

---

# **BRUKERUNDERSØKELSE FOR LOTTERI- OG STIFTELSESTILSYNET**



**NOVEMBER 2011**

# METODE - KVANTITATIVT

---

**Datainnsamling:** Utsending av e-post med lenke til undersøkelsen (WEB-intervju), samt tilleggsintervju med telefonisk innsamling til stiftelser.

**Utvalg:** Det ble totalt sendt ut 3.709 e-poster fordelt på hovedgruppene Lotteri, Stiftelser og Momskompensasjon. For organisasjoner som var registrert på flere av listene ble dublettene fjernet slik at hver organisasjon kun fikk motta én e-post. Totalt besvarte 1.247 respondenter på undersøkelsen via e-post. 779 av disse var tilpasset Lotteritilsynet, 110 var tilpasset stiftelsestilsynet mens 359 var tilpasset Momskompensasjon. I tillegg ble det samlet inn 46 besvarelser via telefon slik at antall besvarelser for Stiftelser er 156.

**Tidspunkt:** Undersøkelsen ble sendt ut 16. november i uke 47 og avsluttet 25. november i uke 48 2011.

Ansvarlig for undersøkelsen: Jarle Gulbrandsen

# METODE - KVALITATIVT

---

**Metode:** Moods Research har gjennomført tre fokusgrupper totalt. Fokusgruppene er gjennomført som et eksplorativt kvalitativt forstudie til den kvantitative delen av undersøkelsen. Gjennom fokusgruppene har Moods Research definert viktige områder for brukerne og generert hypoteser for den kvantitative undersøkelsen som er gjennomført av Norfakta.

**Utvalg:** Det ble gjennomført 3 fokusgrupper i Oslo basert på følgende kriterier:

Gr. 1: Brukere av Lotteritilsynet. Totalt 7 deltakere.

2 deltakere fra 10H, 2 bingoentreprenører, 3 deltakere fra segmentet ”øvrige lotteriverdige aktører”.

Gr. 2: Brukere av Stiftelsestilsynet. Totalt 7 deltakere.

Det var ingen store stiftelser med mer enn 10 millioner i egenkapital representert i gruppen.

Gr. 3: Brukere av Momskompensasjonsordningen. Totalt 8 deltakere.

5 deltakere fra sentralledd og 3 deltakere fra lokalledd.

**Tidspunkt:** Fokusgruppene ble gjennomført i uke 43 i Oslo i Moods lokaler.

**Rapport:** I denne rapporten er det integrert funn fra den kvalitative undersøkelsen der hvor det er relevant (dette er markert i kursiv). I tillegg er det laget en egen rapport som sammenfatter funnene fra den kvalitative delundersøkelsen.

**Ansvarlig:** Kvalitativ spesialist Anne Lene Borgan har moderert gruppene og analysert det kvalitative materialet. Anita Lynne har vært fagansvarlig.

# BESKRIVELSE AV UTVALGET

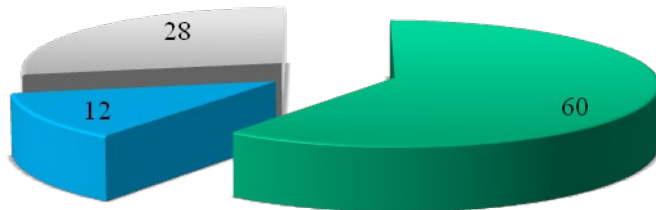
---

# LOTTERI- OG STIFTELSESTILSYNET

Beskrivelse av totalutvalget %

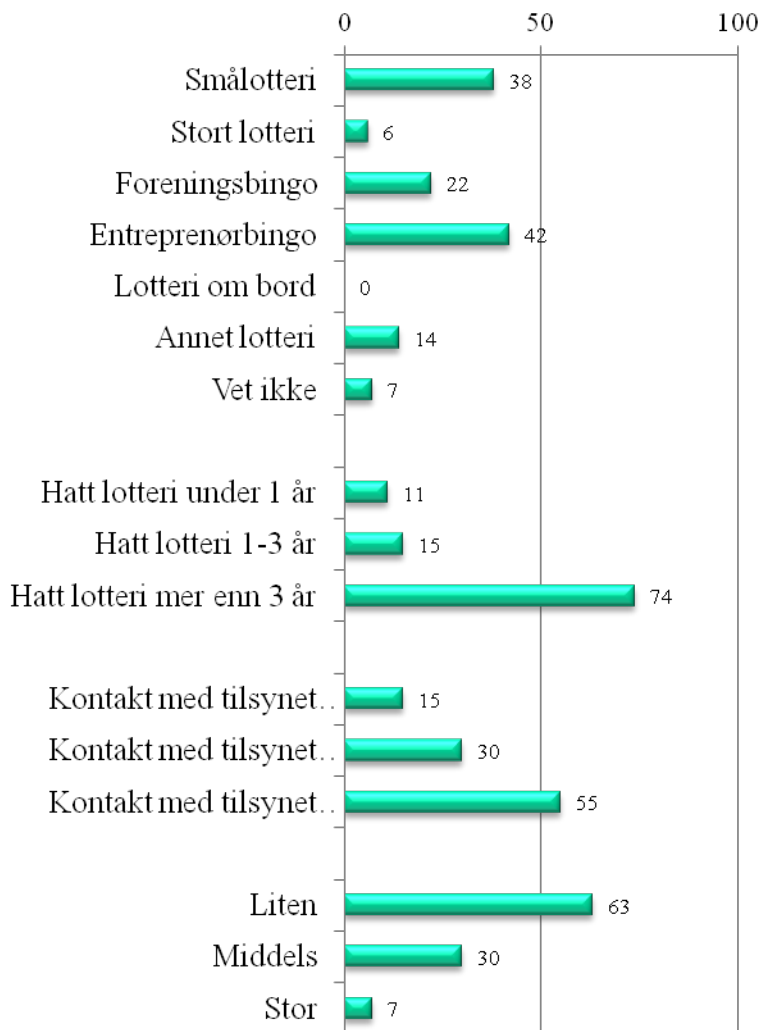
- Lotteritilsynet
- Stiftelsestilsynet
- Momskompensasjon

60% av intervjuene som er samlet inn refererer seg til spørsmål tilpasset Lotteritilsynet, 12% er tilpasset Stiftelsestilsynet og 28% av respondentene har besvart spørsmål tilpasset Momskompensasjon.



# LOTTERI- OG STIFTELSESTILSYNET

Beskrivelse av utvalget for **Lotteritilsynet** %

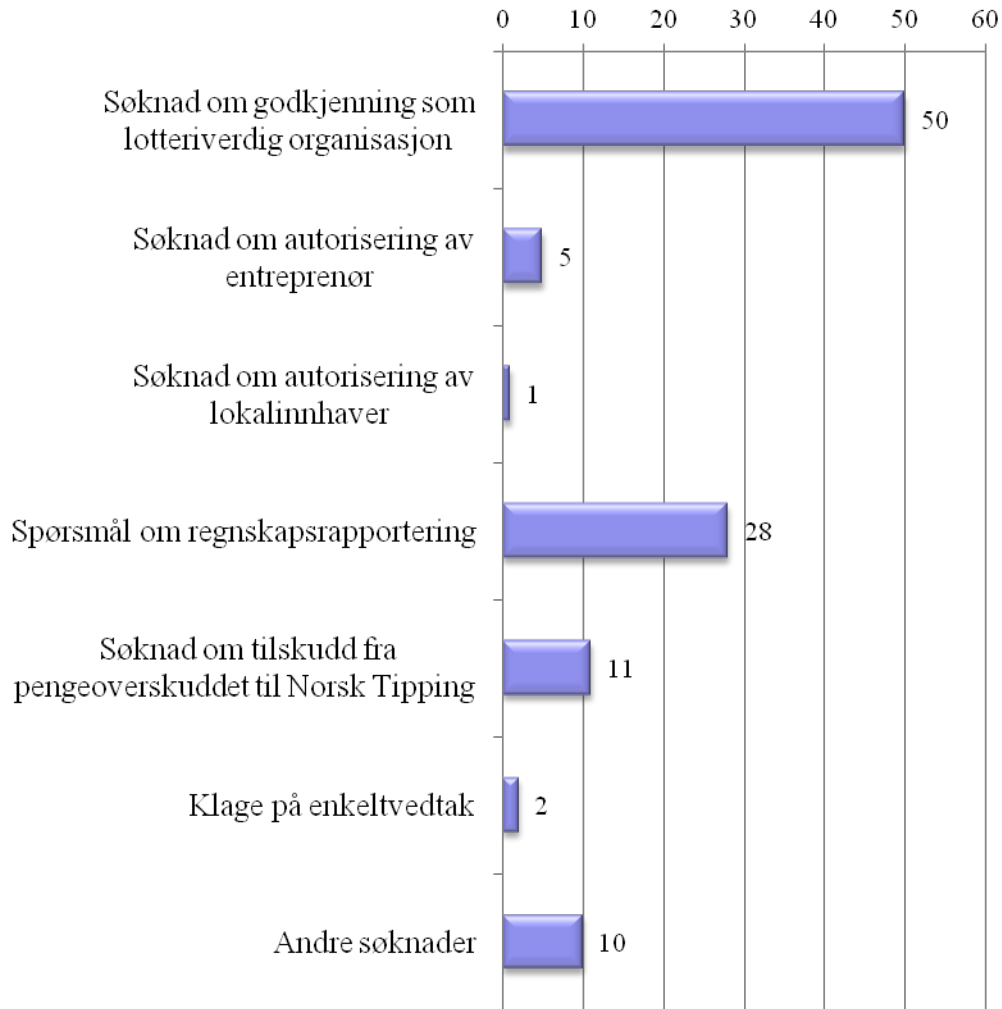


To tredjedeler av de som har besvart spørsmålene tilpasset Lotteritilsynet betrakter seg som store. Entreprenørbingo er den største enkeltlotterivirksomheten blant disse. Smålotteri er også en utbredt virksomhet.

# LOTTERITILSYNET

## KONTAKTPUNKTER MED TILSYNET %

Spørretekst: Hvilke av følgende kontaktpunkter har du hatt ovenfor <tilsyn> i løpet av de siste 12 månedene?

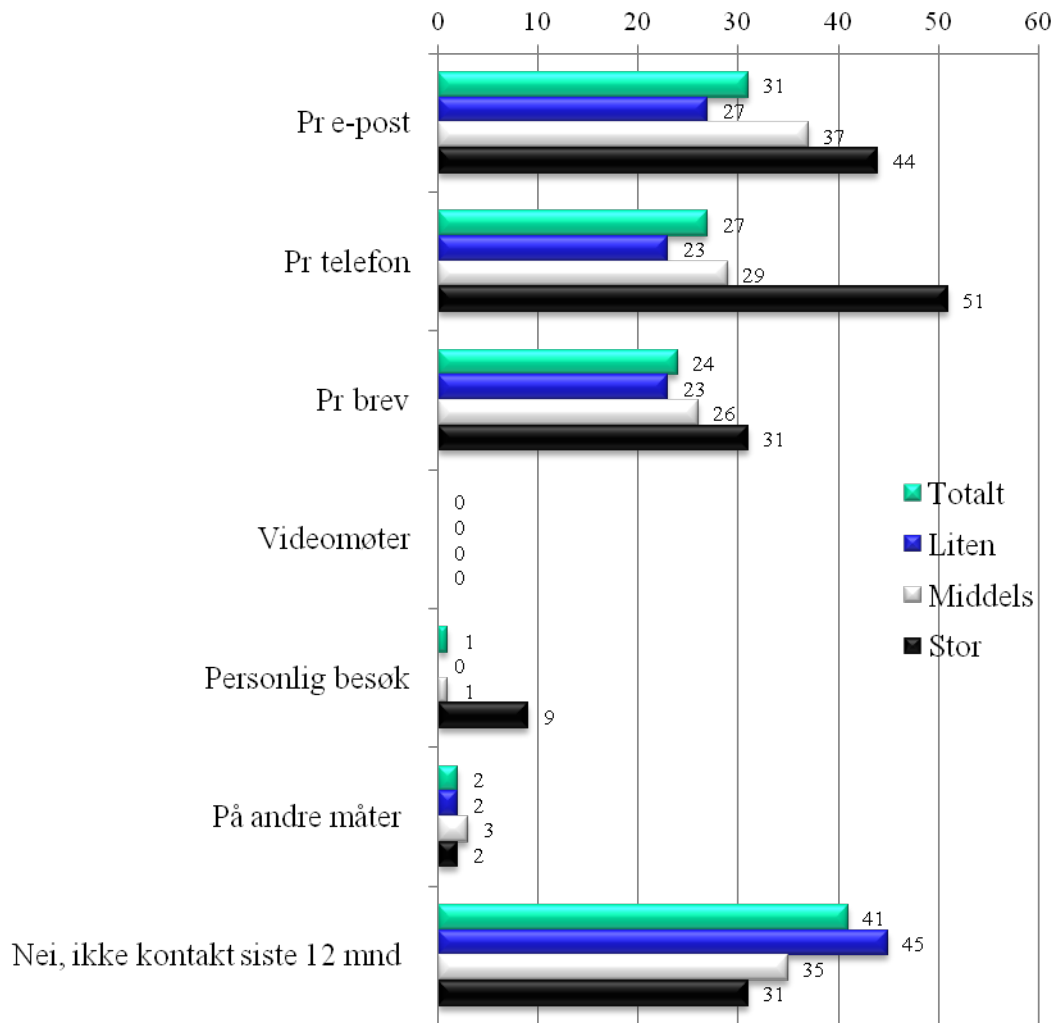


Det klart viktigste kontaktpunktet overfor Lotteritilsynet er søknad om godkjenning som lotteriverdig organisasjon. Spørsmål om regnskapsrapportering er nest viktigste kontaktpunkt.

# LOTTERITILSYNET

HATT KONTAKT FORUTEN SØKNADER %

Spørretekst: Foruten disse søknadene, har du i løpet av de siste 12 månedene hatt kontakt med tilsynet...



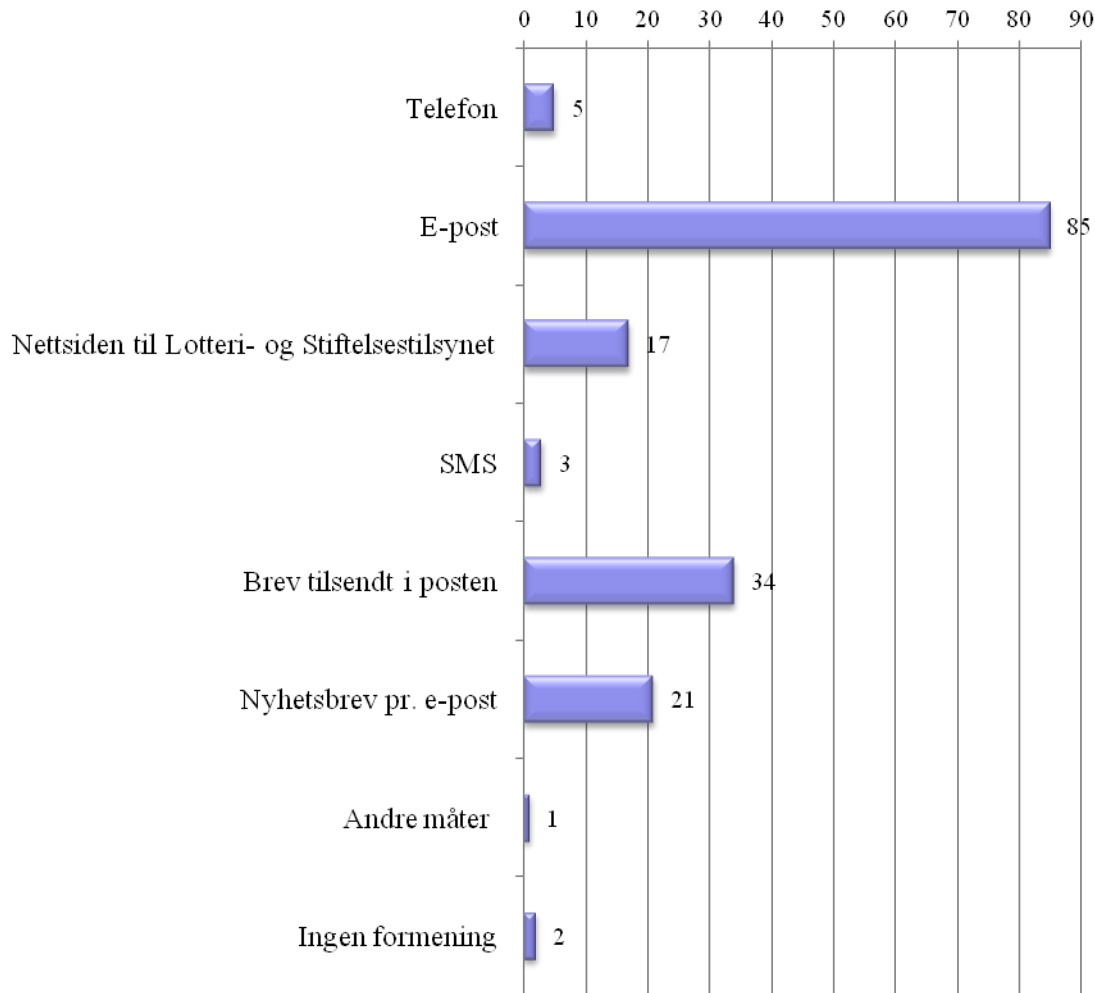
Jo større organisasjonen er jo større sannsynlighet for kontakt med tilsynet.



# LOTTERITILSYNET

## KONTAKTPREFERANSE %

Spørretekst: Hvordan ønsker du å motta informasjon fra tilsynet?



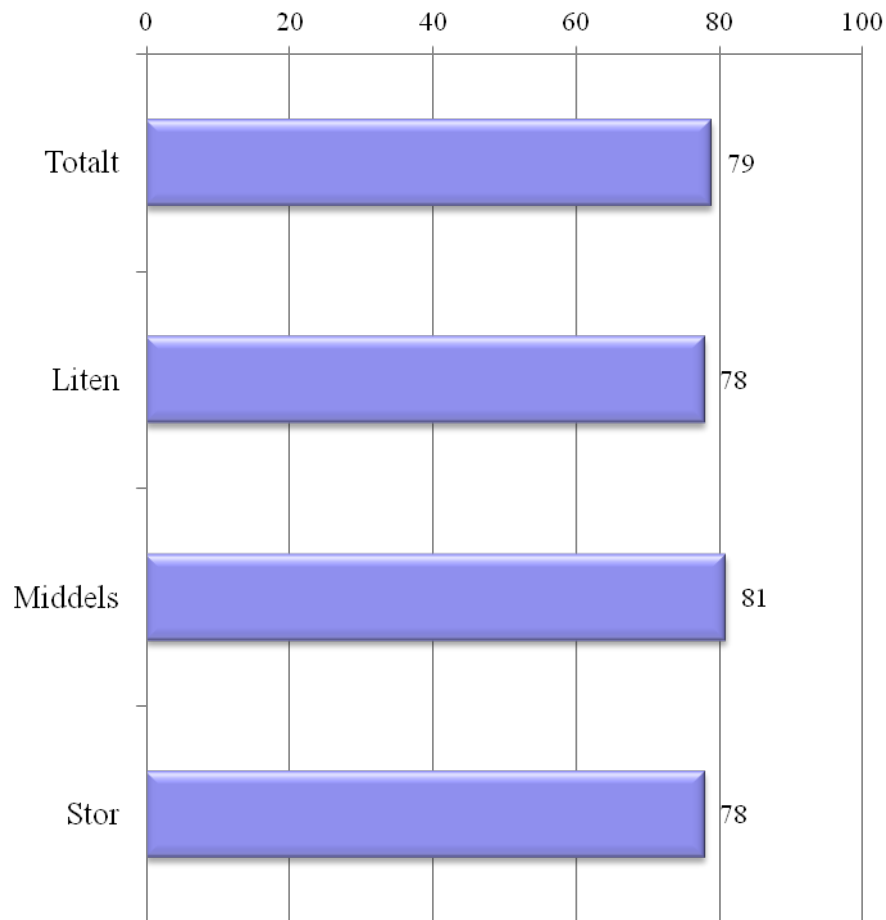
Det er ganske entydig at det er et ønske om e-post når brukerne skal motta informasjon fra tilsynet. Det er slik at jo større organisasjonen blir jo høyere er etterspørselen etter nyhetsbrev pr. e-post

*Samtlige i fokusgruppen ønsker informasjon om egen sak på e-post. Det er også et sterkt ønske om nyhetsbrev pr. e-post som informerer om aktuelle saker og endringer.*

# LOTTERITILSYNET

BRUK AV ELEKTRONISK RAPPORTERING AV REGNSKAPSTALL - % Svært sannsynlig/sannsynlig

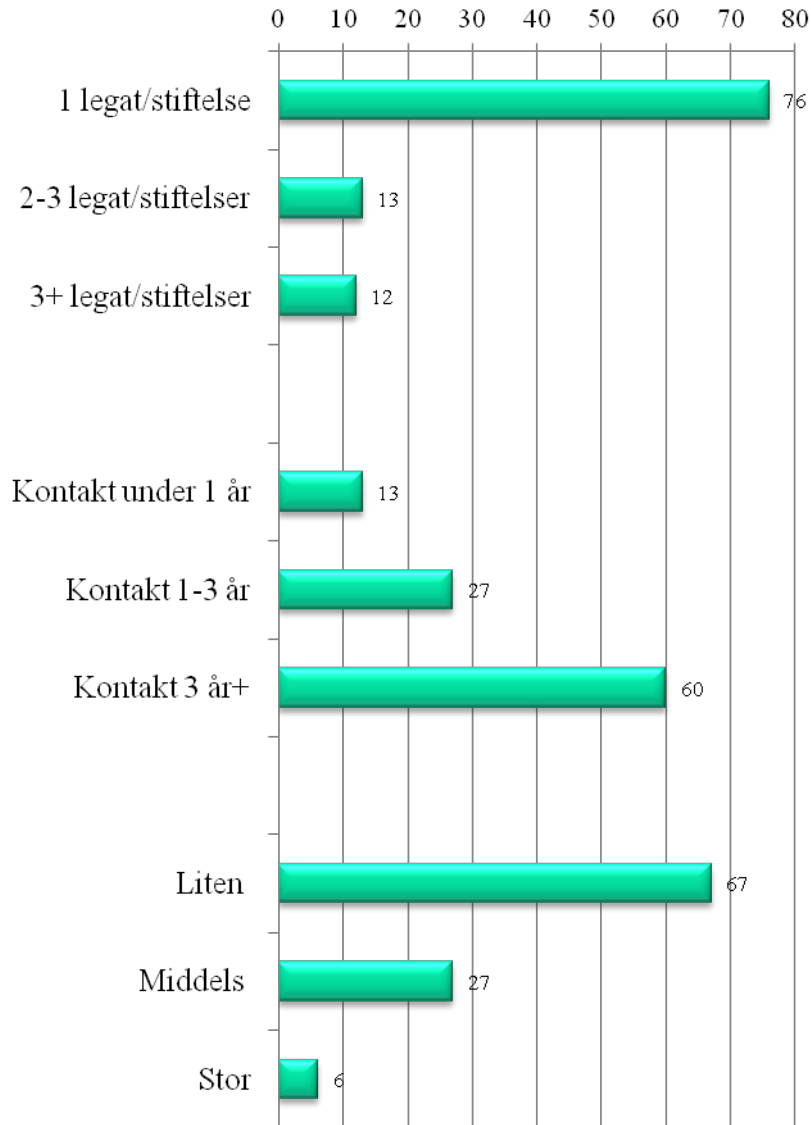
Spørretekst: Fra mars 2011 så ble det også mulig for godkjente lotteriverdige organisasjoner å rapportere regnskapstallene for 2010 elektronisk via Altinn. Hvor sannsynlig er det at dere vil benytte dere av muligheten til å rapportere inn regnskapstallene elektronisk via Altinn neste gang?



En svært stor andel av brukerne kommer til å rapportere elektronisk hvis forholdene blir lagt til rette for det.

# LOTTERI- OG STIFTELSESTILSYNET

Beskrivelse av utvalget for **Stiftelsestilsynet** %

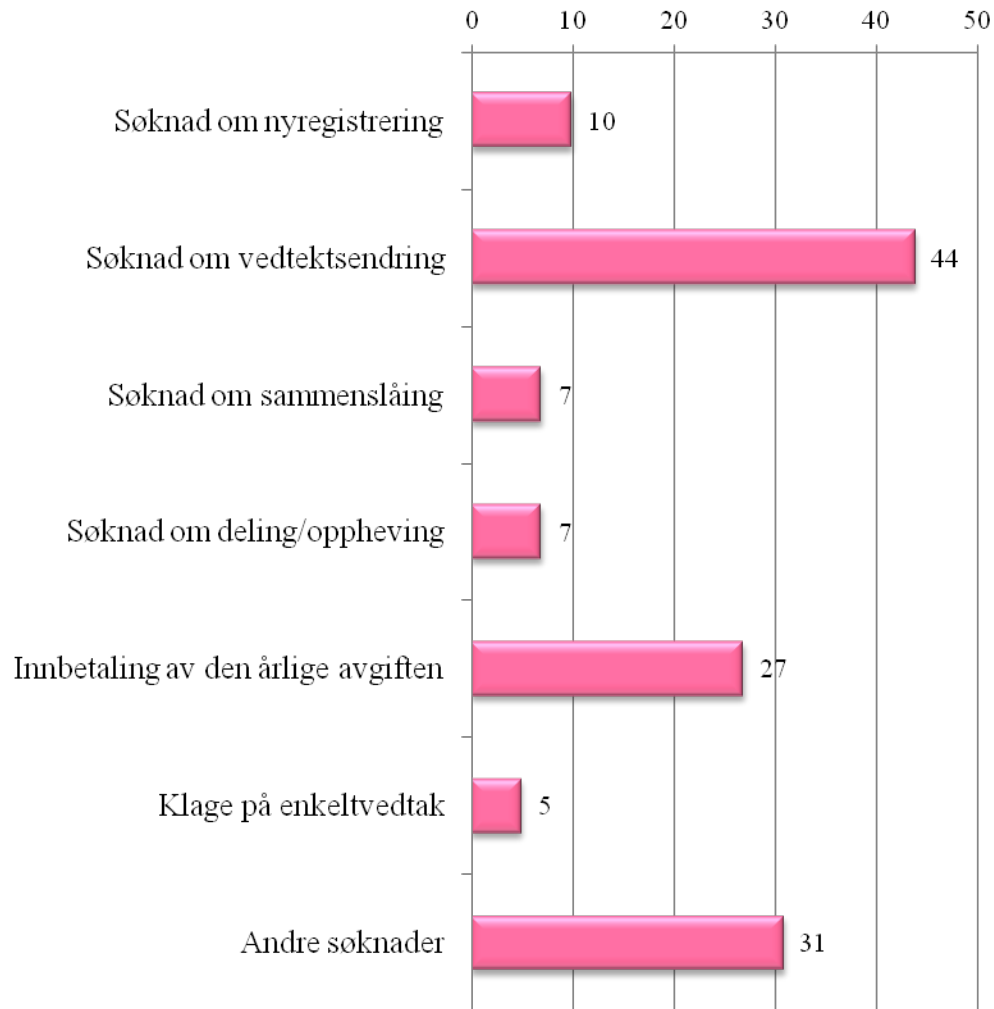


To tredjedeler av de som har besvart spørsmålene tilpasset Lotteritilsynet betrakter seg som store. Tre fjerdedeler av utvalget har kun en stiftelse eller legat å ta hånd om.

# STIFTELSESTILSYNET

## KONTAKTPUNKTER MED TILSYNET %

Spørretekst: Hvilke av følgende kontaktpunkter har du hatt ovenfor <tilsyn> i løpet av de siste 12 månedene?

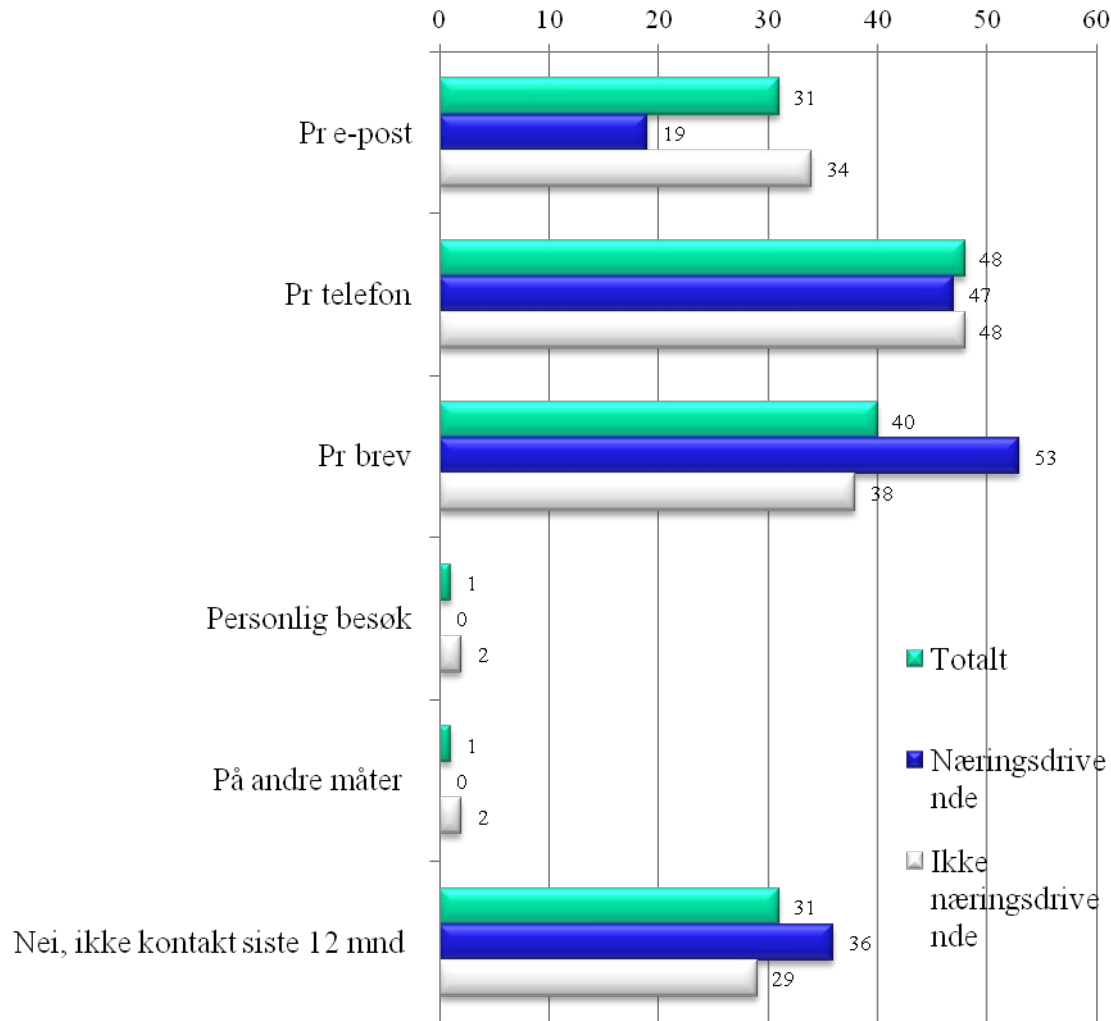


Det klart viktigste kontaktpunktet er søknad om vedtektsendring.

# STIFTELSESTILSYNET

HATT KONTAKT FORUTEN SØKNADER %

Spørretekst: Foruten disse søknadene, har du i løpet av de siste 12 månedene hatt kontakt med tilsynet...

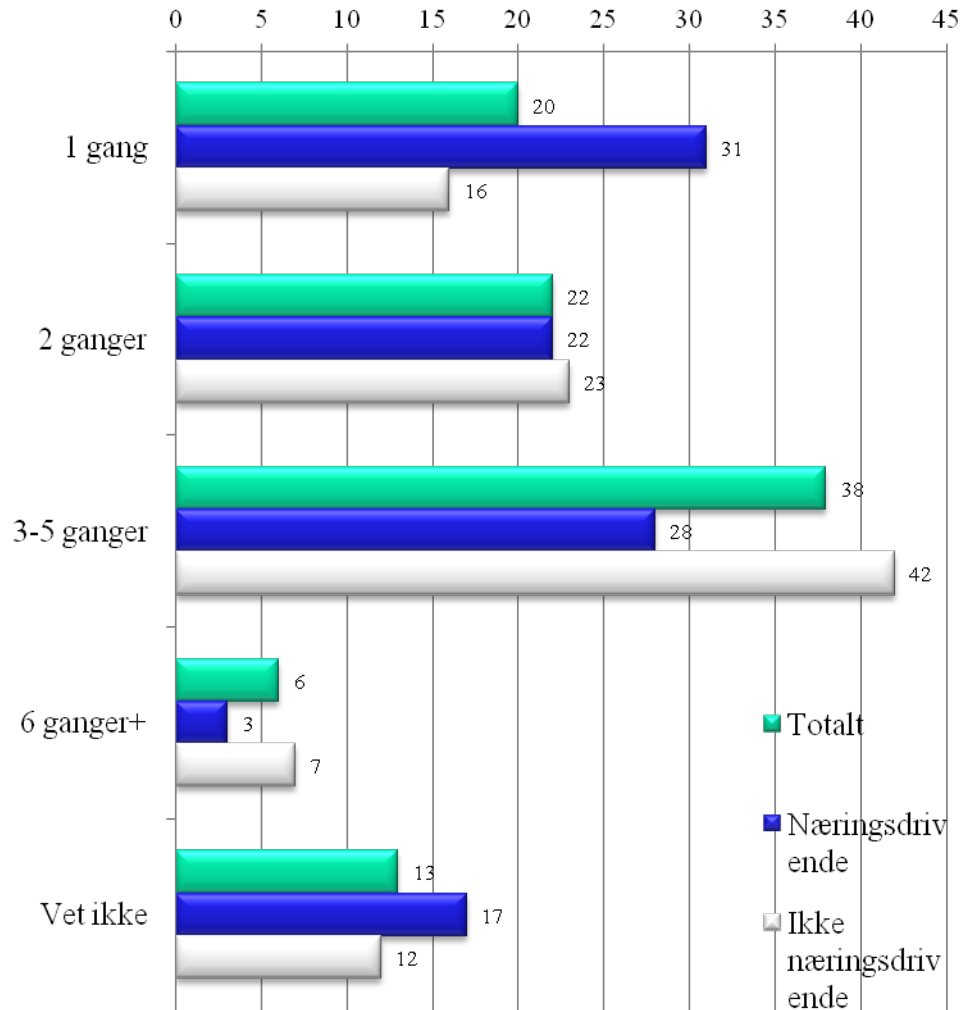


Næringsdrivende stiftelser/legater har i større grad benyttet brev i kontakt med tilsynet enn stiftelser/legater som ikke er næringsdrivende.

# STIFTELSESTILSYNET

## KONTAKTHYPPIGHET %

Spørretekst: Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 månedene har du vært i kontakt med <tilsyn>?

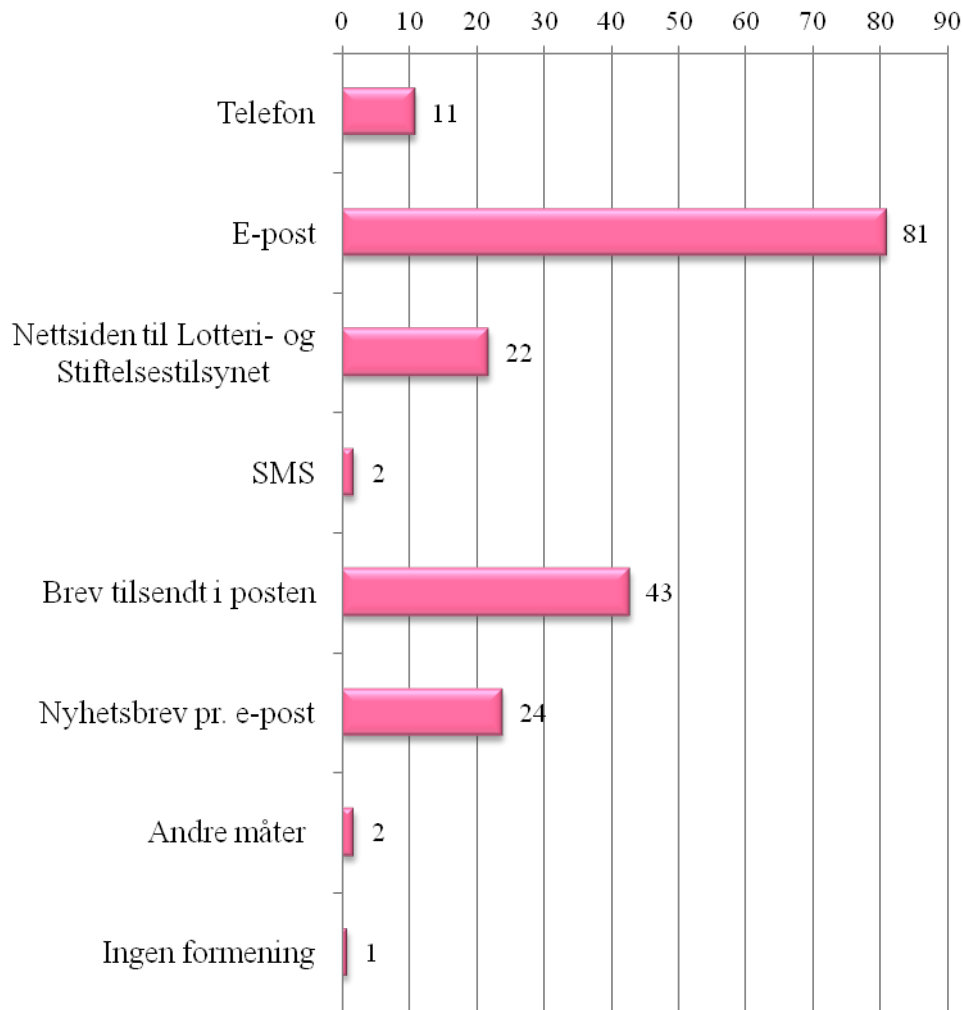


Næringsdrivende har lavere kontakthypighet enn ikke-næringsdrivende stiftelser.

# STIFTELSESTILSYNET

KONTAKTPREFERANSE %

Spørretekst: Hvordan ønsker du å motta informasjon fra tilsynet?

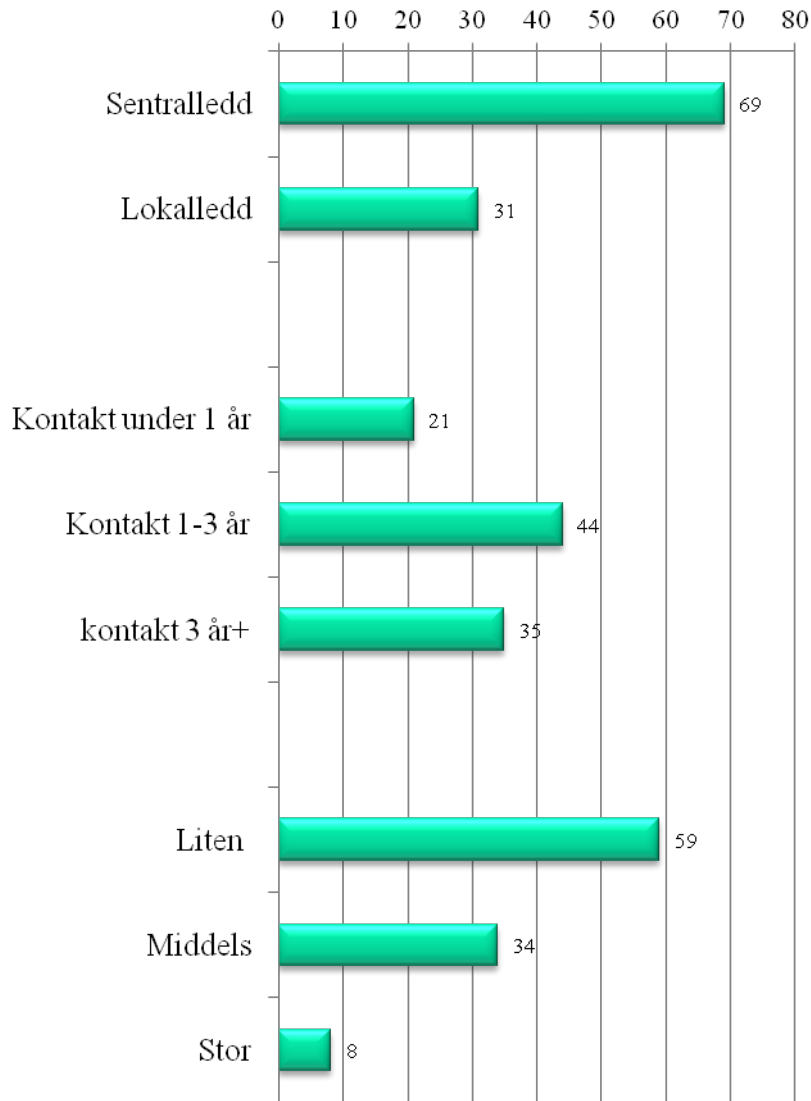


Det er ganske entydig at det er et ønske om e-post når brukerne skal motta informasjon fra tilsynet. For stiftelsene er det også slik at de i stor grad også ønsker å få tilsendt informasjon med brev.

*I fokusgruppene kom det frem at en ønsker informasjon om egen sak på e-post. En ønsker også beskjed på e-post dersom det mangler vedlegg i en søknad. Brev tar for lang tid. Gruppen er også positiv til nyhetsbrev pr. e-post.*

# LOTTERI- OG STIFTELSESTILSYNET

Beskrivelse av utvalget for **Momskompensasjon** %



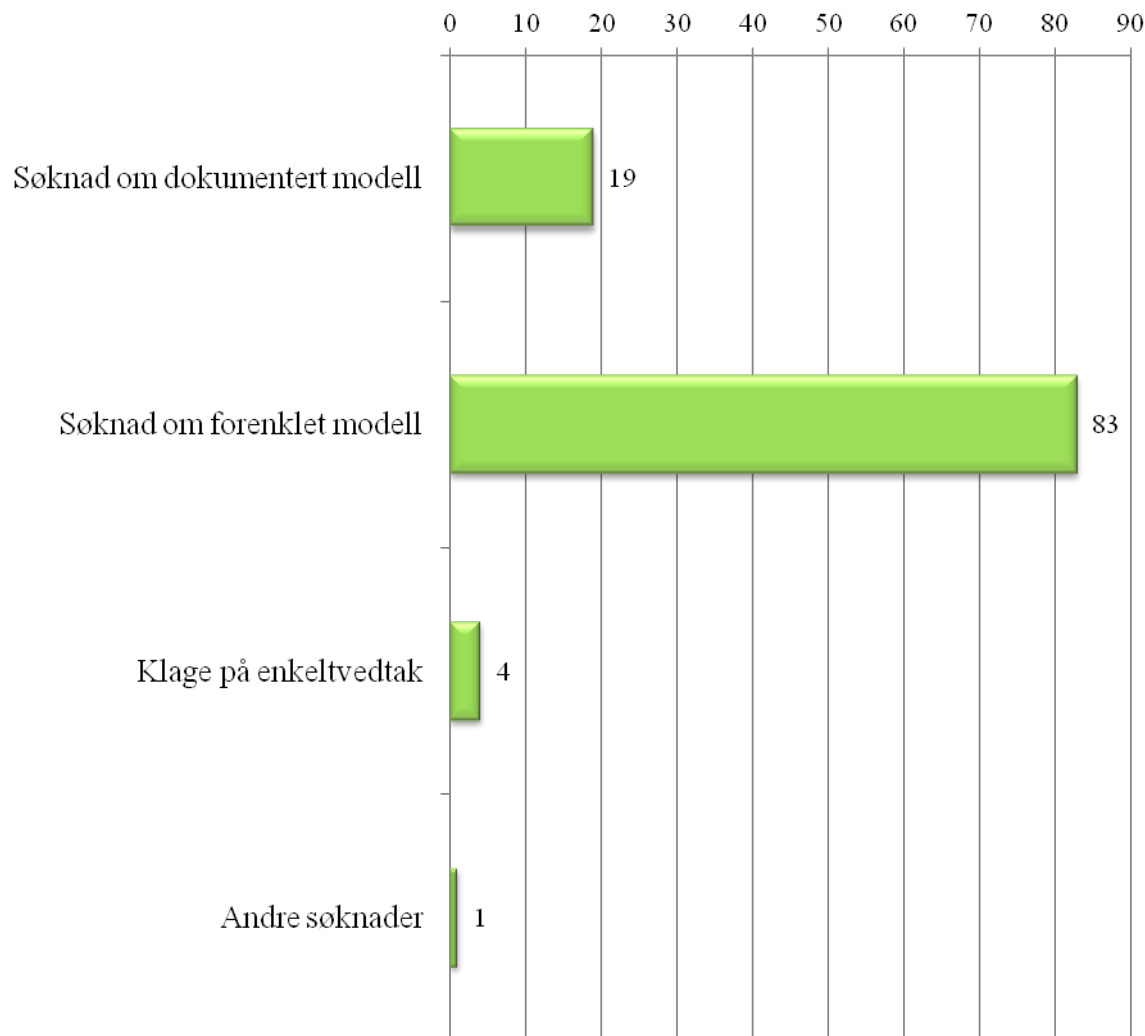
7 av 10 som har besvart spørsmålene om Momskompensasjon er et sentralledd i en organisasjon.



# MOMSKOMPENSASJON

## KONTAKTPUNKTER MED TILSYNET %

Spørretekst: Hvilke av følgende kontaktpunkter har du hatt ovenfor <tilsyn> i løpet av de siste 12 månedene?

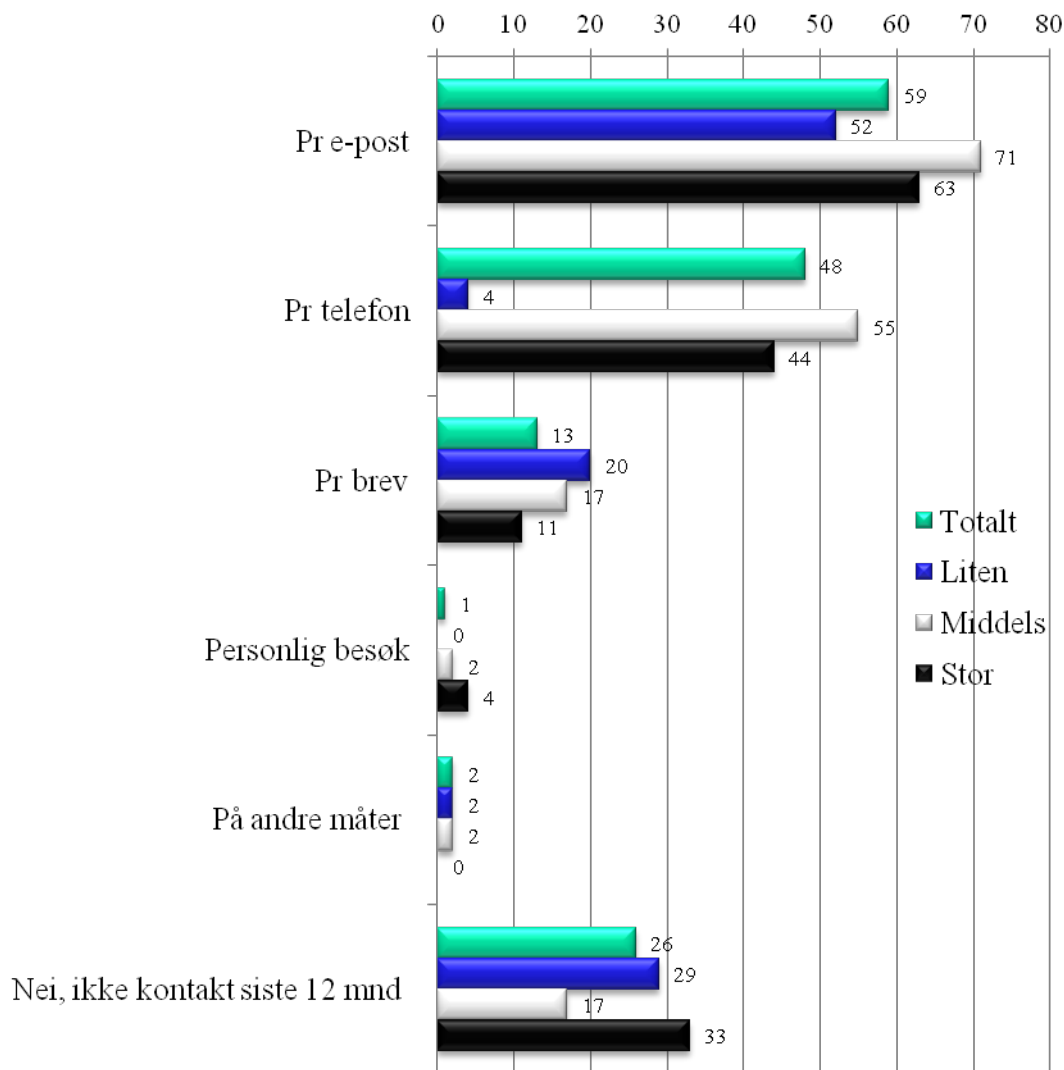


Det klart viktigste kontaktpunktet overfor Momskompensasjon er søknad om forenklet modell som 83% av brukerne har krysset av på.

# MOMSKOMPENSASJON

HATT KONTAKT FORUTEN SØKNADER %

Spørretekst: Foruten disse søknadene, har du i løpet av de siste 12 månedene hatt kontakt med tilsynet...

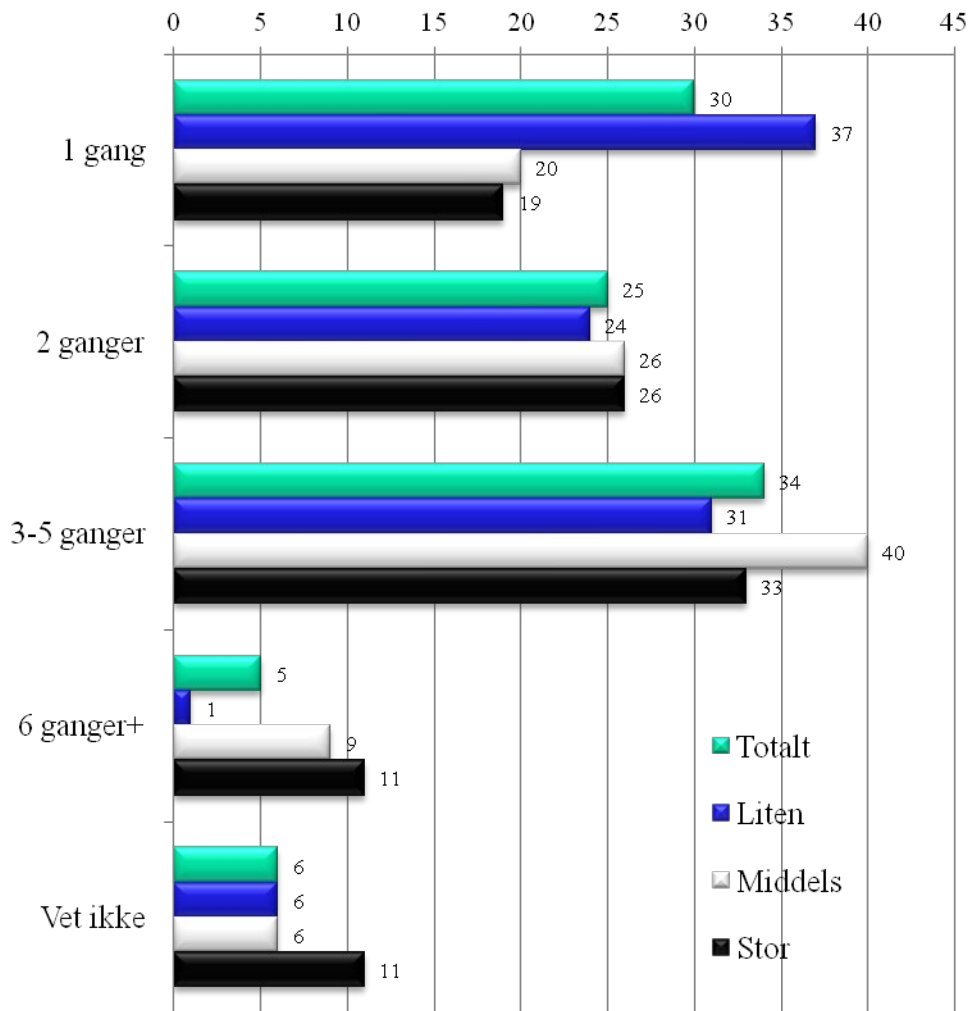


Det er de middels store organisasjonene som i størst grad tar kontakt med Momskompensasjon.

# MOMSKOMPENSASJON

## KONTAKTHYPPIGHET %

Spørretekst: Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 månedene har du vært i kontakt med <tilsyn>?

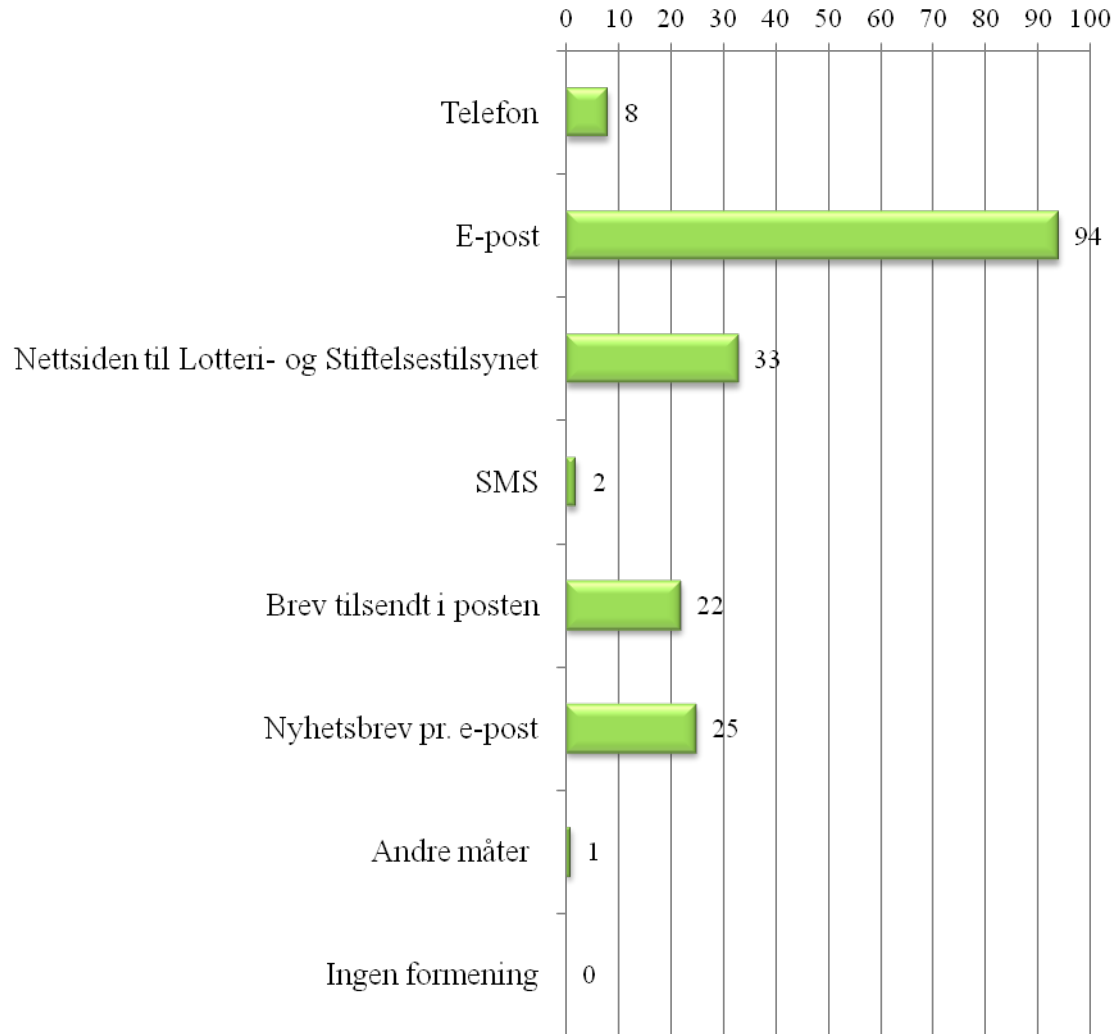


Det er de middels store og store organisasjonene som har høyest kontakthypighet med Momskompensasjon.

# MOMSKOMPENSASJON

KONTAKTPREFERANSE %

Spørretekst: Hvordan ønsker du å motta informasjon fra tilsynet?



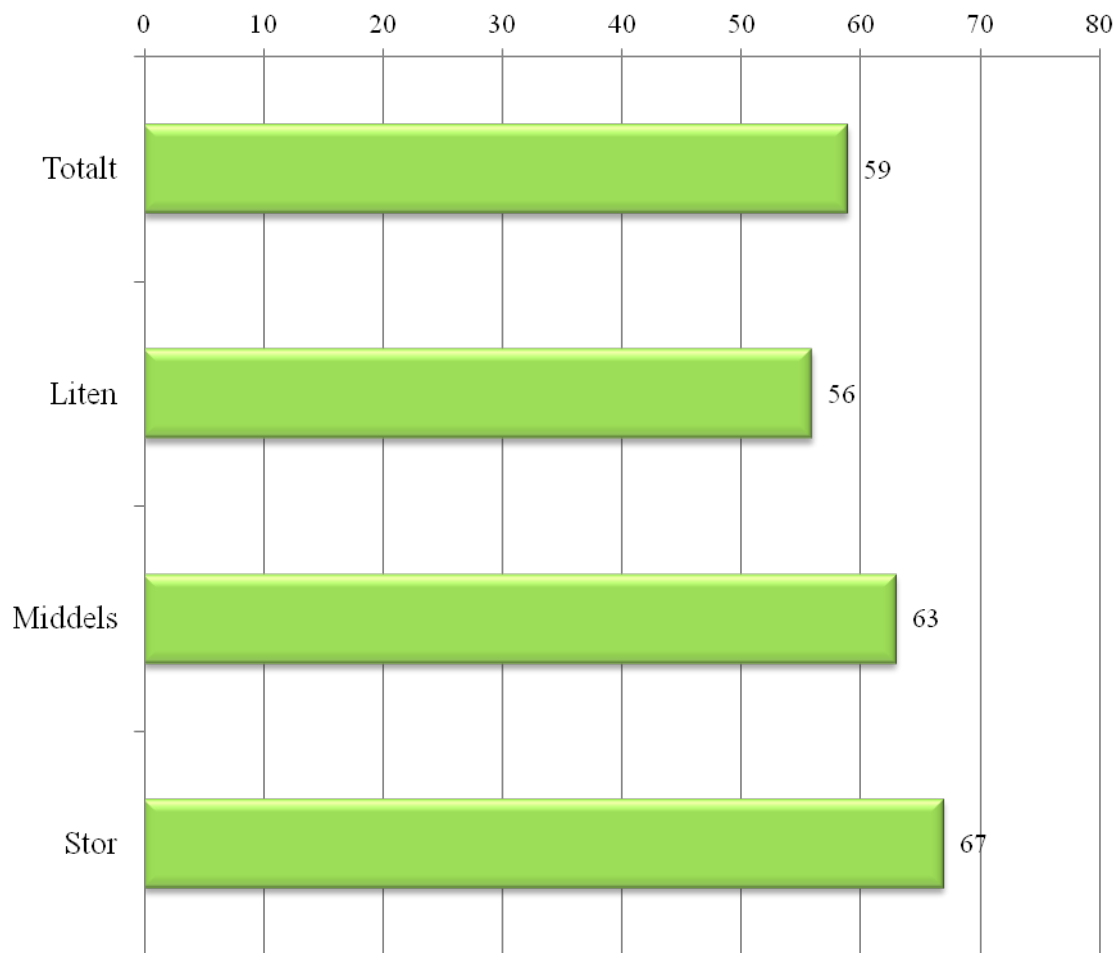
Det er ganske entydig at det er et ønske om e-post når brukerne skal motta informasjon fra tilsynet. Det er slik at jo større organisasjonen blir jo større er etterspørselen etter nyhetsbrev pr. e-post

*I fokusgruppene kom det frem at en ønsker informasjon om egen sak på e-post. Gruppen er også positiv til nyhetsbrev pr. e-post.*

# MOMSKOMPENSASJON

## BRUK AV ELEKTRONISK SØKNAD - % Benyttet

Spørretekst: Fra og med i år så var det mulig å sende inn søknaden elektronisk til tilsynet. Har dere benyttet dere av muligheten til å sende inn søknader elektronisk via tilsynets nettside?

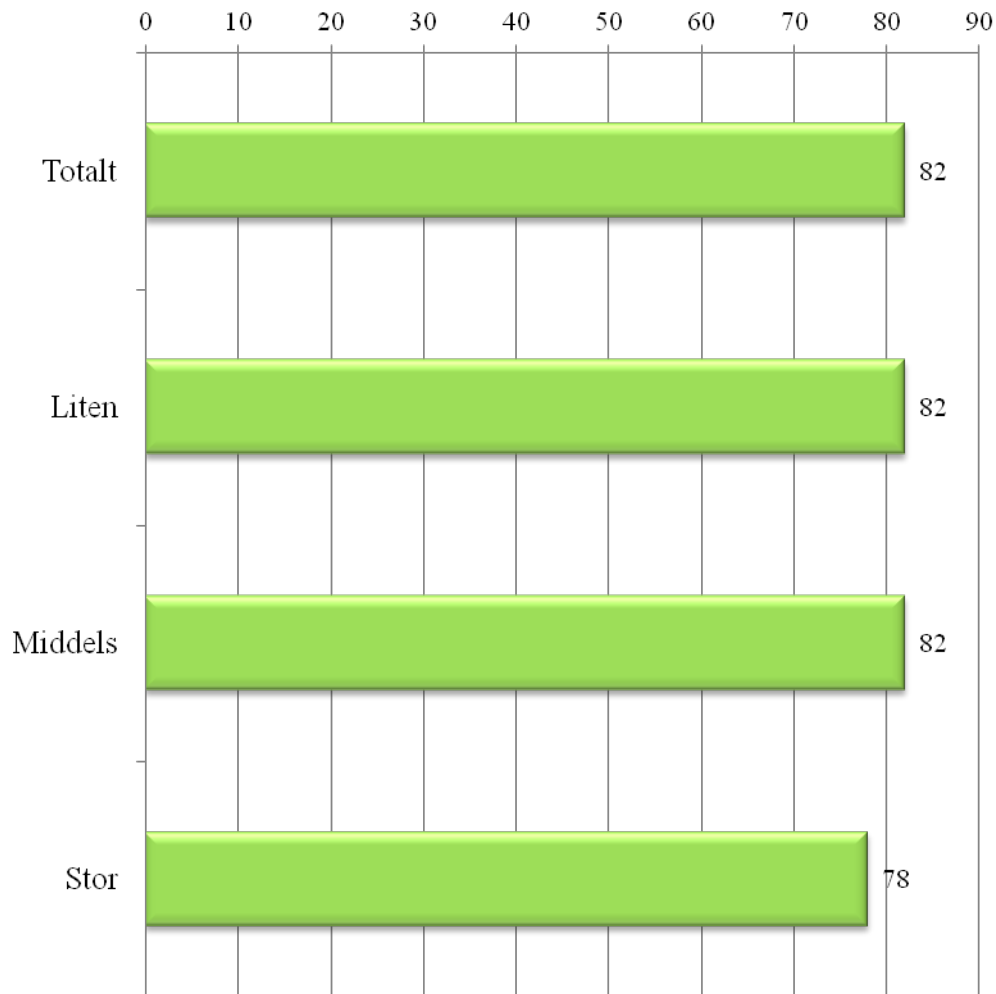


Om lag to tredjedeler av brukerne på Momskompensasjon har benyttet seg av elektroniske søknader. Andelen øker med økende størrelse på organisasjonen.

# MOMSKOMPENSASJON

VURDERING AV ELEKTRONISK SØKNAD - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Hvordan vil du vurdere denne muligheten mht. elektronisk levering av søknad via nettsiden sammenliknet med tidligere ordning?



Brukerne av Momskompensasjon er strålende fornøyd med denne løsningen.

*Samtlige i fokusgruppen er fornøyd med denne løsningen. I den kvalitative rapporten kommer det frem justeringer som kan gjøre løsningen enda bedre – som for eksempel det at en har mulighet til å lagre utfylt søknadsskjema elektronisk.*

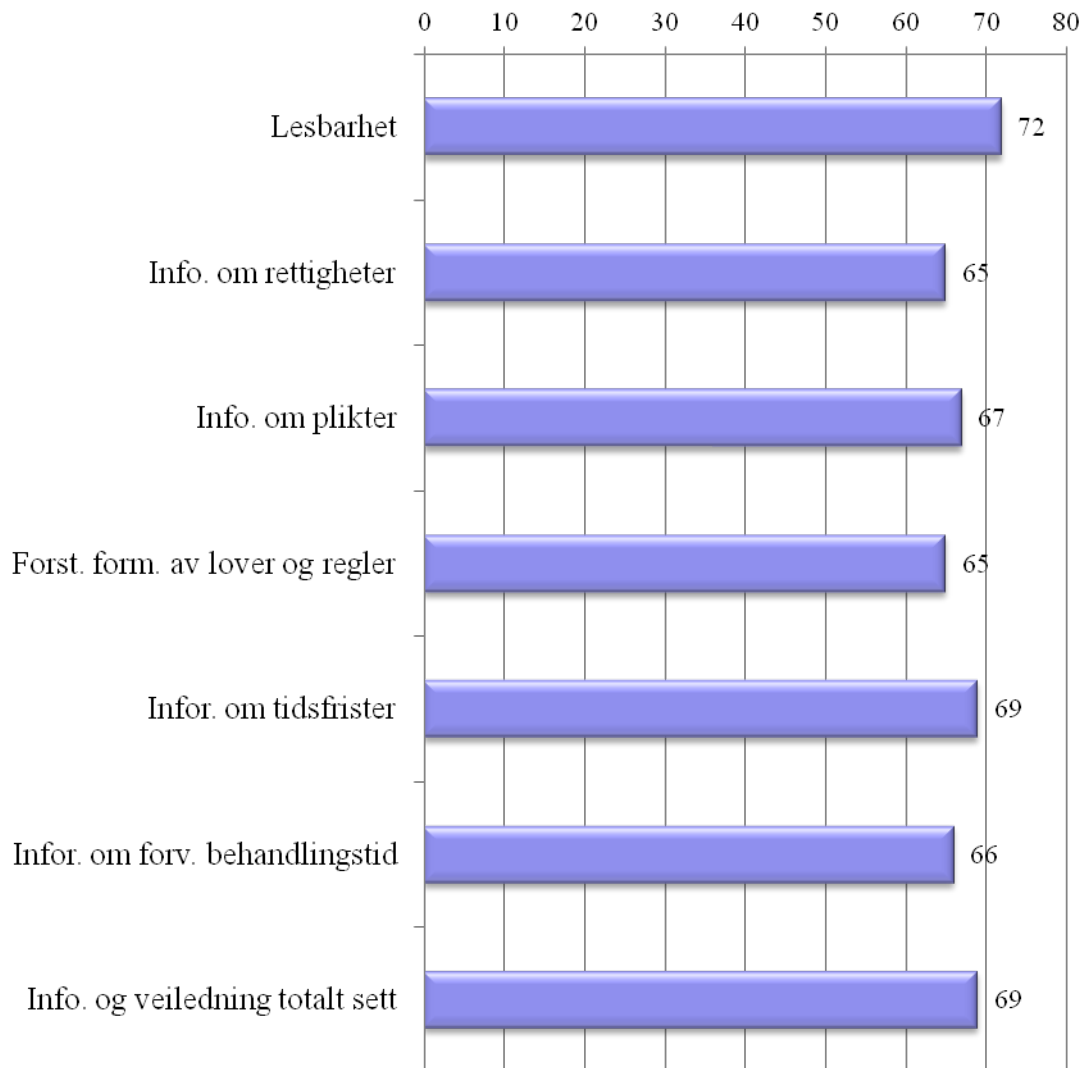
# LOTTERITILSYNET

---

# LOTTERITILSYNET

INFORMASJON OG VEILEDNING FRA TILSYNET Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Elementer knyttet til informasjon og veiledning. Tilfredshet, 5-delt skala



Erfaringer fra andre undersøkelser viser er det vanskelig å oppnå KTI-skårer særlig over 70 for informasjon mv. En KTI-skåre på 69 er det all grunn til å være tilfreds med for Lotteritilsynet. Det er liten variasjon i tilfredshetsskårer for de enkelte elementene når det gjelder informasjon og veiledning.

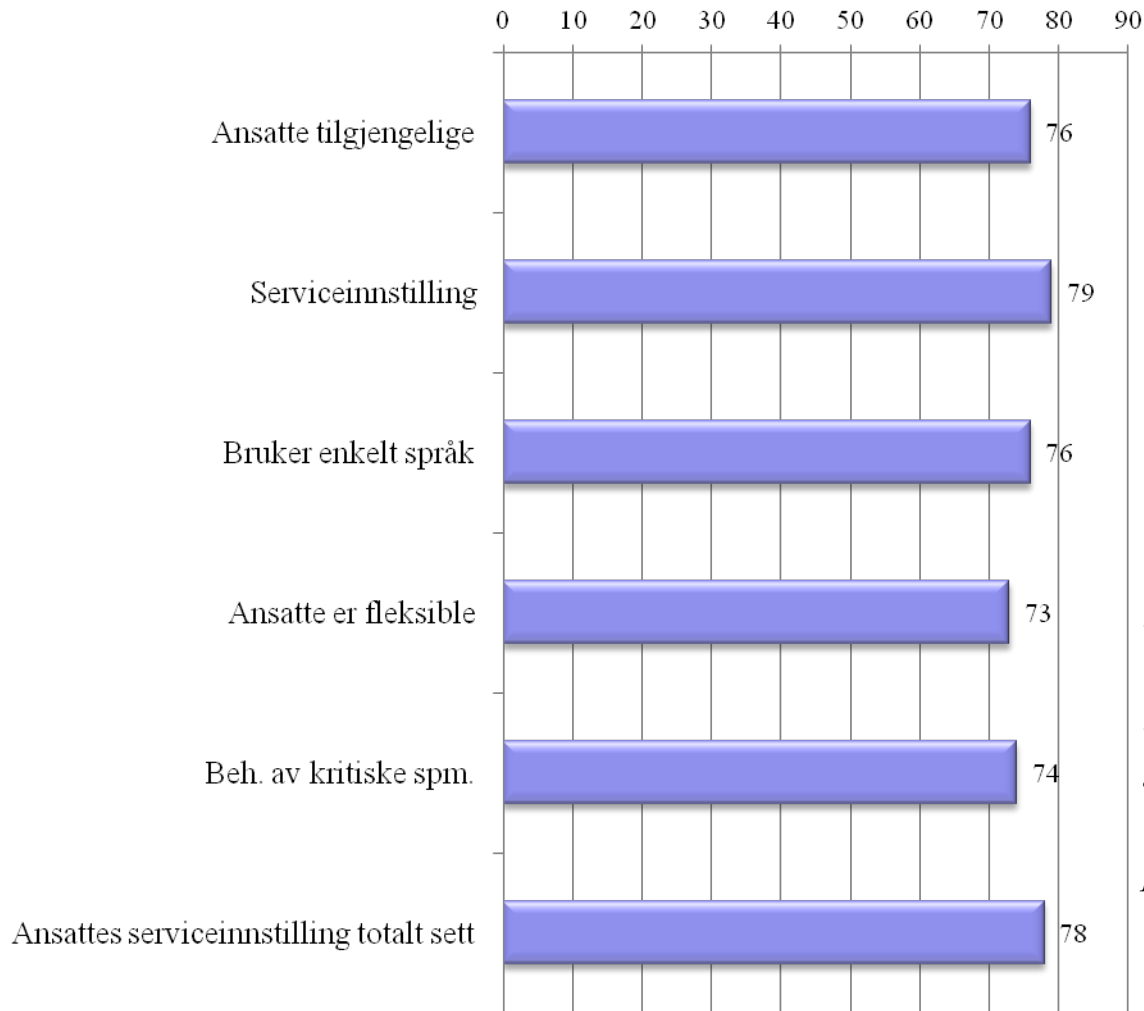
*I fokusgruppen får Lotteritilsynet gode tilbakemeldinger på at informasjonen en trenger som lotteriverdig aktør stort sett er tilgjengelig på nettsidene, men det er i hovedsak kun fokus på plikter. Det er ikke fokus på rettigheter.*



# LOTTERITILSYNET

TILSYNET OG DE ANSATTE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



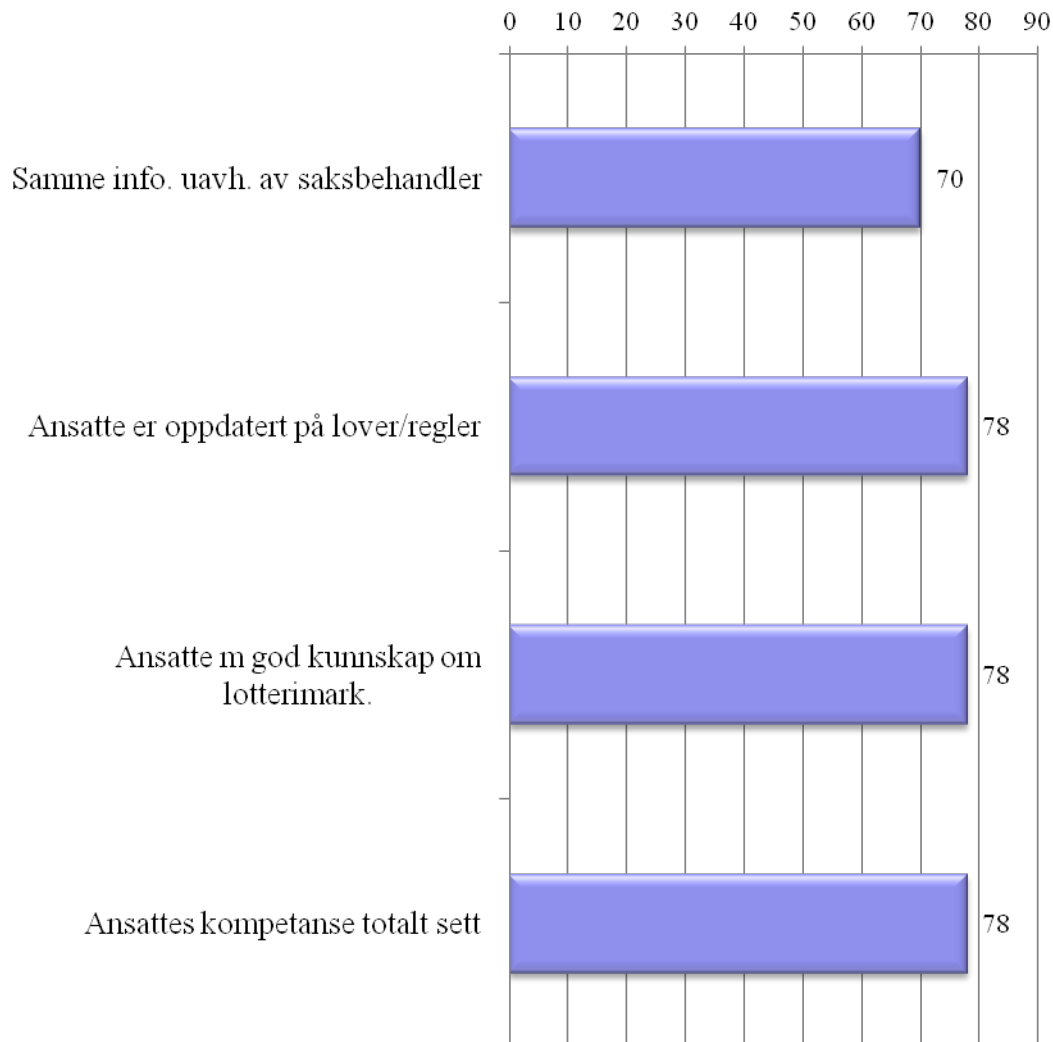
Med referanser fra andre undersøkelser har vi ofte beskrevet at en nedre grense for servicevilje ikke bør droppe for mye under 80. Med en total KTI-skåre på 78 er tilsynet rett i nærheten av et optimalt måltall. Det kan likevel være formålstjenlig å sette seg et mål om 80 for serviceinnstilling.

*Saksbehandlerne fremstår i enkelte saker som lite fleksible – ”en ser seg blind på boken”. En viser til hvordan saker/søknader hvor brukeren ikke har gjort alt helt etter boken, og at dette da resulterer i at en må gjøre hele prosessen på nytt for å tilfredsstille kravene regelverket/tilsynet setter.*

# LOTTERITILSYNET

ANSATTES KOMPETANSE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



Dette er tilfredsstillende verdier for tilsynet.

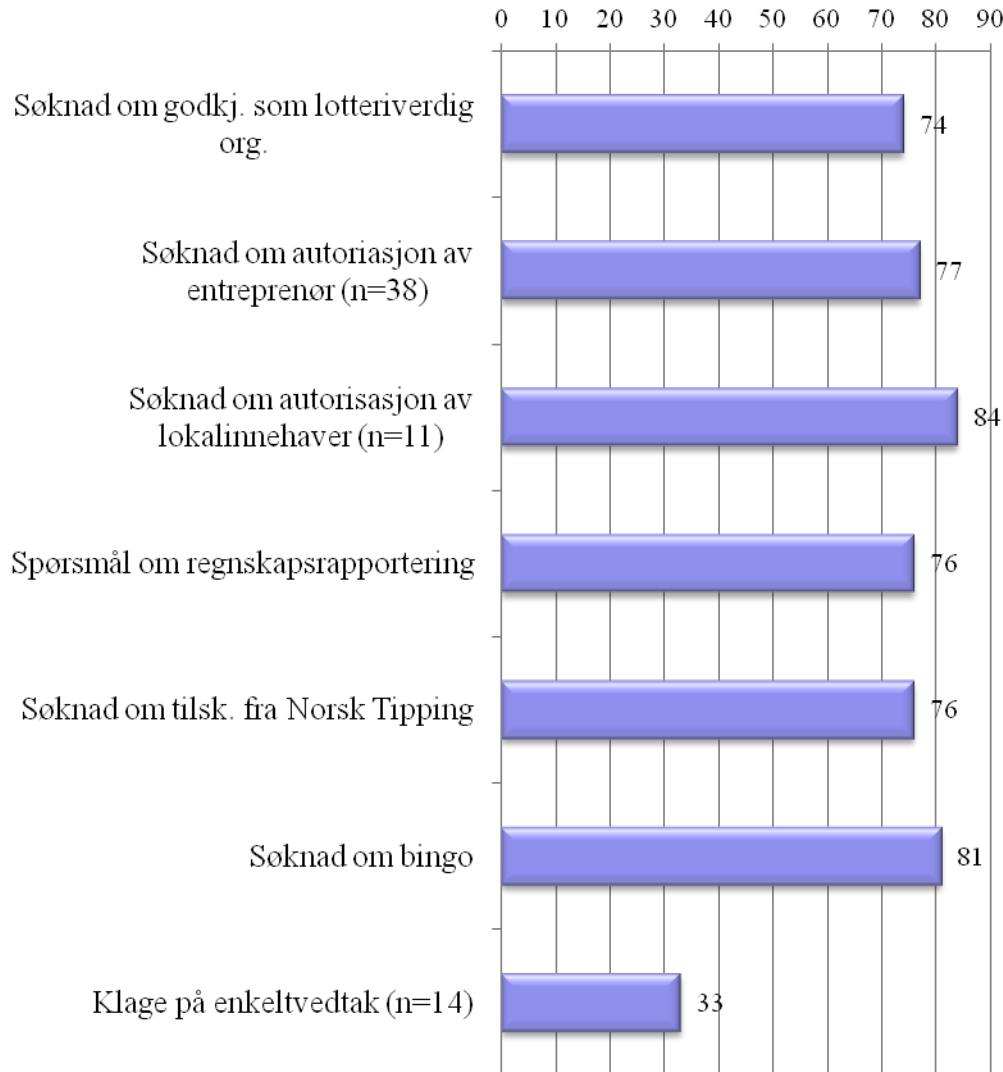
*Bingoentreprenører og aktører med store lotterier mener at saksbehandlerne ikke har god nok kunnskap om markedet. Dette ble derfor testet kvantitativt.*

*Det gikk også frem blant de mest "avanserte" brukerne i gruppen at på grunn av manglende kompetanse om markedet, så opplevde en også å få ulik informasjon fra ulike saksbehandlere.*

# LOTTERITILSYNET

TID FOR Å BEHANDLE SØKNADER Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



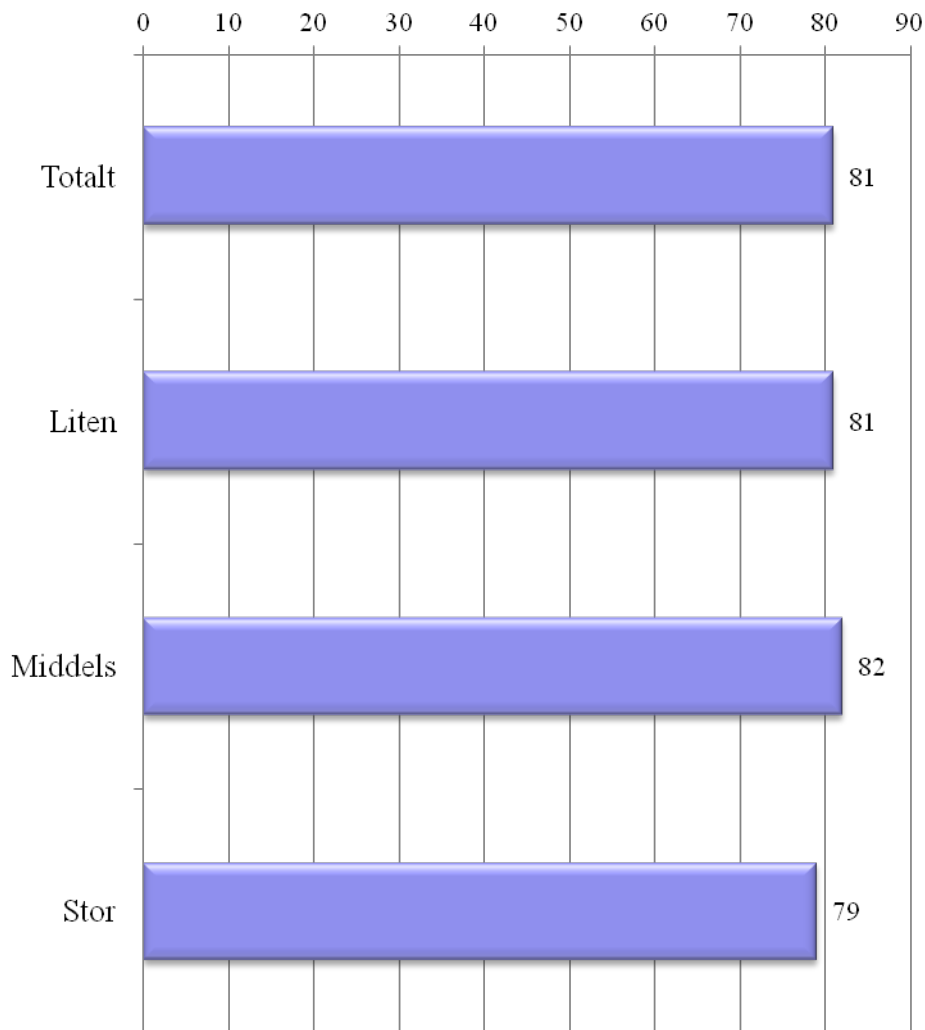
Det er gode KTI-skårer for alle disse søknadstypene med unntak av klage på enkeltvedtak som det uttrykkes stor utilfredshet med. Vi bør likevel legge merke til at antall respondenter er lavt. Det er likevel grunn til å spørre seg om ikke det er mulig å forbedre denne skåren ved å gi realistiske tidsestimater på behandlingstiden.

*En er stor sett fornøye med behandlingstiden av søknader. Unntaket er behandlingstiden av søknader som "går utenom det vanlige", for eksempel søknader om ny type lotteri, som har lang behandlingstid. Det var en klagesak i gruppen, her var tilbakemeldingen at det var lang saksbehandlingstid.*

# LOTTERITILSYNET

TILLIT TIL SAKSBEHANDLINGEN Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Hvilken tillit har du til at din søknad behandles på en korrekt og forsvarlig måte av saksbehandlerne hos <tilsyn>?



Lotteritilsynet har ikke på noen måte et omdømmeproblem i forhold til tillitsvekkende og forsvarlig saksbehandling.

# LOTTERITILSYNET

BRUK AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: I august 2011 fikk tilsynet nye nettsider. Har du vært inne på de nye nettsidene?

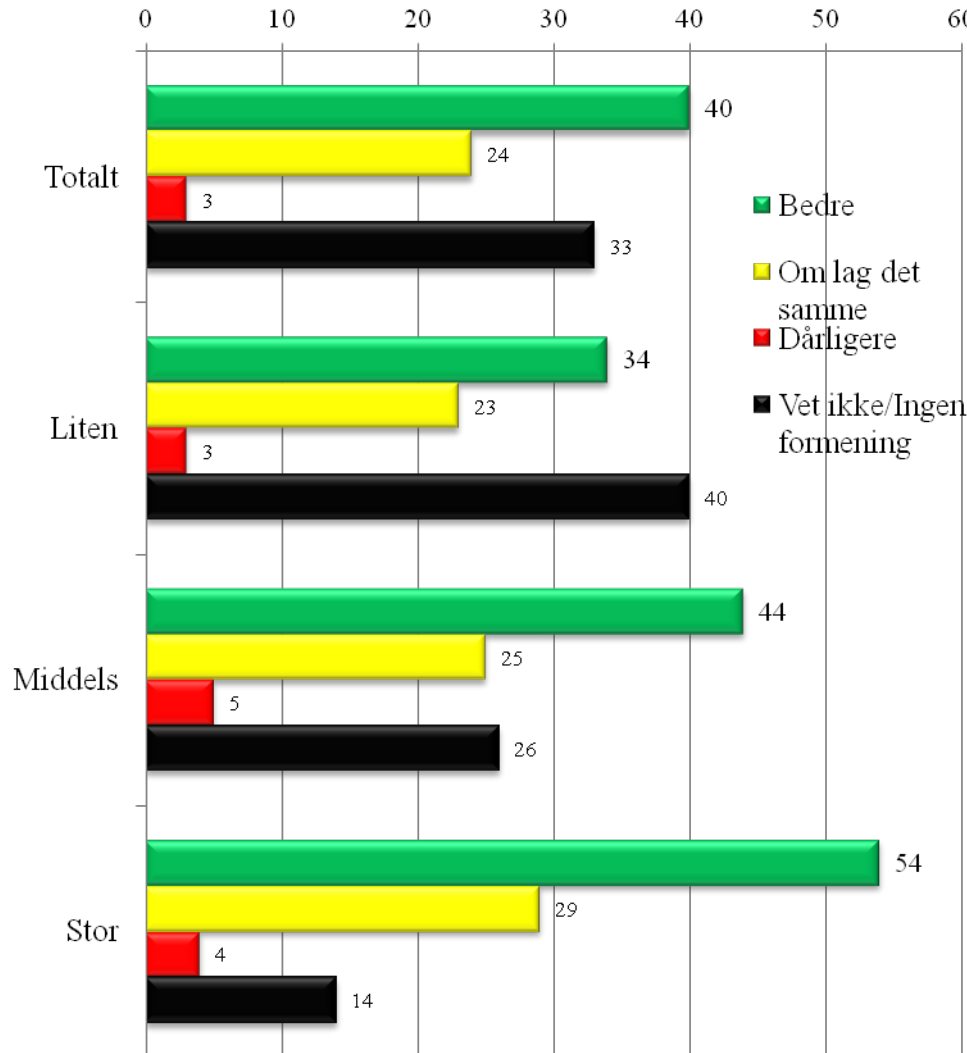


Det er en betydelig høyere andel av de store organisasjonene som har vært inne på den nye hjemmesiden til tilsynet i forhold til de minste organisasjonene.

# LOTTERITILSYNET

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: Sammenlignet med de gamle nettsidene, er de nye sidene...



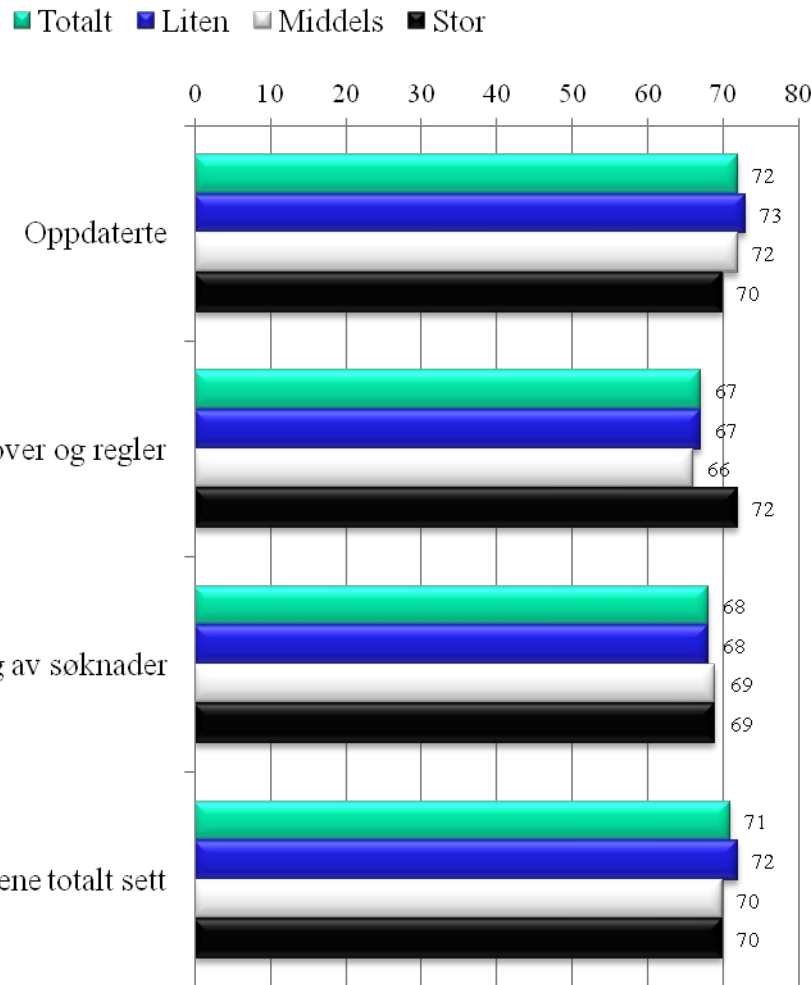
Vurderingen fra brukerne er entydig positiv når det gjelder de nye nettsidene. De største organisasjonene er enda mer tilfredse enn de mindre organisasjonene.

*Fokusgruppedeltakerne fikk teste nettsiden gjennom å utføre ulike oppgaver. Samtlige løste oppgaven enkelt, og vurderte de nye nettsidene som mer innbydende og brukervennlige enn de gamle nettsidene.*

# LOTTERITILSYNET

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, tilfredshet, 5-delt skala

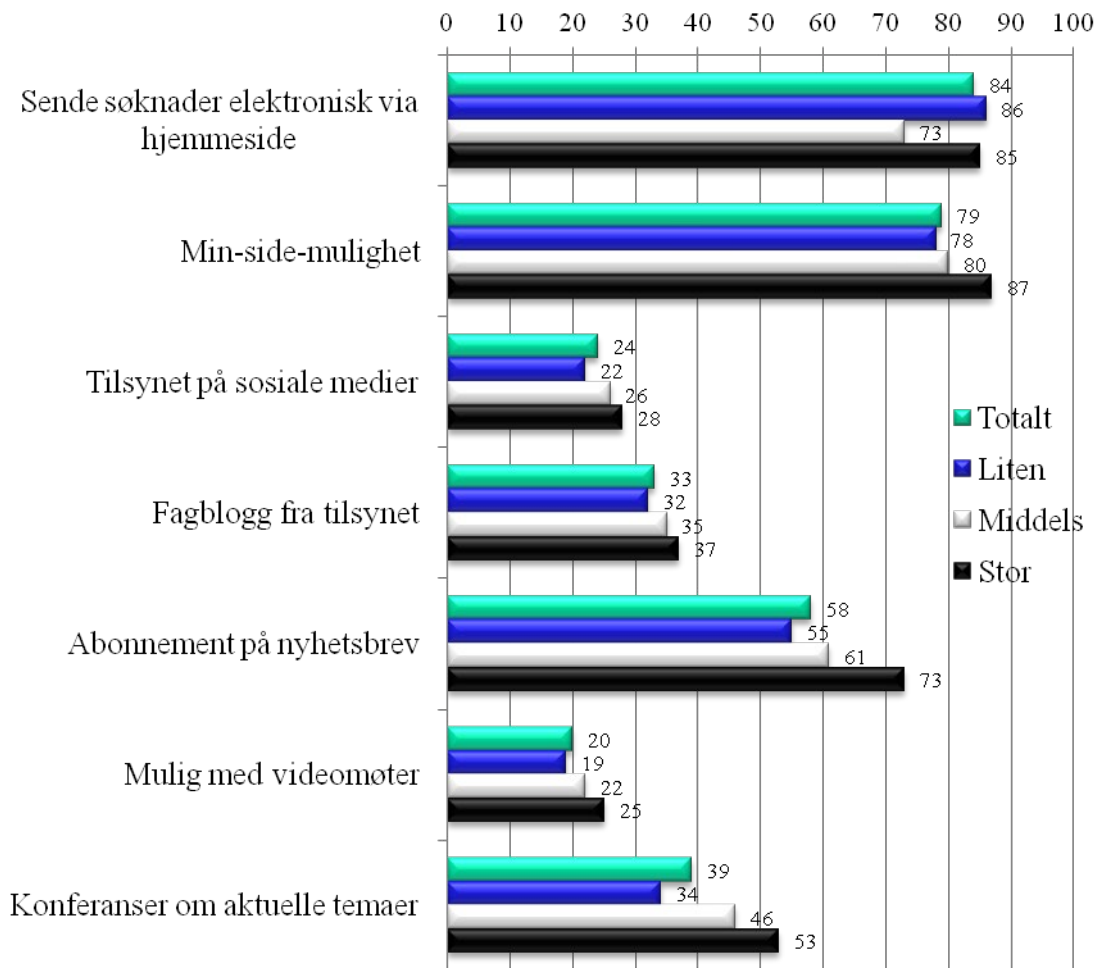


I forhold til tilfredshetsundersøkelser for andre nettsider er en total KTI-skåre på 71 en tilfredsstillende karakter for tilsynets hjemmeside. Også for de andre delementene er resultatene tilfredsstillende.

# LOTTERITILSYNET

VURD. AV UTV.MULIGHETER FOR TILSYNET - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Ulike elementer, interesse, 5-delt skala



Elektronisk rapportering og muligheten for en Min Side på hjemmesiden vil bli godt mottatt av brukerne. Ellers reagerer brukerne lunket til mange av disse forslagene. Spesielt er etterspørselen etter muligheter for videomøter liten, men brukerne ser heller ikke nytteverdien av å ha tilsynet på sosiale mediekkanaler i særlig grad. Det som er gjennomgående er at de største organisasjonene er mer positive til disse utviklingselementene enn de mindre organisasjonene.

*Tilbakemeldinger fra gruppene samsvarer med hva som kommer frem her. Brukerne er mest interesserte i muligheten for å sende søknad elektronisk, Min side og nyhetsbrev. Gruppedeltakerne er også positive til konferanse.*



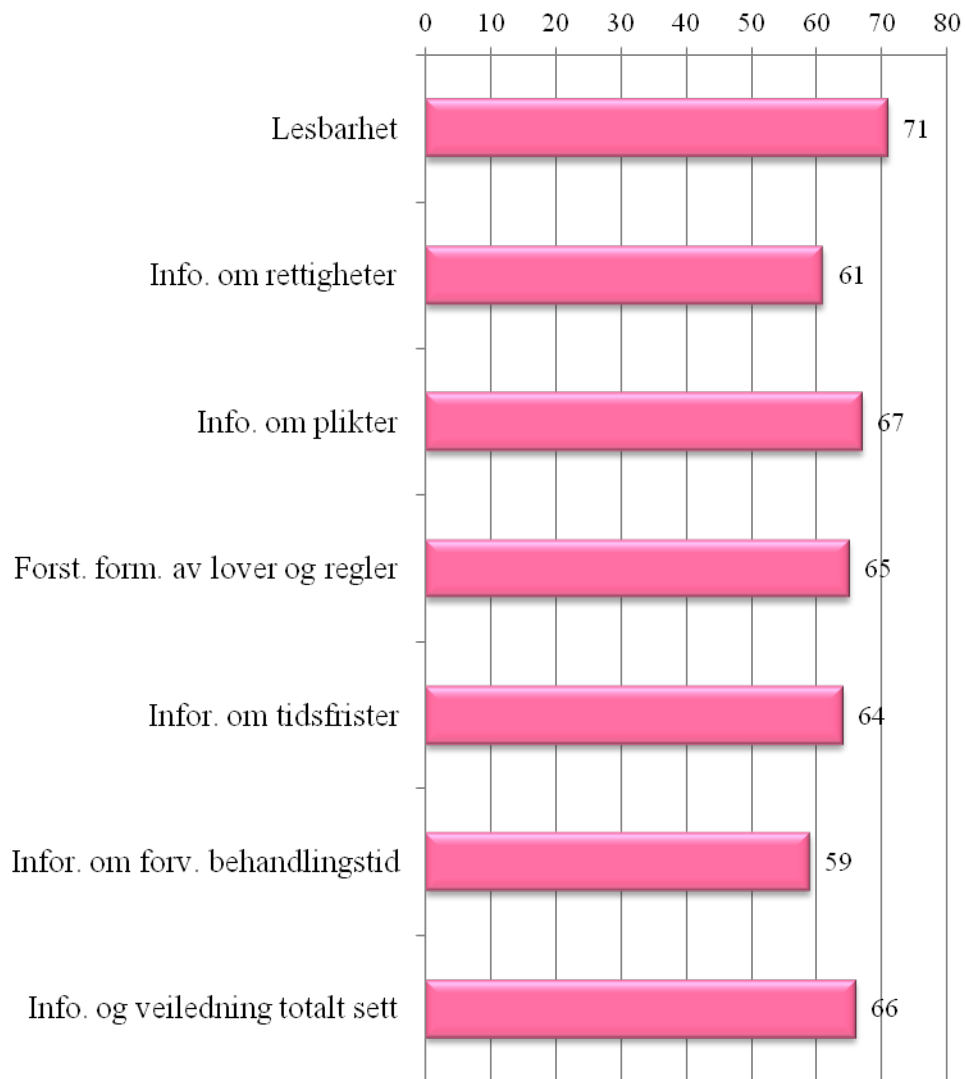
# STIFTELSESTILSYNET

---

# STIFTELSESTILSYNET

INFORMASJON OG VEILEDNING FRA TILSYNET Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Elementer knyttet til informasjon og veiledning. Tilfredshet, 5-delt skala



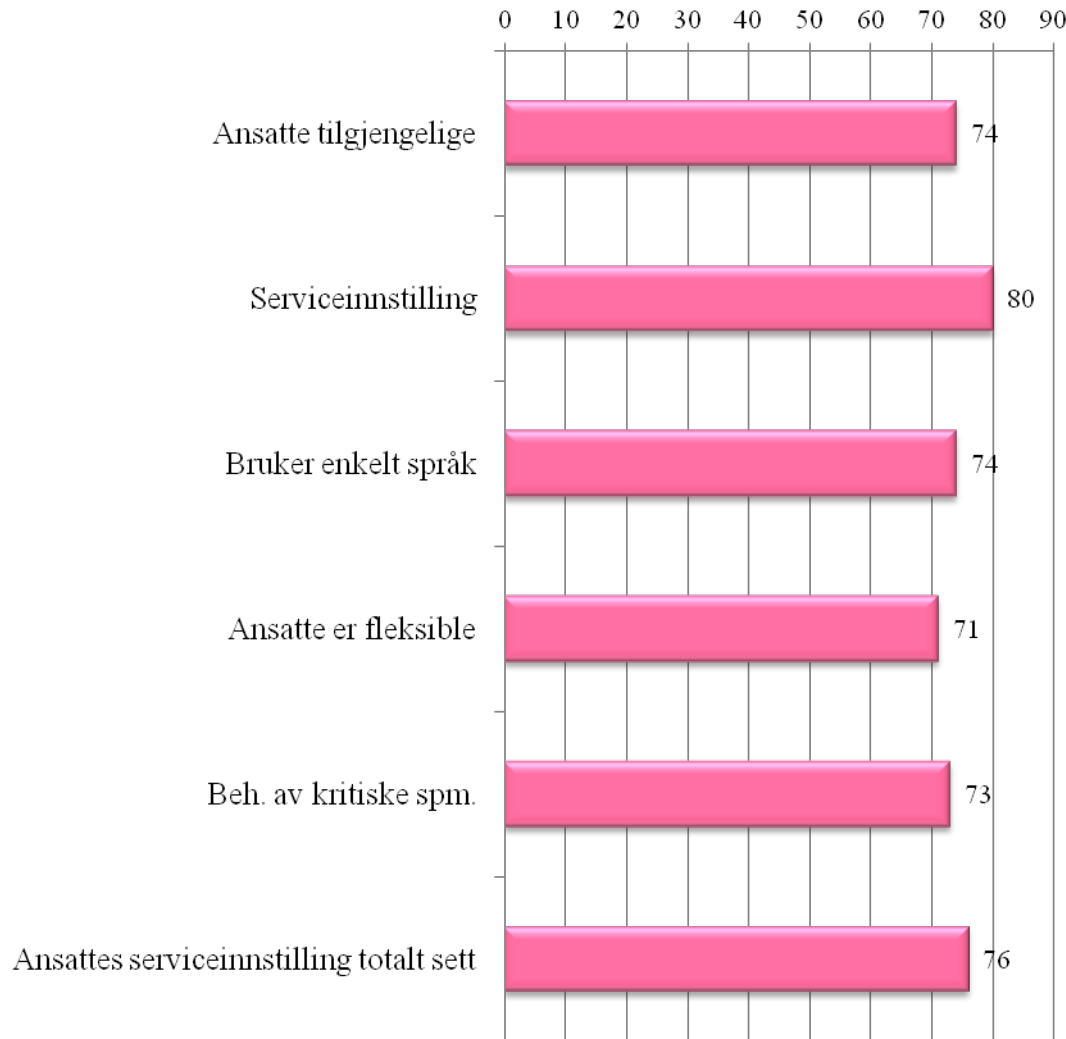
Erfaringer fra andre undersøkelser viser det er vanskelig å oppnå KTI-skårer særlig over 70 for informasjon mv. En KTI-skåre på 66 gir et grunnlag til å sette et noe høyere mål, for eksempel opp i mot 70 på sikt. Det er lavere skåre enn ønskelig på informasjon om rettigheter og behandlingstid for innsendte søknader.

*Et forslag til forbedring er mer informasjon om hvilke muligheter/rettigheter en har som stiftelse. Dette er et tema som kom opp under diskusjon i gruppen. Det fremstår ikke som et behov brukerne har tenkt på tidligere.*

# STIFTELSESTILSYNET

TILSYNET OG DE ANSATTE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



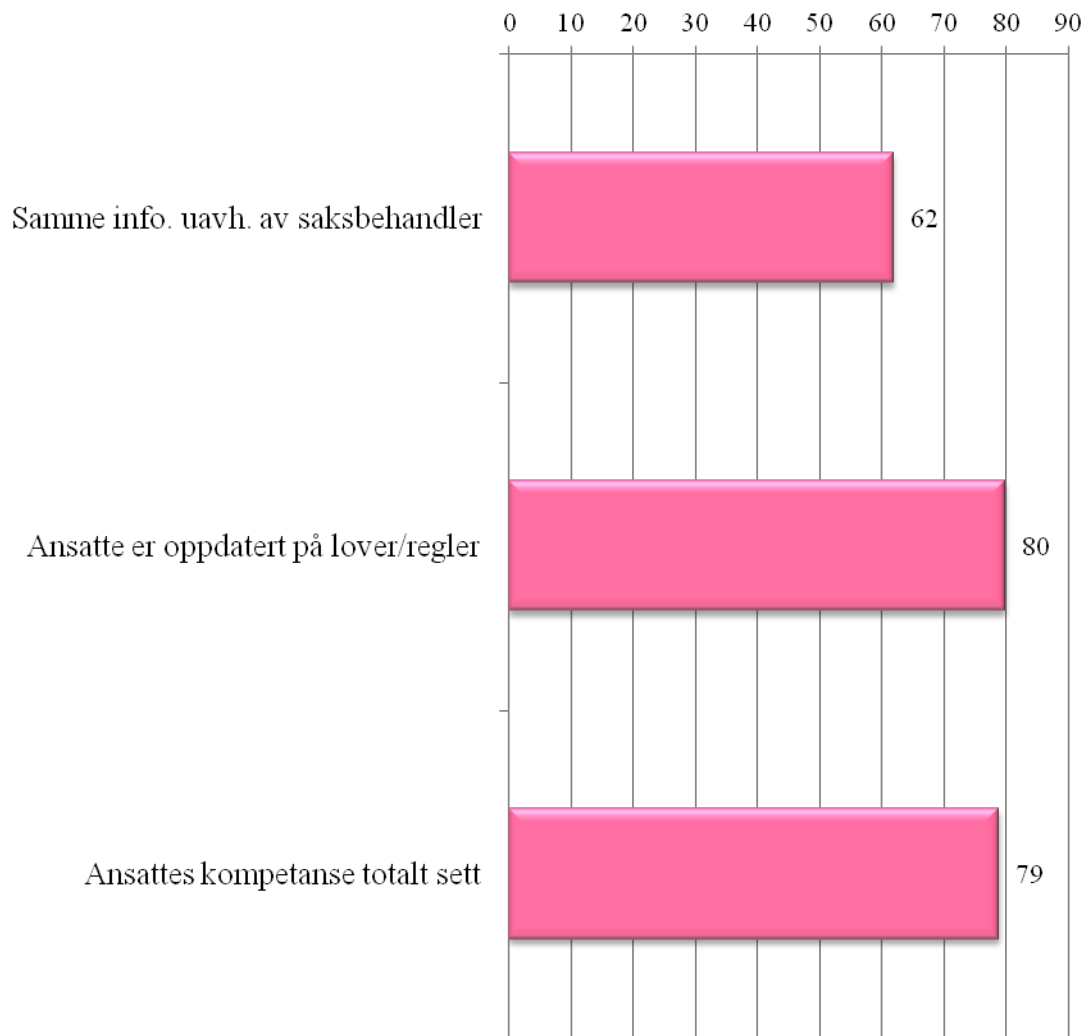
Med referanser fra andre undersøkelser har vi ofte beskrevet at en nedre grense for servicevilje ikke bør droppe for mye under 80. Med en total KTI-skåre på 76 er tilsynet noe under et optimalt måltall. Det kan derfor være formålstjenlig å sette seg et mål om 80 for serviceinnstilling.

*Saksbehandlerne fremstår i enkelte saker som lite fleksible – ”en ser seg blind på boken”. En viser til hvordan saker/søknader hvor brukeren ikke har gjort alt helt etter boken, og at dette da resulterer i at en må gjøre hele prosessen på nytt for å tilfredsstille kravene regelverket/tilsynet setter.*

# STIFTELSESTILSYNET

ANSATTES KOMPETANSE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala

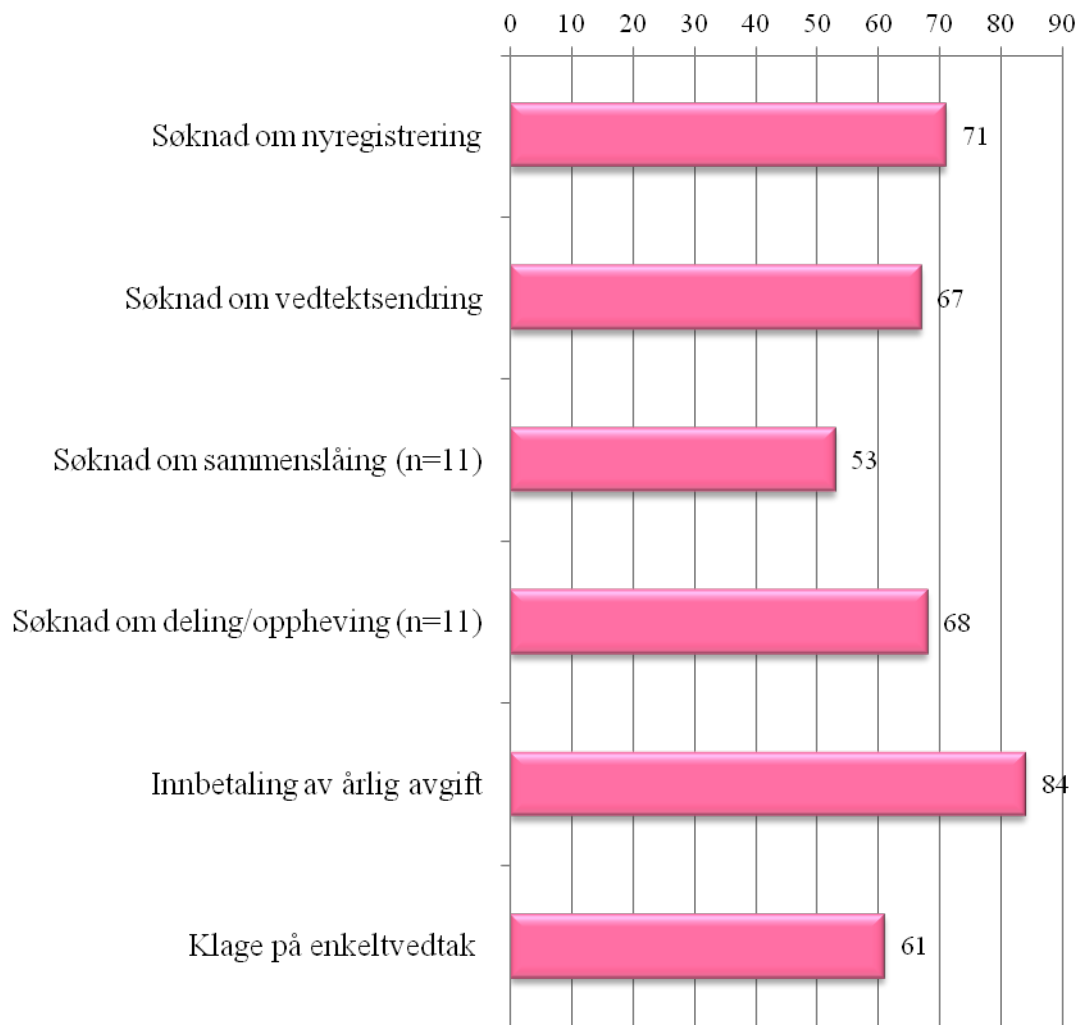


Dette er tilfredsstillende verdier for tilsynet, men det er lav skåre angående skifte av saksbehandler. Det er imidlertid 60% som har svart vet ikke på dette spørsmålet. Grunnlaget kan derfor være noe spinkelt.

# STIFTELSESTILSYNET

TID FOR Å BEHANDLE SØKNADER Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala

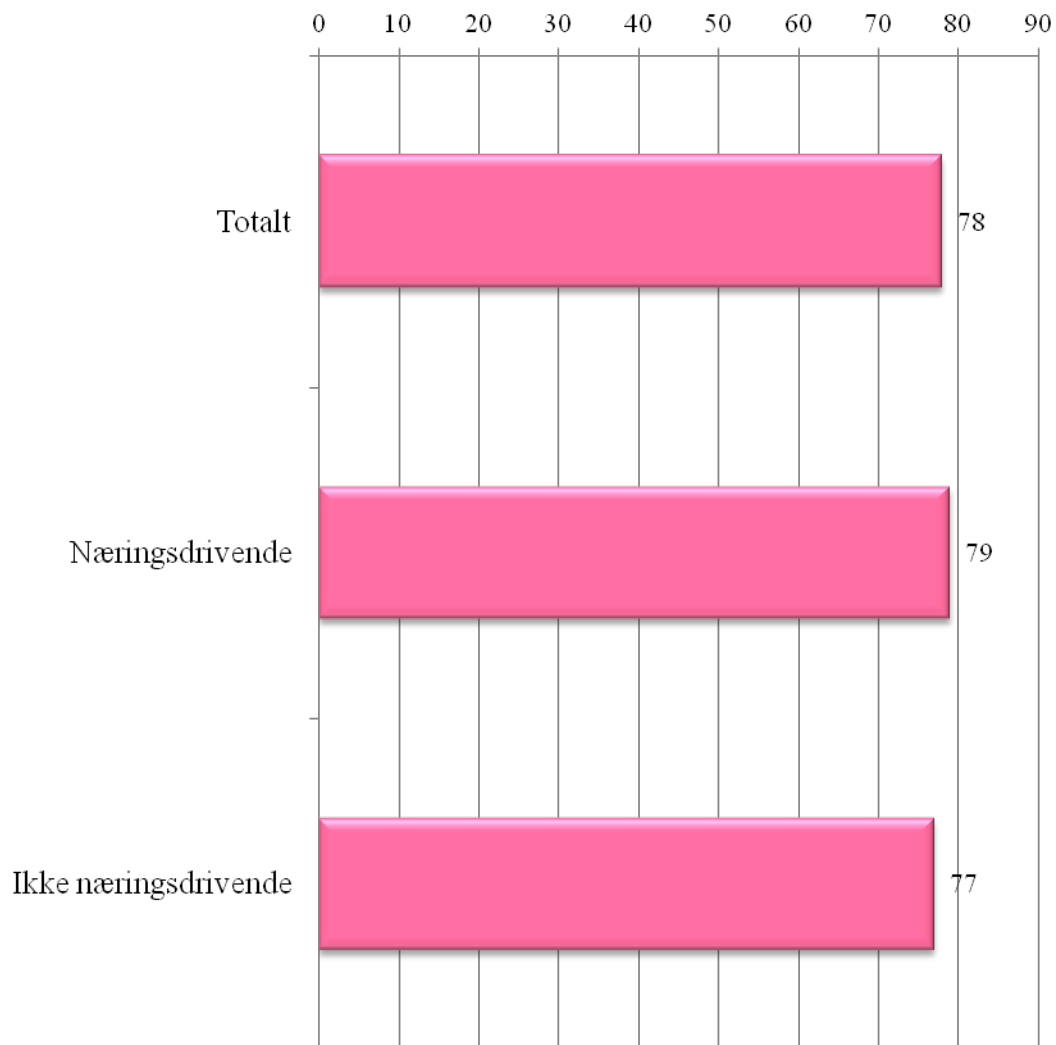


Det er akseptable KTI-skårer for de fleste av disse søknadstypene men tilfredshet på klage på enkeltvedtak er lavere enn ønskelig.

# STIFTELSESTILSYNET

TILLIT TIL SAKSBEHANDLINGEN Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Hvilken tillit har du til at din søknad behandles på en korrekt og forsvarlig måte av saksbehandlerne hos <tilsyn>?

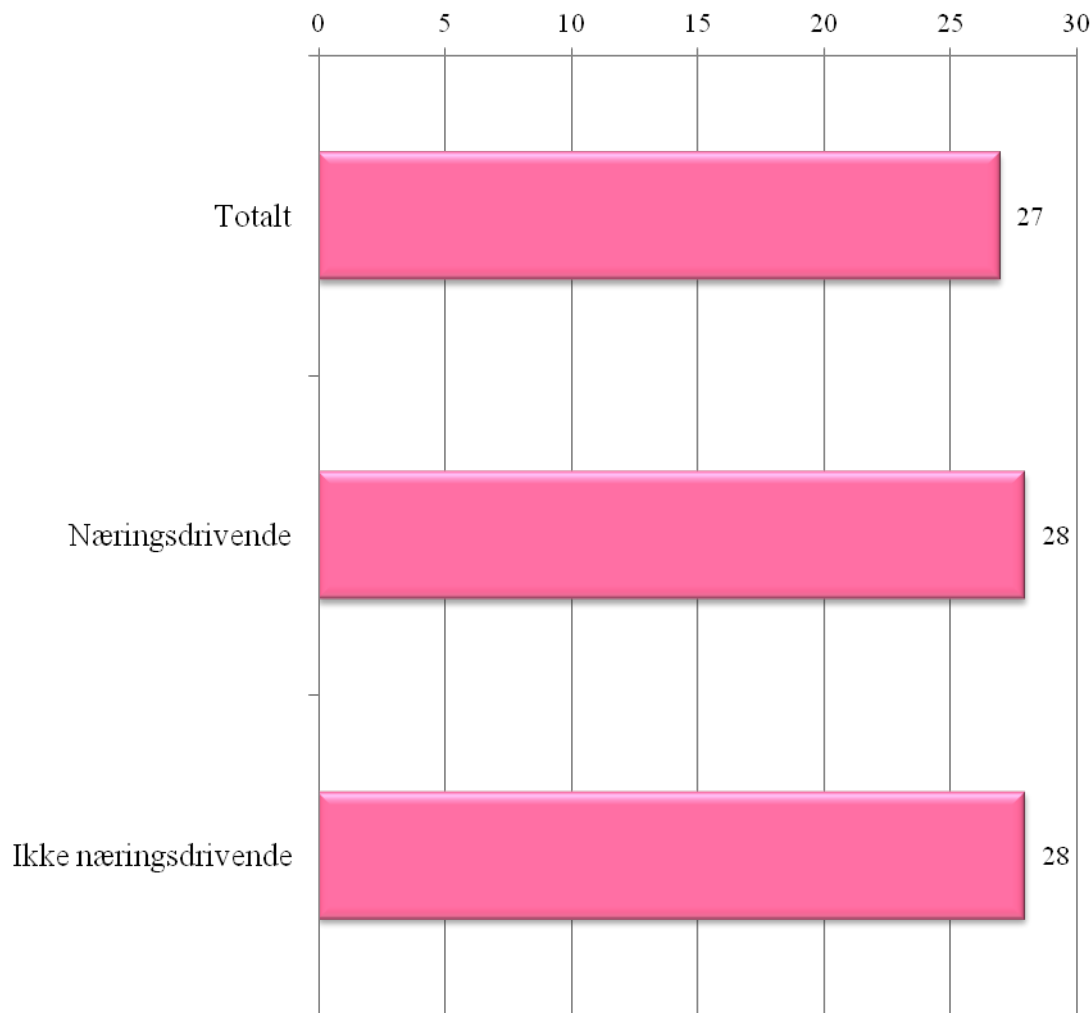


Stiftelsestilsynet har ikke på noen måte et omdømmeproblem i forhold til tillitsvekkende og forsvarlig saksbehandling.

# STIFTELSESTILSYNET

BRUK AV DE NYE HJEMMESIDENE - % benyttet

Spørretekst: I august 2011 fikk tilsynet nye nettsider. Har du vært inne på de nye nettsidene?

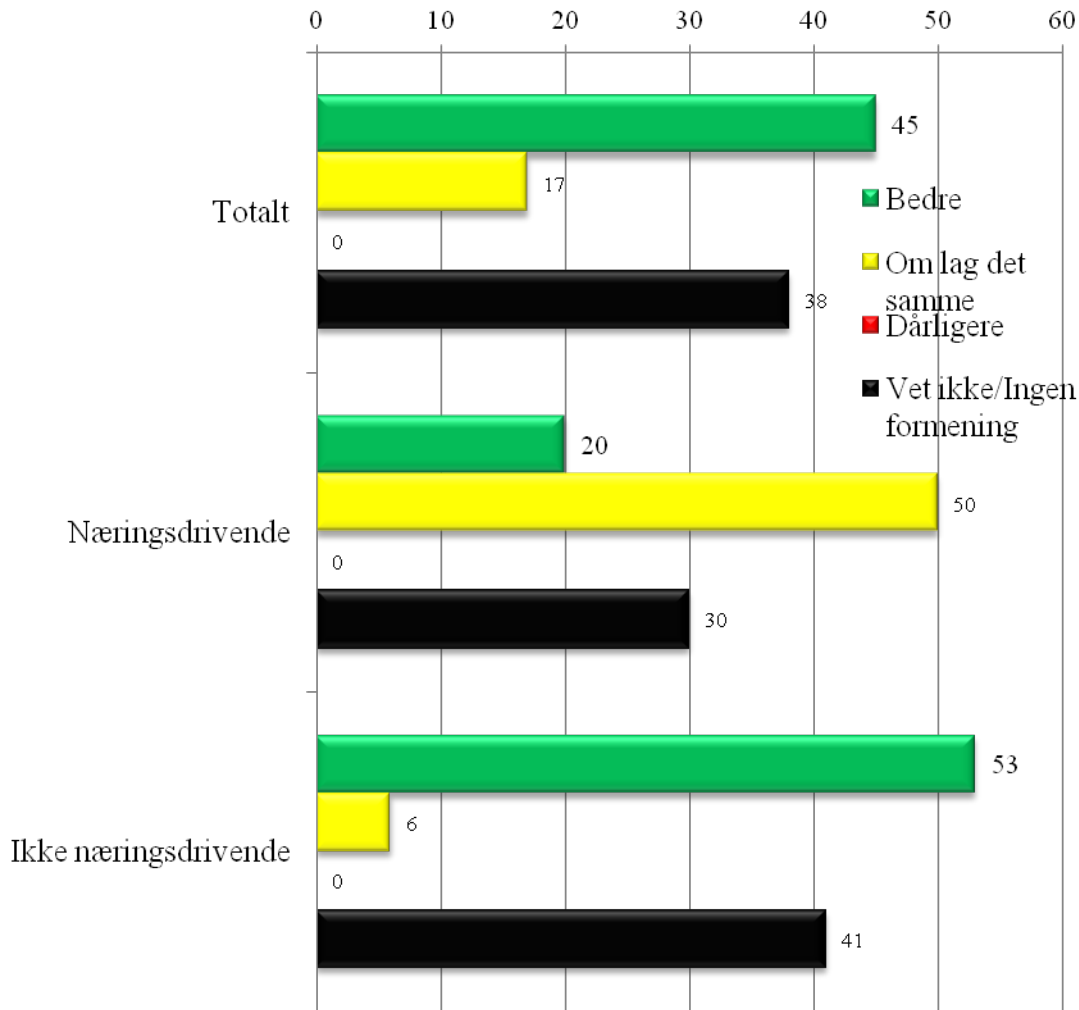


Godt og vel en fjerdedel av de som besvarte skjemaet for Stiftelsestilsynet har vært inne på de nye hjemmesidene.

# STIFTELSESTILSYNET

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: Sammenlignet med de gamle nettsidene, er de nye sidene...



Vurderingen fra brukerne er entydig positiv når det gjelder de nye nettsidene. Ingen som har vært inne på de nye sidene mener siden har blitt dårligere.

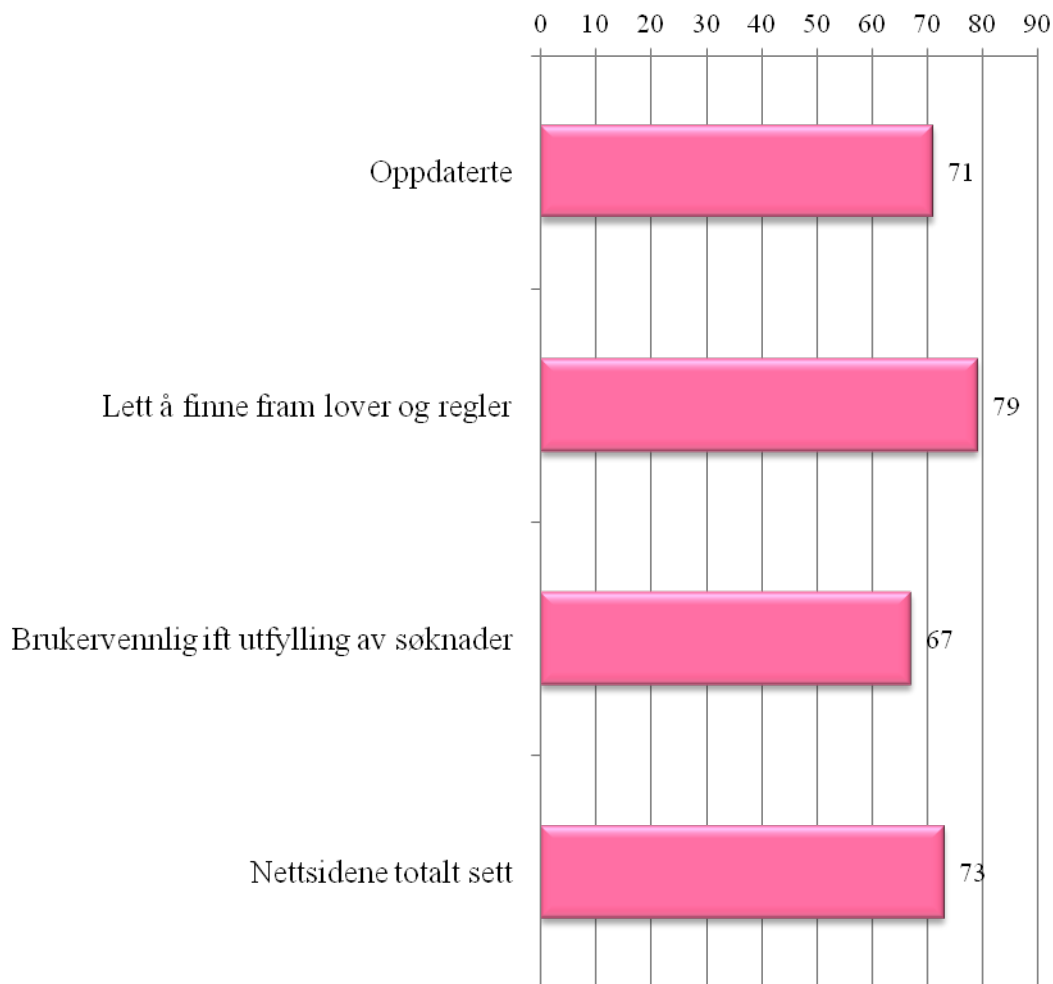
*Fokusgruppedeltakerne fikk teste nettsiden gjennom å utføre ulike oppgaver. Samtlige løste oppgaven enkelt, og vurderte de nye nettsidene som mer innbydende og brukervennlige enn de gamle nettsidene.*



# STIFTELSESTILSYNET

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, tilfredshet, 5-delt skala

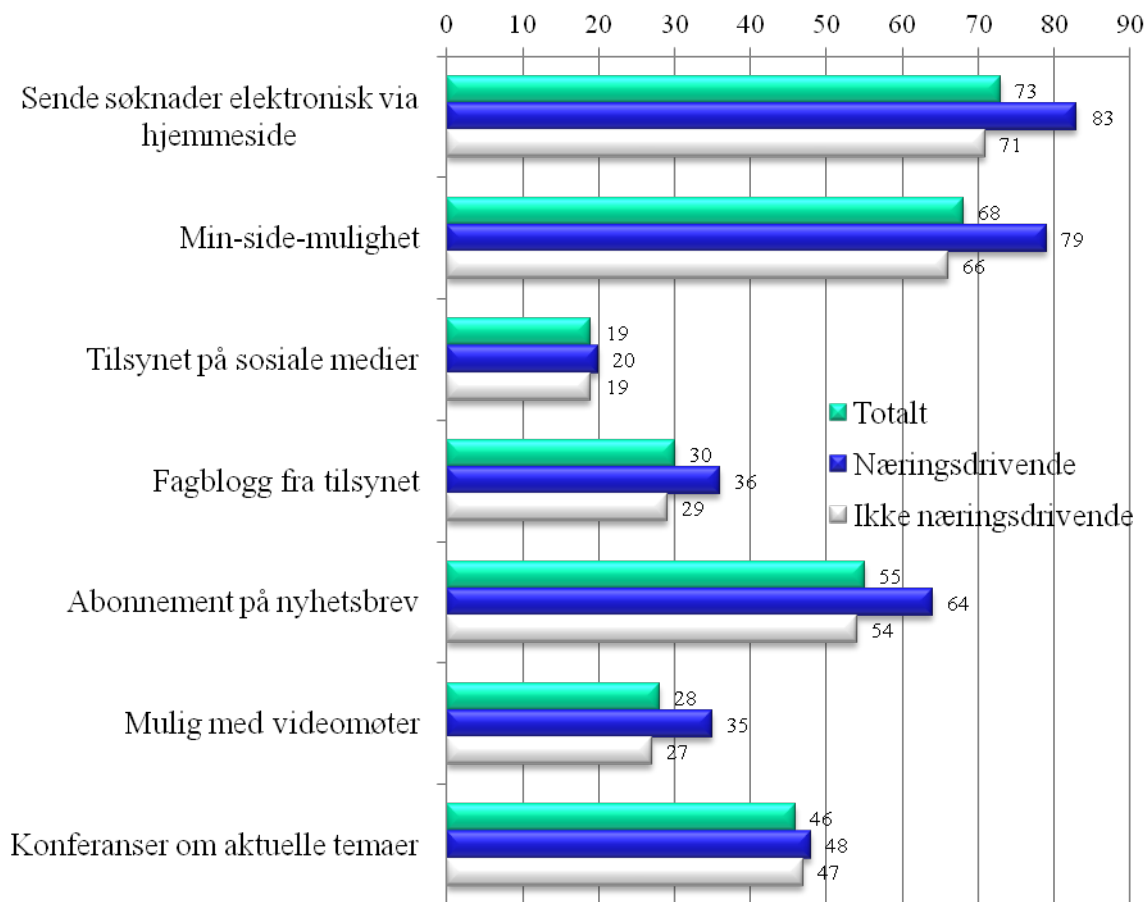


I forhold til tilfredshetsundersøkelser for andre nettsider, er en total KTI-skåre på 73 en meget tilfredsstillende karakter for tilsynets hjemmeside. Også for de andre delementene er resultatene tilfredsstillende.

# STIFTELSESTILSYNET

VURD. AV UTV.MULIGHETER FOR TILSYNET - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Ulike elementer, interesse, 5-delt skala



Elektronisk rapportering og muligheten for en Min Side på hjemmesiden vil bli godt mottatt av brukerne. Ellers reagerer brukerne lunket til mange av disse forslagene. Spesielt er tilsynet på sosiale mediekkanaler en fjern tanke for brukerne. Næringsdrivende innen stiftelser er til dels langt mer positive til disse utviklingselementene enn stiftelser som ikke er næringsdrivende.

*Tilbakemeldinger fra gruppene samsvarer med hva som kommer frem her. Brukerne er mest interesserte i muligheten for å sende søknad elektronisk, Min side og nyhetsbrev. Gruppedeltakerne er også positive til konferanse.*

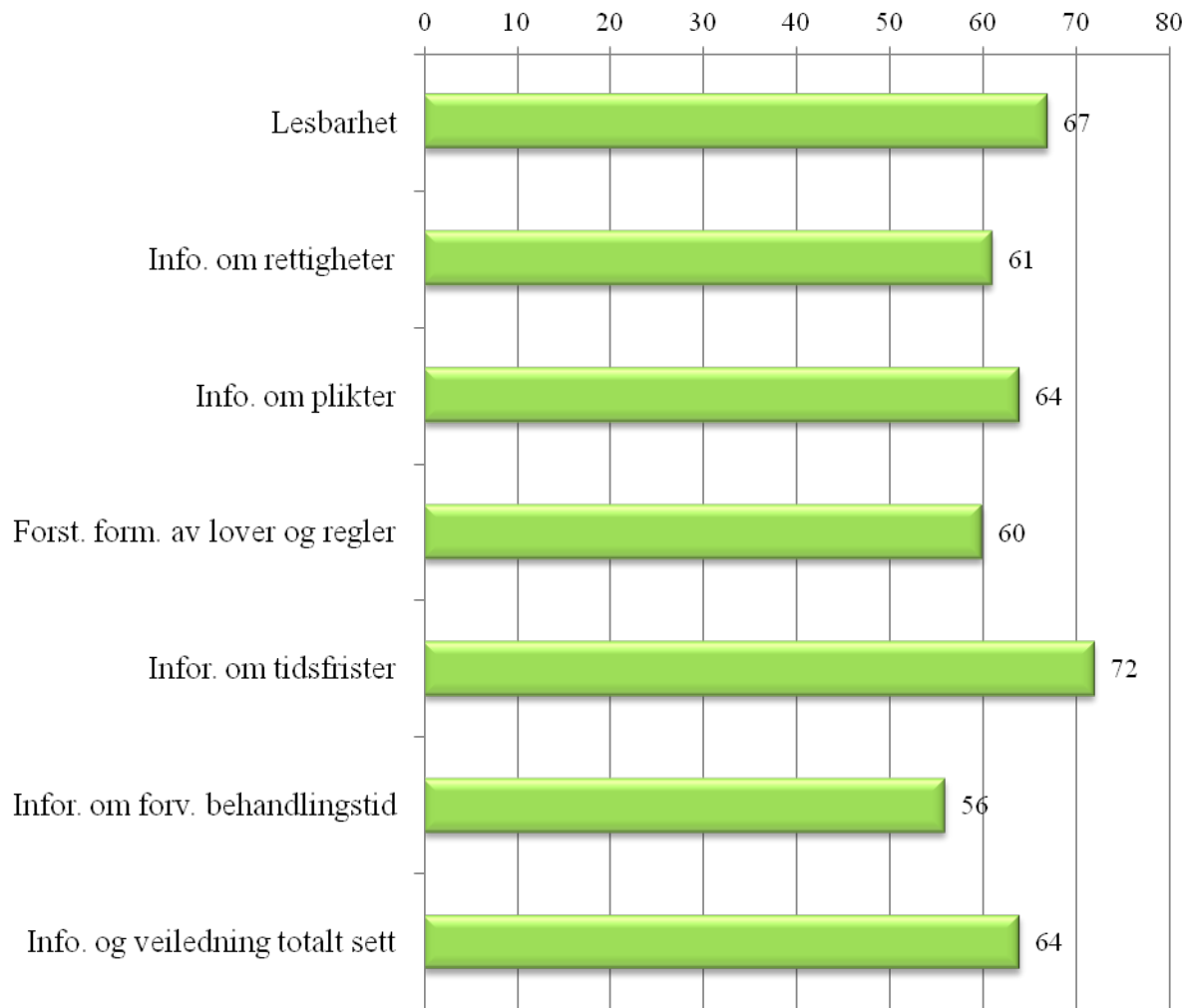
# MOMSKOMPENSASJON

---

# MOMSKOMPENSASJON

INFORMASJON OG VEILEDNING FRA TILSYNET Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Elementer knyttet til informasjon og veiledning. Tilfredshet, 5-delt skala



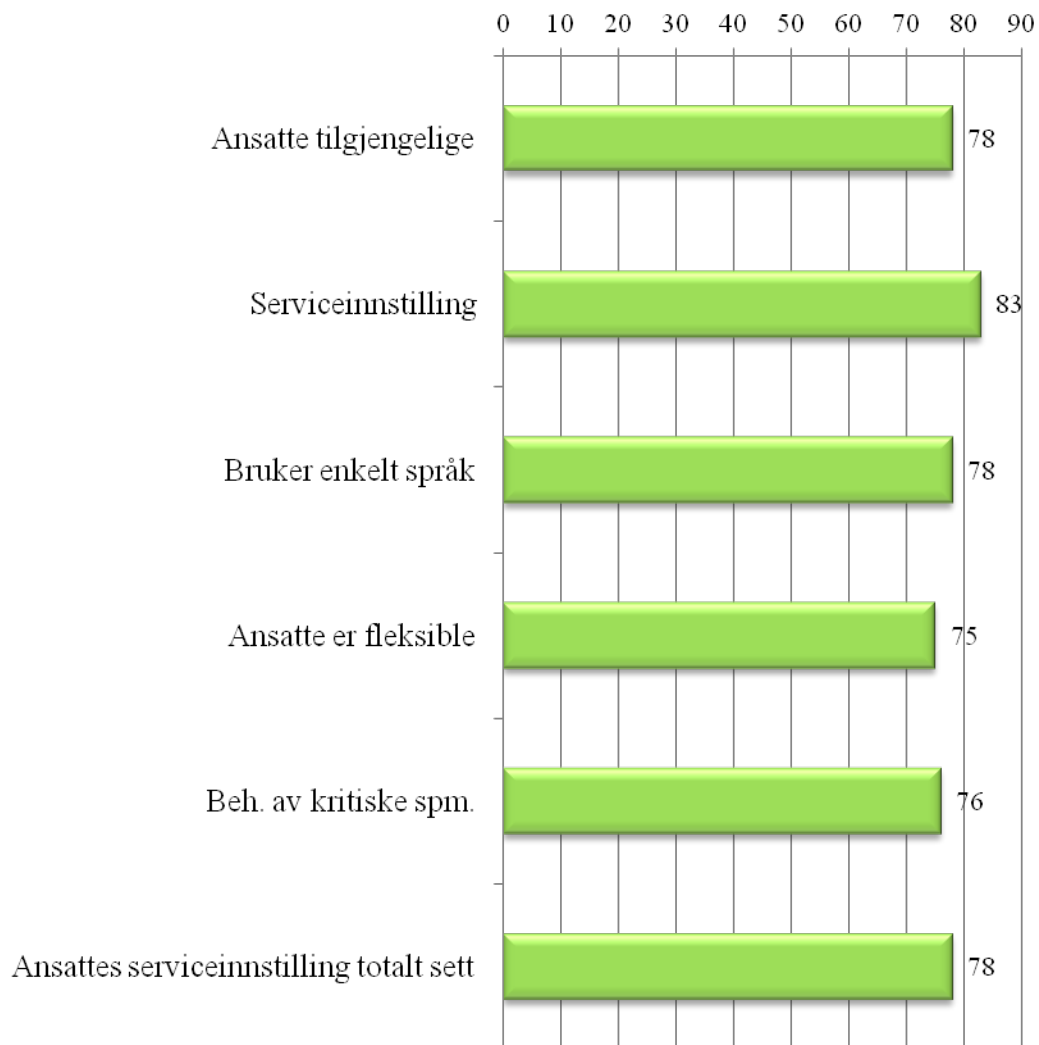
Erfaringer fra andre undersøkelser viser det er vanskelig å oppnå KTI-skårer særlig over 70 for informasjon mv. En KTI-skåre på 64 er likevel lavere enn optimalt for momskompensasjon. Spesielt er KTI-skåren for informasjon om forventet behandlingstid lav.

*Forskriftene oppfattes som uklare. Dette får konsekvenser både for brukerne og for saksbehandlerne i form av at det gir for stort rom for tolkning. Dette mener deltakerne påvirker hvor klare og entydige svar saksbehandlerne klarer å gi i enkelte saker.*

# MOMSKOMPENSASJON

TILSYNET OG DE ANSATTE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala

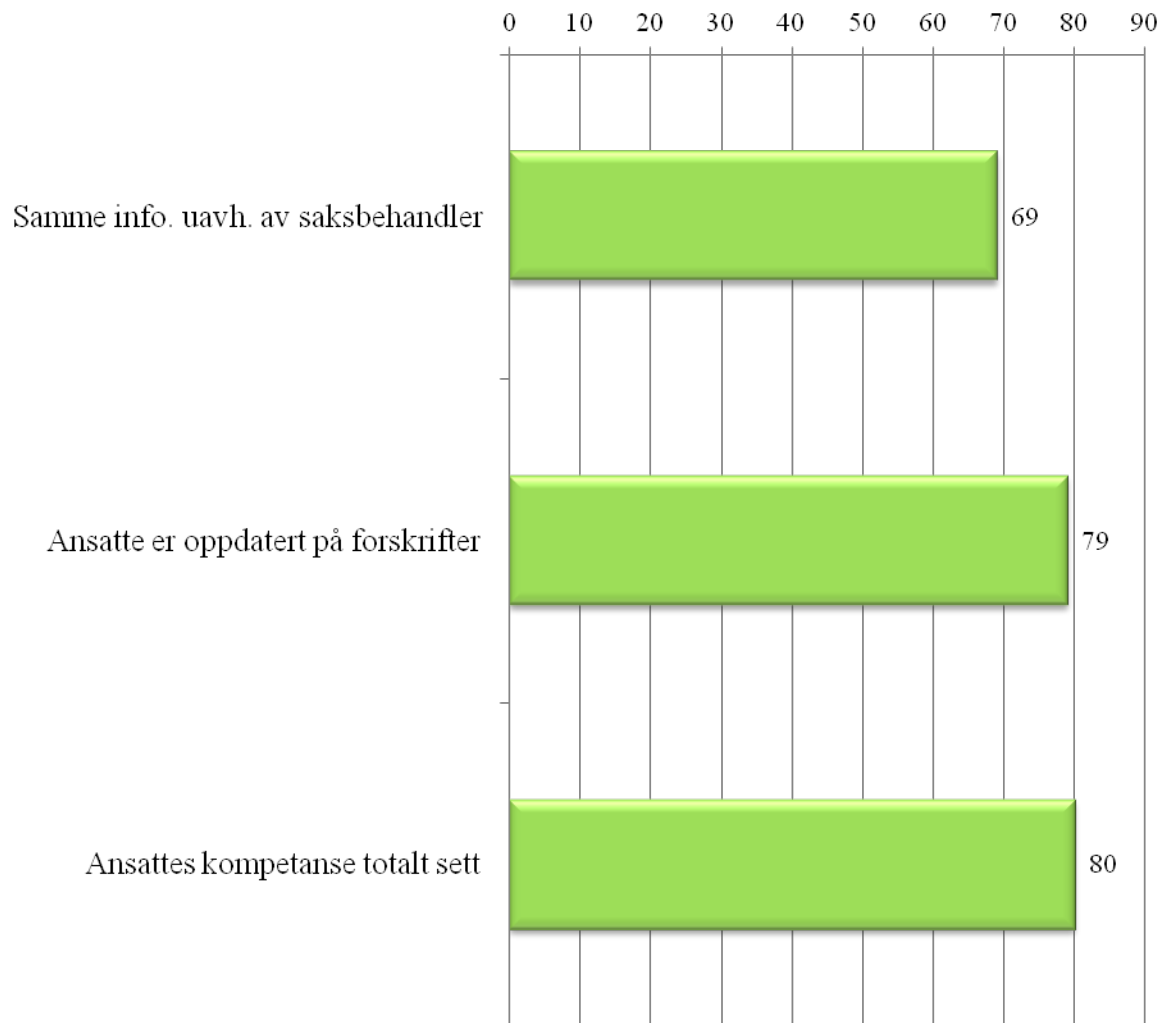


Med referanser fra andre undersøkelser har vi ofte beskrevet at en nedre grense for servicevilje ikke bør droppe for mye under 80. Med en total KTI-skåre på 78 er tilsynet rett i nærheten av et optimalt måltall. Det kan likevel være formålstjenlig å sette seg et mål om 80 for serviceinnstilling.

# MOMSKOMPENSASJON

ANSATTES KOMPETANSE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala

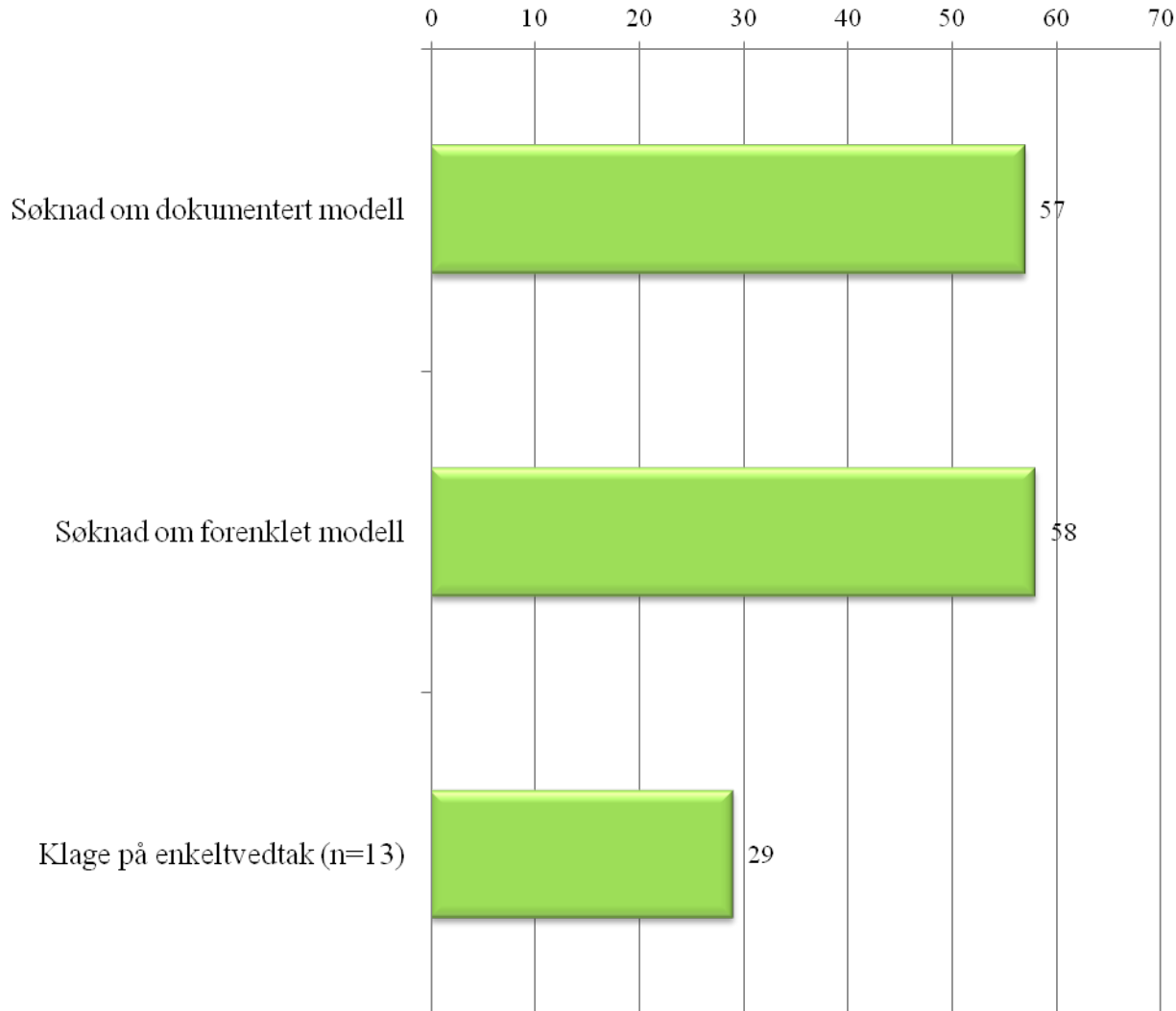


Dette er meget tilfredsstillende verdier for Momskompensasjon.

# MOMSKOMPENSASJON

TID FOR Å BEHANDLE SØKNADER Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



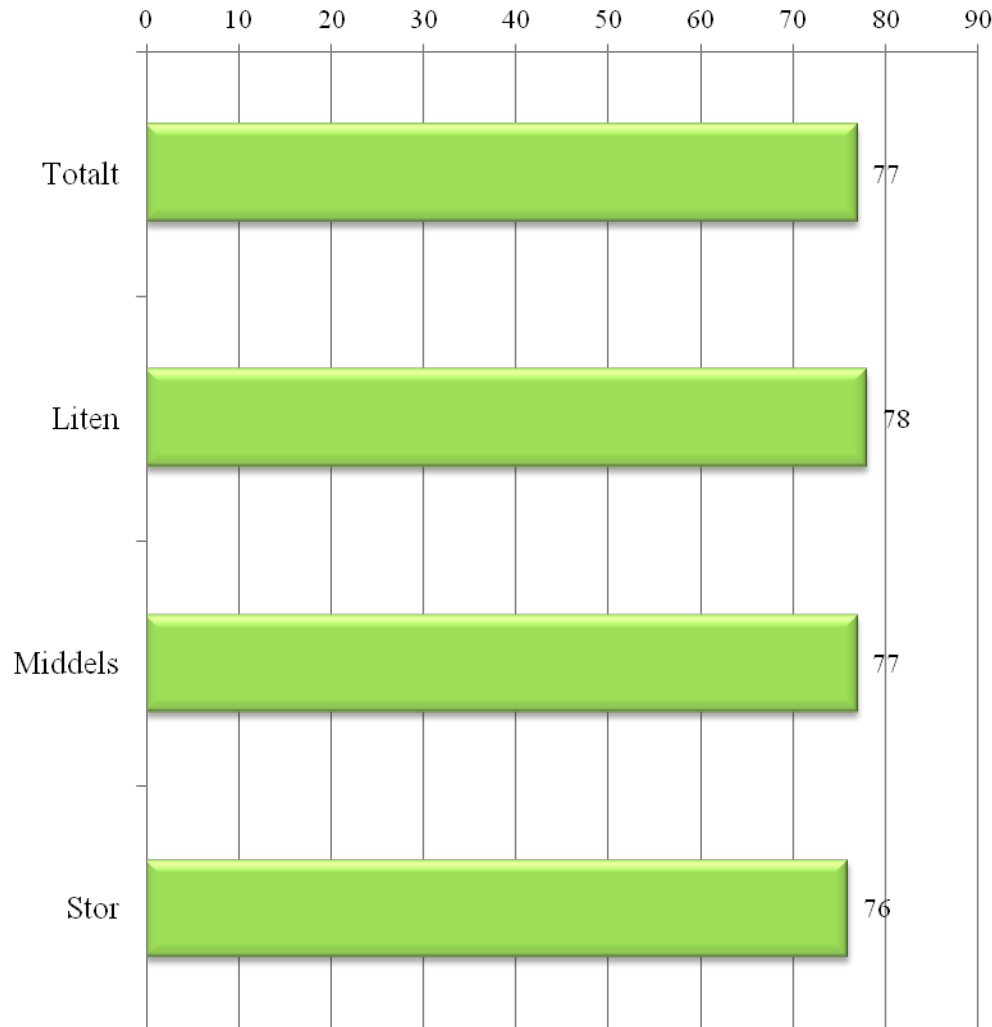
Brukerne er misfornøyde med tiden det tar å behandle alle disse tre søknadstypene.

*Det er ingen i fokusgruppene som kommenterer at de ikke er fornøyde med tiden det tar å behandle søknaden. Men det blir gitt tilbakemeldinger på at søknadsskjema har blitt lagt ut sent. Og at en ønsker å flytte fristen for innlevering slik at den ikke kommer i sommerferien.*

# MOMSKOMPENSASJON

TILLIT TIL SAKSBEHANDLINGEN Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Hvilken tillit har du til at din søknad behandles på en korrekt og forsvarlig måte av saksbehandlerne hos <tilsyn>?



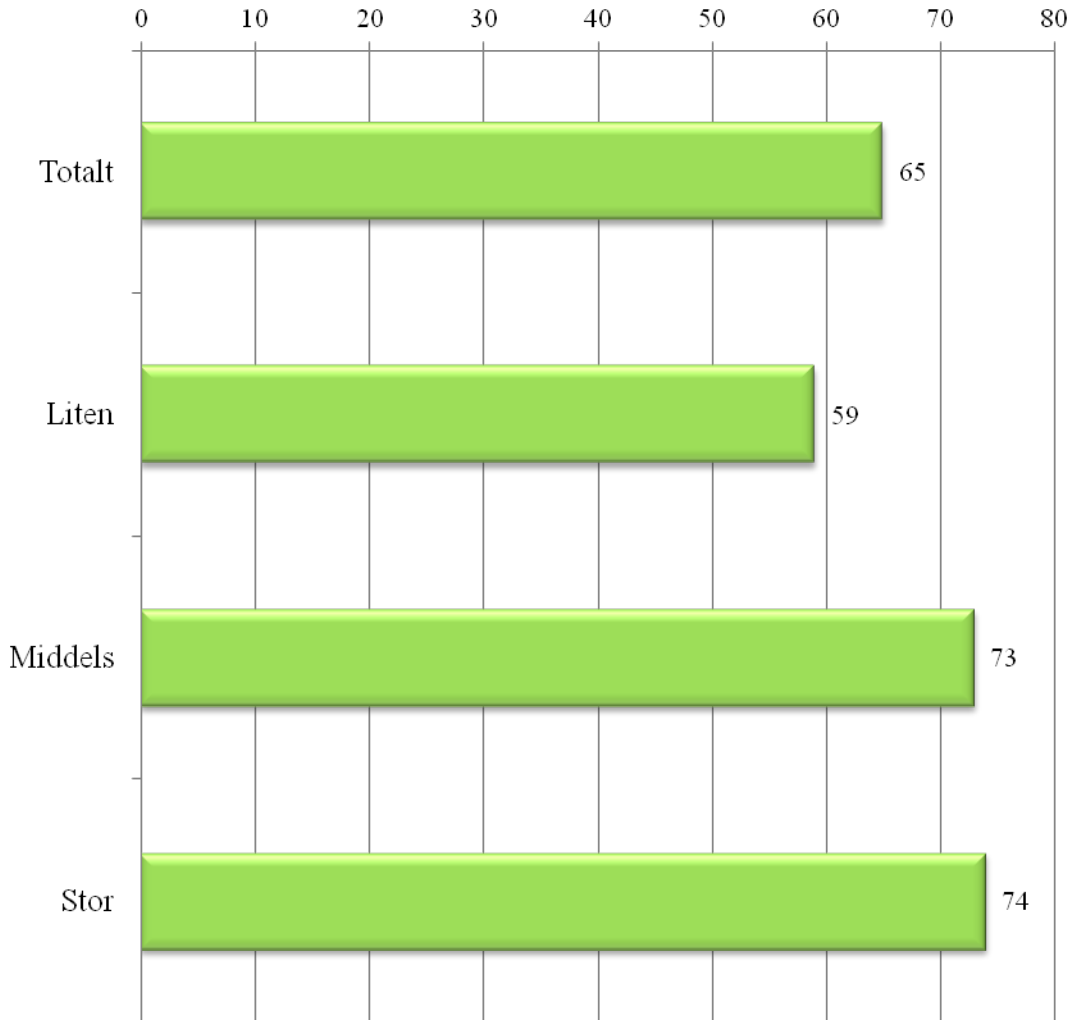
Momskompensasjon har ikke på noen måte et omdømmeproblem i forhold til tillitsvekkende og forsvarlig saksbehandling.



# MOMSKOMPENSASJON

BRUK AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: I august 2011 fikk tilsynet nye nettsider. Har du vært inne på de nye nettsidene?

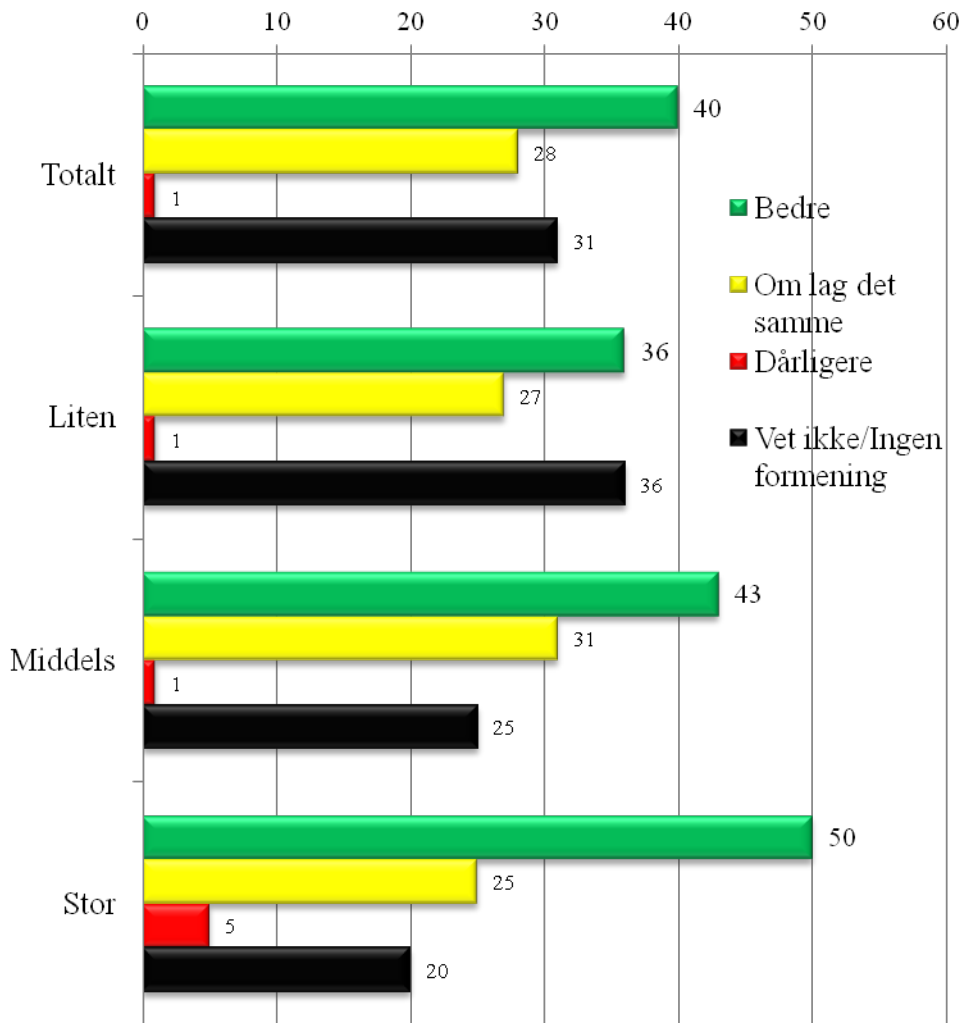


Det er en betydelig andel av de som har besvart spørreskjemaet om Momskompensasjon som har vært inne på de nye hjemmesidene, spesielt blant de middels store og store organisasjonene.

# MOMSKOMPENSASJON

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: Sammenlignet med de gamle nettsidene, er de nye sidene...



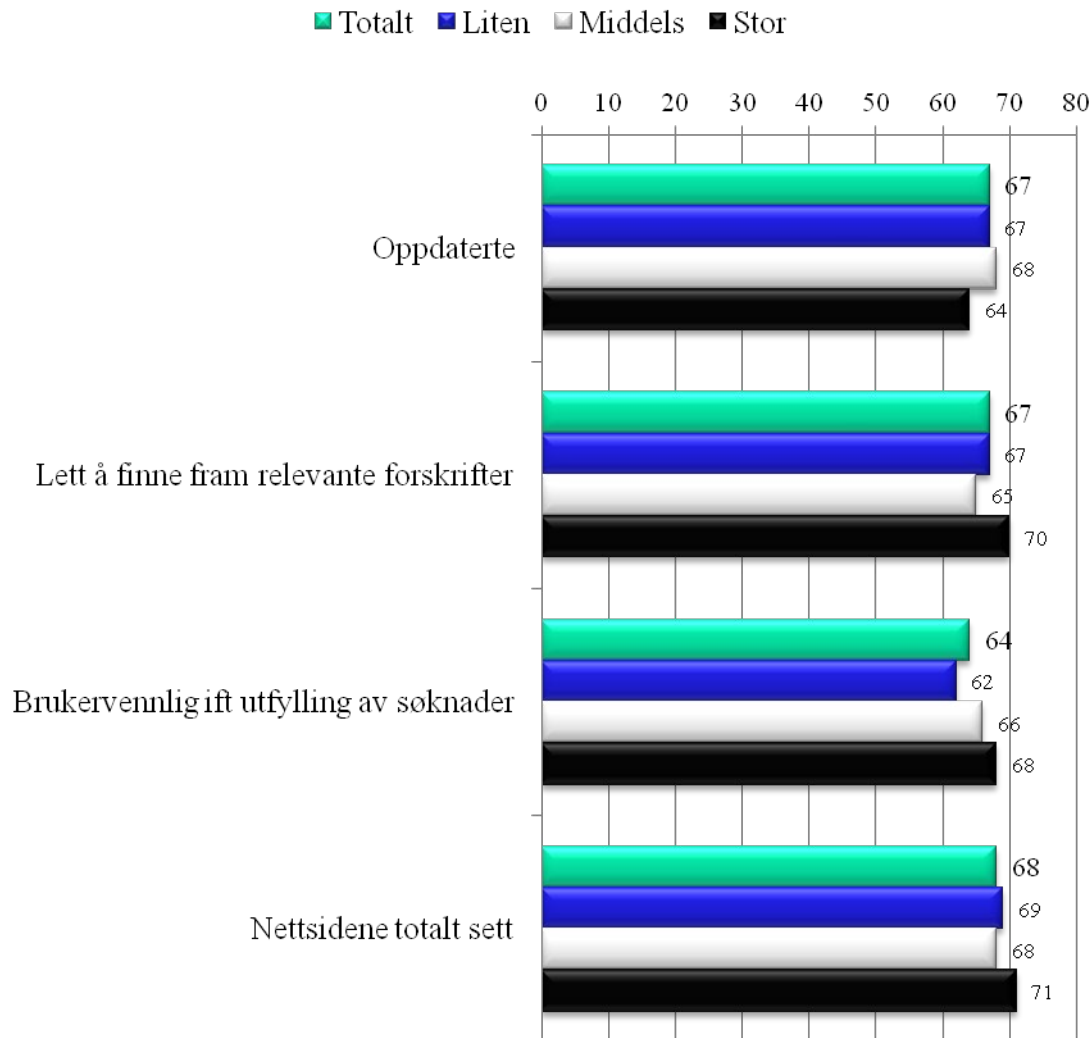
Vurderingen fra brukerne er entydig positiv når det gjelder de nye nettsidene. De største organisasjonene er enda mer tilfredse enn de mindre organisasjonene.

*Fokusgruppedeltakerne fikk teste nettsiden gjennom å utføre ulike oppgaver. Samtlige løste oppgaven enkelt, og vurderte de nye nettsidene som mer innbydende og brukervennlige enn de gamle nettsidene.*

# MOMSKOMPENSASJON

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - Skalgj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, tilfredshet, 5-delt skala

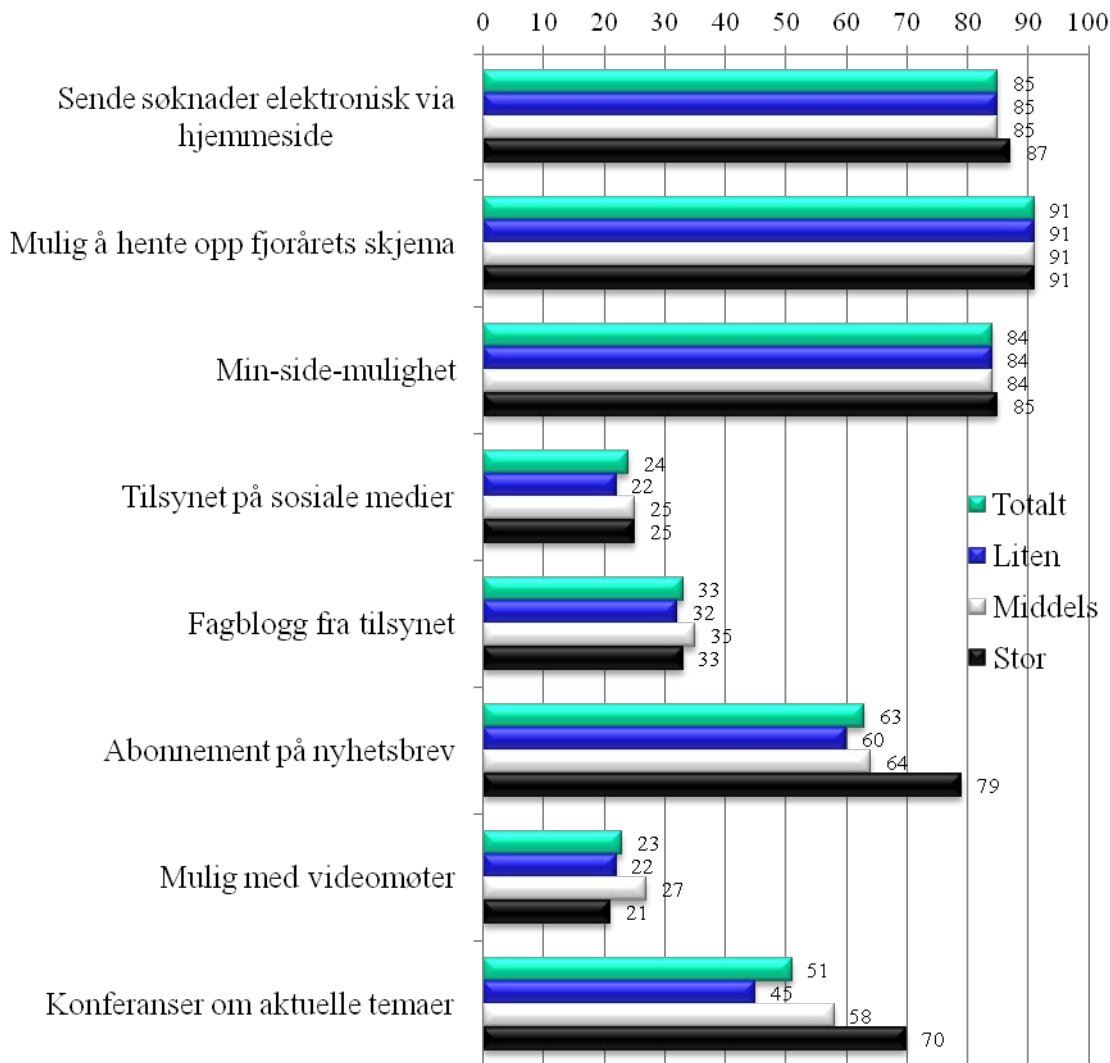


I forhold til tilfredshetsundersøkelser for andre nettsider er en total KTI-skåre på 68 en tilfredsstillende karakter for tilsynets hjemmeside.

# MOMSKOMPENSASJON

VURD. AV UTV.MULIGHETER FOR TILSYNET - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Ulike elementer, interesse, 5-delt skala



Elektronisk rapportering og muligheten for en Min Side på hjemmesiden vil bli godt mottatt av brukerne. Men spesielt muligheten til å hente fram fjorårets søknadsskjema vil bli omfavnet av brukerne. Ellers reagerer brukerne lunket til mange av disse forslagene. Spesielt er etterspørselen etter muligheter for videomøter liten, men brukerne ser heller ikke nytteverdien av å ha tilsynet på sosiale mediekkanaler i særlig grad.

*Tilbakemeldingen fra gruppen om at en ønsker muligheten for å hente opp fjorårets skjema ble testet ut kvantitativt. Videre var brukerne i gruppen mest interesserte i Min side, mulighet for å sende søknader elektronisk og nyhetsbrev. Gruppedeltakerne var også positive til konferanse.*

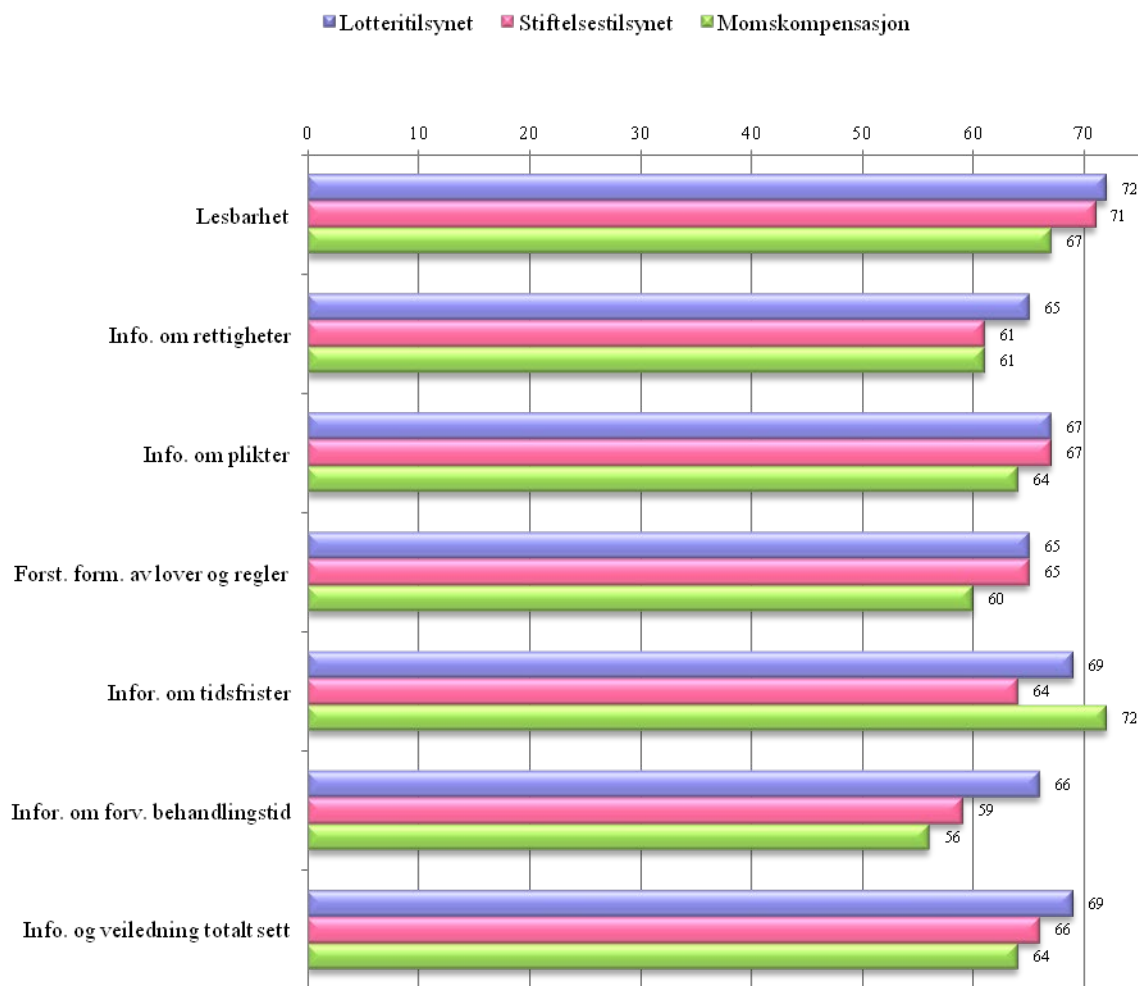
# SAMMENLIKNINGER MELLOM TILSYNENE

---

# SAMMENLIGNINGER

INFORMASJON OG VEILEDNING FRA TILSYNET Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Elementer knyttet til informasjon og veiledning. Tilfredshet, 5-delt skala



Lotteritilsynet får generelt de beste vurderingene, mens Momskompensasjon får de svakeste vurderingene. Dette gjelder imidlertid ikke for informasjon om tidsfrister, der vurderingen er klart best for Momskompensasjon.

*Gruppen med brukere av Momskompensasjon viser at forskriftene oppleves som uklare. Dette kan forklare at Momskompensasjon har de svakeste vurderingene her.*

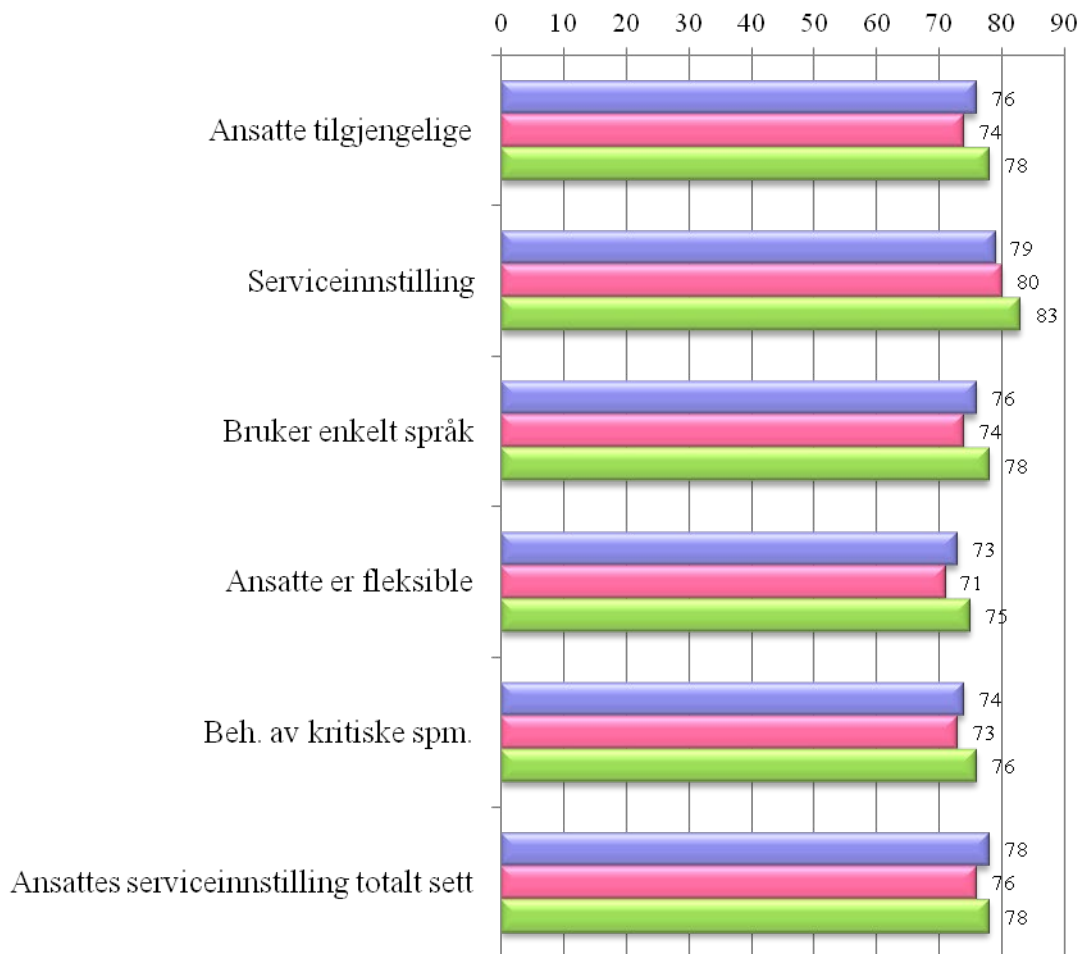
*I gruppene med brukere av Lotteritilsynet og brukere av Stiftelsestilsynet så diskuteres det at det kun er fokus på plikter og ikke rettigheter. Dette fremstår imidlertid ikke som et behov brukerne har tenkt over tidligere.*

# SAMMENLIGNINGER

TILSYNET OG DE ANSATTE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala

■ Lotteritilsynet ■ Stiftelsestilsynet ■ Momskompensasjon



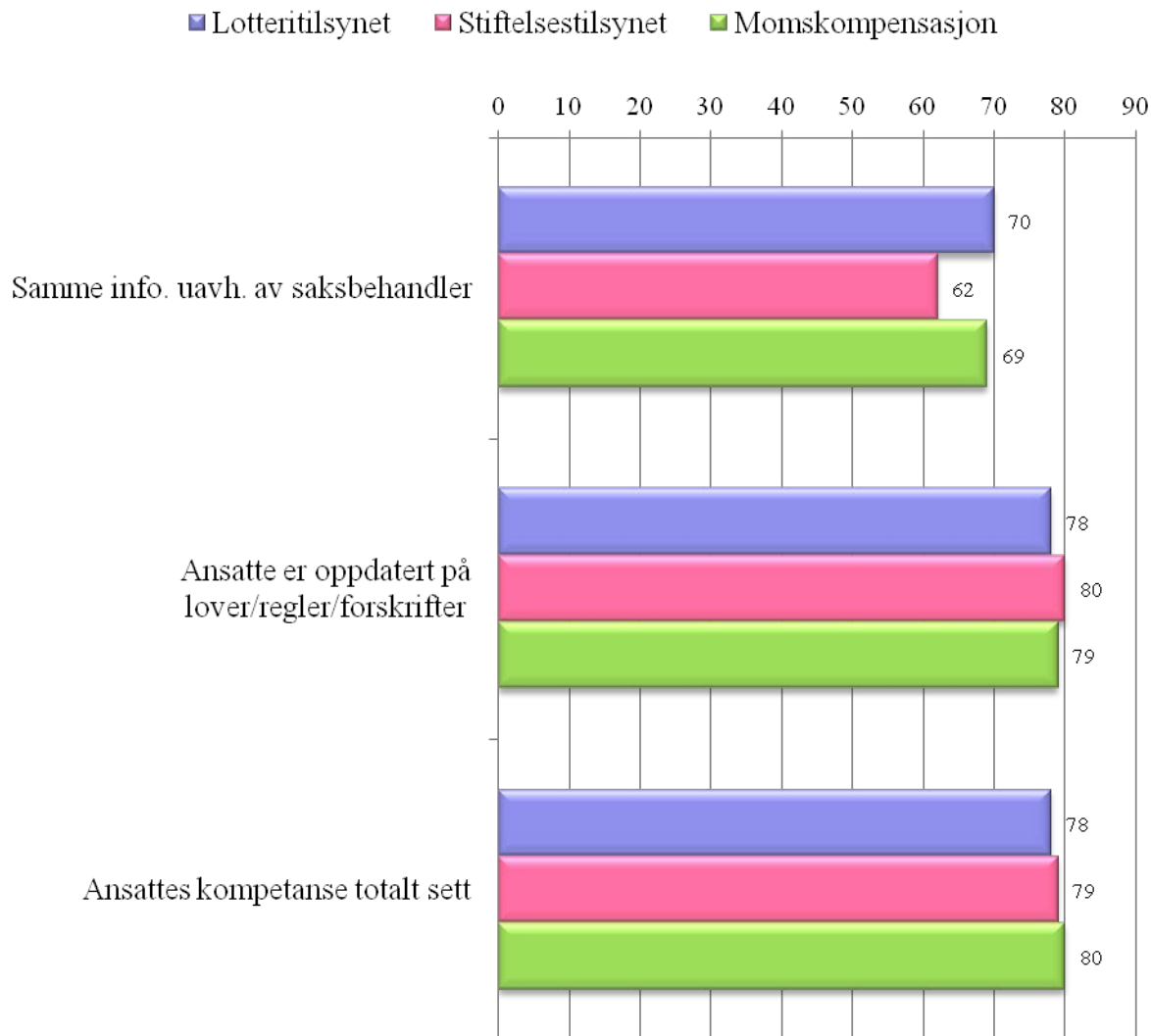
På mange av disse måleparametrene får Momskompensasjon de beste vurderingene og jevnt over er disse verdiene gode.

*Stiftelser og lotteriverdige aktører mener saksbehandlerne i enkelte saker fremstår som lite fleksible – ”en ser seg blind på boken”. En viser til hvordan saker/ søknader hvor brukeren ikke har gjort alt helt etter boken, og at dette da resulterer i at en må gjøre hele prosessen på nytt for å tilfredsstille kravene regelverket/ tilsynet setter.*

# SAMMENLIKNINGER

ANSATTES KOMPETANSE Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, uenig-enig, 5-delt skala



Det er små forskjeller mellom tilsynene på disse elementene.

*Forskriftene som gjelder for Momskompensasjon oppfattes som uklare. Dette får konsekvenser både for brukerne og for saksbehandlerne i form av at det gir for stort rom for tolkning.*

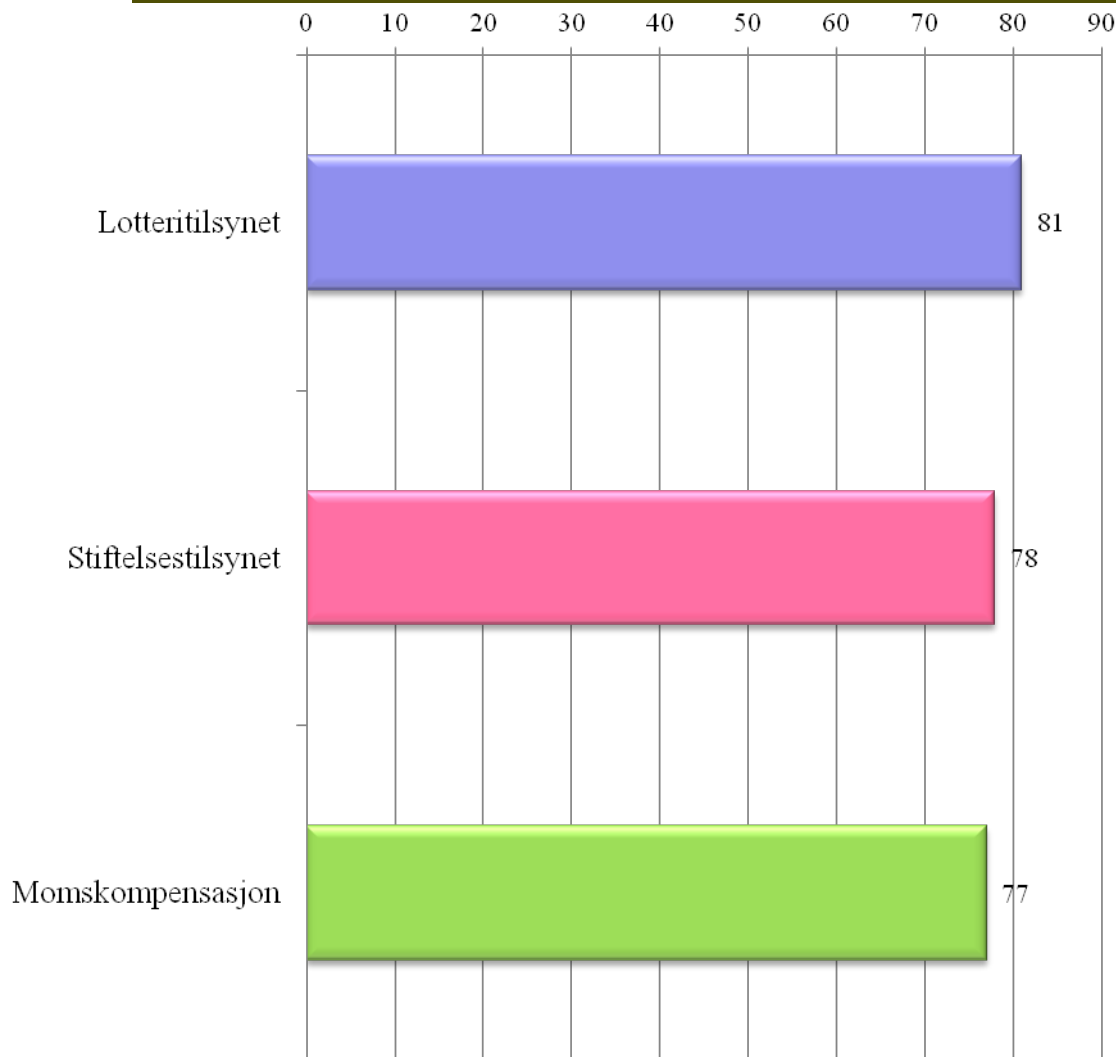
*Blant mer krevende brukere av Lotteritilsynet etterlyses det større kompetanse blant saksbehandlerne om lotterimarkedet.*



# SAMMENLIKNINGER

TILLIT TIL SAKSBEHANDLINGEN Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Hvilken tillit har du til at din søknad behandles på en korrekt og forsvarlig måte av saksbehandlerne hos <tilsyn>?

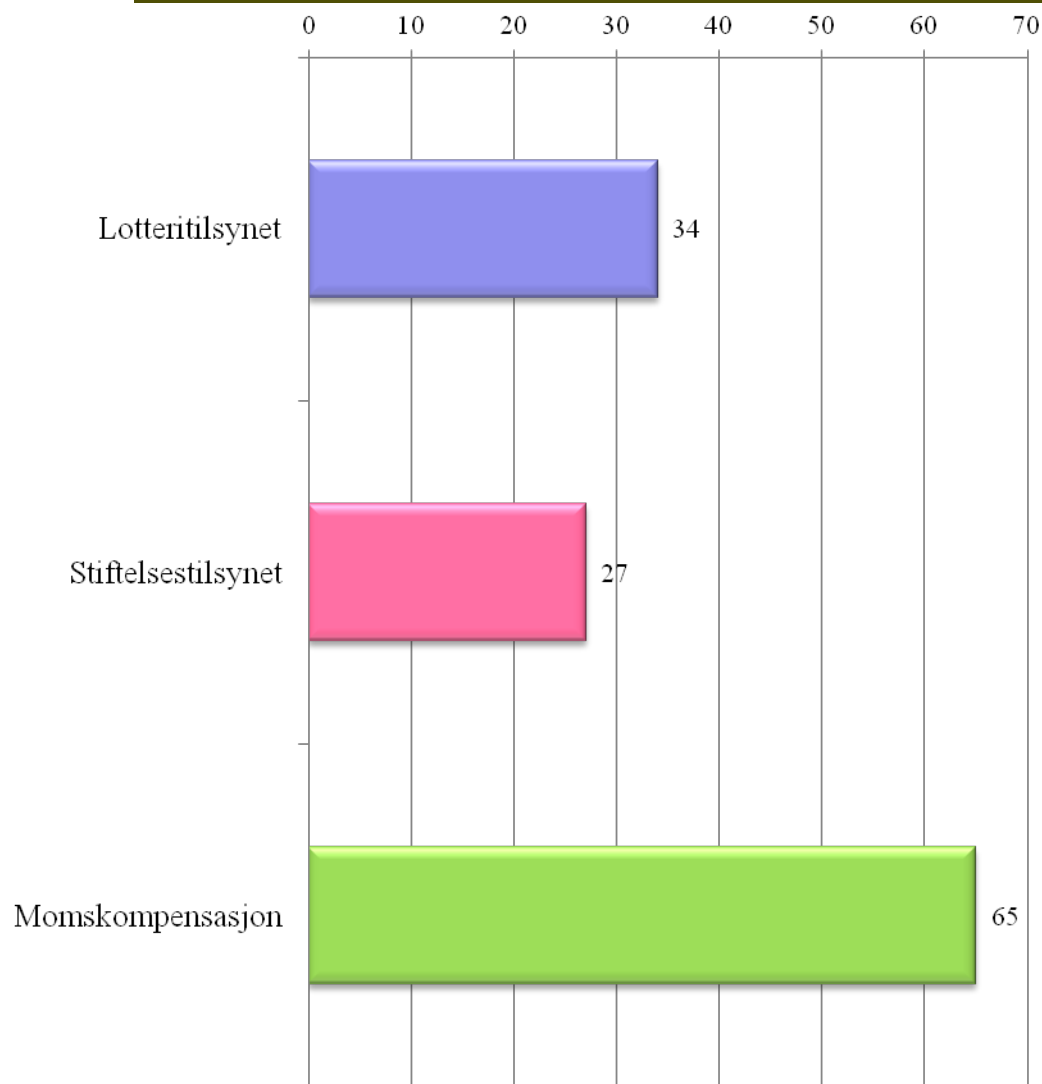


Lotteritilsynet blir best vurdert på dette punktet, men alle tilsynene ligger på et høyt og betryggende nivå.

# SAMMENLIGNINGER

BRUK AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: I august 2011 fikk tilsynet nye nettsider. Har du vært inne på de nye nettsidene?



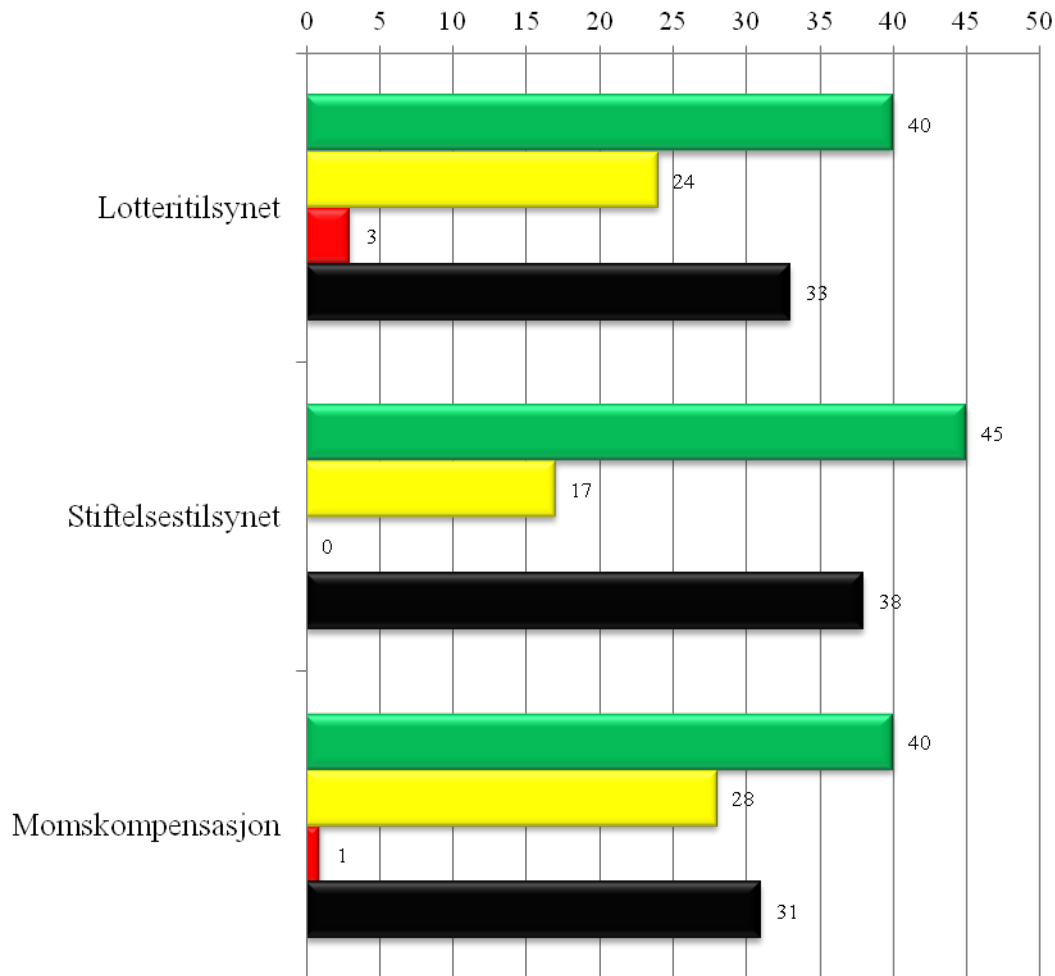
Det er en betydelig høyere andel av de som har besvart for Momskompensasjon som har benyttet de nye hjemmesidene.

# SAMMENLIKNINGER

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - %

Spørretekst: Sammenlignet med de gamle nettsidene, er de nye sidene...

■ Bedre ■ Om lag det samme ■ Dårligere ■ Vet ikke/Ingen formening



Det er en bred enighet om at de nye hjemmesidene er bedre enn de tidligere.

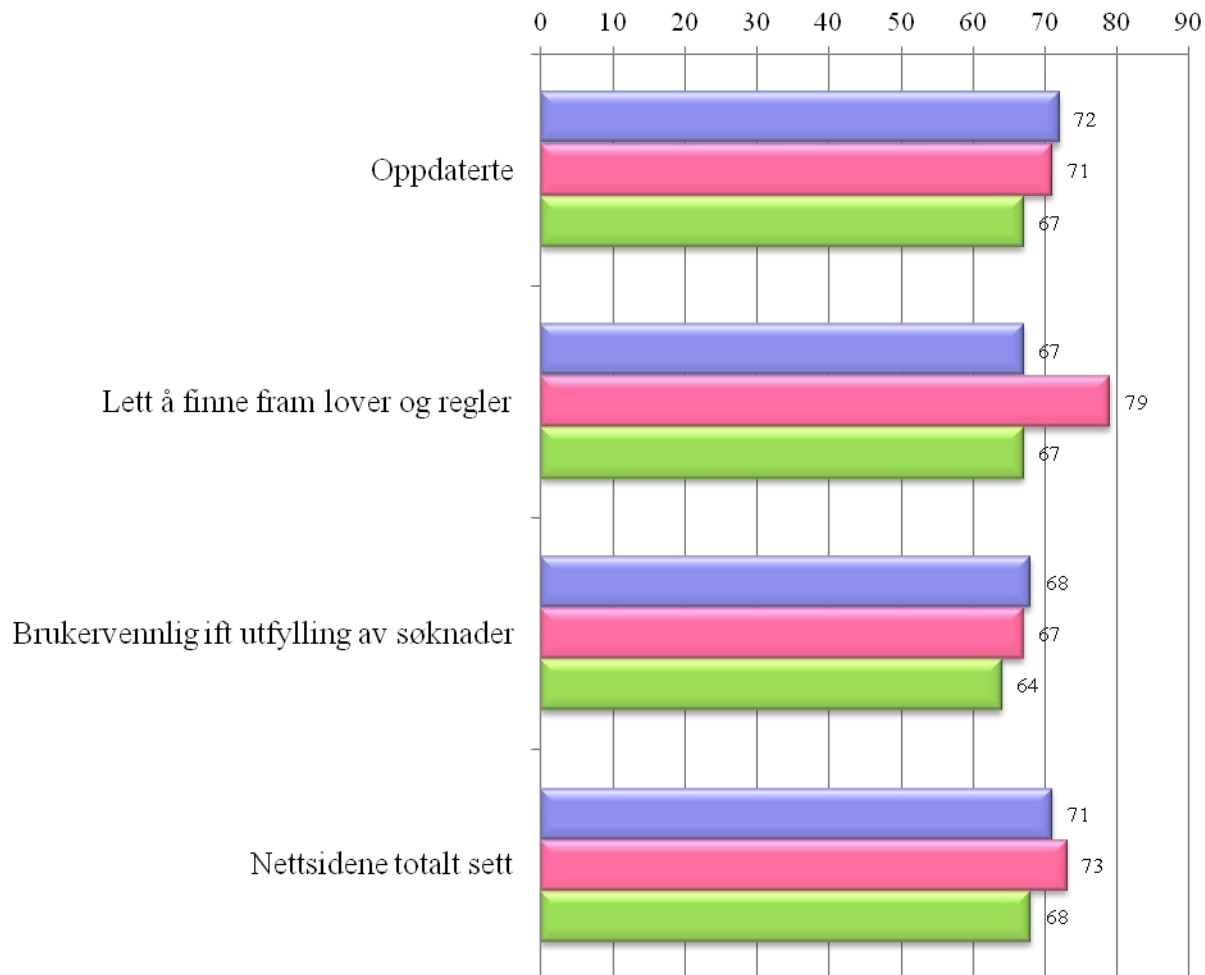
*Fokusgruppedeltakerne fikk teste nettsiden gjennom å utføre ulike oppgaver. Samtlige løste oppgaven enkelt, og vurderte de nye nettsidene som mer innbydende og brukervennlige enn de gamle nettsidene.*

# SAMMENLIGNINGER

VURDERING AV DE NYE HJEMMESIDENE - Skalgj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Utsagn, tilfredshet, 5-delt skala

■ Lotteritilsynet ■ Stiftelsestilsynet ■ Momskompensasjon

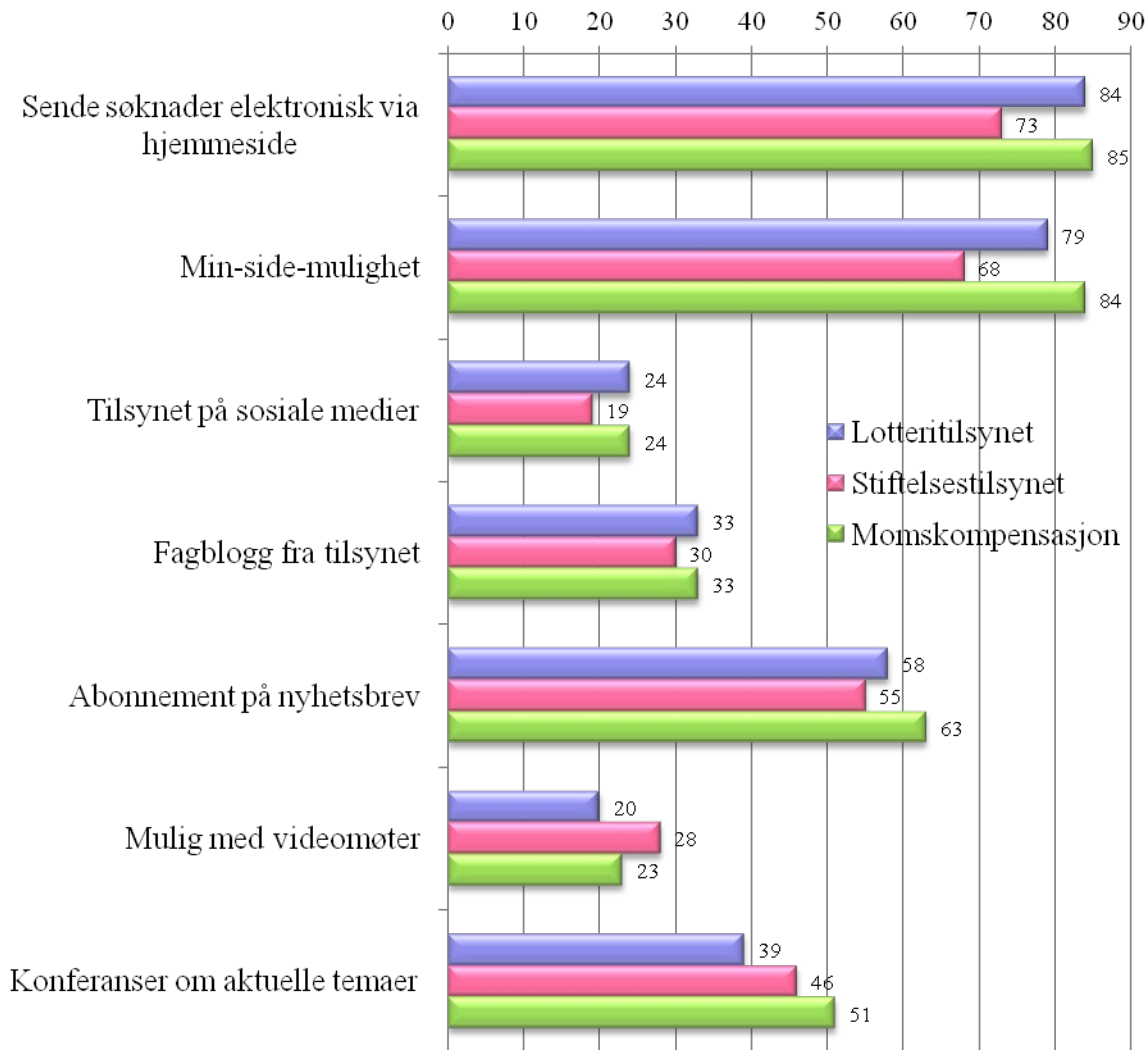


Vurderingene er jevnt over gode. Spesielt er stiftelsene tilfredse med at det er lett å finne fram til lover og regler på hjemmesiden.

# SAMMENLIKNINGER

VURD. AV UTV.MULIGHETER FOR TILSYNET - Skalagj.snitt 0-100, jo høyere jo bedre

Spørretekst: Ulike elementer, interesse, 5-delt skala



De som har vært i kontakt med Lotteritilsynet og Momskompensasjon er mer begeistret for elektronisk rapportering og oppretting av Min Side enn det stiftelsene er. På de andre elementene er de ulike utvalgene mer lik i oppfatning.

*Tilbakemeldinger fra gruppene samsvarer med hva som kommer frem her. Brukerne er mest interesserte i muligheten for å sende søknader elektronisk, Min side og nyhetsbrev. Gruppedeltakerne er også positive til konferanse.*

*Sitat om blogg:*

*"...heller bruke tiden på å formulere seg greit og ubyråkratisk på aktuelt sidene sine, i stedet for å være hippe og kule på en blogg."*

# PRIORITERINGER AV TILTAK

---

# Kundetilfredshet - regresjonsanalyse

## **Kundetilfredshet – regresjonsanalyse**

Før vi presenterer regresjonsmodellen - som identifiserer hvilke områder som har størst betydning for kundenes totale tilfredshet - skal vi forklare noen begreper som brukes i denne sammenheng.

### **R<sup>2</sup> (modellens forklaringskraft)**

Dette er en indikator på hvor mye de *uavhengige variablene* (som «priser», «service» etc.) forklarer av *variasjonen* i den *avhengige variabelen* (tilfredshet totalt). Hvis R<sup>2</sup> eksempelvis er lik 0,65 betyr dette at de uavhengige variablene til sammen forklarer 65% av variasjonen i den avhengige variabelen. Dette betyr igjen at omlag 35% av variasjonen i den avhengige variabelen forklares av *andre* faktorer (variabler) enn de som inngår i undersøkelsen (modellen).

Med andre ord: en modell med en forklaringskraft på 0,65 viser at det er *andre* faktorer, i *tillegg* til de som inngår i modellen, som *også* forklarer hva som bestemmer (eller innvirker på) kundenes totale tilfredshet - i og med at de ulike faktorene i modellen forklarer i underkant av halvparten av kundenes totale tilfredshet med selskapet.

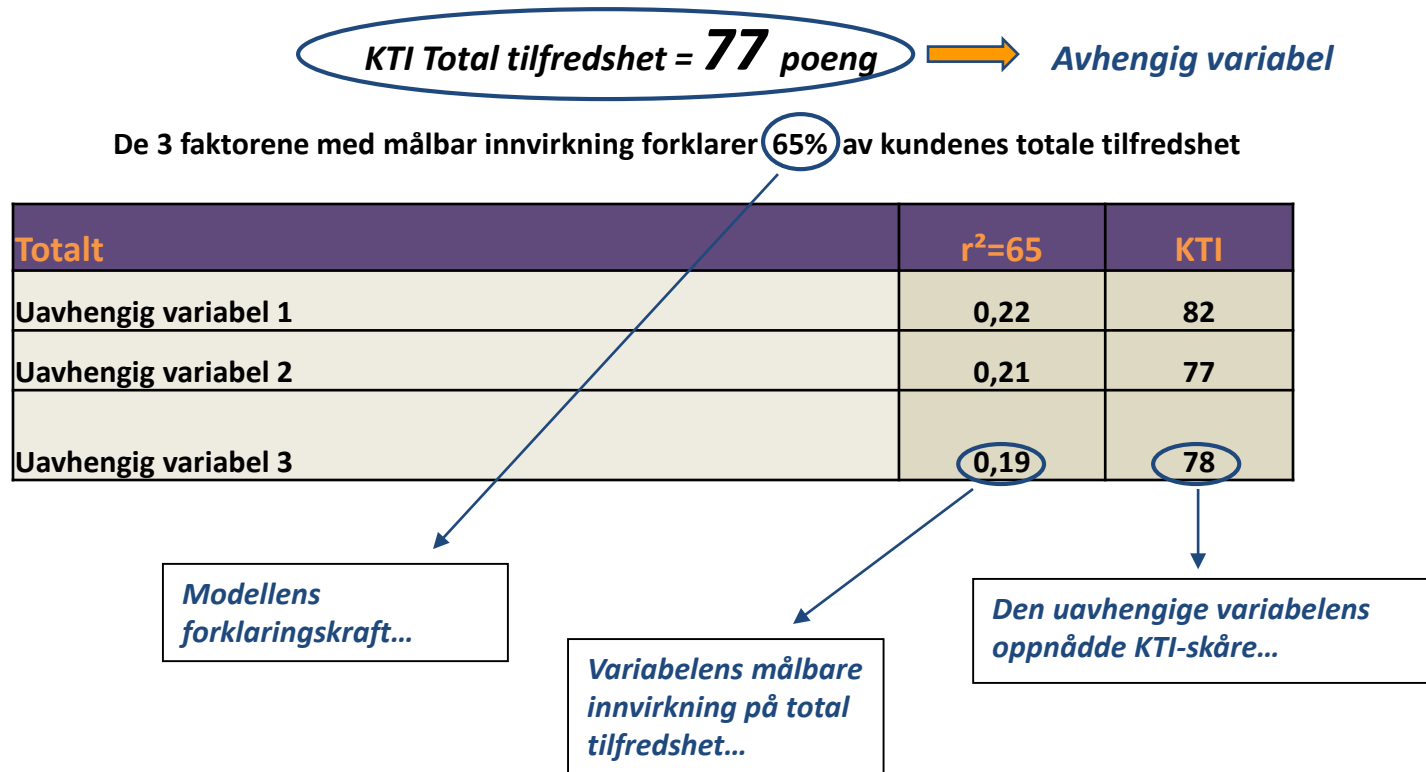
### **Stigningstall (b-koeffisient)**

Forklarer den *enkelte* uavhengige variabels innvirkning på den avhengige variabelen i modellen - forutsatt at de *andre* uavhengige variablene i modellen holdes konstant.

*Med andre ord: Hvis tilfredshetsskåren på en uavhengig variabel øker med 1 poeng, øker tilfredshetsskåren totalt tilsvarende stigningstallets verdi.*

# Kundetilfredshet - regresjonsanalyse

I figurene / regresjonsmodellene på de følgende sidene vil vi framstille resultatene for hver faktor / hvert område på denne måten:



I de tilfellene det *ikke* er oppgitt et stigningstall på enkelte faktorene betyr dette at signifikansnivået er for lavt - og at *usikkerheten* med tanke på variabelens innvirkning på den avhengige variabelen dermed blir for stor til at vi kan ta disse med i modellen.



*KTI tilfredshet informasjon og veiledning totalt sett = **67** poeng*

	$r^2=79$	KTI
<b>Formidler de gjeldende lover og regler på en forståelig måte</b>	<b>0,23</b>	<b>65/60</b>
<b>Informasjon om organisasjonens rettigheter</b>	<b>0,21</b>	<b>63</b>
<b>Informasjon og tilbakemeldinger på forventet behandlingstid på innsendte søknader</b>	<b>0,21</b>	<b>62</b>
<b>Den skriftlige informasjonens lesbarhet</b>	<b>0,16</b>	<b>71</b>
<b>Informasjon om de gjeldende tidsfristene for innlevering av søknader</b>	<b>0,14</b>	<b>70</b>
<b>Informasjon om organisasjonens plikter</b>	<b>0,11</b>	<b>66</b>

Det er tre hovedelementer som det bør fokuseres på når det gjelder informasjon og veiledning:

- **Å søke å formidle gjeldende lover og regler på en forståelig måte**
- **Å fokusere på organisasjonens rettigheter**
- **Å fokusere på informasjon og tilbakemeldinger på forventet behandlingstid på innsendte søknader**

Disse tre elementene bør ha om lag lik prioritering for oppnå best mulig tilfredshet med informasjon og veiledning.

For Lotteritilsynet er viktigste faktor informasjon om organisasjonens rettigheter.

For Stiftelsestilsynet er viktigste faktor formidling på en forståelig måte.

For Momskompensasjon er viktigste faktor informasjon om organisasjonens rettigheter.

*KTI tilfredshet serviceinnstilling totalt sett = **78** poeng*

Totalt	r <sup>2</sup> =77	KTI
<b>Ansatte er fleksible og løsningsorienterte</b>	<b>0,41</b>	<b>73</b>
<b>Ansatte er serviceinnstilte ved kontakt</b>	<b>0,21</b>	<b>80</b>
<b>Ansatte er tilgjengelige på telefon, e-post og ved andre henvendelser</b>	<b>0,19</b>	<b>76</b>
<b>Ansatte formulerer seg enkelt og forståelig</b>	<b>0,16</b>	<b>76</b>

For å kunne øke tilfredsheten med opplevd serviceinnstilling er det spesielt ett element som det er mest effektivt å fokusere på:

➤ **At de ansatte blir opplevd å være fleksible og løsningsorienterte**

Dette er det viktigste punktet for alle tre delutvalgene.

*KTI tilfredshet kompetanse totalt sett = **77** poeng*

Totalt	r <sup>2</sup> =83	KTI
Ansattes kunnskap og kompetanse om lotterimarkedet	0,51	78
Ansatte holder seg oppdatert på gjeldende lover og regler	0,27	78
Man får den samme informasjon og veiledning uavhengig av saksbehandler	0,20	69

Følgende element framstår som det aller mest effektive å jobbe med når det gjelder å øke tilfredsheten med tilsynets kompetanse:

➤ **Ansattes kunnskap og kompetanse om lotterimarkedet**

Vi ønsker også å trekke fram at det er avgjørende at de ansatte holder seg oppdatert på lover, regler og forskrifter. Spesielt gjelder dette for Stiftelsestilsynet og Momskompensasjon.

**KTI tilfredshet nettsiden totalt sett = 70 poeng**

Totalt	r <sup>2</sup> =78	KTI
Hvor lett det er å finne frem til relevante lover og regler	36	69/67
Brukervennlighet knyttet til utfylling av søknader	35	66
Hvor aktuelle og oppdaterte de er til enhver tid	30	70

Når det gjelder å øke tilfredsheten med hjemmesiden bør det fokuseres om lag like mye på følgende tre elementer:

- **At det oppleves lett å finne fram til relevante lover og regler**
- **At det oppleves som brukervennlig å fylle ut søknader**
- **At hjemmesidene er aktuelle og oppdaterte til enhver tid**

For Lotteritilsynet er det viktigst at det er brukervennlig å fylle ut søknader via hjemmesiden, men det er også helt avgjørende at det er lett å finne fram til relevante lover og regler på hjemmesiden. For Stiftelsestilsynet er det viktigst at det er lett å finne fram til relevante lover og regler på hjemmesiden.

For Momskompensasjon er det viktigst hjemmesiden er oppdatert til enhver tid.

## Datainnsamling

Svarresponsen på denne undersøkelsen er om lag 33% av de utsendte e-postene med link til undersøkelsen. Dette er en svarrespons som er akseptabel når en tar hensyn til at mange av de aktuelle respondentene i denne undersøkelsen har en lav involveringsgrad overfor Lotteri- og stiftelsestilsynet. Det er ingenting som tyder på en systematisk skjevhet i svarresponsen. Vi vil likevel legge til at fra tidligere erfaringer vet vi at advokater har en lavere svarrespons sammenliknet med andre målgrupper. Dette kan ha påvirket noe av sammensetningen av utvalget for Stiftelser.

Totalt sett betrakter vi undersøkelsens reabilitet som god. Funn fra det kvalitative forstudie stemmer også i høy grad overens med resultatene fra den kvantitative undersøkelsen.

## Hovedkonklusjon

Den viktigste tilbakemeldingen alt i alt fra tilsynets brukere er at de er tilfredse med tjenestene som tilsynet yter overfor sine brukere.

## Delkonklusjoner

### Informasjon og veiledning

En total kundetilfredshet på 67 (av 100) er bedre enn mange, både offentlige og private, oppdragsgivere oppnår nettopp på dette elementet. Erfaringsmessig ser vi at det er vanskelig å oppnå særlig bedre skåre enn 70 på dette punktet. På lenger sikt kan det være hensiktsmessig å sette seg et mål på 70 som framtidig mål på brukerskåre for dette elementet. For å oppnå nettopp dette målet vil det være mest hensiktsmessig å prioritere følgende elementer:

- Formidling av gjeldende lover/regler/forskrifter på en forståelig måte
- Gjøre informasjonen om organisasjonenes rettigheter mer synlig
- Jobbe med å gi realistiske og akseptable estimater på forventet behandlingstid på innsendte søknader

Det at Momskompensasjon har lavere skåre på informasjon og veiledning enn Lotteritilsynet og Stiftelsestilsynet må ses i sammenheng med at ordningen er forholdsvis ny og at forskriftene oppfattes som uklare av brukerne. Momskompensasjon skårer derimot best på spørsmål som går på ansatte og service.

I fokusgruppene kommer det frem at brukerne ønsker informasjon om endringer før endringene trer i kraft. Dette vil en gjerne ha på e-post, og det kan gjerne være en del av et nyhetsbrev fra tilsynet.

## Delkonklusjoner forts.

### Serviceinnstilling

Her oppnås en total kundetilfredshet på 78 (av 100). Dette er nært opp til en skåre som er meget god. I forhold til andre sammenliknbare undersøkelser bør tilsynet sette et framtidig mål på minimum 80 for dette elementet. For å kunne oppnå dette målet på en mest mulig effektiv måte bør en jobbe følgende element:

- At de ansatte oppleves som fleksible og løsningsorienterte

Her bør tilsynet jobbe aktivt med å definere hva brukerne kan legge i dette begrepet og hvordan tilsynet kan tilpasse seg innholdet i dette elementet.

I fokusgruppene var diskusjonen rundt fleksibilitet knyttet opp til at saksbehandlerne opplevdes som pirkete og lite fleksible dersom det av bruker var blitt gjort en mindre feil i søknaden eller ved rapporteringen av regnskapstall.

### Kompetanse

En total kundetilfredshet på 77 (av 100) viser at tilsynet har et omdømme på dette punktet som er meget godt, også sammenliknet med andre aktører som det er naturlig å sammenlikne seg med.

For å opprettholde dette nivået er det spesielt effektivt å jobbe med følgende element:

- Ansattes kunnskap og kompetanse om lotterimarkedet

Lotterier, bingo og andre inntektbringende aktiviteter er konkurranseutsatte. Mange av aktørene som har kontakt med tilsynet er amatører i denne sammenhengen og savner kanskje en sparringpartner i forhold til hvordan lotterier kan fungere som innteksaktivitet. For de større og mer profesjonelle aktørene er det kanskje mer på at rammevilkårene er forutsigbare. Det vil være viktig for tilsynet å definere nærmere hvordan dette elementet kan forstås, tolkes og utnyttes til å opprettholde eller forbedre tilsynets omdømme på dette elementet.

## Delkonklusjoner forts.

### Nettsidene

Her oppnås en total kundetilfredshet på 70 (av 100). Basert på mange liknende målinger om tilfredshet med nettsider viser at dette nivået er meget bra. En framtidig målsetting på 72 vil gi nettsiden en skåre som vil ligge i forkant sammenliknet med mange andre aktører.

For å kunne oppnå dette målet på en mest mulig effektiv måte bør en jobbe følgende elementer:

- At det er lett å finne fram til relevante lover/regler/forskrifter
- Brukervennlighet knyttet til utfylling av søknader
- At hjemmesidene er aktuelle og oppdaterte til enhver tid

På direkte spørsmål kommer det veldig klart fram at de nye hjemmesidene blir betraktet som mye bedre enn de gamle.

### Tillit til saksbehandlingen

Undersøkelsen viser at tilsynet ikke noen omdømmeproblemer knyttet til tillit til saksbehandlingen som utøves.

### Utviklingsmuligheter

Det er svært stor interesse for elektroniske søknadsmuligheter og opprettelse av ”Min Side”. Dette vil bli tatt meget vel i mot og spesielt gunstig vil være muligheten til å se på fjorårets utfylling som hjelp med å fylle ut søknader for gjeldende periode. Selv om bare Momskompensasjon fikk dette spørsmålet er begeistringen så stor for forslaget at dette sannsynligvis vil gjelde alle typer gjentakende søknader.

Det faller ikke kundene naturlig å finne tilsynet på sosiale mediekkanaler. Heller ikke en fagblogg anses som særlig aktuelt å følge med på for brukerne.

Muligheter for videomøter er ikke noe som er etterspurt blant brukerne.

Etterspørselen etter et nyhetsbrev på e-post med informasjon om aktuelle saker og endringer er middels etterspurt. Her ser vi at brukerne som anser seg for å være store i størst grad etterspør dette. Det kan derfor være hensiktsmessig at tilsynet vurderer om at en slik nyhetstjeneste på e-post skal være et betalt abonnementstilbud.

## Delkonklusjoner forts.

### Utviklingsmuligheter

Det er middels interesse for å delta på konferanser i regi av Lotteri- og stiftelsestilsynet. Det er en klar sammenheng mellom størrelse på organisasjonen og ønske om å delta på ulike konferanser. Jo større organisasjon jo større interesse for å delta. Organiseringen av konferanser må altså ta dette som utgangspunkt ved valg av emne, innhold, geografisk plassering mv.