



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Aine	Laskentatoimi	Päivämäärä	4.2.2003
Tekijä(t)	Arto Lampinen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	110
Otsikko	Strategisuus johdon laskentatoimessa – johdon laskentatoimen uudet menetelmät strategisena tukena kokonaisvaltaisen markkinointiajattelun aikakaudella		
Ohjaaja(t)	KTT Markus Granlund ja KTM Jani Taipaleenmäki		

Tiivistelmä

Tämän työn tavoitteena on syventää ymmärrystä strategisen johdon laskentatoimen (SJLT:n) kokonaisuudesta tarkastelemalla sitä strategisen suunnittelun ja johtamisen ja edelleen kokonaisvaltaisen markkinoinnin näkökulmasta. Samassa yhteydessä esitellään SJLT:n tekniikoiden ja menetelmien keskeinen sisältö. Tutkimus on toteutettu käyttäen käsiteanalyttistä tutkimusotetta, jolle on ominaista teoreettisuus (olemassa olevan tietopohjan ja ”päättelyn metodin” avulla muodostetaan uutta tietoa, välitöntä kytkentää empiriaan ei ole) ja deskriptiivisyys (kuvaileva, selittävä tutkimus).

Uudet johdon laskentatoimen tekniikat pyrkivät vastaamaan yhä paremmin yritysjohdon tarpeisiin, jotta olennainen ja riittävä informaatio saataisiin strategisen päätöksenteon tueksi. Tämän taustalla on 1980-luvulta alkanut johdon laskentatoimen uudistaminen, jonka laukaisi useiden eri tutkijoiden esittämä kritiikki johdon laskentatoimen putoamisesta kehityksen kyydistä. Sittenkin keskeiseksi kysymykseksi onkin noussut informaation tuoma lisäarvo päätöksentekoprosesseihin.

Strategiseen johdon laskentatoimeen sisältyy strategisen kustannuslaskennan ja -johtamisen eri tekniikat (eräs tärkeimmistä tavoitteista strategisesti merkittävien kustannusten tunnistaminen ja niihin vaikuttaminen), strateginen ohjaus ja suorituksen mittaus sekä strategiset investointianalyysit, kilpailijoiden analysointi ja asiakaskannattavuuden tarkastelu. SJLT:n kokonaisuus pyrkii tukemaan parhaalla mahdollisella tavalla yrityksen keskeisintä tavoitetta, pysyvän suhteellisen kilpailuedun saavuttamista ja säilyttämistä. Kerran saavutettu kilpailuetu ei kuitenkaan ole itsestäänselvyys, vaan yrityksen strategiaa ja toimintaa on mukautettava liiketoimintaympäristön olosuhteiden muuttuessa. Ympäristön tapahtumien arvaamattomuus ilmenee eriasteisena epävarmuutena (sisältää mahdollisuuksia ja uhkia) ja trendi on, että tämä epävarmuus on kasvussa moninaisten syiden (mm. markkinoiden kansainvälistyminen ja monenlaiset teknologiset ja johtamiseen liittyvät innovaatiot) seurauksena. SJLT:n eräs keskeinen tavoite onkin parempien raporttien avulla vähentää ympäristön epävarmuutta. Esimerkiksi toimiva strateginen ohjaus viestittää strategiaan liittyvistä epävarmuustekijöistä ja edesauttaa näin ennakoivan ohjauksen (strategian tarkistus ja mahdollinen muokkaus) toteuttamista. Toinen huomionarvoinen asia kilpailuedussa on sen suhteellisuus: yrityksen tarvitsee olla parempi vain suhteessa kilpailijoihin, ja tähän tarvitaan kilpailijainformaatiota.

Keskeisessä asemassa SJLT:ssa on lisäarvon tuottamisen periaate, joka näkyy mm. vaatimuksessa saada raporteihin strategista relevanssia. Rahoituksen näkökulmasta lisäarvo näkyy osakkeenomistajien hyvinvoinnin maksimoimisen tavoitteessa, mutta kaiken kaikkiaan kenties kriittisin on asiakkaan kokemaa lisäarvo. Sen ymmärtäminen ja sisällyttäminen tuotteisiin saattaa ratkaista yrityksen menestyksen markkinoilla. Tämän ajatuksen tulisi näkyä SJLT:ssa ja yrityksen toiminnassa.

Asiasanat	Strateginen johdon laskentatoimi, strategia, markkinointi, kilpailuetu, epävarmuus, lisäarvo, ohjaus
Muita tietoja	