



KORKOKATTO: TURVAA OMAAN TALOUTEEN

Case: Nordea Pankki Suomi Oyj, Kangasniemi

Saana Vehkajärvi

**Opinnäytetyö
Huhtikuu 2009**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

| | | |
|---|--|--------------------------|
| Tekijä(t) VEHKAJÄRVI, Saana | Julkaisun laji Opinnäytetyö | |
| | Sivumäärä 58 | Julkaisun kieli suomi |
| | Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka | |
| Työn nimi KORKOKATTO: TURVAA OMAAN TALOUTEEN Case: Nordea Pankki Suomi Oyj, Kangasniemi | | |
| Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma | | |
| Työn ohjaaja(t) PALMU, Risto | | |
| Toimeksiantaja(t) Nordea Pankki Suomi Oyj, Kangasniemen konttori | | |
| Tiivistelmä <p>Työn tarkoituksena oli tutkia asuntolainarahoituksen yleisimpiä turvallisuuselementtejä. Tavoitteena oli selvittää korkokaton ottamiseen vaikuttavia tekijöitä ja tyytyväisyyttä korkokattoon ostopäätöksen jälkeen. Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimi Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttori.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista otetta, ja aineisto koottiin postikyselynä, joka toteutettiin satunnaisotantana Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttorin asuntolaina-asiakkaille. Otokoko oli 49 % 188 taloudesta ja vastausten määrä 37 kappaletta, joten vastausprosentti oli 40. Tutkimuksen viitekehys koostuu kuluttajan päätöksenteosta ja riski-käsitteen ymmärtämisestä, henkilöasiakkaan asuntolainarahoituksesta sekä asiakaspalvelun merkityksestä pankkialalla.</p> <p>Korkokaton ottamisen syynä useimmiten oli halu turvautua korkotason nousulta, mutta sen ottamisella haluttiin turvata myös omaa taloutta. Tarjoustapahtuman tärkeimmiksi asioiksi nousivat myyntineuvottelijan asiantuntevuus, korkokaton selkeä esittely sekä hyötyjen ja ominaisuuksien esille tuominen. Tarjouksen jälkeen korkokaton oli useimmiten ottanut pieni- tai keskituloinen palkansaajalapsiperhe tai yksinäinen nainen. Korkokatto oli antanut turvaa ottajilleen turvallisuuden tunteena erittäin hyvin ja taloudellisestikin hyvin. Tyytyväisyydestä kertoo myös se, että 80 % korkokaton ottaneista on suositellut tai suosittelisi korkokattoa muillekin.</p> <p>Kangasniemen Nordeassa on tarjottu hyvin aktiivisesti korkokattoa, ja palveluneuvottelut ovat toteutuneet asiakkaiden mielestä hyvin tai erittäin hyvin. Palveluneuvottelussa koettuja onnistumisia voidaan entisestään parantaa keskittymällä vielä paremmin hyötyjen ja ominaisuuksien esittämiseen ja esittelyn selkeyteen. Myös korkokaton aktiivista tarjoamista kannattaa jatkaa, sillä vastanneiden joukossa oli asuntolaina-asiakkaita, joille korkokattoa ei ollut tarjottu, mutta jotka todennäköisesti sen ottaisivat.</p> | | |
| Avainsanat (asiasanat) Asuntolaina, riskit, ostopäätösprosessi, asiakaspalvelu, korkokatto, lainaturvavakuutus | | |
| Muut tiedot | | |

| | | |
|--|--|---------------------|
| Author(s) VEHKAJÄRVI, Saana | Type of Publication Bachelor's thesis | |
| | Pages 58 | Language Finnish |
| | Confidential <input type="checkbox"/> Until _____ | |
| Title INTEREST RATE CEILING - PROTECTING ONE'S OWN ECONOMY Case: Nordea Bank Finland, Kangasniemi | | |
| Degree Programme Degree Programme in Service Management | | |
| Tutor(s) PALMU, Risto | | |
| Assigned by Nordea Bank Finland Plc, Kangasniemi | | |
| Abstract <p>The purpose of the thesis was to study the most general safety elements of residence loan financing. The aim was to determine the factors affecting the interest rate shelter, and also the customer satisfaction of the shelter after a purchase decision has been made. The thesis was commissioned by the Nordea Bank Finland, the Kangasniemi office.</p> <p>The research was conducted by using a quantitative research method and the data was collected by a questionnaire via email, as a random sampling of Kangasniemi Nordea Bank residence loan customers. The size of the sample was 49 % out of 188 households and the response rate was 40. The frame of reference consists of consumers' buying behaviour and understanding the risk concept, residence loan financing for private persons and the importance of customer service in the bank business.</p> <p>The loan interest rate shelter was usually taken as a protection measure in case the interest level would rise, but it was also a way to protect one's own economy. The most important matters in making an offer to the Nordea Bank customers were the expertise of the sales negotiator, a clear presentation of the interest rate shelter, and how the advantages and disadvantages were introduced. Most often the interest rate shelter was taken by a poor or average income family with children at home, or by a single woman. The interest rate shelter has given protection for the customers very highly as a feeling of safety and it has also been considered as a good financial measure. 80 % of those who had taken the interest shelter had recommended or would recommend the rate shelter for the others, which indicates the satisfaction of the shelter.</p> <p>In Kangasniemi Nordea Bank the interest rate shelter has been offered very actively and the service negotiation has gone well or extremely well, according to the customers. Focusing on the way the advantages and disadvantages were shown and on the clarity of the presentation are the ways to improve the success of the negotiation. Offering the interest rate shelter actively should be continued due to the fact that in the group of those who filled in the questionnaire there were customers who were not offered but who would probably have taken the shelter.</p> | | |
| Keywords Residence loan, risks, buying behaviour, customer service, interest shelter, loan shelter insurance | | |
| Miscellaneous | | |

SISÄLTÖ

| | |
|--|-----------|
| 1 JOHDANTO | 3 |
| 2 KULUTTAJA ASUNTOLAINA-MARKKINOILLA | 5 |
| 2.1 Kuluttajan päätöksenteko | 5 |
| 2.2 Kuluttaja ja riskit | 7 |
| 3 HENKILÖASIAKKAAN ASUNTOLAINARAAHOITUS | 9 |
| 3.1 Asuntolainan myöntäminen | 10 |
| 3.2 Riskien huomioon ottaminen | 10 |
| 3.2.1 Riskeiltä suojautuminen..... | 12 |
| 3.2.2 Asuntolainarahoituksen turvallisuuselementit Nordea Pankissa..... | 13 |
| 3 ASIAKASPALVELU PANKISSA | 14 |
| 3.1 Pankkitoiminta ja asiakaspalvelu käsitteinä | 14 |
| 3.2 Tyytyväisyys ja tyytymättömyys asiakaspalvelutilanteessa | 14 |
| 3.3 Kilpailukeinona asiakaspalvelu | 17 |
| 3.4 Asiakaspalvelijan merkitys myynnin tukena..... | 18 |
| 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN | 21 |
| 5.1 Toimeksiantaja, Nordea Pankki Suomi Oyj, Kangasniemen konttori | 21 |
| 5.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelma | 22 |
| 5.3 Tutkimusote | 23 |
| 5.4 Aineiston kerääminen..... | 24 |
| 5.4.1 Kyselylomakkeen suunnittelu ja sisältö | 25 |
| 5.4.2 Kyselyn toteuttaminen | 25 |
| 5.5 Tulosten käsittely ja analysointi..... | 26 |
| 5.6 Tutkimuksen luotettavuus..... | 26 |
| 6 KORKOKATON OTTAMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT | 27 |
| 6.1 Vastaaajien taustiedot | 27 |
| 6.2 Tarjoustapahtuma ja sen merkitys | 31 |
| 6.3 Syyt asuntolainan turvaamiseen tai turvaamatta jättämiseen..... | 33 |
| 6.4 Korkokaton arvostetuimmat ominaisuudet..... | 35 |
| 6.5 Elämäntilanteen merkitys | 35 |
| 6.6 Tyytyväisyys päätökseen | 39 |
| 6.7 Suosittele..... | 40 |

| | |
|------------------------------------|-----------|
| | 2 |
| 7 POHDINTA | 41 |
| LÄHTEET | 46 |
| LIITTEET | 49 |
| Liite 1. Saate | 49 |
| Liite 2. Kyselylomake | 51 |

KUVIOT

| | |
|---|----|
| KUVIO 1. Kuluttajan ostopäätösprosessi | 6 |
| KUVIO 2. Hyvän asiakaspalvelun laadun tekijöitä | 16 |
| KUVIO 3. Vuorovaikutuksen onnistumiseen vaikuttavat tekijät | 20 |
| KUVIO 5. Korkokatolla suojattujen asuntolainojen osuus kaikista asuntolainoista ... | 30 |
| KUVIO 4. Korkokattotarjouksen saaneet ja korkokaton ottaneet | 31 |
| KUVIO 6. Kokonaistyytyväisyys palveluneuvotteluun..... | 33 |
| KUVIO 7. Tärkein syy korkokaton ottamiseen..... | 34 |
| KUVIO 8. Onko korkokatto antanut teille turvallisuuden tunnetta? | 39 |
| KUVIO 9. Oletteko suosittelleet tai suosittelisitko korkokattoa | 40 |

TAULUKOT

| | |
|--|----|
| TAULUKKO 1. Vastaajien ikäjakauma | 28 |
| TAULUKKO 2. Tuloluokat taloudessa asuvien aikuisten ja lasten mukaan | 29 |
| TAULUKKO 3. Korkokaton ottamisen yhteys eri asumismuotoihin..... | 36 |
| TAULUKKO 4. Korkokaton ottamisen yhteys vastaajan koulutustaustaan..... | 37 |
| TAULUKKO 5. Korkokaton ottamisen yhteys talouden asuntolainamäärään | 38 |

1 JOHDANTO

Asunnon ostaminen on usein kuluttajalle elämän suurin päätös ja sijoitus. Ostopäätöksen onnistuminen tai epäonnistuminen vaikuttaa suuresti varallisuuteen, mutta myös elämänlaatuun. Etenkin Suomessa omistusasuminen on arvostettua, ja omistusasumisen arvostusta voidaan sanoa asumisen erityispiirteeksi, sillä noin 70 prosenttia asuntokannasta muodostuu juuri omistusasunnoista. (Keskitalo 2004, 11.) Toukokuussa 2008 asuntolainaa oli noin 1,2 miljoonalla suomalaisista (Sipponen & Halonen 2008, 8). Kyseessä on siis merkittävä asia niin yksilöille kuin yhteiskunnallisestikin.

Omistusasunnon ostamiseen useimmat kuluttajista tarvitsevat rahoitusta. Asunnon ostamisen ja asuntolainan ottamisen merkittävyyden vuoksi kuluttajat suunnittelevat sitä tarkasti ja pohtivat siihen sisältyviä riskejä perusteellisesti (Peura-Kapanen 2005, 34–35). Asuntolainaa otettaessa suurimmat huolenaiheet Peura-Kapasen (2005) tutkimuksen mukaan liittyvät mm. työttömyyteen, sairastumiseen ja lainakorkojen muutokseen (mts. 2005, 44).

Nykyiset asuntolainat ovat kasvaneet entistä suuremmiksi, ja laina-ajat ovat pidentyneet (Erjanti ym. 2007, 7). Yhä suuremmat lyhennyserät kiristävät elämisvaran tiukemmalle, ja pienetkin muutokset taloudellisessa tilanteessa saattavat horjuttaa talouden tasapainoa. Vaikka kuluttajalla on usko omaan selviytymiseen, tulevaisuutta on kuitenkin mahdotonta täydellisesti ennustaa. Äkillinen korkojen noususta aiheutuva lainanhoitokustannusten kasvu tai maksukyvyyn heikentyminen saattaa vaarantaa asuntolainan maksujen hoitamisen ja siten oman kodin ja koko talouden hyvinvoinnin. Jos elämä on ollut pitkään tasaista ja turvallista, saattaa olla vaikeaa suojautua riskeiltä, jotka eivät tunnu edes kovin todennäköiseltä. Ja jos riskeiltä ei ole suojautunut millään tavoilla, niiden toteutuminen koskee aina rankemmin.

Nykyisin pankit tarjoavat asiakkailleen erilaisia turvatuotteita asuntolainan takaisinmaksua turvaamaan. Korkokatolla on mahdollista ennakoida lainanhoitokustannuksia, sillä sen avulla korko ei nouse tietyn tason yli, vaikka markkinakorot nousisivatkin huomattavasti. Lainaturvavakuutus taas turvaa suuremmilta elämäntilanteen muutoksilta, joilla on suuriakin vaikutuksia taloudelliseen tilanteeseen. Näillä turvatuotteilla voi olla merkittävä vaikutus asiakkaan kokemaan turvallisuuden tunteeseen koskien tulevaisuutta ja etenkin asuntolainan takaisinmaksukykyä. Nämä tuotteet mahdollista-

vat sen, että asuntolaina-asiakkaat saavat nukkua yönsä levollisemmin ja suuremmin elämää muuttavan tilanteen edessä heillä saattaa olla mahdollisuus oman kodin säilymiseen. Nykyisten asuntolainojen koko ja pituus saattavat selittää turvatuotteiden yleistymistä, sillä näillä tuotteilla turvataan juuri lainojen takaisinmaksua tulevaisuudessa mahdollisten riskien käydessä toteen.

Opinnäytetyön aihe ja valintaan johtaneet perusteet

Aiheena opinnäytetyössä ovat asuntolainarahoituksen turvallisuuselementit, ja tarkoituksena on selvittää korkokaton ottamiseen vaikuttavia tekijöitä. Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä on Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttori, jossa tutkimuksen tekijä on ollut työharjoittelussa ja vuosilomasijaisena. Keskustelu asuntolainan turvatuotteiden tarpeellisuudesta ja hinta-hyötysuhteesta nousi ajoittain esille julkisuudessa tämän työskentelyn aikana. Myös markkinakorkojen yllättävä nousu ja sen jälkeinen romahdus puolsivat opinnäytetyön aihevalintaa esimerkkinä siitä, että korkojen liikkumista pitkällä aikavälillä on mahdotonta täysin ennustaa.

Tutkimuksen kohteena olivat Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttorin asuntolaina-asiakkaat, joilla oli luottoa riittävä määrä korkokaton ottamiseksi, eli yli 20 000 euroa. Tutkimus toteutettiin postikyselynä, satunnaisotoksena Kangasniemen Nordean asuntolaina-asiakkaille.

Tietoperustassa keskitytään kuluttajan käyttäytymiseen, henkilöasiakkaan asuntolainarahoitukseen ja asiakaspalveluun pankkialalla. Ostopäätösprosessi finanssialalla, ja niinkin suuren ja merkityksellisen asian kuin asunnon ostamisen yhteydessä, on monimutkaisempi kuin päivittäistavaroita ostettaessa. Tästä syystä käsitellään kuluttajan päätöksentekoa ostotilanteessa. Ostamiseen vaikuttavat tekijät taas selittävät niitä syitä, palvelutarpeita, motiiveja ja asiakkaiden ominaisuuksia, jotka vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Kuluttajan riskikäyttäytymis-osassa käsitellään riskin olemusta ja sitä, miten eri tavoin kuluttajat käsittävät riskit sekä miten niitä voi hallita. Henkilöasiakkaan asuntolainarahoituksessa selitetään asuntolainan ottamista ja keskitytään lähinnä siihen liittyviin riskeihin ja niiltä suojautumiseen. Asiakaspalvelua käsitellään hieman laajemmin, sillä se on tärkeä keino finanssialalla kilpailijoista erottautumiseksi, mutta myös merkittävä asiakkaiden näkökulmasta. Asuntolainan ottaminen on suuri päätös ja vaatii tuekseen asiantuntemusta, päätöksentekoa helpottavia ratkaisuja ja tyytyväisyyttä sekä onnistumisia palvelutilanteessa.

2 KULUTTAJA ASUNTOLAINA-MARKKINOILLA

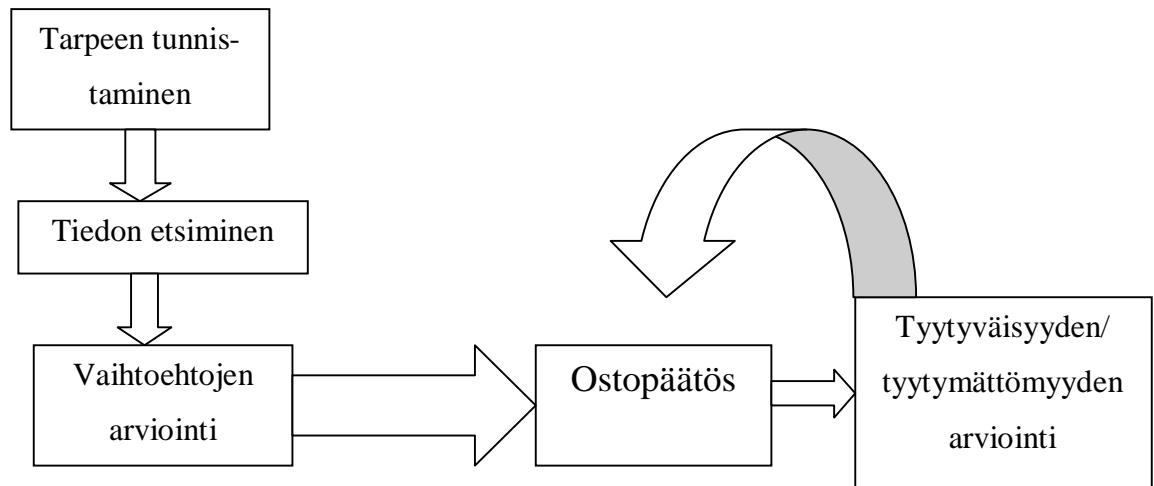
2.1 Kuluttajan päätöksenteko

Kuluttajan ostopäätösprosessi

Asunnon ostaminen on usein kuluttajalle elämän suurin hankinta ja, siihen liittyy paljon harkintaa. Ostopäätösprosessi asuntoa ostettaessa tai pankkipalveluita hankittaessa, joita usein tarvitaan asunnon ostamisen tueksi, on monimutkaisempi kuin tavanomaisia, päivittäisiä hankintoja tehdessä. Varsinkin finanssipalvelut koetaan tärkeiksi, koska niihin liittyvät päätökset voivat olla vaikeita, sitovia ja erittäin merkityksellisiä (Ylikoski ym. 2006, 39).

Kuluttajan rooli ostotilanteessa vaikuttaa hänen käyttäytymiseensä. Kuluttaja voi olla hankkimassa tuotetta tai palvelua itselleen tai perheelleen, hän voi olla tuotteen tai palvelun pääkäyttäjä, päätöksentekijä ja/tai vaikuttaja. (Ylikoski 1999, 78.) Esimerkiksi perheen asuntolainarahoitusta ja sen lisäpalveluja harkittaessa päätöksenteko voi jakautua tasavertaisesti puolisoille yhdessä tai sitten toinen puolisoista voi olla päätöksentekijänä vahvempi. Päätöksenteon jakautuminen olisi hyvä huomioida ja pyrkiä selvittämään huomaamattomasti, sillä oikean henkilön positiivinen mielipide esimerkiksi lisäpalveluita kohtaan voi olla merkityksellisempi kuin toisen.

Pankkipalveluiden katsotaan kuuluvan asiantuntijapalveluihin. Ostaessaan näitä asiantuntijapalveluita, kuluttaja on riippuvaisempi palvelun tuottajan avusta, tiedonhalu on suurempaa, mutta tietoa vähemmän käytössä, vertailu on vaikeampaa, valinta ja lopputulos epävarmempi ja väärän päätöksen seuraukset saattavat olla vakaviakin. (Ylikoski 1999, 113.)



KUVIO 1. Kuluttajan ostopäätösprosessi

Ostopäätösprosessi jakautuu eri vaiheisiin. Ostoprosessin alkuvaiheita ovat tarpeen tunnistaminen, tiedon etsiminen ja vaihtoehtojen arviointi, joista seuraa ostopäätös. Ostopäätöksen jälkeen kuluttaja arvioi tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä tuotteeseen tai palveluun, mikä taas vaikuttaa odotuksiin seuraavissa ostopäätöksissä. (Ylikoski 1999, 79.) Päivittäistavaroita ostettaessa ostoprosessista jäävät pois tiedon etsimis- ja vaihtoehtojen arvioimisvaiheet. Kuluttaja siis tarpeen havaitsemisen jälkeen ”vanhasta muististaan” käy ostamassa tuotteen loppuneen tilalle. (Mts. 111.)

Ostamiseen vaikuttavat tekijät

Ostopäätösprosessin eri vaiheisiin ja sen etenemiseen vaikuttavat useat erilaiset psykologiset, sosiaaliset ja taloudelliset tekijät. *Psykologisina* tekijöitä ilmenevät tarpeet, motiivit, asenteet ja elämäntyyli. Peruste ostamiselle on aina tarve, joka voi olla fysiologinen perustarve, turvallisuuden tarve, sosiaalisuuden tarve, arvostuksen tarve tai itsensä toteuttamisen tarve. Sen lisäksi, että kuluttajalla on tarve, hän tarvitsee käyttäytymiselleen motiivin, syyn tai vaikuttimen. Asenteessa on kolme osaa: tiedollinen (tietoa saadaan muutettua toistamalla tarpeeksi usein ymmärrettävää ja kiinnostavaa tietoa), tunteellinen (tuotetta kohtaan on synnyttävä positiivinen asenne) ja toiminnallinen osa (saa kuluttajan käyttäytymään halutulla tavalla). Edellisten lisäksi käyttäytymistä ohjaavat kuluttajan elämäntyyli ja persoonallisuus. Käyttäytymiseen merkittävästi vaikuttavia *sosiaalisia* tekijöitä ovat perhe ja lähipiiri. *Taloudellisina* tekijöinä ostokykyyntä vaikuttavat taas kuluttajan käytettävissä oleva tulot ja yhteisötekijät, kuten suhdanteet ja yleinen taloustilanne. (Lahtinen & Isoviita 1998, 21–25, 30.)

Finanssiasioissa henkilöasiakkaiden palvelutarpeisiin ja valintoihin vaikuttavat esimerkiksi ikä, ammatti, koulutus, tulot, perhesuhteet ja perheen elinkaaren vaihe, elämäntyyli sekä persoonallisuus. Perheen elämänvaihe vaikuttaa palvelujen tarpeeseen, mutta myös maksukykyyn, riskialttiuteen ja odotuksiin ja asenteisiin. Ylikosken ym. (2006) mukaan asiakkaan henkilökohtaisilla tekijöillä on toisinaan suora yhteys tarpeeseen, mutta joskus ostokäyttäytymistä on vaikea ennustaa, sillä riskinottohalukkuus saattaa vaihdella paljonkin samaan asiakasryhmään kuuluvissa henkilöissä. (Ylikoski ym. 2006, 24, 40.) Perheen elinkaaren vaihe vaikuttaa suuresti palvelutarpeisiin. Nuorten lapsiperheiden turvallisuuden tunne voi muodostua hyvin erilaisista asioista kuin keski-ikää lähestyvällä, hyvin työelämässä pärjäävällä lapsettomalla pariskunnalla. Asuntolainaan liitettävät turvatuotteet saattavat nuorelle lapsiperheelle tarjota mitaamattoman arvokasta varmuutta, turvaa ja vakautta oman kodin säilymisestä, varsinkin, jos tulevaisuus ja taloudellinen tilanne ovat vielä hieman epävakaita.

2.2 Kuluttaja ja riskit

Ihmisten jokapäiväiseen elämään, toimintaan ja päätöksentekoon liittyy epävarmuus: tietämättömyys ja epätietoisuus tulevasta (Kuusela & Ollikainen 2005, 15). Kuuselan ja Ollikaisen (2005) teoksessa esitellyn Vaughanin määritelmän mukaan riski on toivotusta tai odotetusta poikkeava lopputulos. Riskiin sisältyvät tappion mahdollisuus ja menettämisen uhka, ja olennainen piirre siinä on epävarmuus. Arkikielessä riskillä tarkoitetaan vaaraa ja epätietoisuutta onnettomuuden mahdollisuutta kohtaan. (Mts. 16, 28.)

Riskit voidaan jaotella usealla eri tavalla. Kuusela & Ollikainen (2005) on tyypitellyt riskit seuraavasti:

- riski voittamisesta ja menettämisestä
- toimintapuitteiden muutosriski (esim. lain muutokset)
- tuhoa tai vahinkoa aiheuttavat riskit
- riski rikoksen kohteeksi joutumisesta
- riski vahingosta vastuuseen joutumisesta
- riski tulojen hankkimiskyvyn menettämisestä (Kuusela & Ollikainen 2005, 29).

Kuuselan & Ollikaisen (2005) teoksessa arkielämään sisältyviä riskejä on pohdittu Bauerin jaottelun mukaan. Sen mukaan riski ostopäätöstilanteessa voi olla *toiminnallinen, fyysinen, taloudellinen, sosiaalinen tai psykologinen*. Toiminnallinen riski toteutuu silloin, kun tuote tai palvelu ei toimikaan toivotulla tavalla. Riski on fyysinen, jos tuote aiheuttaa konkreettista vaaraa käyttäjälleen tai lähiympäristölle. Taloudellinen riski tarkoittaa esimerkiksi sitä, että juuri ostetun asunnon arvo laskee merkittävästi. Sosiaalinen riski näkyy esimerkiksi lähipiirin epätoivottuna käyttäytymisenä tuotteen ostajaa kohtaan, ja psykologinen riski saattaa aiheuttaa vaikutuksia henkilön itsetuntoon. (Mts. 32.)

Riski-käsitteen ymmärtämisessä kuluttajilla on yksilökohtaisia eroja, sillä käsitteen muodostumiseen vaikuttavat näkökulma, josta riskiä tarkastellaan, tilanne ja jopa maantieteellinen sijainti. Riskit ovat sidoksissa tilanteisiin, ja riskiarvioiden muodostamiseen vaikuttavat aika sekä paikka, joten tietojen muuttuessa muuttuu myös näkemys riskistä. Näin ollen myös riskiarviot vaihtelevat henkilöiden välillä. (Mts. 17–18.) Tästä johtuen myös riskien tiedostaminen ja suhtautuminen riskeihin voi olla yksilöiden välillä hyvinkin erilaista (Kuusela & Ollikainen 2005, 30). Peura-Kapasen ja Järvisen (2006) tutkimuksessa nousevat esille erilaiset riskityypit ja selkeät erot kuluttajien riskiajattelussa sekä suhtautumisessa ja varautumisessa riskeihin. Tutkimuksessa tulivat ilmi myös iän, elämäntyylin ja -tilanteen vaikutukset riskiajatteluun ja sen myötä myös toimintaan. (Peura-Kapanen & Järvinen 2006, 7, 17.)

Riski-käsitteen ymmärtämisen, tiedostamisen ja suhtautumisen vaihdellessa voi myös riskeihin varautuminen vaihdella suuresti kuluttajien välillä. Suomalaisten kuluttajien riskienhallinnan perusta muodostuu Peura-Kapasen ja Järvisen (2006) mukaan käy-

tännön järjen käytöstä sekä vakuutusten ottamisesta isojen taloudellisten menetysten varalle. Riskienhallintaa kuluttajat eivät kuitenkaan osaa mieltää kokonaisvaltaiseksi ajattelu- tai toimintatavaksi. (Mts. 17.)

Riskien kanssa voi elää monella tavalla. Riskejä voi tietoisesti ottaa tai voi elää tuuriin ja yhteiskunnan apuun luottaen. Riskejä voi myös ehkäistä toimimalla niitä välttävästi, suojautumalla niiltä huolellisesti ja riskin toteutuessa rajoittaa vahinkoa. Myös riskin siirtäminen muualle on mahdollista vakuutuksia ottamalla. (Kuusela & Ollikainen 2005, 15–16.)

3 HENKILÖASIAKKAAN ASUNTOLAINARAAHOITUS

Asuntolainan ottaminen yleistyy 25 ikävuoden jälkeen ja laskee 40 ikävuoden jälkeen. Yleisimmin asuntolainallinen on iältään 29 – 39-vuotias, ja heistä 59 prosentilla on asuntolainaa. Sipposen ja Halosen (2008) mukaan asuntolainaa oli toukokuussa 2008 noin 30 prosentilla väestöstä eli asuntovelallisia oli noin 1,2 miljoonaa. (Sipponen & Halonen 2008, 8.)

Asuntolainakanta on edelleen kasvussa. Vuoden 2007 aikana asuntolainojen määrä kasvoi noin 14 prosenttia. Kannan kasvu johtunee lisääntyneen luotonkysynnän lisäksi asuntojen hinnannoususta, euromääräisesti suuremmista lainoista ja pidentyneistä laina-ajoista. Tällä hetkellä keskimääräinen laina-aika on 18 vuotta, ja jäljellä olevan asuntolainan määrä 65 300 euroa. (Erjanti ym. 2007, 3-4, 7.)

Pankkibarometrin mukaan varovaisuus kotitalouksien keskuudessa on kuitenkin lisääntynyt ja pankinjohtajista jopa 66 prosenttia odottaa luotonottohalukkuuden vähenvän (Pankkibarometri 2008). Epävakaas Suomen taloustilanteessa on kuitenkin lisääntynyt ja uutisointi taantumasta on lähes päivittäistä. Vuoden 2008 syksyn lähes 5,5 prosentin euribor-markkinakorot ovat pudonneet alkuvuoteen 2009 mennessä noin kahden prosentin tietämille. Nämä syyt ovat saattaneet lisätä varovaisuutta kuluttajien keskuudessa entisestään.

3.1 Asuntolainan myöntäminen

Asuntolainoja myönnetään asunnon tai asumisoikeusasunnon ostoa varten sekä asunnon rakentamiseen tai korjaamiseen. Asuntolainan myöntämisen edellytyksiä ovat lainan takaisinmaksukyky sekä tarvittavat vakuudet lainalle. Asiakkaalla on velvollisuus totuudenmukaisten tulo- ja menotietojen (säännölliset menot, lainanhoitomenot ja kulutusmenot) kertomiseen, sillä niiden perusteella lasketaan asiakkaan lainanmaksukyky. (Erjanti ym. 2007, 12 – 14.)

Suomessa kotitalouksien pääasiallinen asuntoluottorahoitus tulee talletuspankeilta. Suurin asuntolainojen myöntäjä on OP-ryhmä, ja toisena lähes yhtä suurena rahoittajana on Nordea Pankki Suomi. (Mts. 3.)

Pankin keskeisin riski on luottoriski eli epävarmuus asiakkaan kyvystä hoitaa luotto ajallaan (Kontkanen 2008, 84). Pankki tarvitsee tietoja asiakkaan aiemmasta maksukäyttäytymisestä pystyäkseen arvioimaan tämän riskin (Ylikoski 2006, 39). Riskiä pienentääkseen pankki vaatii myöntämälleen luotolle vakuuden. Asuntolainassa vakuutena toimii ostettava asunto, ja tätä vakuutta täydennetään tarvittaessa valtion takauksella, pankin tarjoamalla takauksella, muulla omaisuudella tai henkilötakauksella. (Erjanti ym. 2007, 14.)

3.2 Riskien huomioon ottaminen

Vaikka Kallosen (2008) mukaan asuntorahoituksesta on syntynyt vain vähän luottotappiota, pankit ovat ryhtyneet kiinnittämään yhä suurempaa huomiota asuntolainoihin liittyviin riskeihin (Kallonen 2008). Kuluttajien riskit taloudellisesta selviämisestä ovat kasvaneet niin oman käyttäytymisen kuin luottomarkkinoidenkin myötä (Peura-Kapanen 2005, 11). Vaikka lainanhoitomenot ovatkin pysyneet hallinnassa aiempaa vakaamman korkotason johdosta, Erjanti ym. (2007) kehottavat siitä huolimatta varautumaan korkojen vaihteluun (Erjanti ym. 2007, 12). Leinosen (2008) artikkelissa Nordean Keski-Suomen aluejohtajan mukaan aiempaa useammin turvataankin korkokatolla lainanhoitokulujen nousu, sillä varovaisuus asiakkaiden keskuudessa on lisääntynyt ja riskeihin varaudutaan yhä herkemmin (Leinonen 2008).

Rahoitustarkastuksen mukaan lähes joka viidennen asuntolainan hoitoon menee nettotuloista yli puolet, ja se pitää tällaista velkaantumista huolestuttavana. Vaikka pankit ovat korostaneet kiinnittävänsä huomiota erityisesti asiakkaiden maksukykyyn, vaikuttaa siltä, että on myönnetty asiakkaiden tuloihin suhteutettuna erittäin suuria lainoja. Rahoitustarkastusta huolettaa myös laina-aikojen selvä pidentyminen, sillä kuluttajan taloudellisen tilanteen tiukentuessa lainan järjestelyvara on pieni. (Kaihlainen 2008.)

Peura-Kapanen ja Järvinen (2006) toteavat tutkimuksessaan taloudellisen riskin tarkoittavan useimmille kuluttajille velan ottoa tai muuta raha-asioihin liittyvää päätöksentekoa. Kuitenkin asuntolainan ottaminen saatetaan kokea täysin riskittömäksi tai jos riskin myönnetään olevan olemassa, se koetaan luonnolliseksi ja sitä pidetään hallittavana, koska asunnon voi myydä taloudellisen tilanteen niin vaatiessa. Tästä syystä omaa rahataloutta koskevassa päätöksenteossa saatetaan toimia täysin normaalista, riskejä välttävästä toiminnasta poikkeavasti: merkittäviä velanottopäätöksiä tehdään nopeasti ja ilman suurempaa harkintaa. (Peura-Kapanen & Järvinen 2006, 13). Toisaalta Peura-Kapasen (2005) toisessa kuluttajien rahatalouden hallintaa kartoittavassa tutkimuksessa selviää, että kuluttajat suunnittelevat asuntolainan ottamista tarkasti ja pohtivat siihen liittyviä riskejä perusteellisesti, koska se on suurin talouksissa toteutettava päätös (Peura-Kapanen 2005, 34-35). Saattaakin olla, että asunnon ostamista ja asuntolainan ottamista harkitaan pitkään ja perusteellisesti sekä eri vaihtoehtoja vertaillaan pidemmällä aikavälillä, mutta lopullinen päätös voidaan tehdä nopeasti oikean asunnon löytyessä juuri perusteellisen pohjatyön ansiosta.

Huolta asuntolainaa ottaessa aiheuttavat etenkin työttömyys, sairastuminen sekä lainakorkojen muutokset. Jo edellä mainitun Peura-Kapasen tutkimuksen mukaan syynä kuluttajien velkaongelmiin on ollutkin usein erilaisten riskien käyminen toteen, henkilökohtaisina tekijöinä mm. työttömyys ja sairaus. (Peura-Kapanen 2005, 43-44.) Myös Timonen (1993) tutkimuksessaan maksuvaikeuksissa olevista velallisista toteaa velkaantumisen taustalla olleen samoja taloudelliseen tilanteeseen vaikuttavia tekijöitä kuin Peura-Kapanen (Timonen 1993).

Kuluttajien huolenaiheet ovat siis varsin realistisia. Asuntolaina on usein suurin kotitalouden tekemä taloudellinen päätös, ja jo pienetkin muutokset taloudellisessa tilanteessa saattavat olla merkittäviä taloudellisen selviytymisen kannalta.

3.2.1 Riskeiltä suojautuminen

Työttömyydeltä, sairastumiselta ja lainakorkojen muutoksilta, jotka siis huolettavat asuntolainan ottajia eniten, on mahdollista suojautua korkokatolla sekä lainaturvavakuutuksella. Korkokatto on tuote koronnousulta turvautumiseen ja lainaturvavakuutuksella voi varmistaa lainan takaisinmaksun yllättävissä elämäntilanteen muutoksissa. Niin korkokatto kuin lainaturvavakuutuskin on ollut esillä mediassa niiden markkinoille tulosta lähtien. Varsinkin korkokaton kannattavuus ja hinta-hyöty suhde on aiheuttanut keskustelua. Suojautuminen koronnousulta on kuitenkin aina ajankohtaista, koska korkoihin liittyy aina epävarmuutta eikä tulevaisuus ole koskaan täysin ennustettavissa. Jokainen asuntolainan ottaja itse määrittää arvon riskeiltä suojautumiselle ja levollisesti nukutuille öille, erityisesti epävakaina aikoina. Vastaako turvatuotteiden hinta siitä koettua hyötyä? Se on jokaisen päätettävä itse.

Asiakkaat ovat nähtävästi kokeneet korkokaton ottamisen varteenotettavana suojautumiskeinona koronnousun varalta, sillä Sipposen ja Halosen (2008) tutkimukseen osallistuneista asuntolainallisista ja kulutusluotollisista 23 prosenttia on ottanut lainaansa korkokaton ja jopa 40 prosenttia asuntolainaa tai pankin kulutusluottoa ottavista aikoi sen ottaa (Sipponen & Halonen 2008, 26).

Peura-Kapasen (2005, 48) mukaan kuluttajat kokevat lainaturvavakuutuksen kalliiksi, eikä tätä riskisuojauskeinona pidetä siksi kovinkaan varteenotettavana vaihtoehtona (ks. Peura-Kapanen & Järvinen 2006, 22). Sipposen ja Halosen tutkimuksessa lainaturvavakuutuksen yleistymisen on kuitenkin nähtävissä ja vuonna 2008 asuntolainallisista noin 37 prosentilla oli lainaturvavakuutus (Sipponen ja Halonen 2008, 27). Ehkä juuri suuremmat asuntolainamäärät ja pidentyneet laina-ajat ovat yksi syy näiden turvatuotteiden yleistymiseen ja näillä tuotteilla pyritään turvaamaan lainojen takaisinmaksua tulevaisuudessa, mikäli jotain tapahtuukin.

Kokemusten ja mediakirjoittelun merkitys riskien kokemiselle on tullut esille Peura-Kapasen ja Järvisen (2006, 8-9) tutkimuksessa. Puheet epävakaaista markkinatilanteesta tai korkojen heilahteluista saattavat siis nostaa kiinnostusta koroilta suojautumista kohtaan. Myös taloustilanteen heikot ennusteet ja irtisanomisuhkat julkisuudessa riipottelutina todennäköisesti tuovat riskit esimerkiksi työttömyydestä lähemmäksi kuluttajia. Korkokatto ja lainaturvavakuutus oikealla hetkellä tarjottuna voivat tarjota asi-

akkaalle suurta turvallisuuden tunnetta ja suojautumiskeinon riskejä kohtaan. Toisaalta, jos tietyistä riskeistä puhutaan ja kirjoitetaan paljon ja riskien haitalliset vaikutukset ovat jatkuvasti näkyvillä, tämä voi aiheuttaa yliarviointia arvioitaessa niiden toteutumista (Kuusela & Ollikainen 2005,30).

3.2.2 Asuntolainarahoituksen turvallisuuselementit Nordea Pankissa

Korkokatto

Korkokatto on tuote, jolla asiakas voi turvata taloutensa koronnousun varalta. Korkokaton voimassaoloaikana viitekorko ei nouse tietyn sovitun tason yli, vaikka markkinakorko nousisi kuinka korkealle hyvänsä. Korko ei kuitenkaan ole kiinteä vaan asiakas hyötyy laskevasta markkinakorosta. Korkokaton edellytyksiä ovat vähintään 20 000 euron asunto- tai muu laina sekä viitekoron sitominen 3, 6 tai 12 kuukauden euribor-korkoon. Korkokatto voidaan yhdistää niin uuteen kuin vanhaankin lainaan. Korkokattoja on eripituisia sekä eri korkotasolle lukittuja. Korkotasot ja hinta vaihtelevat yleisen korkotilanteen mukaan. Korkokatto on joustavampi vaihtoehto kuin kiinteät korkojaksot, sillä korkokatto mahdollistaa lainan takaisinmaksun ennaikaisesti ilman kustannuksia, kun taas tavallisen kiinteään korkoon sidotun lainan ennaikaisesta maksamisesta aiheutuu asiakkaalle lisäkustannuksia. (Korkokatto 2008; Koroissa on valinnanvaraa 2007.)

Lainaturvavakuutus

Lainaturvavakuutus on turvatuote, jolla asiakas voi turvata lainan takaisinmaksun ylittävässä, talouteen vaikuttavissa elämäntilanteissa. Nordea Pankki Suomella lainaturvaa on kahta eri laajuutta. **Selekta-lainaturva** on valmiiksi suunniteltu, lyhytaikaisten lainojen turvaamiseen tarkoitettu vakuutus, jossa on työttömyyden turva ja laaja tapaturmaturva. Tämän vakuutuksen saa työssä oleva, työkykyinen palkansaaja terveydentilasta riippumatta. **Selekta-lainaturva Plus** on henkilökohtaisesti mitoitettava ratkaisu palkansaajille ja yrittäjille ja soveltuu erityisesti pitkäaikaisiin lainoihin, kuten asuntolainaan. Tässä laajemmassa lainaturvassa on seuraavat turvalajit: turva vakavan sairauden varalle, turva tapaturmasta aiheutuvan pysyvän työkyvyttömyyden ja pysyvän haitan varalle, turva kuoleman varalle ja turva työttömyyden ja tilapäisen työkyvyttömyyden varalle. Turva vaatii terveys selvityksen ja terveydentila saattaa vaikuttaa turvien myöntämiseen. (Selekta-lainaturvavakuutus varmistaa lainasi takaisinmaksua, 2008.)

3 ASIAKASPALVELU PANKISSA

3.1 Pankkitoiminta ja asiakaspalvelu käsitteinä

Pankki on yritys, joka luvanvaraisesti ottaa vastaan talletuksia, myöntää luottoja sekä hoitaa asiakkaidensa maksuliikennettä ja omaisuutta. Pankkipalveluihin kuuluvat talletusten vastaanottaminen, luottojen myöntäminen ja maksuliikenteen hoitaminen sekä raha- ja valuuttamarkkinakaupan hoito. Lisäksi pankkien tehtäviin kuuluvat riskien allokointi ja omaisuudenhoitopalvelut sekä erilaiset sijoitus-, rahoitus- ja neuvontapalvelut. (Ylikoski ym. 2006, 10.)

Finanssipalvelut ovat aineettomia raha-asioiden hoitamiseen liittyviä asiantuntijapalveluita, jotka vaativat tuottajiltaan erikoisosaamista tuotteisiin ja asiakaspalveluun liittyen (Ylikoski ym. 2006, 9, 30). Finanssialalla asiakaspalveluhenkilöstön tehtäviä ovat mm. palvelujen myynti ja neuvonta, asiakassuhteen ylläpito ja hoito sekä rahoitus- ja sijoitusneuvonta. (Mts. 96.)

Ylikosken ym. (2006) mukaan *asiakaspalvelu* määritellään samanaikaisesti tuotettavaksi ja kulutettavaksi palveluksi, jonka asiakas saa palvelutilanteessa. Ylikoski ym. kuitenkin näkevät asiakaspalvelun ennemminkin kokonaisvaltaisena asiakkaasta välittämisenä ja asiakassuhteiden hoitamisena, niin yksittäisissä palvelutilanteissa, kuin jatkuvassa asiakassuhteessa parhaalla mahdollisimmalla tavalla. Palvelun tuottamisen ja kuluttamisen samanaikaisuudesta johtuen asiakaspalvelu on aina uniikkia ja varastoimatonta. (Ylikoski ym. 2006, 14, 96.)

3.2 Tyytyväisyys ja tyytymättömyys asiakaspalvelutilanteessa

Hyvä palvelu on asia, jota jokainen asiakas odottaa saavansa palvelutilanteessa. Ihmiset kokevat hyvän palvelun eri tavalla eli laadun voidaan katsoa olevan asiakkaan näkemys siitä, miten tuote tai palvelu on onnistunut. Yleisesti laatu tarkoittaa kuitenkin sitä, miten hyvin palvelu vastaa odotuksia. (Ylikoski 1999, 117–118.)

Ylikoski (1999) selittää palvelun laadun muodostumista ja laadun arviointia odotusten ja kokemusten vertailuna Grönroosin (1990) kaavioiden pohjalta. Asiakkaan laatuokemus muodostuu koetusta laadusta ja odotuksista. Koettu laatu on teknistä (mitä asiakas saa) ja toiminnallista (miten asiakasta palvellaan) ja näihin vaikuttaa organisaation imago. Mielikuvan ollessa hyvä, satunnaiset pienet ja ehkä isommatkin virheet katsotaan sormien läpi. Asiakas saattaa kokea teknistä laatua tärkeämmäksi sen, miten häntä palvellaan ja tästä syystä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen vuorovaikutus ja sen onnistuminen onkin keskeisessä asemassa. (Mts. 118–119.)

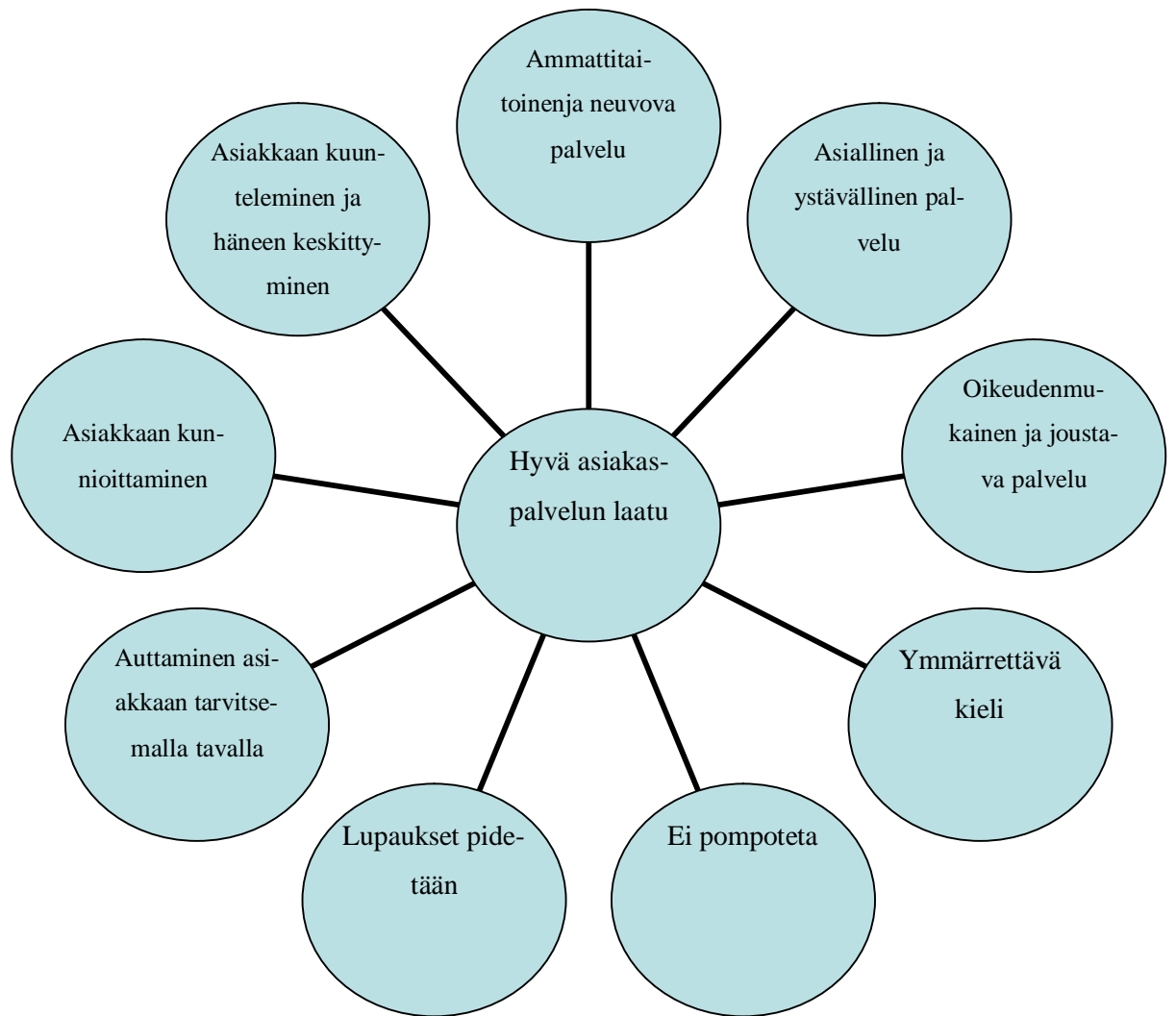
Asiakkaan odotukset

Koettuun laatuun vaikuttavat merkittävästi asiakkaan odotukset, jotka muodostuvat asiakkaan tarpeista (mm. ominaisuudet → mitä pidetään hyvänä palveluna), palvelun hinnasta, aiemmista kokemuksista, kilpailijoista, markkinoinnista, suosituksista, asiakkaan omasta panostuksesta ja tilannetekijöistä. Asiakkaan arvioidessa laatua, asiakas peilaa näitä odotuksiaan palvelukokemukseen. Odotukset voivat vaihdella tilannekohtaisesti: tärkeämmän asian ollessa kyseessä, odotukset palvelun laadun tasosta ovat korkeammalla ja taas vähäpätöisemmissä asioissa sietokyky kasvaa ja tyydytään matalampaan laadun tasoon. (Ylikoski 1999, 120–123.) Odotuksissa on kaksi eri tasoa: riittävä taso ja toivottu taso. Toivottu taso on taso, jonka asiakas uskoo olevan mahdollista ja jollaista palvelun tulisi olla, kun taas riittävä taso kuvaa tasoa, johon asiakas tyytyy olematta kuitenkaan tyytymätön. Näiden kahden tason väliin jäävää aluetta kutsutaan hyväksyttävän laadun tasoksi, jolloin asiakas on palveluun tyytyväinen ja hänen mielestä laatu on hyvää. (Ylikoski ym. 2006, 66.)

Tyytyväisyyden muodostuminen

Ylikosken ym. (2006) mukaan asiakkaan tyytyväisyys finanssialalla asiakaspalvelutilanteessa muodostuu neljästä tekijästä:

- tyytyväisyys finanssipalveluun, jota asiakas on käyttämässä tai hankkimassa
- tyytyväisyys lisäpalveluihin ja erilaisiin asiakassuhteen tuomiin etuihin
- tyytyväisyys palveluympäristöön
- tyytyväisyys siihen, miten asiakkaasta pidetään huolta (tunnetyytyväisyys) (mts. 56).



KUVIO 2. Hyvän asiakaspalvelun laadun tekijöitä

Kuviossa 2 on lueteltu tekijöitä, jotka Ylikosken ym. (2006) mukaan finanssialan asiakkaiden mielestä ovat merkki hyvästä asiakaspalvelun laadusta. Näiden lisäksi asiakas kokee palvelun laadun hyväksi silloin kun asiakaspalvelija kertoo oma-aloitteisesti asiakkaalle vaihtoehtoja, joita hänen tulisi harkita. (Ylikoski ym. 2006, 65.) Hyvä laatu asiakkaiden mielestä muodostuu siis varsin realistisista asioista, jotka tulisi pysyä palvelussa toteuttamaan vaivattomasti, varsinkin jos asiakastytyväisyyteen panostetaan ja asiakaspalvelu pyritään pitää keinona kilpailijoista erottautumiseen.

Tyytymättömyyden muodostuminen

Tyytymättömyys palvelutilanteessa muodostuu lähinnä asiakaspalvelijan käytöksestä. Tyytymättömyyttä aiheuttavat niin asiakaspalvelijan käyttämä vaikeaselkoinen kieli, liian rutiininomainen palvelutyyli, asiakkaan ”juoksuttaminen” ja se, että palvelua ei

kyetä sopeuttamaan asiakkaan tilanteeseen tai, että asiakas kokee olevansa vaivaksi. Myös asiakaspalvelijan käyttäytyminen kyllästyneen näköisesti, ylikohteliaasti, mielitelevästi tai kylmästi aiheuttavat tyytymättömyyttä. (Ylikoski ym. 2006, 58.)

Hyvä palvelu saattaa siis muodostua eri asiakkaille eri tekijöistä. Yhteistä kuitenkin kaikille heistä on se, että jokainen odottaa saavansa hyvää palvelua. Erittäin tärkeäksi edellisten mukaan muodostuu asiakaspalvelijan sanaton ja sanallinen viestintä sekä aito välittäminen ja vuorovaikutus asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Jokaisen asiakaspalvelijan tulisi kiinnittää huomiota juuri näihin seikkoihin, sillä juuri ne pienet sanat ja teot saattavat muodostua erittäin merkittäväksi asiaksi.

3.3 Kilpailukeinona asiakaspalvelu

”Finanssipalvelut henkilöityvät asiakkaalle asiakaspalvelijoissa” (Ylikoski ym. 2006, 64). Tästä johtuen on tärkeää, että asiakaspalvelu ja asiakaspalvelijoiden osaaminen, palveluulttius ja -asenne ovat asioita, joihin panostetaan ja jotka koetaan tärkeiksi. Asiakaspalvelun rooli on finanssialalla suurempi kuin monella muulla alalla, sillä asiakas saattaa kokea palvelut monimutkaisiksi tai vaikeiksi ymmärtää (mts. 96). Tämän vuoksi asiakas tarvitsee enemmän asiantuntijaa opastamaan kuin esimerkiksi hoitaessaan päivittäisiä asioita.

Konkreettinen pankissa asiointi on vähentynyt ja henkilökohtaisen asiakaspalvelun tarve pienentynyt pankkitoiminnan muutoksista johtuen. Asiakkaiden muuttuneiden tarpeiden ja kasvaneiden vaatimusten myötä palvelujen tarjonta on laajentunut ja asiakaspalvelun neuvonnallinen rooli on kasvanut. Nopea tietotekninen kehitys internet- ja puhelinpankkipalveluissa ja niiden käytön yleistyminen on osaltaan muuttanut asiakkaiden pankkikäyttäytymistä itsepalveluksi. Pankkien kovan kilpailun myötä kilpailukeinoiksi ovat muodostuneet hinta, laatu ja tuotevalikoima. (Kontkanen 2008, 16.)

Finanssialalla asiakkaalle tarjottavat palvelut ovat kuitenkin hyvin samankaltaisia, joten kilpailijoista erottautuminen tulee tapahtua tavalla, joka on vaikeaa kopioida, esimerkiksi laadukkaana asiakaspalveluna (Ylikoski ym. 2006, 26–27). Henkilökohtainen palvelu on asia, johon pankit panostavat jälleen. Varsinkin kontaktit asiakkai-

den kanssa koetaan hyvin tärkeiksi juuri pankkiin sitouttamisen saavuttamiseksi. (Ylikoski ym. 2006, 19.)

Asiakkaiden itsenäisyys pankkiasioidenhoidossa on tuonut mukanaan myös huonoja puolia. Lisämyynnin tekeminen on vaikeaa, jos asiakkaita ei enää asioi pankkikonttorissa. Jos asiakkaalla ei ole pankin asiakaspalvelijoihin minkäänlaista sidettä, on heistä kiinni pitäminen vaikeaa. Pankin vaihto on tehty asiakkaille hyvin helpoksi uuden pankin hoitaessa kaiken yhteydenpidon ja asioiden hoidon entiseen pankkiin. Pankit ottavatkin yhteyttä entistä enemmän asiakkaisiin ja pyrkivät sopimaan palveluneuvotteluja henkilökohtaisen kontaktin luomiseksi sekä luottamuksen ja tyytyväisyyden synnyttämiseksi.

3.4 Asiakaspalvelijan merkitys myynnin tukena

Asiakkaat kokevat finanssipalvelut tärkeiksi, sillä niihin liittyvät päätökset ovat usein sitovia ja sillä voi olla suuriakin taloudellisia merkityksiä (Ylikoski ym. 2006, 39). On siis ymmärrettävää, että päätöksenteko voi olla vaikeaa. Tällöin asiakaspalvelijan asiantuntemus sekä asiakaspalvelu- ja neuvonta-/neuvottelutaidot korostuvat ja saattavat vaikuttaa merkittävästikin päätöksentekoprosessiin.

Ongelmaansa ratkaisua etsivä asiakas toivoo, että asiakaspalvelija auttaa häntä niin, että päätöksenteko olisi mahdollisimman helppoa. Hän haluaa kuulla asiantuntijan mielipiteen eri vaihtoehtoista ja mahdollisesti jopa vertaa tätä asiantuntemusta kilpailijan asiantuntemukseen. Asiakas haluaa lyhyen, selkeän, helposti ymmärrettävän ja vakuuttavan perustelun, eikä välttämättä ole kiinnostunut yksityiskohtaisesta perustelusta, sillä nämä voivat vain hämärtää valintaperusteita ja hämmentää asiakasta. (Personen ym. 2002, 87, 98–100.)

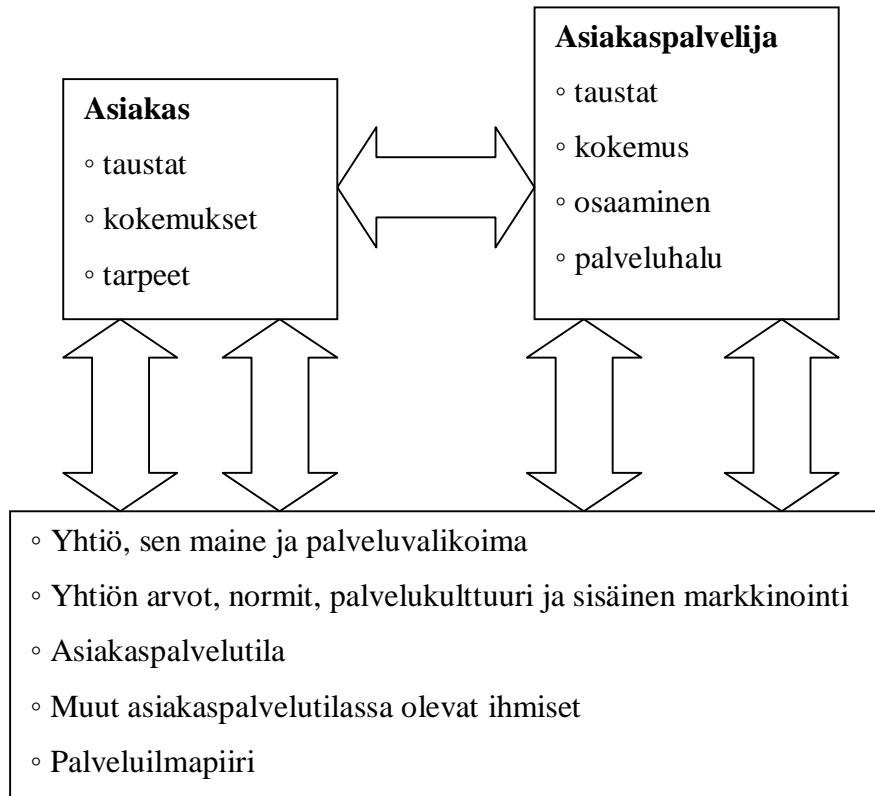
Varsinkin, jos tuote tai palvelu on asiakkaalle tuntematon, asiakkaan saattaa olla vaikeaa kertoa toiveistaan ja tarpeistaan myyjälle. Tällöin on tärkeää, että asiakaspalvelija osaa selvittää asiakkaan tarpeet oikeanlaisilla kysymyksillä. Tarvekartoitus kääntää huomion pois hinnasta ja auttaa asiakasta selvittämään tarpeensa perusteellisesti. Kuuntelemalla asiakasta asiakaspalvelija pystyy kohdistamaan ja yksilöimään tuotteen tai palvelun ominaisuudet asiakkaan tarpeisiin ja hänen saavuttamiin hyötyihin. Myyjä

saa näin tarvitsemansa myyntiargumentit suoraan asiakkaalta ja voi perustellusti ja ytimekkäästi esitellä asiakkaan tarpeisiin liittyvät tuotteen tai palvelun hyödyt pelkkin tuoteominaisuuksien luettelemisen sijaan. (Rubanovitsch & Aalto 2005, 69–96.)

Oikealla tavalla perusteltuina ja myytyinä maksullisiakin lisäarvopalveluja arvostetaan (Mts. 20). Asuntolainaan liitettävien turvallisuustuotteiden myynti ei ole lainkaan mahdotonta, vaan se voi olla hyvinkin arvokas ja turvallisuuden tunnetta antava asia asiakkaalle. Näiden lisäpalveluiden myynti pohjautuu vain juuri oikeanlaisiin perusteluihin ja asiakkaan saavuttamien hyötyjen esittelemiseen. Pelkkiä tuoteominaisuuksia esittelemällä voi turvatuotteiden myynti olla vaikeaa. Sen sijaan asiakkaalle voi olla helpompaa myydä tuote, kun sen hyödyt voi kohdistaa suoraan asiakkaaseen ja niihin asioihin, jotka asiakas on itse kertonut tärkeiksi.

Viestintä palveluneuvottelussa

Asiakaspalvelija on kanava, jonka kautta yhtiö viestii asiakkailleen muun viestinnän, kuten mainonnan ohella. Asiakkaalle yhtiö konkretisoituu asiakaspalvelijassa ja palveluhenkilöstön tulisikin tiedostaa se, ja kiinnittää huomiota niin viestintätapaan kuin itse viestiin, jotta asiakkaalle välittyvä tieto olisi yhtenevää yhtiön muun viestinnän kanssa. (Ylikoski ym. 2006, 99.) On siis pidettävä huolta, että henkilöstö on tietoinen yhtiön asiakkailleen antamista lupauksista ja meneillään olevista kampanjoista. Jos yhtiö lupaa aidosti välittävänsä asiakkaistaan, on sen myös toteuduttava. Asiakaslupusten antaminen tai asiakaspalvelun tärkeyden korostaminen vain imagoa kohottavana asiana on väärä lähtökohta, jos niitä ei ole tarkoituskaan toteuttaa tai niihin ei sen kummemmin aiota kiinnittää huomiota ruohonjuuritasolla. On noloa, jos asiakaspalvelija kuulee esimerkiksi jostain alennuksista tai kampanjapäivistä ensimmäistä kertaa asiakkaalta eikä osaa niihin mitenkään vastata.



KUVIO 3. Vuorovaikutuksen onnistumiseen vaikuttavat tekijät

Asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä tapahtuvaa vuorovaikutusta, jonka onnistumiseen vaikuttavat tekijät muodostuvat asiakkaasta, asiakaspalvelijasta, yhtiöstä ja ympäristöstä, kuten edellä olevasta kuviosta näkyy (Ylikoski ym. 2006, 97). Vuorovaikutustilanteessa osallistujat vaihtavat keskenään tietoa ja tunteita. Viestintää tapahtuu niin sanallisesti kuin sanattomasti (eleet, ilmeet, liikkeet, asennot ja ulkoinen olemus). Sanaton viestintä tukee tehokkaasti sanallista viestintää, mutta jos sanallinen ja sanaton viestintä on ristiriidassa, on sanaton viestintä vahvempi ja sitä uskotaan herkemmin. (Mts. 99–101.)

Viestinnässä on hyvä pyrkiä kaksisuuntaisuuteen eli asiakaspalvelijan tulisi kiinnittää huomiota itse viestin lisäksi myös viestin aikaansaamaan reaktioon asiakkaassa. Kun asiakaspalvelija lukee asiakkaan reaktioita, pystyy hän tarpeen mukaan muuttamaan omaa viestintää asiakkaalle suotuisammaksi. Saattaa olla, että asiakkaalle annetaan tietoa liian paljon, liian nopeasti tai puhuttu kieli (pankkisanasto) on asiakkaalle vierasta ja viesti jää näin vastaanottamatta. (Mts. 100.)

Vastaväitteet

Vastaväite on asiakkaan esittämä epäily tuotetta tai palvelua kohtaan. Vaikka vasta- väite saattaa tuntua asiakaspalvelijalta vaikealta, se kuitenkin kertoo asiakkaan kiin- nostuksesta ja asian käsittelemisestä, joten se tulisi nähdä ennemminkin mahdollisuu- tena kuin uhkana. Asiakaspalvelijan tulisikin valmistautua etukäteen myyntitilanteessa mahdollisesti esiin tuleviin epäilyihin, jolloin hän voi käsitellä ne asiallisesti ja asian- tuntevasti. Vastaväitteiden ylimalkainen käsittely tai niiden välttely antaa asiakaspal- velijasta ammattitaidottoman tai epätoivoisen kuvan tai näkemyksen, että tuotteessa tai palvelussa onkin joku porsaanreikä. Asiakkaan motiivit vastaväitteiden kysymisel- le voi olla esimerkiksi hintakeskustelun alustaminen tai vaikkapa jonkin asian tärkei- den korostaminen. (Rubanovitsch & Aalto 2005, 99–101; Ylikoski ym. 2006, 111.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Toimeksiantaja, Nordea Pankki Suomi Oyj, Kangasniemen kont- tori

Nordean juuret ovat neljässä pohjoismaisessa pankissa: suomalainen Merita, ruotsa- lainen Nordbanken, tanskalainen Unibank ja norjalainen Christiania Bank og Kredit- kasse. Yhdistymiset tapahtuivat vuosien 1997 ja 2000 välillä. Joulukuusta 2001 lähti- en koko konserni on toiminut Nordean nimellä ja brandilla. (Tietoa Nordeasta 2008.)

Nordea on suurin Pohjoismaiden ja Itämeren alueella toimiva finanssipalvelukonserni (Toiminta vuonna 2007 2008, 2). Finanssikonserni muodostuu yleensä pankista, rahoi- tusyhtiöstä, rahastoyhtiöstä, vahinkovakuutusyhtiöstä ja henkivakuutusyhtiöstä (Kont- kanen 2008, 16). Nordea on kansainvälinen pankki, joka on johtavassa asemassa suur- yrityspalveluissa sekä vähittäis- ja yksityispankkitoiminnassa. Nordealla on noin 10 miljoonaa asiakasta, 1 400 konttoria, puhelinpalvelu kaikissa neljässä Pohjoismaassa ja johtoasema verkkopankin tarjoajana. (Toiminta vuonna 2007 2008, 2; Tietoa Nor- deasta 2008.)

Vuoteen 2007 saakka Nordean arvoiksi oli määritelty fokusointi, nopeus ja tulokset. Näiden arvojen pohjalta luotiin kannattava, tehokas ja hyvin hoidettu yhtiö. Vuonna 2007 Nordealle määriteltiin uusi visio ja uudet asiakas- ja henkilöstölähtöiset arvot (erinomaiset asiakaskokemukset, ihmiset ratkaisevat ja yksi Nordea joukkue), jotka tukevat yhtiön kasvua entistäkin paremmaksi yhtiöksi. Nordean tehtävä on *Teemme sen mahdolliseksi*, siis tarjota asiakkaille mahdollisuus saavuttaa tavoitteensa. Visiona on olla *johtava pohjoismainen pankki, joka luo merkittävää arvoa asiakkailleen ja omistajilleen – tunnettu osaavasta henkilöstöstään*. Tässä uudistetussa visiossa korostetaan henkilöstön tärkeyttä voimavarana ja keinona kilpailijoista erottumisessa. (Toiminta vuonna 2007 2008, 4–5.)

Finanssialan keskusliiton mukaan 31.12.2007 Nordea Pankki Suomen konttoreita oli 347, kun yhteensä eri pankkien konttoreita oli 1687. Henkilöstön määrä oli 10 207, kun taas koko pankkialan henkilöstön määrä Suomessa oli tuona ajankohtana yhteensä 31 910. (Kallonen 2008, 4.)

Nordea Pankki Suomi Oyj harjoittaa pankkitoimintaa osana Nordea-konsernia ja sen toiminta on yhdistetty täysin Nordea-konsernin toimintaan. Nordean toiminta on jaettu Suomessa alueittain. Pankkitoimintaa johtaa Pekka Nuutila ja hänen kanssaan työskentelee kaksi varajohtajaa, Markku Haapasalmi ja Lasse Svens. (Tietoa Nordeasta 2008.) Kangasniemen Nordean konttori on Pieksämäen Nordean toimipaikka. Nämä kuuluvat aluejaossa Etelä-Savon alueeseen. Kangasniemen Nordean kokonaisasiakasmäärä on noin 6000, joista aktiivisia henkilöasiakkaita on hieman vajaa 3000 ja yritysasiakkaita noin 150.

5.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia asuntolainarahoituksen yleisimpiä turvallisuus-elementtejä ja selvittää asuntolaina-asiakkaiden näkökulma korkokaton ottamisesta. Tavoitteena oli selvittää asiakkaan korkokatolla asuntolainansa suojaamiseen vaikuttavia tekijöitä. Myös korkokatto-asiakkaiden tyytyväisyyttä ko. tuotteeseen haluttiin selvittää.

Keskeisenä tutkimusongelmana on korkokaton ottamiseen vaikuttavien tekijöiden löytäminen. Tutkimuksen ydinkysymykset on jaettu pää- ja alaongelmiin.

Pääongelma

- Miksi asuntolaina-asiakas turvaa tai on turvaamatta lainansa korkokatto-tuotteella?

Alaongelmat

- Kuinka tarjoustapahtuma (esittely, myyntineuvottelija, tunnelma) vaikuttaa tuotteen ostamiseen?
- Mitkä ovat tärkeimmät syyt, jotta asiakas päätyy ostamaan korkokaton?
- Mitä korkokaton ominaisuuksia asiakas arvostaa eniten?
- Vaikuttaako elämäntilanne halukkuuteen turvata laina?
- Mikä on asiakkaan tyytyväisyys jälkeenpäin, onko hän kokenut hyötyneensä korkokatosta (taloudellisesti, mielenrauhalla)?
- Suosittelevatko asiakkaat tuotetta edelleen?

5.3 Tutkimusote

Tämä tutkimus on luonteeltaan empiirinen eli havainnoiva ja sillä pyritään selvittämään korkokaton ottamiseen liittyviä syitä. Aineisto on kerätty itse, joka on empiirille tutkimukselle varsin tavallista. Tiedonkeruumenetelmänä on käytetty postitse lähetettävää kyselytutkimuslomaketta. Tutkimuksessa on käytetty kvantitatiivista otetta ja sillä pyritään löytämään yhteneväisyyksiä eri muuttujien ja käyttäytymisen välille. Tyypiltään tutkimus on tapaus- eli case-tutkimus.

Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella voidaan selvittää mm. eri asioiden välisiä riippuvuuksia ja tuloksia havainnollistetaan taulukoin tai kuvioin (Heikkilä 2002, 16). Heikkilä (2002) kuvaa kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheet seuraavasti:

- Määritellään tutkimusongelma (valitaan aihealue, asetetaan tavoitteet ja hankitaan taustatiedot)
- Tutustutaan jo olemassa olevaan materiaaliin
- Laaditaan mahdolliset hypoteesit TAI laaditaan tutkimussuunnitelma (tavoitteiden ja tutkimusmenetelmien määrittäminen, aikataulut, aineistonkeruusta päättäminen)
- Rakennetaan tiedonkeruuväline (laaditaan esimerkiksi kyselylomake)
- Kerätään, käsitellään ja analysoidaan aineisto
- Raportoidaan tulokset ja tehdään johtopäätökset (Mts. 25.)

5.4 Aineiston kerääminen

Kyselytutkimus on edullinen tapa aineistonkeruuseen. Tätä menetelmää käytettäessä myös haastattelijan vaikutus vastauksiin pystytään välttämään ja arkaluontoisiakin asioita on mahdollista tiedustella. (Heikkilä 2002, 20.) Aaltola & Valli (2001) lisää edellisten lisäksi hyväksi puoleksi myös sen, että vastaaja voi täyttää kyselylomakkeen itselleen parhaimpana ajankohtana, jolloin hän voi keskittyä vastaamiseen rauhassa. Kyselytutkimuksen heikkouksiin lukeutuu pienen vastausprosentin lisäksi mahdollisen uusintakyselyn tekemisestä aiheutuvat työ- ja lisäkustannukset, väärinymmärryksen mahdollisuus sekä se, että vastaaja saattaa täyttää kyselyn eri järjestyksessä kuin on tarkoitettu (Aaltola & Valli 2001, 101 – 102).

Kyselylomakkeen laatimiseen on kiinnitettävä erityistä huomiota, sillä tutkimuksen onnistuminen on riippuvainen lomakkeesta ja siitä kuinka onnistuneesti on kysytty sisällöllisesti oikeita asioita tavalla, että vastaukset ovat tilastoitavissa. Kyselylomakkeen heikkouksia on mahdollista karsia huolellisella lomakkeen suunnittelulla ja esitestaamisella. Kokonaisuudesta tulisi pyrkiä tekemään mahdollisimman selkeä, niin kielellisesti kuin ulkoasullisestikin ja kyselyyn tulisi olla helppo vastata. (Vehkalahti 2008, 20, 48.)

5.4.1 Kyselylomakkeen suunnittelu ja sisältö

Toimeksiantaja oli kyselylomakkeen tekemisessä aktiivisesti mukana. Tutkimuksen tekijä yhdessä toimeksiantajan kanssa listasi ne tärkeimmät asiat, joita kyselylomakkeella tulisi selvittää. Huomio kiinnittyi erityisesti seuraaviin seikkoihin:

- mitä asiakas pitää tärkeänä ottaessaan korkokaton
- tarjoustapahtuman merkitys
- tyytyväisyystaso tuotteen ottamisen jälkeen
- tuotteen edelleen suosittelu.

Näiden pohjalta mietittiin kysymykset ja koottiin kyselylomake. Kyselylomakkeen tekemisen ohella tutkija tutustui kyselylomaketutkimuksen kokoamiseen, esimerkkeihin ja mittaustapoihin. Kyselylomakkeen sisältöä ja muotoa tutkimuksen tekijä tarkasteli yhdessä toimeksiantajan kanssa. Tutkija testasi lomaketta useampaan otteeseen mahdollisten ongelmakohtien löytämiseksi. Tarkoituksena oli tehdä kysely, johon on helppo vastata ja joka on ulkomuodoltaan selkeä. Saatteeseen kiinnitettiin erityistä huomiota, koska sillä tuntuu olevan suuri merkitys vastausprosenttiin ja kyselyn aihe liittyy raha-asioihin, joista ei yleensä mieluusti puhuta. Myös vastaajilta kysyttävien taustatietojen sisältöä pohdittiin tarkkaan, sillä kaikki halutut tiedot vastaajista tuli selvittää kyselylomakkeella. Tutkimuksen tekijä ei tutkimuksen toimeksiantajalta saanut taustatietoja tutkittavista asiakkaiden pankkisalaisuuden säilyttämiseksi.

5.4.2 Kyselyn toteuttaminen

Perusjoukko muodostuu tutkimuksen kannalta kiinnostavasta ryhmästä (Vehkalahti 2008, 43). Tässä tutkimuksessa perusjoukkona eli tutkittava kohteena olivat Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttorin asuntolaina-asiakkaat, jolla on asuntolainaa ja rahoitusta yli 20 000 euroa. Kriteerinä oli tämä lainamäärä, koska korkokaton liittäminen on mahdollista vain yli 20 000 euron lainaan. Kysely päätettiin toteuttaa satunnaisotantana perusjoukosta, jonka koko oli 188 taloutta. Talouden asuntolainan vastuullisena saattoi olla joko yksi tai useampi henkilö. Satunnaisotannan perusjoukosta teki pankki, eli tutkimuksen tekijä ei ollut perusjoukon tietojen kanssa missään tekemisissä. Tutkimuksen tekijä sai aineiston kokoon siis kyselylomakkeessa kysyttyjen tietojen perusteella.

Kyselyitä lähetettiin tammikuun alussa 92 kappaletta eli otoskooksi muodostui 49 prosenttia. Vastauksia palautui 37 kappaletta, eli vastausprosentti on 40. Tämä todettiin riittäväksi opinnäytteen tekemisen ja korkokaton ottamisen syiden selvittämiseksi, joten toiseen lähety skierrokseen ei ollut tarvetta. Vastausprosentti tyypillisessä kyselytutkimuksessa saattaa nykyisin jäädä alle 50 prosentin ja perusjoukon edustettavuuden luotettavuus voikin laskea hyvin alhaisesta vastausprosentista johtuen (Vehkalahti 2008, 44). Alhaisen vastausprosentin toteutumiseen varauduttiin toisella postituskierroksella. Mahdollisen toisen kierroksen kyselyjen lähetys oli tarkoitus toteuttaa kaikille, sillä näin kyselyitä ei tarvitsisi numeroida ja vastaajien henkilötiedot pysyisivät edelleen salassa. Tämä ei myöskään olisi ollut resursseja ajatellen merkittävää.

5.5 Tulosten käsittely ja analysointi

Aineiston kerääminen tapahtui kyselylomakkeella. Kysymykset syötettiin ja vastaukset siirrettiin lomakkeista SPSS 16,0 -ohjelmaan, joka on tilastotieteelliseen analyysiin suunniteltu ohjelma. Osa muuttujista luokiteltiin jälkeinpäin ryhmiksi. Tulosten analysoinnissa käytettiin mm. ristiintaulukointia ja keskiarvoja. Kokonaistyytyväisyys laskettiin tunnusluvuiksi. Ohjelmasta saatiin taulukoita ja kuvioita selkeyttämään ja selittämään tekstiä.

5.6 Tutkimuksen luotettavuus

Heikkilän (2002) mukaan laadukkaan kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimuksiin kuuluvat pätevyys, luotettavuus, puolueettomuus, taloudellisuus, avoimuus, tietosuoja, käyttökelpoisuus sekä aikataulun sopivuus. **Validiteetilla** eli pätevyydellä tarkoitetaan oikeiden asioiden tutkimista. Pätevyys voidaan varmistaa täsmällisten tavoitteiden asettamisella ja tutkimuslomakkeen oikein valikoiduilla ja muotoiluilla kysymyksillä. **Reliabiliteetilla** eli luotettavuudella tarkoitetaan tutkimustulosten tarkkuutta eli tutkimuksen tulisi olla toistettavissa samanlaisin tuloksin. (Heikkilä 2002, 29–32.)

Kyselylomakkeen käyttö aineistonkeruumenetelmänä oli tutkimuksen luotettavuutta parantava tekijä. Lomakkeen tekemiseen kiinnitettiin erityistä huomiota ja kysymys-

ten muodostaminen aloitettiin kartoittamalla ensin ne asiat, joita sillä tulisi selvittää. Tutkimuksen tekijä uskoo kysymysten mitanneen juuri niitä asioita, joita oli tarkoituskin selvittää ja että tutkimusta voidaan näin pitää päteväenä. Kyselylomakkeen käyttö varmisti sen, että kysymykset esitettiin kohderyhmän jokaiselle henkilölle täysin samalla tavalla, eikä tutkijan läsnäolo vaikuttanut millään lailla vastauksiin. Kyselyiden lähettäminen ajoitettiin arkipyhän ja viikonlopun alle. Vastajaan oli mahdollista valita itselleen sopivin vastausajankohta ja näin keskittyä vastaamiseen rauhassa. Myös vastausvirheet minimoituivat valmiiden vastausvaihtoehtojen käytöllä, sillä tutkijan ei tarvinnut tulkita epämääräisiä vastauksia.

Tutkimuksen tekijä on tutkimusta tehdessään pyrkinyt olemaan puolueeton ja avoin, niin tutkittavia kohtaan kuin tuloksia analysoidessaan. Vastaajien yksityisyyteen kiinnitettiin erityistä huomiota. Tutkimuksen tekijä ei ollut esimerkiksi missään tekemissä kohderyhmän nimi- tai osoitetietojen kanssa, vaan kyselyjen postittamisen ja arvonnin hoiti pankin henkilökunta. Kyselyyn vastaaminen tapahtui täysin nimettömänä, ja arvontakuponki henkilötietoineen palautettiin erillisessä palautuskuoressa.

6 KORKOKATON OTTAMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Tutkimuksessa perehdyttiin Kangasniemen Nordean asuntolaina-asiakkaiden valintoihin korkokaton ottamisesta ja niihin johtaneisiin syihin. Kyselyn toteuttaminen kohdistui siis suhteellisen pienelle maantieteelliselle alueelle ja suppealle kohderyhmälle, joten tutkimustulosten perusteella ei voida tehdä mitään yleisiä oletuksia.

6.1 Vastaajien taustiedot

Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 37. Korkokattotarjouksen saaneita oli 30, ja korkokaton ottaneita heistä oli 22.

TAULUKKO 1. Vastaajien ikäjakauma

| | lukumäärä | % |
|------------------|-----------|-------|
| Alle 30-vuotiaat | 4 | 10,8 |
| 30–39-vuotiaat | 12 | 32,4 |
| 40–49-vuotiaat | 13 | 35,1 |
| Yli 50-vuotiaat | 7 | 18,9 |
| Yhteensä | 36 | 97,3 |
| Puuttuva | 1 | 2,7 |
| Yhteensä | 37 | 100,0 |

Ikää kysyttiin avoimena kysymyksenä, ja se luokiteltiin jälkeinpäin. Ikäryhmät näkyvät taulukossa 1. Yksi vastaajista jätti vastaamatta ikäkysymykseen. Vastaajista lähes 70 prosenttia on iältään 30–49-vuotiaita. Jo aiemmin mainittiin, että asuntovelallinen yleisimmin on 29–39-vuotias (Sipponen & Halonen 2008, 8). Vastaajien ikäjakauma selittyy osittain tällä, mutta kertoo myös siitä, että asuntolainoja ottavat nykyään myös hieman vanhemmat asiakkaat ja että laina-ajat ovat pidentyneet.

Vastaajan ammattiasemaa sekä koulutusta kysyttiin valmiiksi tehtyjen luokitusten perusteella. Vastaajista palkkatyöntekijänä toimi 22 henkilöä (60 %), yrittäjänä (muu kuin maatalous) 6, esimiesasemassa oli 4, eläkeläisiä 3 sekä 1 työtön ja 1 muussa toimessa oleva. Koulutukseltaan vastaajista ammattitutkinnon suorittaneita oli 17 henkilöä (46 %), korkea-asteen koulutuksen suorittaneita yhteensä 10 (27 %) (korkeakoulututkinto 7:llä ja yliopistotutkinto 3:lla), ylioppilaita 5, kansakoulun ja/tai keskikoulun tai peruskoulun suorittaneita oli 3, ja muu tutkinto oli 2 vastaajalla.

Kyselylomakkeen taustatiedoissa kysyttiin myös asuntolainasta vastuussa olevia henkilöitä. Yksin vastaajan nimissä asuntolaina oli 43,2 prosentilla, yhdessä aviopuolison kanssa 48,7 prosentilla, yhdessä avopuolison kanssa 5,4 prosentilla ja yhdessä muun henkilön tai ryhmän kanssa 2,7 prosentilla tapauksista. Sama määrä miehiä ja naisia oli yksin vastuussa asuntolainasta. Vastanneista enemmistö oli kuitenkin miehiä (62 %), mikä selittyy sillä, että esimerkiksi aviopuolisoiden yhteisissä lainoissa pääosalliseksi merkitään useimmiten mies ja kyselyt lähetettiin juuri pääosallisen nimellä.

Taustatiedoissa kysyttiin myös, miten päätöksenteko talouksissa jakautui asuntolainassa. Vastaaaja oli päättänyt asuntolainoista yksin 54 prosentissa ja vastaaaja yhdessä muun velallisen kanssa 46 prosentissa talouksia. Valtaosassa tapauksia yksin asuntolainasta vastuussa oleva oli päättänyt myös asuntolainastaan yksin ja asuntolainan ollessa yhteinen myös päätöksenteko oli pääosin yhteistä. Muutamissa yksittäisissä tapauksissa yhteisistä lainoista oli päättänyt vain toinen osapuoli tai yksin vastaajan nimissä olevasta lainasta oli päättämässä vastaajan lisäksi joku muu.

Talouden elämäntilannetta kartoitettiin kysymällä taloudessa asuvien aikuisten ja lasten määrää, jossa oli myös otettu huomioon alle kouluikäisten lasten lukumäärä. Yhden aikuisen talouksia oli 24 prosenttia ($n = 9$) ja kahden tai kolmen aikuisen talouksia 73 prosenttia ($n = 27$). Vastaaajista 1 oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. Lapsia oli yli puolessa vastanneiden talouksia (54 %, $n = 20$) ja näistä neljässä perheessä oli alle kouluikäisiä. Alle 40-vuotiaiden talouksista 5:ssä asui lapsia ja 11:sta ei asunut lapsia, kun taas yli 40-vuotiaiden talouksista 15:sta asui lapsia ja 5 ei asunut lapsia.

TAULUKKO 2. Tuloluokat taloudessa asuvien aikuisten ja lasten mukaan

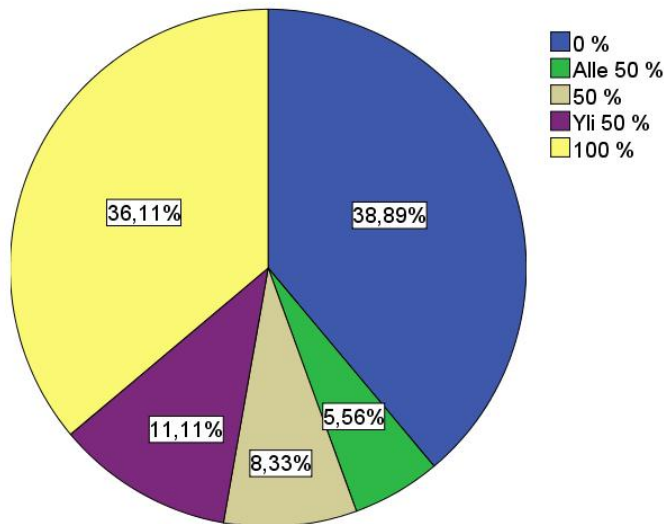
| | | | Talouden yhteenlasketut nettotulot euroina kuukaudessa | | | | | | |
|-------|-----------------------------|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------|
| | | | Alle 1500 | 1500–2000 | 2001–3000 | 3001–4000 | 4001–5000 | Yli 5000 | Yht. |
| Kyllä | Taloudessa asuu lapsia | 1 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | asuu aikuisia 2 tai enemmän | | | 2 | 3 | 7 | 4 | 1 | 17 |
| | Yht. | | | 2 | 4 | 7 | 4 | 1 | 18 |
| Ei | Taloudessa asuu aikuisia | 1 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| | asuu aikuisia 2 tai enemmän | | | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 8 |
| | Yht. | | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 16 |

Talouden yhteenlaskettuja nettotuloja kuukaudessa kysyttiin myös avoimena kysymyksenä. Vastajat jaettiin myöhemmin tuloluokkiin, ja taulukosta 2 selviävät talouksien tuloluokitukset. Taulukossa on jaoteltuna yhden ja useamman aikuisen taloudet

niihin, joissa asuu lapsia ja niihin, joissa ei asu. Vastaajien joukossa on pieni- ja keskituloisia talouksia.

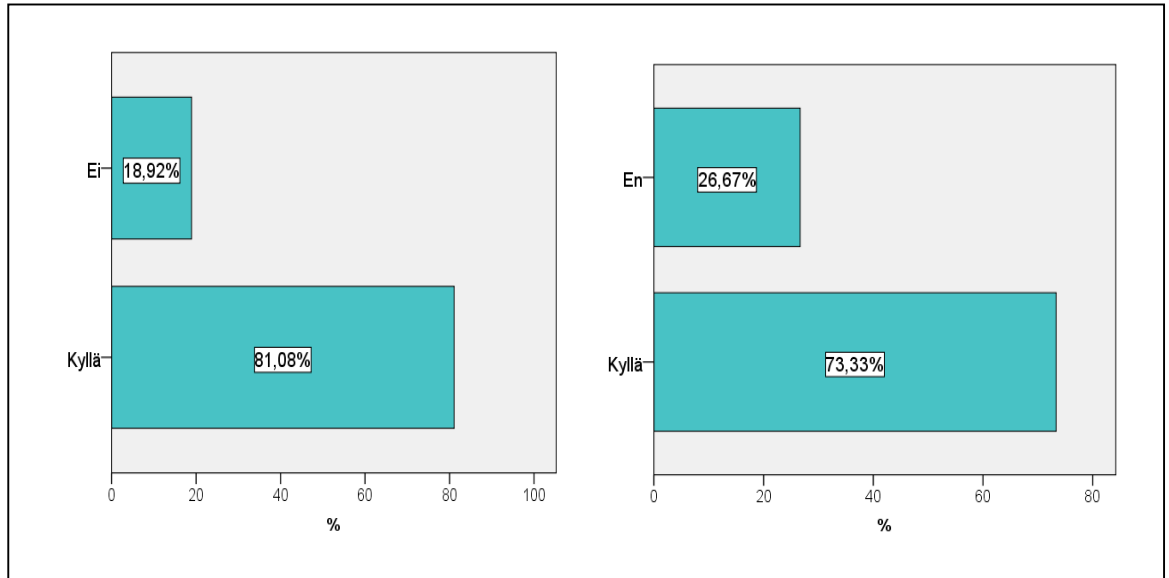
Myös talouden asumismuotoa kysyttiin. Vastaajista reilusti yli puolet asui omakotitalossa (68 %, $n = 25$). Rivitalo-osakkeessa tai kerrostalo-osakkeessa asui molemmissa vastaajista 16 prosenttia ($n = 6$).

Talouden yhteenlaskettuja asuntolainoja kysyttiin valmiiksi luokitelluilla ryhmillä ja ne jakautuivat seuraavasti: alle 50 000 euroa lainaa oli 43 prosentilla ($n = 16$) talouksista, 50 001–100 000 euroa 41 prosentilla ($n = 15$), 100 001–150 000 euroa 11 prosentilla ($n = 4$) ja yli 150 000 euroa lainaa oli 5 prosentilla ($n = 2$). Eli yli 80 prosenttia talouksien yhteenlasketuista asuntolainamääristä on alle 100 000 euroa.



KUVIO 5. Korkokatolla suojattujen asuntolainojen osuus kaikista asuntolainoista

Taustatietojen lopuksi kysyttiin, kuinka suuri osuus kaikista asuntolainoista on suojattu korkokatolla. Kuvio 5 näkyvät vastausvaihtoehdot ja vastaajien korkokatolla suojattujen asuntolainojen osuus heidän kaikista asuntolainoistaan. Vastaajista 39 prosenttia ($n = 14$) ei ollut suojannut lainojansa lainkaan korkokatolla (tähän määrään sisältyivät myös he, joille korkokattoa ei ole tarjottu). Otoksesta käy ilmi, että useimmiten talouden koko asuntolaina suojataan korkokatolla. Täysin lainansa oli suojannut vastaajista 36 prosenttia ($n = 13$). Asiakkaat suojaavat myös jonkin verran vain osaa lainoista.



KUVIO 4. Korkokattotarjouksen saaneet ja korkokaton ottaneet

Kyselylomakkeen ensimmäisenä kysymyksenä tiedusteltiin, onko vastaajalle Kangasniemen Nordeassa tarjottu korkokattoa asuntolainaneuvotteluissa tai sen jälkeen ja kolmantena kysymyksenä kysyttiin, oliko vastaaja ottanut korkokaton. Lainaan liitettävää korkokattoa oli tarjottu 81 prosentille ($n = 30$) vastaajista. Tämä kertoo siitä, että korkokattoa on tarjottu asuntolaina-asiakkaille aktiivisesti. Tarjouksen saaneista korkokaton oli ottanut 73 prosenttia ($n = 22$). Myös korkokaton ottaneiden erittäin korkea osuus tarjouksen saaneista kertoo siitä, että korkokaton tarjoaminen on ollut kannattavaa ja se on ollut asiakkaiden mielestä tarpeellinen tuote asuntolainaa turvaamaan.

6.2 Tarjoustapahtuma ja sen merkitys

Korkokattotarjouksen saaneilta asiakkailta kysyttiin sekä tarjoustapahtumaan liittyvien asioiden tärkeyttä sekä näiden seikkojen toteutumista palveluneuvottelussa. Kysytyjä asioita olivat tarjoustapahtuman kiireettömyys ja asiallisuus, myyntineuvottelijan asiantuntevuus, korkokaton selkeä esitleminen, ominaisuuksien ja hyötyjen esille tuominen sekä kokonaisuuden miellyttävyys. Vastaajat arvioivat asioiden tärkeyttä asteikolla 1–4 (1 = Ei merkitse mitään, 2 = Vähäinen merkitys, 3 = Tärkeä, 4 = Erittäin tärkeä). Sitä miten kyseiset asiat olivat toteutuneet palveluneuvottelussa, mitattiin asteikolla 1–5 (1 = Erittäin huonosti, 3 = Ei hyvin eikä huonosti, 5 = Erittäin hyvin).

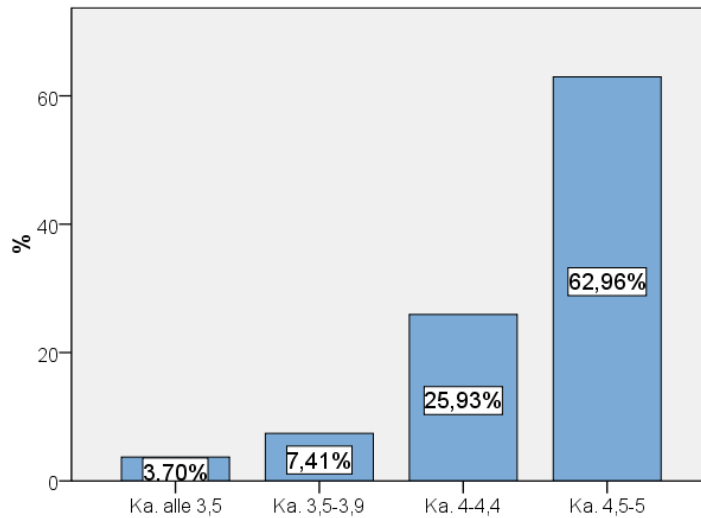
Kaikki tiedusteltavat asiat olivat valtaosan mielestä tärkeitä tai erittäin tärkeitä, ja palveluneuvottelussa niiden toteutuminen oli onnistunut joko hyvin tai erittäin hyvin. Vain muutaman yksittäisen asiakkaan kohdalla palveluneuvottelu ei ollut niin onnistunut, ja kokonaistyytyväisyys oli hieman alhaisempi kuin valtaosalla. Näissä tapauksissa etenkin korkokaton esittelemisen selkeys sekä ominaisuuksien ja hyötyjen esittelemisen koettiin huonommaksi kuin muilla. Tällöin tarjoustapahtumalla ei kuitenkaan ollut päätöksentekoon merkittävää vaikutusta. Asiakas oli saattanut ottaa korkokaton, vaikka tarjoustapahtuma ei ollut onnistunut parhaalla mahdollisella tavalla.

Myyntineuvottelijan asiantuntemuus, korkokaton selkeä esitleminen sekä hyötyjen ja ominaisuuksien tuominen esille

Juuri nämä seikat muodostuivat palveluneuvottelun tärkeimmiksi asioiksi. Tarjouksen saaneista 67 prosenttia koki myyntineuvottelijan asiantuntemuksen ja korkokaton selkeän esittelyn erittäin tärkeiksi. Ominaisuuksien ja hyötyjen hyvin esille tuominen koki erittäin tärkeäksi 60 prosenttia. Asiantuntemuus toteutui kaikista tarjouksen saaneista 71 prosentin mielestä erittäin hyvin. Asiantuntemuuden erittäin tärkeäksi kokevista jopa 80 prosenttia koki asian toteutuneen erittäin hyvin. Korkokaton selkeä esittely toteutui myös erittäin hyvin saaden vain muutaman prosentin huonommat arvot. Korkokaton ominaisuuksien ja hyötyjen esittelemiseen kannattaa kiinnittää huomiota vielä enemmän, sillä siinä vain hieman alle puolet kaikista vastaajista koki tarjoustapahtuman onnistuneen erittäin hyvin. Heistä, jotka kokivat asian erittäin tärkeäksi, vain hieman yli puolet koki sen onnistuneen parhaimmalla mahdollisella tavalla.

Tarjoustapahtuman asiallisuus, kokonaisuuden miellyttävyys ja kiireettömyys

Tarjoustapahtuman asiallisuuden ja kokonaisuuden miellyttävyuden koettiin olevan tärkeitä, mutta vain reilun kolmanneksen mielestä ne olivat erittäin tärkeitä. Kiireettömyyden kokeminen tarjoustilanteessa koettiin onnistuneen keskimääräistä huonommin, mutta asiakkaalle sillä näytti olevan pienin merkitys, sillä vain noin 23 prosenttia vastaajista koki sen erittäin tärkeäksi.

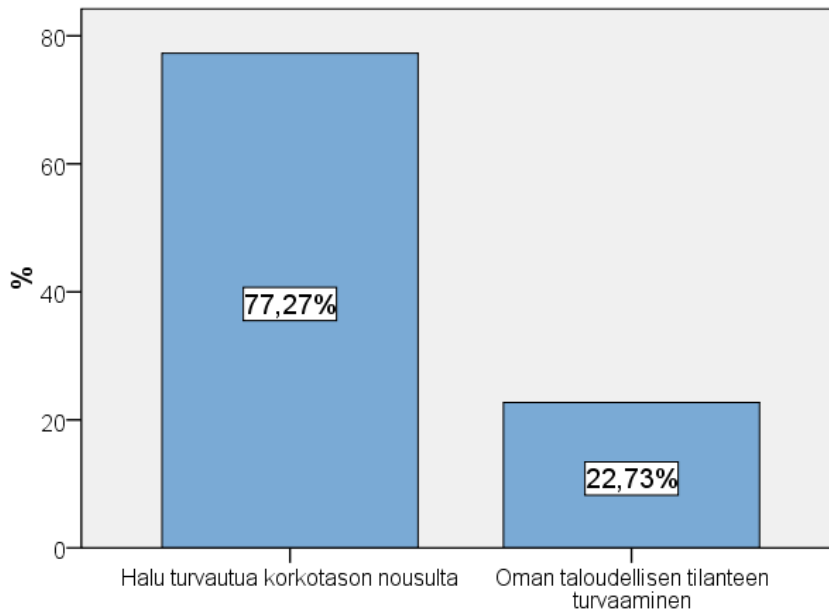


KUVIO 6. Kokonaistyytyväisyys palveluneuvotteluun

Tarjoustapahtuman kokonaistyytyväisyys laskettiin keskiarvoksi niistä arvoista, miten asiakkaiden mielestä eri seikat olivat palveluneuvottelussa onnistuneet. Tarjoustapahtuman kokonaistyytyväisyyden vaikutus korkokaton ottamiseen on nähtävissä ainoastaan tyytyväisyyden ollessa korkein. Tällöin 4 henkilöä 5:stä otti korkokaton. Paras kokonaistyytyväisyys oli 30–39-vuotiailla ja yli 50-vuotiailla asiakkailla.

6.3 Syyt asuntolainan turvaamiseen tai turvaamatta jättämiseen

Korkokaton ottaneilta asiakkailta kysyttiin tärkeintä syytä korkokaton ottamiseksi. Vaihtoehtoja olivat 1) Halu turvautua korkotason nousulta 2) Oman taloudellisen tilanteen turvaaminen 3) Ajankohdan korkea korkotaso → korkokatolla korkotason alle 4) Pankin edustaja esitteli korkokaton vakuuttavasti 5) Muiden suosittelu ja 6) Muu syy, mikä.



KUVIO 7. Tärkein syy korkokaton ottamiseen

Korkokaton ottamisen syiksi nousi kaksi asiaa. Tärkeimmäksi syiksi lähes 80 prosenttia korkokaton ottaneista vastasi, että tällä keinolla haluaa turvautua korkotason nousulta. Reilu 20 prosenttia vastaajista koki tärkeimmäksi oman taloudellisen tilanteen turvaamisen.

He, joille korkokattoa oli tarjottu, mutta jotka eivät olleet sitä ottaneet, merkitsivät kolme tärkeintä päätökseen johtanutta syytä. Vaihtoehdot olivat 1) En usko korkojen nousuun 2) Suojaudun korkojen nousulta muulla tavoin (esim. säästäminen) 3) Taloudellinen tilanteeni/tilanteemme ei heikkene vaikka korot nousisivatkin 4) Korkokatos- ta hyötyminen epävarmaa 5) Korkokaton korkea hinta 6) Korkokatto esiteltiin epäselvästi, en ymmärtänyt, mikä se on 7) Tarjoustilanteen kiire 8) Lainan määrä pieni 9) Lainaani ei soveltunut korkokatto (esim. viitekorko muu kuin euribor) 10) Muu syy, mikä. Turvasta kieltäytymisen syiksi nousivat korkokaton korkea hinta ja hyötymisen epävarmuus. Puolet vastaajista ilmoitti hinnan tärkeimmäksi syiksi ja toiseksi tärkeimmäksi syiksi 63 prosenttia turvasta hyötymisen epävarmuuden. Kolmanneksi tärkein syy puolella vastaajista oli se, että korkojen nousu ei aiheuta omassa taloudellisessa tilanteessa heikkenemistä, eli maksukyvyssä koetaan olevan riittävästi liikkumavaraa. Lainkaan vastauksia eivät saaneet vaihtoehdot 6, 7, 9 ja 10. Korkokatos- ta kieltäytymisen syitä eivät siis ainakaan ole epäselvä esittelemine tai tarjoustilanteen kiire.

6.4 Korkokaton arvostetuimmat ominaisuudet

Vastaajilta kysyttiin, kuinka tärkeitä eri korkokaton ominaisuudet heille olivat korkokattoa otettaessa. Vertailtavat ominaisuudet olivat

1. Korkojen noustessa korko pysähtyy sovitulle tasolle
2. Korkojen laskiessa yleisestä laskevasta korkokehityksestä hyötyminen
3. Varmuus korkotasosta → lainanhoitokulut eivät nouse tietyn rajan yli
4. Korkokatto ei rajoita lyhennysohjelman muutoksia
5. Korkokattoja on eri ajanjaksoille ja eri korkotasolle säädettyjä
6. Korkokaton palkkion voi lisätä lainapääomaan
7. Korkokaton voi liittää niin uuteen kuin vanhaankin lainaan.

Tärkeimmäksi ominaisuudeksi näistä muodostui ”Korkojen noustessa korko pysähtyy sovitulle tasolle”, sillä vastanneista 68 prosenttia koki tämän erittäin tärkeäksi. Toiseksi tärkein ominaisuus oli ”Varmuus korkotasosta → lainanhoitokulut eivät nouse tietyn rajan yli”, jonka 57 prosenttia vastaajista listasi erittäin tärkeäksi. Kolmanneksi tärkein ominaisuus oli laskevasta korkokehityksestä hyötyminen. Pienimmät arvot ominaisuuksien joukosta saivat ”Korkokaton palkkion voi lisätä lainapääomaan” ja ”Korkojaksoja on eri ajanjaksoille ja eri korkotasolle säädettyjä”.

Verrattaessa eri ominaisuuksien tärkeyttä ikäluokittain eri asiat nousivat tärkeimmiksi ominaisuuksiksi eri ryhmille. Alle 30-vuotiaille tärkein ominaisuus oli varmuus lainanhoitokuluista (vaihtoehto 3). Korkojen pysähtyminen sovitulle tasolle korkojen noustessa (vaihtoehto 1) oli tärkein 30–39-vuotiaille ja 40–49-vuotiaille. Tämän lisäksi 30–39-vuotiaat kokivat lähes yhtä tärkeäksi asian, ettei korkokatto rajoita lyhennysohjelman muutoksia (vaihtoehto 4). Miesten ja naisten arvostamia ominaisuuksia verratessa eroa niiden välillä ei ollut.

6.5 Elämäntilanteen merkitys

Tutkimuksesta on nähtävissä muutamien eri tekijöiden yhteys korkokaton ottamiseen. Otoksen perusteella asuntolainaa ottavan asiakkaan ikä ei yksin ole merkityksellinen, vaan korkokaton ottamiseen vaikuttavat sen lisäksi monet muut tekijät. Tarkasteltaes-

sa asuntolainamääriä tai korkokaton ottamista ikäluokittain, ei otoksessa huomattavia eroja löytynyt.

Asuntolainasta yhdessä päättäneistä 77 prosenttia otti korkokaton. Yksin päätöksen tehneiden korkokaton ottaneiden määrä on hieman alhaisempi, sillä heistä 69 prosenttia otti korkokaton. Tarkasteltaessa korkokaton ottamista yksin tapahtuneen päätöksen ja sukupuolen mukaan vaikuttaa siltä, että naiset ottavat korkokaton todennäköisemmin kuin miehet. Vastanneista yksin päätöksen tehneistä naisista korkokaton otti 5 henkilöä 6:sta ja miehistä 4 henkilöä 7:stä.

TAULUKKO 3. Korkokaton ottamisen yhteys eri asumismuotoihin

| | | Otitteko korkokaton tämän tarjoustapahtuman yhteydessä tai sen jälkeen? | | |
|-------------|------------------|---|----|----------|
| | | Kyllä | En | Yhteensä |
| Asumismuoto | Omakotitalo | 17 | 3 | 20 |
| | Rivitalo-osake | 3 | 2 | 5 |
| | Kerrostalo-osake | 2 | 3 | 5 |
| | Yhteensä | 22 | 8 | 30 |

Asuntolainan kohdistuessa omakotitaloon on korkokaton ottaminen yleisempää kuin rivi- tai kerrostaloasuntoon otetun lainan turvaaminen. Rivi- ja kerrostaloasunnoissa asuvista puolet oli suojannut lainansa korkokatolla. Omakotitalossa asuvista jopa 85 prosenttia oli ottanut lainaansa korkokaton. Vastaajien alle 50 000 euron ja 100 001–150 000 euron omakotitaloon kohdistuneista lainoista kaikki oli turvattu korkokatolla. Muuten korkokaton turvaamisessa ei ole suuria eroja lainamäärän vaihdellessa.

TAULUKKO 4. Korkokaton ottamisen yhteys vastaajan koulutustaustaan

| | | Otitteko korkokaton tämän tarjoustapahtuman yhteydessä tai sen jälkeen? | | |
|--------------------|--|---|----|----------|
| | | Kyllä | En | Yhteensä |
| Vastaajan koulutus | Kansakoulu ja/ tai keskikoulu tai peruskoulu | 0 | 1 | 1 |
| | Ammattitutkinto | 11 | 3 | 14 |
| | Ylioppilastutkinto | 2 | 3 | 5 |
| | Korkeakoulututkinto | 5 | 0 | 5 |
| | Yliopistotutkinto | 2 | 1 | 3 |
| | Muu, mikä | 2 | 0 | 2 |
| | Yhteensä | 22 | 8 | 30 |

Koulutukseltaan ammattitutkinnon ja korkeakoulututkinnon suorittaneet suojautuivat useammin korkokatolla kuin muut. Ammattitutkinnon suorittaneista 79 prosenttia ja kaikki vastanneet korkeakoulututkinnon suorittaneet asiakkaat olivat ottaneet korkokaton. Vertailussa korkokaton ottamista ammattiryhmittäin erottuivat palkkatyöntekijät, jotka suojautuivat korkokatolla useammin kuin muuhun ryhmään kuuluvat asuntolaina-asiakkaat. Heistä 80 prosenttia (16 asiakasta 20:stä) oli ottanut korkokaton.

Lapsiperheissä korkokaton ottaminen on hieman yleisempää kuin talouksissa, joissa ei asunut lapsia. Lapsiperheistä 80 prosenttia ja aikuisten talouksista 67 prosenttia oli ottanut korkokaton. Lapsiperheistä 80 prosenttia oli ottanut korkokaton, riippumatta siitä, oliko päätöksenteko tapahtunut yksin tai yhdessä muun velallisen kanssa.

TAULUKKO 5. Korkokaton ottamisen yhteys talouden asuntolainamäärään

| | | Otitteko korkokaton tämän tarjoustapahtuman yhteydessä tai sen jälkeen? | | |
|---------------------------------------|-------------------|---|----|----------|
| | | Kyllä | En | Yhteensä |
| Talouden kaikki asuntolainat yhteensä | Alle 50 000 euroa | 9 | 2 | 11 |
| | 50 001–100 000 | 8 | 5 | 13 |
| | 100 001–150 000 | 4 | 0 | 4 |
| | Yli 150 000 euroa | 1 | 1 | 2 |
| | Yhteensä | 22 | 8 | 30 |

Asuntolainaa alle 50 000 euroa

Korkokatolla suojattu alle 50 000 euron asuntolaina oli useimmiten pienituloisella, palkkatyöntekijällä (n = 7), joko lapsiperheellä (n = 4) tai yksinäisellä naisella (n = 4). Näistä lainoista 6 oli suojattu kokonaan. Kolmessa lapsiperheessä korkokatolla oli suojattu vain osa kokonaislainamäärästä, kahdessa tapauksessa yli puolet ja yhdessä alle puolet kokonaislainamäärästä. Korkokatosta kieltäytyneet alle 50 000 euron lainalliset olivat yksinäinen esimiesasemassa oleva mies ja suhteellisen hyvätuloinen pariskunta (ei lapsia).

Asuntolainaa 50 001–100 000 euroa

Korkokatolla suojattu 50 001–100 000 euron asuntolaina oli useimmiten palkkatyöntekijällä (n = 6) ja/tai lapsiperheellä (n = 7). Korkokatosta kieltäytyneistä 3 oli yksin päätöksen tehnyttä ja 2 oli tehnyt päätöksen yhdessä toisen velallisen kanssa (2 perheellistä yrittäjää, 2 yksinäistä palkkatyöntekijää sekä nuori mies, joka ottaisi nyt jälkeinpäin korkokaton, jos sitä hänellä tarjottaisiin).

Asuntolainaa 100 001–150 000 euroa

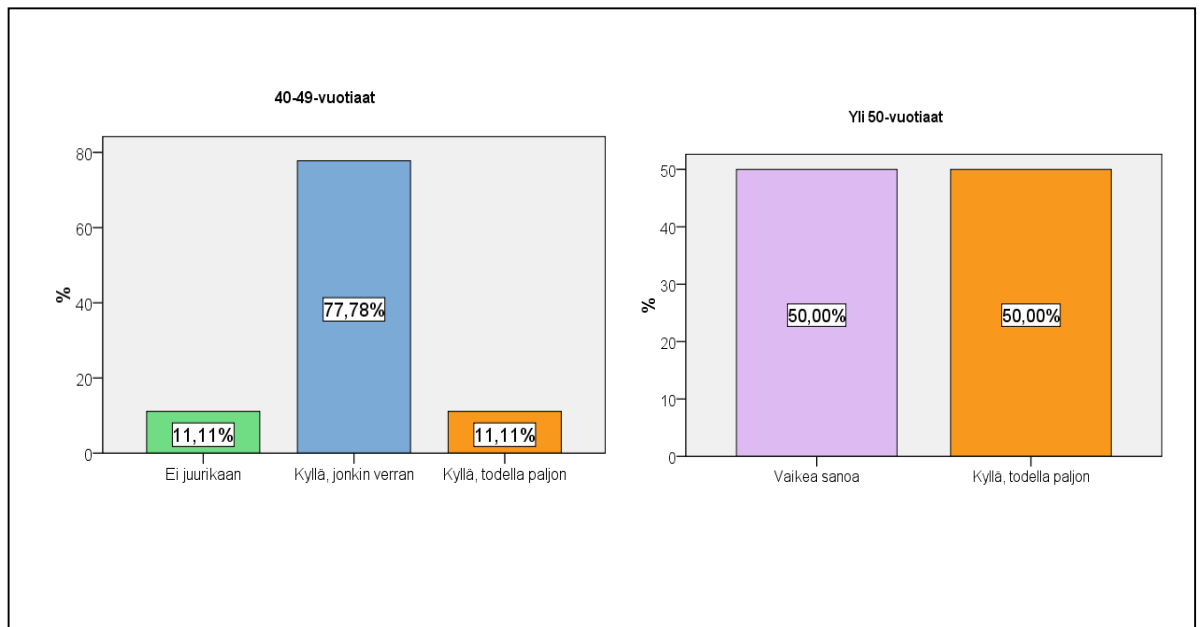
Vastaajien 100 001–150 000 asuntolainoista kaikissa oli korkokatto (puolet suojattu täysin ja puolesta suojattu 50 %) ja päätökset oli tehty yhdessä muun velallisen kanssa. Tässä joukossa oli yksi lapsiperhe ja 3 pariskuntaa, joiden taloudessa ei asu lapsia, 3 oli korkeakoulututkinnon suorittaneita, 3 palkkatyöntekijöitä.

Asuntolainaa yli 150 000 euroa

Yli 150 000 euron asuntolainamäärästä puolet oli suojattu korkokatolla ja vastuullisena oli yksinäinen yrittäjämies. Korkokatosta kieltäytynyt yli 150 000 euron asuntolainallinen oli suhteellisen hyvätuloinen lapsiperhe, jossa mies oli yliopistotutkinnon suorittanut ja työskenteli esimiesasemassa.

6.6 Tyytyväisyys päätökseen

Asiakkaat ovat olleet valtaosin tyytyväisiä päätökseensä, olivat he sitten ottaneet korkokaton tai kieltäytyneet siitä.



KUVIO 8. Onko korkokatto antanut teille turvallisuuden tunnetta?

Kaikki vastanneet alle 40-vuotiaat ja yli kolme neljästä 40–49-vuotiaasta kokivat korkokaton antaneen jonkin verran turvallisuuden tunnetta. Turvallisuuden tunnetta korkokatto oli antanut todella paljon puolelle yli 50-vuotiasta. Taloudellista hyötyä korkokatosta koki saaneensa puolet kaikista vastanneista. Taloudellisen hyödyn arvioiminen oli vaikeampaa; reilun kolmanneksen mielestä tätä oli vaikea sanoa.

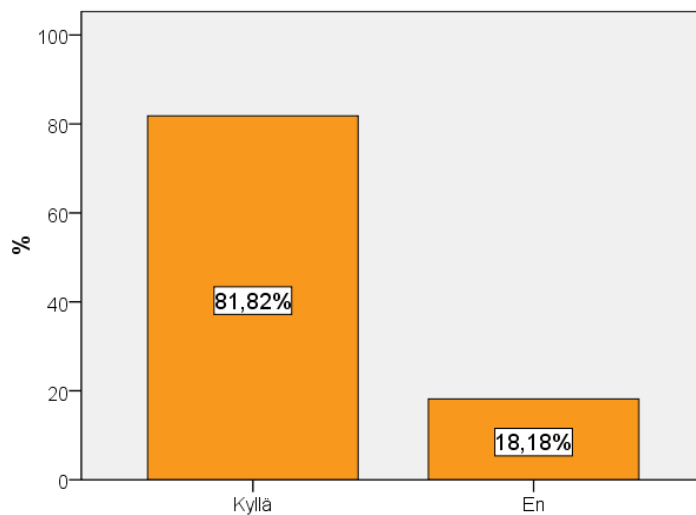
Vastausten perusteella myös korkokatosta kieltäytyneet (n = 8) olivat päätökseensä tyytyväisiä; 4 heistä koki, että korkokaton ottaminen olisi ollut täysin tarpeeton tai

siitä saatava hyöty olisi ollut mitätön, kolmen mielestä hyötyä oli vaikeaa arvioida. He eivät myöskään ottaisi korkokattoa, jos sitä heille tarjottaisiin lähiaikoina. Joukossa oli kuitenkin myös asiakas, joka ei ollut korkokattoa ottanut koska ei silloin uskonut korkojen nousuun. Jälkeenpäin ajateltuna hän olisi kuitenkin hyötynyt korkokatosta suuresti ja olisi nyt valmis ottamaan sen, jos sitä hänelle tarjottaisiin.

Korkokattoa ei ollut tarjottu seitsemälle asuntolaina-asiakkaalle ja jos heille tarjottaisiin lähiaikoina korkokattoa, heistä kolme todennäköisesti ottaisi korkokaton ja neljä ei ottaisi.

6.7 Suosittele

Suositusmarkkinointi tarkoittaa sitä, että tyytyväinen asiakas kertoo hyvistä kokemuksistaan omalle lähipiirilleen. Tämä on ehkä tärkein markkinointikeino uusasiakashankinnassa. Asiakkaiden toteuttama suositusmarkkinointi on paitsi ilmaista, myös uskottavuudeltaan parempaa kuin mikään muu markkinointimuoto. (Lahtinen & Isoviita 1998, 55.)



KUVIO 9. Oletteko suosittelleet tai suosittelisitko korkokattoa

Yli 80 prosenttia korkokaton ottaneista asiakkaista on suositellut tai suosittelisi asuntolainan turvaamista korkokatolla. Kaikki alle 40-vuotiaat ovat suositelleet tai suosittelisi korkokattoa muille asuntolainaa turvaamaan.

7 POHDINTA

Asunnon ostaminen ja asuntolainan ottaminen ovat yleisesti suurin ja merkityksellisin päätös kuluttajan elämässä. Näihin liittyvät päätökset saattavat olla asiakkaalle vaikeita, sitovia ja erittäin merkityksellisiä. Asuntolainan ottaminen on suuri ja pitkään vaikuttava päätös. Se myös sisältää riskejä, joihin kuluttaja varautuu eri tavoin, riippuen siitä miten hän tuntee ja käsittää riskit.

Yksi tapa mm. korkojen nousulta suojautumiseen on lainaan liitettävä korkokatto, joka pysäyttää koron nousun sovitulle tasolla. Sipposen ja Halosen (2008) tutkimuksen mukaan valtaosa, 72 prosenttia on suojautunut jollakin tavalla asuntolainan koron nousulta ja lainanhoitokulujen kasvulta. Samaisen tutkimuksen mukaan asunto- tai kulutusluotollisista korkokatolla oli lainansa suojannut joka neljännes. Yleisimmin korkokatto oli liitettynä vuoden sisään otettuun asuntolainaan, niistä joka kolmannessa oli korkokatto. (Sipponen & Halonen 2008, 23, 26.)

Tämän tutkimuksen mukaan Kangasniemen Nordean asuntolaina-asiakkaat ovat kokeneet korkokaton tarpeelliseksi, sillä kolme neljästä tarjouksen saaneesta on varautunut koronnousuun korkokatolla. Korkokatolla halutaan turvautua mahdolliselta korkojen nousulta, mutta motivaatio sen ottamiseen syntyy myös oman taloudellisen tilanteen turvaamisena. Nämä edellä mainitut syyt kulkevat käsi kädessä, sillä korkokatto pitää lainanhoitokulut tietyn suuruustason sisällä, koska korkokustannukset eivät nouse sovitun tason yli, vaikka markkinakorot nousivatkin.

He, jotka eivät halunneet turvautua koronnousulta korkokatolla, listasivat syiksi korkokaton korkean hinnan ja siitä hyötymisen epävarmuuden. Myös oman taloudellisen tilanteen koettiin pysyvän entisellään vaikka korot nousisivatkin, mikä kuvastaa sitä, että asiakkaalla on tarpeeksi liikkumavaraa kulujen nousun varalta. Asuntolainallisen maksukykyä ei tulisikaan laskea liian tiukalle, vaan sen tulisi sietää pieni liikahtelu lainanhoitokuluissa. Tästä liikkumavarasta hyöttyy niin asiakas kuin pankki.

Asuntolainarahoitusta ja siihen liitettäviä palveluja ostettaessa päätöksentekoon vaikuttavat monet eri asiat. Yleinen taloustilanne, heilahtelut korkomarkkinoilla ja tiettyjen asioiden uutisointi voivat vaikuttaa turvatuotteiden menekkiin myyntiä lisäävästi. Asiakkaat tyydyttävät mm. juuri turvallisuuden tunnettaan suojautumalla mahdollisilta riskeiltä, esimerkiksi ottamalla asuntolainansa korkokaton. Asiakkaan yksilölliset ominaisuudet vaikuttavat haluun turvautua ylimääräisiltä riskeiltä. Yleisesti palvelutarpeisiin ja valintoihin voivat vaikuttaa ikä, ammatti, koulutus, tulot, perhesuhteet ja perheen elinkaaren vaihe, elämäntyyli ja persoonallisuus. Asiakkaan henkilökohtaiset ominaisuudet tai tekijät saattavat antaa suuntaa tietyistä käyttäytymisestä, mutta joskus ne eivät kerro toimintatavasta suorasti mitään, sillä toiset saattavat vain olla halukkaampia ottamaan riskejä kuin toiset.

Tutkimuksen otoksen perusteella esimerkiksi ikä yksin ei ole merkittävä tekijä, vaan asiakkaan korkokaton ottamiseen vaikuttavat sen rinnalla monet muut asiat. Elämäntilanteella näyttää kuitenkin olevan vaikutusta korkokaton ottamiseen, sillä yksinäiset naiset ja lapsiperheelliset ottavat useammin korkokaton kuin yksin päätöksen tekevät miehet tai taloudet, joissa ei asu lapsia. Ammattiryhmittymistä pieni- tai keskituloiset ammattitutkinnon suorittaneet palkkatyöntekijät ja korkeakoulututkinnon suorittaneet suojautuvat myös muita herkemmin korkokatolla. Omakotitalossa asuvat ovat suojanneet asuntolainansa useammin kuin rivi- tai kerrostaloasunnossa asuvat. Tutkimuksessa ei tälle selitystä löydy, mutta saattaisiko tämä johtua siitä, että useimmat kuluttajat haaveilevat juuri omakotitalo asumisesta ja rivi- ja kerrostalo asumista saatetaan joissain tapauksissa pitää vain ”väliaikaisena ratkaisuna”. Suurempi lainamääräkään ei suoraan kerro halukkuudesta suojata lainaa korkokatolla, sillä suurin osa vastanneiden korkokatollisista lainoista on juuri alle 50 000 euron kokonaislainamääriä.

Pankkipalvelut ovat asiantuntijapalveluita, jotka vaativat erikoisosaamista ja koska harvoin asiakkaalla on itsellään tätä osaamista, hän on tällöin riippuvaisempi finanssi-palveluiden tuottajan avusta. Asiakaspalvelun merkitys on huomattavan suuri tämän, mutta myös monen muun seikan vuoksi. Merkittävyytensä vuoksi päätöksenteko saattaa vaatia erittäin paljon harkintaa ja se, että asiakas voi kokea asiat monimutkaisiksi ja vaikeaselkoisiksi, ei ainakaan helpota tilannetta. Asuntolainaa ottavalla asiakkaalla päätöksenteko koskettaa useita eri asioita lainanottohetkellä ja korkokaton ottaminen muiden päätöksien lisäksi voi olla sen verran vaikeaa, että hän haluaa pohtia sitä vielä

kotona. Näin tapahtuessa olisi tärkeää sopia esimerkiksi uusi tapaamisaika tai soittoaika, jolloin asia otetaan uudelleen käsittelyyn eikä jätetä asiaa vain ilmaan leijumaan.

Asiakkaat kokevat palvelun onnistumisen eri tavalla, koska odotukset muodostuvat hyvinkin yksilöllisistä asioista. Asiakkaan odotukset palvelun laadusta kasvavat asian merkityksellisyyden mukana. Näiden odotusten voidaan siis katsoa olevan erittäin korkealla juuri asuntolaina-asiakkailla. Kangasniemen Nordean asuntolaina-asiakkaat ovat kokonaistyytyväisyyden mukaan kokeneet palveluneuvottelun toteutuneen hyvin, yli 60 prosenttia jopa erittäin hyvin, joten kokonaisuuden voidaan katsoa olevan kunnossa. Palveluneuvottelun onnistuessa erittäin hyvin 4 asiakasta 5:stä otti korkokaton, muulloin nähtävää vaikutusta korkokaton ottamiseen ei ollut.

Tarkastelussa palveluneuvottelun tärkeyttä ja onnistumista eri osa-alueittain, tärkeimmiksi muodostuivat myyntineuvottelijan asiantuntevuus, korkokaton selkeä esittelemine sekä hyötyjen ja ominaisuuksien tuominen hyvin esille. Nämä siksi, että asiakas odottaa, että asiakaspalvelija auttaa häntä päätöksen tekemisessä kertoen aloitteisesti vaihtoehtoista ja perustelemalla ne lyhyesti, selkeästi ja ymmärrettävästi. Palveluneuvotteluissa, jotka saivat matalimmat arvot kokonaistyytyväisyydessä, parannettavaa oli juuri hyötyjen ja ominaisuuksien esittelemisessä sekä korkokaton esittelemisen selkeydessä. Huomiota kannattaa kiinnittää siis erityisesti hyötyjen ja ominaisuuksien esittelemiseen, sillä alle puolet kaikista vastaajista koki tämän onnistuneen erittäin hyvin. Palveluneuvottelun kiireettömyydellä oli vastaajien joukossa pienin merkitys, mutta siinä asiassa oli myös onnistuttu muita osa-alueita huonommin. Tämä saattaa olla nykyisen kiireisen elämäntavan johdosta syntynyttä sopeutumista. Asuntolainaneuvottelu sisältää monia eri osa-alueita, jotka käydään läpi, ja kiireen tunne saattaa syntyä jo siitäkin asiakkaalle. Kiireettömyyden tuntuun voidaan pyrkiä kiinnittämään huomiota varaamalla neuvotteluun riittävästi aikaa ja pyrkimällä hoitamaan neuvottelu mahdollisimman rauhallisessa ympäristössä kiirettömään tahtiin.

Asiakkaan voi olla vaikeaa kertoa tarpeistaan myyjälle, koska asiakas voi ottaa esimerkiksi asuntolainarahoitusta ensimmäistä kertaa ja palvelut ovat siksi entuudestaan tuntemattomia ja vaikeita ymmärtää. Pelkkien korkokaton tai vaikka lainaturvavakuutuksen tuoteominaisuuksien luetteleminen voi vain hämmentää asiakasta, joka ei ymmärrä ”ammattikieltä” tai kokee vastaanottavansa liikaa asiaa. Tällöin olisikin hyvä kuunnella asiakasta ja selvittää tarpeet oikeilla kysymyksillä. Näin käännetään huomio

pois hinnasta, joka korkokaton ottamisessakin nousi suurimmaksi syyksi kieltäytyä tarjouksesta, ja keskitytään perusteellisesti asiakkaan tarpeiden selvittämiseen. Asiakaspalvelijan on helpompi myydä korkokatto asiakkaalle tämän omaa kieltä käyttäen ja kohdistuen korkokatosta saatavat hyödyt juuri asiakkaaseen ja hänen tarpeisiinsa. Asiakaspalvelijan tulisi siis pyrkiä lukemaan asiakasta ja hänen reaktioitaan, jotta asiakaspalvelija voi tarpeen mukaan muuttaa neuvottelutapaa, hidastaa tahtia tai muuttaa käyttämäänsä kieltä selkeämmäksi. Näin toimimalla neuvottelutilanne onnistuu parhaimmalla mahdollisella tavalla niin asiakaspalvelijan kuin asiakkaankin näkökulmasta.

Tyytyväisyys korkokattoon ei synny heti ostopäätöksen jälkeen, vaan se muodostuu vuosien varrella, riippuen korkokattojakson pituudesta ja yleisestä korkomarkkinoiden heilahteluista. Kangasniemen Nordean korkokatollisista asuntolaina-asiakkaista turvallisuuden tunnetta kokivat saaneensa korkokatosta kaikki alle 40-vuotiaat, 40–49-vuotiaista 90 prosenttia ja yli 50-vuotiaista puolet. Taloudellistakin hyötyä koki saaneensa puolet vastaajista. Kolmanneksen mielestä taloudellisen hyödyn arvioiminen oli vaikeaa, joten aika pieni osuus tunsi, ettei ole saanut taloudellista hyötyä korkokatosta. Korkokaton voidaan katsoa antaneen turvaa asiakkailleen turvallisuusnäkökulmasta erittäin hyvin ja taloudellisestikin hyvin. Myös korkokatosta kieltäytyneet olivat tyytyväisiä päätökseensä, sillä ainoastaan yksi heistä olisi tällä hetkellä valmis ottamaan korkokaton.

Yli 80 prosenttia korkokaton ottaneista on suositellut tai suosittelisi korkokattoa muille, mikä jo itsessään kertoo paljon asiakkaiden tyytyväisyydestä kyseessä olevaan tuotteeseen. Suositteleminen on myös todella arvokas keino markkinoida korkokattoa, sillä kaverin suusta kuultuna korkokatosta saadut hyödyt merkitsevät huomattavasti enemmän kuin pankin asiakaspalvelijan esittelemänä.

Pohdittaessa Kangasniemen Nordean kokonaistilannetta korkokaton näkökulmasta on tilanne erittäin hyvä. Palveluneuvottelut onnistuvat hyvin tai erittäin hyvin ja lähes kolme neljästä asuntolaina-asiakkaasta, jolle korkokatto tarjotaan, ottaa sen suojaamaan asuntolainansa. Tämä kertoo erittäin hyvästä työstä ja siitä syntyneestä tuloksesta. Kyselyyn vastanneista 37 asuntolaina-asiakkaasta neljä asiakasta todennäköisesti ottaisi nyt korkokaton, jos sitä hänelle tarjottaisiin, joten työtä kannattaa jatkaa.

Vaikka vastausprosentti katsottiin riittäväksi ja aineistosta saatiin vastaukset tutkimusongelmiin, olisi suurempi otoskoko kuitenkin antanut paremmat ja laajemmat mahdollisuudet analysoinnille. Nyt joidenkin vastaajajoukkojen määrän jäädessä pieneksi ei ollut esimerkiksi mahdollista luokitella korkokaton ottaneita tai siitä kieltäytyneitä tiettyihin tyyppiryhmiin. Jatkotutkimuksena voisikin toteuttaa samankaltaisen tutkimuksen laajemmassa mittakaavassa, jolloin laajempi analysointi ja tyyppiryhmiin jakaminen olisi mahdollista. Jatkotutkimusaiheena kiinnostava ja hyödyllinen juuri uusia asuntolaina-asiakkaita ajatellen olisi syvähaastattelu mielikuvista ja suhtautumisesta korkokattoon kohdistettuna asuntolainaa lähitulevaisuudessa harkitseville asiakkaille.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, metodin valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Erjanti, K., Elomaa, A. & Kallonen, T. 2007. Asuntorahoitus selvitys. Finanssialan keskusliitto 6.9.2007.

<http://www.fkl.fi/asp/system/empty.asp?P=2509&VID=default&SID=467881542919507&S=0&C=23691>

Heikkilä, T. 2002. Tilastollinen tutkimus. 4. painos. Helsinki: Edita.

Kaihlanen, J. 2008. Joka viides asuntovelka syö yli puolet nettotuloista. Keski-suomalainen 4.12.2008.

Kallonen, T. 2008. Pankit Suomessa. 2007. Viitattu 8.1.2009. Finanssialan keskusliitto 5.5.2008.

<http://www.fkl.fi/asp/system/empty.asp?P=2330&VID=default&SID=941787820012234&S=0&C=20745>

Keskitalo, P. 2004 Käytetyn asunnon kauppa. Helsinki: Edita.

Kontkanen, E. 2008. Pankkitoiminnan käsikirja. Vammala: Finanssi- ja vakuutus kustannus.

Korkokatto. 2008. Viitattu 30.12.2008. Nordea Pankin Suomi Oyj:n sivusto.

<http://www.nordea.fi/Henkil%C3%B6asiakkaat/Asuminen/Asunnon%20osto/Korkokatto/854032.html>

Kuusela, H. & Ollikainen, R. 2005. Riskit ja riskienhallinta-ajattelu. Teoksessa: Riskit ja riskienhallinta. Toim. Kuusela, H. & Ollikainen, R., 15 – 34. Vammala: Tampereen Yliopistopaino.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Avaintulos.

Leinonen, E. 2008. Lainakysyntä varovaistui K-S:n Nordeassa. Keski-suomalainen 24.10.2008, 18.

Nordea Pankki Suomi Oyj. 2007. Koroissa on valinnanvaraa -esite.

Nordea Pankki Suomi Oyj. 2008. Selektta lainaturvavakuutus varmistaa lainasi takaisinmaksua -esite.

Pankkibarometri 3/2008. 2008. Viitattu 8.1.2009. Pankkibarometri 3/2008-julkaisu. Finanssialan keskusliitto 25.9.2008.

<http://www.fkl.fi/asp/system/empty.asp?P=2330&VID=default&SID=941787820012234&S=0&C=20745>

Pesonen, M-L., Lehtonen, J. Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Peura-Kapanen, L. 2005. Kuluttajien rahatalouden hallinta. KTM Rahoitetut tutkimukset 1.

Peura-Kapanen, L. & Järvinen, R. 2006. Kuluttajien käsityksiä riskeistä, niiden hallinnasta ja sähköisestä vakuuttamisesta. Julkaisuja 7. Kuluttajatutkimuskeskus.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2005. Myynnin lyhytterapia. Helsinki: Imperial Sales Ab.

Sipponen, K. & Halonen, U. 2008. Säästäminen ja luotonkäyttö, tutkimusraportti, kevät 2008. Finanssialan keskusliitto 15.5.2008.

<http://www.fkl.fi/asp/system/empty.asp?P=2378&VID=default&SID=467881542919507&S=0&C=23684>

Tietoa Nordeasta. 2008. Viitattu 30.12.2008. Nordea Pankin Suomi Oyj:n sivusto. <http://www.nordea.com/Tietoa+Nordeasta/54782.html>

Timonen, P. 1993. Maksuvaikeuksissa olevat asuntovelalliset. Julkaisuja 10/1993. Kuluttajatutkimuskeskus.

Toiminta vuonna 2007. 2008. Vuosikertomus. Nordea Markkinointi.

Ylikoski, T. 1999. 2. uudistettu painos. Unohtuiko asiakas? Keuruu: KY-Palvelu.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. 2. uudistettu painos. Hyvä asiakaspalvelu – menestystekijä finanssialalla. Vammala: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

LIITTEET

Liite 1. Saate

Hyvä vastaanottaja

Kyselytutkimus Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen asuntolainasiakkaille.

Opiskelen Jyväskylän Ammattikorkeakoulussa restonomiksi suuntautumisenani kulutajakäyttäytyminen ja teen opinnäytetyönäni tutkimuksen asuntolainarahoituksen turvatuotteiden käytöstä. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää korkokatto-tuotteen ottamiseen vaikuttavia tekijöitä. Opinnäytetyön onnistumisen kannalta olisikin erittäin tärkeää, että vastaisitte kyselyyn.

Tutkimuksen toimeksiantajana ja tutkimusavustajana satunnaisotoksen järjestämisessä sekä postituksen käytännön toteuttajana on Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen konttori.

Siis tutkimuksen tekijänä en ole saanut, enkä tule saamaan haltuuni kenenkään pankkialaista tietoa, enkä edes tutkimuksen osallistujien tai postituksen saajien nimiä.

Toivoisin, että Teillä olisi hetki aikaa keskittyä kyselyyn. Kaikki vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti ja täysin nimettömänä niin, että yksittäiset vastaukset eivät ole tunnistettavissa. Toivomme, että palautatte kyselyn täytettynä mahdollisimman pian, mutta **viimeistään 9.1.2009** mennessä kyselylomakkeen mukana tullessa palautuskuoressa. Postimaksu on maksettu puolestanne.

Halutessanne voitte osallistua 10 erilaisen Nordea tuotteen arvontaan. Osallistuminen tapahtuu palauttamalla arvontalipuke toisessa mukana tullessa palautuskuoressa. Arvonta suoritetaan Kangasniemen Nordean toimesta **30.1.2009**. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Kyselylomakkeet ja arvontalipukkeet palautetaan eri palautuskuorissa ja koko tutkimuksen ajan nämä pidetään erillään. Vastauksia ja vastaajien yhteystietoja ei siis voi yhdistää toisiinsa.

Jos Teillä on jotain kysyttävää koskien kyselyä, voitte olla minuun yhteydessä
puhelimitse p. 050-3395215 tai
sähköpostilla (saana.vehkajarvi.mpa@jamk.fi)

Lisätietoja voi kysyä myös Kangasniemen Nordeasta:
palvelupäällikkö Lea Romo p. 0200 3000

Kiitos jo ennakkoon arvokkaasta vastauksestanne.

Saana Vehkajarvi

-----LEIKKAA IRTI ja PALAUTA OMASSA KUORESSA-----

ARVONTALIPUKE

Nimi: _____

Lähiosoite: _____

Postinumero ja – toimipaikka: _____

Puhelinnumero: _____

Liite 2. Kyselylomake

Kyselylomake Nordea Pankki Suomi Oyj:n Kangasniemen asuntolaina-asiakkaille

Ohjeita vastaajalle

1. Lukekaa kysymykset huolella ja vastatkaa kaikkiin kysymyksiin kokemuksiinne mukaan.
2. Ympyröikää oikeaksi katsomanne vaihtoehto tai merkitkää vastauksenne sille varattuun tilaan.
3. Palauttakaa kysely viimeistään **9.1.2009**

-
-
1. Onko Teille tarjottu Kangasniemen Nordeassa (asuntolainaneuvottelujen yhteydessä tai sen jälkeen) lainaan liitettävää korkokattoa?

1 Kyllä

2 Ei →→→→→ (voitte siirtyä suoraan kysymykseen 11)

3 En osaa sanoa → (voitte siirtyä suoraan kysymykseen 11)

-
-
2. Miten koitte tarjoustilanteen, jolloin Teille tarjottiin korkokattoa?

A) **Kuinka tärkeitä seuraavat asiat olivat/ ovat Teille tarjoustilanteessa** (ympyröi numero 1, 2, 3 tai 4) ja

B) **kuinka hyvin nämä seikat toteutuivat mielestänne palveluneuvottelussa**

(Ympyröi numero, jonka koette kuvaavan tilannetta parhaiten 1=Erittäin huonosti

3= Ei hyvin eikä huonosti 5=Erittäin hyvin)

| | Ei merkitse mitään | Vähäinen merkitys | Tärkeä | Erittäin tärkeä |
|--------------------------------------|--------------------|-------------------|--------|-----------------|
| A) Tarjoustapahtuma on kiireetön | 1 | 2 | 3 | 4 |
| B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia | | | | |

| | | | | |
|---|-------------------------|----------------------|--------|--------------------|
| toteutui mielestänne tarjoustilantees- sa? Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin | | | | |
| A) Tarjoustapahtuma on asiallinen | 1 | 2 | 3 | 4 |
| B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia toteutui mielestänne tarjoustilantees- sa? Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin | | | | |
| A) Myyntineuvottelija on asiantunteva | 1 | 2 | 3 | 4 |
| B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia toteutui mielestänne tarjoustilanteessa? Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin | | | | |
| A) Myyntineuvottelija esittelee kor- kokaton selkeästi | 1 | 2 | 3 | 4 |
| B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia toteutui mielestänne tarjoustilantees- sa? Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin | | | | |
| | Ei merkit- se mitään | Vähäinen merkitys | Tärkeä | Erittäin tärkeä |
| A) Myyntineuvottelija tuo korkokaton ominaisuudet ja hyödyt hyvin esille | 1 | 2 | 3 | 4 |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <p>B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia toteutui mielestänne tarjoustilanteessa?</p> <p>Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin</p> | | | | |
| <p>A) Tarjoustapahtuma on kokonaisuutena miellyttävä</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4</p> | | | | |
| <p>B) Kuinka hyvin edellä mainittu asia toteutui mielestänne tarjoustilanteessa?</p> <p>Erittäin huonosti 1 2 3 4 5 Erittäin hyvin</p> | | | | |

3. Otitteko korkokaton tämän tarjoustapahtuman yhteydessä tai sen jälkeen?

1 Kyllä

2 En →→→→→ (voitte siirtyä suoraan kysymykseen 9)

4. Ympyröikää **tärkein syy** korkokaton ottamiseen?

1 Halu turvautua korkotason nousulta

2 Oman taloudellisen tilanteen turvaaminen

3 Ajankohdan korkea korkotaso → korkokatolla korkotason alle

4 Pankin edustaja esitteli korkokaton vakuuttavasti

5 Muiden suosittelu

6 Muu syy, mikä _____

5. **Kuinka tärkeitä seuraavat ominaisuudet olivat/ovat** Teille ottaessanne korkokaton? Ympyröikää mielipidettänne lähinnä olevin vaihtoehto.

| | Ei merkitse mitään | Vähäinen merkitys | Tärkeä | Erittäin tärkeä |
|---|-----------------------|----------------------|--------|--------------------|
| Korkojen noustessa korko pysähtyy sovitulle tasolle | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Korkojen laskiessa yleisestä laske- vasta korkokehityksestä hyötyminen | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Varmuus korkotasosta → lainanhoi- tokulut eivät nouse tietyn rajan yli | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Korkokatto ei rajoita lyhennysohjel- man muutoksia | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | Ei merkitse mitään | Vähäinen merkitys | Tärkeä | Erittäin tärkeä |
| Korkokattoja on eri ajanjaksoille ja eri korkotasolle säädettyjä | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Korkokaton palkkion voi lisätä laina- pääomaan | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Korkokaton voi liittää niin uuteen kuin vanhaankin lainaan | 1 | 2 | 3 | 4 |

6. Oletteko kokeneet saaneenne taloudellista hyötyä ottaessanne lainaan korkoka-
ton?

- 1 En ole hyötynyt lainkaan
- 2 En ole juurikaan hyötynyt
- 3 Vaikea sanoa
- 4 Olen hyötynyt jonkin verran
- 5 Olen hyötynyt todella paljon

7. Onko korkokaton ottaminen antanut Teille turvallisuudentunnetta?

- 1 Ei lainkaan
- 2 Ei juurikaan
- 3 Vaikea sanoa
- 4 Kyllä, jonkin verran
- 5 Kyllä, todella paljon

8. Oletteko suositelleet tai suosittelisitteko muille asuntolainan suojaamista korkokatolla?

- 1 Kyllä→→→→→→ Voitte siirtyä kysymykseen 12
- 2 En→→→→→→ Voitte siirtyä kysymykseen 12

Jatkoa kysymyksestä 3

9. Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, että ette suojanneet lainaanne korkokatolla? Numeroikaa kolme tärkeintä syytä. Merkitkää tärkeimmän vaihtoehdon eteen numero 1, seuraavaksi tärkeimmän eteen 2 ja kolmanneksi tärkeimmän eteen 3.

- 1 En usko korkojen nousuun
- 2 Suojaudun korkojen nousulta muulla tavoin (esim. säästäminen)
- 3 Taloudellinen tilanteeni/tilanteemme ei heikkene vaikka korot nousisivatkin
- 4 Korkokatosta hyötyminen epävarmaa
- 5 Korkokaton korkea hinta
- 6 Korkokatto esiteltiin epäselvästi, en ymmärtänyt mikä se on
- 7 Tarjoustilanteen kiire
- 8 Lainan määrä pieni
- 9 Lainaani ei soveltunut korkokatto (esim. viitekorko muu kuin euribor)
- 10 Muu syy, mikä _____

Vastaisitteko vielä ystävällisesti taustatietoja koskeviin kysymyksiin?

13. Vastaajan sukupuoli
- 1 Nainen
 - 2 Mies
14. Vastaajan ikä _____ vuotta
15. Vastaajan ammatti
- 1 Esimiesasema
 - 2 Palkkatyöntekijä
 - 3 Maatalousyrittäjä
 - 4 Muu yrittäjä
 - 5 Eläkeläinen
 - 6 Opiskelija
 - 7 Työtön
 - 8 Muu, mikä _____
16. Vastaajan koulutus
- 1 Kansakoulu ja/tai keskikoulu tai peruskoulu
 - 2 Ammattitutkinto
 - 3 Ylioppilastutkinto
 - 4 Korkeakoulututkinto
 - 5 Yliopistotutkinto
 - 6 Muu, mikä _____
-
- 7 Ei tutkintoa
17. Perheen asuntolainat ovat
- 1 Yksin vastaajan nimissä
 - 2 Yhdessä aviopuolison kanssa
 - 3 Yhdessä avopuolison kanssa
 - 4 Yhdessä muun henkilön tai ryhmän kanssa

