



TILITOIMISTON ASIAKASRAPORTOINNIN JA PALVELUN KEHITTÄMINEN

Case: Homeros Oy

Tiia Suokas

Opinnäytetyö
Marraskuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia

SUOKAS, TIIA: Tilitoimiston asiakasraportoinnin ja palvelun kehittäminen, case:
Homeros Oy

Opinnäytetyö 62 sivua, liitteet 10 s.
Marraskuu 2011

Opinnäytetyössä tavoitteena oli tilitoimisto Homeros Oy:n kuukausittaisen asiakasraportoinnin kehittäminen sekä sen myötä tilitoimiston palvelun parantaminen. Tilitoimistot tarjoavat yritykselle asiantuntijapalveluita, jolloin asiakkaiden tarpeiden kartoitus on koko palvelun kehittämisen lähtökohta. Työssä haluttiin myös selvittää tilitoimiston roolia yritysten toiminnassa. Toivovatko yritysasiakkaat tilitoimistoltaan ammattitaitoista konsultointia talouden hoidossa vai tyydyttääkö pelkkiin lakisääteisiin ilmoituksiin?

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin taloudellista raportointia ja sen merkitystä. Tässä perehdyttiin myös raportin toteutukseen, sisältöön, luettavuuteen sekä ulkoasuun. Kirjanpidon raporteista tarkasteluun otettiin tuloslaskelma ja tase. Lisäksi käytiin läpi talouden tunnuslukuja. Teoriaosuudessa tutustuttiin myös tarkemmin tilitoimiston palveluun ja etenkin palvelun lisäarvoon, asiantuntijapalveluun, asiakaskokemukseen sekä palvelun laatuun.

Osana opinnäytetyötä selvitettiin, minkälaisia tarpeita yrityksillä on tilitoimiston roolin sekä kuukausittaisen asiakasraportoinnin kohdalla. Ongelmaa päätettiin lähteä selvittämään sähköisen kyselyn avulla, joka toteutettiin määrällisenä tutkimuksena valitulle kohderyhmälle.

Kyselyn perusteella tuloslaskelma koettiin tärkeimmäksi kuukausittaiseksi raportiksi. Tutkimuksessa selvitettiin myös toiveita tuloslaskelman esittämismuotoihin. Yrityksen näkivät tilitoimiston roolin ehdottomasti talouskonsulttina, eli pelkät lakisääteiset ilmoitukset eivät enää riitä. Kyselyn ja teorian perusteella luotiin tilitoimiston kuukausittaiseen asiakasraportointiin uudistuksia.

Avainsanat: raportointi, palvelu, kehittäminen, tuloslaskelma, tase

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Business Administration
Proacademy

SUOKAS, TIIA: Monthly client reporting and service development in an accounting firm: Homeros Oy

Bachelor's thesis 62 pages, appendices 10 pages
November 2011

This thesis was commissioned by an accounting firm. The aim was to develop the process of monthly client reporting and thus improve the service. Accounting firms provide professional services to companies. In this case, a customer needs assessment is the starting point for the development of the whole service. The work also seeks to clarify the role of the accounting firm. Do entrepreneurs want professional consulting services or only to meet the statutory reporting requirements?

The theoretical part deals with financial reporting and its significance. The work also reviews the drawing up, content, readability and appearance of a financial report. The next chapter focuses specifically on the income statement and balance sheet from the points of view of structure and readability, and then goes through a range of financial indicators. The theory part also covers service, and especially value-added service, professional service, customer experience and service quality.

The thesis includes an attempt to determine the customers' needs related to the accounting firm's role and monthly reporting. An electronic survey was selected as the tool for the research. A quantitative survey of the selected target group was the approach carried out.

According to the results of the survey, the income statement was seen as the most important monthly report. The survey also studied the customers' wishes regarding the way it is presented. Entrepreneurs saw the role of the accounting firm as a financial consultant. Based on the survey results and theory, reforms have been made to the monthly client reporting processes.

Keywords: reporting, service, development, income statement, balance sheet

SISÄLTÖ

SISÄLTÖ.....	4
1 JOHDANTO	6
1.1 Opinnäytetyön tausta	6
1.2 Työn tavoite	7
1.3 Työn rajaus ja rakenne	7
2 SISÄINEN RAPORTOINTI.....	10
2.1 Raportoinnin merkitys.....	10
2.2 Raportoinnin tehtävät	11
2.3 Raportin toteutus ja ajoitus	13
2.3 Raportin sisältö ja luettavuus.....	14
2.3 Raportin ulkoasu	15
3 KIRJANPITORAPORTTIEN TULKINTAA	17
3.1 Yleistä kirjanpitoraporteista	17
3.2 Tuloslaskelma	19
3.3 Tase	21
3.4 Tunnusluvut.....	23
3.4.1 Tunnuslukujen periaatteet.....	23
3.4.2 Kannattavuuden tunnusluvut	25
3.4.3 Maksuvalmiuden tunnusluvut.....	28
3.4.4 Vakavaraisuuden tunnusluvut.....	30
4 PALVELU.....	33
4.1 Palvelun lisäarvo	33
4.2 Asiakkuus ja asiakaskokemus.....	34
4.3 Asiantuntijapalvelu	36
4.4 Palvelun laatu	37
5 CASE: Asiakasraportoinnin ja palvelun kehittäminen	40
5.1 Toimeksiantaja	40
5.2 Tutkimusmenetelmän valinta.....	41
5.3 Toteutus ja luotettavuus	42
5.4 Kerätty aineisto.....	43
6 TUTKIMUSTULOKSET	45
6.1 Keskeiset tulokset	45
6.2 Tulosten käsittely.....	46

6.3 Tutkimustulokset kuvaajina	47
6.4 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	54
7 POHDINTA	58
LÄHTEET	60
LIITTEET	63
Saatekirje	63
Kysely tilitoimiston kuukausittaisesta raportoinnista	64
Kululajikohtainen tuloslaskelma.....	67
Toimintokohtainen tuloslaskelma	69
Tase	70

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tausta

Asiantuntijapalveluita tuottavissa yrityksissä asiakkaiden tarpeiden tiedostaminen, niiden täyttäminen ja kenties ylittäminen ovat koko palvelun laadun ydin. Asiakastyytyväisyys on myös pitkäjänteisen toiminnan yksi perusedellytyksistä, sillä asiakkaathan tuovat yrityksen liikevaihdon. (Leppänen 2007, 143.) Yrittäjille taloudellinen tieto on osa yrityksen toiminnan johtamista, mutta ilman tämän tiedon ymmärtämistä se on täysin turhaa. Juuri ymmärrettävyyden takia tilitoimiston pitää pystyä tuottamaan asiakkailleen tietoa oikeassa muodossa ja on pystyttävä siten vastaamaan siten asiakasyrityksen odotuksiin.

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Tamperelainen tilitoimisto. Työn tehtävänä on selvittää, mitä yritykset odottavat tilitoimiston kuukausittaiselta asiakasraportoinnilta. Missä muodossa yritykset haluavat jatkossa saada kuukausittaisia kirjanpidonraportteja, mitä tietoa näissä pidetään oleellisena sekä mitä yritykset raportoinnissa haluavat parantaa? Tämän lisäksi kartoitetaan, mitä yritykset yleisesti haluavat tilitoimistoltaan. Toivovatko tilitoimiston tuottavan vain lakisääteiset talouspalvelut vai odotetaanko talouden ammattilaisilta enemmän asiantuntijapalveluita ja toimimista enemmänkin yrityksen taloudellisina konsultteina?

Asiantuntijapalveluissa erottuminen muista kilpailijoista ei ole helppoa, sillä vastaavanlaista palvelua samalla alueella tarjoavat varmasti muutkin tahot. Omien palveluiden kehittäminen ja eteenpäinvieminen on siten välttämätöntä, jotta palvelulla voi erottua ja se vastaa asiakkaiden kysyntää ja muuttuvia tarpeita. (Leppänen 2007, 132). Toimeksiantajalla on tällä hetkellä käsitys, että asiakkaat haluavat kuukausittaiselta asiakasraportoinnilta jotakin uutta, mutta eivät osaa tarkalleen kartoittaa, että mitä se voisi olla. Asiakkaiden tarpeiden tiedostaminen ei siis ole palvelun tarjoajallekaan helppoa, ja tämän vuoksi tutkimus aiheesta tilitoimistolle tehdään.

1.2 Työn tavoite

Työn tavoitteena on parantaa tilitoimiston palvelua asiakkaiden tarpeiden vaatimalla tavalla. Palvelu on selkeä erottumisen väline ja sen kehittäminen on aina ajankohtainen asia palveluyrityksissä. Yrityksille tehtävän kyselyn avulla tilitoimisto saa etsimiinsä kysymyksiin vastuksia, ja vastausten pohjalta kehitetään mahdollisia kehityskohteita. Kehitysehdotusten tulee kuitenkin olla myös kustannustehokkaita ja tilitoimistolle helposti toteutettavia, sillä kehitettävä raportointi on tilitoimiston lisäpalvelu, josta asiakas ei maksa erikseen.

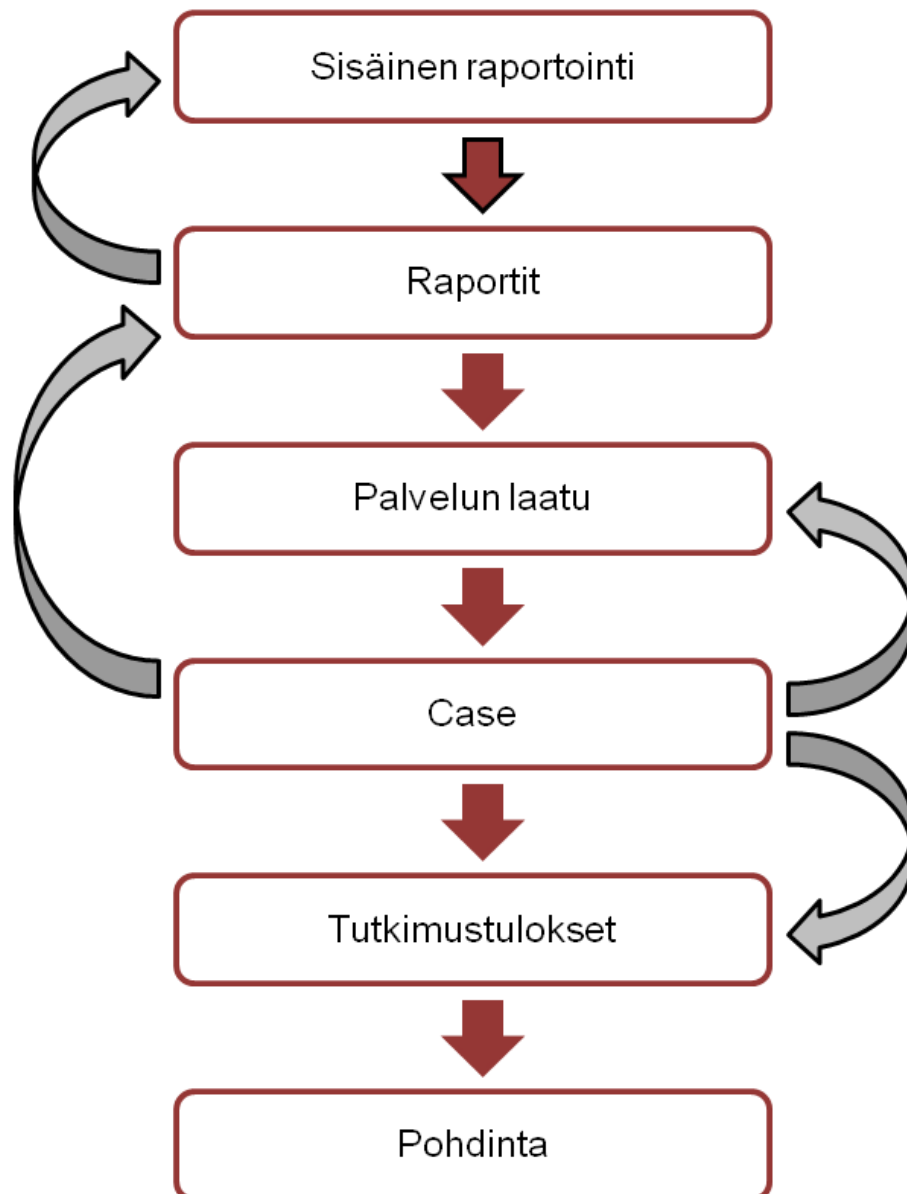
Tutkimisen kannalta palvelut ovat varsin haastava alue, koska palvelua on vaikea tutkia selkein ja konkreettisin mittauksin. Tulokset perustuvat vastaajien tuntemuksiin, kokemuksiin ja ennakkoluuloihin. Tutkimusongelmien vastausten perusteella tilitoimiston on kuitenkin mahdollista kehittää omaa palveluaan vastaamaan yhä enemmän yritysasiakkaiden tarpeita, ja näin ollen saavuttaa pitkäaikaista asiakastyytyväisyyttä.

Työn tutkimus toteutettiin tilastollisena eli kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisen kyselylomakkeen muodossa. Kysely lähetettiin Pirkanmaan alueella toimiville pk-yrityksille. Kyselyllä selvitettiin yritysten päättäjien tarpeita ja toiveita tilitoimiston kuukausittaisen asiakasraportoinnista sekä odotuksia tilitoimiston toiminnasta ja palveluista. Jokaiselle yrittäjälle tilitoimiston palvelut ovat ainakin jokseenkin tuttuja lakisääteisten ilmoitusten vuoksi, minkä vuoksi kyselyn aihepiiri on tuttu vastaajille.

1.3 Työn rajaus ja rakenne

Opinnäytetyö koostuu seitsemästä erillisestä luvusta, jotka ovat johdanto, sisäinen raportointi, kirjanpitoraportit, palvelun laatu, case, tutkimustulokset sekä yhteenveto. Johdanto on koko tutkimuksen ensimmäinen osio, jossa tutustutaan työn taustaan, tavoitteisiin sekä toimeksiantoon. Lisäksi johdannossa perehdytään tutkimusmenetelmiin ja käydään läpi työn rakenne.

Johdannon jälkeen opinnäytetyön kolme seuraavaa osuutta käsittelevät tutkimuksen teoreettista osuutta (kuvio1). Luvussa kaksi keskitytään yrityksen sisäiseen raportointiin. Teoria osuudessa perehdytään raportoinnin merkitykseen ja hyötyihin yrityksille sekä raportoinnin sisältöön, toteutukseen ja luettavuuteen. Tutkimuksen aiheena on tilitoimiston kuukausittainen asiakasraportointi, joten myös teoria rajataan koskemaan nimenomaan yrityksen lyhyemmän ajan raportointia, joka on tutkimusongelman näkökulmasta tarpeellinen.



KUVIO 1. Opinnäytetyön rakenne

Rajauksen myötä myös tutkimuksen kolmannessa luvussa perehdytään nimenomaan kirjapidon kuukausittaisista raporteista taseeseen ja tuloslaskelmaan, sekä niiden tulkintaan ja analysointiin. Kirjanpidon tuloksena syntyvät myös kirjanpitoasiakirjat; pää- ja päiväkirja sekä tase-erittely, mutta työssä ei perehdytä näiden asiakirjojen analysointiin tarkemmin, sillä ne pitävät sisällään samaa informaatioita, mutta erimuodossa, kuin tuloslaskelma ja tase. Työn kolmannessa luvussa tutustutaan lisäksi yrityksen talouden kannalta tärkeimpiin tunnuslukuihin, jotka tuotetaan tuloslaskelman ja taseen avulla. Näiden tunnuslukujen avulla voi ennustaa yrityksen talouden kehityksen suuntia.

Työn neljännessä luvussa keskitytään palveluun, sillä tilitoimisto tarjoaa asiakkailleen asiantuntijapalveluita, joiden tuotoksena raportit syntyvät. Teoriaosuudessa tutustutaan palvelun laatuun, siihen mitä edes on hyvä palvelu ja mitä asiakkaat odottavat palvelulta (kuvio1,8). Lisäksi keskitytään asiantuntijapalveluita tuottavan yrityksen palvelun tuottamaan lisäarvoon sekä asiakkaan kokemuksiin.

Luvusta viisi alkaa työn varsinainen case osio, jossa tarkastellaan varsinaisesti työn tutkimusta, tutkimusmenetelmiä ja toteutusta perusteellisemmin (kuvio1). Luvussa esitellään tarkemmin myös opinnäytetyön toimeksiantaja, kyselyn lähtökohdat ja tulokset. Luvussa kuusi perehdytään tarkemmin tutkimustuloksiin ja niiden analysointiin sekä niiden pohjalta luotaviin mahdollisiin kehitysehdotuksiin, joiden avulla palvelun laatua voi parantaa. Opinnäytetyön lopussa, luvussa seitsemän pohditaan opinnäytetyön kulkua ja tuloksia sekä käydään läpi työn yhteenveto.

2 SISÄINEN RAPORTOINTI

2.1 Raportoinnin merkitys

Sisäisen laskentatoimen tarkoituksena on tiedon suuntaaminen yritysjohdolle sekä henkilöstölle. Usein sisäisestä laskentatoimesta käytetäänkin nimitystä johdon laskentatoimi, etenkin kun halutaan korostaa sen merkitystä taloudellisen päätöksenteon avustamisessa. Johdon laskentatoimi käyttää yrityksen kirjanpidon tuottamaa tietoa hyödykseen, mikä täyttää myös ulkoiselle laskentatoimelle asetetut tarkat kriteerit. Ryhmittelynsä ansiosta tämä tieto kuitenkin palvelee myös yrityksen sisällä tapahtuvaa talouden ohjausta. (Puolamäki 2007, 58.)

Johdon laskentatoimi on tiedon kokoamista, hallitsemista sekä analysointia. Se on myös jalostetun tiedon viestimistä organisaation sisällä sitä tarvitseville kohderyhmille. Tietoa hyödynnetään laajalti koko organisaatiossa, mutta nimenomaan johdon ohjeiden mukaisesti. Tuotettu tieto voi olla joko rahamääräistä tai ei-rahamääräistä sekä se voi olla myös luonteeltaan joko historiallista tai ennustavaa ja suunnitelmallisista. Tietojärjestelmien kehittyessä johdon laskentatoimen työn painopiste on siirtynyt koko ajan enemmän tiedon keräämisestä sen analysoimiseen. (Ikäheimo, Lounasmeri & Walden 2005, 131.)

On huomioitava, että tieto ja informaatio ovat kuitenkin kaksi eri asiaa. Laskentatoimi kerää nimenomaan informaatiota yrityksen toiminnasta, mutta sen varsinaisena tehtävänä on tuottaa tietoa yrityksen päätöksentekoa varten. Informaatiota on tarjolla nykyään huomattavasti enemmän kuin sitä on mahdollista hyödyntää, jonka vuoksi tiedon muodolla on hyvin suuri merkitys, jotta oikea tieto saadaan kaivettua varmasti oikeaan käyttötarkoitukseen. Ennakointi on laskentatoimen perusta ja oleellisen tiedon saanti yritystoiminnan ohjaamiseen on tärkeää, jotta reagoiminen tarvittaessa on ylipäättään mahdollista. (Vilkkumaa 2005, 49, 52.)

Taloudellisia raportteja tehdään myös useaan eri tarkoitukseen. Erilaisia raportteja hyödyntävät yrityksissä lisäksi eri ihmiset. Operatiivinen ja strateginen johtaminen tarvitsevat käyttöönsä erilaisia raportteja, sillä niiden tähtäimet ovat myös ajallisesti eri kohdissa (kuvio 2). Tämän vuoksi yrityksellä on sekä strategiaraportointia, että operatiivista raportointia. Operatiivisella, eli lyhyemmän ajanjakson raportoinnilla, esimerkiksi kuukausiraportoinnilla, voidaan tarkastella tämän hetken tilannetta hyvin ajankohtaisesti ja siitä saadaan johtamiseen ajankohtaista tietoa yrityksen sisäisen raportoinnin avulla. Tämän tiedon pohjalta pystytään johtamaan omaa toimintaa lyhyellä aikavälillä. (Alhola & Lauslahti 2005, 174, 192.)



KUVIO 2. Yrityksen raportointi (Alhola & Lauslahti 2005, 174)

2.2 Raportoinnin tehtävät

Yrityksen taloudellinen tila kuvastaa, miten liiketoiminta on kokonaisuudessaan onnistunut. Yritysten täytyy ymmärtää ja hallita liiketoimintaansa kokonaisuutena, sen eri osatekijöiden välisiä suhteita ja liiketoimintaympäristöä, jossa yritys toimii. Taloudelliset ongelmat ovat aina hälyttäviä merkkejä, jolloin on viimeistään ryhdyttävä tarkemmin analysoimaan yrityksen tilannetta ja toimimaan sen vaatimalla tavalla. (Lindfors & Syvänperä 2010, 76.)

Taloudellisen raportoinnin tarkoituksena on siis antaa oikea kuva yrityksen eri toiminnoista ja niiden sekä taloudellisesta että toiminnallisesta tilasta. Raportoinnin avulla tarkastellaan, missä mennään nyt, mihin yritys on matkalla ja miksi näin on. Lisäksi on huomioitava kuinka sisäiset ja ulkoiset tekijät ovat vaikuttaneet ja tulevat jatkossa vaikuttamaan yrityksen toimintaan. Raportit ovat yrityksen menneisyyden tulkintaa, jonka vuoksi raporteista ei voi täysin suoraan tehdä tulevaisuuden johtopäätöksiä. Raporteista on oleellista saada tarpeeksi monipuolinen ja realistinen kuva yrityksen toiminnasta, jotta voidaan parhaan mukaan analysoida historiaa, nykyisyyttä ja tulevaisuutta jatkumona (kuvio 2,11). Erilaisten raporttien avulla siis analysoidaan yrityksen toimintaa sekä sen pohjalta reagoidaan ja ennakoidaan, jotta pystytään luomaan tulevaisuutta ajatellen oikeat ja realistiset suunnitelmat. (Alhola & Lauslahti 2005, 173.)

Raportointi parhaassa tapauksessa ei kuitenkaan ole pelkästään tiedon tuottamista, sen seuranta tai edes ennakointia. Tiedon avulla on mahdollista vaikuttaa suoraan jopa koko organisaation sekä henkilöstön toimintaan. Henkilöstön toimintaa voi parantaa motivoinnilla, ohjaamalla tekemisen oikeisiin asioihin, avoimella viestinnällä, joka kertoo yrityksen tavoitteista sekä sitomalla erilaisia ryhmiä toisiinsa. Tällöin raportointi toimii yrityksessä monipuolisena henkilöstön ja toiminnan ohjaajana. Oleellista raportoinnin onnistumisessa on, että yrityksen organisaatio on toimiva. Raportit voivat olla erinomaisesti luotuja, mutta mikäli ei ole henkilöä, joka vastaa korjaavista toimista, ei raporteilla ole toiminnallista arvoa. (Alhola & Lauslahti 2000, 317.)

Yritys saattaa joutua toimintansa aikana taloudellisiin kriiseihin, joista tavallisimpia ovat heikko kannattavuus sekä rahoitusvaikeudet. Vaikeudet saattavat joutua ennakkosuunnittelussa tapahtuneista virheistä, kuten virheinvestoinneista. Kriisitilanteissa on tärkeää tunnistaa vaikeuden syyt ja miettiä yrityksen tilanteeseen sopivat tehokkaat korjaustavat, joilla palautetaan maksuvalmius sekä kannattavuus. Menestyminen on luettavissa kirjanpidon raporteista, kuten tuloslaskelmasta ja taseesta. Informaatiota on kuitenkin osattava lukea sekä tulkita ja siten hyödyntää sitä myös päätöksenteossa. Oleellista on kuitenkin tiedostaa, että useinkaan kriisit eivät tule yllättäen, vaan niitä olisi mahdollista ennakoida. Kriisit ovat lähes poikkeuksetta myös torjuttavissa, kunhan niihin reagoidaan

ajoissa. Pienetkin korjausliikkeet ovat usein riittäviä kriisinhallinnassa. Yllättävien kriisien syynä yritystoiminnassa usein on seurannan tai budjetoinnin puutteet. (Viitala 2006, 23, 53)

Yritystoiminnassa siis pelkkä raportointi ei yksinään riitä, vaan kunnollisen seurantajärjestelmän avulla vasta pystyy kartoittamaan, miten toiminta vastaa tehtyjä suunnitelmia ja miten asetetut tavoitteet on saavutettu. Koska seuranta tapahtuu tavoiteasetannan pohjalta, tulisi seuranta tehdä samalla aikajänteellä kuin tavoitteet on luotu. Esimerkiksi kuukausibudjettia seurattaisiin siten aina kuukausitasolla. Seurantajärjestelmä perustuu usein yrityksen laskentajärjestelmän tuottamaan tietoon, joista tärkein on kirjanpito ja sen tuottamat raportit. Valvontajärjestelmä on viestiverkko, jonka tehtävänä on ilmoittaa poikkeamista mahdollisimman ajoissa ja luoda pohja korjaaville toimenpiteille. Jälkeenpäin tapahtuvan tarkkailun ohella on tärkeää suorittaa ennakoivaa valvontaa, jossa pyritään ennakoimaan tulevia tuloksia. Tällöin kesken seurantakauden on mahdollista vielä vaikuttaa seurantakauden tulokseen. (Lindfors & Syvänperä 2010, 77.)

2.3 Raportin toteutus ja ajoitus

Raportoinnin tärkeimmät periaatteet ovat tiedon oikeellisuus, oleellisuus sekä oikea-aikaisuus. Väärä tieto voi aiheuttaa yrityksen johtamisessa suuria ongelmia ja viedä toimintaa osaltaan väärään suuntaan. Tiedon tarkkuuden ei tarvitse sisäisessä ja lyhytaikaisessa raportoinnissa olla yhtä täydellistä kuin viranomaisraportoinnissa, mutta tiedon tulee kuitenkin aina olla selkeä pohja yrityksen johtamiselle. Oleellisuus tarkoittaa, että aivan kaikkea ei tarvitse tai edes pysty raportoimaan, vaan oleellinen tieto on löydettävä toiminnan tehostamiseksi. Raportoinnin säännöllisyys lisää myös suoranaisesti sen hyötyä, sillä siten niiden käytöstä tulee oleellisempi osa yrityksen toimintaa ja vasta säännöllisyyden myötä raportteja opitaan hyödyntämään yrityksissä kunnolla. (Alhola & Lauslahti 2000, 316.)

Laskentatoimen raporteilla tarkoitetaan kirjallisessa muodossa annettuja ilmoituksia yrityksen tuotoista ja kustannuksista sekä niiden määräluvuista. Raportit luodaan kuitenkin aina sen tarvisijaa varten, joten käyttäjän tarpeet sekä vastaanottokyky on otettava raportoinnin alusta alkaen huomioon. Tuotoksissa sisältö, luettavuus ja ajoitus sekä raportoinnin tiheys ovat siten keskeisiä asioita huomioida. (Jyrkkiö & Riistama 2008, 276–277.)

Silloin kun yrityksen kirjanpito on hoidettu mahdollisimman tehokkaasti esimerkiksi sähköisiä järjestelmiä hyväksi käyttäen, tieto on tarvittaessa hyvinkin nopeasti saatavissa yrityksen käyttöön (Lindfors 2010, 83). Raportoinnin ajoituksen oleellisuus perustuu siis suoraan siitä tehtäviin johtopäätöksiin. Raporttien tieto vanhenee koko ajan, sillä raportit luodaan vanhan eli jo toteutuneen tiedon pohjalta. Raporttien pitää olla nopeasti laadittavissa raportointikauden loputtua, mikäli asioihin halutaan puuttua ajoissa ja raportoinnin tieto pysyy mahdollisimman tuoreena. (Alhola & Lauslahti 2000, 325.)

Raportit voidaan jakaa periodiraportteihin sekä tilannekohtaisiin raportteihin. Periodiraportit laaditaan aina mahdollisimman samanlaisessa muodossa ja myös tietyin aikaväleihin. Niiden perustana on laskentatoimesta, eli liikekirjanpidosta saatava tieto, ja niitä käytetään yrityksen toiminnan ohjaamiseen sekä valvomiseen. Tilannekohtaisia raportteja vastaavasti laaditaan aina yrityksen tarpeen mukaan. Niitä käytetään esimerkiksi uusien ongelmien ratkaisuiden perustana. Tilanneraportit ovat käyttökelpoisia etenkin päätöksentekotilanteissa, mikäli niihin tarvitaan lisätietoja. (Jyrkkiö & Riistama 2008, 279–280.)

2.3 Raportin sisältö ja luettavuus

Raportin laatijalla on oltava käsitys siitä mihin raporttia hyödynnetään. Raportin käyttäjä on siis huomioitava myös sisällön luomisessa, jotta raportoinnista saa maksimaalisen hyödyn. Tämän vuoksi raportin sisällössä on esitettävä oleellimmat asiat ja pohdittava, mikä tieto on raportin kannalta tärkeää, sillä myös liika tieto heikentää raportin luettavuutta ja käytettävyyttä. Kuukausittaisessa talousraportoinnissa oleellisia asioita seurata ovat tulos, kannattavuus, maksu-

valmius, vakavaraisuus ja liiketoiminnan kehitys. Yrityksen tavoitteiden toteutumisista seurataan tuloksen ja taseen avulla. Näihin asioihin paneudutaan tarkemmin työn luvussa kolme. (Alhola & Lauslahti 2005, 192–193).

Myös raportoinnin numeraalisen tiedon voi esittää eurojen lisäksi esimerkiksi tunnuslukujen ja mittarien avulla, kuten kate- ja voittoprosenteilla tai kiertonopeuksilla. Nämä saattavat antaa hälytysesimerkkejä huomattavasti aiemmin kuin yksittäiset rahamäärät, koska muutoksen suunnan huomaa heti. Raportteihin olisi hyvä jättää loppuun tilaa myös sanallisille kommenteille, jotta syiden analysointi ja kommentointi dokumentoitaisiin joka kerta. Tällöin korjaustoimenpiteet voi tarkistaa tarvittaessa myöhemmin uudelleen. (Lindfors & Syvänperä 2010, 78.)

Raporttien luettavuus vaikuttaa myös niiden hyötyyn, sillä käyttäjän pitää aina pystyä tulkitsemaan tuotoksia. Yksi tärkeimmistä asioista huomioida on raportissa käytetty kieli, jonka tulee olla sellaista, mitä laskentatoimeen syvemmin perehtymätön ihminenkin ymmärtää. Vaikeaselkoiset termit on syytä korvata ymmärrettävällä kielellä. Raporttien pitää pystyä osoittamaan oleelliset asiat, joten se on huomioitava jo raportin suunnitteluvaiheessa. Taloudelliset raportit sisältävät lähes poikkeuksetta valtava määrän numeraalista tietoa. Pelkät numerot eivät välttämättä anna toiminnasta parasta mahdollista kuvaa, sillä niiden tulkitseminen ei aina ole helppoa. Tämän vuoksi tulee miettiä myös mahdollisia vaihtoehtoja raporttien ulkoasuun, jotta luettavuuden saa mahdollisimman hyväksi. (Jyrkkiö & Riistama 2008, 277–279.)

2.3 Raportin ulkoasu

Raporttien tulkitsemiseen ei välttämättä aina ole käytössä paljon aikaa, jonka vuoksi ulkoasun suunnittelu auttaa luettavuuteen ja siten nopeuttaa myös ymmärrystä. Hyvän ulkoasun avulla jo pelkällä raportin nopealla silmäilyllä saa ensimmäisen ymmärryksen siinä käsiteltävistä asioista ja yrityksen kehityksen suunnasta. Ulkoasussa otsikot erotellaan selkeästi muusta tiedosta ja mittayksiköt sekä ajanjaksot on oltava selkeästi raportissa näkyvissä. Myös mahdolliset

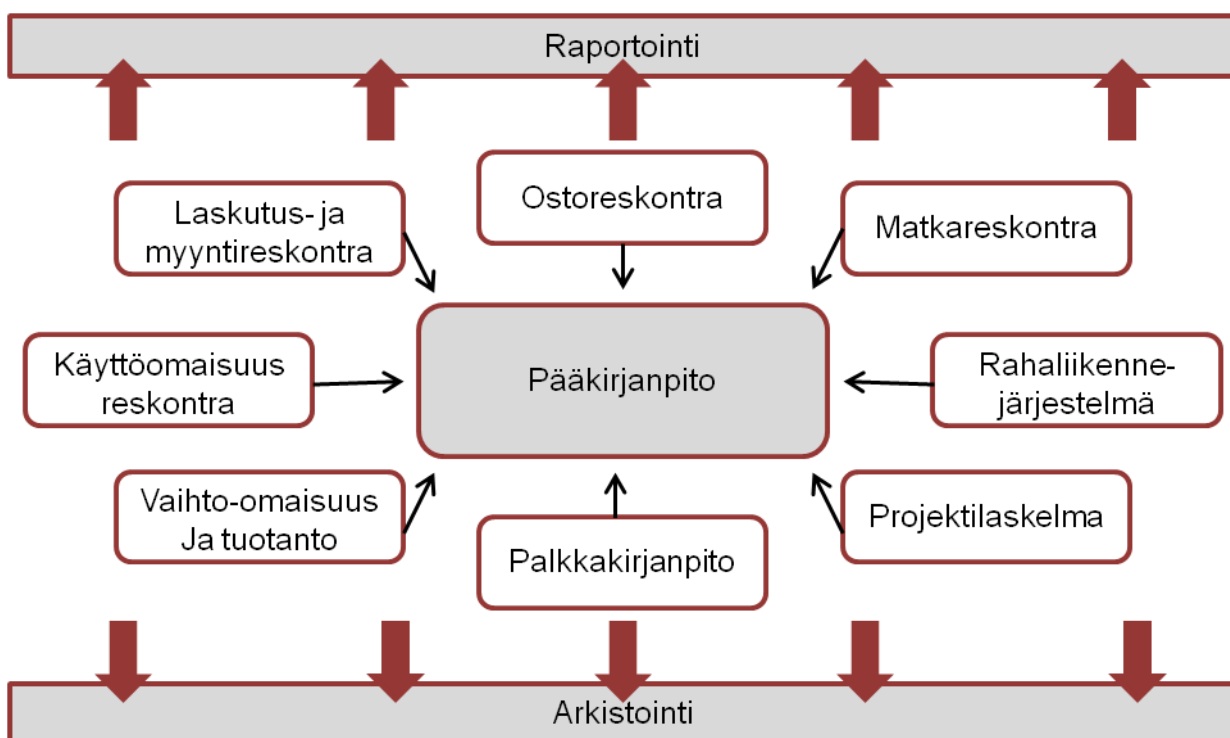
poikkeamat kumpaankin suuntaan on erotettava selkeästi, jotta ne eivät jää vahingossakaan huomaamatta. Myös raportin tekijä ja päivittämisajankohta on syytä ilmoittaa raportissa. Johdon raportoinnissa etuna raportissa on mahdollinen yhteenveto-osio, jossa käydään lyhyesti läpi tärkeimmät tunnusluvut, mittarit sekä analyysit, sillä johto ei kerkeä välttämättä perehtymään tarkasti taustalla oleviin yksityiskohtiin. (Alhola & Lauslahti 2000, 325.)

Ulkoasuksi raporttiin voi valita tekstiä, graafisia malleja, numerotaulukoita tai mittaristomuotoa. Graafisen mallin avulla on helppo visualisoida raporttien tuloksia, mutta sillä ei pystytä keskittymään kaikkiin raportin yksityiskohtiin. Tietoja voi täydentää esimerkiksi taulukoiden avulla. Mittaristot näyttävät hyvin suunnan ja tilanteen sekä niitä on helppo havainnoida. Mittaristoissa värikoodit ovat myös oleellisia, jolloin jo pelkällä silmäilyllä voi nähdä tilanteen. Värien valinnassa kannattaa huomioida myös tulostuksen vaikutus väreihin, sillä mustavalkotulostus saattaa tehdä väreistä hyvin toisiaan muistuttavia, jolloin erot on vaikea huomata. (Alhola & Lauslahti 2000, 325.)

3 KIRJANPITORAPORTTIEN TULKINTAA

3.1 Yleistä kirjanpitoraporteista

Tietojärjestelmien näkökulmasta taloushallinto on järjestelmä, joka koostuu toisiinsa liittyvistä komponenteista, jotka yhdessä saavuttavat jonkun tietyn tuloksen. Nämä komponentit sisältävät niin laitteistot, ohjelmistot, tiedon syötön, tulosteen, datan, ihmiset ja menettelytavat. Järjestelmän tulos voi olla esimerkiksi kuukauden tulosraportti. Raportointiprosessi sisältää niin raportin muodostamisen kuin sen jakamisen. Raportointiprosessi alkaa siitä, mihin muut prosessit, kuten myyntilaskuprosessi, päättyvät (kuvio 3). Taloushallinto voidaan nähdä yhtenä yrityksen tukitoimintona ja kuva kolme havainnollistaa, miten eri osaprosessit liittyvät yrityksen pääkirjanpitoon ja vaikuttavat siten kuukausittaisiin raporteihin. (Lahti & Salminen 2008, 14–16.)



KUVIO 3. Taloushallinto koostuu pääkirjanpidosta, sen esiprosesseista, raportoinnista ja arkistoinnista. (Lahti & Salminen 2008, 17)

Kirjanpito tuottaa tietoa johtamista varten ja sen tuottama tieto koostuu yrityksen tuotoista, kuluista, omaisuudesta, omista varoista ja veloista (Kirjanpidon ABC 2011). Kirjanpitoa hyödynnetään moneen asiaan, esimerkiksi sen avulla selvitetään yrityksen kannattavuus. Kirjanpitoa tarvitaan myös yrityksen tuloksen, investointien ja rahoituksen suunnitteluun sekä budjettien laatimiseen ja seurantaan. Kirjanpito palvelee sisäisen suunnittelun ja laskentatoimen tarpeita. (Viitala 2006, 29.)

Tuloslaskelma ja tase ovat raportteja, jotka johdetaan kirjanpidosta. Tuloslaskelma on luonteeltaan virtalaskelma, kun vastaavasti tase on varantolaskelma. Tuloslaskelma ja tase kietoutuvat pitkälti toisiinsa, sillä esimerkiksi tuloslaskelmassa näkyvä tilikauden voitto tai tappio vaikuttavat suoraan oman pääoman lukuihin taseessa. Tämän vuoksi näitä raportteja kannattaa aina hyödyntää yhdessä, sillä yksittäin ne saattavat antaa jopa harhaanjohtavan kuvan. (Alhola & Lauslahti 2005, 151.) Tuloslaskelman ja taseen keskeiset käsitteet ovat kirjanpitolainsäädännön määrittelemät tai ne ovat vakiintuneet käytännössä (Leppiniemi & Leppiniemi 2006, 39).

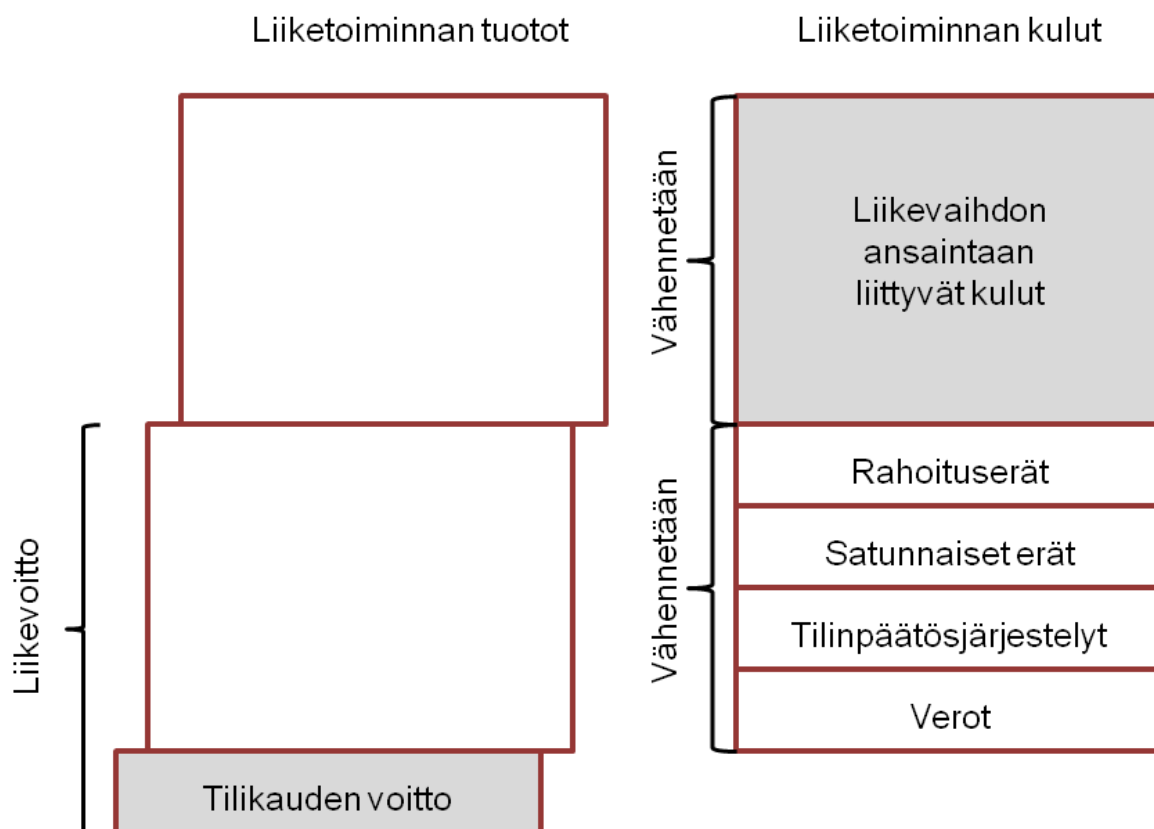
Talouden raportteja voi muokata yrityksen ja lukijan tarpeen mukaan. Esimerkiksi sisäinen tuloslaskelma ja tase voivat poiketa virallisesta laskennasta niin sisällön, rakenteen kuin jopa tuloksenkin suhteen. Taseesta voidaan esittää esimerkiksi vain ne kohdat, joihin yksikkö tai esimies voi omalla toiminnallaan vaikuttaa. Raportoinnin muodon valinnassa sisäisessä raportoinnissa oleellista on siis se, mihin eriin voidaan vaikuttaa ja mihin ei. (Alhola & Lauslahti 2005, 196.) Kansallinen lainsäädäntö antaa kaksi vaihtoehtoista virallista tuloslaskelmakaavaa. Ensimmäinen näistä on kululajikohtainen tuloslaskelma, joka on huomattavasti suositumpi kuin toimintokohtainen tuloslaskelma. Keskeinen ero näissä laskelmissa on kulujen ryhmittely (Liitteet 3 ja 4). (Karikorpi 2010, 33–36.)

Raporttien lukeminen ja tulkitseminen on osa yrityksen toiminnan analysointia. Usein halutaan arvioida yritystä kokonaisuudessaan ja tehdä johtopäätöksi esimerkiksi sen kilpailukyvyistä, velanottokyvyistä, konkurssin mahdollisuudesta tai muusta tulevaisuuteen suuntautuvasta ominaisuudesta. Analysointi on kuitenkin

suhteutettava esimerkiksi taloudelliseen tilanteeseen, toimialaan ja kilpailutilanteeseen sekä muihin yrityksiin, jotta mahdollisilta virheilta analysoinnissa vältytään. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 62.)

3.2 Tuloslaskelma

Tuloslaskelma kuvastaa yritystoiminnan kannattavuutta, mutta ei sen varsinaisia rahavirtoja. Laskelma kertoo historiatietoa siitä, miten yrityksellä on mennyt ja miten sen tulos on rakentunut (kuvio 4). Tuloslaskelma ei kerro siitä, mitä yrityksellä tulevaisuudessa on edessä. Tästä huolimatta laskelman informaatiota kuitenkin voi ja kannattaa hyödyntää myös arvioitaessa tulevaa, sillä mennyt on aina pohjana tulevalle. (Salmi 2006, 30–31.)



KUVIO 4. Tuloslaskelman rakenne (Salmi 2006, 33)

Tuloslaskelma on rakenteeltaan vähennyslaskelma (kuvio 4,19). Ylhäällä on liiketoiminnan tuotot, joista vähennetään toiminnan kuluja tietyssä järjestyksessä. Viimeisellä rivillä tuloslaskelmassa on suuri merkitys. Kun toiminnan tarkoitus on varallisuuden luominen, tuloslaskelma kertoo, miten siinä on onnistuttu. Tuloslaskelman viimeinen rivi vaikuttaa siis suoraan pääoman muutokseen, joka näkyy taseessa. (Salmi 2006, 30–31.) Tuloslaskelmaa tutkiessa on kuitenkin muistettava, ettei se kerro yrityksen kassan sisällöstä mitään, sillä tuotot sekä kulut syntyvät laskelmassa suoriteperustaisesti, eli ne kirjataan silloin kuin suorite luovutetaan tai vastaanotetaan, ei silloin kun varsinainen raha vaihtaa omistajaansa. Tämä asia kannattaa huomioida, sillä yritys elää kassavirralla, ei suoriteperusteisella myyntituotolla. (Karikorpi 2010, 24–27.)

Tuloslaskelmalle halutaan yleensä saada vertailupohjaa. Esimerkiksi kuukausittain tulostettava tuloslaskelman rinnalle usein halutaan saada edellinen vuosi, jotta lukujen vaihteluita voi selkeästi nähdä. Lukuja vertaillaan myös kyseisen tilikauden muihin lukuihin, jolloin esimerkiksi tuloksen kehityssuunnan huomaa jo silmäilemällä. (Lindfors 2010, 89.)

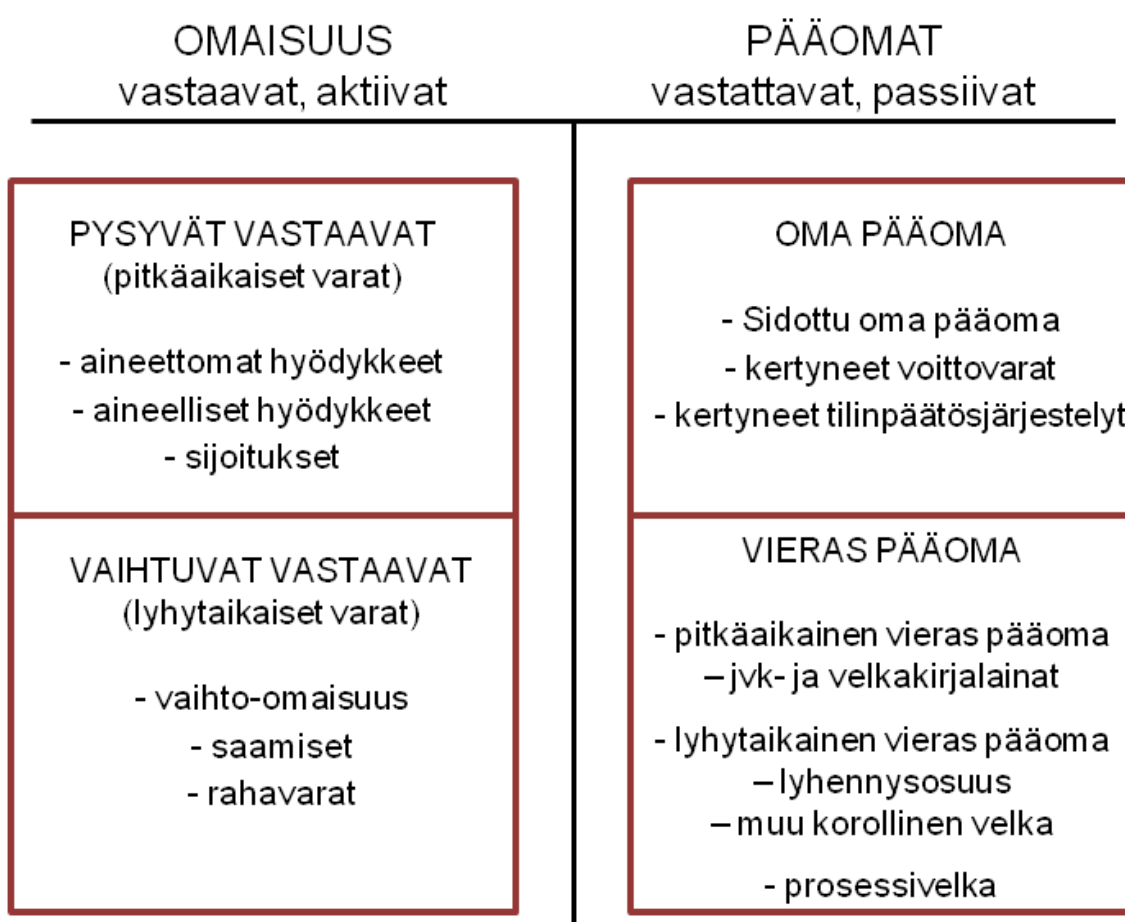
Tuloslaskelmasta kannattaa tarkastaa, tekeekö yritys voittoa. Tappiota tekevän yrityksen kannattavuus kärsii, joka on kaiken toiminnan lähtökohta. Mikäli toiminta ei ole voitollista, tarkistamalla myynnin kriittisen pisteen saa selville myynnin, jolla toiminta kääntyisi voitolliseksi. Lisäksi kustannusten tarkastelu ja niihin vaikuttaminen parantavat yrityksen tulosta. (Koski 2008, 73.)

KAAVA 1. Myynnin kriittinen piste

$$\text{Myyntin kriittinen piste} = \frac{\text{Kiinteät kulut + poistot + rahoitus erät}}{\text{Myyntikateprosentti}} * 100$$

3.3 Tase

Taseen tehtävänä on antaa selkeä kuva yrityksen taloudellisesta asemasta aina jollakin tietyllä hetkellä. Taloudellinen asema kuvaa yrityksen rahoitusrakennetta, sitä miten yritys on rahoitettu eli oman ja vieraan pääoman välistä suhdetta. Virallinen tase laaditaan kirjanpitoasetuksessa annetun kaavan mukaisesti (liite 4). (Leppiniemi & Leppiniemi 2006, 40.)



KUVIO 5, Taseen rakenne (Salmi 2006, 35)

Tase kertoo osaksi yrityksen tulevaisuuden odotuksista ja toisaalta taas sen taloushistoriasta. Taseessa perusajatus on näyttää yrityksen varat sekä omaisuus aina tietyssä järjestyksessä ja tietyillä arvoilla. Lisäksi taseessa näytetään myös tämän varallisuuden rahoituksen lähteet sekä rahoituksen määrät (kuvio 5).

”Vastaavaa” ja ”vastattavaa” termit voidaan esittää siten, että vastattavaa termi tarkoittaa niitä pääomia, joista yritys joutuu vastaamaan lainantajalle sekä omistajalle. Taseen toinen puoli, vastaavaa taas tarkoittaa sitä, että laskelmas- sa näkyvällä varallisuudella yritys vastaa pääoman asettamista velvoitteistaan. (Salmi 2006, 35.) Taseen myös täytyy mennä aina tasan, eli molempien puolien arvo on sama. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen kaikki varat ovat jollakin ta- voin myös rahoitettu. (Karikorpi 2010, 65.)

Varojen esittämisessä punaisena lankana voidaan pitää varallisuuserän muutet- tavuutta rahaksi eli likviditeettiä. Mitä ylempänä vastaavaa puolta varallisuus esitetään, sitä pidempi matka sillä on, jotta se muuntuisi yrityksen reaaliproses- sissa rahaksi. Esimerkkinä taseen vastaava puolen lopussa olevat vaihtuvat vastaavat erä on tarkoitettu kokonaan vaihdettavaksi seuraavan tilikauden aika- na. Yritys voi kirjata varallisuuserän haluamaansa tase-erään, joka on samalla tahdonilmaisu kunkin varallisuuserän käyttötarkoituksesta. (Ikäheimo ym. 2005, 65–67.)

Vastattavaa puoli vuorostaan siis ilmaisee yrityksen vastuut ja velat. Mikäli vas- taava puoli kyettäisiin muuttamaan rahaksi kirjatuilla arvoilla, osoittaa vastatta- vaa puoli sen, miten varat jaettaisiin laillisesti. Vastattavaa puolen punaisena lankana voidaan pitää takaisinsaantioikeutta eli missä järjestyksessä rahat jaet- taisiin. Mitä alempana vastattavaa puolella velkoja on, sitä parempi etuoikeus on velkojalla saada omansa takaisin. Mahdolliset poikkeukset maksujärjestyk- sessä tulee olla selkeästi selvitetty taseen liitetiedoissa. Vieras pääoma on aina sellaista velkaa, joka joudutaan maksamaan varmasti takaisin velkojalle ja mahdollisten korkojen kera. (Ikäheimo ym. 2005, 68–70.)

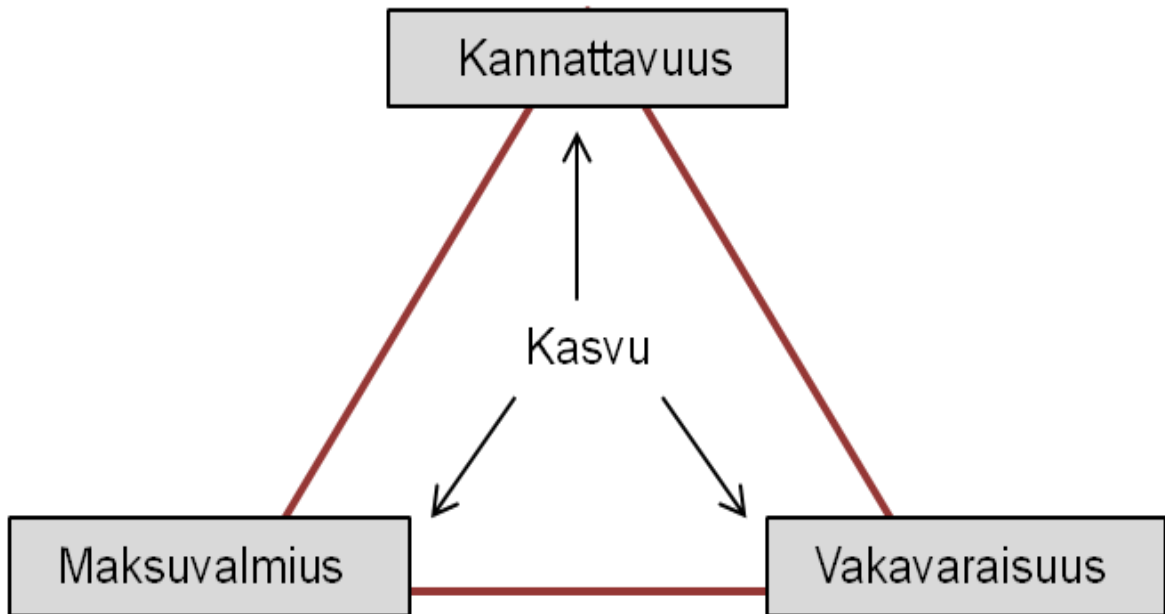
3.4 Tunnusluvut

3.4.1 Tunnuslukujen periaatteet

Tunnuslukujen avulla pystytään tulkitsemaan tuloslaskelman ja taseen lukuja syvällisemmin, sillä pelkät numerot eivät usein anna tarpeeksi selkeää informaatiota ja suunnan tulkitseminen voi olla hankalaa. Tunnuslukujen avulla voidaan laittaa yrityksen toiminta jonkinlaisiin kehyksiin. (Salmi 2006, 111–113.) Tunnuslukuja on olemassa suuri määrä ja osa niistä on luotu mittaamaan jotakin tiettyä asiaa yritystoiminnassa tai toimialassa, jonka vuoksi kaikki tunnusluvut eivät ole yleistettävissä (Alhola & Lauslahti 2005, 153–154).

Tunnusluvuilla kuvataan yrityksen taloudellisia toimintaedellytyksiä ja näitä ovat kannattavuus sekä rahoitus. Rahoitusta tarkastellaan usein kahdesta näkökulmasta, vakavaraisuutena eli soliditeettina sekä maksuvalmiutena eli likviditeettinä. (Leppiniemi & Kykkänen 2009, 162.) Tunnusluvuista tässä työssä tarkasteluun otetaan juuri näiden kolmen osa-alueen tunnuslukuja, sillä yrityksen taloudellisessa tilanteessa esiintyviä kriisin oireita pystytään näiden kolmen osa-alueen avulla havainnoimaan ja ennakoimaan. Sisäisessä laskentatoimessa kyseisiä tunnuslukuja ja niiden kehitystä voi seurata esimerkiksi kuukausitasolla kirjanpidon raportoinnin yhteydessä. Myös kriisin oireet ilmenevät yrityksen taloudellisissa toimintaedellytyksissä, jotka jaetaan näihin kolmeen osaluueeseen. (Laitinen & Laitinen 2004, 242.)

Edellä mainittuja tunnuslukuja; kannattavuutta, maksuvalmiutta sekä vakavaraisuutta havainnollistetaan yrityksen terveyskolmion avulla, joka usein kuvataan näistä kannattavuuden varaan, sillä kannattavuus on menestyvän yritystoiminnan kulmakivi etenkin pitkällä aikavälillä (kuvio 6,23). Jos yrityksen kannattavuus on heikko pitkällä tähtäimellä, ei yrityksellä ole juuri toiminnan edellytyksiä. (Laitinen & Laitinen 2004, 242.)



KUVIO 6. Tasapainoinen talous: kasvu, kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus (Alhola & Lauslahti 2005, 194)

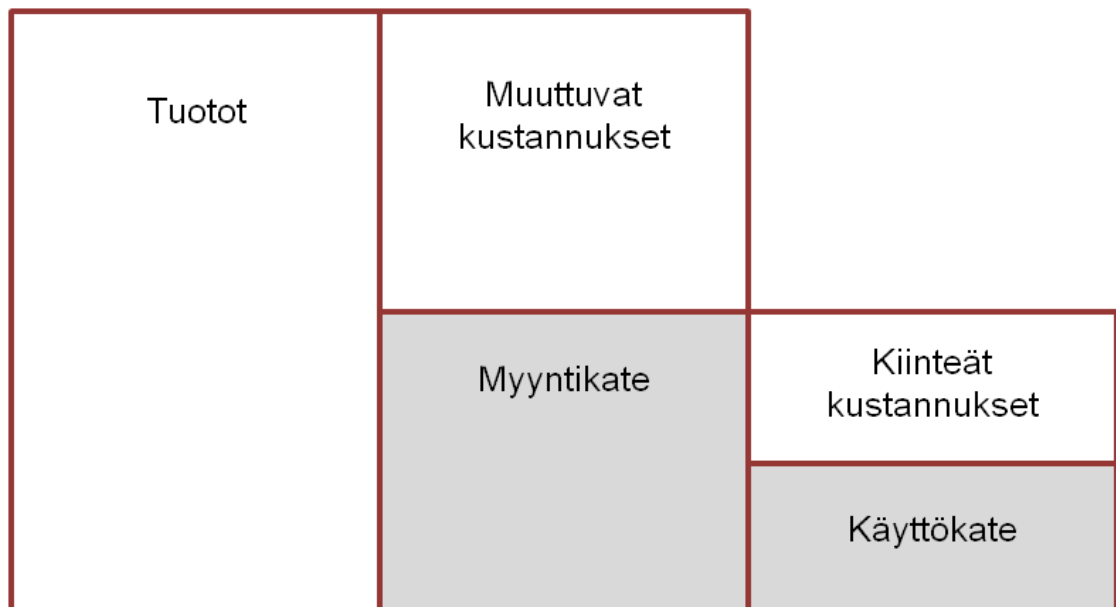
Mikäli yrityksen maksuvalmius ja vakavaraisuus eivät ole kohdillaan, hyvä kannattavuus ei kuitenkaan yksin riitä toiminnan jatkamiseen kovin kauaa. Yrityksen on selvittävä maksuistaan, joten maksuvalmiuden täytyy olla kohdillaan. Maksuvalmiuden laiminlyönti voi olla kohtalokasta yrityksen toiminnalle, jota voi ajoittain toki paikkailla lyhyillä lainoilla, mutta pidemmän päälle niihin turvautuminen ei enteile toiminnalle hyvää. Lainan saannin perusta on luonnollisesti yrityksen vakavaraisuus, joka on yksi yrityksen talouden kannalta erittäin tärkeä mittari. (Alhola & Lauslahti 2005, 154–155.)

Nämä kolme talouden osa-alueita vaikuttavat kaikki vahvasti toisiinsa. Kriisin ennustamisessa kolmion heikoimman lenkin löytäminen on yksi tärkeimpiä tehtäviä, jotta reagoiminen toiminnan parantamiseksi on mahdollista. (Laitinen & Laitinen 2004, 243.) Tunnuslukuanalyysiin tarkasteluun rinnalle kannattaa ottaa aina enemmän kuin yhden hetken tunnuslukuja, sillä tunnusluku kuvaa aina kyseisen hetken tilannetta, joka voi muuttua varsin nopeasti. Tämän vuoksi vasta vertailemalla hieman pidempää aikaväliä, voi nähdä mahdolliset yrityksen kehityksen suunnat (Koski 2008, 92.)

3.4.2 Kannattavuuden tunnusluvut

Yksi yritystoiminnan tärkeimmistä mittareita on kannattavuus, jolla usein tarkoitetaan nimenomaan yrityksen voitontuottokykyä. Heikko kannattavuus merkitsee yritystoiminnan loppua pitkällä aikavälillä, sillä kannattamaton yritys tuottaa tappiota ja syö omaa pääomaansa, joka ei kestä loputtomiin. (Laitinen & Laitinen 2004, 242–243.)

Yritystoiminnassa tarvitaan monia apuvälineitä, jotta päätöksentekijät saavat tukea päätösten tekemiseen. Katetuottolaskenta on yksi apuväline talouden ohjaukseen, siinä oleellista on kustannusten jakaminen sekä muuttuviin, että kiinteisiin (Kuvio 7) sekä tietää tuotteiden tai palveluiden myynnin määrä sekä myyntihinnat. Näiden tekijöiden vaikutusta yrityksen tulokseen voidaan siten selvittää. Myyntikatelaskennassa esimerkiksi voidaan selvittää eri toimintojen kannattavuutta eri aikaväleillä. Soveltuvuusalue on siksi varsin suuri. (Vilkkumaa 2005, 115–116, 121, Puolamäki 2007, 76.)



KUVIO 7. Myyntikateajattelu (Vilkkumaa 2005, 116, muokattu)

Myyntikate(%) kertoo, kuinka paljon yritykselle jää jokaisesta myyntieurosta muuttuvien kulujen jälkeen eli, kuinka paljon rahaa jää kattamaan kiinteitä kustannuksia ja tuottamaan tulosta. Myyntikatteeseen voi vaikuttaa hinnoittelulla ja myyntimäärillä, jonka vuoksi myyjille asetetaan usein myyntikate tavoitteet. (Karikorpi 2010, 149.)

KAAVA 2. Myyntikate(%)

$$\text{Myyntikate(\%)} = \frac{\text{Myyntikate}}{\text{Liikevaihto}} * 100$$

Käyttökate(%) kuvaa yrityksen toiminnallista tehokkuutta varsin hyvin ja kertoo, kuinka monta prosenttia jää kattamaan pääomakustannuksia sekä tuottamaan tulosta. Käyttökate muodostuu myyntikatteesta, kun siitä vähennetään kiinteät kustannukset. Käyttökateen jälkeen vasta vähennetään pääomakustannusluonteiset erät, kuten poistot ja verot. (Vilkkumaa, 2005, 124–125, 218.)

KAAVA 3. Käyttökate(%)

$$\text{Käyttökate(\%)} = \frac{\text{Käyttökate}}{\text{Liikevaihto}} * 100$$

Yrityksen kannattavuutta mitataan usein kahdella erityyppisellä mittareiden ryhmällä, joita ovat voittoprosentit sekä oman pääoman tuottoprosentit. Edellisessä ryhmässä yrityksen tulos suhteutetaan liikevaihtoon ja jälkimmäisessä vastaavasti tulos suhteutetaan yrityksen käytössä olleisiin resursseihin, pääomaan. Liikevaihtoon suhteutettuja tunnuslukuja kutsutaan yleisesti voittoprosenteiksi ja yrityksen pääomaan suhteutettuja tunnuslukuja pääoman tuottoprosenteiksi. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 217.)

Voittoprosentit saadaan liikevaihdolla jakamalla tulosta kuvaava luku. Ne ilmaisevat, kuinka monta tulossenttiä yhdestä myyntieurosta jää yritykselle. Voittoprosentteja ovat esimerkiksi edellä mainittu käyttökateprosentti sekä tilikauden voittoprosentti ja liikevoittoprosentti. Voittoprosentti sopii parhaiten yhden yrityksen kehityksen seuraamiseen, joka kuvaa yrityksen kannattavuuden muutosta tai toimintatavoissa tapahtuneita muutoksia. (Leppiniemi & Leppiniemi 2006, 218.)

KAAVA 4. Tilikauden voitto(%)

$$\text{Tilikauden voitto(\%)} = \frac{\text{Tilikauden voitto}}{\text{Liikevaihto}} * 100$$

KAAVA 5. Liikevoitto(%)

$$\text{Liikevoitto(\%)} = \frac{\text{Liikevoitto}}{\text{Liikevaihto}} * 100$$

Pääoman tuottoprosentti kuvaa vuosikorkoa, jonka yritys ansaitsee toiminnan avulla sidotulle pääomalle. Pääoman tuottoprosentista on useita sovelluksia, jotka eroavat sen mukaan, kenen kannalta yrityksen tuottamiskykyä tarkastellaan. Näitä ei kaikkia esitellä erikseen tässä työssä. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 220.) Yhteistä pääoman tuoton mittareissa on, että niihin kaikkiin otetaan jotakin tuloslaskelmasta ja jotakin taseesta ja lasketaan niiden suhde. Alla on pelkistetty kaava pääomantuoton laskemiselle. (Karikorpi 2010, 161.)

KAAVA 6. Pääomantuotto(%)

$$\text{Pääomantuotto(\%)} = \frac{\text{Voitto}}{\text{Pääoma}} * 100$$

ROI, Return on investment, on yksi käytetyimmistä yritystoiminnan ja kannattavuuden tunnusluvuista. Tunnusluvulla saadaan selville, kuinka paljon sijoitetulla pääomalla saadaan aikaan tulosta. Tunnusluvun osatekijät ovat liikevaihdon tuotto prosentti ja pääoman kiertonopeus, joista saadaan alla oleva kaava. (Alhola & Lauslahti 2000, 140–141.)

KAAVA 7. ROI (Return on investment)

$$\text{Sijoitetun pääoman tuotto(\%)} = \frac{\text{Tulos ennen korkoja ja veroja}}{\text{Taseen loppusumma}} * 100$$

3.4.3 Maksuvalmiuden tunnusluvut

Yrityksen maksuvalmius, eli likviditeetti kertoo onko yrityksellä jatkuvasti rahaa tai rahaksi muutettavaa omaisuutta, jolla voidaan kattaa nopeasti erääntyvät velat. Maksuvalmiilla yrityksellä likvidoitavia varoja tulisi olla vähintään sen verran kuin on erääntyviä maksuja. Maksuvalmiudesta saa jo tasetta silmäilemällä kuvan, kun keskittää huomion esimerkiksi rahoihin ja pankkisaamisiin sekä vastaavasti lyhyen aikavälin vieraaseen pääomaan. (Alhola & Lauslahti 2005, 156.)

Quick ratiossa nopeasti käyttöön saatavia varoja verrataan nopeasti eräntyviin velkoihin. Se mittaa kuinka yrityksen rahat ja rahaksi muutettava omaisuus kattavat lyhytaikaiset velat. Pk-yrityksessä tunnusluku tulisi laskea vähintään kerran kuussa ja varmistaa, että tunnusluvun arvo on nouseva, sillä taseesta otettu luku antaa kuvan aina vain kyseisen päivän tilanteesta. (Koski 2008, 54, 96.)

KAAVA 8. Quick ratio

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Rahoitusomaisuus}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma}}$$

Quick ration tulkinnessa yleisesti ohjearvot ovat:

- Yli 1 hyvä
- 0,5-1 tyydyttävä
- alle 0,5 heikko

Current ratiossa lisätään nopeasti realisoitavaan omaisuuteen mukaan vielä vaihto-omaisuus. Vaihto-omaisuuden ajatellaan olevan helposti rahaksi muutettavissa, kuten varastot tuovat yritykseen tuottoa ja uskotaan, että ne pystytään myymään vuoden sisällä. Tällöin Current ration käyttö on perusteltua. (Koski 2008, 96.)

KAAVA 9. Current ratio

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Rahoitusomaisuus} + \text{vaihto-omaisuus}}{\text{Lyhytaikainen vieras pääoma}}$$

Ohjearvot Current ratiolla ovat:

- yli 2 hyvä
- 1-2 tyydyttävä
- alle 1 heikko

Yrityksen kassatuloista ja – menoista saa paremman käsityksen kiertoaikojen tunnuslukujen avulla. Niiden avulla huomataan kuinka yrityksen perintä ja maksaminen on tällä hetkellä hoidettu ja mitä muuttumismahdollisuuksia näihin liittyy. Kassanhallinnassa oleellista on rahojen riittävyys ja sillä pyritään tehostamaan yrityksen rahaprosessia. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 244.)

Myyntisaamisten kiertoaika ilmaisee, kuinka nopeasti asiakkaat maksavat laskunsa. Eli kuinka kauan yrityksellä kestää saada raha kassaansa. (Koski 2008, 97.) Myyntisaamisten nopeus edesauttaa maksuvalmiutta. Optimaalisin tilanne yritykselle on myyntisaamisten nopeampi kiertoaika kuin ostovelkojen. (Vilkkumaa 2005, 436–437.)

KAAVA 10. Myyntisaamisten kiertoaika

$$\text{Myyntisaamisten kiertoaika} = \frac{\text{myyntisaamiset}}{\text{Liikevaihto}} * 365$$

Ostovelkojen kiertoaika on vastakkainen myyntisaamisten kieroajalle. Se ilmaisee, kuinka nopeasti yritys itse maksaa omat laskunsa. Hidas laskujen maksaminen voi olla yksi tapa kassanhallinnassa, mutta mikäli se vaikuttaa mahdollisiin alennuksiin, silloin se on kallis tapa. Jos maksuaikataulu ei vaikuta alennuksiin, ei laskuja kannata maksaa ennen eräpäivää. (Koski 2008, 97.)

KAAVA 11. Ostovelkojen kiertoaika

$$\text{Ostovelkojen kiertoaika} = \frac{\text{Ostovelat}}{\text{Liikevaihto}} * 365$$

3.4.4 Vakavaraisuuden tunnusluvut

Oman sekä vieraan pääoman suhde yrityksen koko pääomaan kertoo yrityksen vakavaraisuudesta. Tämän tarkastelun piiriin kuuluvat niin omavaraisuus, velkaantuneisuus kuin yrityksen rahoitusrakennekin. Vakavaraisuus toisin kuin maksuvalmius on pitkän aikavälin tunnusluku, jolloin painopiste on etenkin omavaraisuuden tarkastelussa. (Alhola & Lauslahti 2005, 160.) Mahdollisuus saada uutta vierasta pääomaa yrityksen tilanteen tai mahdollisten suunnitelmien niin vaatiessa on keskeinen vakavaraisuuteen liittyvä hyvä ominaisuus. Lisälainan saanti yritykselle, joka on jo suurissa veloissa, ei ole kovin todennäköistä. Vakavaraisuudessa on kyse yrityksen rahoitusaseman terveydestä ja se on myös yrityksen rahoitusriskin mittari. Alhainen vakavaraisuus nostaa yrityksen rahoitusriskiä. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 253–254.)

Hyvä vakavaraisuus auttaa yritystä myös liikeneuvotteluissa. Ostoilta pidempää maksuaikaa saa helpommin vakavarainen yhtiö. Pahasti velkaantunut yritys voi joutua maksamaan etukäteen hankintoja, sillä asiakkaiden luotto maksukykyyn ei ole korkealla. Vakavarainen yritys pystyy myös panostamaan liiketoiminnan kasvuun ja kehittämiseen sekä uusiin investointeihin. Nämä luonnollisesti vaikuttavat suoraan yrityksen kilpailukykyyn. Vakavaraisuuden mahdolliseen muutokseen kannattaa puuttua ajoissa. Esimerkiksi yrityksen voitto lisää omaa pääomaa, mutta vakavaraisuuden parantaminen siten on hyvin hidasta. Hyvinä vuosina osa voittovaroista kannattaa laittaa yritykseen kasvattamaan omaa pääomaa, ellei se ole jo muuten riittävän suuri. Aloittavilla yrityksillä riittävän pääoman kerääminen on usein juuri keskeinen ongelma. (Karikorpi 2010, 113.)

Omavaraisuusaste ja **velkaantumisaste** kuvaavat oman ja vieraanpääoman määrää yrityksen rahoitusrakenteessa. Näissä on kyse yrityksen rakenteellisesta vakavaraisuudesta. (Leppiniemi & Leppiniemi 2004, 256.) Omavaraisuusaste on perinteinen omavaraisuuden mittari, joka kertoo omanpääoman osuudesta koko taseesta. Omavaraisuuden tulee olla riittävä, mutta tarkkoja rajoja tälle ei ole määritetty. (Karikorpi 2010, 116):

KAAVA 12. Omavaraisuusaste

$$\text{Omavaraisuusaste} = \frac{\text{Oma pääoma}}{\text{Taseen loppusumma}} * 100$$

Omavaraisuusasteelle on Yritystutkimusneuvottelukunnan puolesta annettu seuraavat ohjeelliset kriteerit:

Omavaraisuus	Arviointi
Yli 40 %	hyvä
20-40 %	tyydyttävä
alle 20 %	heikko

Velkaantumisasteella mitataan yrityksen velkaantumista. Kyseistä tunnuslukua pidetään omavaraisuuden vastakohtana. Tunnusluku kertoo, paljonko vierasta pääomaa on suhteessa omaan pääomaan. Alla on kaksi tapaa laskea velkaantumisaste. (Alhola & Lauslahti 2000, 153.)

KAAVA 13. Velkaantumisaste 1

$$\text{Velkaantumisaste(1)} = \frac{\text{Vieras pääoma}}{\text{Taseen koko pääoma}} * 100$$

KAAVA 14. Velkaantumisaste 2

$$\text{Velkaantumisaste(2)} = \frac{\text{Vieras pääoma}}{\text{Oma pääoma}} * 100$$

4 PALVELU

4.1 Palvelun lisäarvo

Palvelukokonaisuuden avulla kilpailijoista erottuminen korostuu jatkuvasti yritysmaailmassa, koska kilpailu on lähestulkoon kaikilla aloilla erittäin kovaa. Lähes jokaisella paikkakunnalla samaa palvelua tarjoaa joku toinenkin taho. Esimerkiksi jo Suomen yrittäjiin kuuluu Pirkanmaalla 156 tilitoimistoa (Suomen yrittäjät 2011). Palvelukokonaisuus on palveluja tuottavan tahon tarjoamien palvelupakettien kokonaisuus. Ydinpalvelu ja lisäpalvelut vastaavasti muodostavat palvelupaketin. Liian usein erottuminen kilpailijoista tapahtuu hintakilpailun avulla, joka syö yrittäjien katteita. Palvelu ja kokemukset ovat kustannustehokkaampia erottumisen välineitä, joilla voidaan rakentaa asiakkaita täysin tyydyttäviä palvelupaketteja. (Leppänen 2007, 132.)

Palvelupaketissa osa, jota asiakas ensisijaisesti haluaa, on ydinpalvelu. Kaikille ydinpalvelu ei kuitenkaan ole sama, toisille ydinpalvelu voi olla palvelun tarjoajan suunnittelema lisäpalvelu. Esimerkiksi tilitoimistossa toiselle ydinpalvelu voi olla kuukausittain saatu tuloslaskelma, kun taas toiselle ydinpalvelu voi olla tuloslaskelman kylkeen tuotettu selvitys kuukaudesta. Lisäpalveluiden tarkoituksena on lisätä asiakkaan saamaa kokonaisuhyötyä ja tämän vuoksi usein ne liittyvät kiinteästi ydinpalveluun. Lisäpalvelut tekevät palveluprosessin mielekkyyden ja antavat asiakkaalle enemmän valinnan mahdollisuuksia. Lisäpalvelut ovat erilaistamistekijöitä yritysten välillä, joihin kilpailuetu perustuu. Lisäpalveluiden lisääminen on usein helppoa, mutta taas niiden pois ottaminen on vaikeaa. Aikaisemmin annetun maksuttoman lisäpalvelun poistaminen voi aiheuttaa sen, että asiakas kokee palvelun laadun huonontuneen ja hinnan nousseen. Lisäpalveluiden tarjoaminen on siten tärkeä yrityksen tuotteistamispäätös, jonka kanssa on muistettava toimia aina johdonmukaisesti. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 39–40.)

Palveluyrityksille uusi kilpailuvaltti markkinoilla on kokemusten tuottaminen, sillä palvelut ovat jo arkipäivää. Kokemuksia luotaessa yritys voi erilaistaa toimintansa jopa uniikille tasolle ja niiden kautta yritys pystyy kasvattamaan asiakkailleen luomaansa arvoa, sillä palveluissa asiakas saattaa olla vain passiivinen vastaanottaja. Kokemusten luominen palveluyrityksessä vaatii kuitenkin aina asiakkaan laittamista toimintansa keskiöön ja vasta sen myötä oman toimintansa järjestämisen asiakkaan ympärille. (Löytänä & Kortesus 2011, 19.)

4.2 Asiakkuus ja asiakaskokemus

Palvelun tarjoaja tuottaa arvoa asiakkaalleen jokaisessa kohtaamisessa. Odotuksena on, että arvon määrä kasvaa kohtaamisten toistuvuuden mukaan. Jokaisessa uudessa kohtaamisessa palvelun tarjoaja pystyy kartoittamaan asiakkaan tarpeita uudelleen ja hyödyntää tietoa paremmin seuraavassa kohtaamisessa. Asiakassuhteen syventyminen tuottaa usein lisää arvoa, sillä luottamus kasvattaa arvon tunnetta (kuvio 8). Vaikka liiketoimintaa siis tehdään yritysten välillä, kommunikaatio kuitenkin tapahtuu aina ihmisten kesken ja näiden välisissä suhteissa. (Löytänä & Kortesus 2011, 56, 124.)



KUVIO 8. Yrityksen asiakkaalle tuottama arvo kasvaa kohtaamisissa ja asiakassuhteen aikana. (Löytänä & Kortesus 2011, 56)

Asiakkuus on asiakkaan ja yrityksen välinen vaihdannan mekanismi, jossa kummankin osapuolen tavoitteena on luoda arvoa molemmille osapuolille. Asiakkuudessa molemmat osapuolet myös kokevat saavansa antamalleen arvolle jotakin vielä arvokkaampaa. Asiakas saa ostamalleen palvelulle arvoa siinä vaiheessa kun sitä käytetään. Tämän vuoksi yrityksen tehtävä on tukea asiakasta, kun asiakas tuottaa arvoa itselleen. Tämän vuoksi tilitoimiston on myös pystyttävä selkeyttämään kuukausittainen raportointi sille tasolle, että asiakas pystyy itse hyödyntämään sitä. Jos yritys omalla palvelullaan pystyy auttamaan asiakasta saavuttamaan tavoitteitaan, vaihdanta on arvokasta. (Storbacka 2005, 44–46, 48.)

Pitkäaikaisesta asiakassuhteesta asiakkaat saavat luottamushyötyjä sekä sosiaalisia hyötyjä. Luottamushyödyissä epävarmuuden ja ahdistuksen tunne vähennee ja luotettavuus paranee. Mitä enemmän asiakas toimittajaan luottaa, sitä vähemmän valvomiseen kuluu rahaa ja aikaa. Asiakas voi luottaa laatuun ja mikäli palvelu on myös räätälöity asiakkaalle, on todennäköisempää, että asiakassuhde pitenee. Sosiaaliset hyödyt liittyvät ihmisten välisiin suhteisiin, mitkä asiantuntijapalveluissa ovat välttämättömiä. Tilitoimistolla konsultointi vaatii kunnollisia asiakassuhteita, jotta asioista pystyy keskustelemaan ja palvelusta koituu asiakkaalle myös hyötyä. Nämä hyödyt vaikuttavat b-to-b – suhteissa, vaikka periaatteessa niillä ei pitäisi olla merkitystä. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 132.)

Asiakaskokemus on erilaisten asioiden summa, se rakentuu kohtaamisista ja niissä syntyvistä mielikuvista sekä tunteista. Kohtaamisissa erityistä on miettiä asiakkaan kohtaamispisteet, joissa asiakas kohtaa yrityksen erilaisia toimintoja. Jokainen kontakti on aina oma palvelupisteensä. Neutraalit kohtaamiset eivät luo juurikaan kokemuksia, joilla saadaan asiakkaan tyytyväisyys parantumaan. (Löytänä & Korteso 2011, 113–114.)

Jokainen palvelun johtaja voi kartoittaa asiakkaiden kosketuspisteet ja mitä niissä halutaan saada asiakas kokemaan, sillä konkreettinen kokemus muodostuu juuri kosketuspisteissä. Kosketuspisteet muodostavat yhdessä polkuja, joiden avulla yritys voi konkreettisesti vaikuttaa asiakaskokemuksen muodostumiseen. Omia kosketuspistepolkuja miettiessä on syytä huomioida, mikäli joku

tärkeä kosketuspiste puuttuu ja loisiko se asiakkaalle lisää arvoa. Asiakaskokemuksessa pitää myös huomioida, miten asiakkaisiin reagoidaan. Esimerkiksi, miten palautetta antaneelle asiakkaalle vastataan, jos vastataan. (Löytänä & Korteso 2011, 114–117, 155.)

4.3 Asiantuntijapalvelu

Asiantuntijapalvelut eroavat luonteensa vuoksi muista palveluista. Ne ovat usein aineettomia palveluita, kuten ohjeita, neuvoja tai ideoita, vaikka niiden taustalla on pitkä kehittämisprosessi. Asiantuntijapalvelut voivat olla myös prosesseja, joista jää konkreettisia lopputuloksia, kuten esimerkiksi tilitoimistolla tuloslaskelma ja tase. Näihin palveluihin liittyvät riskit ovat usein suuremmat, sillä ostohetkellä on hyvin vaikea arvioida ostamaansa palvelua ja sen laatua. Asiantuntijapalvelua tarvitaan etenkin silloin, kun kehitetään jotakin uutta tai ratkotaan ongelmia. Näissä palveluissa palvelutarpeen määrittäminen on usein vaativin palvelutuotteen osa. Asiakas ei aina pysty analysoimaan omia tarpeitaan, eivätkä asiantuntijakaan pysty siihen ilman kunnollista perehtymistä. Asiantuntijapalvelut syntyvät tämän vuoksi kahden osapuolen yhteistyönä. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 11.)

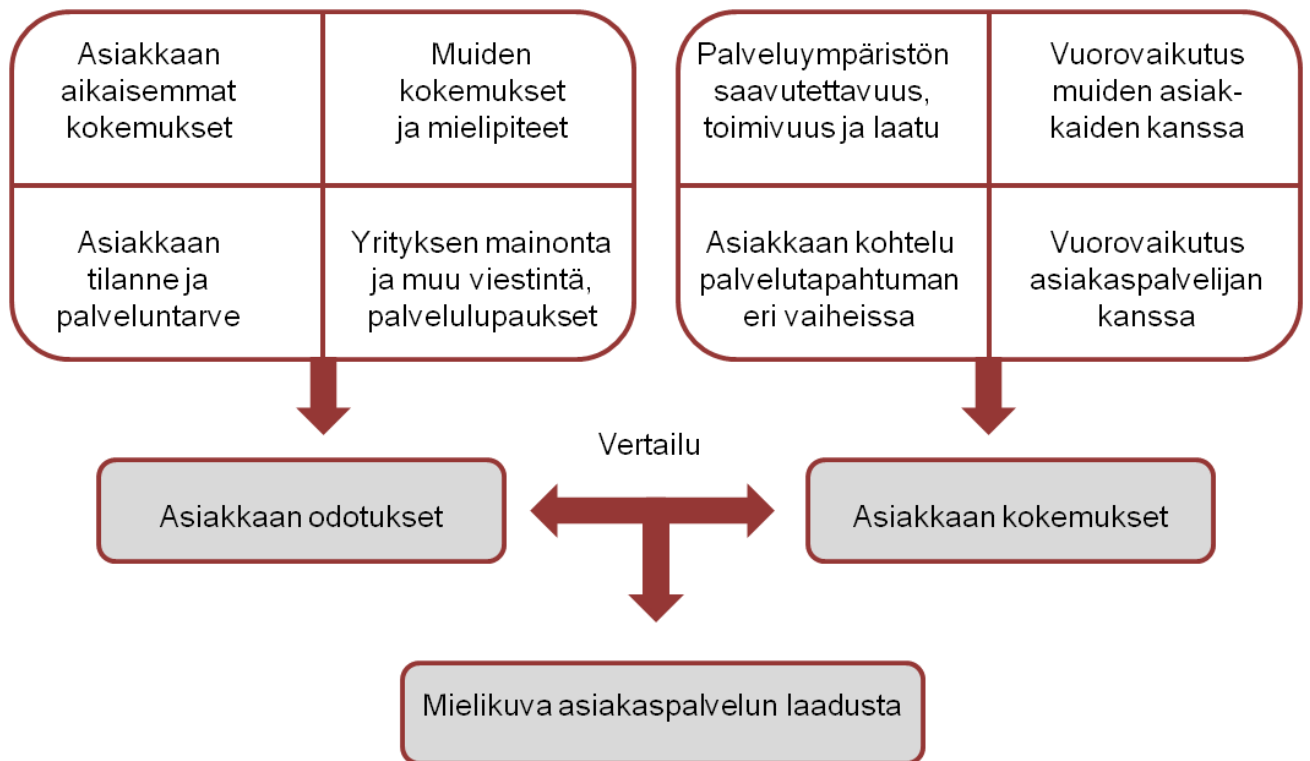
Asiakkaiden pitämiseksi ja uusien asiakkaiden hankkimiseksi palvelun tuottajalle muuttuvien markkinoiden seuraaminen, palveluun liittyvien taitojen ja ominaisuuksien kehittäminen sekä innovaatiokyky ovat ratkaisevan tärkeitä. Palvelun tarjoajat tarvitsevat entistä tarkempia menetelmiä saadakseen selville, mitä nykyiset asiakkaat odottavat ja arvostavat. Nykyään palveluiden muodostamisessa käyttäjien pitäisi osallistua vahvasti kehitystyöhön, jolloin saadaan käyttäjätieto vietyä nopeasti palvelun kehittämiseen. (Palvelumuotoilu tuo käyttäjän... 2011)

4.4 Palvelun laatu

Palvelun vastaanottavat henkilöt kokevat palvelun hyvin eri tavoin. Tämän vuoksi palvelun laatua ei voi täysin mitata, sillä jokainen luo palvelulle omat laatuksiteerit. Esimerkiksi tilitoimistossa jokaista asiakasta ei voi palvella täysin samalla tavalla, sillä jokainen asiakas on erilainen. Tämä vaatii asiakaspalvelijalta tarkkaavaisuutta ja halua kehittää palvelutaitojaan. Tyytyväisyys palveluun voi syntyä palvelun sisällön lisäksi koko palveluprosessista. Tämän vuoksi tilitoimiston palvelulla on suuri merkitys, sillä ydinpalvelu tilitoimistoilla on keskenään hyvin samankaltainen. Palvelunlaadun korostaminen on oleellinen osa liiketoimintaa, sillä asiakkaat tuottavat yrityksen liikevaihdon. Palveluyritys voi olla poikkeava korkean laadun vuoksi, jolloin yritys on pystynyt luomaan asiakkaille huomattavaa lisäarvoa palveluillaan. (Leppänen 2007,135.)

Yrityksissä asiakaskokemuksen johtaminen on osaksi asiakkaan minuuden suojelemista. Jos asiantuntijapalvelu pettää asiakkaan odotukset, asiakas ei usein pety vain palvelun heikkoon laatuun vaan asiakkaan ammatti-identiteetti palvelun ostajana horjuu. Palvelunjohtajat eivät usein tiedosta kuinka ison kolahduksen huono palvelu voi tehdä asiakkaan identiteettiin. Jokainen huonosti edennyt palvelukerta tulisi analysoida tarkasti, jotta jatkossa saman voi välttää. (Löytänä & Korteso 2011, 44.)

Palvelun laatuun vaikuttavat huomattavasti myös asiakkaan kokemuksen palvelusta (kuvio 9,37). Esimerkiksi tilitoimistoissa useilla asiakkailla on vahvoja odotuksia, sillä jokainen yrittäjä joutuu käyttämään tilitoimiston palveluita lakisääteisten ilmoitusten vuoksi. Odotuksiin vaikuttavat myös asiakkaan tarpeet sekä omat ja muiden jakamat palvelukokemukset. Mainonta vaikuttaa myös asiakkaan odotuksiin, ja yrityksen pitäisi aina antaa totuudenmukainen palvelulupaus mainonnassaan, eikä luoda epärealistisia odotuksia palvelusta. (Bergström & Leppänen 2009, 190).



KUVIO 9. Palvelutapahtuman laatumielikuvan muodostuminen. (Bergström & Leppänen 2009, 190)

Palvelukokonaisuudessa on syytä kiinnittää huomiota myös tekniseen sekä toiminnalliseen laatuun. Toiminnallinen laatu kuvaa henkilöstön palvelua, käyttäytymistä sekä yleistä ilmapiiriä ja fyysinen laatu vastaavasti asiantuntijapalveluita tuottavan yrityksen ratkaisuja, tiloja, laitteita. Kaikkiin asioihin palvelutilanteessa on kiinnitettävä huomiota, sillä kokemus muodostuu näistä asioista yhdessä. (Leppänen 2007, 137.)

Palvelun laadun varmistamisessa käytetään apuna palvelun konseptointia. Kun osataan määritellä, millaiseen palveluun pyritään ja miten se käytännössä tapahtuu, on sitä huomattavasti helpompi mitata ja kehittää eteenpäin. Liian tiukka konseptointi kuitenkin voi olla vaarallista, sillä jokainen ihminen haluaa tulla kohdelluksi yksilönä. (Bergström & Leppänen 2009, 191).

Tyytyväinen asiakas kertoo mielellään muille potentiaalisille asiakkaille kokemuksistaan ja näin toimivat yrityksen ilmaisina markkinoijina. Erityisesti mikäli palvelu on sellainen, jota on vaikea arvioida ennen ostopäätöksen tekemistä, on suosittelijoilla iso merkitys. B-to-b – markkinoilla suosittelijoilla on usein jopa suurempi merkitys kuin itse myyjällä. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 128.)

Asiakkaan odotusten ylittäminen siis vaikuttaa palvelun laadun kokemukseen, mutta moni asiakas arvostaa jo ylipäättään sitä, että hänen odotuksensa täytetään. Asiakkaan odotusten ylittäminen tuottaa palveluyritykselle luonnollisesti asiakastyytyväisyyttä, mutta lisäksi asiakastyytyväisyyden kautta yrityksen on mahdollisuus saada uusia asiakkaita. Tämän vuoksi ydinpalvelun on oltava kunnossa ja sen toteutumista on seurattava tarkasti. Ydinpalvelun toimiminen on ehto sille, että odotusten ylittäminen on ylipäättään mahdollista. (Löytänä & Korteso 2011, 61–62.)

5 CASE: Asiakasraportoinnin ja palvelun kehittäminen

5.1 Toimeksiantaja

Työn toimeksiantaja on Pirkanmaalainen Homeros Oy. Kyseessä on yrittäjäpariskunta Sanna ja Juha Lehtisen vuonna 2008 perustama tilitoimisto. Homeros Oy on kasvava yritys, jolla on kaksi toimipistettä, ensimmäinen sijaitsee Tampereen Onkiniemessä sekä kesällä 2011 avattu uusi toimipiste Ylöjärvellä. Tilitoimisto työllistää tällä hetkellä seitsemän henkilöä mukaan luettuna yrittäjät. (Homeros Oy 2011.)

Homeros Oy on täyden palvelun tilitoimisto, joka tarjoaa palvelut niin uusille yrittäjille kuin yritysmaailman konkareille. Tilitoimiston arvot ovat informatiivisuus, selkeys ja tehokkuus. Arvot kuvaavat Homeros Oy:n toimintaa, jonka tarkoituksena on tarjota asiakkaille konsultoivaa palvelua ja tukea yritystoimintaan. Homeros Oy korostaa, että taloushallinto voi olla paljon enemmän kuin lakisääteistä kirjanpitoa. Tiedon on oltava ajantasaista, ennakoivaa ja ennen kaikkea ymmärrettävää. (Homeros Oy 2011.)

Pahimmassa tapauksessa pk-yrityksen talousjohtaminen tarkoittaa kerran vuodessa saatavaa tuloslaskelmaa tai tasetta. Joissakin tapauksissa se saadaan kerran kuukaudessa, mutta silti sitä ei lueta. Syy voi olla myös se, että yrittäjä on opetettu lukemaan tuloslaskelmaa samalla periaatteella kuin pörssiyrityksen tilinpäätöstä. (Koski 2008, 10.) Homeros Oy:n ajatuksena onkin panostaa etenkin palvelun laatuun. Homeros Oy on vakuuttunut, että tilitoimiston tuki ja neuvontapalvelut ovat yrittäjälle erittäin tärkeitä ja jokaisen on opittava ymmärtämään yritykselle oleelliset taloudelliset muutokset. Homeros Oy:n konsultoiva palvelumalli kuuluu siten jokaiselle yritysasiakkaalle ja palvelun kehittäminen yritysten tarpeiden mukaan on Homeros Oy:n kilpailuedun kannalta välttämätöntä. (Homeros Oy 2011.)

5.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää mahdollisimman monen Pirkanmaalaisen pk-yrityksen tarpeita ja toiveita tilitoimiston kuukausittaiseen asiakasraportointiin liittyen sekä selvittää tilitoimiston roolia yrityksen toiminnassa. Kyselyyn haluttiin saada mahdollisimman paljon myös keskenään erilaisia vastaajia, sillä tutkittava kohderyhmä on kokonaisuudessaan hyvin suuri ja yritykset toimivat luonnollisesti täysin toisistaan poikkeavilla toimialoilla. Tämän vuoksi tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä.

Määrällinen tutkimus pyrkii kuvailemaan ja selittämään tutkimuksen kohteena olevia ilmiöitä järjestelmällisten havaintojen avulla. Empiirisen havainnoinnin eli mittauksen kohteita voidaan kutsua havaintoyksiköiksi, jotka määräytyvät tutkimusongelman perusteella. Tämän jälkeen täytyy ratkaista, kuinka monesta havaintoyksiköstä kerätään tietoa. Kaikkien havaintoyksiköiden kokonaisuutta kutsutaan tutkimuksen perusjoukoksi. Varmin tapa määrällisen tiedon keräämiseen on tutkia kaikki perusjoukon havaintoyksiköt. Käytännön syistä tämä ei kuitenkaan usein ole mahdollista, jolloin valitaan perusjoukosta satunnaisesti vastaajat eli tutkimuksen havaintoyksikköjoukko. Tilastollisen päättelyn avulla tietoja voidaan käyttää hyväksi tehtäessä päätelmiä koko perusjoukosta. (KvantiMOTV 2003.)

Kysely tehtiin poikkileikkausasetelmalla, joka on kenties kaikkein käytetyin määrällisen tutkimuksen asetelma. Tämä asetelma koostuu yhdestä ainoasta mittauuskerrasta, joka kohdistuu useaan havaintoyksikköön. (KvantiMOTV 2009.) Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla pystytään kartoittamaan tämän hetken tilanne, mutta ei selvittämään asioiden syitä, minkä vuoksi mahdollisia muutoksia on vaikea seurata myöhemmin. Opinnäytetyön tutkimuksessa tarkoitus on kuitenkin selvittää yritysten tämän hetken tarpeita kuukausittaisesta asiakasraportoinnista sekä kehittää niiden avulla tilitoimiston nykyistä palvelua eteenpäin, joten kvantitatiivinen tutkimusmetodi sopii hyvin työhön käytettäväksi. (Heikkilä 2008, 16.)

Tiedonkeruumenetelmiksi oli vaihtoehtoina sähköinen e-kyselylomake, postitse lähetettävä paperinen kyselylomake sekä informoitu kysely, jossa lomakkeet viedään tai noudetaan, jolloin kysymyksiä voi tarkentaa heti paikanpäällä (Heikkilä 2008, 18). Sähköinen lomake on tiedon käsittelyn kannalta helpoin tapa, sillä tieto tallentuu automaattisesti koneelle ja sen käsittely tilastollisesti on helpompaa. Menetelmäksi valittiin tiedon käsittelyn sekä kiireellisen aikataulun vuoksi sähköinen lomake. Kyselylomake luotiin Tampereen ammattikorkeakoulun lomake-editori – työkalun avulla.

5.3 Toteutus ja luotettavuus

Kyselylomakkeen suunnittelusta ja rakentamisesta alkaen pitää kiinnittää huomiota lomakkeen pituuteen sekä kysymysten määrään. Vastajien mielenkiinto on pystyttävä säilyttämään kyselyn alusta loppuun asti. Jos lomake on pitkä, vastaajat jättävät usein vastaamatta kokonaan tai saattavat vastata huolimattomasti. Lomakkeen selkeys ja ulkoasu vaikuttavat myös suoraan vastausprosenttiin. Kysymysten asettelussa looginen eteneminen ja mahdolliset vastausohjeet on syytä ottaa huomioon, sillä lomakkeen selkeys vähentää virheellisiä vastauksia. Vastausvaihtoehdot myös auttavat kyselyyn vastaajaa, mutta ne eivät saa olla edes osittain päällekkäisiä tai ne vaikeuttavat vastaamista. (Valli 2001, 29–30.)

Kyselyn alussa selvitettiin vastaajayrityksen perustietoja, jotta mahdollisia vastauseroja voisi kartoittaa myös yrityksen kokoon tai toimialaan liittyen. Perustiedoissa kysyttiin yrityksen nimeä, toimialaa, liikevaihto ja henkilöstön määrä. Kyselyyn sai vastata myös nimettömänä. Perustietojen jälkeen siirryttiin varsinaiseen tutkimuksen aiheeseen. Seuraavat kahdeksan kysymystä käsittelivät tilitoimiston kuukausittaista asiakasraportointia, erilaisia raportteja, niiden muotoa sekä tärkeyttä. Lisäksi kysyttiin vastaajien mielenkiintoa erilaisia tunnuslukuja kohtaan. Kolme viimeistä kysymystä liittyivät tilitoimiston toimintaan. Lomakkeen pituus haluttiin pitää reilussa kymmenessä kysymyksessä, jotta pituus ei karsisi vastaajia.

Tutkimuksissa pyritään aina välttämään virheiden syntymistä. Kuitenkin kaikissa tutkimuksissa on syytä arvioida myös tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuudesta kertoo tutkimuksen reliaabelius sekä validius. Reliaabelius tarkoittaa mitaustulosten toistettavuutta eli kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Validius tarkoittaa vastaavasti sitä, että tutkimuksessa mitataan juuri sitä, mitä on tarkoituskin. Oleellista on pohtia, ymmärtävätkö vastaajat asetetut kysymykset niin kuin kyselyn laatija on ajatellut, sillä jo sen avulla voi lisätä tutkimuksen luotettavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 226–227.) Määrällisessä tutkimuksessa objektiivisuutta lisää myös se, että tutkija pysyy erillään haastateltavasta kohteesta, jolloin tulosten analysointi ikään kuin ulkopuolisin silmin on helpompaa (Tilastokeskus 2011).

Kyselyn luotettavuutta pyrittiin parantamaan selkeillä kysymysasetteluilla ja yläotsikoilla. Lisäksi sähköpostilla lähetettyyn kyselyyn tehtiin selkeä saatekirje, jossa esiteltiin kyselyn aihe. Kaikki, paitsi viimeinen avoin kysymys tilitoimiston toiminnasta sekä perustiedoissa yrityksen nimi ja toimiala olivat monivalintoja, jotta kyselyyn vastaaminen olisi mahdollisimman vaivatonta ja helppoa. Muuttamassa kysymyksessä oli vastausvaihtoehtona selkeät kyllä tai ei ja vastaavasti osassa oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehdoista.

5.4 Kerätty aineisto

Kyselyn kohderyhmäksi valittiin työn toimeksiantajan, Homeros Oy:n, kanssa Pirkanmaalaiset pk-yritykset. Tarkemmin kohderyhmää rajattiin vielä siten, että liikevaihdon ylärajaksi laitettiin kymmeneen miljoonaa euroa ja yritysmuodoista valittiin vain osakeyhtiöt. Yritysten yhteystiedot haettiin Fonectan b-to-b – kohdistuskoneen avulla ja näillä hakukriteereillä esiin tuli edelleen noin 5000 hakua vastaavaa yritystä.

Kyseinen kohderyhmä oli edelleen erittäin suuri, joten massasta oli valittava yritykset tutkimusta varten. Kyselyyn haluttiin ottaa mahdollisimman erilaisia yrityksiä ja täysin eri toimialoilta, sillä tilitoimiston asiakkaat eivät myöskään rajoitu vain tietyille toimialoille. Alue rajauksena haussa oli myös Pirkanmaa, joten ky-

selyyn valitut yritykset myös sijaitsivat eripuolilla Pirkanmaata. Tällöin saadaan tilitoimistolle arvokkaampaa tietoa, jolloin myös mahdollinen kehitystyö palvelee paremmin nykyisiäkin asiakkaita. Vastausten myötä myös mahdollisia eroja toimialojen kesken voi vertailla.

Sähköinen kysely lähetettiin yhteensä 96 Pirkanmaalaiselle yritykselle. Vastauksia kyselyyn tilastointiin yhteensä 32 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui 33,33 prosenttiyksikköä. Hieman vastausprosenttia saattoi pienentää se, että kysely toteutettiin osaksi syysloman aikaan, jolloin automaattisia lomavastauksia tuli muutama. Vastauksia tilastoitiin monelta eri toimialalta, mikä antaa kattavamman kuvauksen tutkimuksen perusjoukosta. Suurin osa vastauksista, 75%, saatiin nimellisenä.

6 TUTKIMUSTULOKSET

6.1 Keskeiset tulokset

Kyselyn alussa haluttiin selvittää hieman yrityksen perustietoja. Yrityksen kokoa selvitettiin kahdella kysymyksellä, joista liikevaihto oli ensimmäinen. Liikevaihtoon annettiin neljä eri vastausvaihtoehtoa. Vastanneista huomattavasti suurimman osan (80,7 %) liikevaihto oli alle kolme miljoonaa euroa. Yrityksen kokoa kartoitettiin myös henkilöstömäärän mukaan, joihin annettiin neljä vaihtoehtoa. Vastanneista yrityksistä vain 15 vastasi henkilöstöä koskevaan kysymykseen. Näistä vastaajista alle 20 henkeä työllistäviä yrityksiä oli lähes 50 %.

Yritysten myynti- ja ostoreskontraa tiedusteltiin ensimmäisessä varsinaisessa tutkimuksen kysymyksessä. Vastanneista yrityksistä suurimmalla osalla, liki kahdella kolmanneksella, oli käytössään kyseiset reskontrat. Myynti- ja ostolas-kujen sähköinen kierrätys oli vastanneista myös reilulla puolella käytössään. Yrityksistä, joilla ei sähköistä laskutusta vielä ollut, reilu 30 % oli kiinnostunut sen hankkimisesta.

Kirjanpidon raporttien tärkeyttä selvitettiin kyselyssä seuraavaksi. Tuloslaskelman merkitsi tärkeäksi talousraportiksi jokainen vastanneista. Seuraavaksi oleellisimmaksi raportiksi merkittiin tase, jota arvosti 75 % prosenttia vastaajista. Tase-erittelyn tärkeäksi luokitteli myös yli 40 % prosenttia vastaajista. Pää- ja päiväkirja saivat vähemmän ääniä kyselyssä, pääkirjan tärkeäksi merkitsi 31,3 % ja päiväkirjan 18,8 %. Vastanneista viisi piti tärkeänä jokaisen raportin saamista kuukausittain.

Tuloslaskelman muoto jakoi vastaajat vahvasti kahteen. Vaihtoehtoina olivat tuloslaskelma, jossa eritellään kaikki käytetyt rivit, sekä laskelma, jossa eritellään vain toiminnan päärivit. Tuloslaskelmaansa kaikki rivit halusi hieman yli puolet vastaajista. Tuloslaskelman kuukausittaiseen muotoon perehdyttiin kyselyssä hieman lisää. Suurin osa vastanneista (27 kappaletta) piti tärkeänä, että tuloslaskelmaa pystyy aina vertaamaan edelliseen vuoteen. Suuren vastaus-

määrän sai myös tuloslaskelman vertaaminen edelliseen kuukauteen (20 kappaletta). Lähes puolet vastanneista arvosti myös sitä, että liikevaihdon kehitys on selkeästi raportissa nähtävillä. Vastaajista 37,5 prosenttia arvostaisi liikevaihdon kehityksen seuraamista sekä graafisten mallien käyttöä tuloslaskelman esittämisessä. Vain muutama vastanneista toivoi tuloslaskelman avaamista myös sanallisesti.

Kuukausittaisiin tunnuslukuihin otettiin kannattavuuden, maksuvalmiuden sekä vakavaraisuuden vaihtoehdot. Suurin osa vastanneista toivoi kannattavuuden lukuja kuukausittain nähtäville (25 kappaletta, 78,1 %). Maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta ei pidetty yhtä tärkeinä. Maksuvalmiudesta lukuja toivoi noin 14 vastaajaa sekä vakavaraisuudesta kahdeksan vastaajaa. Seitsemän vastaajista ei kaipaa tunnuslukuja kuukausittain ollenkaan.

Tilitoimiston roolia selvitettiin seuraavalla kolmella kysymyksellä. Tilitoimiston tietoa ennakoivana tai ajantasaisena piti jopa reilut 45 prosenttia vastaajista. Noin kaksi kolmannesta vastaajista piti kuukausittain saatavaa tietoa tällä hetkellä tarpeeksi informatiivisena. Lisäksi yli 80 prosenttia vastaajista toivoi tilitoimistolta konsultoivaa palvelua ja apua talouden asioissa, ja vain 20 prosenttia tyytyisi pelkkiin lakisääteisiin ilmoituksiin.

6.2 Tulosten käsittely

Tutkimustulokset tallentuivat e-kyselylomakkeen vastauksista suoraan Tampereen ammattikorkeakoulun lomake-editori – ohjelmaan, jolla kysely toteutettiin. Ohjelmasta tulokset saa siirrettyä helposti Excel-taulukkoon, jossa tulokset ovat esitetty sekä taulukoin, että erilaisina diagrammeina.

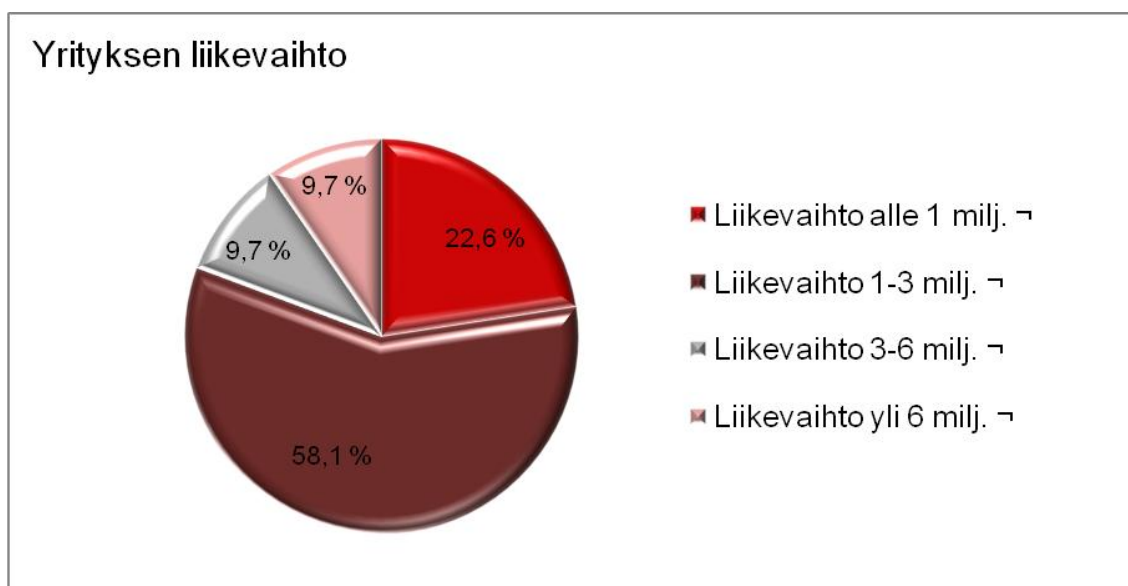
Tutkimus koostui kolmesta pääosiosta: yrityksen perustiedoista, kuukausittaisesta asiakasraportoinnista sekä vapaasta sanasta. Vastausten käsittelyn ja työn selkeyden lisäämiseksi nämä osa-alueet ovat numeroitu tässä raportissa. Lisäksi kyselyn lopussa olleeseen avoimeen vastaukseen on tulosten tarkastelun helpottamiseksi lisätty vastanneen yrityksen toimiala, ilmoittamassaan muo-

dossa, mikäli se vain on vastauksessa täytetty. Muuten e-kyselyn kysymykset olivat selkeitä valintakysymyksiä rasti ruutuun – vaihtoehdoilla, jolloin tulokset on esitetty työssä selkeästi diagrammeihin sekä prosenttiluvuin tai kappalemäärin.

6.3 Tutkimustulokset kuvaajina

1. Perustiedot

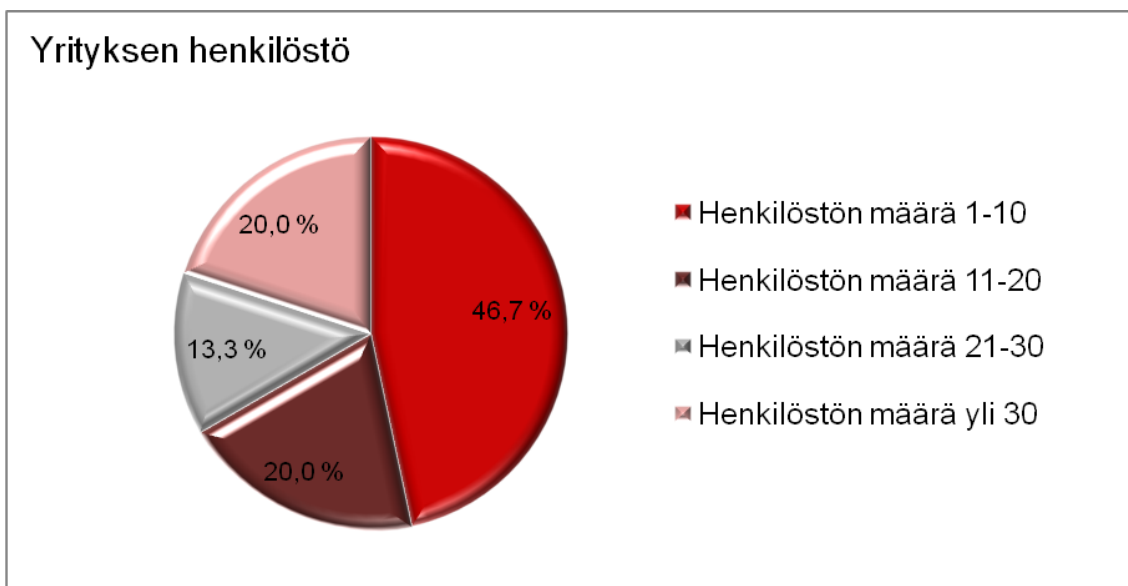
Yrityksen koko:



Vastauksia 31 kappaletta.

Vastaajista 58,1 % liikevaihto oli 1-3 miljoonaa euroa. Alle miljoonan liikevaihto oli 22,6 prosentilla. Liikevaihdoltaan 3-6 miljoonaa sekä yli 6 miljoonaa euroa oli kumpiakin vastaajista 9,7 %.

Yrityksen henkilöstö

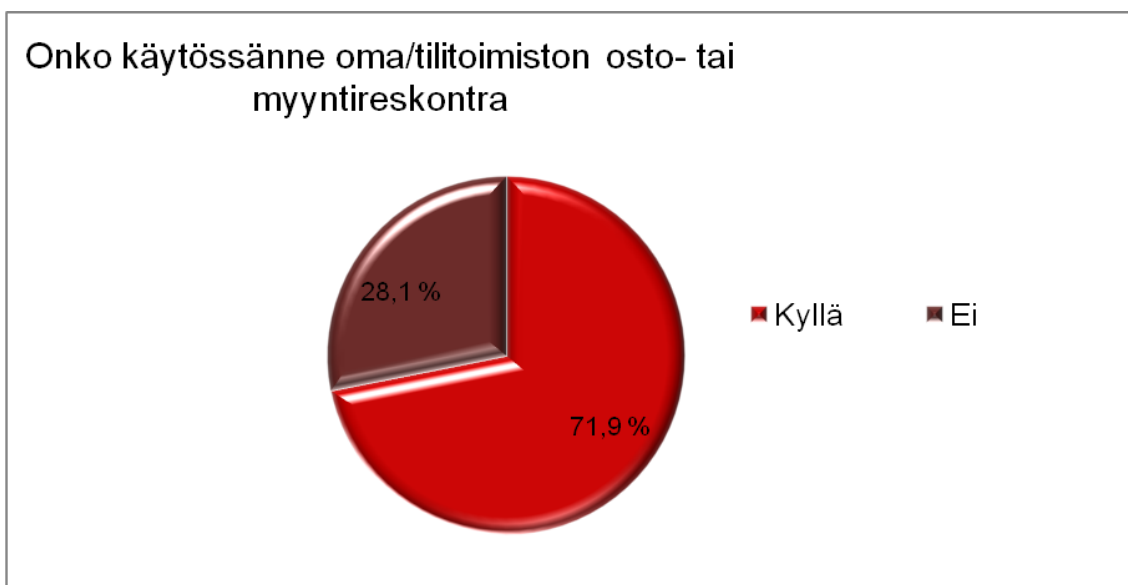


Vastauksia 15 kappaletta

Vastanneista 46,7 % työllisti 1-10 henkilöä. 11–20 tai yli 30 henkilöä työllistäviä yrityksiä vastaajista oli kumpiakin 20 %. 13,3 % vastaajista työllisti 21-30 henkeä.

2. Kuukausittainen asiakasraportointi

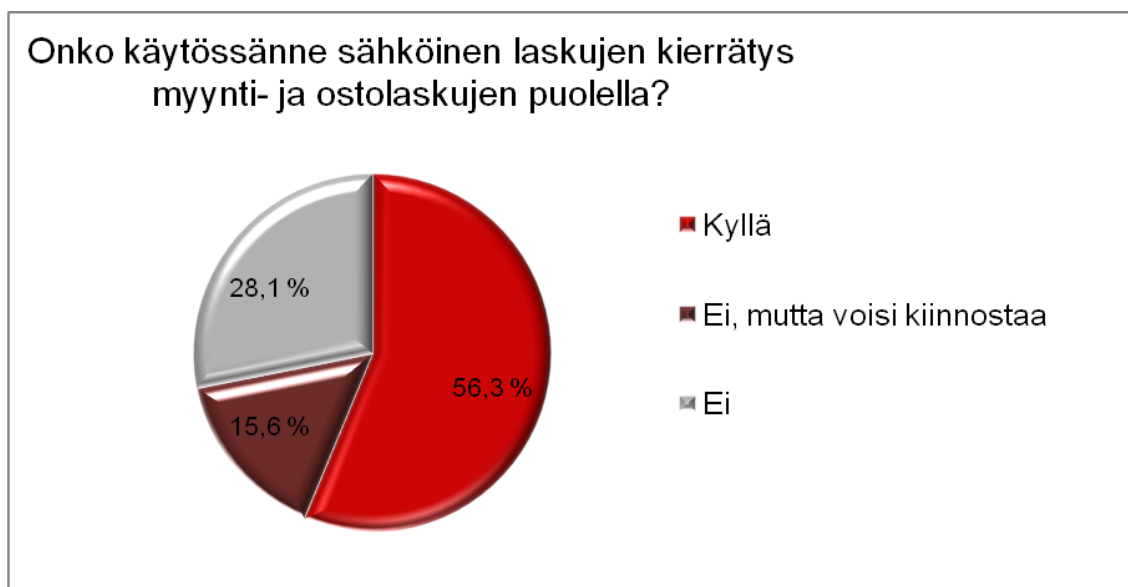
Onko käytössäne oma / tilitoimiston osto- tai myyntireskontra?



Vastauksia 32 kappaletta

Oma / tilioimiston osto- tai myyntireskontra oli käytössä 71,9 % vastaajista. 28,1 % ei käytä reskontraa.

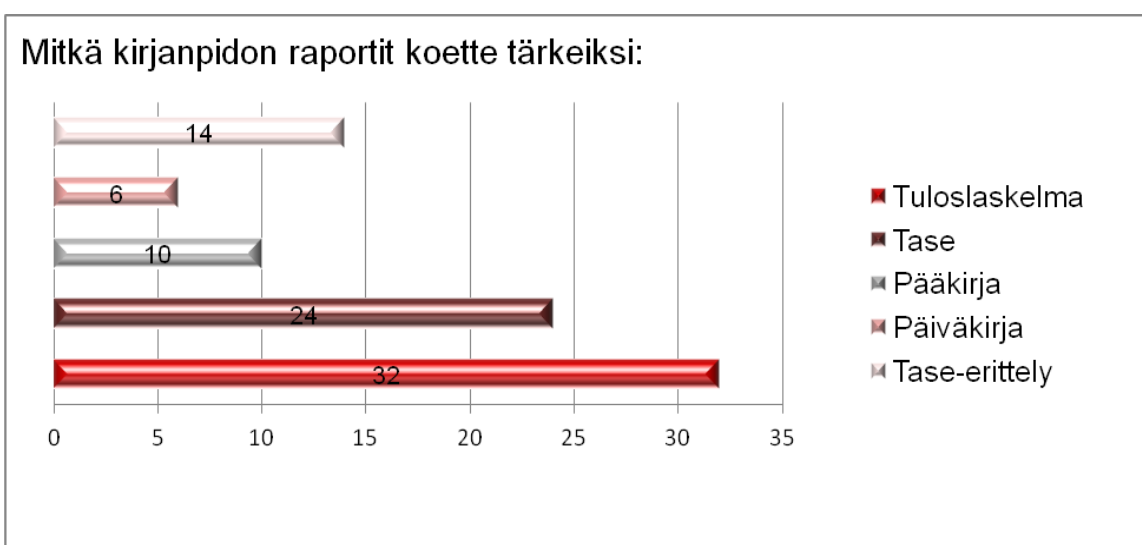
Onko käytössänne sähköinen laskujen kierrätys myynti- ja ostolaskujen puolella?



Vastauksia 32 kappaletta

56,3 % vastaajista oli käytössä sähköinen myynti- ja ostolaskujen kierrätys. 28,1 % ei ollut sitä käytössään. 15,6 prosentilla ei ollut palvelua, mutta he olivat kiinnostuneita sen hankinnasta.

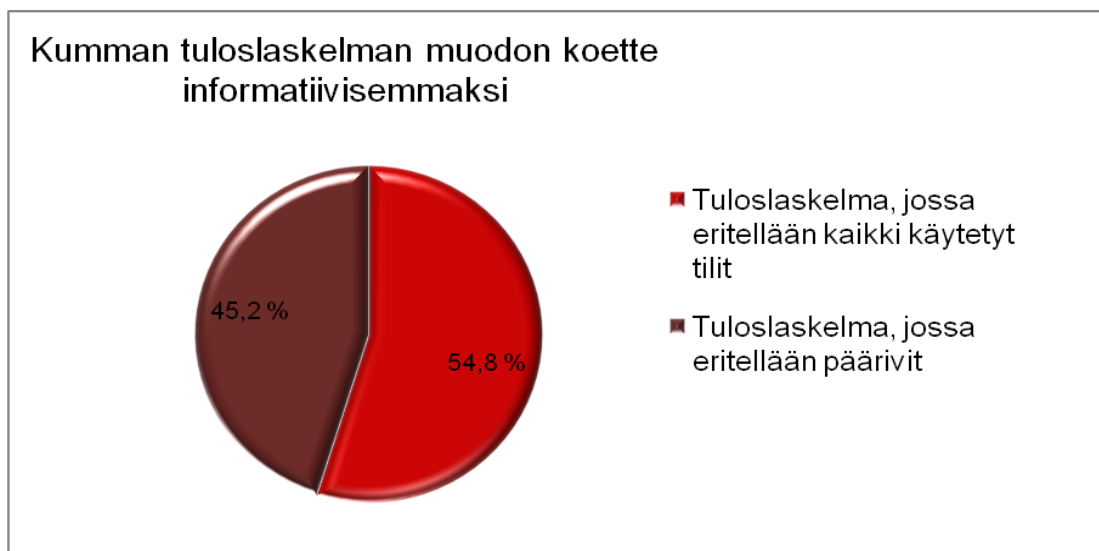
Mitkä kirjanpidon raportit koette tärkeiksi:



Vastauksia 32 kappaletta

Kirjanpidon raporteista kaikki vastaajat kokivat tuloslaskelman tärkeäksi. Loput raportit koettiin seuraavasti: Tase 24, pääkirja 10, päiväkirja 6 ja tase-erittely 14 vastaajaa.

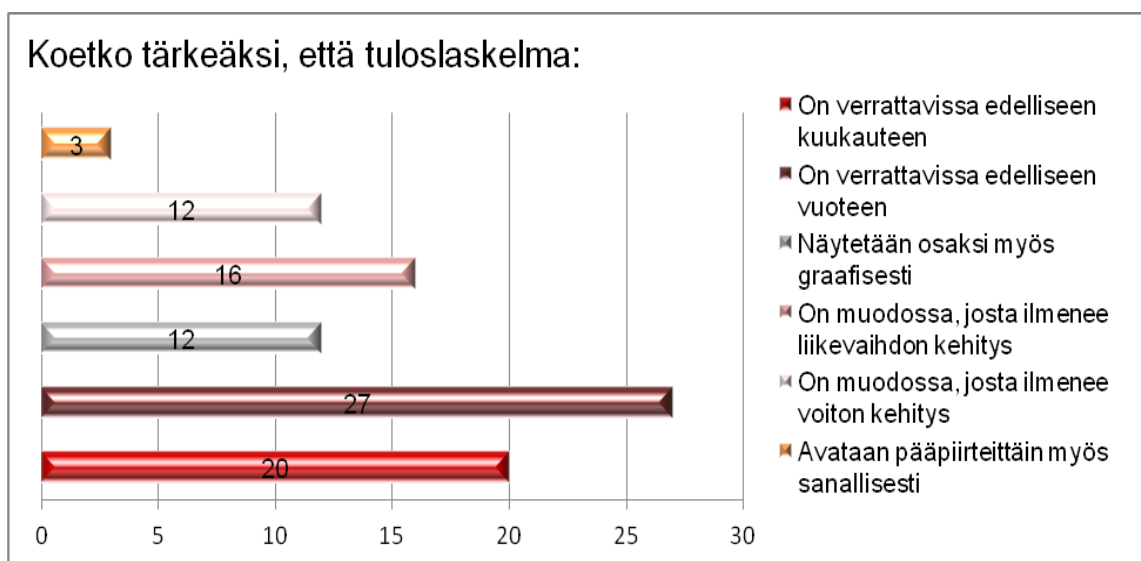
Kumman tuloslaskelman muodon koette informatiivisemmaksi?



Vastauksia 31 kappaletta

Vastaajista 54,8 % koki kaikki tuloslaskelman rivit tärkeiksi sen informatiivisuuden kannalta. 45,2 % koki informatiivisempaan laskelman, jossa eritellään vain päivivit.

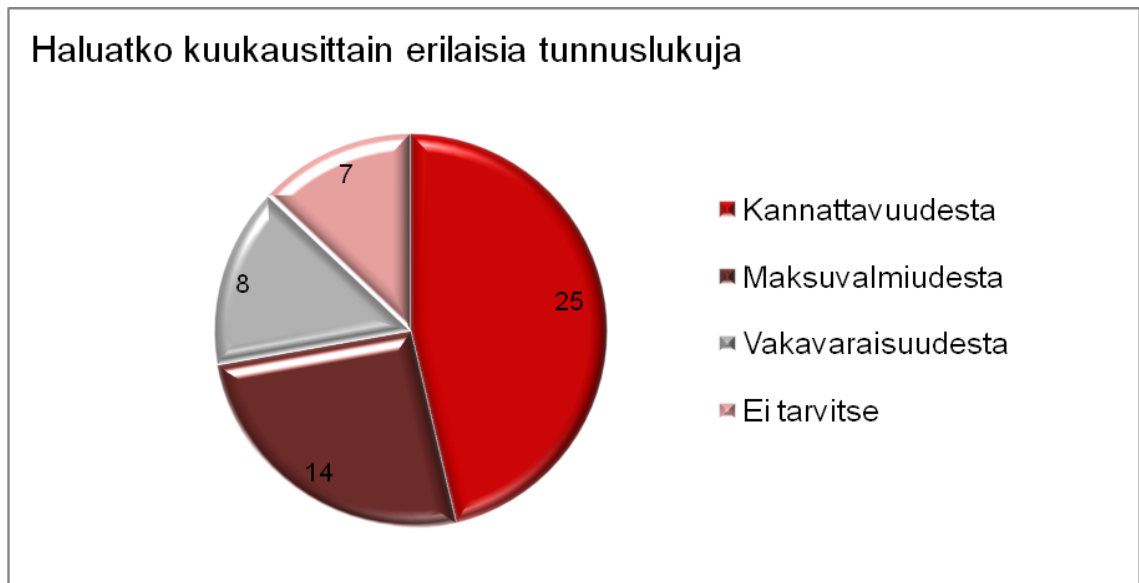
Koetko tärkeäksi, että tuloslaskelma:



Vastauksia 30 kappaletta

Vastaajista 27 haluaa verrata tuloslaskelmaa edelliseen vuoteen, 20 edelliseen kuukauteen. 16 haluaa nähdä liikevaihdon kehityksen ja 12 vastaajaa toivoo voiton kehityksen seurantaan sekä graafisia osioita. 3 toivoo sanallisen selityksen lisäksi.

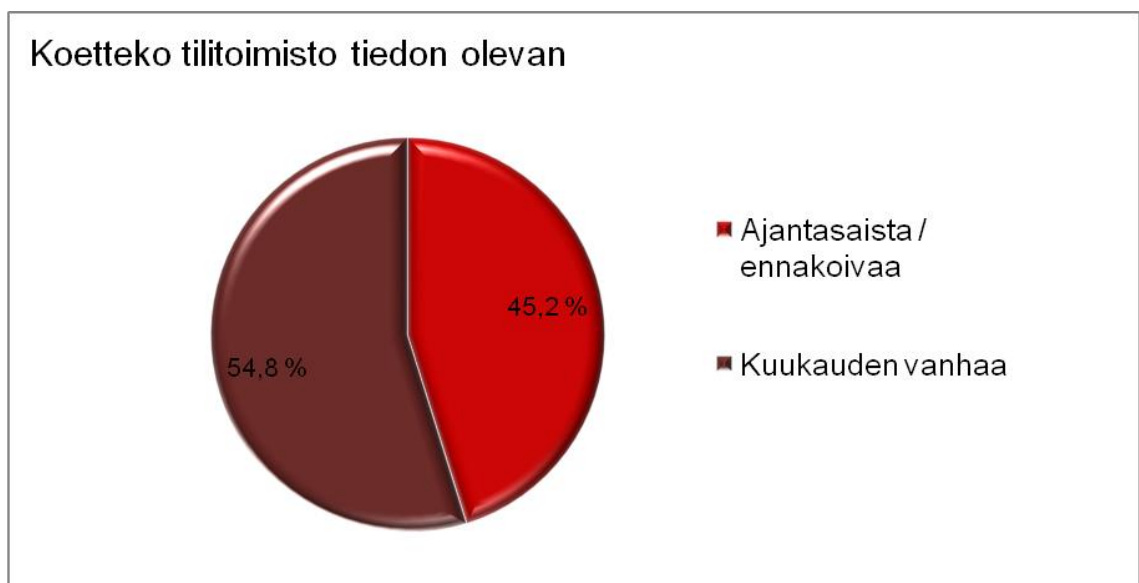
Haluatko kuukausittain erilaisia tunnuslukuja:



Vastauksia 32 kappaletta

25 vastaajaa toivoo tunnuslukuja kannattavuudesta, 14 maksuvalmiudesta ja 8 vakavaraisuudesta. 7 vastaajista ei koe tarvitsevänsä tunnuslukuja.

Koetteko tilitoimisto tiedon olevan



Vastauksia 31 kappaletta

54,8 % kokee tilitoimiston tiedon vanhentuneeksi ja 45,2 % pitää sitä ennakkoivana / ajantasaisena.

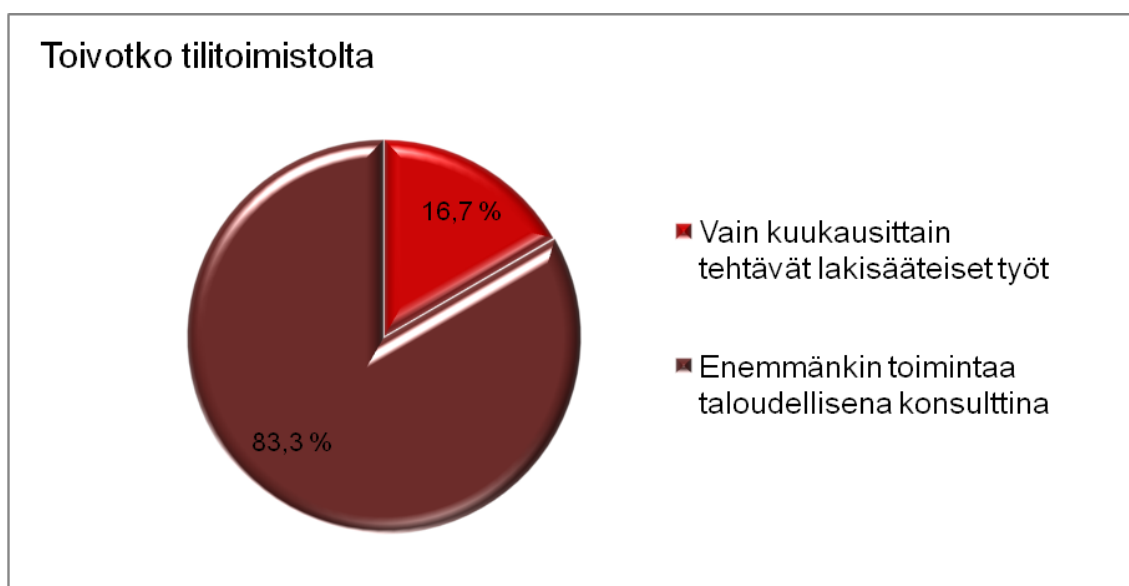
Koetko saavasi nyt tarvittavan informaation kuukausittaisista raporteista?



Vastauksia 31 kappaletta

74,2 % kokee saavansa tarvittavan informaation kuukausittaisista raporteistaan ja 25,8 % vastaavasti ei.

Toivotko tilitoimistolta



Vastauksia 30 kappaletta.

83,3 % toivoo tilitoimiston roolin olevan enemmän konsultointi, kun 16,7 % haluaa vain lakisääteiset palvelut.

3. Vapaa sana

Toimiala	Avoimet vastaukset
Puusepän teollisuus	Vuoden vaihteen/tilikauden päättymisen jälkeen pitäisi edellinen tilikausi saada nopeammin purkkiin kuin yleensä tapahtuu.
Rakennus	Tässä valikoimassa ei ollut kohteiden jälkilaskenta. Tämä olisi oikeasti kaiken tärkein raporttimuoto. Taseet jne. on mukavat, mutta enemmän kaivataan kannattavuusraportteja.
Leipomo	Tilitoimiston hinnanmuodostus voisi olla "läpinäkyvämpää"; esim. veloitettuja tuntiintoja on asiakkaan erittäin vaikea todentaa..
Toimitilojen vuokraus, muut liike-elämän palvelut	Perustyytyväinen, ei mahtavuuksia, jossei ojanpohjiakaan. Toimiala on melko yksioikoinen ja siksi ymmärrettävää, että kanssakäyminen ja melko pinnalliselle tasolle.
Asuin- ja muiden rakennusten rakentaminen	Olen itse talousalan ammattilainen, enkä siksi tarvitse tilitoimiston palveluita. Oma seurantamme perustuu projektiokohtaiseen seurantaan, mikä antaa meille huomattavasti tarkempaa ja ennakoivampaa tietoa kuin mitä tilitoimiston yleensä pystyvät tuottamaan.
Konekauppa	Hyvin menee, toivottavasti jatkuukin :)
Palveluiden kehitys, liiketoiminnan konsultointi	Homeros on tilitoimistomme ja pyynnöstä he ovat jo muokanneet kuukausiraporttia selkeämmäksi. Toiminta on kivaa, läheistä ja ystävällistä - ikinä ei ole pelottanut olla tyhmä ja kysyä. Kädestäohjattavana ja numerohuimauksesta kärsivänä ihmisenä toivon, että tilitoimisto ennakoi, kysyy, kyseenalaistaa ja ehdottaa toimintatapoja sekä osaa myydä asiakkaan tarvitsemia palveluita. Meidän kokoiselle yritykselle (pieni, aloittava toimisto) tilitoimiston palvelut ovat välttämätön paha, eikä tilitoimistokaan meillä rahaa tee. Ristiriita, joka pitäisi ratkaista molempien eduksi. Heleppo homma, eikö? :)
Maahantuonti ja b2b kauppa	En tunne Homerosta. Meillä käytössä ERP jossa myös kirjanpito ja siksi kaikki raportit kirjanpito on reaaliaikaista. Kirjanpitäjä hki:ssä. Teemme itse kk abc analyysit ym asiakkaista ja tuotteista.

Vastauksia 8 kappaletta

6.4 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Tällä hetkellä tietoa tulee paljon joka suunnasta, puhutaan jopa informaatioähkystä. Toisaalta tietoa myös halutaan saada paljon, mutta sen saamisen tulee olla mahdollisimman vaivatonta, nopeaa ja sen täytyy ennen kaikkea olla ymmärrettävää. Tätä vasten tilitoimistonkin pitää kehittää palveluitaan ja miettiä vaihtoehtoja perinteisten tuloslaskelman ja taseen rinnalle. Miten tehdään raporteista helposti luettavia ja ymmärrettäviä sekä saadaan tiedosta mahdollisimman hyvin tulevaisuutta ennustavaa?

Asiantuntijapalveluita tuottavassa yrityksessä on vaikea miettiä yhtä ainoaa oikeaa tapaa toimia asiakassuhteissa, sillä kaikki asiakkuudet ovat keskenään erilaisia. Tämä on myös se erityinen haaste palveluiden kehittämisessä, jotta asiakas kokee palvelun vastaavan henkilökohtaisesti hänen omaan tarpeeseensa. Johtopäätöksiä kuukausittaisen asiakasraportoinnin kehittämiseen tehdään kyselyn tulosten, teoriapohjan ja tilitoimiston arvojen sekä kokemusten pohjalta.

Tuloslaskelman mallin ei tarvitse kuukausittaisessa raportoinnissa olla sama kuin tilinpäätöksessä, mutta tiedon ymmärrettävyyden kannalta oleellista on, että yrittäjä oppii kunnolla tulkitsemaan oman yrityksensä virallisia raportteja. Vastanneista yrityksistä kyselyn perusteella ylivoimaisesti suurin osa toivoo tilitoimiston toimivan konsultin roolissa ja näin ollen puuttuvan, mikäli jotakin huomioitavaa omassa toiminnassa löytyy. Homeros Oy jo arvojensa pohjalta haluaa panostaa taloudellisen tiedon ymmärrettävyyteen, jotta yrittäjä osaisi itsekin tehdä päätelmiä luvuistaan. Tämän vuoksi kuukausittaisessa raportoinnissa esimerkiksi tuloslaskelman muodon muuttamisen sijaan keskityn enemmän sen avaamiseen muin keinoin.

Suurin osa yrityksistä toivoi tuloslaskelman olevan verrattavissa edelliseen vuoteen, ja iso osa myös arvosti sen verrattavuutta edelliseen kuukauteen. Uusimman tuloslaskelman rinnalle voisi siis ottaa eri sarakkeisiin aina edellisen kuukauden sekä edellisen vuoden luvut. Tällöin asiakas pystyy itse vertaamaan lukujen muutosta ja näkee tämän hetken kehityssuunnan. Esimerkiksi kiinteiden

kustannusten nousu vaikuttaa suoraan viivan alle jäävään summaan, mutta sen muutosta ei välttämättä tule seurattua kovin tarkasti. Yleensä katse keskittyy liikevaihdon ja liikevoiton muutokseen. Tällöin tilitoimisto voi myös merkitä mahdolliset huomattavat muutokset raporttiin.

Liikevaihdon kehityksen kuluneelta vuodelta voi myös esittää graafisesti. Homeos Oy:llä käytössä olevalla Econet Pro – ohjelmalla pystyy suoraan ottamaan asetuksista graafisen mallin, jonka avulla voi seurata toiminnan kehitystä. Tämä ohjelma pystyy myös toteutuneen liikevaihdon perusteella ennustamaan liikevaihdon muutoksen tilikauden loppuun asti, ennuste ei kuitenkaan pysty huomiomaan esimerkiksi tulevia sesonkeja, joten sen käyttö ei välttämättä tuo suurta lisäarvoa. Yli 40 prosenttia vastasi tilitoimiston tiedon olevan tällä hetkellä ennustavaa tai ajankohtaista, mutta erilaisten vertailuiden ja kehityssuuntien näyttäminen raportoinnissa luo tiedosta helpommin ymmärrettävää ja näin ollen myös ennustettavaa.

Kirjanpidon tuottamien raporttien tärkeys vaihteli kyselyyn vastanneiden kesken varsin paljon. Jokainen piti tuloslaskelmaa tärkeänä kirjanpidollisena tuotoksena ja suurin osa myös tasetta. Tämän jälkeen hajontaa pääkirjan, päiväkirjan sekä tase-erittelyn kanssa oli varsin paljon. Asiakkaiden tarpeet siis näissä eroavat suhteellisen paljon, jonka vuoksi mielestäni järkevintä olisi selvittää esimerkiksi seuraavan kuukauden raportoinnin yhteydessä, mitä raportteja kenellekin asiakkaalle lähetetään kuukausittain. Esimerkiksi osalle pää- ja päiväkirjan saaminen neljännesvuosittain voi olla täysin riittävää. Käyttämättömät lähetetyt raportit eivät tuota asiakkaille arvoa. Tällöin nopealla ja helpolla kyselyllä kartoitetaan asiakkaiden tarpeet näiden raporttien suhteen ja voidaan palvella jokaista asiakasta henkilökohtaisemmin. Samalla kyselyllä voisi selvittää myös yritysten toimivan tuloslaskelman muodon. Kyselyn mukaan tuloslaskelma, jossa eritellään kaikki käytetyt rivit ja laskelma jossa eritellään vain päärivit, jakoivat vastaajat melkein puoliksi, joten jommankumman tuloslaskelman muodon valitseminen raportointiin kyselyn perusteella ei ole perusteltua.

Tunnuslukuista kannattavuuden luvut olivat kyselyn perusteella ehdottomasti suosituimpia. Niitä koki tarvitsevänsä sen verran moni yrittäjästä, että erilaiset

kannattavuuden tunnusluvut tulisi liittää kuukausittaiseen raportointiin. Tunnusluvut kannattaisi miettiä kuitenkin hieman toimialoittain. Raporttipohja toki voi olla muuten kaikille asiakkaille sama. Kirjanpitäjät voisivat valita sopivimmat kannattavuuden luvut yrityksille ja liittää ne raportointipohjaan. Tällöin jokainen kirjanpitäjä pääsisi myös hieman vaikuttamaan asiakasraportointiin. Maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden lukuja ei yhtä moni vastaajista toivonut, mutta niistä voisi kuukausittain laskea esimerkiksi yhden kumpaakin ja ottaa suhteessa enemmän kannattavuuden osoita huomioon. Tunnuslukujen vertailuilla voi tavallisia lukuja nopeammin huomata poikkeavuuksia ja sen myötä pohtia yrityksen toimintaa. Tunnuslukujen avulla pystyy myös laskemaan kuinka paljon esimerkiksi myyntiä pitäisi loppuvuodelle lisätä, jos jokin asetettu tavoite halutaan saavuttaa.

Homeros Oy:llä on tällä hetkellä käytössään yleinen raportointipohja, jossa tuloslaskelmaa voi verrata esimerkiksi edelliseen kuukauteen ja johon avataan kuukauden tapahtumat pikaisesti myös sanallisesti. Pohja mukailee Homeros Oy:n yritysilmettä ja on ammattimaisen sekä selkeän näköinen, joten täysin uutta pohjaa ei ole tarpeellista luoda. Tuloslaskelman sekä tunnuslukujen esittäminen sarakkeittain selkeyttää raportointia ja kohdistaa luvut oikealle ajankohdalle. Tunnuslukujen vertailun avulla voi havaita myös sellaisia muutoksia, joita ei silmäilemällä huomaa. Graafinen liikevaihdon ja liikevoiton esittäminen näyttäisi myös miten ne kulkevat käsi kädessä ja onko toiminnan suunta nouseva vai laskeva. Luettavuuden parantamiseksi grafiikan lisääminen on perusteltua etenkin yrittäjille, jotka eivät mielestään ymmärrä laskelmia tarpeeksi hyvin. Oleellista on tehdä raportista myös mahdollisimman helposti silmäiltävän, jolloin sitä pystyy hyödyntämään kiireessäkin.

Raportoinnin teoriassa kannatetaan raportoinnin yhteenvedon tekemistä sanallisesti, sillä aina ei ole aikaa kunnolla paneutua raporttiin. Kyselyn perustella moni ei osannut kaivata sanallista avausta, mutta toisaalta tuskin monet vastaajista ovat siihen aiemmin myöskään tottuneet. Nopea sanallinen kauden avaus ja mahdolliset muutokset eivät ajallisesti vie kirjanpitäjältä kauaa, mutta siitä voi luoda oleellisen osan raportointia ja tällöin sanallinen selitys on myös osa tili-

toimiston konsultointia. Sanallisen osuuden pituuden voi säätää esimerkiksi tiettyyn määrään, jolloin se on lyhyt tiivistys tai huomautus.

Yksi kuukausiraportoinnin kehittämisen mahdollisuus on myös luoda kaikki nämä mahdolliset lisäpalvelut olemassa olevaan raporttipohjaan, josta asiakas saa esimerkiksi valita haluamansa lisäosiot. Tällöin kirjanpitäjän tulee muokata kerran jokaisen asiakkaan raportointipohjaa, jonka jälkeen jokaisella asiakkaalla on oma kustomoitu pohjansa ja johon asiakas on itse päässyt vaikuttamaan palveluun ja kokee omat tarpeensa huomioituksi.

7 POHDINTA

Tässä työssä tutustuttiin talousraportointiin ja niihin asioihin, joista se kokonaisuudessaan koostuu. Tämän pohjalta kirjanpidonraporteista työssä tarkasteluun otettiin tuloslaskelma sekä tase ja näiden raporttien lukeminen ja tulkitseminen. Yrityksen toiminnan analysoinnin avuksi tutustuttiin myös kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden tunnuslukuihin. Talousraportoinnin lisäksi teoriaosuudessa käsiteltiin palvelua, sillä tilitoimisto tarjoaa nimenomaan asiantuntijapalveluita yritysasiakkaille. Erityisesti perehdyttiin palvelun tuottamaan lisäarvoon, asiantuntijapalveluun ja asiakaskokemukseen sekä palvelun laatuun.

Teorian pohjalta käytiin läpi varsinainen case-osio, jossa perehdyttiin tilitoimiston kuukausittaisen asiakasraportoinnin kehittämiseen sekä tilitoimiston roolin selvittämiseen. Näitä tutkimuksen kohteita lähdettiin selvittämään Pirkanmaalaisille pk-yrityksille tehdyn kyselyn pohjalta ja työssä esitellään tutkimusmenetelmät sekä tutkimuksen kulku selkeästi. Kyselyn sisältö luotiin yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Kuukausiraportoinnin kehittämissuhteet luotiin työn teoriaa ja kyselyn tuloksia hyödyntäen. Tuloslaskelman verrattavuus edellisiin kausiin sekä tunnuslukujen huomioiminen olivat keskeisimmät kehitystoiveet yrityksillä. Tilitoimiston toivottiin myös toimivan enemmänkin konsultin roolissa, ja näin auttavan yritysten talouden hoitoa. Homeroksella on kyselyn tulosten pohjalta raportointi varsin hyvin toteutettu, muutamia kehitysehdotuksia kyselyn pohjalta luotiin ja nykyisen raportoinnin pohja sai tukea kyselyllä.

Kyselyn toteutuksen ja tulosten analysoinnin jälkeen heräsi joitakin jatkokysymyksiä, joita olisi työn kannalta ollut mielekästä selvittää ja joista varmasti olisi ollut hyötyä myös palvelun kehittämisessä. Aika on kuitenkin tutkimuksissa rajallinen ja varmasti aina löytyy lisää selvitettäviä asioita. Tämä varmasti lienee yleinen haaste lähes jokaisessa toteutetussa tutkimuksessa.

Palvelun jatkokehittämiseksi suosittelisin tilitoimiston tämänhetkisten asiakkaiden haastattelemista esimerkiksi lyhyen kyselyn avulla, sillä tyytyväisyys palveluun olisi sen pohjalta mielenkiintoista ja helpompaa selvittää. Luulen, että nykyisistä asiakkaista useampi kuin tämän työn kyselyyn vastanneista yrityksistä esimerkiksi toivoo sanallista tuloslaskelman avausta, sillä he ovat siihen osaltaan jo tottuneet. Yrityksen eivät välttämättä osaa vaatia tai toivoa sellaista palvelua, mitä eivät aiemmin ole saaneet. Lisäksi Homeroksen konsultointipalvelun erot muihin tilitoimistoihin kilpailutilanteen arvioimiseksi voisi olla hyvä selvittää.

LÄHTEET

Kirja lähteet

Alhola, K. & Lauslahti, S. 2000. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. Porvoo: WSOY.

Alhola, K. & Lauslahti, S. 2005. Taloutta johtamista varten – Esimiehille ja asi-
antuntijoille. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki.
Edita Publishing Oy.

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

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. uudistettu
painos. Helsinki: Tammi.

Ikäheimo, S., Lounasmeri, S. & Walden, R. Yrityksen laskentatoimi 2005. Hel-
sinki: WSOYpro.

Jyrkkiö, E. & Riistama, V. 2008. Laskentatoimi päätöksenteon apuna. 18-20-
painos. Porvoo: WSOY.

Karikorpi, O. 2010. Raha ratkaisee – yritystalous tutuksi. Helsinki: Tietosanomat
Oy.

Koski, T. 2008. PK-yrityksen strateginen talousjohtaminen. Lahti: Tietosykli Oy.

Laitinen, E & Laitinen T. 2004. Yrityksen rahoituskriisin ennustaminen. Jyväskylä:
Gummerus kirjapaino Oy.

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut: tuotteistamisen ja mark-
kinoinnin suunnittelu. Porvoo: WSOY.

Leppiniemi, J. & Kykkänen, T. 2009. Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tul-
kinta. 6. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

Leppiniemi, J. & Leppiniemi, R. 2006. Tilinpäätöksen tulkinta. 4. uudistettu pai-
nos. Helsinki: WSOYpro.

Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino
Oy.

Lindfors, H. 2010. Kirjanpito käytännönläheisesti. 4. uudistettu painos. Helsinki:
Helsingin seudun kauppakamari.

Lindfors, H. & Syvänperä, O. 2010. Pk-yrityksen budjetointi ja raportointi käytännönläheisesti. 3. uudistettu painos. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palveluiden markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Puolamäki, E. 2007 Strateginen johdon laskentatoimi: kasvuyrityksen liiketoiminnan ohjausmenetelmät. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Salmi, I. 2006. Mitä tilinpäätös kertoo? 4.-6. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Storbacka, K. 2005. Kannattava kasvustrategia: Orgaanista kasvua johtamalla asiakkuuspääomaa. Helsinki: WSOY.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Viitala, J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vilkkumaa, M. 2005. Talouden apuvälineet johdolle. Helsinki: Yrityskirjat Oy.

Verkkolähteet

Homeros Oy. 2011. Yritysesittely. Viitattu 10.10.2011.
<http://www.homeros.fi/uploads/oppaat/yritysesittely.pdf>

Homeros Oy. 2011. Viitattu 10.10.2011. www.homeros.fi

Suomen Yrittäjät 2011. Yrityshaku. Haettu: 14.10.2011. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrityshaku/haku/?QueryString=&Tol2008Code=69201&AreaOrganization=18e0bc40-47ad-4991-9888-026aeb882395&LocalOrganization=>

Tilastokeskus 2011. Virsta, virtual statistics. Tietoteoreettiset lähtökohdat. Viitattu 27.10.2011. <http://stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

KvantiMOTV. Menetelmäopetuksen tietovaranto 2009. Tutkimusasetelma. Viitattu 19.10.2011. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/tutkimus/asetelma.html>

KvantiMOTV. Menetelmäopetuksen tietovaranto 2003. Otos ja otantamenetelmät. Viitattu 19.10.2011.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html>

Kirjanpidon ABC. Taloushallintoliitto 2011. Viitattu 20.10.2011.
http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/

Kirjanpitoasetus 30.12.1997/1339. Haettu 21.10.2011.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971339>

Udi.fi (User-Driven Innovation). Miettinen, S. Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön. Luettu 27.10.2011.
<http://www.udi.fi/kolumnit/palvelumuotoilu-tuo-kayttajan-nakokulman-palvelujen-kehittamisen-keskioon>

LIITTEET

LIITE 1

Saatekirje

Yrittäjä / Talousasioista vastaava

Teen kyselyä tilitoimiston palveluista ja kuukausittaisesta raportoinnista. Vastausaika on vain muutaman minuutin, joten tämä vie vain hetken. Toivon, että löydät aikaa täyttää kyselyn, sillä jokainen vastaus on tärkeä.

Teen opinnäytetyötäni tilitoimisto [Homeros Oy](#):lle ja selvitän kyselyn avulla yritysten toiveita kuukausittaiseen asiakasraportointiin liittyen. [Homeros Oy](#) on Tampereella ja Ylöjärvellä toimiva täyden palvelun tilitoimisto, joka toiminnassaan tähtää mahdollisimman konsultoivaan ja informatiiviseen palveluun. Asiakasraportoinnin kehittäminen on heille erittäin tärkeä osa palvelun laadun ylläpitämistä.

Kyselyyn pääset linkistä:

<https://lomake.tamk.fi/v3/lomakkeet/11654/lomake.html>

Vastaan mielelläni tutkimusta koskeviin kysymyksiin.

Kiitän ajastanne, avustanne ja vastauksistanne jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin,

Tiia Suokas

Kysely tilitoimiston kuukausittaisesta raportoinnista

Perustiedot

Yrityksen nimi [?](#)

Toimiala

Yrityksen koko

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| - Liikevaihto alle 1 milj. € | - Henkilöstön määrä 1-10 |
| - Liikevaihto 1-3 milj. € | - Henkilöstön määrä 11-20 |
| - Liikevaihto 3-6 milj. € | - Henkilöstön määrä 21-30 |
| - Liikevaihto yli 6 milj. € | - Henkilöstön määrä yli 30 |

Kysymyksiä kuukausiraportoinnista

Onko käytössänne oma / tilitoimiston osto- tai myyntireskontra?

- Kyllä
- Ei

Onko käytössänne sähköinen laskujen kierrätys myynti- ja ostolaskujen puolella?

- Kyllä
- Ei, mutta voisi kiinnostaa
- Ei

Mitkä kirjanpidon raportit koette tärkeiksi:

- Tuloslaskelma
- Tase
- Pääkirja
- Päiväkirja
- Tase-erittely

LIITE 2: 2 (3)

Kumman tuloslaskelman muodon koette informatiivisemmaksi?

- Tuloslaskelma, jossa eritellään kaikki käytetyt tilit
- Tuloslaskelma, jossa eritellään päärivit

Koetko tärkeäksi, että tuloslaskelma:

- On verrattavissa edelliseen kuukauteen
- On verrattavissa edelliseen vuoteen
- Näytetään osaksi myös graafisesti
- On muodossa, josta ilmenee liikevaihdon kehitys
- On muodossa, josta ilmenee voiton kehitys
- Avataan pääpiirteittäin myös sanallisesti

Haluatko kuukausittain erilaisia tunnuslukuja:

- Kannattavuudesta
- Maksuvalmiudesta
- Vakavaraisuudesta
- Ei tarvitse

Koetteko tilitoimisto tiedon olevan:

- Ajantasaista / ennakoivaa
- Kuukauden vanhaa

Koetko saavasi nyt tarvittavan informaation kuukausittaisista raporteista?

- Kyllä
- Ei

Toivotko tilitoimistolta:

- Vain kuukausittain tehtävät lakisääteiset työt
- Enemmänkin toimintaa taloudellisena konsulttina

Vapaa sana

Vapaa sana tilitoimiston toiminnasta kokemusten pohjalta, toiveita, kehitysehdotuksia ym.

Tietojen lähetys

Kululajikohtainen tuloslaskelma

1. LIIKEVAIHTO
2. Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos
3. Valmistus omaan käyttöön
4. Liiketoiminnan muut tuotot
5. Materiaalit ja palvelut
 - a) Aineet, tarvikkeet ja tavarat
 - aa) Ostot tilikauden aikana
 - ab) Varastojen muutos
 - b) Ulkopuoliset palvelut
6. Henkilöstökulut
 - a) Palkat ja palkkiot
 - b) Henkilösivukulut
 - ba) Eläkekulut
 - bb) Muut henkilösivukulut
7. Poistot ja arvonalentumiset
 - a) Suunnitelman mukaiset poistot
 - b) Arvonalentumiset pysyvien vastaavien hyödykkeistä
 - c) Vaihtuvien vastaavien poikkeukselliset arvonalentumiset
8. Liiketoiminnan muut kulut
9. LIIKEVOITTO (-TAPPIO)
10. Rahoitustuotot ja -kulut
 - a) Tuotot osuuksista saman konsernin yrityksissä
 - b) Tuotot osuuksista omistusyhteisyhteisöissä
 - c) Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista
 - d) Muut korko- ja rahoitustuotot
 - e) Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista
 - f) Arvonalentumiset vaihtuvien vastaavien rahoitusarvopapereista
 - g) Korkokulut ja muut rahoituskulut
11. VOITTO (TAPPIO) ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ
12. Satunnaiset erät

- a) Satunnaiset tuotot
- b) Satunnaiset kulut
- 13. VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA
- 14. Tilinpäätössiirrot
 - a) Poistoeron muutos
 - b) Vapaaehtoisten varausten muutos
- 15. Tuloverot
- 16. Muut välittömät verot
- 17. TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)

Toimintokohtainen tuloslaskelma

1. LIIKEVAIHTO
2. Hankinnan ja valmistuksen kulut
3. Bruttokate
4. Myynnin ja markkinoinnin kulut
5. Hallinnon kulut
6. Liiketoiminnan muut tuotot
7. Liiketoiminnan muut kulut
8. LIIKEVOITTO (-TAPPIO)
9. Rahoitustuotot ja -kulut
 - a) Tuotot osuuksista saman konsernin yrityksissä
 - b) Tuotot osuuksista omistusyhteisyhteisöissä
 - c) Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista
 - d) Muut korko- ja rahoitustuotot
 - e) Arvonlaskennalliset pysyvien vastaavien sijoituksista
 - f) Arvonlaskennalliset vaihtuvien vastaavien rahoitusarvopapereista
 - g) Korkokulut ja muut rahoituskulut
10. VOITTO (TAPPIO) ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ
11. Satunnaiset erät
 - a) Satunnaiset tuotot
 - b) Satunnaiset kulut
12. VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA
13. Tilinpäätössiirrot
 - a) Poistoeron muutos
 - b) Vapaaehtoisten varausten muutos
14. Tuloverot
15. Muut välittömät verot
16. TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)

Tase

V a s t a a v a a

A PYSYVÄT VASTAAVAT

I Aineettomat hyödykkeet

1. Kehittämismenot
2. Aineettomat oikeudet
3. Liikearvo
4. Muut pitkävaikutteiset menot
5. Ennakkomaksut

II Aineelliset hyödykkeet

1. Maa- ja vesialueet
2. Rakennukset ja rakennelmat
3. Koneet ja kalusto
4. Muut aineelliset hyödykkeet
5. Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat

III Sijoitukset

1. Osuudet saman konsernin yrityksissä
2. Saamiset saman konsernin yrityksiltä
3. Osuudet omistusyhteisyhteisöissä
4. Saamiset omistusyhteisöiltä
5. Muut osakkeet ja osuudet
6. Muut saamiset

B VAIHTUVAT VASTAAVAT

I Vaihto-omaisuus

1. Aineet ja tarvikkeet
2. Keskeneräiset tuotteet
3. Valmiit tuotteet/tavarat
4. Muu vaihto-omaisuus
5. Ennakkomaksut

II Saamiset

1. Myyntisaamiset
2. Saamiset saman konsernin yrityksiltä

3. Saamiset omistusyhteisyrittäjiltä
4. Lainasaamiset
5. Muut saamiset
6. Maksamattomat osakkeet/osuudet
7. Siirtosaamiset

III Rahoitusarvopaperit

1. Osuudet saman konsernin yrityksissä
2. Muut osakkeet ja osuudet
3. Muut arvopaperit

IV Rahat ja pankkisaamiset

Vastattavaa

A OMA PÄÄOMA

I Osake-, osuus- tai muu vastaava pääoma

II Ylikurssirahasto

III Arvonkorotusrahasto

IV Käyvän arvon rahasto

V Muut rahastot

1. Vararahasto
2. Yhtiöjärjestyksen tai sääntöjen mukaiset rahastot
3. Muut rahastot

V Edellisten tilikausien voitto (tappio)

VI Tilikauden voitto (tappio)

B TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ

1. Poistoero
2. Vapaaehtoiset varaukset

C PAKOLLISET VARAUKSET

1. Eläkevaraukset
2. Verovaraukset
3. Muut pakolliset varaukset

D VIERAS PÄÄOMA

1. Joukkovelkakirjalainat
2. Vaihtovelkakirjalainat

LIITE 5: 3 (3)

3. Lainat rahoituslaitoksilta
4. Eläkelainat
5. Saadut ennakot
6. Ostovelat
7. Rahoitusvekselit
8. Velat saman konsernin yrityksille
9. Velat omistusyhteisyriksille
10. Muut velat
11. Siirtovelat