Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Itsepalvelukassojen lanseeraus suomalaisessa päivittäistavarakaupassa, case: K-supermarket Masi

Anna Anttila

Opinnäytetyö
Myyntityön koulutusohjelma
2018

Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Tiivistelmä

Tekijä
Anna Anttila

Koulutusohjelma
Myyntityön koulutusohjelma

Opinnäytetyön nimi
Itsepalvelukassojen lanseeraus suomalaisessa päivittäistavarakaupassa, case: K-supermarket Masi

Sivu- ja liitesivumäärä
29 + 2

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten helmikuussa 2017 lanseeratut itsepalvelukassat on otettu vastaan K-supermarket Masissa. Työn teoriaosiossa kerrotaan tietoa kaupan alasta ja sähköisestä kaupasta. Viimeinen teoriakappale kertoo itsepalvelukassoista, kuten siitä, miten ne on otettu vastaan Suomessa ja muualla maailmassa. Lisäksi kappaleessa käydään läpi myös itsepalvelukassojen riskejä.

Tutkimus toteutettiin pääasiassa kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena. Kohderyhmänä toimi K-supermarket Masin asiakkaat. Kyselylomakkeita oli kahdenlaisia, joista toinen oli suunnattu linjakassoja käyttäneille asiakkaille ja toinen itsepalvelukassoja käyttäneille asiakkaille. Linjakassoja käyttäneiltä asiakkailta kysyttiin, miksi he valitsivat linjakassan itsepalvelukassan sijaan ja mikä heidät saisi käyttämään jatkossa itsepalvelukassoja. Itsepalvelukassoja käyttäneiltä asiakkailta taas kysyttiin, miten asiointi kassoilla sujui ja mitä kehitettävää itsepalvelukassoissa on.

Vastauksena siihen, miten linjakassoja käyttäneet asiakkaat saataisiin useammin itsepalvelukassoille on suurimmaksi osaksi se, jos itsepalvelukassoilla voisi maksaa myös käteisellä ja se, että niiltä saisi ostettua myös tupakointituotteita.
Suurimmaksi osaksi itsepalvelukassoilla asioineilta asiakkailta asiointi sujui hyvin. Monien vastaajien mielestä merkittävimmät kehityskohteet olisivat itsepalvelukassan aukioloaikojen laajentaminen sekä mahdollisuus skannata itse kaikki erikoistuotteet, kuten pullokuitit, alennustuotteet ja paistotuotteet.

Opinnäytetyö toteutettiin aikavälillä syyskuu 2016 – marraskuu 2018.

Asiasanat
Itsepalvelukassa, päivittäistavarakauppa, asiakastutkimus, retail, vähittäiskauppa

Sisällys

1 Johdanto 1
1.1 Toimeksiantajan esittely 1
1.2 Tutkimus 1
1.3 Opinnäytetyön rakenne 1
1.4 Opinnäytetyön aikataulu ja toteutus 2
2 Kauppa toimialana 4
2.1 Vähittäiskauppa 5
2.2 Tukkukauppa 6
2.3 Päivittäistavarakauppa 7
2.4 Erikoiskauppa 8
2.5 Tekninen kauppa 9
3 Sähköinen kaupankäynti 10
3.1 Verkkokauppa 11
3.2 Tukkukaupan verkkokauppa 13
4 Itsepalvelukassat 14
4.1 Itsepalvelukassojen vastaanotto 14
4.2 Itsepalvelukassojen riskit 15
4.3 Itsepalvelukassat Suomessa 16
5 Tutkimuksen suunnitelma ja toteutus 18
5.1 Kohde 18
5.2 Menetelmävalinnat 18
5.3 Aineisto ja käytetyt analyysit 19
6 Itsepalvelukassojen käyttöön vaikuttavat tekijät 20
6.1 Linjakassat 22
6.2 Itsepalvelukassat 24
7 Pohdinta 27
7.1 Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla 27
7.2 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset 28
7.3 Tutkimuksen luotettavuus 28
7.4 Opinnäytetyön prosessin ja oman oppimisen arviointi 29
Lähteet 30
Liitteet 33
Liite 1. Linjakassan kyselylomake 33
Liite 2. Itsepalvelukassan kyselylomake 34

1 Johdanto

Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Helsingin Mellunmäessä sijaitsevalle K-supermarket Masille. Työn tavoitteena on selvittää, miten helmikuussa 2017 lanseeratut itsepalvelukassat on otettu vastaan ja mitä hyötyjä niistä on sekä asiakkaille että kaupalle. Tarkoituksena on myös pohtia, millä tavalla itsepalvelukassoja voitaisiin kehittää. Työssä pohditaan myös sitä, millaisia erilaisia riskejä itsepalvelukassoihin voi liittyä.

1.1 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajana toimii Mellunmäen metroaseman läheisyydessä toimiva K-supermarket Masi. Liike avattiin vuonna 1986 Martti Ikosen johtamana. K-supermarket -ketjua ei kuitenkaan ollut perustettu vielä tuohon aikaan, joten aluksi liike tunnettiin K-hallina.

Kauppiaita K-supermarket Masissa on ollut keskimääräistä vähemmän kuin mitä muissa K-supermarket -ketjun kaupoissa. Martti Ikosen jälkeen kauppiaana toimi Tarmo Linden, joka siirtyi vuonna 2013 K-supermarket Kontumarketin kauppiaaksi. Siitä lähtien kauppiaana on toiminut Markku Tamminen.

Liikevaihto K-supermarket Masissa vuonna 2017 oli noin 11 miljoonaa euroa ja tulos noin 200 tuhatta euroa. Päivittäin asiakkaita käy noin 2500 kappaletta. Tällä hetkellä K-supermarket Masissa on neljä linjakassaa ja neljä itsepalvelukassaa. Noin 80 prosenttia kokonaisasiakasmäärästä käyttää linjakassoja ja 20 prosenttia itsepalvelukassoja. Tähän osittain vaikuttaa myös se, että itsepalvelukassojen käyttöaika ei yllä linjakassojen käyttöaikaan.

1.2 Tutkimus

Tutkimus toteutettiin vuoden 2017 kesällä määrällisenä asiakastutkimuksena. Tutkimuksen tavoitteena on vastata siihen, millä tavalla itsepalvelukassojen käyttöastetta voitaisiin nostaa. Tähän kysymykseen vastaamiseksi pitää selvittää, mitkä tekijät saavat asiakkaan valitsemaan linjakassan itsepalvelukassan sijaan ja millä eri tavoin itsepalvelukassoja voitaisiin kehittää.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö koostuu kolmesta teoreettisesta kappaleesta sekä tutkimuksesta. Ensimmäinen teoriaosuus kertoo kaupan alasta yleisesti ja toisessa teoriaosuudessa

kerrotaan sähköisestä kaupankäynnistä, kuten verkkokaupasta. Teorian kolmas eli viimeinen osuus käsittelee itsepalvelukassoja, kuten niiden vastaanottoa ja riskejä.

Teorian jälkeen alkaa tutkimusosuus. Tutkimusosuuden alussa kerrotaan tutkimuksen kohteesta sekä tutkimuksen toteutuksesta. Tämän jälkeen esitetään tutkimuksen tulokset ja analysoidaan niitä. Lisäksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuus ja esitetään kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset. Lopuksi kirjoittaja analysoi omaa opinnäytetyöprosessiaan ja sen toteutusta.

1.4 Opinnäytetyön aikataulu ja toteutus

Alta löytyy opinnäytetyön prosessin alussa tehty suunnitelma. Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin syksyllä 2016.

Viikko	**Tehtävät**	**Mitä valmiina?**
38	Aikataulun suunnittelu	Aikataulu
40	Teorian suunnittelu	
41	Teorian suunnittelu ja aineisto	Teorian runko
42-47	Teoriaa	
48	Vertaisarviointi	Teoria valmis
48	Kysymysten luonnostelua	
49	Kysymysten viimeistelyä	Menetelmät ja kysymykset valmiina
50-52	Loma	
1-3	Aineiston keruu	
4	Aineiston analysointi suunnitelma	
5-6	Aineiston analysointi	
7-8	Yhteenveto ja oman oppimisen arviointi	
9	Työn viimeistely ja oikoluku	
10	Työ Urkundiin	Työ Urkundiin
11	Kypsyysnäyte	

Opinnäytetyön toteutunut aikataulu ei mennyt laisinkaan suunnitellun aikataulun mukaisesti, vaan se venyi paljon odotettua pidemmäksi. Työn tekemisen välissä saattoi olla jopa muutaman kuukauden taukoja ja osittain sen takia työ edistyi hyvin hitaasti. Varsinkin teorian kirjoittamiseen meni pitkään, sillä se saatiin valmiiksi vasta vuoden 2018 kesällä. Tutkimuksen aineisto kerättiin vuoden 2017 kesällä, eli jo ennen kuin teoria oli saatu valmiiksi, vaikka suunnitelman mukaan teorian piti valmistua jo ennen kuin aineistoa alettiin keräämään.

Teoria oli ainut asia, missä meni paljon odotettua enemmän aikaa. Itse tutkimuksen tulosten kirjoittaminen ja niiden analysoiminen sujui jouhevasti ja ne saatiinkin melko nopeasti kirjoitettua. Tämä johtui kirjoittajan motivaation kasvusta loppua kohden, sillä kirjoittaja halusi valmistua viimeistään syksyn 2018 aikana.

2 Kauppa toimialana

Työllisten määrällä mitattuna kauppa on tällä hetkellä Suomen suurin toimiala. Vuonna 2016 kaupan ala työllisti noin 300 000 henkeä. Kaupan ala muodostaa noin 10 prosenttia Suomen BKT:stä tehden siitä elinkeinoelämän suurimman toimialan myös bruttokansatuotteella mitattuna. Kauppa on lähes aina ollut tärkein globaalin tuottavuuden kasvattaja ympäri maailmaa. Suomessa kaupan alaa säännellään kuitenkin erittäin paljon, mikä hidastaa alan kehitystä. Sääntelyllä vaikutetaan uusien yksiköiden perustamiseen, hintoihin sekä aukioloihin. (Kaupan liitto. Tietoa kaupasta.)

Kansainvälinen talouskehitys, veropolitiikka, kuluttajien ostovoima sekä aukioloajat vaikuttavat kaupan alan kehitykseen. Viime vuosien ajan kaupan yritysten liikevaihto on kasvanut tasaisesti. Myös kansainvälistymistä on tapahtunut ja se näkyy esimerkiksi suurien kansainvälisten kauppaketjujen rantautumisena Suomeen sekä suomalaisten kauppojen levittäytymisenä erityisesti Suomen lähialueille. Myös asiakaskunta on kansainvälistynyt. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Kauppojen pyrkimyksenä on kattaa mahdollisimman laajan kuluttajajoukon tarpeet ja toiveet ja tästä syystä tuotemäärät lisääntyvät jatkuvasti kaupoissa. Myös tuotekehitys on todella nopeaa, jonka takia uutuustuotteet vanhenevat nopeasti. Yksi asia, mikä myös lisää myynnissä olevien tuotteiden määrää huomattavasti on ulkomaiset tuotteet. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Erittäin tärkeä kilpailukeino kaupan alalla on asiakaspalvelun kehittäminen ja asiakassuhteiden ylläpito. Palveluita pyritään kehittämään jatkuvasti erilaisten markkinatutkimuksien sekä asiakaskyselyiden avulla. Nykyään kuluttajat eivät käy ostoksilla pelkästään hyödykkeiden ostamisen takia, vaan ostamisesta on tullut yhä enemmän vapaa-ajan toimintaa, jossa korostuu elämyksellisyys. Tämän takia suurissa kauppakeskuksissa voi myymälöiden lisäksi olla esimerkiksi elokuvateatteri tai vesipuisto, joiden avulla kaikenikäiset kuluttajat saadaan houkuteltua ostoksille. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Kaupan henkilökunnalta vaaditaan myös entistä parempaa tuoteosaamista asiakkaiden laatutietoisuuden kasvaessa. Henkilöstöltä vaaditaan myynti- ja asiakaspalvelutaitojen lisäksi myös kielitaitoa, yhteistyötaitoja sekä kykyä käyttää erilaisia tietojärjestelmiä. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Kauppa on jaettu vähittäiskauppaan sekä tukkukauppaan. Tuotevalikoiman puolesta kauppa on jaettu päivittäistavarakauppaan, erikoistavarakauppaan sekä tekniseen kauppaan. (Kaupan liitto. Tietoa kaupasta/Toimialat.)

2.1 Vähittäiskauppa

Vähittäiskauppa on pääasiallisesti kuluttajille suunnattu kauppa. Se on jaettu kolmeen eri toimialaryhmään, joihin kuuluu päivittäistavara- ja tavaratalokaupat, erikoiskauppa sekä autoalan vähittäiskauppa. Päivittäistavara- ja tavaratalokaupat ovat vähittäiskaupan suurimpia toimipaikkoja ja niihin kuuluu Suomessa esimerkiksi K-kaupat, S-kaupat, Stockmann ja Tokmanni. (Santasalo, Koskela. 8-9.) Vähittäiskaupalla on myös muita muotoja kolmen toimialaryhmän lisäksi. Näitä muotoja ovat esimerkiksi suoramyynti, puhelinmyynti, postimyynti, verkkokaupat sekä kerhomuotoinen suoramarkkinointi. Suoramyynnillä tarkoitetaan ostamista, jossa kuluttajan ei tarvitse mennä itse myymälään tai liikkeeseen ostoksille, vaan myyjä tulee itse kuluttajan luokse tai myy suoraan verkon kautta.
Puhelinmyynnillä tarkoitetaan puhelimessa tapahtuvaa myyntiä, jossa joko myyjä soittaa asiakkaalle tai asiakas soittaa itse myyjälle. Postimyynnissä asiakas löytää itse tarvitsemansa tuotteen tuoteluettelosta ja tekee tilauksen joko postitse, puhelimitse tai internetin kautta. Tilatut tuotteet toimitetaan postin kautta. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Verkkokaupat muistuttavat monella tapaa postimyyntiä, paitsi että asiakas valitsee haluamansa tuotteet ja tekee tilauksen verkossa. Nykyään suurimmalla osalla yrityksistä on myymälän lisäksi myös verkkokauppa ja osa yrityksistä ovat erikoistuneet pelkkään verkkokauppaan, eikä heillä ole lainkaan kivijalkamyymälöitä. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Kerhomuotoiseen suoramarkkinointiin kuuluvat esimerkiksi elokuva- ja kirjakerhot, joista asiakkaalle lähetetään kuukausittain automaattisesti tuote, ellei asiakas ole etukäteen peruuttanut sitä. (Ammattinetti. Kaupan ala.)

Vuonna 2014 liikevaihtoa vähittäiskaupassa oli noin 38 miljardia euroa. Liikevaihto jakautuu eri tavalla eri puolilla Suomea. Kaikkein eniten myyntiä tapahtuu Etelä-Suomessa, varsinkin pääkaupunkiseudulla ja vähiten myyntiä taas on sellaisilla paikoilla, joissa väkilukukin on alhainen, kuten esimerkiksi Pohjois-Lapissa, Pohjois-Pohjanmaalla, Pohjois-Karjalan reuna-alueilla sekä Kainuussa. (Santasalo, Koskela. 46-51.)

Vähittäiskaupan toimipaikat ovat yleisesti ottaen hyvin pieniä, mutta niiden koko on kasvussa. Henkilöstömäärältään suurimpia toimipaikkoja ovat tavaratalot ja hypermarketit.

Seuraavaksi suurimpia toimipaikkoja ovat Alko sekä päivittäistavarakaupat. Pienimmät myymälät ovat päivittäistavaroiden erikoiskauppoja, vapaa-ajan erikoiskauppoja, kodin sisustamisen kauppoja, kioskikauppoja sekä verkkokauppoja. Kokoaikaisina työntekijöinä laskettuna vuonna 2014 yhdessä vähittäiskaupassa työskenteli keskimäärin 4,6 henkeä. Alle 5 hengen toimipaikat kattavat noin 80 % koko vähittäiskaupan toimipaikoista. Yli 50 hengen toimipaikkoja löytyi vain 0,4 % kaikista vähittäiskaupoista, mutta silti ne työllistivät yli puolet vähittäiskaupan työntekijöistä ja olivat markkinaosuudeltaan 55 %. (Santasalo, Koskela. 32-33.)

Osa-aikaisuus on merkittävä tekijä vähittäiskaupan työsuhteissa, sillä suurin osa kaupan alan työntekijöistä on osa-aikaisia. Osa työntekijöistä on vapaaehtoisesti osa-aikaisia ja osa taas siksi, että kokoaikaisia työsuhteita ei välttämättä ole tarjolla. Myös nollatuntisopimuksia sekä tarvittaessa kutsuttava -tyyppisiä sopimuksia löytyy kaupan alalta paljon. Nämä sopimukset eivät takaa työntekijälle yhtään tuntia viikossa, mutta ne mahdollistavat työntekijän käytön aina sesongin mukaan. (Santasalo, Koskela. 38-39.)

Vuoden 2016 alusta alkaen kauppojen aukioloajat vapautettiin. Vähittäiskauppaa sai aikaisemmin pitää auki arkisin kello 7-21, lauantaisin kello 7-18 ja sunnuntaisin kello 12-18. Laki koski ainoastaan niitä päivittäistavarakauppoja, joiden liiketoimintakäytössä oleva pinta-ala oli yli 400 neliömetriä. Tätä pienempien kauppojen lisäksi laki ei koskenut myöskään esimerkiksi markkina- ja torikauppaa, myymäläautoja ja muuta liikkuvaa kauppaa, kioskikauppaa tai siihen verrattavissa olevaa kauppaa eikä haja-asutusalueen kauppoja eli ns. kyläkauppoja. Aukioloaikojen vapautus poisti kaupoilta velvollisuuden hakea aukioloaikojen poikkeuslupia. (Päivittäistavarakauppa ry. Aukioloajat.)

2.2 Tukkukauppa

Tukkukaupan tehtävänä on pääsääntöisesti palvella vähittäiskauppaa sekä muita yrityksiä ja julkishallintoa. Tämä tapahtuu siten, että tukkukauppa hankkii tavaraa teollisuudelta sekä kotimaasta että ulkomailta ja myy sitä eteenpäin. Tukkukaupan päätoimialoihin kuuluvat päivittäistavaratukkukauppa, maataloustukkukauppa, rakennusalan tukkukauppa, kulutus- ja käyttötavaratukkukauppa, tieto- ja viestintätekninen tukkukauppa, tekninen tukkukauppa sekä polttoaineiden tukkukauppa. Autoalan tukkukauppa on ainoa tukkukauppa, joka ei toimialaluokituksessa kuulu varsinaiseen tukkukauppaan. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Tukkukauppa.)

Liikevaihto tukkukaupalla vuonna 2015 oli 68,3 miljardia euroa, josta kulutustavara-, päivittäistavara- ja tekninen kauppa kattavat kukin noin viidenneksen. Vähittäiskauppaan

verrattuna tukkukaupan liikevaihto on huomattavasti isompi, mutta henkilöstön sekä yritysten määrä tukkukaupalla on kuitenkin pienempi. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Tukkukauppa.)

2.3 Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupan osuus vähittäiskaupasta on yli kolmasosa. Suurin osa eli lähes kolmannes päivittäistavarakaupan myynnistä tapahtuu isojen supermarkettien kautta ja lähes neljännes siitä tapahtuu hypermarkettien kautta. Päivittäistavaroista suurin osa myydäänkin päivittäistavarakauppojen kautta, mutta niitä myydään myös esimerkiksi kahviloissa ja ravintoloissa sekä toreilla ja kioskeissa. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 11.)

Päivittäistavarakaupalla on monia erilaisia tehtäviä. Yksi päätehtävistä on kattavien valikoimien luominen kuluttajalle sekä palveluverkoston ylläpitäminen koko maassa. Nykyään on tärkeää, että kaupoissa on monipuolinen valikoima, johon kuluttaja voi vaikuttaa valinnoillaan. Esimerkiksi luomu- ja lähiruokavalikoimia on laajennettu monissa kaupoissa sen kovan kysynnän vuoksi. Kattavan palveluverkoston ylläpitäminen koko maassa on tärkeää, sillä se omalta osaltaan mahdollistaa maamme asuttavuuden. Toinen päivittäistavarakaupan merkittävimmistä tehtävistä on työllisyyden turvaaminen sekä merkittävät investoinnit kotimaahan. Kaupan ala on myös talouden taantumavaiheissa ollut aina vakaa työllistäjä. Päivittäistavarakauppa myös lisäksi investoi kotimaahan satoja miljoonia euroja joka vuosi. (Päivittäistavarakauppa ry. Päivittäistavarakaupan tehtävät.)

Myös ympäristönäkökulmien huomioiminen on tärkeä päivittäistavarakaupan tehtävä. Ympäristön kuormitusta vähennetään esimerkiksi toimivien logistiikkaratkaisujen avulla ja kuluttajia varten kaupoissa on esimerkiksi pullonpalautus. (Päivittäistavarakauppa ry. Päivittäistavarakaupan tehtävät.)

Ketjuuntuminen sekä hankinnan ja logistiikan keskittyminen ovat Suomessa tärkeää päivittäistavarakaupalle. Tämä johtuu siitä, että Suomi on hyvin laaja ja harvaan asuttu maa, jonka takia riittävää logistista tehokkuutta on vaikea saavuttaa ilman suureksi koottuja volyymeja. Tilanne on samanlainen myös muissa Pohjoismaissa. Mikäli kustannustehokkuus olisi heikompi, se tarkoittaisi, että asiakkaat joutuisivat maksamaan tuotteista kalliimpia hintoja ja tyytymään pienempään valikoimaan sekä huonompaan palveluun ja saavutettavuuteen. (Päivittäistavarakauppa ry. Suomen päivittäistavaramarkkinat.)

Suomessa päivittäistavaroiden vähittäiskaupan arvo vuonna 2014 oli 16,7 miljardia euroa. Lukuun lasketaan kaikki yksityiset sekä osuustoiminnalliset elintarvikkeita myyvät myymälät, elintarvikealan erikoismyymälät, kauppahallimyymälät, liikenneasemien ketjulliset myymälät ja halpahintamyymälät. Kioskeja ja torikauppaa ei lasketa lukuun mukaan. (Päivittäistavarakauppa ry. Suomen päivittäistavaramarkkinat.)

2.4 Erikoiskauppa

Erikoiskaupoiksi lasketaan kaikki erikoistavaroita ja niihin liittyviä palveluja tarjoavat vähittäiskaupat. Tällaisia ovat esimerkiksi vaate- ja kenkäkaupat, kodintekniikka- ja fotokaupat, huonekalu- ja sisustuskaupat, kirjakaupat, optikkoliikkeet, terveystuotekaupat, apteekit, kulta- ja kellokaupat, rauta- ja rakennustarvikekaupat sekä muut tietynlaisten kulutushyödykkeiden myyntiin erikoistuneet vähittäiskaupat. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Erikoiskauppa.) Erikoistavaroita voi erikoiskauppojen lisäksi ostaa myös tavarataloista sekä päivittäistavarakaupoista. Ostopaikan ratkaisee kuluttajan tarve. Monille kuluttajille erikoistavaroiden, esimerkiksi vaatteiden ja urheilutarvikkeiden, ostaminen on ikään kuin harrastus ja mukava tapa viettää aikaa. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys. 14.)

Erikoiskaupoissa toiminnan ytiminä ovat korkea asiantuntemus, henkilökohtainen palvelu sekä erikoistunut tuotevalikoima. Tyypillisesti erikoiskaupat sijaitsevat kaupungeissa melko keskeisissä sijainneissa ja ne monesti hakeutuvat lähelle toisiaan, sillä tiiviit palvelukeskittymät ovat parhaiten kuluttajiin vetoavia ostosympäristöjä. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Erikoiskauppa.) Päivittäistavarakauppoihin verrattuna erikoiskaupat eivät itsessään pysty luomaan yhtä suurta asiakasvirtaa, jonka takia ne hakeutuvat mahdollisimman keskeisille paikoille, kuten ostoskeskuksiin, kävelykaduille tai kaupunkien keskustoihin. Poikkeuksia myös löytyy, kuten esimerkiksi huonekaluliikkeet, jotka eivät välttämättä pysty maksamaan toimintansa vaativia suuria tiloja keskusta-alueilla. Myös autokaupat ovat poikkeus, sillä keskustat eivät ole luontevia paikkoja autokaupoille. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys. 14.)

Erikoistavaroiden käyttöikä on pidempi kuin päivittäistavaroilla ja sen takia niitä ostetaan harvemmin ja niiden hankinnassa käytetään enemmän harkintaa. Kuluttaja saattaa käydä päivittäistavarakaupassa helposti neljä kertaa viikossa, kun taas erikoistavarakaupassa saatetaan käydä vain neljä kertaa vuodessa. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys. 14.)

Valtaosa kaikista vähittäiskaupan yrityksistä on erikoiskauppoja. Niiden koko vaihtelee pienistä yksityisyrityksistä isoihin valtakunnallisiin ketjuihin. Erikoiskaupan alalla vähittäiskaupan kansainvälistyminen alkoikin jo 1980-luvulla. Osa erikoiskaupan myymälöistä on erilaisia franchising-ketjuja, osa yksityisomisteisia monimyymäläyrityksiä ja osa erilaisten itsenäisten yritysten muodostamia ns. vapaaehtoisia ketjuja, joiden tarkoituksena on pääasiassa harjoittaa markkinointi- ja ostoyhteistyötä. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Erikoiskauppa.)

Liikevaihto erikoiskaupassa vuonna 2015 oli noin 16 miljardia euroa ja siinä on mukana myös apteekkien sekä ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskaupan myynti. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Erikoiskauppa.) Painopiste erikoiskauppojen liikevaihdolle on Etelä-Suomessa, josta löytyy myös maan suurimmat kaupungit. Painopisteitä löytyy Etelä-Suomen lisäksi myös esimerkiksi Oulun, Jyväskylän, Kuopion, Joensuun ja muiden isojen kaupunkien ympäristöissä. Kaikkein pienintä erikoiskaupan liikevaihto on Lapissa, Kainuussa, Pohjois-Pohjanmaan itäosissa sekä Pohjois-Karjalassa. Näillä alueilla erikoistavaratalot ovat vallanneet markkinoita erikoisliikkeiltä, sillä niille ei pysty eikä kannata rakentaa monipuolista erikoiskauppojen verkkoa. (Santasalo, Koskela. 83.)

2.5 Tekninen kauppa

Tekninen kauppa on pääasiassa erilaisten teollisuuden tarvitsemien tuotteiden, kuten raaka-aineiden, komponenttien, koneiden, osien, järjestelmien ja muiden tarvikkeiden maahantuontia ja myyntiä, sekä niihin liittyvien ratkaisujen ja palveluiden toimittamista. Näiden lisäksi tekninen kauppa vie suomalaisia teollisuuden tuotteita ulkomaille. Myös kuluttajatuotteiden, kuten moottoripyörien, puutarhan ja metsänhoidon pienkoneiden, maastoajoneuvojen, akkujen ja paristojen, maahantuonti kuuluu tekniseen kauppaan. Tuotteiden lisäksi tekninen kauppa tuo maahan myös kansainvälistä osaamista. Osaamisen avulla yritykset pystyvät kehittämään asiakkaidensa tehokkuutta sekä tuotteita, joka taas omalta osaltaan edesauttaa kilpailukyvyn kehittymistä. Tekninen kauppa onkin yksi keskeisistä tekijöistä teollisuuden ja kilpailukyvyn kehittäjänä. Se ylläpitää teollisuudelle välttämättömien tuotteiden saatavuutta sekä varmistaa niiden laatua. (Teknisen Kaupan Liitto. Toimiala.)

Teknisen kaupan asiakkaisiin kuuluvat kaikki teollisuuden toimialat, rakentaminen, julkinen sektori sekä vähittäiskauppa Suomessa sekä Suomen lähialueilla. Kaikkein keskeisimpiä teollisuusasiakkaita ovat esimerkiksi teknologiateollisuus, metsäteollisuus, rakennusteollisuus, kemianteollisuus sekä kaivosteollisuus. (Kaupan Liitto. Tietoa kaupasta/Tekninen kauppa.)

3 Sähköinen kaupankäynti

Sähköinen kaupankäynti on tietoverkoissa käytävää kauppaa. Sähköisessä kaupassa myytävät tuotteet ja palvelut jaetaan verkon kautta toimitettaviin ja sellaisiin, joissa verkko on ainoastaan osa toimitusketjua. (Oulun Kauppaoppilaitos 2017.) Verkon kautta toimitettavia tuotteita ovat esimerkiksi erilaiset ääni- ja kuvatiedostot, kuten musiikki ja elokuvat. Fyysisten tuotteiden, kuten vaatteiden, kohdalla verkko on ainoastaan yksi osa sen toimitusketjua. (Santasalo, Koskela. 142.)

Suurimmat ongelmat tietoverkoissa käytävässä kaupassa ovat tietoverkkojen uutuus sekä niissä käytävän kaupan kansainvälisyys. Tietoverkkojen uutuuden takia tietyt pelisäännöt puuttuvat kokonaan ja sen takia varsinkin tietoverkkojen synnyttämissä uudenlaisissa tilanteissa on epäselvää, miten lainsäädäntöä sovelletaan. Tietoverkkokaupankäynnin kansainvälisyyden ongelmana taas on se, että aina ei tiedetä, minkä maan lainsäädäntöä pitää soveltaa. (Oulun Kauppaoppilaitos 2017.)

Teknologia on vaikuttanut kaupankäyntiin muutenkin kuin vain sähköisen kaupan kautta. Yhtenä hyvänä esimerkkinä voidaan mainita viivakoodit ja EAN-koodit, joiden avulla tuotteet saadaan luettua kassapäätteillä nopeasti ja virheettömästi. Toinen hyvä esimerkki on pankki- ja luottokortit, joista ainakin toisen lähes jokainen omistaa. Lisäksi monen kaupan tuotevalvonnassa käytetään tuotteeseen kiinnitettävää tunnistetta, joka alkaa hälyttää kaupasta poistumisen yhteydessä, mikäli tuotetta ei ole maksettu tai sen tunnistetta ei ole poistettu tai deaktivoitu. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys. 24-25.)

Kun nykyisin käytettävät skannausjärjestelmät ja kassapisteet tulivat käyttöön 80-luvulla, vähittäiskaupat seurasivat niillä lähinnä sitä, mitä kaikkea on myyty ja kuinka paljon, mitä kaikkia tuotteita on vielä hyllyssä ja kuinka paljon, sekä kuinka paljon rahaa on otettu vastaan. Nykyisin huomio on siirtynyt enemmän asioista ihmisiin. Asiakkaita seurataan kun he astuvat kauppaan sisään ja heidän ostokäyttäytymistään seurataan esimerkiksi etukorttien avulla. Asiakkaille myös tarjotaan teknologiaa, jonka avulla he voivat itse seurata omia ostoksiaan ja monet kaupat antavat asiakkailleen tarjouksia liittyen heidän ostokäyttäytymiseensä. (Kent, Omar. 464.)

Yleisin syy vähittäiskauppojen teknologiajärjestelmien käyttöön on varastosaldon seuraaminen sekä sen hallinnointi. Nykyiset tietokonejärjestelmät tarjoavat myös enemmän kuin pelkän automaattisen varastosaldojärjestelmän. Perusdataa voidaan muokata siten, että sieltä nostetaan esiin hitaasti myyvät tuotteet sekä ns. tähtituotteet,

joita myydään paljon ja joilla on hyvä kate. Lisäksi järjestelmästä saa tiedot tulevista tilauksista. (Kent, Omar. 469.)

Tulevaisuuden kauppa kasvaa koko ajan kohti digitaalista kauppaa ja hyvä esimerkki siitä on verkkokauppa, joka on kasvanut todella nopeasti ja jatkaa kasvuaan. Varsinkin helposti toimitettavien erikoistavaroiden kauppa sekä palveluiden kauppa on saanut erityisen paljon jalansijaa verkkokaupasta. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 23.)

3.1 Verkkokauppa

Verkkokauppa tarkoittaa internetin kautta käytävää kauppaa. Jotkut käyttävät myös siitä termiä sähköinen kauppa, mutta todellisuudessa sähköinen kauppa on verkkokauppaa laajempi käsite ja se pitää sisällään muunkin kuin internetin välityksellä käytävän kaupan. Verkkokaupan onnistumiseen tarvitaan kolmea keskeistä tekijää. Ensimmäinen asia on verkkokaupan kuluttajalle näkyvä osa eli se näkymä, minkä kuluttaja näkee kännykän tai tietokoneen ruudulla. Palvelun tarjoaja voi päättää itse, millä tarkkuudella kuluttajalle näkyvät verkkokaupassa esimerkiksi tuote-esittelyt, ominaisuudet, hintatiedot, kauppaehdot sekä toimitukseen liittyvät asiat. Parasta kuluttajalle kuitenkin on, että nämä kaikki asiat ovat mahdollisimman tarkkoja ja selkeästi esillä. Verkkokaupan hyvä puoli on se, että valikoimaa voidaan pitää laveana, sillä tuotteita ei tarvitse varastoida kuluttajan ulottuville. Tuotteiden haku on myös useassa verkkokaupassa helppoa hyvän järjestyksen ja hakuominaisuuden ansiosta. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 23-24.)

Toinen keskeinen tekijä verkkokaupassa on logistiikka. Kaikkein parhaimmat edellytykset verkkokaupan logistiikan osalta on silloin, jos tuotteet ovat luonteeltaan sellaisia, että ne eivät vaadi lainkaan logistisia toimenpiteitä, esimerkiksi kuljetusta asiakkaan kotiosoitteeseen tai lähimpään Postin toimipisteeseen. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi pankkipalvelut, suoraan internetistä ladattavat elokuvat ja musiikkitallenteet sekä osa pääsy- ja matkalipuista. Verkkokaupan edellytykset ovat myös hyvät sellaisissa tapauksissa, joissa tuote on helposti lähetettävissä. Helposti lähetettäviä tuotteita ovat esimerkiksi äänitteet, kirjat ja kuvamateriaalit. Kaikkein haasteellisinta logistiikka on elintarvikekaupassa, sillä silloin pitää logistiikassa ottaa erityisesti huomioon tuotteiden säilyminen ja niiden vaatima kuljetustila. Mikäli logistiikka ei onnistu tai sen kulut kasvavat liian suuriksi, ei verkkokauppakaan voi onnistua. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 24.)

Kolmas verkkokaupan keskeisistä tekijöistä on maksuliikenne. Pankkien suosituksena on, että verkkokaupan maksut suoritetaan käyttämällä pankkien omia turvajärjestelmiä. Joistakin verkkokaupoista pankit varoittavat perustellusti, että niille ei kannata antaa omia pankki- tai luottotietojaan. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 24.)

Verkkokaupan suurin tuoteryhmä on matkailu ja se kattaa noin kolmanneksen verkkokaupan arvosta. Matkailuun liittyviä tuotteita ja palveluita ovat esimerkiksi hotellivaraukset sekä juna- ja lentoliput. Matkailun jälkeen seuraavaksi suurin tuoteryhmä on elektroniikka ja tietotekniikka sekä pukeutuminen. Myös veneitä ja niiden tarvikkeita sekä moottoriajoneuvoja ostetaan hyvin paljon verkkokaupasta. Kaikkein pienin osuus verkkokaupan myynnistä on päivittäistavarakaupan tuotteilla sekä alkoholilla. Niiden osuus verkkokaupasta vuonna 2013 oli alle kolme prosenttia. (Santasalo, Koskela. 144.)

Yritysnäkökulmasta verkkokaupan suurimmat edut ovat laaja potentiaalinen asiakaskunta sekä edullinen kustannusrakenne. Siitä huolimatta verkkokauppojen pitää pystyä erottautumaan kilpailijoistaan, samalla tavalla kuin perinteisessä kaupassakin. Asiakasnäkökulmasta verkkokaupan etuja ovat esimerkiksi ajan ja vaivan säästö sekä helpompi hintavertailu. Monesti asiakkaat tekevätkin ostoksensa verkossa edullisempien hintojen takia. (Santasalo, Koskela. 146.)

Verkkokauppaa käytetään monesti myös jossain vaiheessa ostoprosessia ja myymälän rinnalla. Osa asiakkaista tutustuu tuotteisiin verkossa ja ostaa sen myöhemmin perinteisestä myymälästä. Osa taas tutustuu tuotteisiin perinteisessä myymälässä ja tekevät ostoksensa verkkokaupassa. (Santasalo, Koskela. 146.)

Fyysinen jakelu verkkokaupassa hoidetaan yleensä Postin tai muun jakeluyrityksen kautta. Verkkokaupasta on mahdollista ostaa myös esimerkiksi matka- ja pääsylippuja, musiikkikappaleita, elokuvia sekä sähköisiä kirjoja. Niiden jakelu hoidetaan usein verkon kautta. Monissa verkkokaupoissa on mahdollista noutaa tuotteet myös saman yrityksen myymälästä. Lisäksi monissa päivittäistavarakaupoissa ja kioskeissa tarjotaan yleistä verkkokaupan noutopistepalvelua. Näistä hyvänä esimerkkinä toimii matka- sekä pääsyliput. (Santasalo, Koskela. 142.)

Verkkokauppa kasvaa jatkuvasti ja sen takia monet ovat sitä mieltä, että verkkokauppa tulee ennen pitkää syrjäyttämään kokonaan perinteisen myymälän. Tällä hetkellä perinteisen myymälämyynnin osuus kaupasta on kuitenkin vielä niin merkittävä, että menee vielä vuosikymmeniä ennen kuin verkkokaupan osuus on edes puolet koko vähittäiskaupasta. Pitää kuitenkin ymmärtää, että verkkokauppa ja perinteinen kauppa eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan ne toimivat parhaiten rinta rinnan. Menestyvän vähittäiskaupan pitää pystyä toimimaan sekä verkkokaupassa, että kivijalassa. Tuotekohtaiset erot ovat kuitenkin suuria ja osa tuotteista ovat sellaisia, että niiden myynti tapahtuu lähes kokonaan myymälän kautta ja osa tuotteista ja palveluista ovat sellaisia,

että niiden ostaminen verkosta on paljon luontevampaa. Lisäksi osa asiakkaista käyttää mieluummin perinteistä myymälää pelkän elämyksen ja tunnelman takia. (Santasalo, Koskela. 146.)

3.2 Tukkukaupan verkkokauppa

Sähköiseen kauppaan kuuluu kuluttajien käyttämän verkkokaupan lisäksi myös tukkukaupan piirissä käytävä verkkokauppa. Vähittäiskaupan tukun tilauksia on välitetty erilaisten modeemien kautta tavarantoimittajille jo 1970-luvulta asti. Erilaisia malleja on edelleen käytössä sekä päivittäistavarakaupoissa, että myös muilla toimialoilla. Nykyisin tilausjärjestelmiä on automatisoitu tai puolittain automatisoitu päivittäistavarakaupoissa, mikä tarkoittaa sitä, että tilaukset sekä kuormakirjat kulkevat enenevissä määrin sähköistä kautta. Myös kuormien sekä ajoreittien suunnittelu tehdään tietokoneilla. (Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 24.)

4 Itsepalvelukassat

Itsepalvelukassojen keksijä oli nimeltään David R. Humble. Hän sai ensimmäisen ajatuksen itsepalvelukassoista seisoessaan ruokakaupan pitkässä jonossa Etelä-Floridassa vuonna 1984. Edellä oleva asiakas hermostui kassatyöntekijän hitauteen ja alkoi skannata itse ostoksiaan laitteen läpi. Samalla Humble sai idean kassalaitteesta, josta asiakas skannaisi tuotteet ja rahastaisi itse itsensä. Humble esitti idean esimiehelleen Sensormatic Electronics Corporationilla (nykyisin Sensormatic) ja alkoi kehitellä erilaisia prototyyppejä itsepalvelukassoista. Seuraavan kolmenkymmenen vuoden aikana itsepalvelukassat kehittyivät yksinkertaisesta ideasta kaupan alan kuumimmaksi teknologiseksi innovaatioksi. (LPM Insider 2006.) Vuoteen 2013 mennessä itsepalvelukassoja oli yli 200 tuhatta ympäri maailmaa ja luvun ennustetaan nousevan 325 tuhanteen vuoteen 2021 mennessä. (BBC Future 2017.)

4.1 Itsepalvelukassojen vastaanotto

Itsepalvelukassat ovat hyödyllisiä erityisesti kauppojen näkökulmasta. Kun asiakkaat tekevät itse kaiken työn, se pienentää henkilöstökuluja. Tämä on tietenkin sillä edellytyksellä, että tarpeeksi moni asiakas käyttäisi itsepalvelukassoja, jolloin tavallisia linjakassoja ei tarvittaisi niin montaa. Yksi esimerkki kulujen pienenemisestä on lentokenttien terminaalit. Kun terminaalien toiminnot (lähtöselvitys, matkatavarat yms.) hoidetaan itsepalveluna, kulut ovat noin 14 senttiä per asiakas. Miehitetyillä tiskeillä kulut ovat noin 3 dollaria per asiakas. (BBC Future 2017.)

Kuluttajien kokema hyöty sen sijaan on pienempi kuin yritysten kokema hyöty. Itsepalvelukassat tietysti vähentävät jonotusaikaa esimerkiksi silloin, kun kaupassa on vaikka viisi itsepalvelukassaa ja yksi tavallinen linjakassa. Mutta jos viiden itsepalvelukassan sijasta olisikin viisi tavallista kassaa, asioiminen sujuisi paljon nopeammin. Ajallisesti yksi linjakassa on paljon tehokkaampi kuin yksi itsepalvelukassa. (BBC Future 2017.)

Tutkimusten mukaan itsepalvelukassat ovat varsinkin vanhemmille asiakkaille vieraita, joskus jopa pelottavia. Anchorin tekemän tutkimuksen mukaan yksi neljästä vanhuksesta pitää itsepalvelukassoja pelottavina ja epäystävällisinä. Monet myös kokevat kaupassa käymisen epämiellyttävämpänä, jos he eivät saa henkilökohtaista ihmiskontaktia kassoilla. Tutkimukseen vastanneista yksi kolmesta, eli noin 35 prosenttia, eivät pitäneet ajatuksesta, että asiakaspalvelijat korvattaisiin koneilla. (DailyMail 2017.)

Lisätäkseen itsepalvelukassojen suosiota osa kaupoista on investoinut erilaisiin strategisiin muutoksiin, jotka tekevät ostokokemuksesta miellyttävämmän. Yksi suosituimmista tavoista on sijoittaa itsepalvelukassat lähemmäksi uloskäyntiä, jolloin niillä asiointi voi vaikuttaa nopeammalta. Itsepalvelukassojen puheäänen vaihtaminen on toinen tapa vaikuttaa niiden käyttökokemukseen. Esimerkiksi brittiläinen päivittäistavarakauppa Tesco on joutunut vaihtamaan itsepalvelukassojen ääntä, sillä monet asiakkaat pitivät kassojen ääntä ärsyttävänä ja pomottavana. (BBC Future 2017.)

4.2 Itsepalvelukassojen riskit

Itsepalvelukassojen suurin riski on myymälävarkauksien lisääntyminen. Varastaminen itsepalvelukassoilla on helpompaa kuin tavallisella kassalla varastaminen, ja siksi jopa rehellisemmätkin asiakkaat voivat tilaisuuden tullessa jättää tahallaan muutaman tuotteen lukematta kassalla. Tutkimusten mukaan esimerkiksi Britanniassa jopa yksi neljästä kuluttajasta on myöntänyt varastaneensa tai huijanneensa itsepalvelukassoilla. Kaikkein varastetuimmat tuoteryhmät ovat hygieniatarvikkeet, maitotuotteet sekä hedelmät ja vihannekset. Myös muovikassit jätetään usein maksamatta. Osa asiakkaista ei välttämättä jätä kokonaan maksamatta joitakin tuotteita, vaan punnitsevat esimerkiksi hedelmät ja vihannekset halvemmalla hinnalla. Kaksi kolmesta varkauteen syyllistyneestä kuluttajasta sanoivat varastaneensa siksi, että itsepalvelukassat eivät pystyneet lukemaan tuotteen viivakoodia kunnolla tai eivät muuten toimineet niin kuin pitäisi. Loput tutkimukseen vastanneista sanoivat varastaneensa muista syistä (helppous, tarve jne.) ja osa vain puhtaasti unohti maksaa ostoksensa ja muistivat asian vasta kotona. (Metro 2017.)

Yksi huomattava varkaustapaus tapahtui Australian Queenslandissa, kun australialaisnainen Kylie Milner tulosti 50 senttiä maksavien nuudelipakkausten viivakoodeja ja liimasi niitä kaupassa muihin tuotteisiin. Milner käytti huijausta lähes päivittäin kolmen kuukauden ajan ja onnistui varastamaan muun muassa lihaa, lakanoita ja kahvinkeittimiä. Poliisin arvion mukaan nainen oli huijannut kaupoilta useiden tuhansien eurojen arvosta tuotteita. Milner jäi kiinni lopulta, kun myymälöiden henkilökunta huomasi naisen hermostuneisuuden aina itsepalvelukassoja käytettäessä. (Iltalehti 2017.)

Australialainen startup-yritys Tiliter Technology on kehittänyt uudenlaisen, varkauksia estävän laitteen, jolla tuotteet skannataan itsepalvelukassoilla. Laite tunnistaa tuotteen kameran avulla automaattisesti jopa ilman viivakoodia ja lisää tuotteen kassapäätteelle. Kamera on niin tarkka, että se pystyy tunnistamaan jopa samanväriset, mutta eri lajiketta olevat omenat toisistaan. Myös kuluttajat itse hyötyvät tästä uudesta keksinnöstä, sillä monet asiakkaat kokevat viivakoodien etsimisen tuotteista aikaa vievänä. Monissa

kaupoissa on käytössä myös listat esimerkiksi hedelmistä ja vihanneksista, joista asiakkaat selaavat tuotteen, jota ovat ostamassa. Tiliter Technologyn keksinnön avulla listoja tai viivakoodeja ei enää tarvita, sillä tuotteiden lisääminen kuitille kameran avulla onnistuu vaivattomammin. (News.com.au 2018.)

4.3 Itsepalvelukassat Suomessa

Ikea otti Suomen ensimmäiset itsepalvelukassat käyttöön vuonna 2008 Espoossa. (Iltalehti 2008.) Ensimmäiset päivittäistavarakaupan itsepalvelukassat taas lanseerattiin kesällä 2012 S-ryhmän toimesta Helsingin Vallilan S-marketiin. (Aamulehti 2017.) Myös Kesko teki ensimmäiset itsepalvelukassakokeilunsa saman vuoden marraskuussa Lahden K-citymarketissa. (Kesko 2012.) Silloin ne eivät saaneet tarpeeksi suosiota, joten ne otettiin lopulta pois käytöstä. Seuraavan kerran Kesko avasi itsepalvelukassat vuonna 2016 Helsingin Postitalon K-supermarketiin, josta ne lähtivät leviämään tasaisesti ympäri Suomea. (Helsingin Uutiset 2016.) Kesäkuussa 2017 itsepalvelukassoja löytyi Keskolta jopa 83 kappaletta ja S-ryhmältä 38 kappaletta ja määrät kasvavat jatkuvasti. Suurin osa itsepalvelukassoista löytyy suurista marketeista. Pienempiin kauppoihin niitä ei ole taloudellisesti kannattavaa asentaa. (Taloussanomat 2017.)

Kuluttajat ovat suhtautuneet itsepalvelukassoihin positiivisesti. Monet mieltävät itsepalvelukassat pikakassoiksi, joihin tullaan pienempien ostosten kanssa ja sitä kautta päästään nopeammin ulos kaupasta myös ruuhka-aikoina. (Aamulehti 2017.) Monet pitävät myös siitä, että itsepalvelukassoilla voi asioida rauhassa ilman, että seuraava asiakas on hengittämässä niskaan. Itsepalvelukassoja on yhdessä kaupassa yleensä noin neljästä viiteen, joka mahdollistaa jonon nopean liikkumisen. (Yle Uutiset 2017.)

Vaikka itsepalvelukassojen suosio kasvaa koko ajan, ei tavallisia palvelukassoja aiota silti poistaa kokonaan, sillä niillä on omat vahvuutensa. Mikäli asiakkaalla on esimerkiksi ostoskärry täynnä tuotteita, on palvelukassan käyttäminen paljon nopeampaa ja helpompaa. (Aamulehti 2017.) Palvelukassan hyvä puoli on myös se, että siinä voi maksaa käteisellä. Suomen itsepalvelukassoilla maksaminen onnistuu ainoastaan kortilla. (Taloussanomat 2017.)

Kaupan liitto arvioi, että tulevaisuudessa ihmiskassat tulevat vähenemään ja itsepalvelukassat lisääntymään. (Yle Uutiset 2017.) Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kassoilla ei tule olemaan henkilökuntaa, sillä itsepalvelukassat vaativat jatkuvaa valvontaa jo pelkästään alkoholin ikärajojen takia. Henkilökunta myös opastaa tarvittaessa itsepalvelukassan käytön kanssa ja valvoo, että ostostapahtuma tapahtuu sujuvasti ja

turvallisesti. Kaupan liiton tekemän yrityskyselyn mukaan itsepalvelukassat eivät ole ainakaan toistaiseksi vähentäneet henkilökunnan määrää. (Taloussanomat 2017.)

5 Tutkimuksen suunnitelma ja toteutus

Tässä luvussa kerrotaan tutkimuksen kohteesta sekä käydään läpi tutkimuksen vaiheet, aikataulu sekä tutkimuksen menetelmätapa. Lisäksi käydään läpi aineiston käsittelytapa sekä pohditaan, onko aineisto riittävän laaja ja kattava.

5.1 Kohde

Tutkimuksen kohteena on toimeksiantoyrityksen eli K-supermarket Masin asiakkaat. Aineistoa kerätään sekä itsepalvelukassoja että linjakassoja käyttäneiltä asiakkailta. Itsepalvelukassoja käyttäneiltä asiakkailta kysytään, mitä mieltä he olivat itsepalvelukassojen toimivuudesta ja samalla pyydetään asiakkaita kertomaan mahdollisia kehitysehdotuksia. Linjakassoja käyttäneiltä asiakkailta kysytään, miksi he eivät käyttäneet itsepalvelukassoja ja mikä heidät saisi käyttämään niitä.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millä tavalla itsepalvelukassojen käyttöastetta saataisiin nostettua. Tätä varten pitää selvittää, miksi asiakkaat valitsevat linjakassan itsepalvelukassan sijaan ja millä tavoin itsepalvelukassoja voisi kehittää.

5.2 Menetelmävalinnat

Tutkimuksen toteutusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus yhdistettynä pieneen määrään kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusta. Tutkimuksen kohderyhmä oli K-supermarket Masin asiakkaat.

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käytetään silloin, kun halutaan selvittää lukumääriin sekä prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Määrällisen tutkimuksen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Aineiston keruuseen käytetään kyselylomaketta, johon on listattu valmiit vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2014.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen avulla voidaan tutkia syvällisemmin tutkimuskohdetta, kuten käyttäytymistä sekä päätösten syitä. Koska laadullisen tutkimuksen päätavoitteena on määrien selvittämisen sijaan kohteen ymmärtäminen, se yleensä rajoitetaan hyvin pieneen tutkittavien määrään. Tutkimuksen aineistoa kerätään usein syvähaastattelujen sekä ryhmäkeskustelujen avulla. (Heikkilä 2014.)

Tutkimus oli aluksi tarkoitus toteuttaa ainoastaan määrällisenä tutkimuksena, mutta kyselylomakkeita laatiessa todettiin, että mukaan kannattaa laittaa myös muutama avoin kysymys. Yksi asia, jota on haastavaa toteuttaa määrällisessä tutkimuksessa, on

mahdollisten kehityskohteiden listaaminen, sillä ne voivat olla lähes mitä vain. Tämän takia molempiin kyselylomakkeisiin sisällytettiin myös yhdet avoimet kysymykset sekä avoimia vastausvaihtoehtoja.

5.3 Aineisto ja käytetyt analyysit

Aineisto kerättiin vuoden 2017 kesällä. Kyselylomakkeita tehtiin kaksi erilaista, joista toinen oli tarkoitettu itsepalvelukassoja käyttäneille asiakkaille ja toinen linjakassoja käyttäneille asiakkaille. Itsepalvelukassoja käyttäneiltä asiakkailta kysyttiin esimerkiksi sitä, miksi he valitsivat itsepalvelukassan ja miten asioiminen sujui. Lisäksi asiakkaita pyydettiin kertomaan mahdolliset kehitysehdotukset itsepalvelukassoista.

Linjakassoilla asioineilta asiakkailta kysyttiin sitä, miksi he eivät käyttäneet itsepalvelukassaa ja ovatko he käyttäneet itsepalvelukassoja aikaisemmin K-supermarket Masissa tai muissa ruokakaupoissa. Lisäksi kyselyn lopussa pyydettiin kertomaan, mikä heidät saisi käyttämään itsepalvelukassoja tulevaisuudessa.

Aineistoa kerättiin kahtena eri päivänä ja yhteensä vastauksia saatiin 101:ltä eri asiakkaalta, joista 52 oli linjakassoja ja 49 itsepalvelukassoja käyttäneitä asiakkaita. Aineistoa analysoitiin Exceliä apuna käyttäen.

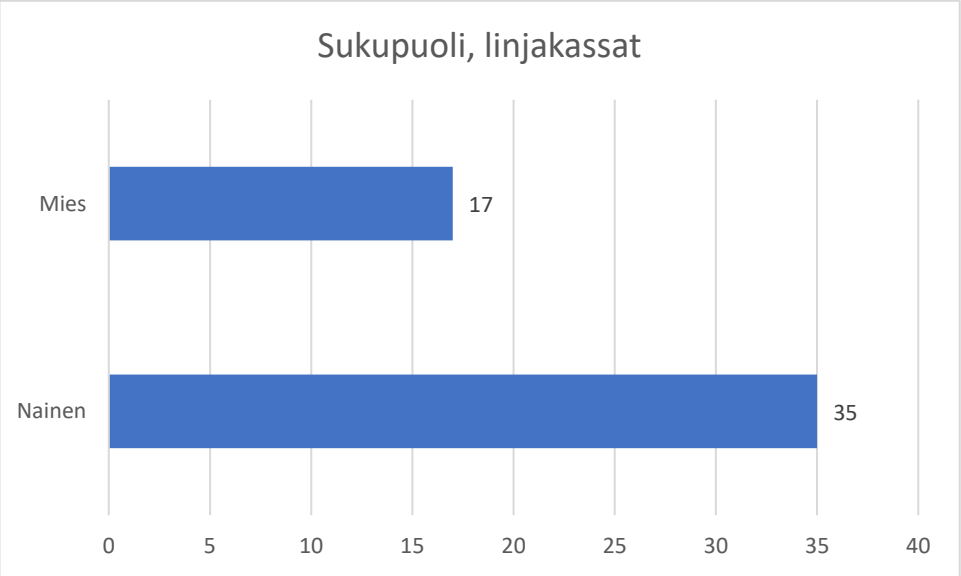
Tutkimuksessa käytetyt kyselylomakkeet löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä.

6 Itsepalvelukassojen käyttöön vaikuttavat tekijät

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön tutkimustuloksista. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, johon oli sovellettu myös jonkin verran kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millä tavoin itsepalvelukassojen käyttöastetta olisi mahdollista nostaa. Tähän vastatakseen pitää selvittää, miksi asiakas valitsee linjakassan itsepalvelukassan sijaan ja millä tavoin itsepalvelukassoja voitaisiin kehittää.

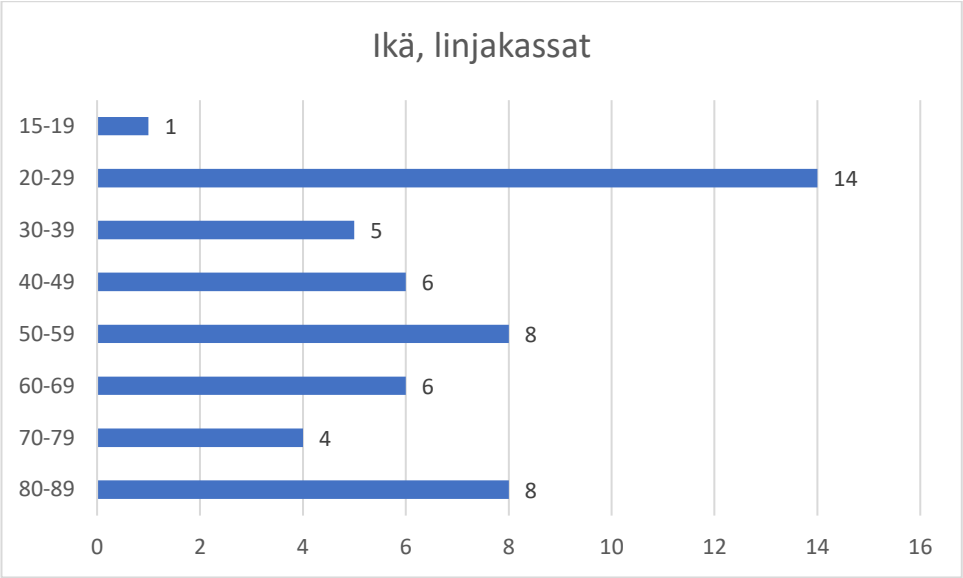
Kysymyslomakkeita oli kaksi erilaista, joista toinen oli suunnattu linjakassoja käyttäneille asiakkaille ja toinen itsepalvelukassoja käyttäneille asiakkaille. Linjakassoja käyttäneiltä asiakkailta kysyttiin, miksi he eivät valinneet itsepalvelukassaa ja mikä heidät saisi käyttämään itsepalvelukassoja useammin. Itsepalvelukassoja käyttäneiltä asiakkailta kysyttiin esimerkiksi, miten asiointi itsepalvelukassoilla sujui ja miten kassoja voitaisiin kehittää.

Alla olevasta kuviosta 1 näkee linjakassojen käyttäjien sukupuolijakauman. Kuviosta käy ilmi, että 67 prosenttia vastaajista oli naisia ja 33 prosenttia miehiä. Valtaosa vastaajista on siis ollut naisia. Yhteensä vastaajia oli 52 kappaletta.



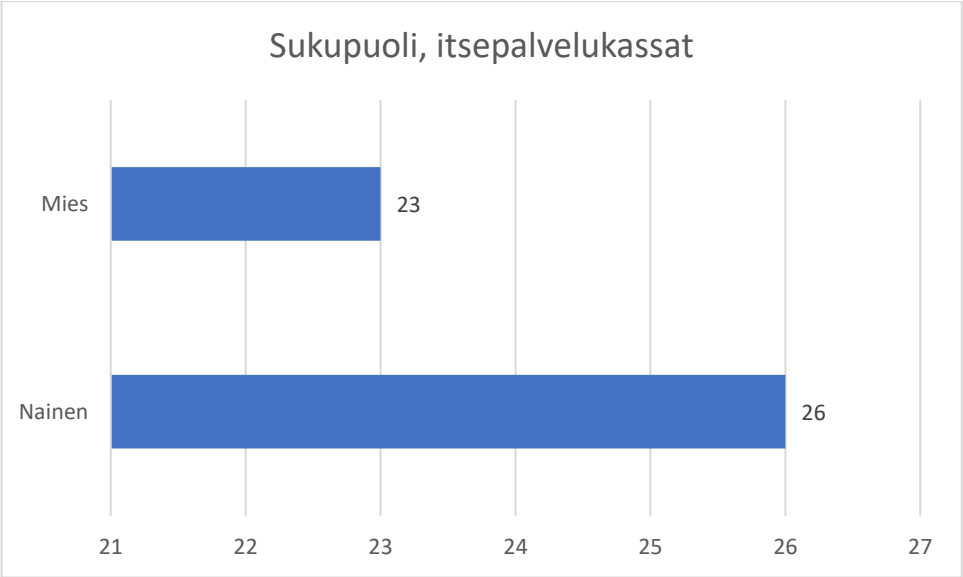
Kuvio 1. Linjakassojen käyttäjien sukupuolijakauma (n = 52)

Kuviosta 2 käy ilmi linjakassoja käyttäneiden asiakkaiden ikäjakauma. Kaikista ikäryhmistä saatiin vastauksia, mutta selkeästi suurin osa vastaajista sijoittui 20-29 vuoden ikähaarukkaan. Vain yksi vastaaja oli alle 20-vuotias.



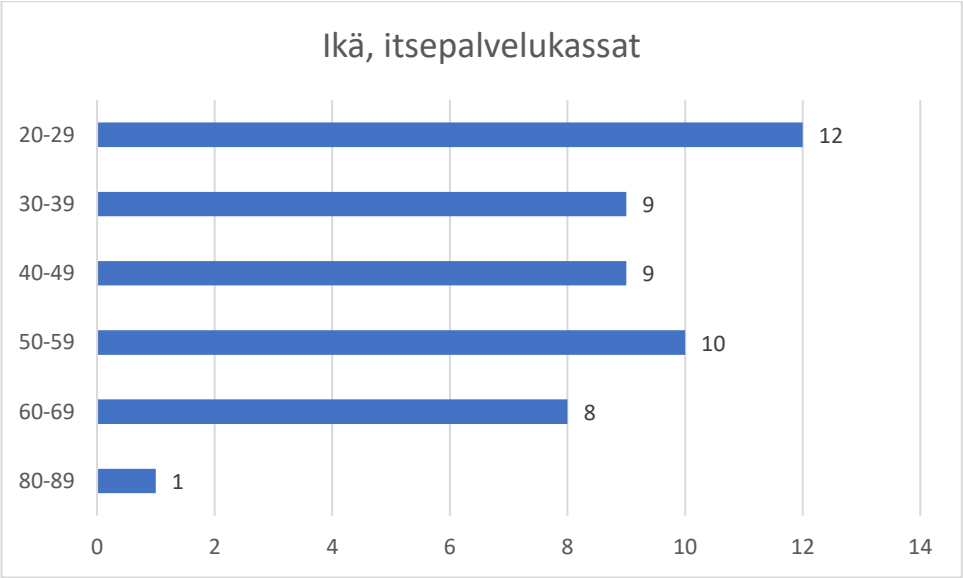
Kuvio 2. Linjakassoja käyttäneiden asiakkaiden ikäjakauma (n = 52)

Alla olevassa kuviossa 3 esitetään itsepalvelukassoja käyttäneiden asiakkaiden sukupuolijakauma. Kuviosta käy ilmi, että 53 prosenttia vastanneista oli naisia ja 47 prosenttia miehiä. Jakauma oli siis tasaisempi kuin mitä linjakassoja käyttäneiden asiakkaiden jakauma. Yhteensä itsepalvelukassoja käyttäneitä asiakkaita oli 49 kappaletta.



Kuvio 3. Itsepalvelukassojen käyttäjien sukupuolijakauma (n = 49)

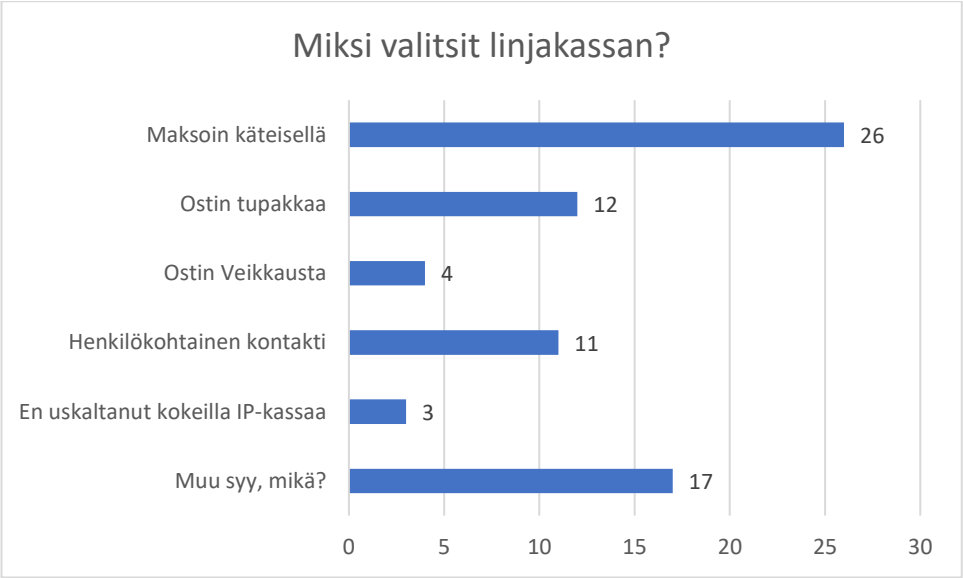
Kuviossa 4 esitetään itsepalvelukassoja käyttäneiden asiakkaiden ikäjakauma. Vastaajien iät olivat melko tasaisesti jakautuneet kaikkiin eri ikähaarukoihin, lukuun ottamatta viimeisintä ikähaarukkaa eli 80-89 vuotta, jossa vastaajia oli ainoastaan yksi kappale. Eniten vastaajia oli ikähaarukassa 20-29 vuotta.



Kuvio 4. Itsepalvelukassoja käyttäneiden asiakkaiden ikäjakauma (n = 49)

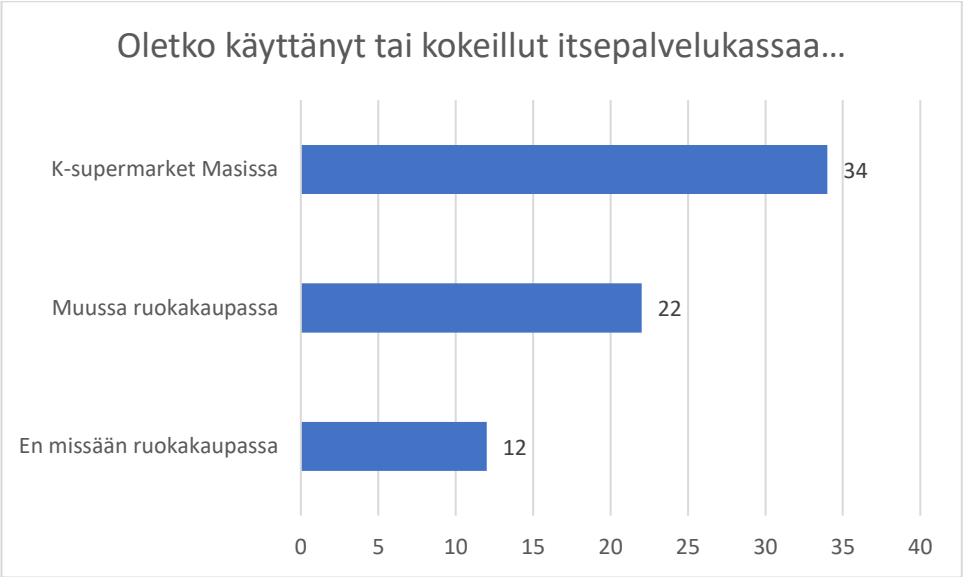
6.1 Linjakassat

Alla olevassa kuviossa 5 kerrotaan, miksi linjakassoja käyttäneet asiakkaat olivat valinneet linjakassan itsepalvelukassan sijaan. Kysymykseen sai valita monta eri vastausvaihtoehtoa. Selkeästi suurin osa vastanneista oli sanonut valinneensa linjakassan sen takia, että he maksoivat ostoksensa käteisellä. Monet olivat valinneet linjakassan myös henkilökohtaisen kontaktin takia tai siksi, että he halusivat ostaa tupakkaa, jota itsepalvelukassalta ei voi ostaa. Vain muutamat valitsivat linjakassan sen takia, että halusivat ostaa Veikkauksen pelejä tai siksi, että he eivät uskaltaneet mennä kokeilemaan itsepalvelukassoja. Vastanneista 17 kappaletta olivat valinneet syyksi jonkun muun, kuin mitä valmiissa vastausvaihtoehdoissa oli sanottu. Muut syyt, joita vastaajat kertoivat olivat muun muassa se, että he eivät olleet varmoja, voiko joitakin tiettyjä tuotteita lukea itsepalvelukassalla (esimerkiksi paistotuotteet, alkoholi, pullokuitit sekä alennustuotteet) ja se, että he kokivat linjakassan helpommaksi. Linjakassat koettiin helpommaksi esimerkiksi silloin, kun asiakkaalla oli suuret ostokset. Osa asiakkaista kertoi myös syyksi sen, että he halusivat palvelua.



Kuvio 5. Miksi asiakas valitsi linjakassan? (n = 52)

Kuviossa 6 kerrotaan, ovatko vastaajat käyttäneet itsepalvelukassoja aikaisemmin K-supermarket Masissa tai muissa ruokakaupoissa. Suurin osa vastaajista oli käyttänyt itsepalvelukassoja joko K-supermarket Masissa, muissa ruokakaupoissa tai sekä että. Vain 12 kappaletta vastaajista sanoivat, että eivät ole koskaan aikaisemmin kokeilleet itsepalvelukassoja missään ruokakaupassa.



Kuvio 6. Onko asiakas käyttänyt ennen itsepalvelukassoja? (n = 52)

Alla oleva kysymys (kuvio 7) kysyttiin ainoastaan niiltä asiakkailta, jotka eivät olleet käyttäneet itsepalvelukassoja K-supermarket Masissa. Vastausvaihtoehtoja sai valita useamman. Iso osa vastaajista kertoi, että eivät ole käyttäneet itsepalvelukassoja siitä syystä, etteivät he osaa käyttää niitä. Muutama vastasi, etteivät ole käyttäneet

itsepalvelukassoja periaatteen vuoksi ja vain yksi sanoi, että ne eivät ole ikinä auki silloin, kun hän käy kaupassa. Suurin osa vastaajista valitsi vastaukseksi muun syyn, kuin mitä vastausvaihtoehdoissa esitettiin. Muiksi syiksi vastaajat kertoivat esimerkiksi käteisen käytön sekä sen, että he usein ostavat vain isommat ostokset, jolloin linjakassa on nopeampi vaihtoehto. Yksi vastaaja kertoi olevansa uusi asiakas K-supermarket Masissa, mutta suunnitteli tulevaisuudessa ainakin kokeilevansa itsepalvelukassoja.

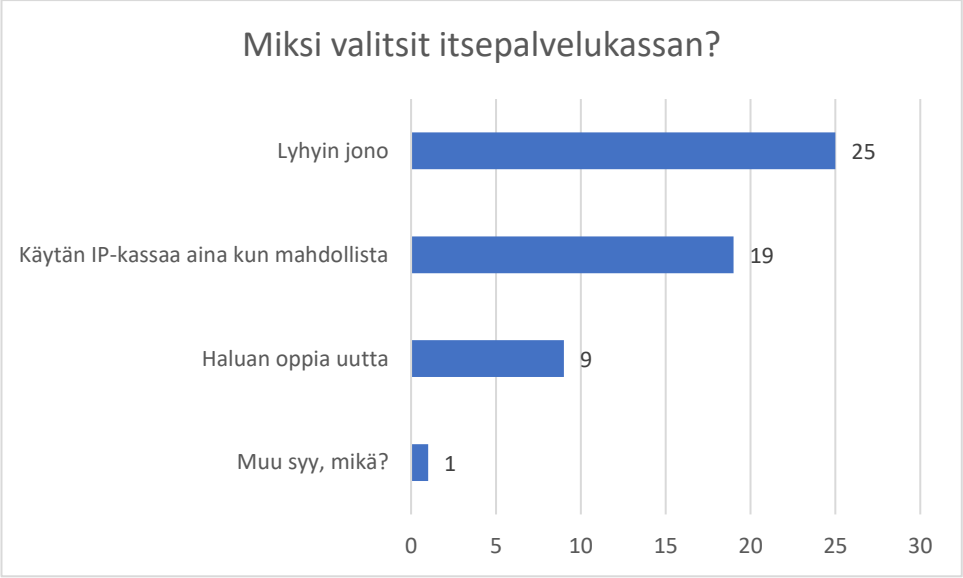
Kuvio 7. Miksi asiakas ei ole käyttänyt Masin itsepalvelukassoja? (n = 18)

Viimeisenä vastaajilta kysyttiin mikä heidät saisi kokeilemaan itsepalvelukassoja tai käyttämään niitä useammin. Suurin osa vastaajista sanoi, että jos he käyttäisivät korttimaksua enemmän, he voisivat siirtyä itsepalvelukassojen käyttäjiksi. Myös pitkät jonot linjakassoilla saisivat monet siirtymään itsepalvelukassalle. Muutamat sanoivat, että he uskaltaisivat tulla kokeilemaan itsepalvelukassoja, jos joku heidän tuttunsa tulisi opastamaan niiden käytössä. Pari vastaajaa ehdotti, että jos itsepalvelukassalta saisi pienen alennuksen, niin he voisivat siirtyä niiden vakituisiksi käyttäjiksi. Kaksi vastaajaa sanoi, että heitä ei saisi millään kokeilemaan itsepalvelukassaa, sillä he arvostavat henkilökohtaista palvelua, jota linjakassalta saa.

6.2 Itsepalvelukassat

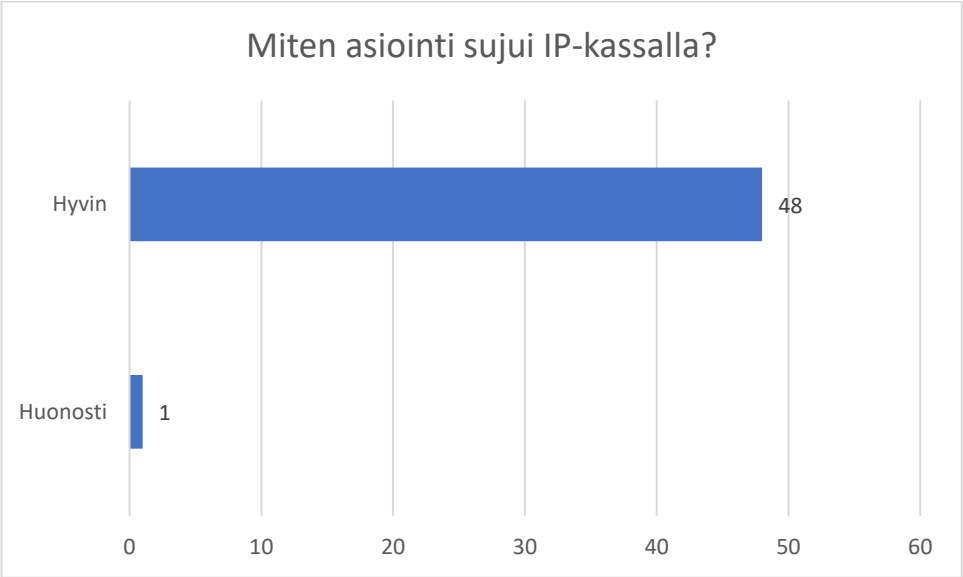
Kuviossa 8 kerrotaan, miksi vastaajat olivat valinneet itsepalvelukassan linjakassojen sijaan. Kyseessä oli monivalintakysymys, eli vastaajat saivat valita monta eri vastausvaihtoehtoa. Selkeästi suurin osa vastasi valinneensa itsepalvelukassan sen lyhyen jonon takia. Hyvin moni myös sanoi käyttävänsä itsepalvelukassaa aina kun vain mahdollista. Muutamat valitsivat itsepalvelukassan, koska halusivat oppia uutta ja vain

yksi valitsi itsepalvelukassan muista syistä. Tämä syy oli, että vastaaja tykkää skannata itse tuotteensa.



Kuvio 8. Miksi asiakas valitsi itsepalvelukassan? (n = 49)

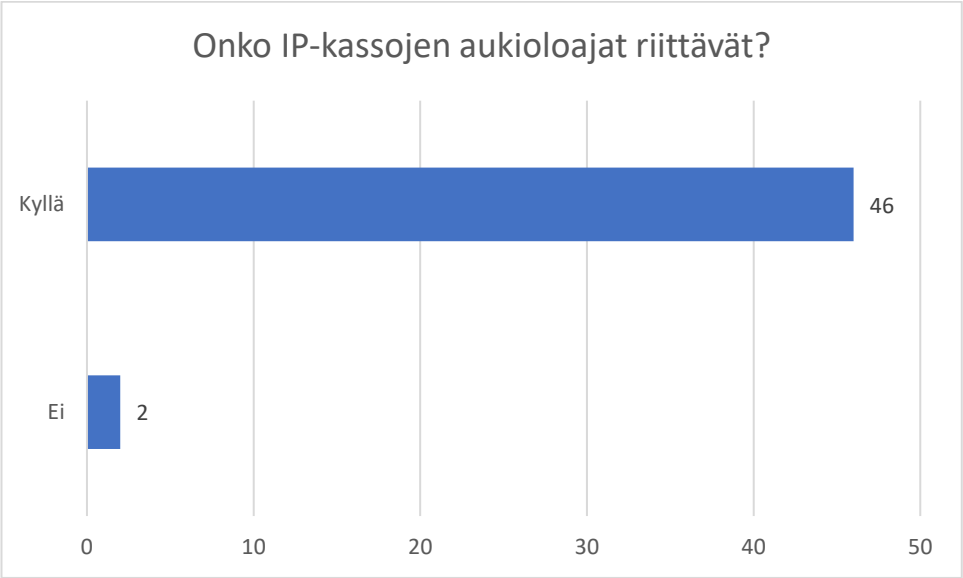
Kuviosta 9 näkee, miten vastaajat olivat kokeneet asioinnin itsepalvelukassalla sujuvan. Kuviosta käy ilmi, että kaikki paitsi yksi vastaaja koki asioinnin sujuneen hyvin. Asiointi oli sujunut yhden vastaajan mielestä huonosti siksi, että hän ei osannut käyttää itsepalvelukassaa kunnolla.



Kuvio 9. Itsepalvelukassalla asiointi (n = 49)

Alla olevassa kuviossa 10 selviää, pitävätkö vastaajat itsepalvelukassojen nykyisiä aukioloaikoja riittävinä. Itsepalvelukassat ovat auki maanantaista lauantaihin kello

yhdestätoista seitsemään ja sunnuntaisin ne ovat kokonaan kiinni. Lähes kaikki vastaajat pitivät aukioloaikoja riittävinä, mutta kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että itsepalvelukassat voisivat olla nykyistä pidempään auki.



Kuvio 10. Itsepalvelukassojen aukioloajat (n = 48)

Lopuksi vastaajia pyydettiin kertomaan kehittämisideoita itsepalvelukassoille. Eniten ehdotuksia tuli koskien kassojen aukioloaikoja. Monien mielestä niiden olisi hyvä olla pidempään auki. Myös erikoistuotteiden, kuten paistotuotteiden, pullokuittien ja alennustuotteiden laittaminen koneelle pitäisi olla mahdollista tehdä itse. Tällä hetkellä vain myyjän on mahdollista laittaa ne koneelle, sillä ne laitetaan pikakoodien kautta, joita asiakkaat eivät voi itse näppäillä.
Muutama vastaaja toivoi mahdollisuutta tupakan ostoon ja yksi vastaaja ehdotti isompia pakkaustasoja, jotta myös isommat ostokset mahtuisivat paremmin tasolle. Kaksi vastaajaa toivoi myös, että itsepalvelukassoja olisi enemmän kuin vain nykyiset neljä kappaletta.

7 Pohdinta

Tässä luvussa pohditaan tutkimuksen tuloksia ja mietitään mahdollisia kehittämis- ja jatkotutkimusehdotuksia. Lisäksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta. Lopussa kirjoittaja arvioi omaa opinnäytetyöprosessiaan ja oppimistaan.

7.1 Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla

Tuloksista selvisi, että moni asiakas on ottanut hyvin vastaan itsepalvelukassat. Ainakin toistaiseksi löytyy silti ihmisiä, jotka eivät suostu siirtymään itsepalvelukassalle, vaikka pystyisivätkin. Tämä voi esimerkiksi johtua siitä, että osa asiakkaista arvostaa henkilökohtaista palvelua niin paljon, että eivät ole valmiita luopumaan siitä edes nopeamman asioinnin takia. Kirjoittaja on huomannut myös työpaikallaan päivittäistavarakaupassa, että osa asiakkaista ei halua käyttää itsepalvelukassoja, koska pelkäävät sen vähentävän työpaikkoja.

Suurimmalla osalla asiakkaista itsepalvelukassojen käytön estää käteisen käyttö tai tupakan osto. Suomessa itsepalvelukassoilla pystyy maksamaan ainoastaan kortilla ja se tuskin tulee muuttumaan, sillä käteisen käyttö maksuvälineenä vähenee koko ajan. Moni linjakassalla asioinut vastaaja kertoi vastauslomaketta täyttäessään käyttävänsä yleensä tai ainakin usein itsepalvelukassaa, mutta olivat joutuneet sillä kertaa menemään linjakassalle esimerkiksi siksi, että he käyttivät sillä kertaa käteistä tai koska he halusivat ostaa tupakkaa.

Muutama asiakas oli vastannut käyttävänsä linjakassaa sen takia, että he eivät osaa käyttää itsepalvelukassaa, eivätkä uskalla kokeilla. Toimiva ratkaisu tähän on se, että asiakkaita yritetään houkutella kokeilemaan itsepalvelukassoja ja heitä opastetaan sen käytön kanssa riittävästi. Kirjoittaja on itse huomannut itsepalvelukassalla työskennellessään, että moni ensimmäistä kertaa kassoja käyttävä on aluksi pyytänyt apua, mutta todennut pian, että koneet ovat sen verran helppokäyttöisiä, että ei niiden käyttöön paljon apua tarvitsekaan.

Tulosten perusteella itsepalvelukassat toimivat jo sellaisenaan todella hyvin, mutta jotakin pientä kehitettävää on silti. Moni vastaaja toivoi, että itsepalvelukassat olisivat auki pidempään ja osa oli sitä mieltä, että ne voisivat olla auki aina silloin kun kauppakin on auki. Myös erikoistuotteiden, kuten paistotuotteiden, pullokuittien sekä alennustuotteiden skannaaminen koneelle pitäisi olla mahdollista asiakkaille, sillä monia ärsytti se, että he joutuivat odottamaan myyjää avuksi kyseisten tuotteiden kanssa. Kirjoittaja on itse sitä

mieltä, että jos asiakas pystyisi skannaamaan itse pullokuitit ja alennustuotteet koneelle, väärinkäytösten riski suurenisi huomattavasti. Pullokuitti olisi esimerkiksi helppo skannata koneelle ja sen jälkeen laittaa takaisin lompakkoon ja käyttää se myöhemmin taas uudelleen. Tällä hetkellä ainoa tapa skannata pullokuitit on se, että myyjä skannaa ne ja ottaa ne samalla itselleen talteen.

Paistotuotteiden skannaamisen mahdollistaminen sen sijaan olisi mahdollista hoitaa. Tällä hetkellä kaupassa on käytössä pikakoodit kaikille paistotuotteille ja myyjä joutuu näppäillä ne koneelle. Asiakas voisi skannata itse paistotuotteet koneelle, jos leipäosastolla olisi oma vaaka, jossa paistotuotteet voisi punnita.

7.2 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkimuksen voisi tehdä tulevaisuudessa hieman laajemmin eli haastattelemalla useampaa asiakasta monena eri päivänä. Opinnäytetyössä on jo mainittu muutamia kehitysehdotuksia itsepalvelukassoille, joita asiakkaat ovat esittäneet. Osa niistä on toteutettavissa, mutta osa ei ole. Tutkimuksen voisi toteuttaa uudestaan, kun kehitysehdotukset on käyty läpi ja toteutettu.

7.3 Tutkimuksen luotettavuus

Määrällisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa keskeisiä käsitteitä ovat validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen kykyä mitata sitä asiaa tai ominaisuutta, jota sen on tarkoitus mitata. Validiteettiin vaikuttavat systemaattiset mittausvirheet, eli esimerkiksi tutkija, mittari tai mittaustilanne. (KAMK 2018.)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen kykyä antaa tarkkoja tuloksia, eli esimerkiksi sitä, onko tutkimuksen otanta ollut riittävän suuri ja monipuolinen. Reliabiliteettiin voivat vaikuttaa satunnaiset mittausvirheet, jotka voivat johtua esimerkiksi tutkijasta, mittarista, tutkittavasta kohderyhmästä, tilanteesta tai aineiston käsittelystä. (KAMK 2018.)

Tähän tutkimukseen osallistui yhteensä 101 eri vastaajaa. Vastauslomakkeita oli kahta erilaista, joista toiseen vastasi 52 ihmistä ja toiseen 49. Vastauksia oli siis saatu riittävästi, mutta vielä isommalla otannalla olisi saatu vielä luotettavammat tutkimustulokset. Vastauksia kerättiin kahtena peräkkäisenä päivänä noin kello yhdestä viiteen. Tutkimuksen luotettavuutta olisi lisännyt myös se, jos vastauksia olisi kerätty myös muihin kellonaikoihin, jolloin kaupassa olisi ehtinyt käydä monipuolisemmin erilaisia ihmisiä.

Vaikka vastauksia olisikin ollut hyvä olla kirjoittajan mielestä enemmän, on myös nykyiset vastausmäärät tyydyttävät ja niistä saa tarpeeksi luotettavat tutkimustulokset.

7.4 Opinnäytetyön prosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi alkoi syksyllä 2016 tutkimus- ja kehittämistyöpajakurssilla. Toimeksiantajana toimi kirjoittajan oma työpaikka ja työn aihe keksittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kirjoittaja halusi valita toimeksiantajakseen oman työnantajansa, sillä toimiala oli jo ennestään tuttu ja kiinnostava. Myös aiemmasta kokemuksesta oli hyötyä opinnäytetyön kanssa.

Työ lähti aluksi sujumaan suunnitellun aikataulun mukaan, mutta ajan ja energian puutteen takia kirjoittaja alkoi luistamaan aikatauluista hyvin paljon. Kirjoitusprosessiin tuli välillä muutaman kuukaudenkin taukoja kerralla ja tästä syystä opinnäytetyön toteutus poikkesi alkuperäisestä aikataulusta huomattavasti. Kirjoittajan olisi pitänyt varata enemmän aikaa opinnäytetyön teolle ja vähentää työvuorojen määrää, jotta energia olisi riittänyt paremmin opinnäytetyölle. Syksyllä 2018 motivaatio työn valmiiksi saamiselle nousi, sillä kirjoittaja halusi valmistua vuoden 2018 puolella.

Muuten kuin aikataulun puolesta työ sujui kirjoittajan mielestä hyvin. Aihe oli kirjoittajan mielestä mielenkiintoinen ja kaupan ala on kiinnostanut kirjoittajaa aina. Lähdeaineistoa löytyi aiheesta hyvin. Suurin osa lähteistä oli verkkolähteitä, sillä osan tiedoista piti olla mahdollisimman tuoretta ja kirjoista ei valitettavasti ole aina saatavilla tarpeeksi tuoretta informaatiota. Lisäksi itsepalvelukassoista ei ole kovin montaa kirjaa kirjoitettu.

Lähteet

Aamulehti 19.3.2017. Itsepalvelukassa on jo noin sadassa K- ja S-ryhmän kaupassa – uusia tulee lähes viikoittain. Luettavissa: https://www.aamulehti.fi/raha/itsepalvelukassa-on-jo-noin-sadassa-k-ja-s-ryhman-kaupassa-uusia-tulee-lahes-viikoittain-24350983/. Luettu: 8.3.2018.

Ammattinetti. Kaupan ala. Luettavissa: http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/2/72_ammattiala. Luettu: 12.12.2016.

BBC Future 10.5.2017. The unpopular rise of self-checkouts. Luettavissa: http://www.bbc.com/future/story/20170509-the-unpopular-rise-of-self-checkouts-and-how-to-fix-them. Luettu: 1.2.2018.

DailyMail 22.11.2017. Why the elderly hate 'unfriendly' self-service tills: Quarter find the machines intimidating and miss the real people they can talk to at the checkout. Luettavissa: http://www.dailymail.co.uk/news/article-5105995/Elderly-shoppers-self-service-checkouts-intimidating.html. Luettu: 6.2.2018.

Helsingin Uutiset 29.4.2016. K-kauppojen ensimmäinen itsepalvelukassa avautui – Iso-Britanniassa 19 prosenttia varastaa. Luettavissa: https://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/389397-k-kauppojen-ensimmainen-itsepalvelukassa-avautui-iso-britanniassa-19-prosenttia. Luettu: 22.3.2018.

Iltalehti 3.12.2008. Ikea otti käyttöön itsepalvelukassat. Luettavissa: http://www.iltalehti.fi/espoo/200812038698612_eo.shtml. Luettu: 22.3.2018.

Iltalehti 15.2.2017. Äiti huijasi tuhansia euroja kaupan itsepalvelukassalla - printtasi itse viivakoodeja. Luettavissa: http://www.iltalehti.fi/ulkomaat/201702152200071122_ul.shtml. Luettu: 8.3.2018.

KAMK 2018. Luotettavuus. Luettavissa: https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Luotettavuus?refreshTree=0&contentId=6311f696-3ebe-4ab2-9d95-6b9739294ecf#Validiteetti. Luettu: 15.11.2018.

Kaupan liitto. Tietoa kaupasta. Luettavissa: http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta. Luettu: 7.11.2016

Kaupan liitto. Tietoa kaupasta/Erikoiskauppa. Luettavissa: http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimialat/erikoiskauppa. Luettu: 13.2.2017.

Kaupan liitto. Tietoa kaupasta/Tekninen kauppa. Luettavissa: http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimialat/tekninen_kauppa. Luettu: 13.2.2017.

Kaupan liitto. Tietoa kaupasta/Toimialat. Luettavissa: http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimialat. Luettu: 8.11.2016.

Kaupan liitto. Tietoa kaupasta/Tukkukauppa. Luettavissa: http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimialat/tukkukauppa. Luettu: 13.2.2017.

Kesko 13.11.2012. K-citymarket Launeella testataan itsepalvelukassoja. Luettavissa: https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/arkisto/etela-suomi/kaakkois-suomi1/2012/K-citymarket-Launeella-testataan-itsepalvelukassoja-/. Luettu: 22.3.2018.

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Powerpoint. Luettavissa: http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf. Luettu: 26.10.2018.

LPM Insider 1.1.2006. Self-Checkout Reaches Critical Mass. Luettavissa: http://losspreventionmedia.com/insider/retail-industry/self-checkout-reaches-critical-mass/. Luettu: 6.2.2018.

Metro 28.12.2017. One in four people admit to smuggling goods through self-service checkouts. Luettavissa: http://metro.co.uk/2017/12/28/one-four-people-admit-smuggling-goods-self-service-checkouts-7187790/. Luettu: 6.2.2018.

News.com.au 7.3.2018. New technology from Aussie company will make it impossible to steal from self-serve checkouts. Luettavissa: http://www.news.com.au/technology/innovation/inventions/new-technology-from-aussie-company-will-make-it-impossible-to-steal-from-selfserve-checkouts/news-story/dd4ed934c1d17242bfd09bc3c4a7624c. Luettu: 8.3.2018.

Oulun Kauppaoppilaitos 2017. Luettavissa: http://www.okol.org/verkkokurssit/vapaastivalittavat/kaupantietotekniikka/Sahkokauppaa/Sahkokauppa.htm. Luettu: 8.3.2017.

Päivittäistavarakauppa ry. Kaupan aukioloajat. Luettavissa: http://www.pty.fi/kaupan-toiminta/aukioloajat/. Luettu: 18.11.2016.

Päivittäistavarakauppa ry. Päivittäistavarakaupan tehtävät. Luettavissa: http://www.pty.fi/kaupan-toiminta/paeivittaeistavarakaupan-tehtaevaet/. Luettu: 12.12.2016.

Päivittäistavarakauppa ry. Suomen päivittäistavaramarkkinat. Luettavissa: http://www.pty.fi/kaupan-toiminta/paeivittaeistavaramarkkinat-suomessa/. Luettu: 12.12.2016.

Kent, T. & Omar, O. 2003. Retailing. J.W. Arrowsmith Ltd. Bristol.

Helsingin Kauppiaiden Yhdistys ry. 2013. Retail – Kaupan työt ja toiminta. Edita Publishing Oy. Porvoo.

Taloussanomat 21.6.2017. Tavallinen vai itsepalvelukassa? Toinen on jopa neljä kertaa nopeampi. Luettavissa: https://www.is.fi/taloussanomat/yrittaja/art-2000005262529.html. Luettu: 8.3.2018.

Teknisen Kaupan Liitto. Toimiala. Luettavissa: http://www.tekninen.fi/toimiala/. Luettu: 13.2.2017.

Santasalo, T. & Koskela, K. 2015. Vähittäiskauppa Suomessa 2015. Libris Oy. Helsinki.

Yle Uutiset 9.6.2017. Käänne kassoilla – Kesko: Ihmiset eivät jaksa enää jonottaa, vaan menevät automaattikassalle. Luettavissa: https://yle.fi/uutiset/3-9657476. Luettu: 28.2.2018.

Liitteet

Liite 1. Linjakassan kyselylomake

Kyselytutkimus – linjakassat

1. Miksi valitsit linjakassan?

- ☐ Maksoin käteisellä
- ☐ Ostin tupakkaa
- ☐ Ostin Veikkauksen pelejä
- ☐ Henkilökohtainen kontakti
- ☐ En uskalla kokeilla itsepalvelukassoja
- ☐ Muu syy, mikä?

_____

2. Oletko käyttänyt tai kokeillut itsepalvelukassaa…

- ☐ K-supermarket Masissa
- ☐ Muussa ruokakaupassa
- ☐ En missään ruokakaupassa

3. Miksi et ole käyttänyt Masin itsepalvelukassoja? (Vastaa tähän vain, jos et ole ennen käyttänyt itsepalvelukassoja)

- ☐ Itsepalvelukassat eivät ole yleensä auki silloin, kun käyn kaupassa
- ☐ En osaa käyttää niitä
- ☐ Periaatteen vuoksi
- ☐ Muu syy, mikä?

_____

4. Mikä saisi sinut käyttämään Masin itsepalvelukassoja?

_____

_____

Kiitos vastauksistanne!

Liite 2. Itsepalvelukassan kyselylomake

Kyselytutkimus – itsepalvelukassat

1. Miksi valitsit itsepalvelukassan?

- ☐ Lyhyin jono
- ☐ Käytän itsepalvelukassoja aina kun mahdollista
- ☐ Haluan oppia uutta
- ☐ Muu syy, mikä?

_____

2. Miten asiointisi sujui itsepalvelukassalla?

- ☐ Hyvin
- ☐ Huonosti, miksi?

_____

3. Palvelevatko itsepalvelukassan aukioloajat sinua?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

4. Miten kehittäisit itsepalvelukassojen toimintaa?

_____

_____

_____

Kiitos vastauksistanne!