



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Vakuutusmaksuopas Melan asiakaspalvelijalle

Vilhunen, Merja

2011 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Vakuutusmaksuopas Melan asiakaspalvelijalle

Vilhunen, Merja
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2011

Vilhunen, Merja

Vakuutusmaksuopas Melan asiakaspalvelijalle

Vuosi 2011 Sivumäärä 61

Hyvä palvelu on organisaation palvelukulttuurin tulos. Palveluorganisaatiossa kaikki organisaation toiminnot tukevat asiakaspalvelua. Toiminnot muodostavat asiakaspalveluprosesseja. Asiakaspalveluprosesseissa syntyy arvoa asiakkaan prosesseihin. Palvelunäkökulmasta kaikki asiakassuhteeseen liittyvät palvelut ovat strategisesti tärkeitä. Case-yritys Mela (Maatalousyrittäjien eläkelaitos) haluaa tulla parhaaksi asiakkaitaan palvelevaksi organisaatioksi.

Tässä tutkimuksessa on kerätty tietoa Melan vakuutusmaksuprosesseista. Mela hoitaa maatalousyrittäjien ja apurahansaajien sosiaaliturvaa ja on voittoa tavoittelematon palveluyritys. Mela kerää osan toimintojensa rahoittamiseksi vakuutusmaksuina asiakkailtaan.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on löytää vakuutusmaksuprosesseista asiakkaiden prosesseissa vaikuttavat tekijät. Vakuutusmaksuprosessit on jaoteltu asiakkaan prosesseiksi ja niiden tutkimisen perusteena on asiakasnäkökulma. Tutkimusote on kvalitatiivinen ja tutkimusmenetelmänä on tapaustutkimus. Tutkimusaineistona ovat kirjalliset dokumentit, havainnot sekä haastattelulomake.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ollut tehdä työkalu Melan asiakaspalvelijan käyttöön vakuutusmaksuasioissa. Samalla tavoitteena on tukea Melan strategista tavoitetta.

Tutkijan oma pitkä historia vakuutusmaksujen asiantuntijana sekä vakuutusmaksujen taustalla vaikuttavat säännökset vaikeuttivat asiakasnäkökulman esille saamista.

Vilhunen, Merja

A Guide to Insurance Premiums For Mela's Customer Service

Year	2011	Pages	61
------	------	-------	----

Good service is the result of the organizational culture of customer service. In a service organization each function of the organization should serve the aims of customer service. The functions of the organization comprise those processes of customer service that bring value to the customer. From the service perspective all services relating to the customer relationship are strategically important. The case organization Mela (the Farmers' Social Insurance Institution) aims to be the best customer service organization for its clients.

Information about the insurance premium payment process has been collected for this study. Mela takes care of the social security of the farmers and the recipients of grants or scholarships and is a non profit service organization. To finance a part of its procedures Mela collects insurance premiums from its clients.

The purpose of this study is to discover the factors in the insurance premium payment processes that affect the clients. The insurance premium payment process is distinct from the customer service processes and the purpose of the study is to examine these from the clients' perspective. The selected research method is qualitative and the method is case study. The material of the research includes documents, observations and an interview form.

The aim of this thesis is to create a tool for Mela's customer service to facilitate insurance premium payment processes. The aim is also to support the strategic objectives of Mela.

The long career of the researcher as a specialist in insurance premiums and the regulatory environment affecting insurance premiums made it difficult for the researcher to clarify the processes from the customers' perspective.

Key words Organizational culture of service, value, service process

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Aiheen valinta ja perustelut	7
1.2	Tavoitteet, tarkoitus ja tutkimuskysymykset	7
1.3	Sisältö ja rajaus	8
1.4	Käsitteet	9
2	Teoreettinen viitekehys.....	10
2.1	Asiakaspalvelu	10
2.2	Hyvän palvelun osatekijät	12
2.2.1	Palvelukulttuuri	13
2.2.2	Palvelupaketti	15
2.2.3	Palveluntuotanto	16
2.2.4	Palvelun laatu	17
2.3	Arvontuotanto asiakkaalle	21
2.4	Yrityksen ja asiakkaan väliset prosessit	23
3	Empiria.....	26
3.1	Menetelmät	26
3.2	Tutkimuksen kulku	27
3.3	Asiakas Melassa	27
3.4	Asiakkaan ja Melan väliset vakuutusmaksuprosessit	28
3.5	Asiakas vakuutusmaksuprosessissa	29
3.5.1	Laskutus	30
3.5.2	Vakuutusmaksun maksaminen	32
3.5.3	Vakuutusmaksupalautus	32
3.6	Vakuutusmaksuopas.....	34
3.7	Oppaan testaus	34
3.8	Kehitysehdotukset	37
	Lähteet	38
	Kuvat ja kuviot	40
	Liitteet.....	41

1 Johdanto

Kaikki asiakkaat haluavat, että heitä palvellaan hyvin. He haluavat ystävällisen palvelun lisäksi asiantuntevaa palvelua, etenkin silloin kun palvelulla tai tuotteella on vaikutusta heidän jokapäiväiseen elämään tai tulevaisuuden toimeentuloon.

Taloustutkimuksen vuonna 2009 Helsingin Sanomille teettämän ”Puhelinpalvelut” - tutkimuksen mukaan suomalaisten kuluttajien mielestä puhelinpalvelun vahvuuksia olivat puhelinpalvelijan palveluhalukkuus ja ammattitaito. Puhelinpalveluun soittamisen syyksi vastaajat kertoivat tiedon tarpeen, tilauksen tai oston. (Helsingin Sanomien asiakaspalvelu on valittu parhaimmaksi puhelinpalveluksi.2009.)

Puhelinpalvelu on yksi Melan (Maatalousyrittäjien eläkelaitos) tärkeimmistä asiakaspalvelukanavista. Asiakaspalvelu on Melalle tärkeää, sillä se haluaa olla paras asiakkaitaan palveleva organisaatio. Vuonna 2009 Melan Suomen Elintarviketieto Oy:llä teettämien tutkimuksen mukaan Mela sijoittui kolmanneksi parhaaksi asiakkaitaan palvelevaksi organisaatioksi toimintaympäristössään

Mela on palveluja tuottava laitos ja toimeenpanee lakisääteistä tehtäväänsä asiakkaidensa sosiaaliturvan hoitajana. Mela on yrityksenä voittoa tavoittelematon ja toimii hallinnollisesta näkökulmasta asiakasrajapinnassa. Melan asiakkaat maksavat osan lakisäteisestä turvastaan vakuutusmaksuina.

Asiakaspalvelutilanteen taustalla vaikuttavat itse palvelutapahtuman lisäksi monet muut palvelutuotannon prosessit. Nämä kaikki toiminnot vaikuttavat asiakaspalveluun kokonaisuutena.

Suuri osa Melan asiakaskontakteista tapahtuu puhelimen välityksellä. Etenkin suurten vakuutusmaksuerien lähetysvaiheessa Melassa varaudutaan suureen määrään yhteydenottoja. Asiantunteva asiakaspalvelija saa asiakkaan asian hoidettua ripeästi ja tyydytettyä asiakkaan palvelu- ja tiedonsaantitarpeen.

Palvelutilanteessa asiakaspalvelijan käytössä olevat työkalut ovat tärkeitä palvelutilanteen onnistumisen kannalta. Asiakaspalvelijan tulee tuntea asiakasprosessit, jotka vaikuttavat palvelutilanteen taustalla. Tässä opinnäytetyössä tehtävän oppaan tarkoitus on tukea asiakaspalvelijaa vakuutusmaksuasioiden neuvonnassa.

Tässä raportissa kerrotaan aluksi opinnäytetyön taustasta ja tehtävästä tutkimuksesta. Sen jälkeen esitellään teoreettinen viitekehys, minkä jälkeen keskitytään empiriaan. Lopuksi esitellään tutkimuksen tuotos ja johtopäätökset.

1.1 Aiheen valinta ja perustelut

Keväällä 2009 tutkimuksen tekijä ja talouspäällikkö Tuula Leino miettivät yhdessä, miten Melan puhelinpalvelijoita voitaisiin tukea vakuutusmaksuasioiden neuvonnassa ja samalla auttaa heitä parantamaan asiakaspalvelutilanteiden sujuvuutta.

Käytännön asiakaspalvelutilanteissa on käynyt ilmi, että mitä enemmän asiakas saa tietoa vakuutusmaksujen taustalla vaikuttavista asioista sen paremmin hän myös ymmärtää niiden vaikutuksen omiin prosesseihinsa. Usein palvelutilanteen alussa tyytymätön asiakas muuttuu tyytyväiseksi ja kiittääkin vielä hyvästä palvelusta sen jälkeen, kun hän on saanut tarpeeksi tietoa oman asiansa selventämiseen.

Edellä mainittujen seikkojen perusteella päädyttiin ratkaisuun, että vakuutusmaksuasioista tehdään opas Melan asiakaspalvelijan käyttöön. Asiakaspalvelijaa tuetaan siten onnistumaan palvelutilanteissa myös vakuutusmaksujen osalta. Sovittiin, että opas tehdään opinnäytetyönä.

1.2 Tavoitteet, tarkoitus ja tutkimuskysymykset

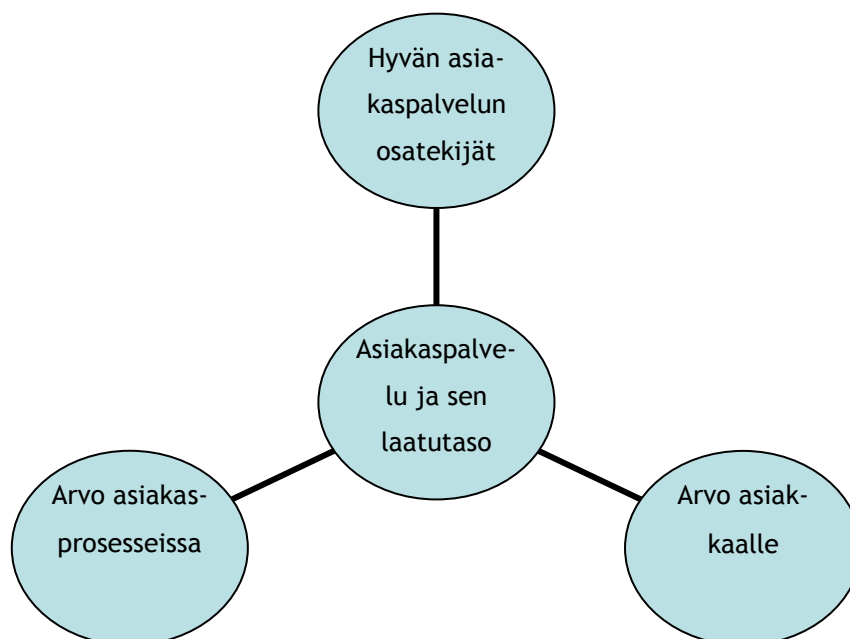
Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tukea Melan tavoitetta olla asiakkaansa paras asiakaspalvelija omassa toimintaympäristössään. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi tämän opinnäytetyön tuotoksena tehdään opas vakuutusmaksuasioista työkaluksi Melan asiakaspalvelijalle asiakaspalvelutilanteisiin. Tavoitteena on siten parantaa asiakaspalvelun laatua Melassa.

Oppaan avulla asiakaspalvelija voi antaa vakuutusmaksuihin liittyvää tietoa asiakkaalle. Asiakkaalle tiedon tarve on yksi syy ottaa yhteyttä Melaan. Tätä varten kootaan kaikki vakuutusmaksuasioihin liittyvä asiakkaan näkökulmasta tarpeellinen kirjattu ja kirjaamaton tieto yhteen oppaaksi.

Tutkimuksen avulla on tarkoitus löytää asiakkaan prosesseihin vaikuttava tieto vakuutusmaksuista. Tutkimuksessa näkökulmana on arvontuotanto asiakkaalle. Oppaan avulla asiakaspalvelija voi palvella asiakasta asiantuntevasti asiakkaan näkökulma huomioiden.

Oppaan sisällön tuottamista varten on tehty pienimuotoinen kysely Melan asiakaspalvelijoille. Kyselyn käyttötarkoitus tässä opinnäytetyössä muuttui siten, että kyselyn tuloksia käytetään oppaan testaamiseen lopuksi. Kyselyn kysymykset ja koosteet vastauksista ovat tämän opinnäytetyön liitteenä 1.

Keskeisinä tutkimuskysymyksinä ovat seuraavat: Mitä asiakaspalvelu on? Mistä asiakaspalvelun laatu muodostuu? Mitä arvo tarkoittaa asiakkaan näkökulmasta. Mitä asiakkaan arvontuotanto tarkoittaa prosesseissa. Mitä vakuutusmaksuprosesseja Melassa on? Mitkä asiat Melan vakuutusmaksuprosesseissa ovat asiakkaan näkökulmasta tärkeitä?



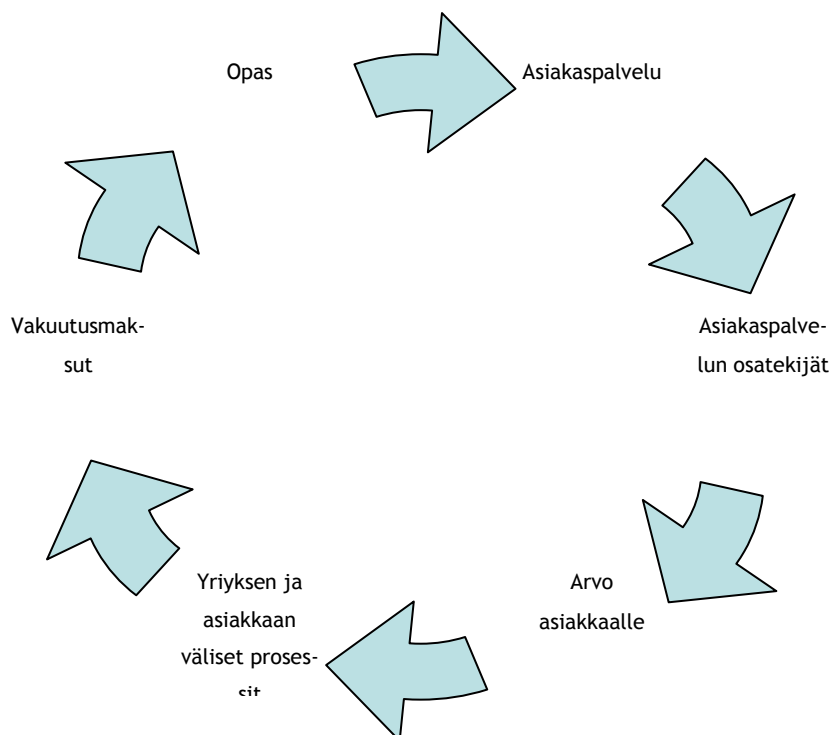
Kuvio 1: Teoreettinen viitekehys

1.3 Sisältö ja rajaus

Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa selvitetään, mitä asiakaspalvelu on ja mitä asiakaspalvelun laatu tarkoittaa ja mitkä ovat hyvän palvelun osatekijät. Asiakkaan kokemalla arvolla on keskeinen vaikutus palvelun laadun kokemisessa. Tämän vuoksi selvitetään asiakkaan arvon kokemusta sekä arvon merkitystä asiakkaan prosesseissa. Yrityksen ja asiakkaan välisien prosessien taustaa on käsitelty myös.

Empiriaosuudessa tutkitaan, mitä vakuutusmaksuprosesseja Melassa on ja mitä asiakkaalle merkityksellistä tietoa niihin liittyy. Arvontuotanto asiakkaalle selittyy prosesseissa ilmenevän tiedon kautta. Lukijalle on selitetty keskeiset käsitteet. Vakuutusmaksuasioiden sisältämiä asiakasprosesseja kuvataan sanallisesti ja hahmotetaan pääkohdat lukijalle kuvioina. Tieto kootaan oppaaksi.

Teoriaosuuden rajataan koskemaan asiakaspalvelun ja arvon määrittelyä yleisellä tasolla käsittelemättä syvemmin käyttäytymisilmiöitä asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä. Empiriaosuudessa rajataan tutkimuksesta pois Melan ulkopuolella tapahtuvat asiakkaaseen liittyvät vakuutusmaksuprosessit, kuten tuomioistuin- tai ulosotto prosessit.



Kuvio 2: Teorian suhde empiriaan

1.4 Käsitteet

Arvo muodostuu asiakkaalle asiakkaan arvontuotantoprosesseihin kun hän käyttää yrityksen tuottamaa tavaraa tai palvelua.

Finanssipalvelu on vakuutusyhtiön tai pankin tuottama palvelu.

Organisaatio on ryhmä ihmisiä, jotka ovat järjestäytyneet tietyllä tavalla yhteisen tehtävän toteuttamiseksi.

Palvelukulttuuri on organisaatiossa vallitseva palveluilmapiiri, jonka tärkeimpiä normeja ovat palveluhenkisyys ja kiinnostus asiakasta kohtaan. Palveluhenkisessä organisaatiossa asiakaspalvelijat ovat ylimpänä organisaation hierarkiassa. Kaikki muut organisaation toiminnot tukevat asiakaspalvelijoiden työtä.

Palveluprosessi on yrityksen ja asiakkaan välinen prosessi, jonka aikana asiakkaan ja yrityksen välillä tapahtuu vaihdantaa ja jossa yrityksen osaaminen siirtyy osaksi asiakkaan arvontuotantoa.

Tuote ja palvelu on se mitä yritys tuottaa asiakkaan arvontuotantoprosessiin. Nämä voivat olla joko itse fyysinen tuote tai molemmat yhdessä.

Ydintuote on yrityksen fyysinen tuote tai palvelu, jota kehittämällä se tuottaa arvoa asiakkaan arvontuotantoprosessiin.

2 Teoreettinen viitekehys

Tässä osuudessa käydään läpi teoriaa asiakaspalvelusta. Asiakaspalvelua käsitellään myös hyvän palvelun näkökulmasta sekä asiakkaan arvontuotannon sekä prosessien arvontuotannon näkökulmasta.

2.1 Asiakaspalvelu

Teemme työtämme asiakasta varten. Tämä tieto auttaa meitä keskittymään olennaiseen. Asiakaspalvelutapahtuman tarkoituksena on, ja pitää olla asiakkaan ilahduttaminen ja hänen tarpeisiinsa vastaaminen niin, että hän asioi uudelleen. Jotta tämä toteutuisi, asiakaspalvelijan pitää tietää tuotteista ja palveluista enemmän kuin asiakas. (Performance Research Associate Inc. 2006, 39.)

Yrityksen taloudelliset voimavarat saadaan asiakkailta. Vaikka resurssit tulisivat yhteiskunnalta, julkisia hyvinvointipalveluja tuottavat yhteisöt ovat olemassa vain hyvän asiakaspalvelun oikeuttamina. Julkisten palvelujen tulee suunnata toimintansa asiakkaaseen. Hyvän asiakaspalvelun kautta julkinen yhteisö voi perustella rahoituksensa. Asiakas tarvitsee yritystä hyötyäkseen sen palvelutuotteista. Julkisten palveluiden viestintä on asiakasta ohjaavaa, opastavaa, valistavaa tai neuvovaa. Usein julkisten palvelujen taustalla vaikuttaa luottamuspula, vaikka asiakkuus jatkuisikin vuosikymmenien ajan. Normaalissa markkinaympäristössä asiakkuus päättyisi, mutta lakiin perustuvien palveluiden käyttäjillä ei ole vaihtoehtoja. (Rissanen. 2005, 46 - 49.)

Asiakaspalvelun tärkein normi on luottamus. Luottamus kasvaa asiakkuussuhteessa ajan mittaan myönteisten kokemusten ansiosta. Reilun peli ja oikeudenmukainen kohtelu ovat tärkeimpiä luottamusta herättäviä asioita asiakaspalvelussa. Asiakas kokee kohtelun oikeudenmukaiseksi silloin kun

- asiakas saa mitä on odottanut saavansa
- hän saa sen kivuttomasti
- lupaukset pidetään palvelutilanteessa.

Luottamusta voi syventää pitämällä asiakkaan ajan tasalla, olemalla avoin ja sydämellinen, pysymällä totuudessa sekä osoittamalla varmuutta. Luottamus saattaa olla uhattuna silloin kun asiakas tuntee itsensä haavoittuvaksi. Hän kokee tällöin, että kaikki valta saada asiat järjestykseen on asiakaspalvelijan käsissä, eikä hän itse voi tehdä mitään. Epäonnistuneessa palvelutilanteessa haavoittuvuuden tunne on pahimmillaan silloin kun asiakas kokee puutteita tiedon kulussa, asiantuntemuksessa, vapaudessa tai vaihtoehtojen puutteessa. Luottamuksen palauttaminen onnistuu ottamalla asiakas mukaan ongelman ratkaisuun. (Performance Research Associate Inc. 2006, 48 - 50.)

Hyvän asiakaspalvelun merkitys korostuu aloilla joissa tuotteet ovat hyvin samankaltaisia. Palvelu voi olla yrityksen päätuote kuten esimerkiksi vakuutuspalvelut tai siihen liitetty lisäosa. Asiakaspalvelun toiminnallinen tarkoitus on auttaa tai opastaa asiakasta. Palvelukilpailussa pyritään erottautumaan kilpailijoista positiivisella tavalla siten, että asiakkaat kokevat saavansa tilanteeseen sopivaa ja heille arvokasta palvelua enemmän kuin kilpailijoilta. Tässä on otettava huomioon palvelua tarvitsevat asiakkaat, heidän odotuksensa, tausta- ja tilanne tekijät ja eri asiakasryhmät. Palvelulupauksen tulisi olla realistinen. Tämä tarkoittaa sitä, että ei saa luvata enempää kuin mitä käytännössä on mahdollista toteuttaa. Yksilöllinen ja joustava palvelu on ihanne, mutta kustannussyistä usein mahdotonta toteuttaa. Tämän vuoksi on syytä ryhmitellä asiakkaat heidän tarpeidensa mukaisesti. Palvelutilanteet voivat olla erilaisia:

- ensikohtaaminen jolloin asiakas tarvitsee enemmän tietoa, opastusta ja aikaa
- normaali palvelutilanne, jolloin asiakas tuntee palvelun ennestään
- vaativa palvelutilanne, jolloin tilanne poikkeaa entisestä
- kriittinen palvelutilanne, jolloin asiakas on tyytymätön.

Palveluresurssit vaikuttavat myös asiakaspalvelukykyyn. Näitä ovat palveluhenkilöstö, palveluympäristö, palvelussa käytettävät teknologiat sekä laitteet ja järjestelmät. Osa palveluresursseista on kosketuksissa asiakkaan kanssa, osa vaikuttaa palvelutapahtuman taustalla. Yrityksen sisäinen asiakaspalvelu muodostaa pohjan ulkoiselle asiakaspalvelulle. Sisäisen asiakaspalvelun onnistuminen vaikuttaa ulkoisen asiakaspalvelun laatuun. (Bergström & Leppänen. 2009, 180 - 184).

Hallinnolliset palvelut, kuten laskutus ja reklamaatioiden käsittely ovat asiakkaille tarjottavia näkymättömiä palveluja. Yleensä niitä ei mielletä palveluiksi vaan ongelmiksi. Tällaisissa nä-

kymättömissä palveluissa on runsaasti kilpailuetumahdollisuuksia niitä hyödyntämään oppivale organisaatiolle. Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä asiakkaan ja palvelutyöntekijöiden ja palveluntarjoajan järjestelmien vuorovaikutuksessa. (Grönroos. 2009, 76 -77.)

Asiakaspalvelija yhdistää asiakkaan ja yhtiön maailman. Asiakaspalvelijat saavat tietoa asiakkaista, ymmärtävät ja tulkitsevat asiakkaiden tarpeita ja palvelevat heitä toimintavaltuuksiensa puitteissa. Asiakaspalvelun käyttö kilpailukeinona edellyttää paitsi asiakaspalvelun arvostuksen lisäämistä, myös asiakaspalvelun tuottaman informaation hyödyntämistä. Asiakaspalvelussa on paljon sekä asiantuntemusta edellyttäviä että rutiininomaisia tehtäviä. Asiakas-kontaktien hoitaminen on vaativaa ja tärkeää työtä.

Asiakaspalvelijalla on monenlaisia rooleja palvelutilanteissa:

- hän tuottaa palvelun ja vaikuttaa palvelun laatuun
- valvoo tuottamaansa palvelun laatua
- reagoi asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin ja mukauttaa palvelua
- luo ja ylläpitää asiakassuhteita
- myy mahdollisia lisäpalveluja.

Asiakaspalvelijat tuovat asiakkaan nähtäville yhtiön toimintatavat.

(Ylikoski ym. 2006 64 -65.)

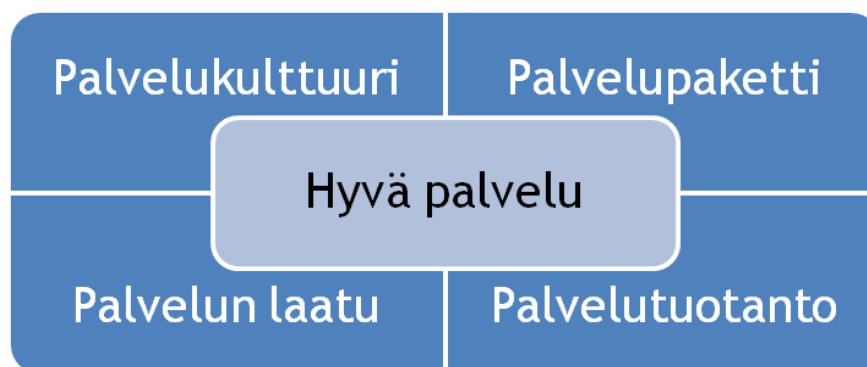
Asiakaspalvelu on tärkeimpiä kilpailukeinoja markkinoinnissa. Palvelu on erinomainen tapa erottautua kilpailijoista. Paremmuus kilpailussa syntyy siitä, että yrityksellä on muita palveluhaluisempi, innostuneempi, koulutetumpi ja taitavampi henkilökunta. Asiakaspalvelua on kaikki asiakkaan hyväksi tehty työ. Asiakas ei näe kaikkea palvelutapahtuman vaiheita eikä osallistu sen näkymättömiin vaiheisiin. Nämä saattavat olla kuitenkin ratkaisevia kokonaisuu-den kannalta. Yrityksen sisäiset palvelut tukevat ulkoisten asiakkaiden palvelutuotantoa.

(Lahtinen & Isoviita. 1998, 51.)

2.2 Hyvän palvelun osatekijät

Palveluyhteisön palvelujärjestelmä kertoo mistä osatekijäistä hyvä palvelu koostuu. Palvelujärjestelmään kuuluu palvelukulttuuri, palvelupaketti, palvelutuotanto ja palvelun laatu.

(Lahtinen & Isoviita 2001, 50.)



Kuvio 3: Hyvän palvelun osatekijät (Lahtinen & Isoviita 2001, 54)

Palvelukulttuuri on kaikkea sitä, mitä asiakas kokee, näkee ja aistii palveluyhteisössä. Palvelupaketti koostuu ydinpalvelusta ja liitännäispalveluista. Palvelutuotantoprosessiin kuuluvat palveltavan asiakkaan lisäksi palveluympäristö, kontaktihenkilöstö ja muut asiakkaat. Palvelun laatutaso koostuu palvelukulttuurista, palvelupaketista ja palvelun tuotantoprosesseista. (Lahtinen & Isoviita 2001, 50 - 55.)

2.2.1 Palvelukulttuuri

Palvelukulttuuri on olemassa silloin, kun organisaation tärkeimpinä normeina ovat palveluhenkisyys ja kiinnostus asiakkaita kohtaan. Sisäinen markkinointi on yksi keino edistää palvelukulttuuria. Tästä näkökulmasta sisäisessä markkinoinnissa pyritään

- saamaan henkilökunta ja muut ymmärtämään ja hyväksymään yrityksen toiminta-ajatus, strategiat ja taktiikat sekä yrityksen tuotteet, palvelut ja markkinointikampanjat
- luomaan myönteisiä suhteita organisaation ihmisten välille
- saamaan esimiehet ja työnjohtajat omaksumaan palveluhenkinen johtamistyyli
- opettamaan henkilökunnalle palveluhenkisiä viestintä ja vuorovaikutustaitoja.

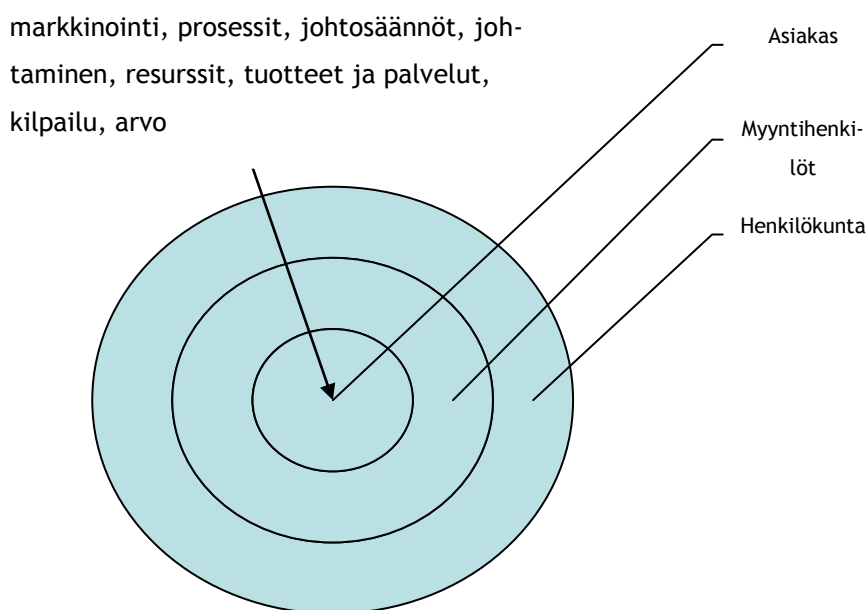
Kun palvelukulttuuri on luotu, sitä on vaalittava aktiivisesti, koska muutoin asenteet ja normit palaavat helposti takaisin tekniseen tehokkuuteen. (Grönroos. 2009, 452.)

Palveluilmapiiri heijastaa yhteisön arvoja ja vaikuttaa palvelujärjestelmän muiden osien toimintaan. Palvelukulttuuri sisältää sanattoman sopimuksen siitä, mikä yhteisössä on sallittua, kiellettyä tai toivottua. Palveluhenkinen ilmapiiri on asiakassuuntaisuutta. Se syntyy ajan myötä itseksensä, mutta sitä voidaan edesauttaa henkilöstöpolitiikan avulla. Asiakassuuntaisessa palvelukulttuurissa asiakaskontakteja hoitavat henkilöt ovat hierarkkisesti organisaation yläpäässä. Muut yhteisön yksiköt ja henkilöt tuottavat palveluita, joilla helpotetaan kontakti-

henkilöiden työtä. Myös sisäisen palvelun henkilöt ovat usein vuorovaikutuksessa asiakkaaseen. (Lahtinen & Isoviita 2001, 55.)

Yrityksen toiminnassa yrityskulttuuri ja arvot ovat sitä hiljaista tietoa, johon yrityksen jäljittelemättömyys ja ainutlaatuisuus perustuvat. Se on palveluosaamisen taustalla vaikuttava ydin, joka hahmottaa tekemisen ja kehityksen kokonaiskuvaa sekä asiakkaalle että henkilöstölle. Yhteiskunta muuttuu ja yrityksen on opittava uutta osaamista ja ajattelutapoja muutoksen mukana. Yrityksissä pyritään usein hakemaan menestystä ulospäin näkyvästä, kuten rakenteista ja järjestelmistä vaikka todelliset menestystekijät ovat yrityksen osaamisen ja innovoinnin synnyttämisessä ja hallinnassa. (Honkola & Jounela. 2000,85 -87.)

Perinteisen palveluorganisaation toiminnot ovat yrityskeskeisiä. Toiminnot ovat organisoitu tukemaan yrityksen operatiivisia tavoitteita. Asiakaskeskeisessä organisaatiossa asiakas on keskiössä. Seuraavana organisaatiokehällä ovat myyntihenkilöt, joiden toimintoja henkilökunta tukee. Sen jälkeen kehällä on organisaation omat toiminnot. Kaikki toiminnot suuntaavat asiakkaaseen. (Mahajan. 2008, 19 - 20).



Kuvio 4: Asiakaskeskeinen organisaatio (Mahajan. 2008, 20.) mukailten.

Palvelukulttuuri on paljon enemmän kuin hyvä palvelu. Tämä tarkoittaa sitä, että koko yhteisö on kiinnostunut asiakkaasta ja asiakkaan ongelmanratkaisusta. Yksittäisen asiakaspalvelijan

palveluhenkisyys ei luo yritykseen palvelukulttuuria. Jokaisen osaston ja työntekijän tulee suunnata katseensa asiakkaaseen. Myös sisäiset asiakkaat ovat tärkeitä. Riippumatta siitä ketä palvellaan, on oman tekemisen merkitys tiedostettava osana tuotettaessa hyvää palvelua ja menestymisessä. Palvelukulttuuri ei synny itsestään vaan henkilöstölle tulee antaa välineet, valmiudet ja valtuudet hyvään palveluun. Silloin kun koko henkilöstö ottaa vastuun asiakastyytyväisyydestä, asiakaskeskeisyys ilmenee kaikkia organisaation toimintoja koskevin prosessien sarjana. (Ylikoski ym 2006, 157 -159.)

Asiakaspalvelutilanteiden onnistunut hallinta on asiakastyytyväisyyden ehto. Asiakaspalvelijan kautta muodostuu yrityksen ulkoinen kuva. Onnistuakseen asiakaspalvelijan on tunnettava yrityksen tuotteet ja palvelut. (Lecklin 1997, 129).

2.2.2 Palvelupaketti

Palvelunäkökulmasta kaikkia asiakassuhteeseen liittyviä palveluja pidetään strategisesti tärkeinä. Pelkkä ydinratkaisu ei riitä takaamaan menestymistä markkinaympäristöissä. Yrityksen tulee kehittää kaikkia asiakassuhteen osatekijöitä pysyvän kilpailuedun perustaksi. Asiakkaan näkökulman mukaisesti hänelle tarjotaan ydintuotteiden ja palveluiden lisäksi erikseen laskutettavia tai laskuttamattomia palveluita. Laskuttamattomista palveluista esimerkkeinä voidaan mainita reklamaatioiden käsittely, neuvonta, laskutus ja tiedonjakaminen ja muut arvoa lisäävät ainekset. (Grönroos 2009, 28.)

Palvelupaketit sisältävät ydinpalvelun ja sen ympärille koottavista liitännäispalveluista. Ydinpalvelu kertoo mitä palveluyhteisö tekee käytännössä. Liitännäispalvelu voi olla vapaaehtoista mutta joissakin tapauksissa ydinpalvelun käyttäminen saattaa olla jopa mahdotonta ilman liitännäispalvelua. (Lahtinen & Isoviita. 2001, 57.)

Palvelupaketti jakaantuu kahteen luokkaan: peruspalveluun tai ydinpalveluun ja lisäpalveluihin eli liitännäis- tai avustaviin palveluihin. Lisäpalvelut yksilöivät palvelun ja tuottavat kilpailukykyä. Palvelupakettimalli jättää kuitenkin huomiotta sen miten palvelu asiakkaalle tuotetaan. Palvelutarjooman on oltava asiakaslähtöinen. Sen on otettava huomioon kaikki asiakkaan kokemat palvelun osatekijät, joita ovat palveluprosessin toiminnallinen laatu ja lopputuloksen tekninen laatu. Tämän lisäksi on otettava huomioon myös imagotekijät sekä viestinnän vaikutus palvelun laadun kokemiseen. Toisin sanoen palvelupaketti tulee laajentaa palvelutarjoomaksi. (Grönroos. 2009, 222 - 223.)

Palveluketjussa idea jalostuu tuotteeksi tai palveluksi. Nämä jalostuvat prosessissa, jossa eri vaiheet lisäävät tuotteen tai palvelun arvoa. Lisäarvoa syntyy asiakkaan tarpeisiin perustuvas- ta osapalvelujen paketoinnista. (Honkola & Jounela. 2000, 56 -57.)

Tuote tai palvelu ymmärretään kerroksellisena kokonaisuutena, jossa perustana on ydin, jota muut osat täydentävät. Tarkasteltaessa palveluja kerroksellisina, puhutaan ydinpalvelusta sekä lisä- ja tukipalveluista. Ydinpalvelu on peruspalvelu, jonka tuottamiseksi yritys on alun perin perustettu. Lisäpalvelu on usein välttämätön osa peruspalvelua. Tukipalveluilla tuotetaan kilpailuetua muihin nähden. Palvelukokonaisuudesta käytetään nimeä palvelupaketti. (Bergström & Leppänen. 2009, 203 - 204.)

2.2.3 Palveluntuotanto

Palvelun tuottaminen on vaiheittainen tapahtumasarja, jossa palvelu syntyy kun asiakas on kontaktissa palveluntuotantoprosessin muiden osien kanssa. Palvelutuotannon pääosia ovat

- palveltava asiakas
- palveluympäristö
- kontaktihenkilöstö
- muut asiakkaat.

Asiakas osallistuu palveluntuotantoon ja vaikuttaa lopputulokseen. Hän on laadun arvioija ja hänet on otettava yksilöllisesti huomioon. Hän kertoo kokemuksistaan muille (suositteleva). Palvelun tulee olla ammattitaitoista ja osaavaa. (Lahtinen & Isoviita. 2001, 59.)

Perinteisesti asiakas on koettu yrityksessä passiivisena palvelujen kuluttajana. Tällöin asiakas on tuotteen lopullinen käyttäjä ja maksaja ”kaiken kassavirran äiti”. Asiakkaiden ja yrityksen rajapintaa on asiakkuusajattelussa yhä vaikeampi määritellä. Kun asiakkaan ja yrityksen prosessit yhdistyvät toisiinsa, asiakkaalle syntyy uusia rooleja. Selkä rooli on osallistuminen asiakkuuden kohtaamisen tuotantoon. Palveluyrityksessä palvelua ei edes synny, ellei asiakas ole mukana palvelutuotantotilanteessa. (Storbacka & Lehtinen. 2005, 82.)

Asiakkaan tarpeet ja odotukset ovat usein palveluntuotantoprosessin alkuvaiheessa epäselviä. Yritys ei ehkä tiedä, mitä resursseja palveluprosessissa tarvitaan ja missä määrin sekä millaisina yhdistelminä niitä tulisi käyttää. Yrityksen pitää mukauttaa prosessejaan palvelutilanteeseen sopiviksi. Palvelutuotannossa voidaan etukäteen miettiä palvelukonsepteja, valmistella palveluprosessia ja tuottaa joitakin palvelun osia. Ennalta tuotettu lopputuote puuttuu. Palveluprosessiin kuuluu resurssilajeja, joita yhdistelemällä tuotetaan arvoa yhdessä asiakkaan kanssa. Asiakkaan kokeman arvon perustana on resurssien asiakaslähtöinen, asiakkaan uhrauksiin tai panostuksiin suhteutettu palvelutuotannon hallinta. Palveluntuotantoresurssit ovat jaoteltu viiteen ryhmään:

- henkilöstö
- tekniikka
- tietämys
- asiakkaan aika
- asiakas.

Prosessin kulutuksessa tuotetaan ratkaisut asiakkaan ongelmiin käyttämällä hyvän palvelun laadun ja arvon saavuttamiseksi tarvittavia resursseja. Yrityksellä tulee olla osaamista resursien hankkimiseen ja kehittämiseen, jotta asiakkaalle voidaan tuottaa hänen haluamaansa arvoa. Yrityksen ohjausjärjestelmä yhdistää resurssit ja hallinnoi palveluprosessia. (Grönroos. 2009, 90 - 93.)

Vakuutus on vakuutusyhtiön ja vakuutetun välinen juridinen sopimus, jossa vakuutusyhtiö sitoutuu vakuutusmaksua vastaan korvaamaan vakuutetulle tai tämän määräämälle edunsaajalle sopimuksessa määritellyn riskin toteutumisesta seuranneen vahingon. Vakuutustapahtumaan liittyy aina sattumanvaraisuus. Vakuutusten olennaisia piirteitä ovat

- vakuutusmaksu
- sattumanvaraisuus
- korvaus

Vakuutukseen liittyy myös palvelu vakuutusta otettaessa, vakuutuksen voimassaoloaikana ja vakuutuksesta korvattaessa. Sosiaalivakuutukset on järjestetty julkisen vallan toimenpitein sosiaalisten henkilöriskien varalta. Sosiaalivakuutuksia ovat mm. eläkevakuutukset ja työtapa-turvavakuutukset. (Ylikoski ym. 2006,9 -10.)

Vakuutuspalvelussa on huomattava, että niitä tarjotaan monen eri palvelukanavan kautta. Kanavien osaamistaso ja tehtävät voivat olla erilaisia. Vakuutuspalvelut (finanssipalvelut) ovat aineettomia asiantuntijapalveluita ja niihin liittyy vain vähän fyysisiä ja aistein havaittavia tekijöitä. Asiakas pystyy arvioimaan palvelun ominaisuuksia vasta jälkikäteen ja monia ominaisuuksia ei edes silloinkaan. Asiakkaan oma osaaminen ja asiantuntemus ei välttämättä riitä arvioimaan palvelun tuottajan asiantuntemuksen tasoa. Tällöin asiakas pyrkii käyttämään kaikkea havaitsemaansa vihjeenä palvelun laadusta. (Ylikoski ym. 2006, 30 - 31.)

2.2.4 Palvelun laatu

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tavara tai palvelu vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia eli siitä miten hyvin nämä tyydyttävät asiakkaan toiveet ja tarpeet. Laadun kahta osateki-

jää kutsutaan tekniseksi eli lopputuloslaaduksi ja toiminnalliseksi eli prosessilaaduksi. Toiminnalliseen laatuun kuuluu kaikki yhteydenpito asiakkaaseen esimerkiksi vakuutusturvan voimassaoloaikana. (Ylikoski 2001, 118 - 119.)

Asiakkaiden kokemalla palvelun laadulla on tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessiulottuvuus. Kaikki asiakkaan kokemat palveluprosessien lopputulokset kuuluvat asiakkaan laatukokemukseen. Heille on tärkeää mitä he saavat vuorovaikutuksessaan yrityksen kanssa. Asiakkaan saaman tuotantoprosessin tekninen laatu on yhtä kuin ongelman tekninen ratkaisu. Teknisen laadun ulottuvuus ei kuitenkaan yksistään pidä sisällään asiakkaan kokemaa laatua. Asiakas arvioi laatua myös siitä näkökulmasta, miten tekninen laatu tai prosessin lopputulos toimitetaan hänelle ja millaiseksi hän kokee samanaikaisen tuotanto- ja kulutusprosessin (prosessiulottuvuus). (Grönroos. 2009, 101 -102.)

Hyvä laatu ei ole itseisarvo vaan tuotteen ominaisuus, jolla voi olla myönteistä merkitystä markkinoinnin kannalta. Hyvä laatu nostaa yleensä myös tuotteen hintaa. Korkea hinta vie tuotteen tiettyjen asiakasryhmien ulottumattomiin. Tosin laatuksitys on osaksi subjektiivinen asia. Lopullisesti laadun oikea sisältö paljastuu asiakkaan testauksessa (vastaako tuote tarvetta) ja tuotteen tai palvelun käyttöolosuhteissa. Palvelujen laatuongelmat ovat huomattavia julkisella sektorilla, jossa mm. hallinnon byrokratia rasittaa kansalaisia. (Rissanen. 2005, 59 -60.)

Kirjallisuudessa oletetaan yleisesti, että asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun suhde on lineaarinen toisin sanoen mitä parempi laatu sitä tyytyväisempi asiakas. Asiakastyytyväisyyden ja laadun välillä on kuitenkin erilaisia yhteyksiä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokonaiskäsitukseen eri tavoin. Näitä voidaan ilmaista laatuominaisuuksilla, jotka voidaan jakaa neljään eri tyyppiin:

- 1) Kriittiset tekijät eli laadun ja asiakastyytyväisyyden välinen yhteys on lineaarinen. Parantamalla laatua saadaan asiakkaat tyytyväisemmiksi ja päinvastoin.
- 2) ”Hygieniatekijät” eli laadun parantaminen ei lisää asiakastyytyväisyyttä, mutta laadun heikkeneminen tietyn tason alapuolelle merkitsee asiakastyytyväisyyden romahtamisesta. Toisin sanoen investoinnit laadun parantamiseen tietyn tason yli ei enää kannata.
- 3) Indifferentit tekijät eli tekijät joiden laadun parantaminen ei vaikuta asiakkaan kokonaiskäsitukseen tai tyytyväisyyteen millään tavalla.

- 4) Profiloivat tekijät eli tekijät, joihin panostamalla yritys erottuu edukseen toimialan keskitasosta ja kilpailijoista. Parempi laatu vaikuttaa asiakkaan kokonaiskäsitykseen ja tyytyväisyyteen merkittävästi, mutta laadun pieni heikennys ei juurikaan vaikuta

(Storbacka & Lehtinen. 2005, 99 - 100).

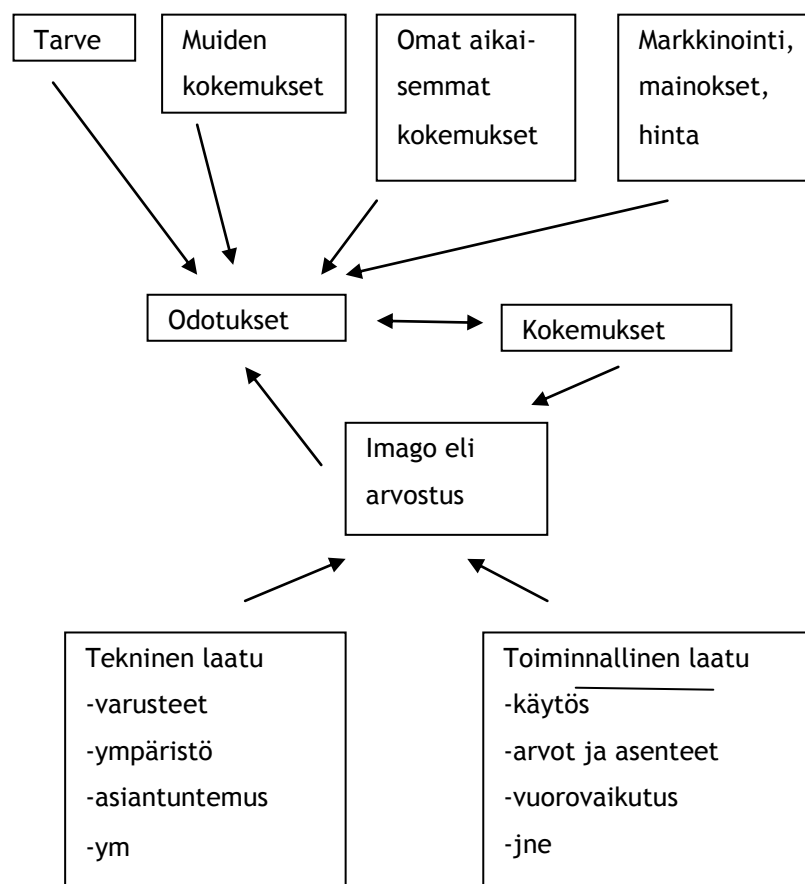
Finanssialan asiakkaille vuonna 1999 - 2001 tehtyjen haastattelujen mukaan asiakkaat pitivät palvelun laatua hyvänä mm. kun

- asiakasta autetaan hänen tarvitsemallaan tavalla
- palvelu on ammattitaitoista
- asiakkaalle annetaan neuvoja
- palvelu on asiallista ja osoittaa asiantuntemusta
- asiakasta ei pallotella edestakaisin.

Asiakkaat odottavat realistisia asioita. Palvelun tulee vastata odotuksia tai muuten asiakas pettyy ja kokee laadun huonoksi. (Ylikoski ym. 2006, 65 - 66.)

Palvelun laatutaso on seurausta palvelukulttuurista, palvelupaketista ja palvelun tuotantoprosesseista. Palvelun laadun parantamiseksi pitää selvittää kaikkien näiden osatekijöiden tilanne. Vika palvelun laadussa saattaa löytyä esimerkiksi vanhentuneesta palvelupaketista. (Lah-
tinen & Isoviita. 2001, 61.)

Asiakaspalvelun laadun taso muodostuu asiakkaan arviosta siinä, miten yritys on onnistunut palvelussaan ja palveluprosessissaan vastaamaan hänen ennako-odotuksiinsa ja ennakkokäsi-
tyksiinsä yrityksestä ja sen antamasta palvelusta. Jokainen palvelukohtaaminen on ainutlaa-
tuinen ja asiakas arvioi jokaisessa palvelutapahtumassa palvelun laatua aina uudelleen. Asiak-
kaan kokemus palvelun laadusta muodostuu yhtäällä asiakkaan tarpeesta, muiden käsityksis-
tä, omista aikaisemmista kokemuksista ja yrityksen markkinointiviestinnästä. Yrityksen toi-
minnallinen ja tekninen laatu peilaavat yrityksen imagon kautta asiakkaan odotuksiin ja ko-
kemuksiin. (Korkeamäki ym. 2001, 24.)



Kuvio 5: Asiakkaan kokemus palvelun laadusta (Korkeamäki ym. 2001, 24.)

Palvelujärjestelmän vuorovaikutteinen osa eli näkyvä osa on välittömässä yhteydessä asiakasiin. Tämän osan laatua tuottavia resursseja ovat

- asiakkaat, jotka ovat mukana prosessissa
- kontaktihenkilöt
- operatiiviset rutiinit ja järjestelmät
- resurssit ja laitteet.

Kun asiakkaat kuluttavat palvelua he osallistuvat samalla palvelun tuottamiseen. Siten he ovat palvelun laatua tuottavaa resurssia ja osallistuvat palveluntuottajajärjestelmään. (Gröroos 2000, 268.)

Finanssialalla asiakkaiden tyytyväisyys perustuu kolmeen osatekijään: varsinaisiin finanssipalveluihin, asiakassuhteeseen ja asiakaspalvelutilanteisiin. Mielikuva asiakaspalvelun laadusta voi syntyä itse palvelutilanteessa tai se voi syntyä vasta pitkän ajan jälkeen, jolloin asiakas

hyödyntää ostamaansa palvelua esimerkiksi eläkevakuutusasiassa. (Ylikoski ym. 2006, 55 - 56.)

2.3 Arvontuotanto asiakkaalle

Asiakkuuden ymmärtäminen liittyy vahvasti asiakkaan arvontuotantoprosessin ymmärtämiseen. Asiakkuuslähtöinen yritys pyrkii lisäämään tietoa siitä, miten asiakkaat tuottavat arvoa itselleen. Näin yrityksen on helpompi kehittää omaa osaamistaan auttaakseen asiakasta. (Storbacka ym. 2003, 21).

Asiakastyytyväisyys on riippuvainen siitä arvosta, jonka asiakas tuntee saavansa ollessaan asiakassuhteessa yrityksen kanssa. Arvokäsitys syntyy asiakkaan verratessa saamaansa laatua siihen resurssipanostukseen, jonka hän antaa asiakkuuden kehittämiseksi. Resurssit käsittävät rahallisten panostusten lisäksi tiedon ja tunteen. Tunteiden tasolla asiakkaan kokema arvo syntyy luottamuksesta yritykseen ja sen toimintaan. Tiedon tasolla arvo syntyy yrityksen osaamisesta ja osaamisen siirtämisestä asiakkaan arvontuotantoprosessiin. Asiakkaan on mahdollista tiedon avulla käyttää hyväkseen yrityksen palveluja ja tuotteita. (Storbacka & Lehtinen 2005.)

Tuotteen avulla tuotetaan arvoa asiakkaalle. Tuotteen voidaan sanoa koostuvan kolmesta osasta: fyysisestä tuotteesta, tiedosta ja asiakaspalvelusta. Tietoa tarvitaan arvon tuottamisessa. Asiakaspalvelua on kaikki asiakassuhteeseen liittyvä toiminta (Lehtinen. 2004, 17).

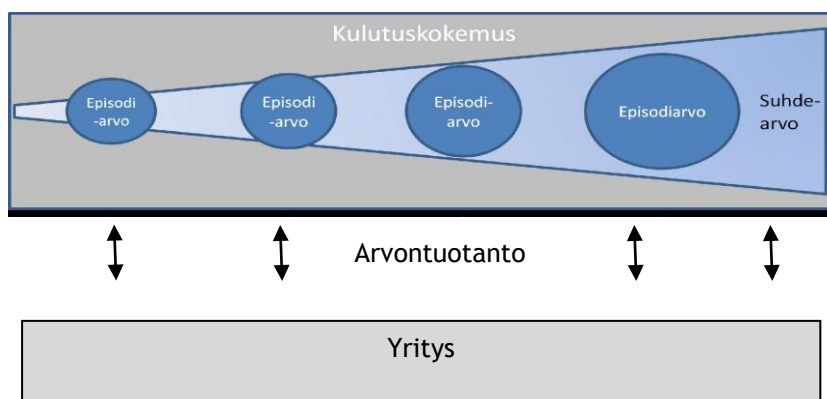
Yritykset tarjoavat asiakkaille palveluja riippumatta siitä mitä ne tuottavat. Kun palvelu tarkoittaa asiakkaan toimintojen ja prosessien tukemista, kaikenlaiset ratkaisut, jotka koostuvat tavaroista, palveluista ja niiden yhdistelmistä, ovat yrityksen asiakkaille palveluja. Palvelu on asiakkaiden toimintojen ja prosessien tukemista yrityksen tuottamilla tuotteilla tai palveluilla. Näistä koituva arvo syntyy asiakkaiden arvontuotantoprosesseissa kun nämä hyödyntävät ostamaansa ratkaisua tai pakettia. (Grönroos 2009, 25.)

Asiakaskohtaamisessa asiakas saa vuorovaikutusarvoa. Arvo määräytyy siitä, miten vaivaton kohtaaminen on asiakkaalle. Arvo syntyy tarjonnasta ja prosesseista, joita asiakas arvioi oman odotustensa valossa. Odotuksiin vaikuttavat myös aikaisemmat kokemukset yrityksestä ja muista toimijoista. (Storbacka ym. 2003, 35.)

Asiakaskohtaamisen liiallinen korostaminen johtaa siihen, että huomio kiinnitetään liaksi yksittäisiin asiakaspalvelutilanteisiin eikä asiakkuuteen kokonaisuudessaan. Asiakastyytyväisyys ei ole yhtä kuin jokaisen asiakaskohtaamistyytyväisyyden summa. Asiakkuustasolla asiakas arvioi suhdetta kokonaisvaltaisesti. Tärkeää on myös, miten yritys tukee asiakkaan arvontuotantoa.

tuotantoa ja auttaa asiakasta toteuttamaan tämän omia tavoitteitaan. (Storbacka ym. 2003, 112.)

Kuluttajan kanssa käyty dialogi asiakassuhteen eri vaiheissa synnyttää ns. episodiarvoa. Näistä episodeista muodostuu suhdearvo asiakkaan ja yrityksen välille. Dialogit sisältävät kaikkia asiakkaan kokemuksia yrityksestä. (Kaijanen, P. 2010, 67.)



Kuvio 6: Arvon syntyminen asiakassuhteessa (Kaijanen, P. 2010, 67.)

Asiakkaat kokevat arvon sisäisissä prosesseissaan ja palveluntarjoajan kanssa käymässään vuorovaikutuksessa kun hän kuluttaa tai käyttää palvelua, tuotetta, tietoja, henkilökohtaisia kontakteja, normalisointia tai pitkäaikaisen suhteen elementtejä. Arvoa ei kuitenkaan tuoteta palveluyhteisön taustatoiminnoissa. Perinteisesti kirjallisuudessa käsitellään arvoa vaihtoarvona, joka sisältyy asiakkaalle toimitettavaan palveluun. Todellisuudessa arvoa syntyy vasta kun asiakas voi käyttää tuotetta tai palvelua hyväkseen. Vasta tällöin hänelle muodostuu käyttöarvoa hänen prosesseihinsa. Yrityksen tehtävänä on tukea asiakkaan arvontuotantoa. Yritys tarjoaa asiakkaalle resursseja ja palveluprosesseja vuorovaikutteisesti. Myös asiakas ja yritys luovat yhdessä arvoa. Arvo on vaikeasti ymmärrettävä ja hallittava käsite. Asiakkaan kokeman arvon ymmärtämistä voidaan lähestyä määrittämällä tai poistamalla suhdetta tuhoavia tekijöitä, havainnoimalla ja vahvistamalla arvoa lisääviä tekijöitä sekä kehittämällä arvon laskentamenetelmiä.

Asiakkaan kokemaa arvoa voidaan kuvata yhtälöillä:

- 1) episodin hyödyt + suhteen hyödyt
episodin uhraus + suhteen uhraus
- 2) transaktion arvo + tai - suhteen arvo

- 3) ydinratkaisut + lisäpalvelut
hinta + suhdekustannukset
- 4) ydinarvo + tai - lisäarvo
- 5) pitkän aikavälin vaikutus tuottoihin
hinta + suhdekustannukset

Episodi on palvelutapaaminen tai fyysisen tuotteen osto. Transaktio on palvelun tai tuotteen vaihto. Ydinratkaisu vaikuttaa lopputulokseen liittyvän teknisen laadun kokemiseen. Lisäpalvelut vaikuttavat toiminnallisen laadun kokemukseen. Ydinarvo on ydinratkaisun hyötyjä verrattuna siitä maksettavaan hintaan. Lisäarvo on lisäpalvelujen hyöty verrattuna ajan mittaan toteutuviin suhdekustannuksiin.

(Grönroos. 2009, 192 - 195).

Perinteisesti markkinoilla on lähestytty arvon tuottamista tuomalla markkinoille uusia tuotteita tai palveluja. Arvon tuottamista tulee kuitenkin lähestyä asiakkaan näkökulmasta: Auttaako tuote tai palvelu asiakasta säästämään rahaa, saako se asiakkaan hyvälle mielelle, auttaako se tehostamaan asiakkaan prosesseja tai auttaako se tehostamaan asiakkaan liiketoimintaa. (Soman & N-Marandi 2010, 31).

Ostaessaan tuotteen asiakas itse asiassa ostaa tuotteen tuoman hyödyn (arvon) omaan tarpeeseensa. Ostessaan bensiniä asiakas ei sinänsä näe itse tuotetta, eikä hän edes sitä välttämättä halua nähdäkään. Hän haluaa mahdollisuuden ajaa autolla paikasta toiseen. (Söderlund 1997, 18.)

Markkinointinäkökulmasta arvo nähdään rahallisena hyötynä asiakkaalle. Hinta-, määrä- ja laatusuhde ohjaavat yrityksen tuotekehitystä. Yrityksen on vakuutettava asiakas arvopositioilla kuten enemmän kalliimmalla, enemmän samalla rahalla, samaa halvemmalla, vähemmän paljon halvemmalla tai enemmän halvemmalla. Asiakkaan kokema arvo tai hyöty on subjektiivinen ja perustuu omaan arvioon. Hyödyt koetaan usein abstrakteina asioina. Hyötyjä voi olla säästäminen, hyvä laatu, helppous, omien arvojen ilmaisu, seikkailu ja viihteellisyys. Kustannukset voivat olla hyvin konkreettisia kuten aika, raha tai toiminta. (Bergström & Leppänen. 2009, 31 - 33.)

2.4 Yrityksen ja asiakkaan väliset prosessit

Palvelun syvempää taustaa voidaan tutkia prosessiteorian avulla. Muutaman minuutin mittaisen palvelutapahtuman taustalla vaikuttavat prosessit voivat kuulua sosiaalisen, teknisen,

taloudellisen, oikeudellisen tai ekologisen prosessin alueeseen. Vuorovaikutustilanne on sosiaalisen prosessin aluetta joka painottuu psykologiaan ja viestintään. Palvelutapahtuman fyysinen ympäristö ja olosuhteiden luonti kuuluu tekniseen alueeseen. Palveluun liittyvät investoinnit ja asiakkaan maksu ovat taloudelliseen alueeseen kuuluvia. Palvelutapahtuman taustalla vaikuttavat lait ja säädökset liittyvät oikeudelliseen alueeseen. Palvelupaikan jätteiden käsittely ja energiatalous kaikkine vaikutuksineen liittyvät ekologiseen alueeseen. (Rissanen, T. 2006, 118.)

Asiakkaan arvontuotannon syvälinen ymmärtäminen edellyttää asiakkaan prosessien tuntemista, mikä edesauttaa asiakkuuden kehittämistä. Prosessitarkastelussa yksittäisen tapahtuman merkitys pienenee. Tavoitteena on yhdessä asiakkaan kanssa rakentaa kestävää asiakassuhdetta. Asiakkuusajattelun eräänä näkökulmana on tuotteen tai palvelun määrittely prosessiksi. Prosessin aikana yrityksen ja asiakkaan eri vaiheiden välillä tapahtuu vaihdantaa, jossa yrityksen osaaminen siirtyy osaksi asiakkaan arvontuotantoa. Asiakkuus koostuu useista kohtaamisista. Kohtaamiset muodostavat prosessin, jossa molemmat osapuolet saavat etua panostuksestaan. Tavoitteena on yhteinen hyöty ja yhteisten prosessien kehittäminen. Prosessin aikana tapahtuu tunteiden, tietojen ja tekojen vaihdantaa. Nämä muodostuvat osaksi tuotetta, joka edesauttaa asiakkaan arvontuotantoa. Tämä tarkoittaa sitä että tunne ohjaa tietoa, tieto ohjaa tekoja sekä yrityksen että asiakkaan taholta. (Storbacka & Lehtinen 2005, 19- 35.)

Palvelut ovat toiminnoista tai joukosta toimintoja koostuvia prosesseja, jotka tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti ja joihin asiakas jossakin määrin osallistuu kanssatuottajana. Palveluprosesseissa yrityksen resurssit on vuorovaikutuksessa asiakkaiden toimintojen ja prosessien kanssa arvoa tuottavalla tavalla. Asiakas osallistuu näihin prosesseihin sekä resurssina että kuluttajana tai käyttäjänä. Yritykset ja asiakkaat tuottavat siten yhdessä palveluprosesseja ja luovat yhdessä arvoa. (Grönroos 2009, 79 - 82.)

Puhelinpalveluprosessin aikana asiakas muodostaa käsityksensä palvelusta asiakaspalvelijan henkilökohtaisten ominaisuuksien lisäksi siitä, miten asiantunteva asiakaspalvelija on ja siitä yhdistetäänkö puhelua eteenpäin monta kertaa ennen kuin asiantuntija asiakkaan asialle löytyy. (Korkeamäki ym. 2001, 19.)

Liiketoimintaprosessi alkaa asiakkaan tarpeesta ja päättyy asiakkaan tarpeen tyydyttämiseen. Se on toisiinsa liittyvien toimintojen ja tehtävien muodostama kokonaisuus. Liiketoimintaprosesseille on olennaista, että prosessilla on aina asiakas joka saa sille määritellyn lopputuloksen. Asiakas voi olla yrityksen sisäinen tai ulkoinen. Olennaista on myös, että prosessit ylittävät organisatoriset rajat ja ovat yleensä riippumattomia organisaatorakenteesta. (Hannus 1997, 41.)

Ydinprosessit ovat ulkoista asiakasta palvelevia prosesseja. Lähtökohtana ovat yrityksen ydin-
kyvykkyydet. Ydinprosessien avulla jalostetaan yrityksestä löytyvät kyvyt ja osaaminen asiak-
kaille lisäarvoa tuoviksi tuotteiksi. Ydinprosessien määrittelyssä tulisi ottaa huomioon liitty-
mäkohdat toimittajiin ja asiakkaisiin sekä muihin prosesseihin yrityksen sisällä. Tukiprosessit
tukevat organisaation toimintaa ja luovat edellytykset ydinprosessien onnistumiselle. Avain-
prosessit voivat olla ydin- tai tukiprosesseja tai osia niistä. (Lecklin 1997, 141.)

Prosessien kuvaamisen avulla selitetään organisaation systeemin toimintaa haluttujen tulos-
ten aikaansaamiseksi. Haluttuja tuloksia voivat olla taloudellinen arvo, asiakasarvo tai sosiaa-
linen arvo. Prosessien kuvaamisen avulla voidaan ymmärtää arvonluonnin kannalta kriittistä
toimintaa. Niiden avulla on mahdollista luoda systeeminen näkemys organisaation arvoa luo-
vasta toiminnasta. (Laamanen, K. & Tinnilä, M. 2009, 36 -37.)

Prosessien määrä ja sisältö vaihtelevat yrityskohtaisesti. Prosessien muodostumiseen vaikut-
tavat monet seikat kuten esim. perinteet, yrityskulttuuri, työmenetelmät ja henkilöstön tai-
dot. Prosessien hallintaa helpottaa prosessien hierarkkinen ryhmittely. Prosessit voidaan ryh-
mitellä esimerkiksi pääprosessiin, joka avautuu alatasolle prosesseiksi. Nämä sisältävät osa-
prosesseja, jotka jakautuvat vaiheisiin tai tehtäviin. (Lecklin 1997, 145.)

Asiakkuuden avulla yritys välittää oman osaamisensa asiakkaan arvontuotantoon. Yrityksellä
tulee olla syvällistä tietoa asiakkaista, heidän arvontuotantoprosesseistaan, näkemyksistään,
preferensseistään, tulevaisuuden suunnitelmistaan jne. Tietoja kerätään jatkuvan vuorovaiku-
tuksen ja vuoropuhelun avulla. Yritysten prosessikarttojen piirtämisessä hyötynä on eri orga-
nisaation osissa tehtävien töiden yhdistäminen poikkifunktionaalisesti. Asiakasta prosesseissa
ei kovinkaan paljon näy. Kun asiakas on prosessikartassa, yleensä hän on prosessikartan oike-
assa kulmassa prosessin lopputuloksen vastaanottajana. Asiakkuusajattelussa lähtökohtana
tulee olla asiakkaan prosessi. Tähän sovitetaan yrityksen prosessi valitun strategian kanssa
yhteensopivaksi. Tähän riittävät karkeatkin prosessimallit. Näin on saavutettavissa yksinker-
taisilla keinoilla suuria kehitysaskelia. (Storbacka & Lehtinen. 2005, 61 - 63.)

3 Empiria

3.1 Menetelmät

Tämän opinnäytetyön tutkimusote on kvalitatiivinen ja tutkimusmenetelmänä on tapaustutkimus. Seuraavassa kolmessa kappaleessa on selostettu kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja tapaustutkimusta.

Kvalitatiivinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jossa aineisto kootaan luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa. Siinä suositaan ihmistä tiedon keruun välineenä. Tutkija luottaa tällöin omiin havaintoihinsa. Pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia seikkoja. Lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesien testaus vaan aineiston monimuotoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Tutkija ei määrää sitä, mikä on tärkeää. Laadullisina menetelminä aineiston hankinnassa ovat mm. erilaisten dokumenttien ja tekstien diskursiiviset analyysit. Kohdejoukko valitaan tarkoituksen mukaisesti. Tutkimus toteutetaan joustavasti ja tutkimussuunnitelmia muutetaan tutkimuksen edetessä olosuhteiden mukaiseksi. Tapauksia käsitellään ainutlaatuisena ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2003, 125 - 126.)

Tyypillisiltä piirteiltään tapaustutkimus (case study) on yksityiskohtaista ja se sisältää intensiivistä tietoa yksittäisistä tapauksista tai joukosta toisiinsa suhteessa olevia tapauksia. Siinä valitaan yksittäinen tapaus, tilanne tai joukko tilanteita. Kohteena on yksilö, ryhmä tai yhteisö. Kiinnostuksen kohteena ovat usein prosessit. Yksittäistapausta tutkitaan yhteydessä ympäristöönsä, josta yksittäistapaus on osa. Aineistoa kerätään mm. havainnoin, haastatteluin ja dokumentteja tutkimalla. Tavoitteena on tyypillisimmin ilmiöiden kuvailu. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2003, 125 - 126.)

Tapaustutkimuksen niin kuin muunkin kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena voi olla kartoittava tutkimus, selittävä tutkimus, kuvaileva tutkimus tai ennustava tutkimus. Kuvaileva tutkimus esittää tarkkoja kuvauksia henkilöistä, tapahtumista tai tilanteista. Kuvailevassa tutkimuksessa keskeisinä kysymyksinä ovat tutkittavassa ilmiössä esiin tulevat näkyvimmat käyttäytymismuodot, tapahtumat, uskomukset tai prosessit. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2003, 129 - 130.)

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan vakuutusmaksuasioiden asiakasprosesseja ja pyritään niiden kautta löytämään tietoa, joka on asiakkaan näkökulmasta tarpeellista ja jota asiakaspalvelija voi hyödyntää asiakaspalvelutilanteessa.

3.2 Tutkimuksen kulku

Keväällä 2010 on tehty Melan asiakaspalvelijoille pienimuotoinen kysely sähköpostitse. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa ongelmakohtia vakuutusmaksuasioiden asiakaspalvelussa sekä toiveita palveluoppaan sisällöksi. Kysely lähetettiin viidelletoista Melan asiakaspalvelijalle. Kyselyssä eivät olleet mukana vakuutusmaksuasioita työkseen tekevät henkilöt. Vastauksia tuli kuudelta henkilöltä. Kysely ja kooste vastauksista ovat liitteenä tässä opinnäytetyössä (liite 1). Opinnäytetyösuunnitelman edetessä kyselyn käyttötarkoitus muuttui lopputulosten testaamiseksi.

Keväällä 2010 on aloitettu teorialähteisiin tutustuminen ja opinnäytetyösuunnitelman työstäminen. Lokakuussa 2010 suunnitelma esitettiin seminaarissa. Opinnäytetyön teoriaosuuden kirjoittamisen on aloitettu seminaarin jälkeen. Vakuutusmaksuprosessien tutkiminen on aloitettu samaan aikaan. Marraskuussa 2010 on aloitettu oppaan kirjoittaminen

3.3 Asiakas Melassa

Melan vakuutukset ovat lakisääteisiä. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaan olosuhteiden on täytettävä tietyt laissa määritellyt edellytykset, jotta vakuutus voidaan myöntää. Vakuutus päättyy kun edellytyksiä vakuutuksen voimassaololle ei enää ole. Melan pakolliset eli lakisääteiset vakuutukset ovat maatalousyrittäjän eläkelain mukainen eläkevakuutus (Myel), maatalousyrittäjien eläkelain mukainen tapaturmavakuutus (Mata) ja ryhmähenkivakuusehtojen mukainen vakuutus (rhv). Näistä peritään sosiaali- ja terveysministeriön vahvistamien määrien mukaista vakuutusmaksua. Vakuutusmaksut laskutetaan asiakkaalle vahvistetun laskennallisen vuosityöansion perusteella.

Melan tarjoama palvelu tuo arvoa asiakkaalle monessa suhteessa Vakuutusmaksut ovat edullisia, koska valtio tukee palvelun tuottamista ja Melan toiminta on voittoa tavoittelematonta. Vapaaehtoisten vakuutusten vakuutusmaksuilla katetaan toiminnan kulut ja korvausmenot näistä vakuutuksista. Asiakas maksaa vakuutuksestaan juuri sen verran kuin siitä aiheutuu korvausmenoja ja kuluja. Mitä suurempia vakuutusmaksuja asiakas maksaa sitä suuremmat etuudet (tapaturmakorvaus, eläke, sairaspäiväraha) hän saa toimeentulonsa kattamiseksi toiminnan keskeytyessä tapaturman tai sairauden vuoksi.

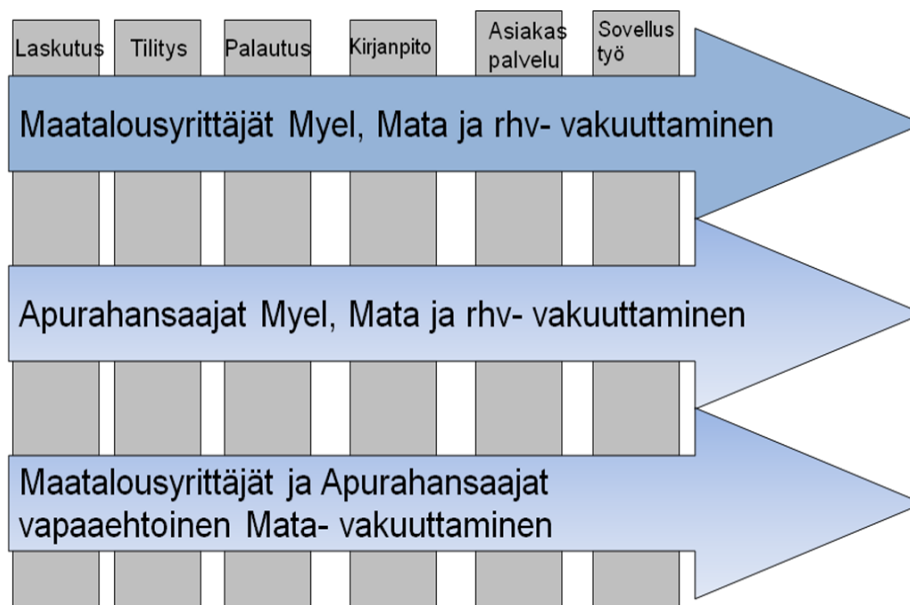
Melan pääprosessi on vakuutusprosessi. Vakuutus on kaiken Melan tarjoaman palvelun perusta. Vakuutusmaksuprosessi on osa vakuutusprosessia. Se seuraa toiminnallisesti aina vakuutusprosessia. Vakuutusmaksuprosessi jakautuu laskutus, palautus, tilitys ja muihin - prosesseihin.

3.4 Asiakkaan ja Melan väliset vakuutusmaksuprosessit

Vakuutusmaksuprosessit ovat osa Melan vakuutusprosesseja. Asiakas saa Melasta vakuutusmaksuihin liittyvää postia säännöllisesti vakuutuksen voimassaoloaikana. Melan asiakaspiiriin kuuluvat maatalousyrittäjät ja heidän perheenjäsenensä, apurahansaajat, kalastajat ja poronhoitajat. Melan asiakas saa lakisääteisten vakuutusten perusteella turvaa työhön liittyviin henkilöriskeihin ja vapaaehtoisten vakuutusten perusteella sekä työhön että vapaa-aikaan liittyviin henkilöriskeihin

Vakuutusmaksuja laskutetaan niiltä asiakkailta, joilla on vakuutuksen perusteella laskutettavaa. Vakuutukset voidaan ryhmitellä Maatalousyrittäjien vakuutuksiin, apurahansaajien vakuutuksiin sekä näiden vapaaehtoiisiin vakuutuksiin. Vakuutusprosessit alkavat asiakkaan hakemuksesta ja myönteisessä tapauksessa johtavat vakuutusmaksun laskentaan.

Vakuutusmaksulaskentaa seuraa laskutus- tai palautusprosessi sekä kirjanpitoprosessi. Asiakkaan maksua seuraa tilitys- ja kirjanpitoprosessi. Asiakkaan ottaessa yhteyttä vakuutusmaksuasioissa, asiakaspalveluprosessi käynnistyy. Asiakaspalvelulla tässä tarkoitetaan puhelinpalvelua ja siihen liittyviä prosesseja. Sovellustyö ja sovelluksen kehittäminen ovat jatkuvaa prosessia. Sovellus osallistuu kaikkiin vakuutusmaksuprosesseihin. Asiakkaan mahdollisuus käyttää sovellusta rajoittuu maksutietojen katselemiseen ja eräiden todistusten tulostamiseen asiakkaan omalla käyttöliittymällä.



Kuvio 7: Vakuutusprosessit ja vakuutusmaksuprosessit

Vakuutusmaksuprosesseissa on eroja sekä asiakkuuden että vakuutuslajin mukaan. Maatalousyrittäjien vakuutusmaksut lasketaan kokonaistyötulon mukaan ja laskutetaan erissä vuosimak-

sun suuruudesta riippuen. Apurahansaajien vakuutusmaksut lasketaan jokaisesta vakuutuksesta erikseen ja laskutetaan vakuutusmaksukausien mukaisesti. Tapaturmavakuutusmaksut laskutetaan kokonaistyötulon perusteella kerran vuodessa.

3.5 Asiakas vakuutusmaksuprosessissa

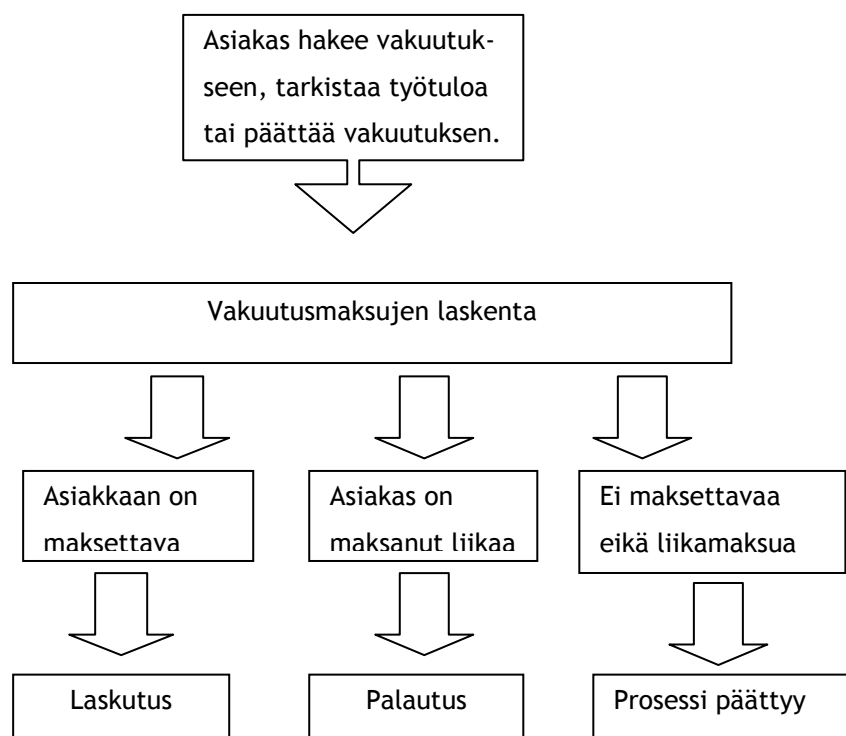
Seuraavassa kuvaan vakuutusmaksujen asiakasprosessit pääpiirteittäin ja selostan säännöksiä niiden taustalla.

Vakuutusmaksujen määräytymisestä on säädetty maatalousyrittäjän eläkelaisissa (MYEL 22 - 30 §§). Maatalousyrittäjien tapaturmavakuutuslaissa (Mata) viitataan maksujen osalta MYEL:iin.

Vakuutusprosessi alkaa kun asiakas hakee Melan vakuutukseen, tarkistaa vakuutuksen perusteena olevaa työtuloa, hakee vakuutusta päättymään tai hakee eläkettä. Näitä kakkia toimintoja seuraa vakuutusmaksujen laskenta ja laskentaa seuraa joko laskutus- tai palautusprosessi. Voi olla myös, että asiakas on maksanut juuri sopivan määrän, jolloin vakuutusmaksuprosessi päättyy.

Suoritettava vakuutusmaksujen laskenta voi olla alkamislaskenta, tarkistuslaskenta, päättämislaskenta, mitätöintilaskenta tai perinnän keskeytyksen purkulaskenta. Laskennan nimi kuvaa laskennan tarkoituksen. Mitätöintilaskenta suoritetaan jos vakuutus mitätöidään kokonaan. Perinnänkeskeytyksen purkulaskenta suoritetaan jos asiakkaan laskutus on ollut keskeytettyä esim. eläkehakemuksen vuoksi.

Seuraavassa kuviossa on havainnollistettu asiakkaan prosessia vakuutustapahtumasta vakuutusmaksujen laskentaprosessiin ja siitä seuraavaan asiakkaan prosessiin.



Kuvio 8: Vakuutuskäsittelyä seuraava vakuutusmaksuprosessi

3.5.1 Laskutus

Asetuksessa määrätään pääsäännöt lakisääteisten vakuutusmaksujen eräpäivien päättelyyn. Maatalousyrittäjän osalta asetuksessa määrätään: ”Vakuutusta otettaessa Maatalousyrittäjien eläkelaitos määrää kuluvalta vuodelta ja sitä edeltäneeltä ajalta suoritettavan vakuutusmaksun eräpäivät. Vakuutuksen päättyessä vakuutusmaksu eräännyy heti maksettavaksi. Jos maatalousyrittäjän työtulo muuttuu, vakuutusmaksu tarkistetaan työtulon muuttumisesta. Vakuutusmaksu peritään ensimmäisen kerran Maatalousyrittäjien eläkelaitoksen määräämänä eräpäivänä.” (MYEA 30.12.2008/1135).

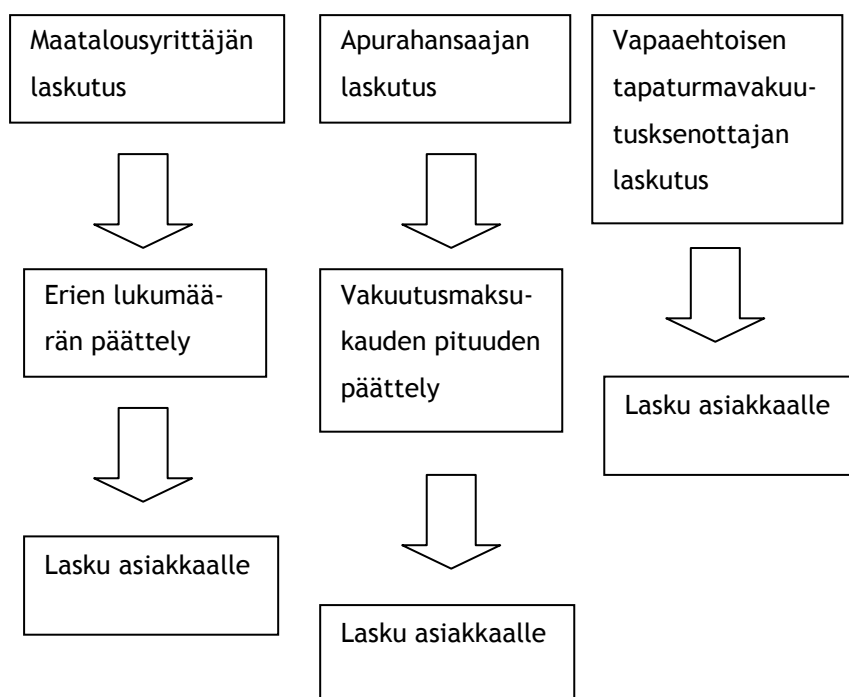
Vakuutuksen jatkuessa laskutusprosessi jatkuu niin kauan kuin vakuutus on voimassa. Laskutuskaudet ja vakuutusmaksujen eräpäivät ovat erilaisia eri vakuutuslajeilla. MYEA:n mukaan ”Jos maatalousyrittäjän kalenterivuodelta suoritettavat maatalousyrittäjien eläkelain 22 §:n 1 ja 2 momentin ja 23 §:n sekä maatalousyrittäjien tapaturmavakuutuslain (1026/1981) 17 §:n mukaiset vakuutusmaksut ovat yhteensä: 1) yli 826,33 euroa, työeläke- ja ryhmähenkivakuutusmaksujen eräpäivät ovat helmi-, touko- ja lokakuun 25. päivä; 2) vähintään 275,48 euroa ja enintään 826,33 euroa, työeläke- ja ryhmähenkivakuutusmaksujen eräpäivät ovat helmi- ja lokakuun 25 päivä; tai 3) alle 275,48 euroa, työeläke- ja ryhmähenkivakuutusmaksujen erä-

päivä on toukokuun 25 päivä.” (MYEA 30.12.2008/1135). Asetuksessa säädetään erikseen rahamäärien sitomisesta palkkaindeksiin.

Apurahansaajien eräpäivistä ja maksujen määräytymisestä on säädetty erikseen MYEA 2 a §:ssä. Apurahansaajien eräpäivät ovat maaliskuu-, kesä-, syys- ja joulukuun 15. päivä. Kun apurahaus on enintään puoli vuotta, vakuutusmaksu peritään yhdessä erässä. (MYEA 30.12.2008/1135).

Vapaaehtoisten tapaturmavakuutusmaksujen eräpäivistä ei ole säädetty erikseen. Vuosittaisen vakuutusmaksujen eräpäivä on 30.4. Vakuutuksen alkaessa ja päättyessä eräpäivä on vakuutus päättyä seuraavan kuukauden viimeinen päivä. Vapaaehtoisissa eläkevakuutuksissa eräpäivät määräytyvät MYEA:n mukaisesti.

Seuraavassa kuviossa on havainnollistettu vakuutusmaksun laskutus asiakasryhmittäin. Vaikuttavana tekijänä laskutuksessa on asetus ja lopputuloksena on lasku asiakkaalle.



Kuvio 9: Laskutusprosessi

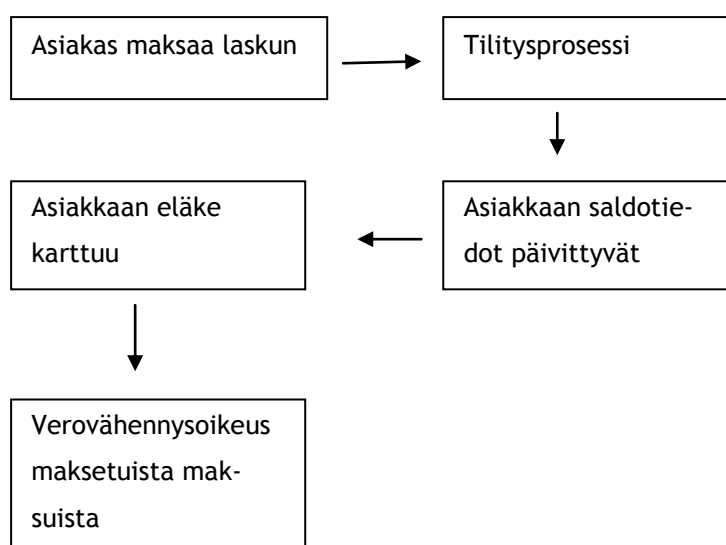
Yllä olevassa kuviossa on yksinkertaistettu kuvaus laskutusprosessista. Kuten aikaisemmin on mainittu, asetus määrää eräpäivät. Lisäksi asetuksessa säädetään, että Mela määrää eräpäivät vakuutuksen alkaessa ja tötuloa tarkistettaessa. Vakuutuksen päättyessä vakuutusmaksu eräänänsä heti maksettavaksi. (MYEA 30.12.2008/1135). Asiakas voi valita itse laskutustavoista joko perinteisen laskutuksen, suoraveloituksen tai verkkolaskun.

Mikäli asiakas ei maksa maksua, Mela lähettää maksukehotuksen, jonka viimeinen maksupäivä on kaksi kuukautta eräpäivästä. Maksukehotusprosessi on kaikille vakuutuslajeille sama. Viivästyskorosta on säädetty maatalousyrittäjän eläkelaisissa (MYEL 25 §), jossa viitataan korkolakiin. Viivästyskorko lasketaan eräpäivästä maksupäivään. Maksukehotukselle on lisätty viivästyskorko eräpäivästä maksukehotuksen viimeiseen maksupäivään laskettuna. Jos asiakas ei maksa maksukehotuksellakaan, lasku lähtee ulosottoon noin viiden kuukauden kuluttua eräpäivästä. Vakuutusmaksu on ulosottokelpoinen ilman tuomiota tai päätöstä. (MYEL 28 §.)

Asiakas voi saada maksuaikaa vakuutusmaksuilleen, mikäli hänellä ei ole vakuutusmaksuja ulosotossa ja hän on viimeisen kahden vuoden aikana maksanut vakuutusmaksunsa sovitun mukaisesti. Vakuutusmaksuille voi saada maksuaikaa enintään vuoden eräpäivästä. Maksuajalta peritään korkolain mukainen viivästyskorko.

3.5.2 Vakuutusmaksun maksaminen

Kun asiakas maksaa laskun Melan tilille laskussa olevalla viitenummerolla, käynnistyy vakuutusmaksun automaattinen tilitysprosessi. Maksulla on vaikutusta asiakkaan prosesseihin.



Kuvio 10: Vakuutusmaksun maksamisen vaikutukset prosessissa

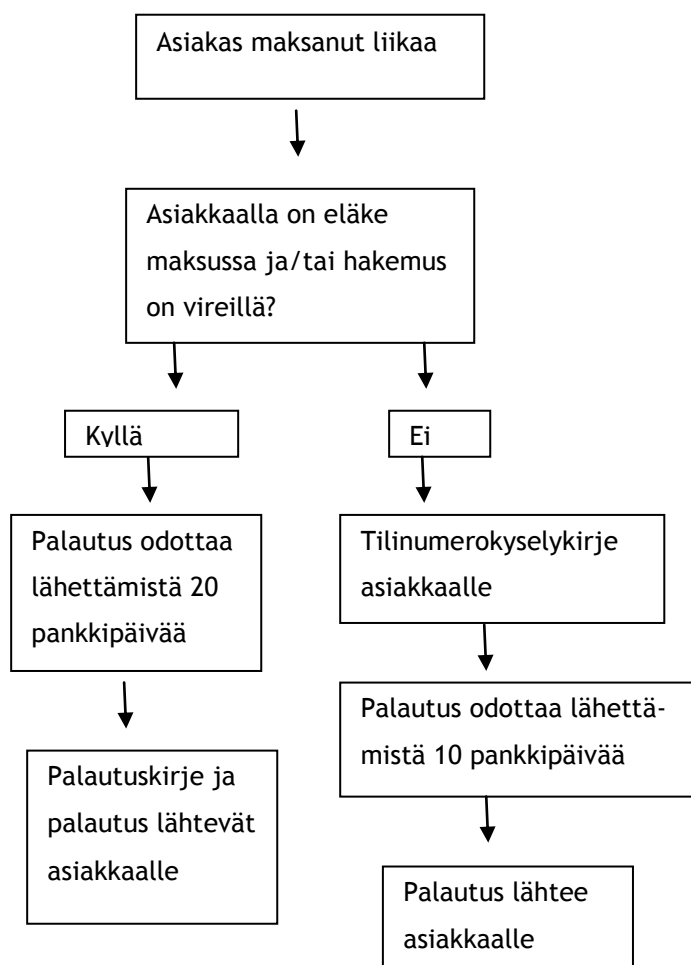
Asiakkaan kaikki vakuutusmaksusuoritukset luovat verovähennysoikeuden (MVL 6 § ja TVL 96 §.). Vastaavasti vakuutusmaksupalautukset ovat asiakkaan verotettavaa tuloa.

3.5.3 Vakuutusmaksupalautus

Asiakkaan maksamat liikamaksut palautetaan vakuutusmaksupalautusrajojen puitteissa. Palautusprosessissa asiakkaalle lähetetään kirje, jossa ilmoitetaan vakuutusmaksujen palautuksesta ja tiedustellaan asiakkaan tilinumeroa tarvittaessa. Vakuutusmaksupalautus odottaa tietyn ajan asiakkaan tilinumeroilmoitusta.

Jos asiakas ei ilmoita tilinumeroaan, palautus lähtee joko rekisterissä olevalle tilille tai maksuosoituksena. Kun tilinumero on Melan tiedossa eläkemaksun johdosta, asiakkaalle lähetetään informatiivinen kirje palautuksesta ja sen määrästä. Tiettyjen eläkeasioiden yhteydessä saatetaan asiakkaalle tehdä uusi vakuutus. Tällöin palautus odottaa lähettämistä pidempään. Näin vältetään rahojen edestakaista liikennettä Melalta asiakkaalle ja takaisin.

Vakuutusmaksun palautusprosessissa peruslähtökohtana on liikamaksu. Asiakkaan näkökulmasta prosessissa tutkitaan, onko asiakkaalla hakemusta käsittelyssä ja jos on, niin millaisesta hakemuksesta on kysymys. Asiakas osallistuu prosessiin hakemuksen lisäksi tilinumeroilmoituksella. Lopputuloksena on palautus asiakkaan tilille tai maksuosoituksena.



Kuvio 11: Vakuutusmaksun palautusprosessi

Palautus voidaan myös lähettää heti erillisellä toiminnolla, jolloin palautuskirje ja palautus lähtevät seuraavana päivänä pankkiin.

Vakuutusmaksujen asiakaspalveluprosessissa puhelimitse, kirjeitse tai sähköpostilla asiakas voi neuvontapalvelun lisäksi saada lisämaksuaikaa laskuille, nopeuttaa vakuutusmaksupalautusta, saada erilaisia todistuksia ja saada vakuutusasiansa vireille.

Asiakas voi myös itse kirjautua asiointipalvelusovellukseen verkkopankkitunnuksillaan. Asiakas voi asiointipalvelussa katsella laskutus-, maksusaldo- ja palautustilannettaan vakuutusmaksujen osalta. Hän voi myös tilata tai tulostaa itselleen todistuksia maksetuista ja palautetuista vakuutusmaksuista verotusta varten sekä urakointia varten.

3.6 Vakuutusmaksuopas

Asiakas osallistuu edellä kuvatun mukaisesti vakuutusmaksuasioissa laskutus-, palautus-, tilitys- (maksaminen) ja asiakaspalveluprosesseihin. Prosessit eroavat eri asiakasryhmillä laskutusprosessissa, joissa vaikuttavat laskutuksen taustalla olevat säännökset. Tämän vuoksi oppaaseen on erotettu eri asiakasryhmien laskutus omiksi kohdikseen.

Vakuutusmaksuopas (liite 2) jakautuu kahdeksaan osaan. Asiakkuuksien mukaan jakautuvat maatalousyrittäjän lakisääteiset pakolliset vakuutusmaksut ja apurahansaajan lakisääteiset pakolliset vakuutusmaksut (luvut 1 ja 2).

Vapaaehtoisten vakuutusten vakuutusmaksut ovat kolmannessa osiossa. Vapaaehtoisia ovat maatalousyrittäjien vapaaehtoiset työajan eläke- ja tapaturmavakuutusmaksut sekä vapaaajan vakuutusmaksut. Apurahansaaja voi ottaa vapaaehtoisen vapaa-ajan vakuutuksen. Työajan vapaaehtoiset vakuutukset eivät koske apurahansaajaa.

Viidennessä ja kuudennessa osassa on maksamiseen sekä vakuutusmaksupalautuksiin liittyvää asiaa. Kahdessa viimeisessä osassa on kerrottu asiakkaalle lähetettävistä todistuksista sekä vakuutusmaksujen verovähennysoikeudesta.

3.7 Oppaan testaus

Aluksi on kerrottu miksi oppaan testaamisessa on rajattu joitakin asiakaspalvelijoille tehdyn kyselyn kohdista pois.

Opinnäytetyössä oli ulosottoprosessi rajattu pois, koska ulosottoprosessi ei ole Melan prosesseja. Maksuaikoihin liittyvät vastaukset taas rajautuvat pois, koska maksuajan antaminen ei liity normaaliprosesseihin ja maksuaikaa voi antaa toistaiseksi ainoastaan vakuutusmaksujen asiantuntija. Työtulon määräytymiseen liittyvät asiat ovat monimutkaista vakuutusasiaa. Ne liittyvät vakuutusprosesseihin, joita vakuutusmaksuprosessit tukevat. Perintäsovelluksessa olevat tiedot eivät myöskään tule ilmi prosesseja tutkimalla. Niistä on olemassa opas erikseen.

Seuraavana on esitetty yhteenveto niistä asiakaspalvelijoiden vastauksista ja kommentaista, joihin oppaasta saa vastauksen. Kysymyksen jälkeen on esitetty oppaan kohta, josta vastaus löytyy.

Kysymys 1: Mitkä ovat asiakkaan yleisimmin esittämät kysymykset vakuutusmaksuista ja laskuista?

- Asiakkaan pitäisi voida valita laskutusjaksonsa itse 1- 12 krt / vuosi (opas luvut 1 ja 2).
- verotus ja vakuutusmaksujen vähennysoikeus apurahansaaaja, kalastaja, poronhoitaja, mv, metsänomistaja (opas luku 7)
- Miksi lasku suurenee joka vuosi? (Opas luvut 1 ja 2).
- Jos tehdään työtulomuutos keskellä vuotta, niin miten vakuutusmaksu käyttäytyy loppuvuonna? (Opas luvut 1 ja 2).
- Saanko 50% alennusta matasta? (Opas luvut 1 ja 2).

Kysymys 2: Mitkä ovat asiakkaan vakuutusmaksuista esittämät kysymykset, joihin et osannut vastata?

Oppaasta ei löydy vastausta toisen kohdan kysymyksiin.

Kysymys 3: Mitä asiakaspalvelijana haluat tietää vakuutusmaksujen prosesseista (laskutus, tilitys, palautus, kirjanpito, perintäsovellus jne.)?

- Laskujen kulkemisen kuvaus selkeyttäisi. (Opas luvut 1 ja 2).
- Jos laskun jättää maksamatta, niin milloin muistutus, ulosotto tai vakuutustietojen muutosten jälkeen milloin lähtee korjauslasku? (Opas luvut 1 ja 2).
- Milloin alkavan vakuutuksen vakuutusmaksu on asiakkaalla? (Opas luvut 1 ja 2).

Johtopäätökset

Hyvä palvelu muodostuu yrityksen palvelukulttuurista. Asiakassuuntaisen palvelukulttuurin omaavan yrityksen kaikki toiminnot ovat suunniteltu palvelemaan asiakasta. Asiakkaan arvontuotannon ymmärtäminen on hyvän palvelun perusta. Yrityksen prosessien tulee tukea asiakkaan prosesseja, jotta laatutaso välittyisi asiakkaalle.

Melan palvelupaketti koostuu vakuuttamisesta ja vakuutuksen perusteella suoritettavista korvauksista ja etuuksista. Vakuuttaminen on sen ydinpalvelu. Vakuutuksen perusteella asiakas tulee kaikkien Melan tuottamien palvelujen piiriin. Vakuutusmaksulaskutus on osa palvelutuotantoa. Kun asiakkaat vastaanottavat laskuja, maksavat niitä ja kysyvät neuvoja, he osallistuvat samalla Melan palvelutuotantojärjestelmään. Melan tarjoama palvelu sisältää vakuutus-turvaa asiakkaan elämän eri tilanteisiin. Asiakas voi hyödyntää Melan palvelua vakuutuksen ottamisen jälkeen periaatteessa elämänsä loppuun asti.

Vakuutusmaksujen laskutuksen palvelutapahtumaan vaikuttavat kaikki Melan prosessialueet. Palvelutapahtuma on toiminnallinen vuorovaikutusprosessi. Sen taustalla vaikuttavat laskutukseen liittyvät tekniset prosessit. Vakuutusmaksujen teknisiin prosesseihin vaikuttavat myös taloudelliset prosessit ja oikeudelliset prosessit sekä jossain määrin myös ekologiset prosessit.

Hinta -, määrä ja laatusuhde ohjaavat vain hyvin vähän Melan arvontuotantoa asiakkaalle. Vakuutusten hintaan vaikuttavat asiat ovat poliittisen tahdon ja ohjauksen asioita. Arvontuotanto on mm. asiakkaan neuvontaa siitä miten asiakas hyötyy parhaiten palvelusta sen kuluttajana. Tiedon avulla asiakas pystyy parhaiten hyödyntämään palvelua omissa prosesseissaan. Vakuutusmaksulaskutus on yksi Melan laskuttamaton palvelu. Laskutuksen oikeellisuuden lisäksi palveluun kuuluu kiinteästi neuvonta. Asiakkaalle on tärkeä tietää esim. se mitä vakuutusmaksu sisältää, miten hän voi vähentää vakuutusmaksut verotuksessa tai miten hän voi tehdä muutoksia vakuutusmaksuihinsa.

Vakuutusmaksulaskutus on osa toiminnallista laatua. Mela lähettää asiakkailleen säännöllisesti vakuutusmaksulaskuja. Vakuutusmaksuasiat ovat näkyvä osa yhteydenpidossa ja siten myös vaikuttava osa Melan kokonaislaadussa. Asiakkaan vakuutus voi olla voimassa vuosikymmenien ajan ja hän saa myös koko tämän ajan vakuutusmaksupostia.

Laadun valvonta vakuutusmaksuasioissa tapahtuu osin sisäisessä otostarkastuksessa ja osin asiakaspalautteen kautta. Sisäisessä tarkastuksessa käsitellyistä vakuutusmaksuasioista otetaan tarkastukseen tietty prosentuaalinen määrä. Tarkastuksessa käydään läpi ko. käsittelyprosessi ja merkitään ylös havaitut virheet. Virheiden perusteella tehdään korjauksia proses-

siin. Asiakspalautteen kautta otetaan huomioon kehitysehdotukset ja korjataan mahdolliset virheet välittömästi.

Melan asiakas maksaa vakuutusmaksun ja itse tuote jää odottamaan asiakkaan tarvetta. Tuotteen tuoma hyöty konkretisoituu sitten kun asiakkaan omassa prosessissa tapahtuu jotakin ennakoimatonta, mikä vaikuttaa hänen yrittäjyyteensä tai toimeentuloonsa. Viimeistään eläkkeelle jäädessään asiakas saa maksamiaan vakuutusmaksuja takaisin eläkkeenä.

Asiakasneuvonta vakuutusmaksuasioissa antaa asiakkaalle tietoa siitä, mitä vakuutusmaksulaskujen sisältämät erät tarkoittavat ja mitä hyötyä asiakas saa maksamalla maksuja. Neuvonnasta saadun tiedon avulla asiakas voi myös itse aikatauluttaa omia maksujaan ja siten järjestää esimerkiksi väliaikaista rahoitusta liiketoimintaansa.

Vakuutusmaksulaskutuksessa toteutetaan Melan strategista tavoitetta olla asiakkaidensa paras asiakaspalvelija toimintaympäristössään tuottamalla virheettömiä laskuja ja palautuksia sekä pitämällä virheetöntä kirjanpitoa asiakkaan maksuista. Lisäksi asiakkaalle annetaan oikeaa tietoa ja neuvotaan vakuutusmaksujen vaikutuksesta asiakkaan prosesseihin vuorovaikutustilanteissa. Asiakas saa tarvittaessa ja tiettyjen edellytysten täytyessä maksuaikaa vakuutusmaksujen maksamiseen. Siten asiakas voi säästää turhissa perintäkuluissa.

3.8 Kehitysehdotukset

Vakuutusmaksuoppaan tekemistä rasitti huomattavasti kirjoittajan oma pitkäaikainen kokemus vakuutusmaksuasioista. Näkökulma asioista ohjautuu totutuille urille, jossa säännökset ja lait ovat asiakasnäkökulmaa tärkeämpiä. Opinnäytetyön tarkoitus löytää prosesseja tutkimalla asiakkaalle merkittävää kirjattua tai kirjaamatonta tietoa ei siten täysin täytynyt. Tämän vuoksi vakuutusmaksuopas tulee käydä läpi yhdessä sekä vakuutusmaksuasiantuntijoiden kanssa että puhelinpalvelijoiden kanssa ennen sen julkaisemista Melassa.

Oppaasta tulee myöhemmin tehdä kaksi versiota, joista toisen asiakaskäyttöön tarkoitetun voi julkaista Melan internetsivuilla. Asiakkaat, jotka haluavat itsenäisesti hoitaa asioitaan verkossa voivat hyötyä oppaan sisällöstä. Toiseen asiakaspalvelukäyttöön tarkoitettuun versioon voi yhdistää perintäsovelluksen tiedoista tehdyn oppaan. Perintäsovelluksen tiedoista taas hyötyvät Melan asiakaspalvelijat, jotka hakevat itsenäisesti tietoa Melan sovelluksista. Perintäsovelluksen tiedot voi olla oppaassa omana lukunaan.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13.painos. Helsinki: Edita Prima.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Juva: Ws Bookwell.
- Grönroos, C. 2000, Nyt kilpaillaan palveluilla. Viides painos. Porvoo: Ws Bookwell.
- Hannus, J. Prosessijohtaminen. 1994. Ydinprosessien uudistaminen ja yrityksen suorituskyky. 4.painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Honkola, J & Jounela, T. 2000. Palveluosaamisen piruetit. Tekniikan hallintaa ja taiteellista vaikutelmaa. Keuruu: Otavan Kirjapaino.
- Korkeamäki, A & Pulkkinen, I & Selinheimo, R. 2001. Kundenservice och marknadsföring. Jyväskylä: Gummerus Printing.
- Laamanen, K. 2004. Johda liiketoimintaa prosessien verkkona. Ideasta käytäntöön. 5.painos. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Ensimmäinen painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Ensimmäinen painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Lecklin, O. 1997. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.
- Lehtinen, R. 2004. Asiakkuuksien aktiivinen johtaminen. Helsinki: Edita Prima.
- Mahajan, G. 2008. Customer Value Investment. Formula For Sustained Business Success. New Delhi: Response Books.
- Performance Research Associates Inc. 2006. Huippupalvelua Asiakkaille. Helsinki: Rastor.
- Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Soman, D & N-Marandi, S. 2010. Managing Customer Value. One Stage at a Time. Singapore: World Scientific Publishing Co. Ptc. Ld.
- Storbacka, K & Lehtinen, J R. 2005. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkuden armoilla. Kuudes paonos. Juva: WS Bookwell.
- Storbacka, K & Blomqvist, R, Dahl, J, Haeger, T. 2003. Asiakkuuden arvon lähteillä. Toinen painos. Juva: WS Bookwell.
- Söderlund, M. 1997. Den nöjda kunden. Malmö: Liber ekonomi.
- Ylikoski, T & Järvinen, R & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu - menestystekijä finanssialalla. Toinen painos. Vammala: Vammalan Kirjapaino.
- Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino.

Elektroniset lähteet

Finlex.2010. Maatalousyrittäjän eläkelaki 22.12.2006/1280. Tulostettu 2.11.2010.
[http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20061280 /Lainsaadanto](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20061280/Lainsaadanto)

Kaijanen, Pirkka. 2010. ”Se on tunne, joka siinä ratkaisee” - kuluttajälähtöistä arvontuotantoa asiakassuhteiden hallintaan. <http://www.helsinki.fi/taloustiede/Abs/Selv61.pdf>

Mela. 2010. Valtioneuvoston asetus maatalousyrittäjän eläkelain täytäntöönpanosta 28.12.2006/1407. Tulostettu 2.11.2010. <http://www.mela.fi/Lainsaadanto/MYEA.pdf>

Taloustutkimus. 2009. Helsingin Sanomien asiakaspalvelu on valittu parhaimmaksi puhelinpalveluksi. Tulostettu 20.10.2010.
[http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje_2_2009/helsingin_sanomien_asiakaspalvel/#anchor-1851673](http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/ uutiskirje/uutiskirje_2_2009/helsingin_sanomien_asiakaspalvel/#anchor-1851673)” Helsingin Sanomien asiakaspalvelu on valittu parhaimmaksi puhelinpalveluksi

Kuvat ja kuviot

Kuvio 1: Teoreettinen viitekehys.....	8
Kuvio 2: Teorian suhde empiriaan	9
Kuvio 5: Asiakkaan kokemus palvelun laadusta (Korkeamäki ym. 2001, 24.)	20
Kuvio 6: Arvon syntyminen asiakassuhteessa (Kaijanen,P. 2010, 67.).....	22
Kuvio 7: Vakuutusprosessit ja vakuutusmaksuprosessit	28
Kuvio 8: Vakuutuskäsittelyä seuraava vakuutusmaksuprosessi.....	30
Kuvio 9: Laskutusprosessi.....	31
Kuvio 10: Vakuutusmaksun maksamisen vaikutukset prosessissa	32
Kuvio 11: Vakuutusmaksun palautusprosessi	33

Liitteet

Liite 1. Kysely Melan asiakaspalvelijalle	42
Liite 2. Vakuutusmaksuopas	44

Kysely Melan asiakaspalvelijoille

- 1) Mitkä ovat asiakkaan yleisimmin esittämät kysymykset vakuutusmaksuistaja laskuista?
- 2) Mitkä ovat asiakkaan vakuutusmaksuista esittämät kysymykset, joihin et osannut vastaata?
- 3) Mitä asiakaspalvelijana haluat tietää vakuutusmaksujen prosesseista (laskutus, tilitys, palautus, kirjanpito, perintäsovellus jne.)?

Yhteenveto vastauksista(samankaltaisia vastauksia ei ole toistettu)

- 1)
 - Asiakkaan pitäisi voida valita laskutusjaksonsa itse 1- 12 krt / vuosi.
 - verotus ja vakuutusmaksujen vähennysoikeus apurahansaaja, kalastaja, poronhoitaja, mv, metsänomistaja
 - Maksuajoille jatkoa pyydetään yleisesti, mitä se maksaa?
 - Miksei saa maksuaikaa jos laskuja on ulosotossa?
 - Miksi lasku suurenee joka vuosi?
 - Myös maksun perusteena olevasta työtulosta kysytään.
 - Jos tehdään työtulomuutos keskellä vuotta, niin miten vakuutusmaksu käyttäytyy loppuvuonna?
 - Miksi laskulla niin suuri työtulo vaikkakin apuraha on pienempi?
 - Miksi laskulla puhutaan noin 5 % mukaan "lasketusta laskusta"?
 - Saanko 50% alennusta matasta?
- 2)
 - maksuajat
 - ulosotto päivä
 - laskujen uudelleen muodostaminen ja lähettäminen
 - ulosottoon liittyvät laskut
 - Eräpäivän siirrosta puhelut tulevat usein asiamiehelle, koska laskun lopussa on asiamiehen ja vakuutusmaksulaskutuksen numerot allekkain.
 - vakuutusmaksulaskun tulkinta

3)

- Laskujen kulkemisen kuvaus selkeyttäisi.
- Jos laskun jättää maksamatta, niin milloin muistutus, ulosotto tai vakuutustietojen muutosten jälkeen milloin lähtee korjauslasku?
- Haluaisin myös tietää asioista joka "näkyvyydellä" sovelluksesta, esim. ulosotossa on eri kirjaimia, mitä ne tarkoittavat
- Tiedon löytäminen perintäsovelluksesta asiakaspalvelutilanteessa hankalaa, koska rekisteriä ei joudu jatkuvasti käyttämään
- Pakkoperintä systeeminä on minulle vieras
- Haluaisin tietää vuoden kaikista säännöllisesti menevistä laskuista päivät, jolloin ne ovat asiakkailla. Asiamiehen vastaanottopäivien suunnittelussa nuo päivät olisivat tärkeitä. Sen ajan voisi varata puhelinpalveluun ja siirtää vastaanottopäivät tuonnemmas.
- Milloin alkavan vakuutuksen vakuutusmaksu on asiakkaalla?
- Milloin irtisanotun MATA-vakuutuksen uusi lasku on asiakkaalla?
- En niinkään prosesseista vaan mitä laskussa lukee ja kuinka ne osaa selittää myös asiakkaalle.

VAKUUTUSMAKSUOPAS

Talousyksikkö

2011

Sisällys

Johdanto	47
1 Maatalousyrittäjän vakuutusmaksujen laskutus	48
1.1 Maksun määräytyminen	48
1.1.1 Myel-vakuutusmaksu	48
1.1.2 Mata-tapaturmavakuutusmaksu	48
1.1.3 Ryhmähenkivakuutusmaksu	49
1.2 Laskutus	49
1.2.1 Eräpäivät	49
1.2.2 Eräpäivät vakuutuksen alkaessa	50
1.2.3 Vuosittaisten vakuutusmaksujen eräpäivät	50
1.2.4 Eräpäivä työtuloa tarkistettaessa	50
1.2.1 Eräpäivä vakuutuksen päättyessä	50
1.3 Maksukehotus	51
1.3.1 Lisämaksuajan myöntäminen	51
2 Apurahansaajien vakuutusmaksujen laskutus	51
2.1 Maksun määräytyminen	51
2.1.1 Myel-vakuutusmaksu	52
2.1.2 Mata-tapaturmavakuutusmaksu	52
2.1.3 Ryhmähenkivakuutusmaksu	52
2.2 Laskutus	52
2.2.1 Eräpäivät	53
2.2.2 Enintään puolen vuoden mittainen vakuutus	53
2.2.3 Eräpäivät vakuutuksen alkaessa	53
2.2.4 Vuosittaisten vakuutusmaksujen eräpäivät	53
2.2.1 Eräpäivä vakuutuksen päättyessä tai keskeytyessä	54
2.3 Maksukehotus	54
2.3.1 Lisämaksuajan myöntäminen	54
3 Vapaaehtoisten vakuutusten laskutus	55
3.1 Maatalousyrittäjän vapaaehtoinen Myel-vakuutuksen maksu	55
3.1.1 Maksun määräytyminen	55
3.1.2 Eräpäivät	55
3.1.3 Maksukehotus ja irtisanominen	55
3.2 Maatalousyrittäjän vapaaehtoinen tapaturmavakuutuksen maksu	55
3.2.1 Maksun määräytyminen	56
3.3 Apurahansaajien vapaa-ajan vakuutuksen maksu	56
3.3 Eräpäivät	56
3.3.1 Maksukehotus	56

4 Vakuutusmaksun maksaminen	57
4.1 Viitenumero	57
4.2 Verkkolasku	57
4.2.1 Verkkolaskun liite	57
4.3 Vakuutusmaksu ja eläketurva	58
4.4 Vakuutusmaksun maksaminen ennakoon	58
5 Vakuutusmaksupalautukset	58
5.1 Tilinumeroilmoitus	58
5.1.1 Vakuutusmaksupalautus tilille	58
5.1.2 Maksuosoitus	59
5.2 Vakuutusmaksupalautus eläketapahtuman yhteydessä.....	59
6 Todistukset	59
6.1 Asiakas voi tilata tai tulostaa todistuksia	59
6.2 Yhteenvedo maksetuista ja palautetuista vakuutusmaksuista	60
6.3 Tiedot verottajalle.....	60
7 Verovähennysoikeus	60
7.1 Maatalousyrittäjä	60
7.1.1 Perheenjäsen.....	60
7.2 Metsätilallinen	61
7.3 Kalastaja	61
7.4 Poronhoitaja	61
7.5 Apurahansaaja	61

Johdanto

Tämä vakuutusmaksuopas on tarkoitettu Melan asiakaspalvelijan käyttöön. Opas on tehty työkaluksi asiakaspalvelijan ja asiakkaan väliseen palvelutilanteeseen. Oppaaseen on koottu vakuutusmaksulaskutuksen yleisimmät asiat. Opas on tehty asiakkaan näkökulmaa ajatellen. Tämä tarkoittaa sitä, että opasta kootessa on mietitty vakuutusmaksuasioita sekä siltä kannalta, mitä vakuutusmaksupostia asiakas saa että siltä kannalta, mitä kysymyksiä asiakkaan mieleen herää vakuutustapahtumien eri vaiheissa.

Opas on tehty opinnäytetyönä Laurea-ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyön alkuvaiheessa on tehty kysely Melan asiakaspalvelijoille. Kyselyn tulosten perusteella opinnäytetyössä testattiin oppaan sisältöä.

Tämä opas on ensimmäinen versio. Tavoitteena on tehdä vastaava kehitysversio saadun palautteen kautta. Lisäksi tavoitteena on tehdä versio oppaasta asiakkaan käyttöön Melan internet-sivuilla.

Kiitos opinnäytetyön ohjaamisesta ja samalla tämän oppaan valmistumisesta kuuluu Laurea-ammattikorkeakoulun lehtorille Pirkko Säilylle.

1 Maatalousyrittäjän vakuutusmaksujen laskutus

1.1 Maksun määräytyminen

Vakuutusmaksun määrä vahvistetaan vuosittain. Maatalousyrittäjän vakuutusmaksu määräytyy vuosittaisen kaikista vakuutuksista lasketun yhteisen työtulon mukaan. Vakuutusmaksu on aina henkilökohtainen ja sen määrä on suhteellinen henkilökohtaisesta vuosityötulosta. Tapaturmavakuutusmaksu sisältää lisäksi vuosittaisen vakuutuskohtaisen perusosan. Ryhmähenkivakuutusmaksu on kiinteä vuosimaksu.

1.1.1 Myel- vakuutusmaksu

Vakuutusmaksuprosentti on hieman pienempi alle 53-vuotiailla kuin 53 vuotta täyttäneillä.

Vakuutusmaksu peritään alimmillaan 0.49 kertaisena perusprosentista tiettyyn työtulorajaan asti. Sen ylittävältä osalta alennuksen suhteellinen osuus vähenee tiettyyn työtulorajaan asti. Vakuutusmaksua peritään täyden perusprosentin mukaisesti tuon työtulon ylittävältä osalta. Siten vakuutusmaksu sisältää aina alennettua vakuutusmaksua työtulon määrästä riippumatta.

Esimerkiksi vuonna 2011 perusprosentti alle 53 -vuotiailla on 21,6, joka kerrottuna 0,49:llä antaa alennetuksi prosentiksi 10,584 %. Vakuutusmaksua peritään alle 24160,65 euron työtulosta 10,584 %. Tämän jälkeen vakuutusmaksun alennusprosentti liukuu 21,6 prosenttiin saakka ja 37966,79 euron työtuloon asti. Tämän työtulon ylittävältä osuudelta vakuutusmaksuprosentti on 21,6 %.

53 vuotta täyttäneiltä vastaavat prosenttiluvut vuonna 2011 ovat 22,9 ja 11,221. Työtulorajat ovat samansuuruiset kuin alle 53 -vuotiailla.

1.1.2 Mata-tapaturmavakuutusmaksu

Mata-tapaturmavakuutusmaksu on tietty suhteellinen osuus vuosityötulosta. Tapaturmavakuutusmaksu sisältää lisäksi vuosittaisen perusmaksun. Perusmaksu peritään kustakin vakuutuksesta erikseen.

Esimerkiksi vuonna 2011 tapaturmavakuutusmaksuprosentti on 1,65 ja perusmaksu on 30,54 euroa.

1.1.2.1 Mata-bonus-alennus

Mata-vakuutusmaksuun kertyy 10 % vuodessa bonusta jokaista vahingotonta vuotta kohden. Täysi bonus-määrä on 50 %. Bonusta kertyy sekä perusmaksuun että ansio-osaan.

1.1.2.2 Työterveyshuoltoalennus

Myel-vakuutettu saa Mata-tapaturmavakuukseen bonusalennuksen lisäksi 20 %:n työterveyshuoltoalennuksen, mikäli hän on liittynyt maatalousyrittäjien työterveyshuoltoon. Alennuksen saa seuraavan vuoden maksusta lähtien kun liittyminen on tapahtunut ennen 1.10.kuluvaa vuotta.

1.1.3 Ryhmähenkivakuutusmaksu

Ryhmähenkivakuutusmaksu (rhv) on aina kiinteä vuosittainen vakuutusmaksu.

Esimerkiksi vuonna 2011 vakuutusmaksu on 12 euroa.

1.2 Laskutus

Vakuutettu voi valita laskutustavaksi perinteisen paperilaskun tai verkkolaskun. Verkkolasku tilataan omasta verkkopankista.

Myel-, Mata- ja rhv- vakuutusmaksut (pakolliset) laskutetaan aina yhdessä samalla laskulla. Vuosittainen vakuutusmaksu jaetaan laskutettavaksi vakuutusmaksukausien mukaan. Vakuutusmaksukausien pituus riippuu laskutettavan vakuutusmaksun yhteismäärästä.

1.2.1 Eräpäivät

Vakuutusmaksujen eräpäivät ovat lakisääteiset. Asetuksessa säädetään vakuutusmaksujen eräpäivistä eri tilanteissa (MYEA 28.12.2006/ 1407).

1.2.2 Eräpäivät vakuutuksen alkaessa

Vakuutusta otettaessa Maatalousyrittäjien eläkelaitos määrää kuluvalta vuodelta ja sitä edeltäneeltä ajalta suoritettavan vakuutusmaksun eräpäivät. Käytännössä ensimmäisen laskun eräpäivä on vakuutuspäätöstä seuraavan kuukauden

25. päivä. Mikäli kuluvalta vuodelta on vielä laskutettavaa, eräpäivät asettuvat vuosittaisen laskutusrytmin mukaisiksi.

Esimerkiksi vakuutus vahvistetaan 15.3. ja vakuutus alkaa edellisen vuoden puolella. Vakuutusmaksu peritään takautuvalla osalla yhdellä laskulla, jolla peritään myös 15.3. osuvan vakuutusmaksukauden maksu. Vakuutusmaksun eräpäivä on 25.4.

1.2.3 Vuosittaisten vakuutusmaksujen eräpäivät

Vuosittaiset vakuutusmaksut lasketaan tammikuussa. Jos vuosittaiset vakuutusmaksut ovat vuonna 2011 yli 1035,39 euroa, eräpäivät ovat 25.2., 25.5. ja 25.10. Jos vakuutusmaksut ovat yli 345,18 euroa, mutta alle 1035,39 euroa, eräpäivä ovat 25.2. ja 25.20. Jos vakuutusmaksut ovat alle 345,18 euroa, eräpäivä on 25.5.

Vakuutusmaksukaudet ovat kolmen erän vuosimaksuissa 1.1. - 30.4., 1.5. - 31.8. ja 1.9. - 31.12. Kahden erän vakuutusmaksukaudet ovat 1.1. - 30.6. ja 1.7. - 31.12. Yhden erän vakuutusmaksukausi on kalenterivuosi.

1.2.4 Eräpäivä työtuloa tarkistettaessa

Jos maatalousyrittäjän työtulo muuttuu, vakuutusmaksu tarkistetaan työtulon muuttumisesta.

Käytännössä tarkistusajankohta määräytyy työtulopäätöksen antamisesta ja tarkistus huomioidaan seuraavan vakuutusmaksukauden laskussa.

1.2.5 Eräpäivä vakuutuksen päättyessä

Vakuutuksen päättyessä vakuutusmaksu erääntyy heti maksettavaksi. Käytännössä eräpäivä on vakuutus päättyneen kuukauden 25. päivä.

1.3 Maksukehotus

Mela lähettää maksukehotuksen eräpäivää seuraavan kuukauden viimeisenä maanantaina jos maksua ei ollut maksettu. Maksukehotuksen viimeinen maksupäivä on eräpäivä + 2 kk. Viivästyskorko on laskettu maksukehotukselle valmiik-

si eräpäivästä viimeiseen maksupäivään asti. Viivästyskorko on määrältään Euroopan keskuspankin ohjauskorko lisättynä 7 prosenttiyksiköllä.

Mela lähettää maksukehotuksen eräpäivää seuraavan kuukauden toiseksi viimeisenä maanantaina jos maksua ei ollut maksettu. Maksukehotuksen viimeinen maksupäivä on eräpäivä + 2 kk. Viivästyskorko on laskettu maksukehotukselle valmiiksi eräpäivästä viimeiseen maksupäivään asti. Viivästyskorko on määrältään Euroopan keskuspankin ohjauskorko lisättynä 7 prosenttiyksiköllä. Mela ei peri maksukehotuksesta erillistä palkkiota.

Vakuutusmaksut ovat ulosottokelpoisia ilman tuomiota tai päätöstä.

1.3.1 Lisämaksuajan myöntäminen

Asiakas voi saada maksuaikaa vakuutusmaksuilleen, mikäli hänellä ei ole vakuutusmaksuja ulosotossa ja hän on viimeisen kahden vuoden aikana maksanut vakuutusmaksunsa sovitun mukaisesti. Vakuutusmaksuille voi saada maksuaikaa enintään vuoden eräpäivästä. Maksuajalta peritään korkolain mukainen viivästyskorko.

Lisämaksuajan myöntää perintäkäsittelijä.

2 Apurahansaajien vakuutusmaksujen laskutus

Myel-, Mata- ja rhv- vakuutusmaksut (pakolliset) laskutetaan aina yhdessä samalla laskulla.

Vakuutettu voi valita laskutustavaksi perinteisen paperilaskun tai verkkolaskun. Verkkolasku tilataan omasta verkkopankista.

2.1 Maksun määräytyminen

Vakuutusmaksun määrä vahvistetaan vuosittain. Apurahansaajan vakuutusmaksu määräytyy kustakin vakuutuksesta erikseen. Vakuutusmaksu on henkilökohtainen ja sen määrä on suhteellinen kustakin vakuutuksesta määritellystä vuosityöstä. Tapaturmavakuutusmaksu sisältää lisäksi vuosittaisen vakuutuskohdattaisen perusosan. Ryhmähenkivakuutusmaksu on kiinteä vuosimaksu.

2.1.1 Myel-vakuutusmaksu

Vakuutusmaksuprosentti on hieman pienempi alle 53-vuotiailla kuin 53 vuotta täyttäneillä.

Vakuutusmaksu peritään alimmillaan 0.49 kertaisena perusprosentista tiettyyn työtulorajaan asti. Sen ylittävältä osalta alennuksen suhteellinen osuus vähennee tiettyyn työtulorajaan asti. Vakuutusmaksua peritään täyden perusprosentin mukaisesti tuon työtulon ylittävältä osalta. Siten vakuutusmaksu sisältää aina alennettua vakuutusmaksua työtulon määrästä riippumatta.

Esimerkiksi vuonna 2011 perusprosentti alle 53 -vuotiailla on 21,6, joka kerrottuna 0,49:llä antaa alennetuksi prosentiksi 10,584 %. Vakuutusmaksua peritään alle 24160,65 euron työtulosta 10,584 %. Tämän jälkeen vakuutusmaksun alennusprosentti liukuu 21,6 prosenttiin saakka 37966,79 euron työtuloon asti. Tämän työtulon ylittävältä osuudelta vakuutusmaksuprosentti on 21,6 %.

53 vuotta täyttäneiltä vastaavat prosenttiluvut vuonna 2011 ovat 22,9 ja 11,221. Työtulorajat ovat samansuuruiset kuin alle 53 -vuotiailla.

2.1.2 Mata-tapaturmavakuutusmaksu

Mata-tapaturmavakuutusmaksu on määrältään puolet maatalousyrittäjän vakuutusmaksusta. Apurahansaajan tapaturmavakuutusmaksuun ei kerry bonusta eikä apurahansaaja voi saada maatalousyrittäjän työterveyshuoltoalennusta.

2.1.3 Ryhmähenkivakuutusmaksu

Ryhmähenkivakuutusmaksu (rhv) on aina kiinteä vuosittainen vakuutusmaksu.

Esimerkiksi vuonna 2011 vakuutusmaksu on 6 euroa.

2.2 Laskutus

Vakuutettu voi valita laskutustavaksi perinteisen paperilaskun tai verkkolaskun. Verkkolasku tilataan omasta verkkopankista.

Myel-, Mata- ja rhv- vakuutusmaksut (pakolliset) laskutetaan aina yhdessä samalla laskulla. Vuosittainen vakuutusmaksu jaetaan laskutettavaksi vakuutusmaksukausien mukaan. Apurahansaajien vakuutusmaksukaudet ovat 1.1. - 31.3., 1.4. - 30.6., 1.7. - 30.9. ja 1.10. - 31.12.

2.2.1 Eräpäivät

Vakuutusmaksujen eräpäivät ovat lakisäätteiset. Asetuksessa säädetään vakuutusmaksujen eräpäivistä eri tilanteissa (MYEA 28.12.2006/ 1407). Apurahansaajien eräpäivät ovat 15.3., 15.6., 15.9. ja 15.12.

2.2.2 Enintään puolen vuoden mittainen vakuutus

Enintään puolen vuoden mittaisessa vakuutuksessa vakuutusmaksu voidaan periä yhdessä erässä. Eräpäivä on vakuutuksen vahvistamista seuraavan kuukauden 15. pvä.

2.2.3 Eräpäivät vakuutuksen alkaessa

Vakuutusta otettaessa Maatalousyrittäjien eläkelaitos määrää kuluvalta vuodelta ja sitä edeltäneeltä ajalta suoritettavan vakuutusmaksun eräpäivät. Käytännössä ensimmäisen laskun eräpäivä on vakuutuspäätöstä seuraavan kuukauden 15. päivä. Mikäli kuluvalta vuodelta on vielä laskutettavaa, eräpäivät asettuvat vuosittaisen laskutusrytmin mukaisiksi.

Esimerkiksi vakuutus vahvistetaan 15.3. ja vakuutus alkaa edellisen vuoden puolella. Vakuutusmaksu peritään takautuvalta osalta yhdellä laskulla, jolla peritään myös 15.3. osuvan vakuutusmaksukauden maksu. Vakuutusmaksun eräpäivä on 15.4.

2.2.4 Vuosittaisten vakuutusmaksujen eräpäivät

Vuosittaiset vakuutusmaksut lasketaan helmikuussa.
Eräpäivät määräytyvät vakuutusmaksukausien mukaan:

1.1.- 31.3. eräpäivä on 15.3.

1.4. - 30.6. eräpäivä on 15.6.

1.7. - 30.9. eräpäivä on 15.9.

1.10. - 31.12. eräpäivä on 31.12.

Jos kuitenkin vakuutusmaksukausi on enintään neljän kuukauden mittainen, eräpäivä määräytyy sille osuvan vakuutusmaksukauden mukaan.

2.2.5 Eräpäivä vakuutuksen päättyessä tai keskeytyessä

Vakuutuksen päättyessä vakuutusmaksu erääntyy heti maksettavaksi. Käytännössä eräpäivä on vakuutus päättyneenä seuraavan kuukauden 15. päivä.

2.3 Maksukehotus

Mela lähettää maksukehotuksen eräpäivää seuraavan kuukauden toiseksi viimeisenä maanantaina jos maksua ei ollut maksettu. Maksukehotuksen viimeinen maksupäivä on eräpäivä + 2 kk. Viivästyskorko on laskettu maksukehotukselle valmiiksi eräpäivästä viimeiseen maksupäivään asti. Viivästyskorko on määrältään Euroopan keskuspankin ohjauskorko lisättynä 7 prosenttiyksiköllä. Mela ei peri maksukehotuksesta erillistä palkkiota.

Apurahansaajan vakuutusmaksut ovat ulosottokelpoisia ilman tuomiota tai päätöstä.

2.3.1 Lisämaksuajan myöntäminen

Asiakas voi saada maksuaikaa vakuutusmaksuilleen, mikäli hänellä ei ole vakuutusmaksuja ulosotossa ja hän on viimeisen kahden vuoden aikana maksanut vakuutusmaksunsa sovitun mukaisesti. Vakuutusmaksuille voi saada maksuaikaa enintään vuoden eräpäivästä. Maksuajalta peritään korkolain mukainen viivästyskorko.

Lisämaksuajan myöntää perintäkäsittelijä

3 Vapaaehtoisten vakuutusten laskutus

3.1 Maatalousyrittäjän vapaaehtoinen Myel-vakuutuksen maksu

3.1.1 Maksun määräytyminen

Vapaaehtoisen Myel-vakuutuksen vakuutusmaksu ja laskutus määräytyvät samoin kuin pakollisessa Myel-vakuutuksessa.

3.1.2 Eräpäivät

Vapaaehtoisen Myel-vakuutusmaksun eräpäivät ovat samat kuin pakollisessa Myellissä.

3.1.3 Maksukehotus ja irtisanominen

Jos vakuutusmaksu jää maksamatta maksukehotuksesta huolimatta, Mela irtisanoo Myel-vakuutuksen noin neljän kuukauden kuluttua eräpäivästä. Vakuutuksen saa uudestaan voimaan hakemalla sitä erikseen.

3.2 Maatalousyrittäjän vapaaehtoinen Mata-tapaturmavakuutuksen maksu

Maatalousyrittäjä voi ottaa vapaaehtoisen työajan tapaturmavakuutuksen Mata-
vt ja vapaaehtoisen tapaturmavakuutuksen vapaa-ajalle. Vapaa-ajan vakuutuksia on kaksi erihintaista. Kalliimpi vakuutus on Mata-val ja halvempi on Mata-vas.

Vapaaehtoisen tapaturmavakuutuksen vakuutusmaksukausi on kalenterivuosi.

3.2.1 Maksun määräytyminen

Mela vahvistaa vakuutusmaksun määrän vuosittain. Tapaturmavakuutukseen kuuluu aina vuosittainen ja vakuutuskohtainen perusmaksu sekä vuosityötuloon perustuva ansio-osa.

Esim. vuonna 2011 Mata-vt perusmaksu on 36,64 euroa ja työtuloon perustuva ansio-osa on 1,98 % vuosityöansioista. Vapaa-ajan Matan perusmaksu on 14 eu-

roa ja ansio-osa Mata-val-vakuutuksessa 0,72 % vuosityöansiosta ja Mata-vas-vakuutuksessa 0,48 % vuosityöansiosta.

3.2.1.1 Mata-bonus-alennus

Mata-vakuutusmaksuun kertyy 10 % vuodessa bonusta jokaista vahingotonta vuotta kohden. Täysi bonus-määrä on 50 %. Bonusta kertyy sekä perusmaksuun että ansio-osaan työajan tapaturmavakuutuksessa.

Vapaa-ajan vakuutuksessa bonusta kertyy ainoastaan ansio-osaan.

3.2.1.2 Työterveyshuoltoalennus

Myel-vakuutettu maatalousyrittäjä voi saada Mata-tapaturmavakuutusmaksuun 20 %:n työterveyshuoltoalennuksen, mikäli hän on liittynyt maatalousyrittäjien työterveyshuoltoon. Alennuksen saa seuraavan vuoden maksusta lähtien kun liittyminen on tapahtunut ennen 1.10.kuluvaa vuotta.

Työterveyshuoltoalennus ei koske vapaa-ajan vakuutusta.

3.3.3 Apurahansaajan vapaaehtoisen vapaa-ajan vakuutuksen maksu

Apurahansaaja voi ottaa vapaa-ajan vakuutuksen. Vapaa-ajan vakuutusmaksu on samansuuruinen kuin maatalousyrittäjällä, mutta siihen ei kerry bonusta. Kumpikin vapaa-ajan vakuutusvaihtoehto on mahdollinen apurahansaajalle. Vakuutusmaksun perusmaksu on maksettava jokaiseen apurahaan liittyvästä vapaa-ajan vakuutuksesta.

4.4 Eräpäivät

Vapaaehtoisen tapaturmavakuutuksen vuosimaksun eräpäivä on 30.4. Vakuutus- ta otettaessa, työtuloa tarkistettaessa tai vakuutuksen päättyessä eräpäivä on päätöstä seuraavan kuukauden viimeinen päivä. Alle 12 euron tarkistusmaksu siirtyy vakuutuksen jatkuessa seuraavan vuoden vakuutusmaksuun.

3.4.1 Maksukehotus

Mela lähettää maksukehotuksen eräpäivää seuraavan kuukauden viimeisenä maanantaina jos maksua ei ollut maksettu. Maksukehotuksen viimeinen maksu-

päivä on eräpäivä + 2 kk. Viivästyskorko on laskettu maksukehotukselle valmiiksi eräpäivästä viimeiseen maksupäivään asti. Viivästyskorko on määrältään Euroopan keskuspankin ohjaukorko lisättynä 7 prosenttiyksiköllä (Myel § ,korkolaki 4 § 1 mom). Mela ei peri maksukehotuksesta erillistä palkkiota.

Jos maksua ei ollut maksettu maksukehotuksesta huolimatta, Mela irtisanoo vakuutuksen noin neljän kuukauden kuluttua eräpäivästä ja lähettää samalla päättymislaskun. Vakuutuksen saa voimaan hakemalla sitä uudestaan.

Mata-tapaturmavakuutusmaksu on ulosottokelpoinen ilman tuomiota tai päätöstä samoin kuin pakollinen vakuutusmaksu. Vapaaehtoisille vakuutusmaksuille ei myönnetä lisämaksuaikaa.

4 Vakuutusmaksun maksaminen

4.1 Viitenumero

Vakuutusmaksulaskussa on asiakas- ja laskukohtainen viitenumero. Viitenumero sisältää asiakastunnuksen, laskun numeron ja tarkistenumeron. Viitenumeron perusteella maksu kohdistuu oikealle henkilölle ja laskulle.

4.2 Verkkolasku

Vakuutettu voi tilata omasta verkkopankistaan verkkolaskun. Verkkolasku on tilattava sekä Myel-, Mata- ja rhv-vakuutuksille että vapaaehtoisille Mata-vakuutuksille erikseen. Verkkolaskun tunnisteena käytetään vakuutetun henkilötunnusta. Verkkolaskua tilattaessa voi verkkopankista valita, haluaako laskusta ilmoituksen tekstiviestillä tai sähköpostiin. Lisäksi voi valita ns. suoraveloitustoiminnon, jolloin lasku menee automaattisesti maksuun ilman erillistä hyväksyntää.

Verkkolaskun saapuessa verkkopankkiin, laskun tiedot voi käydä tarkistamassa ja laskun voi tulostaa omalta tulostimelta. Kun laskun on hyväksynyt, lasku menee maksuun niine tietoineen, mitä verkkolaskussa on. Verkkolaskun eräpäivää ja summaa voi kuitenkin muuttaa itse halutessaan.

4.2.1 Verkkolaskun liite

Verkkolaskussa on linkki Melan internetsivuille, jossa laskun liitteen voi käydä lukemassa.

4.3 Vakuutusmaksu ja eläketurva

Myel-vakuutusmaksun maksaminen kerryttää eläketurvaa. Vakuutetun saldotiedot päivittyvät maksun tilittyessä Melaan. Saldotiedot näkyvät perintäsovelluksen lisäksi asiakassovelluksessa sekä asiakkaan omilla palvelusivuilla.

4.4 Vakuutusmaksujen maksaminen ennakoon

Vakuutettu voi maksaa vakuutusmaksuja ennakoon enintään noin seuraavan vuoden vakuutusmaksua vastaavan määrän. Vakuutusmaksua voi maksaa ennakoon marraskuun alusta lähtien.

Ennakkomaksu maksetaan ilman viitenumeroa. Maksun infossa kerrotaan vakuutetun henkilötunnus ja tieto, että kyseessä on ennakkomaksu. Maksu maksetaan Helsingin Op pankin tilille. Yhdellä tilisiirrolla voi maksaa yhden henkilön maksua.

5 Vakuutusmaksupalautukset

5.1 Tilinumeroilmoitus

Mela palauttaa liikaa maksetut vakuutusmaksut. Palautusta lähetettäessä Mela kysyy asiakkaalta tilinumeron erillisellä kirjeellä. Tilinumeroa kysytään, silloin kun vakuutus päättyy muuhun syyhyn kuin tk-, osa-aika, työttömyys- tai luteriläiseen.

Asiakkaan tulee lähettää tilinumeroilmoitus välittömästi kirjeen saatuaan. Palautus lähtee Melasta kymmenen pankkipäivän kuluttua palautuksen muodostumisesta.

5.1.1 Vakuutusmaksupalautus tilille

Vakuutusmaksupalautus maksetaan asiakkaan ilmoittamalle tilille. Mikäli tili on Op Pohjola pankkiryhmän osuuspankissa, palautus on tilillä kolmen pankkipäivän kuluttua sen lähettämistä. Muiden pankkiryhmien tilille osoitetut palautuksen viipyvät kolme päivää pidempään.

Esimerkiksi kun asiakas palauttaa tilinumerokyselykirjeen, Melassa kirjataan tilinumero rekisteriin ja palautus lähetetään heti. Kun tilinumero on Op pankkiryhmässä, palautus on tilillä kolmantena pankkipäivänä tilinumeron kirjaamisesta.

5.1.2 Maksuosoitus

Mikäli asiakas ei palauta tilinumerokyselyä, vakuutusmaksupalautus lähtee asiakkaalle maksuosoituksena Osuuspankkikeskuksen kautta. Palautuksesta tulee asiakkaalle postitse ilmoitus. Palautuksen voi noutaa Op Pohjola -pankkiryhmien pankeista. Jos asiakkaalla on käytössä verkkopankkitunnukset Op Pohjola -pankkiryhmien pankkiin, palautus näkyy myös asiakkaan omassa verkkopankissa, josta sen voi käydä siirtämässä tilille.

5.2 Vakuutusmaksupalautus eläketapahtuman yhteydessä

Vakuutuksen päättyessä tk-, osa-aika, työttömyys- tai lutu- eläkkeeseen, vakuutusmaksupalautusta viivytetään 20 pankkipäivää. Tänä aikana selvitetään vakuutusvelvollisuuden jatkuminen.

Vakuutusmaksu palautetaan samalle tilille, jonne asiakkaan eläke maksetaan.

6 Todistukset

6.1 Asiakas voi tilata tai tulostaa todistuksia

Vakuutusmaksuista voi tulostaa todistuksia seuraavasti:

- Todistus maksutuista vakuutusmaksuista (edelliseltä ja sitä aikaisemmilta vuosilta)
- Todistus maksetuista vakuutusmaksuista maksupäivittäin (edelliseltä ja sitä aikaisemmilta vuosilta)
- Todistus maksetuista maksuista työn teettäjälle (urakointia varten).

Kun tilaa todistusta urakointia varten, kaikki eräänntyneet vakuutusmaksut tulee olla maksettuina.

Tulosteet tulostetaan asiakaspalvelusivuilta tai asiakas voi tilata tai tulostaa todistukset omilta palvelusivuiltaan.

6.2 Yhteenveto maksetuista ja palautetuista vakuutusmaksuista

Mela lähettää tammikuussa yhteenvedon edellisenä vuonna asiakkaan maksamista ja hänelle palautetuista vakuutusmaksuista.

6.3 Tiedot verottajalle

Mela lähettää verottajalle suorasiirtona tiedon kaikista yli 100 euron vakuutusmaksupalautuksista. Lisäksi Mela lähettää apurahansaajan maksamista vakuutusmaksuista sekä vakuutusmaksupalautuksista tiedon suorasiirtona verottajalle.

7 Verovähennysoikeus

Kaikki eläkevakuutusmaksut ovat aina verovähennyskelpoisia henkilökohtaisessa ansioverotuksessa. Verovähennysoikeus vaihtelee sen mukaan, onko kyseessä pääomatulo, maataloustulo, ammatinharjoittajan elinkeinotulo vaiko apurahatulo.

Mata-vakuutusmaksujen verovähennysoikeus vaihtelee ammattiryhmittäin.

7.1 Maatalousyrittäjä

Maatalousyrittäjä voi vähentää omat ja perheenjäsenensä Myel-vakuutusmaksut joko henkilökohtaisessa verotuksessaan tai maatilán verotuksessa. Jos eläkevakuutusmaksut on vähennetty kirjanpidossa kuluina, ei niitä voi enää vähentää verotuksessa.

Mata-tapaturmavakuutusmaksut (myös vapaaehtoiset) voi vähentää maatilán verotuksessa.

7.1.1 Perheenjäsen

Perheenjäsen voi vähentää omat eläkevakuutusmaksunsa omassa henkilökohtaisessa verotuksessaan. Tapaturmavakuutusmaksut vähennetään tilán verotuksessa.

7.2 Metsätilallinen

Metsätilallinen voi vähentää eläkevakuutusmaksut omassa henkilökohtaisessa verotuksessaan. Tapaturmavakuutusmaksut (myös vapaaehtoiset) voi vähentää puun myyntitulosta.

7.3 Kalastaja

Kalastaja voi vähentää eläkevakuutusmaksut omassa henkilökohtaisessa verotuksessaan tai ammatinharjoittajan verotuksessa. Tapaturmavakuutusmaksut (myös vapaaehtoiset) voi vähentää ammatinharjoittajan verotuksessa. Vakuutusmaksuja ei voi vähentää verotuksessa jos ne on otettu kirjanpidossa huomioon kuluina.

7.4 Poronhoitaja

Poronhoitaja voi vähentää eläkevakuutusmaksut omassa henkilökohtaisessa verotuksessaan tai ammatinharjoittajan verotuksessa. Vakuutusmaksuja ei voi vähentää verotuksessa jos ne on otettu kirjanpidossa huomioon kuluina.

7.5 Apurahansaaja

Apurahansaaja voi vähentää eläkevakuutusmaksut omassa henkilökohtaisessa verotuksessaan. Apurahansaajan lomakkeella voi vähentää sekä eläkevakuutusmaksut että tapaturmavakuutusmaksut (myös vapaa-ajanvakuutusmaksun).