



OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

TALOUSTIETOJEN YMMÄRTÄMINEN JA HYÖDYNTÄMINEN ORGANISAATIOSSA

TEKIJÄ:

Sofia Ovaskainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Sofia Ovaskainen	
Työn nimi Taloustietojen ymmärtäminen ja hyödyntäminen organisaatiossa	
Päiväys	19.1.2022
Sivumäärä/Liitteet	43/5
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Ristikko Oy (nimi muutettu työhön)	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Työ on opinnäytetyö. Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii Ristikko Oy (nimi muutettu työhön). Opinnäytetyön tarkoitus on antaa Ristikko Oy:lle tietoa siitä, kuinka heidän yrityksessään henkilöstö ymmärtää ja hyödyntää taloustietoa. Tämän pohjalta toimeksiantaja voi kehittää omaa toimintaansa, jotta henkilöstö ymmärtää ja hyödyntää taloustietoja tulokselliseen tekemiseen.</p> <p>Teoriaosuudessa käydään yritysmaailmassa oleelliset taloustiedon ja talousviestinnän käsitteet. Opinnäytetyötä varten tehty laadullinen tutkimus toteutettiin Webropol-kyselyllä, jotta saatiin luotettavat vastaukset. Kysely koostui pääosin avoimista kysymyksistä, jonka takia tutkimusta voidaan kutsua laadulliseksi tutkimukseksi. Webropol-kyselyllä saatiin selvitettyä Ristikko Oy:n henkilöstön tilanne taloustietojen ymmärtämisen ja hyödyntämisen osalta. Kyselyn tulosten avulla toimeksiantajan johtoryhmä ja päälliköt voivat tehdä kehittämistyötä yrityksen talousraportteihin ja talousviestintään.</p> <p>Tutkimuksen tulokset kertoivat, että henkilöstön osaaminen talouden termien suhteen on hyvä. Talouden ymmärtäminen yritysmaailmassa on vaikeampaa, joten henkilöstöstä noin puolet ei ymmärrä omaa vaikutustaan taloudellisiin raportteihin. Henkilöiden osastot, koulutustaustat ja organisaatiotasot vaikuttivat eroihin vastauksien kesken.</p> <p>Pohdinnassa mietin kyselyn tuloksien avulla yrityksen taloustietojen osalta nykytilannetta ja tulevaisuuden mahdollisuuksia. Lisäksi pohdin työn merkitystä toimeksiantajalle ja minulle. Työn luotettavuus on myös selvennetty pohdintaosuudessa.</p>	
Avainsanat Yrityksen taloustieto, katetuotto, kannattavuus, tuloslaskelma, tase, kassavirta, talousviestintä	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration	
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration	
Author(s) Sofia Ovaskainen	
Title of Thesis Understanding and utilizing financial information in a company	
Date 19.1.2022	Pages/Appendices 43/5
Client Organisation /Partners Ristikko Oy (company name changed to maintain confidentiality)	
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis is to provide the client organisation with information on how the personnel understand and utilize financial information. Based on this, the client could develop its own operations so that the staff understands and utilizes financial information for effective performance.</p> <p>The theoretical part deals with the concepts of financial information and financial communication that are relevant in the business world. A qualitative study conducted for the thesis was conducted with the Webropol survey in order to obtain reliable answers. The survey consisted mainly of open-ended questions, which is why the study can be called a qualitative study. The webropol survey found out the situation of the organisation personnel in terms of understanding and utilizing financial information. The results of the survey allow the client's management team and managers to do development work on the company's financial reports and financial communication.</p> <p>The results of the study showed that the staff's knowledge of economic terms is good. Understanding the economy in the corporate world was more difficult, so about half of the personnel did not understand their own impact on financial reports. The respondents department educational background and organisational level explained the differences in understanding and utilizing financial information.</p> <p>In the reflection, the survey results were used to consider the current situation and future possibilities of the company's financial information. In addition, the importance of the work was considered to the client and to author of the thesis. The reliability of the work was also clarified in the reflection section.</p>	
<p>Keywords Company Financial information, profit margin, profitability, income statement, balance sheet, cash flow, financial communications</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	YRITYKSEN TALOUSTIETO	8
2.1	Yrityksen taloustieto.....	8
2.2	Katetuotto ja kannattavuus.....	8
2.3	Tuloslaskelma, tase ja kassavirta	10
2.4	Ennusteita ja tavoitteita.....	14
2.5	Taloustietojen ymmärtäminen ja hyödyntäminen	17
3	TALOUSVIESTINTÄ.....	18
3.1	Talousviestintä.....	18
3.2	Talousviestinnän tapoja.....	19
3.3	Talousviestinnän haasteet	19
3.4	Talousohjaus ja johtamisjärjestelmä.....	20
4	KOHDEYRITYS	22
4.1	Toimiala ja toiminta	22
4.2	Organisaatorakenne	23
4.3	Talousviestintä ja johtamisjärjestelmä	24
4.3.1	Vanha malli.....	24
4.3.2	Uusi malli	24
4.3.3	Tulevaisuuden suunnitelmia	25
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	26
5.1	Tutkimuksen luonne.....	26
5.2	Aineistonkeruu.....	26
5.3	Analysointi.....	27
5.4	Kysely	27
6	TUTKIMUSTULOKSET	29
6.1	Tutkimuskysymys.....	29
6.2	Kyselyn tulokset.....	29
6.2.1	Taloustieto	30
6.2.2	Talousviestintä.....	32
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	36
7.1	Nykytilanne	36

7.2 Kehityssuunta	37
8 POHDINTA.....	38
8.1 Työn merkitys.....	38
8.2 Oman asiantuntijuuden ja ammattitaidon kehittyminen	38
8.3 Tutkimuksen luotettavuus	39
8.4 Tutkimuksen eettisyys.....	39
8.5 Työprosessin onnistuminen.....	40
LÄHTEET	41
LIITE 1: KYSELY HENKILÖSTÖLLE	44
KUVALUETTELO	
KUVA 1. Opinnäytetyön rakenne	7
KUVA 2. Tavoitteiden ohjeistus (mukaillen Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon)	15
KUVA 3. Esimerkki budjetoinnin prosessista (mukaillen Åkerberg 2006, 31)	16
KUVA 4. Talousviestinnän haasteita (mukaillen Partanen 2007, 21–22).....	19
KUVA 5. Ristikko Oy:n toimintakaavio	22
KUVA 6. Organisaatiokaavio.....	23
KUVA 7. Kyselyyn osallistuvien osastot (n=21).....	29
KUVA 8. Vastaajien koulutus (n=21)	29
KUVA 9. Talouden termit (n=21).....	30
KUVA 10. Taloutta koskevat tiedotukset (n=21).....	31
KUVA 11. Talousraportit, joihin vastaajat kokevat voivansa vaikuttaa työllään (n=21).	31
KUVA 12. Talousraportit, joita vastaajat kokevat voivansa hyödyntää työssään (n=21).....	32
KUVA 13. Vastaajien jaottelu, siitä tulisiko talousraportteja/-tietoa olla enemmän (n=21).....	34
TAULUKKO 1. Katetuottolaskelma	9
TAULUKKO 2. Esimerkki tuloslaskelman rungosta	11
TAULUKKO 3. Tase (Mukaillen Salmi 2020, 1.9)	12
TAULUKKO 4. Kassavirtalaskelma	13

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe on tullut kohdeyrityksen kanssa yhdessä ideoimalla, sillä yrityksessä ollaan kiinnostuneita heidän työntekijöiden talousosaamisen ja taloustiedon hyödyntämisen tasosta. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Ristikko Oy. Ristikko Oy on kattoristikkoita valmistava yritys. Yrityksen nimi on muutettu työhön, jotta yritys pysyy mahdollisimman tunnistamattomana.

Ristikko Oy:ssä jaetaan erilaisia tulosraportteja sekä käydään kuukausittain palaveri, jossa on mukana yrityksen eri osastoilta osallistujia. Osallistujia on hallinnosta ja johdosta sekä myynti-, tuotanto-, logistiikka- ja suunnitteluosastoilta. Kuukausipalaverissa käydään toimitusjohtajan kanssa yhdessä läpi erilaisia taloustietoja. Näitä ovat myynti, tulokset, ennusteet ja ajankohtaiset tiedot sekä näihin kytkeytyvät asiat. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kuukausipalaveriin osallistuvien työntekijöiden ymmärtämistä taloustietoihin, sillä kuukausipalaverin osallistujia ja materiaaleja on viimeisten vuosien aikana muutettu. Tästä syystä on tärkeää yrityksen talousviestinnän ja talousjohtamisen kannalta selvittää tilannetta, missä mennään ja mihin ollaan menossa. Lisäksi tutkitaan, kuinka työntekijät käyttävät ymmärtämäänsä talousinformaatiota tekemissään työtehtävissä. Aiempaa tutkimusta aiheesta ei ole toteutettu kyseisessä organisaatiossa.

Opinnäytetyön ideana on, että opiskelija osaa tuottaa kehittämis- tai tutkimustyöluonteisen kokonaisuuden. Työssä seurataan opiskelijan kykyä suoriutua aikataulun mukaisesti ja rajata aiheensa selkeästi. Tarkoituksena on, että opiskelija osaa kehittää ja näyttää valmiuksiaan soveltaa oman koulutuksensa tietoja käytännön asiantuntija tehtävissä. (Linden 2021, 1.) Tässä tapauksessa tradenomin taloushallinnonopinnoja.

Opinnäytetyö toteutetaan laadullisena tutkimuksena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Opinnäytetyöllä on tutkimuskysymys, niin kuin monella laadullisella tutkimuksella on määrittelyn tapana olla (Juutti & Puusa 2020). Tutkimuskysymys on:

- Kuinka kohdeorganisaatiossa ymmärretään ja hyödynnetään taloustietoja omassa toiminnassa?

Kyseinen tutkimuskysymys kiteyttää kyseisen laadullisen tutkimuksen aiheen. Opinnäytetyön tutkimuksen rajaus on tehty niin, että kokonaisuus pysyy selkeänä ja ytimekkäänä. Tutkimus on rajattu taloustietoon ja talousviestintään. Näin aihe ja tulokset on helppo hahmottaa ja ymmärtää. Tutkimuskysymys on mielenkiintoinen niin toimeksiantajalle, Ristikko Oy:lle, kuin tutkimuksen kirjoittajalle, opiskelijalle. Molempia osapuolia kiinnostaa talousosaamisen tilanne organisaatiossa.

Opinnäytetyö tehdään laadullisen tutkimuksen määritelmien mukaisesti. Laadullinen tutkimus tarvitsee teoriaa, eli tutkimuksen viitekehystä, jolla tarkoitetaan niin sanottua tutkimuksen teoreettista osuutta. Nämä tarkoittavat samaa, sillä viitekehys ja teoria koostuvat käsitteistä ja niiden välisistä merkityssuhteista. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 18–19.) Teoreettinen viitekehys ei sisällä mitä tahansa toisistaan irrallisia teorioista koostuvaa koostetta, vaan viitekehys pitää sisällään keskeiset aiheet ja toisiinsa kytköksissä olevat alueet. Tämän tulee olla tutkimusongelman kanssa loogisesti yhteydessä, jotta teoria ja tutkimusongelma synnyttäisi välilleen jatkumon. (KvaliMOTV julkaisuaika tuntematon.)

Tässä opinnäytetyössä teoria jakautuu kolmeen osaan, sillä ne ovat pääosassa olevia aihealueita:

- yrityksen taloustietoon
- talousviestintään
- Ristikko Oy:n tietoihin.

Teoriaosuuden jälkeen opinnäytetyössä käsitellään tarkemmin itse kyselyosuutta ja siitä tulleita tuloksia. Eli paneudutaan tutkimukseen ja siihen tulleisiin tuloksiin. Tämän osuuden jälkeen siirrytään opiskelijan johtopäätöksiin liittyen opinnäytetyön tutkimukseen ja omiin pohdintoihinsa. Opinnäytetyön pääpaino on tutkimuksessa ja pohdinnoissa. Opinnäytetyön rakenteen hahmottamiseksi, se on laitettu kuvan muotoon (Kuva 1).



KUVA 1. Opinnäytetyön rakenne

2 YRITYKSEN TALOUSTIETO

2.1 Yrityksen taloustieto

Yritysten tulee ohjata omaa toimintaansa taloudellisten reunaehtojen ja tavoitteiden avulla. Näiden päätavoite on tuottaa taloudellista etua omistajilleen ja sitä kautta myös omistajat voivat antaa paremman työpaikan työntekijöille. Yrityksen uskottavuus kasvaa taloudellisen tuloksellisuuden johdosta myös asiakkaiden ja toimittajayrityksien näkökulmasta. (Suomala, Manninen & Lyly-Yrjänäinen 2018, 1.) Taloustiedon avulla voidaan ennakoida ja hallita riskejä (Aallon Group Oyj 2020, 3). Tämä kertoo sen, että taloudellisen informaation merkitys on yrityksille todella tärkeää. Sen avulla erilaiset tiedot yhdistyvät ja ihmisille syntyy ymmärrys yrityksen taloudellisesta tilasta.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään taloustietoa johdon eli sisäisen laskentatoimen ja ulkoisen laskentatoimen näkökulmasta. Tällä johdon laskentatoimella tarkoitetaan lisäarvoa tuottavia ja kehittyviä prosesseja tukevia toimintoja. Näitä ovat suunnittelu-, ohjaus- ja mittaustoiminta. Toiminnot perustuvat niin rahamääriin kuin ei rahamääriin informaatioita tuottaviin järjestelmiin. Johdon laskentatoimi tukee yrityksen toiminnan ohjaamista, kannustaa suorituksiin sekä pitää yllä ja luo kulttuurin arvoja, jotta yrityksen päämäärät saavutetaan strategisesti, taktisesti ja operatiivisesti. (Partanen 2007, 19.) Yrityksen taloudellinen informaatio on tärkeää, sillä yrityksen jokaiseen päätökseen kuuluu taloudellinen näkökulma. Yrityksen ulkoisen laskentatoimen tulee täyttää lakisääteinen velvoite. Ulkoinen laskentatoimi tuottaa kirjanpidon avulla yritykselle tuloslaskelman ja taseen. (Suomala ym. 2018, 1.)

Yrityksen taloustietoa välitetään raporttien avulla henkilöstölle. Sisäisen raportoinnin tulee sisältää Järvenpään, Länsiluodon, Partasen ja Pellisen (2020, 310) mukaan palautetta johdolle kahdesta eri näkökulmasta: Tehdäänkö yrityksen vastuualueilla oikeita asioita? Mikäli yrityksessä heikentyy tulos, kysyntä ja markkinaosuus, tulee miettiä strategian uudistamista ja huomion uudelleensuuntaamista. Ja tehdäänkö asiat vastuualueilla tehokkaasti? Arvioimisen voi tehdä vertaamalla aiempaa tasoa nykyiseen tasoon tavoitteiden saavuttamisessa.

Tässä opinnäytetyössä taloustietona käsitellään niitä tietoja, mitä kohdeyrityksessä, Ristikko Oy:ssä, käydään kuukausipalaverissa henkilöstön kanssa läpi. Taloustietoa on yrityksissä laajasti, joten se on rajattava Ristikko Oy:llä seurattujen asioiden mukaan. Näin opinnäytetyön tavoite kohdeyrityksen taloustietojenymmärtämisestä ja hyödyntämisestä toteutuu. Opinnäytetyö sisältää taloustietoina katetuoton ja kannattavuuden ja siitä johdettujen tietojen lisäksi tuloslaskelman, taseen ja kassavirran, sekä ennusteet ja tavoitteet sisältäen budjetin.

2.2 Katetuotto ja kannattavuus

Yrityksen kannattavuutta seurataan katetuottolaskelmalla. Katetuottolaskelman tarkastelujakso voi pituudeltaan olla päivästä vuoteen. (Saaranen, Koltola & Pösö 2017, 37.) Yrityksissä seurataan eri pituisia jaksoja yhtä aikaa. Vuoden päätteeksi halutaan nähdä koko vuosi, mutta sen aikana ollaan kiinnostuneita yleensä myös pienemmistä jaksoista. Esimerkiksi kuukausipalaverissa on hyödyllistä tarkastella kannattavuutta jo menneen kuukauden kohdalta, jotta tiedot ovat ajankohtaisia.

Yritys saa myymällä tuotteitaan tai palveluitaan tuloja, joihin liittyy kustannuksia. Kustannuksia voivat olla esimerkiksi palkat ja materiaalit. Yrityksen liiketoiminta on kannattavaa, mikäli kustannukset ovat tuloja pienempiä, eli yritys tekee voittoa. (Saaranen ym. 2017, 37.)

Eli katetuottolaskelmalla saadaan laskettua yrityksen kannattavuutta (taulukko 1). Katetuottolaskelmasta selviää katetuotto, myyntikate. Myyntikate saadaan, kun liikevaihdosta vähennetään ainekulut ja ulkopuoliset palvelut (taulukko 1), eli tuotteisiin menneet kulut. Katetuottolaskelman tulos saadaan, kun myyntikatteesta vähennetään kiinteät kustannukset pois. Niillä tarkoitetaan myynnistä riippumattomia kustannuksia. (Alma Talent julkaisuaika tuntematon.)

TAULUKKO 1. Katetuottolaskelma

Katetuottolaskelma
myyntituotot
- muuttuvat kustannukset
= katetuotto, myyntikate
- kiinteät kustannukset
= tulos

Yrityksen kannattavuutta kuvaavia tunnuslukuja voidaan ilmoittaa rahamääräisesti tai prosentuaalisesti. Suhteellisten lukujen avulla on mahdollista verrata yrityksen kannattavuuden kehitystä. (Saaranen ym. 2017, 37.) Myyntikatetta ei voi aina nähdä suoraan tuloslaskelmasta, sillä eri aloilla esimerkiksi muuttuvat kulut voi rakentua palkoista, jolloin ne ovat tuloslaskelman hallinnon palkkojen kanssa laitettu samaan kohtaan. Mikäli halutaan seurata myyntikatetta tarkemmin, tulee se toteuttaa usein erillisillä kirjanpidon tileillä tai laskentakohteina. Palvelualat ja tavara kaupat eroavat toisistaan myyntikatteen laskennan osalta yleensä huomattavasti. Palveluiden hinnoitteluissa tulee huomioida palvelun lisäksi myös työhön menevät kustannukset. Näitä ovat esimerkiksi palkat sivukulujen kanssa, siihen liittyvät hallinnolliset kulut ja matkustuskulut. (Saari 2020)

Katetuottoprosentti eli myyntikateprosentti saadaan, kun katetuotto jaetaan myyntituotolla ja muutetaan luku prosenteiksi kertomalla se sadalla prosentilla (kaava 1).

$$\text{katetuottoprosentti/myyntikateprosentti} = \frac{\text{katetuotto}}{\text{myyntituotto}} \times 100 \% \quad (1)$$

Yrityksen myyntiä ohjaa tuotteiden ja palveluiden hinta. Yrityksessä myyntihintoihin vaikuttaa määrittely sen suhteen, miten työntekijä saa hinnoitella tuotteet asiakkaille. Ristikko Oy:ssä hinnoittelun apuna käytetään myyntikatetta ja myyntikateprosenttia. Yrityksessä tuotteet hinnoitellaan tietyn myyntikateprosentin mukaan asiakkaille. (Toimitusjohtaja 2021b.)

Tulosprosentti lasketaan tulos jaettuna myyntituotto ja luku muutetaan prosenteiksi kertomalla se sadalla prosentilla (kaava 2). Tulosprosentti auttaa eri ajanjaksojen tuloksien vertailuissa.

$$\text{tulosprosentti} = \frac{\text{tulos}}{\text{myyntituotto}} \times 100\% \quad (2)$$

2.3 Tuloslaskelma, tase ja kassavirta

Yrityksen ulkoisen laskentatoimen tuottamat laskelmat ovat tuloslaskelma, tase ja kassavirta, kun rahaprosessin lukuja vedetään yhteen ja kun tulkitaan yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä (Niskavaara 2017, 2). Yrityksen johdon tulee osata ymmärtää tuloslaskelman ja taseen merkitys. Yrityksen kaikki rahavirrat kulkevat kirjanpidon kautta joko tuloslaskelmaan tai taseeseen tai molempiin edellä mainituista laskelmista. Tämä johtaa siihen, että yrityksen johdon tulee ymmärtää näiden sisällöt, jotta voidaan muodostaa kaikenkattava kuva yrityksen taloudesta. (Merit aktiva 2019.) Tuloslaskelma ja tase ovat tästä syystä monessa yrityksen kuukausipalaverissa mukana, jotta kaikki tietävät missä mennään yrityksen talouden kanssa.

Tuloslaskelmassa yrityksen liiketoiminnan tuotot ja kulut ovat näkyvissä tietyltä aikaväliltä. Kun ostetaan raaka-aineita tai muita myyntiä edellyttäviä tuotteita, kasvaa yrityksen kulut tuloslaskelmassa. Mikäli yrityksen myynti nousee, kasvaa yrityksen liikevaihto tuloslaskelmaan. (Merit aktiva 2019.) Lyhyesti selitettynä tuotto tarkoittaa taloudellisen hyödyn lisääntymistä ja kulu varojen vähenemistä tai mahdollisten velkojen kasvamista (Salmi 2020, 1.8). Tuloslaskelma siis kertoo, kuinka paljon yritys on tehnyt voittoa tietyssä aikana (Niskavaara 2017, 2).

Tuloslaskelman avulla saadaan laskettua käyttökate. Käyttökate saadaan lisäämällä liikevoittoon poistot ja arvonalentumiset. Tämä on oleellinen tunnusluku, sillä se kertoo kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää katetta, kun on vähennetty toimintakulut pois. (Alma Talent julkaisuaika tuntematon.)

TAULUKKO 2. Esimerkki tuloslaskelman rungosta

Tuloslaskelma
Liikevaihto
-Materiaalit ja palvelut
-Henkilöstökulut
-Poistot ja arvonalentumiset
-Liiketoiminnan muut kulut
=Liikevoitto
+Rahoitustuotot
-Rahoituskulut
=Tulos ennen veroja
-Verot
=Tilikauden tulos

Tuloslaskelmalla on jaoteltu tuotot ja kulut pääluokkiin, jotta tuloslaskelmaa on helpompi tulkita (Taulukko 2). Tuloslaskelman pääluokat ovat: liikevaihto, materiaalit ja palvelut, henkilöstökulut, poistot ja arvonalentumiset, liiketoiminnan muut kulut, rahoitustuotot ja rahoituskulut, tilinpäätössiirrot ja verot. Pääluokilla on lisäksi tarvittaessa tarkempia kirjanpidon tilejä, esimerkiksi liiketoiminnan muut kulut voivat sisältää muun muassa toimistotarvikkeiden kuluja. Kun tilikauden kulut ja tuotot on summattu yhteen, saadaan tilikauden tulos, voitto tai tappio. (Merit aktiva 2019.) Eli kauden liikevaihdosta vähennetään materiaali- ja palvelukulut, henkilöstökulut, mahdollisten koneiden, kalusteiden ja rakennusten poistot ja arvonalentumiset, mahdolliset liiketoiminnan muut kulut, kuten kiinteistökulut. Jotta saadaan tulos ennen veroja, liikevoittoon tai -tappioon lisätään mahdolliset rahoitustuotot ja poistetaan rahoituskulut (Salmi 2020, 1.8). Jotta saadaan lopullinen tulos, vähennetään verot tästä pois. (Salmi 2020, 1.8). Tuloslaskelmasta käydään yritysten palaverissa läpi eriasioita. Eri yrityksissä käydään oman liiketoiminnan kannalta tärkeitä asioita läpi.

Ristikko Oy:n kuukausipalaverissa käydään henkilöstön kanssa tuloslaskelman kuluista: aineenkäyttö, myyntirahti, muuttuvat henkilöstökulut ja suunnittelukustannukset. Liikevaihto on yrityksen menestyksen kannalta oleellista, joten se käydään henkilöstön kanssa liiketoiminta-alueittain tuloslaskelmasta palaverissa. (Toimitusjohtaja 2021b.)

Tase kertoo yrityksen varallisuuden tarkemmin tietyinä ajankohtana. Taseesta käy ilmi yrityksen varallisuus, velat ja oma pääoma. (Merit aktiva 2019, Niskavaara 2017, 2.)

Tase jaetaan kahteen osaan. Taseessa ovat vastaava ja vastattavaa puolet. Vastaavaa kertoo yrityksen varallisuuden. Vastaava jaetaan pysyviin ja vaihtuviin vastaavaan. (Salmi 2020, 1.9.) Varallisuutta kuvaavat muun muassa koneet ja kalusto, vaihto-omaisuus, rahat ja pankkisaamiset ja myyntisaamiset (Taulukko 3). Taseen vastaava vastaa kysymykseen ”Mitä omistamme?”, eli varat ovat omaisuudet (Niskavaara 2017,2). Taseen vastattavaa kertoo yrityksen oman pääoman ja yrityksen velat eli vieraan pääoman. Tämä kuvaa siis yrityksen kokonaisuuden, millä vastaavien puoli on rahoitettu. Vastattavia ovat oma pääoma ja vieraspääoma (Taulukko 3). (Merit aktiva 2019, Niskavaara 2017,2.)

TAULUKKO 3. Tase (Mukaillen Salmi 2020, 1.9)

Vastaava	Vastattavaa
Pysyvät vastaavat (pitkäaikaiset varat)	Oma pääoma
aineettomat hyödykkeet	osake-/osuuspääoma
aineelliset hyödykkeet	muu oma pääoma
sijoitukset	voittovarot
Vaihtuvat vastaavat (lyhytaikaiset varat)	Vieras pääoma
vaihto-omaisuus	pitkäaikainen vieraspääoma
saamiset	lyhytaikainen vieras pääoma
rahat	

Koska vastattavaa puoli kertoo millä vastaavien puoli on rahoitettu, tulee molempien puolien mennä aina tasan. Eli, jos vastaavien yhteenlaskettu arvo on 250 000 € (euroa), on myös vastattavien puolen oltava yhteenlaskettuna 250 000 € (euroa). Jos luvut eivät täsmää, on kirjanpidossa tapahtunut virhe, mikä tulee selvittää ja korjata. (Merit aktiva 2019.)

Tuloslaskelmasta ja taseesta ja niiden välisestä yhteydestä tärkeintä on ymmärtää se, että tuloslaskelmasta tulevat tuotot ja kulut siirtyvät taseeseen. Mikäli tuloslaskelman materiaalikulu kasvaisi 5 000 € (euroa), tulee yrityksen tulos pienenemään saman verran. Mikäli yritykselle ei ole tullut muita kirjauksia, tulos on tappiolla 5 000 € (euroa). Tämä 5 000 € (euroa) näkyy taseen vastattavien puolella omassa pääomassa tilikauden tappiona. Tuloslaskelmassa tapahtuvat muutokset peilautuvat taseeseen. (Merit aktiva 2019.) Yrityksen johdon tulee ymmärtää oleellisin tieto palaverihin, joissa käy yhdessä henkilöstön kanssa heihin vaikuttavia lukuja. On tärkeää, että yrityksen henkilöstö siis ymmärtää esimerkiksi sen, miten liikevaihto muuttuu heidän kasvattamalla omaa myyntiänsä.

Kassavirta- eli rahoituslaskelma kertoo, kuinka paljon yritykselle tulee rahaa kassaan ja kuinka paljon sieltä lähtee rahaa (Taulukko 4). Maksut yrityksen kassaan tulevat omistajilta, rahoittajilta tai asiakkailta. Kassasta pois lähtevät maksut ovat esimerkiksi palkat, erilaiset tarvikkeet ja raaka-aineet, palvelut, tuloverot, korkokulut ja osingot. (Niskavaara 2017, 2.) Esimerkiksi yrityksen myytessä tuotteita laskulla, eli asiakas saa maksuaikaa, ei kassavirtaan tule merkintää. Mutta kun asiakas maksaa laskun, tulee pankkitilille rahaa ja yrityksen kassavirta kasvaa.

TAULUKKO 4. Kassavirtalaskelma

Kassavirtalaskelma	
+ Kassaan maksut	
- Kassasta maksut	
= Kassavirta	

Kassavirran pääidea on kertoa, kuinka paljon tiettyä ajanjakson aikana yritys on saanut positiivista kassavirtaa (kerryttänyt lisää rahaa) ja kuinka paljon on käyttänyt ja mahdollisesti kuinka paljon liikaa sitä on käyttänyt (negatiivinen kassavirta). Tämä käytettävissä oleva rahan summa näkyy taseen varoista. (Niskavaara 2017, 2.) Kassa on ainoa varallisuuden muoto, mikä on yksiselitteinen ja sitä arvostetaan yhteneväisesti. Se on välttämätön tuloslaskelman ja taseen rinnalle, sillä ilman sitä ei voi toimia lyhyelläkään aikavälillä. Ilman kassaa ei voida toimia, sillä yrityksen tärkein taloudellinen tehtävä on saada aikaan jatkuva rahavirta, joko omalla toiminnallaan tai ulkopuolisten sijoittajien avulla. (Salmi 2020, 7.2.)

Kassavirran pystyy jakamaan eri osiin. Operatiivinen kassavirta seuraa jatkuvaa rahaliikennettä, laskujen, ostojen ja asiakkailta saatavaa tuloa. (Rumpu 2018.) Tämä on henkilöstölle maanläheisempi, sillä he voivat tämän avulla nähdä, kuinka esimerkiksi asiakkaalle annettu maksuaika vaikuttaa kassavirrassa. Rahoituskassavirta seuraa yrityksen muita tulonlähteitä, eli esimerkiksi rahoittajien, omistajien ja pankkilainojen ja milloin ja paljon sitä on nostettu tai maksettu takaisin (Rumpu 2018).

Edellä mainittujen tuloslaskelman, taseen ja kassavirran välillä on yhteys. Mikäli jossakin laskelmassa tapahtuu muutos, vaikuttaa se ainakin jompaankumpaan laskelmaan. Näin ollen puhutaan kahdenkertaisesta kirjanpidosta. (Niskavaara 2017, 2.)

Esimerkkejä tuloslaskelman, taseen ja kassavirran yhteyksistä, kun yritys myy tuotteen.

1. Yritys myy tuotteen 1 000 euron laskulla. Asiakas saa maksuaikaa. Yrityksen tuloslaskelmaan syntyy liikevaihtoa 1 000 euroa ja taseen myyntisaaminen kasvaa 1 000 euroa.

2. Yritys vastaanottaa asiakkaalleen tekemänsä laskun 1 000 € mukaisen summan. Yritys saa rahaa pankkitililleen ja kassavirta kasvaa 1 000 euroa. Taseesta myyntisaaminen pyyhkiytyy 0 euroksi ja rahaa pankkitilillä kohta kasvaa 1 000 euroon.
3. Yritys myy tuotteen 1 000 eurolla asiakkaalle. Asiakas maksaa tuotteen pankkikortilla. Yritys saa rahaa pankkitililleen ja kassavirta kasvaa 1 000 euroa ja taseen rahat pankkitilillä kohta kasvaa 1 000 euroa. Tuloslaskelmassa liikevaihto kasvaa 100 euroa.

Esimerkkejä tuloslaskelman, taseen ja kassavirran yhteyksistä, kun yritys käyttää rahaa.

1. Yritys ostaa tuotteen laskulla. Yrityksen maksaessa laskun (200 euroa), pankkitililtä lähtee rahaa 200 euroa, eli kassavirrassa näkyy 200 euron meno. Taseen ostovelat muuttuvat 0 euroksi ja rahat pankkitilillä pienenee 200 euroa.
2. Yritys maksaa vuokran 2 000 euroa. Yrityksen pankkitililtä lähtee 2 000 euroa, eli kassavirrassa näkyy 2 000 euron meno. Taseessa rahat pankkitilillä kohta pienenee 2 000 euroa. Tuloslaskelman kuluihin tulee vuokratulo kohta ja se kasvaa 2 000 euroa.

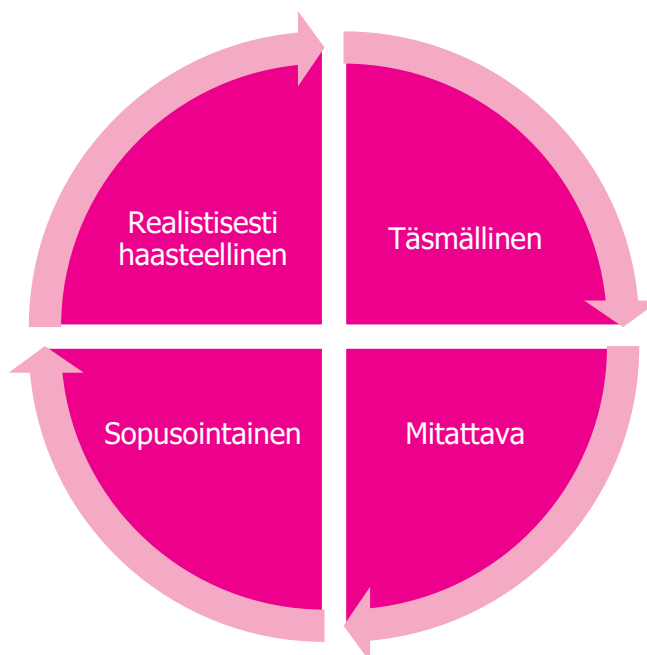
Esimerkit kertovat, kuinka tulot ja menot vaikuttavat laskelmiin. Näiden avulla yrityksen johto ymmärtää kuinka ne vaikuttavat yrityksen tuloslaskelmaan, taseeseen ja kassavirtaan. Laskelmat ovat yrityksen keskeisempiä laskelmia, joten johdon tulee ymmärtää kuinka ne syntyvät.

2.4 Ennusteita ja tavoitteita

Yrityksen taloudellisiin ennusteisiin ja tavoitteisiin tulee huomioida yrityksen visio. Yrityksen visio on yleensä vain muutaman vuoden päähän suunniteltu. Sen tulee olla selkeä, jotta tiedetään mihin päin ollaan menossa. Visiossa ei tarvitse olla suuria kasvusuunnitelmia yrityksen tulevaisuudelle, mutta sen tulisi olla tavoitteellinen realistisella tavalla. (Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon.)

Visio on muutaman vuoden päähän, mutta tavoitteet ovat jo aiemmin saavutettavissa. Vaikka yritys menee eteenpäin yhtä visiota kohden, heillä voi olla useita tavoitteita. Tavoitteiden tarkoituksena on olla välitappeja, kun ollaan menossa visiota päin. Yrityksen toiminnasta saadaan kannattavampaa tavoitteiden takia. Yrityksen eri alueille annetaan omia tavoitteita, jolloin kaikki tekevät yhteistyötä yrityksen yhteisen vision eteen.

Tavoitteet voivat ulottua talouden ulkopuolelle, sillä niitä ovat lisäksi asiakkaat, henkilöstö ja yrityksen sisäinen toiminta. Tässä opinnäytetyössä ei kuitenkaan puututa talouden ulkopuolisiin tavoitteisiin, vaikka kaikki edellä luetellut tavoitteet kytkeytyvätkin myös taloudelliseen näkökulmaan. Tavoitteiden avulla henkilökunta miettii omaa toimintaansa enemmän, kuin ilman tavoitteita. (Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon.)

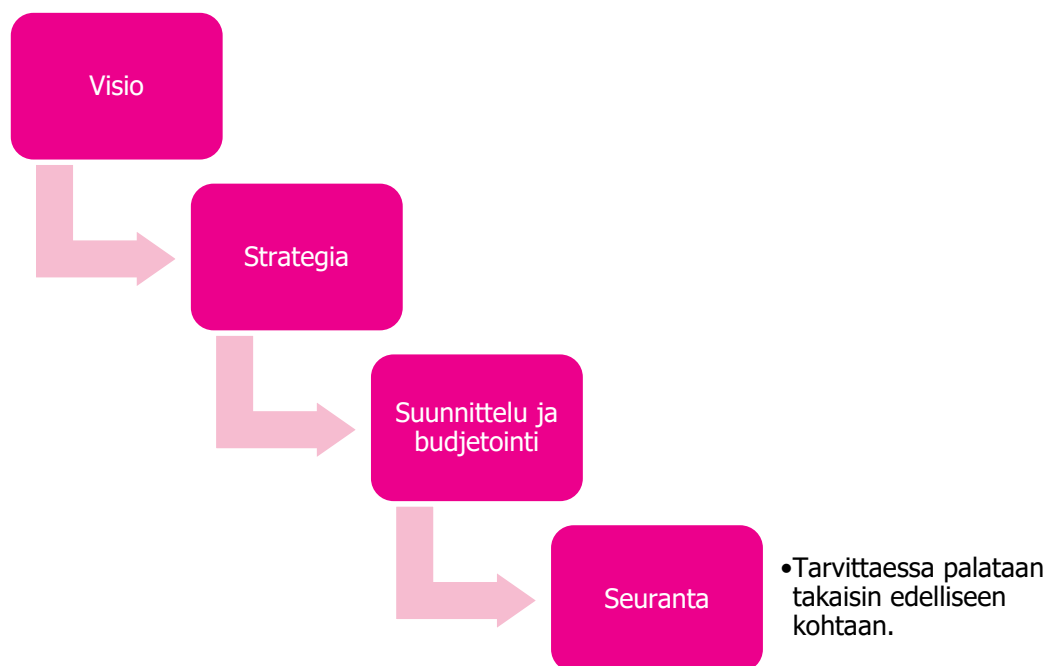


KUVA 2. Tavoitteiden ohjeistus (mukaillen Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon)

Tavoitteiden tulee olla täsmällisiä, mitattavissa olevia, sopusoinnissa yhdessä ja haasteellisia, mutta realistisia (Kuva 2). Jotta tiedetään, onnistutaanko tavoitteissa, tulee tehdä mittarit. Mittareiden avulla voidaan katsoa, onko tavoitteisiin päästy. Ilman mittareita on haasteellista nähdä konkreettisesti tulos, jolloin on vaikeaa johtaa edistymistä ja arvioida saavutuksia. (Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon.) Yrityksen kuukausipalaverissa on hyvä aika käydä yhdessä läpi tavoitteita ja visiota. Palaverien aikana on myös mahdollista katsoa erilaisten mittareiden ja raporttien avulla onnistumista.

Yrityksen taloudelliset tavoitteet voivat olla esimerkiksi voiton kasvattaminen 5 % tai vastaavasti suoraan euroina 50 000 €. Tavoite voi olla myyntikatteen saaminen 25 %:iin. Taloudellinen tavoite voi olla myös liikevaihdon vuosikasvu 10 %:iin tai vastaavasti euroissa halutaan liikevaihdon kasvavan 150 000 €. Tavoite voi liittyä omavaraisuusasteen kasvattamiseen tai maksuvalmiuden parantamiseen. Taloudelliset tavoitteet voivat olla erilaisia yrityksen tarpeiden mukaan, mutta niiden on oltava selkeitä. Taloudelliset tavoitteet ovat kuitenkin yrityksen vision saavuttamisen kannalta vain yksi osa-alue, mutta osa-alueilla on yhteyksiä toisiinsa, joten sitä ei voi jättää unohtamatta. (Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon.)

Budjetointia voidaan pitää tärkeänä työkaluna yrityksessä, mikäli sitä käytetään oikein. Tämä tarkoittaa sitä, että johdon tulee auttaa suunnitteluprosessia, jottei siitä tule vain rutiininomainen toimenpide, josta ei ole hyötyä. Yrityksissä, joissa budjetti on toimiva työkalu, on johto johtamassa suunnittelu- ja tavoitteenasetantaprosessia. (Åkerberg 2006, 31–32.) Tällöin aiotaan seurata ja tavoittaa jokaista budjetissa olevaa lukua (Kuva 3).



KUVA 3. Esimerkki budjetoinnin prosessista (mukaillen Åkerberg 2006, 31)

Tavoitteet ovat budjetin osalta tärkeitä, sillä yrityksen tavoitteet tekevät pohjan budjetille. Budjetti tehdään tietylle ajanjaksolle, yleensä kirjanpidon tilikaudelle. Se on arvio siitä, miten paljon rahaa tulee ja kuinka paljon sitä tullaan käyttämään. Budjetissa tulee näkyä päätavoitteet, esimerkiksi parantuuko kannattavuus vai kasvaako myynti. Hyvän budjetin määritelmät ovat samat kuin tavoitteilla. Sen tulisi olla realistisella tavalla kunnianhimoinen. (OP julkaisuaika tuntematon, Åkerberg 2006, 31–32.) Budjetin luominen alkaa siitä, että ensi suunnitellaan toimenpiteet, josta talousjohto tekee taloudellisten lukujen muotoon (Åkerberg 2006, 32). Esimerkki budjetista:

- Yritys myy kattoristikoita. Yrityksen johto arvioi tekevänsä tammi-huhtikuussa sata myyntiä viikossa. Jaksolla on noin 17 viikkoa. Eli ristikoita myydään 1 700. Yhden ristikon tulot ovat noin 10 000 euroa.
 - **Tulot:**
Myyntiä: 10 000 euroa x 1 700 kappaletta = 17 000 000 euroa.
 - **Menot:**
Valmistuskulut: 6 800 000 euroa
Palkat: 3 400 000 euroa
Muut kulut (Kaikki mahdolliset muut kulut, kuten markkinointikulut) 3 400 000 euroa
Yhteensä: 13 600 000 euroa
 - **Yrityksen voiton arvio:**
17 000 000 euroa – 13 600 000 euroa = 3 400 000 euroa

Budjetista on hyötyä vain silloin, kun sitä seurataan myös laatimisen jälkeen. Tämä tarkoittaa sitä, että budjetin muuttuessa ajan mittaan, tulee sitä korjata ja päivittää sen mukana. (Åkerberg 2006, 31.) Yritysten yleisempiä budjetteja ovat tulosbudjetti (ennustaa tuloksen tulo- ja menoarvioiden

pohjalta) ja kassabudjetti (selventää yrityksen kassassa, yrityksen tilillä tai muussa nopeasti saatavassa paikassa olevaa rahaa, tulee laatia tulosbudjettia apuna käyttäen). Näiden lisäksi voidaan käyttää myyntibudjettia (normaalisti kuukausikohtainen myyntitavoite, joiden yhteenlaskettu arvo on koko budjettijakson myyntitavoite), markkinointibudjettia (kuinka paljon arvioidaan markkinointikustannuksia syntyvän), sekä kiinteiden ja muuttuvien kustannusten budjetteja (kiinteät on arvioitu toistuvista kustannuksista mitkä eivät muutu ja muuttuvat kustannukset ovat arvioitu tuotannon ja myynnin mukaan muuttuvat kulut). (OP julkaisuaika tuntematon.)

2.5 Taloustietojen ymmärtäminen ja hyödyntäminen

Taloustietoja tulisi ymmärtää, jotta yritys pääsee omaan visioonsa, kuten kappaleessa 2.4 käytiin visiosta ja taloustavoitteista läpi. Taloustavoitteet ovat hyvin numerollisia, joten kaikkien tulisi osata tulkita tarvitsemiansa taloustietoja oikein. Kun taloustiedot ymmärtää, on helpompi hyödyntää niitä omassaan tekemisissään. Onnistunut talousviestintä antaa hyvät pohjat työntekijöille hyödyntää niistä saamaansa talousinformaatiota.

Laskentatoimessa on erilaisia käyttötapoja Burchellin (1980) mukaan. Näitä ovat idearooli, oppimisrooli, perustelurooli, vaikuttamisrooli ja vastausrooli (Partanen 2007, 34–36.):

- **Idearooli** = laskentatieto voi toimia idealähteenä. Idearoolia käytetään, mikäli informaation avulla huomataan yritystoiminnalle uusia kehittämismahdollisuuksia.
- **Oppimisrooli** = jos päätöksentekijä ei ymmärrä laskentatoimen informaation vaikutussuhteita toisiinsa. Päätöksentekijä yrittää jäsentää päätöstilannetta ja yrittää ymmärtää mahdollisia syy-seuraussuhteita kokonaistaloudellisesti. Kun hän alkaa ymmärtämään, tilanne tulee muuttumaan helpommin hallittavaksi ja jäsentyneemmäksi.
- **Perustelurooli** = mikäli päätös on tehty jo ennen laskelmaa, on laskelma vain perustelua varten. Esimerkiksi voidaan tehdä vaikutelma johdolle päätöksen olevan järkevä.
- **Vaikuttamisrooli** = Laskelmat ovat vaikuttamistarkoitukseen. Tätä ei tunnusteta päätöstilanteissa tarpeeksi, koska oletetaan laskelman edustavan vastausroolia, eli antaa todellisiin tietoihin perustuvan ratkaisun päätöstilanteessa.
- **Vastausrooli** = laskelma näyttää päätöksentekijälle päätöksentekoa tilanteessa parhaimman vaihtoehdon, joka hänen tulisi valita. Jotta päätöksentekijä valitsee kannattavimman ratkaisun, tulee tilanteen olla kaikin puolin selkeä ja kaikkien vaihtoehtojen kannattavuus on selkeästi esillä laskelmassa.

Laskentainformaatiota käytetään paljon mitä-jos tilanteissa, eli se auttaa tuottamaan keskustelua ja tukee analyysijä. Talousviestintä pyritään keskittämään tilannekohtaisiin analyysihin, jotta talousinformaation rooli kasvaa päätöksen teossa. (Partanen 2007, 36–37.)

Taloustietoa käytetään, mikäli se on luotettavaa ja oleellista. Taloustiedon tulee tukea tulosyksiköiden toimintaa, niin että voidaan omaksua kehitetyt toimintaperiaatteet. Kun talousinformaatio kerrotaan kuuntelija huomioiden, ymmärtää hän paremmin laskentaperiaatteita koskevilla valinnoilla tekemänsä päätökset. (Partanen 2007, 39, 42–43.)

3 TALOUSVIESTINTÄ

3.1 Talousviestintä

Sisäisen talousviestinnän idea on olla auttamassa tulokselliseen toimintaan sekä parantaa yrityksen kasvamista kannattavalla tavalla. Mikäli sisäinen talousviestintä on toimivaa se tuottaa vuorovaikutusta, jolla on hyvä vaikutus yrityksen menestymiseen taloudellisesta näkökulmasta. Eli sisäisen talousviestinnän pääajatus on ohjata yritystä ja sen toimintaa arvontuottamisajattelun mukaan. (Partanen 2007, 19.) Tämä ohjaa mallia, siitä mitä yrityksen kannattaa talousviestinnässä käydä läpi. Jokaisessa yrityksessä on katsottava oman liiketoiminnan kannalta oleellisia asioita sisäiseen talousviestintään mukaan, jotta informaatiolla saadaan isoin hyöty. Talousinformaatio on kuitenkin läsnä arvon tuottamisen keinoissa, tapojen ja käytäntöjen kanssa (Partanen 2007, 20).

Onnistunut viestintä pitää sisällään seuraavat viisi asiaa:

1. Jotta tarinan tarkoitus viestissä toteutuu, tulee sen olla selvä ja uskottava (Partanen 2007, 25). Tämä on haasteellista toteuttaa, sillä viestin tuoja ja viestin vastaanottaja saattavat olla yrityksessä aivan erilaisissa tehtävissä keskenään, joten näkemuserot sotkevat viestinymmärtämistä.
2. Jotta tarina on vastaanottajan mielestä merkityksellistä, tulee sen olla relevanttia (Partanen 2007, 25). Mikäli vastaanottaja tuntee viestin sisällön turhaksi, eikä häntä koskettavaa, ei hän tule muistamaan viestin sisältöä todennäköisesti kunnolla.
3. Tarinalla tulee olla uutuusarvo ja sen tulee olla vaikuttava. Eli se kytkeytyy aikaisempiin tietoihin, mutta on edes näkökulmaltaan erilainen (Partanen 2007, 25). Viesti on helpompi omaksua ja sisäistää, mikäli tieto pohjautuu jo tunnettuun aiheeseen, uudet näkökulmat tekevät siitä vain kiinnostavampaa.
4. Tarinan mahdollisia tuloksia on mietitty, eli mikäli ajatukset saavat kannatusta voi asioiden tarkastustavat muuttua (Partanen 2007, 25). Talousinformaatio on perusteltua ja näin vastaanottajan on helpompi toteuttaa tekemistään informaation pohjalta.
5. Viimeiseksi on arvioitu tarinan voimaa, tuleeko se muuttamaan vastaanottajaa (Partanen 2007, 25). Eli onko viestintä ollut tarpeeksi vahvaa, että vastaanottaja muuttaa itseään oppimalla uutta (itsereflektio).

Edellä mainittu lista auttaa hahmottamaan hyvän talousviestinnän sisältöä ja merkityksellisyyttä. Listan pohjalta on hyvä tapa lähteä pohtimaan yrityksen talousviestinnän tapaa. Talousviestintä on siis paljon muuta kuin vain erilaisten numeroiden raportointia ja laskelmien tuottamista. Talousinformaation tulee kuitenkin kiinnittää johdon huomioita myös tulokseen ja kannattavuuteen ja muihin yrityksen ohjaamisen kannalta oleellisiin aihealueisiin. Onnistunut talousviestintä on kuitenkin suurimmalta osalta vaikuttamista, jolla saadaan aikaiseksi oikea suunta huomiolle ja läpinäkyvyyttä liiketoimintaan ja näin ohjaamaan henkilöstön toimintaa. (Partanen 2007, 27.)

3.2 Talousviestinnän tapoja

Talousviestintää ohjaavat erilaiset raportit, niin säännölliset kuin tilannekohtaisesti otetut raportit. Kaikkien näiden raporttien tulisi olla ytimekkäästi luotuja, jotta johto pystyy kiinnittämään huomionsa tärkeisiin menestystä ohjaaviin tekijöihin. Taloustietoa annetaan raporttien lisäksi henkilöstölle säännöllisesti erilaisissa palaverieissa ja näiden kannatus on kasvanut merkittävästi. Jotta talousviestintä tuottaa vuorovaikutusta tulee kommunikaation hyödyntää argumentaatiotaitoja, eli viestinnän tulee olla selkeää ja tulee huomioida talousinformaation vastaanottaja, kuulija tai lukija. (Partanen 2007, 20–21.)

Talousviestinnän erilaisissa tavoissa on hyvä pitää mielessä, että kuulijan tulee ymmärtää lukuja, kertoo Harsu (2016). Tästä syystä on hyvä liittää numerot kontekstiin tarinalistamisen avulla. Tarinalistamisen lisäksi voidaan käyttää talousviestinnässä apuna visuaalistamista. Jos yrityksen uusimmat talousraportissa nousseet luvut kerrottaisiin visuaalisessa esiintymistavassa, voisi kuulijat pystyä keskittymään materiaaliin ihan uudella tavalla. Espoon kaupungin YouTube-kanavalla on esimerkki visuaalista ja tarinalistamista hyödyntävä vuosiraportti. Videolla käydään Espoon kaupungin erilaisia tulosraportin lukuja näyttävän animaation avulla. (Espoon kaupunki 2017.) Myös Partanen (2007, 45) mainitsee visuaalisuuden isona tekijänä talousviestinnässä.

3.3 Talousviestinnän haasteet

Viestinnässä ja näin ollen myös talousviestinnässä on aina omat haasteensa. Viestintää tutkinut professorin Osmo A. Wiio on selvittänyt, että talousviestinnän tulisi vaikuttaa vastaanottajaan, mutta yleensä talousinformaatio ei välity niillä tavoilla, kuin on ollut tarkoitus (Partanen 2007, 21). Tästä syystä talousviestinnän tapoja tulee pohtia, niin että osataan ennakoida erilaiset haasteet ja täten ohittaa ne suurimmilta osin, jotta taloudellinen informaatio saavuttaa parhaimmalla mahdollisella tavalla vastaanottajan.

Esteet

- asioita, jotka voivat konkreettisesti estää tiedon menemistä perille

Kohina

- ulkoisia häiriötekijöitä

Kato

- vastaanottajan henkilökohtaisia rajoitteita

KUVA 4. Talousviestinnän haasteita (mukaillen Partanen 2007, 21–22)

Erilaiset haasteet voivat olla esimerkiksi esteet, kohina ja kato (Kuva 4). Esteellä tarkoitetaan kaikkia asioita, jotka voivat konkreettisesti estää tiedon menemistä perille. Esteitä voi olla viestiin liittyviä ja viestin antamisen tilanteeseen liittyviä. Esteet voivat olla esimerkiksi niitä tietoja, mitkä tulisi olla viestissä, mutta ne uupuvat kokonaan. Viestintätekniinen torjunta tapahtuu, jos informaatio tulee

tietoon väärän kanavan kautta. Talousviesti voi mahdollisesti vääristyä, mikäli informaatio on ymmärretty väärin ja vastaanottaja muuttaa kuulemansa aiempiin kokemuksiinsa ja tietoihin perustavaksi. (Partanen 2007, 21–22.)

Kohinalla tarkoitetaan ulkoisia häiriötekijöitä. Kohina voi olla, sanansa mukaisesti, esimerkiksi palaveritilanteissa oleva taustamelu tehtaalta, jolloin keskittyminen herpaantuu toisaalle. Lisäksi on olemassa sosiaalinen torjunta. Tämä voi tapahtua vuorovaikutustilanteessa, mikäli esimerkiksi viestin antajan asenne ja rooli eroaa vastaanottajan tilanteesta. Ryhmän painostus on yksi sosiaalisen torjunnan aiheuttajia, jos informaatio eroaa paljon normeista. Yksi haasteista on merkityksien muuttuminen. Talousviestinnässä on usein aina jotain, mitä kaikki eivät ”allekirjoita”, eli eivät ota omakseen. Tämä voi johtaa juurensa eroista organisaatiossa, eli johto voi olla erimielistä suorittavien työntekijöiden kanssa. Erimielisyyden taustalla on usein johtamiskulttuurissa olevat toimenpiteet, joita voi tapahtua myös täysin huomaamatta. Näitä ovat esimerkiksi kilpailun luominen, kustannusten pienentäminen, lyhyen tähtäyksen tuloksen tavoittelua korostavat tavat, virheiden välttäminen ja sääntöjen noudattaminen. Johtamiskulttuurissa on halutut arvot painottavat yhteistyötä, innovatiivisuutta ja pitkän tähtäyksen tavoitteiden tapahtumista. (Partanen 2007, 22.) Mutta kuten edellä mainittu, niin ne ovat ristiriidassa huomaamatta tapahtuvien toimenpiteiden kanssa. Tämä haaste tulee ottaa huomioon talousviestinnässä jo johtamiskulttuurissa.

Kato pitää sisällään vastaanottajan henkilökohtaiset rajoitteet, kuten muistamisen. Vastaanottaja voi pitää informaation toisarvoisena, jolloin viestintä ei tavoita vastaanottajaa oikealla tavalla. Jos vastaanottaja kokee taloudellisen informaation turhaksi tai epämiellyttäväksi, esimerkiksi oma tieto on asian kanssa ristiriidassa, tapahtuu niin sanottu yksilöllinen torjunta. (Partanen 2007, 21.) Tämä tulisi ottaa huomioon, kun talousinformaatiota antaa vastaanottajalle.

Eli haasteet liittyvät talousinformaation antajaan, vastaanottajaan ja ulkopuolisiin tekijöihin. Tämä tarkoittaa sitä, että tulee ottaa monia näkökulmia onnistuneeseen talousviestintään.

3.4 Talousohjaus ja johtamisjärjestelmä

Talousohjaus pohjautuu tietoon, jota välitetään raporttien avulla. Organisaation omistaja tekee valinnan johdosta, jonka tehtävä on raportoida kaikesta toiminnasta ja tuloksista omistajalle. Raportit tulee olla sisällöltään ja muodoltaan tuotettu tilinpäätösraportissa annettujen ohjeiden mukaan ja sisältää kuinka on päästy määriteltäviin tavoitteisiin ja tuloksiin. Tätä määrittelyä ohjaa myös keskeinen normisto, mikä koostuu erilaisista lainsäädännöistä ja kansainvälisistä normeista. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2020, 301–302.)

Taloustavoitteet on vastuualueiden mukaan jaoteltu. Vastuualueiden jaottelu organisaatiolle tapahtuu raportointikohteista otetun tuloslaskelman tai tuloslaskelman tunnuslukujen kautta. Tavoiteohjaus tarkoittaa sitä, että organisaatio tekee vastuualueiden esimiesten kanssa tietyllä ajalla saavutettavia tavoitteita. Vastuualueiden esimiehille määritellään oman tehtävän mukaan sopiva suoritusmittari. Suoritusmittareista voidaan tehdä organisaatiosojen tai osastojen yhteisiä, jolloin huomio ohjautuu yhteistyöhön ja yrityskokonaisuuden suoriutumiseen. Organisaatorakenteen lisänä on oltava sovittuna päätöksenteko-oikeudet. Niiden mukaan vastuualueet muodostavat investointi-, kustannus-, myyntituotto-, strategia- tai tulosvastuualueita. (Järvenpää ym. 2020, 303.)

Raportit on tarkoitettu antamaan jatkuvaa ja tavoitteisiin pääsemisen kannalta merkityksellistä palautetta koko organisaatiolle, niin omistajille kuin johdolle ja työntekijöille. Taloudellisia tavoitteita seurataan pääsääntöisesti kuukausiraportoinnin avulla. (Järvenpää ym. 2020, 306.) Kuukausiraportteja puretaan johdon ja henkilöstön kanssa yhdessä, jotta ymmärretään lukuja paremmin, jolloin tavoitteisiin pääseminen on todennäköisempää.

Raporteille on määriteltävä säännölliset jaksot, jolloin ne annetaan. Raportit annetaan paperitulosteina organisaation sisäisessä postissa tai sähköisessä muodossa, mutta lisänä on oltava paikka, jossa raportteja käsitellään auki. Paikka voi olla esimerkiksi kuukausipalaveri tai viikkopalaveri. Kokoonpano sen mukaan, joiden työn kannalta on oleellista kiinnittää huomiota raportista nouseviin tiettyihin asioihin enemmän, kuten myyntitiimin kanssa myyntiin liittyviä seikkoja. Näin päätöksenteko on tehokasta. (Järvenpää ym. 2020, 308–309, 409.)

Talousohjauksen kannalta on tärkeää käyttää kannustimia, esimerkiksi hyvästä tuloksesta saa tulospalkkion. Tulee kuitenkin muistaa, että niiden avulla työntekijät saattavat ottaa liian suuria riskejä, jolloin voikin tulla käänteinen efekti tehokkaaseen työskentelyyn ja tehdään tappiota. (Järvenpää ym. 2020, 409.) Tätä varten työntekijöiden tulee ymmärtää taloudellisia riskejä ja muita talousarvoja ja hyödyntää niitä oikein.

4 KOHDEYRITYS

4.1 Toimiala ja toiminta

Opinnäytetyön kohdeyritys on Ristikko Oy. Kyseinen yritys on yhtiömuodoltaan osakeyhtiö. Osakeyhtiö syntyy rekisteröimisellä ja osakeyhtiö on osakkeenomistajistaan erillinen oikeushenkilö (Osakeyhtiölaki 625/2006, 1 luku 2§). Ristikko Oy on päätoimialaltaan muu rakennuspuusepäntuotteiden valmistus (YTJ 2020). Muu rakennuspuusepäntuotteiden valmistus toimiala pitää sisällään pääsääntöisesti yrityksiä, jotka valmistavat rakentamiseen tarkoitettuja puutavaroita, kuten kattojen tukipalkkeja (Tilastokeskus 2008). Ristikko Oy on pääasiassa kattoristikoiden valmistava yritys. Ristikko Oy valmistaa kattoristikoiden lisäksi myös muun muassa melusteitä, paloristikoiden, runkokehiä, silta-
muotteja sekä sääsuojia.

Ristikko Oy:n toiminta on kannattavaa ja he ovat toimialan markkinajohtajia. Yrityksen liikevaihtoluokka on noin 20–30 miljoonaa euroa ja henkilöstöä heillä on noin 120 henkilöä. (Toimitusjohtaja 2021b.)

Ristikko Oy:ssä tuotteiden elinkaari on alla olevan toimintakaavion mukainen (Kuva 5), kohteesta tai asiakkaasta riippumatta. Kaikilla yrityksen tiimeillä tai osastoilla on oma merkityksensä tuotteen eri vaiheissa. Asiakkaan kuvatessaan tarpeitaan yritys tekee esisuunnitelman tuotteesta ja laskee samalla tarjouksen tuotteelle. Kun hinnasta on päästy yhteisymmärrykseen, tuote suunnitellaan tarkasti ja se valmistetaan. Lopuksi valmis tuote luovutetaan asiakkaalle ja tuote sekä palvelu laskutetaan. (Toimitusjohtaja 2021a.)



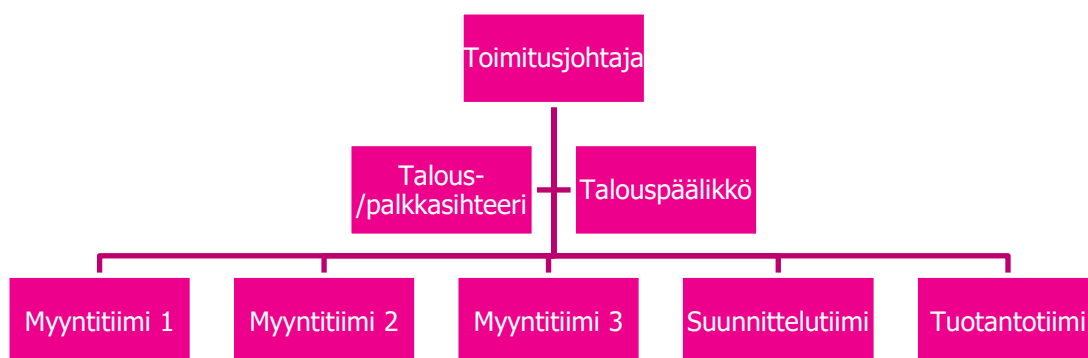
KUVA 5. Ristikko Oy:n toimintakaavio

4.2 Organisaatorakenne

Tutkimuskohteina organisaatiot ovat monimutkaisia. Tästä johtuen, niiden tutkimuksessa keskitytään siihen, kuinka organisaatiot vaikuttavat ympäristöön tai mitä organisaation avulla tehdään. Työorganisaatioiden määritelmät ja huomion kiinnittämiskohteet ovat kytköksissä teoriaan, jonka valitsemme. (Pellinen 2005, 24–25.) Opinnäytetyön osalta kohdeyrityksen huomionkohteet ovat talousosaaminen ja sen hyödyntäminen.

Organisaatorakenne antaa suojaa ihmisille sekä se järjestelee ihmisten välillä olevia suhteita (Pellinen 2005, 29). Tämän takia organisaatorakenne on opinnäytetyön kannalta oleellinen asia. Ristikko Oy:n organisaatorakenne on selkeä ja sen avulla eri toiminnot ja ihmisten suhteet on helposti seurattavissa (Kuva 5). Ristikko Oy:n organisaatio on vakiintunut muutaman vuoden aikana, joten kaikki työntekijät tietävät kuka heidän yhteistyökumppaninsa, jolta saavat tarvittaessa neuvoa ja tietoa työasioihin liittyen. (Toimitusjohtaja 2021b.) Näin tieto pysyy oikeilla henkilöillä, eikä leviä turhaan, kuten Pellinen (2005, 29) kertoo.

Organisaatiomuotoja on olemassa paljon. Osa organisaatiomuodoista on toisiaan yleisempiä, mutta organisaatiomuodoksi tulee valita omaan yritykseen parhaiten sopiva. Eri organisaatiomuodoissa on omanlasia etuja ja rajoitteita. (Pellinen 2005, 30). Ristikko Oy:ssä eri toiminnot on jaettu osastoihin samankaltaisten työtehtävien ja vastuiden mukaisesti, tätä kutsutaan funktionaaliseksi organisaatorakenteeksi. Toimitusjohtajan apuna ovat tiimien päälliköt, joilla on myös tuloksellisia vastuita, joten Ristikko Oy:n organisaatorakenne on myös tulosyksikköorganisaation talousohjausta soveltava. (Järvenpää ym. 2020, 408, toimitusjohtaja 2021b.) Heidän avullaan voidaan johtaa myyntitiimejä yksi, kaksi ja kolme, suunnittelutiimiä ja tuotantotiimiä (Kuva 6).



KUVA 6. Organisaatiokaavio

Järvenpään ym. (2020, 411) mukaan organisaation jakamisessa tulosityksiköihin, eli toisin sanoen tulosityksikköjen rajojen määrittelyssä käytetään yleensä viittä erilaista perustetta. Näitä ovat asiakasryhmät, maantieteelliset alueet, tuotantolinjat tai tehtaat, tuotteet tai tuotantoryhmät ja strategiset liiketoiminta-alueet. Ristikko Oy:n organisaatiokaaviosta tiedetään, että jakamisessa on käytetty strategisia liiketoiminta-alueita tulosityksikköjen jakamisessa. Myyntitiimeissä yksi, kaksi ja kolme on käytetty omia jakamisperiaatteita. Näitä ovat olleet maantieteelliset alueet ja tuotelinjojen eroavaisuudet. (Toimitusjohtaja 2021a.)

4.3 Talousviestintä ja johtamisjärjestelmä

Organisaatiossa muutokset ovat normaaleja (Järvenpää ym. 2020, 408). Ristikko Oy:ssä on muuttunut moni asia muutaman vuoden sisällä. Yrityksen toimitusjohtajan ja taluspäällikön vaihtuminen on yksi iso tekijä muutoksille. Talousraportointitavat ovat muuttuneet, sillä asioita on lähdetty katsomaan eri kokoonpanoilla ja eri näkökulmista. Lisäksi talousraportit ovat saaneet uutta sisältöä. (Toimitusjohtaja 2021b, taluspäällikkö 2021.)

4.3.1 Vanha malli

Aikaisemmin talousraportointi oli hallitus- ja johtoryhmäkeskeistä. Tietoa ei jaettu avoimesti kaikille. Toimitusjohtaja (2021b) kertoo, että tulosta ei käsitelty säännöllisesti koko henkilöstön kanssa, eikä henkilöstö tai edes kaikki avainhenkilöt tienneet yrityksen taloudellista tilannetta tai oman toiminnan vaikutusta siihen.

Vanhassa mallissa oli kehitettävää muun muassa sisällön ja luettavuuden kannalta. Jakelussa käytettiin staattisia PDF-tiedostoja, joiden muokkaus ja edelleen hyödyntäminen oli hankalaa. (Toimitusjohtaja 2021b.)

4.3.2 Uusi malli

Niin sanottu uusi malli eli nykyinen malli on edeltäväänsä edistyneempi. Myyntiä on alettu seurata säännöllisesti ja avoimesti. Kuukausipalaverissa käydään myyjäkohtainen toteutunut myyntimäärä sekä viikoittainen tarjousten kiinniottoprosentti (euro ja kappale) ja toteutuneiden kauppojen myyntikate. Kiinniottoprosentilla tarkoitetaan sitä, kuinka paljon tarjouksista onnistuu ja syntyy myyntiä. Erilaisten poikkeaminen käsittely on tullut osaksi palaveria, joissa pyritään löytämään syitä, miksi esimerkiksi jollakin myyntialueella tarjousten kiinniottoprosentti on tippunut. (Toimitusjohtaja 2021b.)

Toimitusjohtaja (2021b) kertoo, että tulosraportit ovat nykyään visuaalisempia ja niihin on lisätty uusia näkökulmia, kuten ennustamissarake, millä pyritään ennakoimaan tulevia kassavirtoja. Tulosraportit läpikäydään eri toimintojen päälliköiden kanssa kuukausittain.

Lisäksi on henkilöstön kuukausi-info ja se jaetaan sähköisenä tai paperina infotaululle koko henkilöstölle. Siinä näkyvät yrityksen tilanne markkinoilla, tilauskanta, mahdolliset tuoteuutuudet, investoinnit, muut muutokset tulevina kuukausina, tuloskehitys, ja käyttökatteesta maksettava koko henkilöstön kattavan tulospalkkion tilanne. (Toimitusjohtaja 2021b.)

4.3.3 Tulevaisuuden suunnitelmia

Nykyisessä mallissa joudutaan tekemään viikko- tai kuukausiajoja, joista työstetään erillisiä talousraportteja. Tulevaisuudessa on käytössä Power BI raportointi, mikä nopeuttaa raportointia ja mahdollistaa porautumisen eri tulokulmilla laajemmin. Power BI muodostaa raportit itsenäisesti, jolloin työntekijöiden ei enää tarvitse niitä tuottaa. (Toimitusjohtaja 2021b.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimuksen luonne

Laadullisessa tutkimuksessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään kohteen laadua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti (Koppa Jyväskylän yliopisto 2021). Opinnäytetyö toteutetaan laadullisena tutkimuksena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tutkimus, sillä työssä on tavoite saada ymmärrys Ristikko Oy:n henkilöstön taloustietojen ymmärtämiseen ja hyödyntämiseen kokonaisvaltaisesti. Työssä halutaan ymmärtää kohdeyrityksen tilanne syvällisesti, eikä haluta yleistää tuloksia valtakunnalliselle tasolle. Tästä syystä tutkimuksen lähestymistapa on tapaustutkimus (Koppa Jyväskylän yliopisto 2015).

5.2 Aineistonkeruu

Jotta tutkimuksen tavoitteisiin päästään, eli saadaan vastaus tutkimuskysymykseen: ”kuinka kohdeorganisaatiossa ymmärretään ja hyödynnetään taloustietoja omassa toiminnassa?”, aineistonkeruu on tarkkaan mietitty. Kvalitatiivisen tutkimuksen takia on tärkeää, että teoria ja kyselytapa on suunniteltu tarkoin ja syvällisesti, jotta saadaan laadukkaat tulokset.

Tyypillisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelut, kyselyt, havainnoinnit ja erilaisiin dokumentteihin perustuvat tiedot (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71). Tämän opinnäytetyön tutkimusta varten saatu materiaali on kerätty haastatteluilla, kyselyillä ja erilaisista dokumenteista. Dokumentit ovat olleet sähköisesti verkkojulkaisuina tai sähköposteinä.

Aineiston keruu ja etsiminen suunnitteluvaiheessa on tärkeää. Etukäteissuunnittelu auttaa huomattavasti laadullisessa tutkimusprosessissa, jottei kompastuskivinä tule olemaan pienet valinnat ja asiat, joita ei ole voinut ennakoida. Tutkimuksen suunnittelu on näin ollen välttämätöntä, jotta tärkeät ja olennaiset asiat tulee tarkasteltavaksi tutkimuksen eri vaiheissa, alusta loppuun. Kun toteutetaan opinnäytetyön tutkimusta, on hyvä tutkia erilaisia oman tutkimustavan käsikirjoja. (KvaliMOTV julkaisuaika tuntematon.)

Tätä opinnäytetyötä suunnitellessa ja toteutuksessa on kerätty tietoa laadullisen tutkimuksen käsikirjoista ja verkkojulkaisuista. Lisäksi suunnitteluun on saatu materiaalia Ristikko Oy:ltä. Toimeksiantajan kanssa on oltu koko prosessin ajan tekemisessä, joten haastattelua ja muuta vuoropuhelua on hyödynnetty aineiston saamisessa jo suunnittelun vaiheessa.

Työntekijöihin liittyvät aineiston keruut on toteutettu kyselyn avulla (Liite 1). Kyselyssä on avoimia kysymyksiä ja monivalintaa. Kyselyn pääpaino on avoimissa kysymyksissä eli vastausten analysoinnissa painotetaan laadulliselle tutkimukselle ominaisia tapoja. Kysymykset ovat kytköksissä teoriaan ja yrityksen kuukausipalaverien sisältöön. Työntekijöihin liittyvän aineiston keruun olisi voinut toteuttaa haastattelemalla, mutta osallistujia on sen verran monta, että se veisi turhan paljon aikaa. Lisäksi tutkimus on luotettavampi avoimien kysymyksien kautta, sillä vastaajat saavat rauhassa pohtia vastauksiaan, eikä tule paineita niin kuin kasvatusten voisi tulla.

5.3 Analysointi

Kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä voidaan käyttää perusanalyysimenetelmää eli sisällönanalyysia. Useimmat eri nimillä olevat laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmät perustuvat jollain tapaa sisällönanalyysiin. Analyysimenetelmiä laadullisessa tutkimuksessa ovat litterointi eli koodaaminen, luokittelu, teemoittelu ja tyypittely. Analysoinnissa tulee muistaa, että kaikkia tutkimustuloksia ei tule raportoida, vaan ottaa vain tutkimuskysymykseen liittyvä mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–93.) Analyysimenetelmät Tuomin ja Sarajärven (2009, 92–94) mukaisesti selitettynä:

1. **Koodaus** = Tapahtuu niin kuin tutkija itse haluaa. Koodeilla on viisi tehtävää: koodit ovat sisään kirjoitettuja muistiinpanoja, näillä jäsenellään sitä, mitä aineistossa käsitellään tutkijan mukaan, nämä toimivat apuvälineinä tekstin kuvailussa, nämä toimivat aineiston jäsenyksen testausvälineenä ja ne toimivat osoitteena eli niiden avulla etsitään ja tarkistetaan tekstin eri kohtia.
 - Tämä kohta tullaan tekemään tutkimustuloksien kanssa tässä opinnäytetyössä, jotta saadaan kuva siitä mitä tuloksia on saatu.
2. **Luokittelu** = Vaatii koodauksen pohjalta. Tämä on yksinkertainen tapa aineiston järjestämisessä. Pidetään usein määrällisen analyysin teemoina. Aineistosta tehdään eri luokkia ja lasketaan, kuinka monta kertaa jokainen luokka tulee aineistossa esille. Tulokset voidaan laittaa taulukkoon.
 - Tätä ei käytetä yksinään opinnäytetyössä, sillä tämä tapa on turhan suppea tutkimuskysymykseen. Tätä tullaan käyttämään kuitenkin osana analysointia.
3. **Teemoittelu** = Saman tapaista, kuin luokittelu. Pääpainona, kuitenkin mitä jokaisesta luokasta on sanottu.
 - Opinnäytetyön kyselyssä on jaettu aineisto aika lailla kahteen osaan, joten teemoittelu on helppo toteuttaa. Tätä siis tullaan käyttämään tässä opinnäytetyössä, sillä halutaan ymmärtää vastaajia enemmän, kuin se montako sanoo mitään vastauksia.
4. **Tyypittely** = Tässä yritetään saada aineisto ryhmiteltyä tietynlaisiksi tyypeiksi, jotta saadaan yleistäviä vastauksia.
 - Tätä käytetään tässä työssä teemoittelun tukena, sillä sen avulla yrityksen on tehokasta miettiä eri alueille kehittämiskohteita. Tätä ei kuitenkaan käytetä tämän enempää analysoinnissa.

5.4 Kysely

Tutkimuskohteen isoin aineistonkeruu tapahtuu kyselyllä. Kysely on Webropol-kysely, joka toteutetaan anonyyminä. Kyselyssä pyydetään kuitenkin henkilötietoina vastaajilta heidän työskentelynsä osasto, organisaatiotaso, koulutus ja työpaikalla suoritettu aika. Webropol-kysely on sähköpostilinkin kautta laitettava sähköinen kyselypohja, jossa on avoimia- ja monivalintakysymyiskohtia. Kyselyn toimivuus on testattu talouspäälliköllä ja toimitusjohtajalla. Tämän jälkeen kysely on laitettu lopulle tutkimusryhmälle. Kysely lähetettiin noin kolmellekymmenelle henkilölle ja kyselyyn vastasivat 21 henkilöä.

Kysely on liitetiedosto 1. Kyselyssä on kolme osuutta, joista kaksi on teoriapohjaan ja yrityksen kuukausipalaveriin sitoutunut. Ensimmäisessä osiossa on niin sanottu alkulämmittely, jossa kysytään henkilötiedot (työosasto, organisaatiotaso, koulutus ja työpaikalla suoritettu aika). Toinen osuus käsittelee enemmän taloustietoa ja kolmas osuus talousviestintää. Näistä on suoralinja teemoitteluun, taloustietoon ja talousviestintään.

Taloustieto-osiossa on kysymyksiä koskien yrityksen taloustietoon ja vastaajan käsitykseen tietojen määrittelmistä. Kysymyksiä ja monivalintoja ovat:

- Millainen taloudellinen tila yrityksessä on mielestäsi? Millä perusteella?
- Onko yrityksessä taloustavoitteita, joista tiedät?
- Valitse talouden termit, joiden määritelmät tiedät tarkasti (tuloslaskelma, tase, myyntikate, käyttökate, poistot, ei mitään näistä).
- Millaista taloutta koskevaa tiedotusta olet saanut?
- Pystytkö vaikuttamaan talousraporttien lukuihin?
 - Kerro miten koet vaikuttavasi talousraportteihin.
- Hyödynnätkö joitakin talousraportteja työssäsi?
 - Kerro miten koet hyödyntäväsi talousraportteja.

Talousviestintäosio linkittyy taloustieto-osioon, mutta tässä on enemmän talousraporttien ja talousviestinnän sisällön toimivuudesta. Kysymyksiä ja monivalintoja ovat:

- Oletko huomannut muutoksia talousraportoinnissa tai taloustietojen käytössä viimeisten vuosien aikana?
- Koetko talousraporttien sisällön helposti ymmärrettäväksi?
- Talousviestinnän ja -raporttien jakelutavat: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?
- Talousraporttien visuaalisuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?
- Talousraporttien luotettavuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?
- Tiedätkö, keneltä voit saada lisätietoa taloustietoihin tai talousviestintään liittyen?
- Toivotko enemmän koulutusta talouteen liittyen?
- Toivotko enemmän raportteja/tietoa talouteen liittyen?
- Vapaa sana aiheeseen liittyen.

Kyselyn vastaamiseen on annettu viikko aikaa, jonka jälkeen kysely suljetaan. Tämän tarkoitus on antaa vastaajalle oikeus valita, milloin vastaamiselle on hyvä hetki. Näin vastaustuloksiin ei vaikuta esimerkiksi stressi tai muut työkiireet.

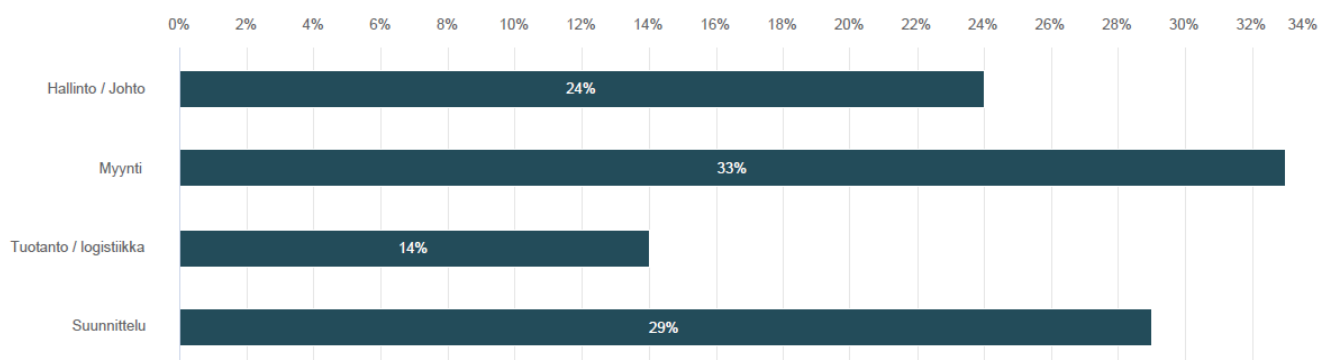
6 TUTKIMUSTULOKSET

6.1 Tutkimuskysymys

Opinnäytetyön pääkysymys on: ”Kuinka kohdeorganisaatiossa ymmärretään ja hyödynnetään taloustietoja omassa toiminnassa?”. Lisäksi on hyvä selvittää työn avulla, kuinka taloustieto ja talousviestintä on kehittynyt yrityksessä, jotta tulokset ovat helpompi ymmärtää. Yrityksen kannalta on hyvä ottaa tutkimuksessa huomioon jatkoa varten työntekijöiden vastauksista ylös, mitkä asiaan liittyvät kokonaisuudet toimivat tai mitä ja miten haluaisivat muuttaa niitä. Näin johto voi alkaa tekemään suoraviivaisesti kehittämissuunnitelmaa taloustietojen ja talousviestinnän osalta.

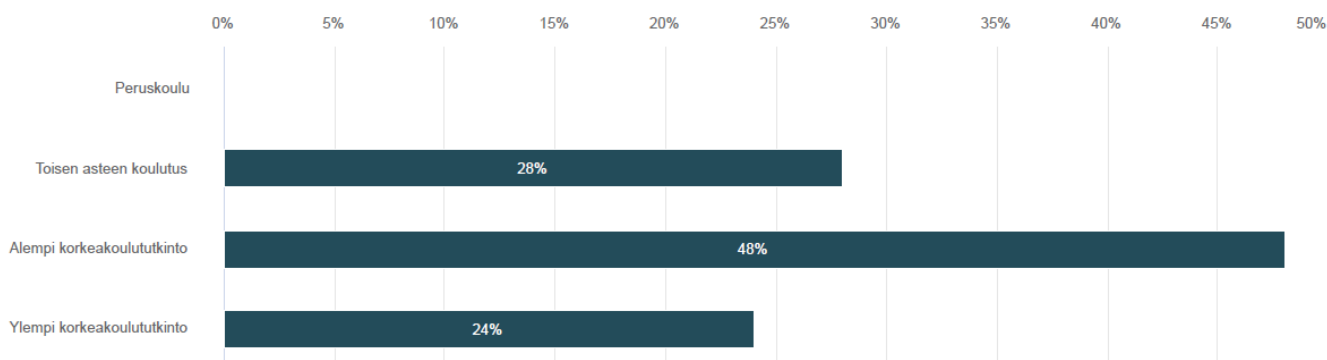
6.2 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 21 työntekijää. Heistä viisi olivat hallinto-/ johto-osastolta, seitsemän myyntiosastolta, kolme tuotanto-/logistiikkaosastolta ja kuusi suunnitteluosastolta (kuva 7).



KUVA 7. Kyselyyn osallistuvien osastot (n=21)

Vastaajat on valittu toimitusjohtajan avulla kuukausipalaveriin osallistujista. Suurin osa osallistujista oli siis myyntiosastolta. Osallistujista kolme ovat johtoasemassa, neljä päällikköasemassa ja loput 14 ovat toimihenkilöitä. Kyselyyn osallistujat ovat käyneet koulutukseksi toisen asteen koulutuksen, alemman korkea koulututkinnon ja ylemmän korkeakoulututkinnon (kuva 8).



KUVA 8. Vastaajien koulutus (n=21)

Kyselyyn vastanneet ovat olleet kyseisessä yrityksessä hyvin eripituisia aikoja. Neljä henkilöä on ollut vasta 0–2 vuotta. Kolme on ollut 2–5 vuotta, ja neljä on ollut 5–10 vuotta. Kuitenkin vastaajista kymmenen on ollut jo yli 10 vuotta.

6.2.1 Taloustieto

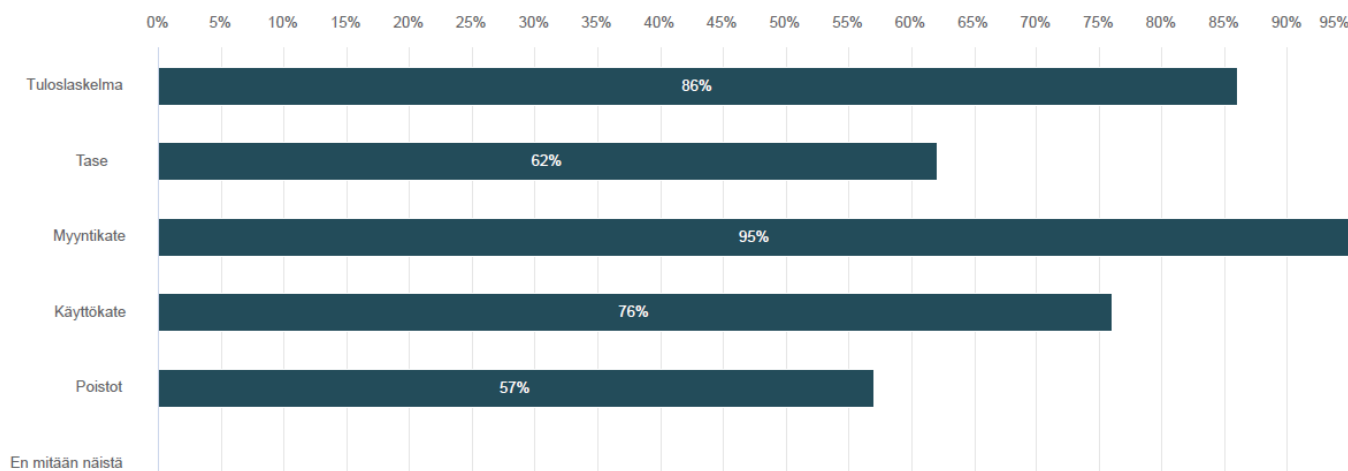
Millainen taloudellinen tila yrityksessä on mielestäsi? Millä perusteella?

Tämän vastaus oli melko yksiselitteinen. 17 vastaajista tiesi yrityksen olevan taloudellisesta tilaltaan hyvä. Kolme kertoi yrityksen taloudellisen tilan olevan keskinkertainen ja yksi vastaajista ei osannut sanoa. Kukaan ei kuitenkaan luullut yrityksen olevan huonossa tilassa. Taloudellisesta tilasta nousi esille, kuinka henkilöstö kokee yrityksen taloudellisen tilan olevan silloin hyvä, kun tulos, kassa ja omavaraisuusaste on yrityksellä erittäin hyvällä tasolla. Lisäksi hyvästä taloudellisesta tilasta kertoo henkilöstön mielestä investointikyky ja sitä yritys on tehnyt viime aikoina paljon. Vastaajan osasto, asema, koulutus tai töissä oltu aika ei niinkään ole vaikuttanut tähän tietoon. Vastaukset tulivat sen verran yksiselitteisesti, taustoista riippumatta.

Onko yrityksessä taloustavoitteita, joista tiedät?

Ristikko Oy:llä on taloudellisia tavoitteita, joita on käyty kuukausipalaverissa yhdessä läpi. Henkilöstöstä 17 tiesi, että taloudellisia tavoitteita on, mutta silti neljä ei ollut varmoja siitä, että onko niitä ollenkaan. Näistä, jotka tiesivät niitä olevan, painottivat yrityksen kasvutavoitteita, joissa on suuressa roolissa liikevaihtoon liittyvät asiat, kuten myynti ja katetavoitteet. Kuitenkaan vastauksista ei tullut selkeää linjaa, eli vastaajat eivät olleet täysin varmoja kaikista yrityksen tavoitteista.

Valitse talouden termit, joiden määritelmät tiedät tarkasti.



KUVA 9. Talouden termit (n=21)

Kysymyksellä haluttiin selvittää, tuntevatko vastaajat keskeisiä taloustermejä (kuva 9). Taloudelliset termit olivat: tuloslaskelma, tase, myyntikate, käyttökate, poistot. Näistä tiedetyin termi oli myyntikate ja tuloslaskelma, mutta hyvänä kolmantena tuli käyttökate. Tase ja poistot olivat hieman epäselvempiä.

Millaista taloutta koskevaa tiedotusta olet saanut?

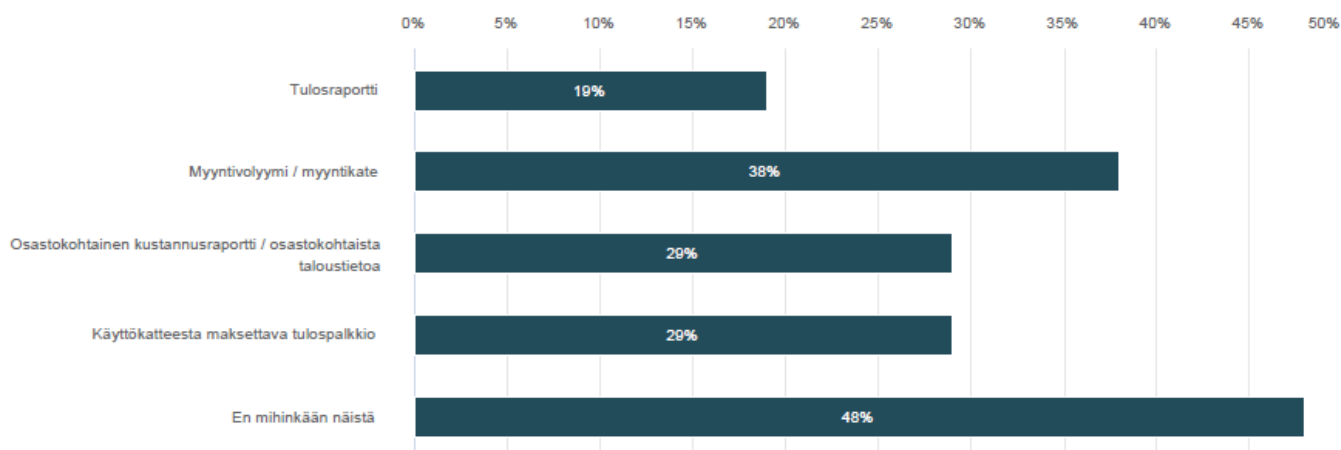
	n	Prosentti
Tulosraportti	15	71,4%
Myyntivolyymi / myyntikate	14	66,7%
Osastokohtainen kustannusraportti / osastokohtaista taloustietoa	9	42,9%
Käyttökatteesta maksettava tulospalkkio	19	90,5%
En mitään näistä	0	0,0%

KUVA 10. Taloutta koskevat tiedotukset (n=21)

Vastausvaihtoehtoina taloutta koskeviin tiedotuksiin valittiin tulosraportti, myyntivolyymi/myyntikate, osastokohtaisen kustannusraportti/osastokohtaista taloustietoa, käyttökatteesta maksettava tulospalkkio (kuva 10). Nämä olivat talouspäällikön, toimitusjohtajan ja minun yhdessä valitsemat, sillä he osasivat enemmän kertoa, mitä tiedotusta todellisuudessa on jaettu.

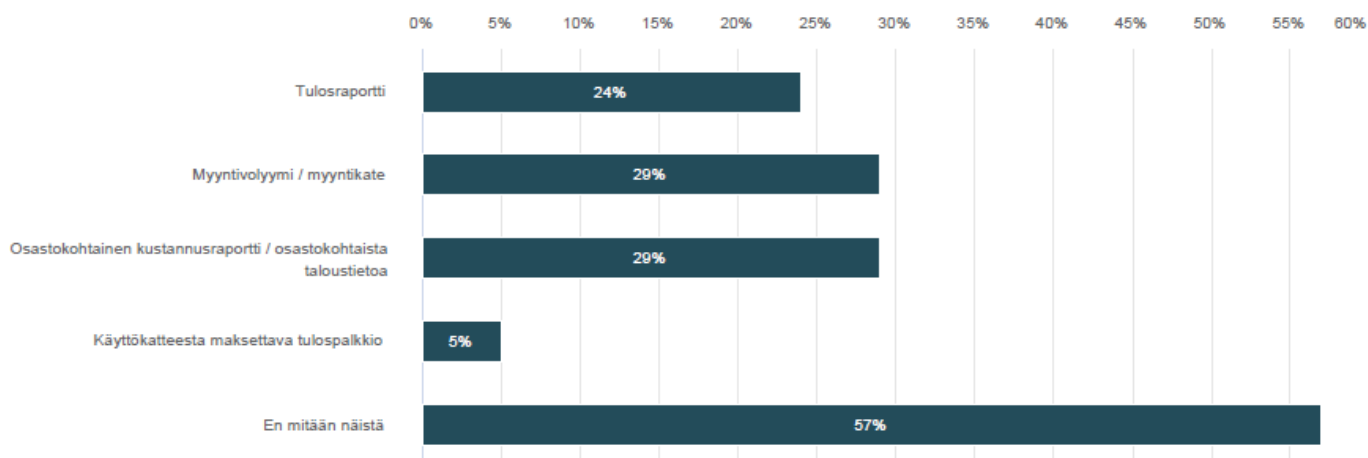
Pystytkö vaikuttamaan talousraporttien lukuihin? Hyödynnätkö joitakin talousraportteja työssäsi?

Nämä kertovat kaikista edellä mainituista kysymyksistä eniten sen, kuinka he oikeasti ymmärtävät ja hyödyntävät taloustietoa. Tässä nähdään konkreettisesti se, ymmärtävätkö he oman vaikutuksensa talouslukuihin, jonka kautta nähdään heidän talousosaamisensa. Taloustermit ovat samat, kuin edellisessä kohdassa. Tulokset olivat alkukysymyksiin verrattuna hieman eroavaiset, sillä noin puolet eivät kokeneet voivansa vaikuttaa talousraporttien lukuihin (kuva 11) tai kokeneet voivansa hyödyntää talousraportteja omassa tekemisessään yrityksessä (kuva 12).



KUVA 11. Talousraportit, joihin vastaajat kokevat voivansa vaikuttaa työllään (n=21).

Loput kuitenkin osasivat kertoa, kuinka voivat vaikuttaa raporteissa mainittuihin lukuihin ja kuinka pystyvät hyödyntämään talousraportteja omassa työssään.



KUVA 12. Talousraportit, joita vastaajat kokevat voivansa hyödyntää työssään (n=21).

Esille nousi asioita, kuinka vastaajat voivat hyödyntää raportteja ja vaikuttaa niihin: suunnittelemalla työnsä, tekemällä ehdotuksia sopimuksiin ja seuraamalla raportteja, kuinka luvut ovat kehittyneet ja sen mukaan toteuttaa tehokkaammin työtään. Johto ja päälliköt hyödyntävät lisäksi raportteja viestinnässä.

6.2.2 Talousviestintä

Oletko huomannut muutoksia talousraportoinnissa tai taloustietojen käytössä viimeisten vuosien aikana?

Yrityksessä on muutettu talousviestinnän tapoja viimeisten muutaman vuoden aikana. Vastaukseksi tulikin että ne, jotka ovat muutoksen nähneet, osasivat tunnistaa muutoksia tulleen. Vastaajat kokivat muutoksen olleen hyvä asia. Vastauksissa painottuivat avoimuus, eli taloudellisia asioita on alettu selittämään tarkemmin ja avoimuus kasvanut. Ennen saattoi olla niin, että tietoa ei saanut ollenkaan, jolloin raportteja ei voinut hyödyntää ollenkaan työssään. Nyt tietoa on lisätty, mutta samalla raportteja selkeytetty ja tiivistetty. Osa vastaajista pitivät myös raporttien visuaalisesta parannuksesta ja, kuinka talousraporttien raportointi on nopeutunut ja, kuinka johto ymmärtää yrityksen tilan paremmin. Kyselystä kahden vastaajan poimitut kommentit:

Asioista tiedotetaan enemmän verrattuna aikaisempaan.

Ollaan entistä avoimempia ja se on hyvä asia.

Muutama vastaajista huomautti, että osa raporteista laahaa turhan kaukana, eli viivettä löytyy osittain vieläkin.

Koetko talousraporttien sisällön helposti ymmärrettäväksi?

Tämän kysymyksen avulla yritys saa näkemyksiä raportoinnin jatkokehitykseen, sillä vastaajat kertoivat suoraan kohteet, joissa on ongelmia ymmärtämisessä. 17 vastaajista kokivat raporttien olevan selkeästi ymmärrettäviä, mutta neljä koki siinä olevan vaikeuksia.

Nämä neljä henkilöä eivät kokeneet raportteja selkeiksi ja toivoivat tarkempaa lukujen avaamista, kun niitä käydään palavereissa läpi. He kokivat, että on haastavaa saada selkoa pelkistä luvuista ja käyristä. Kokemukseen vaikutti se, että raportteja ei tule suurissa määrin vastaan työssä.

Talousviestinnän ja -raporttien jakelutavat: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?

Tämä kysymys auttaa yritystä hahmottamaan, millaisia raportteja jokaiselle henkilölle tai ryhmälle olisi jatkossa hyvä antaa. Vastaajat vastasivat yleisellä tasolla koko yrityksen näkökulmasta. Kyselystä nousseet kommentit, jossa pohditaan yleisellä tasolla parannuksia:

Pitäisin oikeat henkilöt ajan tasalla kk-tasolla ja kvartaalien välein kävisin läpi tuloslaskelmaa, enkä menisi ollenkaan myynnin kasvattaminen edellä, vaan kate edellä.

Selvittäisin hieman enemmän meillä käytössä olevia rajoja - esim. mikä on kate, josta alkaen jäädään ns. viivan yläpuolelle. Kaikki ei tunnu olevan perillä mitä mikin asia tarkoittaa.

Lisäksi osastokohtaisia palautteita annettiin. Myyntiosastolle toivottiin raportteihin lisäystä rahtien kustannuksista ja niiden vaikutuksista yleisellä tasolla. Rahtien kohdentamisen osalta on paljon ongelmia, joten siihen haluttiin enemmän paneutumista raporteissa. Muuten osastolla on toimivat jakelutavat. Suunnitteluosastolla saadaan osastopäälliköltä tietoa kysymällä, mutta asiat voitaisiin kertoa automaattisesti. Logistiikka-/tuotanto-osastolla pidetään talousraporttien jakelutapaa toimivana. Kyselyyn vastaaja kommentoi aihetta tiiviisti näin:

Talousraporttien läpikäynti henkilöstöinfossa koko henkilöstön kanssa. Osastokohtaisten raporttien läpikäynti osastopalavereissa. Maanantainen viikkopalaveri toimii hyvin toiminnan seurauksessa ja ohjaamisessa.

Talousraporttien visuaalisuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?

Visuaalisuus auttaa mielenkiinnon pysymisessä, kun yritetään ymmärtää lukuja talousraporteissa. Vastaajat pitivät visuaalisuutta toimivana, mutta mikäli saa pienellä vaivalla parannettua visuaalisuutta ja kertoa selvemmin syy-seuraussuhteita, niin se olisi tervetullutta. Kyselyyn vastaaja kommentoi asiaa pohdiskelevasti:

On yleensä excel monsteri ellei ole tiettyjä tietoja eriteltyinä pptx tiedostossa tuotu esille. - Kummatkin versiot taholtaan toimii sekä ei toimi riippuen kuka tietoa lukee ja miten asioita ymmärtää. Lisäksi visman L7 löytyy eri käppyröitä, jotka ovat jotain muuta, eivätkä suoraan osuu talousraporttien alaisuuteen, mutta kertoo kumminkin siihen liittyviä "taustoja" etupeltoon. Vaihtoehtoisia alustoja varmaankin löytyy jolla visuaalisuutta pystyisi muuttamaan. Mutta effortti vs hyöty ei välttämättä kannata

Talousraporttien luotettavuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa?

Luotettavuus kertoo sen, kuinka todenmukaisia talousraportit ovat. Itsessään kuukausiraportit ovat luotettavia kokonaisuuksia, mutta yksittäiset luvut tuntuvat välillä suuntaa antavilta, vastasivat kyselyyn osallistujat. Jälkilaskentareportit tulevat viiveellä huonon järjestelmän takia, joten sitä ei pidetä

luotettavana. Siihen toivotaan uutta automatisaatiolla toimivaa järjestelmää. Lisäksi toivotaan enemmän osastokohtaisia kannattavuuslaskelmia, jotta nähdään vaikuttavia tekijöitä enemmän. Luotettavuutta on vastaajien mielestä parannettava.

Tiedätkö, keneltä voit saada lisätietoa taloustietoihin tai talousviestintään liittyen?

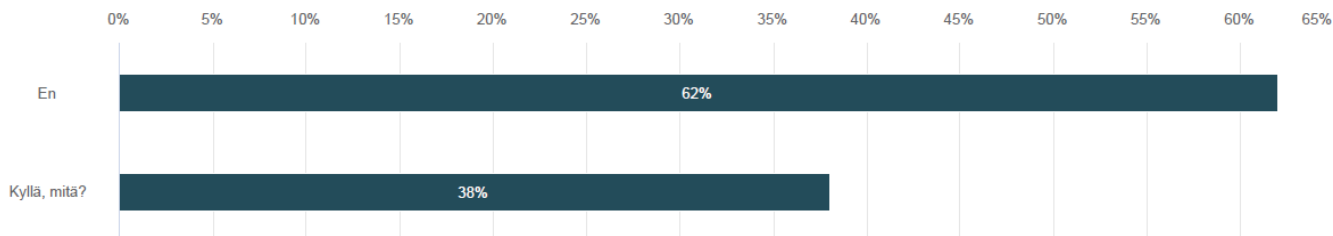
Tämän avulla selvennetään yritykselle, ovatko vastaajat perillä siitä, keneltä saavat tietoa ja selvennystä talouteen liittyen. Kyselyn vastaajista 20 vastasi, että tietävät ja yksi ei. Muut osasivat kertoa, että apua saa talouspäälliköltä, toimitusjohtajalta ja vastuualueiden päälliköiltä.

Toivotko enemmän koulutusta talouteen liittyen?

Henkilökunnan toiveet ovat tärkeä ottaa huomioon tulevaisuuden talouskoulutuksissa ja talouspalaverissa, jotta niistä saadaan isoin hyöty irti. 15 koki, etteivät tarvitse enempää koulutusta, mutta kuusi kuitenkin haluaa. Nämä kuusi henkilöä toivoivat perusteellista perustason koulutusta talouteen liittyen, jotta talousraportit ja taloudelliset luvut olisivat helpompi ymmärtää. Erityisesti koulutusta toivotaan henkilöille, jotka eivät käytä taloudellisia lukuja niin paljoa työssään. Myös tietotason ylläpitämiseen toivottiin koulutuksia kaikille.

Toivotko enemmän raportteja/tietoa talouteen liittyen?

Tämä kysymys sai vastauksia niukasti. Lisää raportteja toivottiin kahdeksan vastaajan mielestä, mutta 13 vastaajaa kokivat olevan tarpeeksi (kuva 13).



KUVA 13. Vastaajien jaottelu, siitä tulisiko talousraportteja/-tietoa olla enemmän (n=21)

Lisää taloudellisia raportteja tai tietoa pyydettiin osastokohtaisiin erotteluihin ja jälkilaskentaan. Erityisesti tuotanto-osastolle toivotaan enemmän laskelmia, jossa heidän onnistumisensa näkyisi myös. Tämä kehittäisi heidän työtään. Myös katetta tulisi selittää tarkemmin koko henkilöstölle. Kyselyyn vastasi, että:

Kate kuuluu kaikille, mitä enemmän on hartioita kantaa vastuuta tuloksesta, niin sen parempi tulos (taloudellinen).

Näiden avulla yrityksen johdon on helpompi lähteä miettimään mitä tietoa henkilöstölle tulisi antaa, jotta työskentely olisi taloudellisesti tehokkaampaa.

Vapaa sana aiheeseen liittyen.

Tähän kysymykseen kysely päättyi. Kysymyksen oli tarkoitus antaa vastaajille mahdollisuuden kertoa, mikäli kysely herätti ajatuksia, joita ei voinut suoraan minkään kysymyksen alle kertoa. Aiheeseen liittyviä vastauksia tuli, joissa kerrottiin olevan tyytyväisiä yrityksen talousviestinnän/-raporttien

muutoksiin. Kuitenkin automaatioon toivottaisiin panostusta, jotta raportit tulisivat nopeammin ja luotettavammin. Lisäksi toivottiin osastokohtaisiin raportteihin panostamista, jotta saadaan jokaiselle mahdollisuus toimia enemmän yrityksen näkökulmasta lisäarvoa tuottavaksi. Mielestäni yritykselle oivallinen palaute oli kiteytetty yhden vastaajan kommenttiin kyselyssä:

Mielestäni kokonaisuudessaan on siirrytty avoimempaan viestintään (myös muilla alueilla), mikä on hyvä asia. Arvostan myös ajoittain toimitusjohtajan lähettämiä henkilöstötiedotteita. Tiedotteiden sisältö on mielenkiintoinen ja antaa näkemystä yrityksen talouteen liittyen (toki myös muista meneillään olevista asioista). Pyrkisin jatkossa etsimään mittareita, jotka voidaan esittää vaikkapa taloudellisina lukuina esimerkiksi osastokohtaisesti. Tai lukuja voidaan käydä työntekijöiden kanssa läpi kehityskeskusteluiden muodossa (jos näitä joskus päätetään järjestää). Uskon, että tämä auttaa työntekijöitä hahmottamaan miksi tehdään näin, miksi tätä muutetaan, mikä on mennyt hienosti, missä on kehitettävää ja niin edelleen (vrt. strategian jalkauttaminen organisaation kaikille tasoille). Tosin ymmärrän, että kaikille osastoille yksiselitteisten mittareiden muodostaminen on erittäin haastavaa, mutta tällöin suorituksia voidaan tarkastella tapauskohtaisesti yksilötasolla.

Tähän oli hyvä päättää kysely, sillä tästä on yrityksen hyvä lähteä pohtimaan uusia mahdollisia parannuksia koskien henkilöstön taloustietojen ymmärtämistä ja hyödyntämistä yrityksessä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Nykytilanne

Taloustieto on ollut ennen puutteellisella tasolla niin johto-, päällikkö- ja toimihenkilötasolla. Nykytilanteen ja ennen olleen tilanteen eli historian välillä on suuria eroja. Taloustieto ja talousviestintä on ollut kehittämisen kohteena tarkoituksen mukaisesti, jotta yrityksen pyörittämisen nykyaikaiset perusteet täyttyvät.

Taloustieto on erinomaisella tasolla johtoryhmällä ja päälliköillä. He ymmärtävät yrityksen taloudellisen tilanteen ja osaavat käyttää taloustietoa omassa työssään niin, että pyrkivät tekemään tuloksellisuutta. Henkilöstötasolla taloustieto on yleisesti ottaen hyvällä mallilla. He ymmärtävät taloustietoa, mutta noin puolet henkilöstöstä ei ymmärrä omaa vaikutustaan siihen. Tämä tarkoittaa sitä, että yleiset taloudelliset termit ovat tutumpia, kuin yritysmaailmassa niiden hyödyntäminen. Henkilö, joka ei käytä suoraan työssään raportteja, ei osaa nähdä suoraa vaikutusta omalla tekemisellään esimerkiksi tulosraporttiin. Henkilön koulutustausta, osasto ja asema yrityksessä vaikuttivat vastauksiin. Johto- ja päällikköasemassa olevat osasivat katsoa hieman kokonaisvaltaisemmin taloudelliset asiat, mutta eri osastojen toimihenkilöt tunsivat enemmän omaan osastoon selkeästi kytkeytyvät asiat. Korkeakoulututkintolaiset osasivat selkeämmin kertoa yrityksen taloustiedoista, kuin toisen asteen koulutuksen käyneet. Yrityksessä työskennelty aika ei vaikuttanut taloustietoihin liittyviin vastauksiin.

Talousviestintää pyritään antamaan johtoryhmän tai päällikön kautta henkilöstölle. Talousviestintää jakavat käyttävät laskentatoimen rooleista (Partanen 2007, 34–36) vahvasti vaikuttamisroolia, sillä he haluavat vaikuttaa henkilöstöön laskelmien avulla. Johtoryhmä ja päälliköt täyttävät myös muiden roolien kriteerejä eli idearoolin, jotta voivat kehittää yrityksen toimintoja, vastausroolia eli he valitsevat kannattavimmat vaihtoehdot laskelmista. Henkilöstön kohdalla on huomattava, että noin kolmasosa toivoo lisää taloudellista tietoa tai raportteja. Tämä kertoo heiltä löytyvän oppimisroolia, eli he eivät täysin ymmärrä nykyisen taloudellisen tiedon suhteita toisiinsa, mutta haluavat ymmärtää ja oppia. Lisäksi henkilöstö, joka ymmärtää talousviestinnästä saadun informaation, käyttävät perusteluroolia, eli he perustelevat päätökset ja linjaukset saamallaan luvuilla.

Taloutta koskeviin tiedotuksiin liittyviä eroja tuli vastaajien kesken. Käyttökatteesta maksettava tulospalkkio, tulosraportti ja myyntivolyymi/myyntikate nousivat tutuimmiksi, sillä ne ovat jokaiselle tulleita tiedotteita. Osastokohtaiset kustannusraportit ja taloustiedot eivät nousseet esille niin paljoa, sillä siitä ei ole dataa jokaiselle ryhmälle omana. Eli osasto ja asema kohtaisia eroja on. Ne, jotka ovat olleet pidempään töissä, kokivat saaneensa enemmän tiedotusta, kuin vähemmän aikaa olleet. Koulutustaustat ei vaikuttaneet vastauksien eroihin merkittävästi. Vastauksista tuli ilmi, että muutettavaa on talousraporttien jakelutapojen osalta, mutta päälisinpäin ne ovat hyvällä tasolla. Vastaajien mielestä talousviestinnän visuaalisuus on hyvällä tasolla, mutta aina voisi olla vähän parempi. Eri versiot Excel ja PowerPoint malleista toimii eri tilanteissa eri henkilöille.

7.2 Kehityssuunta

Opinnäytetyön tutkimuksen tuloksista on hyvä selventää, että yrityksen taloustieto ja talousviestintä ovat koko ajan menossa parempaan päin. Henkilöstöllä on osaamisessa eroja, jotka tuovat taloustiedon ymmärtämiseen ja hyödyntämiseen vaikeuksia. Näihin tulisi jatkossa keskittyä ja tehdä kehitystä parempaan suuntaan.

Kuten aiemmin on sanottu, vaikuttavimmat tekijät siihen kuinka ymmärtää ja hyödyntää taloustietoa ovat henkilön koulutus, osasto ja asema yrityksessä. Tämä tarkoittaa sitä, että näiden pohjalta tulee miettiä parananusta. Talouskoulutusta voisi järjestää henkilöstölle niin, että avataan perusteet niin taloustermeistä, kuin omasta roolista niiden vaikuttamiseen yrityksen toiminnassa. Lisäksi tulisi tehdä jokaiselle osastolle tarkempia mittaamistyökaluja tuloksen seurantaan, jotta jokainen voi seurata omaa vaikutustaan. Lisäksi raporttien luetettavuutta voidaan parantaa tulevilla Power BI-raporteilla, jotta raportit ovat ajankohtaisia.

8 POHDINTA

8.1 Työn merkitys

Yritykselle tämä tutkimus antaa konkreettisia kohtia henkilöstön tilanteesta, kuinka ymmärtävät ja hyödyntävät taloustietoa. Yrityksessä on nyt hyvä lähteä miettimään, kuinka voivat kehittää toimintoja yrityksen sisällä, jotta henkilöstö ymmärtää ja voi näin ollen hyödyntää taloustietoa tulokselliseen tekemiseen.

Minulle tutkimus antoi paljon. Työn avulla olen päässyt epäonnistumaan ja onnistumaan omilla suunnitelmissani. Aikataulu on tuonut omalle osalleni epäonnistuneen olon, sillä työ on ollut monta kertaa viikkoja aikataulun suhteen jäljessä. Aikataulun laahaaminen jäljessä on tapahtunut itsestäni riippumattomista syistä. Työ oli silti loppuvaiheessa onneksi taas aikataulussa, joten sen stressaaminen on ollut täysin turhaa. Olen päässyt oppimaan, kuinka tehdään yhteistyötä yrityksen kanssa ilman työparia. Tämän seurauksena olen ottanut paljon vastuuta. Lisäksi olen päässyt huomaamaan, että itsestään selvät asiat ei olekaan muille aina niin itsestään selviä. Kyselyn tuloksista on tullut ilmi asioita, joita en ole osannut edes ajatella. Esimerkiksi henkilöstön syvälliset ajatukset yrityksen talousviestintään liittyen olivat minulle hätkähdyttäviä. Tutkimuksen avulla pääsin myös miettimään, kuinka itse lähtisin kehittämään yrityksen talousviestintää, jotta taloustieto olisi henkilöstötasolla kehittymässä parempaan osaamiseen.

Yhteiskunnallisesti opinnäytetyön tutkimus jäi osittain puutteelliseksi. Opinnäytetyön tutkimus toi näkökulmia yhteiskunnallisesti, kuinka yhdessä yrityksessä, Ristikko Oy:ssä talousosaaminen ja -hyödyntäminen näkyy. Jotta yhteiskunnallinen hyöty olisi parempi, tulisi tutkimus toteuttaa muissaakin yrityksissä vertailuarvon saamiseksi. Näin saisi yhteiskunnallisempaa näkyvyyttä siihen, kuinka talousosaaminen oikeasti on yrityksissä, eikä vain Ristikko Oy:ssä. Yhteiskunnallisesti hyöty kuitenkin on olemassa, sillä tästä muut yritykset saavat vertailukohteen ja omaan toimintaan näkökulmia. Työ kuitenkin oli tarkoituksen mukaisesti suoritettu toimeksiantajalle, joten yhteiskunnallinen vaikutus ei ollut ensimmäisenä prioriteettina.

8.2 Oman asiantuntijuuden ja ammattitaidon kehittyminen

Oma asiantuntijuuteni ja ammattitaitoni kehittyi huomasti. Kesken työn tekemisen, koin että haluaisin työparin, jotta työ ei olisi niin rankkaa itselleni. Tämä kuitenkin kehitti minua paljon enemmän, sillä tein kaikki alusta loppuun itse. Suunnittelusta, päätöksenteosta, ja analysoinneista vastasin vain minä, joten minun tuli selvittää kaikki faktat itse.

Tämä työ kehitti vastuunottamista ja priorisointia työelämää varten. Jokaiseen epävarmaan kohtaan ei voinut pyytää apua, vaan se tuli itse ratkaista, joko etsimällä tietoa tai luottamalla omaan päätöksentekytaitoon. Ne ovat tärkeitä taitoja työelämässä.

Tulevaisuuden työelämää miettien osaan hahmottaa, kuinka yrityksen henkilöstön sisällä on eroavaisuuksia taloustietojen osalta, joten en tule pitämään mitään itsestään selvänä. Tämä kehitti minun asiantuntijuutta talousviestintään liittyen yritysmaailmassa.

8.3 Tutkimuksen luotettavuus

Luotettavuuden varmistaminen tarkoittaa sitä, että mietitään luotettavuuden eri tapoja koko opinnäytetyöprosessin aikana. Luotettavuutta voi olla haastava arvioida, sillä luotettavuuden mittareita on niin paljon erilaisia. Luotettavuuden mittareina pidetään uskottavuutta, vastaavuutta, siirrettävyyttä, luotettavuutta, tutkimustilanteen arviointia, varmuutta, riippuvuutta, vakiintuneisuutta ja vahvistettavuutta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 138–139).

Opinnäytetyön luotettavuutta on seurattu prosessin aikana niin, että jokainen vaihe kuvataan tarkoin ja arviointi kerätystä aineistoista on, esimerkiksi haastatteluista, otettu totuudenmukaisesti. Tutkimustuloksien ja aihepiirin tulee vastata teoriapohjaa, jotta työ on luotettava, joten kysely on toteutettu teoriapohjaan nojautuen. Tutkimuskysely on tallennettu Pdf-muotoon, jotta joku voi halutesaan toistaa työn uudestaan (Liite 1). Luotettavuutta on myös varmistettu sen avulla, että ulkopuolinen on tarkistanut opinnäytetyötä koko prosessin aikana useaan otteeseen. Tässä tapauksessa opinnäytetyön ohjaaja, opiskelijakaverit ja Ristikko Oy:n toimitusjohtaja. Näiden lisäksi työssä otetaan huomioon tutkimustilanne, jottei vastauksiin ja tuloksiin ole vaikuttavia tekijöitä, mitkä heikentäisivät oikeellisuutta. Tutkimustuloksien tueksi on tutustuttu muihin aiheeseen liittyviin tutkimuksiin, jotta voidaan nähdä työn vahvistettavuus jollain tasolla. Teoriaosuuteen on kerätty aineistoa monista eri lähteistä. Taloustieto ja talousviestintä on saanut pohjan erilaisista kirjoista. Verkkojulkaisuna löytyy artikkeleita ja muita julkaisuja, kuten YouTube, videoiden suoratoistopalvelu. YouTubesta löytyy Espoon kaupungin vuonna 2017 julkaistu video, josta saa erinomaista näkökulmaa opinnäytetyön teoriaan.

Minun opinnäytetyötäni vastaavaa aihetta ei ole tehty aiemmin. Myöskään suomalaisia tutkimuksia aiheesta ei löytynyt. Näin ollen vastauksia ei voinut verrata mihinkään.

8.4 Tutkimuksen eettisyys

Eettisyys on laadullisen tutkimuksen oppaissa painotettuna vain vähin määrin (Tuomi & Sarajärvi 2009, 125). Tästä eettisyyden toteutumista on seurattu Savonia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyön eettisyyden ohjeistuksista. Savonialla on verkkojulkaisuna opiskelijoille muistilista, jossa käy hyvin ilmi mitä tulee ottaa huomioon opinnäytetyötä tehdessä.

Muistilistalla on kolmetoista kohtaa. Muistilistalla muistutetaan selvittämään omia resursseja ja työhön liittyviä vaiheita ja muita huomioita. (Opinnäytetyön eettiset ohjeet julkaisuaika tuntematon.)

Eettisyyden osalta on tutustuttu niin raportoinnin tekemiseen kuin kyselyn toteuttamiseen. Raportoinnin suhteen on oltava tarkka, että työ on oma, eikä ole kopioitu muiden töistä tekstiä tai kuvia ja on käytetty oikean mukaisia vuoden 2021 lähdeviittauksia ja merkintöjä. Työ on tämän johdosta tarkastettu plagioinnin välttämiseksi Turnit Feedback Studio- ohjelman avulla. Lisäksi on hoidettu ohjaus- ja hankkeistamissopimuksen teko kohdeyrityksen Ristikko Oy:n kanssa ennen kuin opinnäytetyön kirjoittaminen on alkanut. Kyselyä varten on tehty EU:n yleistä tietosuojasetusta ja Suomen tietosuojalakea vastaava tietosuojailmoitus osallistujille.

8.5 Työprosessin onnistuminen

Opinnäytetyö on suunniteltu tarkasti, jotta työprosessi onnistuisi mahdollisimman hyvin, eli tavoitteisiin päästään. Työprosessi on vaatinut aikataulutusta ja priorisointitaitoja, jotta työ valmistuu ajallaan ja työ käsittelee vain oleellisia asioita.

Tutkimuskysymykseen saatiin vastaus ja muut tavoitteet ovat saavutettu. Aikataulu otti takapakkia muiden kiireiden takia, mutta työ valmistui silti suunnilleen tavoiteaikaan mennessä. Avoimista kysymyksistä koostunut kysely oli mukavan pituinen, mutta kun pääsi analysointivaiheeseen ja koodaus, luokittelu ja teemoittelu tuli tehdä, olikin materiaalia todella paljon, sillä vastaajia oli 21 ja kysymyksiä 19. Tässä olisi voinut vaihtoehtoisesti toteuttaa muutaman ihmisen haastattelun, jolloin olisi voinut nousta esille erilaisia vastauksia. Ehkä yrityksessä toteutetaan tämän opinnäytetyökyselyn pohjalta sellainen.

LÄHTEET

Aallon Group Oyj 2020. Opas: Taloustieto yrityksen johtamisessa. Pdf-tiedosto. https://aallongroup.fi/wp-content/uploads/2021/04/Opas-taloustieto-yrityksen-johtamisessa.pdf?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Opas%3A+Taloustieto+yrityksen+johtamisessa&utm_campaign=%5BToimitusviesti%5D+Opas+Taloustieto+yrityksen+johtamisessa+%28Taloustiedon+ABC%29&vgo_ee=niBcV8rITG6p5SCG57f4xWQOP8ZXmRzMvz3Yw%2BcA7gI%3D. Viitattu 5.11.2021.

Alma Talent julkaisuaika tuntematon. Myyntikate ja myyntikate-%. Verkkojulkaisu. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/myyntikate-ja-myyntikate-prosentti>. Viitattu 2.11.2021.

Alma Talent julkaisuaika tuntematon. Käyttökate-%. Verkkojulkaisu. <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/kayttokate-prosentti>. Viitattu 30.11.2021.

Espoon kaupunki 2017. Espoon talous 2017. Video. YouTube-videopalvelu, julkaistu 2.11.2016. https://www.youtube.com/watch?v=pm_YVCCZHO8&ab_channel=Espoonkaupunki. Viitattu 23.9.2021.

OP julkaisuaika tuntematon. Yrityksen budjetti. Verkkojulkaisu. <https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yrittajan-talousvalmennus/budjetointi>. Viitattu 1.11.2021.

Opinnäytetyön eettiset ohjeet. Opiskelijan muistilista. Pdf-tiedosto. <https://amksavonia.sharepoint.com/sites/reppu-opinnaytetyo/Jaetut%20asiakirjat/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2Freppu%2Dopinnaytetyo%2FJaetut%20asiakirjat%2FEettinen%20ohjeistus%2FEettiset%20ohjeet%2C%20opiskelijan%20muistilista%2Epdf&parent=%2Fsites%2Freppu%2Dopinnaytetyo%2FJaetut%20asiakirjat%2FEettinen%20ohjeistus>. Viitattu 23.11.2021.

Osakeyhtiölaki 624/2006. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624#O1L1P1>. Viitattu 16.9.2021.

Rumpu, Ani 2018. Netvisor. Operatiivinen kassavirta on yrityksen päätöksenteon selkäranka. Julkaistu 27.8.2018. Verkkojulkaisu. <https://netvisor.fi/blog/operatiivinen-kassavirta/>. Viitattu 18.11.2021.

Harsu, Maija 2016. Viestijät. Hyvä talousviestintä on yhteispeliä. Verkkojulkaisu. <https://viestijat.fi/hyva-talousviestinta-on-yhteispelia/#d6a1a1e7>. Viitattu 23.9.2021.

Järvenpää, Marko, Länsiluoto, Aapo, Partanen, Vesa & Pellinen, Jukka 2020. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Linden, Jari 2021. Mikä on opinnäytetyö? Opetusmateriaali. Opinnäytetyön määritelmä. Savonia-ammattikorkeakoulu.

- Minilex julkaisuaikatuntematon. Tilinpäätöserien määritelmät. Verkkojulkaisu. <https://www.minilex.fi/a/tilinp%C3%A4%C3%A4t%C3%B6serien-m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4t>. Viitattu 26.11.2021.
- Merit Aktiva 2019. Tuloslaskelman ja taseen toimintaperiaate. Verkkojulkaisu. <https://meritaktiva.fi/tuloslaskelman-ja-taseen-toiminta/>. Viitattu 1.10.2021.
- Niskavaara, Eeva 2017. Yritystaloutta esimiehille. Helsinki: Alma Talent.
- Partanen, Vesa 2007. Talousviestintä johtamisen tukena. Helsinki: Talentum.
- Pellinen, Jukka 2005. Talousjohtaminen. Helsinki: Talentum.
- Puusa, Anu & Juuti, Pauli 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna: Prinston Tukikoda.
- Saaranen, Pirjo, Koltola, Eliisa & Pösö, Jarmo 2017. Liike-elämän matematiikka. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Saari, Anne 2020. Valjas. Myyntikate-mikä se on ja kuinka se lasketaan? Julkaistu 12.10.2020. Verkkojulkaisu. <https://valjas.fi/myyntikate/>. Viitattu 18.11.2021.
- Salmi, Ilari 2020. Mitä tilinpäätös kertoo? Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Suomala, Petri, Manninen, Olli & Lyly-Yrjänä, Jouni 2018. Laskentatoimi johtamisen tukena. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Taluspäällikkö 2021. Ristikko Oy. Talousviestintä ja johtamisjärjestelmä. Yksityinen sähköpostiviesti. 29.11.2021. Viestin saaja: Sofia Ovaskainen.
- Tilastokeskus 2008. Toimialaluokitus. Muu rakennuspuusepäntuotteiden valmistus. Verkkojulkaisu. https://www.stat.fi/fi/luokitukset/toimiala/toimiala_1_20080101/code/16239/. Viitattu 10.10.2021.
- Toimitusjohtaja 2021b. Ristikko Oy. Haastattelu 10.10.2021.
- Toimitusjohtaja 2021a. Ristikko Oy. Organisaatorakenne ja yrityksen toimintoja. Yksityinen sähköpostiviesti. 5.9.2021. Viestin saaja: Sofia Ovaskainen.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Koppa Jyväskylän yliopisto 2021. Laadullinen tutkimus. Verkkojulkaisu. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. Viitattu 3.12.2021.
- Koppa Jyväskylän yliopisto 2015. Tapaustutkimus. Verkkojulkaisu. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/tapaustutkimus>. Viitattu 12.1.2022.
- KvaliMOTV julkaisuaika tuntematon. Teoria ja tutkimus. Verkkojulkaisu. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_2.html. Viitattu 9.9.2021.

KvaliMOTV julkaisuaika tuntematon. Tutkimuksen suunnittelu. Verkojulkaisu.
<https://www.fsd.tuni.fi/metodit/metodit/kvali/L2.html>. Viitattu 11.10.2021.


Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon. Yrityksen visio ja tavoitteet. Verkojulkaisu.
<http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/visio>. Viitattu 1.10.2021.

YTJ Yritys- ja henkilötietojärjestelmä. Verkojulkaisu. <https://www.ytj.fi/>. Viitattu 16.9.2021.

Åkerberg, Pertti 2006. Budjetoinnin mielettömyys. Helsinki: Talentum.

LIITE 1: KYSELY HENKILÖSTÖLLE

SAVONIA**Kysely henkilöstölle**

 Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen lähettämiseksi.

Kyselyn on tarkoitus tutkia henkilöstön taloustietojen ymmärtämistä ja hyödyntämistä yrityksessä. Vastauksia analysoidaan opinnäytetyössä. Vastaamalla tähän kyselyyn hyväksyt tietojen keräämisen tietosuojailmoituksessa määrättyllä tavalla.

Kiitos vastauksista!

Alkulämmittely**Osasto ***

- Hallinto / Johto
- Myynti
- Tuotanto / logistiikka
- Suunnittelu

Organisaatiotaso *

- Johto
- Päällikkö
- Toimihenkilö

Koulutus *

- Peruskoulu
- Toisen asteen koulutus
- Alempi korkeakoulututkinto
- Ylempi korkeakoulututkinto

Kuinka kauan olet työskennellyt yrityksessä? *

- 0-2 vuotta
- 2-5 vuotta
- 5-10 vuotta
- Yli 10 vuotta

Taloustieto**Millainen taloudellinen tila yrityksessä on mielestäsi? Millä perusteella? ***

- En tiedä
- Huono
- Keskinertainen
- Hyvä

Onko yrityksessä taloustavoitteita, joista tiedät? *

- Ei
- Kyllä, mitä?

Valitse talouden termit, joiden määritelmät tiedät tarkasti. *

- Tuloslaskelma
- Tase

- Myyntikate
- Käyttökate
- Poistot
- En mitään näistä

Millaista taloutta koskevaa tiedostusta olet saanut? *

- Tulosraportti
- Myyntivolyymi / myyntikate
- Osastokohtainen kustannusraportti / osastokohtaista taloustietoa
- Käyttökatteesta maksettava tulospalkkio
- En mitään näistä

Pystytkö vaikuttamaan joidenkin talousraporttien lukuihin? *

- Tulosraportti
- Myyntivolyymi / myyntikate
- Osastokohtainen kustannusraportti / osastokohtaista taloustietoa
- Käyttökatteesta maksettava tulospalkkio
- En mihinkään näistä

Kerro miten koet vaikuttavasi talousraportteihin: *

Hyödynnätkö joitakin talousraportteja työssäsi? *

- Tulosraportti
- Myyntivolyymi / myyntikate

- Osastokohtainen kustannusraportti / osastokohtaista taloustietoa
- Käyttökatteesta maksettava tulospalkkio
- En mitään näistä

Kerro miten koet hyödyntäväsi talousraportteja: *

Talousviestintä

Oletko huomannut muutoksia talousraportoinnissa tai taloustietojen käytössä palavereissa viimeisien vuosien aikana? *

En

Kyllä, mitä (risut/ruusut)?

Koetko talousraporttien sisällön helposti ymmärrettäväksi? *

Kyllä

En, mihin tarvitset lisää ohjausta?

Talousviestinnän ja -raporttien jakelutavat: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa? *

Talousraporttien visuaalisuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa? *

Talousraporttien luotettavuus: mitä muuttaisit ja mikä on toimivaa? *

Tiedätkö, keneltä voit saada lisätietoa taloustietoihin tai talousviestintään liittyen? *

En

Kyllä, keneltä?

Toivotko enemmän koulutusta talouteen liittyen? *

En

Kyllä, mitä?

Toivotko enemmän raportteja/tietoa talouteen liittyen? *

En

Kyllä, mitä?

Vapaa sana aiheeseen liittyen:
