

Jenniina Nikunlassi

Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät

Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy

Opinnäytetyö

Kevät 2020

SeAMK Liiketoiminta ja Kulttuuri

Tradenomi (AMK Liiketalous)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Tekijä: Jenniina Nikunlassi

Työn nimi: Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät

Ohjaaja: Henri Teittinen

Vuosi: 2020

Sivumäärä: 51

Liitteiden lukumäärä: 3

Lähes kaikki yritykset ovat lain mukaan kirjanpitovelvollisia, ja suuri osa ulkoistaa tämän ja muut taloushallinnon tehtävät tilitoimistolle. Tilitoimiston valitseminen on yksi yritysten isoimmista päätöksistä, ja sillä voi olla suuria vaikutuksia yrityksen toimintaan. Päätöksentekoon voi vaikuttaa moni asia, ja tässä opinnäytetyössä tutkitaan näitä valintaan liittyviä tekijöitä.

Työn tarkoituksena on tuottaa tietoa tilitoimistoille yrittäjien valintaan vaikuttavista tekijöistä eri yrityksillä ja löytää syitä eroavaisuuksille. Näitä asioita tilitoimistot voivat hyödyntää toiminnan kehittämisessä. Tavoitteena on selvittää yrityksien mielestä tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat tilitoimiston valintaa tehdessä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään organisaatioiden ostokäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia asioita. Lisäksi perehdytään tilitoimistojen tarjoamiin asiantuntijapalveluihin. Työn empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena toimeksiantajan asiakkaille. Tutkimuksella haluttiin selvittää mahdollisimman monen yrityksen mielipiteet valintaan vaikuttavista tekijöistä, ja vastauksia halutaan pystyä yleistämään.

Tutkimustulosten mukaan tilitoimiston valintaan vaikuttavat eniten henkilökohtaisen palvelun saaminen, hintataso, tilitoimiston maine ja palveluiden kattavuus. Perinteiset tilitoimistopalvelut ovat suurimmassa roolissa siinä, mitä yritykset hakevat tilitoimistolta. Suuremmissa yrityksissä digitaalisuus on tärkeämpää kuin pienemmissä yrityksissä. Tilitoimistoehdokkaat valitaan pääsääntöisesti suositteluiden kautta.

Avainsanat: B-to-B-palvelut, ostokäyttäytyminen, ostopäätös, tilitoimiston palvelut

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business and Culture

Degree programme: Business Management

Author: Jenniina Nikunlassi

Title of thesis: Factors influencing the selection of an accounting firm

Supervisor: Henri Teittinen

Year: 2020

Number of pages: 51

Number of appendices: 3

Almost all companies are accountable by law, and a large proportion outsource this and other financial management tasks to an accounting firm. Choosing an accounting firm is one of the biggest decisions that companies make. It may have major impacts on the operations of a company. Making that decision can be affected by many factors, which are examined in this study.

The aim of the thesis is to provide information for accounting firms on the factors influencing the choices made by different companies. This information can be used by accounting firms in developing their operations. The aim is to identify the main factors companies think have effects on the choice of an accounting firm.

The theoretical section of the thesis deals with the purchasing behaviour of organizations and the factors influencing it. In addition, professional services provided by accounting firms are dealt with. The empirical section of the study was carried out as a quantitative survey among the commissioner's clients. The aim of the survey was to find out the opinions of as many companies as possible on the factors that have effects on the selection, and it was desired that the responses could be generalized.

According to the survey results, the choice of the accounting office is most influenced by access to personal service, price level, the accounting firm's reputation, and service coverage. Traditional accounting services play the biggest role in what companies expect of an accounting firm. At larger companies, digitality is more important than at smaller companies. Accounting firm candidates are usually selected through recommendations.

Keywords: B-to-B service, buying behavior, purchase decision, accounting firm services

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	8
1 JOHDANTO	9
2 ORGANISAATION OSTOKÄYTTÄYTYMINEN	11
2.1 Hankintaprosessin vaiheet	11
2.1.1 B-to-B-tavaroiden hankintaprosessi	11
2.1.2 B-to-B-palveluiden hankintaprosessi.....	13
2.1.3 Palveluiden spesifioiminen.....	14
2.2 Organisaation ostopäätös	14
2.2.1 Päätökseen vaikuttavat henkilöt.....	15
2.2.2 Päätöksen taustatekijät	15
2.2.3 Ostokäyttäytyminen	16
2.3 Palvelun tuottajan valinta	16
2.4 Digitalisaation vaikutus hankintaprosessiin	17
2.5 Hinta.....	18
2.6 Sijainti	19
3 TILITOIMISTON ASiantuntijapalvelut	20
3.1 Taloushallinnon ulkoistaminen	20
3.2 Kirjanpito ja tilinpäätös	20
3.3 Palkanlaskenta ja henkilöstöjohtamisen palvelut	22
3.4 Talouspäällikköpalvelut	23
4 TUTKIMUSASETELMA.....	24
4.1 Tutkimusmenetelmät.....	24
4.1.1 Aineiston analyysimenetelmät.....	25
4.1.2 Tutkimuksen luotettavuus	26
4.2 Tutkimuksen eteneminen	27
5 TUTKIMUSTULOKSET	28

5.1 Vastaajien perustietoa.....	28
5.2 Yritysten taustatietoja.....	29
5.3 Tutkimustulokset ja analysointi.....	31
5.3.1 Miten paljon seuraavat asiat vaikuttavat tilitoimiston valintaan?	31
5.3.2 Mitä palveluita vaaditaan tilitoimistolta?	35
5.3.3 Mitä pidetään tärkeänä kirjanpidossa?	40
5.3.4 Mitä pidetään tärkeänä palkanlaskennassa?	42
5.3.5 Mistä etsitään tilitoimistoa?	44
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	47
7 POHDINTA	50
LÄHTEET	52
LIITTEET	55

Kuvioluettelo

Kuvio 1. Ostoprosessin yleiset vaiheet B-to-B-markkinoilla.	12
Kuvio 2. B-to-B-palveluiden ostoprosessi	13
Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden ikä (n=104).	28
Kuvio 4. Vastaajien ylin koulutus (n=104).	29
Kuvio 5. Yritysmuodot (n=104).....	29
Kuvio 6. Liikevaihto (n=104).....	30
Kuvio 7. Henkilöstön määrä (n=104).....	31
Kuvio 8. Kuinka tärkeänä näitä asioita pidetään tilitoimiston valinnassa? (n=104).	32
Kuvio 9. Kuinka tärkeänä toiminimet pitävät näitä asioita tilitoimiston valinnassa? (n=17).	33
Kuvio 10. Kuinka tärkeänä osakeyhtiöt pitävät näitä asioita tilitoimiston valinnassa? (n=85).	34
Kuvio 11. Käyttämäni tilitoimiston on oltava auktorisoitu tilitoimisto? (n=104).....	34
Kuvio 12. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? (n=104).	35
Kuvio 13. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? < 100 000€ (n=20).	36
Kuvio 14. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 100 000€ - 250 000€ (n=18).	37
Kuvio 15. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 250 000€ - 500 000€ (n=12).	37
Kuvio 16. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 500 000€ - 1M€ (n=16).	38
Kuvio 17. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 1M€ - 5M€ (n=31).	39
Kuvio 18. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? > 5M€ (n= 7).	39

Kuvio 19. Kirjanpidossa pidän tärkeänä, että.. (n=104).	40
Kuvio 20. Kirjanpidossa pidän tärkeänä, että se on täysin digitaalista. (n=104)....	41
Kuvio 21. Digitaaliset palvelut erittäin tärkeitä tai melko tärkeitä. (n=104).	41
Kuvio 22. Palkanlaskennassa pidän tärkeänä, että.. (n=104).	42
Kuvio 23. Palkanlaskennassa kaikki hoituu sähköisesti, työntekijämäärittäin (n=104).	43
Kuvio 24. Palkanlaskennan palvelut eri tilitoimistosta? (n=104).....	43
Kuvio 25. Mistä etsit tilitoimistoa? (n=104).....	44
Kuvio 26. Tilitoimistoa etsitään internetistä (n=104).....	45
Kuvio 27. Tilitoimistoa etsitään sosiaalisesta mediasta. (n=104).	45
Kuvio 28. Tilitoimistoa etsitään suositteluiden kautta. (n=104).....	46

Käytetyt termit ja lyhenteet

Auktorisoitu tilitoimisto	Taloushallintoliiton ja Tili-instituution myöntämä auktorisointi tilitoimistolle, jossa osaaminen, järjestelmät ja toimin- tamallit ovat tarkastettu ja niitä valvotaan.
Avoin yhtiö	Henkilöyhtiö, jossa vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka vas- taavat henkilökohtaisesti yhtiön veloista ja velvoitteista.
B-to-B-myynti	Yritysmyyntiä eli tässä myyntimallissa yritys myy tuotteita tai palveluita toiselle yritykselle.
B-to-B-ostaja	Yritys, joka ostaa tuotteita tai palveluita toiselta yritykseltä.
Buying center	Ostopäätökseen vaikuttavien henkilöiden joukko.
C- tason johtaja	Yrityksen ylimpiin johtajiin kuuluva, kuten toimitusjohtaja ja talousjohtaja.
Kommandiittiyhtiö	Henkilöyhtiö, jossa vähintään yksi vastuunalainen yhtiö- mies ja äänetön yhtiömies. Vastuunalainen yhtiömies vas- taa yhtiön veloista ja velvoitteista henkilökohtaisesti ja ää- netön yhtiömies vain sijoittamallaan pääomalla.
Liikevaihto	Kirjanpidossa oleva arvonlisäveroton myyntituottojen summa.
Osakeyhtiö	Pääomayhtiö, jossa osakkeenomistajat vastaavat yhtiön velvoitteista vain sijoittamallaan pääomalla.
Toiminimi	Yleisnimitys yksityiselle elinkeinoharjoittajalle.

1 JOHDANTO

Lain mukaan lähes kaikki yritykset ovat kirjanpitovelvollisia, mutta jokaiselle yritykselle sitä suositellaan kuitenkin pidettäväksi (Tilitoimiston palvelut, [viitattu 8.4.2020]). Osalle yrityksistä riittävät pelkät pakolliset taloushallinnon tehtävät hoidettua, ja osa haluaa syventyä taloushallintoon kehittääkseen liiketoimintaansa sitä kautta. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan tilitoimiston valintaan vaikuttavia tekijöitä yrittäjien näkökulmasta ja pyritään kehittämään toimeksiantajan toimintaa tämän näkökulman kautta. Kohderyhmänä on lähinnä pienet ja keskisuuret yritykset, jotka ovat vaihtaneet tilitoimistoa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Työssä pyritään löytämään vastauksia siihen, mitkä asiat yleisellä tasolla vaikuttavat tilitoimiston valintaan ja yritetään saada selville vastausten eroavaisuuksia yritysten välillä.

Tilitoimisto valitaan uutta yritystä perustettaessa tai kun vanha tilitoimisto halutaan vaihtaa uuteen. Suurimmat syyt tilitoimiston vaihtamiseen ovat: kirjanpitäjän kanssa asiat eivät suju odotetusti, kulut eivät ole ennustettavissa, järjestelmät ovat vanhoja ja palvelu on suppeaa (Accountor go, [viitattu 8.4.2020].) Tilitoimistoja on paljon erikokoisia ja niiden on panostettava siihen, että heillä on oikeita asioita tarjottavana yrityksille, jotta heidän toimisto valitaan. Tilitoimiston palvelut muuttuvat jatkuvasti ja tarkoituksena on aina palvella asiakasta mahdollisimman hyvin. Yrittäjien tarpeet ovat muuttuvia, eikä samoja asioita välttämättä tarvita enää vuosien päästä. Myös asiakkaan hankintaprosessi on muuttunut, sillä nykyään asiakkaat ovat omatoimisempia ja aktiivisempia ostotoimintaa kohtaan (Laine 2015, 117). Tämän vuoksi asiakkaan prosessin tunteminen on hyvin tärkeä osa markkinointia tilitoimistoilla.

Opinnäytetyön aihe muodostui omasta aloitteestani, sillä aihe oli minua kiinnostava. Yrityksien tarpeet ovat muuttuvia ja halusin selvittää, mitkä asiat tällä hetkellä vaikuttavat valintaan. Tilitoimistoissa pyritään jatkuvasti mukautumaan asiakkaan tarpeisiin ja tutkimuksen tarkoituksena on antaa hyvää pohjaa kehitykselle. Samasta aiheesta on tehty muutama tutkimus: Luukkainen (2018) on tehnyt yli miljoonan liikevaihdon omaaville osakeyhtiöille kvantitatiivisen kyselyn tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöistä. Myös Borg ja Tokola (2011) ovat tehneet samasta aiheesta pienen tutkimuksen, jonka he toteuttivat kvalitatiivisena tutkimuksena aloittaville yrityksille.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää yrittäjiltä ja toimitusjohtajilta tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöitä monipuolisesti ja löytää syitä eroavaisuuksille. Tutkimus tuottaa tietoa tilitoimistoille, jotta ne voivat käyttää tätä hyödyksi toiminnan kehittämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tärkeimmät tekijät, joita arvostetaan, ja jotka vaikuttavat tilitoimiston valintaa tehdessä. Tutkimusongelmaksi muodostui tilitoimiston valintaan vaikuttavien tekijöiden ymmärtäminen tilitoimiston toiminnan kehittämiseksi.

Johdannossa käsitellään tutkielman taustaa, tarkoitusta ja tavoitetta. Teoriaosuus jakaantuu kahteen pääaiheeseen. Ensin kerrotaan organisaatioiden ostokäyttäytymisestä, ja mahdollista muuttujista, joilla voi olla vaikutusta hankintapäätöksen tekemisessä. Lisäksi käsitellään tilitoimistojen tarjoamia yleisimpiä palveluita, sillä ne ovat keskiössä siinä, mitä tilitoimistosta ostetaan, ja siten vaikuttavat päätökseen. Tutkimusasetelmaa eli tutkimuksen tavoitetta, tutkimusmenetelmiä ja tämän tutkimuksen suunnittelua käsitellään ennen tämän tutkimuksen kvantitatiivisen kyselyn vastauksia. Tuloksissa on ensin perustietoa vastaajista ja yrityksistä, jonka jälkeen pyritään vastaamaan tutkimusongelmaan kyselyn avulla. Lopuksi esitetään johtopäätökset tutkimuksesta ja pohditaan opinnäytetyön onnistumista.

2 ORGANISAATION OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

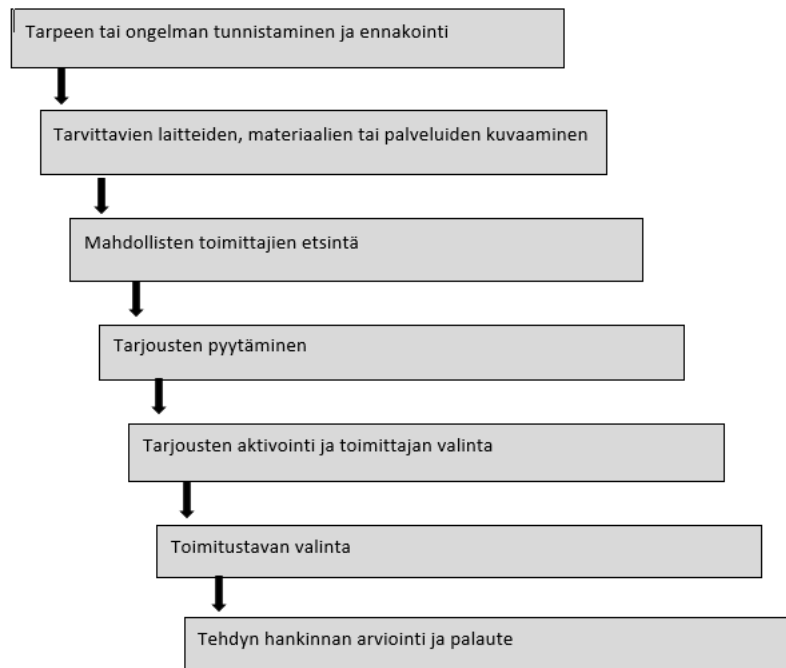
Yritykset ja muut organisaatiot ostavat tavaroita ja palveluita toisilta yrityksiltä. Tätä kutsutaan B-to-B-ostamiseksi (Bergström & Leppänen 2018, 19). Organisaatioiden käyttäytyminen ostotilanteissa poikkeaa kuluttajien käyttäytymisestä. Ostajina toimivat usein koulutetut ammattiohastajat ja ostamiseen vaikuttavat monet organisaation tasot ja ostamiset. Kuluttajapuolella ostajat ovat yksilöinä ja tuttavien mielipiteet saattavat vaikuttaa ostamiseen. Viime vuosina organisaatioiden ostokäyttäytyminen on kuitenkin alkanut muistuttamaan kuluttajien käyttäytymistä enemmän. (Bergström & Leppänen 2018, 19–25.)

2.1 Hankintaprosessin vaiheet

Organisaatioiden hankintaprosessit jakautuvat kahteen osaan, riippuen siitä hankitaanko tavaroita vai palveluita. Tavaroiden hankintaprosessi luo rungon organisaatioiden ostamiselle, mutta palveluiden hankinta poikkeaa siitä, sillä tarpeet ovat yksilöllisiä. (Bergström & Leppänen 2018, 131.)

2.1.1 B-to-B-tavaroiden hankintaprosessi

B-to-B-markkinoilla organisaation ensimmäinen hankintakerta tavaroille etenee yleensä seuraavan kaavan mukaisesti (kuvio 1). Prosessin vaiheilla voi olla eri nimityksiä, riippuen toimintatavoista. Tuotteista riippuen ei välttämättä enää nykyään tarjouspyyntöjä jätetä, vaan tehdään heti ostopäätös ja tavarahan tilaus. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 38.)



Kuvio 1 Ostoprosessin yleiset vaiheet B-to-B-markkinoilla (Ojansalo & Ojansalo 2010, 38).

Ensin organisaatiossa tunnistetaan tarve tai ongelma, jota voidaan myös ennakoita. Tarvittavat materiaalit ja palvelut kuvataan vaatimuksiltaan tarkasti ja etsitään mahdolliset toimittajat. Näiltä toimittajilta pyydetään yksityiskohtaisia tarjouksia, joita buying centerin jäsenet arvioivat ja lopulta valitsevat toimittajan. Seuraavaksi valitaan tuotteen toimitustapa ja lopulta tuotteiden saapuessa arvioidaan, vastaavatko tuotteet tilattuja ja suoriutuiko toimittaja kunnialla tehtävästään. Lopuksi toimittajalle annetaan mahdollisesti palautetta. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 39–40.)

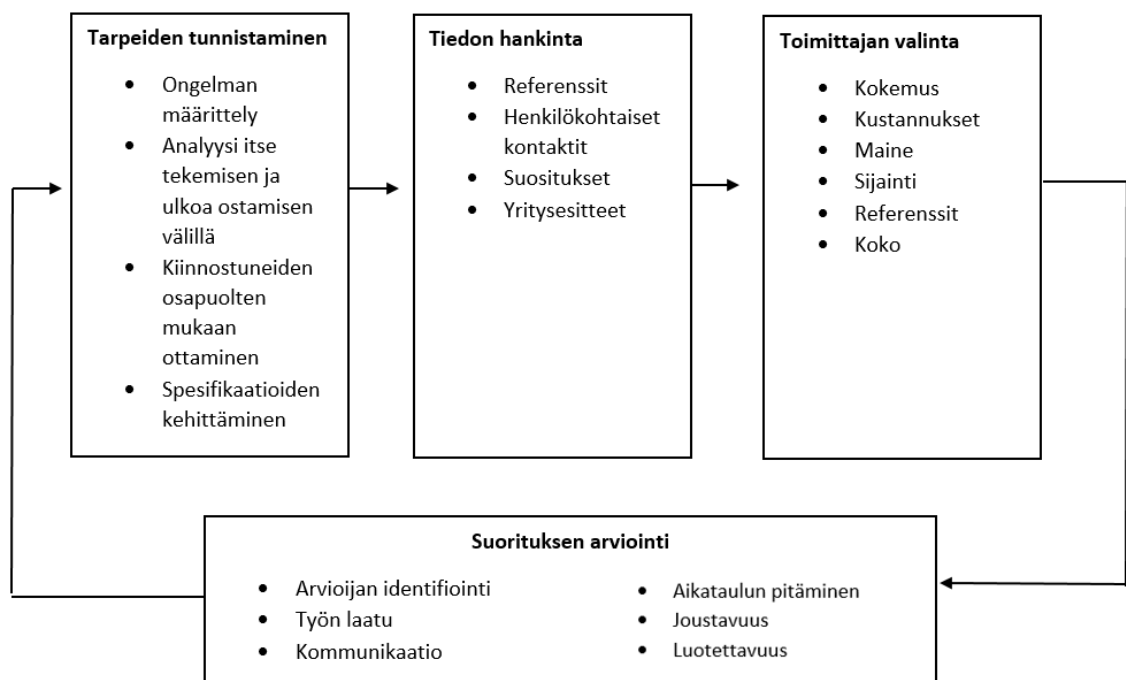
Edellä kuvatun hankintaprosessin vaiheet koskivat organisaation ensimmäistä ostokertaa kyseisestä tuotteesta, tai monimutkaista tuotetta. Myöhemmistä ostokertoista monet vaiheista jäävät pois tuttujen toimittajien ja tavaroiden vuoksi. Yrityksillä on erikseen omia rutiiniostoja. Rutiiniostoja tehdään toistuvissa ostoissa, halpojen tuotteiden kohdalla tai luotuaan luotettavan suhteen myyjään. Tällöin kilpailijoiden on vaikea päästä tarjoamaan omia tuotteitaan. (Bergström & Leppänen 2018, 131.)

Laineen (2015, 117–118) mukaan asiakkaiden ostotavat ovat muuttuneet, sillä oma-toimisuus ja aktiivisuus ovat lisääntyneet viime vuosina. Tämä näkyy hankinnan itseohjautuvaisuudella ja suuri osa asiakkaista vie prosessin hyvin pitkälle, ennen

kuin ottaa yhteyttä myyjiin. Hänen mukaansa hankintaprosessin vaiheet ovat enemmän moniulotteisempia ja monivaiheisempia kuin aikaisemmin. Perinteiset vaiheet kuitenkin voidaan tunnistaa siitä.

2.1.2 B-to-B-palveluiden hankintaprosessi

B-to-B-palveluiden prosessi on karkeasti yleisen hankintaprosessin mukainen, mutta tässä vaiheina ovat: tarpeiden tunnistaminen, tiedon hankinta, palveluiden toimittajan valinta ja toimittajan suorituksen arviointi (kuvio 2). Palveluiden ostamisen erityispiirteet näkyvät yksittäisten vaiheiden tarkastelussa, erityisesti palvelun spesifikaation eli palvelulta vaadittavien ominaisuuksien luominen, palvelutuottajan valinta ja laadunvalvonta. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 41.)



Kuvio 2. B-to-B-palveluiden ostoprosessi (Ojansalo & Ojansalo 2010, 42).

2.1.3 Palveluiden spesifioiminen

Palveluiden spesifikaatioiden luomisella tarkoitetaan yksityiskohtaisten vaatimusten asettamista ostettavalle tuotteelle. Palvelut voidaan spesifioida erilaisin periaattein, joita ovat: palvelun panosten mukaisesti, prosessin mukaisesti, välittömän lopputuloksen mukaisesti ja mahdollistetun arvon mukaisesti. (KAMK, [viitattu 23.4.2020].) Usein käytetään kuitenkin näiden yhdistelmää. Tällöin yritykset tuotteistavat palveluitaan asiakastarpeita vastaaviksi. Tämän mahdollistaakseen palvelun sisältö, hinta ja käyttöehdot määritellään erikseen jokaiselle asiakkaalle. (KAMK, [viitattu 23.4.2020].)

Palveluiden panosten mukaisessa spesifioinnissa on painopisteenä toimittajan resurssit ja kyvyt, eli ostetaan lisäkapasiteettia tai ulkoista asiantuntemusta. Spesifioinnissa ilmaistaan tarvittavat henkilö-, laite- ja muut palveluun tarvittavat resurssit. Prosessin mukaisessa spesifioinnissa ilmaistaan täsmällisesti toimet, jotka halutaan suoritettavan ja niiden laadun vähimmäisvaatimukset. Tällöin myyjä ja asiakas tietävät millaisia toimet ovat ja kuinka niitä suoritetaan lopputuloksen aikaansaamiseksi. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 44–45.)

Lopputuloksen mukaisessa spesifioinnissa asiakas tietää tarpeensa ja osaa ilmaista nämä palveluyritykselle yksilöiden. Tällöin on kaksi vaihtoehtoa: asiakas antaa palveluyrityksen muuntaa palvelut omiin tarpeisiinsa, tai asiakas myös erittelee tarvittavat toimet lopputulokseen päästäkseen. Mahdollistetun arvon mukaisessa spesifioinnissa määritellään palvelun jälkeiset mahdollisuudet, eli mitä organisaatio pystyy tekemään ostetun palvelun jälkeen. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 45–46.)

2.2 Organisaation ostopäätös

Ostopäätös muodostuu hankintaprosessin seurauksena. Koko prosessin etenemiseen vaikuttavat kyseisessä hankinnassa mukana olevat henkilöt ja heidän roolinsa organisaatiossa. (Laine 2015.) Henkilöiden toimintaan vaikuttavat paineet ja tunteet. Suositteluiden avulla pyritään saamaan ostopäätökselle varmuutta. Lisäksi organisaation toiminta, tavoitteet ja pyrkimykset tuovat omat haasteensa päätöksen tekoon. (Ylikoski 2010.)

2.2.1 Päätökseen vaikuttavat henkilöt

Ostopäätökseen vaikuttavien henkilöiden joukkoa kutsutaan käsitteellä "buying center", he ovat ostavassa organisaatiossa olevia, tai siihen liittyviä henkilöitä, joiden ajatukset, sanomiset ja toimet vaikuttavat hankintaprosessin aikana, sekä sen lopputulokseen (Bergström & Leppänen 2018, 128.) Käytännössä on heidän vastuulla ostetaanko ja mitä ostetaan. Päätökseen vaikuttavien henkilöiden joukko saattaa vaihdella eri hankintakerroilla riippuen ostettavan tavarán tai palvelun merkityksestä yritykselle. Eri rooleissa olevat henkilöt voivat kuulua tähän joukkoon ja tyypillisimpiä rooleja ovat: aloitteen tekijät, käyttäjät, ostajat ja päätöksentekijät. Yksi henkilö voi toimia kaikissa rooleissa tai mukana voi olla useampia henkilöitä. (Bergström & Leppänen 2018, 128.) Pienessä yrityksessä ostopäätökseen vaikuttavien henkilöiden joukko on yleensä pieni, mahdollisesti yrittäjä itse, kun taas suuremmassa yrityksessä joukko voi olla hyvin laaja (Brennan, Vanning & McDowell 2010, 40).

2.2.2 Päätöksen taustatekijät

Bergströmin ja Leppäsen mukaan (2018, 130) organisaation ostokäyttäytymiseen liittyy persoonallisuustekijöitä, kuten organisaation koko, henkilöstön lukumäärä ja toimipaikka, jotka kaikki vaikuttavat päätöksentekoon. Siihen vaikuttaa myös oman yrityksen imago, eli miten organisaatio pystyy rakentamaan imagoaan hankintojen kautta. Heidän mukaan sosiaalisen ympäristö, eli hankintaprosessiin osallistuvat ihmiset vaikuttavat toisiinsa ja päätöksentekoon yhdessä. Heidän mukaan kuluttajamarkkinoiden tavoin myös organisaatiomarkkinoilla on mielipidejohtajia, joiden ratkaisuja ja kokemuksia tuotteista ja toimittajista seurataan mm. sosiaalisen median kautta. Brennan ym. (2008, 32) lisäävät, että päätökseen vaikuttavat yrityksen liiketoiminnallinen riski ja tuotehankintojen kompleksisuus.

Suositteluja pidetään luotettavana tiedonlähteenä ja ne yritykset pärjäävät hyvin, joissa asiakkaat suosittelevat yrityksen palveluita. Suosittelevien edellytyksenä on asiakastyytyväisyys, johon on yrityksen sisällä panostettava. Eri prosesseilla ja asiakaskokemusten hallinnalla pyritään saavuttamaan korkea asiakastyytyväisyys. Suosittelevia on kutsuttu yhdeksi tehokkaimmiksi markkinointikeinoiksi. Tiedon merkitys kuluttajan näkökulmasta liittyy riskin hallintaan, ja tietoisuus vastikkeettomasta

suosittelusta parantaa valinnan onnistumista. (Ylikoski 2010.) Myös Laineen (2015, 112, 120) mukaan asiakkaat ovat tottuneet nopeaan ja helppoon tapaan ostaa, jossa olennaisessa roolissa ovat suositteluiden saaminen ja vertaistuki. Hänen mukaansa suositteluja pidetään luotettavina, objektiivisina ja kiinnostavina, jotka auttavat ostopäätöksen tekemisessä.

2.2.3 Ostokäyttäytyminen

Omatoimisuus ja ostokyvyykyys ovat kasvattaneet myös ostokäyttäytymisen muutosta. Aiemmin se on ollut hyvin lineaarista ja sen etenemistä on voitu ennustaa, mutta nykyään lineaarinen tapa ostaa on vähentynyt ja ennustamisesta on tullut hankalaa. Hankinta saatetaan viedä melkein loppuun, mutta sitten voidaankin palata taas alkupisteeseen. Nykyään tämä prosessi etenee enemmän moniulotteisesti ja monivaiheisesti, eikä välttämättä noudata säännönmukaista järjestystä. (Laine 2015, 120.)

Bergström ja Leppänen (2018, 129–130) korostavat, että organisaation hankintaa käsitellessä on muistettava, että organisaatioissa päätöksiä tekevät ihmiset, joille kohdistuu paineita tavoitteiden ja ostoihin liittyvien riskien takia. Heidän mukaan organisaatioiden asiakaskäyttäytymistä tulisikin tarkastella samalta tasolta, kuin yksilön käyttäytymistä muistaen organisaatiosta kohdistuvien paineiden vaikutus. He korostavat, että organisaatioiden ostaminen on suunnitelmallisempaa ja kalliimpaa kuin kuluttajien ostaminen, jolloin väärin valintojen tekeminen voi aiheuttaa riskejä liiketoiminnalle. Tämä vaikuttaa omalta osaltaan ostokäyttäytymiseen.

2.3 Palvelun tuottajan valinta

Palvelun tuottajan valinnasta puhuttaessa tarkoitetaan ennen ostopäätöstä tehtäviä toimia, jolla ehdokkaita arvioidaan ja laitetaan paremmuusjärjestykseen. Lopputuloksena on lopullinen valinta tuottajasta. Valinnassa suositaan tuottajan kykyä täyttää sekä laadulliset- että saatavuusvaatimukset. (Brennan ym. 2008, 32.) Valinnassa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä, jotka luonteeltaan muistuttavat audi-

tointia tai luokittelua. Auditoinnissa keskitytään tulevaisuuteen ja keskitytään muutamään tärkeimpään toimittajaan, joiden osaamista ja tulevaisuuden kykyjä pyritään arvioimaan. Luokittelussa keskitytään menneisyyteen keskittyen suureen osaan toimittajista, joista arvioidaan itse toimittajaa sekä sen tuotteiden ja palveluiden suori-tuskykyä. Valintakriteerit ja painotus vaihtelevat jokaisessa valintatilanteessa, joten kriteerit on aina selvitettävä erikseen tapauskohtaisesti. (Ojansalo & Ojansalo 2010, 46–47.)

2.4 Digitalisaation vaikutus hankintaprosessiin

Kuluttajapuolella on totuttu jo pitkään siihen, että tuotteita ja palveluita on helppo vertailla teknologian avulla ja digitaalisuus on mahdollistanut parempaan asiakas-kokemukseen. Sama ajattelumalli on seurannut myös yrityspuolelle, jossa nykyään oletetaan ostamisen olevan hyvin samanlaista ja siksi yritysasiakkaiden ostokäyt-täytyminen on muuttunut kuluttajien kanssa samankaltaiseksi. (Laine 2015, 120.)

Kurvisen ja Sepän (2016, 131) mukaan ostoprosessit alkavat nykyään hyvin pää-sääntöisesti internetin eri hakukoneista, mikä on B-to-B-ostajan kiistaton tietolähde. Myös Divan (2016) tutkimuksessa todettiin Suomessa käytettävän B-to-B-ostotoi-minnan tärkeimmiksi työkaluiksi hakukoneet ja verkkosivustot. Sosiaalisen median vaikutusta ei saa unohtaa hankintaprosesseissa, sillä sen avulla voidaan tiedustella tuttavilta suosituksia toimijoista. Sosiaalisen median kautta leviää myös nopeasti tieto toimijoista, joita he eivät suosittelle ollenkaan. Internetistä löytyy arvosteluita, sekä tietoja tuotteista ja palveluista, joiden avulla voidaan tehdä ostopäätöksiä koh-taamatta myyjää ollenkaan. (Aminoff & Rubanovitsch 2015, 25.)

Digitalisaation myötä hankintaprosessit ovat lyhentyneet, sillä ostaja saa internetistä paljon tietoa eri palveluiden toimittajista. Yrityksistä ja palveluista tarkistetaan tietoa ja kokemuksia eri lähteistä, jotka voivat vahvistaa myönteisen tai kielteisen ostopää-töksen muodostumista. Silverpop: Digital Media University – teettämän tutkimuksen mukaan vuonna 2014 ostopäätöksistä 57 prosenttia tapahtuu ennen kontaktia mui-den ihmisten kanssa. Lyhentyneitä prosesseja selitetään sillä, että ammattiostajat ovat valinneet potentiaaliset palvelutoimittajat usein jo etukäteen sekä tutustuneet toimittajien henkilökuntaan ja toimintatapoihin. Tällöin prosessi voi lyhentyä yhteen

tapaamiskertaan ja palveluita voidaan aloittaa heti suunnittelemaan. (Aminoff & Rubanovitsch 2015, 40–42.)

Oikukas ostaja -tutkimus (2015) käsittelee B-to-B-asiantuntijapalveluiden hankintaprosessia. Tutkimustuloksista selvitettiin, että vastaajista 60 prosentin mukaan prosessi kestää keskimäärin 1–6 kuukautta, 23,6 prosentilla vastaajista kestää 7–12 kuukautta ja muilla alle kuukauden tai yli 12 kuukauden. Tänä aikana suurin osa vastaajista seuraa toimittajan tuottamaa sisältöä ja noin puolet käyttävät niitä. Tutkimukseen vastanneista 71 prosenttia kertoo asiantuntijasisältöä julkaisevan yrityksen olevan etulyöntiasemassa kilpailijoihin nähden, mutta vain 35 prosenttia heistä piti sisältöä hyödyllisenä. Ostajat käyttävät sosiaalista mediaa tiedon hankkimisessa, jakamisessa ja verkostoitumisessa. IDC:n ja LinkedInin toteuttaman kyselyn mukaan 84 prosenttia C-tason johtajista hyödyntää sosiaalista mediaa hankinnoissaan. (Kurvinen & Seppä 2016, 219-220.)

2.5 Hinta

Tuotteen hinta on arvon mittari ja muodostaja, jolla yritys voi pyrkiä luomaan itselleen tietynlaista mielikuvaa. Tuotteen hinnoitteluun vaikuttaa moni asia, mutta hintatason perusta tulee markkinoiden, eli kysynnän ja tarjonnan suhteesta. Hinta on myös kilpailutekijä, jolloin korkea hinta voi rajoittaa tuotteen myyntiä ja matala hinta saattaa ehkäistä kilpalevien yritysten tuloa markkinoille samalla hintatasolla. (Bergström & Leppänen 2018, 233–238.) Ostajan näkökulmasta lyhytaikaisessa yhteistyössä hinnalla on suurempi vaikutus tavarain tai palvelun ostossa, kuin pidemmässä yhteistyössä (Brennan ym. 2008, 33).

Yrityksen tavoitteet ovat tärkeänä tekijänä hintatason määrittämiselle, sillä ne muodostavat pohjan yrityksen hinnoittelulle. Hinta vaikuttaa tuotteen kannattavuuteen, asemoitiin ja sen avulla pyritään vaikuttamaan yrityksen imagon muodostumiseen. Kustannukset määrittelevät hinnan alarajan, sillä sen on katettava muodostuvat kustannukset. Myytävä tuote vaikuttaa aina hinnan määrittelyssä, sillä mitä erilaisempi tuote on verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin, niin sitä vapaammin voidaan hinnoitella. Hinnan tulee olla kohderyhmälle sopiva. Sama tuote saattaa olla eri hintainen eri kohderyhmille. (Bergström & Leppänen 2018, 233–238.)

2.6 Sijainti

Optimaalinen sijainti on jokaisen yrityksen tavoite ja toimialasta riippuen se on valittava oikein. Etäisyydet ovat kuitenkin alkaneet menettämään merkitystään toimittajan valinnassa, sillä kaikki tieto kulkee digitalisaation seurauksena aina mukana. Usein organisaatioissa on fyysisesti keskitetty toimintojen sijaintia, sillä nykyään voidaan tuoda koko yritys yhteen paikkaan digitaalisesti. Näkyvyys on nykyään sijaintia tärkeämpi tekijä yrityksen löytämisessä. (Kurvinen & Seppä 2016, 20.)

Digitaalinen liiketoiminta ja digitaaliset palvelut tuovat mahdollisuuksia kaupanteen ja asiakassuhteisiin ilman sijainnin tuomia rajoituksia. Vaikka digitaalisuus tuo uusia mahdollisuuksia, eivät fyysiset toimipisteet useinkaan katoa, vaan niiden kautta voidaan keskittyä panostamaan enemmän paikalliseen toimintaan. (Digia 2019.)

3 TILITOIMISTON ASiantuntijapalvelut

Tilitoimistoilla on erilaisia palveluita, jotka painottuvat taloushallintoon ja palkanlaskentaan. Usein tilitoimistojen palvelut ovat laajempia ja niihin voi kuulua mm. yritys- ja veroneuvontaa, talouspäällikköpalveluita ja henkilöstöpäällikköpalveluita. Kaikki palvelut räätälöidään aina asiakkaan tarpeisiin. Tilitoimistojen palveluita käyttääkseen on ulkoistettava yrityksen taloushallinto. (Tilitoimiston palvelut, [viitattu 6.5.2020].)

3.1 Taloushallinnon ulkoistaminen

Tuotteen tai palvelun ostamista yrityksen ulkopuoliselta toimijalta kutsutaan ulkoistamiseksi, ja yrityksen taloushallinto voidaan ulkoistaa tilitoimistoon. Siellä hoidetaan taloushallintoon liittyvät asiat yrityksen tarpeen mukaisesti. Tarvittavia palveluita ovat mm. juokseva kirjanpito, tilinpäätös, veroilmoitus, raportointi, ulkoisen laskennan palvelut: palkanlaskenta, maksatus, osto- ja myyntireskontra. (Tilitoimiston palvelut, [viitattu 13.4.2020].) Ulkoistamisen syynä on usein oman liiketoiminnan kehittämisen tarve, joka toteutetaan resurssien keskittämisen avulla (Silta, [viitattu 16.4.2020]).

Ulkoistamisen hyötyinä voivat olla kustannussäästöt ja henkilöstön käyttö olennaisiin toimintoihin. Ulkoistamalla taloushallinnon, voi yritys keskittyä vain ydinliiketoimintaan ja näin parantaa tehokkuuttaan. Riskinä voi olla, että kaikki ei toimi ulkopuolisen toimijan kanssa hyvin. Lisäksi on muistettava se, että ulkoistaminen ei poista kaikkea taloushallintoon liittyvää, vaan sitä on jossain määrin hallittava myös yrityksen sisältä. Tämä vie resursseja ydinliiketoiminnasta. (Buck 2018.)

3.2 Kirjanpito ja tilinpäätös

Kirjanpidon on oltava kirjanpitolain (L 30.12.1997/1336) mukaista liikekirjanpitoa. Kirjanpidon tärkeimpänä tehtävänä voidaan pitää tiedon tuottamista yritykselle itselleen, sekä sen ulkoisille sidosryhmille. Toiminnan tulos nähdään tuloslaskelmasta,

ja yrityksen vakavaraisuus ja maksuvalmius taseesta. Kirjanpidon määräyksiä sääntelee mm. kirjanpitolaki (L 30.12.1997/1336), arvonlisäverolaki (L 30.12.1993/1501) ja elinkeinoverolaki (L 24.6.1968/360). Tämän takia kirjanpidon tekijän on syytä tuntea nämä lait. (Kirjanpidon ABC, [viitattu 5.4.2020].) Verohallinnon ohjeistuksia seurattava säännöllisesti, sillä niistä saa verotukseen liittyvät lakimuutokset selville helposti ja luotettavasti. Kirjanpitolaki (L 30.12.1997/1336) määrittelee kirjanpidon pitämiselle mm. kirjanpitovelvollisuuden, kirjausketjun, kirjanpitoaineiston määräykset, ja kirjanpitoaineiston säilyttämistä koskevat määräykset.

Kirjanpidon palvelun ulkoistaminen käytännössä tarkoittaa, että yrittäjä huolehtii kaikista tapahtumistaan tositteet, joiden perusteella kirjanpitäjä tekee kirjauksen kirjanpitoon. Kirjausten pohjalta tehdään yrityksen tilinpäätös ja tilinpäätöksen pohjalta tuloveroilmoitus. (Kirjanpidon ABC, [viitattu 5.4.2020].)

Kirjanpidon palvelut tilitoimistossa tarkoittavat useimmiten sitä, että kirjanpitäjä hoitaa lakisääteiset palvelut, kuten arvonlisäveroilmoitukset, tuloveroilmoitukset ja kirjanpidon toteuttamisen. Palvelut räätälöidään aina asiakkaan tarpeisiin ja yksinkertaisimmillaan yrittäjän vastuulla on koota yrityksen tositteet ja tiliote kuukausittain, ja toimittaa ne tilitoimistoon. (Marjamäki 2020.) Hänen mukaan työnjaon sopiminen on erittäin tärkeää, varsinkin jos asiakas haluaa olla enemmän mukana kirjanpidossa, esim. hoitamalla ostoreskontraa. Kirjanpitäjän tekemät ylimääräiset työt koostuvat tavallisesti puuttuvien tositteiden selvittelystä ja asiakkaan tekemien kirjanpidollisten virheiden oikaisusta. Sähköisyyden lisääntyessä perinteinen kirjanpidon työ vähenee ja työ muuttuu enemmän konsultoivaksi. Kirjanpitäjän tehtävä on auttaa yrityksen talousasioissa parhaansa mukaan ja siksi jatkuva yhteys on asiakkaan ja kirjanpitäjän välillä on erittäin tärkeää.

Tilikaudelta on laadittava tilinpäätös, joka sisältää: tilinpäätöspäivän taloudellista asemaa kuvaavan taseen, tuloksen muodostumista kuvaavan tuloslaskelman, varojen hankintaa ja niiden käyttöä selvitettävän rahoituslaskelman, jos kirjanpitovelvollinen on suuryritys tai yleisen edun kannalta merkittävä yhteisö, sekä taseen, tuloslaskelman ja rahoituslaskelman liitteenä olevat tiedot. (L 30.12.1997/1336.)

Tilinpäätöksen tulee antaa oikea ja riittävä kuva toiminnan tuloksesta ja yrityksen taloudellisesta asemasta. Kirjanpitolaki määrittelee tilinpäätösvelvollisuuden. (L 30.12.1997/1336.) Tilikausi on yleisesti 12 kuukautta ja tilikauden päättymisestä on

neljän kuukauden kuluessa laadittava tilinpäätös. Lisäksi on annettava veroilmoitus. (Yrityksen kirjanpito 2018, 28.) Tilinpäätöksessä tase kertoo yrityksen taloudellisen aseman tilinpäätöspäivänä, ja tuloslaskelmasta nähdään mistä yrityksen tulos on muodostunut. Tilinpäätöksessä on oltava mukana myös edellisen vuoden vertailutiedot. (Kirjanpidon ABC, [viitattu 5.4.2020].)

3.3 Palkanlaskenta ja henkilöstöjohtamisen palvelut

Palkanlaskennassa tärkeintä on tieto siitä, mitä työntekijälle maksetaan, minkä verran ja mikä on perusteena. Ristiriitaisille määräyksille on tiedettävä etusijajärjestys. Lainsäädäntö on ensisijainen lähde, jossa tärkeimmät lait palkanlaskennassa ovat työsopimuslaki (L 26.1.2001/55), työaikalaki (L 5.7.2019/872) ja vuosilomalaki (L 18.3.2005/162). Seuraavana järjestyksessä on työehtosopimus, johon työsuhteen ehdot usein perustuvat. Tämän tunteminen on palkanlaskennassa erittäin tärkeää. Työsopimuksen määräykset ovat lainsäädännön ja työehtosopimuksen jälkeen seuraavana järjestyksessä. Työntekijän saamat edut voivat myös perustua työnantajan vakiintuneeseen käytäntöön. Palkanlaskenta koostuu siis monista säännöksistä, joiden noudattamisessa oltava tarkkana. (Mattinen, Orlando & Parnila 2020, 19–25.)

Palkanlaskennan palveluiden ulkoistaminen tarkoittaa sitä, että yhteistyö kattaa palkkapalveluiden jatkuvuuden järjestelmien, prosessien ja resurssien näkökulmasta. Tärkeintä on, että henkilöstö saa palkat oikein ja ajallaan, lisäksi palkanlaskija hoitaa työnantajan lakisääteiset velvoitteet. (Silta, [viitattu 16.4.2020].) Tilitoimistossa palvelut räätälöityvät aina asiakkaan tarpeeseen ja mahdollisuutena on kattaa kaikki palkanlaskentaprosessin vaiheet: henkilötietojen hallinta, palkkojen laskenta, maksatus, raportointi jaksotukset lakisääteisiin ilmoituksiin sekä neuvonta palkka-asioissa. (Palkanlaskenta ja HR, [viitattu 16.4.2020].)

Henkilöstöhallinto (HR) on työntekijöiden johtamista liiketoimintalähtöisesti, jonka tavoitteena on kehittää henkilöstöön liittyviä toimintoja yrityksen strategioiden ja toimialan erityispiirteiden mukaisesti. Henkilöstöhallinto toteutuu erikokoisissa yrityksissä eri tavoilla. Suurissa yrityksissä on usein oma HR-henkilö tai -osasto, joka toteuttaa nämä tehtävät. Pienemmissä yrityksissä usein hoidetaan itse tai ulkoistetaan osa näistä palveluista. Henkilöstöhallinnon tarkoituksena on kehittää johdon

strategiaa ja olla liiketoiminnan tukena. Henkilöstöhallinto tukee johdon päätöksentekoa suunnittelemalla ja raportoimalla johdolle, sekä ennakoimalla tulevia muutoksia työelämässä ja työn tekemisessä. (Männistö 2017.)

Henkilöstöjohtamisen palvelut eli HR-palvelut tilitoimistossa räätälöidään aina yrityskohtaisesti. Palveluihin kuuluvat muun muassa rekrytoinnit, työsuhdeasiat ja työsuhdejuridiikka, työhyvinvointi ja työilmapiiri, henkilöstösuunnittelu, yrityskulttuurin ja työnantajamielikuvan luominen, esimiestyön tukeminen, johdon tukeminen ja konsultointi, HR-prosessit ja kartoitukset. (HR-päällikkö, [viitattu 5.4.2020]).

3.4 Talouspäällikköpalvelut

Controller tai talouspäällikkö on taloushallinnon asiantuntija ja keskeistä työlle ovat yrityksen liiketoimintaan ja laskentatoimeen liittyvät tehtävät. Tarkemmin tehtäviin kuuluu taloudellisen tiedon tuottaminen, analysointi, raportointi, raportointijärjestelmän ylläpitäminen ja kehittäminen. Controller myös laatii yritykselle taloudellisia ohjeistuksia ja toimii taloudellisena neuvonantajana, sekä tukee johtoa päätöksenteossa. (Ammattinetti, [viitattu 17.4.2020].)

Talouspäällikköpalvelut ovat uusimpia tilitoimistojen asiantuntijapalveluiden muotoja. Ne ovat luotu helpottamaan asiajohtamista numeroiden avulla. Tarkoituksena on, että yritykset saavat ajantasaista tietoa omasta taloudestaan ja apua tulevaisuuden suunnitelmissa ja sen kehittämisessä. Talouspäällikköpalvelut auttavat yrittäjää ennustamaan liiketoiminnan muutoksia ja kehittämään liiketoimintaa. Nämä palvelut ovat aina räätälöity juuri asiakkaan tarpeeseen ja palvelut muuttavat muotoaan. (Palvelukuvaus 2019.)

4 TUTKIMUSASETELMA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää yrittäjiltä tilitoimiston valintaan vaikuttavia tekijöitä monipuolisesti ja eri näkökulmista. Tutkimusongelmaksi muodostui tilitoimiston valintaan vaikuttavien tekijöiden ymmärtäminen tilitoimistojen toiminnan kehittämiseksi. Tähän ongelmaan pyritään löytämään ratkaisua seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. Yhtiömuotojen vaikutus tilitoimiston valintaan?
2. Mitä palveluita tilitoimistolta vaaditaan?
3. Mitä pidetään tärkeänä kirjanpidossa ja palkanlaskennassa?
 - Onko sähköisyydellä merkitystä näihin?
4. Mistä lähdetään etsimään tilitoimistoa?

4.1 Tutkimusmenetelmät

Metodologia tarkoittaa kaikkia tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä ja nämä menetelmät jaetaan yleisesti kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen menetelmään. Ne eroavat toisistaan kaikissa tutkimuksen vaiheissa: tiedonkeräämisessä, analyysissä ja tulointavaiheessa. Lisäksi ne sopivat eri tilanteisiin. (Kananen 2008, 11.) Tutkimuksen suunnittelun ja toteutuksen kannalta tutkimusmenetelmän valinta on hyvin oleellinen osa tutkimusta. Erilaiset menetelmät antavat erilaisia aineistoja, jolloin valinta liittyy kysymykseen tutkimuksen tiedonintressistä, eli siitä millaista tietoa tutkimuksella tavoitellaan ja millaisella tutkimusaineistolla saadaan tutkimusongelmat parhaiten ratkaistua. (Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 28.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käytetään silloin, kun tiedonintressinä on saavuttaa numeraalista ja teknistä tietoa. Sen avulla pyritään vastaamaan kysymyksiin: kuinka paljon ja miten usein. Pyritään samaan yleiskuva muuttujien välisistä suhteista. Kysymykset ovat usein strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä, jotta halutun tiedon etsiminen helpottuu. Tulokset esitellään numeerisesti eri tilastojen avulla. Kvantitatiivista tutkimusta tehdessä on tärkeää olla objektiivinen eli puolueeton, jol-

loin tutkija ei saa vaikuttaa tutkimustuloksiin tai -prosessiin. Tutkimukselle on tyypillistä, että vastauksia on suuri määrä. Havaintoyksiköiksi suositellaan vähintään satua kappaletta (Vilkka 2007, 13–17.)

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tavoitellaan tietoa, joka auttaa ilmiön tai asian ymmärtämisessä. Tutkitaan kohderyhmän motiiveja, tuntemuksia, tunteita ja asenteita. Tutkimuksissa tutkittavat saavat avoimia kysymyksiä, joihin on tarkoitus vastata laajasti. Tulosten analysoinnin vuoksi ei tutkimuksissa keskitytään vastausten laatuun, eikä määrään. (Mäntyneva ym. 2008, 69.)

Tähän tutkimukseen valittiin kvantitatiivinen tutkimus. Tämä tapa valikoitui, sillä haluttiin tutkia suurta joukkoa ja tutkimustuloksia halutaan yleistää mahdollisuuksien mukaan. Tutkimus haluttiin suorittaa kyselynä, jossa pääosin strukturoituja kysymyksiä. Valinnassa pohdittiin eroja Luukkaisen (2018) kvantitatiiviselle tutkimukselle ja Borgin ja Tokolan (2011) kvalitatiiviselle tutkimukselle, jotka käsittelivät samanlaista aihetta. Mielestäni Luukkaisen (2018) tutkimuksessa saatiin paremmin selville isomman joukon mielipiteitä asiasta, joten valitsin myös kvantitatiivisen tutkimuksen. Vastausten keräys ja analysointi hoituisi kyselyn avulla mahdollisimman nopeasti ja luotettavasti, antaen laajan kuvan tutkimusaiheesta, jolloin useamman mielipiteet saataisiin tutkittua.

4.1.1 Aineiston analyysimenetelmät

Analysointiin vaikuttaa aineiston muuttujien asteikollisuus, tästä riippuu millä menetelmillä aineistoa voidaan analysoida tilastollisesti. Luokitteluasteikollisia muuttujia analysoidaan usein graafisesti tai taulukkoina, jolloin sisältöä tulkitaan myös sanallisesti. (Mäntyneva ym. 2008, 59.)

Tutkimusaineiston analyysiin vaikuttaa muuttujien määrän välinen riippuvuus ja muuttujien vaikutus toisiinsa. Yhden muuttujan jakaumasta haetaan tietoa sijaintiluvun avulla esim. keskiarvo ja moodi. Hajontalukuja käytetään, kun etsitään tietoa havaintoarvojen poikkeavuuksista toisistaan. Hajontalukuja ovat mm. vaihteluväli ja keskihajonta. Kun analysoidaan kahden muuttujan välistä riippuvuutta, käytetään

usein ristiintaulukointia. Sillä saadaan tietoa siitä, miten muuttujat ovat riippuvaisia toisistaan. (Vilkkä 2007, 118–120.)

Tässä tutkimuksessa tuloksia analysoidaan ja havainnoidaan kuvioiden avulla. Kuvia pyritään tulkitsemaan myös sanallisesti ja nostamaan esiin poikkeuksia ja eroavaisuuksia. Tutkimusongelmaan liittyy paljon eri muuttujia, joilla saadaan vastauksia eri näkökulmista, joten ristiintaulukointi sopii tiettyjen tulosten analysointiin hyvin.

4.1.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tarkoituksena on saada luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Tätä voidaan arvioida tutkimuksen jälkeen. Arvioimisessa käytetään luotettavuutta kuvaavia reliabiliteetti- ja validiteettikäsitteitä. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä, eli tulokset ovat toistettavissa eikä tuota sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen mittarin valinta vaikuttaa tuloksen luotettavuuteen. (Kananen 2008, 80.)

Validiteetin eli pätevyyden saadakseen, on tulosten oltava juuri sitä mitä tutkijan on tarkoitus tutkia. Jotta tutkimus olisi validi, on käytettävä oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mitattava oikeita asioita. Ulkoinen validiteetti liittyy tulosten yleistettävyyteen ja se on kunnossa, jos otos vastaa populaatiota. Sisältövaliditeetissa tulosten oltava seurausta käytetyistä muuttujista. Kysely on laadittava tarkasti ja miettiä rakenne oikeanlaiseksi. Kysely on johdettava teoriasta ja sen on mitattava oikeaa asiaa. (Kananen 2008, 81–82.)

Otantamenetelmä on tapa, jolla havaintoyksiköt valitaan perusjoukosta, eli siitä kohdejoukosta, jota tutkimuksessa on tarkoitus tutkia. Otantamenetelmä vaikuttaa myös tutkimuksen luotettavuuteen ja sen valintaan vaikuttavat tutkimuksen tavoitteet, resurssit, tarkkuusvaatimukset, perusjoukon koko, -sijainti ja -ominaisuudet, sekä käytettävissä olevat rekisterit. Otos on perusjoukon osa, jolla voidaan saada kokonaiskuva koko perusjoukosta. Otoksen pitäisi edustaa kaikki perusjoukon ominaisuuksia ja ilmenemistapoja. Suppean kohderyhmän kohdalla vastausten määrän tulisi olla vähintään sata havaintoyksikköä ja vertailla eri ryhmiä otoskoon tulisi olla vähintään 30 havaintoyksikköä. (Vilkkä 2007, 51–57.)

4.2 Tutkimuksen eteneminen

Ensin määriteltiin tutkimukselle se, mitä on tarkoituksena selvittää ja miten. Tutkimusongelmaksi muodostui tilitoimiston valintaan vaikuttavien tekijöiden ymmärtäminen tilitoimiston toiminnan kehittämiseksi. Seuraavaksi määriteltiin tutkimuksen kohdejoukko yhdessä toimeksiantajan kanssa ja päätettiin toteuttaa kvantitatiivinen tutkimus. Kohdejoukkoon valittiin Pohjanmaan Ekonomitoimiston asiakkaita, joista suuri osa on vaihtanut tilitoimistoa viimeisen kymmenen vuoden sisällä. Kyselyyn vastanneet ovat yrittäjiä tai toimitusjohtajia, ja kooltaan yritykset ovat lähinnä pieniä tai keskisuuria. Ekonomitoimistolta annettiin valmis sähköpostilista, johon kyselyn linkki liitettiin.

Kysymyksien muodostamista suunniteltiin huolella ja mietittiin sitä, minkälaisia perustietoja halutaan yrityksistä tietää. Pyrittiin miettimään minkälaisilla tiedoilla voisi olla vaikutusta tuloksien analysoinnissa ja erittelyssä. Tarkentaviin kysymyksiin käytettiin pohjana tutkimuskysymyksiä ja teoriaosuutta siitä, mitkä ovat asiat voivat vaikuttaa tilitoimiston valinnassa. Kyselylomakkeen laatimisessa käytettiin apuna myös Luukkaisen tutkimusta (2018), josta pyrittiin valitsemaan sopivia kysymyksiä myös tähän tutkimukseen. Kysymyksiä pohdittiin myös yhdessä tilitoimiston opinnäytetyöohjaajan kanssa, sekä hyväksytettiin tilitoimiston toimitusjohtajalla. Kyselylomakkeesta pyrittiin tekemään mahdollisimman validi.

Tutkimusta varten laadittiin verkkokysely Webropol-ohjelmalla (liite 1). Kysely lähetettiin 13.2.2020 sähköpostitse 535 vastaanottajalle. Sähköposteista palautui 41, joten todellinen vastaanottajamäärä oli 494. Saatekirjeessä (liite 2) vastausaikaa annettiin 29.2.2020 saakka, eli yhteensä 17 päivää. Vastauksi kertyi yhteensä 104 kappaletta vastausprosentin ollessa 21,05 prosenttia.

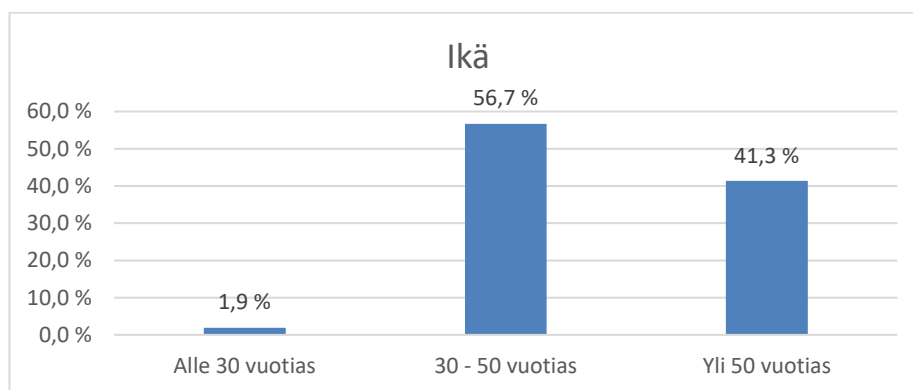
Webropol-ohjelmasta saatiin vastaukset koottuna Excel-tiedostona, josta ne siirrettiin SPSS-tilasto-ohjelmaan (Statistical Package for Social Sciences). Tilasto-ohjelmasta saatiin kootusti vastaukset ja ristiintaulukoinnit. Näiden pohjalta tehtiin erilaisia kuvioita, jotta pystyttiin vertaamaan muuttujien vaikutusta toisiinsa. Lopulta tutkimuksia analysoitiin ja niistä tehtiin johtopäätöksiä. Viimeisenä pohditaan tutkimuksen onnistumista.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tämä tutkimus on toimeksiantotyö Pohjanmaan Ekonomitoimistolta. Seuraavaksi käsitellään kyselyn tuloksia. Kysely (liite 1) lähetettiin helmikuussa 2020 saateviestillä (liite 2) 494 vastaanottajalle. Kyselyyn saatiin 104 vastaajaa ja jokainen kysymys oli pakollinen. Kysely suoritettiin täysin anonyymisti ja objektiivisesti eli tutkija ei voinut vaikuttaa siihen kuka vastaanottajista kyselyyn vastaa ja minkälaisia vastauksia antaa.

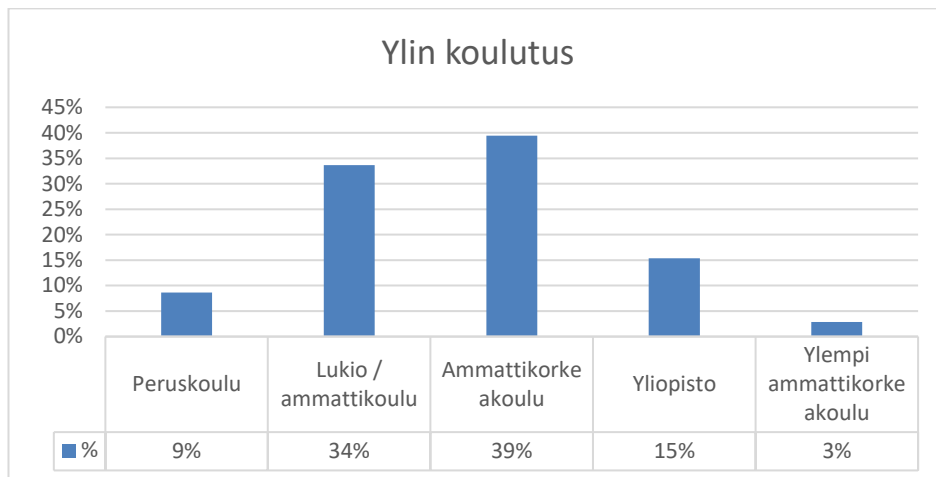
5.1 Vastaajien perustietoa

Kyselyyn vastanneista (kuvio 3) yli puolet (56,7%) olivat 30–50-vuotiaita ja 41,3% olivat yli 50-vuotiaita. Nuorempia vastaajia oli vain 1,9% vastaajista.



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden ikä (n=104).

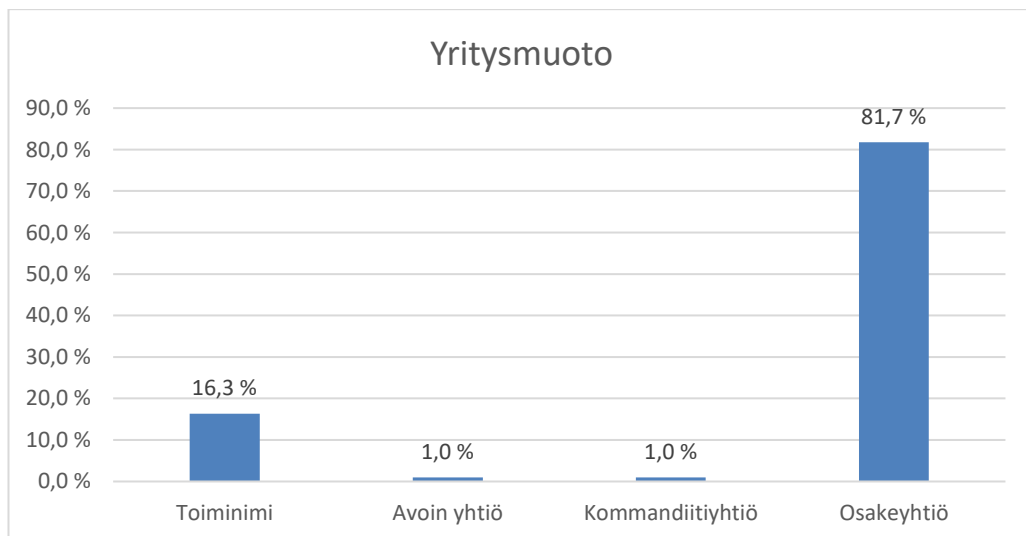
Vastaajien perustiedoissa kysyttiin ylintä koulutusta (kuvio 4). Eniten vastauksia saivat ammattikorkeakoulu, jonka olivat suorittaneet ylimpänä koulutuksena 39,4% vastaajista, sekä lukio tai ammattikoulu, jonka olivat suorittaneet ylimpänä koulutuksena 33,7% vastaajista.



Kuvio 4. Vastaajien ylin koulutus (n=104).

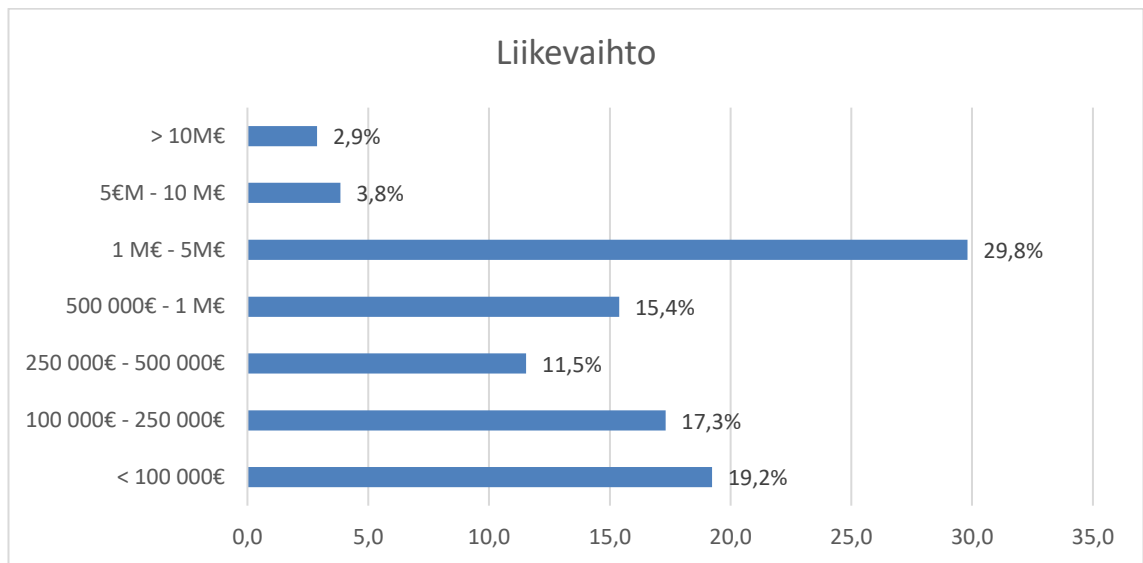
5.2 Yritysten taustatietoja

Kyselyyn vastanneista yrityksistä (kuvio 5) 16,3% ovat toiminimiä, 1% avoimia yhtiöitä, 1% kommandiittiyhtiöitä ja 81,7% osakeyhtiöitä. Perusjoukossa tiedettiin olevan vain vähän avoimia yhtiöitä ja kommandiittiyhtiöitä, mutta vastausprosentin ollessa näin pieni, ei niiden tuloksia voida eritellä.



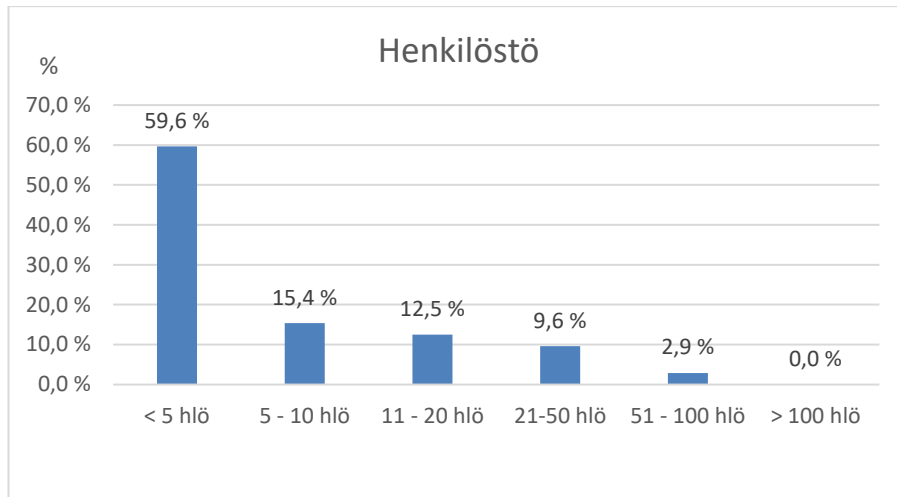
Kuvio 5. Yritysmuodot (n=104).

Kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon vaihtelu oli suurta (kuvio 6), mutta eniten (29,8%) vastauksista oli yhden miljoonan ja viiden miljoonan välillä. Alle yhden miljoonan liikevaihdot jakautuivat aika tasaisesti (11,5% – 19,2%) neljän vaihtoehdon välillä. Vähiten (2,9%) vastauksista olivat yli kymmenessä miljoonassa, mutta kohderyhmä pääsääntöisesti pieniä ja keskisuuria yrityksiä, joilla harvoin on yli kymmenen miljoonan euron liikevaihtoa.



Kuvio 6. Liikevaihto (n=104).

Henkilöstön määrässä (kuvio 7) huomattavasti eniten (59,6%) vastauksia tuli vaihtoehtoon: henkilöstön koko on alle viisi. Perusjoukkoon kuuluu paljon yksinyrittäjiä. Suuremmissa henkilöstömäärissä vastaukset vähenivät tasaisesti, eikä yli sadan henkilöstöä ollut yhdelläkään vastaajista.



Kuvio 7. Henkilöstön määrä (n=104).

5.3 Tutkimustulokset ja analysointi

Seuraavaksi analysoidaan tuloksia ja pyritään löytämään vastauksia tutkimuskysymyksien kautta tutkimusongelmaan. Tuloksia analysoidaan ensin kaikkia yhdessä, jonka jälkeen vertaillaan niitä eri tavoin. Vastauksia vertaillaan mahdollisuuksien mukaan niin yhtiömuodon, liikevaihdon ja henkilöstön koon mukaan tuloksiin sopivimmalla tavalla.

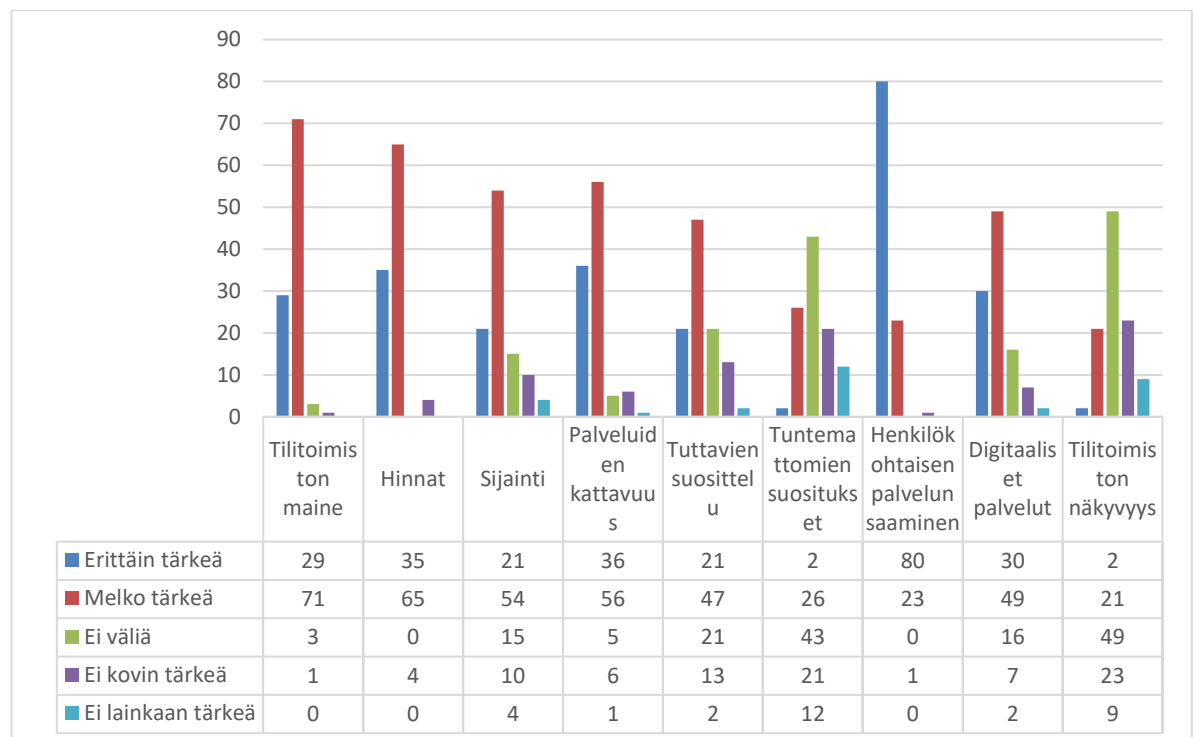
5.3.1 Miten paljon seuraavat asiat vaikuttavat tilitoimiston valintaan?

Kysymyksessä kysyttiin seuraavien asioiden tärkeyttä: tilitoimiston maine, hinnat, sijainti, palveluiden kattavuus, tuttavien suosittelut, tuntemattomien suositukset, henkilökohtaisen palvelun saaminen, digitaaliset palvelut ja tilitoimiston näkyvyys. Vastauksissa käsitellään ensin kaikkia yhdessä ja lisäksi analysoidaan eroja eri yhtiömuotojen välillä. Yhtiömuodoissa avoimia yhtiöitä oli 1% ja kommandiittiyhtiöitä 1%, joten heidän vastaukset eivät ole reliaabeleita. Näitä ei tarkastella erikseen olleenkaan.

Tuloksista (kuvio 8) voidaan huomata selvästi neljä tärkeintä kriteeriä tilitoimiston valinnassa. **Henkilökohtaisen palvelun saamista** pidetään tärkeimpänä kriteerinä tilitoimiston valinnassa, sillä erittäin tärkeäksi sen mielsivät 76,9% ja melko tärkeiksi

22,1%. **Hinnat** ovat tärkeässä roolissa, sillä vastaajista 33,7% pitää hintoja erittäin tärkeänä ja 62,5% pitää melko tärkeänä. **Tilitoimiston maine** on myös tärkeä kriteeri, sillä erittäin tärkeänä sitä pitivät 27,9% ja melko tärkeänä 68,3%. **Palveluiden kattavuus** pääsi neljän tärkeimmän kärkeen, sillä 34,6% pitivät sitä erittäin tärkeänä ja melko tärkeänä pitivät 53,8% vastaajista.

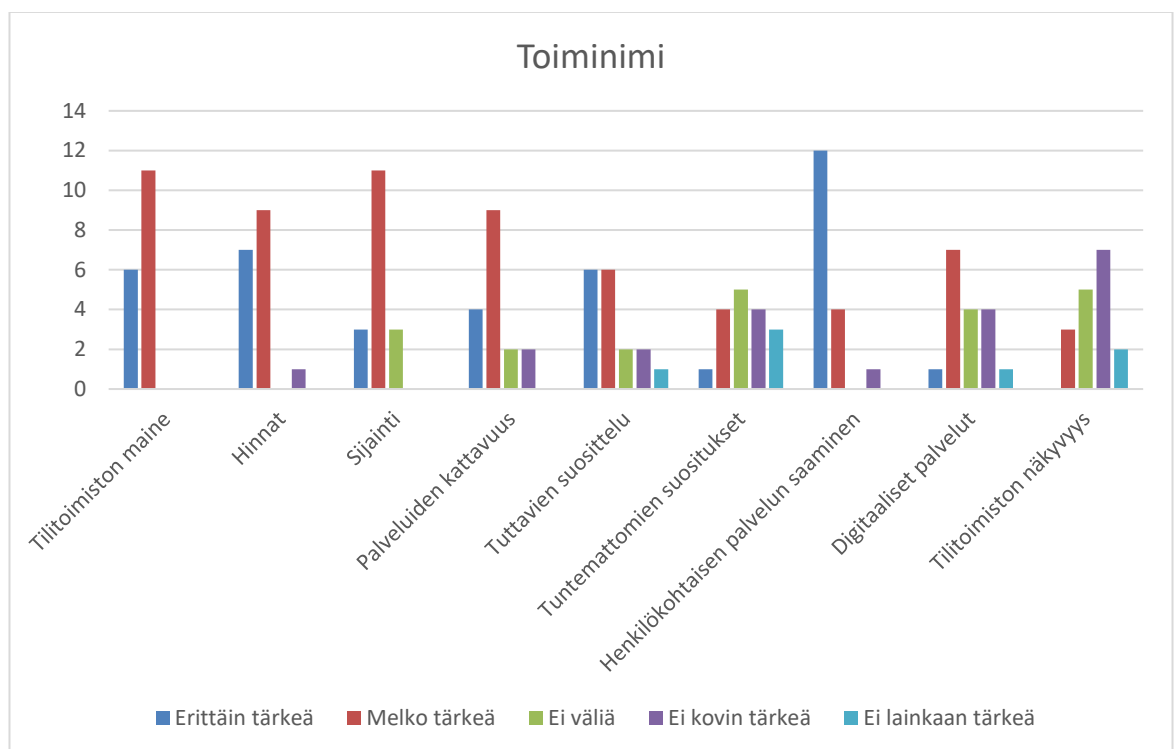
Henkilökohtaisen palvelun saaminen on erittäin tärkeää 80 vastaajalle. Tämä on selkeä ero muihin erittäin tärkeisiin vastauksiin, sillä seuraavaksi erittäin tärkeänä pidettiin palveluiden kattavuutta 36 vastaajalla. Lähes kaikissa kriteereissä oli eniten vastauksia kohdissa ”erittäin tärkeä” tai ”melko tärkeä”, mutta tuntemattomien suosituksissa ja tilitoimiston näkyvyydessä oli eniten ”ei väliä” -vastauksia. Tuntemattomien suosittelussa 41,3% ja tilitoimiston näkyvyydessä 47,1% vastauksista oli, että asialla ei ole väliä. Nämä kategorioissa oli myös eniten vastauksia kohdissa ”ei kovin tärkeä” ja ”ei lainkaan tärkeä”.



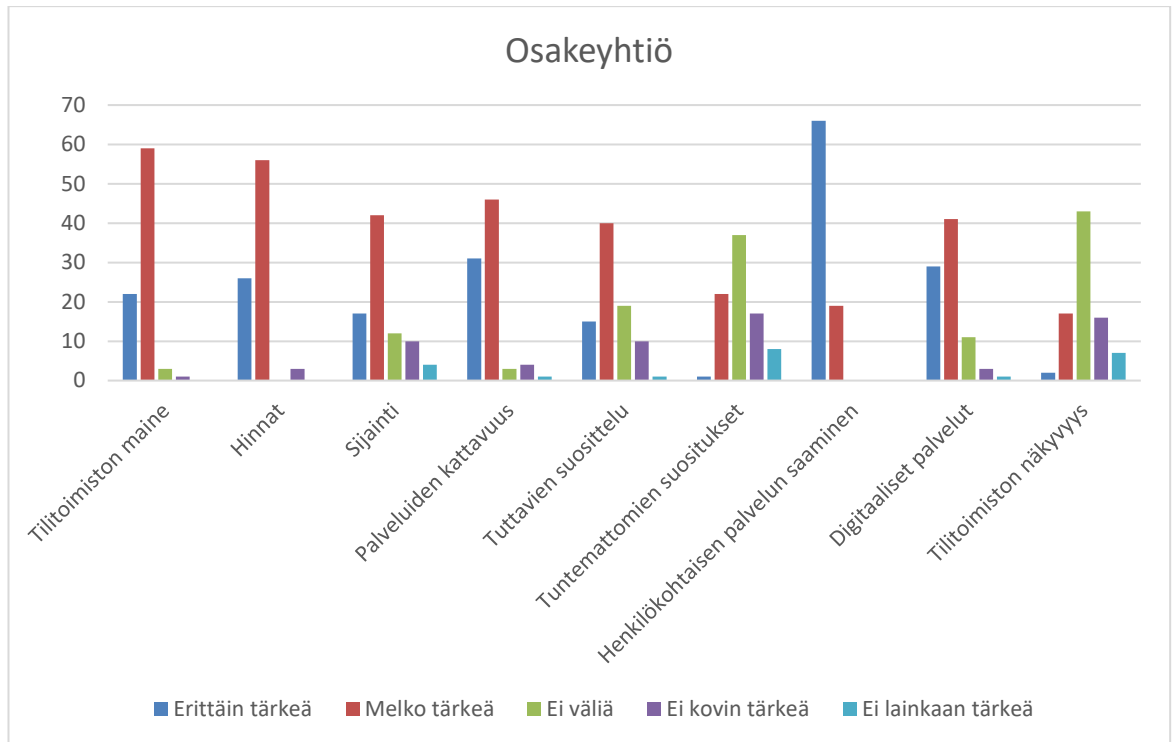
Kuvio 8. Kuinka tärkeänä näitä asioita pidetään tilitoimiston valinnassa? (n=104).

Kuvio 9 esittää toiminimien vastauksia ja kuvio 10 esittää osakeyhtiöiden vastauksia siitä, mitä he pitävät tärkeänä tilitoimiston valinnassa. Kuviot ovat hyvin samankaltaiset, mutta eroja löytyy.

Palveluiden kattavuutta pidettiin toiminimien kuviossa erittäin tärkeänä 23,5%, kun taas osakeyhtiöiden kuviossa sitä piti erittäin tärkeänä 36,5% vastaajista. Digitaalisia palveluita pidettiin toiminimien vastauksissa ”ei kovin tärkeänä” tai ”ei lainkaan tärkeänä” 29,4%, kun vastaava luku oli osakeyhtiöiden vastauksissa 4,7%.

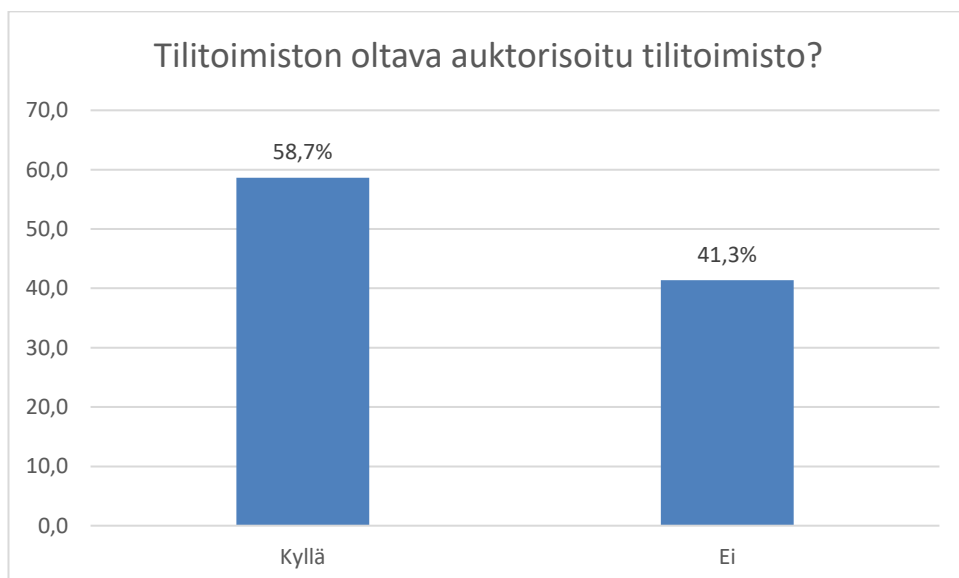


Kuvio 9. Kuinka tärkeänä toiminimet pitävät näitä asioita tilitoimiston valinnassa? (n=17).



Kuvio 10. Kuinka tärkeänä osakeyhtiöt pitävät näitä asioita tilitoimiston valinnassa? (n=85).

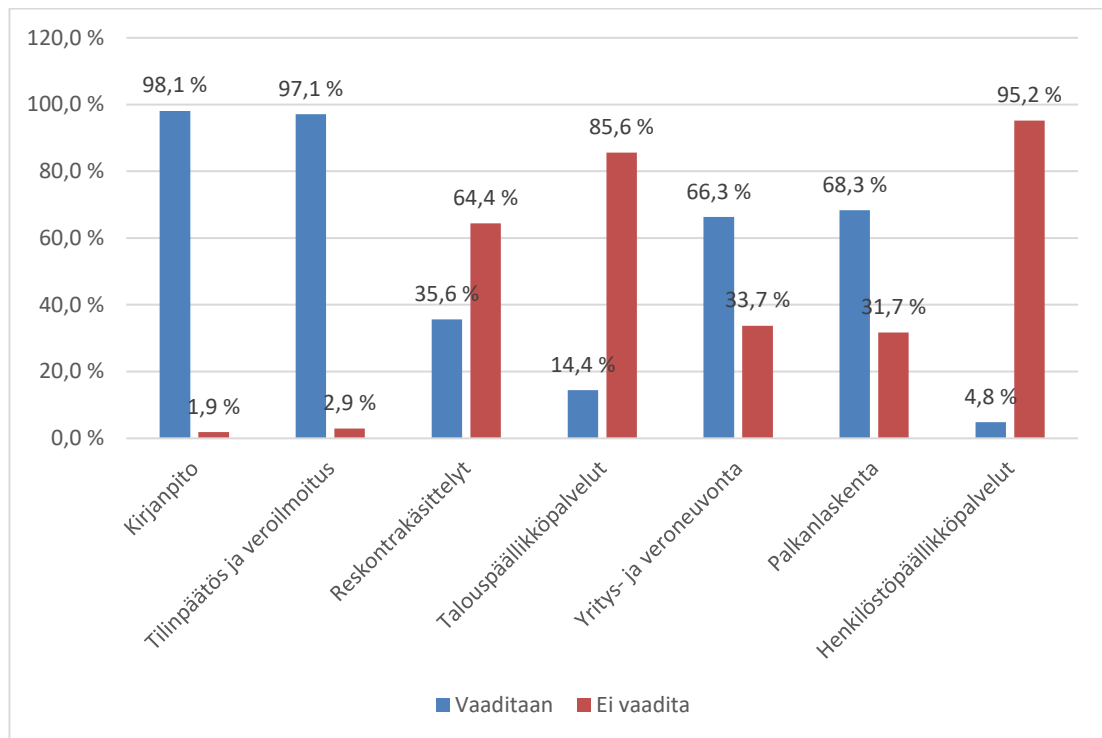
Vastaajista yli puolet (58,7%) mielestä heidän käyttämänsä tilitoimiston on oltava auktorisoitu (kuvio 11).



Kuvio 11. Käyttämäni tilitoimiston on oltava auktorisoitu tilitoimisto? (n=104).

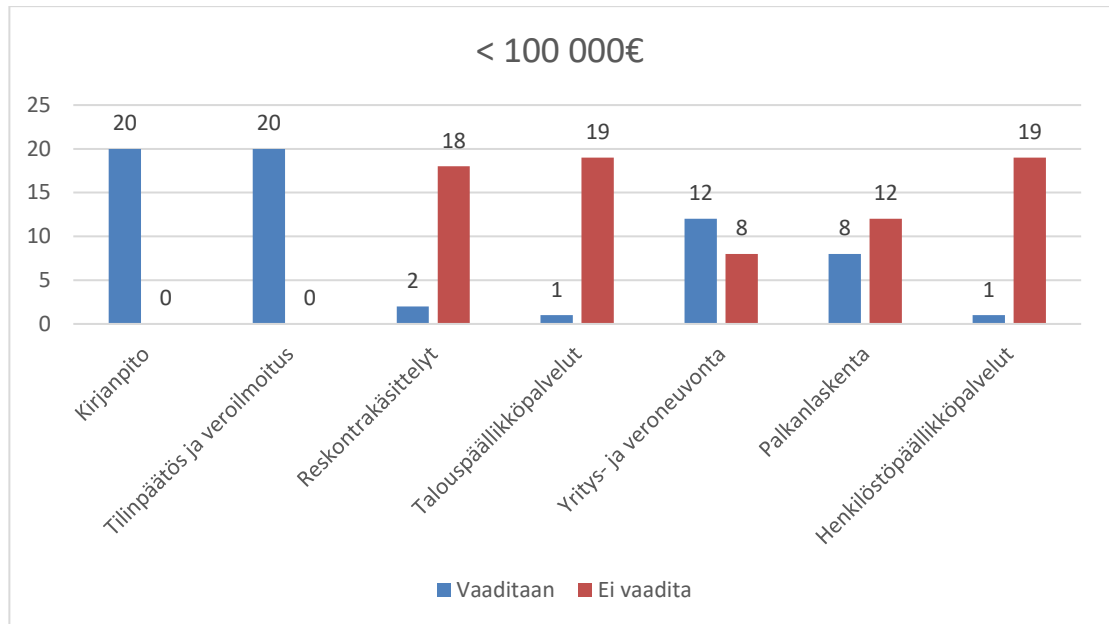
5.3.2 Mitä palveluita vaaditaan tilitoimistolta?

Pääsääntöisesti lähes kaikki vaativat tilitoimistolta (kuvio 12) kirjanpitoa, tilinpäätöstä ja veroilmoitusta (97,1%–98,1%). Yli 60% vastaajista vaativat yritys- ja veroneuvonnan palveluita (66,3%) ja palkanlaskentaa (68,3%). Tämän kysymyksen vastauksia tarkastellaan myös liikevaihdon perusteella, sillä erikokoiset yritykset tarvitsevat erilaisia palveluita.



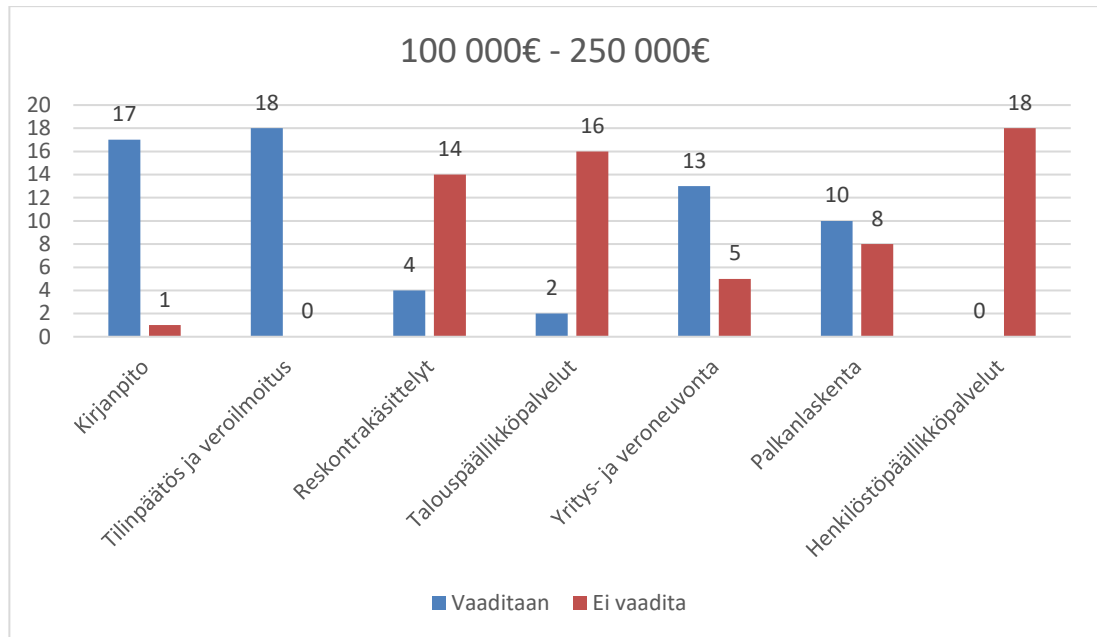
Kuvio 12. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? (n=104).

Liikevaihdon ollessa alle 100 000 euroa (kuvio 13), vaaditaan tilitoimistolta kirjanpidon palvelua ja tilinpäätöksen sekä veroilmoituksen tekoa. 60% vastaajista vaatii myös yritys- ja veroneuvontaa, sekä 40% vaatii palkanlaskennan palveluita. Tässä liikevaihdon luokassa vähiten tarvitaan henkilöstö- tai talouspääliikköpalveluita, sekä reskontrakäsittelyitä.



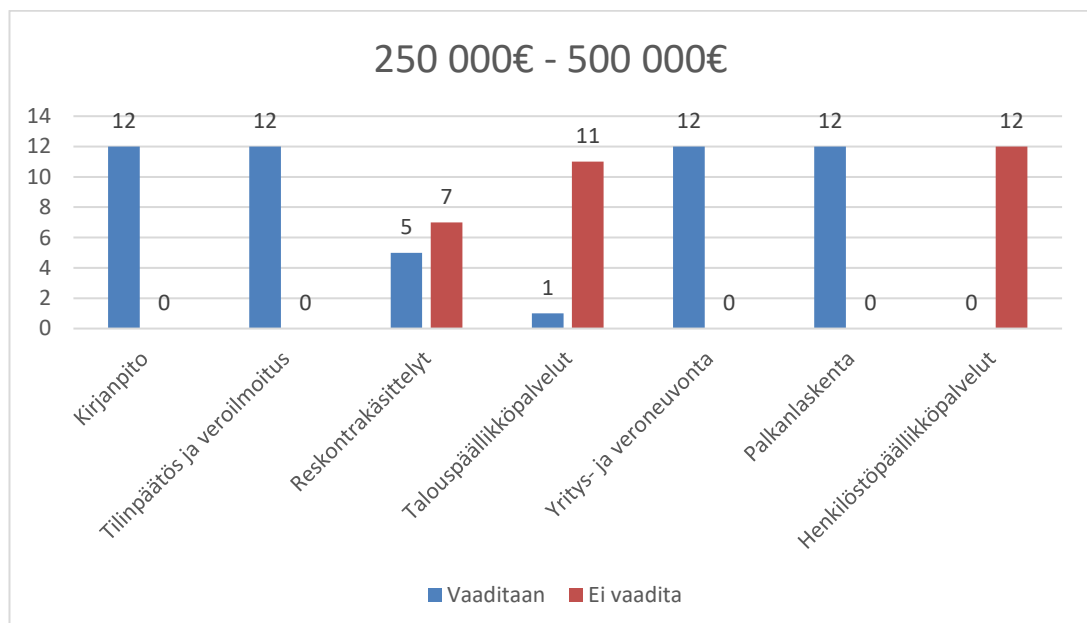
Kuvio 13. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? < 100 000€ (n=20).

Liikevaihdon ollessa 100 000 euron ja 250 000 euron välillä (kuvio 14) vaaditaan tilitoimistolta hyvin samankaltaisia palveluita kuin pienemmän liikevaihdon yrityksissä. Yritys- ja veroneuvontaa vaativat 72% vastaajista, mikä on 12 prosenttiyksikköä suurempi kuin alle 100 000 euron liikevaihdossa. Myös palkanlaskennan palveluita tarvitaan 15,6 prosenttiyksikköä enemmän verrattuna pienempään liikevaihtoon. Tässä liikevaihdon kokoluokassa kukaan ei vaatinut tilitoimistolta henkilöstöpäällikköpalveluita.



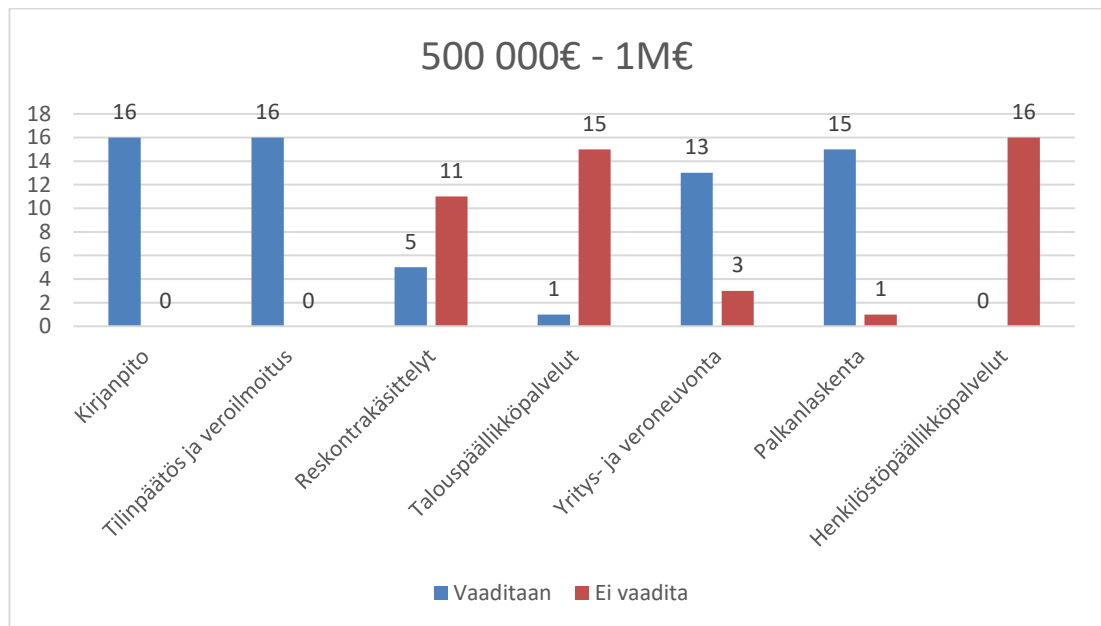
Kuvio 14. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 100 000€–250 000€ (n=18).

Tämän kokoluokan yrityksissä (kuvio 13) tulee selkeitä eroja pienempien liikevaihtoa omaaviin yrityksiin. Yritys- ja veroneuvonta sekä palkanlaskenta sai 100% vastauksista kirjanpidon ja tilinpäätöksen ja kirjanpidon ohella. Reskontrakäsittelyjä tarvitsee 41,7% vastaajista, mikä on huomattavasti enemmän kuin alemmilla liikevaihdon luokilla (22,2% ja 10%). Myöskään tässä liikevaihdon luokassa ei kukaan vaatinut henkilöstöpääliikköpalveluita.



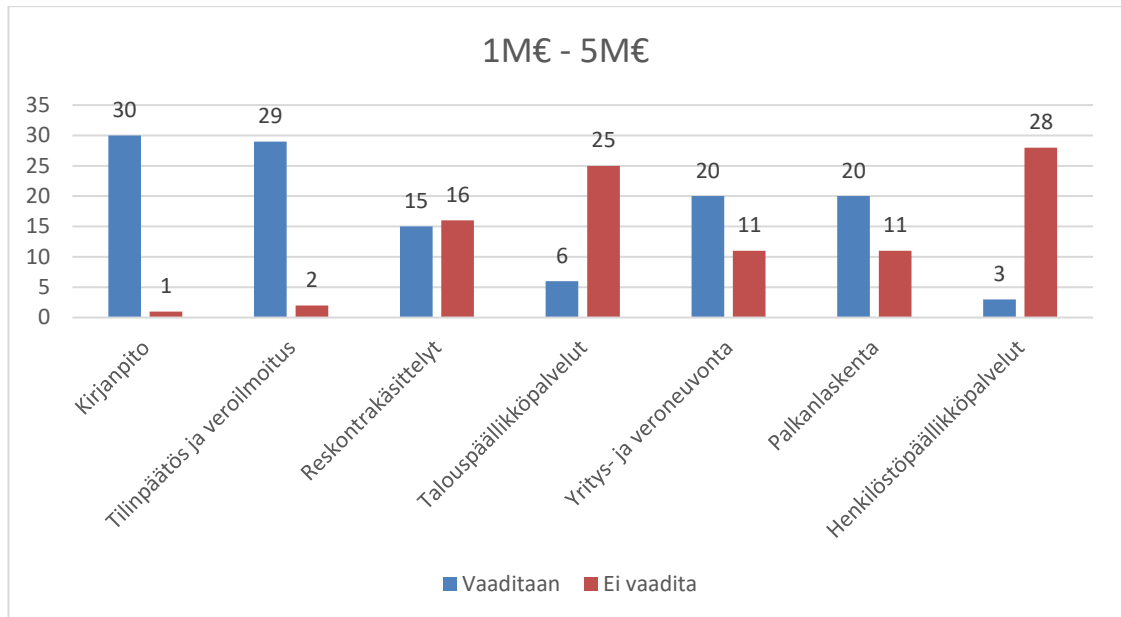
Kuvio 15. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 250 000€–500 000€ (n=12).

Liikevaihdon ollessa 500 000 euron ja yhden miljoonan euron välillä (kuvio 16) ei vastaukset paljoa poikkeaa verrattuna edellisen liikevaihdon luokkaan. Tässä luokassa on 18,8% vastaajista kokenut, että eivät vaadi yritys- ja veroneuvonnan palveluita, kun edellisessä liikevaihdon luokassa kaikki vaativat näitä palveluita. Tässäkin liikevaihdon luokassa ei kukaan vaatinut henkilöstöpäällikköpalveluita.



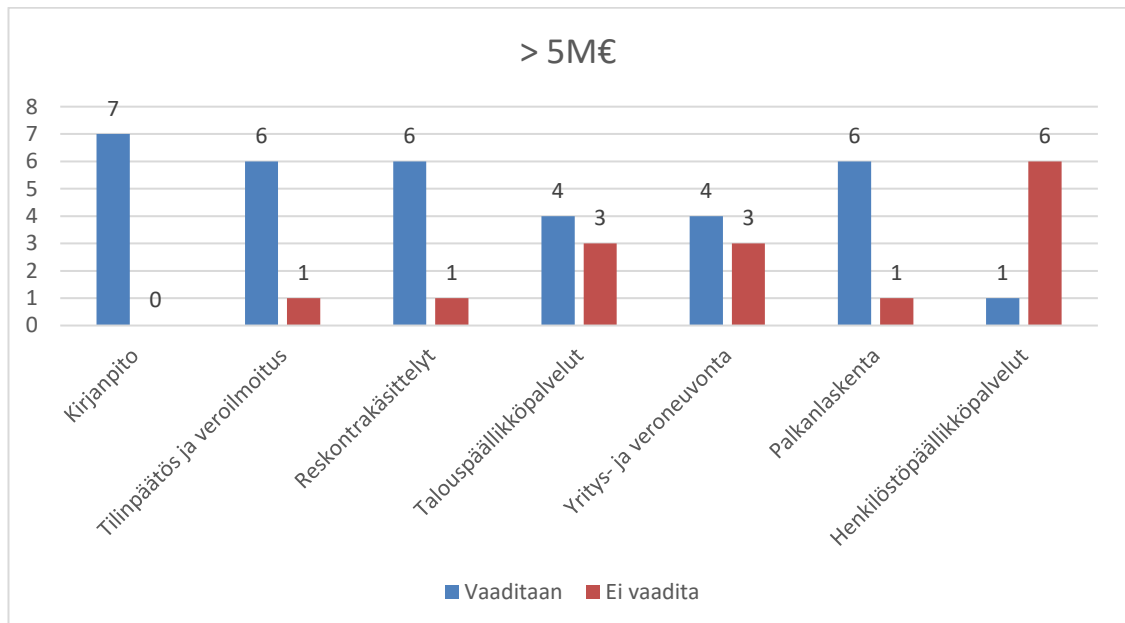
Kuvio 16. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 500 000€–1M€ (n=16).

Liikevaihdon ollessa yhden miljoonan ja viiden miljoonan välillä (kuvio 15) aletaan vaatia tilitoimistolta enemmän palveluita. Reskontrakäsittelyitä vaatii 48,4% vastaajista, mikä on vähemmän kuin hieman pienemmässä liikevaihdossa. Talouspäällikköpalveluita ja henkilöstöpäällikköpalveluita tarvitaan enemmän, mitä alemmissa liikevaihdon luokissa. Palkanlaskennan sekä yritys- ja veroneuvonnan tarve väheni tässä liikevaihdon luokassa, sillä vain 64,5% vaativat kyseisiä palveluita.



Kuvio 17. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? 1M€–5M€ (n=31).

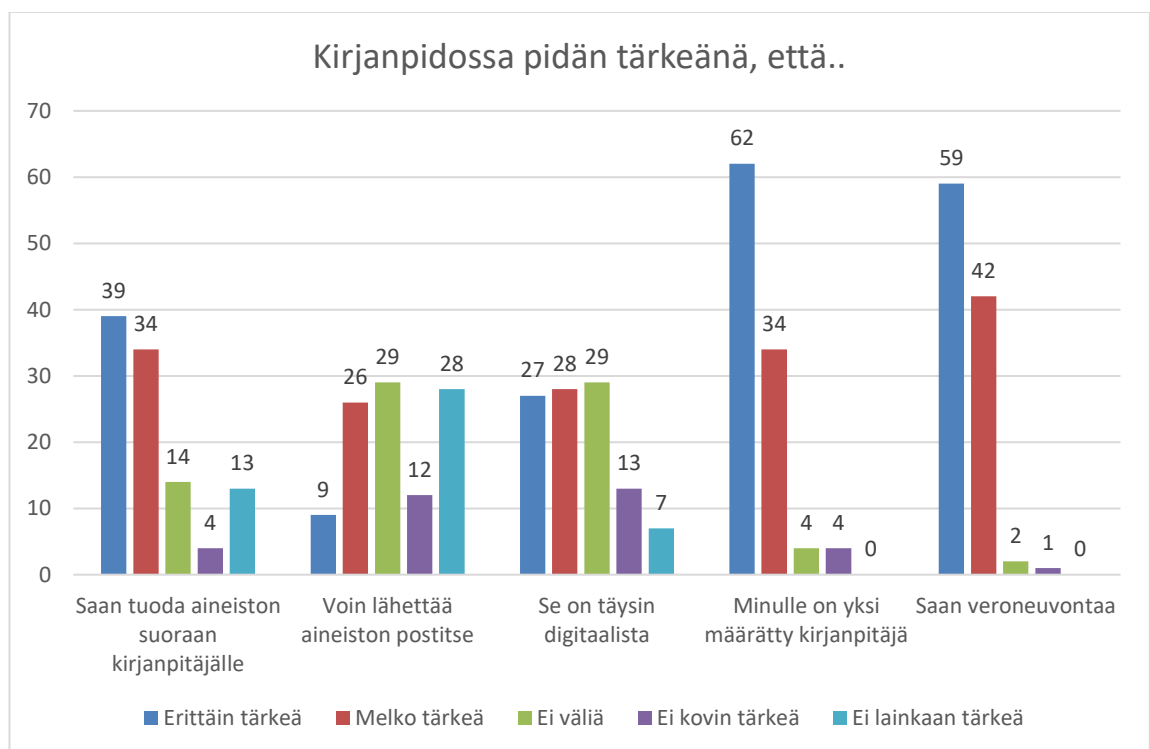
Tähän kuvioon (18) yhdistettiin kaksi suurinta liikevaihdon luokkaa, sillä vastauksia ei ollut riittävästi. Liikevaihdoltaan yritykset ovat yli viiden miljoonan. Edellisistä vastauksista poiketen, tässä liikevaihdossa reskontrakäsittelyä vaatii 85,7% vastaajista. Myös talouspääliikköpalveluita vaatii 57,1% vastaajista. Peruspalveluissa vastausprosentti pysyä aika samana.



Kuvio 18. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? > 5M€ (n=7).

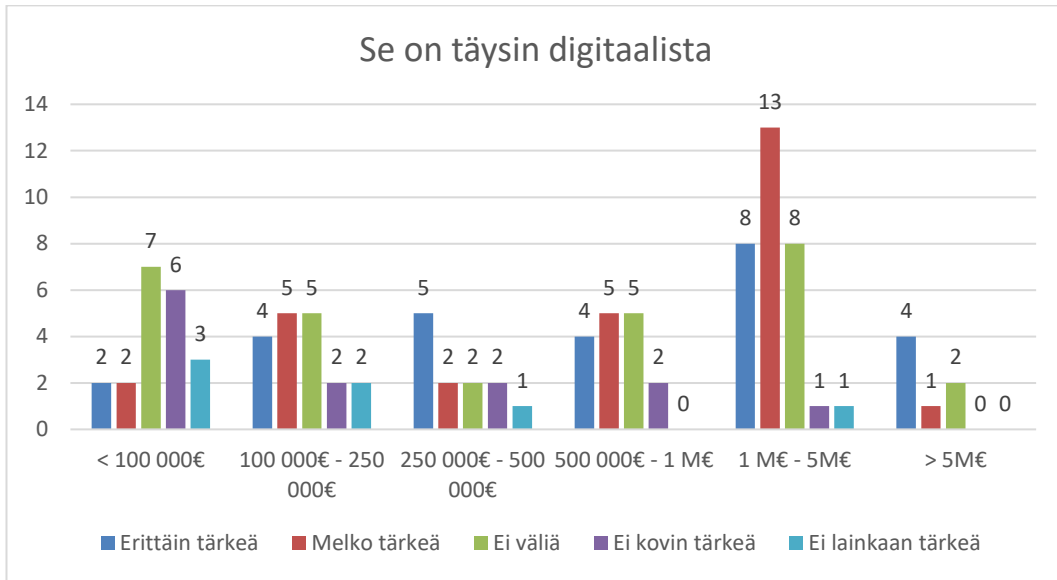
5.3.3 Mitä pidetään tärkeänä kirjanpidossa?

Kirjanpidossa tärkeimmiksi palveluiksi valittiin (kuvio 19) henkilökohtainen kirjanpitäjä ja veroneuvonnan saaminen. Henkilökohtaista kirjanpitäjää piti 59,6% erittäin tärkeänä ja 32,7% melko tärkeänä. Veroneuvonnan saamista 56,7% piti erittäin tärkeänä ja 40,4% melko tärkeänä. Aineiston tuomista suoraan kirjanpitäjälle pidettiin kolmanneksi tärkeimpänä, sillä sitä pitivät 37,5% erittäin tärkeänä ja 32,7% melko tärkeänä.

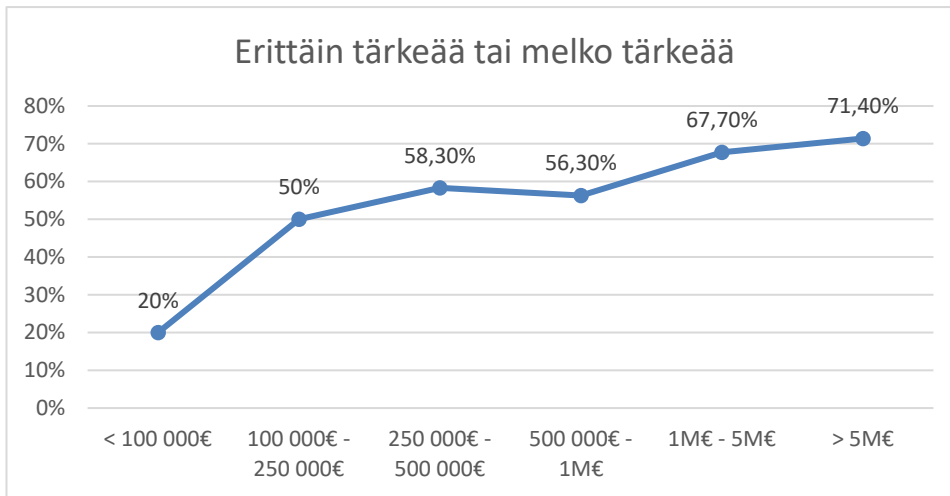


Kuvio 19. Kirjanpidossa pidän tärkeänä, että.. (n=104).

Tarkastellaan vielä digitaalisten palveluiden tärkeyttä eri liikevaihtojen välillä (kuvio 20). Huomataan, että digitaalisuuden tärkeys kasvaa suuremmissa liikevaihtojen luokissa. Muodostetaan seuraava kuvio selkeyttämään tärkeysastetta (kuvio 21). Tästä kuviosta huomataan, että alle 100 000 euron liikevaihdon omaavista yrityksistä vain 20% pitää digitaalisuutta tärkeänä. Tämä on selkeä ero muihin liikevaihdon luokkiin, sillä muissa luokissa sitä pidetään tärkeänä vähintään 50%.



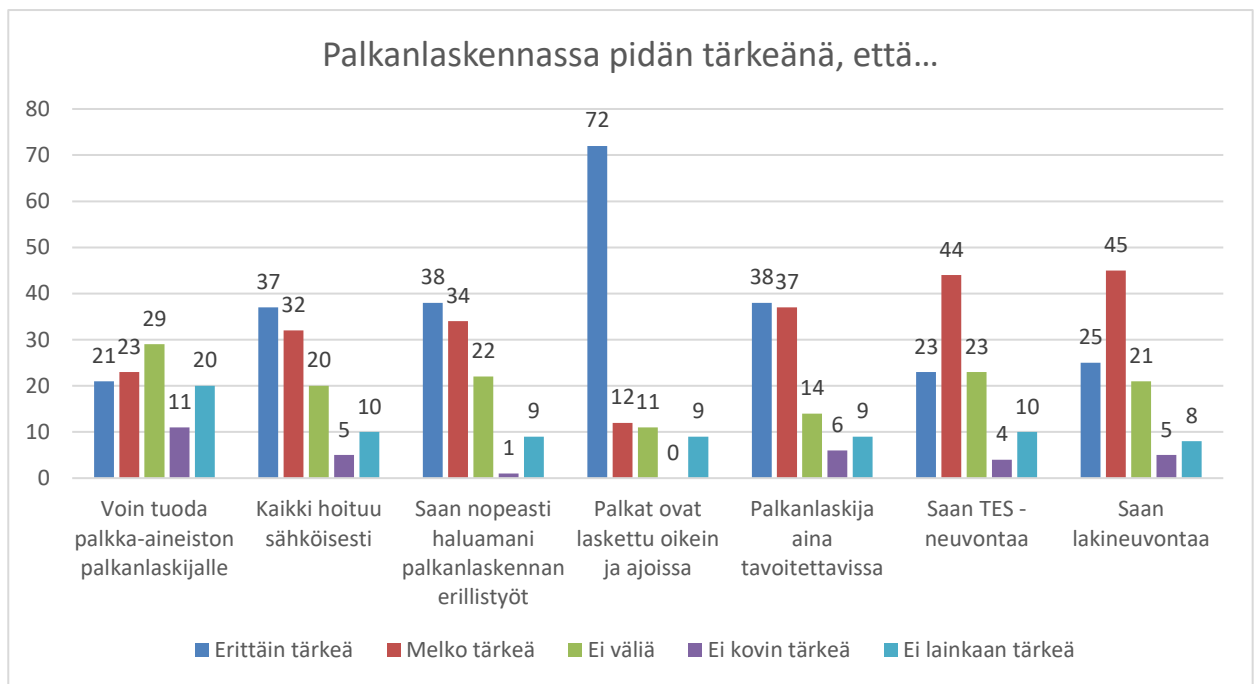
Kuvio 20. Kirjanpidossa pidän tärkeänä, että se on täysin digitaalista (n=104).



Kuvio 21. Digitaaliset palvelut erittäin tärkeitä tai melko tärkeitä. (n=104).

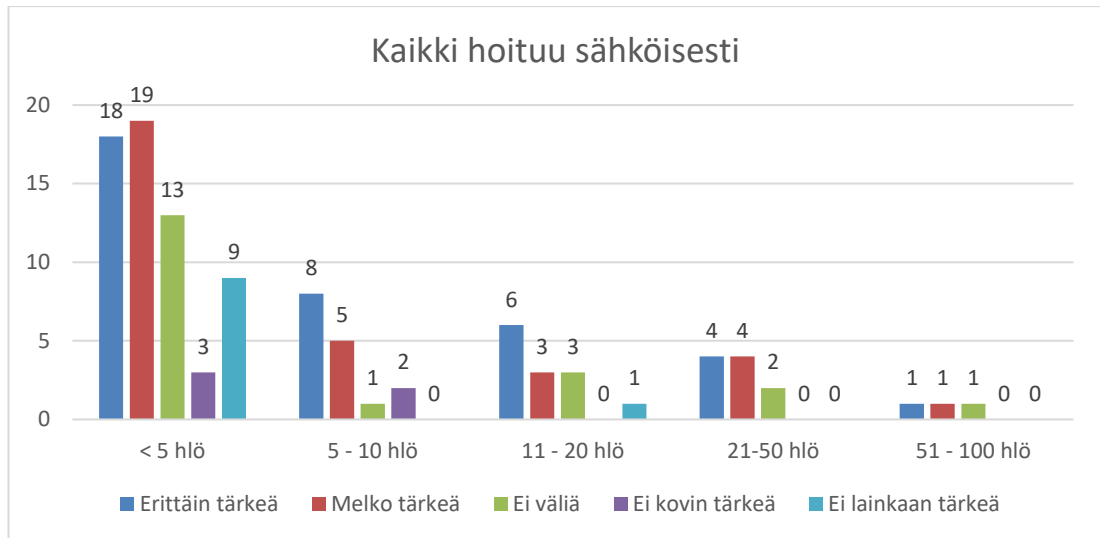
5.3.4 Mitä pidetään tärkeänä palkanlaskennassa?

Palkanlaskennassa tärkeimpänä pidetään (kuvio 22) sitä, että palkat ovat laskettu oikein ja ajoissa (erittäin tärkeää 69% ja melko tärkeää 11,5%, yhteensä 80,5% pitävät tärkeänä). Lähes kaikkia muita vaihtoehtoja pidettiin erittäin tärkeänä tai melko tärkeänä 64,4%–72,1%. Ainoa vaihtoehto, joka jäi tämän alle, on palkka-aineiston tuominen palkanlaskijalle (42%).



Kuvio 22. Palkanlaskennassa pidän tärkeänä, että... (n=104).

Sähköisyyttä pidettiin pääsääntöisesti tärkeänä kaikissa työntekijämäärissä (kuvio 23), mutta alle viisi henkilö työllistävissä yrityksissä 14,5% ja 11–20 henkilöä työllistävissä 8,3% ei pitänyt sitä lainkaan tärkeänä.



Kuvio 23. Palkanlaskennassa kaikki hoituu sähköisesti, työntekijämäärittäin (n=104).

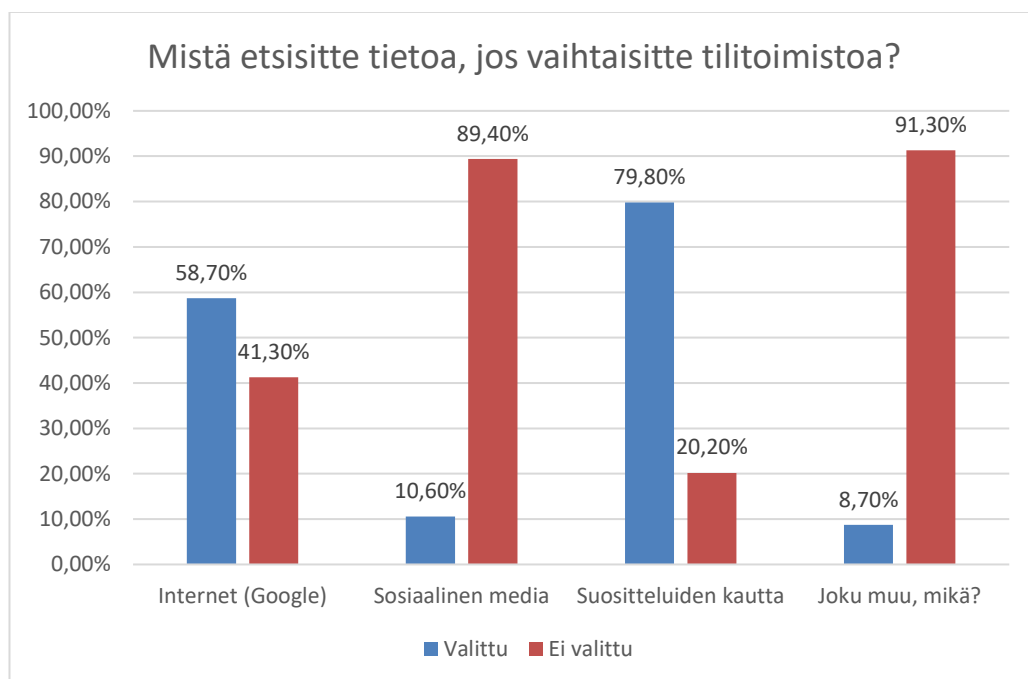
Vastaajista suurin osa 70,2% ei ottaisi palkanlaskennan palveluita eri tilitoimistosta, kuin kirjanpitosi. Kuitenkin 29,8% voisi niin kuitenkin tehdä (kuvio 24).



Kuvio 24. Palkanlaskennan palvelut eri tilitoimistosta? (n=104).

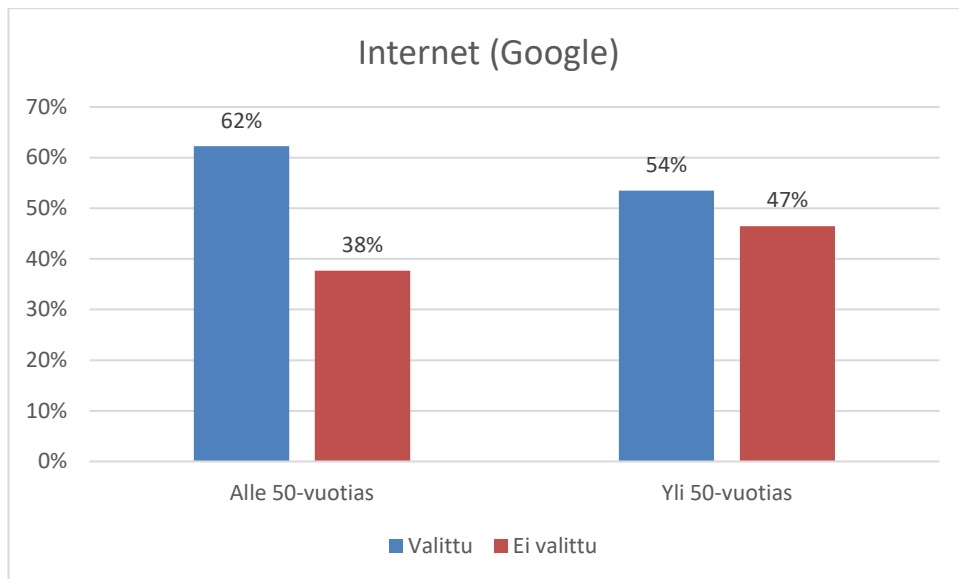
5.3.5 Mistä etsitään tilitoimistoa?

Vastaajat saivat valita kaikki vaihtoehdot, mistä tilitoimistoa etsitään (kuvio 25). Suosittelut olivat tärkeässä roolissa tilitoimiston etsimisen kannalta, sillä 79,8% suosii tätä taktiikkaa. Myös internetiä käyttää 58,7% vastaajista tilitoimiston etsimiseen. Vain 10,6% etsii tilitoimistoa sosiaalisen median kautta ja 8,7% vastaajista käyttää jotain muuta keinoa. Avoimet vastaukset vahvistavat kyselyn tuloksia, sillä sieltä ilmeni lähinnä tiedon etsiminen suositteluiden kautta.



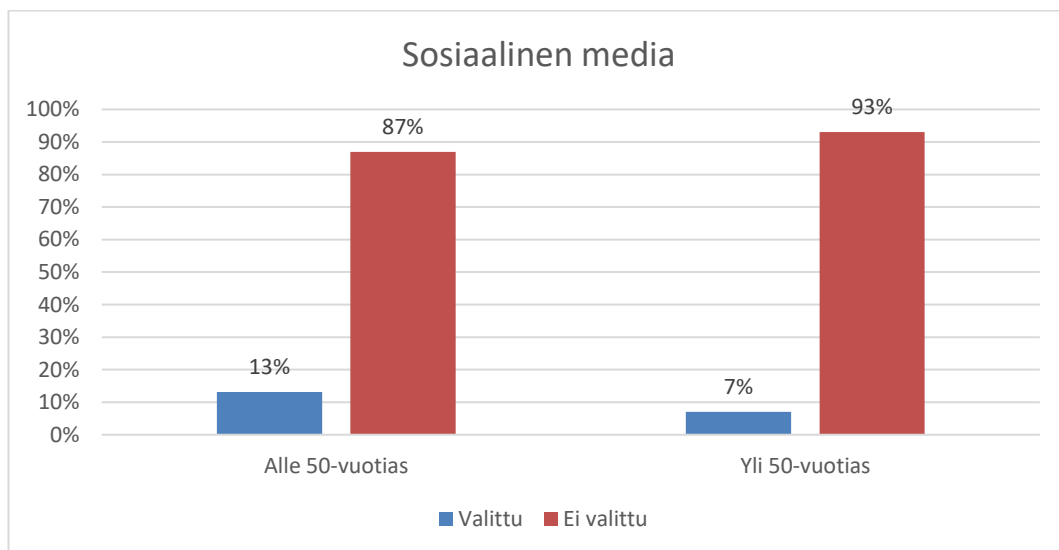
Kuvio 25. Mistä etsit tilitoimistoa? (n=104).

Tuloksissa (kuvio 26) tarkastellaan internetin käyttöä tilitoimiston etsimisessä. Yrittäjän iän merkitys vastauksiin: alle 50-vuotiaista 62% ja yli 50-vuotiaista 54% käyttivät internetiä tilitoimiston valinnassa.



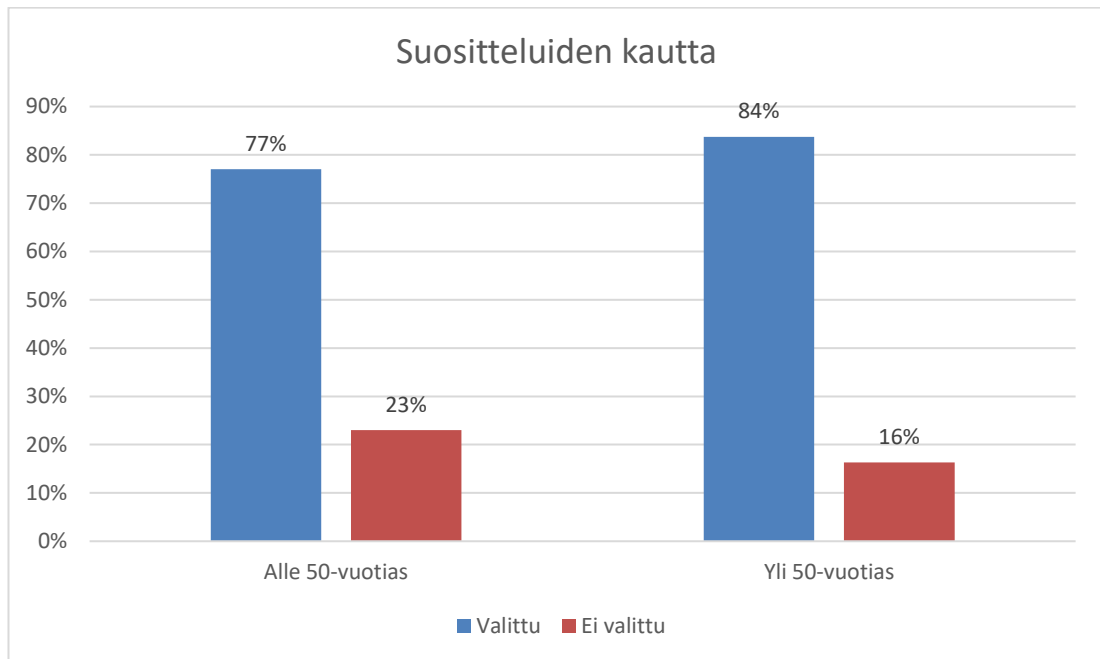
Kuvio 26. Tilitoimistoa etsitään internetistä (n=104).

Sosiaalista mediaa käytetään tilitoimiston etsimisessä hyvin vähän (kuvio 27), ja tulokset jakautuvat iän perusteella: alle 50-vuotiaista 13% ja yli 50-vuotiaista 7% käyttävät sitä tilitoimiston etsimisessä. Suurta eroa ei ole havaittavissa.



Kuvio 27. Tilitoimistoa etsitään sosiaalisesta mediasta (n=104).

Suositteluiden kautta etsiminen oli kaikista yleisin keino etsiä tilitoimistoa (kuvio 28). Alle 50-vuotiaista 77% käyttää tätä keinoa ja yli 50-vuotiaista 84% käyttää tätä etsiessään tilitoimistoa.



Kuvio 28. Tilitoimistoa etsitään suositteluiden kautta (n=104).

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimusongelmana oli tilitoimiston valintaan vaikuttavien tekijöiden ymmärtäminen tilitoimistojen toiminnan kehittämiseksi. Tuloksista ilmenee, että eniten valintaan vaikuttavat seuraavat asiat: henkilökohtaisen palvelun saaminen, hintataso, tilitoimiston maine, ja palveluiden kattavuus. Tilitoimistolta vaaditaan perinteisiä palveluita eniten, kuten kirjanpitoa, tilinpäätöstä ja veroilmoitusta, sekä palkanlaskentaa. Tuloksista ilmenee, että digitaalisuus on isommissa yrityksissä tärkeämpää, kuin pienemmissä. Tilitoimiston etsimisessä käytetään pääsääntöisesti suositteluja, joten näiden saaminen on tilitoimistoille erityisen tärkeää.

Tilitoimiston valinnassa pidetään tämän tutkimuksen pohjalta tärkeimpänä henkilökohtaisen palvelun saamista, hintoja, tilitoimiston mainetta ja palveluiden kattavuutta. Henkilökohtaisen palvelun saaminen koettiin kaikista tärkeimmäksi vaikuttavaksi tekijäksi, joten tähän voi tilitoimistot kiinnittää huomioita palveluita tarjotessa. Yrityksen imagon rakentaminen ja laadukkaiden palveluiden tarjoaminen on tärkeää, sillä tämän tutkimuksen mukaan tilitoimiston maineella ja suosittelulla on suuri merkitys valinnassa, kuten myös Ylikoski (2010) verkkojulkaisussaan totesi. Palveluiden kattavuutta ei voi painottaa liikaa, sillä yrittäjät valitsevat tilitoimiston, josta saavat kaikki tarvittavat palvelut. Osakeyhtiöt painottavat valinnassa enemmän digitaalisia palveluita, kuin toiminimet. Myös Luukkaisen tutkimuksen (2018) tulokset tukevat näitä vastauksia.

Auktorisoitua tilitoimistoa voidaan pitää kilpailuetuna, sillä sitä vaadittiin tässä tutkimuksessa 58,7%. Liikevaihdoltaan nämä yritykset olivat pääsääntöisesti alle 10 miljoonaa, joten tätä vastausta voidaan verrata Luukkaisen tutkimukseen (2018), jossa alle 10 miljoonan liikevaihdon yrityksistä 65% mielestä tilitoimiston on oltava auktorisoitu. Tästä voidaan johtaa, että karkeasti noin 60% yrittäjän mielestä tilitoimiston on oltava auktorisoitu.

Kyselyyn vastanneet vaativat tilitoimistolta erilaisia palveluita ja lähes kaikki tarvitsevat tilitoimistolta kirjanpitoa, sekä tilinpäätöksen ja veroilmoituksen. Yli puolet vastaajista tarvitsevat palkanlaskennan palveluita sekä yritys- ja veroneuvontaa. Luukkaisen (2018) tutkimustulokset tukevat liikevaihdoltaan suurempien yritysten vastauksia, joita hänen tutkimuksessaan on käsitelty. Tutkimustuloksia vertaillen

huomattiin, että liikevaihdoltaan pienemmät yritykset vaativat suppeamman valikoiman palveluita ja suuremmat yritykset vaativat laajempaa valikoimaa. Talouspäälikköpalveluita ja henkilöstöpäälikköpalveluita vaativat vain hyvin pieni osa yrittäjistä yhdessäkään liikevaihdon luokassa. Näitä palveluita tai niiden markkinointia voisi kehittää ja löytää asiakkaalle tarve näille palveluille.

Kirjanpidossa tärkeimpinä pidettiin sitä, että yrittäjälle on määrätty yksi kirjanpitäjä ja että yritys saa veroneuvontaa. Tässä huomataan ristiriitaa eri kysymysten välillä, sillä kirjanpidossa tärkeänä pitää veroneuvonnan saamista 97,1%, mutta vain 66,3% vaativat sitä tilitoimistolta. Tästä voidaan päätellä, että vaikka kaikkia asioita ei välttämättä vaadita tilitoimistolta, voidaan sitä kuitenkin pitää tärkeänä ja arvostaa. Digitaalisten palveluiden merkitys kasvaa liikevaihdon kasvaessa, sillä yli 100 000 euron liikevaihdon yrityksistä yli puolet pitivät niitä tärkeinä. Tähän on syytä kiinnittää huomioita palveluiden ja toimintojen kehittämisessä.

Palkanlaskennassa tärkeimmäksi muodostui palkkojen oikeellisuus ja ajoissa oleminen. Tämä on palkanlaskennan tärkeimpiä piirteitä Sillan (viitattu 20.4.2020) mukaan, joten tulokset tukevat teoriaa. Kaikki muut vaihtoehdot ovat tasaisesti lähes yhtä tärkeitä, paitsi aineiston tuominen palkanlaskijalle. Tämä oli vähiten tärkein palkanlaskennan kysymyksistä vastaajien mielestä ja siihen voi vaikuttaa sähköisyyden lisääntyminen palkanlaskennassa, muiden taloushallinnon palveluiden ohella. Suurin osa yrittäjistä ei voisi ottaa palkanlaskennan palveluita eri tilitoimistosta, kuin kirjanpitonsa, mutta noin 30% voisi niin kuitenkin tehdä. Löytyisikö tästä tilitoimistoille kehittämissuuntaa?

Suosituin kanava tilitoimiston etsimisessä on suosittelut, sillä lähes 80% suosivat sitä. Internetiä käyttää etsimisen apuna vain 60% vastaajista, vaikka Kurvisen ja Sepän (2016, 131) mukaan pääsääntöisesti ostoprosessit alkavat internetistä. Sosiaalista mediaa käytetään vain hyvin vähän, vaikka Kurvinen ja Seppä (2016) viittaavat teoksessaan vuonna 2015 tehtyyn tutkimukseen, jossa 71% pitivät aktiivisesti sosiaalisessa mediassa käyttäytyvää yritystä paremmassa asemassa kilpailijoihin nähden. Tiedonlähteen etsimisessä saatiin hyvin samankaltaisia tuloksia, kuin Luukkainen (2018) tutkimuksessaan. Vaikka kysymys on ollut eri muodossa, voidaan kuitenkin päätellä, että tulokset viittaavat vahvasti samaan tulokseen. Iällä oli jonkin verran merkitystä, sillä alle 50-vuotiaat käyttivät hieman enemmän internetiä

ja yli 50-vuotiaat pyrkivät enemmän suositteluiden kautta löytämään tietoa tilitoimistosta. Vastaukset eivät kuitenkaan merkittävästi poikenneet, joten näiden erotteluun ei välttämättä kannata tilitoimistojen panostaa.

Tuloksissa päästiin asetettuihin tavoitteisiin ja saatiin määriteltyä ne tärkeimmät asiat, jotka vaikuttavat tilitoimiston valintaan. Tilitoimiston valintaan vaikuttavat monet asiat, mutta kehittämisen tai panostamisen kohteena voisi tämän tutkimuksen perusteella olla henkilökohtaisen palvelun saatavuuden tehostaminen ja asiakas-tyytyväisyyden parantaminen, jotta asiakkaat suosittelevat tilitoimistoa eteenpäin. Palveluiden tarjoamisessa kannattaa kiinnittää huomioita yrityksen kokoon, sillä pienemmät yritykset tarvitsevat suppeampaa palvelua, eivätkä välttämättä arvosta digitaalisuutta, kun taas suuremmille yrityksille kannattaa tarjota enemmän digitaalisten palveluiden tuomia mahdollisuuksia. Tilitoimiston valinta on monen tekijän yhteissumma, eikä yksittäisellä tekijällä valintaa ratkaista. Siitä huolimatta myös niillä yksittäisillä tekijöillä on merkitystä.

Tämän tutkimuksen pohjalta tehtiin Pohjanmaan Ekonomitoimistolle tilitoimiston valintaopas (liite 3).

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia tilitoimiston valintaan vaikuttavia tekijöitä ja pyrkiä löytämään tärkeimmät yksittäiset tekijät valintaan liittyen. Lisäksi haluttiin tutkia eroavatko vastaukset toisistaan erikokoisilla yrityksillä tai eri yhtiömuotojen välillä. Tutkittiin mitä palveluita tilitoimistolta vaaditaan, ja mitä asioita pidetään eri palveluissa tärkeänä, sekä sitä mistä tilitoimistoa lähdetään etsimään. Tutkimuksen voidaan sanoa onnistuneen, sillä sen avulla löydettiin tärkeimmät tekijät ja tuloksia pystytään käyttämään apuna toiminnan kehittämisessä. Tuloksista on kuitenkin huomioitava, että tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat kaikki toimeksiantajayrityksen asiakkaita, joten vastaukset voivat olla perusteita sille, miksi he ovat juuri toimeksiantajan yrityksen valinneet.

Tutkimuksen aikataulu oli pitkä, sillä tutkimusprosessi aloitettiin syksyllä 2019 ja tutkimus toteutettiin kevään 2020 aikana. Väljä aikataulu antoi aikaa tutustua aiheeseen ja tutkia teoriaa. Teoriaa löytyy aiheesta paljon ja sen rajaaminen tuotti hieman vaikeuksia. Samasta aiheesta tehtyjen tutkimusten teoriaosuudet eivät mielestäni kuvanneet aihetta tarpeeksi tarkasti ja siksi valitsin tarkasti teoriaosuuden aiheet, jotka mielestäni aihetta parhaiten kuvasivat. Teoriaosuus sopi tutkimukseen hyvin ja johtopäätöksissä pystyin myös perustelemaan vastauksia teorian kautta. Tutkimuksen suunnittelussa auttoi oma kokemukseni tilitoimistosta, sekä suunnittelu yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Kyselylomaketta suunnittelin ensin itse huolella tutkien muita tutkimuksia samasta aiheesta ja pyrin miettimään toimeksiantajan näkökulmasta tarpeellisia vastauksia. Kysymysten toimivuutta pohdittiin myös toimeksiantajan kanssa. Jos tekisin uudestaan saman kyselylomakkeen, niin kiinnittäisin enemmän huomiota kysymysten muotoihin. Tuloksia analysoidessani olen kohdannut monta kertaa saman kysymysmuodon valinnan, joka ei tunnu toimivan ja on saattanut aiheuttaa erilaisia vastauksia, mitä tarkoituksena oli. Kysymys ”mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi?”, olisi voinut olla erimuotoinen kuten ”mitä tilitoimiston palveluita käytät?”. Tuloksistakin ilmenee, että kaikkia palveluita ei vaadita, mutta niitä kuitenkin arvostetaan. Tämä tuo ristiriitaisuutta vastauksiin.

Tutkimusta ei toistettu uudestaan, joten reliabiliteetti ei välttämättä täyty. Kuitenkin Luukkaisen (2018) tutkimus oli osittain samankaltainen ja vastaavien kysymysten tulokset tukivat toisiaan. Tutkimuksen mittari valittiin kuitenkin huolella ja se mittasi juuri sitä, mitä oli tarkoituskin mitata, joten tutkimus on validi. Otantamenetelmäksi muodostui systemaattinen otanta, sillä perusjoukko on ominaisuuksiensa perusteella satunnaisessa järjestyksessä, sillä kyseessä on asiakasrekisteri. Perusjoukoksi muodostui lopulta 494 yrittäjän joukko ja tutkimukseen vastasi 104 havaintoyksikköä, josta muodostui tutkimuksen otos. Tätä suppeaa kohderyhmää voidaan yleistää, mutta vertailtaessa yritysten välillä muuttujilla, eivät havaintoyksiköt aina ylitä 30, joten näitä tuloksia ei voida yleistää (Vilka 2007). Otoksen pitäisi edustaa kaikkia perusjoukkoon kuuluvia, mutta vastauksissa huomataan, että vastaukset ovat painottuneet tietyille osa-alueille, joita perusjoukossa oli eniten.

Teoreettinen viitekehys tuki tutkimuksen toteuttamista ja auttoi ymmärtämään yritysten hankintaprosessin toimintaa, päättäjiä, mahdollisia muuttujia, sekä tilitoimistojen tarjoamia palveluita. Teoriaosuus auttoi tutkimuksen toteuttamisessa, sillä se auttoi ymmärtämään mahdollisia muuttujia ja niiden vaikutuksia päätökseen. Teoriaa pystyi hyvin käyttämään johtopäätöksissä, sillä osittain tulokset tukivat teoriaa ja osittain eivät. Aikaisempien tutkimusten teoriaosuuksissa on käsitelty lähinnä tilitoimiston tarjoamia palveluita ja syitä ulkoistamiselle, mutta tämän tutkimuksen mukaan palvelut eivät enää ole keskiössä tilitoimiston valinnalle, joten niitä ei kannata valinnassa korostaa liikaa.

Tutkimustuloksissa yllätti henkilökohtaisen palvelun tärkeys, sillä se nousi tärkeimmäksi asiaksi tilitoimiston valinnassa. Muissa vastaavissa tutkimuksissa ei henkilökohtaista palvelua ole käsitelty, joten onko se ollut itsestään selvyyys vai eikö sitä ole pidetty tärkeänä tutkimusta tehdessä?

Koska kysely rajautui vain Pohjanmaan Ekonomitoimiston asiakkaille, niin jatkotutkimusaiheeksi ehdotan tutkimuksen toistettavuutta muille, kuin toimeksiantajan asiakkaille ja saatujen tulosten vertailua keskenään. Tutkimuksessa kannattaisi hyödyntää tästä tutkimuksesta saatuja tietoja myös teorian rajaamisessa. Myös kvalitatiivisella tutkimuksella voitaisiin saada uusia näkökulmia aiheeseen.

LÄHTEET

- Accountor go. Ei päiväystä. Tilitoimiston vaihto – 3 tilannetta joissa sitä kannattaa harkita vakavasti. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 8.4.2020]. Saatavana: <https://go-accountor.fi/tilitoimiston-vaihto/>
- Aminoff, J. & Rubanovitsch, M. 2015. Ostovallankumous. Helsinki: Imperial Sales.
- Ammattinetti. Ei päiväystä. Controller. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.4.2020]. Saatavana: <http://www.ammattinetti.fi/ammattit/de-tail/37d983510a65344601f75734e78ff874>
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16–18. painos. Keuruu: Edita.
- Borg, M. & Tokola, A. 2011. Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät. [Verkojulkaisu]. Kerava: Laurea-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 11.4.2020]. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/31653/OPINNAYTE-TYO%20THESEUS%20.pdf?sequence=1>
- Brennan, R., Vanning, L. & McDowell, R. 2010. Business-to-Business Marketing. 2. painos. London: Sage Publications.
- Buck, J. 2018. The Advantages and Disadvantages of Outsourcing in Business. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 13.4.2020]. Saatavana: <https://www.thebalancesmb.com/what-is-outsourcing-2533662>
- Digia. 21.4.2019. Mitä on digitaalinen liiketoiminta. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 23.4.2020]. Saatavana: <https://resources.digia.com/digitaalinen-liiketoiminta>
- Diva. 20.4.2016. [Verkkoartikkeli]. Haaga-Helia. [Viitattu 8.5.2020]. Saatavana: <http://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/b2b-asiakkaat-kayttavat-ostoprosessissa-mobiililaitteita-tietokoneiden-ohella#.XrWHVagzZPY>
- HR-päällikkö. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy. [Viitattu 5.4.2020]. Saatavana: <https://ekonomitoimisto.fi/tilitoimistopalvelut/hr-paallikko/>
- Ihantola, E. & Leppänen, P. 2018. Yrityksen kirjanpito: Liiketapahtumista tilinpäätökseen. [Verkkokirja]. Gaudeamus Oy. [Viitattu 13.4.2020]. Saatavana: Ellipse-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttöoikeuden.

- KAMK. Ei päiväystä. Tuotteistaminen. [Verkkosivu]. [Viitattu 23.4.2020]. Saatavana: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tuotteistaminen/Tuotteistaminen>
- Kananen, J. 2008. Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Kirjanpidon ABC. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Taloushallintoliitto. [Viitattu 5.4.2020]. Saatavana: <https://taloushallintoliitto.fi/kirjanpidon-abc>
- Kurvinen, J. & Seppä, M. 2016. B2B-markkinoinnin & myynnin pelikirja. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- L 24.6.1968/360. Laki elinkeinotulon verottamisesta.
- L 30.12.1993/1501. Arvonlisäverolaki.
- L 30.12.1997/1336. Kirjanpitolaki.
- L 26.1.2001/55. Työsopimuslaki.
- L 18.3.2005/162. Vuosilomalaki.
- L 5.7.2019/872. Työaikalaki.
- Laine, K. 2015. Myynti on rikki: B-to-B-myyntin uusi aika. Liettua: BALTO print.
- Luukkainen, S. 2018. Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät. [Verkojulkaisu]. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opin näytetyö. [Viitattu 11.4.2020]. Saatavana: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/151055/Samuli_Luukkainen.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marjamäki, K. 2020. KLT-kirjanpitäjä. Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy. Haastattelu. 15.4.2020.
- Mattinen, K., Orlando, C. & Parnila, K. 2020. Palkanlaskenta käytännönläheisesti. [Verkkokirja]. Helsinki: Taitto Keski-Suomen Sivu Oy. [Viitattu 17.4.2020]. Saatavana Kauppakamaritiedon ammattikirjastosta. Vaati käyttöoikeuden.
- Männistö, E. 2017. Henkilöstöhallinto- oikeat ihmiset oikeisiin tehtäviin. [Verkkolehhtiartikkeli]. 5/2017. [Viitattu 17.4.2020]. Saatavana: <https://tilisanomat.fi/henkilostohallinto/henkilostohallinto-oikeat-ihmiset-oikeisiin-tehtaviin>
- Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrange, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

- Oikukas ostaja -tutkimus. 2015. Mercuri International Oy. Questback Oy. Saatavana: toinenmielipide.fi. Vaatii käyttöoikeuden.
- Ojansalo, J. & Ojansalo, K. 2010. B-to-B-palveluiden markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Palkanlaskenta ja HR. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy. [Viitattu 16.4.2020]. Saatavana: <https://ekonomitoimisto.fi/tilitoimistopalvelut/palkkahallinnon-ulkoistaminen/>
- Palvelukuvaus. 2019. Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy. Esite. Julkaisematon.
- Silta. Ei päiväystä. Älykäs palkanlaskenta: Miksi ulkoistaa palkanlaskenta. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 16.4.2020]. Saatavana silta.fi -sivustolta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Taloushallinto. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy. [Viitattu 5.4.2020]. Saatavana: <https://ekonomitoimisto.fi/tilitoimistopalvelut/taloushallinnon-ulkoistaminen/>
- Tilitoimiston palvelut. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Taloushallintoliitto. [Viitattu 8.4.2020]. Saatavana: <https://taloushallintoliitto.fi/tilitoimistoasiointi/tilitoimiston-palvelut>
- Vilka, M. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Ylikoski, T. 2010. Suosittelumarkkinointi: Nykytila ja caseja Suomesta. [Verkojulkaisu]. Asiakkuusmarkkinointiliitto. [Viitattu 12.4.2020]. Saatavana: <https://www.asml.fi/wp-content/uploads/Suosittelumarkkinointi-asiakkaasta-ontulossa-media.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Kysely tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöistä

Liite 2. Saatekirje 13.2.2020

Liite 3. Tilitoimiston valintaopas

Liite 1. Kysely tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöistä**1. Ikäsi ***

- ☐ Alle 30 vuotias
- ☐ 30 - 50 vuotias
- ☐ Yli 50 vuotias

2. Ylin koulutuksesi *

- ☐ Peruskoulu
- ☐ Lukio / ammattikoulu
- ☐ Ammattikorkeakoulu
- ☐ Yliopisto
- ☐ Ylempi ammattikorkeakoulu

3. Yritysmuoto *

- ☐ Toiminimi
- ☐ Avoin yhtiö
- ☐ Kommandiittiyhtiö
- ☐ Osakeyhtiö

4. Toimiala *

- ☐ Maatalous, metsätalous ja kalatalous
- ☐ Teollisuus
- ☐ Rakentaminen
- ☐ Tukku- tai vähittäiskauppa
- ☐ Kuljetus ja varastointi
- ☐ Majoitus- ja ravitsemistoiminta
- ☐ Informaatio ja viestintä
- ☐ Rahoitus- ja vakuutustoiminta
- ☐ Kiinteistöalan toiminta
- ☐ Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
- ☐ Hallinto- ja tukipalvelutoiminta
- ☐ Terveys- ja sosiaalipalvelut
- ☐ Koulutus
- ☐ Taide, viihde ja virkistys
- ☐ Muut toimialat

5. Liikevaihto *

- ☐ < 100 000€
- ☐ 100 000€ - 250 000€
- ☐ 250 000€ - 500 000€
- ☐ 500 000€ - 1 M€
- ☐ 1 M€ - 5M€
- ☐ 5 M€ -10 M€
- ☐ > 10 M€

6. Henkilöstö *

- ☐ < 5 hlö
☐ 5 - 10 hlö
☐ 11 - 20 hlö
☐ 21 - 50 hlö
☐ 51 - 100 hlö
☐ > 100 hlö

7. Käyttämäni tilitoimiston on oltava auktorisoitu tilitoimisto? *

- ☐ Kyllä
☐ Ei

8. Miten tärkeänä pidät seuraavia asioita tilitoimiston valinnassa? *

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Ei väliä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Tilitoimiston maine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinnat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluiden kattavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuttavien suositteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntemattomien suositukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtaisen palvelun saaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitaaliset palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitoimiston näkyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Kirjanpidossa pidän tärkeänä sitä, että.. *

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Ei väliä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Saan tuoda aineiston suoraan kirjanpitäjälle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voin lähettää aineiston postitse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se on täysin digitaalista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on yksi määrätty kirjanpitäjä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan veroneuvontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Palkanlaskennassa pidän tärkeänä sitä, että.. *

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Ei väliä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Voin tuoda palkkaaineiston palkanlaskijalle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikki hoituu sähköisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan nopeasti haluamani palkanlaskennan erillistyöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkat ovat laskettu oikein ja ajoissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkanlaskija aina tavoitettavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan TES -neuvontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan lakineuvontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Voisitko ottaa palkanlaskennan palvelut eri tilitoimistosta, kuin kirjanpitosi? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

12. Mitä palveluita vaadit tilitoimistoltasi? *

- ☐ Kirjanpito
- ☐ Tilinpäätös ja veroilmoitus
- ☐ Reskontrakäsittelyt
- ☐ Talouspäällikköpalvelut
- ☐ Yritys- ja veroneuvonta
- ☐ Palkanlaskenta
- ☐ Henkilöstöpäällikköpalvelut

13. Mistä etsisitte tietoa, jos vaihtaisitte tilitoimistoa? *

- ☐ Internet (Google)
- ☐ Sosiaalinen media
- ☐ Suosittelevien kautta
- ☐ Joku muu, mikä?

Liite 2. Saatekirje 13.2.2020

Hei,

Suoritan Seinäjoen Ammattikorkeakoulussa liiketalouden koulutusohjelmaa ja teen opinnäytetyötä tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöistä. Opinnäytetyön toimeksi-antajana toimii Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää mitkä asiat vaikuttavat tilitoimiston valintaan. Lisäksi tavoitteena selvittää mitkä tilitoimiston palvelut koetaan tärkeäksi ja mitkä tuovat lisäarvoa yrittäjälle.

Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin ja vastausaikaa on 29.2.2020 saakka. Vastaukset käsitellään täysin anonyymisti ja luottamuksellisesti.

Linkki kyselyyn: <https://link.webropolsurveys.com/S/089B9A06B086843B>

Kiitos vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin

Jenniina Nikunlassi

Palkanlaskija

Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy

puhelin: 040 652 9791

jenniina.nikunlassi@ekonomitoimisto.fi

www.ekonomitoimisto.fi



Kalevankatu 11-13 2. krs, Seinäjoki

Tiedekatu 2, Frami D, Seinäjoki

Keskuspuistikko 4, Kurikka

Sanomatie, Lapua

Patruunatehtaantie 13, Lapua

Louontie 4, Alavus

Kurssitie 2, Jalasjärvi

Topeeka 40, Kauhajoki

Liite 3. Tilitoimiston valintaopas



Huomioonotettavia asioita tilitoimiston valinnassa

Olitpa sitten aloittava yritys tai yritys, joka haluaa vaihtaa tilitoimistoa. Tilitoimiston valitseminen on yrityksen tärkeitä päätöksiä, joka vaikuttaa yrityksen menestymiseen.

- **Mihin tarvitset tilitoimistoa?** ➡ Määrittele yrityksesi tarpeet nyt ja tulevaisuudessa
- **Haluatko sähköistä vai perinteistä taloushallintoa?** ➡ Valitse tilitoimisto, jossa tämä mahdollista
- **Onko tilitoimiston sijainnilla merkitystä?** ➡ Tutki tarjontaa tämän mukaan
- **Mitkä ovat asiat ovat sinulle tärkeitä?** ➡ Tutki suosituksia tilitoimistoista
- **Palveluiden hinnoittelu?** ➡ Ymmärrä, mistä laskusi muodostuu
- **Yhteistyön toimivuus?** ➡ Varmista tapaamalla kirjanpitäjäsi

Ekonomitoimiston asiakkaille keväällä 2020 tehdyn tutkimuksen mukaan tilitoimiston valintaan vaikuttavat eniten **henkilökohtaisen palvelun saaminen, hintataso, tilitoimiston maine ja palveluiden kattavuus**. Tilitoimistoehdokkaat valitaan pääsääntöisesti suositteluiden kautta.

Mitä tarvitset tilitoimistolta?

Yrityksesi tarpeet määrittelevät sen, mitä palveluita tarvitset. Oletko valmis tekemään osan itse vai haluatko ulkoistaa kaiken? Ota huomioon myös tulevaisuuden suunnitelmat.

Ota selvää eri tilitoimistojen tarjoamista palveluista ja valitse sellainen tilitoimisto, joka huomioi yrityksesi tarpeet myös tulevaisuudessa.

Tilitoimistojen tarjoamat yleisimmät palvelut löytyvät täältä: [taloushallintoliitto](#) ja Pohjanmaan Ekonomitoimiston tarjoamat palvelut löytyvät täältä: [tilitoimistopalvelut](#).

Haluatko sähköistä vai perinteistä taloushallintoa?

Sähköinen taloushallinto on tätä päivää, ja se on niin asiakkaan kuin tilitoimiston etu. Sähköiset ohjelmistot mahdollistavat yrityksen talousasioiden hoitamisen ja taloustilanteen seurannan reaaliaikaisesti, jolloin voit reagoida mahdollisiin muutoksiin nopeasti. Sähköisessä taloushallinnossa papereiden pyörittely loppuu, ja aikaa jää oman liiketoiminnan kehittämiseen.

Ota selvää eri tilitoimistojen tarjoamista ohjelmistoista ja siitä, vastaavatko ne tarpeitasi. Ohjelmia on paljon erilaisia, ja niiden toimintoihin ja ominaisuuksiin kannattaa syventyä. Tilitoimiston laaja ohjelmistotarjonta auttaa kartoittamaan sopivan ohjelmiston juuri yrityksesi tarpeisiin. Näistä voit pyytää esittelyjä tilitoimistoista.

Onko tilitoimiston sijainnilla merkitystä?

Jos haluat käydä tapaamassa kirjanpitäjääsi usein kasvotusten, kannattaa valita paikallinen tilitoimisto. Jos kaikki kuukausittaiset asiat hoituvat sähköisesti, voit miettiä myös tilitoimiston valitsemista kauempaa, sillä sähköisten välineiden avulla kommunikointi kirjanpitäjän kanssa on helppoa.

Mitkä ovat asiat ovat sinulle tärkeimpiä?

Sinulla on varmasti mielessäsi tärkeimpiä kriteereitä tilitoimistoon liittyen ja haluat kuulla muiden mielipiteitä tilitoimistosta. Suosittelijoiden kautta saat kuulla kokemuksia niin tilitoimistosta kuin sen kirjanpitäjistä. Suosittelijoina voivat olla tuttavasi, tai voit pyytää tilitoimistolta suosittelijoita heidän nykyisistä asiakkaistaan. Monilla yrityksillä on myös asiakastarinoita omilla sivuillaan.

Palveluiden hinnoittelu?

Tilitoimistojen palveluilla on erilaisia hinnoittelumalleja, ja ennen tarjouksen hyväksymistä on syytä selvittää, mistä hinta muodostuu. Tärkeää on tietää, mitä palvelun hintaan kuuluu ja mistä maksetaan ylimääräistä. Kannattaa huomioida kokonaiskustannus, eikä vain yhden osan hinta.

Esimerkkejä yleisimmistä hinnoittelumalleista, joita voidaan käyttää myös niiden yhdistelmänä:

Vienti- ja tositehinnoittelu

- ➡ Kirjanpidon kustannukset syntyvät vientien tai tositteiden määrästä kuukauden aikana.
- ➡ Palkanlaskennassa voidaan käyttää kappaleperusteista hinnoittelua.

Kiinteä kuukausihinta

- ➡ Tämä sisältää kaikki kirjanpidon kuukausittaiset toiminnot, joista ovat sovittu sopimuksessa. Hintaan vaikuttavat mm. yrityksen liikevaihto ja arvioitut tositemäärät.
- ➡ Palkanlaskennassa voidaan käyttää kiinteää hintaa, joka määräytyy mm. henkilöstön määrän ja palkanlaskentakertojen mukaan.

Tuntihinnoittelu

- ➡ Laskutus tapahtuu käytetyn ajan mukaan sovitulla tuntihinnalla.

Muita kuukausittaisia kuluja tulee mm. kirjanpito-ohjelmasta, erillistöistä ja neuvotteluista. Myös tilinpäätös ja veroilmoitus laskutetaan erikseen.

Yhteistyön toimivuus?

Kannattaa pyytää neuvotteluihin mukaan kirjanpitäjä tai palkanlaskija yhteistyön toimivuuden varmistamiseksi ja vastaamaan esittämiisi kysymyksiin. Kertomalla tarpeistasi aikaisessa vaiheessa saat tietää, pystyvätkö tilitoimisto ja sen asiantuntijat vastaamaan niihin.

Yhteenvetona:

Kartoita vaihtoehdot tilitoimistoista tarpeittesi mukaan ja pyydä tilitoimistoilta tarjouksia. Käy tapaamassa mahdollista tulevaa kirjanpitäjäsi tai palkanlaskijaasi neuvotteluissa, niin ymmärrät, mistä palvelut koostuvat.

Selvitä, millä aikataululla saisit uudet palvelut käyttöösi ja mitä mahdollisia kuluja tästä syntyy.

Tilitoimiston valinta voi olla pitkä prosessi, mutta se kannattaa, kun löydät yrityksesi tarpeita vastaavat palvelut sekä sopivat henkilöt niitä hoitamaan.

Lyhyesti meistä

Pohjanmaan Ekonomitoimisto Oy on taloushallinnon ja liiketoiminnan kehittämisen palvelutalo, joka palvelee asiakkaita Seinäjoelta, Kurikasta, Lapualta, Alavudelta, Jalasjärveltä ja Kauhajoelta käsin.

Meillä on markkinoiden laajin taloushallinnon palveluvalikoima. Pyrimme löytämään aina sopivan ratkaisun asiakkaidemme tarpeisiin ja teemme sen sopivalla taloushallinnon ohjelmalla.

Henkilöstömme on tärkein voimavaramme. Uskomme, että yhdessä hyvinvoivan ja osaavan henkilöstön kanssa saamme positiivisia tuloksia aikaan myös asiakkaiden liiketoiminnassa.

Olemme riittävän pieni suureksi, mutta riittävän suuri pieneksi. Riittävän pieni, jotta jokainen asiakas voi olla meille se tärkein – meiltä saa aina henkilökohtaista palvelua omalta, sitoutuneelta tekijältä. Toisaalta riittävän suuri, jotta pystymme laajalla asiantuntijatiimillä varmistamaan, että jokaiseen tilanteeseen löytyy sopivaa erityisosaamista.

Katso lisää palveluistamme www.ekonomitoimisto.fi ja ota yhteyttä, niin kartoitetaan sopivin ratkaisu!

Taloushallintopalvelumme saivat erinomaiset arvostanat (Lähde: asiakastytyväisyyskysely 05/2019):



POHJANMAAN EKONOMITOIMISTO
Näkyvillä viimeisellä rivillä.