



# **HÄMEENLINNAN MK-TILI OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Taija Kuismanen

Opinnäytetyö  
Helmikuu 2014  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Taloushallinnon  
suuntautumisvaihtoehto

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto

TAIJA KUISMANEN:  
Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyö 66 sivua, joista liitteitä 9 sivua  
Maaliskuu 2014

---

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakastyytyväisyyttä, ja tutkimustulosten pohjalta pyritään parantamaan palveluvalikoimaa ja asiakaspalvelun laatua. Hämeenlinnan MK-Tili Oy on vuonna 1991 perustettu tilitoimisto, jonka toimitusjohtajana toimii Maarit Kuusela. Yrityksen palveluihin kuuluvat kaikki tilitoimistopalvelut kirjanpidosta ja tilinpäätöksistä konsultointiin. Opinnäytetyölle oli selvä tarve, sillä asiakastyytyväisyys on nykyään merkittävässä roolissa tilitoimistoalalla, eikä sitä ollut tutkittu aiemmin.

Työn teoriaosuudessa käydään läpi yritysten taloushallintoa ja esitellään tilitoimistojen prosesseja. Esillä ovat tilitoimistojen tarjoamat palvelut, taloushallinnon digitalisoituminen, ulkoistaminen ja talouspalvelukeskukset. Asiakastyytyväisyydestä selvitetään monipuolisesti omassa osiossaan. Tutkimusosiossa analysoidaan asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksia, jotka avataan selkeästi kuviodien avulla sekä sanallisesti. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, mutta siinä oli myös kvalitatiivisen tutkimuksen piirteitä avoimien kysymysten osalta. Menetelmänä käytettiin tapaustutkimusta. Kyselylomake toteutettiin sähköisenä e-lomakeohjelmaa käyttäen, johon kysymykset luotiin teoreettisen viitekehysten pohjalta vastaamaan opinnäytetyön tutkimusongelmaan.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutusajankohtana oli lokakuu 2013. Kyselylomakkeen vastaanotti sähköpostitse tavoitettavat Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakasyrityksistä, ja lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui 65. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Hämeenlinnan MK-Tili Oy:hyn ollaan pääosin erittäin tyytyväisiä, henkilökunta on ystävällistä ja päätoiminnot sujuvat hyvin. Yritysten tulosten analysointia ja neuvontaa tilitoimiston taholta toivottiin kuitenkin lisää. Opinnäytetyössä käsitellään omassa osiossaan niitä esille tulleita asioita, joihin Hämeenlinnan MK-Tili Oy voisi tulevaisuudessa kiinnittää huomiota kehittäessään toimintaansa.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Option of Accountancy and Business Administration

TAIJA KUISMANEN:

A Study of Customer Satisfaction at Hämeenlinnan MK-Tili Oy

Bachelor's thesis 66 pages, appendices 9 pages

March 2014

---

The purpose of this thesis is to study customer satisfaction levels at Hämeenlinnan MK-Tili Oy and to develop the company's operations and quality of customer service based on the results. Hämeenlinnan MK-Tili Oy is an accounting firm established in 1991, and its CEO is Maarit Kuusela. The company offers all the services of an accounting firm from accounting and financial statements to consulting. There was a need for this study because of the significance of customer satisfaction for all businesses today and the fact that MK-Tili Oy had not had research of this field before.

The theoretical section of this thesis examines the field of the company's financial management and reviews the services of an accounting company. On display are the services which the accounting company offers, the digitalization of financial management, outsourcing and financial service centres. The theoretical section also reviews customer satisfaction in a versatile manner. The empirical section presents the results of this survey, which are analysed verbally and illustrated with figures. The survey was implemented quantitatively but it also included features of a qualitative study with regard to open questions. The used survey method was a case study. A questionnaire was implemented electronically with e-form program, in which all the questions were created based on the theoretical section to answer to the research problem of the thesis.

The customer satisfaction survey was implemented in October 2013. The questionnaire was received by most of the client companies of Hämeenlinnan MK-Tili Oy, and the final response rate was 65 per cent. The results of the customer satisfaction survey indicate that customers are mainly very satisfied, the personnel are kind and main functions are adequate. There were expressed wishes to the accounting firm for more analyses and counselling. A separate section discusses the main issues that the company can concentrate on in developing their operations.

---

Key words: accounting company, customer satisfaction, financial management

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	YRITYSESITTELY .....	6
3	YRITYSTEN TALOUSHALLINTO.....	8
	3.1 Digitaalinen taloushallinto .....	8
	3.2 Taloushallinnon ulkoistaminen.....	10
	3.3 Talouspalvelukeskukset .....	11
	3.4 Taloushallintoliitto.....	12
	3.5 KLT -tutkinto .....	13
4	TILITOIMISTOJEN PALVELUT .....	14
	4.1 Kirjanpito .....	14
	4.2 Tilinpäätös .....	15
	4.3 Reskontrat .....	15
	4.4 Palkat .....	17
	4.5 Maksuliikennepalvelut.....	18
	4.6 Viranomaisilmoitukset ja arkistointi.....	18
	4.7 Konsultointi .....	21
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	22
	5.1 Asiakastyytyväisyyden ulottuvuudet .....	23
	5.2 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen .....	24
	5.3 Asiakastiedon hyödyntäminen ja tyytyväisyystekijät.....	26
	5.4 Asiakastyytyväisyys tilitoimistoalalla .....	28
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	29
	6.1 Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	29
	6.2 Tutkimusmenetelmät, kohdejoukko ja analysointimenetelmät.....	30
	6.3 Tutkimuksen luotettavuus .....	34
	6.4 Kyselylomakkeen laadinta ja testaus .....	36
7	TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI .....	37
	7.1 Taustatiedot.....	37
	7.2 Henkilöstö.....	40
	7.3 Hinnoittelu .....	46
	7.4 Muut.....	48
8	LOPPUPÄÄTELMÄT .....	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
	LÄHTEET.....	56
	LIITTEET .....	58
	Liite 1. Saatekirje ja kyselylomake .....	58
	Liite 2. Vapaat palautteet ja kehitysehdotukset.....	63

## 1 JOHDANTO

Nykypäivänä taloushallinnon sähköistyminen on tarjonnut tilitoimistoille mahdollisuuden vapauttaa työntekijänsä aiempaa tuottavampiin töihin rutiininomaisten töiden vähentymisen johdosta. Tilitoimistot hoitavat laaja-alaisesti yritysten taloushallintoa, ja alalla yhdistetään vahva talousosaaminen ja digitaalinen taloushallinto. (Tilisanomat 2013.) Asiakastyytyväisyys tilitoimistoissa on korkealla tasolla ja kilpailu kovaa. Konsultointiin liittyvät palvelut ovat avainasemassa tilitoimistojen välisessä kilpailussa ja tarjoavat niille myös suurimman haasteen. (Tilisanomat 2005.)

Tämän opinnäytetyön aiheena on Hämeenlinnan MK – Tili Oy:n asiakastyytyväisyyden tutkiminen. Hämeenlinnan MK – Tili Oy on vuonna 1991 perustettu tilitoimisto, joka tarjoaa taloushallinnon palveluita kaikenkokoisille yrityksille. Valitsin asiakastyytyväisyyden tutkimisen opinnäytetyöni aiheeksi oman kiinnostukseni pohjalta, olin jo aivan opintojen alusta asti ajatellut tätä sopivaksi aiheeksi, jossa voin haastaa itseni ja joka tarjoaa samalla konkreettista hyötyä yritykselle. MK – Tili Oy:n asiakastyytyväisyyttä ei ole aiemmin tutkittu, joten tälle työlle oli selvä tarve, jonka pohjalta tutkimusta lähdettiin toteuttamaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada mahdollisimman kattavasti tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä tutkimustulosten pohjalta parantaa palveluvalikoimaa ja asiakaspalvelun laatua. Tarkoituksena on kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyyttä MK - Tili Oy:hyn. Tutkimusongelmaksi muodostui se, kuinka tyytyväisiä Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakkaat ovat tilitoimistoon ja sen palveluihin. Tämä opinnäytetyö koostuu kahdeksasta luvusta, jotka sisältävät johdannon, teoriaosuuden, tutkimuksen esittelyn, tutkimustulokset ja lopuksi pohdintaosuuden. Teoriaosuudessa on käsitelty aiheita, jotka tukevat ja pohjustavat tutkimusta.

Tutkimus toteutettiin lokakuussa 2013 sähköisellä kyselylomakkeella. Menetelmänä käytettiin tapaustutkimusta. Lomake koostui 15 strukturoidusta kysymyksestä ja kahdesta lisäkohdasta, joissa sai antaa vapaamuotoista palautetta ja kehitysehdotuksia. vastausaikaa. Vastauksia saatiin varsin paljon, kyselylomakkeen vastaanottaneista 65 % vastasi määräajassa.

## 2 YRITYSESITTELY

Hämeenlinnan MK - Tili Oy on Hämeenlinnan keskustassa sijaitseva tilitoimisto, ja se on perustettu 22.5.1991. Perustaja on yrityksen toimitusjohtaja Maarit Kuusela (KLT), joka omistaa edelleen koko osakekannan. MK - Tili Oy on auktorisoitu Taloushallinto-liiton jäsen, jonka hallituksessa Maarit Kuusela on. Taloushallintoliiton auktorisointi myönnettiin vuonna 2000. Dun & Bradstreet, joka on maailman johtava yritys – ja luottotietojen tarjoaja, on myöntänyt korkeimman AAA – luottoluokituksen MK - Tili Oy:lle (MK- Tili Oy: Palvelut 2011). Aputoiminimenä MK – tili Oy:llä on Hämeenlinnan Tilintarkastustoimisto (Kuusela, toimitusjohtaja, KLT 2013).

1990-luvun alkupuolella toimitusjohtaja Maarit Kuusela osti kahden eri tilitoimiston liiketoiminnan, joissa molemmissa työskenteli 1-2 työntekijää. Nykyisin henkilöstö koostuu 19 taloushallinnon ammattilaisesta, joista viisi on KLT -tutkinnon suorittaneita yritysneuvoja. Lisäksi henkilöstöön kuuluu 10 yritysneuvojaa, kolme palkanlaskijaa sekä toimistosihiteeri. MK – Tili Oy:n henkilöstö varmistaa osaamisensa seuraamalla alan kehitystä sekä kouluttautumalla säännöllisesti. Henkilökuntaa on palkattu lisää melko tasaisesti noin yhden työntekijän vuosivauhdilla. Tilikauden 31.12.2012 liikevaihto oli yhteensä 1.027.000 euroa, ja verrattaessa aikaisempaan tilikauteen kasvua on tullut noin 8-9 % (Kuusela 2013).

MK – Tili Oy on asiakkaan etuja ajava tilitoimisto, joka tarjoaa palveluita muun muassa seuraavilla osa-alueilla: kirjanpito, tilinpäätös, palkanlaskenta, verotus, maksuliikenne, laskutus ja budjetointi. Lisäksi tilitoimistolla on huippuosaamista liittyen yrityksen perustamiseen, rahoitus – ja investointisuunnitteluun, yritysaneerukseen, liiketoimintajärjestelyyn, yrityskauppaan sekä analysointiin (MK- Tili Oy: Palvelut 2011). Henkilöstö käyttää kirjanpidon ja palkanlaskennan puolella Adiron Tikon – ohjelmistoa sekä Talgraf – raportointiohjelmaa. Asiakkaat ovat Etelä-Suomen alueelta, ja niitä on noin 350. Yhtiömuodoiltaan asiakkaat ovat osakeyhtiöitä, kommandiittiyhtiöitä, toiminimiä, säätiöitä, yhdistyksiä, avoimia yhtiöitä ja osuuskuntia. Tyypillinen asiakas on perheyri-tystaustainen osakeyhtiö, jossa on 5-9 työntekijää. Suurimmissa asiakasyrityksissä on yli 50 työntekijää. Asiakasyrityksiä on lähes kaikilta toimialoilta, etenkin palvelualan yrityksiä on runsaasti. Myös rakentamiseen liittyviä ja ravintolatoimintaan liittyviä yrityksiä on paljon. (Kuusela, 2013.)

MK – Tili Oy:n suurimmat kilpailijat ovat samankokoiset auktorisoidut tilitoimistot Hämeenlinnan alueella ja sen ympäristökunnissa. Yhteistyökumppaneita on monta: Hämeen uusyrityskeskus, Taloushallintoliitto, Suomen yrittäjänaiset ja Hämeenlinnan Seudun yrittäjänaiset. Lisäksi MK – Tili Oy tekee yhteistyötä Hämeen Ammattikorkeakoulun kanssa muun muassa opinnäytetöiden, yritysesittelyiden, projektien ja työharjoitteluiden muodossa (Kuusela, 2013). Yhteistyökumppaneista Hämeenlinnan Seudun Yrittäjänaiset ry on nimennyt Maarit Kuuselan ensimmäiseksi vuoden yrittäjänaiseksi 25-vuotisjuhlassaan lokakuussa 2011 (MK- Tili Oy: Palvelut 2011).

Tulevaisuudessa MK – Tili Oy:llä on tavoitteena saada henkilöstönsä 3-4 uutta KLT – kirjanpitäjää joko nykyisen henkilöstön sisältä tai ulkopuolelta. Myös palkanlaskennan puolella on suunniteltu henkilöstölle PHT – koulutuksen suorittamista. Asiakkaita otetaan tulevaisuudessa lisää työtilanteen mukaan. (Kuusela, 2013.)

### 3 YRITYSTEN TALOUSHALLINTO

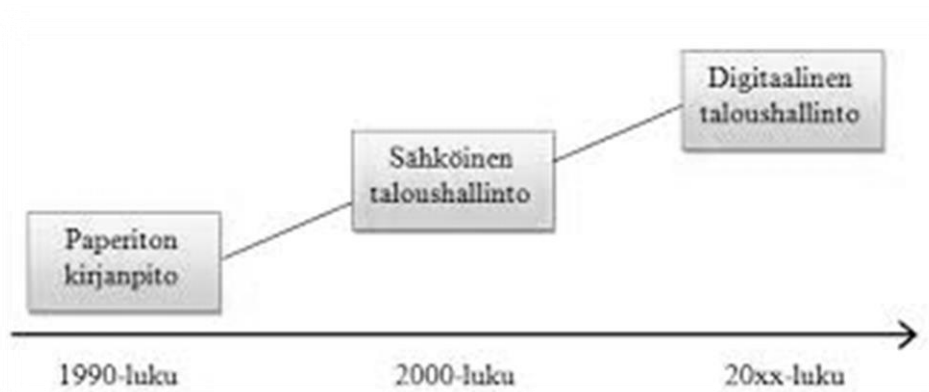
Taloushallintoon kuuluu monenlaisia tietotekniikan avulla hoidettavia tehtäviä, kuten laskutus, palkanlaskenta, reskontra, kirjanpito sekä verotukseen liittyvät asiat (Aalto, Peltomäki & Westermark 2007: 96). Taloushallinnon tehtävänä on tuottaa yritykselle sen taloudellista tilaa kuvaavia tietoja. Yritys tarvitsee tietoja päätöksentekoa varten, ja mitä suuremmasta yrityksestä on kysymys, sitä enemmän päätöksentekoon käytetään muodollisia päätöksentekomenetelmiä. Päätöstenteossa käytetään taloutta kuvaavia raportteja, kuten tilinpäätöstä ja osavuosikatsauksia. Tilinpäätöstä voidaan pitää merkittävämpänä taloushallinnon raporttina, ja sen tuottaminen kirjanpidon ohella ovatkin yrityksille lakisääteisiä velvollisuuksia. (Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi & Puttonen 2006: 11.)

#### 3.1 Digitaalinen taloushallinto

Digitaalisen taloushallinnon nähdään yleensä olevan taloushallinnon prosessien hoitamista sähköisesti tietokoneilla esimerkiksi verkkolaskujen ja reskontran muodossa täysin ilman paperia. Se kattaa kuitenkin kaikki talouden prosessit yli organisaatorajojen. Digitaalisella taloushallinnolla tarkoitetaan samaa asiaa kuin sähköisellä tai automaattisella taloushallinnolla. (Lahti & Salminen 2008: 9.)

Taloushallinnossa ja laskentatoimessa on tapahtunut suuria muutoksia viimeisen kymmenen vuoden aikana. Ulkoinen ja sisäinen laskentatoimi ovat integroituneet aikaisempaa tiiviimmin toisiinsa ja näin ollen käytettävä johtamisjärjestelmä ja sovellettavat laskentatekniikat vaikuttavat enemmän myös tapahtumankäsittelyprosesseihin. (Lahti & Salminen 2008: 14.) Digitaalisella taloushallinnolla tarkoitetaan eri asiaa kuin paperiton kirjanpito – termillä, jota käytettiin 1990 – luvun lopussa ja 2000 – luvun alussa sähköisyyden yleistyessä. Paperittomalla kirjanpidolla tarkoitetaan lakisääteisten tositteiden esitystapaa sähköisesti (kuvio 1). Myös digitaalinen taloushallinto on paperitonta, mutta merkittävänä erona paperittomassa kirjanpidossa on se, että paperiton tila saadaan aikaan manuaalisesti esimerkiksi skannaamalla aineisto tietokoneelle, ja digitaalisessa taloushallinnossa kaikki tositteet tulevat vastaanottajalle suoraan sähköisesti ilman että niitä tulostetaan paperille missään vaiheessa. (Lahti & Salminen 2008: 22.)





KUVIO 1. Sähköisen taloushallinnon kehitys Suomessa (Lahti & Salminen 2008: 22)

Teoriassa digitaalisella ja sähköisellä taloushallinnolla on pieni eroavaisuus: digitaalisessa taloushallinnossa kaikki aineisto ja toiminnot tehdään sähköisesti jokaisessa vaiheessa, kun taas sähköisessä taloushallinnossa pieni osa prosessia saattaa olla paperimuodossa, esimerkiksi silloin kun yritys toimittaa tilitoimistolleen tositteita paperimuodossa ja tilitoimisto muuttaa ne sähköisiksi syöttämällä tiedot tietokoneelle (Lahti & Salminen 2008: 21- 22). Yksi keskeisimmistä digitaalisen taloushallinnon osista on verkkolaskutus, sillä se tuo mukanaan merkittävät kustannussäästöt ja on erittäin tehokas. Verkkolaskutuksessa laskun tiedot siirtyvät suoraan osapuolelta toiselle, ja sitä voidaan hyödyntää myös arkistoinnissa. Lahden ja Salmisen (2008, 21) mukaan digitaalisessa taloushallinnossa täytyvät seuraavat tuntomerkit: kaikki materiaali käsitellään sähköisesti, tiedot siirretään sähköisesti, arkistointi on tietokoneella, rutiinityöt ovat automatisoitu sekä järjestelmät yli sidosryhmärajojen on integroitu muihin prosesseihin.

Taloushallinto on sellainen osa-alue, jolta löytyy erittäin paljon täysin digitaalisia valmisohjelmia. Koska valmisovellusten tarjonta on erittäin suurta, taloushallinnon ohjelmistokehitys on hieman hiipunut. Hiipumiseen vaikuttaa osaltaan myös pula osaajista, ylläpito-ongelmat sekä eri ohjelmistojen yhteensopimattomuus. (Granlund & Malmi 2004: 30 – 31.) Edullisimmatkin valmisohjelmat sisältävät ainakin reskontran sekä kirjanpidon, ja myös alv - kirjaukset ja raportit saadaan automaattisesti (Granlund & Malmi 2004: 50). Taloushallinnon automatisoituminen on aiheuttanut myös tietovarastojen synnyn. Tietovarastolla tarkoitetaan päätöksentekoa varten luotuja analyysitietokantoja, joita päivitetään ajoittain ja joihin voidaan arkistoida suuriakin tietomääriä. (Granlund & Malmi 2004: 40.)

### 3.2 Taloushallinnon ulkoistaminen

Yrityksillä on mahdollisuus organisoida taloushallinto joko yrityksen sisällä omassa taloushallinnon yksikössä tai ulkoistaa se ostamalla taloushallinnon palvelut niitä tarjoavalta ulkopuoliselta osapuolelta. Etenkin pienillä yrityksillä on pääsääntöisesti ulkoistetut taloushallinnon palvelut, ja suuret yritykset ja yhtiöt ovat hoitaneet taloushallinnon oman yrityksen sisällä. Vaikka ulkoistamista voidaan nykyään pitää yhtenä nopeimmin kasvavista ulkoistamisen kohteista, suuryritykset eivät kuitenkaan ole siirtäneet taloushallintopuolta ensimmäiseksi ulkoistettaviin toimintoihinsa. (Lahti & Salminen 2008: 177.)

Taloushallinnon ulkoistaminen voidaan jakaa neljään osaan: tilinpäätöksen ja juoksevan kirjanpidon ulkoistamiseen, sisäisen laskentatoimen ulkoistamiseen, sähköiseen osto – ja myyntilaskutukseen sekä palkanlaskentaan. Yrityksen on myös mahdollista ulkoistaa vain osa taloushallinnostaan. Suurin hyöty taloushallinnon ulkoistamisessa yrittäjälle on se, että välttyy investoimasta kalliisiin toimintajärjestelmiin, joiden hankkiminen voi tulla paljon kalliimmaksi kuin vastaavien palveluiden ostaminen. (Taloushallintoliitto; Ulkoistaminen: 2009.) Etenkin Internet on suurelta osin edistänyt yritysten taloushallinnon ulkoistamista. Nykyään yritykset voivat lähettää esimerkiksi tositteensa Internetin välityksellä suoraan tilitoimistolle, joka hoitaa taloushallinnon prosessit. (Granlund & Malmi 2004: 20 – 21.)

On olemassa erilaisia ulkoistamispalvelumalleja, jotka vaihtelevat perinteisestä konsultoinnista ja ulkoistuksesta jopa liiketoiminnan muutoksiin pyrkiviin ulkoistamismalleihin. Yritys saa ulkoistamisesta itselleen enemmän hyötyä, mikäli ulkoistamismalli on valittu omien tarpeiden mukaan. Perinteisessä ulkoistamismallissa taloushallinnon toiminnot luovutetaan palveluntuottajalle, jolloin yrityksellä on tavoitteena kustannussäästöt sekä ajan vapautuminen. Yhteistyö – ulkoistamismallissa tavoitellaan yrityksestä luovutettujen toimintojen joustavuutta muuttuviin liiketoiminnan tarpeisiin reagoimisessa. Tässä mallissa palvelut eivät ole enää perusulkoistamispalveluita, vaan ne räätälöidään asiakasyritykselle sopiviksi. Etuna voidaan saavuttaa jopa 50 %:n kustannussäästöt. Liiketoiminnan muutos – ulkoistamismallissa on tavoitteena muuttaa toimintoja suoritustason parantamiseksi. Tähän voidaan päästä ottamalla käyttöön integroituja palveluita, joilla muutetaan radikaalisti liiketoimintaa. Myös tässä ulkoistamismallissa voidaan päästä 50 %:n kustannussäästöihin. (Lahti & Salminen 2008: 178 - 179.)

### 3.3 Talouspalvelukeskukset

Keskitetty taloushallinto palvelukeskuksien muodossa on nykyään hyvin yleistä. Palvelukeskuksilla pyritään keskittämistä aikaansaatavien etujen lisäksi saamaan aikaan korkeatasoista palvelua ydinliiketoiminnoille muun muassa raportoinnin muodossa. Lisäksi ne parantavat suuren yrityksen mahdollisuuksia luoda itselleen kattavat varahenkilöjärjestelyt ja lisäksi ne säästävät kustannuksia. Talouspalvelukeskuksiin on yleensä sijoitettu ulkoisen laskennan toiminnot. Niissä työskentelevät henkilöt ovat usein erikoistuneet vain tiettyyn osa-alueeseen, kuten palkanlaskentaan, ja työskentelevät vain sen parissa. Kun kaikki eivät tee kaikkea taloushallintoon kuuluvaa työtä, syntyy entistä syvemmän tason osaamista. (Lahti & Salminen 2008: 174.)

Talouspalvelukeskukset ovat yleistyneet 1990 – luvun puolivälistä alkaen, ja niitä kutsutaan myös osaamiskeskuksiksi. Samaan toimipisteeseen on siirretty kerralla useita erilaisia tukitoimintoja, kuten taloushallinnon perustehtävät. On tavallista, että saman yrityksen kaikki toimisto – ja taloushallintotehtävät hoidetaan samassa talouspalvelukeskuksessa. Palvelukeskukset ovat asiakaslähtöisiä, prosesseittain perustettuja asiantuntijatiimejä, joissa toiminta on yhdenmukaista. Talouspalvelukeskuksien suurin erotavanmukaisiin keskushallintorooleihin on asiakaslähtöisyys: keskuksissa toimivat tiimit palvelevat asiakastulosyksiköitään niiden omien tarpeiden pohjalta. Yleensä näissä yksikössä on myös liiketoimintaa tukeva controller -toiminto. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2010: 24.) Yritykset ovat saavuttaneet monia merkittäviä hyötyjä perustettuaan talouspalvelukeskuksia. Kustannuksissa säästämisen lisäksi on edistytty yhteisen standardin saavuttamisessa läpi eri toimipaikkojen. Muita keskuksien myötä saavutettuja etuja ovat esimerkiksi valvontakustannusten väheneminen, tapahtumienkäsitteilyn joustavuus ja johtajien ajankäytön tehostuminen. (Lahti & Salminen 2008: 174.)

Maailmanlaajuisesti katsottuna talouspalvelukeskukset Suomessa ovat melko pieniä, kun mitataan transaktiovolyymeilla. Haasteena on mittakaavahyötyjen haku palvelutarjontaa lisäämällä, ulkoistamalla ulkopuolisille palveluntarjoajille sekä yhdistämällä kokonaan eri yhtiöiden talouspalvelukeskuksia. Tulevaisuuden suuntauksina palvelukeskuksille on lähinnä palvelutarjonnan laajentaminen ja asiakaskunnan kasvu. (Lahti & Salminen 2008: 176.)

### 3.4 Taloushallintoliitto

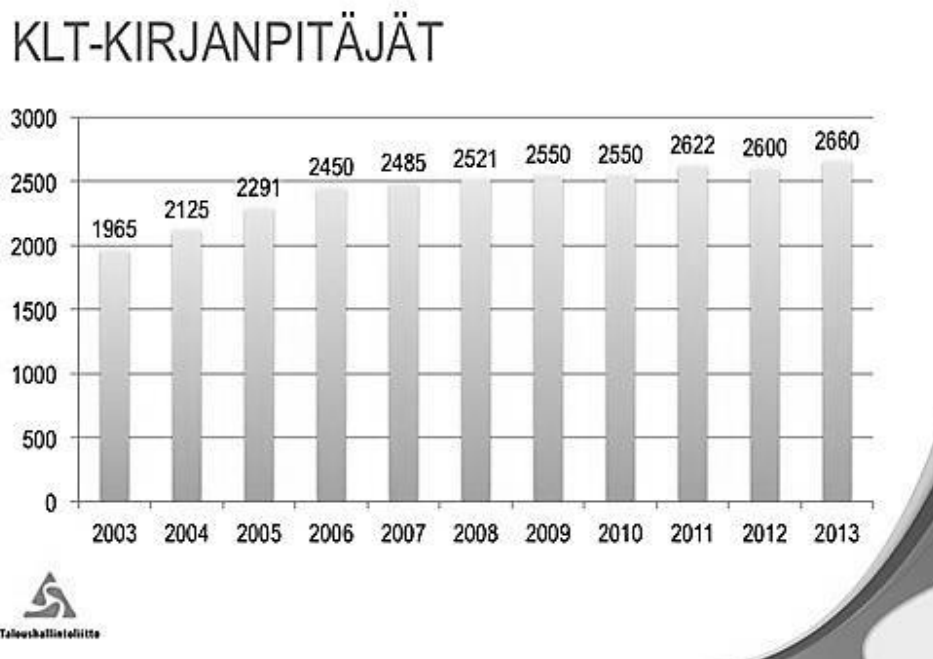
Suomen Taloushallintoliitto ry on auktorisoitujen tilitoimistojen ja konsulttiyritysten valtakunnallinen liitto, jonka pääasiallisena tehtävänä on kehittää tilitoimistoalaa ja huolehtia jäsenoimistojen ammattieduista. Se perustettiin vuonna 1968 nimellä Kirjanpito- toimistojen Liitto ry. Taloushallintoliiton jäsenet koostuvat noin 800 tilitoimistosta ja konsultointia tarjoavasta yrityksestä. Nämä 800 taloushallinnon toimistoa hoitavat noin 130000 yrityksen taloushallinnon ja konsultoinnin Suomessa. Jäsenoimistot saavat Taloushallintoliitolta palveluina muun muassa koulutus – ja tiedotustoimintaa sekä tilitoimistotarkastuksia. Vastaavasti jäsentilitoimistot osallistuvat liiton toimintaan ja alan kehittämiseen. (Taloushallintoliitto: 2009)

Taloushallintoliiton tarkastustoiminnan tarkoituksena on varmistaa, että tilitoimistoilla on hyvät edellytykset hoitaa toimeksiantoja ja että hyvää tilitoimisto – ja kirjanpitolapaa noudatetaan (Taloushallintoliitto: tilitoimistotarkastus asiakkaan turvana: 2009). Hyvällä kirjanpitolavalla tarkoitetaan kirjanpitoa, joka tehdään kirjanpidon yleisiä periaatteita ja sääntöjä noudattaen ottaen huomioon asiasta annetut lait ja asetukset (Valtionkonttori: Hyvän kirjanpitolavan periaatteet 2010). Kaikki tilitoimistot, jotka tulevat Taloushallintoliiton jäseniksi, tarkastetaan ennen hyväksymistä. Liitossa toimii tarkastuslautakunta, joka organisoii tilitoimistojen tarkastukset ja sekä ohjaa tarkastusten sisältöä. Tämä on merkittävä osa liiton toimintaa. Tarkastus koostuu johdon ja henkilöstön haastatteluista sekä asiakkaiden toimeksiantojen tarkastuksesta. Tästä tarkastuksesta annetaan jälkikäteen palaute tarkastuksen kohteena olleelle tilitoimistolle. (Taloushallintoliitto: tilitoimistotarkastus asiakkaan turvana: 2009.)

Taloushallintoliiton yhteydessä toimii Tili-instituuttisäätiö ja Taloushallintoliiton Julkaisut Oy. Tili-instituuttisäätiön tärkeimmät tehtävät ovat KLT – tutkinnosta ja siihen liittyvistä asioista vastaaminen sekä auktorisointijärjestelmän hoitaminen. Lisäksi tili-instituuttisäätiö toiminnallaan varmistaa, että tutkinnon arvostus ja laatu pysyy korkealla tasolla. Taloushallintoliiton Julkaisut Oy on yritystalouden ammattilehteä julkaiseva yhtiö, joka on erikoistunut julkaisu-toimintaan. Taloushallintoliiton Julkaisut Oy auttaa taloushallintoalan yrityksiä saamaan ajantasaista informaatiota alasta. (Taloushallintoliitto: Taloushallintoliitto lyhyesti 2009.)

### 3.5 KLT -tutkinto

KLT – tutkinnolla tarkoitetaan taloushallintoalan asiantuntijatutkintoa, jonka ylläpito vaatii jatkuvaa oman osaamisen kehittämistä. Tutkinnon voi suorittaa henkilö, jolla on riittävä kaupallisen alan pohjakoulutus sekä vuosien työkokemus taloushallintoalan työtehtävissä. Suorittamistapa on tenttiminen, jonka hyväksytysti suorittamisen jälkeen KLT -nimikkeen saanut henkilö on velvollinen raportoimaan työnsä sisällöstä ja lisäkouluttautumisestaan Tili-instituuttisäätiölle joka kolmas vuosi. Suomessa on tällä hetkellä (vuonna 2013) yhteensä 2660 taloushallinnon ammattilaista, jotka ovat suorittaneet KLT –tutkinnon (kuvio 2). Ainoastaan tutkinnon suorittaneet henkilöt voivat käyttää nimensä yhteydessä KLT-lyhennettä tai vastaavaa ruotsinkielistä lyhennettä EBR. (Taloushallintoliitto: KLT–tutkinto 2013. Kuvio 2.)



KUVIO 2. KLT -kirjanpitäjien määrät vuosina 2003 – 2013 (Taloushallintoliitto 2011)

Ensimmäiset KLT -kirjanpitäjät suorittivat tutkinnon jo vuonna 1980, ja siitä eteenpäin tutkintoa on säännöllisin väliajoin kehitetty ja mukautettu taloushallintoalalla tullessiin muutoksiin sopivaksi. Tutkinnon ylläpitämisestä, tenttikysymyksistä ja tutkinnon kehittämisestä vastaa Tili-instituuttisäätiö, joka toimii Taloushallintoliiton yhteydessä. KLT -tutkinnon suorittaneet henkilöt työskentelevät pääsääntöisesti vaativissa asiantuntijatehtävissä tai tilitoimistojen esimiehinä. (Tilisanomat: KLT–tutkinto 2011.)

## 4 TILITOIMISTOJEN PALVELUT

Tilitoimistojen liikeideana on hoitaa asiakkaan kirjanpito voimassa olevien säännösten mukaan ottaen huomioon hyvä kirjanpitolaitos. Kun yrityksestä tulee tilitoimiston asiakas, tehdään sopimus, jossa määritellään kummankin sopijapuolen oikeudet ja velvollisuudet. Tilitoimistolle kuuluu kirjanpityö kuukausittain sille toimitetun tositeaineiston, arvonlisäverolain ja asiakkaan aikataulutoiveiden pohjalta. Tilitoimistot tarjoavat myös paljon muita taloushallinnon palveluita. (Kosonen & Pekkanen 2007: 96.)

### 4.1 Kirjanpito

Kirjanpidolla tarkoitetaan taloudellisten tapahtumien muistiinmerkitsemisjärjestelmää, joka koskee yritystä tai muuta kirjanpitovelvollista. Kirjanpito on samalla yhteenveto taloudellisista tapahtumista, joissa kirjanpitovelvollinen on ollut osapuolena. Kirjanpidon tapahtumia kutsutaan liiketapahtumiksi. Sekä juokseva kirjanpito että yhteenveto tapahtumista (tilinpäätös) tehdään säädettyjen ja sovittujen periaatteiden mukaan, jotka sisältyvät kirjanpitolainsäädäntöön. Liiketapahtumia ovat menot, tulot, rahoitustapahtumat sekä oikaisu – ja siirtomerkinnät. Tulo katsotaan syntyneeksi, kun suorite luovutetaan eteenpäin asiakkaalle. Suoritteiksi kutsutaan yrityksen myymiä tavaroita ja palveluita. (Kinnunen ym. 2006: 12 – 13.) Kirjanpidolla on monia erilaisia tehtäviä: sen avulla voidaan tarkastella esimerkiksi yrityksen kannattavuutta, sitä voidaan käyttää apuna investointien ja rahoituksen suunnitteluun sekä budjetin seurantaan. Kirjanpidon tehtäviin kuuluu myös pitää yrityksen talous erillään yrittäjän yksityistaloudesta. (Viitala 2006: 29)

Kirjanpidon kirjaukset muodostuvat suoraan pääkirjanpitoon kirjattavista tositteista sekä osakirjanpidon tapahtumista. Osakirjanpito on kirjanpitoa, josta tiedot siirretään pääkirjanpitoon liiketapahtumina tai niiden yhdistelmänä. Siirto voi tapahtua myös manuaalisesti. Suurin osa kaikista kirjanpidon tapahtumista syntyy osakirjanpidon tuloksista, joita ovat osto – ja myyntireskontra, palkka – ja kassakirjanpito, matka – ja kululaskureskontra sekä käyttöomaisuusreskontra. Myös vaihto-omaisuuskirjanpito ja laina – ja talletusreskontrat kuuluvat osakirjanpitoon. Osakirjanpidot voivat olla saman taloushallintojärjestelmän moduuleja kuin pääkirjanpito. Tällöin tiedot ovat valmiiksi samassa tietokannassa, mikä helpottaa tiedonsiirtoa. (Lahti & Salminen 2008: 127 – 128.)

## 4.2 Tilinpäätös

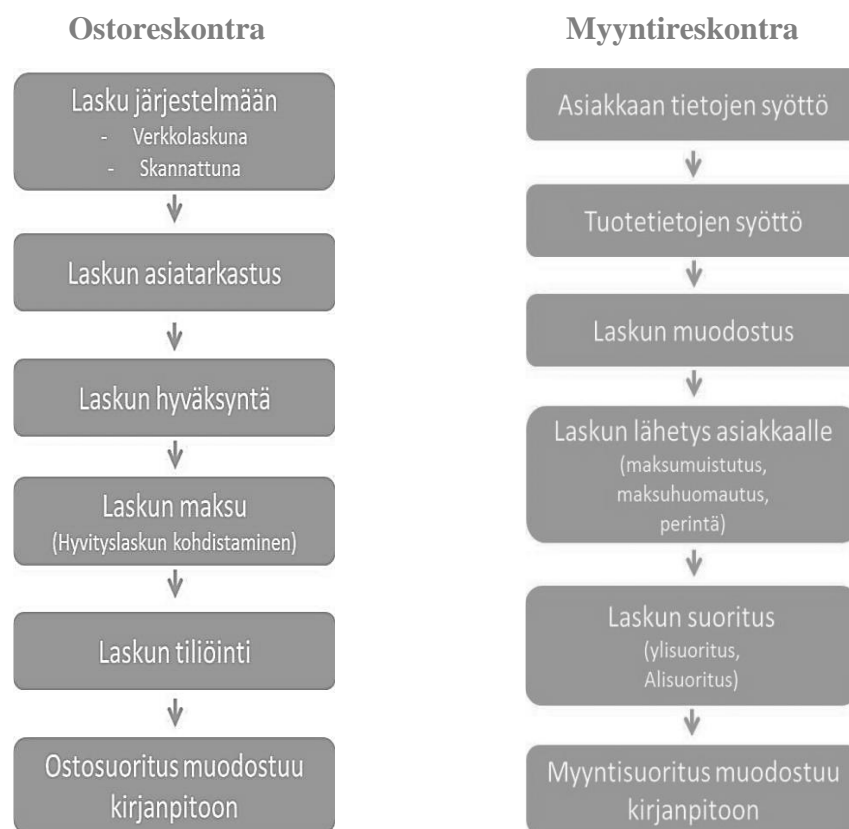
Tilinpäätös on virallinen osa kirjanpitoa, ja sen muodot on määritelty tilinpäätösdirektiivissä ja kirjanpitolaissa – ja asetuksessa (Mäkinen & Vuorio 2002: 163). Yrityksen tilinpäätös on raportti sen talouden kehityksestä ja taloudellisesta tilanteesta sillä hetkellä, kun tilinpäätös laaditaan. Lisäksi tilinpäätöksellä on merkittävä vaikutus yrityksen päätöksiin. Tilinpäätöksessä ilmeneviin lukuihin voidaan sitoa erilaisia sopimuksia, kuten jäsenmaksujen määrät, jotka voivat perustua liikevaihdon määrään. Tilinpäätöksen sisältöä on yhtenäistetty kansainvälisillä määräyksillä, jotta markkinat voisivat toimia tehokkaasti ja että osakkeita ja joukkovelkakirjalainoja sisältäviä arvopaperimarkkinoita saataisiin muodostettua helpommin. EU- alueella on näin ollen samankaltaiset tilinpäätöstä koskevat vaatimukset, jotka on lueteltu Euroopan yhteisöjen neljännessä ja seitsemännessä yhtiöoikeudellisessa direktiivissä. (Kinnunen ym. 2006: 14 – 16.)

Tilinpäätöksellä on suuri merkitys kaikille yrityksen kanssa tekemisissä oleville, ja se on yksi yrityksen maineen perustekijöistä. Tilinpäätöksellä on myös tärkeä merkitys yrityksen myydessä palveluitaan ja tuotteitaan velaksi toiselle yritykselle, sillä ostajan taloudellista tilannetta on kyettävä arvioimaan jotenkin. Tilinpäätöstiedoista myyjä tulkitsee sen, kykeneekö ostaja vastaamaan veloistaan ja kuinka suuri riski ostaja ylipäättään on. Myös alihankkijat ja tavarantoimittajat käyttävät tilinpäätöstä apunaan varmistessaan yrittäjien toiminnan jatkuvuutta ja talouden tilaa. Tilinpäätöstietoja käytetään lisäksi luottotietotoiminnan tietolähteenä maksukäyttäytymismerkintöjen ohella. Verotus rakentuu pääosin tilinpäätöstiedoille, ja verotarkastuskin lähtee liikkeelle kirjanpidon sisällön ja luotettavuuden tutkimisella. (Kinnunen ym. 2006:15 – 17.)

## 4.3 Reskontrat

Reskontrilla tarkoitetaan laskujen maksamisen seuranta, ja niitä on olemassa kahdenlaisia: ostoreskontra ja myyntireskontra (kuvio 3). Yksinkertaisimmillaan myyntireskontraa voidaan pitää siten, että laskuihin tehdään merkintä, kun asiakkaan suoritus laskusta on saapunut pankkitilille. Vastaavasti ostoreskontra yksinkertaisimmillaan tarkoittaa sitä, että vastaanotettuun laskuun tehdään merkintä, kun se on maksettu. Nykyään reskontraa pidetään kuitenkin tietokoneella, missä seuranta on helppoa, ja josta on mahdollista tulostaa perintä – ja muistutuskirjeet maksuaikojen umpeuduttua. (Kosonen & Pekkanen 2007: 102 – 103.)

Myyntireskontra on osa kirjanpidon järjestelmää, josta ne siirtyvät automaattisesti kirjanpidon puolelle säästäten aikaa ja vaivaa (Kosonen & Pekkanen: 2007: 102). Sen päätyövaiheet jaetaan suoritusten kohdentamiseen ja avointen saamisten seuraamisiin. Kohdistamisessa hyödynnetään viitenumerojärjestelmää, jolloin asiakkaan maksaessa tapahtuma kohdistuu automaattisesti myyntireskontraan. Mikäli maksu saapuu ajoissa epäpäivään mennessä, on myyntireskontraprosessi päättynyt tämän laskun osalta. Jos suoritusta ei vastaanoteta annetun maksuajan päätyessä, on myyntireskontraohjelmissa myös yleensä oma toiminto maksumuistutusten lähettämistä varten. (Lahti & Salminen: 2008: 89 - 90.) Ostoreskontra täsmäytetään pääkirjanpitoon ajamalla ostoreskontran puolelta lista avoinna olevista ostolaskuista ja verrataan sitä kirjanpidon ostovelkatilin saldoon. Lisäksi yritysten on seurattava säännöllisesti ostomaksujen välitilin saldoa, jotta voidaan varmistua siitä, että kaikkien laskujen summat on veloitettu pankkitililtä. (Lahti & Salminen 2008: 71.) Ostolaskut numeroidaan juoksevasti siinä järjestyksessä kun ne saapuvat yritykseen ja syötetään sen jälkeen ostoreskontraan (Kosonen & Pekkanen 2007: 103).



KUVIO 3. Osto – ja myyntireskontran vaiheet (Talousverkko: reskontra 2012)



#### 4.4 Palkat

Palkanlaskentapalvelu tuotetaan noudattaen palkanlaskentaa koskevaa lainsäädäntöä, toimeksiantosopimusta ja Taloushallintoliiton toimialastandardia nimeltä TAL-STA (Taloushallintoliitto 2009). Palkanlaskenta kuuluu henkilöstöhallinnon osa-alueeseen, ja se toteutetaan joko manuaalisesti tai atk-ohjelmien avulla. Palkanlaskentaprosessi alkaa siitä, kun työntekijän henkilötiedot ja palkanlaskentaan – ja maksuun liittyvät tiedot kirjataan järjestelmiin. Tämän lisäksi palkanlaskija hoitaa ammattiyhdistysmaksujen perintäsopimuksen tekemisen sekä ilmoittaa uudesta palkollisesta eläkevakuutusyhtiölle. Varsinainen palkanlaskenta on säännöllisin väliajoin toistuvaa palkkatietojen (esimerkiksi työtuntien) rekisteröimistä. Palkanlaskentapuoli on myös yhteydessä verottajaan ja muihin yrityksiin sidostyymiin ja toimittaa niille tarvittavaa informaatiota. Työnantajan velvollisuuksiin kuuluu tilittää palkkojen ennakonpidätykset ja sosiaaliturvamaksut palkanmaksusta seuraavan kuukauden 10. päivään mennessä. (Kosonen & Pekkanen 2007: 127 – 128.)

Työnantajan on myös merkittävä palkka ja siihen liittyvät muut kirjaukset palkkakirjanpitoon ja muistiinpanoihin siten, että kirjausten yhteys palkkakorttiin ja verojen määrään on helposti todennettavissa. Palkkakirjanpito on saatettava työnantajan toimesta kirjalliseen muotoon selkeästi ja sitä koskeva verotarkastus voidaan suorittaa elektronisesti. Työnantajan velvollisuuksiin kuuluu myös palkkakortin pitäminen kalenterivuositain jokaisesta palkansaajastaan. (Finlex: Palkkakirjanpitoa ja muistiinpanoja koskevat säännökset 2003.) Lisäksi työnantajan täytyy laatia palkkalista, joka on luettelomainen dokumentti eri palkansaajille yhden palkkakauden aikana maksetuista palkoista ja muista eristä. Ennakonpidätysten ja sosiaaliturvamaksujen tilittämistä varten työnantajan täytyy tehdä palkkasuoritusten yhdistelmä, jossa on eriteltyinä palkkasuoritusten yhteismäärä ja toimitettujen ennakonpidätysten määrä. (Kosonen & Pekkanen 2007: 160.) Kaikkien edellä mainittujen dokumenttien laatiminen ei ole työnantajalle pakollista, mikäli työntekijöitä on ainoastaan yksi tai kaksi. Yhdelle tai kahdelle työntekijälle riittää, että tehdään palkkalaskelmat ja pidetään yllä palkkakorttia. Mikäli työntekijöitä on kahdesta kolmeen, tarvitaan myös palkkalista kaikista palkkakausista erikseen. Jos saman kalenterikuukauden aikana maksetaan palkkoja useaan kertaan, tarvitaan aina palkkasuoritusten yhdistelmä. (Kosonen & Pekkanen 2007: 160.)

#### 4.5 Maksuliikennepalvelut

Yrityksen taloushallinnon puolella maksuliikenteellä tarkoitetaan maksutapahtumien välittämistä eri pankkien välillä ja järjestelmien välillä. Maksuliikenteeseen kuuluu yrityksestä ulospäin lähtevät maksut, jotka muodostetaan omissa taloushallintojärjestelmissä, ja sisäänpäin tulevat maksut, jotka välitetään viitemaksutiedostoina yritykselle. Yritys voi käyttää maksuliikenteen hoitamiseen joko omaa taloushallintojärjestelmäänsä tai erillistä rahaliikenneohjelmaa. Oman taloushallintojärjestelmän rahaliikennemoduulien käyttämisen etuna on se, että ne ovat integroitu muihin moduuleihin, kuten reskonttiin ja kirjanpitoon, jolloin ei tarvitse rakentaa liittyviä erillisten järjestelmien välille. Erillisen rahaliikennejärjestelmän etuna taas on se, että sen ominaisuudet ovat usein kehittyneempiä ja ne pystyvät reagoimaan nopeammin uusiin automatisoituihin ratkaisuihin, joita pankit kehittävät. Samalla ohjelmistolla voi hoitaa koko konsernin maksuliikennettä. (Lahti & Salminen: 2008: 109 – 110.)

Suurin osa suomalaisten ja ulkomaisten pankkien välillä tapahtuvasta maksuliikenteestä hoidetaan SWIFT:n ylläpitämää tietoliikenneverkon välityksellä. SWIFT muodostuu sanoista Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication. Ulkomailta saapuvat maksut voidaan vastaanottaa ja ulkomaille lähetettävät maksut voidaan lähettää ja vastaanottaa Suomessa noteerattuina vaihdettavina valuuttoina. Ulkomaanmaksujen kohdalla suositellaan maksun yhteydessä käytettävän IBAN – muodossa (International Bank Account Number) olevaa tilinumeroa maksun perille menemisen varmistamiseksi. (Kosonen & Pekkanen 2007: 109.) Suomessa pankkien välillä on kattavat maksuliikennestandardit, jotka vähentävät tehokkaasti virheitä ja edesauttavat taloushallinnon automatisoitumista. Suomalaista maksuliikennejärjestelmää pidetään maailman kehittyneimpänä, ja tutkimusten mukaan myös maksukäyttäytyminen on maailman kärkiluokkaa. (Lahti & Salminen 2008: 109.)

#### 4.6 Viranomaisilmoitukset ja arkistointi

Arvonlisävero sekä työnantajasuoritukset ovat veroja, jotka yrityksen on ilmoitettava omasta aloitteesta Verohallintoon. Yrityksen täytyy laskea verojen yhteismäärä sekä hoidettava niiden maksaminen itsenäisesti. Verojen ilmoittaminen tapahtuu pääsääntöisesti kuukausittain kausiveroilmoituksen tekemisellä, poikkeuksena ovat jotkin kooltaan

pienet yhtiöt, joilla ilmoittamisaika ja maksamisjakso voi olla pidempi. Verohallinnolla on olemassa verovelvolliskohtainen tili, johon yrittäjä maksaa veronsa. Näiden lisäksi yhteisömyynneistä ja joistakin EU – palvelumyynneistä on annettava yhteenvetoilmoitus kuukausittain. (Koivumäki & Lindfors 2012: 130 – 131.)

Kausiveroilmoitukseen tulevat tiedot johdetaan suoraan yrityksen kirjanpidosta, joko suoraan pääkirjanpidosta tai eri osakirjanpidoista. Tiedot voidaan poimia myös molemmissa, mutta niiden paikkansapitävyys täytyy olla tarkistettavissa. Oikein tehty kirjanpito on kausiveroilmoituksen kannalta todella tärkeää, sillä automaattiset kirjanpito-ohjelmat antava valmiit tiedot ilmoitusta varten tai jopa valmiiksi täytetyn ilmoituslomakkeen. Mikäli kirjanpidossa on virheitä, tulee myös kausiveroilmoituslomakkeeseen vääriä tietoja, jotka ilmenevät tarkastuksien yhteydessä. Työnantajasuoritusten osalta ilmoitetaan ennakonpidätyksen alaisten palkkojen määrä ja maksettujen ennakonpidätysten määrä. Myös sosiaaliturvamaksujen alaisten palkkojen määrä ja maksetut sosiaaliturvamaksun on ilmoitettava. Mikäli yrityksellä ei ole ollut palkanmaksua lainkaan, on myös siitä ilmoitettava. Yritys voi ilmoittaa kuuden kuukauden jakson kerrallaan, jos tiedetään jo etukäteen, ettei palkanmaksua ole tulossa. Näin ollen työnantaja välttyy tämän ilmoituksen tekemisen jokaiselta kuukaudelta erikseen. (Koivumäki & Lindfors 2012: 131, 134.)

Yhteenvetoilmoituksella ilmoitetaan yhteisömyynnit sekä kolmikantakaupan tilanteet kohdekuukautta seuraavan kuukauden 20. päivään mennessä, ja se voidaan tehdä ainoastaan sähköisesti. Myynnit on ilmoitettava asiakaskohtaisesti. Ilmoituksen on täsmättävä kausiveroilmoituksen kanssa, mutta sitä ei tarvitse toimittaa, mikäli tapahtumia ei ole ollut. Myös tuloveroilmoitus kuuluu niihin lomakkeisiin, jotka yrityksen on toimitettava oma-aloitteisesti Verohallinnolle annetussa määräajassa, jotka vaihtelevat eri yhtiömuodoilla. Tämän ilmoituksen pohjalta verottaja toimittaa tuloverotuksen. Tuloveroilmoitus suositellaan tehtäväksi sähköisesti verkkolomakkeella tai oman taloushallinto-ohjelman muodostamalla tiedostolla. (Koivumäki & Lindfors 2012:135 – 136.)

Osakeyhtiön ja osuuskunnan on toimitettava tilinpäätöstietonsa Patentti – ja rekisterihallitukselle sekä Verohallinnolle veroilmoituksen liitteenä. Patentti – ja rekisterihallitus hoitaa tilinpäätöstietojen julkistamisen. Verohallinto puolestaan toimittaa tilinpäätöstiedot PRH:lle yrittäjän puolesta. Muiden yhtiömuotojen osalta tilinpäätöstiedot toimitetaan kapparekisteriin viimeistään kuuden kuukauden kuluttua tilikauden päättymisestä.

Kaupparekisteri-ilmoitus on tehtävä myös silloin, kun osakeyhtiöllä oma pääoma on negatiivinen. Tätä ilmoitusta varten ei ole olemassa erillistä lomaketta, vaan ilmoittaminen tapahtuu Y4 – lomakkeen liitetiedoissa. Negatiivisuuden kanssa on oltava tarkka, sillä se voidaan joissain tapauksissa korjata: pääomalaina on korjauslaskelmassa omaan pääomaan kuuluva, ja samoin on myös poistoerojen ja vapaaehtoisten varausten kohdalla. Lisäksi omaisuuden käyvän arvon ja kirjanpitoarvon välinen erotus voidaan laskea kuuluvaksi omaan pääomaan. (Koivumäki & Lindfors 2012: 143 – 144.)

Yrityksen on säilytettävä kirjanpitoaineistoansa Suomessa. Tästä voidaan poiketa siten, että säilytys voi tapahtua toisessa EU-valtiossa, mikäli aineistoon saadaan reaaliaikainen yhteys. Tilikauden aikana aineistoa voidaan säilyttää myös toisessa OECD- valtiossa. Päätymisen jälkeen aineisto on kuitenkin siirrettävä takaisin suomeen pysyvään säilytykseen. Säilytysajalle on säädetty kirjanpitolaissa kaksi eri aikaa: kuusi ja kymmenen vuotta. Kuusi vuotta tilikauden päättymisestä on säilytettävä liiketapahtumia koskevat tositteet, liiketapahtumia koskeva kirjeenvaihto ja koneellisen kirjanpidon täsmäytyselvitykset. Kymmenen vuotta tilikauden päättymisestä on säilytettävä päiväkirjat, pääkirjat, osakirjanpidot, tilikartta, tase-erittely, konsernitilinpäätöksen yhdistelylaskelmat sekä tasekirjat. Edellä mainituista ainoastaan tasekirjat ovat pakollisia paperimuodossa säilytettäviä dokumentteja. Mikäli muussa lainsäädännössä on säädetty pidemmistä säilytysajoista kuin kirjanpitolaissa, noudatetaan aina pisintä säilytysaikaa. (Koivumäki ja Lindfors 2012: 146.)

Tilinpäätöksen laatimisaikana kirjanpitoaineisto voidaan arkistoida sähköisesti tai tulostaa paperille. Kirjanpidossa on merkittävä tasekirjaan tieto siitä, kummassa muodossa aineisto on arkistoitu. Jos arkistointi suoritetaan sähköisesti, on kirjanpitoaineisto siirrettävä kahdelle pysyvästi säilytettävälle tietovälineelle, esimerkiksi CD, DVD tai Blu-ray – levyille. Tiedot on lukittava niin, ettei niitä päästä enää jälkikäteen muuttamaan. Tietovälineiden kunto on tarkastettava säännöllisesti, ja niitä on pidettävä kahdessa turvalisessa tilassa. Arkistoinnissa saattaa ilmetä ongelmatilanteita etenkin silloin, kun arkistointi on ulkoistettu pois yrityksestä ulkoiselle palveluntarjoajalle. Yrityksen ja palveluntarjoajan tekemä sopimus saattaa nimittäin päättyä jo ennen arkistoisajan täyttymistä. Vastuu säilyttämisestä on kirjanpitovelvollisella yrityksellä, ja sen on varmistettava, että sopimuksen päättyttyä aineisto voidaan esimerkiksi tulostaa paperille tai hoitaa arkistointi muussa muodossa. (Koivumäki & Lindfors 2012: 147 – 149.)

#### 4.7 Konsultointi

Konsultoinnilla tarkoitetaan neuvontaa, jota useat tilitoimistot tarjoavat asiakkailleen muiden palvelujen lisäksi. Konsultointia voi saada esimerkiksi yritystoiminnan eri vaiheisiin toiminnan tueksi liittyen yhtiömuodon valintaan ja muutoksiin, yritysjärjestelyihin ja sukupolvenvaihdokseen. Lisäksi tilitoimisto voi neuvoa asiakastaan sisäiseen laskentaan liittyvissä asioissa kuten hinnoittelussa ja arvonmäärittelyssä. (Tietoakseli: Tilitoimiston laajentunut palveluntarjooma 2012.) Konsultointi sopii erittäin hyvin tilanteisiin, joissa yrityksen toimintaympäristö muuttuu esimerkiksi liiketoiminnan tai asiakkaiden vaatimusten kasvun johdosta. Konsultointi räätälöidään aina asiakkaan tarpeen, toiveiden ja ympäristön mukaiseksi, ja siinä hyödynnetään joustavasti erilaisia toteuttamismalleja. (Tikon -ohjelmistot: Konsultointipalvelut 2013.)

Konsultoinnin tarkoituksena on antaa tilitoimiston asiakasyritykselle puitteet seurata ja ennakoida yrityksensä kehitystä kuukausitasolla, hyödyntämään positiivisia trendejä sekä välttämään tulevaisuudessa mahdollisesti eteen tulevia ongelmia. Konsultointi on sellainen palvelumuoto, että asiakkaan osaamisen ja ymmärryksen kasvaessa löytyy yleensä lisää aiheita, joista hän haluaa konsultointia ja kuulla tilitoimistoyhteishenkilön mielipiteen. Asiakas saattaa myös tarvita neuvontaa tilitoimiston tuottamien raporttien tulkitsemisessa, ja opastamista myös tällaisissa asioissa pidetään konsultointina. (Tilitoimistomarkkinointi: Miten konsultoit asiakastasi? 2010.)

Tilitoimistojen lisäarvopalveluissa, joihin konsultointi kuuluu, on yleensä se ongelma, että ne ovat hyvin erikoisluonteisia ja kapea-alaisia. Tämä tarkoittaa että tuollaista palvelua tarvitsevaa ja ymmärtäviä asiakkaita on melko vähän, ja koska kysyntää ei ole paljon ja kyseessä on erikoispalvelu, on se hinnoiltaan kallis. (Tilitoimistomarkkinointi: Miten konsultoit asiakastasi? 2010.) Tilitoimistoilta odotetaan nykyisin aiempaa enemmän ohjeiden ja neuvojen antamista asiakkaan yritystoiminnan tueksi, ja näin ollen konsultoinnin osuus tilitoimistopalveluissa tulee kasvamaan (Tilisanomat 2005).

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakkaan tyytyväisyydellä tarkoitetaan positiivista tunnereaktiota hänen vastaanottamaansa palvelukokemukseen. Palvelukokemuksen jälkeen asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön. Tyytyväinen asiakas käyttää todennäköisesti palvelua uudelleen sitä tarvitessaan ja saattaa myös kertoa siitä muille. Monesti käytetään termejä tyytyväisyys ja laatu toistensa synonyymeina, mutta todellisuudessa niiden taustat ja seuraukset ovat erilaiset. Laatu on asiakastyytyväisyyden yksi osatekijä, tyytyväisyys on laajempi käsite. Laatumokemuksen lisäksi tyytyväisyyteen vaikuttavat muun muassa tilannetekijät, hinta ja kuluttajan ominaisuudet. Myös asiakkaan saama arvo, yrityksen imago, vuorovaikutustilanteet ja palveluympäristö vaikuttavat olennaisesti asiakastyytyväisyyteen. (Ylikoski 2007: 101 - 104.)

Asiakastyytyväisyyden ja laadun osalta voidaan puhua kriittisistä tilanteista, jotka voivat muuttaa asiakastyytyväisyytilaa nopeastikin. Tilanne voi johtua esimerkiksi siitä, että odotukset ovat eronneet voimakkaasti kokemuksesta. Kriittinen tilanne voi olla joko positiivinen tai negatiivinen, ja niiden oikeanlainen hoitaminen voi vahvistaa asiakkuutta. Asiakastyytyväisyyden on uskottu pitkään johtavan asiakkaan uskollisuuteen, mutta nykyisin tiedetään, ettei näiden yhteys ole aina selvä, vaikka pitkät asiakassuhteet viesivätkin tyytyväisistä asiakkaista. Asiakas ei esimerkiksi osaa välttämättä arvioida palvelun teknistä laatua, ja näin ollen henkilökohtainen asiakaspalvelu voi vaikuttaa enemmän tyytyväisyyteen. (Arantola 2003: 34 - 35.)

Puhuttaessa laadusta, olisi aina syytä selvittää se, mitä sillä kyseisessä yhteydessä tarkoitetaan. Laatua voi olla esimerkiksi sertifikaatin perustuva laatu tai kilpailijalaatu, jolloin kyseisen tuotteen tai palvelun laatu on parempi suhteessa muihin vastaaviin palveluihin tai tuotteisiin. Todellisuudessa tyytyväisyyslaatu on kaikkein tärkeintä, sillä ei riitä, että toiminta on ollut jonkin laaturjestelmän mukaista jos asiakas ei ole siihen kuitenkaan tyytyväinen. Asiakastyytyväisyyttä pidetään yritystoiminnassa erittäin tärkeänä, sillä sen varaan rakentuu yrityksen menestys ja yritystoiminnan jatkuvuus. Yrityksillä pitäisi olla jokin systematiikka, jonka avulla asiakastyytyväisyyttä ja sen kehitystä voidaan seurata. (Rope 1999: 183 – 191.) Asiakastyytyväisyyden tilan selvittäminen saavutetaan usein parhaiten tutkimalla tyytyväisyyden alkuperää ja erityispiirteitä, ja etenkin käsittelemällä huonoja palautteita ja niiden syitä. (Vukmir, R. 2006).

## 5.1 Asiakastyytyväisyyden ulottuvuudet

Asiakastyytyväisyydestä puhuttaessa on olennaista, että yritetään vaikuttaa sekä asiakkaan odotuksiin että kokemuksiin. Odotukset ovat aina lähtökohtana ainakin joillain tavoin, kun rakennetaan yrityksen toimintaa siten, että saadaan aikaan tyytyväisyyttä. Kun tarkastellaan kokemuksia ja odotuksia, käsitellään odotuksia yleensä yhtenäisenä osa-alueena. Todellisuudessa odotuksia on useanlaisia, joista yhtenä toimivampana voidaan pitää kolmijakoa. Kolmijakoon kuuluvat ihanneodotukset, ennakko-odotukset ja minimiodotukset. (Rope & Pöllänen 1994: 30.)

Ihaneodotukset kuvaavat ihmisen omia toiveita siitä, mitä hän odottaa joltakin tietyltä tuotteelta tai yritykseltä. Ihaneodotukset esimerkiksi kaupan kohdalla voivat olla läheinen ja hyvä sijainti sekä korkealaatuiset tuotteet. Tarkasteltaessa ihaneodotuksia on oleellista että eri ihmisten odotukset eroavat toisistaan paljonkin, minkä vuoksi tulee markkinoinnissa ottaa huomioon kohdetyhmän tarpeet. Näistä tarpeista seuraavat ostomotiivit, joista tulee ihaneodotuksia tuotetta kohtaan. Yritykset eivät kuitenkaan pysty vastaamaan ihaneodotuksiin täysin, vaan niiden on ratkaistava mitä ihaneodotuksiin kuuluvia ominaisuuksia he alkavat toteuttaa. On keskityttävä niihin toiveominaisuuksiin, joilla päästää sille tasolle, että ostamisen edellytykset täyttyvät tuotteen kohdalla. (Rope & Pöllänen 1994: 30 – 31.)

Ennakko-odotuksilla tarkoitetaan sitä odotuksen tasoa, joka henkilöllä on tarkasteltavasta yrityksestä tai tuotteesta. Ennakko odotukset ovat sama asia kuin imago, joka tietyllä henkilöllä on kyseisestä tuotteesta. Ennakko-odotukset rakentuvat markkinointiviestinnästä, julkisuudesta, toimialaperustasta ja liikeideaperustasta. Ennakko-odotuksiin vaikuttavat tekijät ovat sekä välittömässä että välillisessä vaikutuksessa toisiinsa. Kaikki tähän mielikuvaan vaikuttavat tekijät peilataan omiin asenteisiin ja arvomaailmaan nähden. Mielikuvan luomisessa on aina tietynlaiset seuraukset asiakastyytyväisyyteen, ja ne voidaan esittää kahtena ääripäänä: matalana ja korkeana imagotasona. Matalassa imagotasossa on hyvänä puolena se, että asiakkaiden odotustaso ei nouse liian korkealle, jolloin yritykselle ei tule paineita eikä myöskään synny ali-odotustilaa. Toisaalta vaarana on se, ettei tuotteesta saada hyvää hintaa. Korkeassa imagotasossa positiivista on tuotteen korkea houkuttelevuusaste, mutta on myös olemassa riski yliodotustilanteesta, jolloin tuote ei vastaa lainkaan asiakkaiden odotuksia tuottaen tyytymättömyyskokemuksen. (Rope & Pöllänen 1994: 31 – 34.)

Minimiodotukset kuvaavat sitä tasoa, jonka asiakas on asettanut itselleen vähimmäistasoksi siitä, mitä hän odottaa saavansa yritykseltä tai tuotteelta. Minimiodotukset ovat lähtökohtaisesti henkilökohtaisia, tilannekohtaisia, toimialakohtaisia tai yrityskohtaisia. Nämä edellä mainitut tekijät ovat vaikutussuhteessa toisiinsa, ja tapauskohtaisesti voidaan todeta, että minimiodotukset poikkeavat toisistaan hieman eri yritysten välillä. Minimiodotukset rakentuvat yrityksen toiminnallisten, kuten edullisuuden ja kestävyysden, mukaisesti. Nykypäivään mennessä minimiodotukset ovat nousseet monilla aloilla. Tähän ovat vaikuttaneet esimerkiksi tulotason nouseminen, tekninen kehitys, kuluttajaliikkeen aktivoituminen ja koulutustalon yleinen nousu. (Rope & Pöllänen 1994: 35 – 37.)

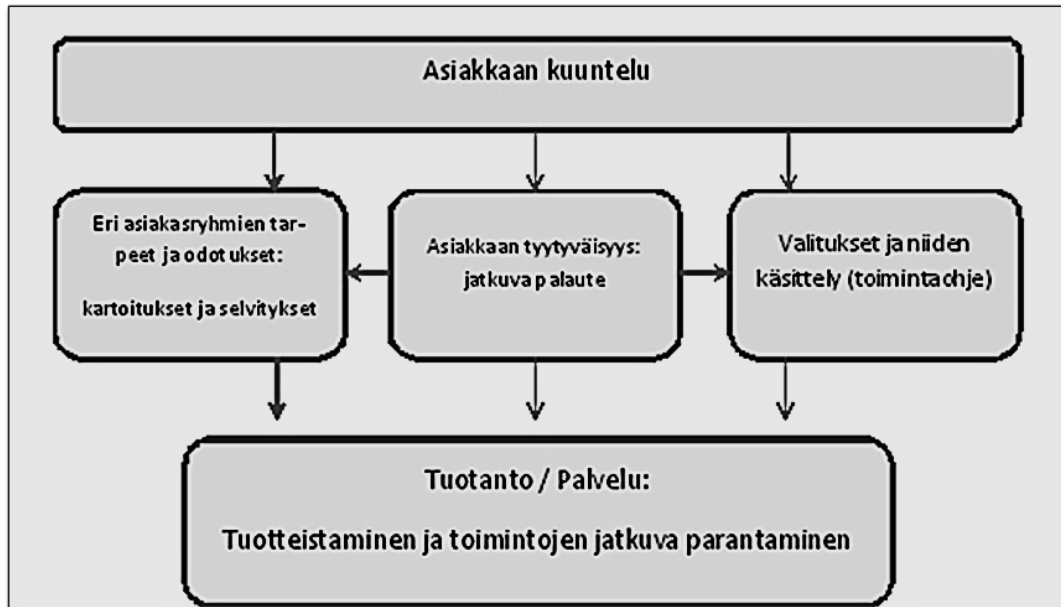
Odotuksiin suhteutetut kokemukset tuottavat reaktion tyytymättömyyden ja tyytyväisyyden välillä. Tyytyväisyysasteet voidaan jakaa kolmeen eri perusluokkaan: ali- ja yliodotustilanteeseen, tasapainotilanteeseen ja yliodotustilanteeseen. Ali- ja yliodotustilanteet voidaan vielä jakaa kahteen eri osaan, ja niissä tyytyväisyystason reaktion ovat keskenään erilaiset. Kokemukset voidaan myös jakaa myös tyytyväisyysasteiden mukaan viiteen eri luokkaan, jotka ovat syvästi pettyneet, lievästi pettyneet, odotusten mukaiset, lievästi myönteisesti yllättyneet ja vahvasti positiivisesti yllättyneet asiakkaat. Asiakastytyväisyyden kannalta tämä jaottelu on erittäin tärkeä, koska reaktiot muodostuvat tyytyväisyysasteen mukaan. Tämän kokemuskajakauman yleisin reaktio on odotusten mukaisesti reagoineet asiakkaat ja harvinaisin suhteessa kaikkiin asiakaskontakteihin on vahvasti positiivisesti yllättyneet asiakkaat. (Rope & Pöllänen 1994: 38 – 43.)

## 5.2 Asiakastytyväisyyden tutkiminen

Asiakastytyväisyyden tutkimisella tarkoitetaan tutkimusmenetelmien avulla tehtävää tutkimusta koskien asiakastytyväisyyttä. Asiakastytyväisyyden tutkimisesta voidaan käyttää myös ilmaisua asiakastytyväisyyden kuuntelu (Kuvio 4). Kuuntelujärjestelmään sisältyvät sekä asiakastytyväisyystutkimukset sekä suoran palautteen järjestelmät, joilla tarkoitetaan kaikkia niitä palautevälineitä, joiden välityksellä yritys saa asiakailtaan palautetta. Nämä palautevälineet voivat olla esimerkiksi palautelaatikko myymälässä, palautteenantomahdollisuus yrityksen Internetsivuilla tai jopa suoralinainen palaute asiakkaalta myyjälle. Molemmat ovat tärkeitä elementtejä asiakastytyväisyyttä selvittäessä. Koska asiakastytyväisyyden selvittämisessä on sekä asiakastyty-



tyväisyyden tutkimisella että suoran palautteen keräämisellä omat roolinsa, ne antavat eri tavoin tietoa siitä, miten asiakkaat tyytyväisyytensä kokevat. Nämä kaksi menetelmää täydentävät toisiaan ja ovat tarkoitettuja käytettäväksi yhdessä asiakastyytyväisyyden tasoa selvitetessä. (Rope & Pöllänen 1994: 56 – 57.)



KUVIO 4. Asiakastyytyväisyys ja asiakkaan kuuntelu. (Kulmat 2013)

Tiedonkeruuta mietittäessä on muistettava, että yksi keino ei ehkä toimi kaikille yrityksen kohderyhmille. Esimerkiksi ulkomaalaisten designista kiinnostuneiden vanhempien pariskuntien tarpeet ja asiakastyytyväisyys on kartoitettava eri tavalla kuin suomalaisten lapsiperheiden tarpeet ja tyytyväisyys, ja tiedonkeruutavatkin voivat vaihdella. (Kulmat: Asiakastyytyväisyys 2013.) Yleensä yrityksillä on puutteelliset asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmät, ja tilanne on se, ettei mitään systemaattista järjestelmää asiakastyytyväisyydestiedon keräämiseksi ei ole lainkaan. Monet yritykset tekevät asiakastyytyväisyyteen liittyviä tutkimuksia epäsäännöllisesti kampanjamaisesti, vaikka tyytyväisyyden tasoa pitäisi selvittää jatkuvasti asiakaskunnan säilyttämiseksi. (Rope & Pöllänen 1994: 58.)

Jotta asiakastyytyväisyyden tasosta yrityksessä saataisiin mahdollisimman luotettava ja riittävän kattava kuva, tulee tutkimuksen vastausprosentiksi saada yli 50. Vastausprosenttia voidaan yrittää nostaa monilla tavoilla, joista tehokkain on kyselytutkimuksen mukana lähetettävä saateteksti tai kirje, jossa kerrotaan miten kyselyyn osallistuminen

hyödyttää vastaajaa itseään. Toinen hyvä keino saada kohderyhmä osallistumaan kyselyyn vastaamiseen aktiivisemmin, on lähettää muistutusviesti noin puolivälissä vastausaikaa. Kannustimella, kuten lahjakortin tai muun hyödykkeen arpomisella vastaajien kesken ei ole todettu olevan suurta merkitystä vastaajaprosenttiin, toisin kuin yleisesti oletetaan. Kannustimen käyttö voidaan vastaajien taholla kokea jopa haitalliseksi, sillä ne voivat antaa vaikutelman myynnillisestä lähestymistavasta (Hill, Brierley & MacDougall 2003, 48-55.)

Asiakastyytyväisyys on suurelta osin sidottu nykyhetkeen, koska asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan subjektisista kokemuksista, joita hän on saanut yrityksessä asioidessaan. Asiakastyytyväisyyden selvittäminen edellyttää aina jatkuvaa mittaamista, ja tutkimisessa olennaista onkin tiedon jatkuvaluonteinen kerääminen. Asiakastyytyväisyystutkimus ei ole myöskään identtinen yrityskuvatutkimuksen kanssa, sillä yrityskuva ei edellytä asiakkaan kokemusta yrityksen toiminnasta. Asiakastyytyväisyyden selvittämisvälineistön rakentaminen ja toteuttamisen vaiheet toteutetaan aina siten, että niiden perustana ovat kaikki ne eri käyttökohteet, joihin asiakastyytyväisyystutkimuksessa saatua tietoa aiotaan käyttää. (Rope & Pöllänen 1994: 59.)

### 5.3 Asiakastiedon hyödyntäminen ja tyytyväisyystekijät

Asiakastyytyväisyyden tutkimisesta saatua tietoa voidaan käyttää moniin eri tarkoituksiin. Käyttöalueita ovat esimerkiksi yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen, toiminnan nykyisen tason ylläpitäminen ja kannustejärjestelmän perustana toimiminen. Tietoja voidaan käyttää lisäksi myös asiakkaiden arvostusten selvittämiseen ja asiakasryhmiin suuntautuvan markkinointiin toteuttamiseen. (Rope & Pöllänen 1994: 61.)

Ongelmia asiakastiedon hyödyntämisessä aiheuttaa se, ettei kaikkia niitä kohteita, jotka olisivat yritykselle hyödyllisiä ole identifioitu. Suurimmissa osissa tutkimuksia lähde-tään keräämään tietoja ainoastaan yhtä tai korkeintaan muutamaa hyödyntämisaluetta varten. Joissain tapauksissa ei ole edes tarpeellista lähteä keräämään laajasti tietoa, vaan riittää, että sitä hankitaan esimerkiksi vain toiminnan ongelmakohtien löytämiseksi tarpeellinen määrä. Ongelmakohtien löytäminen ei vaadi jatkuvaa asiakastyytyväisyyden selvittämistä. Mikäli taas pyritään toiminnan nykyisen tason ylläpitämiseen asiakastyy-

tyväisyyssiedon avulla, yritys tarvitsee jatkuvaa selvitystyötä asiakkaiden tyytyväisyydestä, jotta palaute saadaan nopeasti niistä kohdista, joihin ei olla tyytyväisiä. Tietoa saatetaan haluta myös kannustejärjestelmän perustaksi, jolloin asiakastyytyväisyystieto voidaan kohdistaa vain yhteen yrityksessä työskentelevään henkilöön, esimerkiksi palvelutyöhenkilöön. Tämä on välttämätöntä, mikäli halutaan luoda asiakastyytyväisyyteen perustuva kannustinjärjestelmä henkilöstölle tai sen osaa varten. (Rope & Pöllänen 1994: 61 – 62.)

Kun yrityksessä seurataan asiakastyytyväisyyttä jatkuvasti, nähdään sen kehitys pitkällä aikavälillä ja osataan uudistaa tuotteita ja palveluita tarpeen vaatiessa, mikäli huomataan, että asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseksi ne tarvitsevat muutosta. Asiakkaita ei myöskään menetetä muille yrityksille kun yritys kykenee seurannan avulla reagoimaan riittävän nopeasti. Asiakastyytyväisyyden seuranta voidaan jakaa kolmeen eri tapaan. Nämä seurantatavat ovat seuranta spontaanin palautteen seurannan avulla, seuranta tutkimuksia tekemällä sekä seuranta suosittelumäärien perusteella. Spontaanilla seurannalla tarkoitetaan asiakkailta suoraan saatavaa palautetta, kuten asioinnin yhteydessä annetut kiitokset tai valitukset. (Bergström & Leppänen 2009: 484-485.) Asiakastyytyväisyystutkimusten kehittäminen ja käyttäminen ovat kehittyneet paljon viimeisten vuosien aikana. Jatkuva seuranta on mahdollistanut tilanteen, jossa tiedetään lähes asiakaskohteisesti, mihin kukakin on tyytyväinen ja mihin ei. Nämä tiedot lisäävät asiakastyytyväisyydestä saatavan tiedon ajankohtaisuutta ja syvyyttä auttaen yrityksiä parantamaan asiakastyytyväisyytensä tasoa. (Hellman & Värilä 2009: 44.)

Voidaan sanoa, että tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä eivät aina tuota samat toiminnot, sillä myös erilaiset tilanteet ja asiakkaat vaikuttavat siihen. Tyytyväisyys ja tyytymättömyystekijät eivät ole toistensa vastakohtia. Tilanne ei siis ole niin, että kun joku tekijä (esimerkiksi toimitusvarmuuden pettäminen) aiheuttaa tyytymättömyyttä, niin vastaavan tekijän puuttuminen aiheuttaisi puolestaan tyytyväisyyttä. Tyytyväisyyttä asiakkaalle aiheuttaa useimmiten se, että asiakas yllättyy positiivisesti. Näin ollen odotusten mukainen toiminta ei ole tyytyväisyyden tuottaja, vaan sitä voidaan pitää odotustekijänä, jonka uskotaan toteutuvan automaattisesti. Odotustekijöistä voidaan käyttää myös nimitystä edellytystekijä. Odotusten täyttämättömyys aiheuttaa asiakkaalle tyytymättömyyden. (Rope & Pöllänen 1994: 165.)

#### 5.4 Asiakastyytyväisyys tilitoimistoalalla

Asiakkaat pitävät tilitoimistoa yhä useammin tärkeänä, jopa itselle strategisena yhteistyökumppanina, joka talousosaamisellaan luo lisäarvoa yritykselle ja auttaa sitä menestymään. Ensimmäiseksi yrittäjän on syytä selvittää, mitä tarpeita tällä on tilitoimiston asiantuntemuksen tason ja palvelujen suhteen, jotta voidaan muodostaa tilitoimiston kanssa yritykselle parhaiten sopiva palvelukokonaisuus. Tilitoimistojen palveluissa, osaamistasoissa, hinnoissa ja hinnoittelutavoissa on suuria eroja, jotka ovat avainasemassa asiakastyytyväisyyden kannalta. Hinnat voivat perustua muun muassa tekemiseen käytettyyn aikaan, tapahtumien määrään tai näiden yhdistelmiin. Asiakkaan kannalta on olennaista hänen kokema hinta-laatusuhde, jonka hän palveluista saa. (Taloushallinto-liitto: Tilitoimistopalveluiden hinnoittelu 2009.)

Jos palvelukartoitus tehdään huolimattomasti, saatetaan valita sellainen tilitoimisto, joka hinnallisesti on halvin, mutta palvelun sisältö ei käytännössä vastaa asiakkaan tarpeita esimerkiksi hyvän asiantuntemuksen, asiantuntevan neuvonnan ja tuen tarpeiden osalta. Joillekin neuvontatarve on suuri, ja silloin laadukas selkeä palvelu ja konsultointi ovat tärkeitä. Yrittäjät ovat tutkimusten mukaan kaikkein tyytymättömmimpiä tilitoimistoihin, joka pystyvät tarjoamaan vain perusrutiinien hoitoa, kun yrittäjät odottavat enemmän neuvoja, ehdotuksia ja tukea omalle liiketoiminnalleen. Näin ollen palveluiltaan suppean tilitoimiston valitseminen ei olisi asiakkaan kannalta välttämättä järkevintä. (Taloushallintoliitto: Tilitoimistopalveluiden hinnoittelu: 2009.)

Auktorisoitujen tilitoimistojen asiakastyytyväisyys on nykypäivänä erittäin korkealla tasolla, mikä selviää Kirjanpitoimistojen Liiton teettämästä asiakastyytyväisyystutkimuksesta. Suurimmat haasteet liittyvät tilitoimistojen konsultoivaan rooliin. Toimistoilta odotetaan nykyistä enemmän ohjeiden ja neuvojen antamista asiakkaan yritystoiminnan tueksi, ja tämä on myös avainasemassa tilitoimistojen välisessä kilpailussa ja voi toimia jopa kilpailuvalttina. Kyselyyn osallistuneista 2830 vastaajasta 84 prosenttia olisi valmis jatkossa suosittelemaan käyttämäänsä tilitoimistoa myös muille. Kriittisimpiä olivat alle 30-vuotiaat vastaajat, jotka ovat vaateliaita tilitoimistojen suhteen. Kirjanpitoimistojen Liiton hallituksen puheenjohtajan Ilse Alanderin mukaan tässä kyse on osaksi sukupolvikuilusta, ja siksi tilitoimistoalalle olisi tärkeää saada lisää nuoria yrittäjiä ja kirjapidon ammattilaisia. (Tilisanomat 2005.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Tutkimusongelmaa ei voida aina pitää itsestäänselvytenä, vaan ongelman määrittämiseen ja hahmotukseen voidaan tarvita avuksi ongelmanmäärittystekniikoita. Jos tutkimusongelma määritellään väärin, ovat tulokset myös virheellisiä, eikä todellista ongelmaa saada lainkaan ratkaistuksi. Ongelman määrittely ja sen muuttaminen oikeanlaisiksi tutkimuskysymyksiksi on erittäin tärkeää tutkimuksen kannalta. Oikeiden tutkimuskysymysten esittäminen ei ole yksinkertaista, ja niitä ei kannata esittää ainoastaan yleisen tietämyksen lisäämiseksi. Tutkimuskysymykset johdetaan tutkimusongelmasta ja niillä ratkaistaan tutkimusongelma. Tieteessä ei aina ole myöskään selvää, mikä vaikuttaa mihinkin, eli syy ei ole selvä. Tutkimuskysymykset ovat ylempien tason kysymyksiä, eivätkä ne ole samat kuin tutkimuksen kyselyssä esiintyvät kysymykset. (Kananen 2011: 24 – 26.)

Tutkimuksen perusta on tarkkaan määritellyssä pääkysymyksessä, ja alakysymykset ovat siitä johdettuja tutkimuskysymyksiä. Alakysymyksistä voidaan käyttää myös nimitystä teoreettiset tutkimuskysymykset, koska niitä ei esitetä esimerkiksi lomakekyselyssä tutkittaville eli informanteille. Tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten tärkeyttä havainnollistaa myös se, että moni tutkimushanke jää tuloksiltaan merkityksettömäksi huonosti määritellyn ongelman ja epätarkan aiheen rajaamisen vuoksi. Mikäli rajaaminen ei toimi, voi tutkimus muodostua liian laajaksi, ja riski on yleensä suurin monialaisissa tutkimusryhmissä. (Vilka 2005: 45 – 46.)

Tämän opinnäytetyön toimeksianto tuli Hämeenlinnan MK-Tili Oy:ltä, jolta tiedustelin sitä oma-aloitteisesti. Tarkoitukseni oli saada opinnäytetyötä varten toimeksianto sellaiselta tilitoimistolta, jolle asiakastyytyväisyyden tutkiminen tulisi oikeaan tarpeeseen. Näin olikin tämän työn osalta, sillä asiakastyytyväisyyskyselyä ei ollut aiemmin tehty kyseisessä tilitoimistossa. Opinnäytetyön tekemisessä lähdin liikkeelle sopivien teorialähteiden etsimisestä ja lukemisesta, jonka jälkeen aloin miettimään sopivaa tutkimusongelmaa ja työni tavoitteita ja tarkoitusta. Tutkimusongelma muodostui yhdestä pääkysymyksestä ja kahdesta alakysymyksestä, jotka tarkentavat pääkysymystä:

## Pääkysymys

1. Kuinka tyytyväisiä MK-Tili Oy:n asiakkaat ovat tilitoimistoon ja sen palveluihin?

## Alakysymykset

1. Millainen asiakaskunta MK-Tili Oy:llä on?
2. Kuinka asiakastyytyväisyyttä voitaisiin kehittää?

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on saada mahdollisimman kattavasti tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä tutkimustulosten pohjalta parantaa palveluvalikoimaa ja asiakaspalvelun laatua. Tarkoituksena on tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä MK-Tili Oy:hyn.

## 6.2 Tutkimusmenetelmät, kohdejoukko ja analysointimenetelmät

Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää ilmiön tuntemista eli sitä, mitkä tekijät vaikuttavat ilmiöön. Tutkimustapana määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus perustuu mittaamiseen, ja sen toteuttaminen on mahdotonta jos ei tiedetä mitä mitataan. Määrällinen tutkimus on siis pitkälti muuttujien mittaamista, niiden suhteiden välisten vuorovaikutusten laskemista ja eri tekijöiden esiintymisten määrien laskemista. (Kananen 2011: 12 - 13.) Kvantitatiivisen tutkimuksen pohjalla on melkein aina tutkittua tietoa ilmiöstä sekä erilaisia malleja ja teorioita (Kananen 2011: 23).

Kvantitatiivinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, joka etenee loppuaan kohden vaiheittain (Kananen 2011: 18). Se pyrkii yleistämään, ja käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pieneltä joukolta tiettyyn ilmiöön kuuluvia havaintoyksiköitä kerätään tutkimustietoa esimerkiksi lomakkeella. Tämän pienen joukon edellytetään edustavan koko joukkoa eli perusjoukkoa. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu positivismiin, missä korostetaan tiedon perusteluja, luotettavuutta sekä yksiselitteisyyttä. Positivismi pyrkii absoluuttiseen totuuteen. (Kananen 2011: 17 – 18.)

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus sopii tutkimusmenetelmäksi, mikäli ilmiöstä ei ole tietoa, teorioita tai tutkimuksia ja halutaan saada syvälinen näkemys tutkittavasta asiasta. Siinä luodaan myös täysin uusia teorioita ja hypoteeseja. (Kananen 2011: 16.) Laadullinen ja määrällinen tutkimus täydentävät toisiaan, ja yksi tutkimus voi koostua molemmista tutkimusmenetelmistä. Molemmilla menetelmillä on oma paikkansa tutkimusten joukossa, joten niitä ei voida alkaa arvottamaan. (Kananen 2011: 17 – 18.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään pääosin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, mutta siitä esiintyy myös kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen piirteitä. Kvantitatiivinen tutkimus sopii tähän työhön siksi, että siinä käsitellään numeerista informaatiota, jonka pohjalta on tarkoitus laskea erilaisia lukuja ja tehdä tulkin-toja. Kvantitatiivinen tutkimus sopii myös siksi, että tutkittava ilmiö tunnetaan jo entuudestaan ja tiedetään mitkä tekijät vaikuttavat ilmiöön. Kvalitatiivista tutkimusta tässä työssä käytetään tutkimuksessa kysytyjen avointen kysymysten analysointiin, joissa vastaajat ovat saaneet antaa vapaata palautetta ja kehitysehdotuksia tilitoimistolle.

Tapaustutkimus määritellään tutkimukseksi, joka pyrkii selittämään holistisesti tietyn sosiaalisen yksikön dynamiikkaa tietyinä ajanjaksona. Tapaustutkimukselle on tyypillistä, että tapausta tarkastellaan sen kontekstissa ja kohteille on ominaista, että tapauksen ja kontekstin rajat ovat epäselvät. Tapaustutkimuksessa usein asetetaan usein myös ilmiöiden tarkka ja eläväinen kuvaaminen sanallisesti, toiminnan tarkastelu konkreettisesti sekä toimijoiden merkityksenannon analyysi. Olennaista tapaustutkimuksen tavoitteiden ja tulosten merkittävyyden kannalta on tapausten valinnat ja valintaan kohdistuvat kriteerit. Tapaustutkimuksessa tapauksen valinnan on oltava teoreettisesti perustelua tutkimuksen onnistumisen vuoksi. Käytännössä valinta on kuitenkin tulosta empirian ja teorian välisestä vuoropuhelusta, jossa etsitään tutkimuksen rajoja ja tarkennetaan kohdetta. (Anttila, Melin & Räsänen 2005: 292 – 295.)

Tämän opinnäytetyön asiakastyytyväisyyden tutkimisessa tutkimusmenetelmänä käytetään tapaustutkimusta. Valitsin tutkimusmenetelmäksi tapaustutkimuksen, koska se sopii tutkimukseen, joissa tulee ilmi kehitysehdotuksia – ja ideoita jollekin yritykselle ja joissa tutkimusasetelma ja aineistojen analyysit perustuvat tutkittavalle tapaukselle, tässä tapauksessa toimeksiantajayritykselle. Tapaustutkimus on myös varsin yleisesti käytetty liiketalouden alan tutkimuksissa.

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä tiedon keräämiseen käytetään joko kyselylomaketta, systemaattista havainnointia tai valmiita tilastoja tai rekistereitä. Kyselylomake on edellä mainituista tiedonkeräämistavoista tavallisin, ja siitä voidaan käyttää myös nimitystä informoitu kysely, joukkokysely tai survey –tutkimus. Survey -tutkimus viittaa siihen, että kysely on standardoitu eli vakioitu. Tällöin kaikilta osallistujilta kysytään kysymykset täysin samalla tavalla esitettyinä. Myös kyselyn toteuttaminen puhelinhaastattelun muodossa on varsin yleistä nykyisin. Kyselylomake voidaan lähettää tavallisen postituksen lisäksi internetin välityksellä tai sähköpostitse. Tutkimusta tehtäessä on etukäteen varmistettava, että niillä, joilta tutkimustieto kerätään, on mahdollisuus Internetin käyttöön. (Vilka 2005: 73 – 74.)

Tämän opinnäytetyön tutkimukseen tiedot perusjoukkoon kuuluvilta eli vastaajilta kerättiin kyselymuotoisesti Internetissä täytettävällä lomakkeella. Lomake toteutettiin e-lomake -ohjelmalla, jonka tutkimukseen osallistujat vastaanottivat sähköpostin välityksellä. Lomake koostui 15 strukturoidusta kysymyksestä ja kahdesta avoimesta kysymyksestä, johon vastaaja saattoi halutessaan antaa kirjallista palautetta ja kehitysehdotuksia.

Populaatio tarkoittaa kohderyhmää, jota tutkimus koskee ja josta tutkimuksessa halutaan tehdä erilaisia päätelmiä. Lyhyesti populaatio eri perusjoukko on siis se joukko, jota tutkitaan. (Kananen 2011: 65.) Perusjoukosta voidaan valita tutkimukseen joko kaikki yksiköt, tai tehdä näiden joukosta otos, mikä tarkoittaa sitä, että vain osa perusjoukosta tulee mukaan tutkimukseen. Otanta tehdään yleensä jollakin otantamenetelmällä, jotka ovat suosittuja, kun kyseessä on suuri tutkimusaineisto. Edustavaan otoskoon vaikuttavat tutkimuksessa tarkemmin määritellyn perusjoukon ominaisuudet ja koko, sekä se millaista tarkkuutta tutkimuksella tavoitellaan. (Vilka 2005: 78 – 80.) Tutkimusjoukon valintaan kuuluvia tehtäviä ovat perusjoukon määrittely, otanta asetelman ja otoskoon valitseminen ja otoksen poiminta (Pahkinen 2012: 13).

Tässä asiakastyytyväisyystutkimuksessa populaationa eli perusjoukkona ovat kaikki MK-Tili Oy:n asiakasyritykset, joita on noin 320. Tutkimukseen valittiin mukaan suurin osa asiakasyrityksistä. Valinnat mukaan tulevista yksiköistä teki tämän tutkimuksen toimeksiantaja, ja siihen vaikuttivat esimerkiksi asiakasyritysten tavoitettavuus sähköisesti. Otskooksi muodostui 224 yksikköä, joille kaikille kyselylomake lähetettiin sähköpostin välityksellä.



Laadullisen aineiston analysoimisen tavoitteena on muun muassa tuoda aineistoon selvyyttä, ja tätä kautta tuoda uutta informaatiota asiasta jota ollaan tutkimassa. Lisäksi analysoinnilla tiivistetään laajasti esitetty tieto lyhyempään muotoon siten, että saadaan kuitenkin säilytettyä alkuperäinen informaatio. Kvalitatiivisen aineiston analyysin on tarkoitus kasvattaa tiedon arvoa ja luoda hajanaisesta aineistosta selkeä ja tiivis kokonaisuus, jossa esille on otettu olennaisimmat asiat. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tuloksilla pyritään yleistämään, ja käyttämään erilaisia analysointitapoja tuomaan alkuperäiselle tekstimuodossa olevalle sisällölle selkeyttä. (Taanila, A. Oulun yliopisto 2007.)

Tässä opinnäytetyössä laadullista analysointia on käytetty kyselylomakkeessa olleiden kahden avoimen kysymyksen vastausmateriaalien analysoimiseen. Saaduista vastauksista tehtiin tutkimustulokset –osioon (luku 7) tekstiosuus, jossa on tiivistetty tärkeimmät ydinasiat avoimista kysymyksistä. Analysoinnissa pyrin sisällyttämään tekstissä olennaisimman ja useaan kertaan alkuperäisessä materiaalissa esiintyvät asiat, ja lisäksi mainitsemaan ne yksittäiset seikat, jotka koin tärkeiksi tai tutkimusosuuteen lisääivoa tuottaviksi.

Nelikenttäanalyysi eli SWOT -analyysi on yksinkertainen ja yleisesti käytetty yritystoiminnan kannattavuuden arvioimisen analysointimenetelmä, jonka avulla voidaan selvittää yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja mukanaan tuomat uhat. SWOT -analyysi on yksinkertainen tapa ryhmitellä yrityksen toimintaan vaikuttavia eri tekijöitä havainnolliseen ja selkeään nelikenttämuotoon. SWOT –analyysin avulla voidaan myös tulkita jo saatuja tietoja yrityksen nykyisestä tilasta, ja analysoida niiden perusteella sekä positiivisia että negatiivisia asioita ottaen huomioon yrityksen sisäiset ja ulkoiset tekijät. Lisäksi SWOT -analyysin avulla yritys pystyy melko helposti ja nopeasti saamaan selville sekä yrityksen nykytilan että tulevaisuudessa kehittämistä vaativat asiat. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2012).

Tässä opinnäytetyössä tutkimustuloksia analysoidaan ja havainnollistetaan nelikenttäanalyysin (SWOT –analyysin) avulla, eli tarkastellaan ja esitetään nelikenttätaulukkona tutkimustuloksista ilmenneet kohdeyrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Tällä analyysillä pystytään helposti ja yksinkertaisesti esittämään ne seikat, joihin MK-Tili Oy:n henkilökunnan tulee tulevaisuudessa panostaa ja mitkä asiat tulee pitää sillä tasolla kuin ne jo tällä hetkellä ovat.

### 6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen pätevyys eli validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä mitä on ollut tarkoitus mitata. Tämä tarkoittaa sitä, ettei pätevässä tutkimuksessa saisi ilmetä lainkaan systemaattisia virheitä. Tällaisilla virheillä tarkoitetaan sitä, että informantit eli tutkittavat ovat ymmärtäneet lomakkeen kysymykset väärin. Kysymykset vääristyvät, mikäli vastaaja ei ajattele ja ymmärrä kysymystä samalla tavalla kuin tutkimuksen laatija oletti. Validiteettia kannattaa siten tarkastella jo tutkimusta suunniteltaessa. Ennen tutkimuksen toteuttamista on luotettavuuden vuoksi hyvä määritellä muuttujat ja käsitteet huolella, suunnitella mittarit tarkasti ja varmistaa että ne tuovat vastaukset tutkimusongelmaan. Tutkimuksen voidaan sanoa olevan pätevää, jos teoreettiset ja operationaaliset määritelmät pitävät yhtä. (Vilka 2005: 161.)

Validiteetissa voidaan erottaa useita alalajeja, joita ovat esimerkiksi sisäinen ja ulkoinen validiteetti, sekä sisältövaliditeetti. Näiden lisäksi on olemassa muitakin alalajeja. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan oikeanlaista syy-seuraussuhdetta ja ulkoisella validiteetillä tutkimustulosten yleistettävyyttä. Yleistettävyyden voidaan sanoa olevan tutkimuksessa kunnossa, jos otos vastaa populaatiota. Sisältövaliditeetti tarkastelee sitä, että saadut tutkimustulokset ovat seurausta käytetyistä muuttujista. (Kananen 2011: 121 – 122.)

Tutkimuksen luotettavuus eli reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten tarkkuutta, eli mittauksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja saatujen mittaustulosten toistettavuutta. Tällä tarkoitetaan sitä, että saadaan sama mittaustulos uudestaan mitattaessa riippumatta tutkijasta. (Vilka 2005: 161.) Tutkimuksen toteuttaminen samassa kohde-ryhmässä voi kuitenkin olla ongelmallista, koska jo aiemmin tehty tutkimus vaikuttaa taustalla tutkittaviin. Mittausten välillä ilmiö voi myös muuttua ja esimerkiksi asiakastyytyväisyys heiketä siitä, millaiseksi se koettiin aiemmassa mittauksessa. (Kananen 2011: 120.) Virheiden vaikutus tutkimuksen tavoitteiden kannalta ei välttämättä ole kovin suuri, ja niitä voi aiheutua sekä tutkijasta että vastaajasta (Vilka 2002: 160).

Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat kokonaisluotettavuuden. Kun tutkittu otos edustaa perusjoukkoa ja mittauksissa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta, voidaan tehdyn tutkimuksen kokonaisluotettavuutta pitää hyvällä tasolla olevana. (Vilka 2005: 161 – 162.) Reliabiliteetti ei takaa validiteettia, eikä toisinpäin (Kananen 2011: 119).

Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksia voidaan yleisesti ottaen pitää melko luotettavina, sillä kysely toteutettiin vastaajille, joilla kaikilla oli olemassa käsityksensä kyselylomakkeella kysyttävistä asioista ja tutkimus oli myös tarkoituksenmukainen. Otos edustaa hyvin perusjoukkoa ja mittauksissa esiintyy niin vähän satunnaisuutta kuin mahdollista. Useimmat luotettavuuteen vaikuttavat tekijät on pyritty ottamaan huomioon luotettavuuden lisäämiseksi tässä opinnäytetyössä, mutta siitä huolimatta tutkimuksessa esiintyy väistämättä jonkin verran sen luotettavuutta heikentäviä kohtia. Koska jokainen asiakasyritys ei vastaanottanut lomaketta, vaan ainoastaan sähköisesti tavoitettavissa olevat, heikensi tämä osaltaan hieman luotettavuutta.

Tutkimusosuuden validiteettia voidaan pitää hyvänä, sillä kyselylomakkeessa esiintyvillä kysymyksillä mitataan sitä mitä on ollut tarkoituskin mitata. Otin tämän validiteettiin liittyvän kohdan huomioon jo kyselylomakkeen tekovaiheessa, ja omasta mielestäni onnistuin hyvin, sillä mielestäni tutkimusosuus antaa selkeästi vastauksen tutkimusongelmaan. Kysymykset myös pyrittiin luomaan sellaisiksi, että vastaajat ymmärtävät ne samalla tavalla, eikä tulkinnanvaraisuuksia pääse syntymään. Kritiikkinä kyselylomakkeesta voi kuitenkin esittää sen, ettei siinä tiedusteltu sitä, kuinka tärkeänä vastaaja pitää esimerkiksi tilitoimiston viihtyisyyttä. Kysyttiin ainoastaan mielipidettä tilitoimiston viihtyisyyden tasosta, jolloin mahdollisuus tehdä tuloksista kuiluanalyysi jää kokonaan pois. Tämä ei kuitenkaan mielestäni heikennä huomattavasti validiteettia, sillä tutkimusongelmaan saadaan vastaus ilman kuiluanalyysiäkin. Tämän asian olisi kuitenkin voinut lisätä kyselylomakkeeseen. Kaikista yhtiömuodoista, lukuun ottamatta kommandiittiyhtiötä, saatiin useampi vastaus. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta olisi ollut hyvä, että useampi vastaajaedustaja kommandiittiyhtiöstä olisi kertonut mielipiteensä asiakastyytyväisyytensä tasosta.

Myös tutkimuksen reliabiliteetti on melko hyvä, sillä uskon, että jos tutkimus toistettaisiin uudestaan samoilla kysymyksillä, saataisiin aikaan samankaltaisia tuloksia. Koska suurin osa vastauksista kertoi vastaajien korkeasta tyytyväisyydestä, tämä tukee reliabiliteettia. Koska vastausprosentiksi saatiin 63 %, voidaan sanoa luotettavuuden myös tämän asian kohdalla pitää hyvällä tasolla olevana, sillä näinkin korkea vastausprosentti antaa hyvän kokonaiskuvan otoksen kokonaismielipiteestä. Kaikkiin kysymyksiin tutkimuksessa ei kuitenkaan saatu vastausta, sillä osa vastaajista oli jättänyt tiettyihin kysymyksiin vastaamatta, mikä voi osaltaan vaikuttaa tämän opinnäytetyön luotettavuuteen laskevasti.

#### 6.4 Kyselylomakkeen laadinta ja testaus

Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa tärkein asia on oikeanlaisen mittarin eli kysymyslomakkeen laatiminen. Onnistuneen lomakkeen aikaansaaminen edellyttää sen, että laatija tietää mihin kysymyksiin on etsimässä vastauksia. (Kananen, 2011.) Lomaketutkimuksissa on pyrittävä tutkimusongelman kannalta kattavaan kysymyksienasetteluun, mutta samalla on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen, että kysymykset ovat helppotajuisia, eikä niitä voi ymmärtää monella eri tavalla. Lomakkeeseen kannattaa merkitä mahdollisimman yksityiskohtaisia vastausohjeita ainakin lomakkeen alkuun, ja tarvittaessa myös ennen kysymyksiä. (Menetelmätietovaranto 2010.)

Tämän asiakastyytyväisyystutkimuksen kyselylomake laadittiin ja suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Ennen varsinaisten kysymyksiä tekemistä perehdyin huolella aiemmin tehtyihin samankaltaisiin tutkimuksiin ja opinnäytteisiin, ja tutkin, millaisia kysymyksiä niissä esiintyi ja millaisiin tutkimusongelmiin niissä haettiin vastauksia. Tämän asiakastyytyväisyyskyselyn lomakkeen kysymykset ovat siis saaneet vaikutteita muista samankaltaisten tutkimusten kyselylomakkeista. Lomakkeen laatimisen aloitin tekemällä alustavia kysymysehdotuksia ja vastausvaihtoehtoja, ja sen jälkeen yhdessä toimeksiantajan kanssa karsimme niistä osan pois tarpeettomina ja lisäsimme myös joitain kysymyksiä. Myös kysymysten ulkoasuun ja sanamuotojen valintaan käytettiin aikaa ja niistä pyrittiin saamaan mahdollisimman helposti ymmärrettäviä. Kysymyksistä laadittiin sellaisia, että niillä saadaan vastaukset tämän opinnäytetyön tutkimusongelmaan ja niiden alakysymyksiin.

Lopullinen kyselylomake muodostui 15 strukturoidusta kysymyksestä ja kahdesta erillisestä kohdasta, jossa vastaaja voi antaa vapaamuotoista palautetta ja kehitysehdotuksia tilitoimiston toiminnasta. Lomake laadittiin e-lomake – ohjelmalla, ja se myös testattiin usealla eri henkilöllä ennen lopullisille vastaajille lähettämistä. Kyselyyn vastaaminen suoritettiin Internetselaimessa osoitteessa, jonka kaikki kyselyyn osallistuneista vastaanottivat sähköpostiinsa. Kyselylomakkeen saatteeksi kirjoitettiin saatekirje, jonka sisältö pyrittiin laatimaan huolella ja antamaan vastaajille tarvittavat ohjeet lomakkeen täyttämistä varten. Lisäksi laadittiin muistutuskirje kyselystä, joka lähetettiin vastaajille muistutukseksi kyselystä kun vastausaikaa oli kulunut viikon verran.

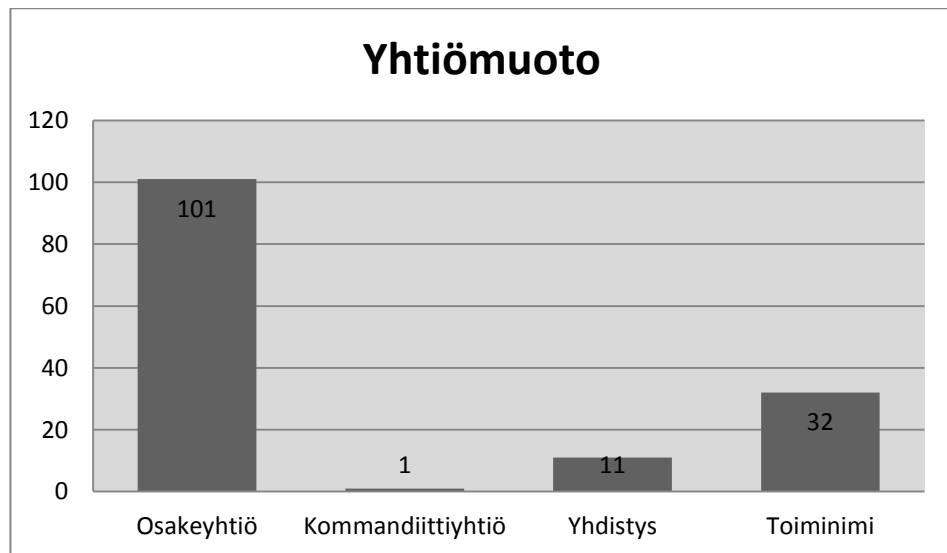
## 7 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI

Tässä luvussa käsitellään Hämeenlinnan MK – Tili Oy:n asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset. Tulokset esitetään samassa järjestyksessä kun kysymykset on esitetty sähköisessä kyselylomakkeessa. Tulosten esittämisessä käytetään havainnollistamismateriaalina erilaisia graafisia kuvioita ja taulukoita tekstimuotoisen analysoinnin tukena, ja jokaisen kysymyksen vastauksista löytyy jompikumpi. Vastauksia tutkimukseen saatiin yhteensä 145 kappaletta, joka on 64,8 % kaikista kyselylomakkeen vastaanottaneista, joita oli yhteensä 224 kappaletta. Vastausprosenttia voidaan pitää näin ollen erittäin hyvänä.

### 7.1 Taustatiedot

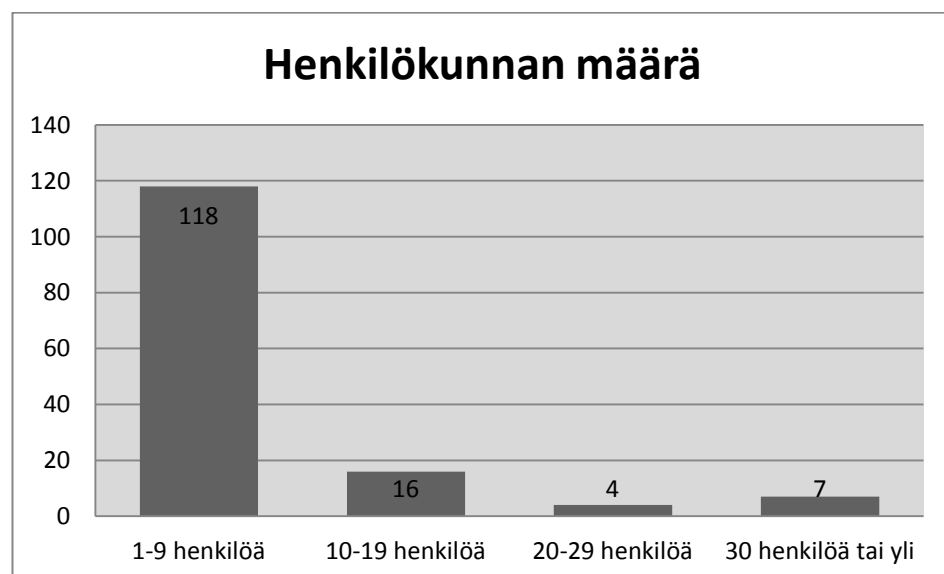
Vastaajien taustaa koskeissa kysymyksissä tiedusteltiin yhtiömuotoa, henkilökunnan määrää, asiakassuhteen pituutta tilitoimistoon sekä liikevaihdon määrää. Yhtiömuodoissa vaihtoehtoina olivat osakeyhtiö, kommandiittiyhtiö, toiminimi, avoin yhtiö ja osuuskunta. Henkilökunnan määrässä vaihtoehdot olivat yhdestä yli kolmeen kymmeneen henkilöön ja asiakassuhteen pituus -kysymyksessä vastausvaihtoehdot olivat alle vuoden asiakkuusajasta yli 15 vuotta kestäneeseen asiakkuuteen. Viimeisenä asiakasyritysten taustatietoihin liittyen tiedusteltiin vuosiliikevaihdon määrää, joissa vaihtoehdot lähtivät alle 50000 eurosta yli puoleen miljoonaan asti.

Vastaajien ylivoimaisesti yleisin yhtiömuoto oli osakeyhtiö, joita vastaajien joukossa oli 101 kappaletta, joka on kaikista vastaajista 69,7 % (kuvio 5). Tämä ei yllättänyt, sillä MK - Tili Oy:n tyypillinen asiakas on perheyrittäjätaustainen osakeyhtiö. Seuraavaksi yleisin yhtiömuoto oli toiminimi, joita oli 32 kappaletta ja kaikista vastaajista 22,4 %. Toiseksi vähiten vastauksia saatiin sellaisilta, joilla yhtiömuotona oli yhdistys. Heitä oli 11 kappaletta, joka on prosentuaalisesti kaikista vastaajista 7,6 %. Vastaajista vain yhdellä oli yhtiömuotona kommandiittiyhtiö, ja tämä on prosentuaalisesti kaikista vastauksista ainoastaan 0,7 %. Vastaajien joukossa ei ollut yhtään osuuskunnan tai avoimen yhtiön edustajaa, joita oli kyselylomakkeen vastaanottajien joukossa. Tämä oli tutkimuksen kannalta huono asia, sillä olisi ollut toivottavaa, että vastaajia olisi saatu kaikista yhtiömuodoista.



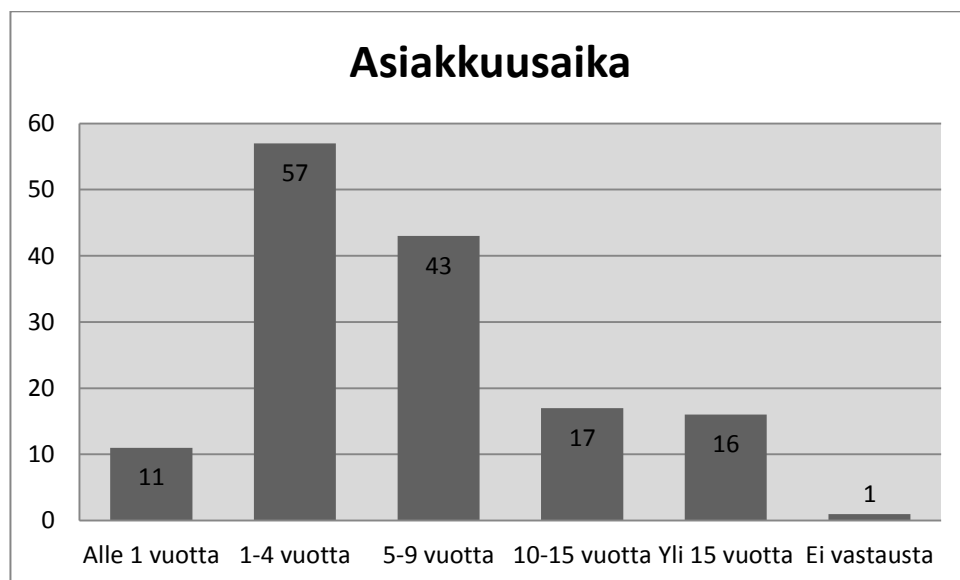
Kuvio 5. Vastaajien yhtiömuoto.

Asiakasyritysten yleisin henkilöstön määrä oli 1-9 henkilöä, joita vastaajayritysten joukossa oli yhteensä 118 kappaletta, joka prosentuaalisesti kaikista vastaajista 81,4. (kuvio 6). Suurin osa on siis henkilöstömääriltään pieniä yrityksiä. Seuraavaksi eniten oli yrityksiä, joissa työskenteli 10 - 19 henkilöä, joka on puolestaan 11,1 % kaikista vastaajista. Henkilöstömääriltään suurehkoja, 20-29 työntekijän yrityksiä, oli vain neljä kappaletta, joka on 2,8 %. Suuria yrityksiä, joiden henkilöstömäärä on 30 henkilöä tai enemmän, oli vastaajien joukossa jopa seitsemän kappaletta, joka on melko korkea määrä, sillä yleisesti ottaen tämän kokoiset yritykset ovat liikevaihdoltaan ja toiminnoiltaan todella kookkaita.



Kuvio 6. Vastaajien henkilökunnan määrä

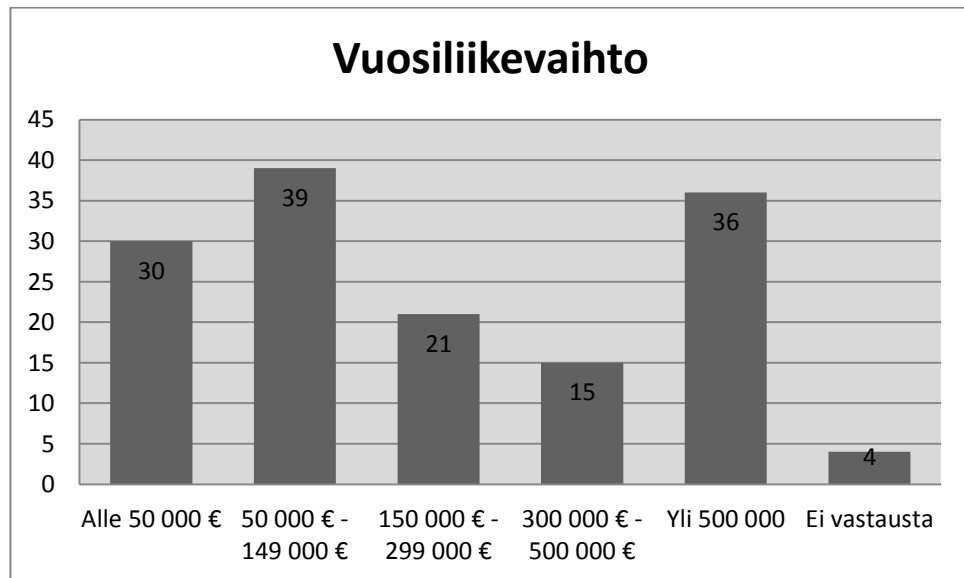
Vastaajien asiakkuusaikojen pituudet vaihtelivat paljon aina alle vuoden kestäneestä asiakasajasta yli 15 vuoden asiakkuuteen (kuvio 7). Asiakkuusajat jakautuivat kuitenkin tasaisemmin vastaajien lukumäärän kesken kuin esimerkiksi aiemmin käsitellyt asiakasyritysten henkilökunnan määrä ja yhtiömuoto. Suurin osa MK-Tili Oy:n asiakkaista on käyttänyt tilitoimiston palveluja yhdestä yhdeksään vuotta. Näistä 57 kappaletta oli ollut asiakkaana 1-4 vuotta, joka on prosentuaalisesti kaikista vastanneista 39,3 % ja 43 kappaletta oli ollut asiakkaana 5-9 vuotta, joka puolestaan on 29,7 % kaikista kyselytutkimukseen osallistuneista. Seuraavaksi eniten vastaajista oli ollut MK-Tili Oy:n asiakkaana 10-15 vuotta, joka on kaikista vastanneista 11,7 % ja lähes saman verran asiakasyrityksiä, yhteensä 16 kappaletta, oli ollut tilitoimiston asiakkaana yli 15 vuotta, mikä on 11 %. Alle vuoden kestäneitä uusia asiakkuuksia oli osallistuneiden joukossa 11 kappaletta, ja vain yksi vastaajista ei ollut vastannut tähän kohtaan.



Kuvio 7. Vastaajien asiakkuusaika.

Kyselyyn osallistuneiden asiakasyritysten vuosiliikevaihdot olivat alle 50 000 eurosta yli puoleen miljoonaan euroon asti, ja vastausvaihtoehdot jakautuivat melko tasaisesti osallistuneiden kesken (kuvio 8). Vastaajien joukossa oli eniten niitä, joiden vuosiliikevaihto oli 50 000-149 000 euroa, heitä oli yhteensä 39 kappaletta, mikä on kokonaisvastaajista 26,9 %. Lähes yhtä moni ilmoitti vuosiliikevaihdoksi yli 500 000 euroa, heitä oli 36 kappaletta, mikä on kaikista vastanneista 24,8 %. Seuraavaksi yleisin liikevaihdon määrä oli alle 50 000 euroa, joita oli yhteensä 30 kappaletta, joka on 20,7 % osallistuji-

en määrästä. 21 yritystä ilmoitti liikevaihdon määräksi vuodessa 150 000-299 000 euroa, mikä on kaikista vastanneista 14,5 %. Ainoastaan 15 yrityksen liikevaihto on vuosittain 300 000-500 000 euroa, joka on kaikista osallistujista 10,4 %. Tähän kysymykseen vastaamatta jätti neljä osallistujaa.



Kuvio 8. Vastaajien vuosiliikevaihto

Näistä neljästä asiakasyritysten taustaa koskevista kysymyksistä voidaan todeta, että tyypillinen MK-Tili Oy:n asiakasyritys on osakeyhtiömuotoinen (109 vastaajaa) yhdestä yhdeksään henkilöä työllistävä yritys (118 vastaajaa). Vastaajien asiakkuusajoissa oli huomattavasti enemmän hajontaa, mutta selkeästi suurin osa (100 vastaajaa) oli ollut Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakkaana yhdestä yhdeksään vuotta. Myös vuosiliikevaihdoissa ilmeni paljon hajontaa vastaajien keskuudessa, kuitenkin useimman vastaajan kohdalla liikevaihto asettui 50 000 – 149 000 väliin tai yli 500 000:een.

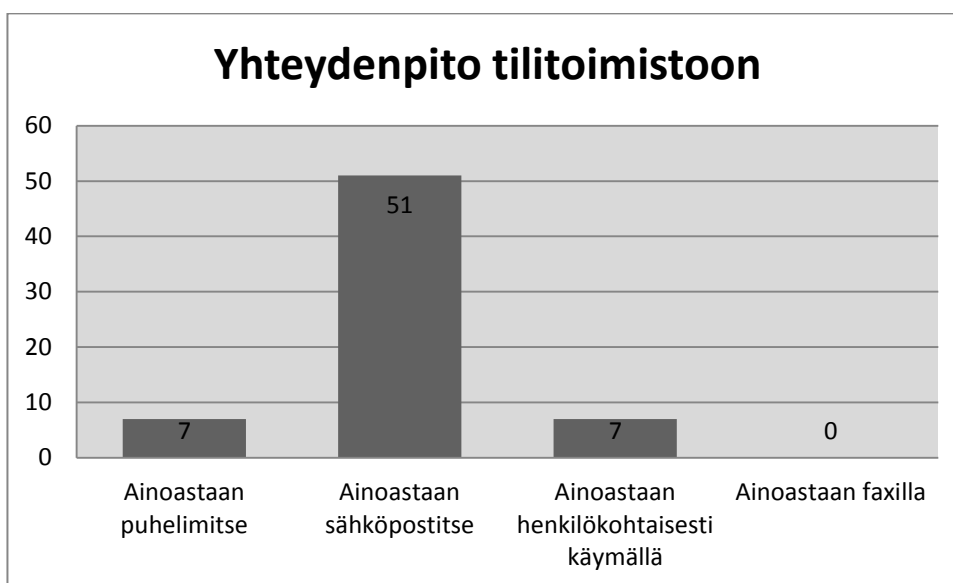
## 7.2 Henkilöstö

Vastaajien henkilöstöä liittyvissä kysymyksissä tiedusteltiin yhteydenpitotapaa tilitoimistoon, henkilökunnan palvelutapaan ja tilitoimiston sijaintiin liittyviä asioita. Lisäksi kysyttiin nykyisen palvelutarjonnan riittävyyttä asiakasyritysten tarpeisiin, mielipidettä aukioloajoista sekä niitä tilitoimistopalveluita, joita vastaaja ostaa tilitoimistolta. Yh-



teydenpitotapoina tilitoimistoon annettiin vaihtoehtoisiksi puhelin, sähköposti, henkilökohtainen käynti tilitoimistossa paikanpäällä sekä faksi. Henkilökunnan palvelutapaan liittyen tiedusteltiin esimerkiksi henkilöstön ystävällisyyttä, palveluallttiutta, tavoitettavuutta ja palvelunopeutta, jotka vastaaja sai arvostella neliportaisella asteikolla. Vastajat saivat myös ilmaista mielipiteensä tilitoimiston sijainnista ja viihtyisyydestä samalla asteikkoarvioinnilla. Mikäli vastaaja ei ollut tyytyväinen tilitoimiston nykyisiin aukiolo-aikoihin, hän sai antaa ehdotuksensa paremmista aukioloajoista heti kysymyksen jälkeen olevaan kenttään.

Ainoastaan sähköpostite yhteyttä MK-Tili Oy:hyn piti 51 vastaajaa, joka on kaikista vastaajista 35,2 %. Vastaajista 7 käyttää yhteydenpitovälineenä vain puhelinta, ja saman verran asioi tilitoimiston kanssa vain henkilökohtaisesti paikanpäällä käymällä, ja tämä on molemmissa tapauksissa kaikista vastaajista 4,83 %. Vastaajien joukossa ei ollut yhtään sellaista, joka pitäisi yhteyttä ainoastaan faksilla (kuvio 9). Alla olevassa kuviossa on esitetty sellaiset vastaajat, jotka asioivat tilitoimiston kanssa vain yhdellä yhteydenpitotavalla. Tästä voidaan todeta, että sähköposti on hyvin tärkeä viestintäväline asiakasyrityksen ja tilitoimiston välillä, sillä hyvin suuri osuus käyttää sitä ainoana viestintävälineenä.

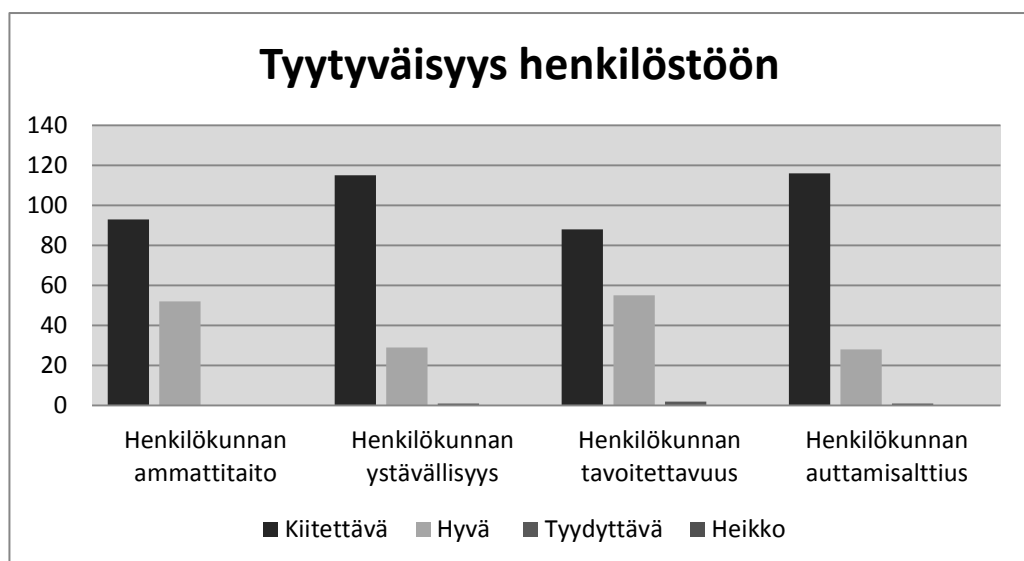


Kuvio 9. Asiakasyritysten yhteydenpito tilitoimistoon.

Suurin osa MK-Tili Oy:n asiakkaista pitää yhteyttä tilitoimistoon useamman kuin yhden viestimen välityksellä. 32 vastaajaa ilmoitti asioivansa tilitoimiston kanssa sekä puhelimen että sähköpostin välityksellä. Myös sähköpostin ja henkilökohtaisen käynnin kautta

asioidaan melko paljon, sillä 16 vastaajaa ilmoitti pitävänsä yhteyttä tilitoimistoyhteys-henkilöönsä joko lähettämällä sähköpostia tai vierailemalla paikanpäällä henkilökohtaisesti. Sekä sähköpostia, puhelinta ja henkilökohtaista käyntiä ilmoittivat käyttävänsä 15 vastaajaa. Kaikkia neljään viestintätapaa yhteydenpitoon vastasi käyttävänsä vain yksi vastaaja. Yhteenvetona kaikista vastaajista voidaan sanoa, että faksi oli kaikkein vähiten käytetty yhteydenpitokeino, ehkä osittain jo sen vanhanaikaisuuden vuoksi. Sähköposti nousi viestimistä tärkeimmäksi, sillä 121 vastaajaa ilmoitti käyttävänsä kyseistä yhteydenpitovälinettä tilitoimiston kanssa asioidessa, ja heistä jopa 51 käyttää yhteydenpitoon ainoastaan sähköpostia.

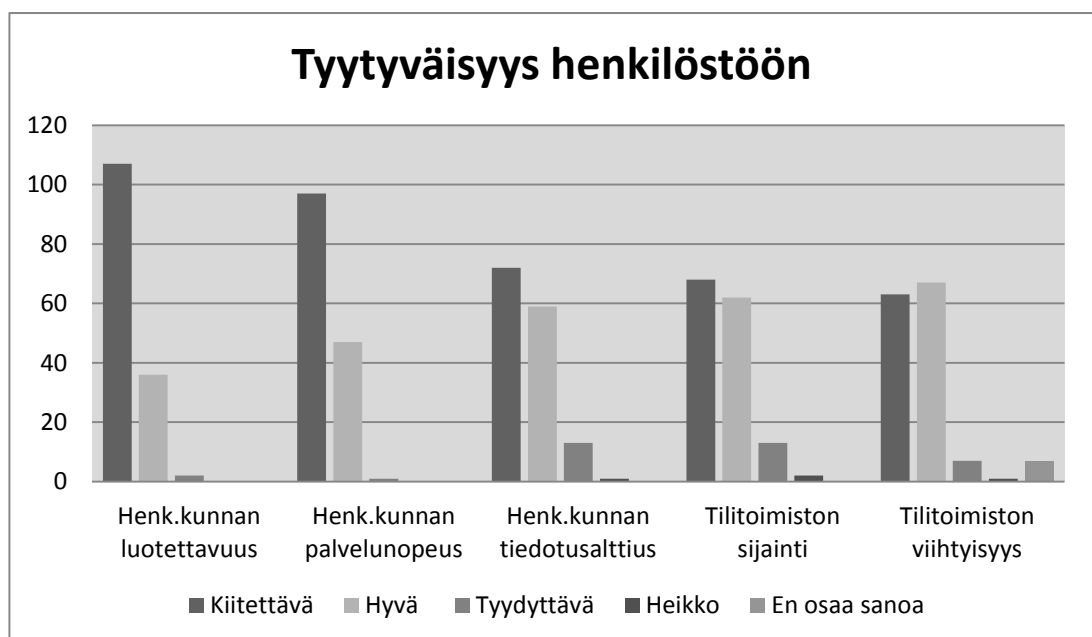
Yleisesti ottaen MK-Tili Oy:n asiakkaan ovat erittäin tyytyväisiä tilitoimiston henkilöstöön ja sen palveluolttiuteen. Henkilöstön ammattitaitoa piti kiitettävänä jopa 93 kyselyyn osallistuneista, mikä on 64,2 % vastaajista (kuvio 10). Hyvänä ammattitaitoa pitivät 52 vastaajaa, joka on puolestaan 35,9 % vastaajien lukumäärästä. Kukaan vastaajista ei luokitellut henkilökunnan ammattitaitoisuutta tyydyttäväksi tai heikoksi. Henkilöstö koettiin kyselyyn vastaajien keskuudessa hyvin ystävälliseksi. Jopa 115 vastaajista piti henkilöstön ystävällisyyden tasoa kiitettävänä, mikä on 71,3 % vastaajista. Hyvällä tasolla olevana henkilöstön ystävällisyyttä pitivät 39 kyselyyn osallistuneista, mikä on puolestaan 26,9 % vastaajista. Ainoastaan yksi vastaaja luokitteli tyytyväisyytensä henkilöstön ystävällisyyden tasoltaan tyydyttäväksi, eikä yksikään vastaajista kokenut henkilöstön ystävällisyyttä heikoksi.



Kuvio 10. Tyytyväisyys henkilöstöön.

Henkilöstön tavoitettavuutta kiitettävällä tasolla piti yhteensä 88 vastaajaa, mikä on 60,7 % vastanneiden yhteismäärästä. Suurin osa vastanneista koki siis henkilöstön olevan erittäin helposti tavoitettavissa. Vastaavasti 55 oli sitä mieltä, että tavoitettavuus on hyvällä tasolla. Heikkona henkilöstön tavoitettavuutta ei pitänyt kukaan, ja vain kaksi kyselyyn vastanneista kertoi henkilöstön tavoitettavuuden olevan mielestään tyydyttävää. MK-Tili Oy:n henkilökuntaa pidettiin myös kyselyyn vastanneiden keskuudessa auttavaisena, sillä 116 vastaajaa kertoi auttamisalttiuden olevan kiitettävää. Tämä on 80 % kaikista vastanneista. 28 vastaajaa piti henkilökunnan auttamisalttiutta hyvällä tasolla olevana ja vain yksi vastaaja ilmoitti auttamisalttiuden olevan tyydyttävällä tasolla. Kukaan vastaajista ei kokenut auttamisalttiuden olevan heikkoa.

Henkilökunnan luotettavuus on korkealla tasolla kyselyyn vastanneiden mukaan. Jopa 107 vastaajaa ilmoitti MK-Tili Oy:n henkilökunnan luotettavuuden olevan kiitettävää, mikä on kaikista vastanneista 73,8 % (kuvio 11). Lähes kaikki muut olivat sitä mieltä, että luotettavuus on hyvällä tasolla, sillä näin vastasi 36 kyselyyn osallistuneista, mikä kertoo myös asiakkaiden luottamuksesta henkilökuntaa kohtaan. Ainoastaan kaksi vastanneista arvioi luottamuksen olevan tyydyttävällä tasolla, mikä on pieni vähemmistö, vain 1,4 %. Henkilökuntaa pidettiin palvelussaan nopeina, sillä 97 vastaajista kertoi palvelunopeuden olevan kiitettävää, 47 arvioi palvelunopeuden hyväksi ja tyydyttävänä sitä piti kaksi vastaajista. Myöskään tässä palvelunopeuden kohdalla kukaan vastaajista ei antanut heikkoa arvostelua.

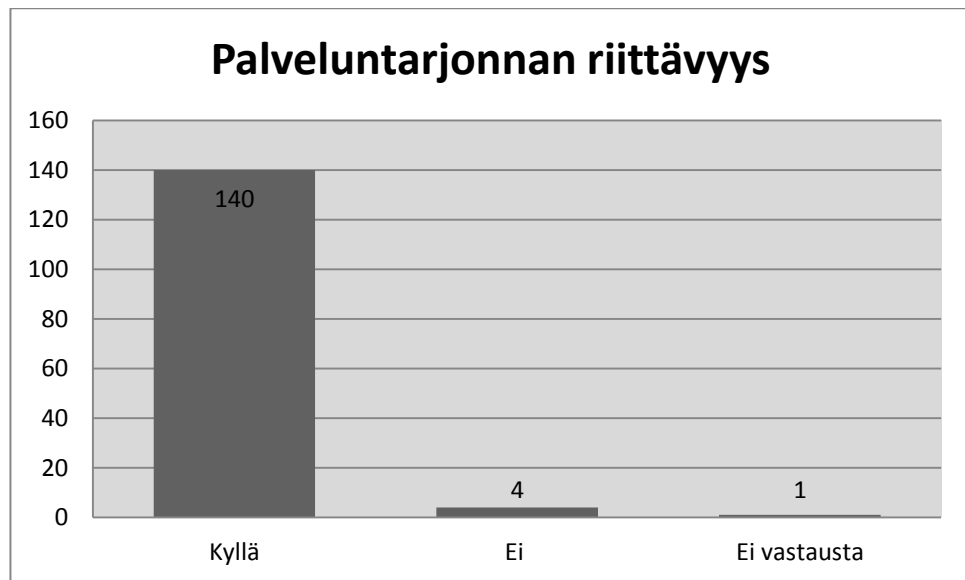


Kuvio 11. Tyytyväisyys henkilöstöön.

Henkilökunnan tiedotusalttius ei ollut vastaajien mielestä niin korkealla tasolla kuin aiemmat henkilökuntaan liittyvät arvioinnit. Kiitettäväksi sen arvioivat 72 vastaajaa, joka on 49,7 %. On kuitenkin hyvä, että noin puolet pitivät tiedottamisalttiutta kiitettävänä. Vastaavasti 59 vastaajaa piti tiedotusalttiutta hyvänä. Henkilökunnan tiedotusalttiutta arvosteltaessa hyvän ja tyydyttävän tuloksen välillä ei ollut kovin suurta eroa, toisin kuin vastaajien arvioidessa esimerkiksi henkilökunnan luotettavuutta ja palvelunopeutta. 13 vastaajaa ilmoitti tiedotusalttiuden olevan tyydyttävää ja yksi arvioi sen heikoksi. Kokonaisuudessaan voidaan kuitenkin todeta, että henkilökunnan tiedotusalttius on hyvällä tasolla, sillä suurin osa kertoi sen olevan kiitettävää tai hyvää.

Tilitoimiston viihtyisyyttä arvioitaessa 68 vastaajaa arvioi toimistotilojen sijainnin kiitettäväksi, mikä on 46,9 % vastaavien yhteismäärästä. Lähes yhtä moni ilmoitti sijainnin mielestään hyväksi. Heitä oli 62 kappaletta, mikä on 42,8 % kaikkien vastaajien yhteismäärästä. Vastaajista 13 vastasi sijainnin olevan itselleen tyydyttävä ja yksi arvioi tilitoimiston sijainnin heikoksi. Tilitoimiston viihtyisyyden osalta tulokset olivat samankaltaisia kuin sijainnin tulokset. 63 vastaajaa arvioi viihtyisyyden kiitettäväksi ja 67 hyväksi. Lähes yhtä moni piti siis viihtyisyyttä hyvänä ja kiitettävänä. Kyselyyn vastanneista seitsemän koki toimitilat tyydyttäväksi, yksi heikoksi ja seitsemän ei osannut sanoa mielipidettään. Vapaa palaute -kohtaan kyselyssä muutama vastaaja kertoi, ettei ole koskaan vierailut tilitoimiston toimitiloissa, eikä näin ollen osannut kertoa mielipidettään sijainnin sopivuudesta tai tilojen viihtyisyydestä.

Lähes jokainen vastaaja koki MK-Tili Oy:n palveluntarjonnan riittäväksi. Jopa 140 vastaajaa vastasi olevansa tyytyväinen tarjolla oleviin palveluihin, ja kaikista vastaajista heitä on 96,6 % (kuvio 12). Tämä tarkoittaa sitä, että palveluita on tarjolla riittävän laajasti, ja että niistä löytyy jokaiselle sopivat ja tarpeelliset palvelut, ja niistä saadaan koottua jokaiselle sopiva kokonaisuus. Vastaajista ainoastaan neljä koki palveluntarjonnan joiltain osin puutteelliseksi, mikä on hyvin pieni vähemmistö, vain 2,8 % vastaajien yhteismäärästä. Yksi vastaajista ei ollut vastannut tähän kohtaan lainkaan. Tämän kysymyksen osalta saatiin erinomaiset vastaustulokset, eikä palveluntarjonnan suhteen ole tarpeen tehdä laajennuksia.



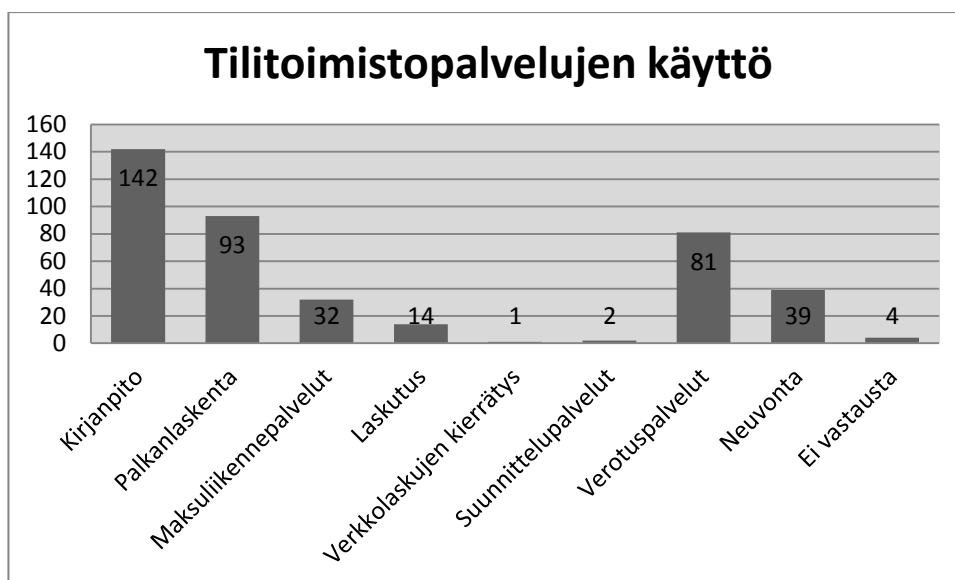
Kuvio 12. Palveluntarjonnan riittävyys.

Myös tilitoimiston aukioloajan olivat sopivat vastaajien mielestä. Kaikkiaan 140 vastaajaa ilmoitti aukioloajan itselleen sopiviksi (kuviot 13). Yksi vastaaja haluaisi aukioloaikojen olevan hieman nykyisestä poikkeavat. Hän ilmoitti ehdotukseksi sopivammasta aukioloajasta 8-16.30. Vastaajista neljä ei ollut ilmoittanut kantaansa tyytyväisyydestään nykyisiin aukioloaikoihin.



Kuvio 13. Tyytyväisyys aukioloaikoihin.

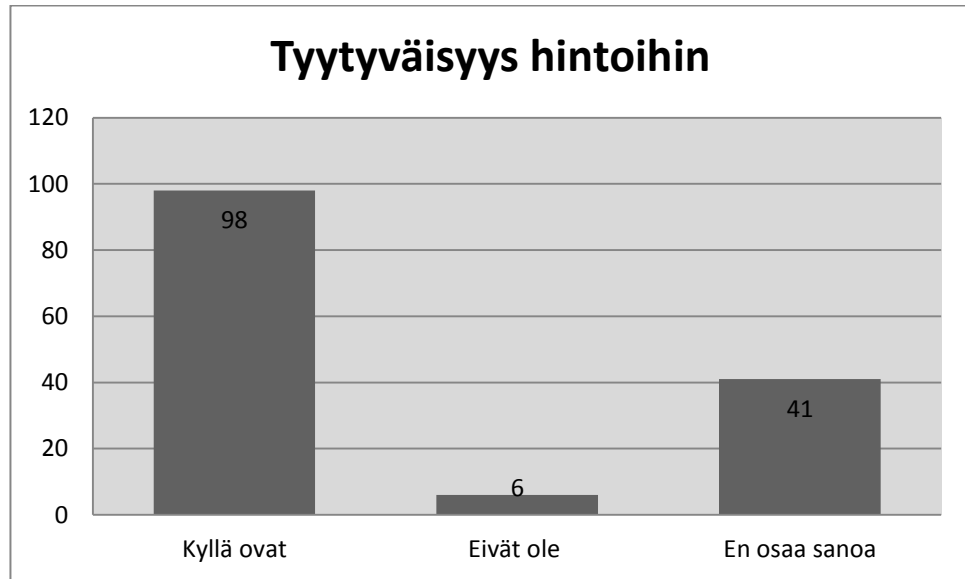
Tiltoimistopalveluiden käyttö jakautui melko epätasaisesti vastaajien kesken. Suurin osa ostaa useampaa kuin yhtä palvelua tiltoimistolta, mutta joukossa oli muutama sellainenkin, jotka ostavat ainoastaan yhtä palvelua. Lähes jokainen vastaajista ilmoitti ostavansa kirjanpito palvelun MK-Tili Oy:ltä, heitä oli yhteensä 142 (kuvio 14). Eniten kyselyyn osallistuneista oli sellaisia, jotka ostavat 3-4 eri tiltoimistopalvelua. Vain kaksi kyselyyn vastanneista ei osta kirjanpitoa, mutta he käyttivät verotukseen liittyviä palveluita sekä analysointi – ja neuvontapalveluita. Myös palkanlaskentapalvelu oli suosittu, vastaajista 93 ostaa tätä palvelua tiltoimistolta. Verotuspalveluita käyttää 81 vastaajista, neuvontaa 39 vastaajaa ja maksuliikennepalveluita 32 vastaajaa. Vähiten vastaajien joukossa oli verkkolaskujen kierrätystä, laskutusta, suunnittelupalveluita ostavia asiakkaita. Vain neljä kyselyyn osallistuneista ei vastannut tähän kysymykseen.



Kuvio 14. Tiltoimistopalveluiden käyttö.

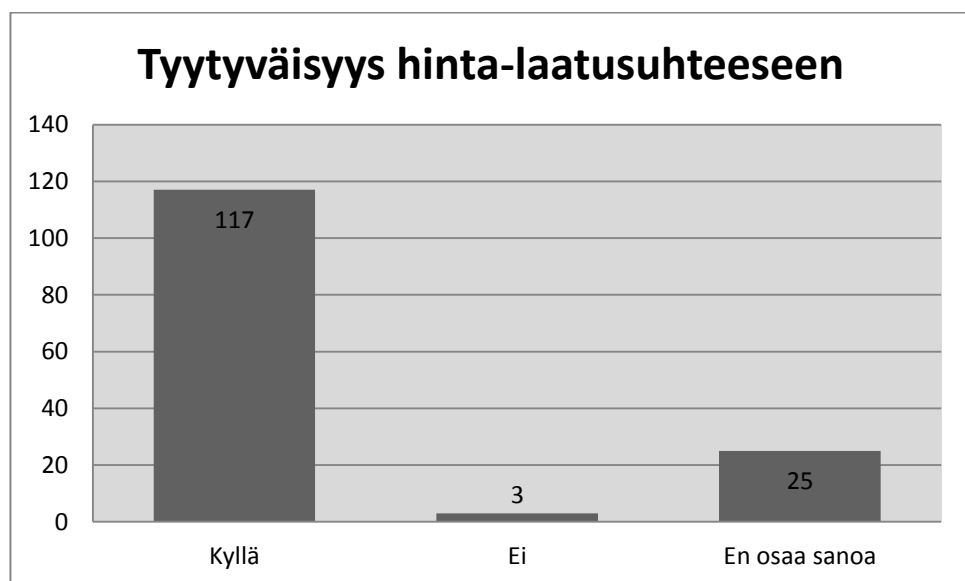
### 7.3 Hinnoittelu

Hinnoitteluun liittyvissä kahdessa kysymyksessä MK-Tili Oy:n asiakkailta tiedusteltiin tyytyväisyyttä palveluiden hintoihin sekä hinta-laatusuhteeseen. Vastausvaihtoehtoina molempiin kohtiin annettiin kyllä, ei ja en osaa sanoa. Vastaajista 98 piti MK-Tili Oy:n hintoja mielestään sopivina, mikä on 67,6 % vastaajien yhteismäärästä (kuvio 15). Tyytymättömiä palveluiden hinnoitteluun oli vain kuusi vastaajaa, joka on vastaajista 4,2 %. Jopa 41 vastaajaa kertoi, ettei osaa sanoa kantaansa hintojen sopivuuteen. Vapaissa palautteissa oli myös muutama vastaaja kommentoinut hintoja hieman liian korkeiksi.



Kuvio 15. Vastaajien tyytyväisyys tilitoimistopalvelujen hinnoitteluun.

Valtaosa kyselyyn osallistuneista vastaajista oli myös tyytyväinen tilitoimiston hintalaatusuhteeseen. Jopa 117 vastasi olevansa tyytyväinen, joka on yhteensä 80,7 % vastaajien yhteismäärästä (kuviokuva 16). Kolme vastaajaa ilmoitti olevansa tyytymätön hintalaatusuhteeseen, mikä on hyvin pieni vähemmistö vastaajien kokonaisprosentista. 25 vastaajaa kertoi, ettei osaa sanoa, onko tyytyväinen MK-Tili Oy:n hintalaatusuhteeseen. Tämä on kaikista vastaajista 17,3 %. Hinnoittelun voidaan kuitenkin olettaa tämän perusteella olevan hyvällä tasolla, koska suurin osa kyselyyn osallistuneista vastasi olevansa hinnoitteluun ja hintalaatusuhteeseen tyytyväisiä.

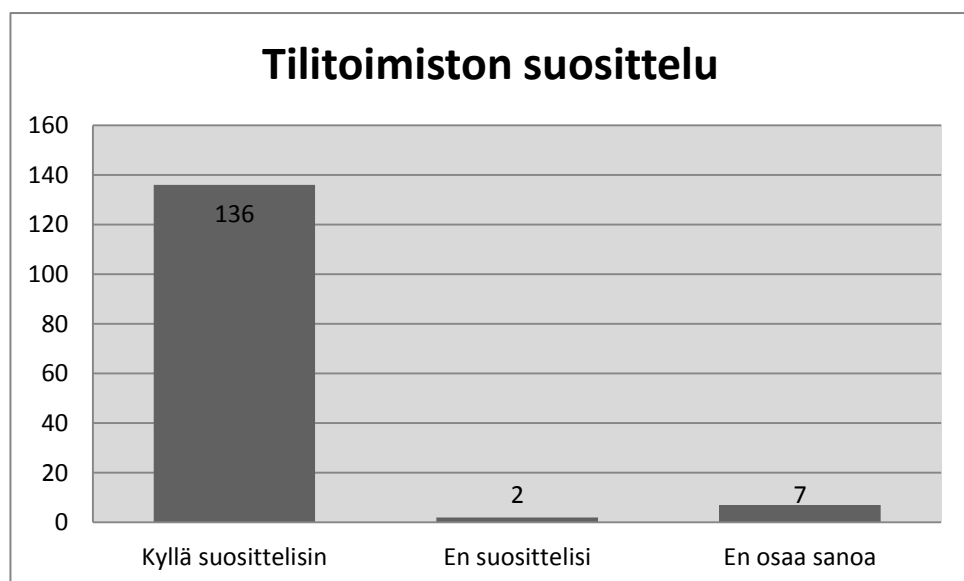


Kuvio 16. Vastaajien tyytyväisyys hinta-laatusuhteeseen.

## 7.4 Muut

Muut kysymykset – osiossa vastaajilta tiedusteltiin olisivatko vastaajat valmiita suosittelemaan tilitoimiston palveluita muille omien kokemusien perusteella. Vastausvaihtoehtoiksi tähän annettiin kyllä, ei ja en osaa sanoa. Vastaajat saivat myös omassa kysymyksessään antaa kouluarvosanan MK-Tili Oy:lle arvosteluasteikolla 4-10. Lisäksi lomakkeessa tiedusteltiin sitä, tarvitseeko vastaaja mielestään tilitoimiston henkilökuntaa tulkitsemaan kirjanpidon raportteja enemmän ymmärrettävyyden lisäämiseksi. Tässäkin kysymyksessä valmiiksi annetuissa vastausvaihtoehtoissa oli kyllä, ei ja en osaa sanoa. Muut kysymykset –osioon kuuluivat myös kaksi avointa kysymystä, joissa vastaajat saivat antaa vapaata palautetta ja kehitysehdotuksia tilitoimistolle. Näissä kysymyksissä ei ollut vastausvaihtoehtoja, vaan kyselyyn osallistuneille haluttiin näissä kohdissa antaa tilaisuus kertoa omat ajatuksensa ja toiveensa tilitoimiston henkilökunnan tietoon ja saada asiakaskunnalta käytännön esimerkkejä tyytyväisyyden parantamiseksi tulevaisuudessa.

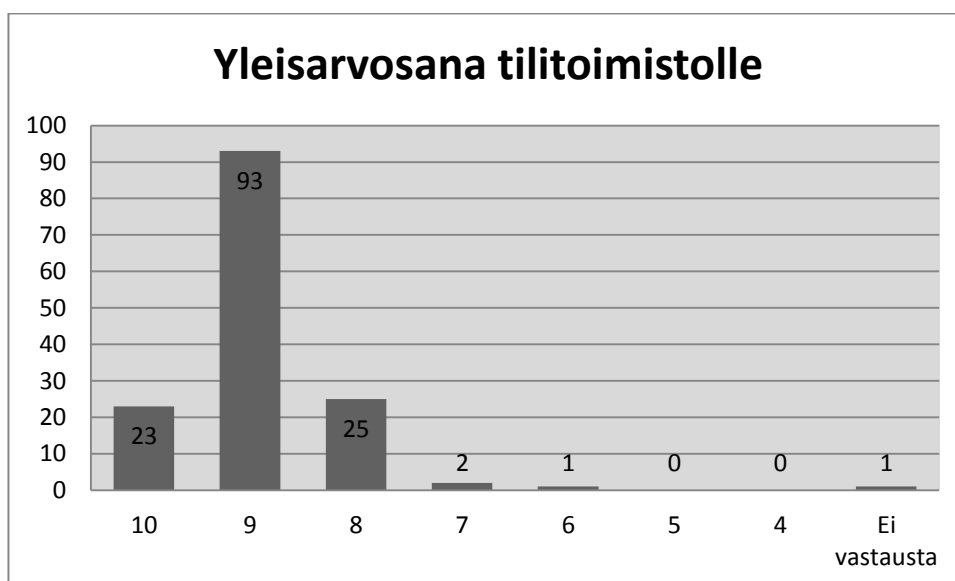
Vastaajista yhteensä 136 ilmoitti voivansa suositella eteenpäin tilitoimiston palveluita. Tämä on 93,8 % kaikista vastaajista, eli suurin osa kyselyyn osallistuneista voisi suositella MK-Tili Oy:tä eteenpäin (kuvio 17). Vain kaksi vastaajaa ilmoitti, ettei suosittele tilitoimistoa muille. Seitsemän vastaajaa ei ollut osannut sanoa mielipidettään tähän kysymykseen.



Kuvio 17. Tilitoimiston suositteleminen.

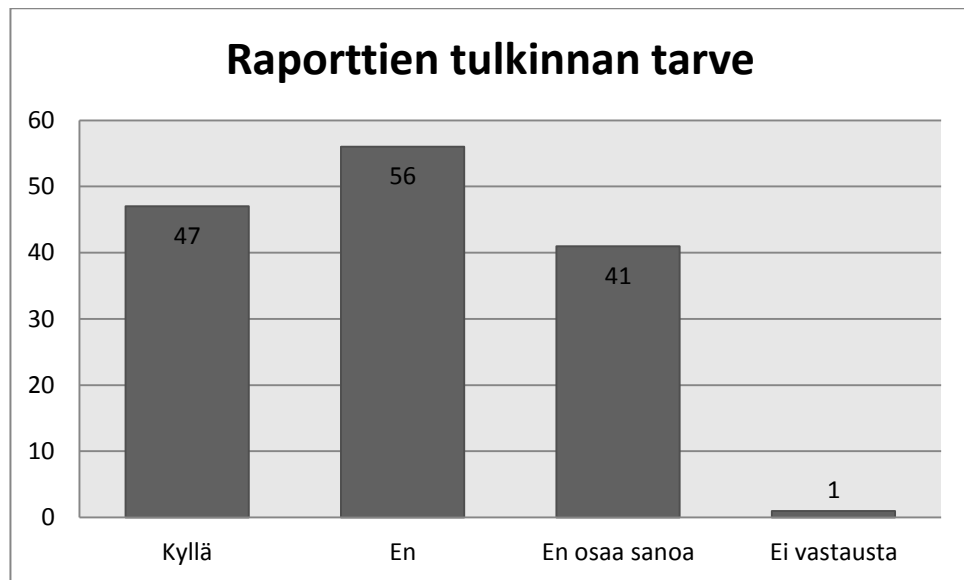


Yleisin arvosana, jonka vastaajat olivat antaneet MK-Tili Oy:lle, oli yhdeksän. Tämän arvosanan oli antanut 93 vastaajaa, joka on 64,2 % kaikista vastanneista (kuvio 18). Seuraavaksi eniten oli annettu arvosanaksi kahdeksaa ja kymmentä, joita oli lähes saman verran. 25 kyselyyn osallistuneista antoi tilitoimistolle yleisarvosanaksi kahdeksan, joka on 17,3 % kaikista vastaajista. Vastaavasti 23 vastaajaa antoi yleisarvosanaksi kymmenen, joka on 15,9 % kaikista vastaajista. Suurin osa lomakkeen täyttäneistä (141 vastaajaa) antoi arvosanaksi joko kahdeksan, yhdeksän tai 10, mikä kertoo korkeasta tyytyväisyydestä. Kaksi vastaajaa antoi yleisarvosanaksi seitsemän ja ainoastaan yksi ilmoitti arvosanaksi kuusi. Yksi vastaaja oli jättänyt vastaamatta tähän kohtaan.



Kuvio 18. Yleisarvosana tilitoimistolle.

Kysymyksessä numero 14 tiedusteltiin vastaajilta sitä, kokevatko he tarpeelliseksi sen, että tilitoimiston henkilökunta tulkitseisi kirjanpidon raportteja heille enemmän. Näin ollen he saisivat tarkempaa tietoa yrityksensä talouden tilasta, mikäli eivät koe osavansa tulkita tilitoimiston heille toimittavia valmiita raportteja. Tulokset jakautuivat hyvin tasaisesti annettujen vastausvaihtoehtojen kesken. 38,6 % vastaajista ilmoitti, etteivät toivo tilitoimiston henkilökunnan tulkitsevan raportteja heille enemmän (kuvio 19). Lähes yhtä suuri määrä kyselyyn osallistuneista (32,4 %) kertoi toivovansa lisää tulkintaa. 28,3 % vastaajista ei osannut sanoa, tarvitsevatko he raporttien tulkinna. Vain yksi kyselyyn osallistuneista oli jättänyt vastaamatta tähän kysymykseen.



Kuvio 19. Raporttien lisätulkinnan tarve.

Kyselylomakkeen kohdassa 15 vastaajat saivat antaa vapaata palautetta tilitoimiston toiminnasta, muista tilitoimistoon liittyvistä asioista ja henkilökunnasta. Erillistä ohjeistusta vapaan palautteen sisällöstä ei annettu, vaan kyselyyn osallistujat saivat kirjoittaa palautetta oman harkintansa mukaan. Kommentteja, toivomuksia ja palautteita saatiin melko paljon, ja ne olivat pääosin sisällöltään sellaisia kuin etukäteen osasin odottaa. Vapaa palaute –kohtaan oli vastannut yhteensä 42 tutkimukseen osallistunutta vastaajaa, mikä tarkoittaa sitä, että 29 % vastaajista antoi vapaata palautetta strukturoituihin kysymyksiin vastaamisen lisäksi. Vapaita palautteita vastaanotettiin myös hieman enemmän kuin kehitysehdotuksia, joita käsitellään tuonnempana. Vapaa palaute -osio kyselylomakkeesta oli kehitysehdotuksien ohella erityisen tärkeä tutkimuksen kannalta, sillä siinä vastaajat saivat tuoda esiin ajatuksiaan ja toiveitaan tilitoimiston henkilökunnan tietoisuuteen.

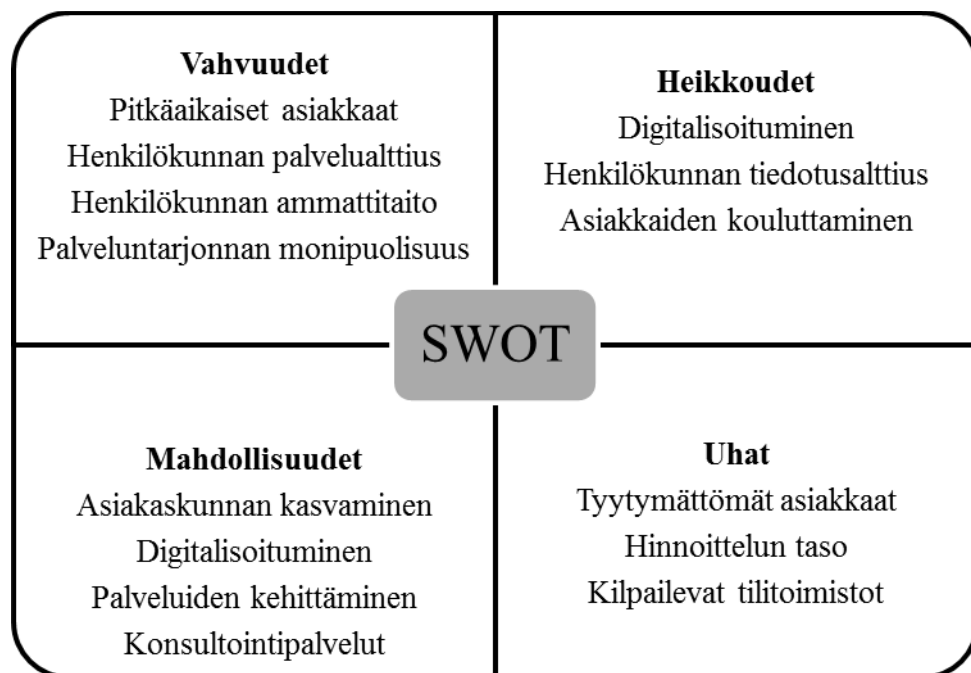
Valtaosa saaduista vapaista palautteista oli kiitosviestejä tilitoimiston henkilökunnalle, joissa annettiin positiivista palautetta lähinnä nopeasta, ystävällisestä ja selkokieleisestä palvelusta. Osalla viesteistä haluttiin kiittää esimerkiksi tiettyjä kirjanpitäjää tai henkilökuntaan kuuluvaa henkilöä. Osaa henkilökunnasta kiitettiin useammassakin kirjoituksessa, mikä kertoo erittäin korkeasta tyytyväisyydestä tilitoimiston henkilökuntaan. Vapaiden palautteiden joukossa oli myös vastaajien henkilökohtaisia toiveita, joita haluttiin esittää henkilökunnalle. Esimerkkinä tällaisesta toiveesta on tiedottaminen palvelun hinnoittelusta etukäteen, joka tuli esiin kahdessa palautteessa. Lisäksi vastaanotettiin

muutama kommentti hinnoittelusta ja toiveita asiakaspysäköintimahdollisuuksista tilitoimiston läheisyydessä olevalla parkkipaikalla. Vapaat palautteet olivat kokonaisuudessaan positiivissävytteisiä lähes kaikilta osin. Kaikki kyselylomakkeiden yhteydessä saadut vapaat palautteet ovat luettavissa liitteistä siinä muodossa kuin ne lomakkeeseen oli kirjoitettu.

Kyselylomakkeen viimeisessä kohdassa vastaajat saivat kertoa kehitysehdotuksia tilitoimiston toiminnan ja palveluiden parantamiseksi. Myöskään tähän kohtaan ei annettu erillistä ohjeistusta, vaan kyselyyn osallistuja saivat välittää lomakkeen kautta tilitoimistolle kaikenlaisia kehitysehdotuksia. Kehitysehdotuksia vastaanotettiin määrällisesti vähemmän kuin olisin toivonut, mutta vastaanotetut ehdotukset toiminnan parantamiseksi olivat sisällöltään pääosin erittäin hyviä ja varteenotettavia. Kyselyyn osallistuneista ainoastaan 27 vastaajaa oli antanut kehitysehdotuksia tai kommentin kyselylomakkeen kehitysehdotus –kohtaan, mikä tarkoittaa sitä, että strukturoituihin kysymyksiin vastaamisen lisäksi 16,6 % vastasi myös tähän kohtaan. Koska toisena tutkimusongelman alakysymyksestä on se, kuinka toimintaa voitaisiin kehittää, ovat tämän kohdan vastaukset erittäin tärkeitä tutkimuksen kannalta.

Kehitysehdotukset pitivät sisällään monenlaisia asioita, ja niiden sisällöt vaihtelivat paljon toisiinsa nähden. Eniten kirjoituksissa toistuivat ehdotukset tilitoimiston nopeammasta digitalisoitumisesta, sillä vastaajat kokivat paperien lähettämisen ja toimittamisen tilitoimistolle työlääksi. Useampi vastaaja kirjoitti, että toivoo paperisten dokumenttien käsittelemisen muuttuvan kokonaan sähköisiksi mahdollisimman nopeassa aikataulussa. Seuraavaksi eniten toivottiin tilitoimiston antavan asiakasyrityksilleen neuvoja ja ideoita liittyen esimerkiksi kirjanpitoon ja verotukseen liittyvissä asioissa. Moni vastaaja koki saavansa ainoastaan suorittavaa tilitoimistopalvelua, ja vaikka siihen oltiinkin tyytyväisiä, aloitteellisuutta neuvonta –ja tulkinta-asioissa toivottiin nykyisempää enemmän tilitoimiston suunnalta. Yhteydenpitoon toivottiin kirjanpitäjiltä konsultoivampaa otetta, mutta ehdotuksissa käy ilmi, että sopimukseen kuulumattomien palveluiden hinnoista halutaan tiedote etukäteen. Myös henkilökohtaisia tapaamisia ja jopa koulutusilaisuuksia kirjanpitäjien kanssa esimerkiksi verosuunnittelusta toivottiin. Lisäksi kehitysehdotuksien joukossa oli yksittäisiä ehdotuksia, joissa kerrottiin, että tulevaisuudessa kaikkiin sähköposteihin toivotaan tilitoimiston taholta kuittausta vastaukseksi, jotta viestin lähettäjä varmistuu lähettämänsä sähköpostin perilletulosta.

Nelikenttäänalyysillä eli SWOT –analyysillä haluan tuoda esiin asiakastyytyväisyystutkimuksessa saatujen tulosten vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia (kuvio 20). Vahvuuksilla ja heikkouksilla kuvataan MK-Tili Oy:n sisäisiä tekijöitä, ja mahdollisuuksilla ja uhilla tilitoimiston asiakastyytyväisyyden tasoon vaikuttavia ulkoisia tekijöitä. Tulosten perusteella voidaan todeta, että pitkäaikaiset, uskolliset asiakassuhteet ovat tilitoimiston vahvuuksia. Myös henkilökunnan palvelualltius ja ammattitaito ovat vahvuuksia, jotka tulivat esiin tutkimuksessa sekä strukturoitujen kysymysten tuloksissa että vapaissa palautteissa. Lisäksi MK-Tili Oy:n palveluntarjonta on erittäin laaja ja monipuolinen, ja tämä koettiin suureksi vahvuudeksi. Heikkouksiksi nousivat taloushallintoalan ja kirjanpidon digitalisoituminen, jonka toivottiin lisääntyvän mahdollisimman nopeasti ja muuttuvan lopulta täysin sähköiseksi. Myös henkilökunnan tiedotusalltius koettiin joidenkin vastaajien mielestä liian vähäiseksi, vapaissa palautteissa henkilökunnan toivottiin olevan oma-aloitteisesti yhteydessä asiakkaisiin ja tiedottavan ja neuvovan asioissa. Heikkoutena esille tuli myös asiakkaiden koulutustilaisuuksien järjestämisen puute.



Kuvio 20. Nelikenttäänalyysi tutkimustuloksista.

Tuloksissa kävi ilmi monta asiaa, jotka voidaan nähdä tulevaisuuden mahdollisuuksina MK-Tili Oy:n toiminnalle. Asiakaskunnan kasvaminen uusien potentiaalisten asiakasyrityksien myötä on mahdollisuus, josta kertoo esimerkiksi nykyisten asiakkaiden

halukkuus suositella tilitoimiston palveluita muille ja tilitoimiston hyvä maine. Digitalisoituminen voidaan nähdä heikkouden ohella myös mahdollisuutena, sillä MK-Tili Oy voisi saada entistä tyytyväisempiä asiakkaita tulevaisuudessa panostamalla digitalisointumiseen. Myös kaikenlainen muu palveluiden kehittäminen sekä neuvonnan ja konsultoinnin lisääminen ovat mahdollisuuksia, joita asiakkaat toivoivat vastaanottavansa enemmän. Uhkina MK-Tili Oy:lle ovat tyytymättömät asiakkaat, joita kuitenkin tutkimustuloksien mukaan oli erittäin pieni osa kaikista asiakkaista. Tämäkin pieni osa on kuitenkin hyvä ottaa huomioon ja kyetä parantamaan heidän tyytyväisyyttään. Yleistä tyytymättömyyttä tulisi tulevaisuudessa pyrkiä vähentämään entisestään panostamalla niihin seikkoihin, joissa havaittiin puutteita. Myös hinnoittelun taso on tilitoimistolle uhka tutkimustulosten mukaan, sillä siitä huomautettiin sekä kehitysehdotuksissa ja vapaissa palautteissa että strukturoitujen kysymysten hinnoitteluosiossa. Lisäksi koveneva kilpailu taloushallinnon alalla ja muut alueen kilpailevat tilitoimistot voidaan kokea uhkina MK-Tili Oy:lle.

## 8 LOPPUPÄÄTELMÄT

Hämeenlinnan MK-Tili Oy sai tämän asiakastyytyväisyystutkimuksen myötä tietoa omien palveluidensa toimivuudesta sekä yleisen asiakastyytyväisyyden nykyisestä tilanteesta. Koska vastaavaa tutkimusta ei ollut aiemmin toteutettu tässä yrityksessä, saatiin kyselystä arvokasta tietoa toiminnan kehittämiseksi. Tutkimus osoitti myös sen, että kokonaisuudessaan MK-Tili Oy:n asiakkaat ovat hyvin tyytyväisiä tilitoimiston palveluihin ja henkilökuntaan. Joitain kehittämiskohteita tuli kuitenkin esiin, ja ne huomioon ottamalla asiakastyytyväisyyden tasoa saadaan parannettua tulevaisuudessa entisestään. Toiminnan parantamisella asiakkaiden ehdotukset huomioon ottaen saadaan lisäksi luji-tettua asiakassuhteita tilitoimiston ja asiakasyritysten välillä, mikä osaltaan voi edesaut-taa asiakassuhteiden jatkuvuutta tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön teoriaosuuden on tarkoitus tukea tutkimusosuutta ja toimia runkona työ-lle. Halusin käydä teoriaosuudessa läpi yritysten taloushallintoa yleisesti, tilitoimistojen asiakkailleen tarjoamia palveluita sekä asiakastyytyväisyyttä, koska koin näiden asioi-den esille tuomisen tukevan tutkimusosuutta ja antavan pohjan tutkimusosuuden luomi-selle. Lisäksi nämä sopivat tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä käsittelevään opinnäyte-työhön teoreettisen viitekehyksen sisällöksi sekin puolesta, että ne sisälsivät asiat, joita vastaajat kyselyssä tulivat arvostelemaan. Koen onnistuneeni kokoamaan tämän työn teoriaosuudesta ehyen kokonaisuuden, joka täyttää tarkoituksensa tässä opinnäytetyös-sä. Tutkimuksen vastaajaprosentti oli 65, mitä voidaan pitää erittäin hyvänä pohjautuen teoriaosuuteen, jonka mukaan asiakastyytyväisyystutkimuksessa vastausprosentiksi tuli-si saada vähintään 50 %.

Mielestäni tutkimus oli onnistunut, sillä kyselyllä saavutettiin ne vastaukset, joita osat-tiin jo etukäteen odottaa. Tyytyväisimpiä oltiin henkilöstön palveluallttiuteen, ammatti-taitoon ja luotettavuuteen. Myös henkilökunnan ystävällisyys oli arvosteltu pääosin erinomaiseksi, ja yleisarvosanaksi vastaajat antoivat kouluarvosana-asteikolla lähes pel-kästään kiitettäviä arvosanoja. Jopa yli 90 % kyselyyn osallistuneista koki voivansa suositella MK-Tili Oy:tä muille. Vastaajat toivat esiin lisäksi monenlaisia kehitysehdo-tuksia, joista eniten toivottiin nopeampaa digitalisoitumista, konsultoivampaa otetta asiakassuhteeseen sekä koulutustilaisuuksia tilitoimiston tiloissa asiakasyrityksille. Kaikki vastaukset eivät jakautuneet vastaajien kesken samalla tavalla: hajontaa ilmeni

esimerkiksi asiakkaiden tarpeessa saada lisätulkintaa kirjanpidon raporteista tilitoimiston henkilökunnalta. Myös palveluiden hinnoittelu jakoi jonkin verran mielipiteitä. Mielestäni tällaiset kysymykset, joissa palaute on ollut yleistä tasoa heikompaa tai jakanut keskimääräistä voimakkaammin mielipiteitä, tulisi ottaa erityiseen tarkkailuun ja pyrkiä saamaan tyytyväisyyttä lisättyä näiden osalta.

Myös tutkimusongelmaan tämä opinnäytetyö antaa mielestäni selkeät ja konkreettiset vastaukset. Päättökäytännönä oli selvittää se, kuinka tyytyväisiä MK-Tili Oy:n asiakkaat ovat tilitoimiston palveluihin. Tutkimusosuudesta selvisi tyytyväisyyden taso yksiselitteisesti sekä strukturoitujen kysymysten vastausten perusteella että kehitysehdotusten ja vapaiden palautteiden muodossa. Alakysymyksinä tutkimusongelmaan olivat lisäksi selvittäminen, millainen asiakaskunta tilitoimistolla on ja kuinka asiakastyytyväisyyttä voitaisiin parantaa. Myös näihin saatiin vastaus. Yhteenvetona asiakaskunnasta voidaan sanoa, että tyypillinen asiakasyritys on 1-9 henkilöä työllistävä osakeyhtiö, joka on ollut asiakkaana alle yhdeksän vuotta. Kehitysehdotusten mukana saatiin runsaasti ja monipuolisesti tietoa siitä, kuinka toimintaa voitaisiin kehittää.

Jatkotutkimusten osalta voidaan todeta, että uusi kysely asiakastyytyväisyyden tasosta olisi ehkä hyvä toteuttaa tulevaisuudessa esimerkiksi kahden vuoden kuluttua, jotta saadaan selville, onko tyytyväisyys tilitoimistoon parantunut, huonontunut vai pysynyt samalla tasolla. Tällä tavoin tilitoimiston toimintaa saadaan tehostettua ja tyytyväisyyttä asiakkaiden keskuudessa lisättyä. Tyytyväisyyttä parantaessa tulee ottaa huomioon, että myös yrityksen sisäiset asiat vaikuttavat osaltaan asiakastyytyväisyyteen, joten myös henkilöstötyytyväisyystutkimus saattaisi olla sellainen asia, jonka toteuttaminen tulevaisuudessa olisi hyödyllinen yritykselle itselleen ja antaisi tärkeää tietoa tilitoimiston johdolle.

Mielestäni tämän opinnäytetyön tekemisessä haastavinta oli sopivan teorian löytäminen ja sen muodostaminen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Haastetta teoriaosuuteen toi erityisesti se, että tilitoimistojen toimintaa koskevia tietoja oli saatavilla melko vähän ja niiden hankkiminen vei paljon aikaa. Tämän vuoksi teoriaosuus koostuu suurilta osin tilitoimistojen palveluiden esittelystä ja asiakastyytyväisyydestä. Opinnäytetyöstä tuli pitkälti sellainen, kuin olin sen ajatellut olevan aloittaessani teorian tutkimista. Kokonaisuudessaan onnistuin mielestäni tässä työssä hyvin ja ennako-odotusteni mukaisesti.

## LÄHTEET

- Aalto, L., Peltomäki, S., Westermark, I. 2007. Tehokkaasti toimistossa. Helsinki: WSOY.
- Anttila, A-H., Melin, H., Räsänen, P. 2005. Tutkimus menetelmien pyörteissä. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas –kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen.
- Asiakastyytyväisyys. 2009. Kulmat. Luettu 26.10.2013. <http://www.kulmat.fi/laadunkehittaminen/tyokaluja/asiakastyytyvaisyys>
- Asiakkaiden konsultointi. 2008. Tilitoimistomarkkinointi. Luettu 5.11.2013. <http://www.tilitoimistomarkkinointi.com/konsultointi.html>
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing.
- Granlund, M., Malmi, T. 2004. Tietotekniikan mahdollisuudet taloushallinnon kehittämisessä. Helsinki: WSOY.
- Järvenpää, M., Länsiluoto, A., Partanen, V., Pellinen, J. 2010. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. Helsinki: WSOYpro.
- Hill, N., Brierley, J. & MacDougall, R. How to measure customer satisfaction. England: Gower Publishing.
- Hyvän kirjanpitotavan periaatteet. 2010. Valtiokonttori. Luettu 10.11.2013. <http://www.valtiokonttori.fi/kasikirja/Public/default.aspx?nodeid=23970>
- Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä.
- Kinnunen, J., Laitinen, E., Laitinen, T., Leppiniemi, J., Puttonen, V. 2006. Helsinki: KY-Palvelu Oy.
- Koivumäki, J., Lindfors, H. 2012. Pk-yrityksen taloushallinto. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Kirjanpito on kivaa. 2013. Tilisanomat. Luettu 20.11.2013. <http://www.tilisanomat.fi/content/kirjanpito-kivaa>
- Kosonen, K., Pekkanen, L. Toimiston työt. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Lahti, S., Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa –sähköiset talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOYpro.
- Menetelmätietovaranto. 2010. KvanttiMOTV. Luettu 24.1.2014. Saatavissa <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>



- Mäkinen, L., Vuorio, B. 2002. Taloushallinnon nettivallankumous. Helsinki: Kauppa-kaari.
- Myyntireskontra. 2012. Suomen talousverkko. Luettu 20.11.2013. <http://www.talousverkko.fi/tilitoimistopalvelut/myyntireskontra/>
- Ostoreskontra. 2012. Suomen talousverkko. Luettu 20.11.2013. <http://www.talousverkko.fi/tilitoimistopalvelut/ostoreskontra/>
- Pahkinen, E. 2012. Kyselytutkimusten otantamenetelmät ja aineistoanalyysi. Jyväskylä: JULPU, Jyväskylä University Library Publishing Unit.
- Rissanen, T. 2005. Hyvällä palvelulla kannattavuutta ja kilpailukykyä. Jyväskylä: Pohjantähti.
- Rope, T. 1999. 100 keinoa tehdä markkinoinnilla tulosta. Helsinki: WSOY.
- Rope, T. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. WEILIN+GÖÖS.
- Suomen Riskienhallintayhdistys. 2012. Nelikenttäanalyysi –SWOT. Luettu 15.2.2014. <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>
- Taanila, A., Professori, Oulun Yliopisto. 2007. Laadullisen aineiston analyysi. Luettu 15.2.2014. [http://kelo.oulu.fi/jatkokoulutus/AT\\_Laadullisen\\_aineiston\\_analyysi\\_170407.pdf](http://kelo.oulu.fi/jatkokoulutus/AT_Laadullisen_aineiston_analyysi_170407.pdf)
- Tilitoimistojen konsultointipalvelut. 2005. Tilisanomat. Luettu 25.11.2013. <http://www.tilisanomat.fi/node/800>
- Tilitoimistojen laajentunut palveluntarjooma. 2012. Tietoakseli. Luettu 26.11.2013. <http://www.slideshare.net/harkane/tilitoimiston-laajentunut-palveluntarjooma160410>
- Tilitoimistopalveluiden hinnoittelu. 2012. Taloushallintoliitto. Luettu 15.10.2013. [http://www.talouhallintoliitto.fi/tilitoimistot/sopimus\\_kirjallisena/tilitoimistopalveluiden\\_hinnoitt/](http://www.talouhallintoliitto.fi/tilitoimistot/sopimus_kirjallisena/tilitoimistopalveluiden_hinnoitt/)
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vukmir, R. 2006. Customer satisfaction. International Journal of Health Care Quality Assurance 19(1), 8 – 31. <http://www.emeraldinsight.com.elib.tamk.fi/journals.htm?issn=0952-6862&volume=19&issue=1&articleid=1541773&show=html>
- Ylikoski, T. 1997. Unohtuiko asiakas? –Perustietoa palvelujen markkinoinnista. Helsinki: KY-Palvelu Oy.

## LIITTEET

### Liite 1. Saatekirje ja kyselylomake

Hyvä asiakkaamme!

Haluamme tutkia asiakasyrityksiemme tyytyväisyyttä tilitoimistomme palveluihin asiakastytyväisyystutkimuksella.

Tämän sähköpostiviestin lopussa on linkkinä lomake, johon vastaamalla voitte kehittää tilitoimistomme toimintaa ja antaa muuta palautetta. Lomakkeen täyttäminen vie Teiltä aikaa vain noin **5-7 minuuttia**, ja vastausaika on 30.9-14.10.2013.

Vastauksenne on meille tärkeä ja auttaa meitä kehittämään palveluitamme ja toimintaamme tulevaisuudessa. Tutkimuslomake on mahdollisesti lähetetty myös muille samassa yrityksissä oleville yrittäjille tai työntekijöille jotka ovat yhteydessä toimistoomme, ja toivomme kaikkien tämän viestin saajien vastaavan.

Saamamme vastaukset luetaan ja käsitellään täysin luottamuksellisesti, eikä henkilötietojanne yhdistetä vastauksiinne tutkimusta laadittaessa. Tutkimus toteutetaan Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijan Taija Kuismasen opinnäytetyönä. Mikäli teillä on kysyttävää liittyen asiakastytyväisyystutkimukseen vastaamiseen, ottaa yhteyttä Taija Kuismaseen, yhteystiedot alla.

Kiitos vastauksista jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin

**Hämeenlinnan MK-Tili Oy**

Maarit Kuusela  
puh. 040 503 6544

Taija Kuismanen  
puh. 040 843 0374  
s-posti: [taija.pelkonen@biz.tamk.fi](mailto:taija.pelkonen@biz.tamk.fi)

Linkki vastauslomakkeeseen:

<https://lomake.tamk.fi/v3/lomakkeet/15181/lomake.html>

## Hämeenlinnan MK-Tili Oy:n asiakastyytyväisyyskysely

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 11.9.2013 19.00 ja päättyy 14.10.2013 23.59

Valitkaa sopivin vaihtoehto joko alasetoalokosta tai klikkaamalla ruutua vaihtoehdon edessä. Vastausaika on 29.9.-14.10.2013.

### 1. Yrityksenne yhtiömuoto

Valitkaa yhtiömuotonne alasetoalokosta

Valitse...

### 2. Yrityksenne henkilökunnan määrä

Valitkaa alasetoalokosta yrityksenne henkilökunnan määrä

Valitse...

### 3. Kuinka kauan olette olleet MK-Tili Oy:n asiakkaana?

Valitkaa alasetoalokosta asiakkuusaikanne

Valitse...

### 4. Kuinka paljon on yrityksenne liikevaihto vuosittain?

Valitkaa alasetoalokosta yrityksenne vuosiliikevaihdon määrä

Valitse...

### 5. Miten otatte useimmiten yhteyttä tiloimistoomme?

Voitte halutessanne valita useamman kuin yhden vaihtoehdon

- Puhelimitse
- Sähköpostitse
- Käyn henkilökohtaisesti paikanpäällä
- Faxilla

### 6. Miten arvioisitte seuraavia MK-Tili Oy:n henkilöstöön, palveluun ja toimistoon liittyviä asioita?

Voitte valita vain yhden vaihtoehdon riviä kohden

	Heikko	Tyydyttävä	Hyvä	Kiitettävä
Henkilökunnan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ystävällisyys	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan taitavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Henkilökunnan auttamisalttius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan luottavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan palvelunopeus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan tiedotusalltius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitoimiston sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitoimiston viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 7. Vastaako nykyinen palveluntarjontamme odotuksianne ja toiveitanne?

Valitkaa alasvetolaatikossa sopiva vaihtoehto

Valitse...

### 8. Ovatko tilitoimistomme nykyiset aukioloajat (8-16) mielestänne sopivat?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopiva vaihtoehto

Valitse...

Mikäli vastasitte **Kyllä ovat**, siirtykää **suoraan kohtaan 10**.

Mikäli vastasitte **Eivät ole**, siirtykää **kohtaan 9**.

### 9. Miten muuttaisitte aukioloaikojamme?

## 10. Mitä tilitoimistopalveluitamme käytätte tällä hetkellä?

Voitte valita useita vaihtoehtoja

- 
- Kirjanpito
- Palkanlaskenta
- Maksuliikennepalvelut
- Laskutus
- Verkkolaskujen kierrätys
- Suunnittelupalvelut
- Verotukseen liittyvät palvelut
- Analysointi- ja neuvontapalvelut

## 11. Ovatko MK-Tili Oy:n hinnat mielestänne sopivat?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopivat vaihtoehdot

Valitse...

## 12. Onko MK-Tili Oy:n hinta-laatusuhde mielestänne sopiva?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopiva vaihtoehto

Valitse...

## 13. Voiko MK-Tili Oy:n palveluita suositella mielestänne muille?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopiva vaihtoehto

Valitse...

## 14. Minkä kouluarvosanan antaisitte yleisarvosanaksi MK-Tili Oy:lle?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopiva vaihtoehto

Valitse...

## 15. Toivoisitko, että tilitoimistomme henkilökunta tulkitsisi kirjanpidon raportteja enemmän?

Valitkaa alasvetolaatikosta sopiva vaihtoehto

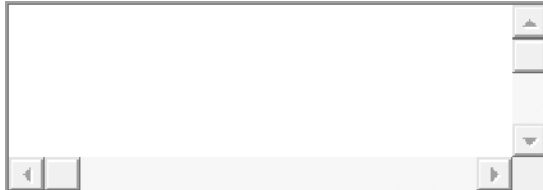
Valitse...

## 16. Kehitysehdotuksia MK-Tili Oy:lle

Tässä voitte antaa kehitysehdotuksia MK-Tili Oy:lle

## 17. Muita terveisiä MK-Tili Oy:lle

Tässä voitte antaa vapaata palautetta ja muita terveisiä MK-Tili Oy:lle



**Kiitoksia vastauksistanne!**

## Liite 2. Vapaat palautteet ja kehitysehdotukset

### Vapaat palautteet

”X takas”

”Loistavaa palvelua!”

”Suuret kiitokset yhteistyötä ja oikein hyvää ja lämmintä syksyä koko henkilökunnalle.”

”Olemme saaneet erinomaisen hyvää, asiantuntevaa, ystävällistä ja nopeaa palvelua.

Toiveemme on aina huomioitu”

”Palvelu on aina ollut erittäin hyvää ja nopeaa, ja selkokielellä et tyhmempikin ymmärtää”

”Hyvä palvelu ja ystävällinen henkilökunta”

”Asiointi helppoa ja nopeaa, jatkakaa samaan malliin.”

”nopeaa palvelua ja tehokasta”

”Kiitos ystävällisestä ja nopeasta palvelusta, auttamisalttiudesta ja aktiivisuudesta.”

”Hauskaa joulua”

”X:lle suuri kiitos pitkämielisyydestään usein myöhässä olevien tositteiden vuoksi.”

”Olen ollut tyytyväinen yhteistyöhömmä. Jos jokin asia on askarruttanut, niin se on selvinnyt keskustelemalla.”

”hymiö”

”Kiitos ystävällisestä ja nopeasta palvelusta!”

”Kiitoksia hyvästä yhteistyöstä!!!”

”Teillä on mahdollisuus kehittyä laadukkaaksi kirjanpito toimistoksi. Nyt keskinkertainen ja kallis eli jos taso ei nouse, niin hintojen täytyy laskea.”

”kokonaisuus tilintarkastuksineen on loistava”

”Kiitos pitkäjänteisestä ja ystävällisestä palvelusta.”

”Yhteistyö on ollut erittäin hyvää.”

”Kiitos erittäin hyvästä palvelusta. Erityiskiitokset X:lle hyvin toimivasta yhteistyöstä ja ystävällisestä palvelusta”

”Toivoisin myös että sopimukseen kuulumattomien palvelujen hinnoista kerrottaisiin etukäteen.”

”Yhteistyö on ollut hyvää ja saumatonta”

”Kiitos, palvelut pelaavat hyvin.”

”Kiitos kaikesta X:lle. Yhdistysasioissa hän on aivan täydellinen virtuoosi.”

”Hyvä suhde meillä on. Kiitos!”

”Kiitos palvelusta tähän asti.”

”Kiitos yhteistyöstä tähän asti!”

”Jatkakaa samaan malliin!”

”Kohdan 11 vastaukseen kommentti; hinnat ovat ehkä hiukan yläkäyntisiä, mutta toisaalta palvelu on monipuolista, laadukasta ja ystävällistä, että asia ei ole yksiselitteinen. On oma valintani pysyä MK - Tilin asiakkaana siitä huolimatta, että asun eri paikkakunnalla.”

”Tilinpäätöksen yhteydessä voisi olla tilaisuus, jolloin kirjanpitäjä antaa huomioitaan kehityksestä asiakkaille.”

”Kiitos yhteistyöstä ja alati ystävällisestä palvelusta.”

”hyvin menee”

”Kirjanpitäjänne X on erittäin asiantunteva ja tehokas.”

”Asiakasparkkimahdollisuus raatihuoneen sisäpihalle”

”Kiitos hienosti toimineesta yhteistyöstä X:n kanssa.”

”hyvin menee mutta menköön”

”Kiitos ensimmäisestä yhteistyövuodesta!”

”Kiitos hyvästä ja joustavasta palvelusta.”

”Pitänee varmaan joskus tulla ihan paikan päälle. Kiitos X:lle mukavasta yhteistyöstä”

”Hyvää syksyn jatkoa!”

”Silloin kun käyn siellä, niin aina ystävällistä ja tosi kiva käydä, kun asia kun asia hoi-  
tuu.. ”

”Osaavaa, avuliasta palvelua! Kiitos hyvästä yhteistyöstä.”



## Kehitysehdotukset

”Muistutus kaikille työntekijöille, että kaikkiin sähköposteihin on hyvä kuitata jotain, jotta asiakas tietää sähköpostin tulleen perille.”

”rohkeammin ehdotuksia siitä, miten olisi järkevää toimia. Enemmän ehdotuksia ja ideoita. Nyt työ on enemmän suorittavaa ja toteavaa.”

”Poistot reaaliaikaisena kaikki”

”Voisitte siirtyä digitaaliseen kirjanpitoon, ettei tarvitsisi lähetellä laskuja”

”Koulutustilaisuuksia asiakkaille tilitoimiston tiloissa esim. verotuksesta, tilinpäätöksestä, vähennysoikeudesta ym.”

”Tilitoimiston hlökunnan pitäisi useammin muistaa, etteivät asiakkaat ole taloushallinnon ammattilaisia. Tämä ilmenee mm. termistön käytössä ja sitä kautta helposti väärinkäsityksinä. Verosuunnitteluun toivoisin entistä enemmän panostusta ja asiakkaan henkilökohtaisten tarpeiden huomioimista kattavammin.”

”Olisi hyvä jos kirjanpitäjä ottaisi yhteyttä asiakkaaseen esim. puhelimitse ja sovittaisiin tapaamisesta. Käytäisiin läpi esim. verotuksellista puolta ja siihen liittyviä poistoja ennen loppuvuotta. Usein yrittäjä on niin kiireinen, ettei ehdi tutustua kirjanpitoonsa kuin päällisin puolin ja loppuvuosi tulee kirjanpidollisesti myöhään, kun pitäisi suunnitella ostoja, ettei tulisi verotuksellisia paineita. Usein tieto tulee pienenä lauseena Alv lapun kylkiäisenä loka – marraskuussa. Pitäis varmaan katsoa niitä veroja! Haetaanko niitä alas.

”Ei muuta tarvetta.”

”Myös neuvontaa Teidän suunnalta eikä vain tositteiden kirjausta.”

”Veroasioissa neuvontaa enemmän että miten olisi kannattavinta hoitaa”

”Toivoisin, että esim. vuosittain käytäisiin läpi onko sopimuksemme kirjanpitoimiston palveluista ajan tasalla ja mietittäisiin millaisista palveluista voisin hyötyä.”

”Sähköiset kuitti ym. palvelut”

”Tositteet sähköisessä muodossa, eli toivoisin paperittomuutta tulevaisuudessa. Myös tiedotus/koulutustilaisuuksien järjestäminen olisi asiakkaille hyvä.”

”Yrittäjänä kaipaisin lisää lähinnä verosuunnittelua.”

”Yhteydenpitoa sieltä Teiltä päin enemmän tilitoimistoasioissa.”

”Yrityksellemme on tarjottu palvelua, jossa ei enää käsitellä paperilaskuja. Kaikki laskut ovat skannattuna järjestelmässä, josta ne skannattuna järjestelmässä, josta ne tiliöityy eteenpäin. Miten teillä tulevaisuudessa?”

”Oma-aloitteista neuvontaa kirjanpitäjältä enemmän”

”On ilo asioida MK –Tilin kanssa. Perinteisenä tilitoimistona kaikin puolin kiitettävää toimintaa. Mitä toivoisin enemmän, olisi nopeampi digitalisoituminen ja vielä nykyistä enemmän konsultoiva palvelusisältö. Palvelukokonaisuutta kannattaa tarkastella – nykysuuntauksella Netvisorin kaltaiset automatisoijat valtaavat markkinaa.”

”Kaikki sähköiseksi, ei papereiden kuljettamista”

”Esim. Mikäli tilinpäätöksessä huomaa, että jotkut asiat yrityksessä huomattavan hintavasti hoidettu/ostettu, minusta sellaisesta voisi antaa vinkkiä”

”oman toimialani asiantuntevuus tärkeää jotta kirjanpidon raporttien tulkintaa voisi käyttää yrityksen kirjanpidon ja verotuksen kehittämiseen.”

”Se on täydellistä”

”Enemmän neuvontaa kaipaisin tilinpäätöksen ja kirjanpidon tulkintaan”

”Ei mitään muutettavaa”

”Raporttien tulkintaa voisi lisätä, miksei jopa kehitysehdotuksia kirjanpidon näkökulmasta.”

”Ei erityistä kehittymistarvetta”

”Tulkintaa enemmän ja neuvoja asioiden ja toiminnan hoitoon”

”Asiakasparkkipaikka tilitoimistossa vierailevalle.”