

Niko Kramsu

# MITEN PARANTAA VEROHALLINNON RAKENNUSALAN PK-YRITYSASIAK- KAIDEN ASIAKASKOKEMUSTA VUOSI- ILMOITUSTEN LAADINNASSA?

Opinnäytetyö

Tradenomi (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Niko Kramsu
Työn nimi	Miten parantaa Verohallinnon rakennusalan pk-yritysasiakkaiden asiakaskokemusta vuosi-ilmoitusten laadinnassa?
Toimeksiantaja	Verohallinto
Vuosi	2024
Sivut	29 sivua, liitteitä 2 sivua
Työn ohjaaja(t)	Heli Bergström

## TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aiheena on vuosi-ilmoitusten laadinta asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tavoitteena oli saada selville, miten vuosi-ilmoituksia voitaisiin parantaa asiakaskokemus huomioiden. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Verohallinto ja tavoitteena oli, että toimeksiantaja voisi hyödyntää toiminnassaan tämän tutkimuksen tuloksia.

Tutkimusongelmana oli, miten tehdä rakennusalan pienten ja keskisuurten yritysten vuosi-ilmoituksen laadinta selkeämmäksi ja helpommin ymmärrettäväksi asiakaskokemus huomioon ottaen. Lisäksi tutkittiin, miten voidaan parantaa rakennusalan pk-yritysasiakkaiden asiakaskokemusta vuosi-ilmoitusprosessissa. Jotta tutkimusongelmiin voitiin vastata, kirjoitettiin teoriaa asiakaskokemuksesta, asiakaspalvelusta ja vuosi-ilmoituksista.

Tämä tutkimus on laadullinen tapaustutkimus. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselyllä, johon vastasi tilitoimistojen kirjanpitäjiä, jotka laativat rakennusalan pk-yritysten vuosi-ilmoituksia. Kyselyn tuloksia analysoitiin käyttäen sisälönanalyysiä. Kyselyn tulosten perusteella saatiin arvokasta tietoa, jota voidaan hyödyntää kehitettäessä vuosi-ilmoitusten laadinnan prosessia.

Kyselyn tulosten mukaan vuosi-ilmoituksen prosessi on lähes selkeä ja helppo. Haasteitakin nähtiin. Esimerkiksi viivästysseuraamukset inhimillisen virheen takia koettiin kohtuuttomiksi ja vuosi-ilmoitusten laadintaan toivottiin pidempää aikaa. Myös vuosi-ilmoitusten laatimisen prosessiin toivottiin automaatiota. Vastaajat toivoivat, ettei samaa ilmoitusta tarvitsisi tehdä moneen kertaan ja ilmoittaa monille eri tahoille eli kerran tehty vuosi-ilmoitus lähtisi kaikille tahoille automaattisesti.

Vuosi-ilmoitusten laadinta saadaan selkeämmäksi asiakaskokemus huomioiden, kun kaikki asiaan liittyvä tieto löytyy samasta paikasta OmaVerosta. Lisäksi laadintaohjeiden näkyvyys ja ajantasaisuus tekevät vuosi-ilmoitusten laadinnan helpommaksi asiakaskokemuksen näkökulmasta. Vuosi-ilmoitusten laadinnan prosessia voidaan parantaa lisäämällä prosessiin automaatiota, tiedottamalla asiakkaita tärkeistä määräpäivistä ja pitämällä vuosi-ilmoitusten puhelinasiakaspalvelulinja tehokkaana.

**Asiasanat:** asiakaskokemus, asiakaspalvelu, vuosi-ilmoitus

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author (authors)	Niko Kramsu
Thesis title	How to improve customer experience of construction-painting SME customers of the Tax Administration when preparing the annual report?
Commissioned by	The Finnish Tax Administration
Time	2024
Pages	29 pages, 2 pages of appendices
Supervisor	Heli Bergström

## ABSTRACT

The object of this thesis was the preparation of annual reports from the perspective of customer experience. The purpose was to find out how the annual reports could improve the customer experience of the construction industry. The thesis was commissioned by the Finnish Tax Administration.

The research problem was how to make the preparation of the annual report of small and medium-sized enterprises of the construction industry simple and easier to understand from the customer experience point of view. In addition, it was examined how to improve the customer experience of SME corporate customers in the construction industry in the annual reporting process. The theory part discusses customer experience, customer service and annual reports. This study was a qualitative case study. The research material was collected by means of a survey. The survey was answered by accountants who prepare the annual reports of SMEs in the construction industry. The results of the survey were analyzed using content analysis. The results of the survey provided valuable information that can be used to develop the process of preparing annual reports.

The results of the survey indicate that the annual report is fairly simple and easy. However, some challenges were found. For example, the consequence for default due to human error were considered unreasonable and it was hoped that there would be more time to prepare the annual reports. Automation was also hoped for in the process of preparing annual reports. The respondents hoped that it would not be necessary to make the same report several times. Reporting to many different parties was also considered annoying and it was hoped that once made the annual report would go to all parties automatically.

The preparation of the annual report can be made simpler from the customer experience point of view when all related information can be found in the same place in MyTax. The visibility and up-to-dateness of the instructions also make the preparation of annual reports easier from the customer experience point of view. The process of preparing annual reports can be improved by adding automation to the process, informing customers about important deadlines, and keeping the service line for annual reports efficient.

**Keywords:** annual information, customer experience, customer service

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	OSAKEYHTIÖT JA VUOSI-ILMOITUKSET .....	6
2.1	Osakeyhtiön kuvaus .....	6
2.2	Vuosi-ilmoitukset.....	8
3	ASIAKASPALVELU JA ASIAKASKOKEMUS.....	10
3.1	Palvelut.....	10
3.2	Asiakaslähtöisyys .....	11
3.3	Asiakaskokemus.....	13
3.4	Asiakaskokemuksen mittaaminen .....	13
4	TOIMEKSIANTAJA.....	15
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO .....	16
5.1	Tutkimusmenetelmät .....	16
5.2	Aineistonkeruumenetelmät.....	18
5.3	Aineiston analysointimenetelmä .....	20
5.4	Tutkimusprosessi.....	21
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	22
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	24
7.1	Johtopäätökset .....	24
7.2	Suosituksset toimeksiantajalle.....	26
7.3	Luotettavuuden arviointi.....	27
8	LOPUKSI .....	29
	LÄHTEET .....	30
	LIITTEET	

Liite 1. Saatekirje

Liite 2. Kyselylomake

## 1 JOHDANTO

3.1.2024 Suomessa oli 288 211 osakeyhtiötä (Patentti- ja rekisterihallitus 2024). Suomen yrityksistä iso osa on osakeyhtiöitä ja se onkin yleisin yritysmuoto Suomessa. Osakeyhtiö tuo yritysmuotona tietynlaista uskottavuutta. Osakeyhtiö sopii yritysmuodoksi myös silloin, kun yrityksen toimintaa on tarkoitus tulevaisuudessa laajentaa. (Laitinen ym. 2022.) Osakeyhtiöillä on lukuisia velvollisuuksia, joita niiden täytyy hoitaa. Yksi näistä velvollisuuksista on vuosi-ilmoitusten laatiminen. Osakeyhtiöillä on velvollisuus ilmoittaa vuosi-ilmoituksilla maksetuista suorituksista (Verohallinto 2024a).

Opinnäytetyön aiheena on Verohallinnon tarjoaman vuosi-ilmoituksen kehittäminen asiakaskokemuksen näkökulmasta. Toimeksiantajana toimii Verohallinto. Opinnäytetyössä kuvataan yritysten vuosi-ilmoitusten menettelyä ja tutkittiin niihin liittyviä mahdollisia hankaluuksia. Vuosi-ilmoituksen laatimista ei ole juurikaan tutkittu rakennusalan näkökulmasta. Tämän vuoksi Verohallinto sai arvokasta tietoa kehittääkseen vuosi-ilmoituksen prosessia. Lopputuloksena syntyi opinnäytetyö, josta käy ilmi kehitysehdotuksia vuosi-ilmoitusten parantamiseksi. Verohallinto voi hyödyntää opinnäytetyön tuloksia kehittääkseen palvelujaan.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli, että se olisi hyödyllinen vuosi-ilmoituksen laadinnan suunnittelussa. Tavoitteena oli kehittää rakennusalan pk-yritysten näkökulmasta Verohallinnon tarjoaman vuosi-ilmoituksen prosessia. Kyseilyn tavoitteena oli saada selville, miten tyytyväisiä tutkimukseen osallistuvat vuosi-ilmoitusten laatijat ovat vuosi-ilmoituksen laadintaan.

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Miten tehdä rakennusalan pk-yrityksen vuosi-ilmoituksen laadinta selkeämmäksi ja helpommin ymmärrettäväksi asiakaskokemus huomioon ottaen?
2. Miten parantaa rakennusalan pk-yrityksiä asiakkaiden asiakaskokemusta vuosi-ilmoitusprosessissa?

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat vuosi-ilmoitus, asiakaslähtöisyys, asiakaskokemus ja palvelun kehitys. Vuosi-ilmoituksella yritykset ilmoittavat vuosittain Verohallinnolle tietoja maksamistaan suorituksista kuten osingoista (Ve-

rohallinto 2024a). Asiakaslähtöisyys on organisaation ajattelumalli, jonka pohjalta yritys hoitaa markkinointia. Asiakaslähtöisyyden lähtökohtana ovat asiakkaat ja heidän tarpeensa. (Vuokko 1997, 11–13.)

Opinnäytetyö on laadullinen tapaustutkimus. Aineistonhankintamenetelminä käytettiin strukturoitua kyselyä. Tutkimus rajattiin siten, että kyselyyn vastanneina toimivat suomalaiset tilitoimistot.

## **2 OSAKEYHTIÖT JA VUOSI-ILMOITUKSET**

### **2.1 Osakeyhtiön kuvaus**

Osakeyhtiö on asemaltaan vakiintunut merkittävimmäksi yritystoiminnan muodoksi erityisesti vakiintuneilla, työllistävillä ja kasvavilla yrityksillä. Osakeyhtiön ja osakkeenomistajan verotus on monimutkainen kokonaisuus, johon liittyy suunnittelumahdollisuuksien lisäksi ennalta arvaamattomia tapahtumia. Yksi tai useampi henkilö voi perustaa osakeyhtiön. Osakeyhtiötä perustaessa osakkeen omistajat tekevät kirjallisen perustamissopimuksen. Tämän jälkeen osakeyhtiö merkitään kaupparekisteriin. Yhtiön osakkaat eivät kuitenkaan ole henkilökohtaisesti vastuussa yhtiön velvoitteista. Yhtiön osakkaat vastaavat niistä velvoitteista, joihin he ovat sitoutuneet ennen yhtiön merkitsemistä kaupparekisteriin. Osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen. Yhtiön toiminnan tulos verotetaan yhtiön tulona, eikä se sellaisenaan vaikuta osakkeenomistajien verotukseen. (Viitala 2018, 19–20.)

Osakeyhtiö voi jakaa varojaan osakkeenomistajille neljällä eri tavalla kuten Osakeyhtiölaissa (OYL) säädetään. Osakeyhtiö voi jakaa varojaan voitonjaolla eli osinkoina ja jakamalla varoja vapaan oman pääoman rahastosta. Osakeyhtiö voi myös jakaa varojaan osakepääomaa alentamalla. Lisäksi osakeyhtiö voi jakaa varoja omia osakkeita hankkimalla ja lunastamalla. Neljäs tapa jakaa varoja on yhtiön purkaminen ja rekisteristä poistaminen. (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624, 13. luku 1. §; Viitala 2018, 23.)

Osinkojen jakamisen on perustuttava viimeksi vahvistettuun tilinpäätökseen. Enimmäismäärän osingonjaossa muodostavat yhtiön taseen mukainen vapaan oman pääoman määrä ja yhtiön maksukyky. Tilinpäätöksen päättymisen

jälkeiset tapahtumat on otettava huomioon jakopäätöstä tehtäessä. Maksukykyä arvioitaessa on myös otettava huomioon yhtiön tulevaisuudessa erääntyvät velat ja muut suoritukset. Osinkojen jako ei ole mahdollista, jos se vaarantaa yhtiön maksukyvyn. Osingonjaosta päättää yhtiökokous. Päätös tehdään yleensä samassa yhtiökokouksessa, jossa käsitellään ja vahvistetaan edellisen tilikauden tilinpäätös. (Koponen 2023, 9–11.)

Osingon verotus riippuu siitä, onko osingon jakava yhtiö listattu vai listaamaton yhtiö. Jos saatu osinko on listaamattomalta yhtiöltä, on osingon verotuksessa tärkeä merkitys osakkeen matemaattisella arvolla, joka lasketaan yhtiön nettovarallisuuden perusteella. Matemaattista arvoa käytetään osingon jakamiseen verotettavaan pääomatuloon ja ansiotuloon. Sekä listatusta että listaamattomasta yhtiöstä saadun osingon verotuksesta säädetään tuloverolaissa. (Viitala 2018, 26–27.) Listatusta yhtiöstä saadusta osingosta 85 prosenttia on veronalaista pääomatuloa ja 15 prosenttia on verovapaata tuloa. Listaamattomasta yhtiöstä saadusta osingosta 25 prosenttia on veronalaista pääomatuloa ja 75 prosenttia on verovapaata tuloa siihen määrään saakka, joka vastaa varojen arvostamisesta verotuksessa annetussa laissa tarkoitetulle osakkeen verovuoden matemaattiselle arvolle laskettua kahdeksan prosentin vuotuista tuottoa. Siltä osin kuin tällaisten saatujen osinkojen määrä ylittää 150 000 euroa, on osingoista 85 prosenttia veronalaista pääomatuloa ja 15 prosenttia verovapaata tuloa. (Verohallinto 2023c; Viitala 2018, 26–27.)

Osakeyhtiö voi osingonjaon lisäksi nostaa varoja ja tulosta yhtiöstä rahapalkkana, luontoisetuna, vuokrana, korkona, takausprovisiona ja lainana. Verosuunnittelussa on tärkeä muistaa kokonaisuus, koska veron säästäminen voi kostautua myöhemmin. Verotuksellisesti edullisimpaan ratkaisuun pääseminen on tapauskohtaista, joten yhtiön ja osakkaan on pyrittävä löytämään itselle paras yhdistelmä erilaisista vaihtoehdoista. Tehtäviin laskelmiin on otettava mukaan yhtiön ja osakkaan oma verotus, sillä laskelmat, joissa tarkastellaan vain osaa verotettavista varoista ja tuloista, voivat johtaa siihen, että verotuksellisesti edullisemmaksi luultu vaihtoehto ei sitä kokonaisuutena olekaan. (Koponen 2023, 99.)

## 2.2 Vuosi-ilmoitukset

Yritykset ja muut suoritusten maksajat ilmoittavat vuosittain vuosi-ilmoituksella Verohallinnolle tietoja maksamistaan suorituksista (Verohallinto 2024a). Vuosi-ilmoitus on annettava vuosittain yleensä verovuotta seuraavan tammi-kuun loppuun mennessä (Verohallinto 2023b). Vuosi-ilmoitusten tiedot voidaan antaa sähköisesti tai lomakkeilla. Poikkeuksena on kuitenkin osingoista tehtävä vuosi-ilmoitus, joka on annettava sähköisesti, jos vuosi-ilmoitus koskee viittä tai useampaa tulonsaajaa. Lomakenumera 7812 annettuna ilmoitus toimitetaan Verohallinnon optiseen lukupalveluun, PL 300, 00052 VERO. Jos tiedot halutaan antaa sähköisesti, on se mahdollista Verohallinnon asiointipalvelussa ja ilmoitin.fi -palvelussa. Vuosi-ilmoituksessa annettuja tietoja on mahdollisuus myös korjata tai täydentää, jos kaikkia tietoja ei ole annettu, tietoja mahdollisesti puuttuu tai ne ovat virheellisiä. Tällaisessa tapauksessa vuosi-ilmoituksen virheelliset tiedot on korjattava tekemällä uusi korvaava ilmoitus. (Koponen 2023, 152.)

Verohallinto voi määrätä laiminlyöntimaksun, jos vuosi-ilmoitusta ei anneta tai se annetaan puutteellisena tai virheellisenä. Verohallinto voi määrätä enintään 2 000 euron suuruisen laiminlyöntimaksun tiedonantovelvolliselle, jos kyseessä on vähäinen puute tai virhe eikä tiedonantovelvollinen ole kehotuksesta huolimattakaan antanut vuosi-ilmoitusta. Myös myöhässä annetusta ilmoituksesta voidaan määrätä myöhästymismaksu. Jos taas vuosi-ilmoituksen puute tai virhe on olennainen tai jos tiedot on annettu vasta kehotuksen jälkeen, voi laiminlyöntimaksun suuruus olla enimmillään 5 000 euroa. Tahallisuus ja törkeä huolimattomuus voi taas johtaa enimmillään 15 000 euron suuruiseen maksuun. Maksu on mahdollista jättää määräämättä, jos laiminlyönti on ollut vähäinen. Ennen kuin Verohallinto määrää maksun, on sen kuultava yhtiötä. Yhtiön verotuksessa maksu ei ole vähennyskelpoinen. (Koponen 2023, 152–154.)

Erilaisia vuosi-ilmoituksia on paljon ja ne ovat kaikki lueteltu Verohallinnon verkkosivuilla. Vuosi-ilmoituksia ovat esimerkiksi yrityksen osingot, lainat ja korot, omaisuudenhoitomaksu, työtulot, maksetut apurahat ja julkiset tuet.



Vuosi-ilmoituksia ovat myös esimerkiksi osuuskunnan ylijäämät, välitetyt ulkomaiset osingot, luovutusvoittona verotettavat pääomanpalautukset ja puun ostajan vuosi-ilmoitus. (Verohallinto 2024a.)

Osingonjaosta päätetään yhtiökokouksessa. Osingonjaosta tehtävä päätös tehdään yleensä siinä yhtiökokouksessa, jossa vahvistetaan edellisen tilikauden tilinpäätös. Päätös tehdään enemmistöpäätöksenä, jos yhtiöjärjestyksessä ei ole määrätty korkeammasta enemmistöstä. Osakeyhtiön hallitus tekee esityksen osingon jakamisesta yhtiökokoukselle. Hallituksen esitys voitonjaosta esitetään hallituksen toimintakertomuksessa, jos yhtiö on velvollinen laatimaan toimintakertomuksen. (Koponen 2023, 153.)

Vuosi-ilmoitukseen merkitään tiedot osingonsaajittain: nimi ja henkilö- tai yritys- ja yhteisötunnus eli Y-tunnus. Osinkojen vuosi-ilmoitus on luettelo, johon merkitään kaikki osingonsaajat, yhteisöt ja yhtymät sekä niiden tunnistetiedot. Vuosi-ilmoituksella tulee myös käydä ilmi, onko osinkoa jakava yhtiö julkisesti noteerattu yhtiö tai muu yhtiö. Yhtiötyypin tieto vaikuttaa osinkojen verokohteluun ja se on pakollinen. Lisäksi vuosi-ilmoituksessa on käytävä ilmi, jos osingonsaaja on maatalousyrittäjien eläkelain mukaan vakuutettu tai yrittäjien eläkelain nojalla vakuutettu osingon jakaneen yhtiön toiminnan harjoittamisesta. Ilmoitus on tehtävä, jotta sairausvakuutusmaksu voidaan määrittää oikein perusteiden mukaan. Maksut yritystoimintaa harjoittavan henkilön sairausvakuutuksista määräytyvät YEL- tai MYEL-työtulon perusteella ja mahdollisten muiden verotuksissa vahvistettujen ansiotulojen perusteella. Osakaskohtaisten oikaisujen tekemiseen liittyvät tiedot on ilmoitettava vuosi-ilmoituksella. (Koponen 2023, 153.)

Osinkoa jakava yhtiö ilmoittaa vuosi-ilmoituksella Suomessa yleisesti verovelvollisille luonnollisille ja juridisille henkilöille maksamansa osingot. Myös osittain verovapaista osingoista annetaan vuosi-ilmoitus. Jokaisesta osingonjakopäätöksestä laaditaan erillinen vuosi-ilmoitus erittely- ja yhteenvetotietoineen maksuvuosikohtaisesti. Vuosi-ilmoitukseen merkitään maksuvuodeksi se kalenterivuosi, jolloin osinko on ollut nostettavissa. Merkintä tehdään, vaikka osingonsaaja ei olisi vielä osinkoa nostanut. Maksetut sijaisosingot ja ennakko-osingot on ilmoitettava vuosi-ilmoituksella. Sijaisosingot ilmoitetaan omalla lomakkeellaan numero 7847. Työpanososingot ilmoitetaan ainoastaan

tulorekisteriin eli niitä ei ilmoiteta vuosi-ilmoituksessa. (Koponen 2023, 152–154.)

Voitonjakona yrityksen jakama osinko on normaalisti vähennyskelvoton erä osingon jakaneen yrityksen verotuksessa. Voitonjaosta on osakeyhtiön toimintakertomuksessa tehtävä esitys, jossa kerrotaan yhtiön voittoa tai tappiota koskevista toimenpiteistä. Yrityksen hallituksen on selvitettävä, ettei osinkojen jako vaikuta yhtiön maksukykyyn. Yhtiökokouksessa voidaan päättää osinkojen jakamisesta korkeintaan se määrä, jota hallitus esittää. (Lahti & Viljaranta 2013, 118.)

Jos osakkaalla on rahalainaa yhtiöltä, on se ilmoitettava vuosi-ilmoituksella. Rahalaina on ilmoitettava, jos osinkoa jakava yhtiö harjoittaa elinkeinotoimintaa. Ilmoitus on tehtävä, jos osingonsaaja on omistanut yksin tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa vähintään 10 prosenttia osinkoa jakavan yhtiön osakepääomasta tai jos perheenjäsenillä on vastaava osuus yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamasta äänimäärästä osingon nostettavissa olovuotta edeltävän tilikauden päättyessä. Lisäksi rahalaina on ilmoitettava, jos yhtiön osakkaalla tai hänen perheenjäsenellään on ollut edellä mainitulta ajalta yhtiöltä rahalainaa. (Koponen 2023, 154; Verohallinto 2024b.)

Osakslaina voi olla osakkeenomistajan yhtiölle antamaa velkaa tai yhtiön osakkeenomistajalleen antamaa velkaa. Osakslainaa verotetaan Tuloverolain 53a §:n nojalla osakkaan veronalaisena pääomatulona. TVL 53a §:n mukaan osakslainana pidetään vain rahalainaa, mutta poikkeuksellisesti rahalainana voidaan pitää esimerkiksi osakkaalta olevaa myyntisaamista, jos saaminen vastaa ehdoiltaan rahalainaa. (Ossa 2020, luku 4: Osakslaina.)

### **3 ASIAKASPALVELU JA ASIAKASKOKEMUS**

#### **3.1 Palvelut**

Palvelut tuotetaan asiakkaita varten. Palvelun voidaan ajatella olevan tuote ja toiminta, jonka edellytyksenä voi olla ryhmätyö, taustatutkimus ja pitkäaikainen valmistelu. (Rissanen 2006, 118.) Palvelu voidaan nähdä monimutkaisena ilmiönä. Sanalla palvelu on useita merkityksiä henkilökohtaisesta palvelusta tuotteena tai tarjoamana. Esimerkiksi monet hallinnolliset palvelut, kuten

laskutus ja valitusten käsittely, ovat asiakkaalle tarjottavia palveluita, vaikka käsittelytapansa vuoksi ne ovat asiakkaalle niin sanottuja näkymättömiä palveluita, jotka hoidetaan yleensä niin, ettei niitä mielletä palveluiksi vaan ongelmiksi. (Grönroos 2015, 76–77.)

Palveluja voidaan kuvata neljällä erityispiirteellä. Palvelut kuvataan aineettomina, mistä johtuen palvelut ovat katoavaisia. Palvelujen tuotanto ja kulutus tapahtuvat pääosin samanaikaisesti eli palvelua ei voi tapahtua ilman jonkinlaista palvelun ja tuottajan vuorovaikutusta. (Brax 2007, 9.) Useimmat palvelut voidaan tuntea monimutkaisiksi, joten palvelun laatukin on väistämättä moniulotteinen asia. Palveluntarjoajan on ensin ymmärrettävä, miten asiakkaat kokevat palvelun laadun ja miten he arvioivat sitä. Tämän jälkeen voidaan määrittää, miten näitä arvioita voidaan hallita ja ohjata haluttuun suuntaan. (Grönroos 2020, 98–99.)

Yritysten ja organisaatioiden tulisi seurata palvelun laatua jatkuvasti. Asiakkaiden odotukset tulisi pystyä selvittämään, jotta osattaisi palvella paremmin erilaisia asiakasryhmiä. Asiakkaan aiemmat kokemukset ja muilta ihmisiltä saatu käsitys vaikuttavat asiakkaan odotuksiin palvelusta. Yrityksen tulisi antaa totuudenmukainen palvelulupaus eikä luoda epärealistisia odotuksia palveluun kohdistuvasta määrästä tai laadusta. Palvelukokemusta voidaan parantaa parantamalla palvelun määrää, palvelun saatavuutta, palvelutapaa ja palveluympäristöä. Kun kiinnitetään huomiota palvelukokonaisuuden parantamiseen, on tärkeä ottaa huomioon sekä tekninen että toiminnallinen laatu. Asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin on vastattava palveluiden määrässä ja palvelutavassa. (Bergström & Leppänen 2021, 355.)

### **3.2 Asiakslähtöisyys**

Asiakslähtöisyys on toimintaa, jossa yrityksen toimintakulttuuri mahdollistaa perinpohjaisen asiakstarpeiden selvittämisen ja näiden tarpeiden tyydyttämisen. Asiakkaat odottavat yhä useammin, että palveluntarjoaja pystyy ottamaan huomioon kunkin asiakkaan yksilölliset tarpeet palvelutuotannossaan. Asiakslähtöisyys edellyttää yhä syvällisempää ja laaja-alaisempaa asiakkaiden tuntemista ja asiakkaiden ottamista mukaan palveluprosessin suunnitteluun ja toteuttamiseen. (Helander ym. 2013, 29–30.)

Asiakaslähtöisyyden edellytyksenä on, että organisaatiolla on toimiva valitusten vastaanottojärjestelmä. Organisaation tulisi aika ajoin tehdä tutkimuksia, joilla kartoitetaan asiakkaiden tyytyväisyyttä, tarpeita ja mieltymyksiä. Näiden lisäksi organisaatiolla tulisi olla asiakaslähtöinen henkilöstö ja sitoutunut asiakaskunta. Vaikka organisaatio keräisikin tietoa, tulisi sitä osata myös hyödyntää oikealla tavalla. (Vuokko 1997, 42–44.)

Kun julkinen sektori pyrkii kehittämään toimintaansa asiakaslähtöiseksi, tulee tällöin miettiä useita asioita. On tärkeä tuntea asiakkaiden tarpeet ja resurssit. Kuka on julkisen sektorin asiakas? Tätä voidaan miettiä, kun tarpeet tunnetaan. Lopulta kun tarpeet tunnetaan ja julkisen sektorin asiakkaat on määritetty, voidaan pohtia, mikä on asiakkaan tarpeiden ja organisaation tarjonnan välinen suhde. (Vuokko 1997, 147–148.)

Asiakaslähtöisyys voidaan määritellä organisaation kyvyksi ennakoida asiakkaiden muuttuvia tarpeita. Asiakaslähtöisyys on jäänyt useissa organisaatioissa ajatuksen tasolle, jolloin asiakaslähtöisyyttä ei olla saatu näkyväksi organisaation toiminnassa. Asiakaslähtöisyys ei ole lopulta ollenkaan muuttanut tavoitteita, tärkeysjärjestyksiä tai mittareita. Moni organisaatio on pisteessä, että ei oikeastaan olla varmoja, miten asiakaslähtöisyyttä tulisi toteuttaa. Asiakaskokemus voidaan nähdä asiakaslähtöisyyden toteuttamisen välineenä. Asiakaskokemus laajentaa näkemystä organisaation kyvystä luoda tuotteita ja palveluja, jotka ovat asiakkaan tarpeiden mukaisia. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 21–22.)

Asiakaslähtöisyys voidaan jakaa aitoon asiakaslähtöisyyteen ja kuviteltuun asiakaslähtöisyyteen, kun tavoitteena on kehittää toimintaa asiakkaiden tarpeiden pohjalta. Kuvitellulla asiakaslähtöisyydellä tarkoitetaan taas sitä, että erilaisia asiakaslähtöisyyden toimintojen kehityksiä tehdään, mutta todellisuudessa todellisia asiakastarpeita ei olla selvitelty riittävästi, jolloin kehittämisen lähtökohdat perustuvat pelkästään johdon ja henkilöstön oletuksiin. (Salminen 2018, 34.)

### 3.3 Asiakaskokemus

Asiakaslähtöiseen ajatteluun liittyy asiakaskokemus. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan asiakkaan muodostamien kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden yhdistelmää, joita asiakas muodostaa yrityksen toiminnasta. On tärkeä huomata, että asiakaskokemus on ihmisen tekemien yksittäisten tulkintojen summa. Asiakaskokemus on nimenomaan kokemus, johon vaikuttavat myös tunteet ja alitajuntaisesti tehdyt tulkinnat. Asiakkaan muodostamaan asiakaskokemukseen ei ole oikeastaan mahdollista vaikuttaa, mutta yritykset voivat kuitenkin päättää, millaisia kokemuksia ne pyrkivät asiakkailleen luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, luku 1.1: Asiakaskokemuksen määritelmä.)

Reklamaation avulla voidaan kehittää asiakaskokemusta. Yleensä reklamaatio on vihje organisaatiolle, että jossain ei olla onnistuttu. Reklamaatio kertoo epäonnistuneesta asiakaskokemuksesta ja voi opettaa, miten asiakaskokemusta tulisi parantaa. Reklamaation tehnyttä yritystä tai asiakasta kannattaa haastatella, jotta saadaan syvempää ymmärrystä tyytymättömyyden syistä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 114.)

Yritysten ja organisaatioiden olisi hyvä oppia asiakaskokemuksen mittausten tuloksista ja asiakaspalautteesta sekä kehittää asiakkuuksien hallintaa. Erityisesti tyytymättömiltä asiakkailta voidaan saada hyviä kehittämissuhteita. On kuitenkin syytä muistaa, että kaikkea ei tehdä asiakkaiden ehdoilla, vaan yritykset ja organisaatiot toimivat asiakassuhteissa ohjaajan roolissa. On myös mahdollista, että asiakas voi oppia organisaatiolta. Organisaatio voi opettaa asiakkaitaan toimimaan haluamallaan tavalla, minkä johdosta se voi hyödyntää kumpaakin osapuolta. (Bergström & Leppänen 2021, 450.)

### 3.4 Asiakaskokemuksen mittaaminen

On yleistä, että haastattelutilanteissa ja lomakepalautteessa haastateltavat kertovat toimivansa rationaalisemmin kuin he todellisuudessa toimivat. Tämän vuoksi yritysten ja organisaatioiden tulisi analysoida asiakkaiden toimintaa. Asiakkaan voidaan todeta olevan oman kokemuksensa asiantuntija. On erittäin tärkeä mitata asiakkaan kokemuksia, jotta yrityksen tai organisaation toimintaa voitaisiin kehittää. (Gerdt & Korhikoski 2016, 158–159.)

Kysymiseen vaikuttaa paljon se, missä kanavassa kysytään. Jos asiakas soittaa yrityksen palvelupuhelimeen, asiakaspalvelijan ei välttämättä ole hyvä kysyä palautetta suoraan puhelun aikana. Palautteen kysymisen voi sijoittaa soiton jälkeiseen tekstiviestiin. Tekstiviestissä voidaan esimerkiksi kysyä asiainnin helppoutta. On tärkeä myös osata ajoittaa mittaamisen ajankohta. Esimerkiksi loppuvuodesta ei ole järkevää kysyä vuoden alussa asioineen asiakkaan kokemuksia tavanomaisella asiakaskokemukseen liittyvillä kysymyksillä. (Gerdt & Korhikoski 2016, 162.)

Asiakaskokemuksen mittaamisen suunnittelulle on monia lähtökohtia. On tärkeä perustella, täsmentää ja määritellä, mitä halutaan mitata ja miksi. Mittaaminen on tehtävä systemaattisesti eli mittaaminen tapahtuu esimerkiksi kerran kuukaudessa. Mittareita on kuitenkin käytettävä harkiten, jotta asiakkaat eivät ärsyynny jatkuvaan vastaamiseen. Mittaria valittaessa on tunnistettava, mitä kyseinen mittari mittaa ja varmistettava, että se on luotettava. Mittaria on myös osattava tulkita oikein. Se on hyvä sijoittaa kontekstiinsa, jolloin tulee määrittää, mihin kontekstiin valittu mittari on kohdistettu. Mittaamista ei tule tehdä vain mittaamisen takia, vaan sen tuottamaa informaatiota tulee myös soveltaa. Analyseissä tulee yhdistää määrällisiä mittareita ja niiden arvoja selittävää laadullista ymmärrystä. Molemmissa on vahvuutensa mutta myös heikkouutensa. Oikein yhdistettynä ne kuitenkin täydentävät toisiaan. (Bergström & Leppänen 2021, 236–238.)

Asiakkaalta kysyttäessä hyvän asiakaskokemuksen tunnuspiirteitä nousee usein esille asiainnin helppous. Mistä sitten helppouden kokemus syntyy? Hyvän asiakaskokemuksen tekijöitä ovat saavutettavuus, nopeus, prosessien sujuvuus ja asiainnin miellyttävyys. (Gerdt & Korhikoski 2016, 229.)

Asiakaskokemuksen mittaaminen voidaan nähdä haasteellisena. Organisaatiot voivat tavoitella hyvinkin erilaisia asiakaskokemuksia, joiden mittaamiseen voi olla haasteellista kehittää vaadittavaa mittaristoa. Jotta asiakaskokemuksesta saadaan riittävästi tietoa, tulisi mitata sekä syy- että seuraustason asioita. Mittaamisen avulla tulisi pystyä mittaamaan, kuinka hyvin onnistutaan tavoiteltavan asiakaskokemuksen toteutuksessa. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 231–232.)

Lähtökohtana asiakaskokemuksen mittaamiselle on perustella mittaamisen periaatteet. On täsmennettävä ja määriteltävä, mitä halutaan mitata ja miksi. On myös ymmärrettävä tavoiteltavan asiakaskokemuksen luonne ja mikä mittari sopisi parhaiten mittaamiseen. Mittaamisen on hyvä olla myös systemaattista, esimerkiksi kerran kuukaudessa tapahtuvaa mittaamista. Mittareita tulisi käyttää harkiten, sillä asiakkaat eivät välttämättä pidä siitä, että heidän odotetaan vastaavan jatkuviin asiakaskokemukseen liittyviin kyselyihin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 236–237.)

Koetun asiakaskokemuksen jälkeistä tilaa kutsutaan asiakastyytyväisyydeksi. Se kuvaa, miten organisaatio on onnistunut vastaamaan asiakkaan odotuksiin. Tämän vuoksi se on keskeinen asiakokemuksen seuraamisen mittari, oli kyse mistä tahansa toimialasta. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 240.)

Asiakastyytyväisyyttä mitattaessa nähdään, milloin mitattavassa asiassa on onnistuttu ja milloin ei. Mittaamisen tuloksena saadun tiedon voi yhdistää esimerkiksi tehtyjen työtuntien määrään, jolloin pystytään mittaamaan, millaista asiakaskokemusta tietyllä työtuntimäärällä saadaan aikaan. Organisaatioilla on nykyään paljon välineitä, joilla voidaan mitata asiakastyytyväisyyttä, kuten mobiilisovellukset ja sensortechnologia. Yleisesti on pohdittu, alkaako sähköpostilla ja tekstiviestitse asiakkaalle lähetettävien asiakastyytyväisyyskyselyiden aika olla ohi. Tällä hetkellä asiakastyytyväisyyden mittaamisessa ollaan menossa kohti reaaliaikaista mittaamista. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 250–253.)

#### **4 TOIMEKSIANTAJA**

Eduskunnassa, Euroopan unionissa ja kunnissa päätetään Suomen verotuksesta. Valtionvarainministeriössä valmistellaan verolait ja ne hyväksytään eduskunnassa. Verohallinto on valtionvarainministeriön alaisuudessa. Veronluonteisista maksuista noin 95 % on Verohallinnon keräämiä varoja. Tulli ja Traficom keräävät veroja Verohallinnon ohella. (Verohallinto 2019.)

Verohallinnon toimiiin kuuluu myös ylläpitää veromyönteistä ilmapiiriä, kuten se, että ihmiset ymmärtävät verotuksen yhteiskunnallisen merkityksen. Vero-

hallinto välittää kertyneet verot joka kuukausi yhteiskunnan palvelujen ylläpitämiseen. Näitä tahoja ovat valtio, kunnat, Kansaneläkelaitos, seurakunnat ja metsänhoitoyhdistykset. (Verohallinto 2022.)

Verohallinnossa halutaan toimia asiakaslähtöisesti ja vastuullisesti, jotta veroasiointi olisi mahdollisimman vaivatonta. Verohallinnon tavoitteena asiakaslähtöisyydessä on, että Verohallinto voi toteuttaa lakisääteiset tehtävät mahdollisimman hyvin, mikä samalla tuottaisi positiivisia asiakaskokemuksia. Verohallinnon asiakaslähtöisyydelle on kolme periaatetta, jotka ovat asiakaskokemuksen parantaminen, asiointitarpeen vähentäminen ja verokertymän turvaaminen. Verohallinto tekee tiivistä yhteistyötä yritysten, sidosryhmien ja julkishallinnon kanssa. Verohallinto on myös avoin uusille kehittämisavauksille, joita asiakkaat voivat antaa. Asiakkaita osallistuttamalla ja kuuntelemalla Verohallinto voi edistää asiakkaiden tarpeita vastaavien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä Verohallinnossa. (Verohallinto 2023a.)

Tutkimusaineistoa vuosi-ilmoituksen laatimisesta rakennusalan näkökulmasta ei juurikaan ole. Tästä syystä tämän tutkimuksen avulla Verohallinto sai arvokasta tietoa kehittääkseen vuosi-ilmoituksen prosessia. Tutkimustuloksia Verohallinto voi hyödyntää kehittäessään palvelujaan vuosi-ilmoitukseen liittyen.

## **5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO**

### **5.1 Tutkimusmenetelmät**

Tämä tutkimus on laadullinen tapaustutkimus. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus valittiin tutkimusmenetelmäksi, jotta saataisiin rajatusta aiheesta sellaista tietoa, jota ei vielä ole saatavilla. Laadullinen tutkimus soveltuu tilanteeseen, jossa halutaan saada syvälinen näkemys ilmiöstä. (Kananen 2017, 33, 98.) Tällä tutkimuksella haluttiin ymmärtää vuosi-ilmoitusten laatimista vuosi-ilmoitusten laatijoiden näkökulmasta.

Laadullisella tutkimuksella on tiettyjä tyypillisiä ominaisuuksia. Tutkimus tapahtuu aidossa ympäristössään ja huomio on tutkittavien näkökulmassa. Tutkija toimii aineiston kerääjänä ja tutkimusaineisto kerätään monista eri läh-



teistä, kuten haastattelujen ja kyselyjen avulla. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2017, 34.)

Laadullisella tutkimuksella pyritään saamaan vastauksia ilman tilastollisia ja määrällisiä menetelmiä. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään sanoja ja määrällisessä tutkimuksessa lukuja. Kvalitatiivinen tutkimus ei pyri yleistämään, toisin kuin määrällinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimusprosessi ei ole yhtä suoraviivainen kuin kvantitatiivisen tutkimuksen. Aineiston analyysivaihe on laadullisessa tutkimuksessa syklinen prosessi, josta puuttuvat määrälliselle tutkimukselle ominaiset tiukat tulkintasäännöt. Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan tiettyä yksittäistä tapausta perusteellisesti ja syvällisesti, kun taas määrällisessä tutkimuksessa tutkitaan tapausten joukkoa. Näin ollen laadullisen tutkimuksen tulokset pätevät vain tutkimuskohteen osalta eikä tutkimustulosta voida yleistää. (Kananen 2017, 35–36.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavat valitaan usein harkinnanvaraisesti. Kohderyhmän arvot, asenteet, tarpeet ja odotukset selvittämällä saadaan tarpeellista tietoa esimerkiksi tuotekehittelyn pohjaksi. Lisäksi kvalitatiivinen tutkimus sopii hyvin esimerkiksi toiminnan kehittämiseen ja vaihtoehtojen etsimiseen. (Heikkilä 2014, 15.)

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan ilmiötä tai tapahtumaa ja ymmärtämään toimintaa tai antamaan teoreettinen tulkinta tutkittavalle ilmiölle. Tämän vuoksi haastateltavia ei tulisi valita satunnaisesti vaan valintaa tulisi harkita ja pohtia, miten valinta täyttää tarkoituksen sopivuuden kriteerit. Tutkimuksen tekijä päättää, mitä harkinnanvaraisuus ja sopivuus tarkoittavat tutkimuksessa ja kertoo tutkimuksen raportissa, miten harkittua tiedonantajien valinta on ollut ja miten valinta täyttää tarkoitukseen sopivat kriteerit. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.4: Tutkimukseen osallistuvien määrä.)

Tapaustutkimus on tyypillinen tutkimusstrategia liiketaloustieteissä. Tapaustutkimus soveltuu hyvin lähestymistavaksi, kun tarkoituksena on tuottaa kehittämisohdotuksia. Tapaustutkimus tuottaa tietoa nykyajan ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. Tapaustutkimus pyrkii tuottamaan

syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta. Tärkeää tapaus- tutkimuksessa on saada selville mieluummin suppeasta kohteesta paljon kuin laajasta kohteesta vähän. (Ojasalo ym. 2015, 52.) Tapaustutkimus mahdollistaa kokonaisvaltaisen ja syvällisen tutkimuksen, jossa käytetään hyödyksi monia eri tietolähteitä. Tapaustutkimuksen tutkimuskohteena on usein yksi ilmiö, johon tutkimuksella pyritään perehtymään syvällisesti. (Kananen 2013, 28.)

Tämä tutkimus on laadullinen tapaustutkimus, jolla pyrittiin ymmärtämään vuosi-ilmoituksen laatimisen kokemuksia vuosi-ilmoitusten laatijoiden näkökulmasta. Vuosi-ilmoituksen prosessista ja asiakaskokemuksesta haluttiin saada syvälinen kuva, jolloin laadullinen tutkimus sopi paremmin kuin esimerkiksi määrällinen tutkimus. Tutkimuksen tavoitteena oli saada tutkimustuloksia, joita Verohallinto voisi hyödyntää kehittäessään vuosi-ilmoituksen prosessia. Tapaustutkimus sopi hyvin tutkimusstrategiaksi, koska tapaustutkimuksella pyritään saamaan syvällistä tietoa tutkittavasta tapauksesta.

## **5.2 Aineistonkeruumenetelmät**

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä ovat muun muassa haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaisista dokumenteista koottu tieto. Kyseisiä menetelmiä voidaan käyttää vaihtoehtoisesti, rinnakkain tai eri tavoin yhdisteltynä tutkittavan ongelman kanssa. Edellä lueteltuja aineistonkeruumenetelmiä voidaan käyttää myös määrällisen tutkimuksen aineiston keruussa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3: Aineiston hankinta ja määrä laadullisessa tutkimuksessa.)

Tässä tutkimuksessa käytettiin aineistonkeruumenetelmänä kyselyä. Kyselyn avulla on mahdollista kerätä laaja tutkimusaineisto suurelta määrältä ihmisiä. Kyselyn heikkoutena pidetään kuitenkin saadun tiedon pinnallisuutta. Ei myöskään voida olla varmoja, kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen. Menetelmänä kysely on kuitenkin melko nopea ja tehokas. Kysely voidaan toteuttaa monin eri tavoin. Yksi tyypillinen toteutustapa on internetissä täytettävät kyselyt. Kysely soveltuu monien erilaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimiseen. Jotta kyselyä voidaan käyttää, on tutkittavasta ilmiöstä oltava aiempaa tietoa riittävästi. Jos aiempaa tietoa aiheesta ei ole riittävästi, on kyselylomakkeen suunnittelu vaikeaa. (Ojasalo ym. 2015, 121–122.)

Kyselytutkimuksen ensimmäinen vaihe on määritellä tutkimuksen tavoitteet ja mitattavat havaintoyksiköt eli mittauksen kohteet. Tutkimuksen perusjoukoksi kutsutaan kaikkien havaintoyksiköiden muodostamaa joukkoa. Koska perusjoukkoa on usein mahdotonta tutkia, keskitytään tutkimuksissa yleensä satunnaisesti valitun otoksen tutkimiseen. (Ojasalo ym. 2015, 122–123.)

Sähköisen tiedonkeruun vahvuuksia ovat erityisesti edullisuus, nopeus ja väivattomuus. Sähköisen kyselyn luomiseen on tarjolla lukuisia internetsovelluksia, joita ovat muun muassa Webropol, Digium ja SurveyMonkey. Sovelluksilla on mahdollista laatia kyselylomakkeet, kerätä vastauksia ja raportoida kyselyn tuloksista. (Ojasalo ym. 2015, 128.)

Ennen kyselylomakkeen suunnittelua tulee kyselyn tekijän olla selvillä kehittämissuunnitelman tavoitteista. Lomakkeeseen tulee sisällyttää vain kaikki sellaiset kysymykset, joita tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseksi. Jos lomake on laadittu liian hätiköidysti, ei sillä välttämättä saada lainkaan työn tavoitteiden mukaisia vastauksia. Lomakkeen suunnittelu ja itse kyselyn toteuttaminen kannattaakin aloittaa vasta tietoperustan kokoamisen ja kohdeilmioon tutustumisen jälkeen. Kyselylomakkeen on oltava ulkoasultaan selkeä ja kysymysten yksiselitteisiä. Myös kysymysten tarkkuuteen kannattaa kiinnittää huomiota, sillä tarkat kysymykset ovat parempia kuin yleisluontoiset kysymykset. Lomake ei saa olla liian pitkä, jotta se ei heikennä vastaamishalua. (Ojasalo ym. 2015, 130–131.)

Tutkimus rajattiin rakennusalan yrityksiin. Tutkimus toteutettiin siten, että kysely lähetettiin tilitoimistoissa työskenteleville kirjanpitäjille, jotka hoitavat rakennusalan yritysten kirjanpitoa ja hoitavat yritysten vuosi-ilmoitusten laatimisen. Tilitoimistot sijaitsevat eri puolilla Suomea.

Tässä tutkimuksessa sähköinen kysely toteutettiin Webropol -internetsovelluksella. Kysely sisälsi kahdeksan avointa kysymystä. Kyselyn avulla voitiin saada enemmän osallistujia tutkimukseen, koska kyselyyn vastaaminen saattoi vastaajasta tuntua helpommalta ja vähemmän aikaa vievältä kuin haastattelu.

Teemahaastattelu on erittäin käytetty laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä (Kananen 2015, 145). Teemahaastattelua oli tarkoitus käyttää yhtenä tutkimusmenetelmänä tässä tutkimuksessa, mutta lopulta tutkimuksen aineisto kerättiin vain kyselyn avulla, koska vastaajia ei saatu riittävästi. Myös havainnointi on yksi yleinen aineistonkeruumenetelmä. Havainnointia ei tässä tutkimuksessa kuitenkaan käytetty, koska se ei sopinut tutkimukseen aineistonkeruumenetelmänä. Muina aineistonkeruumenetelminä voidaan pitää kirjallista materiaalia, jotka ovat jaettavissa kahteen luokkaan: yksityisiin dokumentteihin ja joukkotiedotuksen tuotteisiin (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.3: Muita aineistonkeruumenetelmiä). Aineistonkeruumenetelmänä kirjalliset materiaalit eivät kuitenkaan sopineet tähän tutkimukseen, koska kirjallista aineistoa aiheesta on hyvin vähän.

### **5.3 Aineiston analysointimenetelmä**

Laadullisen aineiston analysoimiseen on olemassa monia tapoja, joten tutkijan olisi syytä tehdä päätös viimeistään aineistonkeruuvaiheessa, mitä aineiston analyysitapaa tulisi käyttää. Analyysitapoja on mahdollista luokitella eri tavoin, esimerkiksi aineistolähtöiseen, teorialähtöiseen ja teoriasidonnaiseen tapaan. Tämän jaon ansiosta voidaan ottaa huomioon erilaisia seikkoja, jotka ohjaavat analyysia. (Puusa & Juuti 2020, luku 9: Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin.)

Sisällönanalyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jossa empiirisestä aineistosta on tarkoitus pyrkiä ymmärtämään käsitteellisemmin tutkittavaa ilmiötä. Sisällön analyysin toteutukseen kuuluu lukuisia vaiheita, kuten analyysiyksikön valinta, aineistoon tutustuminen, aineiston pelkistäminen, aineiston kategorisointi ja teemoittelu sekä tulkinta. Sisällönanalyysin tavoitteena on järjestää aineisto selkeään ja pelkistettyyn muotoon. Pelkistämisen tarkoituksena on lisätä aineiston informaatioarvoa. Pyrkimyksenä on luoda hajanaisesta aineistosta yhtenäinen kokonaisuus, jonka avulla tutkija pystyy tekemään johtopäätöksiä tutkittavasta aiheesta. (Puusa & Juuti 2020, luku 9: Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin.)

Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä aineiston analyysi voidaan jakaa kolmevaiheiseksi prosessiksi, jotka ovat aineiston pelkistäminen, aineiston ryhmittely ja teoreettisten käsitteiden luominen. Sisällönanalyysissä tulee määrittää analyysiyksikkö ennen analyysin aloittamista. Analyysiyksikkö voi olla yksittäinen sana, lause, lausuma tai ajatuskokonaisuus, joka sisältää useita lauseita. Tutkimustehtävä ja aineiston laatu määrittävät analyysiyksikön. Aineiston pelkistämässä analysoitava informaatio eli data voi olla esimerkiksi auki kirjoitettu haastattelu. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.3: Aineistolähtöinen sisällönanalyysi.)

Tämän tutkimuksen tutkimusaineistoa on analysoitu käyttäen aineistolähtöistä sisällönanalyysin menetelmää. Tutkimuksen kyselyyn saatiin kuusi vastausta. Vastausten analysointi aloitettiin siten, että ensin pohdittiin vastauksia tutkimuskysymysten näkökulmasta. Avoimista kysymyksistä nostettiin esiin toistuvia sanoja ja ajatuksia. Aineistoa ei tarvinnut pelkistää, koska vastaukset olivat lyhyitä ja selkeitä. Koska vastauksia saatiin vähän, ei vastauksia voinut kovinkaan tarkasti ryhmitellä.

#### 5.4 Tutkimusprosessi

Taulukossa 1 on kuvattu tutkimusprosessin työvaiheet. Tutkimussuunnitelma lähti liikkeelle tutkimuksen aiheen valinnasta. Toimeksiantosopimus allekirjoitettiin toimeksiantajan eli Verohallinnon kanssa elokuussa 2023. Toimeksiantosopimuksen allekirjoituksen jälkeen alkoi perehtyminen tutkimusaiheen teoriaan. Teorialuvut kirjoitettiin valmiiksi maaliskuussa 2024.

Aineiston hankinnan menetelmien teorialuvut kirjoitettiin valmiiksi maaliskuussa 2024. Tutkimuksen aineiston hankinta aloitettiin ja saatettiin valmiiksi maaliskuussa 2024. Aineiston hankinnan jälkeen alkoi aineiston analyysi. Aineiston analyysi saatiin kirjoitettua valmiiksi maaliskuussa 2024. Johtopäätökset ja tutkimuslopputulokset kirjoitettiin myös valmiiksi maaliskuussa 2024. Lopulta valmis tutkimusraportti lähetettiin arvioitavaksi huhtikuussa 2024.

Taulukko 1. Tutkimusprosessin vaiheet

Työvaihe	Aikataulu
Suunnitelma valmis	Kesäkuu 2023

Toimeksiantosopimuksen laatiminen	Elokuu 2023
Työn teoriaan perehtyminen ja teoria- luvut kirjoitettu	Maaliskuu 2024
Aineiston hankinnan menetelmien teoria kirjoitettu	Maaliskuu 2024
Aineiston hankinta	Maaliskuu 2024
Aineiston analyysi ja tulokset valmiit ja kirjoitettu	Maaliskuu 2024
Johtopäätökset ja lopputuotos valmiit ja kirjoitettu	Maaliskuu 2024
Valmis raportti arviointiin	Huhtikuu 2024

Tutkimuksen aikataulu venyi alkuperäisestä suunnitelmasta. Alkuperäisen suunnitelman mukaan aineiston hankinta oli tarkoitus tehdä marraskuussa 2023. Yksi syy aikataulun venymiseen oli se, että rakennusalan yritykset eivät vastanneet kyselyyn. Tämän seurauksena kysely lähetettiin tilitoimistoille.

## 6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kyselyyn vastasi yhteensä kuusi eri tilitoimistojen kirjanpitäjää, jotka hoitavat rakennusalan yritysten kirjanpitoa ja verotusta. Kyselyssä kysyttiin kahdeksan kysymystä. Tutkimus toteutettiin Webropol-kyselyllä (liite 2). Kyselytutkimuksen ensimmäisessä kysymyksessä kartoitettiin, minkälaisia vuosi-ilmoituksia kirjanpitäjät tekevät rakennusalan yrityksille. Kaikki vastaajat kertoivat tekevänsä osinkojen vuosi-ilmoituksia rakennusalan yrityksille. Vastauksissa nousivat esille myös osakaslainojen vuosi-ilmoitukset ja lainojen korot.

Toisessa kysymyksessä selvitettiin, kuinka paljon aikaa ja resursseja menee vuosi-ilmoituksen laatimiseen ja millaisten asioiden kirjaaminen vie enemmän aikaa kuin toisten. Vastausten mukaan vuosi-ilmoituksen laadintaan menee aikaa viidestätoista minuutista tuntiin. Vastauksista ilmeni myös se, että ajan pituus riippuu yrityksen koosta ja kirjanpitäjän kokemuksesta. Näin ollen ei siis ole yksiselitteistä vastausta, kuinka kauan aikaa vuosi-ilmoituksen laatimiseen menee aikaa, koska siihen vaikuttaa moni eri tekijä. Jos yritys on pieni ja

vuosi-ilmoitusten laatija on kokenut kirjanpitäjä, voi vuosi-ilmoituksen laatimiseen mennä vain pieni hetki. Jos taas yritys on suuri ja vuosi-ilmoitusten laatija kokematon, voi vuosi-ilmoitusten laatimiseen mennä paljonkin aikaa.

Kysymyksessä 3 kysyttiin: kuinka helppoa on ymmärtää vuosi-ilmoituksen laatimisen vaatimukset ja ohjeet? Lisäksi kysyttiin ovatko vuosi-ilmoituksen täyttöohjeet olleet helposti löydettävissä ja ymmärrettävissä. Vastajaat kokivat vuosi-ilmoituksen täyttöohjeet suhteellisen helppolukuisina ja helppoina tai jopa erittäin helppoina ymmärtää. Vuosi-ilmoituksen laadintaohjeet ovat siis vastausten perusteella helppolukuisia ja helposti ymmärrettäviä.

Neljännessä kysymyksessä pyydettiin arvioimaan vuosi-ilmoituksen ohjeistuksessa käytettyä kieltä ja terminologiaa. Vastauksissa kävi ilmi, että vuosi-ilmoituksen ohjeistuksessa käytetty kieli on normaalia ja yleensä selkeää. Yhdessä vastauksessa korostettiin sitä, että kieli on ymmärrettävää, jos vuosi-ilmoituksia tekee ammatikseen. Jos vuosi-ilmoituksia ei tee ammatikseen, saattavat kieli ja terminologia tuottaa hankaluuksia. Uudella tekijällä ei välttämättä ole terminologia hallussa, jolloin tämä saattaa viedä aikaa vuosi-ilmoitusten laatimisessa. Kun vuosi-ilmoituksia on laatinut useamman, tulevat kieli ja terminologia tutuksi, jolloin vuosi-ilmoitusten laatiminen saattaa helpottua.

Kysymyksessä 5 haluttiin selvittää, millaisia haasteita ja epäselvyyksiä vastaajat ovat kohdanneet laatiessaan vuosi-ilmoituksia. Haasteena nähtiin, että ilmoituspaikka OmaVerossa muuttuu joka vuosi. Toisena haasteena nähtiin se, että on haastavaa muistaa tai tietää, mitä on tehnyt aiemmin vuoden aikana. Ratkaisuksi tähän vastaaja pohti, että olisi hyvä, jos vuosi-ilmoituksia pystyisi selaamaan, jotta esimerkiksi tilitoimiston tai tekijän vaihtuessa ei jäisi jotain ilmoittamatta väärinymmärryksen vuoksi. Lisäksi haasteena nähtiin myös se, että vuosi-ilmoituksia on raskas täyttää, koska mitään automaatiota ei ole. Jos edellä mainitut haasteet saataisiin ratkottua, helpottaisi se vuosi-ilmoitusten laadintaa.

Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin: mitkä asiat ovat olleet sujuvia ja helppoja vuosi-ilmoituksen laatimisessa? Vuosi-ilmoitusten laadinnat ovat sujuneet vastaajilta sujuvasti. Yhdessä vastauksessa kävi ilmi, että monet asiat voi tar-

kistaa edellisen vuoden vuosi-ilmoituksesta, jotta voi varmistaa, että on löytänyt oikean tiedon kyseiselle vuodelle. Parissa vastauksessa todettiin, että kaikki asiat laatimisessa ovat sujuvia ja helppoja, kun taas yhdessä vastauksessa todettiin, ettei mikään ole helppoa. Vastausten perusteella vuosi-ilmoitusten laadinta on siis helppoa ja sujuvaa pääpiirteittäin. Yksi eriävä mielipide, jonka mukaan mikään ei ole helppoa, voi viitata esimerkiksi siihen, että vastaaja ei ole laatinut kovinkaan montaa vuosi-ilmoitusta, jolloin vuosi-ilmoitusten laatiminen voi tuntua haastavalta.

Kysymyksessä 7 haluttiin selvittää, miten helpoksi vastaaja kokee avun saamisen OmaVerossa vuosi-ilmoitukseen liittyvissä kysymyksissä. Avun saaminen OmaVerossa koettiin yleensä helpoksi. Mikäli apua ei ole saanut OmaVerosta, on asiaa kysytty soittamalla Verohallinnon asiakaspalvelunumeroon, josta apua on yleensä saanut. Yhdessä vastauksessa avun saaminen koettiin surkeaksi. Kyseisellä vastaajalla saattaa olla huonoja kokemuksia asiakaspalvelusta, jolloin se heijastuu siihen, että avun saaminen koetaan huonoksi.

Viimeisessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, mitä muuta heille tulee mieleen aiheeseen liittyen. Yhdessä vastauksessa Verohallinnon viivästysseuraukset inhimillisen virheet takia koettiin kohtuuttomiksi. Vuosi-ilmoituksen laatimiseen toivottiin myös enemmän aikaa. Lisäksi toivottiin automaatiota vuosi-ilmoituksen laatimiseen, ettei samaa asiaa tarvitsisi ilmoitella moneen eri paikkaan. Edellä mainitut asiat viittaavat asiakaskokemuksen parantamiseen, joita vastaajat toivoivat.

## **7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA**

### **7.1 Johtopäätökset**

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni on, miten tehdä rakennusalan pk-yrityksen vuosi-ilmoituksen laadinta selkeämmäksi ja helpommin ymmärrettäväksi asiakaskokemus huomioon ottaen. Vuosi-ilmoituksen laadinta saadaan selkeämmäksi, kun kaikki tieto löytyy samasta paikasta OmaVerossa. Tämä säästää aikaa tiedonhaussa vuosi-ilmoituksia laadittaessa. Siten vuosi-ilmoituksen laatijan ei tarvitse siirtyä välilehdeltä välilehdelle etsiessään tietoa vuosi-ilmoi-



tuksen laatimisessa. Jotta vuosi-ilmoitusten laadinta olisi selkeää asiakaskokemus huomioiden, tulisi vuosi-ilmoituksen ilmoituspaikan olla samassa paikassa.

Verohallinto ilmoittaa verkkosivuillaan vuosittain täyttöohjeet aina uudelle kalenterivuodelle. Ohjeiden lisäksi on saatavilla esimerkkejä vuosi-ilmoituksen laatimisesta, joista voi saada apua vuosi-ilmoitusten täyttämiseen. Jos vuosi-ilmoitusten laatimisessa ilmenee ongelmia, voi vuosi-ilmoitusten laatija saada apua ongelmaansa OmaVerosta. Jos tietoa ei löydy, voi vuosi-ilmoitusten laatija soittaa Verohallinnon vuosi-ilmoitusten omaan palvelunumeroon, josta on apua saatavilla. Kaikki Verohallinnon palvelunumerot ovat helposti löydettävissä Verohallinnon verkkosivuilta.

Toisena tutkimuskysymyksenä on, miten parantaa rakennusalan pk-yritysasiakkaiden asiakaskokemusta vuosi-ilmoitusprosessissa. Vuosi-ilmoitusten laatimisen prosessia voidaan parantaa lisäämällä laadintaprosessiin automaatiota siten, ettei samaa ilmoitusta tarvitsisi tehdä moneen kertaan ja ilmoittaa monille eri tahoille eli kerran tehty vuosi-ilmoitus lähtisi kaikille tahoille automaattisesti. Tämä helpottaisi ja nopeuttaisi vuosi-ilmoitusten laatimista ja siten parantaisi asiakaskokemusta. Hyöty asiakkaan liiketoiminnalle tai asiakkaalta säästynyt aika ovatkin konkreettisia arvon mittoja (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.3: Odotukset ylittävän kokemuksen elementit).

Verohallinto voi määrätä laiminlyöntimaksun, jos vuosi-ilmoitusta ei anneta tai se annetaan puutteellisena tai virheellisenä. Maksu on mahdollista jättää määräämättä, jos laiminlyönti on ollut vähäinen. Ennen kuin Verohallinto määrää maksun, on sen kuultava yhtiötä. Kun vuosi-ilmoituksen laadinta on asiakaskokemuksen näkökulmasta selkeä, voidaan näiltä viivästysseuraamuksilta välttyä ja siten parantaa asiakaskokemusta. Lisäksi jos vuosi-ilmoituksen laadinta-aikaa saataisiin pidennettyä, voitaisiin pidemmän laadinta-ajan avulla vähentää viivästyksiä ja niistä aiheutuvia seuraamuksia. (Koponen 2023, 152, 154.) Vuosi-ilmoitus on annettava vuosittain yleensä verovuotta seuraavan tammikuun loppuun mennessä (Verohallinto 2023b).

Asiakaspalvelun tehtävänä on löytää ratkaisu asiakkaan tarpeeseen. Asiakkaat odottavat saavansa entistä nopeammin vastauksen kysymykseensä tai

ratkaisun pulmaansa. Lisäksi asiakkaat odottavat sujuvuutta asiakaspalvelulta ja sitä, että asiat saadaan kerralla kuntoon. (Löytänä & Korteso 2011, luku 3.8: Asiakaspalvelu: sääntöjä ja niiden rikkomista.) Koska Verohallinnolla on oma palvelunumeronsa vuosi-ilmoitusta tekeville asiakkaille, on sieltä saatava palvelu tehokasta. Asiakkaan aikaa säästyy, kun palvelunumerosta vastannut virkailija tietää asiakkaan ongelman liittyvän tavalla tai toisella vuosi-ilmoitukseen.

## **7.2 Suositukset toimeksiantajalle**

Tutkimuksesta nousi esiin aiheita, joita Verohallinto voisi pohtia ja mahdollisesti hyödyntää tulevaisuudessa. Asiakaskokemuksen näkökulmasta olisi hyvä, jos vuosi-ilmoituksen ilmoituspaikka pysyisi samassa paikassa OmaVerossa. Jos ilmoituspaikka kuitenkin muuttuu, on asiakkaan näkökulmasta hyvä tietää, mistä ilmoituspaikka jatkossa löytyy. Lisäksi mahdollinen muistutus vuosi-ilmoitusten laadinnasta esimerkiksi sähköpostiviestillä tai OmaVerossa huomiota herättävässä paikassa auttaisi asiakasta muistamaan esimerkiksi tärkeät päivämäärät vuosi-ilmoitukseen liittyen. Näiden muistutusten avulla voitaisiin välttyä mahdollisilta viivästyksiltä ja siten myös viivästysseuraamuksilta. Viivästysseuraamuksilta voitaisiin välttyä myös silloin, jos vuosi-ilmoitusten laadinta-aikaa olisi mahdollista pidentää. Vuosi-ilmoituksia saattaa usein tehdä vain yksi henkilö, kuten kirjanpitäjä, jolloin hän saattaa joutua tekemään kymmeniä vuosi-ilmoituksia eri yrityksille. Myös automaation hyödyntäminen asiakaskokemuksen näkökulmasta mahdollisuuksien mukaan voisi olla vaihtoehtona, jotta vuosi-ilmoitusta täyttävä voisi päästä helpommalla ja säästää aikaa.

Tutkimukselle on mahdollista tehdä myös jatkotutkimuksia. Samaa aihetta voitaisiin tutkia esimerkiksi kirjanpitäjien näkökulmasta, koska näyttää siltä, että suurin osa kirjanpidosta ja taloushallinnosta on ulkoistettu tilitoimistoille. Tutkimuskysymys olisi voinut olla alun perin tässäkin tutkimuksessa kirjanpitäjän näkökulmasta.

### 7.3 Luotettavuuden arviointi

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteereitä ovat esimerkiksi uskottavuus, siirrettävyys ja luotettavuus (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6.2: Laadullisen tutkimuksen suhde luotettavuuskysymyksiin). Tutkimuksessa on otettava huomioon tulkintavirheet, jotka voivat aiheutua siitä, että tutkittava ei ymmärrä kysymyksiä. Esimerkiksi tutkijan epäselvä kysymyksen muotoilu voi aiheuttaa tulkintavirheitä. (Puusa & Juuti 2020, luku 6: Haastattelutyypit ja niiden metodiset ominaisuudet.) Osa kyselyn vastauksista oli hyvin lyhyitä, muutaman sanan vastauksia. Näissä on mahdollista, että analysoija on tehnyt omat tulkintansa, jotka voivat olla ristiriidassa sen kanssa, mitä kyselyn vastaaja on todellisuudessa tarkoittanut. Jos suunnitellut teemahaastattelut olisivat toteutuneet, olisi niiden avulla voinut saada syvällisempiä vastauksia.

Kysely lähetettiin 120:lle tilitoimistoissa työskentelevälle kirjanpitäjälle, mutta vain kuusi vastasi kyselyyn. Tavoitteena oli, että kyselyyn vastanneita olisi ollut 10–15. Jos vastauksia olisi tullut enemmän, olisi se lisännyt tutkimuksen luotettavuutta ja mahdollisesti antanut monipuolisempia vastauksia. Vastauksia olisi saattanut tulla enemmän, jos kyselyn ajankohta olisi ollut toinen. Muutamit henkilöt vastasivat sähköpostiin kertoen, etteivät he ehdi vastata, koska on menossa tilinpäätöskausi, joka on kiireistä aikaa kirjanpitäjille.

Aineiston riittävyys on yksi laadullisen tutkimuksen kriteereistä. Yksi tapa ratkaista aineiston riittävyys on saturaatio eli kylläntyminen. Saturaatio tarkoittaa tilannetta, jossa aineisto alkaa toistaa itseään. Näin ollen tietty määrä aineistoa riittää, jotta saadaan esille teoreettinen peruskuvio, joka tutkimuskohteesta on mahdollista saada. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.4.1: Saturaatio.) Saturaation saavuttaminen edellyttää, että tutkija tietää, mitä hän tutkimusaineistostaan hakee ja tämä taas edellyttää täsmällistä tutkimusongelmaa. Tämän vuoksi saturaation määrittäminen tehdään jo tutkimusvaiheessa. (Vilka 2021, luku 5: Laadullinen tutkimusmenetelmä käytännössä.) Vaikka kyselyn vastauksia oli vähän, esiintyi niissä hiukan toistuvuutta. Eryteisesti tietyissä kysymyksissä vastaukset jakautuivat kahtia tai kolmeen osaan.

Tutkijan on hyvä perustella, miksi kyseinen näyte on valittu ja millä perusteella sitä voitaisiin pitää tarkoituksenmukaisena. Näytteen edustavuus on tärkeää,

jotta tiedettäisiin, mitä kuvataan. Näytteeseen tulee sisällyttää niin monta tutkittavaa ja haastattelua kuin on tarpeen tarvittavan tiedon saamiseksi. Tutkittavien määrä on näin ollen aina riippuvainen tarvittavan tiedon tarpeesta. Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien lukumäärä ei ole ratkaiseva asia tutkimuksen onnistumiseksi. (Puusa & Juuti 2020, luku 4: Laadullisen tutkimuksen olemus.) Näin ollen, vaikka vastauksia kyselyyn saatiinkin vain kuusi kappaletta, ei tutkimus ole epäonnistunut. Toki tutkimus olisi luotettavampi, jos vastauksia olisi saatu enemmän, jolloin tulokset olisivat voineet olla monipuolisempia ja mahdollisesti helpommin yleistettävissä.

Kyselyn avulla on mahdollista kerätä laaja tutkimusaineisto suurelta määrältä ihmisiä. Kyselyn heikkoutena pidetään kuitenkin saadun tiedon pinnallisuutta. Ei myöskään voida olla varmoja, kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen. Menetelmänä kysely on kuitenkin melko nopea ja tehokas. (Ojasalo ym. 2015, 121–122.) Tämän tutkimuksen kyselyn vastaukset tuottivat lyhyitä, pinnallisia tuloksia, eikä voida olla varmoja, kuinka vakavasti kyselyyn vastanneet ovat tutkimukseen suhtautuneet. Näin ollen teemahaastattelulla olisi saatu syvällisempiä vastauksia tukemaan kyselyn vastauksia.

Yksi laadullisen tutkimuksen kriteereistä on siirrettävyys. Tällä tarkoitetaan sitä, että voisivatko tutkimustulokset olla mahdollista jossain toisessa tutkimusympäristössä ja olisiko siellä mahdollista tutkia aihetta uudelleen. Laadullisen tutkimuksen arvioinnin toinen kriteeri on uskottavuuden käsite. Tällöin on kysymys siitä, missä määrin tutkimuksen kohdehenkilöt, tiedeyhteisö tai suuri yleisö hyväksyvät tutkimuksen tulokset tosiksi. Kohderyhmä voi myös arvioida, kuinka vakuuttuneita he ovat tutkimuksen toteutuksen asianmukaisuudesta ja kuinka tieteellisiä käytänteitä on noudatettu. (Puusa & Juuti 2020, luku 11: Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon?) Tutkimus on mahdollista toteuttaa uudelleen. Jos tutkimus toteutettaisiin uudelleen samalla kyselyllä, on mahdollista, että tulokset ovat samankaltaiset kuin tässäkin tutkimuksessa. Jos vastauksia saataisi enemmän, saattaisivat ne vahvistaa jo tässä tutkimuksessa saatuja tuloksia.

Tutkimuksen aikana pohdittiin, olisiko vastauksia saatu enemmän, jos opinäytetyötä ei olisi rajattu vain rakennusalaan. Kyselyn vastaukset voisivat hy-

vin liittyä melkein pä minkä tahansa osakeyhtiön vuosi-ilmoituksiin. Näin tutkimuksen kyselyyn olisi voitu saada enemmän vastauksia. Toisaalta, jos tutkimusta ei olisi rajattu rakennusalan yrityksiin, olisi vastauksissa voinut ilmetä paljon muitakin vuosi-ilmoituksia, joita tässä tutkimuksessa ei käynyt ilmi. Opinnäytetyön edetessä oli vaiheita, joissa tekijä ei ollut täysin varma tutkimuksen toteutuksesta, koska tekijä pelkäsi, että kyselyn vastaajia ei saada ollenkaan tai kyselyiltä saatava aineisto jää liian pinnalliseksi, eikä syvällistä tietoa saada riittävästi. Jos teemahaastattelut olisivat toteutuneet, olisi niiden avulla voitu saada syvällisempiä ja laajempia tutkimustuloksia.

## 8 LOPUKSI

Opinnäytetyön tavoitteena oli, että Verohallinto saisi arvokasta tietoa tutkimuksen tuloksista. Tutkimuksen kyselyn vastausten analysoimisesta saatiin kootua mahdollisia kehittämiskohteita, joita Verohallinto voisi pohtia. Opinnäytetyölle Verohallinnon asettamat tavoitteet saavutettiin, mutta tutkimus olisi voinut toteutua paremmin. Aikaa meni paljon rakennusalan yritysten etsimiseen. 80:lle yritykselle lähetettiin sähköpostiviestillä kysely, mutta kukaan ei vastannut kyselyyn. Kolme yritystä vastasi, että kannattaisi kysyä tilitoimistoilta. Kuusi tilitoimiston kirjanpitäjää vastasi kyselyyn, joka jäi alle asetetun tavoitteen. Tavoitteena oli toteuttaa teemahaastattelu vähintään kolmelle vuosi-ilmoituksia tekevälle henkilölle, mutta kukaan kyselyn vastaajista ei kiinnostunut haastattelusta.

Opinnäytetyötä tehdessään tekijä koki kehittyneensä esimerkiksi tekstin tuottamisessa. Lisäksi saatiin runsaasti uutta tietoa vuosi-ilmoituksista. Asiakaskokemuksesta tekijälle oli jo kertynyt tietoa ja kokemusta työuransa aikana, mutta tätäkin asiaa tuli syvennettyä lukemalla ja kirjoittamalla teoriaa aiheesta. Teorian löytäminen tuotti paikoitellen haasteita, koska asiakaskokemuksesta ja asiakaspalvelusta on kirjoitettu niin paljon kaupallisesta näkökulmasta. Vuosi-ilmoitukseen liittyvistä asioista löytyi hyvin kirjallisuutta ja Verohallinnon verkkosivuilta löytyi myös aiheeseen liittyvää tietoa. Lopulta opinnäytetyö kuitenkin valmistui ja toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimuksen tuloksia toiminnassaan.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Brax, S. 2007. Palvelut ja tuottavuus. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.researchgate.net/publication/242728467\\_Palvelut\\_ja\\_tuottavuus](https://www.researchgate.net/publication/242728467_Palvelut_ja_tuottavuus) [viitattu 16.1.2024].

Gerdt, B. & Korhonen, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalu-pakki. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223186?sid=4259978262> [viitattu 16.1.2024].

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki: Talentum.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223632?sid=4256087772> [viitattu 4.2.2024].

Helander, N., Kujala, J., Lainema, K. & Pennanen, M. 2013. Avaimia asiakasläheisyyteen: Uudistuva verkostomainen palveluliiketoiminta. Tampere: Tampere University Press. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.156469?sid=4253817762> [viitattu 18.10.2023].

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Koponen, J. 2023. Osingonjakajan verokirja. 12., uudistettu painos. Helsinki: Verotieto Oy.

Lahti, P. & Viljaranta, J. 2013. Rakennusyrityksen kirjanpito ja tillinpäätös. 5. päivitetty painos. Helsinki: Suomen Rakennusmedia.

Laitinen, S., Kopakkala, O. & Kylmä, S. 2022. Yritysmuodot vertailussa – Katso mikä yritysmuoto sopii sinulle parhaiten. WWW-dokumentti. Päivitetty 03.01.2024. Saatavissa: <https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/yritysmuodot/> [viitattu 30.1.2024].

Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.216973?sid=4253537877> [viitattu 10.3.2024].

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–4. painos. E-kirja. Helsinki: Sanoma

Pro Oy. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.224794?sid=4255913715> [viitattu 4.2.2024].

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.

Ossa, J. 2020. Yritystoiminnan verotus. 3., uudistettu painos. Helsinki: Kauppakamari. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.226240?sid=4259309775> [viitattu 9.3.2024].

Patentti- ja rekisterihallitus. 2024. Yritysten lukumäärät kaupparekisterissä. WWW-dokumentti. Päivitetty 3.1.2024. Saatavissa: <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/lkm.html> [viitattu 31.1.2024].

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225650?sid=4253524416> [viitattu 16.1.2024].

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Jyväskylä: Pohjantähti.

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten? Jyväskylä: Docendo.

Salminen, J. 2018. Asiantuntijan myyntitaidot. Helsinki: Impact.

Tuloverolaki 30.12.1992/1535

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227168?sid=4253567169> [viitattu 17.3.2024].

Verohallinto. 2019. Verohallinnon toiminta. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.5.2019. Saatavissa: <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon-esittely/toiminta/> [viitattu 15.1.2024].

Verohallinto. 2022. Verohallinnon organisaatio. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.1.2022. Saatavissa: <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon-esittely/> [viitattu 15.1.2024].

Verohallinto. 2023a. Asiakslähtöisyys. WWW-dokumentti. Päivitetty 18.10.2023. Saatavissa: <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/verohallinnon-esittely/toiminta/asiakslahtoisyys/> [viitattu 15.1.2024].

Verohallinto. 2023b. Milloin vuosi-ilmoitus pitää antaa? WWW-dokumentti. Päivitetty 14.11.2023. Saatavissa: <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/vuosi-ilmoitus/milloin-vuosi-ilmoitus-pitaa-antaa/> [viitattu 4.4.2024].

Verohallinto. 2023c. Osinkotulojen verotus. WWW-dokumentti. Päivitetty 20.9.2023. Saatavissa: <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/47901/osinkotulojen-verotus5/> [viitattu 8.4.2024].

Verohallinto. 2024a. Vuosi-ilmoitus. WWW-dokumentti. Päivitetty 3.1.2024. Saatavissa: <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/vuosiilmoitus/> [viitattu 7.1.2024].

Verohallinto. 2024b. Vuosi-ilmoitus pääomatuloksi luettavista osakaslainoista ja niiden takaisinmaksuista, täyttöohje 2024. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/yhteystiedot-ja-asiointi/lomakkeet/tayttoohjeet/vuosi-ilmoitus-paaomatuloksi-luettavista-osakaslainoista-ja-niiden-takaisinmaksuista-tayttoohje-2024/> [viitattu 8.4.2024].

Viitala, T. 2018. Osakeyhtiön voitonjaon verotus: perusteet ja suunnittelu. Uudistettu painos. Helsinki: Kauppakamari.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5., päivitetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227023?sid=4253595030> [viitattu 16.1.2024].

Vuokko, P. 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Edita.



## LIITTEET

### Saatekirje

Hei!

Olen kolmannen vuoden tradenomiopiskelija Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyön, jonka toimeksiantaja on Verohallinto. Tavoitteena on selvittää asiakaskokemusta vuosi-ilmoituksen laadinnassa rakennusalan pk-yrityksille. Tavoitteena on tutkia, miten Verohallinto voi muokata vuosi-ilmoituksen prosessia asiakaskokemuksen parantamiseksi. Lopputuloksena syntyy tutkimus, josta selviää yritysten kokemukset vuosi-ilmoituksen laadinnassa ja saada kehitysehdotuksia prosessin parantamiseksi.

Olisin kiitollinen, jos teillä olisi aikaa vastata sähköiseen Webropol-kyselyyn, joka koostuu avoimista kysymyksistä. Kysely on auki 28.2.–6.3.2024. Vastaminen kestää arviolta 5–10 minuuttia. Vastaamalla kyselyyn annat suostumuksesi tutkimukseen. Kyselyssä ei kysytä yhteystietoja, joten yritys tai henkilö ei ole tunnistettavissa. Saatuja tietoja säilytetään vain niin kauan, kuin se on tutkimuksen kannalta oleellista. Kysely avautuu tästä linkistä <https://link.webropol-surveys.com/S/511D21E92530E1DE>

Mikäli olette kiinnostuneita osallistumaan myös aiheeseen liittyvään teema-haastatteluun, olettehan yhteydessä allekirjoittaneeseen mahdollisimman pian, kuitenkin viimeistään 6.3.2024.

Valmis opinnäytetyö tulee luettavaksi Theseus -tietokantaan.

Vastaan mielelläni mahdollisiin kysymyksiin.

Ystävällisin terveisin

Niko Kramsu

[djukr002@edu.xamk.fi](mailto:djukr002@edu.xamk.fi)

## Kyselylomake

Kyselytutkimus vuosi-ilmoitusten laadinnasta rakennusalan pk-yrityksille

1. Vuosi-ilmoituksia ovat muun muassa osingot, lainat ja korot sekä listaamattoman osakeyhtiön henkilöstöannit. Mitä vuosi-ilmoituksia teette rakennusalan pk-yritysasiakkaille?
2. Kuinka paljon aikaa ja resursseja teillä menee vuosi-ilmoituksen laatimiseen? Minkä asioiden kirjaaminen vie enemmän aikaa kuin toisten?
3. Kuinka helppoa on ymmärtää vuosi-ilmoituksen laatimisen vaatimukset ja ohjeet? Onko vuosi-ilmoituksen täyttöohjeet olleet helposti löydettävissä ymmärrettävissä?
4. Miten arvioisitte vuosi-ilmoituksen ohjeistuksessa käytettyä kieltä ja terminologiaa?
5. Millaisia haasteita ja epäselvyyksiä olette kohdanneet laatiessanne vuosi-ilmoitusta?
6. Mitkä asiat ovat olleet sujuvia ja helppoja vuosi-ilmoituksen laatimisessa?
7. Miten helpoksi koette avun saamisen Omaverossa vuosi-ilmoitukseen liittyvissä kysymyksissä?
8. Mitä muuta teille tulee mieleen aiheeseen liittyen?