ja nykyhetken parantamiseksi on erittäin tärkeä seurata menneisyyden raportteja ja löytää sieltä asioita, mitä voisi tehdä paremmin yrityksen taloudellisen tilan parantamiseksi tulevaisuudessa.

Yrityksellä tulee olla jonkinlainen strategia, jotta raporteista ja seurannasta on todellista hyötyä. Raporttien ja seurannan avulla yritys pystyy tekemään mahdollisia korjausliikkeitä pysyäkseen halutussaan strategiassa. Seurannan ja raportoinnin avulla saadaan selville, missä mennään ja kuinka kaukana tai lähellä haluttu tavoite on. (Vilkkumaa 2000, 255.)

Seurantatiedon ja raportoinnin tulisi noudattaa seuraavaa viittä vaatimusta, jotta siitä saadaan kaikki hyöty irti; ymmärrettävyys, oikea sisältö, oikea-aikaisuus, lukemishelppeus sekä oikea määrä. Ymmärrettävyys on erittäin tärkeää, koska vastaanottajan on ymmärrettävä raportoinnin ja seurannan sisältö ja sen hyväksikäyttömahdollisuus. Oikea sisältö on myös äärimmäisen tärkeää, jotta saadaan haluttua tietoa seurannasta ja raporteista. Oikea-aikaisuus tarkoittaa sitä, että tieto saadaan hyvissä ajoin, jotta sitä voidaan käyttää hyödyksi yrityksessä tarpeeksi ajoissa. Äärimmäisen tärkeää on myös lukemishelppeus. Lukemishelppeuden apuna voi käyttää esimerkiksi erilaisia kuvia ja kaavioita, jotta vastaanottaja ymmärtäisi lukemaansa. Yksi seurannan ja raportoinnin ongelmista on oikea määrä. Jos seurantaa ja raportointia on liikaa ja vääristä asioista, se vain sekoittaa vastaanottajan ajatusmaailmaa ja näin ollen myös päätöksentekoa. Ihmisten huomiota voi suunnata kaikkein tärkeimpiin asioihin määrittämällä mittauksen kohteita. (Vilkkumaa 2000, 255-256.)

4 JOHDON LASKENTATOIMEN MENETELMIÄ

Taloushallinto on iso osa yrityksen toimintaa ja sen johtoa. Tukitoimintona taloushallinnon tehtävä yrityksen toiminnassa on esimerkiksi avustaa johtoa, tuottaa tunnuslukuja ja raportteja sekä konsultoida esimiehiä toimimaan yrityksen taloudellisen hyödyn mukaisesti. Tunnuslukujohtaminen on väline ohjata organisaation taloutta vuositasolla sekä keskipitkälläkin aikavälillä. (Niskavaara 2010, 23.)

Laskentatoimi liittää raha- ja reaali prosessit toisiinsa. Strategiset suunnitelmat on muutettava rahamääräisiksi toimenpiteiksi, jotta voidaan arvioida yrityksen taloudellista sopivuutta. Pelkästään yritysten kassaraporttien seuraaminen ei auta voiton tekemisessä ja sen toimenpiteiden suunnittelussa. Laskentatoimi on apuna kaikissa johtamisen vaiheissa; valvonnassa, suunnittelussa sekä määräysten antamisessa. (Pellinen 2005, 17-18.)

4.1 Kannattavuus

Kannattavuus tarkoittaa sitä, että liikevaihto on suurempi kuin kulut tietyllä ajanjaksolla. Kannattavuus ja sen ymmärtäminen on yrityksen toiminnan kannalta edellytys, koska ilman kannattavuutta yrityksellä ei ole pitkää tulevaisuutta. Pääomat, kustannukset ja tuotot ovat kannattavuuden peruselementit. Kannattavuutta tarkastellaan sekä pitkällä, että lyhyellä aikavälillä. (Niskavaara 2010, 10.)

Yrityksen ensisijainen tavoite on yleensä talouden suotuisa kannattavuuskehitys, jonka saavuttamista avustaa taloudellisuus-, kasvu-, rahoitus- ja tuottavuustavoitteet. Jos myyntimäärä lisääntyy, myyntihinta nousee, muuttuvat kustannukset laskevat tai kiinteät kustannukset laskevat, tehdään lisää tulosta, mikä näkyy suoraan yrityksen kannattavuudessa. (Tomperi 2018, 40.)

4.1.1 Sijoitetun pääoman tuotto prosentti

Yksi parhaimmista kannattavuutta selittävästä tunnusluvuista on sijoitetun pääoman tuotto prosentti. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti tunnuslukuna on erityisen luotettava pitemmän aikavälin tarkastelussa ja se antaa päätöksenteolle hyvän perustan. Sijoitetun pääoman tuotto prosentista käytetään myös tunnusta ROCE-% eli Return on Capital Employed. (Vilkkumaa 2000, 46.)

$$\text{ROCE} - \% = \frac{\text{liikevoitto €}}{\text{sijoitettu pääoma keskiarvo €}} \times 100$$

KAAVA 1. Sijoitetun pääoman tuotto prosentti eli ROCE-%

4.1.2 Oman pääoman tuotto prosentti

Oman pääoman tuotto prosentista käytetään myös tunnusta ROE-% eli Return on equity -%. Oman pääoman tuotto prosentti mittaa kykyä tehdä tuottoa osakepääomille ja kertyneille voittovaroille. (Niskavaara 2010, 71.)

$$\frac{\text{tilikauden voitto €}}{\text{oman pääoman keskiarvo €}} \times 100$$

KAAVA 2. Oman pääoman tuotto prosentti eli ROE-%

4.1.3 Liikevoitto prosentti

Liikevoitto prosentti kertoo, kuinka paljon tuotto on suhteessa liikevaihtoon. Liikevoitto kertoo yrityksen tuottavuudesta, mutta siitä maksetaan vielä yleensä korkokulut ja tuloverot. Liikevoitto prosentti on kuitenkin jokseenkin toimialasidonnainen ja se on erittäin tärkeää muistaa liikevoitto prosenttia hyödyntäessä ja vertaillessa toisen yrityksen liikevoitto prosenttiin. Tämän tunnusluvun vertailussa kannattaakin vain vertailla muihin saman toimialan yrityksiin. (Vilkkumaa 2000, 47.)

$$\frac{\text{Liikevoitto €}}{\text{Liikevaihto €}} \times 100$$

KAAVA 3. Liikevoitto prosentti

4.2 Vakavaraisuus

Yrityksen pitkäaikaista elinehtoa voidaan pitää vakavaraisuutta eli vahvaa tasetta. Vaikka yritys olisi kannattava, se ei aina tarkoita sitä, etteikö yritys voisi joutua pieneen maksuvalmiusongelmaan. Tilanne voi olla esimerkiksi sellainen, että yritys ei saa asiakkailtaan rahaa oikeana aikana, joten he joutuvat ottamaan lainaa. Jos lainaa on jo ennestään, ei sitä välttämättä enää myönnetä, mikä johtaa sitten taas

yrittäjien isompiin ongelmiin. Vakavaraisuuden voidaan ajatella osoittavan myös omistajien uskoa yritykseen. Vakavaraisuus osoittaa myös yrityksen kykyä toimia itsenäisesti eri tilanteissa.

4.2.1 Omavaraisuusaste

Hyvä tunnusluku yrityksen vakavaraisuuden osoittamisessa on omavaraisuusaste. Omavaraisuusasteen tavoitteellista arvoa pidetään 50%:na. Omavaraisuusaste kertoo yrityksen tappionsietokyvystä, vakavaraisuudesta sekä kyvystä selvitä pitkän aikavälin sitoumuksista. Omavaraisuusasteen parannuskeinoja ovat muun muassa vieraan pääoman vähennys sekä oman pääoman lisääminen joko omistajien lisäpanostusten kautta tai lisäämällä voittoa asiakkaiden avulla. Omapääoma on kuitenkin niin sanotusti kalliimpaa, koska siinä on suurempi riski, kuin vieraassa pääomassa. Omavaraisuusastetta käytetään paljon luottosopimuksissa, jotta saadaan osoitettua yrityksen hyvä maksukyky. (Niskavaara 2010, 87.)

$$\frac{\text{taseen osoittama oma pääoma €}}{\text{taseen loppusumma €}} \times 100$$

KAAVA 4. Omavaraisuusaste

4.2.2 Nettovelkaantumisaste eli gearing

Yksi tärkeä vakavaraisuuden mittari on nettovelkaantumisaste. Tunnuslukua käytetään paljon yrityksissä, joilla on kansainvälisiä rahoittajia, sekä pörssiyrityksissä. Nettovelkaantumisaste tunnetaan myös nimellä gearing. Nettovelkaantumisaste kertoo velkojen määrän mikä jää jäljelle, jos kaikki likvidit käytettäisiin velkojen lyhentämiseen. (Niskavaara 2010, 87.)

$$\text{Gearing \%} = \frac{\text{korolliset nettovelat}}{\text{Oma pääoma}} \times 100$$

KAAVA 5. Nettovelkaantumisaste

4.2.3 Maksuvalmius

Maksuvalmius tarkoittaa yrityksen kykyä maksaa laskut ajallaan. Maksuvalmiuden tarkastelussa käytetään yleensä current ratio ja current ratio -tunnuslukuja. Jos maksuvalmius on heikko, yrityksen on hankala näyttää ulkopuolisille tahoille maksukykyään ja sen seurauksena menettää arvokkaita liiketoimintamahdollisuuksia. Current ratio on hyvä tunnusluku mitata yrityksen maksukykyä lyhyellä aikavälillä. Current ratio -tunnusluvun kaavaan (kaava 6.) otetaan mukaan myös vaihto-omaisuus, mitä ei quick ratiossa (kaava 7.) oteta huomioon lainkaan. Current ration arvo on hyvä, jos se on 2 tai suurempi ja se ei saisi mennä arvon 1 alapuolelle tai maksukyky nähdään heikkona. Quick ratio kertoo, kuinka pitkälle yrityksen likvidit riittävät lyhytaikaisten velkojen maksamiseen. Quick ratio ei ole toimialariippuvainen. Ohjearvot quick ratiolle ovat seuraavat: yli 1 hyvä, 0,5-1 tyydyttävä ja alle 0,5 huono. (Niskavaara 2010, 49, 91.)

$$\frac{\text{saamiset €} + \text{rahat ja pankkisaamiset €} + \text{vaihto} - \text{omaisuus €}}{\text{lyhytaikainen vieras pääoma €}}$$

KAAVA 6. Current ratio

$$\frac{\text{saamiset €} + \text{rahat ja pankkisaamiset €}}{\text{lyhytaikainen vieras pääoma €}}$$

KAAVA 7. Quick ratio

4.3 Kustannusseuranta

Kustannusseurantaa käytetään muun muassa vastualueitten sekä asiakas- ja tuotekohtaisten kustannusten seurantaan. Kun tunnetaan liiketoiminnan kustannukset ja niiden muodostuminen, voidaan sen kannattavuus myös selvittää. Sisäisessä laskennassa käytetään käsitettä kustannus, koska sillä tarkoitetaan tuotannon tekijän käyttöä tai kulutusta rahassa mitattuna. Kustannuslaskennan yksi tehtävistä on selvittää tuotekohtaiset kustannukset esimerkiksi hinnoittelua varten ja kannattavuusanalyysia varten. Kustannukset jaetaan välittömiin ja välillisiin kustannuksiin. (Niskavaara 2010, 96—97.)

Kustannusseurannassa kustannukset on syytä tunnistaa ja tuntea, jotta pystytään selvittämään yrityksen kannattavuutta, tuottavuutta ja taloudellisuutta. Yleensä yrityksen kustannukset jaetaan kiinteisiin ja muuttuviin kustannuksiin. Muuttuvat kustannukset ovat kustannuksia, jotka muuttuvat yrityksen toiminta-aseteen muuttuessa, kun taas kiinteät kustannukset pysyvät samana. Kustannuksia ryhmitellään tarvittaessa myös välillisiin ja välittömiin kustannuksiin. Kustannuslaskennan vaihteita ovat kustannuslajilaskenta, kustannuspaikkalaskenta ja tuotekohtainen kustannuslaskenta. (Tenhunen 2013, osa 2.)

4.3.1 Katetuottoajattelu

Tarkkailtaessa lyhyen aikavälin kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä, on katetuottolaskenta siihen hyvä työkalu. Katetuottolaskennassa kriittinen piste tarkoittaa tilannetta, jolloin tuotot riittävät kattamaan kustannukset tismalleen, eli tulos on 0. Varmuusmarginaali kertoo myynnin ja kriittisen pisteen erotuksen. Katetuottolaskenta sopii käytettäväksi yrityksille, joissa myydään volyyymiä.

$$\text{Katetuotto} = \text{Liikevaihto} - \text{muuttuvat kustannukset}$$

$$\text{Katetuottoprosentti} = 100x \frac{\text{Katetuotto}}{\text{Liikevaihto}}$$

KAAVA 8. Katetuottolaskennan kaavoja

4.3.2 Rahavirtalaskelma

Kassavirtalaskelmalla selvitetään mistä rahaa on tullut ja mihin se on käytetty eli toisin sanoen kassavirta tarkoittaa jokapäiväistä maksuvalmiutta. Rahavirran positiivisuus on terveen yritystoiminnan tunnusmerkki. Rahavirtalaskemaa käytetään paljon hyväksi esimerkiksi tilanteissa, joissa yrityksen johto ei tiedä, mihin rahat ovat menneet tai mistä ne ovat tulleet. Rahavirtalaskelma on hyvä tapa katsoa esimerkiksi yrityksen tappiollisuutta ja mistä se johtuu. (Niskavaara 2010, 51.)

4.3.3 Budjetointi

Budjetti on toinen tavoitelaskelmien päätyypeistä. Toinen tavoitelaskelmien päätyypeistä on standardi. Standardi esittää huolellisesti tutkittuja, euromääräisiä, tavoitteiksi asetettuja lukua. Standardilaskennassa on olennaista tutkia tavoitteen ja toteutuneen väliset poikkeamat. Budjetteja laaditaan yrityksen organisaation tai jotain yrityksen yksikköä varten. Budjetin tarkoitus on ohjata yrityksen toimintaa taloudellisesti mahdollisimman edulliseen tulokseen tietynä ajankohtana. Tärkeä osa budjetin laatimista on luoda siitä jonkinlainen dokumentti. Dokumentin avulla sitä voidaan tarkkailla ja seuralla sekä se voidaan antaa heille, jotka vastaavat budjetin toteutumisesta. Budjetit ovat iso osa yrityksen johdon toiminnan suunnittelussa, koordinoinnissa ja tarkkailussa. (Tenhunen 2013, osa 3.)

Budjetointi tarkoittaa budjetin ja siihen liittyvien toimintasuunnitelmien tekoa, tavoitteiden asettamista, ennakkointia sekä toimintavaihtoehtojen vertailua, valintaa ja kehittämistä. Budjettikausi on yleensä joko yrityksen tilikausi tai kalenterivuosi. Budjettikausi on tarpeellinen jakaa lyhyempiin jaksoihin, kuten esimerkiksi vuosineljänneksiin. Jaksottaminen auttaa budjetin noudattamista ja jaksottamisen avulla voidaan myös katsoa, pitääkö jotain muutoksia vielä tehdä, että budjetti pitäisi mahdollisimman tarkasti paikkaansa. (Tenhunen 2013, osa 3.)

Ensimmäinen vaihe budjetoinnissa on yleensä myyntibudjetin laatiminen. Toisessa vaiheessa määritellään osto-, varasto-, markkinointi- ja valmistusbudjetti sekä myös investointibudjetti ja hallintokustannusten budjetti. Edellä mainitut ovat osabudjetteja, jotka yhdistetään ja niistä saadaan rahoitusbudjetti, tulosbudjetti sekä ennakoitu rahoitustase; nämä ovat yrityksen pääbudjetteja. Budjetin tulee olla haastava, mutta kuitenkin mahdollinen. (Tenhunen 2013, osa 3.)

5 CASE MEDIATILI OY

Mediatili Oy on suurehko tilitoimisto, jolla on useita toimipaikkoja eripuolella Suomea. Päätoimisto sijaitsee Savonlinnassa, muut viidestä toimipisteestä sijaitsevat Kokkolassa, Saarijärvellä, Punkaharjulla sekä uusimpana tulokkaana Kyyjärvellä. Mediatilin toimita on alkanut vuonna 2005 ja siitä lähtien toiminta on alkanut kasvamaan kohti nykyistä mittakaavaansa. Viimeisimpänä kasvuna Mediatili teki yrityskaupan kyyjärveläisen tilitoimiston kanssa. Tällä hetkellä asiakkaita on noin 600, ja ne työllistävät Mediatilillä 30 työntekijää. Työntekijöitä on muun muassa markkinoinnissa, yritysneuvonnassa ja kirjanpitäjinä. Asiakkaina Mediatilillä on kaiken kokoisia ja tyyppisiä yrityksiä. Mediatili käyttää kirjanpito-ohjelmana Maestroa.

Mediatili on sähköinen tilitoimisto, joten asiakkaita on ympäri Suomea ja jopa ulkomaillakin. Sähköinen tilitoimisto mahdollistaa asiakkaiden helpon yhteyden tilitoimistoonsa, olivatpa he missä päin maailmaa tahansa. Mediatilillä on mahdollista ostaa kaikki palvelu sähköisenä, eikä käyntejä toimistolla vaadita kirjanpitoon liittyvissä asioissa. Kuitit voi laittaa kätevästi Maestro NG -kuittisovellukseen ja ostolaskutkin voidaan käsitellä suoraan selainpohjaisella ohjelmistolla. Sähköisen kirjanpidon avulla välttyään myös ympäristöä kuormittavista paperitositteista.

Mediatili on ymmärtänyt raportoinnin ja yritysneuvonnan tarpeen, jonka vuoksi toivottiin hieman kartoitusta siitä, mitä asiakkaat oikeasti haluavat. Yksityiskohtaisemman palvelun halukkuuden lisäksi kysymyksenä oli, että onko asiakkaat valmiita maksamaan saamastaan erikoispalvelusta. Mediatili toivoo voivansa palvella asiakkaitaan parhaalla mahdollisella tavalla. Palvelujen parantumisen myötä toivotaan, että Mediatilistä tulisi vielä enemmän tilitoimistojen edelläkävijä, kuin mitä se tällä hetkellä on. Mediatilillä on jo useita työntekijöitä, jotka tekevät yritysneuvontaa ja toivottaisiin, että saataisiin vielä enemmän yksityiskohtaisempaa palvelua asiakkaille räätälöityjen raporttien avulla.

Mediatilin käytössä on Accuna, jolla tehdään räätälöityjä raportteja jo muutamalle asiakkaalle. Accunalla pystyy tekemään tunnuslukuanalyyskejä ja muita erilaisia laskelmia vertailuineen, kuten esimerkiksi kassavirtalaskelmia. Accunassa on mahdollisuus tehdä erilaisia pylväsdiagrammeja sekä muita kuvioita. Tähän mennessä asiakkaat ovat tykänneet erityisesti Accunassa tehdyistä mittaristoista, mitkä ovat helppoja luettavia aivan jokaiselle. Ongelmana kuitenkin on, että näitä räätälöityjä raportteja ei tehdä kuin muutamalle asiakkaalle tällä hetkellä, ja tähän toivottaisiin muutosta.

6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tärkeimpänä tutkimusmenetelmänä on asiakkaille luotu kysely; raportointi tilitoimistossa (liite 1). Kyselyn luomiseen käytin koulun tarjoamaa Webropol-ohjelmistoa. Kysely lähetettiin lokakuussa 2018 kaikille Mediatilin silloisille asiakkaille, joita oli noin 500. Kysymykset kehitettiin Mediatilin tarpeiden mukaisesti yhteistyössä Mediatilin toimitusjohtajan kanssa. Kokosin aluksi itse kysymykset kyselyyn, minkä jälkeen lähetin ne Mediatilin toimitusjohtajalle, Sanna Metsänorolle, joka pyysi tekemään hieman muutoksia. Hyväksytyistä kysymyksistä tein Webropoliin kyselypohjan, minkä jälkeen lähetin sen testattavaksi Metsänorolle. Kysely (liite 1) sisälsi monivalintakysymyksiä sekä sellaisia, mihin sai kirjoittaa vapaa valintaisen vastaus. Lisäksi kyselyn loppuun laitettiin mahdollisuus jättää yhteystiedot.

Kyselyn hyväksynnän jälkeen luotiin saatekirje (liite 2). Saatekirje ja kysely lähetettiin palvelukoordinaattori Mikko Leväselle hyväksyntään. Levänen laittoi hyväksynnän jälkeen kyselyn saatekirjeineen Mediatilin asiakkaille. Kysely oli avoinna noin kuukauden ja siitä lähetettiin myös muistutusviesti muutaman viikon kuluttua ensimmäisestä julkaisukerrasta (liite 3). Kysely lähetettiin jokaisen yrityksen yhteyshenkilön sähköpostiin. Lopuksi lisättiin Mediatilin kuukausitiedotteeseen vielä kiitokset kaikille kyselyyn osallistuneille.

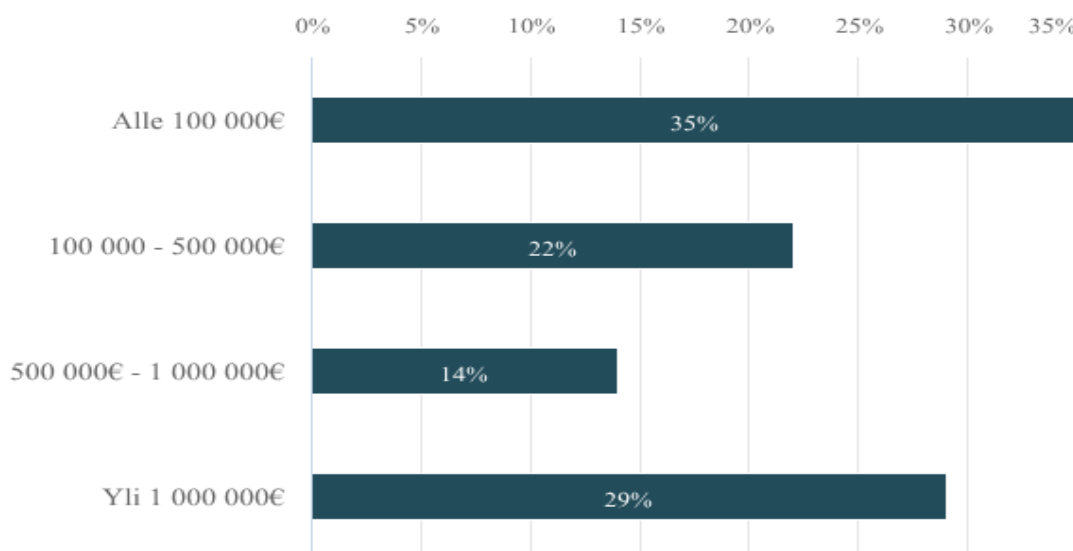
Kyselyä lähdettiin analysoimaan Webropolin valmiin raportoinnin kautta. Lisäksi Metsänoro toivoi saavaansa ristiinanalysointia ja se tehtiinkin liikevaihdon perusteella. Tein myös esitelmän liikevaihdon perusteella jaotelluista vastauksista koko Mediatilin henkilöstölle. Kyselyn analysoinnin apuna oli runsaasti kirjallisuutta sekä erilaisia artikkeleita. Kyselyn analysoinnissa käytettiin hyödyksi Webropolista saatavia valmiita pylväsdiagrammeja, joiden avulla analysointi on kokonaisuudessaan selkeämpi.

7 KYSELYN ANALYSOINTI

Tässä osiossa analysoin tekemääni kyselyä ja sen vastauksia. Apuna selkeämmän analysoinnin saavuttamiseksi on käytetty Webropolin valmisdiagrammeja. Viimeisen kysymyksen joudun jättämään pois vastaajien henkilöllisyyden suojaamiseksi. Kysely lähetettiin noin 500 asiakkaalle ja heistä 65 vastasi eli vastausprosentti on 13%. Vastaajien määrä on riittävän iso, että saadaan arvokasta ja luotettavaa tilastotietoa Mediatilille. Kysely sisältää 13 kysymystä, joista olen kerännyt vastaukset tähän alle.

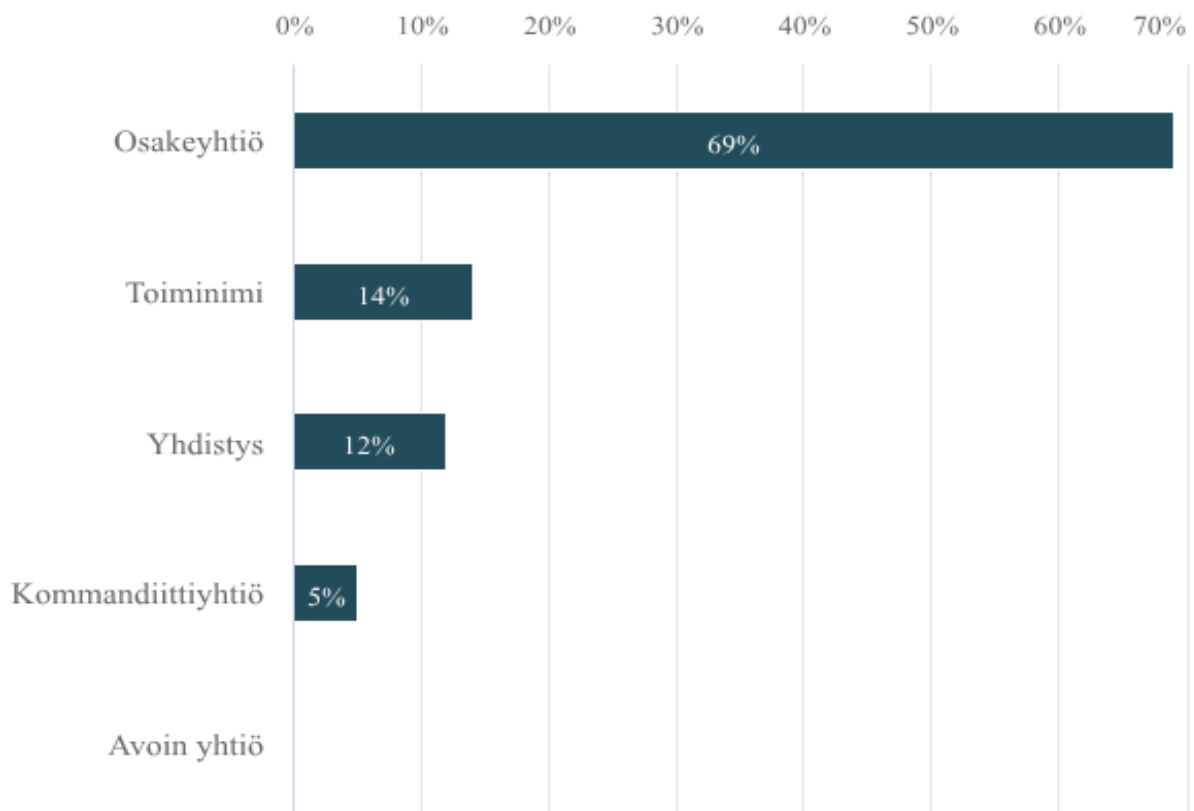
7.1 Yrityksen perustietoja

Kaikki kyselyyn osallistuneet vastasivat liikevaihtoa koskevaan kysymykseen (KUVIO 1.). Mediatilillä on todella paljon pieniä asiakkaita, joiden oletettiin vastaavan tähän kyselyyn eniten. Kävi kuitenkin ilmi että, myös isoimmat yritykset vastasivat kyselyyn. Korkein (35%) vastausprosentti on yrityksillä, joiden liikevaihto on alle 100 000€/vuosi. Kaikkien yllätykseksi toiseksi suurin vastaajamäärä (29%) saatiin yli 1 000 000€/vuosi liikevaihtoa tekevilä yrityksiltä. Tämän kysymyksen vastauksista voi kuitenkin huomata, että saatiin laajasti vastauksia jokaiseen liikevaihtoryhmään kuuluvilta yritysasiakkailta. Vähiten (14%) vastauksia saatiin asiakkailta, joiden liikevaihto on 500 000€ - 1 000 000€/vuosi.



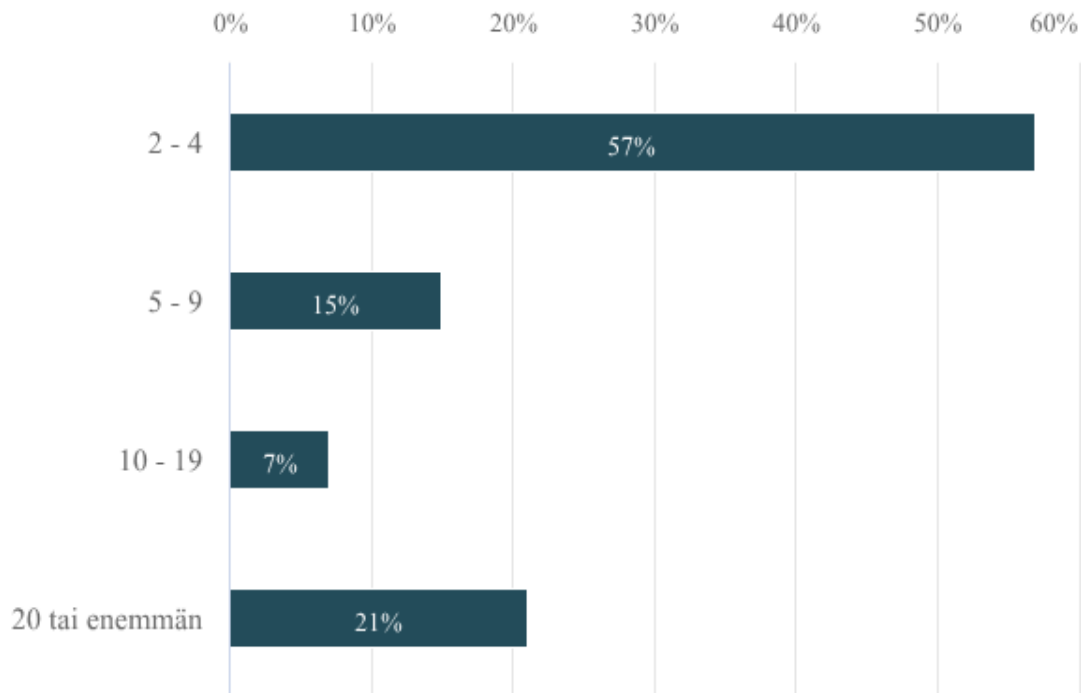
KUVIO 1. Liikevaihto

Yhtiömuoto -kysymykseen saatiin 64 vastausta (KUVIO 2.). Selkeä enemmistö yrittäjistä, jotka vastasivat tähän kyselyyn, ovat osakeyhtiön omistajia/osakkaita. Muutamia vastauksia saatiin myös toiminimiltä, yhdistyksiltä ja kommandiittiyhtiöiltä. Ainoastaan yksi yritysmuoto, avoin yhtiö, jäi vaille vastauksia. Mediatilillä suurin osa asiakkaista on osakeyhtiöitä tai toiminimiä ja oletuksena oli, että iso osa toiminimistä myös vastaisisi, mutta toiminimellisiä vastaajia saatiin vain 14%.



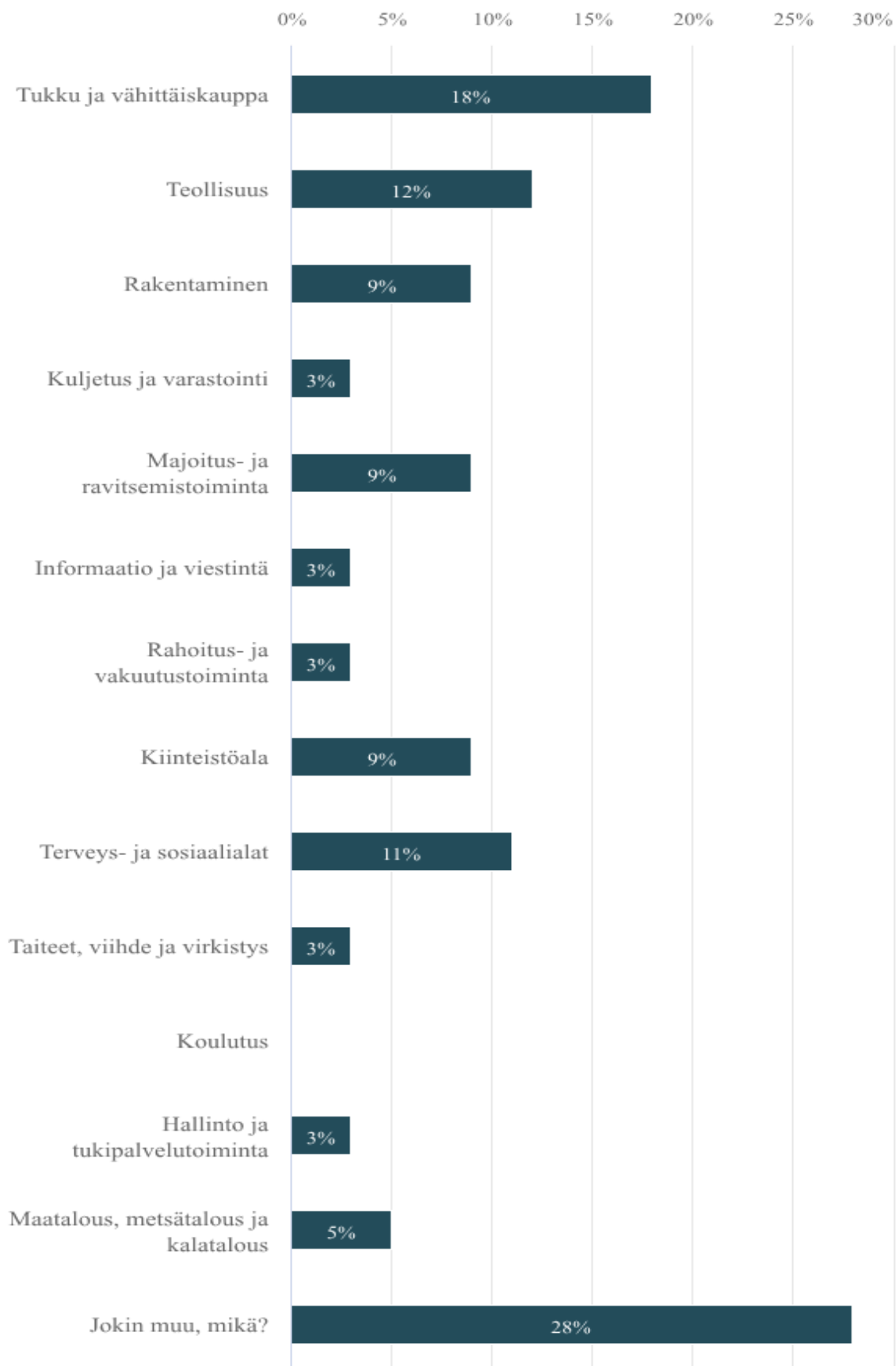
KUVIO 2. Yhtiömuoto

Vastauksia kysymykseen henkilöstömäärästä saatiin 58 kappaletta (KUVIO 3.). Kyselyä tehdessäni olin tehnyt virheen, minkä seurauksena tämän kysymyksen vastaukset voivat olla harhaanjohtavia. Vastausvaihtoehdoista jäi puuttumaan yksinyrittäjä, minkä vuoksi oletetaan vastauksen 2-4 olevan niin korkea (57%). Todella iso osa Mediatilin yritysasiakkaista työllistää vain itsensä tai alle neljä työntekijää. Vähiten (7%) vastauksia tuli kohtaan 10-19. Yllätykseksi melko isolla osalla vastaajista (21%) henkilöstömääränä on 20 tai enemmän.



KUVIO 3. Henkilöstömäärä

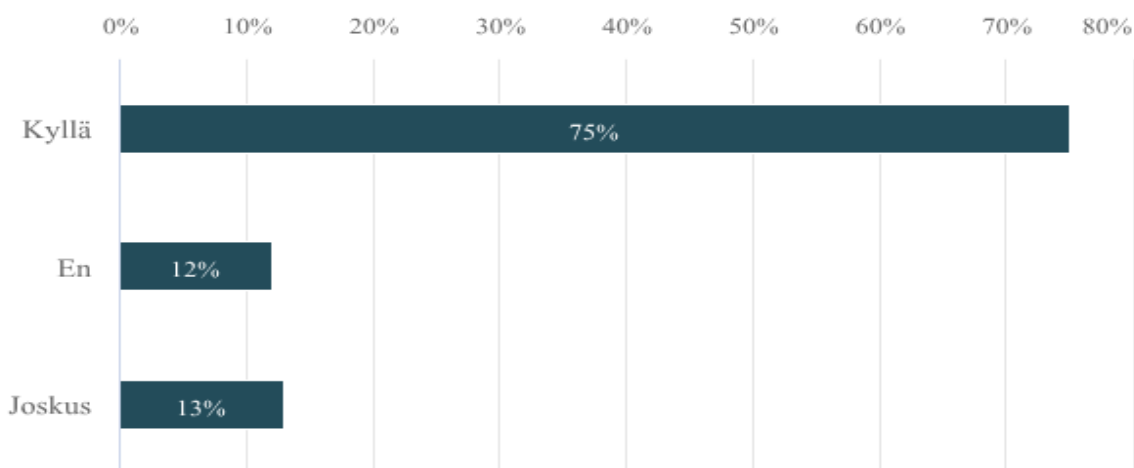
Kaikilta kyselyyn osallistujilta saatiin toimiala -kysymykseen vastaus (KUVIO 4.). Mediatilillä on asiakkaita todella laajasti monelta eri toimialalta ja tämä näkyy myös vastauksista. Suurin osa (28%) osallistujista valitsi vastauksen 'Jokin muu, mikä?', vaikka valmiina vaihtoehtoina oli 13 eri toimialaa. Valmiista vaihtoehtoista suosituin (18%) vastaus oli 'Tukku ja vähittäiskauppa'. Muita vastaajien toimialoja ovat muun muassa yritysjohton konsultointi, urheilumatkailu, ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus sekä hevostalous.



KUVIO 4. Toimiala

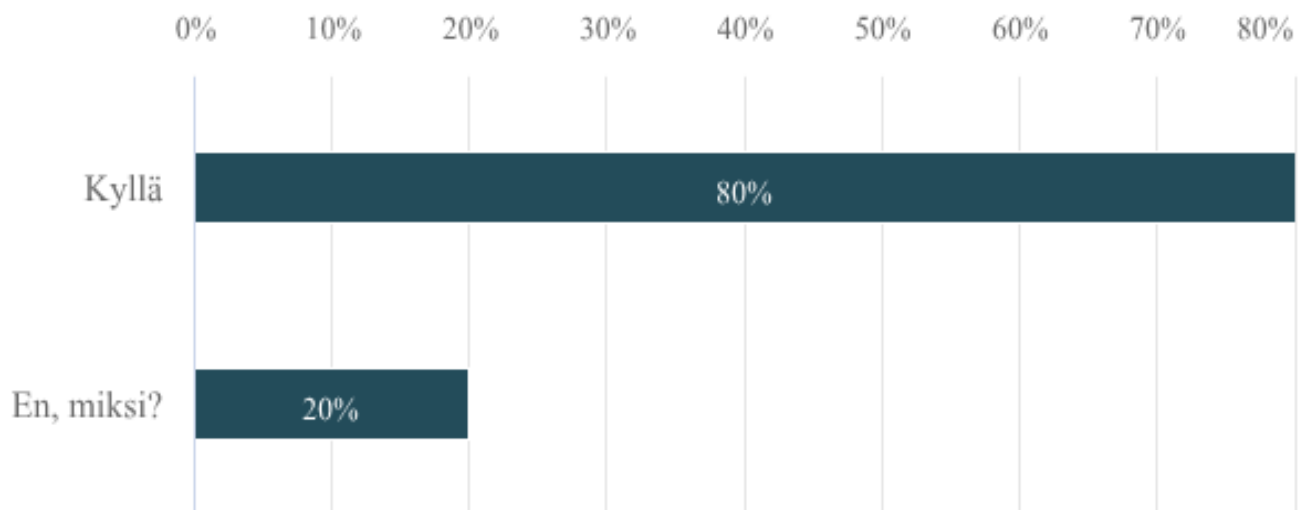
7.2 Tämänhetkinen raportointi

Yksi mielenkiintoa herättävistä kysymyksistä oli raporttien seurantaan liittyen. Kuten taulukosta (KUVIO 5.) voi nähdä, selkeästi suurin osa (75%) Mediatilin asiakkaista seuraa raportointia kuukausittain. Lisäksi todettiin, että isomman liikevaihdon omaavat yritykset seurasivat raportointia ahkerammin, kuin pienemmät alle 100 000€ liikevaihdon omaavat yritykset. Mediatililtä lähetetään pääsääntöisesti kuukausittain tuloslaskelma ja tase, ellei muunlaista raportointia ole sovittu. Vain 12% vastaajista ei seuraa kuukausittaisia raportteja ollenkaan ja 13% kertoo seuraavansa vain joskus raportteja.



KUVIO 5. Seuraatko sinulle kuukausittain lähetettyjä raportteja?

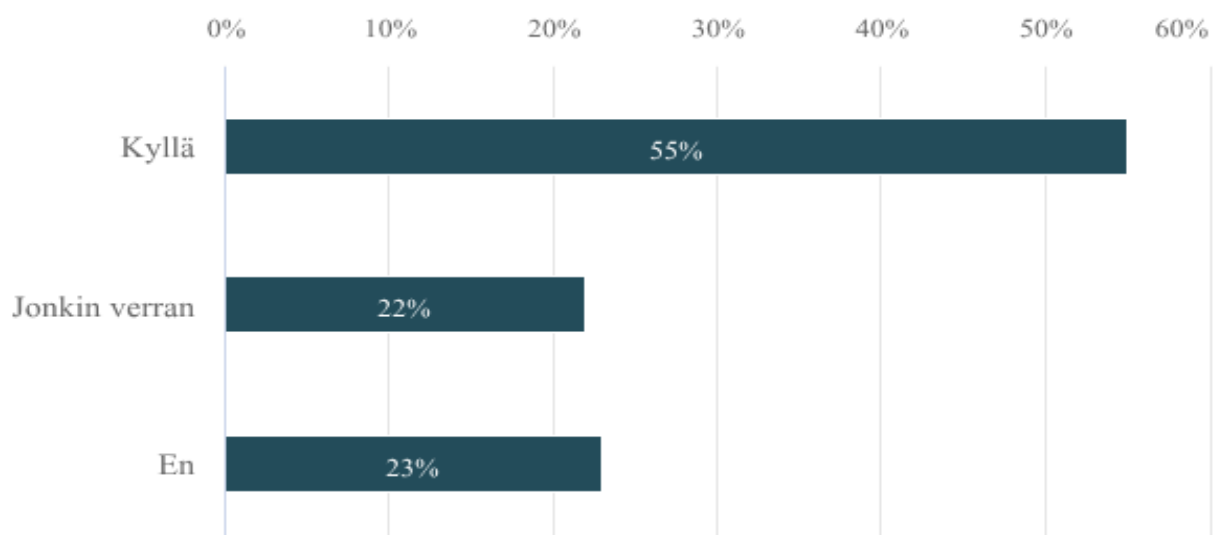
Vastauksia kysymykseen raporttien nykyisestä sopivuudesta saatiin 64 kappaletta (KUVIO 6.). Näistä 64 vastanneesta valtaosa (80%) ovat tyytyväisiä saamiinsa raportteihin. Tämä kysymys herättää suurta mielenkiintoa siihen, että minkä takia ei olla tyytyväisiä ja tätä pyritään Mediatilin puolesta parantamaan. Syitä siihen, miksi vastanneet eivät ole tyytyväisiä, ovat muun muassa; ei tule raportteja, joita voisi seurata, raportit tulevat liian harvoin, osa raporteista voisi olla visuaalisessa muodossa sekä raportit eivät tule sovittuna ajankohtana.



KUVIO 6. Oletko tyytyväinen raportointiin minkä tilitoimisto lähettää?

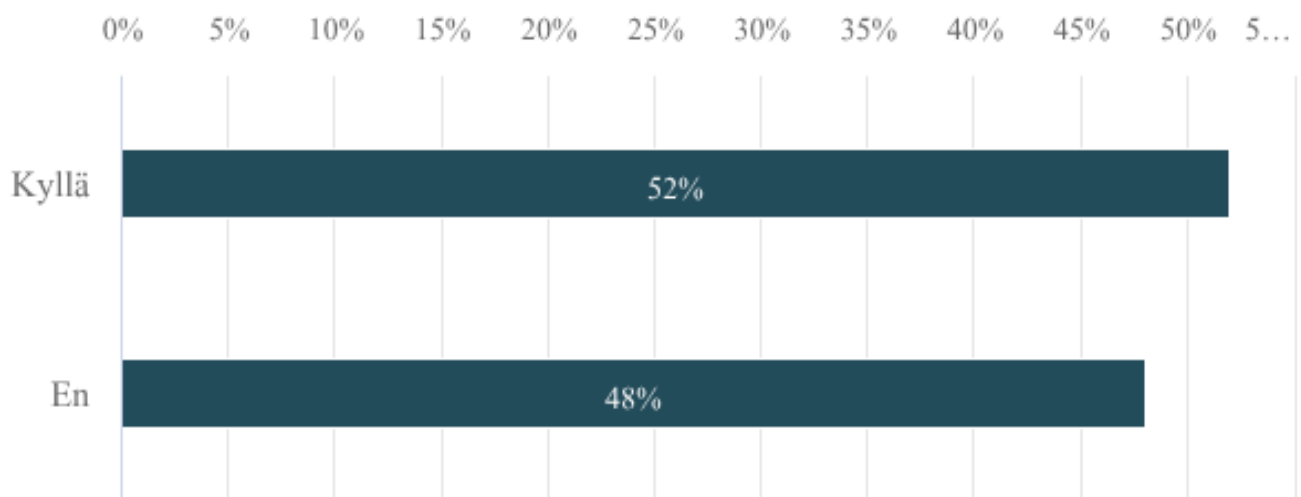
7.3 Räättälöityjen raporttien tarve yritystoiminnassa

Yli puolet (55%) kokevat räätälöityjen raporttien olevan tarpeellisia (KUVIO 7). Kuitenkin melkein neljäsosa vastanneista ei koe raportointia lainkaan tarpeelliseksi. Tulkinnan varaa näissäkin vastauksissa on, koska kysymyksenä oli räätälöidyt raportit eikä raportit yleensäkin. Eli vastaaja on voinut nähdä raportoinnin tarpeelliseksi, mutta ei koe tarvitsevänsä kuitenkaan yritykselleen räätälöityjä raportteja.



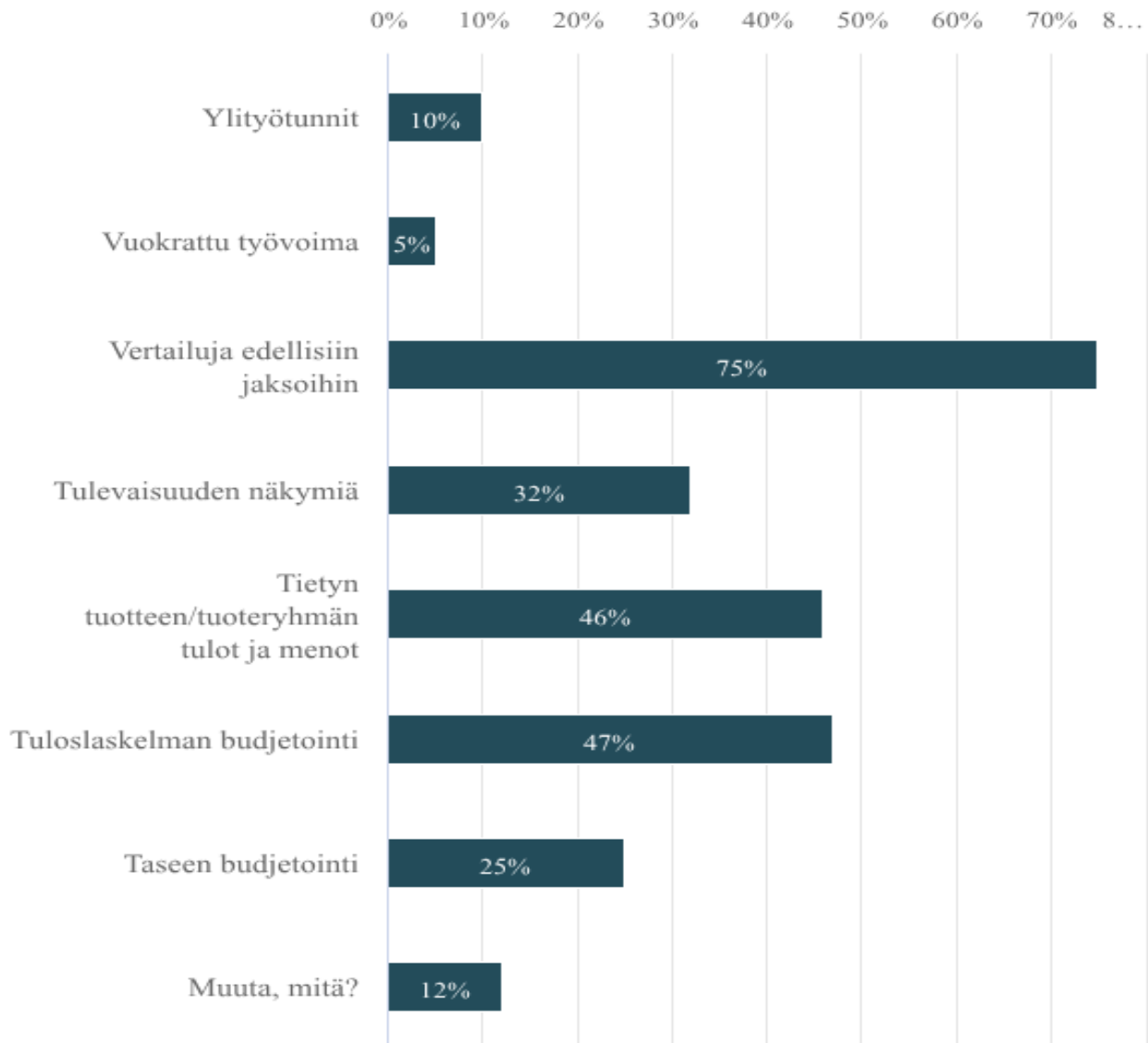
KUVIO 7. Koen räätälöidyn raportoinnin tarpeelliseksi yritykselleni ja sen kehitykselle?

Maksuvalmius räätälöidyistä raporteista jakaantuu tosi tasaisesti (KUVIO 8.). Tuloksista näkee, että 33 vastaajaa olisi valmis maksamaan räätälöidyistä raporteista ja 31 vastaajaa ei olisi. Mahdollisuuksia on monia minkä takia yritykset eivät ole maksamaan räätälöidyistä raporteista. Voi olla, että yrityksellä menee tasaisesti ja etteivät he halua parantaa tulostaan, joten he eivät myöskään varsinaisesti tarvitse mihinkään raportteja, joten niistä ei olla valmiita maksamaan. Syynä siihen, ettei haluttaisi maksaa räätälöidyistä raporteista voi olla myös esimerkiksi yrityksen huono taloudellinen tilanne tai oletus siitä, että nämä räätälöinnit pitäisi jo kuulua nykyiseen kirjanpidon hintaan. Kirjanpidon sopimushinnat ovat yleensä erittäin tiukasti laskettuja, joten varaa kirjanpitäjän lisätyöhön ei ole. Ja tätä edellä mainittua asiaa eivät monet yrittäjät ymmärrä, koska kuitenkin maksavat jo omasta mielestään paljon kirjanpidon maksuja tilitoimistolle. Etenkin alle 100 000€ liikevaihdon omaavat yritykset kokevat räätälöidyt raportit turhiksi, koska siitä syntyisi liian paljon kuluja verrattuna hyötyyn.



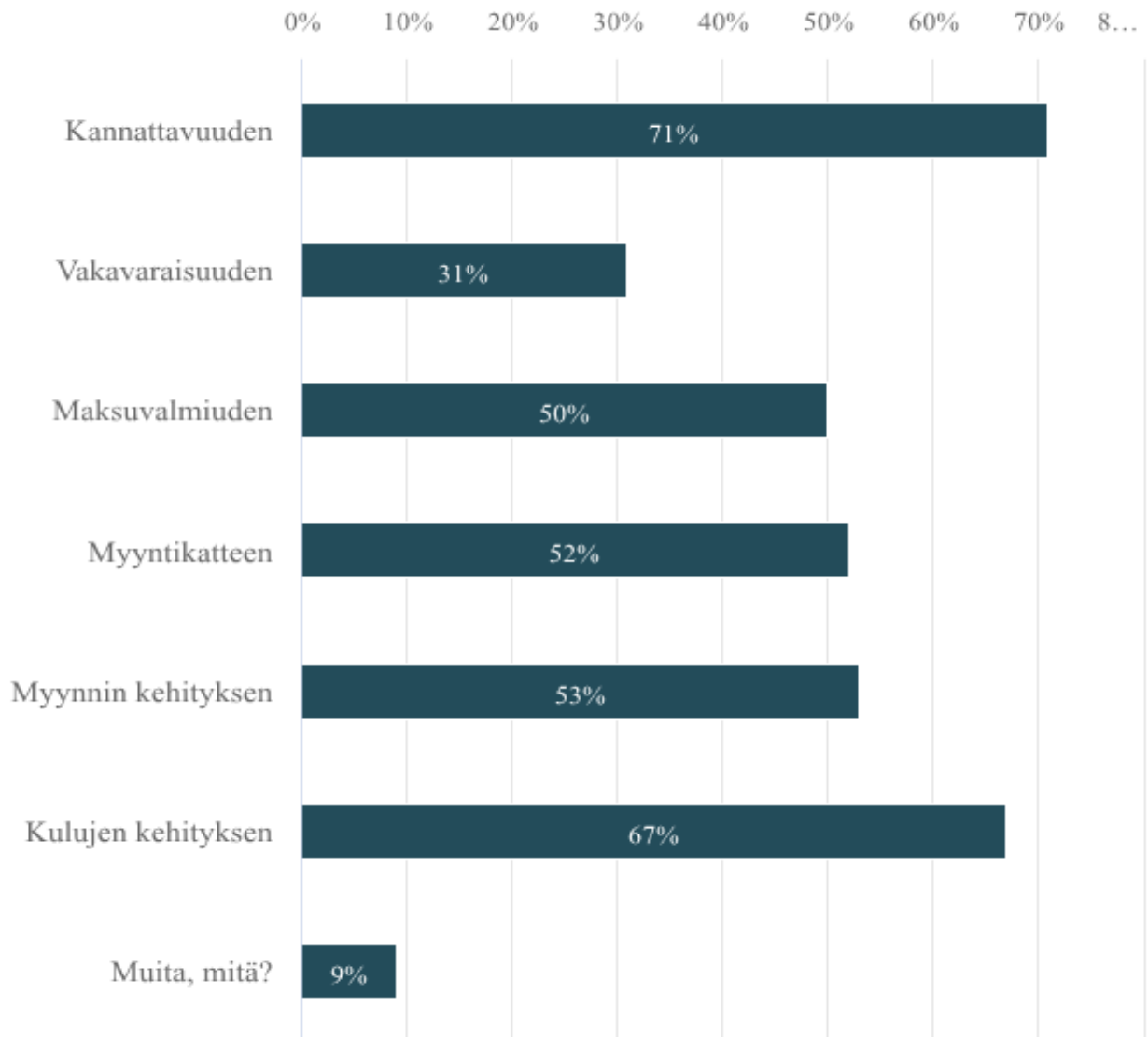
KUVIO 8. Oletko valmis maksamaan räätälöidyistä raporteista?

Seuraavaksi tarkastellaan, mitä Mediatili asiakkaat haluaisivat raporteissaan nähdä. Selkeästi suosituin asia, mitä yrittäjät haluaisivat nähdä raporteissaan, on vertailua edellisiin jaksoihin. Valmiita vastausvaihtoehtoja kyselyyn on annettu laajasti ylityötunneista taseen budjetointiin. Lisäksi vastaajat haluavat tietää esimerkiksi erääntyneet myyntisaamiset eriteltyinä, likviditeettiennusteen, kassaennusteen sekä käyttökäteen. Lisäyksenä kyselyyn laitettiin myös taseen budjetointi, mitä ei tehdä niin paljon kuin tuloslaskelman budjetointia, koska tuloslaskelman budjetointi koetaan tarpeellisempaan. Taloushallintoliiton koulutuksen myötä saatiin ajatus taseen budjetointiin. Taseen budjetointi on huomattavasti haastavampaa, kuin tuloslaskelman budjetointi. Taseen budjetoinnin haastavuus on myös varmasti osasy, miksi sitä tehdään vähemmän.



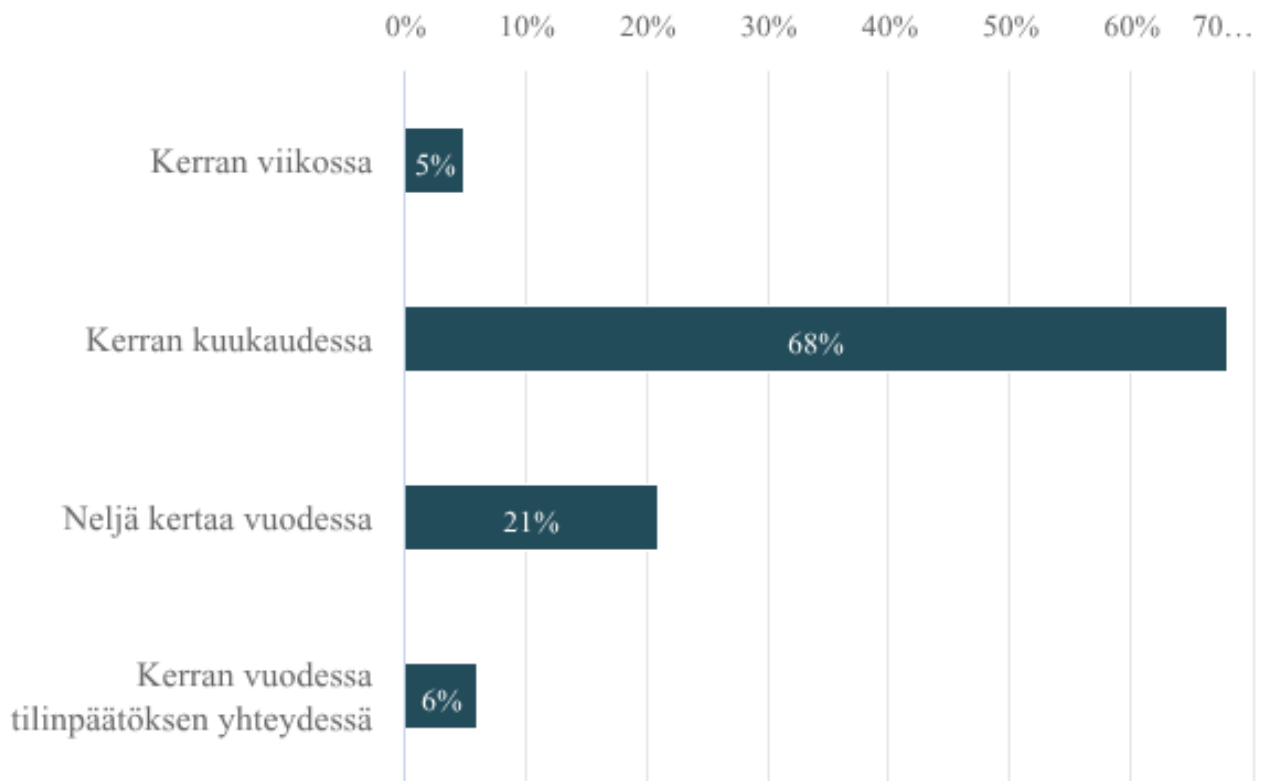
KUVIO 9. Nämä asiat haluaisin nähdä raporteissani

Kymmenennessä kysymyksessä tarkasteltiin, mitä tunnuslukuja yritykset toivoisivat raportoinnin sisältävän (KUVIO 10.). Selkeästi suosituin valinta on kannattavuuden tunnusluvut ja varmaan myös itsestään selvin. Ilman kannattavuutta yrityksen toiminta on tappiollista ja näin ollen myös ajaa kohti konkurssia. Erilaisia tunnuslukuja toivottaisiin paljon raportointiin; vähiten vastauksia saatiin vakavaraisuuden tunnuslukuihin, vaikka sitäkin toivoisi jopa 31% vastanneista raportteihinsa. Voimme siis todeta, että kaikki tunnusluvut kiinnostavat vastaajia ja niitä toivottaisiin raportointiin lisäksi. Muita tunnuslukuja mitä toivottiin, olivat muun muassa omavaraisuus, käyttökate, vuokrausaste ja kustannus/työtunti.



KUVIO 10. Näitä tunnuslukuja toivoisin raporttien sisältävän

Mediatilillä lähetetään miltei kaikille asiakkaille tuloslaskelma ja tase kuukausittain, ellei toisin ole sovittu. Selkeästi suosituin vaihtoehto onkin kerran kuukaudessa lähetettävät raportit (KUVIO 11.). Tähän on osasyynä varmasti sekin, että omaveroilmoitukset lähtevät myös suurimmalla osalla yrittäjistä kuukausittain verottajalle. Kuukausittainen raportointi on myös kausivaihtelun vuoksi hyvä tapa seurata raportteja, esimerkiksi joulukuu voi olla jollekin yritykselle erittäin tuloksellinen, mutta muut kuukaudet menevät heikommin. Vaikka kuukausittainen on monelle yritykselle loogisin aikajakso, 5% vastaajista haluaisi raportit viikoittain. Kerran vuodessa tilinpäätöksen yhteydessä raportoinnin haluaa 6% kyselyyn vastanneista ja 21% haluaisi raportit neljännesvuosittain. Kyselyn tuloksista huomattiin myös se, että suuren liikevaihdon omaavat yritykset haluaisivat raportteja useammin, kuin pienen liikevaihdon omaavat yritykset.



KUVIO 11. Haluaisin saada raportteja

7.4 Vapaa sana raportointiin tai kyselyyn liittyvistä asioista

Tämä osio on avoin kommentti, johon vastasi 16 asiakasta. Useat vastaajat ovat tyytyväisiä nykyiseen raportointiin ja sen ajoitukseen. Saimme myös muutaman vastauksen, missä vastaaja kertoo, ettei saa kuukausiraportteja lainkaan. Se voi tarkoittaa sitä, että on vuosikirjanpidollinen asiakas tai että joku työntekijöistä ei laita raportteja kuukausittain, vaikka pitäisi. Mediatilin käyttämä Maestro-ohjelmisto sai myös negatiivista palautetta. Vastaajat toivoisivat, että Maestrosta saisi suoraan erilaisia räätälöityjä raportteja reaaliajassa. Lisäksi ainakin yksi vastaajista on vasta aloittanut yritystoimintansa, joten ei vielä koe raportteja tarpeelliseksi, mutta uskoisi tarvitsevansa niitä tulevaisuudessa. Myös muutama vastaus on tullut sellaisilta asiakkailta, joiden kirjanpidosta ainoastaan palkanlaskenta ulkoistettu Mediatilille ja näin ollen eivät tarvitse kirjanpidon raportteja lainkaan. Lisäksi Mediatilillä on asiakkaita, joilla on itsellä mahdollisuus tehdä Mediatilin ohjelmistoilla raportteja, mutta silti toivoisivat taloushallinnon ammattilaisen näkökulmia näihin raportteihin. Mediatililtä toivottiin myös proaktiivisuutta ja, että voisivat ehdottaa asiakkaille räätälöityjä raportteja.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Mediatili Oy:n asiakkaiden halukkuutta saada räätälöityjä raportteja, valmiutta maksaa niistä sekä mitä tunnuslukuja asiakkaat haluaisivat räätälöinnin sisältävän. Lisäksi kyselytutkimuksen avulla haluttiin myös kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyiseen raportointisysteemiin. Tämä tutkimus on tehty Mediatilin johdolle liiketoiminnan kehityksen avuksi. Mediatilin johto on ymmärtänyt asiakkaiden tarpeen saada asiantuntijamaista apua sekä henkilökohtaisempaa palvelua kirjanpitäjiltään. Yksi suurimmista ongelmista räätälöidyssä palvelussa on ollut se, että sitä ei ole osattu tarjota sellaisille asiakkaille, jotka sitä oikeasti haluavat ja tarvitsevat.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa syvennytään sisäisen laskentatoimen eri osa-alueisiin. Opinnäytetyö sisältää liiketoiminnan keskeisimmät tunnusluvut sekä muita yrityksen kehitykselle oleellisia asioita. Myös kyselytutkimuksen analysointi on oleellinen osa tätä opinnäytetyötä. Kyselyn analysoinnin helpottamiseksi, opinnäytetyöhön on lisätty selkeät pylväsdiagrammit, missä näkyy vastausten jakaantuminen eri vaihtoehtoisissa.

Kyselyyn vastasi 65 Mediatilin asiakasta, joten kyselyn oletetaan tuovan oikeellista tietoa. Kyselyn vastauksista voidaan päätellä, että mitä suurempi liikevaihto on, sitä enemmän raportteja seurataan. Suuren liikevaihdon omaavilla yrityksillä on myös selkeästi suurempi halukkuus saada räätälöityjä raportteja. Pienemmät yritykset olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä raportointiin, minkä tällä hetkellä saavat. Myös räätälöidyistä raporteista maksaminen on selkeästi suotuisampaa suuremmille yrityksille, kuin pienille alle 100 000€ liikevaihdon omaaville yrityksille. Yllätyksellinen ryhmä, mikä olisi valmis maksamaan räätälöinnistä, olivat 100 000€—500 000€ liikevaihdon omaavat yritykset. Tämä voi johtua siitä, että nämä yritykset ovat kasvuvaiheessa olevia ja haluaisivat saada apua yrityksensä tuloksen nostamiseen. Valtaosa vastanneista haluaisi raporttien sisältävän vertailuja edellisiin jaksoihin. Myös se kävi ilmi, että suuremmat yritykset haluavat kaikenlaista raportointia sekä tunnuslukuja, eikä mikään tietty tunnuslukua tai raporttia noussut selkeästi suosituimmaksi. Kyselyn vastauksista voitiin myös päätellä, että suosituin aikaväli raporteihin on kuukausittainen seurantaväli. Muutamat suuret yritykset toivoivat kuitenkin, että raportit tulisivat jopa viikoittain.

Opinnäytetyön tekeminen oli haastavaa, mutta erittäin opettavaista. Erityisesti opinnäytetyön teorian kokoaminen oli haastavaa, kun piti miettiä, mitkä asiat ovat oikeasti tärkeitä ja oleellisia tähän kyselytutkimukseen liittyen. Miellyttävintä tämän opinnäytetyön tekemisessä oli ehdottomasti kyselyn luominen sekä sen vastausten seuraaminen. Oli mielenkiintoista katsoa, mitä yrittäjät toivoisivat tilitoimistolta ja pohtia, ovatko ne kohtuullisia toivomuksia vai ei. Kaikista isoin ongelma opinnäytetyötä

tehdessä oli järjestää aikaa kirjoittamiseen kokopäivätyön ohella. Tämän opinnäytetyön tekemiseen meni kuusi kuukautta, joista viimeisen pari kuukautta olivat aikataulullisesti erittäin haastavia. Opinnäytetyön tekeminen oli minulle uusi asia ja sen takia erittäin haastava ja vaikea, mutta silti opettavainen ja tärkeä. Tästä opinnäytetyöstä on varmasti paljon hyötyä Mediatilille, koska tällä pystyttiin näkemään, että räätälöidyille raporteille on todellista tarvetta. Iso osa vastaajista olisikin valmis myös maksamaan saamastaan palvelusta, joten Mediatilillä on nyt mahdollisuus myydä enemmän palveluita jo olemassa oleville asiakkaille. Toivon, että tästä opinnäytetyöstä on Mediatilin johdolle suuri hyöty pitkälle tulevaisuuteen.

LÄHTEET

Järvenpää, M., Lämsiluoto, A., Partanen, V. & Pellinen, J. 2013. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. 2., uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Lahdenkauppi, A., Salo, T. & Soro, A. Taloushallintoliitto. 2018. Auta asiakastasi menestymään – Talouden suunnittelu päätöksenteon perustana. Koulutus.

Niskavaara, E. 2010. Yritystaloutta esimiehille. Juva: WSOYpro Oy.

Pellinen, J. 2005. Talusjohtaminen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Tenhunen, M-L. 2013. Johdon laskentatoimen peruskäsitteet, menetelmät ja tekniikat. Osa 2. Tilisanomat. Saatavissa: <https://tilisanomat.fi/koulut/johdon-laskentatoimen-koulu-koulut/johdon-laskentatoimen-peruskasitteet-menetelmat-ja-tekniikat>. Viitattu 15.11.2018.

Tenhunen, M-L. 2013. Johdon laskentatoimen peruskäsitteet, menetelmät ja tekniikat. Osa 3. Tilisanomat. Saatavissa: <https://tilisanomat.fi/koulut/johdon-laskentatoimen-koulu-koulut/johdon-laskentatoimen-peruskasitteet-menetelmat-ja-tekniikat-jatkuu>. Viitattu 15.11.2018.

Tenhunen, M-L. 2013. Mitä on johdon laskentatoimi ja mihin sitä tarvitaan. Osa 1. Tilisanomat. Saatavissa: <https://tilisanomat.fi/koulut/johdon-laskentatoimen-koulu-koulut/mita-on-johdon-laskentatoimi-ja-mihin-sita-tarvitaan>. Viitattu 15.11.2018.

Tilastokeskus. 2008. Toimialaluokitus 2008. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavissa: <https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/index.html>. Viitattu 1.7.2018.

Tomperi, S. 2015. Käytännön kirjapito. 23., uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Vilkkumaa, M. 2000. Yrityksen menestyksen mittarit. Helsinki: Yrityskirjat Oy.

Kyselylomake

Yrityksen perustiedot

1. Liikevaihto

- Alle 100 000€
- 100 000 - 500 000€
- 500 000€ - 1 000 000€
- Yli 1 000 000€

2. Yhtiömuotosi

- Osakeyhtiö
- Toiminimi
- Yhdistys
- Kommandiittiyhtiö
- Avoin yhtiö

3. Henkilöstömäärä

- 2-4
- 5-9
- 10 – 19
- 20 tai enemmän

4. Toimiala

- Tukku ja vähittäiskauppa
- Teollisuus
- Rakentaminen
- Kuljetus ja varastointi
- Majoitus- ja ravitsemistoiminta
- Informaatio ja viestintä
- Rahoitus- ja vakuutustoiminta
- Kiinteistöala
- Terveys- ja sosiaali- ja terveysalat
- Taiteet, viihde ja virkistys
- Koulutus
- Hallinto ja tukipalvelutoiminta
- Maatalous, metsätalous ja kalatalous
- Jokin muu, mikä?

Raportointi

5. Seuraatko sinulle kuukausittain lähetettyjä raportteja?

- Kyllä
- En
- Joskus

6. Oletko tyytyväinen raportointiin, minkä tilitoimisto lähettää?

- Kyllä
- En, miksi? _____

7. Koen räätälöidyn raportoinnin tarpeelliseksi yritykselleni ja sen kehitykselle?

- Kyllä
- Jonkin verran
- En

8. Oletko valmis maksamaan räätälöidyistä raporteista?

- Kyllä
- En

9. Nämä asiat haluaisin nähdä raporteissani

- Ylityötunnit
- Vuokrattu työvoima
- Vertailuja edellisiin jaksoihin
- Tulevaisuuden näkymiä
- Tietyn tuotteen/tuoteryhmän tulot ja menot
- Tuloslaskelman budjetointi
- Taseen budjetointi
- Muuta, mitä? _____

10. Näitä tunnuslukuja toivoisin raporttien sisältävä

- Kannattavuuden
- Vakavaraisuuden
- Maksuvalmiuden
- Myyntikatteen
- Myynnin kehityksen
- Kulujen kehityksen
- Muita, mitä?

11. Haluaisin saada raportteja

- Kerran viikossa
- Kerran kuukaudessa

- Neljä kertaa vuodessa
- Kerran vuodessa tilinpäätöksen yhteydessä

12. Vapaa sana raportointiin tai kyselyyn liittyvistä asioista.

13. Voit halutessasi jättää tähän yhteystietosi.

Ensimmäinen saatekirje

Hei,

Olen Mediatilillä työskentelevä avustava kirjanpitäjä. Opiskeluni on opinnäytetyötä vaille valmis ja tarvisin teidän yrittäjien apua.

Opinnäytetyöni käsittelee raportointia tilitoimistossa ja yrittäjien halukkuutta saada mieleisekseen räätälöityjä raportteja. Kysely on nimetön, eikä teitä voi tunnistaa vastauksista. Halutessanne voitte kuitenkin jättää yhteystiedot kyselyn loppuun.

Mikäli tulee kysyttävää kyselyyn liittyen, voit ottaa minuun yhteyttä laittamalla sähköpostia osoitteeseen saara.seikkula@mediatili.com.

Alla on linkki kyselyyn ja vastaamiseen menee vain n. 5 minuuttia aikaa.

Tässä linkki kyselyyn:

<https://link.webpolsurveys.com/S/28FC094CEFB05DD9>

Kiitos!

Ystävällisin terveisin

Saara Seikkula

Mediatili Oy, avustava kirjanpitäjä
p. 044 5755841
email: saara.seikkula@mediatili.com
www.mediatili.com



SAVONLINNA
PUNKAHARJU
KOKKOLA
SAARIJÄRVI
www.mediatili.com

Auktorisoitu
Taloushallintoalan jäsen 

Kyselyn muistutusviesti

Hei,

Iso kiitos kaikille jo kyselyyn vastanneille! Jos et ole vielä ehtinyt käydä vastaamassa kyselyyn, niin nyt on sen aika. Pidän kyselyä vielä ensi viikon auki ja olisi tärkeää, että saataisiin vielä muutama vastaaja mukaan.

Olen Mediatilillä työskentelevä avustava kirjanpitäjä. Opiskeluni on opinnäytetyötä vaille valmis ja tarvisin teidän yrittäjien apua.

Opinnäytetyöni käsittelee raportointia tilitoimistossa ja yrittäjien halukkuutta saada mieleisekseen räätälöityjä raportteja. Kysely on nimetön, eikä teitä voi tunnistaa vastauksista. Halutessanne voitte kuitenkin jättää yhteystiedot kyselyn loppuun.

Mikäli tulee kysyttävää kyselyyn liittyen, voit ottaa minuun yhteyttä laittamalla sähköpostia osoitteeseen saara.seikkula@mediatili.com.

Alla on linkki kyselyyn ja vastaamiseen menee vain n. 5 minuuttia aikaa.

Tässä linkki kyselyyn:

<https://link.webpolsurveys.com/S/28FC094CEFB05DD9>

Kiitos!

Ystävällisin terveisin

Saara Seikkula

Mediatili Oy, avustava kirjanpitäjä
p. 044 5755841
email: saara.seikkula@mediatili.com
www.mediatili.com



SAVONLINNA
PUNKAHARJU
KOKKOLA
SAARIJÄRVI
www.mediatili.com

Auktorisoitu
Taloushallintoliiton jäsen 