

Taru Parkkonen-Sorsa

Käyttölaitteet sähköiseen asiointiin OmaVeropalvelussa

Opinnäytetyö

Kevät 2019

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Tekijä: Taru Parkkonen-Sorsa

Työn nimi: Käyttölaitteet sähköiseen asiointiin OmaVero-palvelussa

Ohjaaja: Terhi Anttila

Vuosi: 2019

Sivumäärä: 41

Liitteiden lukumäärä: 3

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden käyttömieltymyksiä laitteiden suhteen OmaVero-palvelua käytettäessä. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena työssä oli perehtyä digitalisaatioon. Opinnäytetyön toisena tavoitteena oli perehtyä asiakaskokemukseen ja sen muuttumiseen. Kolmantena tavoitteena opinnäytetyössä oli toteuttaa käyttäjätutkimus, jossa selvitetään OmaVerossa asioivien henkilöasiakkaiden laitteiden käyttömieltymyksiä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, onko Verohallinnon oletama asiakkaiden käyttämistä laitteista oikea.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsittelee ensin digitalisaatiota ja toisena asiakaskokemusta. Työssä perehdytään digitalisaation merkitykseen, sen tuomiin mahdollisuuksiin ja kuinka se on muuttanut toimintatapoja suhteellisen lyhyessä ajassa. Asiakaskokemuksen osalta käsitellään asiakaskokemuksen muodostuminen, tasot ja asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät sekä digitalisaation tuomat muutokset asiakaskokemuksen muodostamiseen.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena Webropol-kyselytutkimuksena, jotta nähtäisiin mahdollisimman laajasti, pitääkö Verohallinnon kanavaoletta paikkaansa. Koska OmaVeroa ei ole valmisteilla sovellukseksi ja se ei ole mobiilisopiva, on ajankoh-taista varmistaa, mitä toimintoja OmaVerossa on syytä saattaa mobiiliskaalautu-vaksi.

Kyselyyn vastasi 698 henkilöä. Tulokset osoittivat, että Verohallinnon kanavaolet-tama oli hyvin pitkälle oikean suuntainen. Mobiilisovellusta kaivattiin yllättävän vä-hän. Suurin osa vastaajista halusi tehdä muutokset pöytätietokoneella. Vastaajista enemmistö suhtautui rajapintatietoon myönteisesti, mutta osa koki sen epäluotetta-vampana kuin oman ilmoittamisen antamisen. Kaksi kolmannesta vastaajista ei ollut ottanut käyttöönsä paperitonta Suomi.fi-viestipalvelua. Puolet näistä ei tuntenut ky-seistä palvelua lainkaan. Ne jotka olivat Suomi.fi-viestipalvelusta tietoisia, kertoivat, etteivät olleet asiaan vielä perehtyneet, se koettiin hankalaksi ottaa käyttöön tai lisää sähköpostia ei haluttu.

Avainsanat: asiakaskokemus, digitalisaatio, sähköinen asiointi, OmaVero

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Business Management

Author: Taru Parkkonen-Sorsa

Title of thesis: Use of devices for electronic transactions at OmaVero

Supervisor: Terhi Anttila

Year: 2019

Number of pages: 41

Number of appendices: 3

The aim of the thesis was to find out customers' preferences regarding equipment for using the OmaVero service. The first objective of the thesis was to study digitalization. The second objective was to focus on customer experience and its change. The third objective was to carry out an inquiry among the users of OmaVero to find out what devices they wanted to use at OmaVero. The inquiry focused on finding out if the assumption of Verohallinto on the equipment used by customers was correct.

The theoretical frame of reference of the thesis first deals with digitalization and customer experience. The thesis studies the significance of digitalization, the opportunities brought by it, and how it has changed ways of action in a relatively short time. The formation of customer experience, its levels, and the factors influencing it are dealt with, as well as the changes brought by digitalization for the formation of customer experience.

The study was carried out as a quantitative Webropol questionnaire survey, so that it would be seen as widely as possible if Verohallinto's assumption was correct. Because OmaVero will not be available as an application and is not suitable for a mobile phone, it is essential to study what functions of OmaVero are advisable to be developed for use with mobile devices.

The survey was answered by 698 people. The results showed that Verohallinto's assumption about devices was correct. There was surprisingly little interest in a mobile application. Most of the interviewees wanted to work with a desktop computer when it was necessary to make changes. The majority reacted positively to information given by a third party, but some considered it more unreliable than delivering information by themselves. About 60 percent had not brought into use the paperless Suomi.fi message service. Half of them did not know it at all; those who did, did not want more email or were not interested in it.

Keywords: customer experience, digitalization electronic transactions, OmaVero

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvioluettelo.....	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tarkoitus ja tavoitteet.....	8
1.2 Verohallinto ja OmaVero	8
2 DIGITALISAATIO.....	10
2.1 Digitalisaation tuomat mahdollisuudet.....	10
2.2 Digitalisaation sukupolvet.....	12
2.3 Digitalisaatio Verohallinnossa	13
3 ASIAKASKOKEMUS.....	14
3.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen.....	14
3.2 Asiakaskokemuksen tasot ja mittaaminen	16
3.3 Digitaalinen asiakaskokemus.....	17
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	19
4.1 Tutkimuksen toteuttaminen	19
4.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	21
4.3 Tutkimustulokset	22
4.3.1 Vastaajien taustatiedot.....	22
4.3.2 Käyttölaitteita koskevat kysymykset OmaVeron käytössä.....	23
4.3.3 Alustoilta ja rajapintatietona siirtyvää tietoa koskevat kysymykset..	26
4.3.4 Ristiintaulukoinnit	29
4.3.5 Suomi.fi. –viestipalvelua koskevat kysymykset	32
4.3.6 Avoin palaute	33
5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	35
LÄHTEET	39
LIITTEET	42

Kuvioluettelo

Kuvio 1. Viranomaisten luotettavuus (kunnat, valtionhallinto) henkilötietojesi käsittelijöinä.....	12
Kuvio 2. Kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen osatekijät.....	15
Kuvio 3. Vastaajan ikä (n=669).	22
Kuvio 4. Vastaajan tilanne tällä hetkellä (n=688).	23
Kuvio 5. Verotuksellisen tilanteen tarkastaminen OmaVerossa (n=691).	23
Kuvio 6. Tuloveroilmoituksen tarkastaminen ja täydentäminen (n=684).	24
Kuvio 7. Vuokratulon ilmoittamiseen käytettävät laitteet (n=587).....	24
Kuvio 8. Verokortin tilaaminen OmaVerossa (n=655).	25
Kuvio 9. Tilinumeron ilmoittamisen halutut kanavat (n=678).....	25
Kuvio 10. Lahjaveroilmoituksen tekemiseen ja varainsiirtoveron ilmoittamiseen ja maksamiseen käytettävät laitteet (n=654 ja n=640).....	26
Kuvio 11. Rajapintatietona siirtyvän tiedon hyödylliseksi kokeminen ikäryhmittäin (n=636).	27
Kuvio 12. Varainsiirtoveron tietojen siirtyminen alustoilta (n=650).	28
Kuvio 13. Puunmyyntitulon ja arvonlisäveron määrien tarkistamisen laitteet (n=113).	28
Kuvio 14. Veronpalautuksen tai jäännösveron tarkastamisen käyttölaitteet ikäryhmittäin (n=664).	29
Kuvio 15. Käyttölaitteet veroilmoituksen tarkastamisessa ja korjaamisessa OmaVerossa ikäryhmittäin (n=661).....	30
Kuvio 16. Käyttölaitteet lahjaveroilmoituksen tekemiseen OmaVerossa ikäryhmittäin (n=632).	30

Kuvio 17. Käyttölaitteet varainsiirtoveron antamiseen OmaVerossa (n=617).	31
Kuvio 18. Tilinumeron ilmoittamiseen OmaVerossa käytettävät laitteet (n=655). .	31
Kuvio 19. Verokortin tilaamiseen OmaVerossa käytettävät laitteet (n=637).....	32
Kuvio 20. Suomi.fi–viestien käyttöönotto (n=649).	33
Kuvio 21. Suomi.fi-palvelun käyttöönottamattomuuden syy (n=431).	33

1 JOHDANTO

Nykypäivänä monet henkilöt hoitavat asiointinsa verkossa, kuten esimerkiksi pankkiasioinnin tai vaikkapa ajanvarauksen johonkin tarvitsemaansa palveluun. Ihmisillä on käytössään jopa useita laitteita, joilla voi selata nettiä, tilata tavaraa ja asioida verkossa. Lähes jokaisen taskusta löytyy älypuhelin, jolla voi etsiä tietoa heti kun jotain juolahtaa mieleen. Tämä kehityssuunta on yllättänyt nopeudellaan ja mobiiliskaalautuvia sivustoja ei aina ole tarjolla.

Digitalisaatio on avautunut mahdollisuuksia painottaa tai jopa siirtää asiakaspalvelua entistä vahvemmin verkkoon. Digitalisoitumisen ansiosta asiakaskohtaamisten sijaan on enenevässä määrin mahdollista asioida verkon kautta aikatauluttomasti. Usein avun saakin nopeimmin itsepalveluna verkosta. Parhaimmillaan sähköiset palvelut voivat tarjota helpon, sujuvan ja tehokkaan asiakaskokemuksen.

Opinnäytetyön tekijän kiinnostus asiakaskokemukseen sekä luonnollisesti työ Verohallinnon asiakaspalveluyksikössä ovat ohjanneet opinnäytetyön aiheen valintaa. Vaikka kirjoittajan työnkuva palvelee tällä hetkellä käynti- ja puhelinasiakkaita, on OmaVero vahvasti mukana kaikessa tekemisessä Verohallinnossa.

OmaVero on Verohallinnon sähköinen palvelu, joka on korvannut vanhat Verohallinnon sähköiset palvelut. Se on suunnattu erityisesti henkilöasiakkaiden tarpeisiin. Palvelussa henkilöasiakas voi mm. tehdä kaikki ilmoitukset, verokortin, ilmoittaa tilinumeron, hakea maksujärjestelyä tai tarkistaa maksupäiviä. Verohallinnossa halutaan, että asiakas käyttäisi ensisijaisesti OmaVeroa asiointiinsa ja ilmoittamiseen. Mobiilisovellusta ei ole OmaVeroon odotettavissa, eikä OmaVero ole mobiiliskaalautuva, eikä sitä saada lähivuosina toimimaan kokonaisuudessaan mobiilissa sujuvasti. Siksi halutaan tietää, millä laitteella asiakas haluaa asiansa hoitaa, jotta asiakkaiden tarpeisiin osataan vastata ja tiedetään miten palvelua kannattaisi kehittää.

Opinnäytetyön tutkittava aihe valikoitui luontevasti, sillä OmaVero-palvelua kehitetään tällä hetkellä voimakkaasti ja asiakasystävälliseen suuntaan. Ajankohtaisuutta lisää tuloveroilmoittamisen toimittaminen uuden aikataulun mukaan ja uuden näköiset esitäytetyt tuloveroilmoitukset, jotka ohjaavat asiakkaat täydentämään ja korjaamaan tuloveroilmoitustaan OmaVerossa.

1.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Verohallinnossa on oletettavaa siitä, mitä laitetta asiakas minkäkin tyyppisessä asiointitarpeessa OmaVerossa asiointiinsa käyttäisi. Olettama perustuu ajatukseen siitä, minkä verran tarkastettavaa tai tehtävää asiakkaalla on kunkin veroasian kohdalla. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää asiakkaiden käyttömieltymyksiä laitteiden suhteen OmaVero-palvelua käytettäessä.

Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena työssä on perehtyä digitalisaatioon. Digitalisaatio on edennyt vauhdilla suhteellisen lyhyessä ajassa ja tällä hetkellä on erilaisia digisukupolvia käyttämässä digipalveluja, on käyttämättömiä mahdollisuuksia paljon ja kehitystä tulee tapahtumaan jatkossakin nopealla tahdilla. Tiedonsiirto ja laitteiden yleistymisen ovat mahdollistaneet helpomman asioinnin ja tulevaisuudessa tiedonsiirto lisääntyy entisestään.

Opinnäytetyön toisena tavoitteena on perehtyä asiakaskokemukseen ja sen muuttumiseen. Myös asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät ovat muuttuneet johtuen tiedon saatavuuden lisääntymisestä ja siitä, että henkilökohtaista palvelua ei enää ole saatavilla niin runsaasti kuin ennen. Asiakaskokemuksen muuttumiseen on vaikuttanut digitalisaatio.

Opinnäytetyön kolmantena tavoitteena on toteuttaa käyttäjätutkimus, jossa selvitetään OmaVerossa asioivien henkilöasiakkaiden laitteiden käyttömieltymyksiä. OmaVero ei toistaiseksi ole mobiiliskaalautuva, eikä sitä ei ole kokonaan mahdollista saada mobiilissa sujuvasti toimimaan (Kuuri 2019). Toivottavaa olisi saada se toimimaan mobiilissa välttämättömiltä osin ja siksi Verohallinnon oletettavaan asiakkaiden käyttökanavatoiveesta halutaan vahvistus. Tutkimuksen tavoite on selvittää, onko Verohallinnon oletettava asiakkaiden käyttämistä laitteista oikea.

1.2 Verohallinto ja OmaVero

Verohallinnon tehtävänä on kerätä verot ja maksut, edistää oikeanmukaista verotusta sekä kehittää verohallinnon palvelukykyä (L 18.12.1557/1995). Verohallinnon

arvoissa tuodaan esiin yhtenä arvona uudistuminen ja tavoitteissa yhtenä on positiivinen asiakaskokemus, mitkä ovatkin toiminnan kehittämisen vahvasti esillä. Verohallinnossa pyritään vahvistamaan asiakkaan itseohjautuvuutta ja asiakkaita osallistetaan toimintojen kehittämiseen, muun muassa käytettävyyden arviointiin ja testaukseen. Verohallinnon halutaan kuuluvan digitaalisen toiminnan edelläkävijöihin. Tämä tarkoittaa omien toimivien sähköisten palvelujen lisäksi myös kolmansien osapuolien alustoiden mukaan sulattamisen palveluihin. (Verohallinnon strategia 2019-2024, [Viitattu 8.4.2019].) Verohallinnon rajapintatyö on nähtävillä liitteessä 3.

OmaVero. Henkilöasiakkaiden toiminnot ovat siirtyneet marraskuussa 2018 OmaVeroon. OmaVeroon kirjaututaan omilla pankkitunnuksilla, Katso-tunnisteella tai Suomi.fi-valtuutuksilla. Asiakas näkee oman verotuksellisen kokonaistilanteensa OmaVerossa, voi korjata sekä täydentää verotietojaan, kysyä neuvoja ja maksaa veroja. Siitä on haluttu muodostaa henkilöasiakkaan ensisijainen kontaktipiste Verohallintoon. OmaVero-palvelulla tähdätään asiointitarpeen vähenemiseen sekä Verohallinnon toiminnan tehostamiseen. Tästä palvelusta on haluttu muodostaa henkilöasiakkaan ensisijainen kontaktipiste Verohallintoon. Tavoitteena Verohallinnolla on saavuttaa hyvä asiakaskokemus ja palveluun tyytyväiset asiakkaat vuoteen 2023 mennessä (OmaVeron palvelukonsepti, [Viitattu.8.4.2019]).

OmaVerossa asiakas voi tällä hetkellä hoitaa lähes kaikki verotukseensa liittyvät asiat, paitsi kiinteistöverotuksen asioita alkaen marraskuusta 2019. Asiakkaiden asiat ovat hyvin monenlaisia. Jotkut nopeita, lyhyitä ja tarkistusluontoisia, kun taas toiset vaativat enemmän paneutumista tai jopa asiaan uudelleen palaamista. OmaVeron odotetaan vähentävän työvaiheita. Kun asiakas antaa ilmoituksensa sähköisesti, monia välivaiheita jää pois, kuten digitointi ja ilmoituksien tulkinta. Kirjoittajan mielestä on mahdollista, että verotus tulee hieman tutummaksi, kun omat tiedot ovat selattavissa ja tarkistettavissa aina tarvittaessa verrattuna aiempaan tilanteeseen, jossa asiakkaalla on vain verotuspäätös ja mahdollisuus soittaa ja tiedustella asioitaan.

2 DIGITALISAATIO

Virallista määritelmää digitalisaatiolle ei ole löydettävissä, vaikkakin se tuodaan esiin useissa asiayhteyksissä ja onkin saanut merkityksensä meille itse kullekin esimerkkien kautta. Digitalisoitumista on asioiden muuttuminen sähköiseen muotoon. Esimerkkeinä vaikkapa kaupasta verkkokaupaksi tai äänilevystä suoratoistomusiikiksi (Ilmarinen & Koskela 2015). Digitaalisuus on asioita sellaisessa muodossa, että ne ovat mahdollista käsitellä ja toimittaa automaattisesti ilman ihmistä. Digitaalisuudelle on tyypillistä irrallisuus ajasta, paikasta ja materiaalista. (Matilainen 2015.)

Toimiakseen digitalisaatio tarvitsee päätelaitteita ja ekosysteemejä. Se käyttää alustoja, antureita, pilvipalveluja ja rajapintoja. (Matilainen 2015.) Verohallinnon järjestelmiin tulee paljon tietoa kolmansien osapuolien ilmoittamana niin sanotusti rajapintojen kautta ja tulevaisuudessa rajapintatieto tulee kasvamaan. Teknisellä rajapinnalla tarkoitetaan sitä, että eri järjestelmillä on mahdollisuus käyttää yhteen paikkaan annettua tietoa eli järjestelmät ovat yhteydessä toisiinsa joidenkin tietojen osalta. (Tulorekisteri 2018.) Esimerkiksi sopii palkanmaksuohjelma, joka siirtää yksilön palkkatiedot ja ennakonpidätystiedot Tulorekisteriin, josta ne siirtyvät Verohallinnon tietojärjestelmiin. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaan rooli tulee olemaan ilmoituksen täydentämisen sijasta entistä vahvemmin valmiina annettujen tietojen tarkistamisessa.

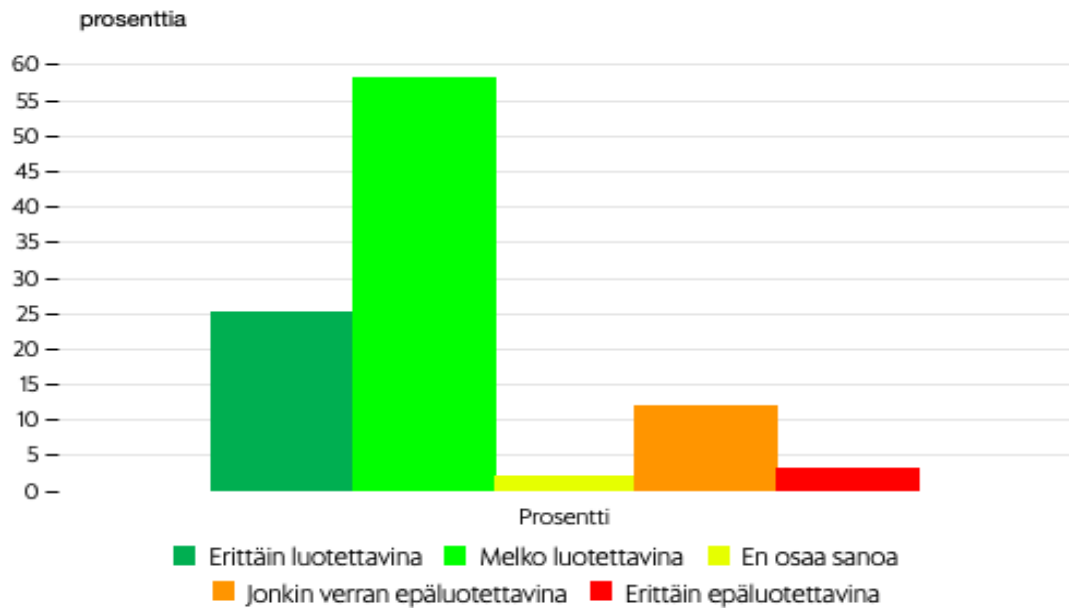
2.1 Digitalisaation tuomat mahdollisuudet

Gerdt ja Eskelinen (2018) toteavat, että digitalisaatio itsessään ei anna lisäarvoa, ellei sitä osata hyödyntää ja tietoa kerätä sekä käyttää suunnitellusti. Tarvitaan selkeä strategia, jotta kerääminen, hallinta ja luokittelu toisivat toiminnalle etua. Leviäkangas (22.2.2019) korostaa, että ohjelmien ja palveluiden tulisi olla riittävän helppokäyttöisiä, toimia oikein ja luotettavalla tavalla, jotta niillä saavutettaisiin tehokkuus, helppous ja turvallisuus. Viik-Kajander [Viitattu 7.3.2019] varoittaa, että toiminnoiltaan huono palvelu ei saa käyttäjiä, sillä asiakas turhautuu, mikäli kokee palvelun käytön liian vaikeaksi. Näin aiheutetaan lisätyötä sekä asiakkaalle, että

palvelun tuottajalle. Teknologian mahdollistaman palvelun jalkauttaminen henkilökunnalle ja asiakkaille on tärkeä tehtävä, jonka laiminlyönti tekee koko panostuksen palveluun tyhjäksi.

Siitä huolimatta, että tietotekniikkaa, sähköisiä palveluja ja verkkoa osataan hyödyntää jo monin tavoin, Vento [Viitattu 7.3.2019] uskoo, että digitalisaatio vasta alussa. Uusia sovelluksia ja palveluja tulee koko ajan lisää ja silti vielä hyödyntämättömiä mahdollisuuksia on löydettävänä. Digitalisaatio tuo mukanaan muutosta, tehostamista sekä uusia toimintoja ihmisten käyttöön. Se on muodikasta ja ajan hengen mukaista: ympäristöystävällistä, tehokkuuteen tähtäävää, palvelutarvetta vähentävää, tietoa keräävää, kustannustehokkuuteen pyrkivää, monien mielestä myös innostavaa. Voisi todeta, että se on mahdollistaja, joka vaatii muutosta sekä tekemiseen, että mahdollisesti ihmisten asenteisiin. Digitalisuus on liittynyt osaksi valtaväestön elämää. Ostosten tekemisen ja viihteen lisäksi myös raha-asiat hoidetaan yhä yleisemmin puhelimella. Tuotteet ja palvelut voidaan maksaa erilaisilla sovelluksilla pelkän puhelinnumeron avulla, sovelluksilla voi lähimaksaa ilman seteleitä tai pankkikorttia. Mobiilisti voi hakea lainaa ja sijoittaa. Mobiili-varmenteella voi kirjautua jo yli 20 000 palveluun (Mobiili 2019). Tämä on kirjoittajan mielestä merkittävää, sillä näin ostaminen ja luotettava tunnistautuminen palveluihin on mahdollista asiakkaalle välittömästi samalla laitteella ja samanaikaisesti kun hän palvelua käyttää.

Jotta digitalisaation edut voitaisiin täysipainoisesti saavuttaa, tarvitaan asiakkaiden luottamus. Kuviosta 1 (Suomalaiset eivät luota yrityksiin henkilötietojen käsittelijöinä 13.2.2019) voidaan nähdä, että ohjelmistoyhtiö Tiedon teettämän tutkimuksen mukaan 83 % ihmisistä pitivät viranomaistahoa melko tai erittäin luotettavana tietojen käsittelijänä. Vaikka epäluuloisimmat ihmiset löytyivät 18–29-vuotiaista miehistä, käyttävät yllättäen Verohallinnon sähköisiä palveluja tietävästi heikoimmin miehet ikäryhmässä 30–40 vuotta. (Verohallinto Intra 2018 .)



Kuvio 1. Viranomaisten luotettavuus (kunnat, valtionhallinto) henkilötietojesi käsitteijöinä (Suomalaiset eivät luota yrityksiin henkilötietojen käsitteijöinä 13.2.2019).

2.2 Digitalisaation sukupolvet

Tilastokeskuksen (2017) tutkimuksen mukaan älypuhelin löytyi lähes 77 % suomalaisista ja se on suosituin laite internetin käyttöön työn ja kodin ulkopuolella. 44-vuotiaiden ryhmään saakka se on ylivoimaisesti suosituin laite, mutta 54 ikävuoden jälkeen internetin käyttö älypuhelimella laskee jyrkästi, vaikkakin iäkkäämmissä löytyy älypuhelimella salaavia suomalaisia. Vuonna 2018 tilastokeskuksen mukaan kannettavia tietokoneita suomalaisilla on 71 % ja tablettitietokoneita 53% kaikista kotitalouksista. Laitteiden lukumäärät korreloivat suoraan kotitalouksien tulotasoon. (Tilastokeskus 2018.) Vuonna 2016 puhelin on syrjäyttänyt muut välineet ja tullut suosituimmaksi välineeksi internetin selaamiseen (Tilastokeskus 2017).

Digitalisaatiota osaltaan vauhdittaa se, että ihmisillä on käytössään aiempaa enemmän laitteita, joilla käyttää sähköisiä palveluja. Nykyään puhelimella haetaan tietoa, jaetaan kokemuksia, käytetään palveluja kommunikoinnin lisäksi. Ilmarisen ja Koskelan (2015) mukaan 1980-luvun jälkeen syntyneet *diginatiivit* ovat verkossa jatkuvasti ja heidän toimintonsa, tapaamisensa ja elämänsä tapahtuu monilta osin luonnollisesti verkossa toisin kuin *digi-immigranteilla*, jotka totuttelevat digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin omaksuen sen minkä pystyvät. *Digiresistentit* pysyttelevät

verkosta pois vaikkakin se nykyään asettaa jo haasteita, sillä monet palvelut ovat lähimpänä verkossa.

Terveysten- ja hyvinvoinnin laitoksen tutkija Hyppösen mukaan (THL 2018) sähköiset palvelut eivät jää käyttämättä iän vuoksi vaan osaamattomuuden vaikkakin osaamattomuus on yleisempää vanhempien ihmisten ikäryhmässä. Verkkopalvelujen käytön todennäköisyyteen vaikuttavat yksilön koulutus, asuinpaikka sekä se, onko tarvittavia palveluja tarjolla alueella.

2.3 Digitalisaatio Verohallinnossa

Verohallinnossa digitalisoituminen asiakkaalle näkyvästi alkoi 90-luvulla. Kerättyä tietoa tarjottiin asiakkaalle esitetytynä veroilmoituksena, johon asiakas vain täydensi puuttuvat tiedot ja tarkisti olemassa olevat tiedot. Perässä seurasi itse verkossa tilattava verokortti ja uusimpana jättiloikkana kansallinen tulorekisteri, joka kerää yhteen palkka-, eläke- ja muut tulotiedot. (Kauppalehti 3.1.2019.)

Gerdtin ja Eskelisen (2018) mukaan ainoa mahdollisuus tarjota asiakkaalle kohtuullisin kustannuksin nopeita vastauksia perinteisesti nopeaksi mielletyn puhelinpalvelun sijaan ovat verkko- ja erityisesti chat-palvelut. Verohallinto järjestääkin kohdistettuja webinaareja, ohjaa asiakasta YouTube-videoiden avulla sekä antaa muistutuksia ja tietoisukuja somen kautta. Asiakkaille tarjotaan perinteisen käynti- ja puhelinasiakaspalvelun sijaan chat-palvelua, jota automatisoidaan lähivuosina entistä laajemmin chatbotilla.

Tekoäly tulee lähivuosina korvaamaan 80-prosenttisesti perinteisen asiakaspalvelun, esittävät Gerdt ja Eskelinen (2018). Saman suuntainen visio näkyy Verohallinnon tulevaisuuden suunnitelmissa, jossa vuoteen 2022 mennessä asiakkaalle tarjotaan verolaskureita, personoitua verokalenteria muistutuksineen, chatbotia sekä sähköistä viestinvaihtoa OmaVeron kautta (Henkilöasiakkaan veroasiat 2022, [Viitattu 11.3.2019]). OmaVerosta pyritään Verohallinnossa luomaan henkilöasiakkaan pääkanava veroasioiden hoitoon ja se tulee toimimaan henkilökohtaisena viestinnän välineenä.

3 ASIAKASKOKEMUS

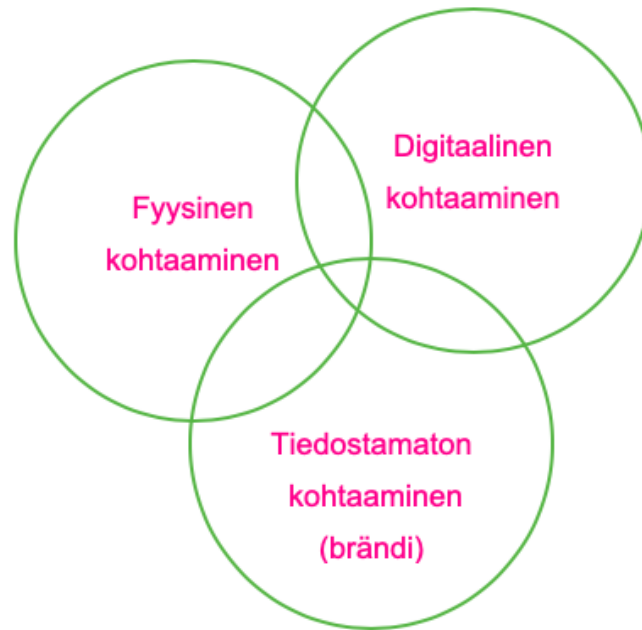
Löytänä ja Kortesus (2017) kertovat erilaisista asiakasrooleista. Perinteisesti on ollut kuluttaja-asiakas ja yritysasiakas, mutta näiden lisäksi on ainakin sisäinen asiakas, potilasasiakas ja kansalaisasiakas. Näillä rooleilla on kaikilla omat piirteensä ja tässä työssä kirjoittaja käsittelee asiakaskokemusta kansalaisasiakkuuden kannalta. Kansalaisasiakkuuden erityspiirteitä ovat mm. asiakassuhteen pakollisuus, tehokkuus sekä yksityisyys (Löytänä & Kortesus 2017). Kansalaisasiakas odottaa asiakaskokemukseltaan luotettavuutta, läpinäkyvyyttä, tasavertaista kohtelua, yksilöllisyyden huomioimista sekä kuulluksi tulemistä.

Lähes jokainen suomalainen on Verohallinnon asiakas. Näin ollen asiakkaiden kirjo on laaja, eikä heistä luonnollisestikaan tarvitse kilpailla. On kuitenkin merkityksellistä, että asiointi saadaan sujuvaksi ja helpoksi, sillä se muun muassa lisää veromyönteisyyttä, parantaa mielikuvaa Verohallinnosta sekä luonnollisesti vaikuttaa asiakaskokemuksen muodostumiseen.

3.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Ahvenainen, Gylling ja Leino (2017, 9–10) kertovat, että asiakaskohtaukset yrityksen tai organisaation eri kanavissa ja palveluissa muodostavat asioijalle asiakaskokemuksen. Kokemukseen vaikuttaa aina ihmisen oma tunne ja myös mielikuva brändistä. Asiakaskokemus syntyy siitä, päästäänkö asiakkaan tavoitteeseen, kuinka helposti tavoitteeseen päästään ja mitä tunteita kohtaaminen herättää. Gerdt ja Korkiakoski (2016) kirjoittavat kokemuksen ja mielikuvan määrittävän sekä asiakkaan aiempien kokemusten, että tämän uuden asioinnin pohjalta. Keskeistä positiivisen asiakaskokemuksen muodostumisessa on ymmärtää asiakkaan tarve ja täyttää se.

Kuviosta 2 voidaan nähdä Ahvenaisen ym. (2017, 33–35) kertoman mukaisesti kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen muodostuvan kolmesta kentästä. Nämä kolme kenttää vaikuttavat todelliseen ja pitkäaikaiseen tunnekokemukseen. Kentät ovat fyysinen kohtaaminen, digitaalinen kohtaaminen ja tiedostamaton kohtaaminen eli brändi.



Kuvio 2. Kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen osatekijät (Ahvenainen, Gylling, & Leino 2017, 33).

Some ja mielikuvat. Gerdt ja Korkiakoski (2016) kirjoittavat, että brändillä ja asiakaskokemuksella on vahva yhteys, minkä vuoksi niiden tulee olla linjassa keskenään. Brändin tulisi välittyä asiakaskokemuksen kautta. Mielikuva yrityksestä tai organisaatiosta antaa mahdolliselle tulevalle kohtaamiselle asenteen ja ennako-odotukset jo ennen varsinaista asiakaskokemuksen muodostumista.

Löytänä ja Kortesus (2011) kertovat, että asiakaskokemukset jaetaan ovat tänä päivänä tuttaville ja oudoillekin nopeammin kuin koskaan. Heidän mukaansa organisaation tulisi somettaa aktiivisena jakajana, eikä pelkästään alistua keskustelun kohteeksi. Mainonnan keinona ja sisällön jakamiseen sosiaalinen media on halpa, mutta panostusta vaativa väline. Asiakkaiden palaute tekemisestä tulee nopeasti ja se voi antaa suuntaa myös jatkotekemiselle. Sosiaalinen media antaa mahdollisuuden vahvistaa brändiä, antaa asiakkaalle tietoa sekä toimintaohjeita asiakkaan tilanteessa niin, että muutkin siitä hyötyvät.

Verohallinnon sosiaalisen median linjauksessa (2017) tuodaan esiin päätavoitteena saada asiakas toimimaan oma-aloitteisesti oikein, ohjata asiakasta toimimaan ja verkkopalveluiden pariin sekä antaa asiakkaalle onnistumisen tunne. Konkreettisenä alatavoitteena on verovajeen pienentäminen tai samana pitäminen veromyönteisyyttä lisäämällä. Tässä onkin kirjoittajan mielestä onnistuttu, sillä palautetta mm.

viihdyttävyydestä ja sähköisistä palveluista saadaan sekä kritisoijille ja kysyjille annetaan vastauksia palautteisiin tehokkaalla tahdilla virka-aikana.

3.2 Asiakaskokemuksen tasot ja mittaaminen

Filenius (2015) on vakuuttunut, että asiakaslähtöisyys tulisi sitoa osaksi yrityksen strategiaa. Usein kuulee puhuttavan asiakaslähtöisyydestä ilman, että sitä on aidosti ymmärretty. Puhe jää pelkäksi puheeksi, jos sitä ei johtamalla jalkauteta itse ydintoimintaan.

Asiakaskokemuksen tasot. Löytänä ja Kortesus (2011) jakavat asiakaskokemuksen kolmeen tasoon. Nämä tasot ovat satunnainen kokemus, ennalta odotettava kokemus ja johdettu kokemus. Jaottelu perustuu asiakaskokemuksen syvyyden, mieleen jäävyyden ja elämyksellisyyden mukaan. *Satunnainen kokemus* ei ole systemaattisesti johdettu ja toisena ääripäänä on erottuva, suunniteltu ja asiakkaalle arvoa tuottava *johdettu kokemus*. Ahvenainen ym. (2017, 23) jakavat myös asiakaskokemuksen kolmeen tasoon. Nämä ovat heikko-, keskinkertainen- ja erinomainen asiakaskokemus. Asiakaskokemusta voidaan ja pitäisikin käyttää kilpailukeinona. Joillakin aloilla, kuten rahoitus- ja pankkiala, se on lähes ainoita keinoja erottautua.

Asiakaskokemuksen mittaaminen. Fileniuksen (2015) mukaan asiakaskokemus on aina yksilökohtainen. Asiakaskokemuksen laatua voidaan kuitenkin mitata muutamilla mittareilla. Mittaamisessa tavoitteena on

- Nykytilan kartoittaminen ja kehityskohteiden tunnistaminen
- Mahdollisen kehityksen havaitseminen verrattuna aiempaan
- Vertaaminen muihin saman alan tekijöihin
- Edesauttaa johdon päätösten tekoa

Filenius (2015) sanookin, että vaikka asiakaskokemusta on lähes mahdotonta mitata absoluuttisesti, täytyy asiakaskokemusta kuitenkin arvioida kehittämisen mahdollistamiseksi joillain tavoilla. Mittaustuloksista ja liiketoiminnan tunnusluvuista on syytä etsiä korrelaatiota.

3.3 Digitaalinen asiakaskokemus

Vuonna 2016 mobiililaite on ohittanut työpöytäkoneen internetin selaamisen väli-
neenä (Tilastokeskus 2017) Ahvenaisen ym. (2017, 109–121) mukaan asiakas on
siirtänyt verkkopalvelujen käytön yhä vahvemmin mobiiliin. Vastauksia halutaan no-
peasti mieltä askarruttaviin asioihin ja nopeimmin ne ovat saatavilla omasta mukana
kulkevasta laitteesta. Kirjoittajan arvion mukaan chatien ja pikaviestien suosio tulee
kasvamaan entisestään, sillä sitä kautta yksilö saa vastauksen kysymykseensä no-
peasti ja omilla ehdoillaan. Uusi verkossa viihtyvä sukupolvi hoitaa asiansa ver-
kossa ja he vaikuttavat myös haluttomilta soittelemaan.

Sähköisten palvelujen pariin houkutellaan saatavuudella ja niiden kehittämiseen pa-
nostetaan voimakkaasti. (Valtiovarainministeriö, [Viitattu 8.3.2019].) Jonottaminen
elävän ihmisen palveltavaksi kasvokkain tai puhelimitse on aikaa vievää ja työlästä
sekä usein aikataulullisesti mahdotonta. Julkisen hallinnon strategian mukaan säh-
köisten palvelujen tarkoitus on helpottaa ja nopeuttaa asiointia sekä tehdä siitä
ajasta ja paikasta riippumatonta. (Verohallinnon strategia 2019–2024, [Viitattu
7.3.2019].) Kirjoittajan mielestä on hyvä, että sähköisten palvelujen kehittämiseen
panostetaan. Digitalisoituminen ei ole vältettävissä ja siksi palveluista tulee kehittää
ihmisystävällisiä ja toimivia.

Puhelin- ja käyntiasiointi. Perinteinen kasvokkain tai puhelimitse tapahtuva asia-
kaspalvelu on käynyt monilta osin vanhanaikaiseksi. Se koetaan tehottomaksi ja
hitaaksi. Vaikka asiakas ei haluaisi mennä verkkoon asioimaan, haluaisi hän silti
ajan hengen mukaisesti palvelun nopeasti. Asiakkaalle tarjotaankin runsaasti tietoa
verkkosivuilla, joita voi selata ilman odotusaikaa.

Kun asiakas on yhteydessä organisaatioon, hänellä on kysymys tai ongelma, jonka
ratkaisemiseen hän tarvitsee apua. Ahvenaisen ym. (2017, 120–121) Viiden tähden
asiakaskokemuksen mukaan asiakkaalle kannattaa tarjota ohjattua ratkaisukokoke-
musta sekä ennakoita myös tuleva ongelma. Verohallinnossa tätä kutsutaan enna-
koivaksi ohjaukseksi.

Chat-palvelu. Chat tuo asiakaspalvelun asiakkaan tueksi huomaamattoman helposti. Kun asiakas törmää ongelmaan, hän ei jää yksin, vaan voi kysyä apua. Finnchatin (2015) tekemän tutkimuksen mukaan kolmannes asiakkaista törmää johonkin ongelmaan verkkoasiointinnissa. Näistä kolmannes luopuu asiointista ja poistuu kesken palvelusta. Tutkimuksesta käy ilmi, että chat-palvelusta on näissä tilanteissa etua, sillä joka neljäs oli kääntynyt chatin puoleen ongelmineen. Ahvenaisen ym. (2017, 116–117) mukaan chat-palvelussa asiointien keskiostos oli 37 % suurempi kuin muiden. Myös Verohallinto antaa tukea ja opastusta asiakkailleen chatissa ja tällä hetkellä vaikuttaa, että kysyntää palvelulle olisi tarjontaa enemmän. Myös veroimistoissa kannustetaan asiakasta verkkoasiointiin tarjoamalla jonottajille vaihtoehtona verkkoasiointia OmaVerossa virkailijan opastuksella asiakastilan itsepalvelupisteissä.

Ahvenainen ym. (2017, 120–121) kehottavatkin mittaamaan asiointin vaivattomuutta asiakastyytyväisyyden sijaan, sillä useimmat asiakkaista eivät kaipaa hurmaamista vaan vaivatonta asiointia. Nyt ja tulevaisuudessa on jatkuvasti enemmän merkitystä sillä, että tietoa ja palvelua on saatavilla silloin kun asiakas on sitä vailla. Siihen ei välttämättä tarvita asiakaspalvelijaa, mikäli apu löytyy muutenkin, vaan Gerdtin ja Korkiakosken (2016) mukaan tärkeintä on nopeus, helppous ja tiedon luotettavuus.

Gerdtin ja Korkiakosken (2016) näkemys siitä, että asiakaskokemus on tärkeämpää kuin henkilökohtainen palvelu, tukee Verohallinnon linjausta ohjata asiakas sähköisten palvelujen pariin OmaVeron. Asiakkaan hankintapolut ovat muuttuneet digitalisaation myötä ja verkossa toimivat asiakkaat ovatkin löytäneet jo Verohallinnon aiemmat sähköiset palvelut hyvin.

Verohallinnossa asiakaskeskeisyydellä ei ole saavutettavissa kilpailullista etua, mutta tehokkuuden ja kustannusten kannalta ajateltuna asiakaskokemuksella ja asiakaskeskeisellä ajattelulla on merkitystä. On tärkeää, että asiakas saadaan houkuteltua asioimaan sähköisesti, sillä se vähentää työvaiheita ja siten myös kustannuksia Verohallinnossa.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Luvussa neljä käsitellään tutkimuksen toteuttamista, pohditaan tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia sekä esitellään tutkimustulokset. Tutkimuksen toimeksiantaja on Verohallinto ja tarkoituksena on selvittää asiakkaiden käyttömieltymyksiä laitteiden suhteen OmaVero-palvelua käytettäessä.

Ensimmäisenä tavoitteena on vahvistaa oletama siitä, millä laitteella asiakas haluaisi todennäköisimmin hoitaa mitään verotuksellista asiaa. Olettaman vahvistaminen tai oikaiseminen muun muassa tukee mobiiliskaalautuvuuden eteenpäin viemisen toimintajärjestystä. Olettama löytyy liitteistä (liite 2). Toisena tavoitteena on selvittää kokevatko asiakkaat hyötyvänsä rajapintatiedon hyödyntämisestä. Teknisen rajapinnan ja erilaisten alustojen kautta Verohallintoon tuleva tieto keventää henkilöasiakkaan ilmoittamistaakkaa ja lisää valmiina veroilmoituksella olevien tietojen määrää. Halutaan selvittää kokevatko asiakkaat hyötyvänsä siitä, että veroilmoitukselle saadaan entistä enemmän esitetyttä tietoja, kuten esimerkiksi vuokratulot tai puunmyyntitulot. Kolmantena tavoitteena haluttiin karkeasti selvittää, miksi asiakkaat eivät ole ottaneet paperitonta Suomi.fi-viestipalvelua käyttöönsä.

4.1 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä. Määrällisellä tutkimuksella pyritään löytämään säännönmukaisuudet ja sen avulla voidaan kehittää, rakentaa sekä täsmentää olemassa olevia teorioita (Vilka 2007, 25).

Vilkan (2007, 28) mukaan kysely sopii menetelmäksi silloin, kun perusjoukko on hajallaan ja heitä on paljon. Onnistuneen kyselyn peruselementtejä on hyvät tutkimuskysymykset ja vastausvaihtoehdot. Vastaajien tietämys asiasta riittää Vilkan mukaan (s. 63) yleensä motivoimaan vastaamaan kyselyyn.

Kysely toteutettiin Webropol-kyselytutkimuksena, jotta nähtäisiin mahdollisimman laajasti, pitääkö Verohallinnon kanavaolettama paikkaansa. Koska tutkimuksen kohteena oli verkkopalvelun laitteet, opinnäytetyön tekijä koki sopivaksi jättää ver-

kon ulkopuolella toimivat asiakkaat kyselyn ulkopuolelle. Lähtökohtaisesti tutkimuksessa oletetaan, että OmaVero on tuttu asiakkaalle viimeistään nyt, kun parhaillaan jaetaan postitse veroilmoituksensa tai paperittoman Suomi.fi-viestipalvelun käyttöönotaneet ovat saaneet sähköisesti tiedon, joissa kehoitetaan menemään OmaVeron täydentämään veroilmoitustaan.

Kun tutkitaan henkilöitä koskevia asioita, tulee tutkittava asia muuttaa rakenteellisesti eli operationalisoida ja strukturoida (Vilkkä 2007, 14–15). Kyselyn kysymykset operationalisoitiin mahdollisimman helppolukaiseen muotoon ja verotuksellista erikoissanastoa pyrittiin välttämään. Vastausvaihtoehdot ovat strukturoitu monivalintamuotoon. Laitteita koskevissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot olivat tietokone (pöytäkone tai kannettava), tablet-laite ja mobiililaite (puhelimien selain). Vaihtoehtoina ei haluttu antaa sovellusta, paperilomaketta tai verotoimistoa, sillä ne eivät ole aidosti vaihtoehtoja tutkimuskysymyksiin. Siksi vastaajalle jätettiin mahdollisuus antaa vapaasti oma vastauksensa, mikäli sopivaa vaihtoehtoa ei muuten vastaajalle ollut.

Kysely testattiin kirjoittajan lähipiirissä. Näin varmistuttiin kyselyn toimivuudesta ja sisällön loogisuudesta. Kyselyssä on kaikkiaan 18 kohtaa ja riippuen vastaajan valinnoista, vastaaja käy läpi 15–18 kohtaa. Kysely on aseteltu seitsemälle sivulle aihepiireittäin. Viimeisessä kohdassa vastaajalla on mahdollisuus jättää yhteystietonsa mahdollista haastattelua tai lisäkyselyä varten.

Kysely on julkaistu ajalla 15.4.–30.4.2019 OmaVeron uloskirjautumissivulla otsikolla *Auta meitä kehittämään OmaVeroa ja vastaa kyselyyn palvelun käyttötottumuksista* sekä Verohallinnon Facebook- ja Twitter-tileillä seuraavalla saatteella: *Millä laitteella mieluummin hakisit uuden verokortin OmaVerosta, täydentäisit veroilmoitustasi tai ilmoittaisit uuden tilinumerosi? Vastaa linkin takana opinnäytetyön kyselyyn 1.5. mennessä.* Kysely löytyy opinnäytetyön liitteistä. (Liite 1.)

Koska kiinnostus verotukseen kansalaisten keskuudessa on yleisesti tuntien melko heikko, kyselyssä oli kirjoittajan mielestä mahdollisuus vähäiseen vastausten määrään. Tutkimuksen perusjoukko on kuitenkin laaja, sillä kohderyhmään kuuluu jokainen suomalainen veronmaksaja. Tavoitteena kirjoittajalla oli saada vähintään 250

vastausta. Kyselyn on avannut linkistä 1280 henkilöä ja vastaamaan on alkanut 858 henkilöä. Vastauksia kyselyyn tuli 698 kappaletta.

4.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Reliaabeliudella tähdätään luotettavuuteen ja tarkkuuteen (Vilka 2007, 149–150). Tavoitteena on, että kyselyn on toistettavissa, eikä siihen saa vaikuttaa tutkija. Vilkan (mp.) mukaan reliaabeliutta on hyvä tarkastella paitsi kysymyksiä laatiessa, myös tutkimuksen jälkeen. Perusjoukon on oltava edustava, kysymysten huolella aseteltuja sekä mahdolliset mittausvirheet on huomioitava.

Validiudella tarkoitetaan tutkimuksen kykyä mitata tutkittavaksi asetettua asiaa (Vilka 2007, 150). Vilka kertoo, että kysymysasettelu ja vastausvaihtoehdot tulee suunnitella toimiviksi niin että jokainen vastaaja ymmärtää kysymyksen samoin. Kielellinen toimivuus ja ymmärrettävyys ovat keskeisen tekijät koko tutkimuksen kannalta.

Kirjoittajan mielestä kysymysten asettelu oli isossa roolissa tehdyssä tutkimuksessa. Verotuksen sanasto on veronmaksajalle osin vierasta ”kapulakieltä” ja tällaisen sanaston käyttäminen karkottaa vastaajia sekä tekee kysymyksistä vaikeasti ymmärrettäviä. Vastausvaihtoehtojen laadinnassa tuli ottaa huomioon se tosiasia, että vaihtoehdot vastauksille ovat rajalliset ja vastaaja ei välttämättä löydä niistä mieleistään. Tämä huomioitiin antamalla mahdollisuus myös vapaaseen vastaukseen, vaikkakin vain 25 merkin mittaiseen mielenilmausten rajoittamiseksi. Kysymysasettelussa ja vastausvaihtoehdoissa pyrittiin olemaan objektiivisiä, jotta puolueettomuus säilyisi ja kysymysten sävy olisi neutraali.

Kysymykset vastaavat haluttuun tietoon ja tulokset olisivat olleet kirjoittajan mielestä samat, vaikka tutkimuksen olisi tehnyt toinen henkilö, joten tutkimus on validi. Perusjoukkoon verraten vastausten määrä on pieni, mutta kirjoittajan mielestä riittävän edustava luotettavaan tutkimustulokseen.

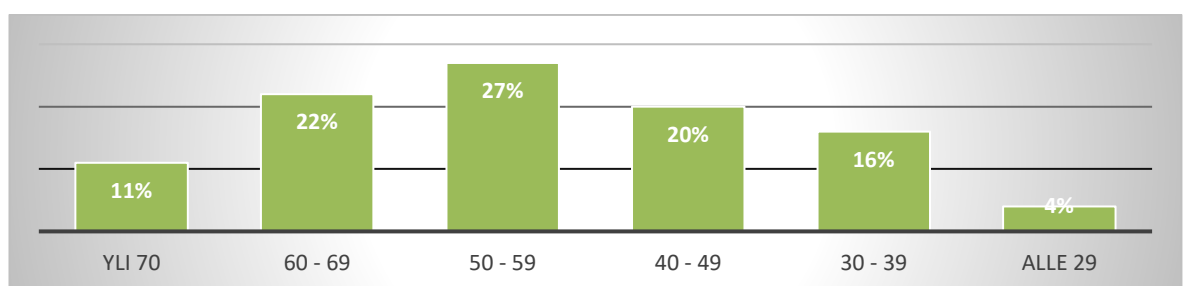
4.3 Tutkimustulokset

Kyselyyn vastasi 698 henkilöä. Tuloksissa esitetään vastaajien taustatiedot, vastausprosentit kuhunkin OmaVeron käyttölaite- ja rajapintatietoa koskeviin kysymyksiin sekä tuodaan esiin avoimien vastausten pääpiirteitä sekä vastaajien asenteita. Apuna tutkimustulosten esittämiseen käytetään grafiikkaa ja luvut esitetään prosentteina.

4.3.1 Vastaajien taustatiedot

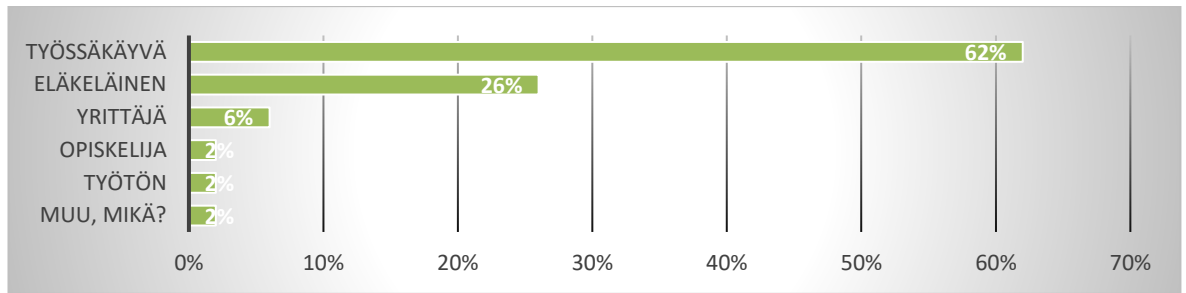
Vastaajien taustatiedoista kartoitettiin vastaajien ikä ikäryhmittäin ja vastaajan tilanne sen suhteen mihin ansiotuloryhmään vastaaja kuuluu. Ansiotuloryhmä vaikuttaa muun muassa ilmoittamistarpeeseen ja OmaVero-palvelun käyttötarpeeseen. Vastaajista lähes jokainen, 97 %, oli käyttänyt OmaVeroa aiemmin, kuten kyselyssä lähtökohtana oletettiin olevan.

Vastaajien ikä. Vastaajat olivat ryhmitelty kuuteen ikäryhmään kymmenen ikävuoden välein. Ääripäissä vaihtoehdot olivat alle 29-vuotiaat ja yli 70-vuotiaat. Eniten vastaajia oli ikäryhmässä 50–59 vuotta. Vastaajien ikäjakauma oli odotetun kaltainen muuten, mutta kysely tavoitti nuoria, alle 29-vuotiaita vastaajia vain 4 % eli 29 vastaajaa. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Vastaajan ikä (n=669).

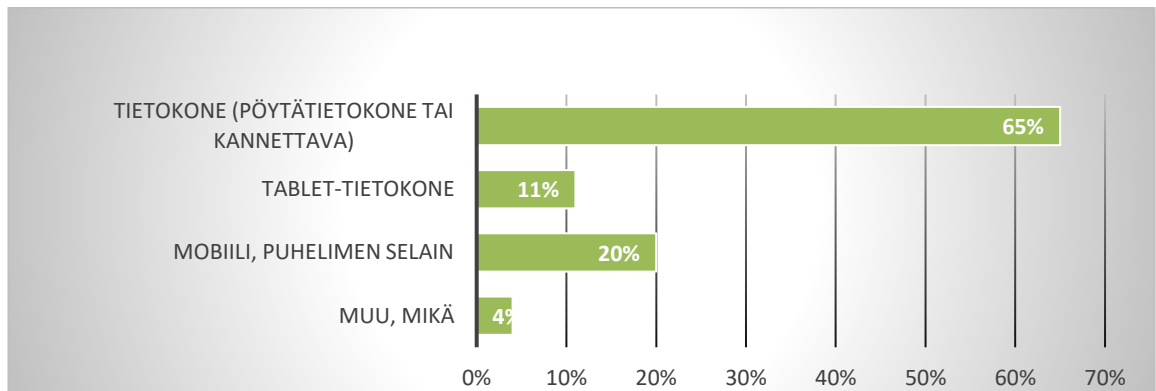
Vastaajien tilanne, ansiotuloryhmä. Kuvio 4 voidaan nähdä, että vastaajista valtaosa, 62 %, oli työssäkäyviä, eläkeläisiä oli 26 %, yrittäjiä 6 %, opiskelijoita 2 % ja vaihtoehdon *Muu tilanne* antoi 2 %. Näistä kuudestatoista *Muu tilanne* -vaihtoehdon antaneista tilanteeksi oli kerrottu hoitovapaa, osa-aikaisesti työskentely, freelancer-töskentely, kuntoutus, sairaseläke ja omaishoitajuus.



Kuvio 4. Vastaajan tilanne tällä hetkellä (n=688).

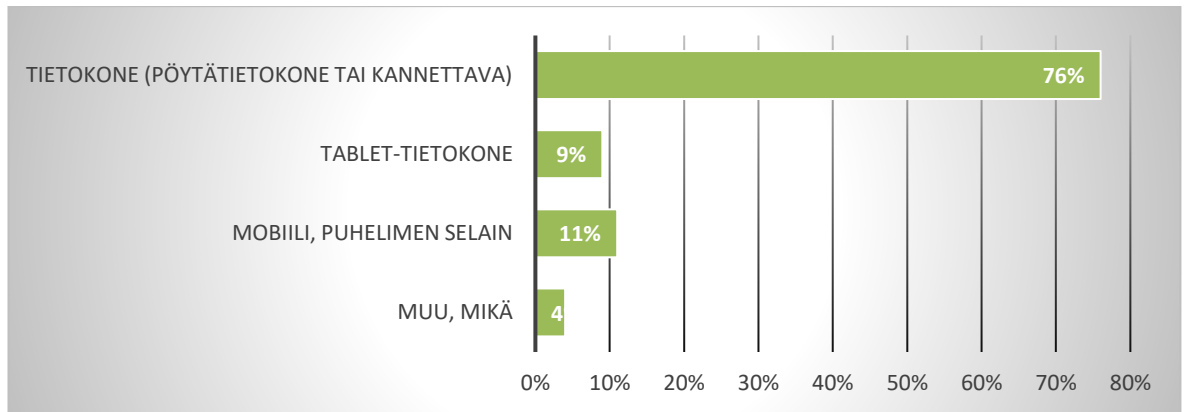
4.3.2 Käyttölaitteita koskevat kysymykset OmaVeron käytössä

Verotuksen tilanteen tarkastaminen. Kyselyn neljännessä kohdassa haluttiin tietää millä laitteella asiakas haluaa tarkastaa tilanteensa OmaVerossa, jos hän haluaa selvittää mahdollisen jäännösveron määrän tai veronpalautuksen määrän. Vaikka kyseessä on toiminto, joka vaatii vain katselua, vastaajista 65 % tekisi sen kuitenkin mieluiten pöytäkoneella, 11 % tabletilla ja 20 % puhelimella. (Kuvio 5.) Vastausvaihtoehto *Muu, mikä* kertoi 18 vastaajan haluavan tarkistaa asian paperisesta veroilmoituksesta ja kolme toivoi henkilökohtaista palvelua.



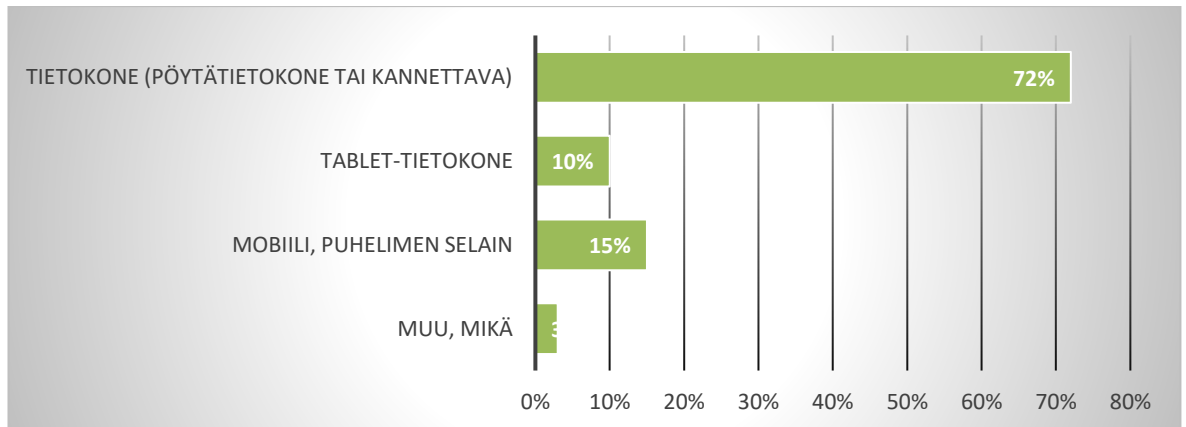
Kuvio 5. Verotuksellisen tilanteen tarkastaminen OmaVerossa (n=691).

Veroilmoituksen täydentäminen. Veroilmoituksella on usein tarkastettavana monia kohtia ja tietoja annettava tai valmiiksi veroilmoitukselle kirjattuja tietoja muutettava tai korjattava. Kysyttäessä mitä laitetta asiakas haluaa käyttää tuloveroilmoituksen tarkastamiseen ja korjaamiseen, odotetusti suurin osa, 76 %, haluaa täydentää annettavat tiedot pöytäkoneella. Puhelimella ilmoituksen haluaisi antaa 9 % ja tablet-laitteella 11 %. (Kuvio 6.) Vastausvaihtoehto *Muu, mikä* sisälsi pääasiassa toiveen paperi-ilmoittamisesta tai jopa henkilökohtaisesta palvelusta.



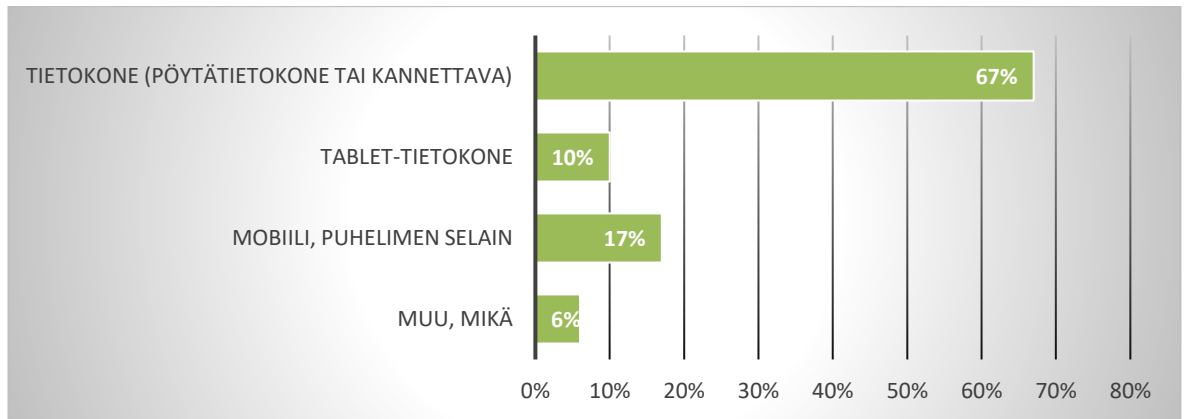
Kuvio 6. Tuloveroilmoituksen tarkastaminen ja täydentäminen (n=684).

Vuokratulojen ilmoittaminen. Vuokraustoiminnan menot ja kulut haluttiin ilmoittaa lähes samoin laittein kuin veroilmoituksen täyttö. 72 % kyselyyn vastanneista haluaisi ilmoittaa mahdolliset vuokratulonsa pöytäkoneella. (Kuvio 7.)



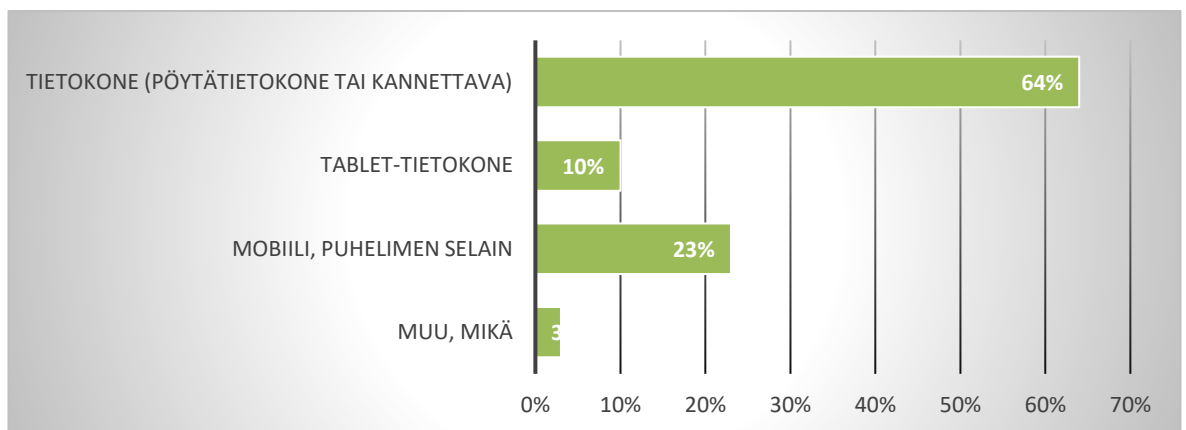
Kuvio 7. Vuokratulon ilmoittamiseen käytettävät laitteet (n=587).

Verokortin tilaaminen. 17% vastanneista haluaisi tilata verokorttinsa puhelimen selaimella. (Kuvio 8.) Valtaosa *Muu, mikä* -vaihtoehdon valinneista ei uskaltaudu verokorttia itse tekemään, vaan haluaisi mieluiten henkilökohtaista palvelua.



Kuvio 8. Verokortin tilaaminen OmaVerossa (n=655).

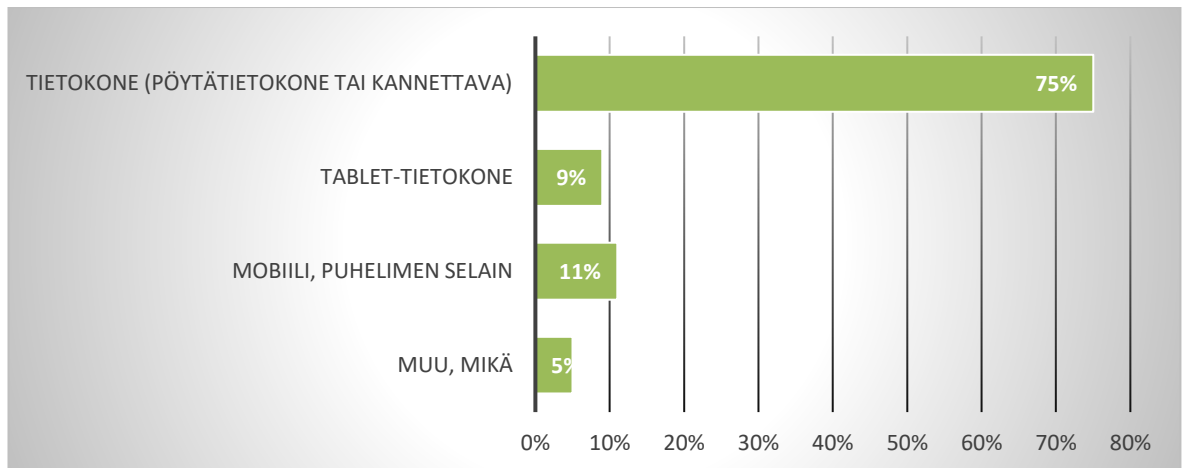
Tilinumeron ilmoittaminen. Tilinumeron on suositeltavaa olla Verohallinnon tiedoissa virheellisiä maksuja tai veronpalautuksia varten. Se tulee ilmoittaa kirjallisena, puhelimitse ei tilinumerotietoa voi antaa. OmaVerossa sen antaminen käy nopeimmin. Mobiililaitteen selaimella tilinumeronsa haluaisi Verohallinnolle ilmoittaa 23 % ja tabletilla 10 %. Vaikka toimenpide OmaVerossa on nopea ja lyhyt, sen tekisi mieluiten pöytäkoneella 64 %. (Kuvio 9.) Avoimia vastauksia annettiin 3 % ja niissä lähes kaikissa kerrottiin tilinumeron ilmoittamisen olevan parasta tehdä paperilomakkeella.



Kuvio 9. Tilinumeron ilmoittamisen halutut kanavat (n=678).

Lahjaveroilmoittaminen. Lahjaveroilmoituksen tekeminen koettiin harvinaiseksi tapahtumaksi ja avoimen vastauksen antaneet vastaajat toivoivatkin siihen opastusta ja kertoivat tekevänsä sen todennäköisimmin paperisena ja mielellään virkailijan avustuksella. Vastauksista kävi ilmi, että sähköisesti toimittaessa pidemmät ilmoitukset ajateltiin olevan parasta antaa tietokoneella. (Kuvio 10.)

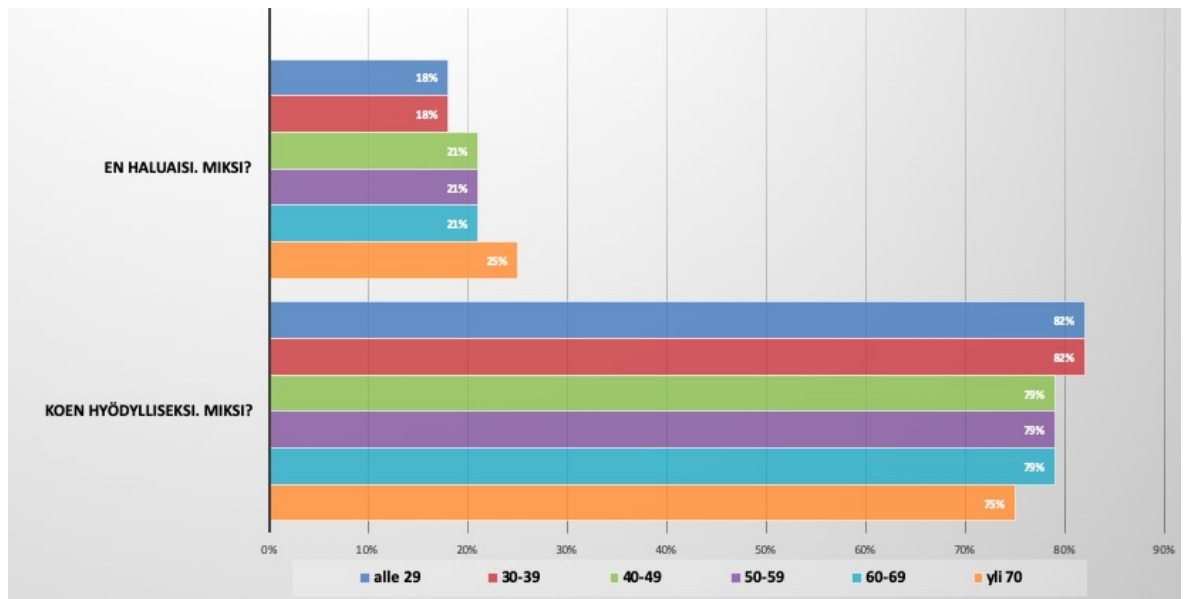
Varainsiirtoveron ilmoittaminen ja maksaminen. Kysymykseen laitteiden käytöstä varainsiirtoveroa ilmoitettaessa OmaVerossa vastattiin samoin prosenttiosuuksin kuin kysymykseen lahjaveroilmoittamisesta. Määrällisesti vastaajia varainsiirtoveroilmoittamiseen oli 640 kappaletta. (Kuvio 10.)



Kuvio 10. Lahjaveroilmoituksen tekemiseen ja varainsiirtoveron ilmoittamiseen ja maksamiseen käytettävät laitteet (n=654 ja n=640).

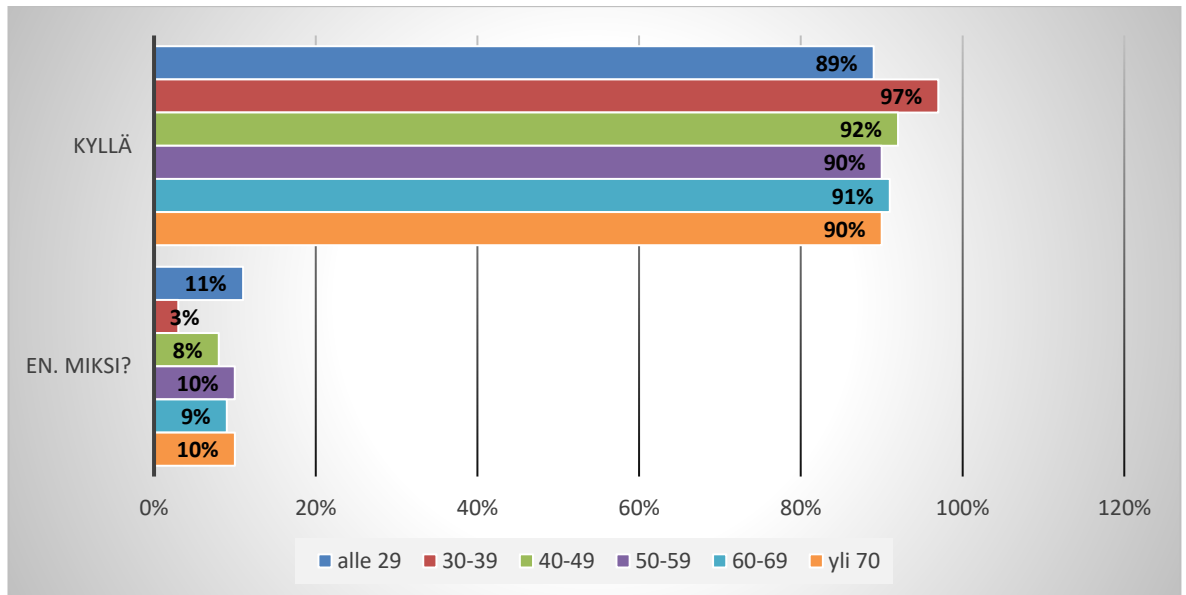
4.3.3 Alustoilta ja rajapintatietona siirtyvää tietoa koskevat kysymykset

Kotitalousvähennyksen rajapintatieto. Kysymykseen haluaisiko asiakas, että ostetut kotitalousvähennyskelpoiset hankinnat siirtyisivät kolmannen osapuolen toimesta asiakkaan tuloveroilmoitukselle, annettiin perusteluja puolesta ja vastaan. Vaikka enemmistö vastaajista koki hyödylliseksi automaattisen siirtymisen vaivattomuuden vuoksi, koki osa vastaajista sen huonona vaihtoehtona. (Kuvio 11.) Voimakkaimmin tuli esiin, että yrityksille ei haluttu lisätyötä ilmoittamisesta ja myös ilmoitusten oikeellisuutta epäiltiin. Henkilötunnusta ei haluttu luovuttaa yrityksille ja tietoturva huolestutti vastaajia.



Kuvio 11. Rajapintatietona siirtyvän tiedon hyödylliseksi kokeminen ikäryhmittäin (n=636).

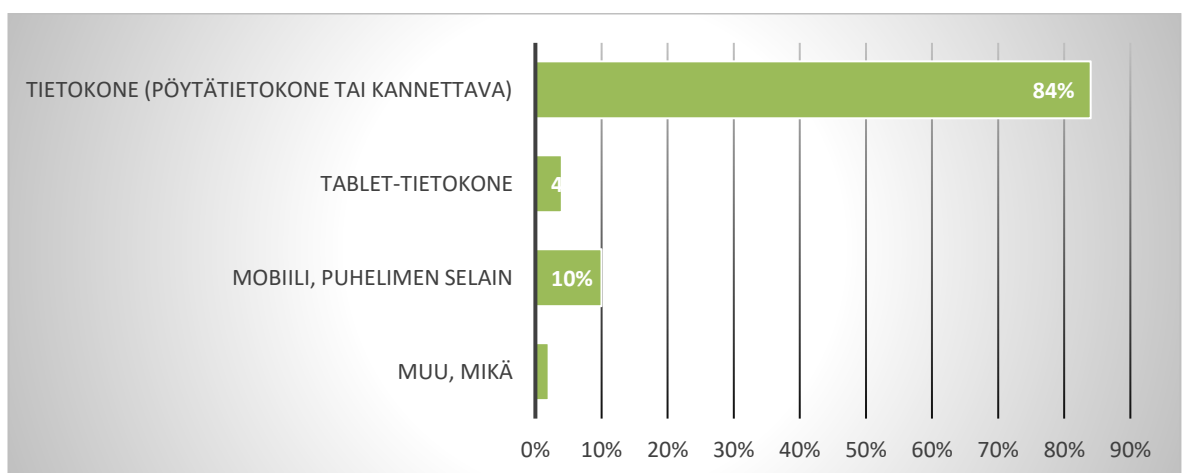
Alustalta siirtyvät varainsiirtoveroilmoituksen tiedot. Kysyttäessä kokisiko vastaaja hyväksi sen, että asuntokaupan tehdessä varainsiirtoveroilmoitusta ei tarvitsikaan antaa, vaan tiedot toimitettaisiin Verohallintoon esimerkiksi pankin tai välittäjän käyttämän alustan kautta, koki 92 % vastaajista sen hyödylliseksi. Luottavaisimmin suhtautuivat vastaajat ikäryhmässä 30–39 vuotta. (Kuvio 12.) Loput 8 % eivät halunneet tietojen siirtyvän alustalta. Avoimista vastauksista kävi ilmi, että omaan ilmoittamiseen luotettiin vahvemmin kuin toisten toimittamiin ja osa vastaajista ei uskonut tarvitsevansa tätä toimintoa koskaan. Myös tässä yhteydessä tuli esiin huoli tietoturvasuudesta ja palvelun kuluista.



Kuvio 12. Varainsiirtoveron tietojen siirtyminen alustoilta (n=650).

Puunmyyntitulon ilmoittaminen. 677:stä vastaajasta 17 prosentilla oli metsää. Heistä 89 % eli 101 vastaajaa kertoi toivovansa, että puun ostanut metsäyhtiö ilmoittaisi heidän puolestaan puunmyyntitulon Verohallintoon. 11 % ei tätä halunnut vaan ilmoittaa tulonsa mieluiten itse. Koettiin, että oma ilmoittaminen on luotettavampaa ja tulon ilmoittaminen hoituu samalla kuin vähennystenkin, jotka eivät veroilmoitukselle siirry kuin itse ilmoittamalla.

Puunmyyntitulon ja arvonlisäveron tarkastaminen. 84 % tarkastaisi puunmyyntitulon ja arvonlisäveron määrät tietokoneella. Vain muutamat vastaajat tekisivät ilmoittamisen mieluummin puhelimella, tabletilla tai paperilomakkeilla. (Kuvio 13.)



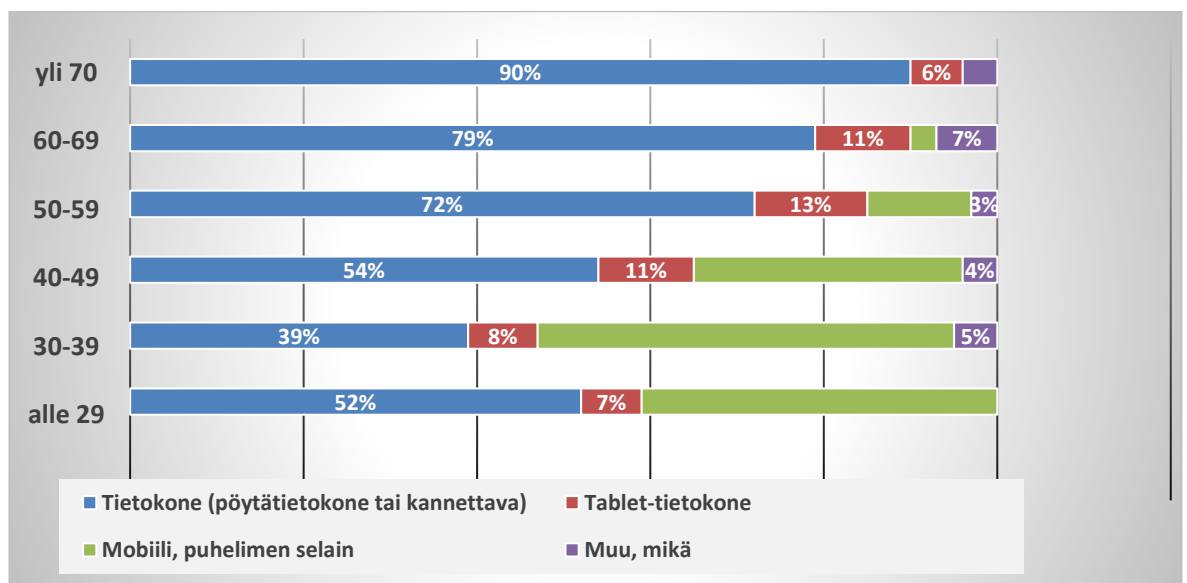
Kuvio 13. Puunmyyntitulon ja arvonlisäveron määrien tarkistamisen laitteet (n=113).

4.3.4 Ristiintaulukoinnit

Ristiintaulukoinnilla voidaan tarkastella muuttujien yhteyttä. Kyselyn vastaustulokset koskien OmaVeron käyttölaitteita, olivat kirjoittajan mielestä hyvin samansuuntaisia keskenään. Eroavaisuuksia käyttötottumuksissa löytyy vastaajien toiveissa, kun huomioidaan vastaajan ikä.

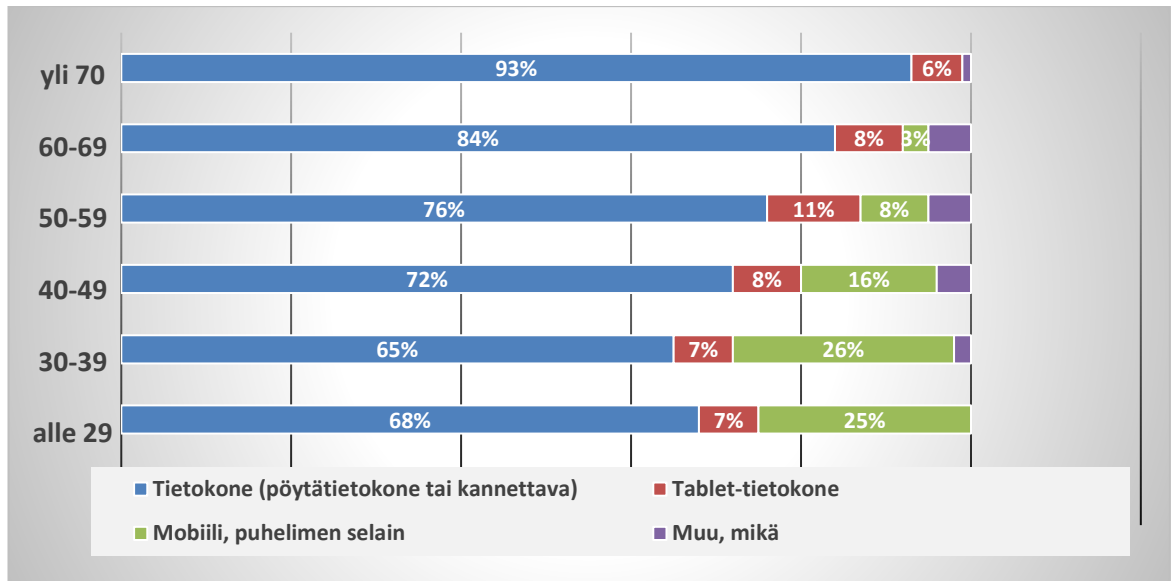
Tablet-laitteiden käyttäjiä oli kaikissa ikäryhmissä tasaisesti ja riippuen OmaVeron toiminnosta, 5-13 % halusi antaa ilmoituksensa taulutietokoneella. Jokaisessa toiminnossa 50–59-vuotiaat olivat innokkaimpia tabletin käyttäjiä.

Seuraavassa tarkastellaan käyttölaitetottumuksia suhteessa vastaajien ikään. Kuviossa 12 on nähtävissä, että käyttölaitteiden valintaan OmaVerossa vaikuttaa asiointisijan ikä. Iäkkäämmät valitsevat välineeksi pöytäkoneen, vaikka kyse olisi vain tietojen katselusta OmaVerossa (Kuvio 14.) Tilanteissa, jotka vaativat muutosten tekemistä kuten ilmoituksen korjaamista, myös nuoremmissa ikäryhmissä valitaan lisääntyvässä määrin välineeksi pöytäkone. (Kuvio 15.)



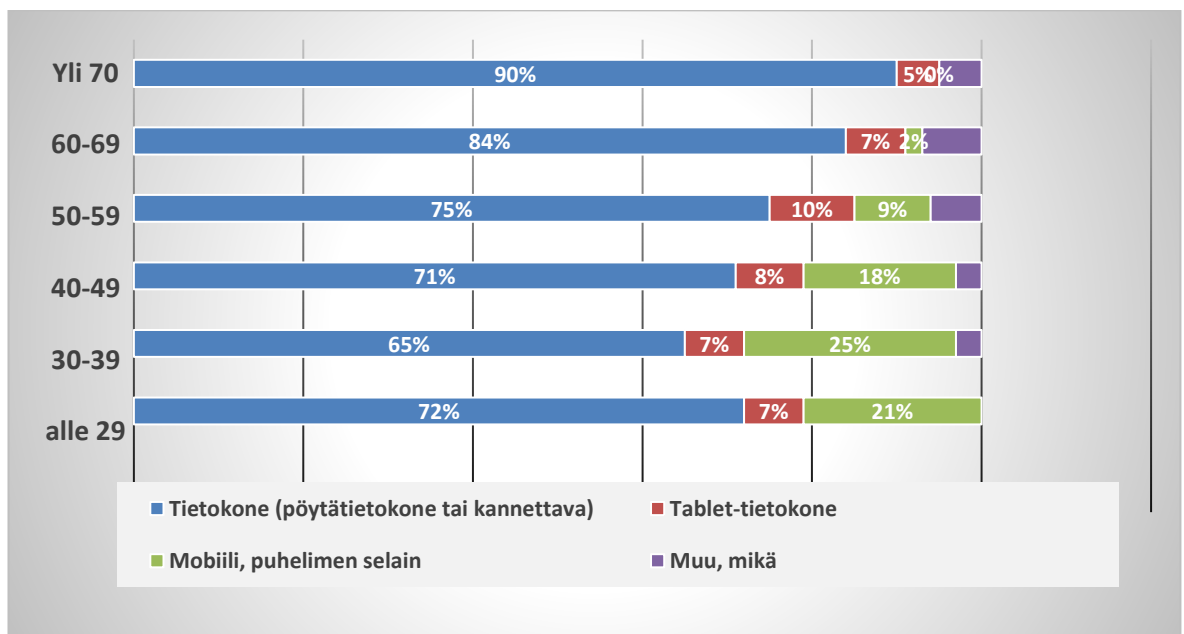
Kuvio 14. Veronpalautuksen tai jäännösveron tarkastamisen käyttölaitteet ikäryhmittäin (n=664).

Verrattaessa kuvioita 14 ja 15, voidaan nähdä, että kaikissa ikäryhmissä lisääntyy pöytätietokoneen suosio, kun tarkastamisen sijasta tarvitsee antaa uusia tai täydentää olemassa olevia tietoja. (Kuviot 14 & 15.)



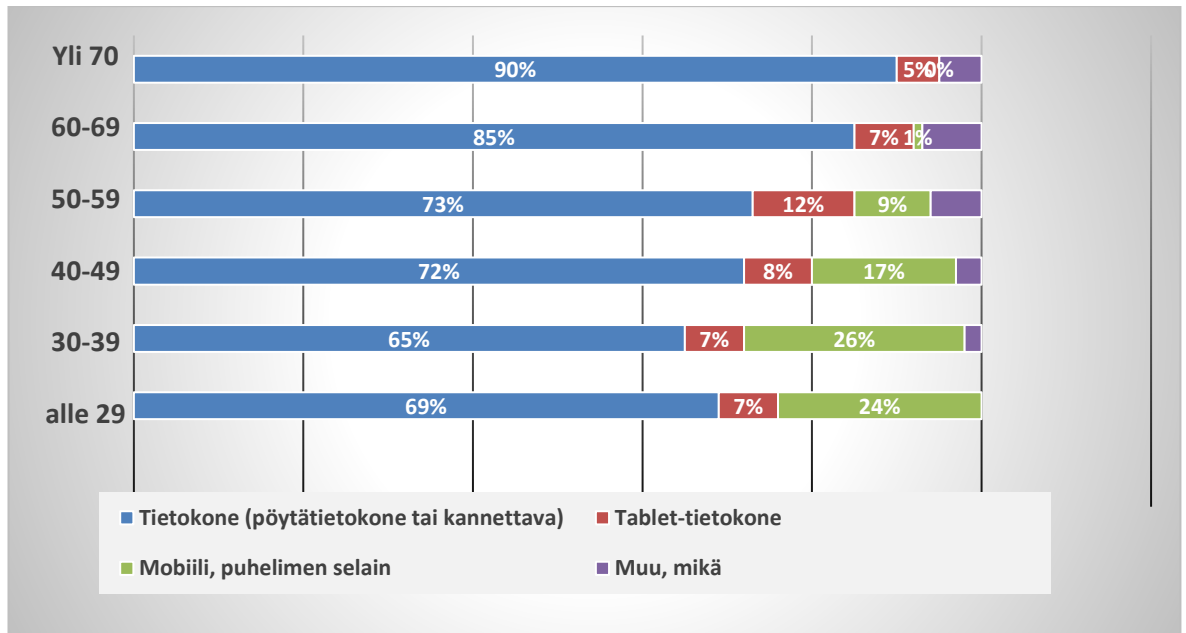
Kuvio 15. Käytölaitteet veroilmoituksen tarkastamisessa ja korjaamisessa OmaVerossa ikäryhmittäin (n=661).

Odotusten mukaisesti vastauksista on nähtävissä, että pääasiassa asiakkaat antavat mieluiten ilmoituksensa pöytäkoneella, vaikkakin alle 40-vuotiaista löytyy suurehko joukko, jotka ilmoittavat haluavansa antaa varainsiirtovero- ja lahjaveroilmoituksensa mobiilina. (Kuviot 16 ja 17.)



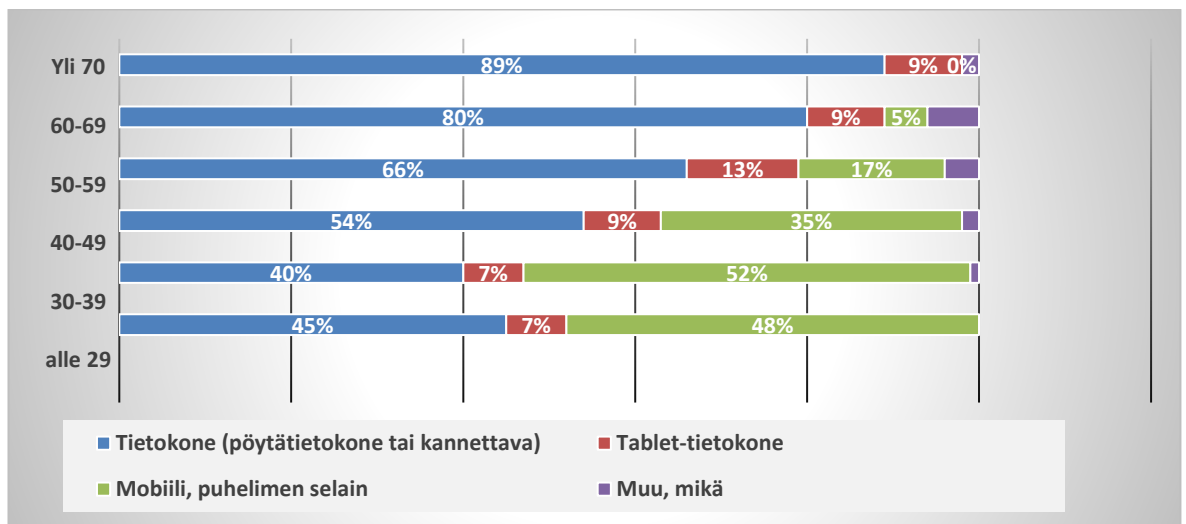
Kuvio 16. Käytölaitteet lahjaveroilmoituksen tekemiseen OmaVerossa ikäryhmittäin (n=632).

Tehtäessä varainsiirtoveroilmoitus sähköisesti OmaVerossa, se halutaan antaa käyttäen pöytäkoneetta (Kuvio 15.)



Kuvio 17. Käytölaitteet varainsiirtoveron antamiseen OmaVerossa (n=617).

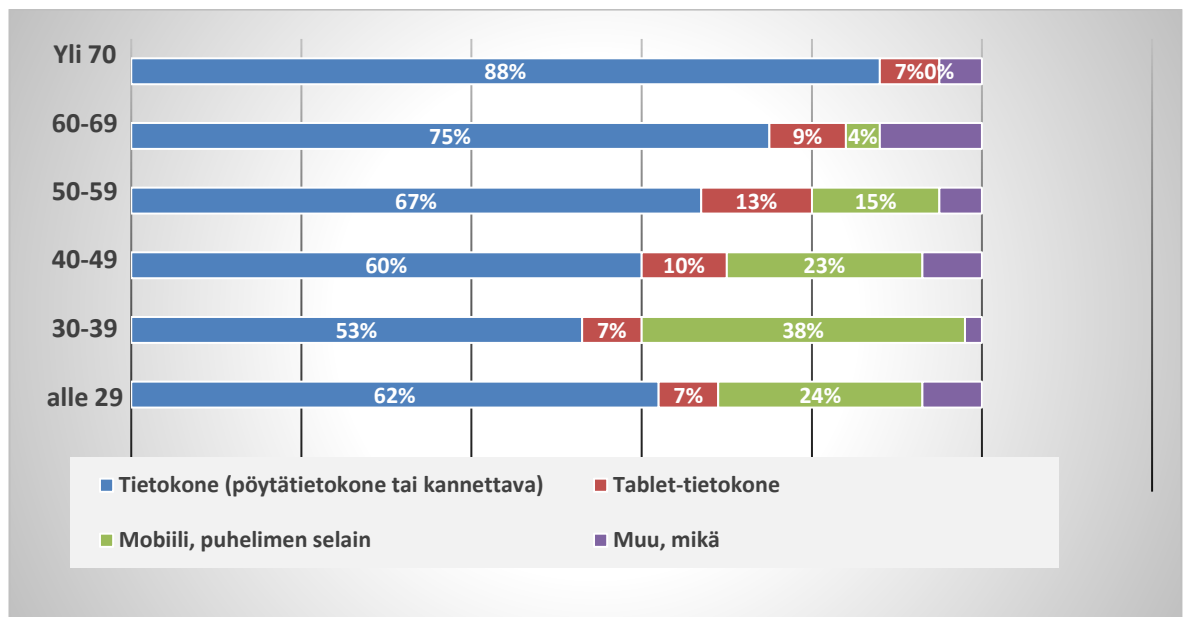
Tilinumeron ilmoittaminen halutaan tehdä useammin mobiilina kuin ilmoituksien antaminen. Kyseessä on lyhyt ja nopea toiminto. Kuvioista 15–17 on kuitenkin nähtävissä, että vanhemmissa ikäryhmissä asiointin nopeudella tai helppoudella ei ole juurikaan merkitystä ilmoituslaitteen suhteen ja pöytäkone on kaikissa OmaVerossa suoritetuissa toiminnoissa halutuin ilmoittamisen väline. (Kuvio 18.)



Kuvio 18. Tilinumeron ilmoittamiseen OmaVerossa käytettävät laitteet (n=655).

Verokortti. Verokortin tilaaminen tapahtuu täyttämällä kuluvan vuoden ansiotulot ja arvio loppuvuoden ansioista. Ellei kortti mene virkailijakäsittelyyn, on mahdollista tulostaa kortti heti valmistusvaiheessa. Siihen nähden, että puhelimesta ei korttia

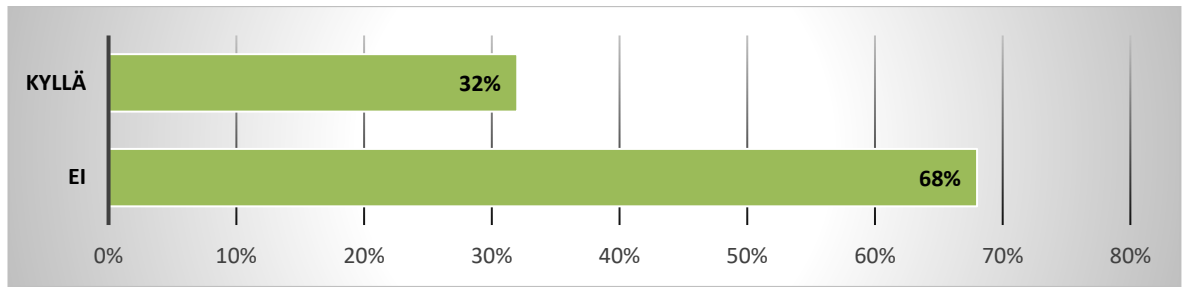
saa tulostettua, oli mobiililaitteella verokortin tilaaminen yllättävän suosittua. (Kuvio 19.)



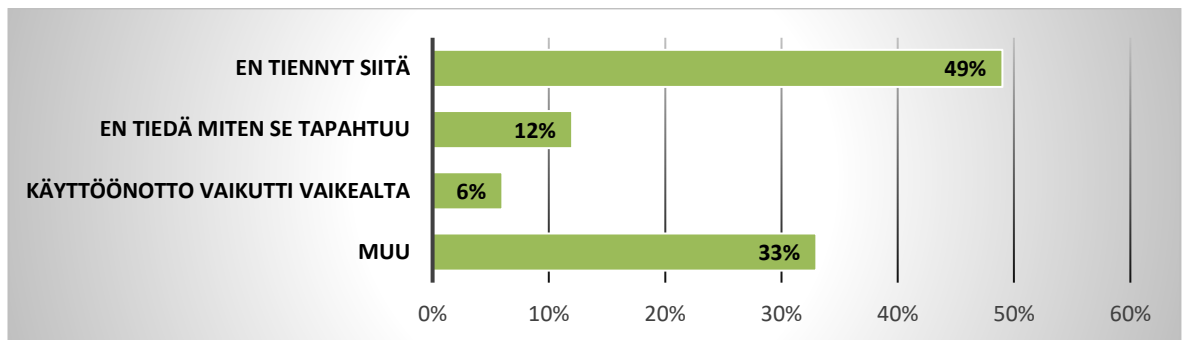
Kuvio 19. Verokortin tilaamiseen OmaVerossa käytettävät laitteet (n=637).

4.3.5 Suomi.fi.-viestipalvelua koskevat kysymykset

Kuten kuviosta 20 käy ilmi, vastasi 649 henkilöä kysymykseen Suomi.fi-viestien käyttöönotosta. Näistä vain 32 % on ottanut käyttöönsä paperittoman palvelun. (Kuvio 18.) 68 % eli 431 henkilöä kertoi, ettei ole ottanut Suomi.fi-viestejä käyttöön lainkaan. 6 % kertoi sen olevan liian vaikeaa, 12 % ei tiennyt miten se tapahtuu ja 49 % ei tiennyt koko paperittomasta palvelusta. Avoimista vastauksista tuli esiin, että sähköisen postin ajatellaan hukkuvan muun sähköpostin sekaan. Lisää sähköpostia ei haluta ja osa yksinkertaisesti haluaa veroasiansa paperipostina. Toinen vastauksista selviävä asia oli ettei Suomi.fi-palvelun toimintaa tunneta tai se on ymmärretty väärin. (Kuvio 21.)



Kuvio 20. Suomi.fi-viestien käyttöönotto (n=649).



Kuvio 21. Suomi.fi-palvelun käyttöönottamattomuuden syy (n=431).

4.3.6 Avoin palaute

Käytölaitteita koskevat kysymykset. Koska vastausvaihtoehtoina oli kolme vaihtoehtoa, jotka kaikki olivat sähköisiä, haluttiin vastaajalle mahdollisuus tuoda esiin oma vaihtoehtonsa aina kuhunkin esitettyyn tilanteeseen. Vastaukset avoimessa kentässä koskivat halukkuutta paperi-ilmoittamiseen ja jopa henkilökohtaiseen palveluun tietojen antamisen osalta. Muutama vastaaja kertoi myös, ettei omista mitään laitetta, jolla ilmoituksen voisi sähköisesti antaa.

Rajapintatietoa koskevat kysymykset. Kysyttäessä kotitalousvähennyskelpoisten tietojen siirtymisestä henkilöasiakkaan kannalta automaattisesti veroilmoitukselle, 21 % ei tätä halunnut. Vaikka se tarjoaisi helppoutta ilmoitusvelvollisille, se aiheuttaa monenlaisia epäluuloja:

- kotitalousvähennys haluttiin jo kuluvan vuoden verokortille
- henkilötunnusta ei haluta luovuttaa kotitalouspalvelutarjoavalle yrittäjälle
- tietoturvallisuutta epäillään
- yritysten ilmoitusvelvollisuustaakkaa ei haluta lisätä

- kustannusten ilmoittamisesta ajatellaan lankeavan asiakkaan maksettavaksi
- ilmoitusvastuuta ei haluta siirtää, oma ilmoittaminen koettiin luotettavampana
- byrokratian epäiltiin lisääntyvän
- yrityksen ilmoittaman tiedon tarkastamisen epäiltiin unohtuvan

Kysyttäessä varainsiirtoveroilmoituksen ilmoitusvelvollisuuden siirtymisestä pankin tai asunnonvälittäjän vastuulle, koki suurin osa, 92 %, sen hyödylliseksi. Loput kokivat epäluuloa toimivuudesta, pelkäsivät sakkoja, kuluja ja olivat huolissaan tietoturvallisuudesta.

Suomi.fi -viestipalvelu. Vastaajista niistä 68 prosentista, jotka eivät ole ottaneet viestipalvelua käyttöönsä, antoi avoimen vastauksen syistä 125 vastaajaa.

- ei olla saatu aikaiseksi vielä
- ei haluta kiirehtiä, ollaan huolissaan toimivuudesta
- ei haluta lisää sähköpostia
- ei olla varmoja, kuinka se toimii
- halutaan seurailta tilannetta
- halutaan tärkeät postit paperisena

Avoimen vastauksen mahdollistavat kohdat kyselyssä on annettu toimeksiantajan käyttöön, eikä niitä suuren määrän vuoksi esitellä lainkaan liitteenä.

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Luvussa viisi esitetään yhteenveto tutkimuksesta ja pohditaan tutkimustuloksia sekä lopuksi esitetään havaintoja.

Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena työssä oli perehtyä digitalisaatioon, toisena tavoitteena oli perehtyä asiakaskokemukseen. Opinnäytetyön kolmantena tavoitteena oli käyttäjätutkimuksen toteuttaminen, jossa selvitettiin asiakkaiden käyttömieltymyksiä laitteiden suhteen OmaVero-palvelua käytettäessä. Halutaan tietää millä laitteella asiakas haluaisi todennäköisimmin hoitaa mitään verotuksellista asiaa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, onko Verohallinnon oletama asiakkaiden käyttämistä laitteista oikea. Muita tavoitteita empiirisessä osuudessa oli selvittää kokevatko asiakkaat hyötyvänsä rajapintatiedon lisääntymisestä ja lisäksi haluttiin karkeasti selvittää, miksi asiakkaat eivät ole ottaneet Suomi.fi-viestejä käyttöönsä.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsitteli digitalisaatiota ja asiakaskokemusta. Digitalisaatioon perehdyttäessä opinnäytetyön kirjoittajalle tuli vaikutelma, että kaikki asiointi pitäisi pystyä ja haluta hoitaa puhelimella lähivuosina, vaikkakin sukupolvien kirjo väestössä on niin laaja, että näin ei tule tapahtumaan. Vaikka sähköisten palvelujen käyttäminen ei ole ikäkysymys, vaikuttaa ikä taitoihin ja rohkeuteen käyttää digitalisaation tuomia palvelumahdollisuuksia. Digitalisaatio on vaikuttanut myös asiakaskokemuksen muodostumiseen. Jo etsittäessä tietoa verkosta ennen mahdollista asiakkuutta, muodostuu ihmiselle käsitys yrityksestä, syntyy mielikuva, joka vaikuttaa asiakkuuden syntymiseen. Ihmisten ostoreitit ovat muuttuneet ja varsinaista fyysistä kohtaamista ei välttämättä enää tapahdu asiakkaan ja yrityksen työntekijän välillä ja tästä huolimatta voidaan saavuttaa hyvä asiakaskokemus. Vaikka näin tuskin syntyy ylivertainen asiakaskokemus, on helppous ja jouhevuus joissain asioinneissa paras riittävä ja toivottu asiakaskokemuksen taso.

Opinnäytetyön empiirinen osuus muodostui OmaVeron käyttäjäkyselystä toimeksiantajan tarpeiden mukaan. Toimeksiantaja halusi vahvistuksen olettamukselle siitä, millä laitteella henkilöasiakkaat OmaVeroa aikovat käyttää. Tämän lisäksi haluttiin kuulla asenteita rajapintatiedosta ja Suomi.fi-viestipalvelun käyttöönotosta. Tulokset

esitettiin kuvioin havainnollistaen ja esiin tuotiin iän vaikutus käyttölaitteiden suosi-
oon. Vastaajilta kerättiin myös vapaaehtoiset yhteystiedot mahdollista toimeksian-
tajan jatkotutkimusta ajatellen.

Käyttäjäkysely toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Lomake julkaistiin sekä
OmaVeron uloskirjautumissivulla, että Verohallinnon sosiaalisen median tileillä.

Tulokset ja johtopäätökset. Kyselyyn vastasi 698 henkilöä. Valtaosa vastaajista
sijoittui iältään välille 30–69 vuotta, mutta vastauksia saatiin kaikista ikäryhmistä.
Vastauksista nähtiin, että vastaajan ikä vaikutti käyttölaitteen valintaan. Ikäryhmistä
nuorimmat, eli ryhmät alle 40 vuotta, toivoivat useammin mobiilitoimivuutta kuin vas-
taavissa OmaVeron käyttötilanteissa vanhemmat ikäryhmät. Yli 70-vuotiaat halusit-
vat tehdä lähes kaikki toiminnot pöytäkoneella.

OmaVeron käyttäjäkyselyn tulokset kertoivat, että tietokone oli kaikissa toimin-
noissa suosituin käyttölaite ja vaikuttaa siltä, etteivät vastaajat edes odottaneet tai
pitäneet kovin todennäköisenä, että veroasioita voitaisiin oikeasti hoitaa mobiilina
ainakaan toistaiseksi. Kaikista vastanneista, kaikissa kysytyissä toiminnoissa keski-
määrin 70,5 % haluaa käyttää OmaVeroa pöytätietokoneella. Mobiilina halusi toimia
keskimäärin 15,4 %. Vaihteluväli riippuen tehtävistä toiminnoista OmaVerossa oli
11–23 % välillä. Halutuinta oli ilmoittaa puhelimen selaimella tilinumero (23 %), tar-
kastaa onko tulossa veronpalautusta tai maksettavana jäännösveroa (20 %) ja ve-
rokortin tilaaminen (17 %). Tablet-laitteella asioi innokkaimmin 50–59-vuotiaat,
mutta keskimäärin tablet-koneita käytettiin hyvin vähän, alle 10 %.

Lisääntyvää rajapintatietoa ei kyselyn vastausten perusteella otettu vastaan varauk-
settomasti. Joka viides vastaaja koki epäluuloa veroilmoitukselleen jotain muuta
kautta, kuin oman ilmoittamisen kautta tulevaa tietoa. Oma ilmoittaminen koettiin
luotettavaksi menetelmäksi. Tietoturvallisuus huolestutti vastaajia ja henkilötietojen
luovuttaminen kolmansille osapuolille tuntui vastenmieliseltä. Myöskään kolmansien
osapuolien eli yritysten ilmoitusvelvoitetaakkaa ei haluttu lisätä entisestään.

Suomi.fi-viestit oli käyttöön otettu vain 32 prosentilla vastaajista. 68 % eivät ole pal-
velua ottaneet käyttöön. Näistä puolet eivät tiedäneet palvelusta, 12 % ei tiedä miten
se tehdään ja 6 % ilmoitti sen olevan vaikeaa. Vastausten perusteella paperipostia
pidetään varmempana tapana vastaanottaa tärkeä posti.

Kysely antoi kirjoittajan mielestä hyvin suuntaa käsitykselle siitä, että vaikka olisi pienempikin veroasia hoidettavana, se tehdään mieluiten pöytäkoneella. Vastauksista oli nähtävissä, että mobiilisti haluaa toimia lähinnä nuoret henkilöt, joita oli vastaajissa hyvin vähän. Tämä vaikutti varmasti osaltaan siihen, että kyselyyn tuli vain yksi kommentti, jossa toivottiin mobiilissa ja tablettikoneella toimivaa OmaVero-sovellusta.

Kirjoittajan mielestä OmaVeron mobiilisti toimimisen kehittämiseen ei kyselyn vastausten perusteella kannata panostaa valtavasti. Vastaajat eivät tuntuneet odottavan, että siihen pystyttäisiin lähivuosina. Koska kyselyn yhteydessä kerättiin vastaneilta yhteistietoja, voisi tutkimusta laajentaa kvalitatiivisella tutkimuksella, jossa selvitettäisiin ihmisten mielipiteitä tarkemmin. Näin saataisiin lisää tietoa, jonka perusteella tarkentuisi, mitä viedään mobiiliskaalautuvaan muotoon ensin. Olisi tärkeää, että asiakkaat tottuisivat käyttämään OmaVeroa ensisijaisena kanavanaan asioinnissaan Verohallintoon. Asiakasta yritetäänkin saatella opastavaan ja mahdollisimman selkeään OmaVeroon, jossa halutaan asiakkaan antavan vapaan selittelyn sijaan pelkän kysytyn tiedon.

Asiakkaalle ei tule tarjota erinomaista asiakaskokemusta, *vaan korkeintaan ennalta odotettava kokemus* käyntiasioinnissa verotoimistossa tai puhelimitse, koska näin asiakas ei näe syytä siirtyä digitaalisten palvelujen pariin ja toimia sähköisesti. Vaikka jonot ajavat osaltaan asiakasta sähköisen asioinnin pariin, tulisi tarjota tilalle muita tehokkaita keinoja ratkaista asiakkaan ongelma.

Enemmistö vastaajista koki rajapintatiedon hyödyllisenä. Rajapintatietoja hyödyntämällä ja tietojen automatisoinnilla voisi mahdollisesti olla vaikutusta myös asiakkaiden yhteydenottotarpeen vähenemiseen. Vaikka asiakkaita tulee aina olemaan sekä käyntiasioinnissa että puhelimitse, kirjoittajan mielestä tulisi myöntää puhelinpalvelun vanhanaikaisuus ja se tosiasia, että palvelutarpeeseen ei voida vastata ilman nykyaikaisempaa otetta. Jotta puhelinjonot ja jonot käyntiasioinnissa saataisiin pienemmäksi, tulisi tarjota neuvot tehokkaammin nopeammassa paketissa. Siksi Verohallinnon tulisi tarjota chat-palvelua asiakkailleen nykyistä runsaammin, sekä otettava käyttöön chatbot, joka toimii vuorokauden ympäri. Veroilmoittamisen ruuhka-aikoihin on havaittavissa Verohallinnon kaikissa palvelukanavissa sekä medioissa ihmisen tyytymättömyys palvelun saannin vaikeuteen. Runsaammalla chat-

palvelulla voidaan vaikuttaa muiden palvelukanavien jonotusaikoihin tarjoamalla selkeisiin kysymyksiin apua. Chat-palvelun etuna on mahdollisuus lähettää asiakkaalle vastauksena linkki suoraan asiakkaan tarpeeseen. Näin asiakas voi löytää itse vastauksen kysymykseensä.

LÄHTEET

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus: Tee asiakkaistasi faneja. Helsinki: Kauppakamari.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. [Verkkokirja]. Helsinki: Docendo. [Viitattu 10.5.2019]. Saatavana SeAMK Kirjastosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Finnchat. 2015. Tutkimus: Kolmasosalla asiakkaista on ongelmia verkkokaupassa. [Verkkojulkaisu]. Finnchat. Saatavana: <https://finnchat.com/tutkimus-kolmasosalla-asiakkaista-on-ongelmia-verkkokaupassa/>
- Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus: Oppia kansainvälisiltä huipuilta. [Verkkokirja]. Helsinki: Alma Talent. [Viitattu 11.3.2019]. Saatavana SeAMK Kirjastosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Gerdt, B. & Korkiakoski, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. [Verkkokirja]. Talentum Pro. [Viitattu 11.3.2019]. Saatavana SeAMK Kirjastosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Henkilöasiakkaan veroasiat 2022: Verotus tehdään sinulle. Ei päiväystä. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Verohallinto. Viitattu 8.3.2019]. Saatavana: <https://www.vero.fi/contentassets/614c78c651d643069d7708064f916e35/henkilöasiakkaiden-sähköiset-palvelut-2018-2022.pdf>
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: yritysjohdon käsikirja. [Verkkokirja]. Helsinki: Talentum. [Viitattu 8.3.2019]. Saatavana SeAMK Kirjastosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Kauppalehti. 3.1.2019. Pääkirjoitus: Verottaja on digiloikan edelläkävijä Suomessa. [Verkkolehti]. Helsinki: Alma Media. [Viitattu 8.3.2019] Saatavana: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/verottaja-on-digiloikan-edellakavija-suomessa/504877e6-77ac-40c1-88dd-a4262701cea6>
- Kuuri, S., 2019. Valmis-hanke. OmaVeron palveluomistaja. Verohallinto. Haastattelu 3.1.2019. Seinäjoki.
- L 18.12.1557/1995. Verohallintolaki.
- Leviäkangas, P. 22.2.2019. Digitalisaatio ei aina lisää tuottavuutta. [Verkkoartikkeli]. Helsingin Sanomat. [Viitattu 7.3.2019]. Saatavana: <https://www.hs.fi/mielipide/art-200006009585.html>

- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. [Verkkokirja]. Helsinki: Talentun Media Oy. [Viitattu 11.3.2019]. Saatavana SeAMK Kirjastosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Matilainen, J. 26.3.2015. Digitaalisuus – mistä oikein on kyse? [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Digitalist. [Viitattu 26.4.2019]. Saatavana: <https://digitalist.global/talks/digitalisuus-mista-oikein-on-kyse/>
- Mobiili.fi. 16.4.2019. Nämä seitsemän asiaa hoidetaan yhä useammin mobiililaitteilla. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Mareti Media Oy. [Viitattu 26.4.2019]. Saatavana: <https://mobiili.fi/2019/04/16/nama-7-raha-asiaa-hoidetaan-yha-useammin-mobiililaitteilla/>
- OmaVeron palvelukonsepti. Ei päiväystä. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Verohallinto. [Viitattu 8.4.2019]. Saatavana Verohallinnon Intrasta.
- Suomalaiset eivät luota yrityksiin henkilötietojen käsittelijöinä – nuoret miehet kaikkein epäluuloisimpia. 13.2.2019. [Verkkolehtiartikkeli]. Helsingin Sanomat. Viitattu 7.3.2019]. Saatavana: <https://www.hs.fi/teknologia/art-2000005999418.html>
- Terveys- ja hyvinvoinnin laitos (THL). 2018. Osaaminen ja asenne selittävät sähköisten sote-palvelujen käyttöä – ei ikä. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: THL 2019. [Viitattu 26.4.2019]. Saatavana: <https://thl.fi/fi/-/osaaminen-ja-asenne-selittavat-sahkoisten-sote-palvelujen-kayttoa-ei-ika>
- Tilastokeskus. 2017. Matkapuhelin yhä suosituampi laite internetin käyttöön – käyttötarkoitukset monipuolistuvat. [Verkkosivu]. Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu 7.3.2019 ja 26.3.2019]. Saatavana: https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html
- Tilastokeskus. 2018. Kotitaloudessa kannettava tietokone 2018, %-osuus talouksista. [Verkkosivu]. Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu 8.3.2019]. Saatavana: https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tau_002_fi.html
- Tulorekisteri. 12.11.2018. Tulorekisterin tekninen rajapinta. [Verkkosivu]. Helsinki: Tulorekisteri. [Viitattu 24.4.2019]. Saatavana: <https://www.vero.fi/tulorekisteri/yritykset-ja-organisaatiot/suorituksen-maksajat/ilmoittamisen-kanavat/tekniikan-rajapinta/>
- Valtiovarainministeriö. Ei päiväystä. Sähköiset palvelut. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Valtiovarainministeriö. [Viitattu 8.3.2019]. Saatavana: <https://vm.fi/sahkoiset-palvelut>
- Vento, T., Ei päiväystä. Mitä on digitalisaatio? [Verkkosivu]. Helsinki: Fountain Park 2017–2019. [Viitattu 7.3.2019] Saatavana: <https://www.fountain-park.fi/mita-on-digitalisaatio/>

- Verohallinto. Ei päiväystä. Omavero. [Verkkajulkaisu] Helsinki: Verohallinto. (Viitattu 8.3.2019) Saatavana: <https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/>
- Verohallinnon Intra. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Helsinki: Verohallinto Saatavana verohallinnon virkailijat
- Verohallinnon strategia 2019–2024. 8.1.2019. [Verkkosivu]. Helsinki: Verohallinto. [Viitattu 7.3.2019]. Saatavana: https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon_esittely/verohallinnon_strategia/
- Verohallinnon sosiaalisen median linjaus 2017. Ei päiväystä. [Viitattu 11.3.2019]. Saatavana Verohallinnon Intrassa.
- Viik-Kajander, M. Ei päiväystä. Digitalisaation johtaminen vaatii joukkoja. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Fountain Park 2017–2019. [Viitattu 7.3.2019] Saatavana: <https://www.fountainpark.fi/digitalisaation-johtaminen-vaatii-joukkoja/>
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

LIITTEET

Liite 1. OmaVeron käyttäjäkysely

Liite 2. Verohallinnon kanavaolettama OmaVeron käytöstä

Liite 3. Verohallinnon rajapintatyö



OmaVeron käyttäjäkysely

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 - 6 minuuttia ja se koskee OmaVeron käyttötottumuksia.

1. Ikäsi

- alle 29
- 30 - 39
- 40 - 49
- 50 - 59
- 60 - 69

- yli 70

2. Tilanteesi tällä hetkellä

- Työssäkäyvä
- Eläkeläinen
- Yrittäjä
- Opiskelija
- Työtön
- Muu, _____ mikä?

3. Oletko jo käyttänyt OmaVeroa?

- Kyllä
- Ei

4. Veronpalautusta vai jäännösveroa maksettavana: Millä laitteella tarkistat sen todennäköisimmin?

Muistatko, onko sinulle tulossa veronpalautusta vai mätkyjä? Voit tarkastaa verotuspäätöksesi ja maksaa mahdollisen jäännösveron OmaVerossa.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

5. Tuloveroilmoituksen tarkastaminen ja korjaaminen: Mitä laitetta käytät tietojen korjaamiseen?

Posti toi sinulle esitetytyn veroilmoituksen tai sait heräteviestin, että verotuspäätöksesi on OmaVerossa. Huomaat, että sinun tarvitsee muuttaa ainakin matkakuluja ja lisätä kotitalousvähennys.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

6. Tulojen ja vähennysten tarkastaminen ja ilmoittaminen:

Ostaessasi kotitalousvähennyskelpoisia palveluja, ilmoitetaan ne täydentämällä esitettyä veroilmoitusta verkossa tai lomakkeella. Kokisitko hyödylliseksi, että jo palvelun oston/maksun yhteydessä tieto siirtyisi Verohallintoon työn tekijäyrityksen ilmoittamana ja olisi siten jo valmiina esitetyllä veroilmoituksellasi?

- En haluaisi. _____ Miksi?
- Koen hyödylliseksi. _____ Miksi?

7. Mitä laitetta käyttäisit vuokraustoiminnan tietojen oikeellisuuden tarkastamiseen?

Jos sinulla on sijoitusasunto, joka on vuokrattuna, sinulla on ilmoitettavia tai tarkistettavia vuokratuloja ja -menoja.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

8. Verokortin tilaaminen tai tuloajan muuttaminen: Millä laitteella teet uuden verokortin OmaVerossa?

Saat ilahduttavan puhelun, jossa kerrotaan sinun saaneen hakemasi työpaikan. Verokorttisi tuloraja pitää tarkastaa ja mahdollisesti korottaa.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

9. Tilinumero: Millä laitteella ilmoittaisit uuden tilinumeron OmaVerossa?

Sinulla on uusi tilinumero, joka ei ole Verohallinnon tiedossa vielä.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

10. Lahjaveroilmoituksen tekeminen: Mitä laitetta käyttäen antaisit sen OmaVerossa?

Olet saanut lahjaksi tontin ja haluat antaa siitä lahjaveroilmoituksen.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

11. Varainsiirtoveron ilmoittaminen ja maksaminen: Mitä laitetta käyttäisit varainsiirtoveroilmoituksen antamiseen OmaVerossa?

Olet hankkinut sijoitusasunnon. Sinun tulee antaa varainsiirtoveroilmoitus.

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

12. Kokisitko hyödylliseksi, jos tiedot siirtyisivät asuntokaupan tehdessäsi suoraan pankin tai välittäjän käyttämän alustan kautta Verohallintoon varainsiirtoveroilmoituksen antamisen sijasta?

- Kyllä
- En. _____ Miksi?

13. Onko sinulla metsää?

- Kyllä
- Ei

14. Puunmyyntitulon tarkastaminen ja ilmoittaminen:

Olet myynyt uudesta metsästäsi puuta metsäyhtiölle. Olisiko mielestäsi hyödyllistä, että metsäveroilmoituksen antamisen sijaan tiedot saamistasi puunmyyntituloista sekä arvonlisäveron määrä siirtyisivät Verohallintoon automaattisesti ja siten myös esitäytetylle veroilmoituksellesi? Kyllä

- Ei

15. Millä laitteella tarkastaisit puunmyyntitulon ja arvonlisäveron määrien oikeellisuuden?

- Tietokone (pöytätietokone tai kannettava)
- Tablet-tietokone
- Mobiili, puhelimen selain
- Muu, _____ mikä

16. Oletko ottanut käyttöön Suomi.fi-viestit?

- Kyllä
- Ei

17. Miksi et ole ottanut käyttöön Suomi.fi-viestejä?

- En tiennyt siitä
- En tiedä miten se tapahtuu
- Käyttöönotto vaikutti vaikealta
- Muu _____

18. Oletko kiinnostunut vastaamaan lyhyeen haastatteluun OmaVeroon liittyen?

Etunimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

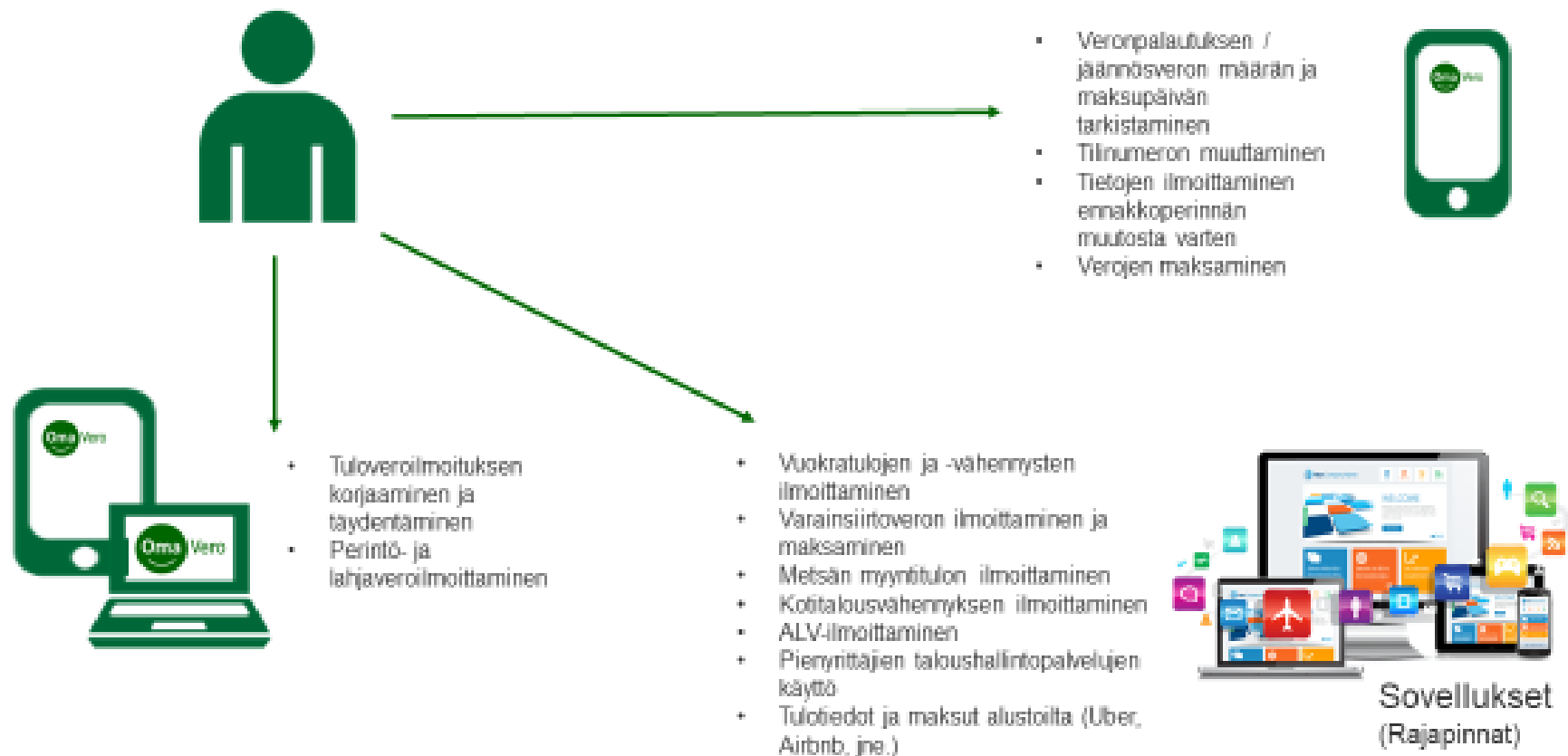
Soittoaikatoive

Haastattelu kestää muutaman minuutin ja sen on tarkoitus täsmentää valittuja vaihtoehtoja.

Antamiasi tietoja ei käytetä muuhun kuin mahdolliseen haastatteluun ja annetut tiedot hävitetään kyselyn päätyttyä.

Lisätietoa https://www.vero.fi/tietoaverohallinnosta/verohallinnon_esittely/tietojen_kasittely

Henkilöasiakkaan verotukselliset tarpeet ja oletetut ensisijaiset sähköiset kanavat niiden hoitamiseen



Ekosysteemejä, joissa Vero mukana - Rajapintatyö

