

**SENIORIEN ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN PANKKIEN
MONIKANAVAISSA PALVELUISSA**

Susanna Klemettinen

Opinnäytetyö
Yhteiskuntatieteet, liiketalous ja hallinto
Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

2019

Yhteiskuntatieteet, liiketalous ja hallinto
Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

Tekijä	Susanna Klemettinen	Vuosi	2019
Ohjaaja(t)	Kirsti Ketola		
Työn nimi	Seniorien asiakaskäyttäytyminen pankkien monikanavaisissa palveluissa		
Sivu- ja liitesivumäärä	56 + 4		

Tämän opinnäytetyön aiheena oli kartoittaa, miten seniorit käyttävät pankin monikanavaisia palveluja päivittäisessä pankkiasioinnissaan tällä hetkellä. Tutkittavina monikanavaisina palveluina opinnäytetyössä olivat konttoripalvelu, verkkopankki, mobiilipankki, puhelinpalvelu ja verkkoneuvottelu sekä chat-palvelu. Lisäksi tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä haasteita seniorit mahdollisesti kokevat asioidessaan näissä palvelukanavissa ja minkälaista tukea tai opastusta he tätä varten tarvitsisivat ja toivoisivat. Toisaalta tutkimuksesta saadun tiedon toivottiin tuovan käytännön tietoa seniorien asiakaskäyttäytymisestä pankin päivittäispalvelussa työskenteleville toimihenkilöille sekä mahdollisia kehittämisehdotuksia monikanavaisten palvelujen kehittämiseen

Opinnäytetyö toteutettiin käyttämällä kvalitatiivista eli laadullista menetelmää ja aineiston keruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Teemahaastattelujen kohderyhmänä olivat 60–75-vuotiaat pankin henkilöasiakkaat. Kohderyhmän pankkisuhdetta ei ollut erikseen määritelty koskemaan mitään tiettyä pankkiorganisaatiota.

Kerätyn aineiston perusteella kävi ilmi, että seniorit itse asiassa käyttävät teknologiaa ja erilaisia sähköisiä palveluja varsin aktiivisesti, vaikka yksilöllisiäkin eroja löytyy. Monikanavaisten palvelujen, kuten pankkien verkkoneuvottelun, puhelin- ja chat-palvelujen, käyttöaste on kuitenkin vielä hyvin vähäistä, verkkopankin ja mobiilipankin ollessa yleisimmät asiointikanavat. Johtopäätöksenä pankkien tulisi jatkossa keskittyä enemmän yksinkertaiseen ja selkeään, nimenomaan senioreille kohdistettuun neuvontaan ja tiedotukseen eri palvelukanavissa. Sähköisiä palvelukanavia voitaisi myös räätälöidä palvelemaan juuri senioreita paremmin, jolloin kynnys käyttää palveluja madaltuisi. Henkilökohtaista kasvotusten tapahtuvaa palvelua ei myöskään tule unohtaa, vaan sitä tulisi olla saatavilla tarpeiden ja toiveiden mukaisesti.

Avainsanat digitalisaatio, pankkitoiminta, monikanavaiset palvelut, sähköiset palvelukanavat, asiakaskäyttäytyminen, seniori

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Opinnäytetyön aihe, tavoitteet ja rajaus	5
1.2	Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmä	7
2	DIGITALISAATION VAIKUTUKSET PANKKIEN LIIKETOIMINTAAN	10
2.1	Digitalisaatio käsitteenä ja sen vaikutukset liiketoimintaan	10
2.2	Digitalisaation näkyminen pankkitoiminnassa	12
3	DIGITALISAATIO JA ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN	17
3.1	Asiakas- eli ostokäyttäytyminen	17
3.2	Digitalisaation vaikutukset asiakaskäyttämiseen	18
3.3	Seniorit digitaalisten palveluiden ja teknologian käyttäjinä	19
3.4	Käytössä koetut haasteet ja saatavilla oleva tuki ja neuvonta	22
4	PANKKIEN MONIKANAVAISET PALVELUT	27
4.1	Monikanavaisuus määritelmänä	27
4.2	Pankkien perinteiset fyysiset palvelukanavat	28
4.3	Pankkien sähköiset palvelukanavat	29
4.3.1	Verkkopankki	30
4.3.2	Mobiilipankki	30
4.3.3	Puhelinpalvelu	31
4.3.4	Verkkotapaaminen	32
4.3.5	Chat-palvelu	33
5	SENIORIEN KÄYTTÄYTYMINEN MONIKANAVAISSA PALVELUISSA	35
5.1	Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen	35
5.2	Teemahaastattelujen analysointi ja tulokset	38
5.2.1	Haastateltavien käyttämät palvelut ja tietämys niistä	40
5.2.2	Perustelut palvelujen käyttämiselle tai käyttämättömyydelle	41
5.2.3	Mielipiteet käytettävyydestä ja kehittämisideat	44
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	46
7	POHDINTA	49
	LÄHTEET	53
	LIITTEET	57

1 JOHDANTO

Viime vuosikymmeninä digitalisaation murros ja teknologian raju kehitys ovat asettaneet liiketoiminnan ja talouden markkinat uudenlaisten haasteiden eteen ja koskettaneet näin myös perinteisten pankkien toimintaa. Perustuen pankkien missioon palvella asiakasta, ratkaista asiakkaan ongelma tai jopa ennaltaehkäistä ongelman syntyminen (Gerdt & Eskelinen 2018, 169) pankit ovat digitalisaation myötä joutuneet innovoimaan kokonaan uudenlaisia palvelualustoja, -tapoja, -kanavia sekä toimintamalleja tyydyttääkseen asiakkaiden muuttuvia tarpeita sekä toisaalta pärjätäkseen markkinoilla kilpailijoihinsa nähden. Palveluihin liittyvää asiantuntijapalvelua ja neuvontaa on siirretty yhä enemmän sähköisiin palvelukanaviin, jonka seurauksena henkilökohtainen, kasvotusten tapahtuva palvelu perinteisessä konttoriverkostossa on vähentynyt ja pankkitoiminta nojaa nykyään hyvin pitkälle digitalisaatioon ja robotiikkaan (Järvinen ym. 2006, 120–121).

1.1 Opinnäytetyön aihe, tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyön aiheena on seniorien asiakaskäyttämisen tutkiminen pankkien monikanavaisissa palveluissa. Työn tavoitteena on selvittää ja kartoittaa, miten senioriasiakkaat, jotka ovat yleisesti omaksuneet teknologian vasta myöhemmin, hyödyntävät ja käyttävät pankin eri palvelukanavia, sekä fyysisiä että sähköisiä päivittäispankkiasiainnissa. Lisäksi haluttiin selvittää seniorien asiakaskäyttämistä digitaalisten pankkipalveluiden käytössä. Päivittäispankkipalveluilla työssä tarkoitetaan muun muassa tiliasiointia, laskujen maksua, tilisiirtoja, käteistä rahaa ja maksukorttien käyttöä. Säästämisen ja sijoittamisen asiat on näin ollen rajattu pois tutkittavasta aiheesta. Päivittäispankkipalveluita ei myöskään tulla opinnäytetyössä sen tarkemmin avaamaan, vaan tutkimus keskittyy pankkien monikanavaisiin palveluihin ja seniorien asiakaskäyttämiseen niissä. Tutkittavina monikanavaisina palveluina opinnäytetyössä toimii perinteinen konttoripalvelu, verkkopankki, mobiilipankki, puhelinpalvelu ja verkkoneuvottelu sekä chat-palvelu eli yleisimmät palvelukanavat, joita useimmat pankit muutenkin tarjoavat asiakkailleen. Sosiaalisen median palvelukanavat, kuten esimerkiksi Facebook, Instagram ja Twitter, on näin ollen jätetty tutkimuksen ulkopuolelle.

Opinnäytetyössä tutkittava kohderyhmä rajattiin koskemaan 60–75-vuotiaita henkilöasiakkaita. Ikärajuksessa huomioitiin muun muassa Julkisten alojen eläkelain (81/2016) säätämä pykälä 10-11, jonka mukaan työntekijälle voidaan tietyin edellytyksin myöntää vanhuuseläkettä varhennettuna aikaisintaan 60-vuotiaasta alkaen, työntekijän alimman vanhuuseläkeiän ollessa tällä hetkellä vuonna 1954 syntyneillä 63 vuotta. Toisaalta valitulla ikärajuksella pyrittiin saamaan näkökulmaa ja vertailupohjaa siihen, eroako nuorempien asiakaskäyttäytyminen pankin monikanavaisissa palveluissa vanhemman ikäluokan asiakaskäyttäytymisestä. Kohderyhmän pääasiallista pankkiasiointia ei ole rajattu koskemaan mitään tiettyä pankkiorganisaatiota, vaan kohderyhmän pääasiallinen pankkiasiointi voi olla missä tahansa pankissa.

Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä oli selvittää:

- Miten seniorit käyttävät pankin monikanavaisia palveluja?

Päätutkimusta tukevia alakysymyksiä olivat:

- Miten hyvin seniorit tuntevat pankkien tarjoamat monikanavaiset palvelukanavat?
- Mitä palvelukanavia seniorit yleensä käyttävät, ja mitkä tekijät vaikuttavat kyseessä olevan palvelukanavan valintaan?
- Mikä estää heitä käyttämästä digitaalisia palvelukanavia? Minkä he kokevat ongelmalliseksi / Missä he tarvitsevat apua ja tukea?
- Miten sähköisten palveluiden käyttöastetta saataisiin tutkittavan kohderyhmän keskuudessa nostettua?

Päätutkimusta tukevien alakysymysten tavoitteena oli selvittää, mitä haasteita seniorit mahdollisesti kokevat asioidessaan näissä palvelukanavissa ja minkälaista tukea tai opastusta he tätä varten tarvitsevat ja toivoisivat eli kuinka seniorit saataisiin käyttämään tarjolla olevia digitaalisia kanavia aktiivisemmin ja heidän käyttöastettansa sähköisiä palvelukanavia kohtaan nostettua.

Tutkimuksesta saatu tieto tarjoaa samalla käytännön ohjeistusta, lisätietoa, informaatiota ja ymmärrystä tutkittavasta aiheesta pankin päivittäispalvelussa työskenteleville toimihenkilöille. Lisäksi tutkimuksesta voi olla hyötyä muille rahoitus-alalla toimiville palveluntarjoajille, jotka työskentelevät seniorien kanssa tai tarjoavat ja suunnittelevat palveluja heille. Toisaalta tutkimuksesta saatuja tuloksia voidaan myös hyödyntää finanssiyhtiöiden ja pankkien keskuudessa yleisesti heidän kehittäessä asiakaspalvelukanaviaan sekä tiedotusta näistä palvelukanavista. Lisäksi niistä voi olla apua tulevaisuudessa monikanavaisten palvelukanavien teknisessä kehittämistyössä, suunnittelussa ja markkinoinnissa.

Lähtökohtana seniorien pankkiasioinnin tutkimiseen on oma henkilökohtainen kiinnostus aihetta kohtaan. Työskentelen itse rahoitus-alalla palveluneuvojana, joten tutkittava aihe on lisäksi työelämälähtöinen ja alaani liittyvä sekä tutkittavan aiheen ja toimialan kannalta ajankohtainen. Oleellisena osana tehtävänkuvaani kuuluu asiakkaiden opastaminen ja palveleminen eri palvelukanavissa, kuten puhelin- ja verkkopalvelussa sekä perinteisessä konttorineuvonnassa. Tämän takia oli luontevaa ja mielenkiintoista tutkia aihetta eritoten seniorien näkökulmasta, jotka aiempien havaintojeni perusteella muodostavat kuitenkin valtaosan pankin päivittäispalveluiden käyttäjistä konttoriverkostossa. Aiempien työssä tekemiäni havaintojeni mukaan seniorit eivät vielä asioidessaan myöskään käytä sähköisiä itsepalvelukanavia niin monipuolisesti tai aktiivisesti kuin muut asiakasryhmät, vaan turvautuvat asiointissa mielellään henkilökohtaiseen kasvokkain tapahtuvaan palveluun.

1.2 Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmä

Perustuen opinnäytetyön tarkoitukseen kartoittaa ja ymmärtää tutkittavaa ilmiötä paremmin käytettiin tutkimusmenetelmänä työssä laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusotteen valinta riippuu usein tutkimusongelmasta eli tutkimuskysymyksestä ja valitusta näkökulmasta sekä siitä onko tutkimusongelmaa selittäviä teorioita ja malleja entuudestaan kuinka olemassa ja tutkittu (Kananen 2013, 22–23; Heikkilä 2014, 17). Tässä opinnäytetyössä tutkittavasta ilmiöstä on tehty aiempia tutkimuksia ja tilastoja, joita myös opinnäytetyön teorian viitekehityksessä avataan. Seniorien pankkiasioinnin ja asiakaskäyttäytymisen tut-

kiminen pankin monikanavaisissa palveluissa on kuitenkin lisätutkimisen arvoisen sekä erittäin ajankohtainen, koska ilmiö muuttuu osittain sitä mukaan, miten teknologia kehittyy ja väestö ikääntyy.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus perustuukin yleensä jonkin tutkitun kohteen tai ilmiön syvällisempään ymmärtämiseen. Siinä missä, määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään saamaan riittävän suuri otos tutkittavasta kohteesta sekä kuvaamaan ja selittämään ilmiötä numeerisen tiedon perusteella ja tekemään siitä tilastollisia yleistyksiä, on laadullinen tutkimus yleensä aineistoltaan suppeampi ja pyrkii pikemminkin kuvaamaan tiettyä toimintaa syvällisemmin. Laadullinen tutkimus yleensä myös elää tutkimuksen aikana, kun taas määrällinen tutkimus on etukäteen aina hyvin suunniteltu ja rajattu. Laadulliselle tutkimusmenetelmälle tyypillisiä tiedonkeruumenetelmiä ovat muun muassa havainnointi ja teemahaastattelu, jota tässäkin opinnäytetyössä aineistonkeruumenetelmänä eli tutkimusmetodina käytetään. (Kananen 2013, 22–23; Heikkilä 2014, 17; Kananen 2010, 36–37, 49–52.) Haastattelu on myös yksi tiedonhankinnan perusmuodoista sekä joustava menetelmä nimenomaan silloin, kun halutaan kuulla ihmisten mielipiteitä, kerätä tietoa tai ymmärtää miksi ihmisten toimivat havaitsemallamme tavalla (Hirsjärvi & Hurme 2001, 11, 34). Haastattelemalla voidaan myös löytää paremmin ymmärrys siitä, miten tutkittava kohderyhmä käyttää tiettyä tuotetta tai palvelua ja millaisia tarpeita heillä näiden palveluiden käytössä tulevaisuuden kannalta esiintyy (Komulainen 2018, 38).

Teemahaastattelut on toteutettu yksilöhaastatteluina, koska niiden uskottiin siten tuovan tarkempaa ja luotettavampaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä, verrattuna ryhmähaastatteluihin. Tutkimuksessa haastateltavien kohderyhmä on rajattu etukäteen koskemaan 60–75-vuotiaita senioreita, mutta muutoin kerätyn aineiston määrää ei olla tutkimuksessa etukäteen määritetty. Opinnäytetyön kohdalla haastattelun teemat pohjautuvat tutkimuksen viitekehukseen eli tutkittavasta ilmiöstä jo tiedettyyn (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75) ja teemahaastattelurungon ja apukysymysten muotoilussa sekä suunnittelussa apuna käytettiin alan kirjallisuutta, kuten Hirsjärven ja Hurmeen (2001) sekä Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007) oppikirjoja. Teemahaastattelua usein luonnehditaan puolistrukturoiduksi haastatteluksi, koska se on väljempi kuin strukturoitu lomakehaastattelu,

mutta kuitenkin määritellympi kuin täysin avoin haastattelu, koska siinä on aiempien tutkimusten ja aihepiiriin tutustumisen perusteella valmistellut teemat eli aihepiirit. Teemoittain eteneminen tuo myös tutkittavien äänen paremmin kuuluviin, kun haastattelu ei sisällä yksityiskohtaisia kysymyksiä sekä vapauttaa haastattelijaa tutkijan roolista. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48.)

2 DIGITALISAATION VAIKUTUKSET PANKKIEN LIKETOIMINTAAN

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen kannalta keskeistä ilmiötä eli digitalisaatiota käsitteenä ja tarkastellaan, miten digitalisaatio on vaikuttanut ja muokannut liiketoimintaa yleisesti. Lisäksi luvussa käsitellään, miten digitalisaatio on vaikuttanut perinteiseen pankkimaailmaan ja miten se näkyy päivittäisessä pankkitoiminnassa.

2.1 Digitalisaatio käsitteenä ja sen vaikutukset liiketoimintaan

Gerdtin ja Eskelisen (2018, 13) mukaan digitalisoituminen alkoi 1990-luvun puolivälissä, kun verkkoselainten kehittymisen myötä tieto tuli vapaasti kaikkien saataville, ja digitalisaatio on siitä asti voimakkaasti vaikuttanut koko markkinan kehitykseen. Koska digitalisaatio on hyvin laaja-alainen ilmiö ja kattaa näin monia asiakokonaisuuksia allensa, ei sille Ilmarisen ja Koskelan (2015, 22) mukaan ole olemassa virallista tai kunnollista määritelmää. Usein digitalisaatiolla tarkoitetaan kuitenkin tiedon tallentamista, siirtämistä ja käsittelemistä tietokoneiden ymmärtämässä muodossa (Tilastokeskus 2017, 6; Itkonen 2015), vaikka sen vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan ja markkinoihin ovat paljon monitahoisemmat ja huomattavammat, aivan kuten Ilmarinen ja Koskelakin (2015, 52–53) huomauttavat.

Teknologian kehittymisen myötä digitalisaatio on esimerkiksi mahdollistanut täysin uusia palveluja ja tuotteita sekä tapoja toimia ja ravistellut näin perinteisiä liiketoiminnan toimintaympäristöjä ja ekosysteemejä suurella kädellä (Liikanen 2016). Se on muuttanut yritysten ansainta- ja liiketoimintamalleja ja synnyttänyt kokonaan uusia toimialoja, joita ei aiemmin ole ollut olemassakaan (Gerdt & Eskelinen 2018, 13). Yritysten arvokentät eli tuotteiden ja palveluiden sekä loppukäyttäjien muodostamat liiketoiminta-alueet ovat myös laajentuneet ja yksittäiset suljetut arvoketjut ovat menettäneet jalansijaansa uusille, aikaisempaa avoimemmille toimijoille ja arvoverkoille (Haapanen, Syrjänen & von Zansen 2017, 42). Voidaankin sanoa, että liiketoiminnasta on tullut entistä verkostomaisempaa.

Kansainvälisen ICT- (information and communication and technology) eli tieto- ja viestintäteknikka-alaa johtavan tutkimus- ja konsultointiyritys Gartnerin (2019a;

2019b) mukaan digitalisaatiossa on nimenomaan kyse digitaalisen teknologian käyttämisestä ja hyödyntämisestä liiketoimintamallien muuttamiseen ja uusien tuotujen ja arvoa tuottavien mahdollisuuksien tarjoamiseen. Digitalisaatio on siis merkittävä liiketoiminnan uudistamisen väline, joka on mullistanut koko liiketoiminnan perustan eli sen, miten asiakkaalle luodaan arvoa (Ilmarinen & Koskela 2015, 31; Komulainen 2018, 15). Se on myös kehittänyt liiketoiminnan eri prosesseja ja käytäntöjä ja näin auttanut parantamaan yritysten tehokkuutta ja tuotavuutta ja helpottanut yritysten tavoitteiden, kuten kasvun, kannattavuuden ja kilpailukyvyn, toteutumista markkinoilla (Ilmarinen & Koskela 2015, 31).

Tarkemmin digitalisaation vaikutukset ja keinot liiketoiminnan tehostamiseen ja uudistamiseen (Kuvio 1) näkyvät esimerkiksi liiketoiminnan siirtymisenä digitaalisiin kanaviin, jolloin yritys pystyy laajentamaan markkina-alueitansa, kasvattamaan liikevaihtonsa ja parantamaan kannattavuuttansa samanaikaisesti. Toisaalta automatisoimalla ja digitalisoimalla palveluja ja prosesseja auttaa se yritystä parantamaan palvelujensa saatavuutta kokonaisuutena ja helpottaa asiointia sekä asiakkaan ostopäätöstä yleisesti. Myös kokonaiskustannusten hallinta helpottuu ja erilliset yksikkökustannukset alenevat, kun pääomaa ei välttämättä tarvita niin paljoa sekä sitä voidaan muutoinkin käyttää ja johtaa tehokkaammin. Transformoimalla eli luomalla ja muokkaamalla uusia palveluita, tuotteita ja käytännön malleja auttaa se myös yritystä kehittämään asiakassuhteitansa kokonaisuutena, kun asiakkaille voidaan tarjota parempia asiakaskokemuksia. Esimerkiksi digitaaliset kanavat tukevat ja auttavat yrityksen ja asiakkaan välistä vuorovaikutusta sekä ylläpitämistä silloinkin, kun asiakkaalla ei vielä ole varsinaista tarvetta käyttää yrityksen palveluita. Lisäksi ne myös mahdollistavat lisämyynnin yrityksen nykyisille asiakkaille. (Ilmarinen & Koskela 2015, 31–33; Komulainen 2018, 22–23.)



Kuvio 1. Digitalisaation keinot liiketoiminnan uudistamisessa (mukaillen Ilmarinen & Koskela 2015, 31)

2.2 Digitalisaation näkyminen pankkitoiminnassa

Digitalisaatio on muuttanut perinteistä pankkitoimintaa ja sen toimintaympäristöä pysyvästi. Viime vuosikymmenten aikana pankkitoiminta on jatkanut uudistumistaan ja perinteiset pankkipalvelut ovat kokeneet suuren rakennemuutoksen, jonka myötä henkilökohtainen, kasvotusten tapahtuva ihmisten tarjoama palvelu on muuttunut yhä enemmän asiakkaan itsepalveluksi (Ilmarinen & Koskela 2015, 55). Rajander-Juustin (2015, 4, 25) mukaan pankkitoiminnan palvelu jakautuukin tulevaisuudessa vahvasti kahteen eri haaraan: teknologia-avusteiseksi itseasiainniksi digitaalisissa kanavissa ja toisaalta henkilökohtaiseksi, neuvovaksi ja räätälöidyksi palveluksi eri kanavissa.

Voidaan sanoa, että digitalisaatio on hiljalleen sivuuttanut pankkialan perinteisiä tapoja palvella ja toimia ja siirtänyt ne toissijaiseen rooliin taka-alalle. Konkreettisesti tämä näkyy esimerkiksi siinä, että yhä harvempi pankkikonttori enää tarjoaa asiakkailleen kassapalveluita. Käteisen rahan käytön vähentymisen myötä

niin sanottu perinteinen palvelu, kuten laskun maksu ja tilisiirtojen tekeminen, on enenemissä määrin siirtynyt digitaalisiin palvelukanaviin. (Finanssiala ry 2018.) Liikasen (2016) mukaan finanssialan palveluja saakin nykypäivänä internetistä ja muista digitaalisista palvelukanavista yhtä sujuvasti tai jopa helpommin kuin konttorista, mikä pitää täysin paikkansa.

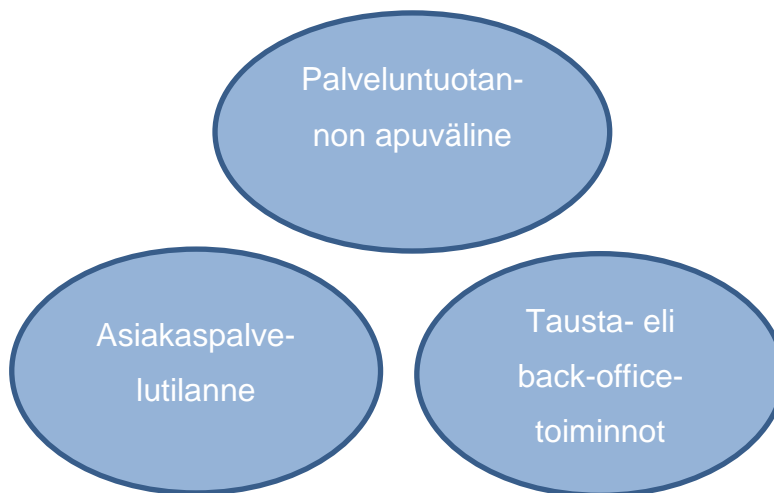
Itse asiassa digitalisaation myötä koko pankkien konttoriverkosto on supistunut dramaattisesti eikä perinteisiä kivijalkakonttoreita enää ole samalla tapaa nähtävissä joka kadunkulmalla kuten aiemmin. Numeraalisesti havainnollistettuna muutos on huomattava. Esimerkiksi vielä vuonna 1985 oli pankkikonttorien lukumäärä Suomessa 3600 kappaletta (Herrala 2016), kun taas vuoden 2017 lopussa kyseinen lukumäärä oli enää yhteensä 970 kappaletta – mikä sekin oli 69 kappaletta vähemmän kuin vuonna 2016 (Finanssiala ry 2017a). Amerikkalaisen johtavan pankkitutkijan Ronit Ghosen mukaan pohjoismaiset pankit ovat tulevaisuudessa pakotettuja sulkemaan puolet konttoreistaan juuri finanssiteknologian ja sen läpimurron takia ja pankeissa toimivien henkilöiden määrä tulee vuosikymmenessä laskemaan noin kolmanneksen (Herrala 2017).

Markkinoiden digitalisoitumisen ja vapautumisen myötä pankkien rinnalle on myös noussut yhä enemmän uusia kilpailevia toimijoita, jotka haastavat niitä edullisemmalla ja ketterämmällä kulurakenteellaan, eikä pankkien asema ainoana pankkipalveluita tarjoavana laitoksena ole sen takia enää itsestäänselvyys. Lisäksi painetta perinteisille finanssialan palveluntarjoajille luo myös muut suuret teknologiapohjaiset toimijat, kuten muun muassa Apple ja Google, jotka ovat osaltaan jo tuoneet esimerkiksi vaihtoehtoisia maksamiseen liittyviä palveluita markkinoille perinteisten pankkipalveluiden rinnalle. Toisaalta myös pienemät fintech-yhtiöt asettavat rajaa sille, millaisia palveluita voi ylipäätään olla tarjolla ja mihin hintaan. Tästä näkökulmasta tarkasteluna pankkien on siis ollut pakko uusiutua, jotta ne pystyvät jatkossakin harjoittamaan liiketoimintaansa ja pysyvät kilpailussa mukana. (Komulainen 2018, 75; Rajander-Juusti 2015, 19, 22; Ilmarinen & Koskela 2015, 27; Liikanen 2016; Karhunen 2018.)

Vaikka kilpailu markkinoilla on siten ikään kiristynyt ja pankkien monopoliasema horjunut, on Karhisen ja Korkeelan (2016, 1) mukaan suomalaiset pankit kuitenkin olleet digitalisaation hyödyntämisessä yleisesti edelläkävijöitä. Digitalisaation

myötä pankit pystyvät esimerkiksi vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin nykyään entistä paremmin ja laajemmin. Pankit pystyvät myös käsittelemään asiakkaisiin liittyvää tietoa paremmin ja hankkimaan sekä hyödyntämään sitä kokonaisvaltaisemmin, esimerkiksi luottoriskien analysoinnissa, kuin aiemmin. (Gerdt & Eskelinen 2018, 165.)

Yleisesti digitalisaation ja teknologian hyödyntäminen pankin liiketoiminnassa näkyy kolmella eri tavalla (Kuvio 2): Pankin asiakkailleen tarjoamassa ja kehittämässä teknologiassa, jolloin teknologia toimii ikään kuin palveluntuotannon apuvälineenä: Pankin tausta- eli back office -toiminnoissa, jolloin se helpottaa muun muassa pankkitoimihenkilöiden työtehtäviä ja päivittäisiä toimintoja, sekä varsinaisessa asiakaspalvelutilanteessa. (Järvinen, Rosti & Ylikoski 2006, 122.)



Kuvio 2. Teknologian hyödyntäminen pankin liiketoiminnassa

Pankit tarjoavatkin nykypäivänä asiakkailleen hyvin monenlaisia tapoja ja teknologiaa, kuten verkkopankki, laskunmaksuautomaatit, maksupalvelu, suoramaksu ja e-lasku, ja erilaisia mobiilipalveluja, joiden avulla asiakkaat voivat hoitaa päivittäisiä peruspankkiasioitaan helposti ja vaivattomasti itse. Finanssiala ry:n vuonna 2017 tekemän Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat -tutkimuksen mukaan itse asiassa jopa 90 prosenttia suomalaisista käyttää verkkopankkia pääasiallisena asioidenhoitokanavanaan laskuja maksaessa. Mobiilipalvelujen ja erilaisten mobiililaitteiden käyttö on myös yleistynyt, ja erityisesti verkkopankin

käyttäminen matkapuhelimella on lisääntynyt entisestään. (Finanssiala ry 2017b, 5–6.)

Pankin taustatoiminnoissa ja -prosesseissa eli back office -toiminnoissa digitalisaation hyödyntäminen on jo arkipäivää. Esimerkiksi tiettyjä päivittäisiä toimintoja, jotka aiemmin hoidettiin perinteisen kassa- ja asiakaspalvelun ohella, on automatisoitu ja siirretty kokonaan eri toimipisteelle tai tiimeille, joiden toimenkuvaan ja tehtäväalueeseen näiden asioiden hoito yksinomaan kuuluu. Myös niin sanotut ohjelmistorobotit eli soft ware robots valtaavat pankkialaa. Yleisesti ohjelmistorobotilla tarkoitetaan ohjelmaa, joka käyttää tietokonetta joko ihmisen apuna tai hänen tilallaan, toimien käyttäjän roolissa, ja auttaa esimerkiksi tietojen siirrossa ja tarkastuksessa sekä erilaisen taustatoimintojen automatisoinnissa. Monesti back office -toiminnot ovatkin asiakkaille hyvin näkymättömiä. (Rajander-Juusti 2015, 40; Järvinen ym. 2006, 122.)

Varsinaisessa asiakaspalvelutilanteessa digitalisaatio, kuten erilaisten tieto- ja viestintäteknologian hyödyntäminen, on myös vahvasti läsnä koko asiakaspalveluprosessin aikana, kuin myös toimihenkilön muiden työtehtävien aikana (Järvinen ym. 2006, 122). Esimerkiksi nykyisessä työtehtävässäni palveluneuvojana pankin monikanavaisissa palveluissa, perinteisessä konttorineuvonnassa työvälineenä yleensä toimii pöytäkone sekä mahdollisesti muut mobiililaitteet, joissa oleviin järjestelmiin asiakkaan tiedot syötetään asiakkaan ollessa läsnä konttorilla. Puhelinpalvelussa työvälineenä toimii kannettava tietokone, useampi näyttö ja tietokoneen kamera, joka mahdollistaa muun muassa verkkoneuvottelun käyttöönoton asiakkaan kanssa tarpeen vaatiessa. Lisäksi puhelinpalvelussa työvälineenä toimivat erilaiset head setit, joiden avulla asiakasta palvellaan ja opastetaan. Asiakkaan soittaessa pankin puhelinpalveluun saattaa hän myös usein ensimmäiseksi törmätä nauhoitettuun palvelutervehdykseen tai robotiikkaan, joka pyytää asiakasta määrittelemään muutamalla sanalla asiointinsa tarpeen, jonka jälkeen vasta puhelu yhdistyy varsinaiselle asiakaspalvelijalle.

Nykyisissä työtehtävissäni olen lisäksi havainnut, että yksi hyvin tavanomainen ja konkreettinen esimerkki digitalisaation näkymisestä pankkitoiminnassa asiakkaan silmin on myös tiliotteiden sekä muiden paperitiedotteiden ja -sopimusten

väheneminen ja sähköistyminen. Esimerkiksi aiemmin päivittäispalveluihin kuuluvat palvelut, kuten korttihakemukset, tehtiin yleisesti vielä erillisillä paperilomakkeilla, mutta nykyään asiakasta joko ohjeistetaan tilaamaan kortti itse sähköisesti verkkopankista tai pankin toimihenkilö tekee hakemuksen asiakkaan puolesta konttorissa tai muussa digitaalisessa palvelukanavassa sähköisiä kanavia hyödyntäen.

Teknologian kehityksen ja digitalisaation myötä pankin palveluiden ja toimintojen voidaan sanoa näin ollen jopa monipuolistuneen, kun tavat tehdä työtä ja palvella asiakkaita ovat laajentuneet. Usein teknologian hyödyntäminen pankin liiketoiminnassa onkin hyvin pitkälle strateginen valinta, jonka yhtiön johto on erikseen määritellyt, ja siihen panostaminen voi olla seurausta ulkoisista syistä, kuten asiakaskäyttäytymisen ja asiakkaiden tarpeiden muuttumisen seurauksista, tai sisäisistä syistä, kuten kustannustehokkaamman liiketoiminnan tavoittelusta. (Järvinen ym. 2006, 122.)

3 DIGITALISAATIO JA ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN

Tässä luvussa määritellään, mitä asiakas- eli ostokäyttäytymisellä oikein tarkoitetaan, sekä käsitellään, miten digitalisaatio on vaikuttanut asiakaskäyttäytymisen muokkaantumiseen. Lisäksi luvussa tutustutaan senioreihin teknologian ja sähköisten palveluiden käyttäjinä: minkälaiset syyt tai osatekijät vaikuttavat ja ohjaavat heidän asiakaskäyttäytymistään ja valitun palvelumuodon valintaa sekä minkälaisia haasteita tai esteitä he näiden palveluiden käytössä yleisesti kokevat.

3.1 Asiakas- eli ostokäyttäytyminen

Asiakaskäyttäytymisellä tarkoitetaan muun muassa sitä, miten asiakkaat eli kuluttajat käyttävät, ostavat ja hyödyntävät yritysten palveluja tyydyttääkseen erilaiset tarpeensa. Asiakkaan halun ostaa eli ostokäyttäytymisen takana onkin yleisesti jokin tarve, ja sitä ohjaavat motiivit, jonka takia kuluttajat itse rinnastavat termin ostokäyttäytyminen herkästi termiin kuluttajakäyttäytyminen (consumer behavior). (Bergström & Leppänen 2009, 100–101.)

Yleisesti asiakas- eli ostokäyttäytymistä ohjaavat ja muovaavat niin ulkopuoliset ärsykkeet, kuten esimerkiksi yhteiskunnassa vallitseva taloudellinen tilanne ja teknologian kehitys, kuin myös ostajien henkilökohtaiset ominaisuudet, kuten esimerkiksi ostajan ikärakenne, siviilisääty, arvot ja asenteet. Asiakas- eli ostokäyttäytymisen voidaan siis sanoa muuttuvan niin elämäntilanteemme muutosten myötä kuin myös sitä mukaan, kun vanhenemme (ks. Bergström & Leppänen 2009, 102–103). Siksi ei olekaan olemassa yhtä ainoaa kuluttajatyyppeä tai kaavaa, jonka voitaisi suoraan sanoa vaikuttavan asiakkaiden käyttäytymiseen (Haapanen ym. 2017, 89). Demografisilla tekijöillä eli väestötekijöillä, kuten iällä, sukupuolella, koulutuksella, ammatilla, asuinpaikalla, siviilisäädellä, perheen elin- vaiheella ja koolla, voidaan kuitenkin todeta olevan tärkeä merkitys analysoidessa ostokäyttäytymistä ja asiakkaan tarpeita ja motiiveja hankkia tai käyttää tiettyjä tuotteita tai palveluita. Esimerkiksi iällä ja mahdollisesti sen mukana tulleilla fyysisillä rajoitteilla, kuten huonontuneella näöllä tai kuuloaistilla, voi olla suurikin painoarvo asiakkaan valitessa hänelle mieluisinta palvelukanavaa tai hä-

nen tarpeitaan tyydyttävää tuotetta. Siitä huolimatta ei väestötekijöiden täysin yksistään voida sanoa selittävän lopullisia syitä asiakkaan lopullisen valinnan taustalla. (Bergström & Leppänen 2009, 100–103.)

3.2 Digitalisaation vaikutukset asiakaskäyttämiseen

Viimeisen 5–10 vuoden aikana asiakaskäyttämässä on tapahtunut suuri murros. Muutoksen taustalla voidaan nähdä olevan juuri digitalisaatio, uuden teknologian sekä viestintä- ja palvelukanavien kehittyminen sekä niiden vaikutukset. (Ilmarinen & Koskela 2015, 53, 59.) Asiakkaat muun muassa arvostavat aikaisempaa enemmän uudenlaisia palvelukanavia ja toivoivat saavansa yhä useammin palvelua 24/7 eli ympäri vuorokauden ajasta ja paikasta riippumattomina (Rajander-Juusti 2015, 24). Toisaalta teknologian kehittymisen ja digitalisaation myötä asiakkaan huomiosta myös kilpailevat aiempaa aktiivisemmin muut toimijat. Tämän myötä asiakkaille on avautunut uudenlaisten arvoverkkojen maailma, jossa asiakas voi asioida useassa eri kanavassa samojen tuotteiden ja palveluiden kanssa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 56,176; Haapanen ym. 2017, 43–44.)

Digitalisaatio on myös tuonut asiakkaille enemmän valtaa ja valinnanvaraa (Gerdt & Eskelinen 2018, 71–71; Komulainen 2018, 76), ja asiakkaat voivat näin ollen itse hyvin pitkälti valita missä, millä tavoin ja mihin aikaan eri palvelukanavissa asioivat. Osittain juuri siksi liiketoiminnan johtamisen ja kehittämisen näkökulmasta 2010-luku onkin toistaiseksi ollut äärimmäisen haasteellinen, kuluttajan ostokäyttämisen hallitessa markkinoita (Filenius 2015, 14–15). Esimerkiksi finanssialalla tämä näkyy siten, että vaikka niiden tuotekehitys on aiemmin ollut hyvin tuottajakeskeistä ja säänneltyä eikä asiakkaiden osallistuminen palvelu- ja tuotekehitykseen ole ollut yleistä, haastaa asiakaskäyttämisen muutos niitä nyt tuottamaan uusia, asiakkaita kiinnostavia innovaatioita ja palveluita sekä toisaalta myös kuuntelemaan asiakkaiden toiveita suunnittelutyössä enemmän (Rajander-Juusti 2015, 24).

Pankkikonttoreiden perinteisen toimintaympäristön muuttuessa vaikuttaa se luonnollisesti myös asiakkaiden käyttämiseen sekä heidän henkiseen ja fyysiseen asiakastyytyvyyteen pankin palveluita kohtaan. Digitaalisten palveluka-

navien myötä asiakkaat, eritoten 1980-luvun jälkeen syntyneet nuoremmat ihmiset eli diginatiivit, ovat tottuneet nopeaan, ”ajattomaan” ja paikasta riippumattomaan palveluun (Ilmarinen & Koskela 2015, 57), koska he ovat mukautuneet ajatukseen ”aika on rahaa”, eikä heillä näin ollen ole aikaa jonottaa vuoroaan montaa tuntia tallettaakseen käteistä tilillensä tai uusiakseen rikkoutuneen pankkikorttinsa. Lisäksi kuten Gerdt ja Eskelinen (2018, 171) toteavat, ovat nämä diginatiivit usein myös uskollisempia hyvälle asiakaskokemukselle, kuin millekään tietylle pankki-instituutiolle, ja heidän asiointinsa saattaa olla hajautettuna useaan rahalaitokseen sekä pankin vaihtaminen heidän keskuudessaan yleistä. Nykyään asiakasta itseään miellyttävä palvelukokonaisuus koostuukin yhä useammin eri osista ja eri toimittajista, jonka pankit ja muut finanssilaitokset ovat joutuneet hyväksymään (Rajander-Juusti 2015, 24).

Kuten asiaa aiemmin luvussa 2 jo sivuttiin, on digitalisaation ja asiakaskäyttäytymisen muutoksen myötä usealla toimialalla koko arvokenttä mennyt uusiksi. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että nykyään yrityksen liiketoiminta perustuu yhä useammin kuluttajan eli asiakkaan tarpeiden, valintojen ja kokemusten ympärille. Voidaan jopa sanoa, että on siirrytty niin sanottuun uuteen digilogistiikan aikaan, jossa liiketoiminta on hyvin pitkälle asiakkaan ohjaamaa ja jossa fyysisen maailman rakenteet ja verkostot yhdistyvät digitaalisiin palveluihin ja integroituvat toisiinsa, esimerkkinä muun muassa juuri pankkien monikanavaiset palvelut. Kuluttajan noustessa enemmänkin aktiiviseksi toimijaksi asiakkaat myös osallistuvat entistä voimakkaammin liiketoiminnan eri prosesseihin sekä hakevat aktiivisemmin vaihtoehtoja olemassa oleville tavoille toimia. (Haapanen ym. 2017, 11–12, 42, 89, 151.)

3.3 Seniorit digitaalisten palveluiden ja teknologian käyttäjinä

Toisaalta vaikka digitalisaation ajatellaan täten usein parantavan asiakaspalvelun laatua ja saatavuutta, aiheuttaa digitalisaatio myös huolia, jotka liittyvät nimenomaan asiakkaiden rooliin sen käyttäjinä. Esimerkiksi teknologian kehittymisen myötä ovat asiakkaiden digitaidot ja moniosaaminen nousseet suurempaan rooliin, jolloin osaaminen, tottumukset ja yleinen suhtautuminen uusiin palveluihin ja teknologiaan jakaa asiakkaita eri luokkiin. Vaikkei jako ole täysin sidonnainen mihinkään tiettyyn ikäluokkaan, ja yksilöiden taidot käyttää eri palveluita voivat

vaihdella merkittävästi, on vahva korrelaatio kuitenkin olemassa ja iäkkäämpien käyttäjien voidaan nähdä olevan hieman alakynnessä. Digitalisaation pelätään esimerkiksi lisäävän kuluttajien, kuten seniorien välistä yhteiskunnallista eriarvoisuutta ja tuloeroja yleisesti, jonka lisäksi sen käytöllä pelätään olevan huomattavia sosiaalisia sivuvaikutuksia nimenomaan sosiaalisen eriarvoisuuden kannalta. (Liikanen 2016; Räsänen 2008, 228; Ilmarinen & Koskela 2015, 57.)

Vuonna 2017 Suomessa oli jo enemmän kuin miljoona yli 65-vuotiasta senioria, mikä tarkoittaa prosentuaalisesti 20 prosenttia koko väestöstä. Tähän vedoten voidaankin sanoa, että huomattava osa suomalaisista on vielä niin sanotusti digi-immigrantteja eli he ovat opetelleet tietokoneen, tai yleisemmin tietotekniikan käytön, vasta myöhemmällä iällä. Osittain ehkä tämän takia kyseinen ihmisryhmä on usein myös asenteiltaan ja käyttäytymiseltään hyvin erilaisia kuin esimerkiksi diginatiivit, joille digitaalisten palvelujen käyttäminen tulee luonnostaan. (Valli 2018, 2–3; Ilmarinen & Koskela 2015, 57–58.)

Yleensä vanhempaan ikäryhmään kuuluvat ihmiset omaavatkin paljon samoja piirteitä ja käyttäytyvät hyvin pitkälle samalla tavoin kuin muut ikätoverinsa, jotka ovat syntyneet ja kasvaneet samalla vuosikymmenellä. Heidän mielipiteensä, asenteensa ja arvot ovat pitkälti yhtäläisiä, ja he arvostavat jonkin verran enemmän perinteisiä palvelumalleja, koska ovat niihin elämänsä aikana tottuneet ja kokevat ne siksi turvallisiksi ja toimiviksi. Siksi digitaalisten palveluiden käyttöönotto ja hallitseminen vaativat heiltä enemmän tutustumista ja opastusta. Sen takia seniorit myös usein omaksuvat uuden teknologian vasta myöhemmin niin sanotusti jälkijunassa ja ovat epäileväisempiä sen käyttöönotossa kuin muut ikäluokat. (Bergström & Leppänen 2009, 111; FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018, 3.)

Toisaalta erilaisten arvojen ja asenteiden takia osa väestöstä ja senioreista jättyy digitalisaation ulkopuolelle myös omasta tahdostaan, koska haluavat syystä tai toisesta pysyä poissa esimerkiksi sosiaalisen median palveluista tai muista sähköisistä palvelukanavista. Ilmarinen ja Koskela (2015, 58) kutsuvatkin heitä siksi digiresistenteiksi tai ”digitaalisiksi orvoiksi”. Digitalisaation ulkopuolelle jäämisen syynä voi olla myös tottumattomuus ja osaamisen puute, kuten monen

iäkkäämmän seniorin kohdalla varmasti on kyseessä, tai terveydelliset syyt, joiden johdosta seniorit ovat haluamattaankin jääneet näiden palveluiden ulkopuolelle. Usein senioreiden asiakaskäyttämistä ohjaa myös mahdollisesti puuttuva teknologia ja laitteisto, jolloin yhtenä vaihtoehtona on esimerkiksi hyödyntää tuttavien ja sukulaisten koneita tai laitteita. Jos tämä ei kuitenkaan ole mahdollista, eikä asianomaisella ole varaa hankkia sähköisiin itsepalvelukanaviin vaadittavia laitteita, kuten tablettia tai älypuhelinta, joutuu hän usein turvautumaan asiointissaan pankin tai muiden laitosten tarjoamiin asiakaskäyttöön tarkoitettuihin laitteisiin. (Ilmarinen & Koskela 2015, 58; Valli 2018,12.)

Pääsääntöisesti eivät seniorit kuitenkaan niinkään vierasta teknologiaa, vaan osa senioreista saattaa käyttää sitä vallan näppärästäkin ja on halukas kokeilemaan uutta teknologiaa sekä on kiinnostunut sen mukanaan tuomista mahdollisuuksista (Forsberg ym. 2014, 13). Esimerkiksi vasta työelämästä eläkkeelle jäänyt 65-vuotias seniori on todennäköisesti hyödyntänyt teknologiaa ja sähköisiä palveluita työelämässä aiemminkin tai saanut niihin jonkun asteista opastusta tai koulutusta elämänsä aikana, jolloin palveluiden käyttö myös vapaa-ajalla on todennäköisempää sekä kynnys ylipäänsä käyttää teknologiaa ja digitaalisia palveluja näin ollen matalampi. Toisaalta vanhemmilla senioreilla, kuten esimerkiksi 75-vuotiailla, näiden palveluiden tietotaito ja perusteet saattavat puolestaan puuttua kokonaan tai olla täysin alkutekijöissä.

Vuonna 2018 Vanhus- ja lähimmäispalveluliiton eli Vallin (2018) Ikäteknologiaskeskus teki Suomessa pankkikyselyn yli 65-vuotiaille väestölle, jonka tarkoitus oli selvittää heidän kokemuksiaan ja mielipiteitä sähköisistä pankkipalveluista sekä kartoittaa, miten vanhempi väestö hoitaa pankkiasioitaan. Kyselyyn saatiin yhteensä 2893 vastausta, joista 1993 vastausta oli verkkolomakkeella ja 900 paperilomakkeella. Tuloksista kävi ilmi, että yleisesti ottaen seniorit todella hoitavat pankkiasiansa teknologia-avusteisesti tietokoneella pankin sähköisissä kanavissa (Kuvio 3). Verkkovastaajista pankkiasioitaan tietokoneella hoiti jopa 70 prosenttia, ja paperilomakkeella vastanneistakin melkein puolet eli 46 prosenttia kertoi hoitavansa pankkiasiansa yleensä tietokoneella. Kuitenkin vaikka paperilomakkeella vastanneet hoitivat pankkiasiansa pääsääntöisesti verkkovastaajien tavoin tietokoneella, oli huomattavalle osalle heistä perinteisempi konttoriasiointi edelleen yhä tavallinen asiointitapa. Mobiilisti paperilomakkeella vastaajista asioi

vain murto-osa. Lisäksi paperilomakkeilla vastanneista jopa 40 prosenttia kertoi edelleen asioivansa pankin konttorissa vähintään kerran kuukaudessa. (Valli 2018, 2–3, 6–8.)



Kuvio 3. Seniorien käyttämät palvelukanavat (Valli 2018, 6)

Kuten Vallin tutkimus antaa ymmärtää, ei pankkiasioiden hoitaminen itsepalveluna teknologia-avusteisesti ole senioreille mitenkään harvinaista. Itseasiassa aiempien tilastojen valossa seniorien määrä digitaalisten palveluiden käyttäjinä on menneinä vuosina jopa noussut. Esimerkiksi Finanssiala ry:n (2017b, 45) vuonna 2017 tekemän tutkimuksen mukaan, jossa käsiteltiin muun muassa suomalaisten laskunmaksutapoja, verkkopankissa maksaminen oli lisääntynyt 55–74-vuotiaiden keskuudessa ja vuonna 2017 jo 81 prosenttia 65–74-vuotiaista käyttivät verkkopankkia pankkiasiodensa hoitoon, luvun ollessa keväällä 2014 vielä huomattavasti alhaisempi, vain 66 prosenttia. Tämän lisäksi Suomen virallisen tilaston eli SVT:n väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttöä koskevat tilastot puoltavat huomioita. SVT:n mukaan Internet-asioinnissa ylipäänsä suomalaisella väestöllä yleisintä on juuri verkkopankin käyttö ja vuonna 2018 verkkopankkia oli viimeisen kolmen kuukauden aikana käyttänyt 16–89-vuotiaista 83 prosenttia, jossa nimenomaan vanhimpien ikäryhmien käyttäjien osuus oli noussut. (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2018.)

3.4 Käytössä koetut haasteet ja saatavilla oleva tuki ja neuvonta

Vaikka seniorien määrä digitaalisten palveluiden käyttäjinä on pääsääntöisesti jonkun verran menneinä vuosina siis noussut, on usein uusi moderni teknologia kuitenkin pääsääntöisesti nuorten suunnittelemaa, jolloin vanhemman väestön

mielipiteitä tai näkökulmia ei ole otettu suunnittelussa huomioon, mikä tuottaa senioreille haasteita niiden käytössä. Teknologia voi esimerkiksi olla vanhemmille silmille ja käsille hankalaa ja monimutkaista käsitellä ja tekstit liian pieniä tai numerosarjat turhan pitkiä. Teknologian käyttämiseen voidaan tarvita myös jonkun verran sorminäppäryyttä tai fyysistä voimaa, joka voi hankaloittaa sen käyttämistä. (Forsberg ym. 2014, 6, 11; Valli 2018, 10.)

Forsbergin ynnä muiden (2014, 13) tekemän KÄKÄTE-projektin loppuraportin mukaan, joka keskittyi ikäihmisiin ja teknologian heille mukanaan tuomiin haasteisiin, haasteita tuottaa myös palveluiden saavutettavuus sekä pitkät välimatkat ja etäisyydet. Konttoriverkoston supistumisen myötä lähimmän palveluntarjoajan tai konttorin luokse saattaa olla useita kymmeniä kilometrejä. Raportin mukaan Suomen ikääntynyt väestö onkin tällä hetkellä vahvasti kahtia jakautunut ja syrjäseuduilla asuvien on huomattavasti hankalampi päästä erilaisten palvelujen äärelle kuin kaupungissa asuvan väestön. Toisaalta niin yksityisten kuin julkisten palvelujen siirtyessä yhä enemmän sähköisiin kanaviin on vaara, että seniorit syrjäytyvät yhteiskunnasta kokonaan, mikäli eivät pysty uusia digitaatioita omaksumaan tai perinteisiä palvelukanavia muun väestön tavoin hyödyntämään. Ikääntynyt väestö myös itse selvästi toivoisikin, ettei välimatka olisi este konttorissa asioimiseen, koska valtaosa vastaajista kuitenkin hoitaa pankkiasiansa tällä hetkellä itse ja toivoo näin olevan myös jatkossa. Osittain senkin takia he toivoisivat, että lähin konttori löytyisi jatkossakin omasta kaupungista, taajamasta tai kohtuullisen matkan, kuten 30 minuutin päästä, jotta heidän pankkiasiointinsa olisi vaivatonta ja turvattua tulevaisuudessakin. (Forsberg ym. 2014, 11–13; Valli 2018, 12.)

Vaikka huoli ja tyytymättömyys palvelujen saatavuudesta on näin aitoa, on mielenkiintoista kuitenkin huomata, että Vallin (2018, 3–5) iäkkäiden pankkiasiointia koskevan tutkimuksen mukaan valtaosa senioreista on yleisellä tasolla kuitenkin tyytyväisiä pankkiasiointiinsa, vaikkakin kritisoivat palveluiden huonoa saatavuutta. Siitä huolimatta vain 8 prosenttia vastanneista oli vaihtanut pankkia asiointinsa helpottamiseksi (Valli 2018, 5).

Koska julkisten palvelujen digitalisointi on yksi pääministeri Sipilänkin hallitusohjelman kärkihankkeista, asetti valtiovarainministeriö vuonna 2016 niin sanotun

AUTA-hankkeen, jonka tavoitteena oli muun muassa valmistella toimivat käytännöt digitaalisten palveluiden käytön tukeen sekä tukea niitä asiakkaita, jotka eivät itse pysty käyttämään digitaalisia palveluita. Yhdeksi digitaalisten palveluiden käytössä tukea tarvittavaksi asiakasryhmäksi listattiin juuri seniorit, joiden keskuudessa digitaalisten palvelujen käytön vaikeus johtuu muun muassa juuri seniorien puuttuvista osaamis- tai laiteresursseista. Hankkeen toivottiin muun muassa parantavan ja ennaltaehkäisevän digitalisaatioon sisältyvää eriarvoisuutta seniorien keskuudessa ja tukevan seniorien digitaalisten palvelujen käyttöastetta. (Valtiovarainministeriö 2017, 6–7; Forsberg ym. 2014, 11; Ilmarinen & Koskela 2015, 58.)

Valtiovarainministeriön AUTA-hankkeen, Forsbergin ym. KÄKÄTE-projektin ja Vallin selvitysten lisäksi myös FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta on tutkinut seniorien pankkiasiointia aiemmin ja tehnyt pankeilla kyselyn vuonna 2018 selvittääkseen, mitä ikäihmisille suunnattuja pankkipalveluita ja niiden käyttöä helpottavia neuvontapalveluja pankit tarjoavat yli 65-vuotiaille asiakkailleen ja missä laajuudessa. Kyselyyn osallistui yhteensä yhdeksän pankkia tai pankkiryhmää, jotka olivat Aktia Pankki Oyj, Danske Bank A/S Suomen sivuliike, Nordea Bank Oyj, Svenska Handelsbanken AB Suomen sivukonttori, Oma säästöpankki Oyj, OP osuuskunta, POP pankkiliitto osk, S-Pankki Oy sekä Säästöpankkiliitto osk. (FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018, 3.)

Kyselyn mukaan pankit tarjoavat kyllä eri palvelu- ja neuvontapalveluja useissa eri kanavissa (Taulukko 1), kuten opetusvideoita digipalveluista YouTubessa tai kirjallisia ohjeita ja kuvia digitaalisista palveluista pankkien verkkosivuilla, mutta seniorit arvostavat kuitenkin enemmän juuri henkilökohtaista palvelua eivätkä koe etäpalveluita, kuten sähköisiä palvelukanavia, samalla tavoin henkilökohtaiseksi. Toisaalta yksikään pankeista ei kertonut, että olisi suoraan segmentoinut tiettyjä palveluita vain senioreille tarkoitetuksi, vaan neuvontaa ja palvelua, kuten painettuja, kirjallisia aineistoja ja ohjeita digitaalisten palveluiden käytön tueksi ja käyttöönottoa varten, tarjottiin tarpeiden mukaan. Kyselyn mukaan myös vain murto-osalla pankeista oli suoranaisesti ikäihmisille suunnatut omat verkkosivut tai osiot sivustoillansa. (FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018, 3.)

Taulukko 1. Aineistot ja ohjeet (FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018, 5)

Aineistot ja ohjeet	Säästöpankit	Nordea	Aktia	Handelsbanken	Danske	POP Pankit	S-Pankki	OmaSp	OP
Ikäihmisille suunnatut omat verkkosivut / osiot sivustolla		x		x					x
Opetusvideoita digipalveluista, esim. YouTube	x	x	x			x	x		x
Kirjalliset / kuvalliset ohjeet digipalveluiden käyttöön verkkosivuilla		x	x			x	x	x	x
Kirjalliset / kuvalliset ohjeet digipalveluiden käyttöön painettuina		x				x		x	x

Aineistojen ja ohjeiden lisäksi yhä useampi pankki, kuten esimerkiksi Nordea, Danske Bank ja Osuuspankki, ovat myös lähiaikoina heränneet tarjoamaan asiakkailleen konttoripalvelun lisäksi myös lisäpalveluita (Taulukko 2), kuten verkkoasioinnin opastusta tai yleisemmin digiopastusta konttoreilla ja niin sanottuja digipisteitä esimerkiksi kirjastoissa ynnä muissa julkisissa tiloissa ja tapahtumissa, joista palvelu on helposti asiakkaiden tavoitettavissa. Näiden pisteiden ja digiopastuksen tavoitteena ja tarkoituksena on saada sähköiset pankkipalvelut, kuten esimerkiksi verkkopankki, paremmin asiakkaiden tietoisuuteen ja sähköisten pankkipalveluiden käyttöastetta näin nostettua. Digiopastuksella ja digipisteillä autetaan ja ohjeistetaan ihmisiä kädestä pitäen sähköisten pankkipalvelujen käytössä, ja asiakkaat, eritoten vanhempi väestö, kuten seniorit, ovat ottaneet palvelun hyvin vastaan. (Hämäläinen 2018.)

Taulukko 2. Pankkien tarjoama neuvonta (FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018, 5)

Neuvonta	Säästö-pankit	Nordea	Aktia	Handels-banken	Danske	POP Pankit	S-Pankki	OmaSp	OP
Puhelin-neuvonta	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Digineuvonta konttoreilla	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Digineuvonta kotona	X		X					X	
Digineuvonta tapahtumissa ja yhteistyökumppaneiden toimesta	X	X	X		X	X		X	X

Edellä mainittujen palvelujen lisäksi esimerkiksi Osuuspankki on tuonut palveluun myös aivan konkreettisesti fyysisesti lähemmäksi asiakkaitaan ja ottanut käyttöönsä niin sanotun pankkiauton, joka toimii Osuuspankin liikkuvana palvelupisteenä ja asiakaskohtaamistilana. Pankkiauton avulla Osuuspankki tuo pankkipalveluja paikkakunnille, joissa pankin palvelupistettä ei muutoin ole tarjolla. Toisaalta pankkiauto myös helpottaa nimenomaan seniorien pankkiasiointia, joilla pitkä välimatka tai puuttuva kuljetus pankkikonttoriin olisi muutoin esteenä asioinnille. (Osuuspankki 2018.)

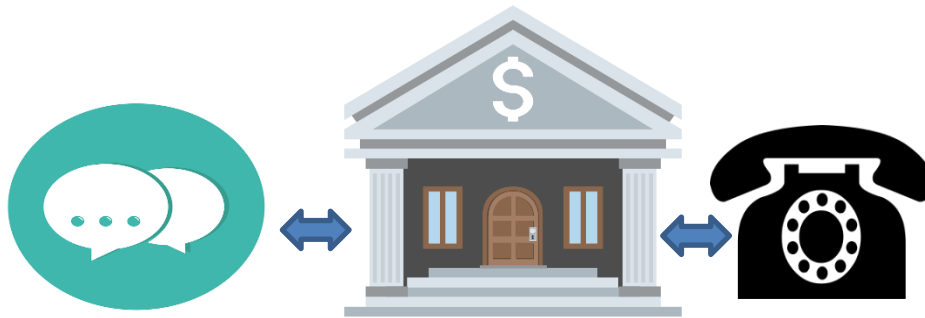
4 PANKKIEN MONIKANAVAISET PALVELUT

Seuraavassa luvussa käydään läpi pankin palvelurakenteen muutosta monikanavaiseksi ja selitetään, mitä monikanavaisuudella tarkoitetaan. Lisäksi luvussa esitellään opinnäytetyössä tutkitut palvelukanavat eli pankkien perinteiset fyysiset palvelukanavat eli konttorineuvonta sekä sähköiset kanavat: verkkopankki, mobiilipankki, puhelinpalvelu, verkkotapaaminen ja chat-palvelu. Luvussa avataan myös, miten seniorit näitä palvelumuotoja aiempien tutkimusten ja tilastojen valossa käyttävät.

4.1 Monikanavaisuus määritelmänä

Monikanavaisuus määritelmänä ei ole vielä kovin vakiintunut, ja sen määritelmä vaihtelee kysyttävän tahon mukaan. Fileniuksen (2015, 26–28) mukaan yleisemmin monikanavaisuudella eli monikanavaisella palvelulla (multi channel) tarkoitetaan juuri perinteistä fyysistä palvelukanavaa, jonka rinnalle on syntynyt jokin digitaalinen, sähköinen kanava. Komulainen (2018, 24) puolestaan kuvaa, että monikanavaisuutta (cross-over effect) tapahtuu silloin, kun asiakas tiedonhaku-, osto- tai palvelunkäyttöhetkellä vaeltaa kanavalta toiselle etsien mieluisinta asiointipaikkaa.

Pankkitoiminnassa monikanavaisuus voi tarkoittaa esimerkiksi fyysistä konttoria, jonka rinnalle on syntynyt puhelin- tai chat-palvelu, jonka kautta asiakkaat voivat myös hoitaa asioitaan (Kuvio 4). Edellä mainitut palvelukanavat toimivat näin erillään toisista ja saattavat jopa joissain tapauksissa kilpailla keskenään (Ilmarinen & Koskela 2015, 108–109). Nykyään yhä useampi finanssialan yhtiö turvautuukin asiakaspalvelussaan IT:hen eli informaatioteknologiaan, tarjoamalla asiakkaille lisäpalvelua, kuten verkkopalvelua ja muita palvelukanavia, perinteisen asiakaspalvelun lisäksi (Järvinen ym. 2006, 121, 123).



Kuvio 4. Esimerkki pankin monikanavaisista palveluista

Fyysisen toimintaympäristön rinnalle syntyneen digitaalisen toimintaympäristön myötä pankkien toimintaedellytykset ovat siten ikään muuttuneet, kun kaikki on mahdollista ajasta ja paikasta riippumatta kellon ympäri. Monikanavaisuuden avulla asiakkaita voidaan palvella kokonaisvaltaisemmin ja laajemmin niin fyysisesti kuin myös sähköisesti eri palvelukanavia hyödyntämällä, ja asiakas voi itse hyvin pitkälti valikoida, missä kanavissa haluaa tulla palveluksi. Monikanavaisuus myös vähentää asiakkaan sitoutumista tiettyyn palveluntarjoajaan (Komulainen 2018, 24) ja antaa asiakkaalle enemmän päätäntävaltaa. Kuten sekä Ilmarinen ja Koskela (2015, 108) että Filenius (2015, 28) toteavat, nykyään monikanavaisuuden yhteydessä usein puhutaankin termistä ylikanavaisuus (omnichannel), jolla tarkoitetaan sitä, että eri palvelukanavia voidaan käyttää yhtä aikaa sujuvasti limittäin, kun monikanavaiset palvelukanavat toimivat erillään toisista ja saattavat jopa kilpailla keskenään.

4.2 Pankkien perinteiset fyysiset palvelukanavat

Vaikka digitalisoinnin myötä pankkipalveluja on siirretty joko kokonaan tai osittain sähköisiin kanaviin ja konttorien resurssit hoitaa tiettyjä pankkiasioita ovat nykypäivänä rajatummat, kysyntää perinteiselle konttorineuvonnalle ja henkilökohtaisesti tapahtuvalle palvelulle edelleen löytyy. Esimerkiksi Finanssiala ry:n (2017b, 52) selvityksen mukaan valtaosa (76 prosenttia) suomalaisista edelleen haluaisi saada pankkipalveluita kasvotusten pankin konttorista ja noin joka kolmannes pankkipalveluita omassa kodissaan tai kauppakeskuksesta. Ikäryhmittäin tarkasteltuna muita useammin palveluita konttorista haluavat juuri yli 55-vuotiaat eli vanhempi väestö. Lisäksi, kuten Rajander-Juusti (2015, 25) toteaa, jopa yhdeksän kymmenestä asiakkaasta yleisesti kertoo haluavansa tarvittaessa saada

myös henkilökohtaista palvelua, vaikkakin muutoin ovat tottuneet hoitamaan pankki- ja vakuutusasioitaan itsenäisesti verkossa.

Sen johdosta osa pankeista tarjoaa edelleen henkilökohtaista, kasvotusten tapahtuvaa palvelua asiakkailleen joko ajanvarauksella tai ilman. Usein pankkien tarjoamat palvelut ovat kuitenkin konttorikohtaisia ja aukioloajat vaihtelevat paikakunnittain ja paikoittain. Esimerkiksi siinä missä toinen pankki tarjoaa käteispalveluja vain kahtena päivänä viikossa tietyinä kellonaikana, saattaa toinen pankki tarjota käteispalvelua joka arkipäivä, mutta käteispalvelun aukioloajat ovat rajatummat. Konttorineuvonnassa myös saatetaan hoitaa nykyään enää niin sanotusti lyhyempiä, ei niin syvällisiä asiakaskohtaamisia, jotka liittyvät lähinnä päivittäisasiointissa koettuihin ongelmatilanteisiin tai opastukseen. Mikäli asia vaatii syvällisempää selvittelyä, ohjataan asiakasta asioimaan toisessa palvelukanavassa tai hänelle varataan aika asioiden hoitoa varten, mikäli konttorissa vielä tämä mahdollisuus on tarjolla. Usein fyysisessä kivijalkakonttorissa työskentelevä henkilöstön määrä on myös vähäistä, eikä resursseja syvällisempään asiakaskohtaamiseen paikan päällä sen takia juuri ole, jonka johdosta asiakasta neuvotaan usein myös asioimaan sähköisissä palvelukanavissa.

4.3 Pankkien sähköiset palvelukanavat

Nykypäivänä pankeilla on perinteisten palvelukanavien lisäksi useita vaihtoehtoisia sähköisiä palvelukanavia tai -alustoja, joilla se asiakkaitaan palvelee. Gerdtin ja Eskelisen (2018, 169) mukaan asiakaskokemuksen siirtyminen perinteisestä konttoriverkostosta digitaalisiin kanaviin on jopa ollut nopeampaa kuin alan asiantuntijat ovat ennustaneet. Nykyään asiakkaan asiat pystytäänkin selvittämään ja hoitamaan hyvin pitkälle joko kokonaan tai osittain Internetin välityksellä erilaista teknologiaa ja digitalisaatiota hyödyntämällä. Sähköisistä palvelukanavista tunnetuimpia ja yleisempiä, joita useimmat pankit asiakkailleen tarjoavat, ovat verkkopankki, mobiilipankki, puhelinpalvelu sekä verkkotapaaminen ja chat-palvelu.

4.3.1 Verkkopankki

Verkkopankissa asiakas voi hoitaa päivittäispankkiasioitaan, kuten maksaa laskuja ja seurata tilitapahtumia ajasta ja paikasta riippumatta helposti ja vaivattomasti. Verkkopankkipalvelu on siis asiakkaan käytössä ympäri vuorokauden viikon jokaisena päivänä ja toimii kaikkialla missä on Internet-yhteys. Asioidakseen verkkopankissa verkkopankin käyttäjällä tulee olla erillinen verkkopankkisopimus, joka asiakkaan tulee pankin kanssa ensin solmia. Kun verkkopankkitunnukset on avattu, saa asiakas itselleen pysyvän käyttäjätunnuksen, ja palvelu toimii yleensä pankista riippuen joko paperisella tunnuslukukortilla tai tunnuslukusovelluksella tai -laitteella, kuten esimerkiksi Nordean (2019) tapauksessa, jota asiakas verkkopankkiin kirjautuessaan tarvitsee.

Pankkitunnukset ovat aina henkilökohtaiset ja toimivat siten ikään kuin asiakkaan sähköisenä tunnistautumisvälineenä myös muiden viranomaisten ja palveluntarjoajien, kuten Kelan, Omakannan tai Verohallinnon digitaalisiin palveluihin (Osuuspankki 2019b). Kenties osittain juuri tämän takia verkkopankkitunnukset löytyvätkin suurimmalta osalta pankkien asiakkaista. Euroopan mittakaavassa suomalaiset ovat itseasiassa Euroopan kärkeä verkkopankin käytössä, jonka lisäksi myös seniorit ovat ottaneet verkkopankin hyvin omakseen ja ovat näin ollen verkkopankin käytön etujoukoissa (Finanssiala ry 2019).

4.3.2 Mobiilipankki

Toinen suosittu sähköinen palvelukanava pankkiasioiden hoitoon verkkopankin lisäksi nykyään on mobiilipankki. Mobiilipankilla tarkoitetaan mobiililaitteella, kuten älypuhelimella tai tabletilla, toimivaa verkkopankkiohjelmaa. Mobiilipankki onkin käytännössä hyvin vastaavanlainen kuin perinteinen verkkopankki, vaikka usein eri mobiilisovellusten välillä löytyy käyttöeroja sen suhteen, mitä niillä voi normaaliin verkkopankkiin verrattuna tehdä. (Pankkiasiat.fi 2016.)

Mobiilipankin myötä asiakkaiden asioiminen on muuttunut entistä helpommaksi ja vaivattommaksi, jonka takia mobiilipankin valtavirtaistumisen voidaan sanoa olevan yksi pankkisektorin Uber-hetkistä, kuten Gerdt ja Eskelinen (2018, 169) hieman leikkimielisestikin huomauttavat. Yhä useammalla ihmisellä myös

nykyään löytyy jokin mobiililaitte kotoaan, jonka myötä mahdollinen pääsy mobiilipankkiin on myös näin ollen helpompaa, mikäli käyttäjällä on käytössään vain verkkopankkitunnukset. Itse asiassa Suomen virallisen tilaston mukaan älypuhelinlinten käyttäjien osuus suomalaisten keskuudessa on noussut entisestään ja 16–89-vuotiaista jopa kolmella neljästä on käytössään kosketusnäytöllä varustettu puhelin toimivalla verkkoyhteydellä. Vanhemman väestön keskuudessa mobiililaitteiden käyttö on tosin edelleen vähäisempää, ja vuonna 2017 65–74-vuotiaista vain noin puolella (49 prosenttia) oli älypuhelin käytössään. (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2017.)

4.3.3 Puhelinpalvelu

Kolmas suosittu palvelukanava, mitä monet pankit tarjoavat nykypäivänä asiakkailleen, on neuvonta puhelimitse eli puhelinpalvelu. Soittaminen on muun muassa nopea ja kätevä tapa kysyä ohjeistusta pankkiasioita askarruttavissa asioissa, eikä näin tehdäkseen asiakkaan tarvitse olla sidottu mihinkään tiettyyn paikkaan asioita hoitaakseen. Esimerkiksi Osuuspankki (2019a) kertoo tarjoavansa asiakkailleen henkilökohtaista palvelua pankkiasioissa maanantaista perjantaihin ja Danske Bank (2019) sekä arkisin että viikonloppuisin tiettyinä kellonaikana. Nordea (2019) puolestaan kertoo palvelevansa asiakkaita päivittäispankkipalveluissa 24/7 eli ympäri vuorokauden, vuoden jokaisena päivänä. Jotta asiointi puhelinpalvelussa olisi turvallista ja asiakkaan henkilökohtaisten asioiden hoitaminen puhelimitse mahdollista, ohjeistetaan asiakasta usein jo soittaessa tunnistautumaan verkkopankkitunnuksilla, aivan kuten Osuuspankki (2019a) ja Nordea (2019) ainakin tekevät.

Usein puhelinpalveluja kritisoidaan kuitenkin siitä, että niihin soittaminen on kallista ja ketään ei välttämättä tavoiteta saman tien, vaan soittaja voi joutua odottamaan pitkänkin tovin ennen kuin pääsee edes asiakaspalvelijan juttusille. Muun muassa Nordea (2019) kuitenkin kertoo, että soittaminen puhelinpalveluun maksaa todellisuudessa vaan normaalin paikallisverkkomaksun tai matkapuhelinmaksun eikä palvelusta veloiteta mitään ylimääräistä kuluja. Lisäksi mikäli asiakas ei halua joutua jonottamaan, Osuuspankki (2019a) myös ohjeistaa asiakasta soittamaan muulloin kuin maanantaina tai kuun vaihteessa, jolloin heidän palvelussansa voi olla ruuhkaa.

Vaikka yleisesti puhelinpalvelun voisi ajatella näin olevan helppo ja vaivaton tapa hoitaa pankkiasioita myös seniorien kohdalla ja monet pankit näitä palveluja tarjoavatkin, on niiden tiedotuksessa tai muussa parantamisen varaa, koska Vallin (2018, 6–7) tekemän selvityksen mukaan vain muutama prosentti senioreista todellisuudessa käyttää tätä palvelukanavaa asioidensa hoitamiseen. Toisaalta puhelinpalvelu vaatii tunnistautumisen verkkopankkitunnuksilla, joka vaatii jonkun verran sorminäppäryyttä, mikä toisaalta voi olla osasyynä, miksi seniorit mahdollisesti palvelua karttavat tai kokevat sen hankalaksi.

4.3.4 Verkkotapaaminen

Hieman uudempana sähköisenä palvelukanavana usea pankki tarjoaa nykyään asiakkailleen myös mahdollisuutta tapaamiseen verkossa. Verkkotapaaminen vastaakin hyvin pitkälle perinteistä konttoritapaamista, jossa asiakas voi asioida pankkivirkailijan kanssa kasvotusten videoyhteyden välityksellä. Videoyhteys mahdollistaa pankkivirkailijan myös jakaa dokumentteja asiakkaalle tarpeen mukaan. Verkkotapaamista varten asiakas tarvitsee pankkitunnukset sekä verkkotapaamista tukevan Internet-yhteydellisen, kuva- ja äänitoiminnoilla varustetun älypuhelimien, tietokoneen tai tabletin. Kuten muissakin sähköisissä palvelukanavissa, on verkkotapaamisessa mahdollista hoitaa päivittäisiä pankkiasioitaan vaikka kotisohvalta tai mökiltä käsin. (Aktia 2019.)

Yleensä palveluajat verkkotapaamisissa ovat vielä rajatummat ja sijoittuvat pääasiallisesti arkipäiviin maanantaista perjantaihin, kun taas esimerkiksi verkko- tai mobiilipankkien sekä puhelinpalvelujen palveluajat ovat yleisesti ottaen laajemmat ja joustavammat. Myöskään aiempia tilastoja tai tutkimuksia verkkoneuvottelujen käyttöasteesta nimenomaan seniorien kohdalla ei tunnu vielä juurikaan löytyvän, joka johtuu todennäköisesti siitä, että verkkotapaamiset ovat vielä suhteellisen tuore juttu ja monelle näin uusi tapa hoitaa pankkiasioita. Toisaalta verkkoneuvottelu kenties vaatii asiakkaalta itseltään myös hieman enemmän perehtymistä ja tietotaitoa erilaisten sovellusten toimivuudesta, jotta verkkoneuvottelu on mahdollista toteuttaa, joka voi osaltaan hidastaa ja jarruttaa verkkoneuvottelun käyttöastetta vanhemman väestön keskuudessa.

4.3.5 Chat-palvelu

Viimeisempänä pankit tarjoavat asiakkailleen yleensä palvelua myös chat-palvelun kautta, joka on sekin suhteellisen uusi tapa palvella asiakkaita nimenomaan pankkiasioita askarruttavissa asioissa. Chat-palvelussa pankkiasioista voi kysyä pankkitoimihenkilöltä yleisemmällä tasolla, mutta mikäli asiakas haluaa saada ratkaisun henkilökohtaiseen ongelmaan, vaaditaan siinäkin tunnistautuminen henkilökohtaisilla pankkitunnuksilla tai vaihtoehtoisesti suositellaan hoitamaan asia muita palvelukanavia apuna käyttäen (Säästöpankki 2019).

Yleisesti chat-palvelua siis ohjaa vielä ihminen, pankkitoimihenkilö, joka auttaa asiakasta pankkiasioita askarruttavissa asioissa joko neuvomalla tai tarjoamalla tietoa siitä, miten asiakas saa asiansa itse muita kanavia hyödyntäen hoidettua. Chat-palvelussakin nousevana trendinä lähitulevaisuudessa voidaan tosin jo nyt nähdä olevan erilaiset virtuaaliassistentit ja chatbotit (Kuva 1), jotka tulevat näin osittain korvaamaan ihmisen tekemää työtä entisestään (Komulainen 2018, 318, 311). Pankeista esimerkiksi ainakin Nordea (2019) on jo ottanut edellä mainitut palvelut asiakaspalvelunsa tueksi, ja pankin kotisivuilla asiakasta chatissa palvelee ensisijaisesti chat-robotti Nova. Chatbotit ovatkin ikään kuin virtuaaliavustajia, jotka hyödyntävät tekoälyä simuloidessaan todellista ihmisten välistä keskustelua. Mikäli chatbot ei palvelutilanteessa tunnista asiakkaan kysymää kysymystä, voi sen myös ohjelmoida siirtämään kysymyksen pankkitoimihenkilölle syvällisempää neuvontaa varten. (Komulainen 2018, 311–312.)



Kuva 1. Esimerkki chatbotista

Kuten ei verkkoneuvottelujen käyttöasteesta, ei chat-palvelujen käyttöasteesta pankkiasioiden hoitoon nimenomaan seniorien keskuudessa löytynyt toistaiseksi aiempia tutkimuksia, joten niiden suosio seniorien keskuudessa jäi vielä kysymysmerkiksi. Chat-palvelujen käyttöönoton ja kokeiluasteen voidaan kuitenkin kuvitella olevan matalampi kuin esimerkiksi verkkoneuvottelujen, koska chat-ikkunat ovat suhteellisen vakiintuneita palvelutapoja usealla muulla toimialalla ja neuvon tai avun kysyminen niiden kautta on suhteellisen helppoa.

5 SENIORIEN KÄYTTÄYTYMINEN MONIKANAVAISISSA PALVELUISSA

5.1 Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen

Tässä opinnäytetyössä seniorien asiakaskäyttämistä pankkien monikanavaisissa palveluissa haluttiin lähetä tutkimaan käytännönläheisestä näkökulmasta, jonka takia tutkimusmenetelmäksi opinnäytetyössä valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Tutkimus toteutettiin käyttämällä aineistonkeruumenetelmänä teemahaastatteluja, jonka teemat pohjautuivat teoreettisessa viitekehyksessä esiteltyyn kirjallisuuskatsaukseen ja aiempiin tutkimuksiin aiheesta. Koska laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että etukäteen haastateltavien määrää ei voida niin yksiselitteisesti määrittellä ei sitä tässäkään tapauksessa sen takia lähdetty tarkemmin rajaamaan, vaan tutkimusta varten haastateltiin niin monia henkilöitä kuin tutkimuksen ja aineiston analysoinnin kannalta koettiin tarpeelliseksi (Kananen 2010, 54).

Aineistonkeruu eli teemahaastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina. Haastateltavana kohderyhmänä oli 60–75-vuotiaat pankin henkilöasiakkaat. Haastateltavien henkilöiden valinnoissa otettiin huomioon, että tutkittava aihe koski heitä eli heillä oli asiakassuhde johonkin ennalta määrittelemättömään pankkiorganisaatioon. Haastateltaviksi pyrittiin saamaan niin naisia kuin miehiä, jotka kuuluivat kuitenkin etukäteen määriteltyyn ikäryhmään.

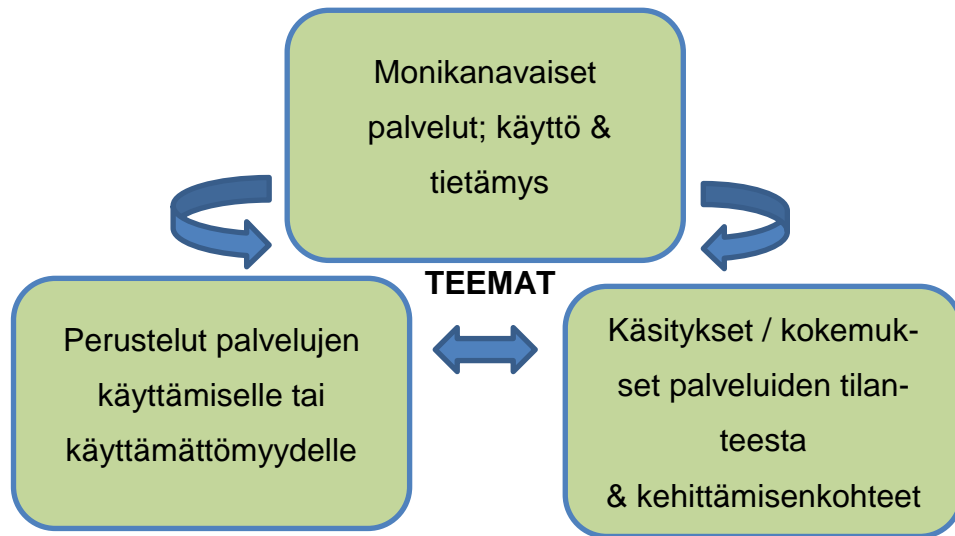
Tutkimuksessa haastateltiin kaikkiaan seitsemää pankin henkilöasiakasta. Haastateltavat olivat iältään 60–73-vuotiaita, ja neljä heistä oli miehiä ja kolme naisia. Osa haastateltavista oli vielä työelämässä, osa varhaiseläkkeellä sekä osa jo kokonaan siirtynyt eläkkeelle. Näin toimimalla haluttiin selvittää mahdollisimman monipuolinen näkökulma tutkittavaan aiheeseen.

Teemahaastattelujen haastatteluajat sovittiin sekä kasvotusten että puhelimitse etukäteen ja haastateltaville kerrottiin, että haastattelu koskee heidän päivittäistä pankkiasiointiaan pankkien monikanavaisissa palveluissa. Haastatteluihin varattiin aikaa tunti ja ne tallennettiin digitaalisesti sekä kirjoitettiin puhtaaksi tekstinkäsittelyohjelmalla analysointia varten.

Haastattelut toteutettiin teemahaastattelulle luontaisesti niin sanotusti teemoittain etenemällä aina yleisestä yksityiseen, jotta saatiin näkemys siitä, mikä itse ilmiössä on merkittävää ja mikä näin usein myös toistuu tarkasteltaessa ilmiötä yleisemmällä tasolla (Hirsjärvi ym. 2007, 177). Vaikka haastattelu eteni näin ollen hyvin keskustelunomaisesti, oli haastateltava kuitenkin miettinyt ja varautunut tekemään tarkentavia ja teemoihin liittyviä syventäviä kysymyksiä haastattelun aikana monipuolisemman näkökulman saavuttamiseksi.

Tarkemmin teemahaastattelun rungoksi (Kuvio 5; Liite 1) valikoitui kolme eri teemaa: haastateltavien käyttämät monikanavaiset pankkipalvelut sekä heidän tietämyksensä eri vaihtoehtoista, perustelut palvelujen käyttämiselle tai käyttämättömyydelle sekä haastateltavien käsitykset ja kokemukset palvelujen tilanteesta ja tarjonnasta tällä hetkellä sekä mahdolliset kehittämiskohteet. Lisäksi haastattelun alussa haastateltavalta selvitettiin taustatietoja eli demografisia tekijöitä, kuten ikä, asuinpaikka ja sijainti, koulutus, elämäntilanne ja siviilisääty. Näin tekemällä pyrittiin selvittämään, vaikuttavatko demografiset tekijät monikanavaisien palvelujen käyttöön tai käyttöasteeseen jollain tavalla: esimerkiksi vaikuttaako palvelujen etäisyydet niiden saavutettavuuteen ja käyttöasteeseen merkittävästi, tai onko iällä tai aiemmalla koulutustaustalla jotain merkitystä palvelujen valinnassa ja käytössä. Taustatietojen lisäksi haastateltavilta selvitettiin myös, mitä tietoteknisiä laitteita he omistavat.

Haastattelurunko testattiin yhdellä iältään kohderyhmään sopivalla henkilöllä ennen haastatteluja, ja testauksesta saadun palautteen ansiosta haastattelussa käytettyjä apukysymyksiä muokattiin vielä hieman, jotta ne vastaisivat paremmin tutkimuksen pää- ja apututkimuskysymyksiin.



Kuvio 5. Haastattelurungon teemat

Varsinaiset haastattelut suoritettiin huhtikuun 2019 aikana pääsääntöisesti kasvotusten. Kahden haastateltavan kohdalla päädyttiin puhelinhaastatteluun lähinnä maantieteellisen välimatkan johdosta, mutta koska haastattelija tunsii haastateltavat entuudestaan, oli puhelinhaastattelu kuitenkin helppo toteuttaa eikä haastattelun laatu kärsinyt siitä. Kaikki haastattelut suoritettiin rauhallisissa paikoissa haastateltavien kotona tai muutoin tutussa ympäristössä. Näin pyrittiin luomaan haastatteluille hyvä ja rento ilmapiiri sekä takaamaan kommunikation häiriöttömyys. Haastattelija oli myös valmistautunut haastatteluun kirjoittamalla itselleen haastattelun aikana käydyt teemat ja iskusanat valmiiksi muistivihkoon ylös ja ryhmitelty ne teemoittain erilleen, jotta muistiinpanojen tekeminen helpottui ja saadusta aineistosta pystyi paikantamaan litteroitavat kohdat jo haastattelun yhteydessä nopeasti esille.

Haastattelun alussa haastateltavan kanssa käytiin läpi haastattelun teemat ja haastattelun yleiskulku, jonka lisäksi varmistettiin, että haastattelun saa tallentaa digitaalisesti. Haastateltavalle korostettiin, ettei oikeita tai vääriä vastauksia ole olemassa, vaan haastateltava voi täysin vapaasti, teemat huomioiden, kertoa oman henkilökohtaisen näkemyksensä tai käyttökokemuksensa aiheesta. Lisäksi haastateltavalle kerrottiin työn luotettavuudesta, kuten että kaikki mitä hän sanoo ja kertoo, tapahtuu nimettömästi ja luottamuksellisesti ja vastauksia tullaan käyttämään vain tätä tutkimusta ja opinnäytetyötä varten.

Itse haastattelutilanteet etenivät rauhallisesti omalla painollaan, ja haastateltavalle annettiin mahdollisuus avoimesti ja vapaasti kertoa omista kokemuksista ja ajatuksista tutkittavaan aiheeseen liittyen. Kaiken kaikkiaan haastattelujen kestot vaihtelivat 30:stä 45:een minuuttiin.

5.2 Teemahaastattelujen analysointi ja tulokset

Aineiston keruun yhteydessä tai välittömästi sen jälkeen kerätty aineisto dokumentoitiin sähköiseen muotoon tietokoneelle pilvipalveluun, jossa tiedot olivat näin turvassa ja helposti analysoitavissa. Koska opinnäytetyössä kerätyn aineiston analysointi tulee olla objektiivista ja kattavaa, hyödynnettiin laadullisen aineiston käsittelyssä ja analysoinnissa litteroinnin tasoja, kuten propositiotason litterointia ja sanatarkkaa litterointia. Propositiotason litteroinnissa kirjataan ylös ai-noastaan sanoman ydinsisältö, kuten haastattelussa esiintyvät teemat, kun taas sanatarkkaa litterointia voidaan käyttää toisaalta sitaattina myös lopullisessa tutkimusraportissa. (Kananen 2010, 58–60.)

Kunkin haastateltavan tiedot auki kirjoitettiin eli pelkistettiin ja dokumentoitiin aina yhteen tiedostoon tekstinkäsittelyohjelmaa apuna käyttäen teemoittain muistiin. Myöhemmin eri henkilöiden samaa teemaa koskevat sivut kopioitiin peräkkäin ja analysoitiin niitä tarkemmin. Analyysimenetelmänä sovellettiin sisällönanalyysia, joka sopii hyvin strukturoimattoman haastatteluaineiston, kuten teemahaastattelun analysointiin. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, ja sillä tarkoitetaan pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti. Sen tarkoitus on saada tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty ja selkeä kuvaus järjestetyssä muodossa, jotta johtopäätösten tekeminen helpottuu. Vaikka teemahaastattelussa etukäteen asetetut teemat saattavat muuttua matkan varrella, on niiden analysointi kuitenkin helpompaa, koska haastattelun aiheet on valmiiksi ryhmitelty eli jaettu tiettyihin teemoihin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103–110.)

Lisäksi aineiston analysoinnissa hyödynnettiin valmiita sovelluksia, kuten taulukkolaskennanohjelmia, jotka helpottavat analysoinnin tekemistä. Näitä apukeinoja soveltaen tehtiin lopullinen tulkinta tutkitusta aiheesta ja vedettiin tutkijan omat johtopäätökset tutkittavasta ilmiöstä.

Tutkimuksen tulokset perustuivat 60–75-vuotiaiden pankin henkilöasiakkaiden teemahaastatteluihin. Kaiken kaikkiaan tutkimusta varten haastateltiin seitsemää kohderyhmään kuuluvaa pankin henkilöasiakasta, ja iällisesti haastateltavien keskiarvoksi muodostui 67,4 vuotta. Vaikka aineistoa oli näin ollen pienehkö määrä, ei tutkimusta varten kerätty otos ollut kuitenkaan sattumanvarainen, vaan hyvin harkittu ja tarkoitukseen sopivaa (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 85–86). Toisaalta haastateltavien vastaukset olivat myös hyvin linjassa toistensa kanssa ja toistivat loppua kohden pitkälti toisiaan, joten tarvetta aineiston lisäkeruulle ei senkään puolesta koettu.

Litteroitavaa puhtaaksi kirjoitettua tekstiä kertyi useampi sivu, vaikka aineistoa osittain analysoitiin ja purettiin teema-alueisiin jo haastatteluvaiheessa. Haastateltavista yksi kertoi olevansa vielä kokoaikaisesti työelämässä, yksi osittain työelämässä ja loput eläkkeellä. Koulutustaustana kaikilta löytyi opistotaustaa, kuten yo-merkonomi, mikä oli haastateltavien nuoruudessa yleisesti yleisin koulutusmuoto. Haastateltavien työkokemukset ja ansiot vaihtelivat toimitusjohtajasta entiseen pankkivirkailijaan, fysioterapeuttiin ja kirjantajaan eli kirjapainotyöntekijään. Kaikki haastateltavat myös kertoivat nykyisten tai aiempien työsuhteidensa sisältäneen jonkin verran teknologian ja tietoteknisten laitteiden osaamista. Kaikki haastateltavat asuivat palveluihin nähden joko keskustassa tai alle kymmenen kilometrin päässä julkisista palveluista. Viisi haastateltavaa kertoi olevansa naimisissa ja asuvansa yhdessä puolisonsa kanssa. Kaksi puolestaan kertoi jääneensä leskeksi ja asuvansa yksin, vaikkakin toinen heistä oli jo uudessa parisuhteessa. Tietoteknisistä laitteista kaikilta haastateltavilta löytyi älypuhelin, ja kuudella heistä oli myös tietokone sekä osalla tabletti. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Haastateltavien taustatiedot

Haastateltava	Ikä	Ammatti	Koulutus	Asuinpaikka/sijainti	Sivillsäätty	Tietotekniset laitteet
Nainen	60	työelämässä	opistotausta	Oulu, esikaupunkialue	naimisissa	älypuhelin, tabletti, tietokone
Nainen	63	eläkkeellä	yo-merkonomi	Oulu, keskusta	naimisissa	älypuhelin, tietokone
Mies	65	osittain työelämässä	yo-merkonomi	Oulu, esikaupunkialue	naimisissa	älypuhelin, tietokone
Mies	69	eläkkeellä	yo-merkonomi	Oulu, esikaupunkialue	naimisissa	älypuhelin tabletti, tietokone
Nainen	70	eläkkeellä	opistotausta	Oulu, esikaupunkialue	naimisissa	älypuhelin tabletti, tietokone
Mies	72	eläkkeellä	opistotausta	Joensuu, esikaupunkialue	leski, parisuhteessa	älypuhelin, tietokone
Mies	73	eläkkeellä	opistotausta	Joensuu, esikaupunkialue	leski	älypuhelin
Keskiarvo	67,43					

Koska kerätty aineisto litteroitiin ja analysointiin teemahaastattelun runkoa noudattaen teemoittain muistiin, esitellään tulokset myös samaa kaavaa noudattaen teemoittain järjestyksessä. Teemoina toimivat siis haastateltavien käyttämät monikanavaiset pankkipalvelut sekä heidän tietämyksensä eri vaihtoehtoista, perustelut palvelujen käyttämiselle tai käyttämättömyydelle sekä haastateltavien käsitykset ja kokemukset palvelujen tilanteesta ja tarjonnasta tällä hetkellä sekä mahdolliset kehittämiskohteet.

5.2.1 Haastateltavien käyttämät palvelut ja tietämys niistä

Tulokset osoittavat, että valtaosa haastateltavista oli tietoisia kaikista tässä tutkimuksessa tutkituista eri palvelukanavista. Ainoastaan yksi haastateltava kertoi, että on ihan mielellään *"tippunut"* pois sähköisistä palvelumuodoista ja olevansa vaan *"kalassa verkossa"* eikä sen takia ollut tietoinen tai oikeastaan edes kiinnostunut eri tavoista hoitaa pankkiasioita. Toisaalta haastateltava kertoi, että hänelläkin oli aiemmin ollut tietokone ja hän oli luottanut kaikki pankkiasiansa vaimonsa huollettavaksi, mutta vaimon poismenon jälkeen haastateltava heitti tietokoneen kokonaan pois, koska hänen ei enää *"tarvi ymmärtää"* ja perinteiset palvelut riittävät hänelle hyvin.

Pääasiallisena asiointikanavanaan lähes kaikki, kuusi seitsemästä, kertoivat käyttävänsä verkkopankkia päivittäisten pankkiasioidensa hoitamiseen. Käyttökerrat vaihtelivat 2–3 kerrasta viikossa 2–3 kertaan kuukaudessa. Kolme haastateltavista kertoi käyttävänsä verkkopankin ohella myös mobiilipankkia melkeinpä päivittäin, lähinnä saldotietojen ja tilitapahtumien tarkastamiseen ja seuraamiseen. Ainoastaan yksi haastateltavista mainitsi pääsääntöiseksi asiointitavakseen konttorin, vaikka hänkin kertoi yleisesti kyllä hoitavansa esimerkiksi laskun maksun maksupalvelun kautta ja käteisnostot automaatilla, mutta käyvänsä aina silloin tällöin konttorilla hakemassa muun muassa lisää maksupalvelukuoria ja tervehtimässä pankkivirkailijoita. Muut haastateltavat kertoivat asioivansa konttorissa lähinnä 1–2 kertaa vuodessa, jos silloinkaan, ja asioinnin syyn olleen yleensä esimerkiksi asuntokauppoihin, asuntolainaan tai muuhun niin sanotusti vaativampaan asiaan liittyvät asiat. Yksi haastateltava kertoi käyneensä konttorissa myös vastikään, koska tarvitsi tiliotteita eikä osannut niitä itse pankin verkkopankista pidemmältä aikaväliltä hakea. Kukaan haastateltavista ei kertonut

käyttävänsä päivittäisten pankkiasioidensa hoitoon puhelinpalvelua, chat-palvelua tai verkkoneuvottelua, vaikkakin useampi haastateltava kertoi käyttäneensä nimenomaan chat-palvelua tietokoneella kyllä muissa asioissa, kuten vakuutusasioissa aiemmin. (Taulukko 4.)

Taulukko 4. Perinteiset asiointikanavat

Asiointitavat	Konttori	Verkkopankki	Mobiilipankki	Puhelinpalvelu	Chat	Verkkoneuvottelu
Nainen 60 v.		x	x			
Nainen 63 v.		x				
Mies 65 v.		x				
Mies 69 v.		x	x			
Nainen 70 v.		x	x			
Mies 72 v.		x				
Mies 73 v.	x					

5.2.2 Perustelut palvelujen käyttämiselle tai käyttämättömyydelle

Perusteluksi verkkopankin käytölle useampi haastateltava mainitsi juuri sen helppouden ja kätevyyden. Palvelua ei ole sidottu mihinkään tiettyyn paikkaan tai aikaan, vaan pankkiasioita voi hoitaa milloin tahansa. Verkkopankin käyttäminen koettiin myös turvalliseksi, koska yleisesti haastateltavat asioivat kuitenkin verkkopankissa omassa kotonaan ja kokivat, että esimerkiksi tietokoneiden viruksen-
torjunnat olivat tällöin kunnossa eikä kukaan ulkopuolinen pääse urkkimaan heidän tietojansa asioinnin yhteydessä esimerkiksi vierestä seuraamalla.

*”Se on niin helppoa, ku ei
tarvi lähteä mihinkään.”*
(Nainen 60 v.)

*”Toisaalta se on kyllä ajasta
riippumaton, kun voi milloin ta-
hansa, missä tahansa huoleh-
tia pankkiasioista, kun asiakas
saa itse valita, eikä tarvitse
olla jonottamassa.”*
(Nainen 63 v.)

Toisaalta parikin haastateltavista kertoi, että käyttää verkkopankkia myös pakon edestä, koska ihmiset on ajettu käyttämään sitä. Hekin kuitenkin totesivat sen olevan kyllä ajasta riippumaton ja siinä mielessä hyvä vaihtoehto hoitaa päivittäisiä pankkiasioita. Toinen heistä myös mainitsi, että haluaisi edelleen maksaa käteisellä, jos se vain olisi vielä yleisesti mahdollista.

Mobiilipankin käytölle sen aktiiviset käyttäjät mainitsivat syyksi kätevyyden ja näppäryyden. Loput puolestaan kertoivat olevansa kriittisiä mobiilipalveluita kohtaan, koska pitää niitä turvattomina, ja tarkistavansa saldotiedot ja tilitapahtumat sen takia perinteisesti verkkopankista tai automaatilta. Toisaalta he mainitsivat käyttämättömyyden olevan myös "asenne"-juttu ja tietynlainen ikärajakysymys. Parikin haastateltavista muun muassa kertoi, että käyttää muuten paljonkin eri sovelluksia älypuhelimella, eikä mobiilipankin käyttämättömyys niinkään ole kiinni osaamisesta hänen kohdallaan, mutta hänen mielestään nykyinen systeemi eli verkkopankki on hyvä, koska haastateltava on siihen tottunut, eikä sen takia koe tyytymättömyyttä nykyisiä palveluja kohtaan tai tarvetta edes käyttää muita palvelumuotoja.

Kaikilla haastateltavilta löytyi käytöstä älypuhelin, joten siinä mielessä mobiilipankin käyttö olisi voinut olla kaikkien kohdalla kuitenkin mahdollista. Yksi haastateltavista tosin kertoi, että käyttää sitä vain soittamiseen ja viestien lähettämiseen, ja toinen kertoi ostaneensa sen aivan vasta ja sen käytön olevan siten täysin opetteluvaiheessa. Haastateltava muun muassa koki olevansa vielä epävarma älypuhelimien käytön suhteen ja mainitsi riittämättömän sorminäppäryyden ja lukulasien puuttumisen olevan käytön ja opettelun esteenä ja hidasteena.

Vaikkei konttoriasiointi ollut suurimmalle osalle ensisijainen asiointikanava, kaikki haastateltavat kuitenkin mainitsivat, että on hyvä, että konttoreita on edelleen olemassa, vaikka he itse siellä harvemmin asioivatkin. Huolenaiheeksi konttoreista puhuttaessa useamman kanssa nousi harmi kassapalvelujen ja pankin aukioloaikojen supistamisesta. Myös huoli syrjäseuduilla tai pienemmällä paikkakunnilla asuvien seniorien kohtalosta herätti keskustelua, vaikkei etäisyys pankkipalveluiden luokse ollut kellekään haastateltavista itse varsinaisesti esteenä. Esimerkiksi yksi haastateltavista kertoi, että Kemijärvellä, jossa hänelläkin on paljon tuttuja, ei fyysisiä pankkipalveluita ole juuri tarjolla lainkaan ja pääosin asukaskunnan

olevan kuitenkin iäkkäämpää väkeä, jotka ovat tottuneet käyttämään käteistä, jonka he nostavat pääsääntöisesti konttorista.

"Käy sääliksi ne ihmiset, jotka ei osaa eikä pysty käyttämään näitä sähköisiä palveluita. Kurjat olot siellä, ei istuimia edes riitä kaikille" (Nainen 63 v.)

"Henkilöt, jotka ei netin tai laitteitten kautta näitä hoitele, on aika hankala tilanne, ku ei sivukyllillä oo pankkikonttoreita." (Mies 69 v.)

Vaikka valtaosa kertoi tietävänsä tai kuulleensa pankkien puhelinpalvelusta, chat-palvelusta ja verkkoneuvottelusta, ei kukaan ollut toistaiseksi niitä käyttänyt. Parikin haastateltavista mainitsi, ettei itseasiassa oikein tiedä, mitä asioita voi mitään kautta hoitaa, jonka takia he ovat pysytelleet tutuksi ja turvalliseksi kokemassaan verkkopankissa. Palvelumuotona puhelinpalvelu herätti myös jonkin verran kritiikkiä, muun muassa juuri jonotusaikojen ja käytön hankaluuden suhteen, vaikkakin kritisoijat kertoivat, etteivät olleet juuri pankin puhelinpalvelua varsinaisesti käyttäneet.

"Se on minua tämmösenä vanhan liiton miehenä harmittanu joskus se, että jos haluaa pankista jotaki joskus kysyä, niin jos sinne soittaa, niin ei sieltä yleensä taho saaha sitä vastausta. Eikä saa henkilöä eikä kyllä muutakkaan." (Mies 69 v.)

5.2.3 Mielenpitoet käytettävyydestä ja kehittämisisideat

Yleisesti ottaen suhtautuminen eri palvelukanaviin ja -muotoihin oli myönteistä, vaikkakin haastateltavien keskuudessa oli havaittavissa epäselvyyttä siitä, mitä asioita ylipäänsä voi nykyään eri palvelukanavissa hoitaa. Verkkopankin toimivuuteen oltiin tyytyväisiä ja sen koettiin palvelevan sellaisenaan hyvin. Myös mobiilipankin käyttäjät olivat tyytyväisiä sen helppouteen ja toimivuuteen sellaisenaan, mutta ne, jotka eivät vielä kyseistä palvelua toistaiseksi käyttäneet epäilivät hyvin paljon sen turvallisuutta. Suurin osa myös kertoi, että voisi harkita puhelinpalvelua, verkkoneuvottelua ja chat-palvelua tarpeen vaatiessa käyttävänsä. Yksi haastateltavista kuvaili muun muassa chat-palvelusta, että voisi kuvitella sen hyväksi kanavaksi saada äkkiä apua tai neuvoa, mitä pitäisi tehdä, jos tulee joku ongelmatilanne. Vaikka puhelinpalvelu herätti myös kritiikkiä, koettiin se puolestaan hyväksi vaihtoehdoksi muutamankin haastateltavan kohdalla esimerkiksi silloin, jos pankkikortti esimerkiksi katoaa. Osa mainitsi myös, että sen kautta voi varmasti reissussa ollessa hyvin tiedustella jotain pankkipalveluihin liittyvää asiaa, mikäli tarve vaatii.

Palvelumuodoista verkkoneuvottelu oli ilmiselvästi haastateltaville vieraampi, vaikkakin lähes kaikki kertoivat vähintään kuulleensa siitä, eikä se herättänyt senkään takia mielenpitoita niin paljoa kuin muut palvelumuodot. Muutama haastateltava kuitenkin kertoi, että voisi mahdollisesti verkkoneuvotteluakin kokeilla, jos sellainen tilanne tulisi eteen, vaikka vaativamman pankkiasian kanssa he todennäköisesti mieluummin ehkä kuitenkin menisivät ensisijaisesti konttoriin tutun virkailijan luokse.

Kehittämisen kohteita kysyttäessä ei kukaan haastateltavista osannut suoraan sanoa mitään varsinaista tietoteknistä asiaa, joka mahdollisesti parantaisi eri palvelukanavien käytettävyyttä, vaan totesivat nykyisten palveluiden sellaisenaan riittävän heille hyvin. Usea haastateltava kuitenkin kertoi arvostavansa edelleen henkilökohtaista palvelua ja toivoi, että sitä olisi saatavilla kattavasti jatkossakin. Haastateltavat myös toivoivat, että kynnys saada ja kysyä apua ja neuvoa olisi matala ja mahdollinen painettu ohjeistus sähköisten palvelukanavien käyttöön olisi räätälöity nimenomaan ikäihmisille suunnatuksi. Avun toivottiin myös olevan

konkreettista ja neuvontaa ja saatavilla olevaa informaatiota lisättävän, jotta mahdollisimman suuri osa ihmisistä pystyisi näitä palveluja käyttämään.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Johtopäätöksinä voidaan todeta, etteivät seniorit kerätyn aineiston ja tulosten perusteella vielä käytä pankin monikanavaisia palveluja niin monipuolisesti kuin heidän olisi mahdollista, vaan yleisin palvelukanava on tietokoneella käytettävä verkkopankki, jonka käyttäjinä seniorit ovat todella aktiivisia ja pääosin tyytyväisiä sen toimintaan ja käytettävyyteen. Saadut tulokset toisaalta tukevat myös näin ollen teoriaosuudenkin aiempia tutkimuksia ja tilastoja aiheesta, joiden mukaan verkkopankin käyttäjinä seniorit ovat Euroopan kärkeä (Finanssiala ry 2019), muiden palvelukanavien ollessa kenties heille vielä hieman vieraampia ja uudempiä. Osa haastateltavista hyödynsi kuitenkin päivittäisessä pankkiasioinnissaan myös useampaa eri kanavaa eli monikanavaisuutta käyttämällä verkkopankkia ja mobiilipankkia sujuvasti rinnakkain. Toisaalta syy, miksi verkkopankki oli ylivoimaisesti käytetyin palvelukanava tulosten perusteella, johtui myös siitä, että verkkopankki on ollut käytössä ja saatavilla jo pidemmän aikaa, minkä takia siihen oli jo totuttu ja sen käyttö koettiin sen takia toimivaksi ja turvalliseksi.

Edellytykset, eli älypuhelin ja pankkitunnukset, muiden sähköisten pankkipalveluiden käyttöön löytyivät kuitenkin kaikilta, mutta esteeksi varsinaiselle käytölle nousivat yleensä joko osaamattomuus, tietämys mitä missäkin voi tehdä ja oma henkilökohtainen päätös olla käyttämättä tiettyjä digitaalisia ja sähköisiä palvelukanavia, aivan kuten Forsberg ym. (2014, 6, 11), Valli (2018,10) ja Ilmarinen ja Koskela (2015, 58) aiemmin huomauttivat. Pääsääntöisesti haastateltavat myönsivät kuulleensa tai tietävänsä jonkin verran pankkien muistakin sähköisistä palvelukanavista, mutta niiden käyttöaste haastateltavien kohdalla oli jäänyt kaikilla nolllaan.

Demografisilla tekijöillä, kuten aiemmalla koulutuksella tai iällä, ei tutkimuksen perusteella tuntunut olevan merkitystä, vaan haastateltavat käyttivät pankin monikanavaisia palveluja hyvin samantapaisesti, vaikkakin toki eroavaisuuksiakin löytyi. Kerätyn aineiston perusteella ei myöskään voida vetää yleistyksiä, jonka mukaan vanhemmat seniorit käyttäisivät pankin monikanavaisia palveluja, eritoten sähköisiä palveluja, jotenkin vähemmän, vaan haastateltavien keskuudessa oli tässäkin tapauksessa nähtävissä yksilöllisiä eroja. Erot johtuivat pitkälti haas-

tateltavien henkilökohtaisista asennekysymyksistä ja päätöksestä tai haluttamattomuudesta olla käyttämättä muita palvelumuotoja. Tuloksiin viitaten voidaankin siis todeta, että aivan kuten tutkimuksen teoriaosuudessa kävi ilmi, vaikuttaa seniorien asiakaskäyttäytymiseen lopulta aina yksilölliset syyt, tarpeet ja motiivit (Bergström & Leppänen 2009, 100–101). Osittain nimenomaan sähköisten palvelukanavien, kuten verkkopankin, käyttöön oli tosin siirrytty pakonkin sanelemana konttoriverkoston ja kassapalveluiden supistumisen myötä, vaikka sen toimivuuteen oltiin muutoin tyytyväisiä. Siinä mielessä ulkopuolisilla ärsykeillä, kuten teknologian kehityksellä, voidaan kuitenkin sanoa olevan jonkin verran painoarvoa seniorien asiakaskäyttäytymistä miettiessä, aivan kuten Bergström ja Leppänen (2009, 100–101) huomauttivat.

Tutkimustulosten perusteella on myös selvää, että seniorien tavassa käyttää pankin monikanavaisia palveluja on parantamisen varaa, ja heidän käyttöastettansa nimenomaan sähköisten palvelukanavien, kuten puhelinpalvelun, chat-palvelun ja verkkoneuvottelun, käytössä voitaisiin hyvin riittävällä ohjeistuksella ja neuvonnalla lisätä. Eritoten informaatioon siitä, mitä missäkin palvelukanavassa voi hoidtaa, tulisi panostaa entisestään. Lisäksi koska sähköisten palvelukanavien käyttö vaatii senioreilta myös tietynlaista rohkeutta ja ymmärrystä, liittyy niiden käyttöön usein epäluuloa ja pelkoja. Esimerkiksi seniorit saattavat pelätä, että he tekevät jotain väärin käyttäessään esimerkiksi mobiilipankkia ja menettävät tietojansa tai jopa rahansa käyttäessään näitä palvelumuotoja, aivan kuten tuloksista kävi ilmi. Varsinkin mobiilipankkia kohtaan oli havaittavissa epäluottamusta, joka kohdistui nimenomaan teknologian turvallisuuteen. Siksi myös seniorien tietoturvaosamista ja informaatiota palveluiden tietoturvallisuudesta tulisi parantaa, jotta esimerkiksi mobiilipankin käyttöastetta saataisi heidän keskuudessaan lisättyä.

Saatavilla olevan neuvonnan ja ohjeistuksen tulisi olla myös mahdollisimman selkeää ja eritoten senioreille räätälöityä. Tämä on asia, jota FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan (2018, 5) teoriaosuudessaikin aiemmin kerrotun tutkimuksen mukaan eivät vielä kaikki pankit ole toistaiseksi selvästikään sisäistäneet. Sen mukaan esimerkiksi vain kolmella pankilla yhdeksästä on suoraan ikäihmisille suunnatut omat verkkosivut tai osiot sivustoillansa, vaikka muutoin pankit tarjoavatkin kirjallisia ja kuvallisia ohjeita digitaalisten palveluiden käytöstä ja käyttöönotosta sivuillansa tai painettuina asiakkailleensa. Tuloksista kävi myös ilmi, että

haastateltavat toivoivat pankkivirkailijoiden ja toimihenkilöiden puhuvan samoilla termeillä ja kielellä kuin seniorit eikä olettaen, että kaikki automaattisesti tietävät, mistä puhelimesta esimerkiksi löytyy sovelluskauppa, josta mobiilipankki puhelimeen ladataan, tai mihin numeroon soittaa, mikäli haluaa saada palvelua puhelimitse. Uusien laitteiden ja palveluiden käyttöönotto vaatii toisaalta senioreilta myös paljon uuden opettelua ja omaksumista, jonka takia opetteluun tulee sisältää paljon toistoja ja kynnyksen avun ja ohjeistuksen saannille olla sen takia matala. Tulosten perusteella usea haastateltava kertoikin nykytilanteessa saavansa avun läheisiltänsä, kuten vävyöjältä, joka on töissä pankissa, tai omalta lapseltaan, joka käyttää pankin sähköisiä palveluja. Kaikkien kohdalla, kuten haastateltavat tuttaviaan tai sukulaisiaan miettiessään totesivat, ei tilanne välttämättä kuitenkaan ole yhtä hyvä, ja tukiverkosto saattaa puuttua, vaikka henkilö itse muutoin vielä pystyy itsenäisesti asioimaan ja toimimaan.

Toisaalta tuloksista nousee esille myös tyytyväisyys nykyisten palveluiden riittävyyteen ja saatavuuteen, vaikka Forsbergin ym. (2014, 13) ja Vallin (2018, 12) mukaan toisaalta pankkipalveluiden saatavuus oli juuri yksi asia, mikä seniorien keskuudessa nimenomaan puhututti ja huolestutti. Tämän tutkimuksen kannalta tulokseen tosin vaikutti varmasti se, että suurin osa haastateltavista asui Oulussa, jossa pankkikonttoreita ja pankin toimipisteitä kauppakeskuksissa ynnä muualla on suhteellisen kattavasti. Lisäksi haastateltavista kaikki, myös Joensuusta kotoisin olevat haastateltavat, asuivat joko keskustassa tai esikaupunkialueella, eikä etäisyys fyysisten palvelupisteiden luokse senkään takia ollut heille esteenä tai hidasteena.

Mahdollisiin palvelukanavien uudistuksiin suhtauduttiin osittain jopa hieman nihkeästi – miksi vaihtaa tai kehittää uutta, kun nykyiset palvelut toimivat hyvin sellaisinaan, eikä muillekaan palvelukanaville ole toistaiseksi ollut vielä tarvetta. Saatavuuden koettiin osittain jopa parantuneen ja helpottuneen verkkopankin ja mobiilipankin kehittymisen myötä. Silti konttorineuvonnan tarpeellisuudesta oltiin kuitenkin yhtämielisiä ja toivottiin, ettei henkilökohtainen kasvotusten tapahtuva palvelu poistuisi kokonaan, vaan sitäkin olisi tarvittaessa saatavilla helposti. Mielipiteet olivat siten myös hyvin linjassa teoriaosuudessa mainitun Finanssialan (2017b, 52) selvityksen mukaan, jonka mukaan suomalaisista valtaosa edelleen haluaisi saada pankkipalveluita kasvotusten pankin konttorista.

7 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tutkimuskohteena ja tavoitteena oli kartoittaa ja selvittää, miten seniorit käyttävät pankin monikanavaisia palvelukanavia tällä hetkellä sekä miten heitä voitaisi tukea paremmin näiden palveluiden, eritoten sähköisten palveluiden, käytössä. Teoriaosuudessa käsiteltiin pääosin digitalisaation ja asiakaskäyttäytymisen käsitteitä ja vaikutuksia pankkitoimintaan ja asiakaskäyttäytymiseen. Lisäksi monikanavaisuutta ja monikanavaisia palveluja avattiin opinnäytetyössä tarkemmin ja tarkasteltiin, miten seniorit näitä palveluita käyttävät ja senioreita yleisesti digitaalisten palveluiden käyttäjinä.

Tutkimus toteutettiin teemahaastatteluina, jotka suoritettiin valitulle kohderyhmälle suunnattuina yksilöhaastatteluina. Kuten johtopäätöksistä nousi esille, on tutkimustulosten perusteella selvää, että pankin toimintaympäristön muuttuessa ja sen palvelukanavien kehittyessä entuudestaan vaikuttaa muutos merkittävästi myös seniorien pankkiasiointiin ja haastaa heitä uudella tavalla. Kerätyn aineiston perusteella on selvää, etteivät seniorit niinkään vierasta teknologiaa, vaan käyttävät sitä osittain vallan sujuvastikin arkielämässään. Siitä huolimatta seniorit eivät vielä hyödynnä pankin monikanavaisia palveluja yhtä laajasti tai monipuolisesti kuin heidän olisi mahdollista, vaan he pitäytyvät tutkimustulosten perusteella tutussa ja turvalliseksi kokemassaan verkkopankissa. Syynä muiden palvelukanavien vähäiseen käyttöön on nimenomaan palveluiden heikko tunnettuus, tietoturvallisuuteen liittyvät tekijät sekä osittain myös osaamiseen liittyvät tekijät. Sähköisten palvelukanavien, kuten esimerkiksi mobiilipankin käyttö, jota haasteltavista käytti vain alle puolet, vaatii muun muassa jonkun verran fyysisiä taitoja, kuten sorminäppäryyttä. Tämän lisäksi älypuhelimien näyttö on myös paljon pienempi verrattuna esimerkiksi tietokoneen näyttöön, jolloin käytön esteeksi tai hidasteeksi muodostuvat muut fyysiset rajoitteet, kuten esimerkiksi huonontunut näkö.

Yleisesti ottaen muutoin pankin monikanavaisten palveluiden saatavuuteen, käytettävyyteen ja riittävyteen oltiin tutkimustulosten perusteella pääosin tyytyväisiä. Neuvontaa ja informaatiota siitä, mitä missäkin palvelukanavassa voi tehdä, tulisi kuitenkin tulosten perusteella ehdottomasti lisätä, jotta kynnyks käyttäjä eri palveluja madaltuisi. Saatavilla olevan neuvonnan ja ohjeistuksen palveluiden

käytöstä ja käyttöönnotosta tulisi olla myös mahdollisimman käytännönläheistä, yksinkertaista ja ymmärrettävää sekä räätälöity nimenomaan senioreille tarkoitettavaksi. Lisäksi pankkien tulisi vielä avoimemmin tiedottaa asiakkailleen monikanavaisten palvelujen hyvistä puolista sekä toisaalta myös niiden askarruttavista puolista, kuten tietoturvallisuudesta, joka senioreita haastattelujen perusteella yleisesti mietitytti ja jopa pelottikin. Monikanavaisia palveluja, eritoten sähköisiä palvelukanavia, tulisi myös rohkeasti esitellä, jotta eri palvelukanavat, kuten puhelinpalvelu, chat- ja verkkoneuvottelu, jotka tulosten perusteella olivat vielä senioreille vieraampia, tulisivat senioreille tutummaksi ja arkisemmaksi, jolloin kynnys käyttää näitä palveluja madaltuisi. Toisaalta saatavilla olevista palveluista voisi mahdollisesti olla tarjolla myös juuri seniorien tarpeisiin räätälöityjä palvelumuotoja tai vaihtoehtoja, jotta alkuunpääsy, kuin myös palvelujen käyttö, olisi senioreille helpompaa.

Vaikka tulevana vuosikymmeninä alati kehittyvä teknologia tulee näin ollen oletettavasti vaikuttamaan pankkipalveluiden ja -kanavien muokkaantumiseen entisestään, on tutkimustulosten perusteella selvää, että tarjolla tulee edelleen olla vaihtoehtoja, jotka ovat myös sellaisten seniorien käytettävissä ja saavutettavissa, jotka eivät syystä tai toisesta halua tai kykene sähköisiin palveluihin siirtymään. Sähköisten palvelukanavien käyttöönottoa ei myöskään tule pakottaa, vaan henkilökohtaista kasvotusten tapahtuvaa palvelua tulisi olla saatavilla tarpeen ja kynnyn mukaan.

Kaiken kaikkiaan tutkimus toteutui halutunlaisesti sekä vastasi siten tutkimuksen tavoitteita. Tutkimuksen tulokset mukailivat hyvin pitkälle teoreettisessa viitekehysessä esitettyjä tietoja ja aiempia tutkimuksia sekä tilastoja aiheesta, ja teoria- ja käytännön tieto vastasivat siinä mielessä hyvin toisiansa. Toivon, että tutkimus toi myös osaltaan lisäinformaatiota seniorien asiakaskäyttäytymisestä ja erityisesti tietoa siitä, millaista pankkien monikanavaisissa palveluissa tapahtuvan neuvonnan ja saatavilla olevan informaation ja tuen heitä ajatellen tulisi olla. Omia työtehtäviäni pankin päivittäispalvelun monikanavaisissa palveluissa ajatellen tutkimuksesta oli ainakin hyötyä itselleni, ja siinä mielessä tutkimuksen työelämälähtöisyys ja hyödynnettävyys toteutuivat hyvin.

Tutkimuksen luottavuuskriteereitä, kuten validiteetti eli pätevyys ja reliabiliteetti eli toistettavuus, tarkastellessa voidaan niiden sanoa toteutuneen tarkoituksenmukaisesti ja kiitettävästi. Validiteetin kannalta on esimerkiksi tärkeää, että tehty työ kuvaa oikeita asioita, ja tutkimusaineiston kohderyhmänä ja vastaajina toimii tutkimuksen kannalta oikea ikäryhmä. Luotettavuutta lisää myös mahdollisimman tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta, kuten aineiston tuottamisen olosuhteista ja keruupaikasta. Reliabiliteetti puolestaan tarkoittaa toistettavuutta, eli että mikäli tutkimus uusittaisiin, olisivat tutkimustulokset melkein samat. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.)

Perustuen siihen, että laadullinen tutkimus, kuten tämäkin opinnäytetyö, on aina ainutlaatuinen ja siitä saadut johtopäätökset riippuvat pitkälti sen tulkitsijan eli opinnäytetyön kirjoittajan tekemistä havainnoista, on laadullinen tutkimus siten yleisesti aina kertaluonteinen, eikä kahta täysin samanlaista tutkimusta voida sanoa olevan olemassa (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227). Voidaan kuitenkin todeta, että joku toinen tutkija voi oletettavasti tutkimuksessaan päätyä yksimielisyyteen tämän tutkimuksen kanssa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 186) ja validiteetin siten toteutuvan, aivan kuten itsekkin tutkimustuloksissa tein, vertaamalla saatuja tuloksia työn teoriaosuuden aiempiin tutkimuksiin ja tilastoihin aiheesta.

Luotettavuuden lisäämiseksi niin työn kirjallinen osuus kuin aineiston keruu pyrki noudattamaan yleisiä tutkimuksen periaatteita, ja tutkimusta varten valitut haastateltavat valikoitiin tarkoituksenmukaisesti ja heidän osallistumisensa tutkimukseen oli vapaaehtoista. Laadukkuutta tavoiteltiin pyrkimällä pitämään teema-haastattelun runko mahdollisimman selkeänä ja ymmärrettävänä, jonka lisäksi pohdittiin vaihtoehtoisia lisäkysymysten muotoja teemoja syventämään (Hirsjärvi & Hurme 2001, 184). Valitun kohderyhmän kanssa käytiin myös haastattelun kulku sekä siinä käsitellyt teemat etukäteen läpi epäselvyyksien välttämiseksi. Haastattelutilanteet pyrittiin pitämään rauhallisina, jotta haastateltavien omat näkökulmat ja mielipiteet pääsevät esiin, jolloin saatu aineisto on laadukasta, ainutlaatuista ja monipuolista. Lisäksi haastattelut litteroitiin niin pian kuin mahdollista laadukkuuden ja luotettavuuden varmistamiseksi.

Lähteinä opinnäytetyössä käytettiin vain tuoreita aineistoja ja tilastoja sekä aiempia tutkimuksia aiheesta. Pääsääntöisesti käytetyt lähteet olivat suomenkielisiä,

vaikka lähteinä hyödynnettiin osittain myös englanninkielisiä lähteitä aiheesta. Myös työn tarpeellisuus ja työelämälähtöisyys on työssä asianmukaisesti perusteltu ja tutkimuksen eteneminen sekä aineiston keruu työssä kuvattuna. Lisäksi tutkimuksen tuloksista tehdyt johtopäätökset on esitetty selkeästi sekä perustellen.

Vaikka tutkimuksen luotettavuutta vähentää se, että puhelinhaastattelun takia osasta haastatteluista jäi uupumaan non-verbaalinen eli sanaton viestintä, oli kerätty aineisto kuitenkin päällisin puolin mielestäni laadukasta, ja sieltä nousi esille antoisia näkökulmia ja mielipiteitä tutkimusta ajatellen. Toisaalta työn luotettavuutta lisää se, että haastatteluista saadut vastaukset toistivat hyvin pitkälle toisiaan ja koin tutkimusaiheen kyllästeisyyden eli saturaation siten täyttyneen, jolloin haastateltavien lisääminen ei välttämättä näin ollen olisi ollut edes tarpeellista. Toisaalta mikäli aineistonkeruulle olisi varattu pidempi aika ja aineistoa kerätty laajemmin, olisivat tutkimuksen tulokset mahdollisesti olleet vielä tarkemmat ja laadukkaammat.

Jatkotutkimusaiheena tutkimukselle voisi toimia muun muassa jonkun tietyn specifin palvelukanavan, kuten pankin verkkoneuvottelun tai chat-palvelun, tutkiminen, joiden käytöstä nimenomaan seniorien näkökulmasta ei aiempien tietojen valossa ole vielä tehty juurikaan, ellei ollenkaan, aiempia tutkimuksia tai selvityksiä. Toisaalta yhtenä jatkotutkimuksen aiheena voisi tutkia, onko pankkien aiheita tai kannattavaa järjestää valtakunnallisia kursseja senioreille, joissa opeteltaisiin käyttämään uusimpia teknologioita ja sähköisiä palvelukanavia paremmin ja monipuolisemmin, tai tulisiko mahdollisesti seniorien tietoturvaosaamista lisätä ja olisiko tällä vaikutuksia sähköisten palvelukanavien käyttöasteen lisääntymiseen.

LÄHTEET

Aktia 2019. Verkkotapaaminen. Viitattu 15.3.2019
<https://www.aktia.fi/fi/verkkopalvelut/verkkotapaaminen>.

Bergström, S. & Leppänen A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Danske Bank 2019. Miten voimme auttaa? Viitattu 15.3.2019 <https://danskebank.fi/sinulle/asiakaspalvelu>.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus – Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo Oy.

Finanssiala ry 2017a. Pankkivuosi 2017. Viitattu 15.3.2019
<file:///C:/Users/Susu/Downloads/Pankkivuosi-2017.pdf>.

Finanssiala ry 2017b. Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat. Viitattu 13.3.2019 file:///C:/Users/Susu/Downloads/SLM_2017_Tutkimusraportti.pdf.

Finanssiala ry 2018. Käteisen käyttö hiipuu – maksaminen on jo digitalisoitunut. Finanssiala ry 1.12.2018. Viitattu 22.5.2019 <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/kateisen-kaytto-hiipuu-maksaminen-digitalisoitunut.aspx>.

Finanssiala ry 2019. Suomalaiset ovat Euroopan kärkeä nettipankin käytössä. Viitattu 14.3.2019 <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Suomalaiset-Euroopan-karkea-nettipankin-kaytossa.aspx>.

FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2018. Ikäihmisten pankkipalvelut. Viitattu 15.3.2019 <file:///C:/Users/Susu/Downloads/ikaihmissen-pankkipalvelut.pdf>.

Forsberg, K., Norlund, M., Nykänen, J., Stenberg, L., Ranta P. & Virkkunen, A. 2014. Ikäteknologian monimuotoinen maailma – KÄKÄTE projektin loppuraportti. KÄKÄTE-raportteja 4/2014. Helsinki. Viitattu 15.3.2019
[file:///C:/Users/Susu/Downloads/Kakate_Loppuraportti\(6\).pdf](file:///C:/Users/Susu/Downloads/Kakate_Loppuraportti(6).pdf).

Gartner 2019a. About. Viitattu 16.3.2019 <https://www.gartner.com/en/about>.

Gartner 2019b. IT Glossary. Digitalization. Viitattu 16.3.2019 <https://www.gartner.com/it-glossary/digitalization/>.

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus – oppia kansainvälisiltä huipuilta. Helsinki: Alma Talent.

Haapanen, M., Syrjänen, T. & von Zansen, J. 2017. Digilogistiikka – Kuluttajan ohjaamaa liiketoimintaa. Futugene Oy.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy. E-kirja. Viitattu 25.1.2019 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs verkkokirjahylly.

- Herrala, O. 2016. Pankkien konttorit katoavat. Kauppalehti 12.8.2016 Viitattu 15.3.2019 <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pankkien-konttorit-katoavat/6b102a9e-f5b8-34eb-a164-a7a1bcb8f565>.
- Herrala, O. 2017. Pankkikonttoreista suljetaan lähivuosina jopa puolet. Kauppalehti 18.5.2017. Viitattu 14.3.2019 <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pankkikonttoreista-suljetaan-lahivuosina-jopa-puolet/e00a4cb6-0204-3cdf-90f9-a1e8400e426f>.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hirsjärvi, S., Remes P. & Sajavaara P. 2007. Tutki & kirjoita. 13., uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hämäläinen, J. 2018. Pankki kirittää iäkkäitä digiloikkaan – taustalla vakava huoli. Helsingin uutiset 14.10.2018. Viitattu 14.3.2019 <https://www.helsingin uutiset.fi/artikkeli/711368-pankki-kirittaa-iakkaita-digiloikkaan-taustalla-vakava-huoli>.
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio – Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Itkonen, J. 2015. Kiihdyttääkö digitalisaatio talouskasvua? Euro&Talous 26.10.2015. Viitattu 13.3.2019 <https://www.eurojatalous.fi/fi/blogit/2015-2/kiihdyttaako-digitalisaatio-talouskasvua/> blogi.
- Julkisten alojen eläkelaki 81/2016.
- Järvinen, R., Rosti P. & Ylikoski T. 2006. Hyvä asiakaspalvelu– menestystekijä finanssialalla. 2. uudistettu painos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111. Jyväskylä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja 143. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Karhinen, R. & Korkeela, M. 2016. Pankkisektori tienavaajana. Viitattu 14.3.2019 <file:///C:/Users/Susu/Downloads/Pankkisektori%20tienavaajana.pdf>.
- Karhunen, J. 2018. ”Jos pankit eivät ymmärrä muutosta, niin huonosti käy”. Uutismajakka 20.7.2018. Finanssiala. Viitattu 25.3.2019 <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Suomiareena-pankkikeskustelu.aspx>.
- Komulainen, M. 2018. Menesty digimarkkinoilla. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Liikanen, E. 2016. Digitalisaatio: Vanhan pelin uudet säännöt vai kokonaan uusi peli? Suomen Pankki 10.5.2016. Viitattu 25.3.2019. <https://www.suomen->

pankki.fi/fi/media-ja-julkaisut/puheet-ja-haastattelut/2016/paajohtaja-erkki-liikannen-digitalisaatio-vanhan-pelin-uudet-saannot-vai-kokonaan-uusi-peli-maksufoorumi-10.5.2016-helsinki/.

Nordea 2019. Nordea 24/7. Viitattu 15.3.2019 <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/tuki/asiakaspalvelu.html>.

Osuuspankki 2018. OP:n pankkiauto liikkeellä! (Ajankohtaista 14.5.2018) Viitattu 14.3.2019 <https://www.op.fi/web/op-lansi-uusimaa/-/pankkiauto>.

Osuuspankki 2019a. Soita meille. Viitattu 15.3.2019 <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/asiakaspalvelu/soita/soita-meille?icmp=yl-ft-puheluhinnasto>.

Osuuspankki 2019b. Tunnukset - avain OP:N palveluihin. Viitattu 24.5.2019 <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/verkkopalvelutunnukset-avain-opn-palveluihin>.

Pankkiasiat.fi 2016. Mobiilipankki paras pankki? Käyttö ja ominaisuudet kasvavat. Viitattu 14.3.2019 <https://pankkiasiat.fi/mobiilipankki-paras-pankki-kaytto-ja-ominaisuudet-kasvavat>.

Rajander-Juusti, R. 2015. Yhteinen matka Finanssialan tulevaisuuteen – Hyvinvoiva finanssiala 2014–2015-hankeen loppuraportti. Hyvinvoiva finanssiala – hanke. Viitattu 15.3.2019 http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf.

Räsänen, P. 2008. The Aftermath of the ICT Revolution? Media and Communication Technology Preferences in Finland in 1999 and 2004. April 2008. *New Media & Society*, 10. Viitattu 25.3.2019 <file:///C:/Users/Susu/Downloads/aftermath2008.pdf>.

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2017. 2. Internetin käyttö mobiililaitteella. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 14.3.2019 https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_002_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2018. Internetiä käytetään yhä yleisemmin matkapuhelimella myös ostosten tekemiseen. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Helsinki: Tilastokeskus Viitattu 14.3.2018 http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tie_001_fi.html?ad=notify.

Säästöpankki 2019. Chat. Viitattu 15.3.2019 <https://www.saastopankki.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/yhteydenottokanavat/chat>.

Tilastokeskus 2017. Digitalisaatio ja bkt – Miten digitalisaatio näkyy taloustilastoissa. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 13.3.2019 file:///C:/Users/Susu/Downloads/digitalisaatio_bkt.pdf.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Valli 2018. Pankkipalvelut kuuluvat kaikille – Miten turvataan iäkkäiden pankki-asiointi digiyhteiskunnassa? Ikäteknologiakeskus. Viitattu 13.3.2019 file:///C:/Users/Susu/Downloads/Pankkipalvelut_kevyt.pdf.

Valtiovarainministeriö 2017. Digituen toimintamalliehdotus – AUTA-hankkeen projektiryhmän loppuraportti. Viitattu 13.3.2019 file:///C:/Users/Susu/Downloads/AUTA%20raportti.pdf.

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun runko

Taustatiedot:

- Ikä
- Ammatti/koulutus, työelämässä/eläkkeellä
- Asuinpaikka/ -sijainti palveluihin nähden
- Siviilisääty
- Tietotekniset laitteet

Monikanavaiset pankkipalvelut; niiden käyttö ja tietämys eri vaihtoehdoista:

(monikanavaiset palvelut = konttori, verkkopankki, chat, videoneuvottelu ja puhelinpalvelu)

- päivittäisasioinnissa käytetyt palvelukanavat
- muussa asiointinnissa käytetyt palvelukanavat

Apukysymykset:

- *Osaatko kertoa mitä eri palvelukanavia eli fyysisiä ja sähköisiä tapoja useimmat pankit tarjoavat asiakkailleen pankkiasioiden hoitoon?*
- *Käytätkö tietokonetta tai jotain muuta mobiililaitetta pankkiasioiden hoitoon?*
- *Mitä palvelukanavia käytät yleensä hoitaessasi päivittäisiä pankkiasioitasi, (kuten laskun maksu, tilisiirto, tilitietojen tarkastus)?*
- *Kuinka usein käytät eri palvelukanavia? / Mikä kanava on suosituin käytössäsi?*
- *Mitä palvelukanavia käytät hoitaessasi vaativampia pankkiasioita, (kuten asuntolaina / kulutusluotto)?*

Perustelut palvelujen käyttämiselle tai käyttämättömyydelle:

- Asuinpaikka / palvelujen sijainti
- Teknologia ja laitteisto
- Osaaminen
- Muut syyt

Apukysymykset:

- *Mitkä eri syyt tai tekijät vaikuttavat kyseessä olevan palvelukanavan valintaan?*
- *Vaikuttaako asuinpaikkasi / palveluiden sijainti siihen mitä palveluja pääsääntöisesti käytät?*
- *Vaikuttaako käytössä oleva teknologia / laitteisto / osaamisesi?*
- *Onko vielä joku muu syy, (esim. terveydellinen, henkilökohtainen, tottumattomuus), joka mahdollisesti vaikuttaa siihen mitä palveluja käytät?*

Käsitykset / kokemukset palvelujen tilanteesta ja tarjonnasta tällä hetkellä sekä mahdolliset kehittämiskohteet:

- Kokemukset palvelujen tarjonnasta
- Palvelujen käytettävyys / toimivuus
- Palvelukanavien kehittämisen kohteet

Apukysymykset:

- *Minkälaiseksi koet tämän hetkisen palvelukanavien riittävyyden / saatavuuden?*
- *Miten kuvailisit palveluiden käytettävyyttä / toimivuutta?*
- *Missä koet haasteita / kaipaisit neuvontaa ja avustusta? Miten tämän hetkisiä palvelukanavia voitaisiin mielestäsi kehittää?*

TEEMAHAASTATTELUN RUNKO

Liite 1 3(3)

- *Onko vielä jotain mitä haluaisit lisätä tai kertoa edellä käydyistä asioista?*