



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sanni Pohjola

TILITOIMISTOT OMAVERON KÄYTTÄJÄNÄ

Käyttäjäkokeuskysely

Liiketalous
2021

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Sanni Pohjola
Opinnäytetyön nimi	Tilitoimistot OmaVeron käyttäjänä
Vuosi	2021
Kieli	suomi
Sivumäärä	49 + 2 liitettä
Ohjaaja	Ossi Koskinen

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää millaisena asiointipalveluna alle 100 asiakkaan tilitoimistot kokevat Verohallinnon OmaVero-palvelun ja kuinka he toivovat palvelun kehittyvän tulevaisuudessa. Tilitoimistoille lähetettävän käyttäjäkokemuskyselyn tarkoituksena on kerätä Verohallinnolle tietoa, kuinka käyttäjäystävällinen palvelu OmaVero tällä hetkellä on ja millaisia kehitysideoita tilitoimistokäyttäjillä on asiointipalveluun.

Teoreettinen viitekehys koostuu pitkälti Christian Grönroosin palvelun johtamisen ja markkinoinnin malleista sekä asiakassuhteen merkityksestä palvelun kehittämisen ja markkinoinnin näkökulmasta. OmaVeroa tarkastellaan myös Verohallinnon verkkosivuilta löytyvien ohjeistuksien avulla, jotta sähköinen asiointipalvelu tulee opinnäytetyössä mahdollisimman tutuksi. Käyttäjäkokeemus kysely toteutetaan määrällisenä eli kvantitatiivisena kyselytutkimuksena ja kysely lähetetään osana Verohallinnon uutiskirjettä, jonka tilaajana on monia erikokoisia tilitoimistoja.

Käyttäjäkokeemuskyselyyn saatiin kattavasti luotettavaa tietoa siitä, millaisena asiointipalveluna OmaVero koetaan. Kyselyyn vastasi monta erikokoista tilitoimistoa ja vastaajien kehitysideat ja kommentit tukivat toinen toisiaan. OmaVero-palvelu on käytössä suurimmalla osalla tilitoimistoista ja OmaVero koetaan suurimmaksi osin toimivaksi. OmaVeron toivotaan kehittyvän eniten maksujen ja palautuksien kohdistamisen osalta ja asiointipalvelusta halutaan selkeämpää raportointia maksujen ja palautuksien kohdistuksesta ja kuinka nämä näkyvät asiointipalvelussa.

ABSTRACT

Author	Sanni Pohjola
Title	Accounting Firms as a MyTax User
Year	2021
Language	Finnish
Pages	49 + 2 Attachment
Name of Supervisor	Ossi Koskinen

The purpose of this thesis was to find out how accounting firms that have fewer than 100 customers experience the Tax Administration's MyTax service and how they hope the service will develop in the future. Another objective of this study was to collect information for the Tax Administration on the usability of MyTax and gather development ideas from accounting firms.

The theoretical framework consists largely Christian Grönroos' service management and marketing models and importance of the customer relationship from the perspective of service development and marketing. MyTax is also examined using the instructions on the Tax Administration's website so that the e-service becomes as familiar as possible in the thesis. The survey was carried out as a quantitative survey, and the survey was sent out in the Tax Administration's newsletter, which is commissioned by many accounting firms of different sizes.

The user experience survey provided comprehensive and reliable information on how MyTax is perceived as. Many different size accounting firms responded to the survey and the development ideas and in the comments, responses supported each other. The MyTax service is used by most accounting firms and the service is found to be mostly functional. It is hoped that MyTax will develop most in terms of the allocation of fees and refunds. MyTax also needs clearer reporting on the allocation of payments and refunds and how these are reflected in MyTax.

Keywords services marketing, electronic transactions, user experience, tax administration

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Opinnäytetyön tausta	7
1.2	Opinnäytetyön tutkimusongelma, tavoite ja rajaukset	8
1.3	Opinnäytetyön rakenne	9
2	PALVELUMARKKINOINTI.....	10
2.1	OmaVero palvelunäkökulmasta.....	10
2.2	Asiakaskokemuksen merkitys palvelun laadussa	15
2.3	Palvelun laatu ja tekniikka	18
3	OMAVERON TOIMINNALLISUUDET	22
3.1	Kirjautuminen OmaVeroon.....	22
3.2	OmaVeron etusivu ja toiminnallisuudet	23
3.2.1	Veroilmoitusten antaminen	25
3.2.2	Verot ja maksut	26
3.2.3	OmaVeron kirjeet ja päätökset	27
4	KÄYTTÄJÄKYSELY TILITOIMISTOILLE	28
4.1	Tutkimuksen tavoite ja rajaukset.....	28
4.2	Tutkimusmenetelmä	29
4.3	Kyselytutkimuksen kysymykset	30
5	KÄYTTÄJÄKOKEMUS KYSELYN TULOSTEN ARVIOINTI.....	32
5.1	Käyttäjäkokeuskyselyn taustakysymykset.....	32
5.2	Asiointi OmaVerossa	34
5.3	OmaVero-palvelun käytettävyys ja kehitysideat	39
6	LOPPUPÄÄTELMÄT JA OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI.....	44
	LÄHTEET	46

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Kaksi palvelun laatu-ulottuvuutta.	16
Kuvio 2. NetOffer-Malli. (Grönroos 2009.)	20
Kuvio 3. Tilitoimiston toimipiste.	33
Kuvio 4. Tilitoimiston asiakkaiden lukumäärä.	34
Kuvio 5. Tilitoimiston asiakasryhmät.	35
Kuvio 6. Kuinka usein OmaVero-palvelua käytetään.	36
Kuvio 7. Mitä veroja/veroasioita hoidettiin edellisellä asiointikerralla.	38
Kuvio 8. Miten veroasia hoidettiin, jos asiointi ei onnistunut OmaVerossa.	41
Kuva 1. OmaVeron etusivu (Kuvakaappaustyökalu)	24
Kuva 2. Tilitoimisto: vastaa kyselyyn OmaVerosta (Kuvankaappaustyökalu)	29
Taulukko 1. Asiakkaiden suhde ja vaihtohakuisuus.	13
Taulukko 2. Tyytyväisyys OmaVero-palveluun.	41

LIITELUETTELO

LIITE 1. Käyttäjäkokemus kysely

LIITE 2. Kooste kehitysehdotuksista (salainen)

1 JOHDANTO

Verohallinnon sähköisessä asiointipalvelussa, OmaVerossa, yksityishenkilöt ja yritykset voivat ilmoittaa ja maksaa veroja sekä tarkastella verotietojaan. Asiointipalveluun kirjaudutaan verohallinnon sivujen kautta omilla henkilökohtaisilla pankkitunnuksilla tai mobiilivarmenteella. Sähköiseen OmaVero palveluun on tuotu vuosittain eri toiminnallisuuksia ja viimeisimpänä vuoden 2020 lopussa auto- ja valmisteverotuksen ilmoitusten jättäminen on tullut mahdolliseksi OmaVeroon. Seuraavaksi, marraskuussa 2021, OmaVeron ulkoasua päivitetään, vanhoja toiminnallisuuksia parannetaan sekä tuodaan kokonaan uusia toiminnallisuuksia asiointipalveluun.

1.1 Opinnäytetyön tausta

Työskentelen Verohallinnon asiakaspalvelussa yhteisöasiakkaiden neuvonnassa ja sain idean opinnäytetyöhön työpäivän aikana. Asiakaspalvelussa saa kuulla päivittäin asiakkaiden kokemuksia OmaVerosta ja siitä, mikä palvelussa toimii ja mikä ei. Asioinnin yhteydessä palautteita ja kehitysideoita kirjoitetaan ylös, mutta ajattelin, että sähköisesti lähetetty käyttäjäkokemuskysely tavoittaisi määrällisesti enemmän tilitoimistoja ja kysymysten avulla voisi analysoida vastauksia kattavammin.

Mielestäni aihe on sekä ajankohtainen että mielenkiintoinen, joten vein ajatuksen käyttäjäkokemuskyselystä eteenpäin Verohallinnossa. Verohallinto lähti mukaan käyttäjäkokemuskyselyn toteuttamiseen ja tutkimuksessa on tarkoitus selvittää millaisena palveluna tilitoimistot kokevat OmaVeron. Vastaavanlainen kysely OmaVeron käyttäjäkokemuksesta on tehty aiemmin henkilöasiakkaille, jonka vuoksi sähköisesti lähetetty kysely on koettu hyödylliseksi tavaksi kerätä OmaVeron käyttäjäkokemuksia.

OmaVeron on tulossa muutoksia marraskuussa 2021, jonka vuoksi käyttäjäkokeemus kysely on ajankohtainen ja kyselyn avulla tilitoimistoilla on mahdollisuus ilmoittaa kehitysideoita palvelun toiminnallisuuksiin ja antaa tietoja toiminnallisuuksista mitä palveluun kaivataan.

1.2 Opinnäytetyön tutkimusongelma, tavoite ja rajaukset

Opinnäytetyön tutkimusongelman voi tiivistää kysymykseen: Onko OmaVero käyttäjäystävällinen tilitoimistoille. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää:

- mitä toimintoja tilitoimistot käyttävät OmaVero-palvelussa,
- kuinka päivittäisessä käytössä sähköinen asiointipalvelu on tällä hetkellä,
- kuinka käyttäjäystävällisenä palveluna OmaVero koetaan ja
- mitä kehittämisideoita tilitoimistokäyttäjillä on OmaVero-palveluun.

Kyselyn alatavoitteena on kerätä OmaVeron käyttäjäkokemuksia ja kehitystarpeita vuoden lopussa tulevaan versionostoon liittyen. Versionoston yhteydessä OmaVeron ulkonäköön ja toiminnallisuuksiin on tulossa muutoksia ja kehitysvaiheessa käyttäjäkokemukset ja kehitysideat ovat tervetulleita. Näin OmaVerosta voidaan tehdä entistäkin käyttäjäystävällisempi.

Käyttäjäkokemuskysely lähetetään keväällä 2021 kirjanpitäjille, jotka ovat tilanneet Verohallinnon ilmaisen uutiskirjeen tilitoimistoille ja yritysasiakkaille. Uutiskirjeeseen lisätyn kyselyn avulla on tarkoitus tavoittaa varsinkin pienemmät tilitoimistot, joilla on enintään 100 asiakasta. Kyselyssä halutaan rajata pois suuremmat tilitoimistot, sillä oletuksena on, että suuremmat tilitoimistot käyttävät ilmoittamiseen jatkossa enenemissä määrin muita sähköisiä rajapintoja. Koska kysely lähetetään uutiskirjeen liitteenä, tarkkaa vastaanottajaa määrää ei ole mahdollista määrittää, mutta tarkoituksena on saada vähintään 100 vastausta, jotta otos voidaan katsoa todenmukaiseksi.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan OmaVero-palvelua palvelutuotteen laadun ja palvelumarkkinoinnin näkökulmasta sekä tutustutaan OmaVeron toiminnallisiin muun muassa Verohallinnon verkkosivuilta löytyvien ohjeiden avulla. Palvelutuotteen laadun tarkastelussa tukeudutaan suurimmaksi osaksi Christian Grönroosin palvelujen laadun johtamisen teorioihin.

Teoriaosuuden jälkeen esitetään käyttäjäkokemuskyselyn kysymykset ja tutustutaan tarkemmin kyselyn toteuttamiseen. Kysely toteutetaan määrällisenä eli kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Käyttäjäkokemuskyselyn sisältöä sekä kyselyyn vastanneita tilitoimistoja käydään läpi tarkemmin luvussa neljä Käyttäjäkokemuskysely tilitoimistoille. Uutiskirjeen liitteenä lähetetty kysely on opinnäytetyön liitetiedostoissa.

Tutkimuksen analysointi on luvussa viisi ja kyselyssä esitettyjä kysymyksiä analysoidaan yksitellen ja havainnollistamisen helpottamiseksi käytetään visuaalisia kuvia. Kuudennessa luvussa loppupäätelmät ja opinnäytetyön arviointi käydään läpi tiivistetysti kyselyn myötä tehdyt johtopäätökset ja pohditaan myös voiko kyselyä lähettää tilitoimistoille uudestaan esimerkiksi vuoden päästä. Mahdollista jatkotutkimusta tai kyselyn uusimista on jo alustavasti mietitty, jos vastauksia saadaan uutiskirjeeseen liitetyn kyselyn osalta tarpeeksi ja kyselyn vastauksia voidaan pitää luotettavina.

2 PALVELUMARKKINOINTI

Tässä luvussa tarkastellaan sähköistä asiointipalvelua OmaVeroa palvelunmarkkinoinnin ja -johtamisen näkökulmasta. Palvelumarkkinointiin kuuluu suureksi osaksi asiakaslähtöisyys ja asiakaskokemuksen merkitys organisaatiossa ja yrityksen strategiassa.

2.1 OmaVero palvelunäkökulmasta

Christian Grönroosin mukaan palvelunäkökulma tarkoittaa sitä, että asiakassuhteita koskevat palvelut ovat yritykselle strategisesti tärkeitä ja jotka on lähtenyt asiakkaiden tarpeesta. Asiakkaat etsivät ratkaisuja palvelun toimittajalta jokapäiväisen elämän ja päivittäisten toimintatapojen helpottamiseksi ja näitä toimintoja kutsutaan arvontuottamisprosessiksi. Asiakkaat eivät siis etsi suoranaisesti tuotteita tai palvelua vaan ratkaisuja, jotka ovat avuksi jokapäiväisessä elämässä. Arvontuottamisprosessi kostuu tuotteen tai palvelun toimivuudesta, mutta suurimmaksi osin ratkaisuista, jotka palvelevat asiakkaan arvonluontiprosesseja. Kun ajatellaan, että palvelulla tarkoitetaan asiakkaiden toimintojen ja eri prosessien tukemista, kaikki erilaiset ratkaisut kuten tavarat, palvelut ja näiden yhdistelmät ovat asiakkaan näkökulmasta palveluja. Verohallinnon strategiasta 2019–2014 käy ilmi, kuinka asiakaslähtöisyys ohjaa Verohallinnon toimintaa ja kuinka palvelun kehittämisen perustana on asiakasymmärrys ja asiakkaiden osallistaminen. Sähköisen OmaVero-asiointipalvelun tarkoituksena on helpottaa asiakkaiden asiointia. Palvelunäkökulma näkyy myös Verohallinnon visiossa, jossa verotus sulautuu vaivattomasti arkeen. Verohallinnon visiona onkin tuottaa parasta verotusta – yhdessä. (Grönroos 2009, 25–26; Verohallinto 2021a.)

Verohallinto on kehittänyt ja kehittää jatkuvasti tarjoamiaan sähköisiä palveluja ja muun muassa OmaVeroa kehitetään yhdessä asiakkaiden kanssa. Asiakkaille tarjotaan muun muassa sähköistä viestinvaihtoa asiakkaiden ollessa tunnistautuneena OmaVerossa sekä vero.fi-sivuilla Chatbotin apua yleisiin tiedonhakuun sekä

OmaVeron toiminnallisuuksiin liittyviin ongelmiin. Asiointi on pyritty toteuttamaan ”yhden luukun periaatteella”, jolloin puhelimitse saa neuvoa sähköisessä asiointissa kuten OmaVeron-toiminnallisuuksissa ja asiakas voi jopa jakaa OmaVero näkymää virkailijalle saadakseen apua ilmoituksen antamisessa ja lähettämisessä. Verohallinto onkin markkinoinut OmaVero-palvelua tiedotteissaan lauseella ”hoida veroasiasi yhdessä osoitteessa”. (Verohallinto 2018.)

Palveluihin kuuluu luonnollisesti suhteita ja itse palvelutilannetta voidaan ajatella prosessina. Palveluntarjoaja on läsnä prosessissa ja toimii vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, oli vuorovaikutus sitten konkreettisesti läsnä tai ei. Yksittäisenkin vuorovaikutustilanteen vuoksi palveluntarjoajan ja asiakkaan välille voi muodostua luja ja kannattava suhde. Asiakassuhteiden näkökulmasta suhdemarkkinointi on noussut uudelleen yhdeksi markkinoinnin ajatusmalliksi ja asiakassuhteisiin pohjautuvaa markkinointia pidetään vaihtoehtona vastikkeelliselle vaihtamiselle. Palvelunäkökulman ollessa organisaation strategisena lähestymistapana aiheuttaa välttämättä asiakassuhteisiin keskittymistä, joita yrityksellä on eri sidosryhmien ja asiakkaiden kanssa. Tämän vuoksi yrityksen, joka toimii palvelukilpailussa, on välttämätöntä ymmärtää asiakassuhteisiin perustuvaa markkinointia. (Grönroos 2009, 30.)

Yritys on aina yhteydessä asiakkaaseen, joten on luonnollista, että palvelujen markkinointia koskevien mallien, teorioiden ja käsitteiden perustana käytetään suhteita. Vuorovaikutus asiakkaan ja yrityksen välillä voi olla lyhyttä tai pitkäaikaista ja se voi sisältää useita kontakteja ennen kuin palveluasointi on käyty loppuun. Näissä tilanteissa osapuolten välille muodostuu asiakassuhde, joka voi päättyä, jos osapuolet eivät ole toimintaan tyytyväisiä. Suhdenäkökulmassa tuotteet ja palvelut ovat arvon mahdollistajia, ja asiakas luo arvoa itse koko vuorovaikutuksen ajan. Suhdenäkökulmassa edistetään ja tuetaan asiakkaita koko asiakassuhteen ajan ja markkinointi on mukana suurimmassa osassa prosesseihin kuuluvissa toiminnoissa. (Grönroos 2009, 48–51.)

Asiakaskeskeisen palvelunjärjestelmän luomisessa palvelut pitää suunnitella niin, että palvelu toimii ja asiakkaille voidaan antaa kokonaisvaltainen palvelutarjoama. Tämä vaatii yritykseltä perehtymistä palvelujohtamiseen ja tällöin yrityksen pitää huomioida tämä neljässä keskeisessä resurssissa, joita on:

- työntekijät,
- tekniikka,
- asiakkaat ja
- aika.

Tekniikka on enenevissä määrin keskiössä palvelujärjestelmässä, jonka vuoksi tietokoneistetut järjestelmät pitää suunnitella asiakaslähtöisesti eikä ainoastaan tuottavuutta tai sisäistä tuotantoa korostavasta näkökulmasta. Suhdemarkkinoinnin menestymiseen vaikuttaa työntekijöiden palveluasenne, sitoutuminen ja työtulokset, sillä jos työntekijät eivät sitoudu palvelemaan asiakaskeskeisesti, palvelunäkökulman strategia epäonnistuu. Onnistunut muodostunut suhde voidaan määritellä silloin kun asiakas kokee, että palveluntarjoaja ajattelee samanhenkisesti, kun asiakas itse. Samanhenkisyys tarkoittaa sitoutumista molemmilta osapuolilta ja yrityksen pitää pyrkiä ymmärtämään asiakkaitaan, jolloin samanhenkisyys kehittyy osapuolten välille ajan kanssa. Tähän liittyvä kehitysprosessi pitää sisällään viestinnän ja kaikki osapuolten väliset vuorovaikutustilanteet, jotka ajan kanssa muodostavat yhden arvoa tuottavan suhdeprosessin. Suhdenäkökulmassa esiintyy vastavuoroisuus ja näkökulmassa on kyse molempia osapuolia hyödyttävästä tilanteesta. Suhde on jatkuva prosessi, joka jatkuu myös silloin kun asiakkaat eivät osta tuotteita tai käytä palveluja. Tilanteesta riippuen asiakkaat voivat olla suhde- tai vaihtohakuisesti yhteydessä yritykseen. Osa asiakkaista haluaa aktiivisesti tietoa ajankohtaisista asioista, kun taas toisissa asiakkaissa yrityksen lähettämät sähköpostiviestit ja muut tiedotteet aiheuttavat turhautuneisuutta. Suhdehakuiset asiakkaat voivat käyttäytyä joko aktiivisesti tai passiivisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että aktiivisesti suhdehakuiset haluavat pitää yhteyttä yritykseen, kun taas passiivisesti suhdehakuisille riittää tieto siitä, että yritys on läsnä ja tarvittaessa

valmis palvelemaan heitä. Vaihtohakuiset asiakkaat eivät arvosta lainkaan yrityksen yhteydenottoja. Alla olevassa Taulukko1 on kerrottu tarkemmin asiakkaiden eri suhtautumistapoja. (Grönroos 2009, 59–64)

Taulukko 1. Asiakkaiden suhde ja vaihtohakuisuus.

Asiakkaan suhtautuminen	Asiakkaan odotukset ja reaktiot
Vaihtohakuisuus	Vaihtohakuiset asiakkaat etsivät tarpeisiinsa sopivia ja hyvän hintaisia ratkaisuja eivätkä arvosta yrityksen yhteydenottoja ostojen välillä
Aktiivinen suhdehakuisuus	Asiakkaat etsivät mahdollisuuksia harjoittaa vuorovai- kutusta palveluntarjoajan kanssa saadakseen lisäar- voa. Yhteydenoton puute on heille pettymys.
Passiivinen suhdehakuisuus	Asiakkaat haluavat tietää, että voivat halutessaan ot- taa yhteyttä palveluntarjoajaan. Etsivät kontakteja, mutta vastaavat harvoin yhteydenottoihin.

Suhdemarkkinoinnin tärkeitä käsitteitä on luottamus, sitoutuminen ja houkuttelevuus. Luottamus on ansaittu, kun asiakkailta löytyy halukkuutta käyttää palveluntarjoajan palveluja. Luottamus voi olla yleistä luottamusta, järjestelmään perustuvaa luottamusta, persoonallisuuteen perustuvaa luottamusta tai prosessiin perustuvaa luottamusta. Yleinen luottamus koostuu yleisistä sosiaalisista normeista eli luotetaan siihen, että tavara tai palvelu tuotetaan lupausten mukaisesti. Järjestelmään perustuva luottamus koostuu laeista, säännöksistä ja sopimuksista ja näiden nojalla luotetaan siihen, että palveluntarjoaja toimii odotusten mukaisesti. Persoonallisuuteen perustuva luottamus tarkoittaa sitä, että voidaan luottaa yritystä edustavan henkilön sanaan ja asiakas on näin ollen valmis jatkamaan asiakassuhdetta henkilön kanssa. Prosessiin perustuva luottamus perustuu kahden osapuolen välisestä liiketoiminnasta ja kontakteista saatuihin kokemuksiin. Näistä neljän

luottamuksen lähteistä nähdään, että luottamus koostuu menneitten kokemusten lisäksi muihin tekijöihin kuten säännöksiin, sopimuksiin, persoonallisuuteen liittyviin tekijöihin sekä sosiaalisiin normeihin. Kun osapuolet ovat motivoituneet asioimaan toistensa kanssa syntyy sitoutunut halu ylläpitää asiakassuhdetta. Asiakas sitoutuu palveluntarjoajaan silloin kun kokee luottamusta ja kokee saavansa ratkaisuja. Houkuttelevuus on yksi suhdemarkkinoinnin avainkäsitteitä mikä tarkoittaa, että palveluntarjoajalla on oltava jotain mikä herättää asiakkaan kiinnostuksen. Houkuttelevuus voi perustua taloudellisiin, sosiaalisiin tai teknisiin tekijöihin. (Grönroos 2009, 67–69.)

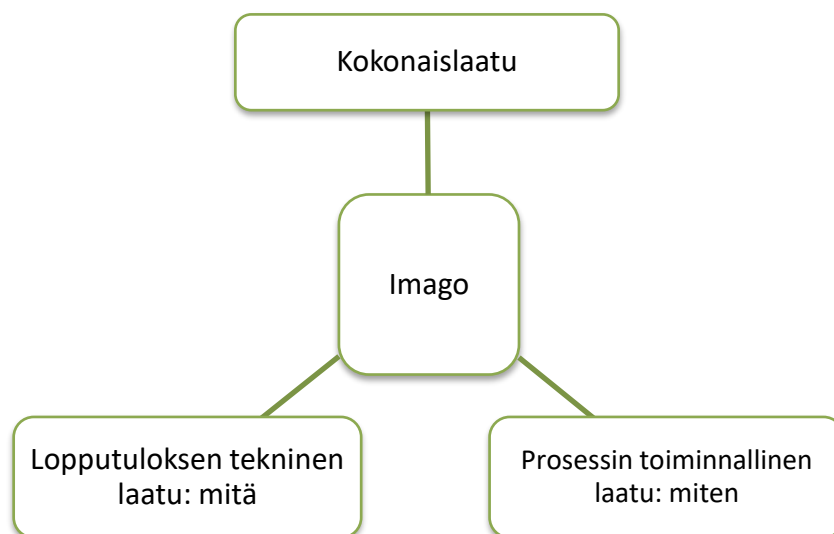
Yhä useammat yritykset pysähtyvät miettimään, mitä voivat tarjota asiakkaille jo voimassa olevien verkkokanavien avulla ja kuinka näistä voi saada kaiken irti. Perinteisesti ajatellaan, että markkinoijan kannattaa viestiä siellä, missä yleisökin on. Verkkopalveluja voi olla esimerkiksi YouTube tai Facebook. Yrityksen pitäisi johtaa asiakkaita verkkokanavien avulla sinne, missä yrityksen tuottama sisältö on ja tähän tarvitaan yritykseltä kolmenlaista sisältöä:

- tavoittavaa sisältöä
- sitouttavaa sisältöä ja
- aktivoivaa sisältöä.

Tavoittavaa sisältöä saadaan asiakkaita kuuntelemalla, esimerkiksi tarkkailemalla verkkokäyttäytymistä ja teettämällä tilastoja ja raportteja säännöllisin väliajoin. Tavoittavan sisällön tarkoitus on tavoittaa tiedonhakija oikeissa kanavissa kuten sosiaalisessa mediassa ja ohjata eteenpäin esimerkiksi yrityksen asiointipalveluun tai verkkosivuille. Sitouttava sisältö vahvistaa yrityksen ja asiakkaan välistä suhdetta ja vahvistaa positiivista asiakaskokemusta. Sitouttava sisältöä tuotetaan säännöllisesti, kuten esimerkiksi ohjevideoita ja ohjeet ovat löydettävissä kauan sisällön julkaisun jälkeen. Aktivoiva sisältö suositellaan sijoitettavaksi sitouttavan sisällön yhteyteen. Aktivoivalla sisällöllä tarkoitetaan esimerkiksi ladattavia esitteitä tai kutsua järjestettävään webinaariin. (Keronen, Tanni 2013, luku 1.3.)

2.2 Asiakaskokemuksen merkitys palvelun laadussa

Palvelujen johtamisen malleja kehittäessä on ymmärrettävä mitä asiakkaat odottavat palvelulta, ja mitä he arvoivat, kun miettivät palvelun laatua. Kun asiakkaan näkökulma on selvillä, palveluntarjoaja voi selvittää palveluajatuksen, asiakkaille tarjottavan palvelun ja saatujen hyötyjen keskinäisen suhteen. Grönroos toi palvelukeskeisen laatuajattelun vuonna 1982 esittelemällä koetun palvelun laadun käsitteen sekä koetun palvelun laadun mallin. Grönroosin lähestymistapa perustuu tutkimuksiin, jossa selvitetään kuluttajien käyttäytymistä sekä odotusten vaikutusta kulutuksen jälkeisiin arviointeihin. Palvelun laatututkimuksien avulla on saatu tietoon millaisena asiakkaat kokevat palvelun ja tämän jälkeen on mahdollista selvittää asiakastyytyväisyyskyselyillä miten tyytyväisiä asiakkaat ovat kyseiseen palveluun. Asiakkaiden kokemassa laadussa on kaksi ulottuvuutta tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessiulottuvuus. Asiakkaille on tärkeää mitä he saavat siitä, kun ovat vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa ja tämä vaikuttaa suuresti yrityksestä tehtäviin arviointeihin. Palvelun arvioinnissa tarkastellaan niin asiakaspalvelun toimivuutta, johon voi vaikuttaa muiden asiakkaiden aiheuttama jonotusaika sekä teknisten rajapintojen toimivuus ja asiat, joita asiakas voi hoitaa itsenäisesti palvelun kautta. Asiakkaan kokemaan palveluun vaikuttaa kaksi eri näkökantaa: se mitä asiakas saa eli tekninen laatu ja miten hän sen saa eli toiminnallinen laatu. Tämän lisäksi asiakas pystyy useimmiten näkemään yrityksen resurssit, toimintatavat ja prosessit, jonka vuoksi imago on todella tärkeä tekijä asiakaskokemuksessa. Jos asiakkaalla on hyvä kuva palveluntarjoajasta he antavat useimmiten pienet virheet anteeksi, kun taas jos asia olisi toisin päin. (Grönroos 2009, 98–103.)



Kuvio 1. Kaksi palvelun laatu-ulottuvuutta.

Asiakaskokemus muodostuu asiakkaan näkökulmasta aina omakohtaisena ja kokonaisvaltaisena kokemuksena ja kokemukseen kuuluu kaikki asiakkaan ja organisaation välillä tapahtuneet vuorovaikutukset. Asiakaskokemus laajentuu moniulotteiseen kokemukseen, kun asiakas kuluttaa tuotetta tai palvelua niin kutsutulla asiakaspolulla. Moniulotteisuudella asiakaskokemuksella tarkoitetaan kokemusta, joka koostuu järjestä, tunteesta ja kuinka koemme tapahtumat kaikilla aisteillamme. Asiakaskokemuksesta käytetään työkaluna, jonka avulla on voitu tehdä asiakaslähtöisyydestä käytännönläheisempää. Asiakaslähtöisellä organisaatiolla on kyky ennakoida asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin ja näin tuottaa tarvittavia tuotteita ja palveluita. (Saarijärvi, Puustinen 2020, 19–21.)

Usein palveluprosessin teknisen laadun lopputulosta pidetään hyvän laadun edellytyksenä, jonka määrittelee strategia sekä asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Koettuun kokonaislaatuun vaikuttaa asiakkaan odotettu laatu sekä miten palvelunlaatu on koettu todellisuudessa. Jos asiakkaan odotukset tarjotusta palvelusta tai tuotteesta ovat hyvin korkealla, voi koettu kokonaislaatu olla hyvinkin alhainen, vaikka laatu olisi todettu objektiivisella tavalla mitattu hyväksi. Laatuun vaikuttaa

siis markkinointiviestintä, johon katsotaan muun muassa www-sivustot, sekä suusanallinen viestintä, yrityksen imago ja asiakkaan tarpeet. (Grönroos 2009, 105–106.)

Hanna ja Jesse Maula ottavat malliesimerkiksi Verohallinnon, kun kertovat yrityksistä, jotka ovat kehittäneet asiakaspalveluaan. Design ja johtaminen teoksessa kirjoitetaan kuinka kansalaiset ovat yllättyneet, kun verottaja tarjoaa aktiivisesti apua ja ehdottaa muutoksia asiakkaan verotukseen asiakkaan eduksi. Vaikka verotus kirjoitetaankin koettavan niin sanotusti pakolliseksi pahaksi, voi asiointi verohallinnon kanssa tuottaa hyvän asiakaskokemuksen. (Maula H, Maula J, 2019, 78.)

Verohallinnon vuosikertomuksesta käy ilmi kuinka sosiaalisessa mediassa tehtiin huomattavasti enemmän markkinointia ja sisältöä vuonna 2020, jota myös katsottiin enemmän jopa 25 miljoonaa kertaan. Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa kasvoi 150 % edellisvuodesta ja näin saatiin viestittyä ajankohtaisia asioita asiakkaille sosiaalisessa mediassa lisäten myös vuorovaikutusta Verohallinnon ja asiakkaiden välillä. Viestinnässä hyödynnettiin niin livemusiikkia, Spotify-listoja ja veromediaatiota, jonka vuoksi viestintä monipuolistui ja viestinnällä päästiin lähemmäksi asiakasta. (Verohallinto 2021b.)

Tuotannonläheisyyden korvaaminen asiakaslähtöisyydellä ei tarkoita sitä, että yrityksen tuotanto ja taidot tulisi unohtaa, mutta asiakaskokemukseen panostaminen on nyt ja tulevaisuudessa onnistuneen strategian kulmakiviä. Kun asiakaskokemukseen panostetaan, voidaan varmistaa, että asiakaspalvelu, markkinointiviestintä ja digitaaliset palvelut on tehty tavoittelemaan haluttua asiakaskokemusta. Asiakaspalveluun keskittymisellä ja kehittämisellä varmistetaan, että organisaation palvelut ja tuotteet tuottaa asiakkaalle sellaista arvoa, kun sen on tarkoitettukin tuovan. Digitalisaatio on yksi syy, jonka katsotaan nostaneet asiakaskokemuksen yhdeksi organisaatioiden toiminnan kehittämisen kohteeksi. Digitalisaation vuoksi asiakkaiden ja organisaation vuorovaikutus on monipuolistunut ja

olemmekin tiedostaen ja tiedostamatta päivittäin vuorovaikutuksessa satojen erilaisten organisaatioiden kanssa. Digitalisaation vuoksi organisaatiolla on suurempi tarve johtaa asiakaskokemusta ja sitä, miten ja missä se lopulta muodostuu. (Saarijärvi, Puustinen 2020, 26–28.)

Hyvillä asiakaskokemuksilla on suora linkki parantaa ihmisten elämänlaatua ja erilaisia asiakaskokemuksia koetaan jatkuvasti arkipäiväisessä elämässä. Se, kuinka helpoksi palvelu koetaan tai vaihtoehtoisesti, kuinka hitaaksi ja stressaavaksi, on suora vaikutus siihen miltä asiakkaasta tuntuu palvelukokemuksen yhteydessä. Asiakaskokemuksella ei tietenkään voida mitata elämän laatua, mutta koska elämämme on monilta osin riippuvainen yhteiskunnan tarjoamista palveluista niin sillä on merkitystä, kuinka nämä palvelut toimivat. Erityisen hyvät ja vaihtoehtoisesti erityisen huonot asiakaskokemukset jäävät helpommin mieleemme sillä olemme kokeneet tapahtuneen aikana voimakkaan emotionin. Emootiolla tarkoitetaan kokemaamme kognitiivisen eli tietoisin arvioinnin seurauksena syntyneitä vastetta tietyille tapahtumalle tai tilanteella. Organisaatioiden pitäisikin miettiä, millaisen tunteen haluavat asiakkaissa herättää. (Saarijärvi, Puustinen 2020, 31–34.)

Verohallinnon viestinnällä on ollut positiivinen vaikutus nuoriin veronmaksajiin, sillä tutkimuksen mukaan 65 % nuorista kokee suuttumusta ja halveksuntaa verojen maksamatta jättämisessä. Tämä asenne on koettu hyvänä lähtökohtana hankkeelle, jonka tavoitteena on lisätä veromyönteisyyttä, että vähentää harmaata taloutta. Tutkimuksessa selvisi, että verojen maksuun suhtaudutaan myönteisemmin, kun on saatavilla tarpeeksi tietoja verojen käyttötarkoituksesta ja kuinka Verohallinnon sosiaalisen median tarjonnalla on ollut suuri merkitys varsinkin nuoriin. (Verohallinto 2021j.)

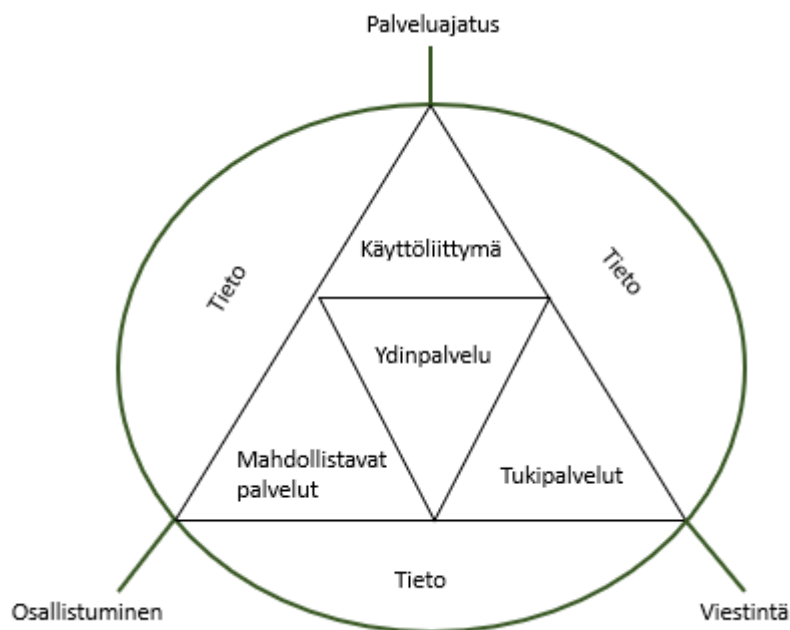
2.3 Palvelun laatu ja tekniikka

Digitaalinen maailma on nopea ja tietoa saadaan kulkemaan sekunnin murto-osassa niin lähelle kuin kauas. Digitalisaatio on totuttanut asiakkaat kellon ympäri

toimivaan reaaliaikaiseen toimintaan ja nopeuden rima on asetettu korkealle muun muassa kansainvälisten verkkokauppojen osalta. Yrityksien palvelua mitataan sen kyvystä reagoida, sopeutua, muuntua ja uudistua nopeasti ja kun tilanne sen vaatii. (Ilmarinen, Koskela 2015, luku 9.1.)

Tietotekniikan kehittyminen ja internetin ja mobiilitekniikan käytön lisääntyminen on avannut yrityksille uusia mahdollisuuksia palvelujen kehittämiseen. Uudet ohjelmistot ja niiden kehittyminen tekevät päivittäisen asioinnin helpommaksi ja palvelujen kehittyminen on avuksi asiakaspalvelutilanteissa, jolloin voidaan tarjota yhä asiakaslähtoisempää palvelua. Tekniikan käytöllä on myös myönteinen vaikutus palvelujen saavutettavuuteen ja tekniikka parantaa työntekijöiden kykyä hoitaa asiakaskontakteja, kun rutiininomaiset tilanteet voidaan siirtää sähköiseen palveluun. Palveluntarjoajan www-sivustolta on helppo pyytää tukitietoja tai jopa ohjeita palvelun käyttöön. Palvelun käyttö vaatii asiakkailta halua perehtyä tekniikkaan, eikä tekniikan kehittyessä pidä unohtaa tarpeellisia todellisia asiakaskoh- taamisia eli asiakaspalvelun tärkeyttä. (Grönroos 2009, 231–232.)

Asiakkaan on osattava käyttää palveluntarjoajan järjestelmää, jotta voi saada tie- toa tuotteista tai palveluista, tehdä yksityiskohtaisia tiedusteluja ja ylipäättään asi- oimaan järjestelmässä itsenäisesti. Internet-tarjoaman laatu riippuu siitä, miten asiakas kokee internetin ostamisen ja kulutuksen välineenä eli toiminnallisena laa- tuna sekä saadusta lopputuloksesta eli teknisestä laadusta. Tästä voidaan päätellä, että minkä tahansa fyysisen tuotteen tai palvelun tarjoaminen internetin kautta katsotaan palveluksi. Tämän takia markkinoijien pitää suunnitella tarjoamat pal- velutarjoamiksi, joita asiakkaat pitävät palveluina. NetOffer-malli sopii sähköisiin palveluihin, johon kuuluu niin sanotut peruspalvelupaketin osat eli ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut sekä tukipalvelut.



Kuvio 2. NetOffer-Malli. (Grönroos 2009.)

Kuten kuviossa 2 havainnollistetaan, internet-tarjoaman osat ovat erilaisia, sillä saavutettavuuteen ja vuorovaikutuksen näkökulmia ei voida pitää erillään. Sen sijaan nämä näkökulmat sulautuvat prosessissa yhdeksi viestintäosuudeksi. Palveluajatus on lähtökohtana palvelupaketille ja paketin laajentamiselle internet-tarjoamalle. Palveluajat muodostavat niin sanotun perustan palvelupaketille, jonka perustana pidetään helppokäyttöistä ja ymmärrettävää nettisivustoa. Tämän vuoksi internet-tarjoaman palvelupakettiin lisätään käyttöliittymä. Tekniseen ja toiminnalliseen laatuun liittyvät ulottuvuudet riippuvat täysin tämän käyttöliittymän ulkoasusta ja toimivuudesta. Sivustolla pitää olla helppoa liikkua ja kaikkien linkkien ja ohjeiden pitää olla loogisia. Asiakkaan siirtyminen toiselle sivustolle pitää olla myös helppoa, jotta käyttöliittymä koetaan helppokäyttöiseksi. Yrityksen asiakkailta saamat tiedot auttavat tekemään palveluista kokonaisvaltaisesti toimivia ja ohjaavat käyttöliittymän kehittymistä. (Grönroos 2009, 240–242.)

Sähköisessä kirjassa Digiajan asiakaskokemus Belinda Gerdt ja Sanna Eskelinen kertovat kuinka tulevaisuudessa asiakaskokemusta ja asiointipalveluja kehitetään

personoinnin ja automatisoinnin avulla, johon liittyy olennaisesti asiakastiedon kerääminen, analysointi ja hyödyntäminen. Tämä tarkoittaa automatisointia ja teknologian hyödyntämistä asiointipalvelussa, asiakaspalvelussa ja markkinoinnissa. Asiakaskommunikaation suhteen tämä tarkoittaa muutosta siihen, miten asiakasta tiedotetaan, esimerkiksi palvelun viivästymisestä. Palvelut ovat muuttuneet reaktiivisesta proaktiiviseen palveluun, jonka tarkoituksena on tehdä asiakaskokemuksesta mahdollisimman vaivatonta. Monet asiat hoituvat kuin itsestään sillä teknologia mahdollistaa asioiden hoitamisen niin sanotun virka-ajan ulkopuolella, jolloin palvelu on proaktiivista ja asiakkaalle näkymätöntä. Asiakkaille voidaan tarjota myös ennakoivaa ohjausta ja näin ongelmat voidaan tunnistaa ja välttää ennen niiden muodostumista. Ennakoiva palvelu lisääntyy teknologian avulla ja sähköisissä asiointipalveluissa ohjauksen näkökulma voidaan ottaa paremmin huomioon. (Gerdt, Eskelinen 2018, luku 1.)

Digitalisoituminen on muuttanut asiakaspalvelun puhelimesta sähköiseen muotoon kuten Chat-palveluun. Aiemmin vastauksen sai nopeimmin soittamalla asiakaspalveluun, mutta koska palvelua odotetaan saavan välittömästi, voidaan asiakkaiden tarpeeseen vastata vain tietokoneiden avulla. Asiakkaiden tarpeeseen vastaavatkin virtuaaliset asiakaspalvelijat kuten botit ja Chat-ikkunoita onkin näkyvillä lähes jokaisella verkkosivulla. Asiakaspalvelua ei jätetä ainoastaan tekoälyn hoitettavaksi vaan usein nämä ovat asiakaspalvelijoiden tukena poistamassa yksinkertaisia asiakaspyyntöjä. (Gerdt, Eskelinen 2018, 28. luku 1.2)

3 OMAVERON TOIMINNALLISUUDET

OmaVero-palvelussa henkilö- ja yritysasiakkaat voivat muun muassa antaa veroilmoituksia, maksaa veroja ja lukea saapuneita kirjeitä ja päätöksiä. Verohallinnon sivuilta löytyy useampia kuvallisia ohjeita, joiden avulla helpotetaan OmaVerossa asiointia. Seuraavassa luvussa käydään läpi OmaVeron yleisempiä toiminnallisuuksia.

3.1 Kirjautuminen OmaVeroon

Katso-palvelun käyttö päättyy niin OmaVerossa kuin muissa sähköisissä asiointipalveluissa lopullisesti kahden myönnetyn siirtymäajan jälkeen 31.8.2021, jonka vuoksi Suomi.fi-tunnistus ja Suomi.fi-valtuudet korvaavat kokonaisuudessaan valtuutuspalvelun Verohallinnossa. Vanhat Katso-valtuudet eivät siirry automaattisesti Suomi.fi-valtuuksiksi vaan valtuudet tulee myöntää uudestaan Suomi.fi-sivujen kautta. (Verohallinto 2021e., Digi- ja väestövirasto 2021.)

OmaVeroon kirjaudutaan vero.fi-sivun oikeasta yläkulmasta löytyvästä linkistä Kirjautu OmaVeroon tai kirjoittamalla internetselaimen osoiteriville vero.fi/omavero. Verohallinnon OmaVero palveluun tunnistaudutaan samaan tapaan kuin omaan verkkopankkiin eli sähköisesti henkilökohtaisilla pankkitunnuksilla, mobiilivarmenteella tai varmennekortilla. Kirjautumisen yhteydessä valitaan tapa, jolla halutaan kirjautua OmaVeroon ja verkkopankkitunnuksilla asioidessa valitaan oman pankin nimi. OmaVero asiointi suositellaan tekemään pöytäkoneella tai kannettavalla tietokoneella, jossa on sallittu evästeiden sekä JavaScriptin käyttö. OmaVero toimii ihanteellisimmin yleisimmillä internetselaimilla, joihin on asennettu tuoreimmat versiopäivitykset. OmaVeroon kirjautuminen ei ole onnistunut 5.6.2019 jälkeen tietyillä käyttöjärjestelmillä ja selaimilla, jotka on listattu vero.fi-sivuilla. Näihin käyttöjärjestelmiin kuuluu muun muassa Android 2.3.7, IE 7 / Vista sekä Safari 6.0.4 / OS X 10.8.4. (Verohallinto 2021d, Verohallinto 2015.)

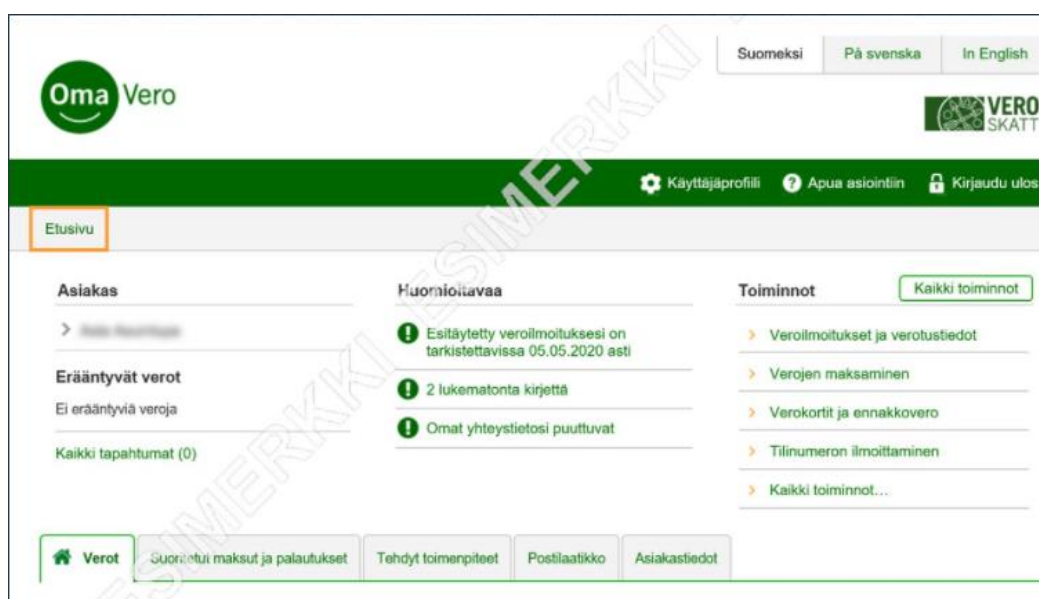
OmaVerossa voi hoitaa omia veroasioita sekä asioida toisen henkilön, yrityksen tai yhteisön puolesta, jolloin asiointiin tarvitaan Suomi.fi-valtuudet. OmaVeron kirjautumissivulla on valittavana kolme eri kirjautumisvaihtoehtoa. Omat veroasiat -painike valitaan, kun hoidetaan omia veroasioita. Asioi toisen henkilön puolesta valitaan, kun on valtuudet hoitaa toisen henkilön asioita. Valittavissa on myös Asioi yrityksen puolesta, joka valitaan, kun yritys on valtuuttanut esimerkiksi kirjanpitäjän hoitamaan yrityksen veroasioita. Kun asioidaan toisen henkilön tai yrityksen puolesta, valtuutuksen voimassaolo tarkistetaan valtuutusrekisteristä. Valtuutus on voimassa valtuuttajan määrittämän ajan ja astuu voimaan vasta kun valtuuttaja on vahvistanut valtuuden. Asioinnin jälkeen OmaVerosta kirjaudutaan ulos sivun oikealla yläreunassa olevasta Kirjaudu ulos -linkistä. Ulos kirjautumisen yhteydessä pitää huomioida, että jos ib kirjautuneena samanaikaisesti useampaan asiointipalveluun, joissa käytetään Suomi.fi-tunnistusta, kirjautuu samalla kertaa ulos kaikista palveluista. (Verohallinto 2021c, Suomi.fi 2021.)

Verohallinnon sivuille on koottu kuvallisia ohjeita sekä videoita, jotka auttavat OmaVeron toiminnallisuuksien löytämisessä sekä OmaVeron käytössä. Ohjeet on jaettu eri osioihin, kuten veroilmoituksiin, veronpalautukseen ja maksamiseen ja muihin ilmoituksiin ja toimintoihin, jotta käyttöohjeiden löytäminen Verohallinnon listauksesta olisi mahdollisimman helppoa. (Verohallinto 2020.)

3.2 OmaVeron etusivu ja toiminnallisuudet

OmaVeron etusivulta näkee omat tiedot tai valtuutetun henkilön tai yrityksen tiedot ja pääsee antamaan erilaisia veroilmoituksia ja muita hakemuksia. OmaVeron etusivulle pääsee takaisin missä tahansa vaiheessa, kun valitsee sivun yläreunasta Etusivu-linkin. Etusivulta näkee, onko OmaVeroon tullut lukemattomia kirjeitä tai onko eräänntyviä veroja tulossa maksuun. Lukemattomat kirjeet tai avoimet verovelat ilmoitetaan Huomioitavaa-otsikon alla heti OmaVeron etusivulla. OmaVeron oikeassa yläkulmassa olevasta Toiminnot-kohdasta on linkkejä, joiden kautta voi antaa veroilmoituksia, lähettää erilaisia hakemuksia sekä maksaa veroja. Kaikki toiminnot -linkin takaa on löydettävissä kaikki OmaVeron toiminnallisuudet.

OmaVeron etusivun keskivaiheilla on linkkejä rivissä, joita painamalla avautuu uusia näkymiä sivun alareunaan. Verot-välilehdeltä pääsee tarkastelemaan kyseisen verolajin ilmoituksia, maksuja ja esimerkiksi tietyn vuoden tietoja. Suoritetut maksut ja palautukset -välilehdeltä näkee mihin veroihin maksettuja maksuja ja palautuksia on käytetty. Tehdyt toimenpiteet -välilehdeltä pääsee katsomaan OmaVerossa tehtyjä ilmoituksia ja hakemuksia, kun taas Postilaatikko-välilehdeltä voi lukea saapuneet kirjeet ja päätökset sekä OmaVeroon lähetty viestit. Jos viestit tai kirjeet ja päätökset on jo luettu niin painamalla Näytä viestit tai Näytä kaikki. Näin saa uudelleen näkyviin aiemmin luetun kirjeen tai viestin. Viimeiseltä Asiakastiedot-välilehdeltä pääsee katsomaan omia tai valitun asiakkaan tietoja kuten tilinumeron ja yhteystiedot. (Verohallinto 2020c, Verohallinto 2020a.)



Kuva 1. OmaVeron etusivu (Kuvakaappaustyökalu)

OmaVeron Asiakastiedot-välilehdellä voi hakeutua arvonlisävero-, työnantaja- ja ennakkoperintärekisteriin sekä aloittaa yritystoiminnan ja hakea y-tunnuksen, jos tarkoituksena on perustaa toiminimi tai aloittaa maataloudenharjoittajana. Asiakastiedot-välilehdeltä voi myös hakeutua pois Verohallinnon rekistereistä tai hakea rekisterimerkintöihin muutoksia muuttuneen tilanteen johdosta. Kun rekisterimerkintä on tehty, löytyy Asiakastiedot-välilehdeltä Muuta rekisteritietoja-linkki,

jota kautta muutokset ilmoitetaan ja ennen hakemuksen lähetystä ilmoituksen voi esikatsella oikeellisuuden tarkistamiseksi. (Verohallinto 2021c, Verohallinto 2020d.)

3.2.1 Veroilmoitusten antaminen

Yksityinen elinkeinonharjoittaja sekä muut yritysmuodot kuten osakeyhtiöt voivat toimittaa veroilmoitukset sähköisesti OmaVeron kautta. Sähköisen palvelun toiminnallisuudet mukautuvat yrityksen oikeudellisen muodon mukaan. Elinkeinoon harjoittajilla veroilmoitus löytyy kohdasta Veroilmoitukset ja verotustiedot, kun taas muun muassa osakeyhtiöillä veroilmoituksen pääsee täyttämään valitsemalla Veroilmoituksen tekeminen -toiminnon tai valitsemalla ensin verolajin, eli yhteisön tuloveron, ja tämän jälkeen veroilmoituksen tekemisen. OmaVeron käyttöohjeista löytyy suorat linkit veroilmoitusten täyttöohjeisiin sekä ilmoittamisen vaiheisiin OmaVerossa. Sivustolle on koottu myös määräpäiviä, kuten milloin veroilmoitus tulee toimittaa, ja ohjeistettu muihin ilmoittamisen tapoihin, jos ilmoitukset halutaan jättää muita rajapintoja pitkin kuin OmaVerosta. Veroilmoituksen yhteydessä on myös ohjeet lisäajan hakemiseen erityisestä syystä kuten sairastumisen vuoksi. (Verohallinto 2020d. Verohallinto 2021g.)

OmaVeron kautta jätetään myös arvonlisäveroilmoitukset yrityksen ilmoituskauden mukaisesti jokaiselta verokaudelta, vaikka yrityksessä ei olisi ollut kyseisellä kaudella arvonlisäverovelvollista toimintaa. Yrityksen verokausi voi olla joko kuukausi, vuosi tai neljännesvuosi ja tämä määrittää sen, milloin arvonlisäveroilmoitus on annettava ja milloin oma-aloitteisen maksun on oltava maksettuna Verohallinnon tilillä. Esimerkiksi kuukausi-ilmoittaja maksaa ja ilmoittaa arvonlisäveron syyskuulta kahdestoista marraskuuta mennessä. Arvonlisäveroilmoituksen voi jättää vain poikkeustapauksissa paperilomakkeella, joka on löydettävissä verohallinnon verkkosivuilta. OmaVerossa arvonlisäveroilmoitusta antaessa valitaan ensin sivun oikeasta yläkulmasta Kaikki toiminnot ja tämän jälkeen verolaji eli oma-aloitteiset verot. Tämän jälkeen Kaikki Verolajit -otsikon alta valitaan haluttu verolaji eli ar-

vonlisävero ja ilmoitus kausi painamalla Valitse Kausi. Tätä kautta pääsee antamaan myös muiden oma-aloitteisten verojen veroilmoituksia, kuten arvonlisäveron yhteenvetoilmoituksen tai ilmoituksen arpajaisverosta. (Verohallinto 2021h, Verohallinto 2021i.)

3.2.2 Verot ja maksut

OmaVeron etusivulla voi tarkastella erääntyviä veroja valitsemalla Erääntyvät verot -otsikon alta Kaikki tapahtumat. Täällä on näkyvissä kaikkien OmaVerossa olevien verolajien saldo kuluvalta päivältä ja saldo sisältää ne verot, jotka erääntyvät maksettavaksi. Valitsemalla saldoerittelyn pääsee tarkastelemaan tarkemmin kokonaissaldoa, kuten erääntyneiden verojen lisäksi tulevat verot sekä käyttämättä olevia maksuja ja palautuksia. OmaVerossa voi laskea myös saldoennusteen, mutta vain enintään kolmenkymmenen päivän päähän. (Verohallinto 2019.)

Kirjautumalla OmaVeroon voi maksaa veroja suoraan verkkomaksuna sekä tarkistaa maksamiseen vaadittavia tietoja kuten viite- ja tilinumerot. Maksutiedot löytyvät OmaVeron etusivulta valitsemalla Toiminnot-kohdasta Verojen maksaminen. Linkin takana on maksutiedot jokaisesta verolajista ja tätä kautta voi maksaa suoraan haluttua veroa. OmaVeron kautta maksettu suoritus näkyy sähköisessä palvelussa yhden tai kahden arkipäivän kuluttua. (Verohallinto 2020f.)

Suoritettujen maksujen tai palautusten käyttöä voi selvittää OmaVerossa Suoritettut maksut ja palautukset -välilehdeltä. Veroihin käytetyt maksut ja palautukset -taulukossa on eritelty tiedot maksujen käytöstä esimerkiksi eri veroihin sekä muita hyvitetäviä tapahtumia. Erittelyä voi suodattaa esimerkiksi maksupäivän tai määrän mukaisesti painamalla Suodata-painiketta, mikä löytyy taulukon oikeasta yläreunasta omana painikkeenaan ja tarkemmat tiedot maksusta näkee painamalla vihreää Tiedot käytöstä -linkkiä. Tiedot käytöstä -linkkiä painamalla näkee mihin verolajiin maksu on käytetty ja painamalla yksityiskohtaisempia tietoja esimerkiksi onko maksua kohdistettu viivästyskorkoihin. Palautukset näkyvät omana tauluk-

konaan Veroihin käytetyt maksut ja palautukset -taulukon alapuolella ja palautuksen käyttöä pääsee tarkastelemaan valitsemalla Tiedot palautuksesta -linkkiä. (Verohallinto 2017.)

3.2.3 OmaVeron kirjeet ja päätökset

OmaVeron Postilaatikko-välilehdeltä löytyy kaikki Verohallinnon lähettämät kirjeet kuten selvityspyynnot, päätökset, yhteenvetokirjeet. Postilaatikko-välilehden kohdasta Päätökset ja kirjeet voi avata kirjeen pdf-tiedostona ja tallentaa omalle tietokoneelle tai tulostaa kirjeen paperisena. Tulostus ja kirjeiden lukeminen vaatii ponnahdusikkunoiden sallimisen, joten omaan selaimeen joutuu tekemään pieniä muutoksia. Verohallinnon sivuilta löytyy ohjeet useamman selaimen osalta, kuinka ponnahdusikkunat saa käyttöön. (Verohallinto 2020b, Verohallinto 2021.)

Yhteisöasiakas eli esimerkiksi osakeyhtiö, voi ottaa käyttöön OmaVerossa sähköpostiherätteet, jolloin annettuun sähköpostiosoitteeseen tulee ilmoitus OmaVerossa julkaistavista yhteenvedoista, viesteistä, päätöksistä ja kirjeistä sekä myöhässä olevista maksuista tai puuttuvista ilmoituksista. Sähköpostit lähtevät automaattisesti iltaisin ja kaikista huomautuksista ja muistutuksista. Tällä hetkellä ei voi valita tarkemmin mistä aiheista muistutuksia haluaa tai kelle asiakasjoukolle esimerkiksi vain tietyiltä asiakkailta. Sähköpostiherätteet otetaan käyttöön muokkaamalla OmaVeron käyttäjäprofiilia ja lisäämällä sähköpostiosoite ja tämän jälkeen sähköposti-ilmoituksen oletusvalintana on Kyllä. (Verohallinto 2017a.)

4 KÄYTTÄJÄKYSELY TILITOIMISTOILLE

Seuraavassa luvussa käsitellään tarkemmin käyttäjäkokemustutkimuksen tavoitteita ja rajouksia sekä tarkastellaan tutkimusmenetelmää ja -kysymyksiä. Käyttäjäkoke-
muskysely on liitettynä opinnäytetyön liitteisiin.

4.1 Tutkimuksen tavoite ja rajaukset

Tutkimuksen ideointivaiheessa päätetään tutkimuksen sisällöstä ja vasta tämän jälkeen valitaan tutkimusmenetelmä ja aineiston keräämisen tapa. Kun esiselvitykset on tehty voi pohtia minkäkokoinen otanta ja tutkimusaineisto tarvitaan vastaamaan tutkimusongelmaan mahdollisimman kattavasti. (Vilkkä H, 2021. 98–100.)

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää tilitoimistojen käyttäjäkokemuksia OmaVero-palvelusta ja kuinka tyytyväisiä he ovat palveluun. Käyttäjäkoke-
muskysely lähetetään osana Verohallinnon maksutonta ja sähköistä uutiskirjettä, jotta kysely tavoittaa mahdollisimman laajasti tilitoimiston edustajia ympäri Suomen. Käyttäjäkoke-
muskyselyssä rajataan pois suuremmat tilitoimistot, joten kysely suunnataan tilitoimistoille, joilla on alle 100 asiakasta. Tämä siksi, sillä oletettavasti suuremmat tilitoimistot hyödyntävät jatkossa enenemissä määrin muita teknisiä rajapintoja.

Käyttäjäkoke-
muskysely lähetetään 10.5.2021 lähtevässä uutiskirjeessä kaikille uutiskirjeen tilaajille ja vastausaikaa annetaan 31.5.2021 saakka. Uutiskirjeessä kerrotaan, että kysely tehdään osana opinnäytetyötä ja vastaamalla kyselyyn saadaan arvokasta tietoa OmaVeron kehittämiseen. Kysely toteutetaan webropol-kyselynä, joka helpottaa kyselyn vastausajan säätelemistä ja vastauksien lukumäärien tarkkailua. Tilitoimistoille lähetetty uutiskirje on luettavissa vero.fi-sivuilta, vaikka kysely onkin jo sulkeutunut. Alla oleva kuvankaappaus on toukokuussa lähteneeltä uutiskirjeeltä. (Verohallinto 2021f.)

Tilitoimisto: vastaa kyselyyn OmaVerosta

Haluamme kuulla tilitoimistojen näkemyksiä OmaVeron käytettävyydestä. Kysely on tarkoitettu tilitoimistoille, joilla on alle 100 asiakasta. Kysely on osa Vaasan Ammattikorkeakoululle tehtävää opinnäytetyötä. Vastaamalla annat arvokasta tietoa OmaVeron kehittämiseen! Kysely on avoinna 31.5.2021 saakka. Vastaaminen vie aikaa noin 10 minuuttia.



[Siirry vastaamaan kyselyyn](#)

Kuva 2. Tilitoimisto: vastaa kyselyyn OmaVerosta (Kuvankaappaustyökalu)

Verohallinnon sivuilta voi tilata uutiskirjeen maksuttomasti joko omaan tai yrityksen sähköpostiin. Uutiskirjeistä saa tietoa niin ajankohtaisista asioista kuin tulevista muutoksista ja palvelujen uudistuksista. Uutiskirjeitä julkaistaan eri aiheista ja eri asiakasryhmille ja Verohallinnon sivuilta on luettavissa jälkikäteen kaikki lähetetyt uutiskirjeet, vaikka uutiskirjeitä ei olisi itse tilannut. (Verohallinto 2021.)

Uutiskirje on tilattu noin 20 000 sähköpostiosoitteeseen, joista noin 9000 on kirjanpitäjiä ja loput yrittäjiä. Uutiskirjeen avulla kysely tavoittaa suuren massan ja odotettavissa on enemmän vastauksia, kun jos kysely olisi lähetetty sähköpostitse tilitoimistojen sähköpostiin. Kysely päätettiin lähettää yleisessä uutiskirjeessä ja jos vastauksia ei saada tarpeeksi kahden viikon aikana niin kyselystä muistutetaan seuraavassa uutiskirjeessä.

4.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutetaan määrällisenä eli kvantitatiivisena kyselytutkimuksena, jotta otoksesta saadaan mahdollisimman kattava ja saadaan kerättyä vastauksia valtakunnallisesti ympäri Suomen. Määrällinen tutkimus toteutetaan tavallisesti kyse-

lylomakkeen muodossa ja käyttökokeuskysely rakennetaan Webropol-kyselylomakkeen avulla, jotta kysely on vakioitu ja näin jokaiselle kyselyyn vastaajalle kysytään sama asiasisältö aivan samalla tavalla. Kyselylomakkeen postiviinen puoli on myös se, että vastaukset saadaan kirjallisesti juuri siinä muodossa, jossa kyselyyn vastaaja on vastauksen kirjoittanut ja näin voidaan myös varmistaa kyselyn anonymisyys. (Vilkka H. 2021. 94)

Uutiskirjeen tilaajista ei voi eritellä suoraan pienempiä tilitoimistoja pois, jonka vuoksi rajausta tilitoimistoihin, joilla on vain 100 asiakasta, piti tehdä kyselyn saate-tokstissä. Kyselyyn pystyi vastaamaan myös tilitoimistot, joilla on yli 100 asiakasta, mutta tämä pyrittiin ottamaan huomioon kysymyksiä laatiessa.

4.3 Kyselytutkimuksen kysymykset

Kyselylomaketta laatiessa pitää ottaa huomioon teoreettinen viitekehys sekä tutkimuksen tavoite. Tämän vuoksi tutkimuskysymykset koskettivat OmaVeron käytettävyyttä ja millaisena asiakaskokemuksena tilitoimistot ovat nähneet asiointipalvelun. Operationalisointi tarkoittaa sitä, kun teoreettisen asia muutetaan miltattavaan muotoon ja tämä edellyttää, että tutkija tuntee tutkittavan kohderyhmän. Kun otetaan huomioon kohderyhmä, tutkittava palvelu sekä taustamuuttujat voidaan tutkimuskysymyksistä laatia kyselylomakkeeksi. Tässä käytetään apuna Christian Grönroosin palvelun laadun osa-alueita: tekninen laatu eli mitä ja toiminnallinen laatu eli miten palvelu on toteutettu. (Vilkka H. 2021 101–104.)

Käyttäjäkokeuskyselyssä on yhteensä 12 kysymystä, jossa on niin vapaa sana kuin monivalinta- kysymyksiä. Tutkimuskysymykset on mietitty niin, että vastauksista olisi mahdollisimman laajasti apua OmaVeron käyttäjäkokeuksien kuvaamisessa, mutta kuitenkin niin, että tulokset olisivat kuitenkin helposti analysoitavissa. OmaVeron -palvelun asiointilaajuuden vuoksi kysymyksiin jouduttiin lisäämään vapaa sana -osioita, jotta kyselystä saisi esille konkreettisia kehittämisideoita sekä palvelussa koettuja puutteita.

Ensimmäisissä kysymyksissä kartoitetaan kyselyyn vastaajien taustatietoja kuten tilitoimiston toimipistettä, asiakkaiden lukumäärää ja mitä yritysmuotoja tilitoimistot hoitavat sekä onko kaikkien asiakkaiden osalta käytössä sähköiset asiointivaltuudet. Tämän jälkeen kysymykset kohdistuvat enemmän OmaVero-palvelun toiminnallisuuksiin kuten mikä on viimeisin veroasia, joka on hoidettu OmaVero-palvelussa ja kuinka usein palvelua käytetään ja miksi. Kyselyssä halutaan kartoittaa myös, onnistuiko veroasian hoito sähköisessä palvelussa ja jos ei, niin kuinka asia saatiin hoidettua loppuun. Tämän jälkeen tyytyväisyyttä OmaVero-palveluun arvioitiin helppokäyttöisyyden, hyödyllisyyden, visuaalisuuden, nopeuden ja tiedon osalta asteikoilla 1–5, yhden tarkoittaessa täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä. Tämän jälkeen kyselyn lopussa on vielä mahdollisuus vastata omin sanoin, miten toivoisi OmaVeron kehittyvän tulevaisuudessa.

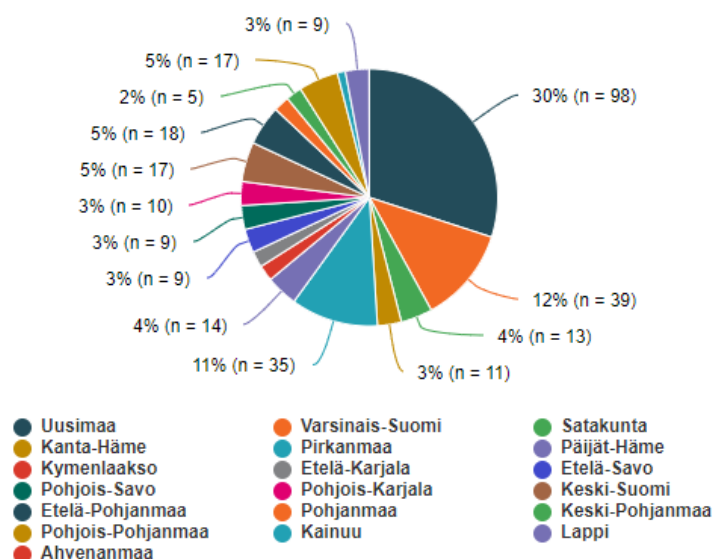
Käyttäjäkokeuskysely on ajankohtainen marraskuussa OmaVerossa tapahtuvien muutoksien vuoksi, jonka vuoksi tutkimuskysymykset keskittyvät palvelun kehittämiseen ja selvittämiseen mikä palvelussa jo toimii ja mikä ei.

5 KÄYTTÄJÄKOKEMUS KYSELYN TULOSTEN ARVIOINTI

Käyttäjäkokeuskyselyyn saatiin yhteensä 362 vastausta. Suomenkieliseen kyselyyn vastasi 341 henkilöä ja ruotsinkieliseen kyselyyn vastasi 21 henkilöä. Tulosten arvioinnissa tarkastellaan syvemmin suomenkieliseen kyselyyn vastaajien vastauksia ja tehdään lyhyt vertailu ruotsinkieliseen kyselyyn nähdeksemme, onko näissä yhtäläisyyksiä. Esitetyt kuviot ja taulukot ovat suomenkielisen kyselyn tuloksista.

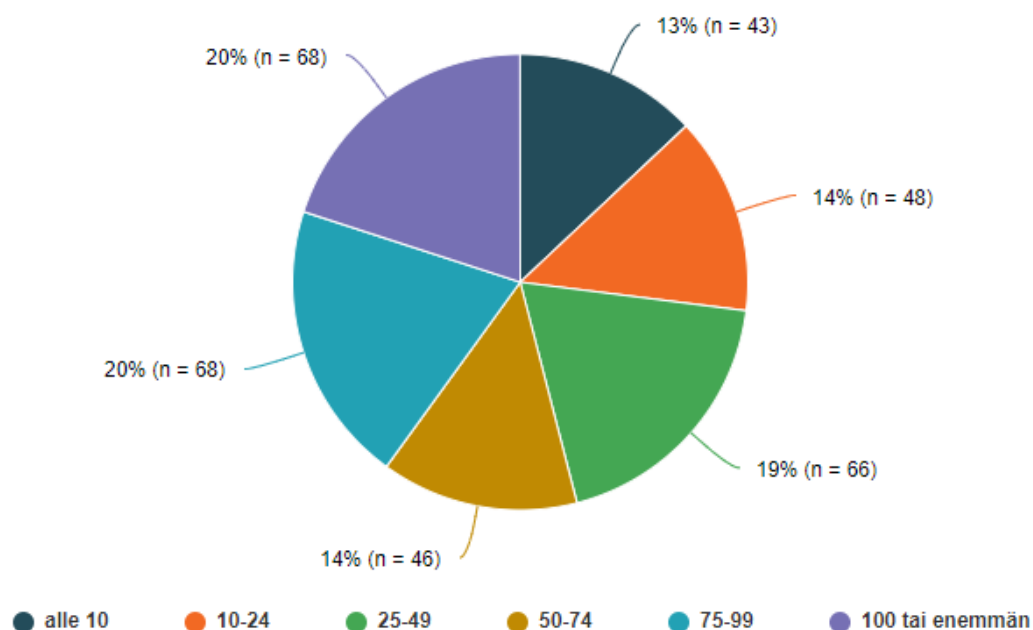
5.1 Käyttäjäkokeuskyselyn taustakysymykset

Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin tilitoimiston toimipiste, jossa tuli vastaajien kesken hajontaa. Suomenkieliseen kysymykseen vastasi 339 henkilöä kun taas ruotsinkielisessä kyselyssä saatiin 21 vastausta. Suomenkieliseen kyselyyn vastaajista kolmasosa työskenteli Uudellamaalla ja heitä oli yhteensä 98 vastaajista. Toiseksi eniten vastaajia oli Varsinais-Suomesta ja kolmanneksi eniten Pirkanmaalta. Ruotsinkielisessä kyselyssä vastaajista eniten oli Pohjanmaalta 43 % ja 29 % vastaajista oli Uudeltamaalta.



Kuvio 3. Tilitoimiston toimipiste.

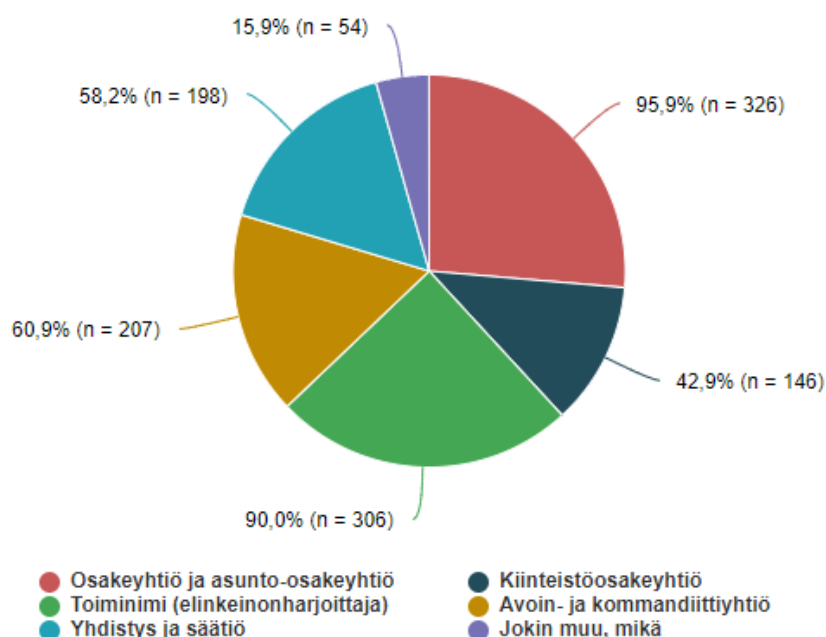
Toisessa kysymyksessä selvitettiin tilitoimiston asiakkaiden lukumäärä ja suomenkielisen kyselyn osalta saatiin 339 vastausta. Kysymyksessä annettiin kuusi eri vaihtoehtoa, sillä tässä haluttiin rajata pois tilitoimistot, joilla on asiakkaita yli sata kappaletta. Rajauksen vuoksi selvisi myös minkä kokoiset tilitoimistot kyselyyn vastasivat ja näin vastauksen pystyi rajaamaan helposti analysoitavaan muotoon. Jokainen valinta on hyvin edustettuna. 20 % eli 68 vastaaja vastasi, että asiakkaita on 100 tai enemmän ja samoin 20 % valitsi vaihtoehdon 75–99 asiakasta. Vastaajista 46,4 % eli 157 henkilöllä oli alle 50 asiakasta, joten erikokoiset tilitoimistot tuli hyvin edustetuksi. Ruotsinkieliseen kyselyyn vastasi 21 henkilöä ja kolmasosalla vastaajista on 25–49 kirjanpitoasiakasta. Suomenkieliseen kyselyyn vastasi enemmän isompia tilitoimistoja, kun ruotsinkielisessä kyselyssä yli 75 asiakkaan tilitoimistoja oli 15 % vastauksista. Tämä ei haitannut vastauksien analysointia sillä tilitoimiston koolla ei ollut vaikutusta millaisena palveluna OmaVero-palvelu nähtiin.



Kuvio 4. Tilitoimiston asiakkaiden lukumäärä.

5.2 Asiointi OmaVerossa

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin selvittää minkä yritysmuotojen puolesta tilitoimistot voivat hoitaa OmaVerossa veroilmoittamista ja -asiointia. Tässä kysymyksessä oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto, sillä oletettavasti kirjanpitäjillä on useampi kuin yksi asiakas ja näin ollen tilitoimistossa hoidetaan eri yritysmuotoja. Suomenkielisen kyselyn kysymykseen vastasi 340 vastaajaa ja vastauksia annettiin yhteensä 1237, joten useampi valitsi yritysmuodoista useamman. 326 vastaajista eli 95,9 % hoitaa Osakeyhtiö- ja asunto-osakeyhtiön asioita OmaVeropalvelussa muiden yritysmuotojen lisäksi. Elinkeinoharjoittaja oli toiseksi edustetuin 306 henkilöllä eli 90 %. 207 vastaajista valitsi avoin- ja kommandiittiyhtiön ja 198 vastaajista hoitaa OmaVerossa Yhdistysten ja säätiöiden veroasioita. Kiinteistöosakeyhtiöitä hoitaa 146 ja 54 vastaajista täydensi vapaa-sana-kenttään yhtiömuodon ja vastasi näin ollen Jokin muu, mikä. Tähän täydennettiin muun muassa osuuskunta, maa- ja metsätalous, kuolinpesät ja alkutuottajat. Ruotsinkieliseen kyselyyn vastasi jälleen 21 henkilöä ja tässäkin suurimmaksi asiakasjoukoksi nousi osakeyhtiöt ja asunto-osakeyhtiöt sekä elinkeinoharjoittajat.



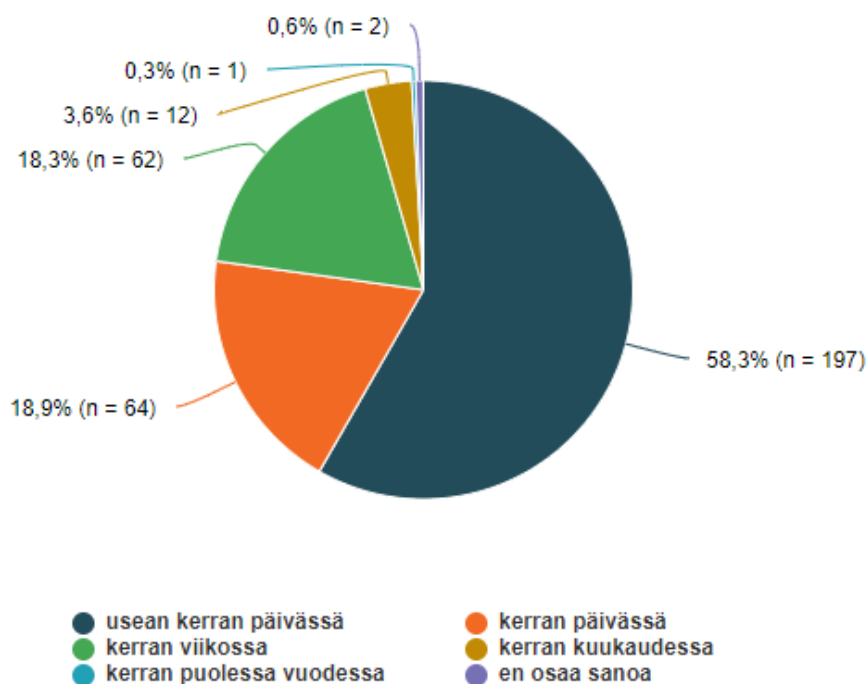
Kuvio 5. Tilitoimiston asiakasryhmät.

Kysymyksessä neljä selvitettiin kuinka moni pääsi tarkastelemaan asiakasyritysten tietoja OmaVerossa. Suomenkielisen kyselyn kysymykseen vastasi 340 ja 72,1 % eli 245 vastaajista pääsi hoitamaan asiakkaan asioita sähköisen asiointipalvelun kautta. Vastaajista 27,9 % eli 95 kappaleella ei ollut sähköistä asiointioikeutta. Ruotsinkielisen kyselyssä noudatettiin samaa kaavaa ja myös tässä kyselyssä yli puolet 61,9 % pääsi tarkastelemaan asiakkaiden tietoja OmaVerossa.

Viidennessä kysymyksessä selvitettiin, kuinka moni on siirtynyt Suomi.fi-valtuuksiin. Suomenkielisessä kyselyssä saatiin 339 vastausta, joista 180:lla eli 53,1 % oli jo suomi.fi-valtuudet kunnossa. Tähän oletettavasti vaikutti Katso-valtuuksien voimassaolo kyselyn aikana. Katso-valtuudet lakkasivat toimivasta kokonaan 31.8.2021, joten kyselyn ollessa ajankohtainen Katso-valtuudet olivat vielä voimassa. Tämä selittää kuinka 46,9 % eli 159 vastasi kysymykseen Ei. Ruotsinkielisen kyselyn vastaukset noudattivat samaa kaavaa sillä suomi.fi valtuuksia käytti vain

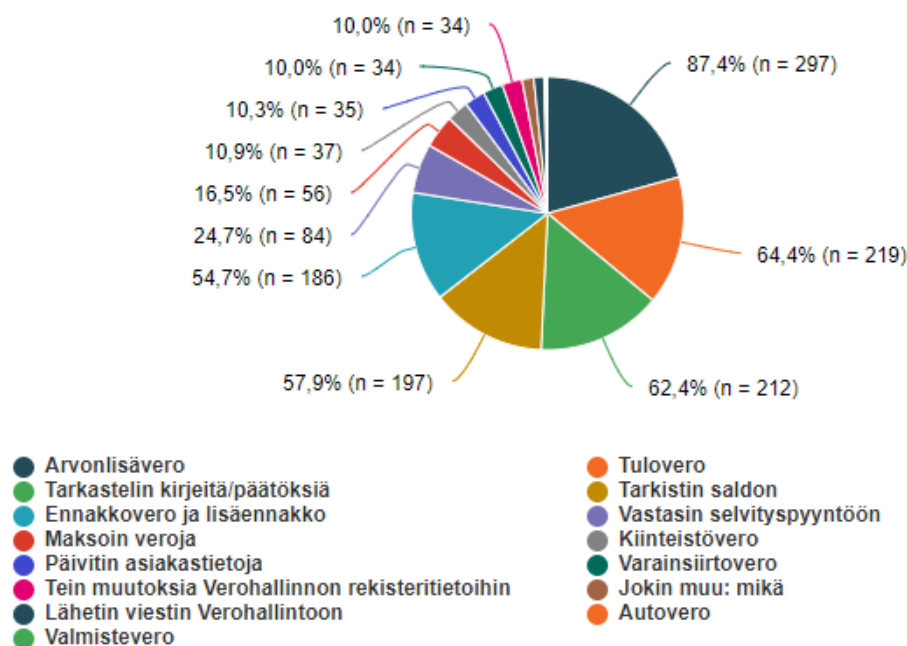
52,4 % vastaajista. Suomi.fi-valtuuksien käyttöprosentti on oletettavasti tällä hetkellä lähellä 100 %, sillä muuta asiointivaltuutta ei tällä hetkellä ole voimassa.

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin, kuinka usein OmaVero-palvelua käytetään ja molempien kyselyiden mukaan yli puolet vastaajista käyttävät OmaVeroa usean kerran päivässä ja vähintään kerran viikossa. Suomenkieliseen kyselyyn vastaajista 58,3 % käyttää asiointipalvelua useamman kerran päivässä ja 18,9 % kerran päivässä. Vastaajista ainoastaan yksi valitsi vaihtoehdon kerran kuukaudessa ja kaksi vastaajista ei osannut sanoa. Ruotsinkielisessä kyselyssä 11 vastaajaa eli 52,4 % käyttävät OmaVeroa useamman kerran päivässä, kun taas neljä eli 19,1 % kerran päivässä. Voidaan tulkita, että OmaVero nähdään apuna jokapäiväisessä työssä ja näin ollen OmaVeron käyttö on jo vakiintunut toimintapa tilitoimistoissa ja henkilöiden arjessa. Alla havainnollistava kaavio suomenkielisen kyselyn tuloksista.



Kuvio 6. Kuinka usein OmaVero-palvelua käytetään.

Kysymyksessä seitsemän selvitettiin mitä veroja tai veroasioita OmaVero-palvelussa hoidettiin edellisen asiointikerran aikana. Kysymykseen saatiin 340 vastausta ja vastausvaihtoehtoja valittiin 1434 kappaletta. Tässäkin kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto, sillä samalla kirjautumiskerralla voi hoitaa useamman asian. Verolajeista eniten hoidettiin arvionlisäveroa, jopa 87,4 % vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi eniten OmaVerossa käsiteltiin tuloveron maksuja ja ilmoituksia, tuloverotuksen valitsi 64,4 % vastaajista. Arvonlisäveron suureen prosenttiin vaikuttaa varmasti arvonlisäveron ilmoituskaudet, yrityksellä ilmoitusvelvollisuus voi olla jopa kuukausittain. Kiinteistöveroa ja varainsiirtoveroa vastattiin 10 % kun taas uudet verolajit auto- ja valmistevero sai ainoastaan kolme vastausta. Tuloveroilmoituksen vastausprosenttiin vaikutti veroilmoitusten määräjän ajankohtaisuus. Osakeyhtiöt ja yhteisöt, joiden tilikausi on kalenterivuosi pitää jättää tuloveroilmoitus neljän kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Koronan vuoksi Verohallinto myönsi automaattisesti kuukauden lisäajan, jonka vuoksi veroilmoituksia lähetettiin toukokuussa OmaVeron kautta normaalia enemmän.



Kuvio 7. Mitä veroja/veroasioita hoidettiin edellisellä asiointikerralla.

OmaVerossa tarkasteltiin kirjautumisen yhteydessä kirjeitä ja päätöksiä ainakin 212 vastaajan toimesta, joka onkin luontainen tapa kirjautumisen ja muun asiointin yhteydessä. 186 henkilöä eli 54,7 % haki muutosta tuloveroon hakemalla ennakkoveroa tai lisäennakkoa. 56 kyselyyn vastaajista maksoi OmaVero-palvelussa veroja ja 84 vastasi OmaVeron kautta lähetettyyn selvityspyyntöön. OmaVeron toiminnallisuuksia käytetään monipuolisesti ja asiakkaat näkevät sähköisen asiointipalvelun myös yhteydenottokanavana sillä seitsemäntoista eli 5 % vastaajista, lähetti OmaVeron kautta viestiä Verohallintoon. Kaksikymmentä valitsi vaihtoehdon Jokin muu: mikä, ja vastasivat kirjallisesti mitä toiminnallisuuksia käyttivät. He tekivät palautushakemuksia, osinkojen ennakonpidätys -ilmoituksia, antoivat rakentamisilmoituksia, täsmäyttivät saldoa ja tarkastelivat mihin asiakkaan maksua on käytetty. Yksi vastaaja kommentoi: *Yritin täsmätä OmaVeron saldoa=mahdotonta!*

Myös ruotsinkielisessä kyselyssä kysymykseen seitsemän vastattiin eniten arvonnalisäveroa ja tämän jälkeen suurimmaksi asiointin syyksi valittiin saldon tarkistaminen. Myös kirjeitä luettiin OmaVero-palvelussa ja muut vastaukset saivat tasaisesti joko kahden tai neljän vastaajan äänen.

5.3 OmaVero-palvelun käytettävyys ja kehitysideat

Sanallinen kysymys miksi käytät OmaVero-palvelua, koettiin kummalliseksi molemmissa kyselyissä, sillä tällä hetkellä paperinen asiointi hyväksytään vain erityisistä syistä. Verohallinto kannustaa sähköiseen asiointiin sekä sähköinen asiointipalvelu on ainoa kanava hoitaa asiakkaan veroasioita. Suomenkielisen kyselyn kysymykseen vastasi 266 henkilöä ja vastaajien 109 vastauksessa kerrottiin OmaVero-palvelun olevan käytössä sen pakollisuuden vuoksi, jonka takia kysymys koettiin kummalliseksi. Ennen sanallista kysymystä kyselyssä selvitettiin mitä veroasioita edellisellä kirjautumiskerralla on hoidettu, joten sanallinen kysymyksen tarkoitus oli antaa edelliselle kysymykselle lisäarvoa. Kysymystä olisi voinut täsmentää esimerkiksi miksi käytössä ei ole toisen rajapinnan kuten taloushallinnon ohjelmisto vaan on tehty päätös käyttää OmaVeron asiointipalvelua. Kyselyssä oli kuitenkin tarkoitus tavoittaa pienemmät tilitoimistot, jotka käyttävät OmaVeroa toisen rajapinnan sijaan, jonka vuoksi kysymystä ei täsmennetty tarkemmalla tasolla. Osa vastaajista kertoikin, kuinka OmaVeroa tulee käyttää, sillä kirjanpito-ohjelmasta ei saa tehtyä rajapinnan avulla kaikkia vaadittavia ilmoituksia.

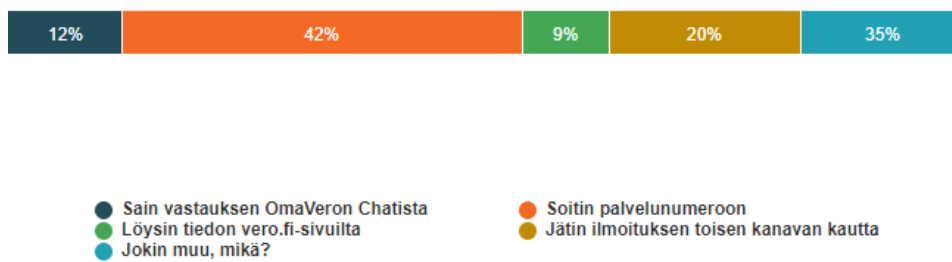
Suurin osa vastauksista kysymykseen: miksi käytät OmaVeroa, koostui samoista vaihtoehtoista kuin mitä edellisessä kysymyksessä eli kysymyksessä seitsemän kysyttiin ja tähän otettiin kantaa sanallisesti osassa vastauksista. Yksi vastaajista kommentoi käyttävänsä OmaVeroa niin kauan, kun ei ole muita maksuttomia palveluita veroasioiden hoitoon. Vastauksista kävi myös ilmi, kuinka tilitoimistot ovat siirtyneet paperittomaan toimistoon, jonka vuoksi sähköinen asiointi on lisääntynyt ja ilmoitusten lähettäminen on huomattu olevan nopeampaa sähköisessä asiointipalvelussa. Postitse toimitettavissa kirjeissä toimitusaika voi olla jopa viikkoja,

kun sähköisesti toimitettu ilmoitus on saman tien perillä ja tästä saa myös vastaanottokuittauksen palvelussa. Vastauksissa kommentointiin myös muiden ohjelmistojen kehityksen nopeutta verrattuna OmaVeroon, jonka vuoksi OmaVeroa on käytettävä, vaikka ilmoituksia toimitetaan myös toisten rajapintojen kautta. OmaVeroa käytetään myös muiden rajapintojen kautta lähetettyjen kuten ilmoitin.fi, oikeellisuus ja että tiedot ovat samat kuin kirjanpidossa.

Useammassa vastauksessa tuli esille myös maksujen ja kuittauksien tarkistaminen sillä suurin osa vastaajista käyttää OmaVeroa maksujen täsmäyttämiseen sekä saldon tarkastamiseen. Tämä on loogista, sillä OmaVero-palvelu on asiointipalveluna ainoa, jossa näkyy mille verolajille tehty maksu on kohdistettu tai miksi palautus ei ole palautunut asiakkaan tilille kokonaan tai osittain.

Kyselyssä selvitettiin myös, pystyikö asiakkaan veroasian hoitamaan OmaVerossa, johon 87 % suomenkieliseen kyselyyn vastaajista vastasi myöntävästi. Kaikki ruotsinkieliseen kyselyyn vastaajat saivat asian hoidettua OmaVerossa.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin, miten veroasia saatiin hoidettua, jos se ei onnistunut OmaVeron kautta. Tähän kysymykseen vastasi 54 henkilöä ja kaikki vastaukset saatiin suomenkielisestä kyselystä. Suurin osa heistä, jotka eivät saaneet asiaa hoidettua OmaVerossa soittivat Verohallinnon asiakaspalveluun. Palvelunumeroon soitti 42 % eli 23 vastaajista ja 12 % eli seitsemän vastaajaa sai vastauksen OmaVeron Chatista. 19 vastaajaa valitsi avoimen vastauksen eli Jokin muu, mikä. He olivat selvittäneet asian lähettämällä ilmoituksen paperipostilla tai he olivat yhteydessä suoraan asiakkaaseen asian selvittämiseksi. Osalla asian selvittäminen jäi omaksi tehtäväksi tai kokonaan tekemättä, sillä vastausta ei saatu vero.fi-sivuilta eikä asiakaspalvelukanavista. Epäselväksi jää, oliko selvittämättä jäänyt asia tärkeä vai kenties sellainen asia, jonka selvittäminen ei ollut välttämätöntä.



Kuvio 8. Miten veroasia hoidettiin, jos asiointi ei onnistunut OmaVerossa.

Yhdessätoista kysymyksessä mitattiin tyytyväisyyttä OmaVero palveluun. Kysymyksessä pyydettiin arvioimaan OmaVero-palvelua viidestä eri näkökulmasta. Vastaajia pyydettiin arvioimaan tyytyväisyys yhdestä viiteen. Numero yhden valinta tarkoittaa, että ollaan täysin eri mieltä ja numero viiden valinta, että ollaan täysin samaa mieltä. Arvioinnissa pystyi valitsemaan myös numeron kolme, jolloin kysymykseen ei otettu kantaa. Onneksi vain harva vastaajista jätti ottamatta kantaa arviointiin, jonka vuoksi tästäkin kysymyksestä sai arvokasta tietoa siitä, mikä OmaVerossa toimii ja mikä ei. Arviointi pyydettiin tekemään OmaVeron helppokäyttöisyydestä, ulkoasusta, hyödyllisyydestä, nopeudesta ja tietojen löytymisen helppoudesta.

Taulukko 2. Tyytyväisyys OmaVero-palveluun.

	1	2	3 (en osaa sanoa)	4	5	Keskiarvo	Mediaani
OmaVero-palvelu on helppokäyttöinen	14,2%	32,2%	5,0%	38,6%	10,0%	3,0	3,0
Sivujen ulkoasu on visuaalisesti hyvä	10,6%	21,8%	14,2%	44,5%	8,9%	3,2	4,0
OmaVero-palvelu on hyödyllinen	5,0%	8,9%	7,4%	47,0%	31,7%	3,9	4,0
Sivut latautuvat riittävän nopeasti	5,0%	13,6%	7,4%	45,0%	29,0%	3,8	4,0
OmaVerosta löytyy riittävästi tietoa toiminnoista ja ohjeista	19,1%	34,4%	12,7%	28,2%	5,6%	2,7	2,0

Suomenkieliseen kysymykseen vastasi 340 vastaajaa ja kokonaisuudessaan OmaVeron tyytyväisyys on hyvällä tasolla. Kaikkien kysymysten osalta keskiarvo on 3,3. OmaVero koettiin hyödyllisenä palveluna, joka näkyy arviointitaulukosta, sillä 78,7

% vastaajista olivat joko täysin tai osittain samaa mieltä väittämän kanssa. Eniten puutetta koettiin olevan OmaVeron ohjeistuksessa ja tiedonhaussa. Kysymyksen keskiarvo on vain 2,7 mikä on alhaisin kyselyssä. Ohjeistusta voi aina lisätä asiointipalveluun tai verkkosivuille, joten toisaalta on hyvä, että tämä osio sai huonoimmat pisteet. OmaVero-palvelun visuaalisuuteen ja helppokäyttöisyyteen reagoitiin neutraalisti, mihin voi vaikuttaa se, kun kyseessä on tekninen palvelu, joten tekniseen toteutukseen kiinnitetään enemmän huomiota ja aikaa ja visuaalisuus on tässä toissijainen asia. Aivan kuten muissakin ohjelmissa ja käyttöliittymissä käyttöliittymän käytön oppimiseen tarvitaan aikaa ja kärsivällisyyttä. Ruotsinkielisessä kyselyssä OmaVero sai hyvät arvosanat, keskiarvolta 3,8. OmaVeroon kaivattiin eniten tietoa OmaVeron toiminnoista sekä lisäohjeistusta muun muassa ilmoitusten täyttämiseen. OmaVero-palvelun hyödyllisyys nousi tässäkin kyselyssä suurimmaksi ja keskiarvo on jopa 4,3.

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka OmaVero-palvelun toivotaan kehittyvän tulevaisuudessa. Suomenkielisen kyselyn kautta saatiin yhteensä 262 kehitys-ideaa. Suurin osa vastauksista keskittyi maksujen kohdistuksiin ja kuinka OmaVeron raportteja pitäisi saada korjattua helppolukuisemmaksi ja sellaiseen muotoon, jotta kirjanpidon täsmäytyksien tekeminen on mahdollisimman helppoa. Maksuihin liittyvät raportit koetaan hankalaksi varsinkin tilanteissa, jossa Oma-aloitteisia veroja on maksettu hyvissä ajoin ennen eräpäivää ja näin ollen maksua on voitu kuitata jo toiselle maksulle tai jopa verolajille. 86 vastauksessa kritisointiin maksujen kohdistusta ja kuinka maksujen kohdistaminen niin sanotusti väärin veroihin, vaikeuttaa kirjanpitäjien työtä. Tähän kaivataan pikaista muutosta ja vastaajien mielestä olisi tärkeää, että OmaVerossa näkyisi selkeästi mikä luku OmaVerossa pitäisi täsmäyttää kirjanpidossa. Suurta kannatusta sai myös vanha verotiliotteen tapainen raportti, jonka toivotaan korvaavan kuukausittain lähtevän kirjeen eli yhteenvedon verojen maksutilanteesta. Vanhaa verotiliotetta tai parempaa kuukausiraporttia toivottiin 73 vastauksista. Aiemmin käytössä ollut verotiliote koetaan vastauksissa helppolukuisemmaksi, sillä kirje oli pankkitiliotteen mukainen ja näin ollen vastaajien mielestä helppolukuisempi. Vastauksiin vaikuttaa varmasti myös

se, että vanhaa tiliotepohjaa on totuttu lukemaan ja irtautuminen vanhasta vie aina oman aikansa. Vastauksista huomaa kuinka tärkeä palvelu OmaVero on tili-toimistoille varsinkin maksujen tarkastelussa, jonka vuoksi maksut ja maksujen raportointi nousee esiin 156 vastauksessa.

Muita kehitysehdotuksia annettiin OmaVeron etusivulle, johon kaivataan enemmän tietoa asiakkaan ajankohtaisesta tilanteesta. Tällä hetkellä tilitoimistoilla näkyy OmaVeroon kirjautumisen jälkeen listaus asiakkaista ja listauksesta valitaan asiakas, kenen veroasioita hoidetaan. Etusivulle kaivataan tietoa, esimerkiksi jonkinlaisena symbolimerkinä, jos asiakkaan veroilmoitusta ei ole annettu sen määräpäivän lähestyessä. Tämä vähentäisi vastaajien mielestä turhaa kirjautumista asiakkaan tietoihin. Myös OmaVerosta lähteviin sähköpostiherätteisiin kaivataan parannusta ja mahdollisuutta valikoida esimerkiksi tietyt tilanteet tai asiakkaat, joista huomautussähköposteja lähetetään. OmaVeroon toivotaan myös mahdollisuutta antaa osinkojen vuosi-ilmoituksia, sillä tällä hetkellä ilmoitukset annetaan joko lomake.fi tai ilmoitin.fi sivujen kautta.

Ruotsinkielisen kyselyn kautta saatiin 12 kehitysideaa, joista suurin osa keskittyi myös maksujen kohdistuksiin sekä korkojen näkymiseen OmaVerossa. Maksujen pitäisi näkyä paremmin kokonaisuutena eikä pilkottuna senttien tarkkuuteen. OmaVeroon kaivataan myös mahdollisuutta tarkistaa tilin saldoa tietyn päivän tarkkuudella, esimerkiksi kuukausi taaksepäin. Kehitysideoita tuli myös ohjeisiin ja kuinka OmaVeroon voisi lisätä linkkejä suoraan ilmoitusten täyttöohjeisiin. Myös ruotsinkielisen kyselyn vastauksissa toivottiin pankin tiliotteen tapaista raporttia OmaVeroon, joka helpottaisi verojen täsmäyttämistä kirjanpidossa.

6 LOPPUPÄÄTELMÄT JA OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI

Käyttäjäkokeuskyselyn tarkoituksena oli selvittää millaisena palveluna tilitoimitukset näkevät OmaVero-palvelun tällä hetkellä ja kuinka toivovat sähköisen asioinnin kehittyvän tulevaisuudessa. Kyselyn avulla saatiin kerättyä hyvin kehitysehdotuksia ja vastauksissa näkyi selkeä kaava siitä mihin OmaVero-palvelun toivotaan kehittyvän. Käyttäjäkokeuksesta saadut vastaukset tukivat myös muita palautteita mitä Verohallinto on saanut OmaVero-palvelusta muun muassa asiakaspalvelussa.

Käyttäjäkokeuskyselyyn saatiin hyvin vastauksia kolmen viikon aikana ja vastauksia olisi saanut jopa enemmän, jos seuraavalla uutiskirjeellä olisi muistutettu kyselystä ja vastauksia olisi kerätty pidemmältä ajalta. Suomenkieliseen kyselyyn saatiin 341 vastausta ja ruotsinkieliseen kyselyyn 21 vastausta, joten otosta voidaan pitää luotettavana.

Sähköinen webropol-lomake oli sopiva tiedonkeruutapa ja näin saatiin useita vastauksia OmaVeron käytettävyydestä ympäri Suomen. Kyselyyn saatiin vastauksia kattavasti myös sen vuoksi, kun kysely lähetettiin osana Verohallinnon uutiskirjettä. Vastauksien määrään vaikutti myös olennaisesti se, että OmaVerosta on tulossa päivitetty versio ja kun päivitys on ajankohtainen niin kehitysideat ovat toteutettavissa. Kyselyyn annetut vastaukset myös tukivat toinen toisiaan, ja vastaajilla on samat ideat kehittämistarpeista, joten kyselyn tuloksia voidaan pitää luotettavina.

Eniten OmaVeroon kaivattiin selkeyttä maksujen kohdistamiseen sekä kirjanpitoon sopivampaa raportointia, jossa kerrotaan kuukauden tapahtumista ja saldosta, mikä tulee täsmäyttää kirjanpidossa. Kehitystarve on ymmärrettävää, sillä OmaVero on ainoa asiointipalvelu, josta maksettujen verojen kohdistuksia voi tarkastella. OmaVero nähdään kuitenkin käyttöliittymänä helppokäyttöisenä, vaikka maksujen kohdistuksiin ja raportointiin kaivataankin selkeyttä. Osassa vastauksissa kommentoitiin sitä, kuinka asiointipalvelun käytössä kokemus nopeuttaa

sähköistä asiointia. Tämä on loogista, sillä teknisissä alustoissa palvelun käytön oppii sitä käyttämällä.

Käyttäjäkokeuskysely on mielestäni toistettavissa esimerkiksi puolen vuoden kuluessa OmaVeron uudistamisesta, jolloin on selvitettävissä, onko OmaVero kehittynyt parempaan suuntaan. Käyttäjäkokeuskyselyä voisi jatkossakin liittää Verohallinnon uutiskirjeisiin, vaikka palautteen antaminen OmaVerossa onkin mahdollista vuoden ympäri. Kysely olisi hyvä toteuttaa esimerkiksi keväällä, sillä näin uudistettua OmaVeroa on ehditty jo käyttää, mutta vanha versio on kuitenkin hyvässä muistissa.

LÄHTEET

Digi- ja väestötietovirasto 2021. Siirry Katso-palvelusta. 2021. Viitattu 15.2.2021.
<https://dvv.fi/siirrykatsosta>

Gerdt B, Eskelinen S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Viitattu 19.11.2021. Alma Talent. Helsinki. <https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/DAEBDXDTEB#piste:t2>

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki. Talentum.

Ilmarinen V, Koskela K. 2015. Digitalisaatio – Yritysjohdon käsikirja. Viitattu 20.11.2021. Alma Talent. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/IACBGXCTEB#/historiaan:https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/bisneskirjasto\(23\)Bisneskirjasto/piste:b0](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/IACBGXCTEB#/historiaan:https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/bisneskirjasto(23)Bisneskirjasto/piste:b0)

Keronen K, Tanni K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Viitattu 20.11.2021. Alma Talent. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/CAB-BEXDTEB#kohta:JOHDATA\(\(20\)ASIAKKAASI\(\(20\)VERKKOON\(\(20\)/piste:b4](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/CAB-BEXDTEB#kohta:JOHDATA((20)ASIAKKAASI((20)VERKKOON((20)/piste:b4)

Maula H, Maula J. 2019. Design ja johtaminen. Viitattu 20.11.2021. Alma Talent. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/GACBIXDTEB#/kohta:SIS\(\(c4\)LLYS/piste:tJk](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/GACBIXDTEB#/kohta:SIS((c4)LLYS/piste:tJk)

Saarijärvi, H., Puustinen P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Jelgava, Latvia. Docendo Oy

Suomi.fi 2021. Valtuudet. Viitattu 13.2.2021. <https://www.suomi.fi/valtuudet>

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. PS-kustannus. 5., päivitetty painos. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.

Verohallinto 2015. Laitteet ja selaimet OmaVeron käyttöön. Viitattu 16.2.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/sahkoisen-asioinnin-tekniset-vaatimukset/>

Verohallinto 2017. Näin tarkastelet suoritettuja maksuja ja palautuksia OmaVerossa. Viitattu 7.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/tarkastele-k%C3%A4ytetty%C3%A4-maksuja-ja-palautuksia/>

Verohallinto 2017a. Tilaa sähköposti-ilmoitukset -yhteisöasiakas. Viitattu 13.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/n%C3%A4in-tilaat-s%C3%A4hk%C3%B6posti-ilmoitukset-omaverossa/>

Verohallinto 2018. Sähköisten palvelujen kehitys. Viitattu 25.9.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/kehittaja/S%C3%A4hk%C3%B6isten-palveluiden-kehitys/>

Verohallinto 2019. Näin tarkastelet saldoa OmaVerossa. Viitattu 7.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/tarkastele-saldoa/>

Verohallinto 2020. OmaVeron käyttöohjeet. 2020. Viitattu 13.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/k%C3%A4ytt%C3%B6ohjeet/>

Verohallinto 2020a. Näin löydät verokortin, kirjeen tai verotuspäätöksen OmaVerosta. 2020. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/n%C3%A4in-l%C3%B6yd%C3%A4t-verokortin-kirjeen-tai-p%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksen-omaverosta/>

Verohallinto 2020b. Näin löydät verokortin, kirjeen tai päätöksen OmaVerosta. 2020. Viitattu 13.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/n%C3%A4in-l%C3%B6yd%C3%A4t-verokortin-kirjeen-tai-p%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksen-omaverosta/>

Verohallinto 2020c. Näin haet Y-tunnusta ja ilmoittaudut Verohallinnon rekistereihin OmaVerossa. 2020. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/n%C3%A4in-haet-y-tunnusta-ja-ilmoittaudut-verohallinnon-rekistereihin-omaverossa/>

[l%C3%B6yd%C3%A4t-verokortin-kirjeen-tai-p%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksen-omaverosta/](#)

Verohallinto 2020d. Ilmoittamisen ohje – liikkeen- ja ammatinharjoittaja. 2020. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/ilmoittamisen-ohje/>

Verohallinto 2020f. Näin maksat veroja OmaVerossa. 2020. Viitattu 7.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/maksa-veroja/>

Verohallinto 2021. Verohallinnon uutiskirjeet. 2021. Viitattu 22.9.2021. https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/uutiset/verohallinnon_uutiskirjee/

Verohallinto 2021a. Strategia. 2021. Viitattu 25.9.2021. https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon_esittely/verohallinnon_strategia/

Verohallinto 2021b. Tulevaisuutta ei rakenneta tyhjiössä. 2021. Viitattu 25.9.2021. https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon_esittely/vuosi-2020/positiivinen-asiakaskokemus/tulevaisuutta-ei-rakenneta-tyhji%C3%B6ss%C3%A4/

Verohallinto 2021c. Näin poistut Verohallinnon rekistereistä OmaVerossa. 2020. Viitattu 5.10.2020. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/verohallinnon-rekisterit/nain-poistut-verohallinnon-rekistereista-omaverossa/>

Verohallinto 2021d. Näin pääset hoitamaan veroasioita OmaVerossa. 2021. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/n%C3%A4in-asioit-omaverossa/>

Verohallinto 2021e. Katso-palvelu suljetaan kokonaan 31.8.2021. 2021. Viitattu 26.9.2021. <https://vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/uutiset/uutiset/2021/katso-palvelu-suljetaan-kokonaan-31.8.2021--otak%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n-suomi.fi-valtuudet/>

Verohallinto 2021f. Uutiskirje yritysasiakkaille. 2021. Viitattu 28.9.2021. <https://verofi.mailpv.net/archive/show/4415748>

Verohallinto 2021g. Ilmoittamisen ohje - Osakeyhtiö ja osuuskunta. 2021. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/ilmoittamisen-ohje/>

Verohallinto 2021h. Arvonlisäveron ilmoitus- ja maksuohjeet. 2021. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/>

Verohallinto 2021i. Arvonlisäveroilmoituksen täyttöohje. 2021. Viitattu 5.10.2021. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/>

Verohallinto 2021j. Tutkimus: Nuoret tuomitsevat verojen maksamatta jättämisen. 2021. Viitattu 11.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/lehdist%C3%B6tiedotteet/2021/tutkimus-nuoret-tuomitsevat-verojen-maksamatta-j%C3%A4tt%C3%A4misen/>

Verohallinto 2021k. Tulosta dokumentti. 2021. Viitattu 13.10.2021. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/asioi-verkossa/tietoa-omaverosta/tulosta-dokumentti/>

LIITE 1



OmaVeron käyttäjäkokemus -kysely

OmaVeron käyttäjäkokemus -kysely on osana Vaasan Ammattikorkeakoululle tehtävää opinnäytetyötä.

Kyselyn tarkoituksena on selvittää OmaVeron käyttäjäkokemuksia tilitoimistojen osalta, joilla on alle sata asiakasta. Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa arviolta noin 5-10 minuuttia ja kysely sisältää niin monivalinta- kuin vapaasana kysymyksiä.

Kyselyn tuloksia hyödynnetään OmaVeron kehittämisessä.

1. Tilitoimiston toimipiste

2. Tilitoimiston asiakkaiden lukumäärä

- ☐ alle 10
- ☐ 10-24
- ☐ 25-49
- ☐ 50-74
- ☐ 75-99
- ☐ 100 tai enemmän

3. Minkä yritysmuotojen puolesta hoidat veroilmoittamista ja -asiointia?

Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Osakeyhtiö ja asunto-osakeyhtiö
- ☐ Kiinteistöosakeyhtiö
- ☐ Toiminimi (elinkeinonharjoittaja)
- ☐ Avoin- ja kommandiittiyhtiö
- ☐ Yhdistys ja säätiö
- ☐ Jokin muu, mikä

4. Pääsetkö tarkastelemaan kaikkien asiakasyritystesi tietoja Omaverossa?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

5. Oletteko siirtyneet kaikkien asiakkaiden osalta Suomi.fi-valtuutuksiin?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Seuraava



OmaVeron käyttäjäkokemus -kysely

6. Kuinka usein käytät OmaVero-palvelua?

- ☐ usean kerran päivässä
- ☐ kerran päivässä
- ☐ kerran viikossa
- ☐ kerran kuukaudessa
- ☐ kerran puolessa vuodessa
- ☐ en osaa sanoa

7. Mitä veroja tai veroasioita hoidit viimeksi OmaVero-palvelussa

Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Tulovero
- ☐ Ennakkovero ja lisäennakko
- ☐ Arvonlisävero
- ☐ Autovero
- ☐ Valmistevero
- ☐ Varainsiirtovero
- ☐ Kiinteistövero
- ☐ Tarkistin saldon
- ☐ Maksoin veroja
- ☐ Päivitin asiakastietoja
- ☐ Tarkastelin kirjeitä/päätöksiä
- ☐ Vastasin selvityspyyntöön
- ☐ Tein muutoksia Verohallinnon rekisteritietoihin
- ☐ Lähetin viestin Verohallintoon
- ☐ Jokin muu: mikä

8. Miksi käytät OmaVero-palvelua?

9. Saitko tilitoimiston asiakkaan veroasian hoidettua OmaVerossa?

- ☐ Kyllä
- ☐ En

10. Jos vastasit ei, miten hoidit tilitoimiston asiakkaan veroasian?

- ☐ Sain vastauksen OmaVeron Chatista
- ☐ Soitin palvelunumeroon
- ☐ Löysin tiedon vero.fi-sivuilta
- ☐ Jätin ilmoituksen toisen kanavan kautta
- ☐ Jokin muu, mikä?

11. Tyytyväisyys OmaVero-palveluun

1=Täysin eri mieltä, 5=Täysin samaa mieltä

	1	2	3 (en osaa sanoa)	4	5
OmaVero-palvelu on helppokäyttöinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivujen ulkoasu on visuaalisesti hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OmaVero-palvelu on hyödyllinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivut latautuvat riittävän nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OmaVerosta löytyy riittävästi tietoa toiminnoista ja ohjeista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Miten toivoisit OmaVeron kehittyvän tulevaisuudessa?

Edellinen

Lähetä

LIITE 2