

Linda Salo

Asiakastyytyväisyyskysely Yritys A:n yhden toimipisteen asiakkaille

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus

Joulukuu 2016



KYAMK
University of Applied Sciences

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Linda Salo	Tradenomi	Joulukuu 2016
Opinnäytetyön nimi		
Asiakastyytyväisyyskysely Yritys A:n yhden toimipisteen asiakkaille		52 sivua 8 liitesivua
Toimeksiantaja		
Yritys A Oy		
Ohjaaja		
Lehtori Marita Kankaanranta		
Tiivistelmä		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja on suomalainen taloushallintoon keskittynyt yritys, jolla on toimintaa usealla eri paikkakunnalla. Yrityksessä on tehty asiakastyytyväisyyskyselyitä aiemmin, mutta tämä oli ensimmäinen toimipaikkakohtainen opinnäytetyönä tehty kysely. Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa tämänhetkinen asiakastyytyväisyys ja määrittää tulevat kehityskohteet. Tulokset ohjaavat jatkuvaa kehitystoimintaa.</p> <p>Teoriaosuudessa selvitetään työn kannalta olennaiset käsitteet taloushallinto, asiakastyytyväisyys, palvelu ja laatu. Teoriaosuudessa käydään myös läpi kyselyn laatimisen teoriaa sekä valitut analysointityökalut.</p> <p>Tämä tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin lokakuussa 2016. Linkki kyselyyn lähetettiin 254 asiakkaalle sähköpostitse. Lisäksi lähetettiin kaksi muistutusviestiä nostamaan vastausprosenttia.</p> <p>Kyselyn vastausprosentti oli 28,3 prosenttia. Tämänvuotisen asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset osoittavat, että vastanneet asiakkaat ovat pääpiirteittäin tyytyväisiä yrityksen palveluihin. Lisäksi asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksista selvisi, mitä palveluita vastanneet asiakkaat haluaisivat tulevaisuudessa käyttää. Asiakastyytyväisyys oli hieman korkeampaa tänä vuonna kuin viime vuonna. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset antavat toimeksiantajalle kuvan siitä, mitä palveluita tulisi kehittää, jotta asiakkaat olisivat entistä tyytyväisempiä.</p> <p>Toimeksiantajalle laadittiin tämän opinnäytetyön lisäksi raportti kaikkien asiakkaiden vastauksista sekä ketjukohtaiset raportit tuloksista. Toimeksiantajayritys koki työn hyödylliseksi ja tuloksien analysointia jatketaan opinnäytetyön valmistuttua yhdessä toimeksiantajayrityksen henkilökunnan kanssa. Tuloksia hyödynnetään yrityksen tulevaisuuden palveluissa ja asiakastyytyväisyyden kasvattamisessa. Asiakastyytyväisyyskyselyä on myös mahdollista käyttää tulevien asiakastyytyväisyyskyselyiden pohjana.</p>		
Asiasanat		
asiakastyytyväisyys, taloushallinto, palvelu, laatu, kysely		

Author (authors)	Degree	Time
Linda Salo	Bachelor of Business Administration	December 2016
Thesis Title		
Customer Satisfaction Survey For Company A Customers (one branch)		52 pages 8 pages of appendices
Commissioned by		
Company A Oy		
Supervisor		
Marita Kankaanranta, Senior Lecturer		
Abstract		
<p>This bachelor's thesis was commissioned by a Finnish company focused on financial administration, operating in several different locations. The company has made customer satisfaction surveys before but this was the first branch-specific survey made as a thesis. The objective of this thesis was to map the present customer satisfaction and to define coming targets for development.</p> <p>The theoretical section clarified the essential concepts relative to this work; financial administration, customer satisfaction, service and quality. The theoretical section clarified the theory of formulating a survey and the chosen tools of the analysis as well.</p> <p>This study is implemented as a quantitative study. The customer satisfaction survey was executed in October 2016. The hyperlink to the survey was sent to 254 customers by e-mail, additionally two reminders were sent to raise the response rate.</p> <p>The response rate of the survey was 28,9 per cent. The results of this year customer satisfaction survey indicate, that the customers who responded were in general satisfied with company A's services. In addition, the results of the customer satisfaction survey showed what kind of services the clients, who responded, would like to use in the future. Customer satisfaction was slightly higher this year than the last year. The results of the customer satisfaction survey gave the commissioner a picture of what services they need to develop, so that the customers would be even further satisfied.</p> <p>In addition to this thesis, a report of all the customers' answers and chain-specific reports of the results was compiled for the commissioner. The commissioner found the thesis useful and the analysing of the results will continue together with the personnel of the commissioner after the thesis is published. The results will be utilised in the company's future services and in increasing the customer satisfaction. It is possible to use this customer satisfaction survey as a foundation to future customer satisfaction surveys.</p>		
Keywords		
customer satisfaction, financial administration, service, quality, survey		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET	7
3	SUHDE AIKAISEMPAAN TUTKIMUKSEEN	7
4	MENETELMIEN VALINTA	8
5	KÄSITTEET	9
5.1	Taloushallinto	9
5.2	Asiakastytyväisyys.....	10
5.3	Palvelu.....	10
5.4	Laatu.....	11
6	TOIMEKSIANTAJA	12
7	TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTTAMINEN	13
7.1	Kyselylomakkeen rakentaminen	13
7.2	Kysymykset ja kysymystyypit.....	14
7.3	Tutkimuksen reliabiliteetti, validiteetti ja objektiivisuus	15
7.4	Aineiston keruu	16
7.5	Analysointityökalut.....	17
7.5.1	ZEF	17
7.5.2	SPSS.....	18
8	TULOSTEN ESITTELY JA ANALYSOINTI	18
8.1	Yritysten perustiedot	18
8.2	Kirjanpito	21
8.3	Palkanlaskenta.....	27
8.4	Tulevaisuuden palvelut	32
8.5	Yleiset kysymykset	41
8.6	Vertailu edellisiin kyselyihin	44
8.7	Johtopäätökset.....	45
9	LOPPUPOHDINTA	46
	LÄHTEET.....	49

LIIKTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Muistutusviesti 1

Liite 3. Muistutusviesti 2

1 JOHDANTO

Aihe tähän opinnäytetyöhön tuli yritys A:lta, jossa suoritin perusharjoittelun ja syventävän harjoittelun vuonna 2015 ja jossa olen sen jälkeen ollut osa-aika- ja kesätöissä. Yritys A on taloushallinnon yritys ja yrityksessä pyritään seuraamaan asiakastytyväisyyttä säännöllisesti, kyselyitä tehdään vuosittain.

Pohtiessamme aihetta toimeksiantajan kanssa, tulimme siihen johtopäätökseen, että tämä aihe hyödyttäisi sekä toimeksiantajaa että työn kirjoittajaa. Viime keväänä teimme ryhmän kanssa asiakaskyselyn LCCE-projektikurssin yhteydessä, mikä jätti itämään siemenen asiakaskyselystä opinnäytetyönä.

Työ tehdään yrityksen näkökulmasta. Yrityksen puolelta kontaktiverkostooni kuuluvat ohjaajaksi nimetty esimies B sekä muut toimiston esimiehet. Koulun puolelta tukiverkostooni kuuluvat lehtori Marita Kankaanranta ja lehtori Tommi Salmela.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakastytyväisyyskysely hie- man eri näkökulmasta kuin aiemmin yrityksessä tehdyt asiakastytyväisyysky- selyt. Tässä asiakastytyväisyyskyselyssä on tarkoitus kartoittaa koko yhden toimipisteen asiakkaiden tyytyväisyys, yksittäisten asiakkaiden lisäksi. Asia- kastyytyväisyyskyselyn tavoitteena on saada asiakkailta suoraa palautetta ja kehitystoiveita, miten palveluita voitaisiin parantaa. Kuten aiemmin mainitsin, on yrityksessä tehty asiakastytyväisyyskyselyitä vuosittain. Uskon kuitenkin, että näin opinnäytetyönä tehtynä kyselyyn ja sen tuloksien analysointiin saa- daan uutta näkökulmaa.

Tästä asiakastytyväisyyskyselystä saatuja johtopäätöksiä on tarkoitus hyö- dyntää tulevaisuudessa Yritys A:n toiminnan kehittämisessä. Opinnäytetyö toi- mii raporttina Yritys A:lle. Tulokset esitellään myös erikseen ketjukohtaisesti Yritys A:n kyselyä koskevan toimipisteen työntekijöille ja esimiehille erillisenä Power Point-esityksenä.

Tässä opinnäytetyössä pohjana on teoriaosuus, jossa kerrotaan työssä hyö- dynnettyjä teorioita ja selvennetään työhön liittyvät käsitteet. Asiakastytyväi- syyskyselyn tulokset käyn läpi luvussa 8.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET

Työllä on tarkoituksena kartoittaa asiakkaiden tämänhetkinen asiakastyytyväisyys ja määrittää tulevat kehityskohteet. Tutkimuksen tulokset ohjaavat jatkuvaa kehitystoimintaa, jolla parannetaan tuotetun asiakaspalvelun laatua, pystytään tuottamaan asiakkaille lisäpalveluja ja syvennetään asiakassuhteita. Selvittämällä, mitä palveluita asiakas oikeasti kokee tarvitsevansa, on yrityksen mahdollista rakentaa kokonaisuudessaan kannattava palveluyhdistelmä jokaiselle asiakkaalle.

Nykyään asiakastyytyväisyys on erittäin tärkeä asia kaikilla aloilla. Tyytyväinen asiakas on kannattavampi asiakas kuin tyytymätön asiakas. Tämän vuoksi asiakastyytyväisyyden selvittäminen on tärkeysjärjestyksessä erittäin korkealla. Asiakastyytyväisyyden selvittäminen kyselyn avulla on mielestäni realistisimman tuloksen antava menetelmä, jossa kysymysten muotoilu ja vastausten analysointi on avain-asemassa.

3 SUHDE AIKAISEMPAAN TUTKIMUKSEEN

Asiakastyytyväisyyskyselyitä on tehty, varsinkin viime vuosikymmenillä, yhä enenevässä määrin. Eri toimialojen, saati eri organisaatioiden, tekemiä asiakastyytyväisyyskyselyitä on kuitenkin hankalaa vertailla toisiinsa, eikä yhtä oikeaa totuutta ole. Kuitenkin, jotta asiakasstrategiaa voisi suunnitella, kehittää ja toteuttaa menestyksellisesti, täytyy tuntea asiakassuhteet läpikotaisin. Parhaiten asiakkaiden todellisen äänen saa selville asiakastyytyväisyyskyselyn kautta. (Aarnikoivu 2005, 37.)

Lukiessani eri opinnäytetöitä ja kandidaatintutkielmia asiakastyytyväisyyskyselyistä, huomasin perusidean olevan suurimmassa osassa samankaltainen. Kuitenkin kaikissa oli korostettu työn tärkeyttä toimeksiantajalle.

Esimerkiksi Kähkölän kandidaatintutkielman (2008, 44) luvussa 7 Johtopäätökset ja yhteenveto todetaan, että asiakastyytyväisyys tulisi ottaa huomioon yritysten päivittäisessä toiminnassa ja sen pitäisi olla toiminnan lähtökohtana. Asiakastyytyväisyys helpottaa asiakassuhteiden suunnittelua pitkällä tähtäimellä ja antaa hyvät lähtökohdat yhteistyölle jatkossakin.

Kähkölä (2008, 44) toteaa myös työssään seuraavaa: *Asiakastyytyväisyyttä tulisi mitata säännöllisin väliajoin; siksi yrityksen kannalta on edullista rakentaa itselleen räätälöity asiakastyytyväisyysmittaristo, joka tekee myös mittaustulosten arvioinnista luotettavaa.* Tärkeintähän kuitenkin on, että kukin yritys saa juuri sille sopivaksi räätälöidyn mittariston, jolla pystytään mittaamaan juuri sen yrityksen asiakastyytyväisyyttä, huomioon ottaen kyseisen yrityksen erityispiirteet.

4 MENETELMIEN VALINTA

Asiakastyytyväisyyskyselyn eli suuren otoksen ollessa kyseessä on kvantitatiivinen tutkimus mielestäni looginen valinta tutkimusmenetelmäksi. Perusjoukko on Yritys A:n asiakkaat, josta otokseksi on valikoitunut Yritys A:n yhden toimipisteen asiakkaat.

Perusjoukko on se ryhmä, josta ollaan kiinnostuneita, tässä tapauksessa Yritys A:n asiakkaat. Koska kyseessä on kuitenkin iso yritys, on asiakkaitakin hyvin paljon. Tämän vuoksi tässä opinnäytetyössä on otoksena Yritys A:n yhden toimipisteen asiakkaat. Toimipisteellä on asiakkaita yhteensä noin kolmesataa, jolloin otoskoko muodostunee sopivan kokoiseksi.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus suoritetaan yleensä lomakekyselynä. Kvantitatiivisessa metodologiassa vertaillaan aineistoa yleensä taulukkomuodossa. Tuloksia peilataan aiemmin tehtyihin tutkimuksiin ja aiemmin esiin tulleisiin teorioihin. (Vilka 2015, 94–98.)

Kvantitatiivisessa metodologiassa suuret otokset kuuluvat asiaan. Kuvataan tutkittavaa ilmiötä numeerisen tiedon pohjalta. Monesti selvitetään myös ilmiöiden välisiä riippuvuuksia tai muutoksia. (Alasuutari 2011, 34–37.)

Perusjoukko on se ryhmä, josta ollaan kulloisessakin tutkimuksessa kiinnostuneita. Otos on taas se perusjoukosta poimittu ryhmä, joka on huomattavasti perusjoukkoa pienempi, ja jotka on valittu osallistumaan kyselyyn. Otoksen on oltava riittävän suuri, että tutkimuksen tuloksista tulee tarpeeksi luotettavat. (Vehkalahti 2014, 43.)

Tässäkin opinnäytetyössä olisi ollut mahdollista käyttää triangulaatiota eli monimenetelmällisyyttä. Saatuja tuloksia olisi voinut vahvistaa esimerkiksi kvalitatiivisella menetelmällä. Koska aikataulu oli hyvin tiukka, olisi se tarkoittanut pintapuolisempaa raapaisua sekä kvantitatiivisella että kvalitatiivisella menetelmällä. Tämän vuoksi se ei tuntunut tässä tapauksessa mielekkäältä.

5 KÄSITTEET

Seuraavaksi käyn läpi tämän opinnäytetyön kannalta keskeiset käsitteet. Kerroin, mitä yleisesti tarkoitetaan taloushallinnolla, asiakastyytyvyydellä, palvelulla ja laadulla, mikä helpottaa opinnäytetyön lukemista ja ymmärtämistä.

5.1 Taloushallinto

Taloushallinnolla tarkoitetaan järjestelmää, jolla organisaatio seuraa taloudellisia tapahtumia siten, että se voi raportoida toiminnastaan sidosryhmilleen (Lahti & Salminen 2014, 16). Sidosryhmät voidaan luokitella kahteen eri ryhmään, ulkoiseen laskentatoimeen ja sisäiseen laskentatoimeen, joille tuotetaan tarkoitukseltaan erilaista taloudellista informaatiota. Ulkoiseen laskentatoimeen kuuluvat viranomaiset, omistajat, henkilökunta, asiakaskunta, tavaran toimittajat ja muut yhteistyökumppanit. Sisäinen laskentatoimi taas tuottaa tietoa lähinnä yrityksen johdolle. (Lahti & Salminen 2014, 16.)

Taloushallinnon on tarkoitus auttaa yritystä prosessiensa kanssa ja muodostaa kattavaa tietoa yrityksen taloudesta. Taloushallinnon tehtäviin kuuluu myös huolehtia yrityksen tarpeeksi hyvästä taloudellisesta osaamisesta, jotta yrityksen toiminta on riittävän tehokasta ja kannattavaa. Yrityksen lakisääteiset velvoitteet raportoida taloudellisesta tilanteestaan ja siitä tuloksesta, joka on saavutettu, kuuluvat yleensä myös taloushallinnon tehtäviin. (Eskola & Mäntysaari 2007, 7.)

Yrityksen taloushallinto on laajentunut perinteisestä lakisääteisestä kirjanpidosta monipuolisempaan suuntaan. Neuvonta, verotus, palkkahallinto, rahoitus ja esimerkiksi yrityskauppakonsultointi saattavat olla osa ostettavaa taloushallintoa. Varsinkin pienet ja keskisuuret yritykset ostavat usein taloushallintopalveluita ulkopuolisilta. (Taloushallintoliitto 2016.)

Taloushallinto on alana muuttunut viime vuosina hyvin paljon. Tietotekniikasta on tullut lähestulkoon itsestäänselvyys ja sähköiset palvelut ovat jokapäiväisiä. Suuri osa yrityksistä hoitaa nykyään yhä suuremman osan taloushallinnostaan sähköisesti. Laskutus, ostolaskujen vastaanotto, laskujen kierrätys, hyväksyntä ja maksu, kirjanpito ja viranomaisilmoitukset hoidetaan pääsääntöisesti sähköisesti. Taloushallinto on nykyisin digitalisoitunut hyvin pitkälle, mikä tarkoittaa sitä, että kaikki vaiheet käsitellään digitaalisessa muodossa eikä paperia käytetä. (Lahti & Salminen 2014, 23–28.)

5.2 Asiakastytyväisyys

Asiakastytyväisyys on keskeinen asia yrityksen menestymisen kannalta. Kuitenkin kaikilla asiakkailla on omat odotuksensa ja omat kokemuksensa yrityksen palveluista. Jokainen asiakas kokee siis palvelun omalla tavallaan, tästä syystä asiakastytyväisyys on aina omakohtainen näkemys. (Rope & Pöllänen 1998, 58–59.)

Asiakastytyväisyyden mittaamisella on aina tarkoitus selvittää asiakkaan sen hetkinen subjektiivinen mielipide hänen asiakaspalvelutilanteistaan. Koska asiakastytyväisyys on lähes aina senhetkinen tilanne, on asiakastytyväisyyttä pidettävä yllä jokapäiväisissä kontakteissa asiakkaiden kanssa. (Rope & Pöllänen 1998, 58–59.)

Monet yritykset unohtavat huolehtia olemassa olevien asiakkaiden tyytyväisyydestä kalastellessaan uusia asiakkaita. Asiakastytymättömyys johtaa asiakkaiden häviämiseen. Asiakastytymättömyyden syyt voidaan jäljittää asiakkaan odotusten ja toteutuneen kokemuksen väliseen kuiluun. Vain hyvin suunnitelluilla asiakastytyväisyyskyselyillä nämä kuilut voidaan tunnistaa ja kuroa umpeen. (Hill & Alexander 2006, 5–11).

5.3 Palvelu

Sanalla palvelu on hyvin monia tarkoituksia. Gummeson on määritellyt palvelun seuraavasti: ”Palvelu on jotain, mitä voi ostaa ja myydä, mutta mitä ei voi

puodottaa varpailleen.” Kuitenkin lähestulkoon kaikkeen fyysisen tavaran myyntiin liittyy jonkinlaista palvelua. Lisäksi palveluun kuuluu yleensä myös jossain määrin kanssakäymistä palvelun tuottajan kanssa. (Grönroos 2015, 76–78).

Grönroos (2015, 79) toteaa, että palveluilla on pääsääntöisesti kolme vallitsevaa lähtökohtaa:

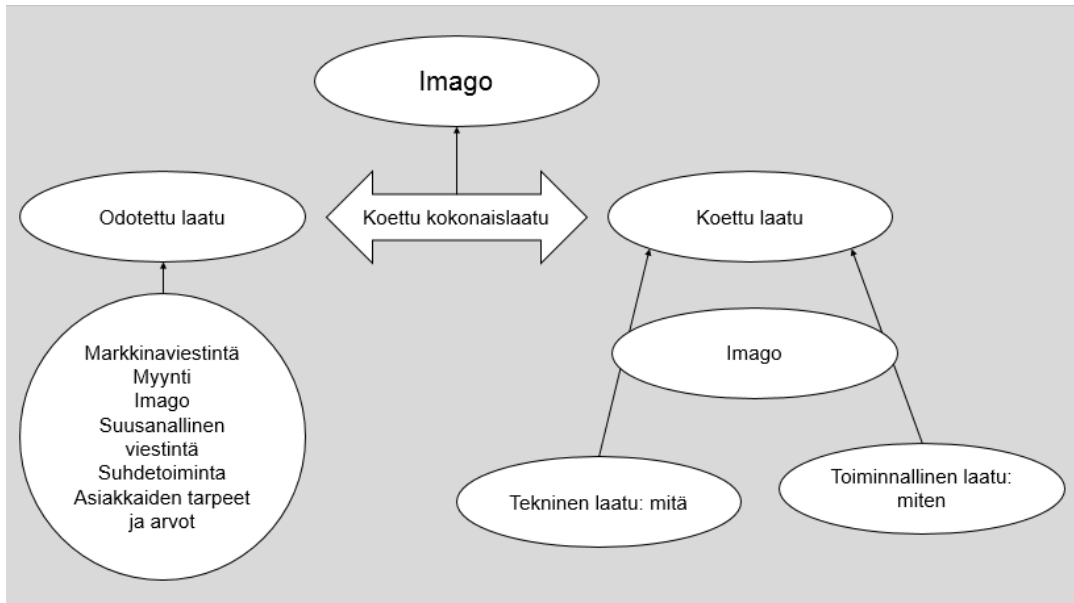
1. *Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai joukosta toimintoja.*
2. *Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.*
3. *Asiakas osallistuu ainakin jossain määrin palvelun tuotantoprosessiin kanssatuottajana.*

Ennen kaikkea palvelu on aineeton, jopa abstrakti, jolloin asiakkaalle on hankalaa määrittää palvelu. Monesti asiakkaat kuvailevatkin palveluja esimerkiksi sanoilla ”kokemus”, ”luottamus”, ”tunne” ja ”turvallisuus”. Arvoa näille on kuitenkin hankala laittaa. Osassa palveluja yhdistyy kuitenkin aineettomuus ja aineellisuus, mikä helpottaa arvon määrittämistä. (Grönroos 2015, 78–82).

5.4 Laatu

Kaikilla asiakkailla on omat odotuksensa palvelusta ja sen laadusta. Näin lähtökohtia voi olla hyvin monia. Yhden asiakkaan odotukset voivat olla matalalla ja toisen korkealla, ja koska laatu koetaan yleensä hyväksi, kun odotukset täytetään, on tämä paljon helpompaa sen asiakkaan kanssa, jolla on odotukset hyvin matalalla kuin sen asiakkaan kanssa, jonka odotukset ovat korkealla. (Hämäläinen, Kiiras, Korkeamäki & Pakkanen 2016, 49.)

Laatu voidaan jakaa kahteen eri osaan: tekniseen ja toiminnalliseen osaan. Teknistä laatua edustaa työntekijöiden ammattitaito, toimiva ja selkeä toimintaympäristö sekä laitteistojen toimiminen. Toiminnallista laatua taas edustaa yrityksen henkilökunnan vuorovaikutustaidot, varmuus omissa toimissaan sekä yrityksen muut asiakkaat. Molemmat osat ovat kuitenkin tärkeitä asiakas-tyytyväisyyden kannalta, yleensä nimittäin kokonaisuus ratkaisee. (Hämäläinen, ym. 2016, 50–52.)



Kuva 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2015.)

Kuva 1 havainnollistaa Grönroosin mallin koetusta palvelun kokonaislaadusta. Kuvasta näkyy, kuinka laatukokemukset kytkeytyvät totuttuihin markkinointitoimiin johtaen siihen, kuinka asiakkaat kokevat laadun. Odotettu laatu taas johtuu useasta tekijästä, kuten kuvasta 1 näkee. Odotettu laatu riippuu esimerkiksi markkinointiviestinnästä, yrityksen imagosta ja asiakkaan tarpeista. Asiakkaan odotusten ollessa epärealistiset, kokee hän kokonaislaadun alhaiseksi, vaikka laatu olisikin hyvää objektiivisesti mitattuna. Jos taas laatu vastaa asiakkaan odotuksia, on laatu hyvää. Koettua kokonaislaatua kuvaa oikeastaan kuilu odotetun ja koetun laadun välillä. Tämän vuoksi markkinoinnissa olisi hyvä varoa lupailemasta liikoja. (Grönroos 2015, 105–106.)

6 TOIMEKSIANTAJA

Yritys A on kokonaisvaltainen taloushallintopalveluyritys. Yritys A:lla on toimintaa usealla eri paikkakunnalla Suomessa. Yritys A:n vahvimpiina osaamisalueina on konserni- ja franchise-ketjujen taloushallintoprosessien yhdistäminen. Työntekijöitä yritys A:lla on noin sata.

Yritys A:ssa on tehty asiakastytyväisyyskyselyitä aiemmin. Aikaisempina vuosina asiakastytyväisyyskyselyt on tehty ketju-kohtaisesti, ei toimipaikka-kohtaisesti. Myös viime vuoden asiakastytyväisyyskysely on tehty ZEF-kyselytyökalulla.

7 TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTTAMINEN

Tässä luvussa käyn tarkemmin läpi, miten kyselylomake rakennettiin ja minkä tyyppisiä kysymyksiä kyselyyn tulee. Lisäksi käyn läpi tutkimuksen reliabiliteetin, validiteetin ja objektiivisuuden. Kerron myös aineiston keruu- ja käsittelytävasta.

7.1 Kyselylomakkeen rakentaminen

Kyselylomakkeen rakentaminen on omanlaisensa haaste, varsinkin hyvän kyselylomakkeen rakentaminen. Heikkilä (2014, 47) summaa mielestäni kirjassaan erinomaisesti hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä:

- *Se on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen.*
- *Teksti ja kysymykset on hyvin aseteltu (ei liian täyteen ahdettu).*
- *Vastausohjeet ovat selkeät ja yksiselitteiset.*
- *Kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan.*
- *Kysymykset etenevät loogisesti.*
- *Kysymykset on numeroitu juoksevasti.*
- *Samaa aihetta koskevat kysymykset on ryhmitelty kokonaisuuksiksi, joilla voi olla selkeät otsikot.*
- *Alussa on helppoja kysymyksiä.*
- *Kontrollikysymyksillä varmistetaan vastausten luotettavuus (ei liian monta).*
- *Lomake ei ole liian pitkä.*
 - *Jokaisen kysymyksen tarpeellisuus harkitaan.*
 - *Pienempi kirjaskoko saa lomakkeen näyttämään lyhyemmältä.*
- *Lomake saa vastaajan tuntemaan itsensä tärkeäksi.*
- *Lomake on esitestattu.*
- *Se on helppo syöttää ja käsitellä tilasto-ohjelmalla.*

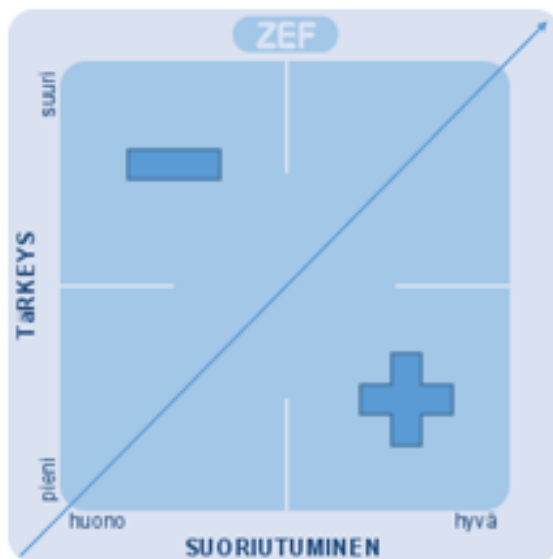
Nämä ohjeet mielessä pitäen lähdettiin tätäkin kyselyä rakentamaan yhteistyössä sekä koulun että työpaikan ohjaajien kanssa. Aluksi mietin, mitkä olisivat omasta mielestäni aiheellisia kysymyksiä kyselyyn, tämän jälkeen tutustuin useaan eri opinnäytetyöhön, jossa aiheena oli asiakastyytyväisyyskysely, sekä lähdekirjallisuuteen. Pohdimme myös yhdessä opiskelijatovereiden, ohjaavien opettajien sekä esimieheni kanssa juuri tähän kyselyyn sopivia kysymyksiä. Pikkuhiljaa runko muotoutui lopulliseen malliinsa.

7.2 Kysymykset ja kysymystyypit

Kysymystyyppinä kyselyssä on useita erityyppisiä kysymyksiä. Yhtenä kysymystyyppinä on suljetut kysymykset eli kysymykset joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tämä yksinkertaistaa vastausten käsittelyä sekä torjuu virheitä. Osa kysymyksistä taas on luonnollisesti sekakysymyksiä, eli vastausvaihtoehdoista osa on annettu ja yleensä yksi vastausvaihtoehto on avoin, jotta on mahdollista valita myös sellainen vastausvaihtoehto, jota lomakkeen laatija ei ole huomannut ajatella. (Heikkilä 2014, 49–50.)

Osa kysymyksistä on Likertin asteikolla. Sitä käytetään usein mielipideväittämissä. Asteikko on yleensä 4- tai 5-portainen, ääripäiden ollessa useimmiten täysin samaa mieltä ja täysin eri mieltä. Tällä asteikolla vastaaja valitsee vaihtoehdon, joka vastaa parhaiten hänen omaa käsitystään. (Heikkilä 2014, 51.)

Osa kysymyksistä on nelikenttämuodossa, eli kaksiulotteisia kysymyksiä. Tämän tyyppisissä kysymyksissä vastataan kahdessa ulottuvuudessa, x- ja y-akselilla, jolloin toisella akselilla voidaan arvioida esimerkiksi tärkeyttä ja toisella suoriutumista. Kysymystyyppi perustuu visuaalisuuteen ja sen voi ymmärtää arviointitehtävänä. Tämä edellyttää vastaajalta asian pohdintaa kahdesta ulottuvuudesta, mikä tekee kysymyksistä mielenkiintoisia ja toisaalta haastavia. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 52–54.)



Kuva 2. Onnistuminen/tärkeys

Kuvassa 2 on kuvattu nelikentän vastausten tulkinnassa tärkeä näkemys. Plussan puolella olevat vastaukset osoittavat onnistumisen suorituksessa olevan parempaa, kuin asian tärkeyden asiakkaalle

Mukaan kyselyyn otettiin myös muutamia avainkysymyksiä, eli kysymyksiä, joita on edellisinäkin vuosina kysytty, ja jotka ovat siten vertailukelpoisia eri vuosien välillä. Kyselyyn osallistuvat vastaavat esimerkiksi seuraaviin väittämiin mielestään parhaiten kuvaavalla tavalla:

- Kirjanpitäjäni on palvelualtis.
- Olen saanut asiantuntevaa palvelua kirjanpitäjältäni.
- Kirjanpitäjäni ymmärtää yrittäjän arkea.
- Palkanlaskijani on palvelualtis.
- Olen saanut asiantuntevaa palvelua palkanlaskijaltani.
- Kuukausi- ja kvartaalipuhelut ohjaavat ja tukevat liiketoimintaani.
- Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia.
- Tiedotteet ovat hyödyllisiä.
- Suosittelen Yritys A:ta talouskumppaniksi.

Nämä väittämät helpottavat vertailua edellisen vuoden kanssa ja kertovat minkä suhteen on menty oikeaan suuntaan sekä onko niissä vielä paljon kehitettävää. Ilman avainkysymyksiä olisi vuosien vertailu mahdotonta.

7.3 Tutkimuksen reliabiliteetti, validiteetti ja objektiivisuus

Heikkilä (2014, 27) toteaa: *Tutkimus on onnistunut, jos sen avulla saadaan luotettavia vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tutkimus tulee tehdä rehellisesti, puolueettomasti ja niin, ettei vastaajille aiheudu tutkimuksesta haittaa.* Tämä tutkimus pyritään toteuttamaan edellä mainittuja kriteerejä noudattaen.

Tutkimuksen reliabiliteetilla käsitetään mittarin luotettavuus, eli kuinka hyvin kysely tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Jos mittauksen reliabiliteetti on suuri, saadaan useammalla mittauskerralla yhdestä ja samasta aineistosta samankaltaiset tulokset. (Holopainen & Pulkkinen 2012, 17.)

Jotta tutkimuksen lopputulos olisi luotettava, on tutkijan katsottava työtään kriittisesti ja tarkalla silmällä tutkimuksen alusta loppuun. Otoskoon on oltava

myös riittävän suuri kyselytutkimuksen ollessa kyseessä, jotta tulokset olisivat luotettavia eivätkä sattumanvaraisia. (Heikkilä 2014, 28.)

Tutkimuksen validiteetti kertoo, onko pystytty mittaamaan nimenomaan sitä, mitä pitikin mitata (Holopainen & Pulkkinen 2012, 17). Validius on varmistettava ennakkoon tarkkaan suunnittelemalla ja harkitsemalla tiedon keruuseen liittyvät asiat. Kyselyn kysymysten tulisi mitata selkeästi juuri kyseisen kyselyn olennaisia asioita. Tutkimuksen validiteettia edesauttaa tarpeeksi suuren vastausmäärän saaminen. Tutkimuksen validiteettia edesauttaa myös se, että perusjoukko on määritelty kunnolla, ja se että otos on tarpeeksi edustava. (Heikkilä 2014, 27–28.)

Objektiivisuus pitää sisällään sen, etteivät kyselyn tulokset saa riippua tutkimuksen tekijästä. Vaikka kaikkiin tutkimuksiin liittyy työn tekijän subjektiiviset valinnat niin kysymysten muotoilusta, tutkimusmenetelmästä, analysointimenetelmistä ja raportointitavasta, eivät tekijän omat poliittiset tai moraaliset mielipiteet saa vaikuttaa prosessiin. Vaikka tutkija vaihdettaisiin, eivät tutkimuksen tulokset muutu, mikäli tutkimus on objektiivinen. (Heikkilä 2014, 28–29.)

7.4 Aineiston keruu

Kysely toteutettiin sähköisenä, sillä toimistolla käy asiakkaita vain satunnaisesti, eikä henkilökohtainen lomakekysely olisi tästä syystä ollut mielekäs. Sähköisen kyselyn tulosten käsittely on suuren määrän vuoksi myös järkevämpää. Aineiston käsittelyyn pystyy näin myös siirtymään heti vastausajan mentyä umpeen. Koska asiakasrekisteristä löytyvät kaikkien toimipisteen asiakkaiden sähköpostiosoitteet, on kyselyn linkki helppo toimittaa vastaajille. (Heikkilä 2014, 66–68.)

Internetkyselyiden suorittamiseksi löytyy useampia helppokäyttöisiä ja järkevän hintaisia ohjelmia (Heikkilä 2014, 66–67). Tähän opinnäytetyöhön valikoitui maksullinen yritys A:ssa käytössä oleva ZEF-kyselytyökalu, josta lisää tietoa myöhemmin.

7.5 Analysointityökalut

Kvantitatiivisen tutkimusaineiston tarkasteluun ja analysointiin sopivat parhaiten tilastolliset ohjelmistot. Ohjelmia on tarjolla lukuisia. Hintahaarukka on hyvin suuri, ohjelmistoja löytyy ilmaisista hyvinkin kalliisiin. Se mitä ohjelmistoa käytetään, ratkaisee tutkija, tiedonkeruumenetelmä, tutkimusaineisto ja tarvittavat analysointimenetelmät. (Heikkilä 2014, 118–119.)

7.5.1 ZEF

ZEF-kyselytyökalussa on monipuolisesti vaihtoehtoja ja siitä saa myös monipuolisesti tietoa kyselyn tuloksista. Kyselytyökalu on hyvin visuaalinen, moderni ja sen avulla on helppo kerätä tasokasta tietoa. Kysely toimii internet-linkin kautta ja sitä pystyy käyttämään niin kyselyn luomiseen kuin kyselystä raportoimiseen. ZEF, eli Z-scored Electronic Feedback, viittaa vastausten normeerauksen eli menetelmään, jossa analyysivaiheessa vastaukset suhteellistetaan keskenään. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 8–9.)

Z-scoring eli normeeraus eli suhteellinen raportointi korostaa erot suhteessa vastaajan muihin vastauksiin. Z-scoring on hyvä käytettäväksi silloin, kun on todennäköistä, että eri vastaustyylit tuottavat vastausjakaumiin mittausvirheitä. Tässä tapauksessa voi olettaa, että kaikilla vastaajilla on omat asteikkonsa, joiden perusteella he asettavat vastaukset ja suhteuttavat ne muihin kysymyksiin. Perinteisesti puhutaan asennevääritystä, tyyli vastata kysymyksiin ja asteikkojen käsittäminen poikkeaa eri vastaajilla. Vastaajat kuitenkin laittavat yleensä kysytyt väittämät järjestykseen suhteessa muihin kysytyihin väittämiin. ZEF-kyselytyökalua käyttäessä vastaaja myös kaiken aikaa näkee, mihin kohtaan hän on edellisissä väittämissä vastannut. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 105–110.)

ZEF-kyselytyökalun raportoinnissa käytetään kahta pääraporttia, absoluuttisia raportteja ja suhteellisia raportteja. Absoluuttiset raportit kertovat suorat absoluuttiset vastaukset. Suhteelliset raportit taas suhteuttavat vastaukset kunkin vastaajan vastaustyylin perusteella Z-scoring menetelmää käyttäen. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 105–110.)

7.5.2 SPSS

SPSS on tilastollisen materiaalin analysointiin hyvin soveltuva ohjelma. ”*Statistical Package for Social Sciences*” oli nimi, jolla SPSS:ää kutsuttiin 1960-luvulla. Tuolloin se tuli tunnetuksi etenkin yhteiskuntatieteisiin sopivana, tilastollisten sovellusohjelmien pakettina, mistä SPSS:n alkuperäinen nimi juontaa-kin juurensa. Ohjelmistosta käytetään kuitenkin nykyisin vain lyhyttä nimeä SPSS. (Vehkalahti 2014, 195–198.)

Käyttöliittymänä SPSS mukautuu aina kulloiseenkin ympäristöön, eli esimerkiksi Windowsissa SPSS vaikuttaa ihan normaalilta Windows-ohjelmalta. Näin ollen SPSS on kohtuullisen helppo käyttää. (Vehkalahti 2014, 195–198.)

SPSS ohjelmaa on käytetty myös Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa eri kurssien yhteydessä. SPSS on hyvä perusanalysointityökalu, joka taipuu moneen käyttöön. SPSS:stä saa hyvin muodostettua taulukoita ja kaavioita analysointia varten. (Vehkalahti 2014, 195–198.)

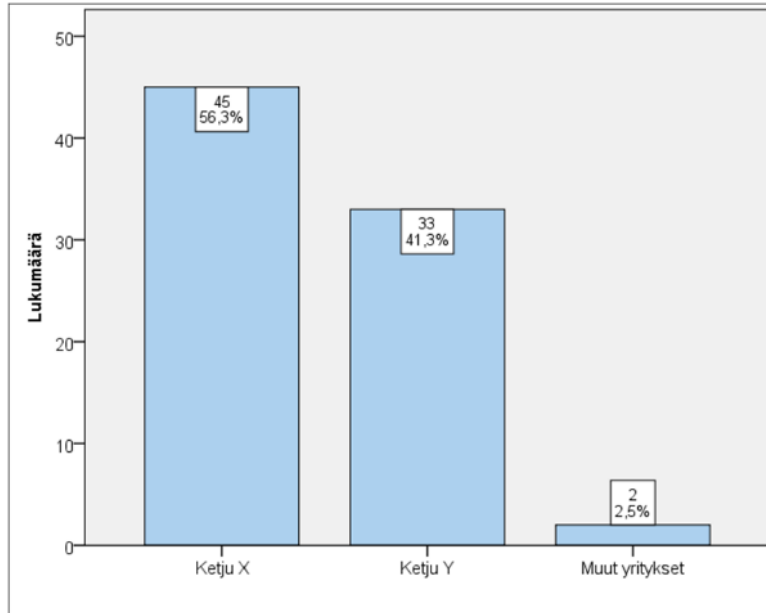
8 TULOSTEN ESITTELY JA ANALYSOINTI

Tässä luvussa analysoin ja käyn kyselyn tulokset lävitse aihealueittain. Kysely toteutettiin sähköisenä ZEF-työkalun avulla. Linkki kyselyyn lähetettiin 18.10.2016, lisäksi kyselystä muistutettiin sähköpostitse 21.10.2016 ja 28.10.2016. Vastausaikaa oli kyselyssä 30.10.2016 asti. Kysely lähetettiin 254 asiakkaalle. Kyselyn aloitti 101 asiakasta eli 39,8 prosenttia, kyselyn teki loppuun asti 72 asiakasta eli 28,3 prosenttia. Kyselyn analysoinnissa on käytetty sekä SPSS- että ZEF-työkalua.

8.1 Yritysten perustiedot

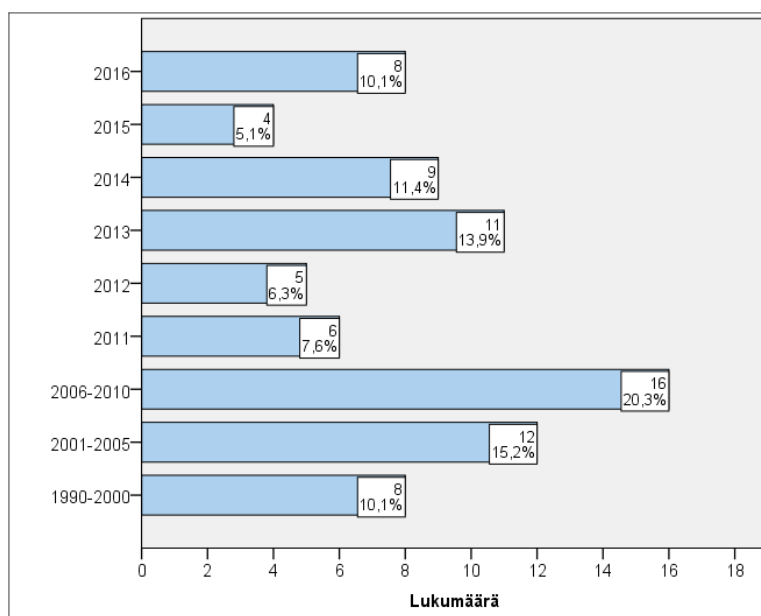
Kyselyn perustiedot-osiossa kysyimme, kuinka kauan yritys on toiminut, kauan yritys on ollut yritys A:n asiakkaana, kuinka suuri yrityksen liikevaihto on, ja mitä yritys A:n palveluita yritys käyttää. Sähköpostilistalta selvisi kysymättä, kuuluuko yritys ketjuun X, ketjuun Y vai muihin yrityksiin. Yritysten perustiedot-osiossa kysyttiin myös, kuka on kirjanpitäjäsi. Vaihtoehtona oli kaikkien kirjan-

pitäjien lisäksi vaihtoehto "En tiedä", mikäli vastaaja ei olisi muistanut tai tiennyt, kuka on heidän kirjanpitäjänsä. En tiedä -vaihtoehtoon tuli ainoastaan yksi vastaus. Perustietojen selvittäminen antaa kokonaiskuvan vastanneista sekä vastaajille helpomman aloituksen kyselyyn.



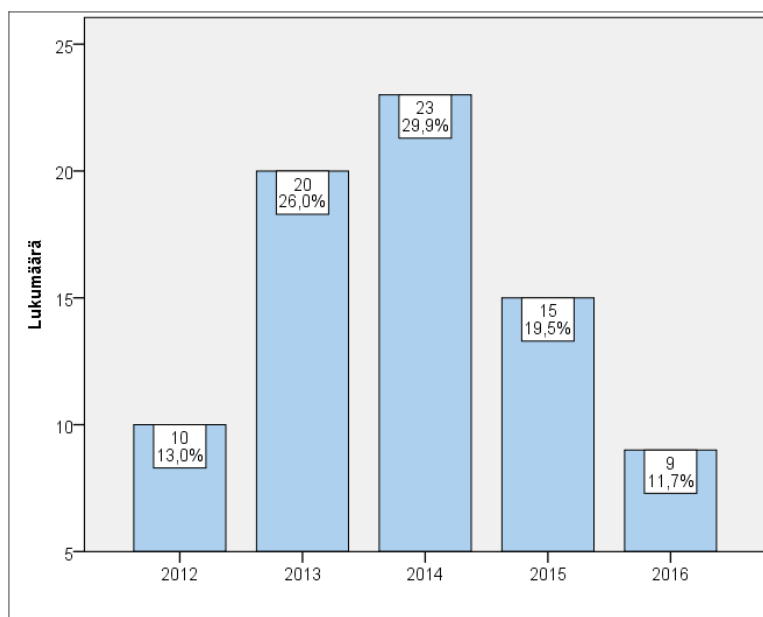
Kuva 3. Vastanneiden jakauma eri ketjujen välillä (n=80)

Kuvassa 3 on esitelty vastanneiden jakauma eri ketjujen kesken. Vastanneista 56,3 prosenttia oli ketjun X edustajia ja 41,3 prosenttia ketjun Y edustajia. Muista yrityksistä vastauksia tuli 2,5 prosenttia.



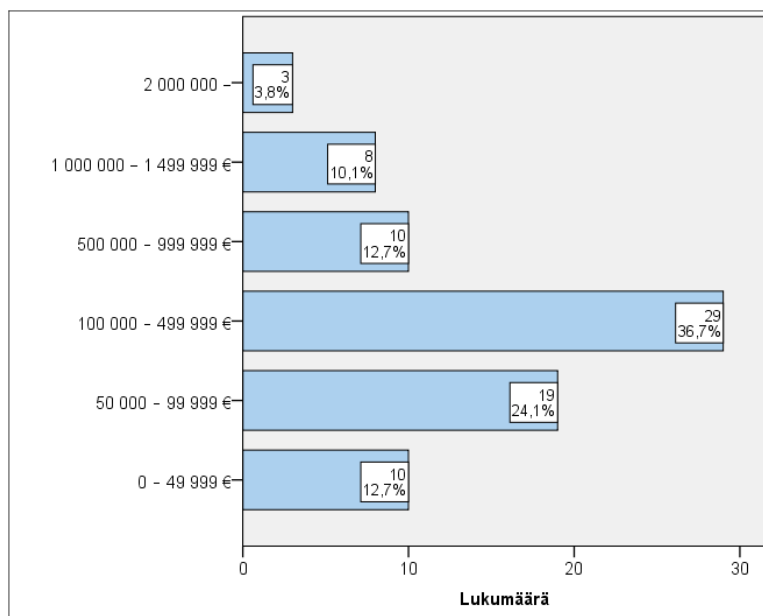
Kuva 4. Yritykseni on toiminut vuodesta (n=79)

Kuvasta 4 voi nähdä että yli 50 prosenttia vastanneista yrityksistä on aloittanut toimintansa vuoden 2010 jälkeen. Vastanneista yrityksistä ainoastaan 10,1 prosenttia on aloittanut toimintansa ennen vuotta 2000.



Kuva 5. Olen ollut yritys A:n asiakas vuodesta(n=77)

Kuten kuvasta 5 voi nähdä, on vastaajista 11,7 prosenttia aloittanut yritys A:n asiakkaina vuonna 2016. Vastanneista yrityksistä suurin osa (68,9 %) on ollut yritys A:n asiakkaita vuodesta 2012 - 2014.



Kuva 6. Yritykseni liikevaihto vuodessa on(n=79)

Kuvasta 6 näkee vastanneiden jakauman liikevaihdon perusteella. Liikevaihto on suurimmalla osalla, 36,7 prosentilla, vastaajista 100 000–499 999 €. Ainoastaan 3,8 prosentilla vastaajista liikevaihto on yli 2 000 000 € ja vain 12,7 prosentilla liikevaihto on 0 – 49 999 €.

Taulukko 1. Mitä seuraavista palveluista käytät?(n=73)

	Vastauksia		% vastaajista (n=73)
	N	%	
Kirjanpito	73	54,9%	100,0%
Palkanlaskenta	50	37,6%	68,5%
Ohjelmistot	8	6,0%	11,0%
HR-palvelut	2	1,5%	2,7%
Yhteensä	133	100,0%	182,2%

Taulukosta 1 selviää, että kaikki vastanneet käyttävät kirjanpidon palveluita. Vastanneista 68,5 prosenttia käyttää palkanlaskennan palveluita ja 11,0 prosenttia käyttää ohjelmistopalveluita. Ainoastaan 2,7 prosenttia vastanneista käyttää HR-palveluita. Taloushallinto-alan yrityksen ollessa kyseessä oli odotettavissa, että kaikki vastanneet käyttävät kirjanpidon palveluita. Oheispalveluiden (palkanlaskenta, ohjelmistot ja HR-palvelut) käyttäjiä olisi mahdollista lisätä kannattavuuden lisäämiseksi.

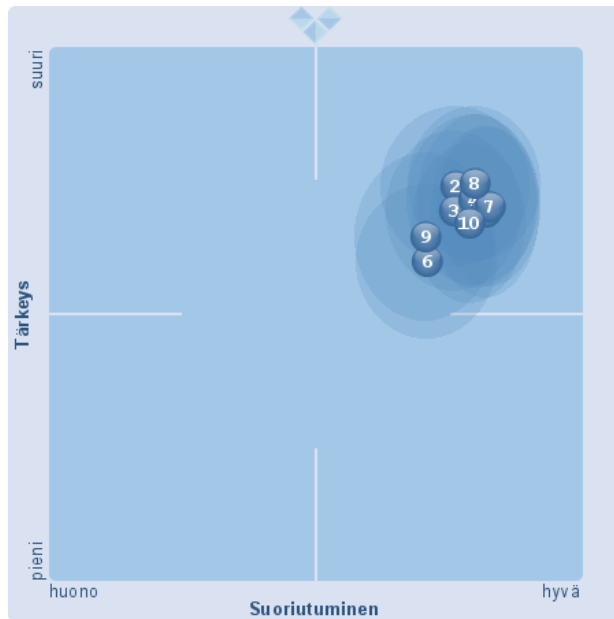
8.2 Kirjanpito

Kirjanpito-osiossa oli tarkoitus selvittää, kuinka tyytyväisiä vastanneet ovat kirjanpidon palveluihinsa ja kuinka tärkeitä he niitä pitävät. Tulosten perusteella voi päätellä, mitkä osa-alueet vaativat kehittämistä asiakkaiden tyytyväisyyden lisäämiseksi, jotta kannattavuus pysyy hyvänä.

Kirjanpito-osiossa oli erilaisia väittämiä, jotka piti arvioida nelikentässä. Nelikentässä piti arvioida asian tärkeyttä itselle sekä yritys A:n suoriutumista kyseisestä väittämästä. Useat vastaajista kokivat nelikenttä-väittämät haasteelliseksi, kysymystyyppin vaatiman asian syvällisemmän pohtimisen vuoksi. Tämän osion viimeinen kysymys oli avoin kysymys, muita väittämiä oli yhteensä kymmenen:

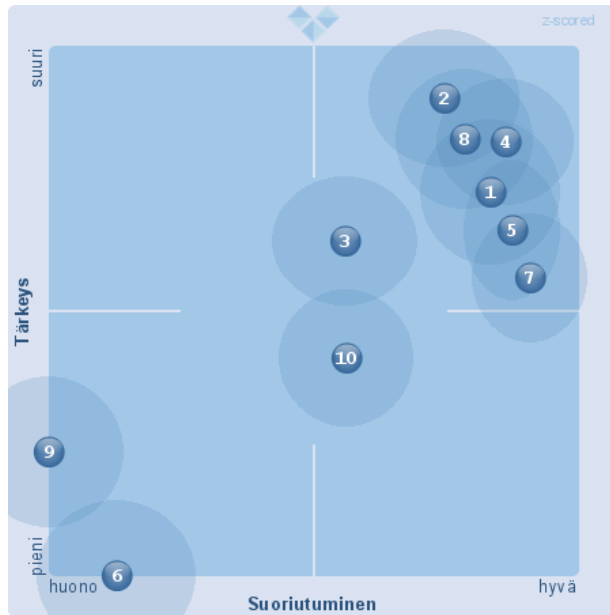
1. Kirjanpitäjäni on palvelualtis.
2. Olen saanut asiantuntevaa palvelua kirjanpitäjältäni.

3. Kirjanpitäjänäni ymmärtää yrittäjän arkea.
4. Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on sujuvaa.
5. Kirjanpitäjä on helppo tavoittaa.
6. Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia.
7. Kirjanpitäjän palvelu on riittävän nopeaa.
8. Kirjanpitäjän palvelu on luottamuksellista.
9. Kirjanpidon palveluiden hinta-laatusuhde on kohtallaan.
10. Kirjanpidon palveluvalikoima on tarpeeksi kattava.



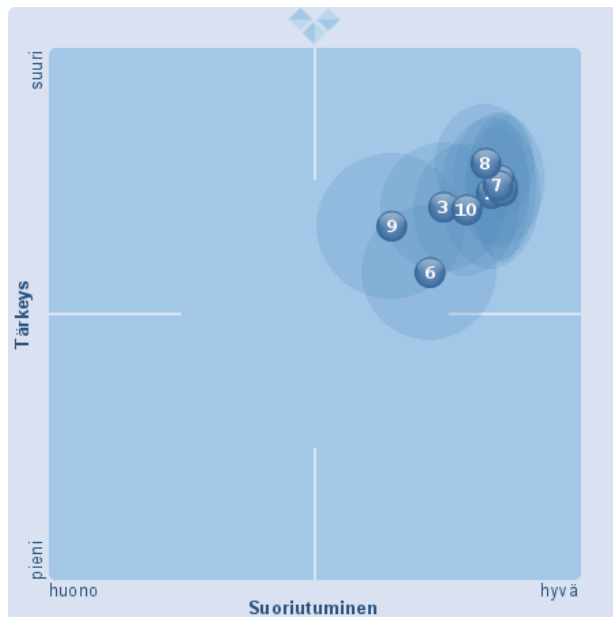
Kuva 7. Kirjanpito(absoluuttinen raportti) (n=75 - 84)

Kuvassa 7 on esitetty kootusti kaikki absoluuttiset kirjanpidon tulokset. Kuten kuvasta näkee, sijoittuvat kaikki vastaukset ylempään oikeaan neliöön. Tästä voi päätellä vastanneiden olleen yleisesti tyytyväisiä yrityksen A:n kirjanpidon palveluihin.



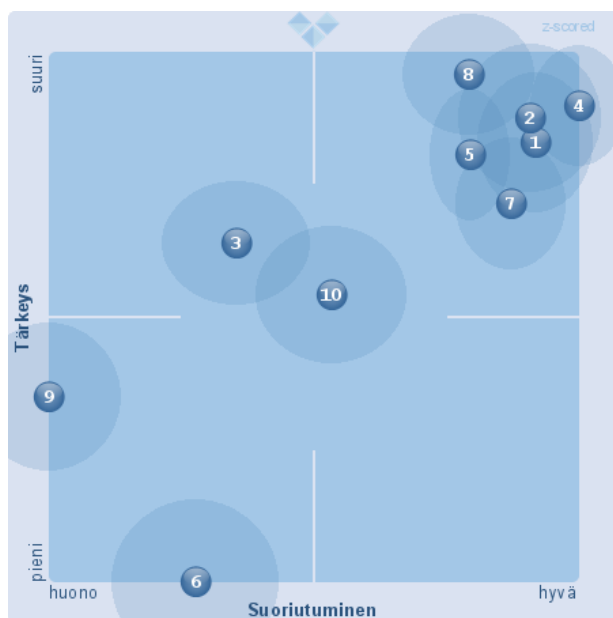
Kuva 8. Kirjanpito(suhteellinen raportti) (n=75 - 84)

Kuvassa 8 taas on suhteellinen raportti, joka eriyttää vastauksia jo vähän enemmän. Suhteellisessa raportissakin on suurin osa vastauksista ylemmässä oikeassa neliössä. Kahteen väittämään on vastaukset suhteellisessa raportissa alemmassa vasemmassa neliössä, väittämä 6 (Tapaamiset kirjanpittäjän kanssa ovat tarpeellisia) ja väittämä 9 (Kirjanpidon palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan). Yritys A on suoriutunut vastaajien mielestä välttävästi näistä väittämistä. Vastaajien mielestä nämä väittämät eivät kuitenkaan ole heille erityisen tärkeitä.



Kuva 9. Kirjanpito ketju X(absoluuttinen raportti) (n=30 - 35)

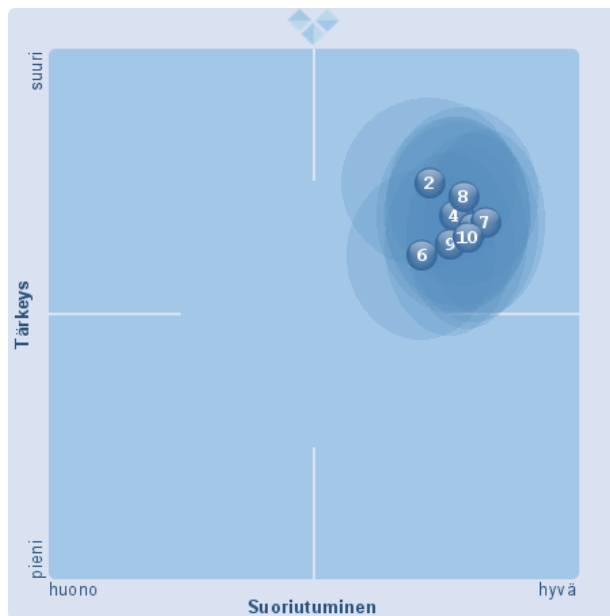
Kuvasta 9 näkyy absoluuttinen raportti ketjun X vastauksista kirjanpidon osasta. Ketjun X vastaajien absoluuttinen raportti sijoittaa kaikki vastaukset myös ylimpään oikeaan neliöön. Ketjun X vastaajien voidaan siis päätellä myös olevan kokonaisuudessaan tyytyväisiä Yritys A:n kirjanpidon palveluihin.



Kuva 10. Kirjanpito ketju X(suhteellinen raportti) (n=30 - 35)

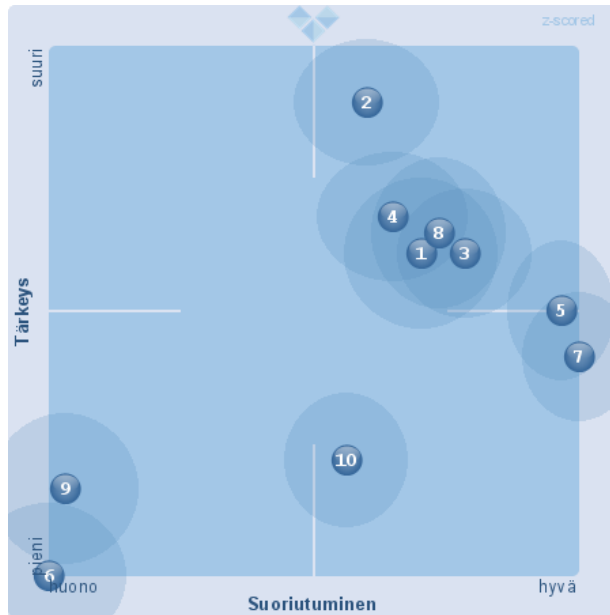
Kuvassa 10 on esitetty suhteellinen kirjanpidon raportti ketjun X osalta. Väittämiin 6 (Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia) ja 9 (Kirjanpidon pal-

veluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan) vastaukset ovat suhteellisessa raportissa alemmassa vasemmassa neliössä, eli vastaajien mielestä yritys A on suoriutunut tehtävistä välttävästi mutta ne eivät ole vastanneille erityisen tärkeitä. Ketjun X kohdalla väittämä 3, "Kirjanpitäjäni ymmärtää yrittäjän arkea", sijaitsee suhteellisessa raportissa ylemmässä vasemmassa neliössä. Tämä tarkoittaa sitä, että vastanneet pitävät väittämää kohtuullisen tärkeänä, mutta kokevat, että yritys A on suoriutunut tehtävästä heikosti. Näiden kolmen väittämän kohdalta olisi suotavaa parantaa palvelun laatua, jotta asiakastytyvyys saataisiin paremmaksi.



Kuva 11. Kirjanpito ketju Y(absoluuttinen raportti) (n=41 - 46)

Kuvasta 11 voi nähdä, että myös ketju Y:n vastanneiden vastaukset menevät ylempään oikeaan neliöön. Absoluuttisesti tarkasteltuna myös ketju Y:n vastanneet ovat tyytyväisiä yritys A:n toimintaan.



Kuva 12. Kirjanpito ketju Y (suhteellinen raportti) (n=41 - 46)

Kuten kuvasta 12 voi nähdä, on ketju Y:n kohdalla hajonta suhteellisessa raportissa huomattavasti suurempaa. Myös ketju Y:n vastanneet kokevat väittämät 6 (Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia) ja 9 (Kirjanpidon palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan) ei niin tärkeiksi ja yritys A:n suoriutumisen tehtävistä heikoksi. Näiden kahden palvelun laatua voisi parantaa. Lisäksi vastanneet kokevat väittämän 10 (Kirjanpidon palveluvalikoima on tarpeeksi kattava) ei niin tärkeäksi, mutta ovat sitä mieltä, että yritys A on kuitenkin suoriutunut tehtävästä kohtuullisen hyvin. Vastanneiden mielestä yritys A:lla on tarpeeksi valikoimaa kirjanpidon palveluissa.

Viimeinen väittämä oli avoin väittämä:

11. Onko joku muu ominaisuus mielestänne tärkeä kirjanpitäjässä?

Avoimeen väittämään oli kommentoinut usea yrittäjä. He pitivät kirjanpitäjässä tärkeinä myös seuraavia ominaisuuksia:

- *Jaksaa kertoa niin kaikki asiat että tyhmäkin tajuaa.*
- *Seuraa tilannetta ja antaa palautetta mitä kannattaa tehdä tuloksen parantamiseksi kirjanpidon puitteissa.*
- *Pitää uskaltaa sanoa, että : " En tiedä vastausta tähän kysymykseen, minä selvitän asian".*
- *Näkemyksellisyys, kyky ehdottaa, jopa haastaa toimintatapoja. Vertailu kollegayritysten tehokkuuteen olisi tervetullutta*
- *Rauhallisuus, ystävällisyys, palvelualttiud*
- *Jotta kirjanpitäjä ei vaihtuisi vuosittain ja asioita ei tarvitsisi aina aloittaa uudestaan.*

- *Tavoitettavuus*
- *ottaa asioista selvää pyydettyä..*

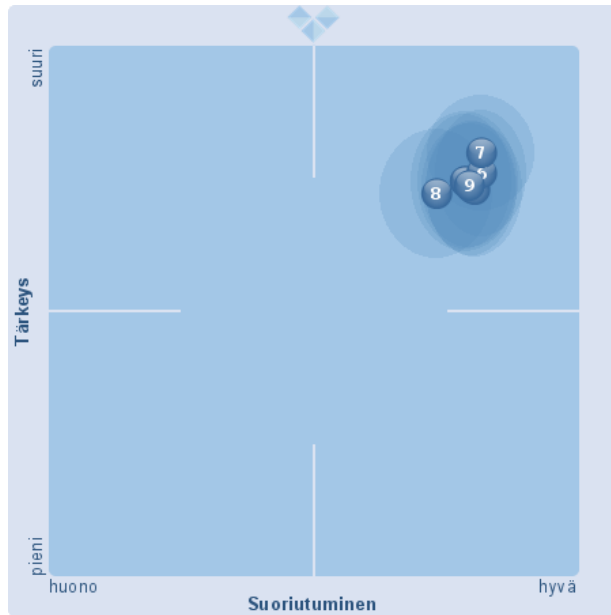
Tämän avoimen väittämän vastauksista oli huomattavissa, että osa vastaajista oli selvästi antanut palautetta myös tämänhetkisestä kirjanpitäjästä ja osa oli maininnut sellaisia ominaisuuksia, joita haluaisivat kirjanpitäjällään olevan, mutta joita ei tällä hetkellä ole.

8.3 Palkanlaskenta

Palkanlaskenta kuuluu vahvana osana yritys A:n palveluihin, minkä vuoksi oli tarpeen selvittää asiakastytyväisyyttä myös palkanlaskennan osalta. Tuloksien avulla voi nähdä, mitkä osa-alueet ovat palkanlaskennan vahvoja puolia ja mitkä vaativat lisää kehittämistä. Tämän avulla palkanlaskennan palvelujen laatu voidaan nostaa vielä paremmaksi.

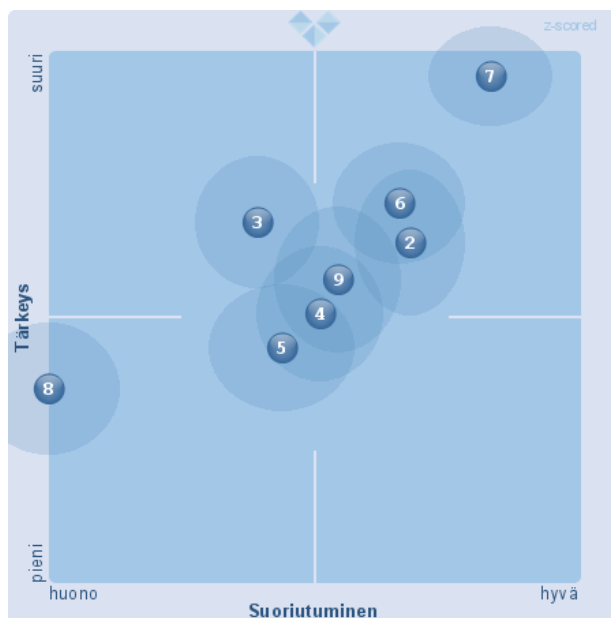
Palkanlaskenta-osio avautui vain sille osalle vastaajista, jotka olivat vastanneet perustiedot-osiossa käyttävänsä palkanlaskentapalveluita. Ensimmäisenä osiossa kysyttiin, kuka on yrityksen palkanlaskija. Palkanlaskijoiden lisäksi vaihtoehtona oli En tiedä. Jopa kymmenen vastanneista ei tiennyt, kuka on heidän palkanlaskijansa. Tämän jälkeen myös tässä osiossa oli väittämiä, jotka piti arvioida nelikentässä. Väittämiä piti arvioida sen perusteella, kuinka tärkeitä ne ovat itselle ja kuinka yritys A on niistä suoriutunut. Kysymyksistä viimeinen oli avoin kysymys. Väittämiä oli yhteensä yhdeksän:

1. Palkanlaskijani on.
2. Palkanlaskijani on palvelualtis.
3. Olen saanut asiantuntevaa palvelua palkanlaskijaltani.
4. Yhteistyö palkanlaskijan kanssa on sujuvaa.
5. Palkanlaskija on helppo tavoittaa.
6. Palkanlaskennan palvelu on riittävän nopeaa.
7. Palkanlaskennan palvelu on luottamuksellista.
8. Palkanlaskennan palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan.
9. Palkanlaskennan palveluvalikoima on tarpeeksi kattava.



Kuva 13. Palkanlaskenta(absoluuttinen raportti) (n=43 - 46)

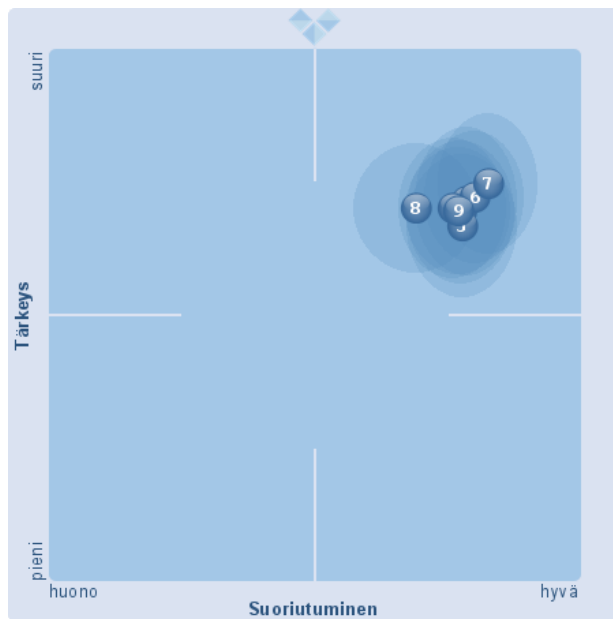
Kuvassa 13 on palkanlaskennan absoluuttinen raportti sisältäen kaikki vastaajat. Kaikkien väittämien vastaukset sijoittuvat ylimpään oikeaan neliöön, josta voi päätellä vastanneiden olevan pääsääntöisesti tyytyväisiä palkanlaskennan palveluihin.



Kuva 14. Palkanlaskenta(suhteellinen raportti) (n=43 - 46)

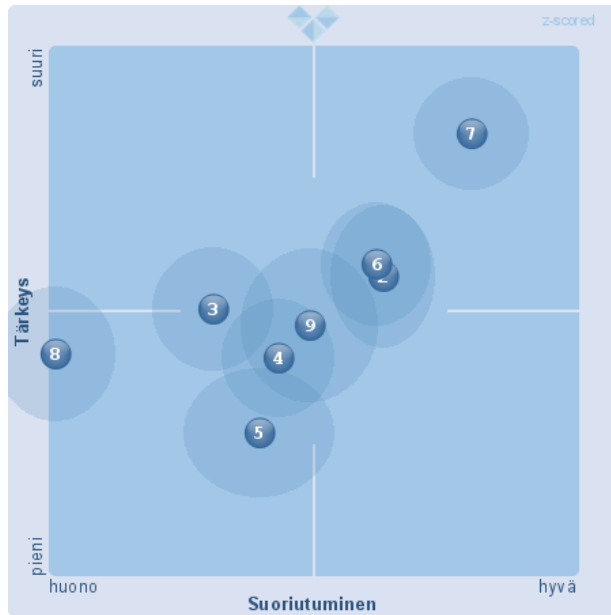
Kuvassa 14 näkyy palkanlaskennan suhteellinen raportti kaikkien vastanneiden osalta. Suurin osa vastauksista on keskivaiheilla neutraalilla alueella, poikkeuksina väittäjä 7 (Palkanlaskennan palvelu on luottamuksellista) ja

väittäjä 8 (Palkanlaskennan palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan). Väittäjä 8 sijoittuu alempaan vasempaan neliöön, minkä voi tulkita tarkoittavan sitä, etteivät vastanneet pidä sitä kovinkaan tärkeänä ja että yritys A on suoriutunut siitä huonosti. Väittäjä 7 taas sijoittuu ylempään oikeaan neliöön, minkä voi vuorostaan tulkita tarkoittavan sitä, että vastanneiden mielestä väittäjä on tärkeä ja yritys A on suoriutunut siitä vastanneiden mielestä hyvin. Tämä on erittäin hyvä, sillä luottamus on palkanlaskennan palveluissa erittäin tärkeää.



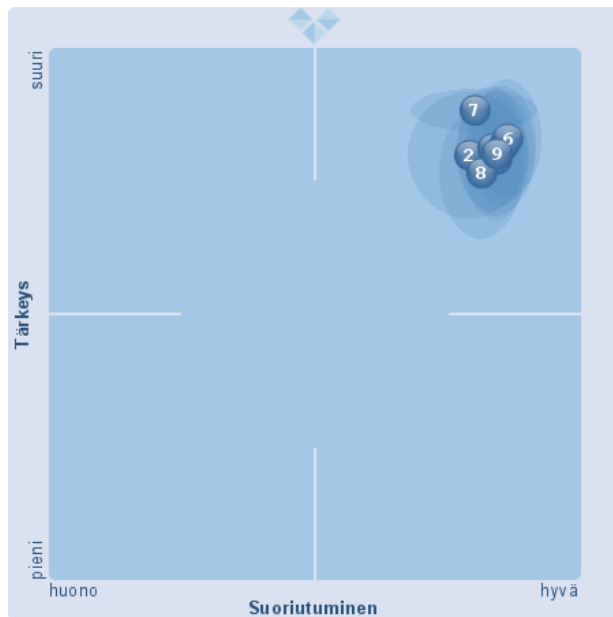
Kuva 15. Palkanlaskenta ketju X(absoluuttinen raportti) (n=25 - 28)

Kuvasta 15 näkee palkanlaskennan absoluuttisen raportin ketju X:n osalta. Vastaukset kaikkiin väittäjiin sijoittuvat ylempään oikeaan neliöön. Vastanneiden voidaan näin tulkita olevan tyytyväisiä palkanlaskennan palveluihin.



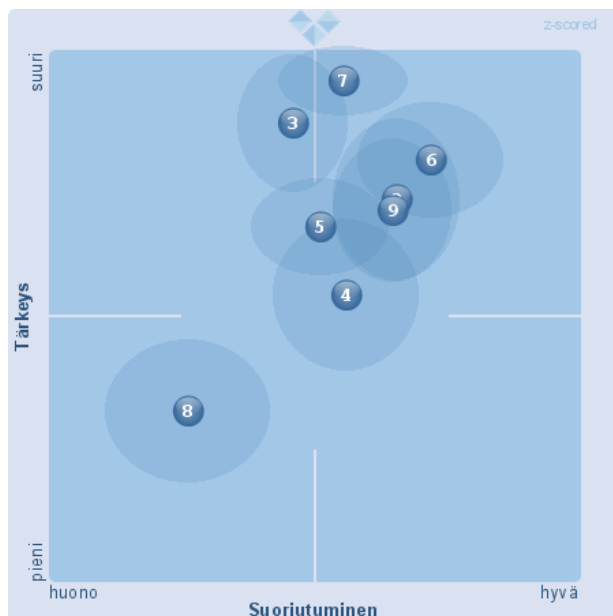
Kuva 16. Palkanlaskenta ketju X(suhteellinen raportti) (n=25 - 28)

Kuvasta 16 näkyy palkanlaskennan suhteellinen raportti ketjun X osalta. Suurin osa väittämistä sijoittuu keskelle taulukkoa. Suurempina poikkeuksina väittämät 5 (Palkanlaskija on helppo tavoittaa), 7 (Palkanlaskennan palvelu on luottamuksellista) ja 8 (Palkanlaskennan palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan). Väittämät 5 ja 8 sijoittuvat alempaan vasempaan neliöön. Väittämä 8 koetaan tärkeämmäksi kuin väittämä 5, mutta yritys A:n suoriutuminen väittämästä 5 koetaan paremmaksi kuin väittämästä 8. Väittämä 7 koetaan tärkeäksi ja yritys A:n suoriutumista hyväksi, mikä on erinomaista, sillä palkanlaskennan palveluissa luottamus on erittäin tärkeää.



Kuva 17. Palkanlaskenta ketju Y(absoluuttinen raportti) (n=16 - 17)

Kuvasta 17 näkyy palkanlaskennan suhteellinen raportti ketjun Y osalta. Väittämien vastaukset sijoittuvat ylempään oikeaan neliöön. Ketju Y:n voi päätellä olevan tyytyväinen yritys A:n palkanlaskennan palveluihin.



Kuva 18. Palkanlaskenta ketju Y(suhteellinen raportti) (n=16 - 17)

Kuvasta 18 näkyy palkanlaskennan suhteellinen raportti koskien ketju Y:tä. Suurin osa väittämistä sijoittuu ylempään oikeaan neliöön. Väittämä 3 (Olen saanut asiantuntevaa palvelua palkanlaskijaltani) sijaitsee ylemmässä vasem-

massa neliössä, mistä voi tulkita ketju Y:n vastanneiden pitävän väittämää tärkeänä, mutta yritys A:n suoriutumista huonona. Väittämä 8 (Palkanlaskennan palveluiden hinta-laatusuhde on kohdallaan), sijaitsee taas alemmassa vasemmassa neliössä, mistä voi tulkita ketju Y:n vastanneiden pitävän väittämää ei niin tärkeänä ja yritys A:n suoriutumista huonona.

Viimeinen palkanlaskennan väittämä oli avoin kysymys:

10. Onko joku muu ominaisuus mielestänne tärkeä palkanlaskijassa?

Kolme yrittäjää oli vastannut tähän väittämään. Yksi oli kommentoinut *Palkat pitää olla laskettuna oikein, aina ei ole niin ollut*. Toinen oli kommentoinut laittaneensa palkanlaskijaksi vaihtoehdon En tiedä, koska listalta oli puuttunut uusi palkanlaskija. Kolmas oli antanut positiivista palautetta palkanlaskijan vaihdoksesta. Palvelun parantamisen kannalta olisi ollut hyvä, mikäli useampi kyselyyn vastanneista olisi vastannut myös tähän avoimeen väittämään.

8.4 Tulevaisuuden palvelut

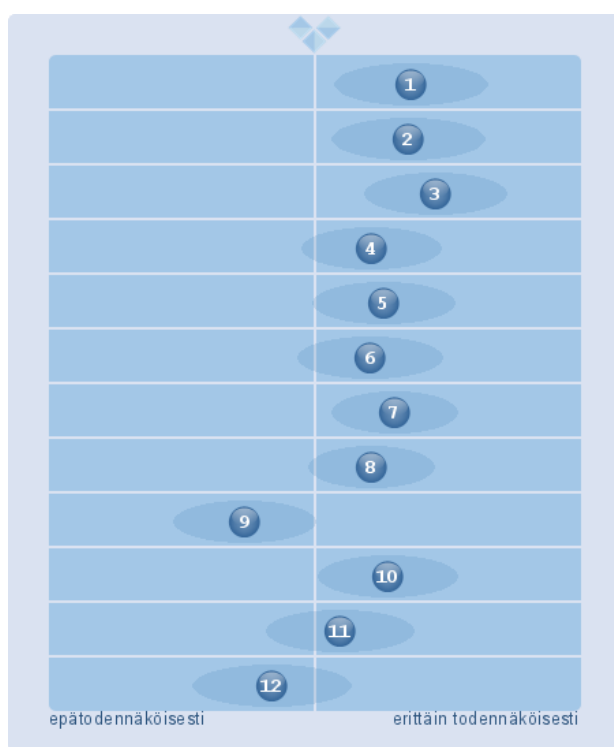
Tulevaisuuden palvelut-osion halusin ottaa mukaan, jotta yritys A saisi suoraan vastanneilta ajatuksia siitä, mitä palveluita he haluaisivat tulevaisuudessa käyttää. Uusien tarpeellisten palveluiden kehittäminen on aina ajankohtaista, sillä tänä päivänä taloushallintopalvelut voivat sisältää hyvinkin monia eri palveluita, aina neuvonnasta rahoitus- ja veroasioihin. Tällä osiolla on oma roolinsa yritys A:n tulevaisuuden palveluiden kehittämisessä.

Tulevaisuuden palvelut-osiossa kysyttiin, kuinka todennäköisesti tulette käyttää seuraavia palveluita tulevaisuudessa. Tämä ryhmä oli Likertin asteikolla yhdestä viiteen, yhden ollessa epätodennäköisesti ja viiden ollessa erittäin todennäköisesti. Palveluita oli listattu yhteensä kaksitoista ja lisäksi oli vaihtoehto kolmetoista avoimena kysymyksenä.

1. Laskutus
2. Rahaliikenteen hoito
3. Palkanlaskenta
4. Budjetointi
5. Kassavirtalaskelma
6. Ennustaminen
7. Tilinpäätöksen syvempi analysointi
8. Konsultointipalvelut

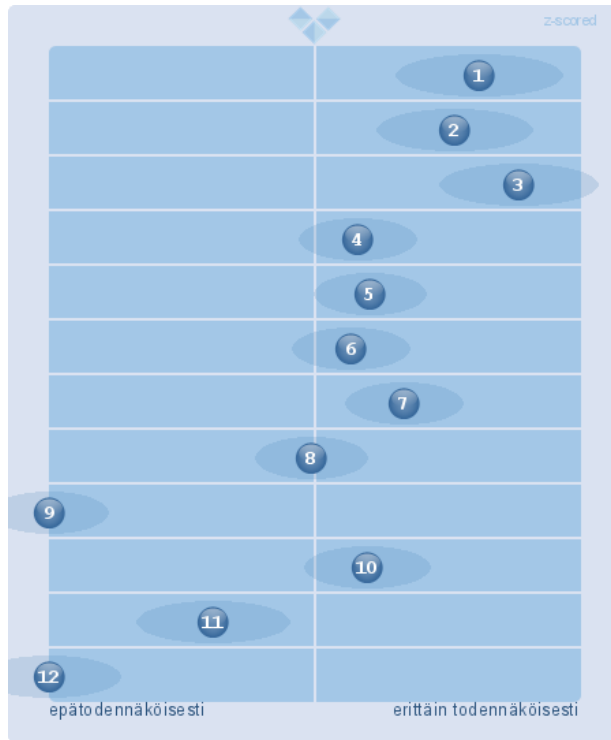
9. Vuokrattu talousjohtaja/controller
10. Verosuunnittelu
11. Osinkojen suunnittelu
12. Vakuutusmeklaripalvelut
13. Muu, mikä?

Vaihtoehtoon 13. Muu, mikä? tuli kaksi vastausta, joissa molemmissa kiiteltiin toimintaa yleisesti. Halusin mukaan avoimen vaihtoehdon, jotta vastaajilla olisi mahdollisuus mainita myös sellaisia vaihtoehtoja, joita kukaan kyselyä mukana tekemässä ei ollut ajatellut. Tämä olisi antanut uusia vaihtoehtoja tulevaisuudessa mukaan tuleviin palveluihin. Ilmeisesti palveluita oli listattu tarpeeksi monipuolisesti mukaan jo valmiiksi.



Kuva 19. Kuinka todennäköisesti tulette käyttämään seuraavia palveluita tulevaisuudessa (absoluuttinen raportti) (n=70 – 77)

Kuvasta 19 näkee kuinka todennäköisesti vastanneet käyttävät seuraavia palveluita tulevaisuudessa, kuvassa absoluuttinen raportti. Suurin osa palveluista sijaitsee todennäköisen puolella, paitsi palvelut 9 (Vuokrattu talousjohtaja/controller) ja 12 (Vakuutusmeklaripalvelut). Kaikkia muita palveluita vastanneet pitivät todennäköisinä omaan käyttöönsä tulevaisuudessa, paitsi vuokrattu talousjohtaja/controller ja vakuutusmeklaripalvelut.



Kuva 20. Kuinka todennäköisesti tulette tulevaisuudessa käyttämään seuraavia palveluita (suhteellinen raportti) (n=70 – 77)

Kuvassa 20 on suhteellinen raportti siitä, kuinka todennäköisesti vastanneet tulevat käyttämään seuraavia palveluita. Suurta osaa palveluista vastanneet käyttävät todennäköisesti tulevaisuudessa: todennäköisimmin palveluita laskutus, rahaliikenteen hoito ja palkanlaskenta. Palveluita 9 (Vuokrattu talousjohtaja/controller), 11 (Osinkojen suunnittelu) ja 12 (Vakuutusmeklaripalvelut), käyttävät vastanneet epätodennäköisesti tulevaisuudessa.

Taulukko 2. Laskutus- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=75)

		Laskutus					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	10	3	6	3	8	30
	%	33,3%	10,0%	20,0%	10,0%	26,7%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	0	0	6	5	34	45
	%	0,0%	0,0%	13,3%	11,1%	75,6%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	10	3	12	8	42	75
	%	13,3%	4,0%	16,0%	10,7%	56,0%	100,0%

Taulukossa 2 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia laskutus-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketjun Y vastanneista suurin osa (75,6 %) on vastannut käyttävänsä erittäin todennäköisesti laskutus-palvelua tulevaisuudessa. Ketju X:n osalta

taas jopa 43,3 prosenttia on vastannut, että käyttävät epätodennäköisesti tulevaisuudessa laskutus-palvelua, ja hieman pienempi osa (36,7 %) on vastannut, että käyttävät todennäköisesti laskutus-palvelua tulevaisuudessa. Todennäköisemmin näistä ketjuista laskutus-palvelua käyttää tulevaisuudessa ketju Y.

Taulukko 3. Rahaliikenteen hoito- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=73)

		Rahaliikenteen hoito					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	8	4	4	3	10	29
	%	27,6%	13,8%	13,8%	10,3%	34,5%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	1	0	5	7	31	44
	%	2,3%	0,0%	11,4%	15,9%	70,5%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	9	4	9	10	41	73
	%	12,3%	5,5%	12,3%	13,7%	56,2%	100,0%

Taulukossa 3 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia rahaliikenteen hoito-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketju Y:n osalta vastanneista suurin osa (86,4 %) on vastannut käyttävänsä tulevaisuudessa todennäköisesti palvelua rahaliikenteen hoito, kun taas ketju X:n osalta alle puolet (44,8 %) on vastannut käyttävänsä tulevaisuudessa todennäköisesti palvelua rahaliikenteen hoito. Ketju X:n vastanneista 41,4 prosenttia on vastannut, että käyttävät epätodennäköisesti palvelua rahaliikenteen hoito tulevaisuudessa. Ketju Y:n vastanneet käyttävät todennäköisesti tulevaisuudessa palvelua rahaliikenteen hoito.

Taulukko 4. Palkanlaskenta- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=72)

		Palkanlaskenta					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	2	0	4	2	22	30
	%	6,7%	0,0%	13,3%	6,7%	73,3%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	5	1	6	5	25	42
	%	11,9%	2,4%	14,3%	11,9%	59,5%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	7	1	10	7	47	72
	%	9,7%	1,4%	13,9%	9,7%	65,3%	100,0%

Taulukossa 4 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia palkanlaskenta-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin toden-

näköisesti. Ketju X:n vastanneista suurin osa (80 %) on arvellut tulevaisuudessa todennäköisesti käyttävänsä palvelua palkanlaskenta. Myös ketju Y:n vastanneista suurin osa (71,4 %) on arvellut todennäköisesti käyttävänsä tulevaisuudessa palkanlaskenta-palvelua. Molempien ketjujen kyselyyn vastanneet käyttävät todennäköisesti tulevaisuudessa palkanlaskenta-palvelua.

Taulukko 5. Budjetointi- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=71)

		Budjetointi					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	9	6	1	7	7	30
	%	30,0%	20,0%	3,3%	23,3%	23,3%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	1	1	8	12	19	41
	%	2,4%	2,4%	19,5%	29,3%	46,3%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	10	7	9	19	26	71
	%	14,1%	9,9%	12,7%	26,8%	36,6%	100,0%

Taulukossa 5 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia budjetointi-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketjun X osalta vastaukset jakautuvat tasaisesti epätodennäköisesti ja todennäköisesti -puolten välille, epätodennäköisenä budjetointi-palvelun käyttöä tulevaisuudessa pitää puolet vastanneista ja todennäköisenä 46,6 prosenttia. Ketju Y:n osalta suurin osa (75,6 %) vastanneista pitää todennäköisenä käyttävänsä tulevaisuudessa palvelua budjetointi. Todennäköisesti ketju Y:n vastanneet käyttävät tulevaisuudessa budjetointi-palvelua.

Taulukko 6. Kassavirtalaskelma- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=71)

		Kassavirtalaskelma					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	9	3	5	8	5	30
	%	30,0%	10,0%	16,7%	26,7%	16,7%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	1	1	6	8	25	41
	%	2,4%	2,4%	14,6%	19,5%	61,0%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	10	4	11	16	30	71
	%	14,1%	5,6%	15,5%	22,5%	42,3%	100,0%

Taulukossa 6 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia kassavirtalaskelma-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketju Y:n osalta suurin osa (80,5 %) vastanneista pitää todennäköisenä, että he käyttävät tulevaisuudessa kassavirtalaskelma-palvelua.

Ketju X:n osalta alle puolet (43,4 %) pitävät todennäköisenä, että he käyttävät tulevaisuudessa kassavirtalaskelma-palvelua. Todennäköisemmin tulevaisuudessa kassavirtalaskelma-palvelua tulee käyttämään ketju Y.

Taulukko 7. Ennustaminen- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=69)

		Ennustaminen					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	9	3	4	7	6	29
	%	31,0%	10,3%	13,8%	24,1%	20,7%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	2	2	8	5	23	40
	%	5,0%	5,0%	20,0%	12,5%	57,5%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	11	5	12	12	29	69
	%	15,9%	7,2%	17,4%	17,4%	42,0%	100,0%

Taulukossa 7 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia ennustaminen-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketjun X osalta vastaukset jakaantuvat tasaisesti epätodennäköisen ja todennäköisen välille, epätodennäköisenä ennustaminen-palvelun käyttöä tulevaisuudessa pitää 41,3 prosenttia ja todennäköisenä 44,8 prosenttia. Ketju Y:n osalta suurin osa (70 %) pitää todennäköisenä ennustaminen-palvelun käyttöä tulevaisuudessa.

Taulukko 8. Tilinpäätöksen syvempi analysointi- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=68)

		Tilinpäätöksen syvempi analysointi					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	6	2	3	8	6	25
	%	24,0%	8,0%	12,0%	32,0%	24,0%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	1	1	6	11	24	43
	%	2,3%	2,3%	14,0%	25,6%	55,8%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	7	3	9	19	30	68
	%	10,3%	4,4%	13,2%	27,9%	44,1%	100,0%

Taulukossa 8 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia tilinpäätöksen syvempi analyysi-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketjun X yli puolet (56 %) vastanneista on sitä mieltä, että he käyttävät todennäköisesti tulevaisuudessa palvelua tilinpäätöksen syvempi analyysi, 32 prosenttia ketju X:n vastanneista pitävät palvelun käyttöä tulevaisuudessa epätodennäköisenä. Ketju Y:n osalta suurin osa (81,4

%) pitää palvelun tilinpäätöksen syvempi analyysi käyttöä tulevaisuudessa todennäköisenä.

Taulukko 9. Konsultointipalveluiden käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=71)

		Konsultointipalvelut					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	6	7	7	6	3	29
	%	20,7%	24,1%	24,1%	20,7%	10,3%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	0	4	9	8	21	42
	%	0,0%	9,5%	21,4%	19,0%	50,0%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	6	11	16	14	24	71
	%	8,5%	15,5%	22,5%	19,7%	33,8%	100,0%

Taulukossa 9 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia konsultointipalveluiden käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketjun Y osalta suurin osa (69 %) pitää todennäköisenä, että he käyttävät tulevaisuudessa konsultointipalveluita. Ketjun X osalta 44,7 prosenttia pitää epätodennäköisenä, että käyttävät tulevaisuudessa konsultointipalveluita ja 31 prosenttia pitää todennäköisenä, että he käyttävät tulevaisuudessa konsultointipalveluita. Ketju X:n osalta neutraaleja vastauksia konsultointipalveluiden käyttämisestä tulevaisuudessa tuli 24,1 prosenttia ja ketju Y:n osalta 21,4 prosenttia.

Taulukko 10. Vuokrattu talousjohtaja/controller- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=66)

		Vuokrattu talousjohtaja/controller					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	19	5	3	2	0	29
	%	65,5%	17,2%	10,3%	6,9%	0,0%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	10	5	9	7	6	37
	%	27,0%	13,5%	24,3%	18,9%	16,2%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	29	10	12	9	6	66
	%	43,9%	15,2%	18,2%	13,6%	9,1%	100,0%

Taulukossa 10 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia vuokrattu talousjohtaja/controller- palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketju X:n osalta suurin osa (82,7 %) pitävät palvelun vuokrattu talousjohtaja/controller käyttöä tulevaisuudessa epätoden-

näköisenä. Ketju Y:n osalta 40,5 prosenttia pitää palvelun vuokrattu talousjohtaja/controller käyttöä tulevaisuudessa epätodennäköisenä ja 35,1 prosenttia pitää palvelun käyttöä tulevaisuudessa todennäköisenä.

Taulukko 11. Verosuunnittelu- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=67)

		Verosuunnittelu					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	5	4	3	11	4	27
	%	18,5%	14,8%	11,1%	40,7%	14,8%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	2	2	4	9	23	40
	%	5,0%	5,0%	10,0%	22,5%	57,5%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	7	6	7	20	27	67
	%	10,4%	9,0%	10,4%	29,9%	40,3%	100,0%

Taulukossa 11 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia verosuunnittelu-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketju Y:n osalta suurin osa (80 %) pitää palvelun verosuunnittelu käyttöä tulevaisuudessa todennäköisenä. Ketju X:n osalta yli puolet (55,5 %) pitää todennäköisenä palvelun verosuunnittelu käyttöä tulevaisuudessa ja 33,3 prosenttia pitää palvelun käyttöä tulevaisuudessa epätodennäköisenä.

Taulukko 12. Osinkojen suunnittelu- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=68)

		Osinkojen suunnittelu					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	6	5	2	7	9	29
	%	20,7%	17,2%	6,9%	24,1%	31,0%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	7	5	7	8	12	39
	%	17,9%	12,8%	17,9%	20,5%	30,8%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	13	10	9	15	21	68
	%	19,1%	14,7%	13,2%	22,1%	30,9%	100,0%

Taulukossa 12 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia osinkojen suunnittelu-palvelun käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Sekä ketjun X vastaajista että ketjun Y vastaajista hie- man yli puolet (ketju X 55,1 % ja ketju Y 51,3 %) pitää palvelun verosuunnittelu käyttöä tulevaisuudessa todennäköisenä. Epätodennäköisenä palvelun verosuunnittelu käyttöä tulevaisuudessa pitää ketju X:n vastanneista 37,9 prosenttia ja ketju Y:n vastanneista 30,7 prosenttia.

Taulukko 13. Vakuutusmeklaripalveluiden käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y (n=69)

		Vakuutusmeklaripalvelut					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Ketju X	Lukumäärä	15	3	3	4	4	29
	%	51,7%	10,3%	10,3%	13,8%	13,8%	100,0%
Ketju Y	Lukumäärä	14	5	8	3	10	40
	%	35,0%	12,5%	20,0%	7,5%	25,0%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	29	8	11	7	14	69
	%	42,0%	11,6%	15,9%	10,1%	20,3%	100,0%

Taulukossa 13 on vertailtu ketjujen X ja Y vastauksia vakuutusmeklaripalveluiden käytöstä tulevaisuudessa. Yksi on epätodennäköisesti ja viisi on erittäin todennäköisesti. Ketju X:n osalta yli puolet (62 %) pitää vakuutusmeklaripalveluiden käyttöä tulevaisuudessa epätodennäköisenä ja 27,6 prosenttia todennäköisenä. Ketju Y:n osalta 47,5 prosenttia pitää epätodennäköisenä vakuutusmeklaripalveluiden käyttöä tulevaisuudessa ja 32,5 prosenttia pitää vakuutusmeklaripalveluiden käyttöä tulevaisuudessa todennäköisenä.

Ketju Y:n vastanneet pitivät todennäköisimpinä seuraavien palveluiden käyttöä tulevaisuudessa: laskutus (86,7 %), rahaliikenteen hoito (86,4 %), tilinpäätöksen syvempi analyysi (81,4 %), kassavirtalaskelma (80,5 %) ja verosuunnittelu (80 %). Ketju X:n vastanneet pitivät todennäköisimpinä seuraavien palveluiden käytön tulevaisuudessa: palkanlaskenta (80 %), tilinpäätöksen syvempi analysointi (56 %), verosuunnittelu (55,5 %) ja osinkojen suunnittelu (55,1 %). Ketju X:n vastanneet pitivät epätodennäköisimpinä seuraavien palveluiden käyttöä tulevaisuudessa: vuokrattu talousjohtaja/controller (82,7 %) ja vakuutusmeklaripalvelut (62 %).

Todennäköisemmin tulevaisuudessa käytettävät palvelut-osio antoi mielenkiintoisia vastauksia. Palveluita on paljon, ja tulevaisuudessa todennäköisesti vielä enemmän. Se mihin palveluihin on resursseja ja oikeasti tarvetta tulevaisuudessa jää nähtäväksi, mutta näistä vastauksista on mahdollista suunnitella tulevaisuuden palveluita asiakkaiden tämänhetkisten ajatusten mukaan.

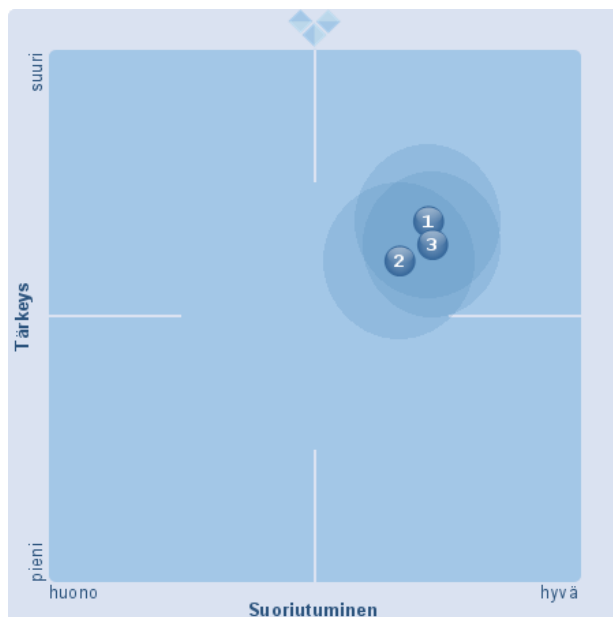
8.5 Yleiset kysymykset

Yleisiin kysymyksiin tuli kysymykset, jotka eivät suoranaisesti kuuluneet perustietoihin, kirjanpitoon tai palkanlaskentaan. Nämä kysymykset ovat kuitenkin tärkeitä, kun kysymyksessä on yritys A:n kaikki palvelut. Tässä osiossa mukana olevien palveluiden laatu on tärkeää yrityksen toiminnalle ja kannattavuudelle.

Vastausten perusteella voi ratkaista, kuinka tärkeitä ja tarpeellisia kyseiset toiminnot vastanneille ovat. Myöhemmässä päätöksenteossa voi tutkia edellisten vuosien kyselyitä ja päättää, ovatko nämä palvelut tarpeellisia ja sitä kautta kannattavia.

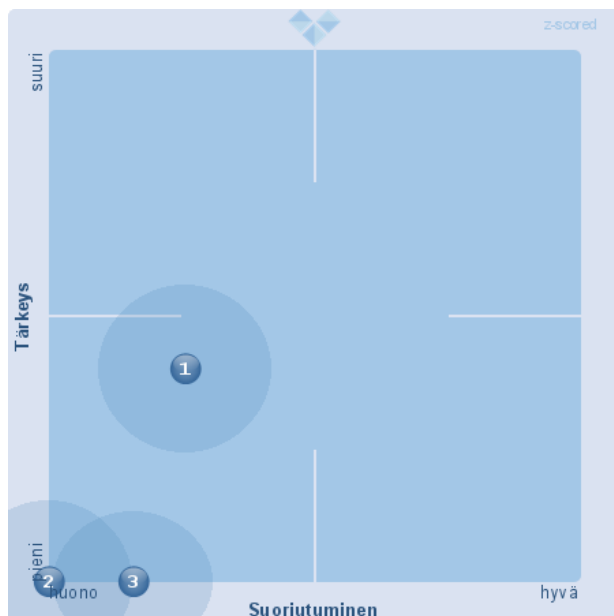
Yleiset kysymykset osassa kysyttiin seuraaviin väittämiin arviota nelikenttään:

1. Kuukausi- ja kvartaalipuhelut ohjaavat ja tukevat liiketoimintaani
2. Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia
3. Tiedotteet ovat hyödyllisiä



Kuva 21. Yleiset(absoluuttinen raportti) (n=70 - 72)

Kuvassa 21 voi nähdä absoluuttisen raportin yleisten väittämien vastauksista. Kaikki vastaukset sijoittuvat nelikentän ylemmän oikeaan neliöön, mistä voi päätellä vastanneiden pitävän kuukausi- ja kvartaalipuheluita ohjaavina ja liiketoimintaa tukevina, tapaamisia kirjanpitäjän kanssa tarpeellisina ja tiedotteita hyödyllisinä.



Kuva 22. Yleiset(suhteellinen raportti) (n=70 - 72)

Kuvasta 22 voi nähdä yleisten kysymysten suhteellisen raportin nelikenttäväittämiä osalta. Suhteellisesta raportista voi nähdä, että vastanneet pitävät väittämiä 2 ja 3 (2, Kuukausi- ja kvartaalipuhelut ohjaavat ja tukevat liiketoimintaani ja 3, Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia) ei niin tärkeinä ja yritys A:n suoritumista niistä huonona.

Lisäksi yleiset kysymykset osiossa kysyttiin monivalintakysymyksenä:

4. Mistä aiheista toivoisit jatkossa tiedotteita sekä koulutuksia
 1. Lainsäädäntö
 2. Verotus
 3. Sähköinen taloushallinto
 4. Muu, mikä?

Taulukko 14. Mistä aiheista toivoisit jatkossa tiedotteita sekä koulutuksia (n=52)

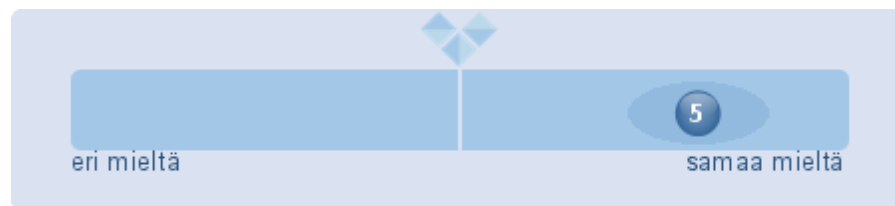
	Vastauksia		% vastaajista (n=52)
	N	%	
Verotus	42	54,5%	80,8%
Lainsäädäntö	21	27,3%	40,4%
Sähköinen taloushallinto	14	18,2%	26,9%
Yhteensä	77	100,0%	148,1%

Taulukosta 14 voi nähdä, että vastanneista suurin osa (80,8 %) toivoisi jatkossa tiedotteita ja koulutuksia verotuksesta. Alle puolet (40,4 %) toivoisi jatkossa tiedotteita lainsäädännöstä ja 26,9 prosenttia sähköisestä taloushallinnosta. Asioiden uudistuessa kovaa vauhtia myös taloushallinnon palveluiden

puolella, on asiakkaille tiedottaminen ja asiakkaiden koulutus hyvin tärkeitä. Näistä vastauksista voi päätellä, että verotusaiheiset tiedotteet ja koulutukset olisivat vastaajien mielestä hyvin tarpeellisia. Hyvää asiakaspalvelua on tiedottaa asiakkaille ajankohtaisista taloushallinnon asioista ja tarpeen vaatiessa järjestää niistä koulutuksia.

Tässä osassa pyydettiin myös kertomaan Likertin asteikolla 1-5, josta 1 eri mieltä ja 5 samaa mieltä, seuraavaan väittämään vastaus:

5. Suosittelen Yritys A:ta talouskumppaniksi



Kuva 23. Suosittelen yritys A:ta talouskumppaniksi (n=70)

Kuvasta 23 voi nähdä vastanneiden suosittelleen yritys A:ta talouskumppaniksi. Yleensä asiakkaat, jotka ovat tyytyväisiä, ovat valmiita suosittelemaan palveluita muille kumppaneilleen. Suosittelemus kertoo hyvästä asiakastytyväisyydestä.

Viimeisenä kysymyksenä oli avoin kysymys:

6. Vapaa sana

Vapaassa sanassa keuhuttiin omia kirjanpitäjiä, toivottiin, että asiat jatkuvat samaan malliin, kiiteltiin, annettiin negatiivista palautetta uudesta hinnoittelumallista ja toivottiin kirjanpitäjältä lisääaktiivisuutta esimerkiksi neuvonta-asioissa. Näiden palautteiden perusteella olisi hyvä tarkistaa uutta hinnoittelumallia ja kirjanpitäjien olisi myös hyvä aktivoitua vielä lisää asiakkaidensa neuvonnassa. Vapaan palautteen perusteella suurin osa kyselyyn vastanneista olivat tyytyväisiä kirjanpitäjiinsä.

8.6 Vertailu edellisiin kyselyihin

Edellisten vuosien kyselyt on tehty erikseen ketjulle X ja ketjulle Y, yksittäisille yrityksille ei ole asiakastyytyväisyyskyselyä tehty ennen tätä vuotta. Ketjun X ja ketjun Y kyselyiden kysymykset ovat poikenneet hieman toisistaan, mutta molemmista kyselyistä löytyy muutamat yhtenevät kysymykset. Seuraavaksi vertailen tuloksia näiden kysymysten osalta.

Sekä ketjulta X että ketjulta Y kysyttiin viime vuonna seuraavat kysymykset, mitkä löytyivät myös tämän vuoden kyselystä:

Kirjanpidon kysymykset

- Kirjanpitäjäni on palvelualtis
- Olen saanut asiantuntevaa palvelua kirjanpidosta

Palkanlaskennan kysymykset

- Palkanlaskijani on palvelualtis
- Olen saanut asiantuntevaa palvelua palkanlaskijaltani

Yleiset kysymykset

- Talouskatsauspuhelut/Kuukausi- ja kvartaalipuhelut ohjaavat ja tukevat liiketoimintaani
- Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia
- Tiedotteet ovat hyödyllisiä
- Suosittelen yritys A:ta talouskumppaniksi

Taulukko 15. Asiakastyytyväisyyskyselyn vertailukysymysten tulokset ketju X 2015 ja 2016

KETJU X 2015	avg mielipide	avg tärkeys	KETJU X 2016	avg mielipide	avg tärkeys
B. Kirjanpidon kysymykset	79,12	75,8	B. Kirjanpidon kysymykset	79,5	71,09
C. Palkanlaskennan kysymykset	78,25	76,52	C. Palkanlaskennan kysymykset	77,29	70,41
D. Yleiset	65,4	67,89	E. Yleisiä kysymyksiä	71,82	58,58
=. Kokonaiskeskiarvo	72,76	72,38	=. Kokonaiskeskiarvo	77,66	69,1

Taulukosta 15 voi nähdä ketju X:n vastanneiden mielipiteen kokonaiskeskiarvon nousseen vuodesta 2015 vuoteen 2016 vajaalla viidellä. Asiakastyytyväisyys on siis kokonaisuudessaan hieman noussut vuodesta 2015. Kirjanpidon

kysymysten osalta on keskiarvossa tapahtunut pieni nousu, näiden osalta asiakastyytyväisyys on noussut, kun taas palkanlaskennan kysymysten osalta keskiarvo on hieman laskenut, eli palkanlaskennan asiakastyytyväisyys on hieman laskenut. Yleisten kysymysten osalta keskiarvo on myös noussut, näihin kysymyksiin vastanneet ovat siis tyytyväisempiä kuin viime vuonna. Ketjun X osalta on jatkossa tärkeää säilyttää hyvä asiakastyytyväisyystaso ja pitää ketju jatkossakin kannattavana asiakkaana.

Taulukko 16. Asiakastyytyväisyyskyselyn vertailukysymysten tulokset ketju Y 2015 ja 2016

KETJU Y 2015	avg mielipide	avg tärkeys	KETJU Y 2016	avg mielipide	avg tärkeys
B. Kirjanpidon kysymykset	72,77	67,45	B. Kirjanpidon kysymykset	76,9	67,52
C. Palkanlaskennan kysymykset	78,64	68,01	C. Palkanlaskennan kysymykset	83,01	81,1
D. Yleiset	74,69	62,97	E. Yleisiä kysymyksiä	69,09	67,69
=. Kokonaiskeskiarvo	74,61	65,22	=. Kokonaiskeskiarvo	76,68	70,1

Taulukosta 16 selviää ketju Y:n vastanneiden mielipiteen kokonaiskeskiarvon nousseen vuodesta 2015 vuoteen 2016 reilulla kahdella, eli asiakastyytyväisyys on siis kokonaisuudessaan noussut. Kirjanpidon kysymysten osalta on keskiarvo noussut reilulla neljällä ja palkanlaskennan kysymysten osalta vajalla viidellä, molempiin vastanneet ovat toisin sanoen tyytyväisempiä kuin edellisvuonna. Yleisten kysymysten osalta keskiarvo on laskenut reilulla viidellä, tämän osa-alueen kysymyksien osalta asiakastyytyväisyys on laskenut. Ketjun Y:n osalta on tärkeää kehittää yleiset kysymykset-osassa olleita osa-alueita, jottei tulevaisuudessa asiakastyytyväisyys siltä osalta pääsisi laskemaan. Lisäksi on tärkeää säilyttää kirjanpidon ja palkanlaskennan osalta hyvä asiakastyytyväisyystaso, jotta tämäkin ketju säilyisi jatkossa kannattavana asiakkaana.

8.7 Johtopäätökset

Kyselyn vastausprosentti jäi matalaksi, mutta uskon silti vastausten antavan vertailukelpoista tietoa asiakastyytyväisyydestä. Tulevina vuosina voisi harkita

esimerkiksi lahjakortin arvontaa vastanneiden kesken, kannustamaan asiakkaita vastaamaan. Pääsääntöisesti vastanneet olivat tyytyväisiä yrityksen palveluihin.

Kirjanpidon palveluiden suhteen olisi hyvä keskittyä parantamaan palvelun hinta-laatusuhdetta ja tekemään tapaamisista kirjanpitäjän kanssa yrittäjälle entistä hyödyllisempiä. Palkanlaskennan palveluiden suhteen olisi hyvä keskittyä myös parantamaan palvelun hinta/laatu suhdetta. Vastanneet kokivat kuitenkin palkanlaskennan palvelut hyvin luottamuksellisiksi.

Tulevaisuuden palveluista kaikki vastaajat olivat vastanneet todennäköisemmin käyttävänsä laskutus, rahaliikenteen hoito ja palkanlaskennan-palveluita. Epätodennäköisimmin vastaajat olivat vastanneet käyttävänsä vakuutusmeklaripalveluita, vuokrattua talousjohtajaa tai controlleria sekä osinkojen suunnittelua. Ketjujen välillä oli tässä osiossa selviä eroja niiden palveluiden, joita vastaajat olivat vastanneet todennäköisesti tai epätodennäköisesti tulevaisuudessa käyttävänsä.

Yleisiin kysymyksiin vastanneet olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä. Vastanneista suurin osa toivoi tulevissa tiedotteissa ja koulutuksissa käsiteltävän verotusta. Vastanneet kokivat myös mielekkääksi yrityksen suosittelun talouskumppaneille. Vapaassa sanassa pääosassa olivat vastanneiden omien kirjanpitäjien kehuminen. Suurin osa vapaasta palautteesta oli positiivista.

Kyselyn tulosten perusteella on hyvä lähteä kehittämään yrityksen asiakasstrategiaa. Tyytyväinen asiakas pysyy todennäköisemmin asiakkaana kuin tyytymätön asiakas, näin ollen on yritykselle kannattavaa yrittää pitää asiakkaat tyytyväisinä. Vahvistamalla asiakastyytyväisyyttä pidennetään asiakassuhteiden kestoja.

9 LOPPUPOHDINTA

Opinnäytetyössäni kävin läpi teoriaosuudessa työn kannalta olennaiset termit ja kyselyn tekemisen teoriaa. Tämän jälkeen oli helpompi lähteä tekemään tutkimusosuutta.

Tutkimuksen reliabiliteetti on uskoakseni hyvä. Mikäli kysely tehtäisiin uudelleen samoilla kysymyksillä, olisivat tulokset todennäköisesti lähestulkoon samanlaiset. Kaikkiin kysymyksiin saatiin myös vastaukset, ja vaikka vastausprosentti jäi matalaksi, uskoisin vastaajia olevan tarpeeksi luotettavaan tuloksen saamiseksi. Tuloksia olen myös pyrkinyt analysoimaan kriittisesti.

Tutkimuksen validiteettia voidaan mielestäni pitää hyvänä, kyselylomakkeen kysymysten mitatessa juuri niitä asioita, joita oli tarkoituskin mitata. Tähän panostettiin jo kysymysten suunnitteluvaiheessa. Kysymykset pyrittiin tekemään niin, etteivät ne vaatisi sen suurempaa tulkintaa, jotta kaikki vastanneet ymmärtäisivät kysymykset samalla tavalla. Validiteettia heikensi hieman pienehkö vastausprosentti, mutta perusjoukon ollessa tarpeeksi suuri uskoisin kuitenkin vastaajien määrän olevan tarpeeksi suuri validiin tulokseen.

Objektiivisuuden olen myös pyrkinyt pitämään koko työn aikana. Uskon, että vaikka saman kyselyn tekisi joku muu, olisivat tulokset samankaltaiset. En ole antanut omien poliittisten tai muiden suuntautumisteni vaikuttaa opinnäytetyön tekemiseen.

Kyselyä on hyvä käyttää pohjana tulevissa asiakastytyväisyyskyselyissä, mikä helpottaa vertailua eri vuosien välillä ja auttaa myös tehostamaan yrityksen A:n toimintaa ja pitämään asiakastytyväisyyden vähintään samalla tasolla. Mielestäni asiakastytyväisyyskyselyitä olisi hyvä tehdä kerran vuodessa myös jatkossa.

Tässä opinnäytetyössä haasteiksi muodostuivat tiukahko aikataulu, aikataulu joka meni junan lailla eteenpäin. Toisaalta taas tiukasta aikataulusta oli hyötyä, kun oli pakko saada valmista määräpäivään mennessä. Teoriaosuuteen oikeiden asioiden mukaan tuominen antoi myös omat haasteensa, ja mikäli tekisin saman opinnäytetyön uudestaan, valitsisin todennäköisesti myös muita termejä mukaan.

Oikeiden kysymysten löytäminen oli haasteellista, kun ehdotuksia ja ideoita tuli monesta eri suunnasta monella eri motiivilla. Tarpeeksi ison vastausmäärän saaminen vaati kaksi muistutusta. Itselleni haasteellista oli myös tekstin tuottaminen. Eri ohjelmien yhteensovittaminen vastausten saannin jälkeen aiheutti omat haasteensa. Lisäksi uutta omaksuttavaa tietoa niin eri ohjelmistoista kuin teoriapuoleltakin oli paljon, ja sen prosessoiminen vaatii aikaa, jota

ei tässä tapauksessa ylenpalttisesti ollut. Onnekseni minulla oli kuitenkin hyvät tausta- ja tukijoukot, jotka auttoivat selviämään tästä syksystä. Kokonaisuudessaan työ kuitenkin onnistui mielestäni täyttämään tavoitteensa ja antamaan lisää tietoa yrityksen A:n asiakkaiden tyytyväisyydestä hieman eri näkökulmasta kuin aiemmin. Toivottavasti saan olla mukana tekemässä myös ensi vuoden asiakastyytyväisyyskyselyä.

LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Ammattinetti. 2016. Taloushallinto. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/6d91ff7ac0315a8d0144dd9038a77bb1?link=true> [viitattu 3.10.2016]
- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. painos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2007. Talousosaamisen perusteet. 1. painos. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki: Talentum.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Hill, N. & Alexander, J. 2006. The Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement. 3. painos. Hampshire: Gower Publishing Limited.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. 20. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2012. Tilastolliset menetelmät. 5.-7. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Hämäläinen, M. & Kiiras, H. & Korkeamäki, A & Pakkanen, R. 2016. Palvelun taitajaksi. 9., uud. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2014. Digitaalinen taloushallinto. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Kähkölä, M. 2008. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen teemapuistoalalla, Case Yritys X. Doria 12.5.2008. Saatavissa: <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/69941/nbnfi-fe201107251918.pdf?sequence=3> [viitattu 16.10.2016]
- Ronkainen, S. & Karjalainen, A. 2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 4. painos. Helsinki: WSOY.
- Taloushallintoliitto. 2016. Mitä taloushallinto on? Saatavissa: <http://opiskelijat.taloushallintoliitto.fi/opiskelijoille/mit%C3%A4-taloushallinto-on> [viitattu 3.10.2016]
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. 2. painos. Helsinki: Finn Lectura.
- Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

ZEF. 2016. Kyselytyökalu, joka mullistaa perinteiset kyselyt. Saatavissa:
<https://zef.fi/fi/alykkaat-kyselyt/> [vitattu 12.10.2016]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki: Talentum.

Kuva 24. Onnistuminen/tärkeys

Kuva 3. Vastanneiden jakauma eri ketjujen välillä

Kuva 4. Yritykseni on toiminut vuodesta

Kuva 5. Olen ollut yritys X:n asiakas vuodesta

Kuva 6. Yritykseni liikevaihto vuodessa on

Kuva 7. Kirjanpito(absoluuttinen raportti)

Kuva 8. Kirjanpito(suhteellinen raportti)

Kuva 9. Kirjanpito ketju X(absoluuttinen raportti)

Kuva 10. Kirjanpito ketju X(suhteellinen raportti)

Kuva 11. Kirjanpito ketju Y(absoluuttinen raportti)

Kuva 12. Kirjanpito ketju Y(suhteellinen raportti)

Kuva 13. Palkanlaskenta(absoluuttinen raportti)

Kuva 14. Palkanlaskenta(suhteellinen raportti)

Kuva 15. Palkanlaskenta ketju X(absoluuttinen raportti)

Kuva 16. Palkanlaskenta ketju X(suhteellinen raportti)

Kuva 17. Palkanlaskenta ketju Y(absoluuttinen raportti)

Kuva 18. Palkanlaskenta ketju Y(suhteellinen raportti)

Kuva 19. Kuinka todennäköisesti tulette käyttämään seuraavia palveluita tulevaisuudessa(absoluuttinen raportti)

Kuva 20. Kuinka todennäköisesti tulette tulevaisuudessa käyttämään seuraavia palveluita(suhteellinen raportti)

Kuva 21. Yleiset(absoluuttinen raportti)

Kuva 22. Yleiset(suhteellinen raportti)

Kuva 23. Suosittelen yritys X:ä talouskumppaniksi

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Mitä seuraavista palveluista käytät?

Taulukko 2. Laskutus- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 3. Rahaliikenteen hoito- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 4. Palkanlaskenta- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 5. Budjetointi- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 6. Kassavirtalaskelma- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 7. Ennustaminen- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 8. Tilinpäätöksen syvempi analysointi- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 9. Konsultointipalveluiden käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 10. Vuokrattu talousjohtaja/controller- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 11. Verosuunnittelu- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 12. Osinkojen suunnittelu- palvelun käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 13. Vakuutusmeklaripalveluiden käyttö tulevaisuudessa ketjussa X ja ketjussa Y

Taulukko 14. Mistä aiheista toivoisit jatkossa tiedotteita sekä koulutuksia

Taulukko 15. Asiakastytyväisyyskyselyn vertailukysymysten tulokset ketju X 2015 ja 2016

Taulukko 16. Asiakastytyväisyyskyselyn vertailukysymysten tulokset ketju Y 2015 ja 2016

Kyselylomake

Asiakastyytyväisyyskysely 2016

Kaikille B toimipisteen asiakkaille

Vastaaminen

Ohessa on vastauslomake. Jokainen kappale sisältää joukon kysymyksiä tai väittämiä. Näiden kysymys- tai väittämäjoukkojen vieressä on kysymystyyppin mukainen vastausalue, esim. jana tai nelikenttä.

Janalle ja nelikenttään vastaus merkitään kirjoittamalla kysymyksen numero siihen kohtaan taulua, mikä vastaa mielipidettäsi kyseiseen kysymykseen/väittämään. Vastausvinkki: Etsi ensin sopiva kohta vaakasuunnassa ja vasta tämän jälkeen pystysuunnassa. Monivalintakysymyksessä kysymyksen numero kirjoitetaan valintojen perään. Vapaan tekstipalautteen voit antaa paperin alalaitaan tai kääntöpuolelle. Muista merkitä kysymyksen numero myös vapaapalautetta antaessasi.

Perustiedot

1. Yritykseni on toiminut vuodesta (Vaihtoehtokysymys)

Vaihtoehdot:

1. 2006
2. 2007
3. 2008
4. 2009
5. 2010
6. 2011
7. 2012
8. 2013
9. 2014
10. 2015
11. 2016
12. Muu vuosi, milloin?

2. Olen ollut yritys A:n asiakas vuodesta (Vaihtoehtokysymys)

Vaihtoehdot:

1. 2012
2. 2013
3. 2014
4. 2015
5. 2016

3. Kirjanpitäjänäni on (Vaihtoehtokysymys)

1. A
2. B
3. C
4. D
5. E
6. F
7. G
8. H
9. I
10. J
11. K
12. L
13. M
14. N
15. En tiedä

4. Yritykseni liikevaihto vuodessa on (Vaihtoehtokysymys)

1. 0 – 49 999 €
2. 50 000 – 99 999 €
3. 100 000 – 499 999 €
4. 500 000 – 999 999 €
5. 1 000 000 – 1 499 999 €
6. 1 500 000 – 1 999 999 €
7. 2 000 000 –

5. Mitä seuraavista palveluista käytät? (Monivalintakysymys)

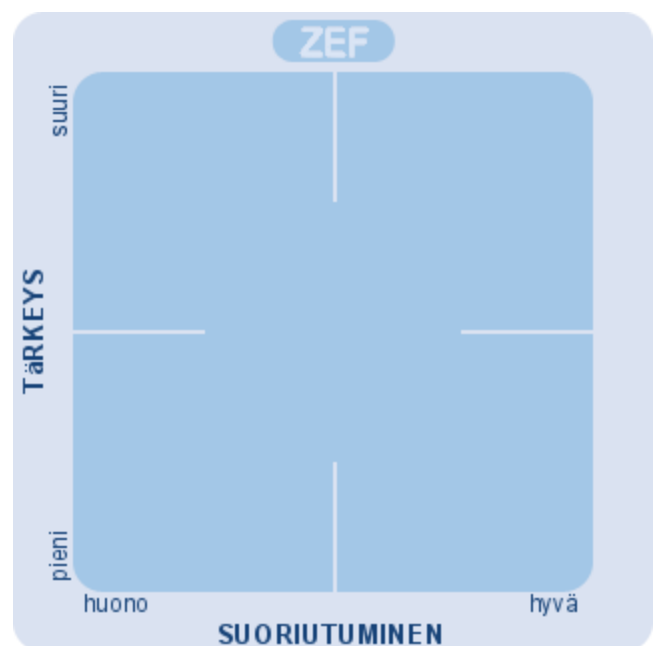
Vaihtoehdot:

1. Kirjanpito
2. Palkanlaskenta
3. HR-palvelut
4. Ohjelmistot

Kirjanpito

Tässä kyselyssä käytetään nelikenttäkysymyksiä. Lue ensin väittämä nelikentän yläpuolelta. Tämän jälkeen arvioi väittämän onnistumista ilmaisemalla mielipiteesi vaaka-akselilla sekä väittämän aiheen tärkeyttä pystyakselilla. Vastaat kysymyksiin viemällä osoittimen haluamaasi kohtaan nelikentän alueella. Siirto seuraavaan kysymykseen tapahtuu automaattisesti ja aiemmin tehdyt valinnat edellisiin kysymyksiin näkyvät vastauskentän taustalla.

1. Kirjanpitäjäni on palvelualtis (Nelikenttä)
2. Olen saanut asiantuntevaa palvelua kirjanpitäjältäni (Nelikenttä)
3. Kirjanpitäjäni ymmärtää yrittäjän arkea (Nelikenttä)
4. Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on sujuvaa (Nelikenttä)
5. Kirjanpitäjä on helppo tavoittaa (Nelikenttä)
6. Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia (Nelikenttä)
7. Kirjanpitäjän palvelu on riittävän nopeaa (Nelikenttä)
8. Kirjanpitäjän palvelu on luottamuksellista (Nelikenttä)
9. Kirjanpidon palveluiden hinta/laatusuhde on kohdallaan (Nelikenttä)
10. Kirjanpidon palveluvalikoima on tarpeeksi kattava (Nelikenttä)
11. Onko joku muu ominaisuus mielestänne tärkeä kirjanpitäjässä? (Vapaapalaute)



Palkanlaskenta

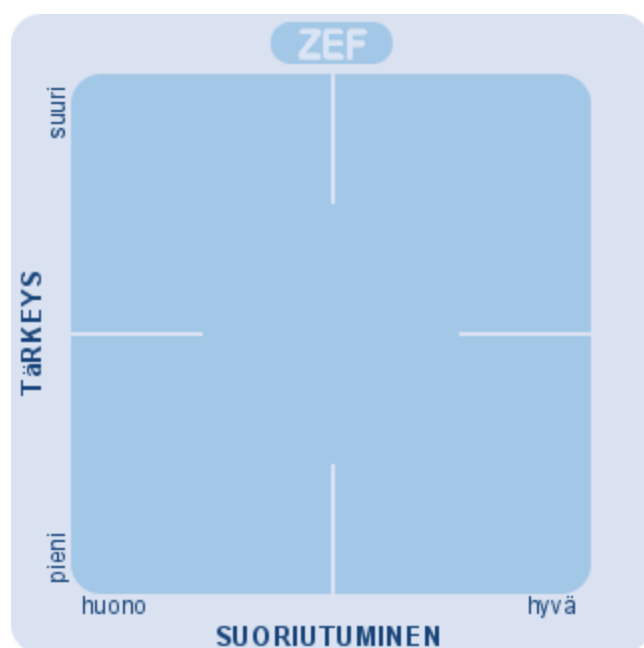
1. Palkanlaskijani on (Vaihtoehtokysymys)

Vaihtoehdot:

1. O
2. P
3. Q
4. R
5. S
6. T
7. U
8. V
9. W
10. X
11. Y
12. Z
13. Ä
14. En tiedä

Tässä kyselyssä käytetään nelikenttäkysymyksiä. Lue ensin väittämä nelikentän yläpuolelta. Tämän jälkeen arvioi väittämän onnistumista ilmaisemalla mielipiteesi vaaka-akselilla sekä väittämän aiheen tärkeyttä pystyakselilla. Vastaat kysymyksiin viemällä osoittimen haluamaasi kohtaan nelikentän alueella. Siirto seuraavaan kysymykseen tapahtuu automaattisesti ja aiemmin tehdyt valinnat edellisiin kysymyksiin näkyvät vastauskentän taustalla

2. Palkanlaskijani on palvelualtis (Nelikenttä)
3. Olen saanut asiantuntevaa palvelua palkanlaskijaltani (Nelikenttä)
4. Yhteistyö palkanlaskijan kanssa on sujuvaa (Nelikenttä)
5. Palkanlaskija on helppo tavoittaa (Nelikenttä)
6. Palkanlaskennan palvelu on riittävän nopeaa (Nelikenttä)
7. Palkanlaskennan palvelu on luottamuksellista (Nelikenttä)
8. Palkanlaskennan palveluiden hinta/laatu suhde on kohdallaan (Nelikenttä)
9. Palkanlaskennan palveluvalikoima on tarpeeksi kattava (Nelikenttä)
10. Onko joku muu ominaisuus mielestänne tärkeä palkanlaskijassa? (Vapaapalaute)



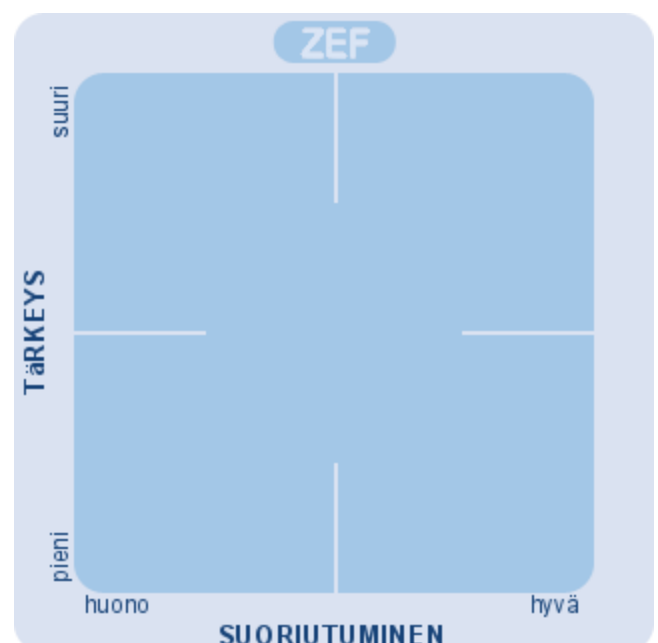
Kuinka todennäköisesti tulette käyttämään seuraavia palveluita tulevaisuudessa

1. Laskutus (Jana)
2. Rahaliikenteen hoito (Jana)
3. Palkanlaskenta (Jana)
4. Budjetointi (Jana)
5. Kassavirtalaskelma (Jana)
6. Ennustaminen (Jana)
7. Tilinpäätöksen syvempi analysointi (Jana)
8. Konsultointipalvelut (Jana)
9. Vuokrattu talousjohtaja/controller (Jana)
10. Verosuunnittelu (Jana)
11. Osinkojen suunnittelu (Jana)
12. Vakuutusmeklaripalvelut (Jana)
13. Muu, mikä? (Vapaapalaute)



Yleisiä kysymyksiä

1. Kuukausi- ja kvartaalipuhelut ohjaavat ja tukevat liiketoimintaani (Nelikenttä)
2. Tapaamiset kirjanpitäjän kanssa ovat tarpeellisia (Nelikenttä)
3. Tiedotteet ovat hyödyllisiä (Nelikenttä)



4. Mistä aiheista toivoisit jatkossa tiedotteita sekä koulutuksia (Monivalintakysymys)

Vaihtoehdot:

1. Lainsäädäntö
2. Verotus
3. Sähköinen taloushallinto
4. Muu, mikä?

5. Suosittelemme Yritys A:ta talouskumppaniksi (Jana)

ZEF

eri mieltä samaa mieltä

6. Vapaa sana (Vapaapalaute)

Muistutusviesti 1

Aihe: Muistutus Yritys A:n toimipisteen B asiakastytyväisyyskysely 2016

Viesti: Hei hyvä asiakkaamme!

Muistattehan vastata tämän vuoden asiakastytyväisyyskyselyyn.

Vastausaikaa on vielä jäljellä!

Kysely on toteutettu sähköisellä lomakkeella ja vie aikaasi vain muutaman minuutin. Vastaamalla kysymyksiin autat meitä kehittämään palveluidemme laatua ja sisältöä entistä paremmaksi.

Vastausaikaa on 30.10.2016 asti.

Tietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille.

Huom! Linkki on henkilökohtainen, ethän siis välitä sitä eteenpäin.

Kutsumme sinut Xxx Xxx antamaan palautteesi seuraavaan arviointiin:

Asiakastytyväisyyskysely 2016

Vastaamisen voit aloittaa klikkaamalla seuraavaa linkkiä tai kopioimalla linkin Internet-selaimen osoiteriville

xxx

Lämmin kiitos ja Aurinkoista syksyn jatkoa!

Toivoo toimipisteen B tiimit

Yritys A

Muistutusviesti 2

Aihe: Vielä ehdit vastata Yritys A:n toimipisteen B asiakastytyväisyyskyselyyn 2016

Viesti: Hei hyvä asiakkaamme!

Muistattehan vastata tämän vuoden asiakastytyväisyyskyselyyn.

Vastausaikaa on vielä muutama päivä jäljellä!

Kysely on toteutettu sähköisellä lomakkeella ja vie aikaasi vain muutaman minuutin. Vastaamalla kysymyksiin autat meitä kehittämään palveluidemme laatua ja sisältöä entistä paremmaksi.

Vastausaikaa on 30.10.2016 asti.

Kutsumme sinut Xxx Xxx antamaan palautteesi seuraavaan arviointiin:

Asiakastytyväisyyskysely 2016

Vastaamisen voit aloittaa klikkaamalla seuraavaa linkkiä tai kopioimalla linkin Internet-selaimen osoiteriville

xxx

Tietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille.

Huom! Linkki on henkilökohtainen, ethän siis välitä sitä eteenpäin.

Lämmin kiitos ja Aurinkoista syksyn jatkoa!

Toivoo toimipisteen B tiimit

Yritys A