

Robert Kurkela

Pankin kassapalveluasiakkaiden päivittäisten raha-asioiden hoitaminen

Opinnäytetyö

Kevät 2014

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Pk-yrittäjyyden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Koulutusohjelma: Pk-yrittäjyyden koulutusohjelma

Tekijä: Robert Kurkela

Työn nimi: Pankin kassapalveluasiakkaiden päivittäisten raha-asioiden hoitaminen

Ohjaaja: Anmari Viljamaa

Vuosi: 2014

Sivumäärä: 54

Liitteiden lukumäärä: 1

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka Seinäjoen Danske Bankin kassapalveluita käyttävät asiakkaat hoitavat päivittäiset raha-asiansa, ovatko he tietoisia itsepalvelukanavista ja käyttävätkö asiakkaat niitä. Työssä selvitetään myös millaisena asiakkaat kokevat kassapalvelujen laadun. Tämä aihe valittiin sen vuoksi, että Danske Bank on tuonut viime aikoina tarjolle uusia tapoja hoitaa pankkiasioita. Kesällä 2013 Danske Bank ja valikoidut K-ruokakaupat aloittivat yhteistyön käteisen jakelemiseksi K-ruokakaupoissa. Lisäksi joulukuussa 2013 julkaistiin rahansiirto-sovellus MobilePay, jonka tuntemusta ja käyttämistä haluttiin tutkia. Opinnäytetyö tehtiin Seinäjoen Danske Bankille, joka halusi tietoa kassapalveluasiakkaiden asiakaskäyttäytymisestä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan päivittäisten raha-asioiden hoitamisen mahdollisuuksia kuten laskujen maksamista ja rahannostamista. Lisäksi tarkastellaan monikanavaisuutta pankkialalla sekä itsepalvelukanavia kuten verkkopankkia. Lopuksi käsitellään asiakaspalvelun laatua pankkialalla.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Tutkimuksessa kerättiin kyselylomakkeella 101 vastausta kassapalveluja käyttäviltä asiakkailta yhden viikon aikana helmikuussa 2014. Tutkimuksesta selvisi, että eniten kassapalveluja käyttävät eläkkeellä olevat asiakkaat. Suurimmalla osalla asiakkaista on pankkikortti ja verkkopankki käytössään, mutta silti moni asiakkaista on nostonut rahaa viimeisen vuoden aikana myös kassapalveluista. Asiakkaat käyttivät itsepalvelukanavista eniten verkkopankkia. Muut asiointikanavat olivat asiakkaille vähemmän tuttuja eivätkä ne ole aktiivisesti käytössä. Tutkimuksessa saatiin selville myös, että asiakkaat pitivät Danske Bankin kassapalveluiden laatua hyvänä.

Avainsanat: päivittäiset raha-asiat, asiointikanavat, monikanavaisuus, pankkipalvelun laatu, sähköiset kanavat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: SME Business Management

Author: Robert Kurkela

Title of thesis: How the customers of bank's cash services handle their daily banking

Supervisor: Anmari Viljanmaa

Year: 2014

Number of pages: 54

Number of appendices: 1

The purpose of this study was to find out the behaviour of the Danske Bank customers using cash services. This thesis was commissioned by Danske Bank's office in Seinäjoki. The first aim was to study which kind of customers use cash services at the Seinäjoki Branch. The second aim was to study how these customers handle their daily banking. The third aim was to find out if these customers know about Online Banking services and use them. The fourth aim was to find out how these customers experience the quality of the cash services. Danske Bank has created many new ways for the customer to handle their daily banking. Danske Bank started co-operation with Kesko to dispense cash at the K grocery stores. Danske Bank also published a mobile phone application in December 2013. This application allows customers to transfer money only through the phone number of the receiver.

The theoretical topics of this thesis are daily banking, multi-channel banking e.g. electronic banking, and the quality of cash services.

This thesis method was quantitative, and the data was collected by a questionnaire at the end of February 2014. A total of 101 customers responded to the survey. The survey showed that most of the customers were retired. Most of them had a bank card but still many of the customers had withdrawn money from the cash services during the year. The customers were the most familiar with electronic banking, which was the most frequently used self-service channel among the customers. The customers did not know so well other channels, such as mobile banking. The survey also showed that the customers were satisfied with the quality of the cash services provided by the bank.

Keywords: Daily banking, transaction channels, multi channels, quality of services, electric channels

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 Johdanto.....	7
1.1 Tutkimuksen lähtökohdat	7
1.2 Danske Bank Oyj	8
1.3 Aikaisempi tutkimus	9
2 Päivittäisten raha-asioiden hoitaminen.....	11
2.1 Pankkipalvelut Suomessa	11
2.1.1 Maksutavat.....	11
2.1.2 Suoramaksu ja E-lasku	14
2.1.3 Kortit, lähimaksaminen ja käteisnosto	15
2.1.4 K-nosto.....	16
2.2 Asiointikanavat.....	17
2.2.1 Monikanavaisuus pankkialalla	17
2.2.2 Konttori.....	18
2.2.3 Puhelinpalvelu.....	19
2.2.4 Pankkitunnukset.....	19
2.2.5 Verkkopankki	20
2.2.6 Mobiili- ja tabletpankki & MobilePay.....	21
2.3 Asiakaspalvelun laatu pankkialalla.....	23
2.3.1 Palvelun laatu	23
2.3.2 Pankin asiakkaan palvelukokemus	25
3 Tutkimusmenetelmät.....	27
3.1 Kvantitatiivinen tutkimus.....	27
3.2 Kyselylomake.....	27
3.3 Tutkimusaineiston kerääminen	30
3.4 Validiteetti ja reliabiliteetti.....	31
3.5 Analysointi.....	33

4 Tulokset	34
4.1 Taustatiedot	34
4.2 Päivittäisten raha-asioiden hoitaminen.....	36
4.3 Asiointikanavien tuntemus	39
4.4 Kassapalvelun laatu	42
4.5 Avoin palaute	43
5 Johtopäätökset.....	45
LÄHTEET	50
LIITTEET	55

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Käytetyimmät laskunmaksutavat ikäryhmittäin.....	13
Kuvio 2. Viisi suosituinta Internetin käyttötarkoitusta 2013	14
Kuvio 3. Danske Bankin monikanavaiset palvelut pankkitunnuksilla.....	20
Kuvio 4. Ikäjakauma.....	35
Kuvio 5. Asema.....	35
Kuvio 6. Asiointiaktiivisuus.....	36
Kuvio 7. Kassapalveuasioinnin syy	37
Kuvio 8. Iän vaikutus verkkopankkitunnuksiin	38
Kuvio 9. Yleisin laskunmaksutapa.....	39
Kuvio 10. Asiointikanavien tuntemus ja käyttäminen	40
Kuvio 11. Ristiintaulukoinnit.....	42
Kuvio 12. Kassa-asioinnin laadun keskiarvot.....	43

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Kiinnostukseni tämän opinnäytetyön aiheeseen heräsi työskennellessäni Seinäjoen Danske Bankin palveluryhmässä. Olen huomannut työssäni, kuinka asiakkaat käyvät nostamassa rahaa ja maksamassa laskuja kassapalveluissa, vaikka nämä pankkiasiat voidaan hoitaa muillakin tavoilla. Danske Bank on tuonut vuonna 2013 monia uusia tapoja hoitaa pankkiasioitaan. Näistä päivittäisiin raha-asioihin liittyy mahdollisuus nostaa käteistä K-ryhmän ruokakaupoissa ja matkapuhelimella toimiva rahansiirtopalvelu MobilePay.

Tämä tutkimus tehdään Seinäjoen Danske Bankin toimeksiannosta. Työn tavoitteena on tuottaa Seinäjoen Danske Bankille hyödyllistä tietoa kassapalveluissa asioivien asiakkaiden asiakaskäyttäytymisestä. Tutkimiskohteena on myös selvittää asiakkaiden tietoisuutta pankin itsepalvelukanavista ja kuinka aktiivisesti niitä käytetään. Tutkimuksessa selvitetään lisäksi asiakkaiden tyytyväisyyttä kassapalveluasiointiin. Opinnäytetyön tutkimusongelmat ovat:

1. Keitä Danske Bankin kassapalveluiden asiakkaat ovat (asiakkaiden profiili: ikä, sukupuoli ja asema)?
2. Millä tavalla nämä kassapalveluissa asioivat asiakkaat hoitavat päivittäiset raha-asiansa?
3. Ovatko kassalla asioivat asiakkaat tietoisia Danske Bankin itsepalvelukanavista ja kuinka he käyttävät niitä?
4. Millaisena asiakkaat kokevat kassapalveluiden laadun?

Työn tuloksia voidaan hyödyntää konttorissa asioivien asiakkaiden asiakaskäyttäytymisen ymmärtämiseen ja sitä kautta pyrkiä aktivoimaan asiakkaita itsepalvelukanavien käyttämiseen. Tämän pohjalta asiakkaille voitaisiin antaa yhä enemmän henkilökohtaista opetusta ja rohkaisua muiden kanavien käyttöön.

Kappale kaksi esittelee työn teoreettisen viitekehyksen. Tässä käsitellään pankki-palveluita Suomessa ja eri tapoja maksaa laskuja sekä nostaa käteistä. Lisäksi käsitellään monikanavaisuutta pankkialalla ja paneudutaan erityisesti Danske Bankin tarjoihin itsepalvelukanaviin. Kappaleessa käsitellään myös asiakkaiden kokemaa pankkipalveluiden laatua ja pankkipalveluiden erityispiirteitä. Työn kolmannessa kappaleessa käsitellään kvantitatiivista tutkimusta ja tämän tutkimuksen tiedonkeräysmenetelmiä. Neljännessä kappaleessa esitellään tämän tutkimuksen tulokset. Viimeisessä kappaleessa tiivistetään tutkimuksen johtopäätökset. Tähän osioon sisältyvät myös kehitysehdotukset ja jatkotutkimusaiheet.

1.2 Danske Bank Oyj

Danske Bankin historia ulottuu vuoteen 1887. Tuolloin Suomen valtio perusti Postisäästöpankin. Yrityksen nimi vaihtui vuonna 1970 Postipankiksi ja vuonna 1998 siitä tuli valtion omistama osakeyhtiö. Toiminta laajeni kyseisenä vuonna täyden palvelun pankiksi kilpailemaan yksityisiä liikepankkeja vastaan. Postipankki ja Suomen vientiluotto yhdistyivät 1997 Leonia-konserniksi. Vuonna 2000 Leonia ja vakuutusyhtiö Sampo yhdistyivät. Tämän myötä yhteistyö postin kanssa loppui ja Leoniasta tuli täyden palvelun finanssikonserni. Seuraavana vuonna yrityksen nimi vaihtui Leoniasta Sampo Pankiksi. Samana vuonna Sampo-konserniin liittyi Mandatum Pankki, minkä myötä Sampo Pankista tuli säästämiseen ja sijoittamiseen erikoistunut pankki. Vuonna 2007 tanskalainen Danske Bank A/S osti Sampo-konsernilta Sampo Pankkiin kuuluvat yhtiöt Suomessa mukaan lukien ulkomailla olevat tytäryhtiöt. Yhdistymisen jälkeen Sampo Pankki oli Suomen kolmanneksi suurin pankki ja Danske Bank –konserni Pohjois-Euroopan isoimpia pankkiryhmiä. Marraskuussa 2012 Danske Bank –konserni yhtenäisti brändiään ja Sampo Pankin nimi vaihtui Danske Bankiksi. (Tietoa Danske Bankista [Viitattu 14.02.2014].

Danske Bank –konsernilla on liiketoimintaa 15 eri maassa. Palveluja tarjotaan sekä henkilö- ja yritysasiakkaille että yhteistyöasiakkaille. Danske Bankilla on Suomessa henkilö- yritys- ja yhteistyöasiakkaita yli 1.1 miljoonaa. Työntekijöitä Suomessa on yhteensä 2500 eri liiketoiminta-alueilla. Danske Bankilla on vähittäispankkitoimin-

nan lisäksi Suomessa yritysten ja yhteisöjen varainhoitoon erikoistunut Danske Capital ja lisäksi rahoitusyhtiö Danske Invest. Danske Bank omistaa keskusyksikön myös franchising-yrittäjien Kiinteistövälitysketjusta. (Organisaatio [Viitattu 08.03.2014.]

1.3 Aikaisempi tutkimus

Pankkipalveluihin liittyen on tehty viime vuosina useita opinnäytetöitä. Seuraavassa esittelen joitakin tutkimusaiheittani sivuavia opinnäytetöitä. Johanna Pellonpään opinnäytetyö *Nordea Pankin Saarijärven konttorin päivittäispalveluiden asiakkaiden asiakastyytyväisyys* (2011) tutkii asiakastyytyväisyyttä Saarijärven Nordeassa. Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivisia menetelmiä ja aineisto kerättiin kyselylomakkeella. Tutkimuksessa selvisi, että pääasiassa konttorissa asioivat iäkkäämmät asiakkaat. Asiakkaat käyttivät kassapalvelua eniten käteisen nostamiseen ja laskujen maksamiseen Saarijärvellä. Asiakkaat olivat tyytyväisiä asiakaspalvelun laatuun.

Petra Uusivirran opinnäytetyö *Seniorien pankkiasiointi* (2012) käsitteli konttorissa aktiivisesti asioivien asiakkaiden pankkiasiointia. Työssä käytettiin tiedonkeruun menetelmänä kyselytutkimusta ja henkilökohtaista havainnointia kassatapahtumista. Tutkimuksessa selvisi, että seniorit hoitivat pankkiasiansa yleisimmin konttorissa, mutta mukana oli kuitenkin verkkopankkikäyttäjienkin.

Anna Kitusen opinnäytetyössä *Pankin päivittäispalvelujen tarpeellisuus* (2011) selvitettiin, kuinka tarpeelliseksi asiakkaat kokivat päivittäispalvelut Sampo Pankin Lappeenrannan konttorissa. Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivisia menetelmiä ja kyselytutkimusta. Tutkimuksen mukaan nuoremmat henkilöasiakkaat käyttivät pääasiallisesti verkkopankkia ja iäkkäämmät asiakkaat puolestaan konttorin päivittäispalveluja.

Pauliina Hakkaraisen opinnäytetyö *Monikanavaisuus ja sen hyödyntäminen pankkipalveluissa* (2013) käsitteli Savonlinnan Danske Bankin konttorin henkilöasiakkaiden aktiivisuutta käyttää monikanavaisia palveluja. Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivisia menetelmiä ja aineisto kerättiin puhelinhaastattelulla. Tutkimuksesta saatiin tietoa asiakkaiden sähköisten palvelujen käytöstä ja käyttämättömyydestä. Syitä

käyttämättömyyteen olivat esimerkiksi henkilökohtaisen palvelun arvostus, lisäksymysten esittämisen mahdollisuus ja konttoriasioinnin helppous.

Niko Hapulin ja Antti Valtosen opinnäytetyö *Asiakastutkimus palvelukanavien käytöstä ja tyytyväisyydestä* (2011) selvitti Jyväskylän Sampo Pankin konttorin henkilöasiakkaiden palvelukanavien käyttöä ja tyytyväisyyttä niihin. Tutkimus tehtiin kvantitatiivisia menetelmiä käyttäen ja aineisto kerättiin kyselomakkeella. Tutkimuksesta selvisi, mitä kanavia asiakkaat käyttävät ja missä yhteydessä. Verkkopankki oli tutkimuksen mukaan suosituin kanava hoitaa pankkiasioita. Sijoitus- ja laina-asiat hoidettiin kuitenkin mieluiten konttorissa henkilökohtaisesti.

Tämä tutkimuksen tekeminen on kuitenkin perusteltua. Aiemmat tutkimukset ovat vain suuntaa antavia eikä niiden perusteella voida tehdä kuitenkaan varmoja päätelmiä Seinäjoen konttorin kassapalveluasiakkaista.

2 Päivittäisten raha-asioiden hoitaminen

2.1 Pankkipalvelut Suomessa

Suomessa oli yhteensä 308 pankkia vuonna 2013. Tähän sisältyvät kotimaiset pankit, ulkomaalaiset luottolaitokset, investointipankit ja tytäryhtiöt (Pankit merkittäviä kansantaloudelle 2013). Vielä 1980-luvun lopulla pankeissa työskenteli 53 000 henkilöä, mutta määrä on tähän mennessä puolittunut. Henkilöstön vähenemistä selittää teknologian kehittyminen, mikä on lisännyt palvelun saatavuutta ja riippumattomuutta ajasta ja paikasta. Muita henkilöstöä ja konttoreita vähentäviä tekijöitä ovat kansainvälistyminen ja asiakaskäyttäytymisen muutos (Järvinen & Heino 2004, 14.) Uudet asiointikanavat tarjoavat mahdollisuuden hoitaa pankkiasioita asioimatta pankkien konttoreissa. Verkkopankissa voi maksaa laskuja, automaattikortilla voi nostaa käteistä. Rahasto- ja sijoitustoimeksiannot voi tehdä verkkopankissa. Erityisesti suorittavat tehtävät pankeissa ovat vähentyneet paljon ja tulevaisuudessa pankkien työntekijöiltä vaaditaan entistä haastavampien asioiden hoitamista. Näissä ammattitehtävissä henkilöstöltä vaaditaan yhä enemmän asiantuntijatietaoa, hyviä vuorovaikutustaitoja ja myyntitaitoa. (Kontkanen 2011, 70.)

Pankeilla Suomessa on kolme päätehtävää, joista ensimmäinen on luotonanto yksityisille kuluttajille, yrityksille ja muille toimijoille. Näin ollen pankit toimivat yhteiskunnassa rahojen välittäjinä. Toinen päätehtävä on maksujenvälitys pankkitilien kautta. Kolmantena pankit keräävät asiakkaistaan laajasti tietoa, minkä perusteella pystytään arvioimaan asiakkaiden luottokelpoisuutta. Tätä kutsutaan riskienhallinnaksi. (Alhonsuo, Nisen & Pellikka 2009, 83.)

2.1.1 Maksutavat

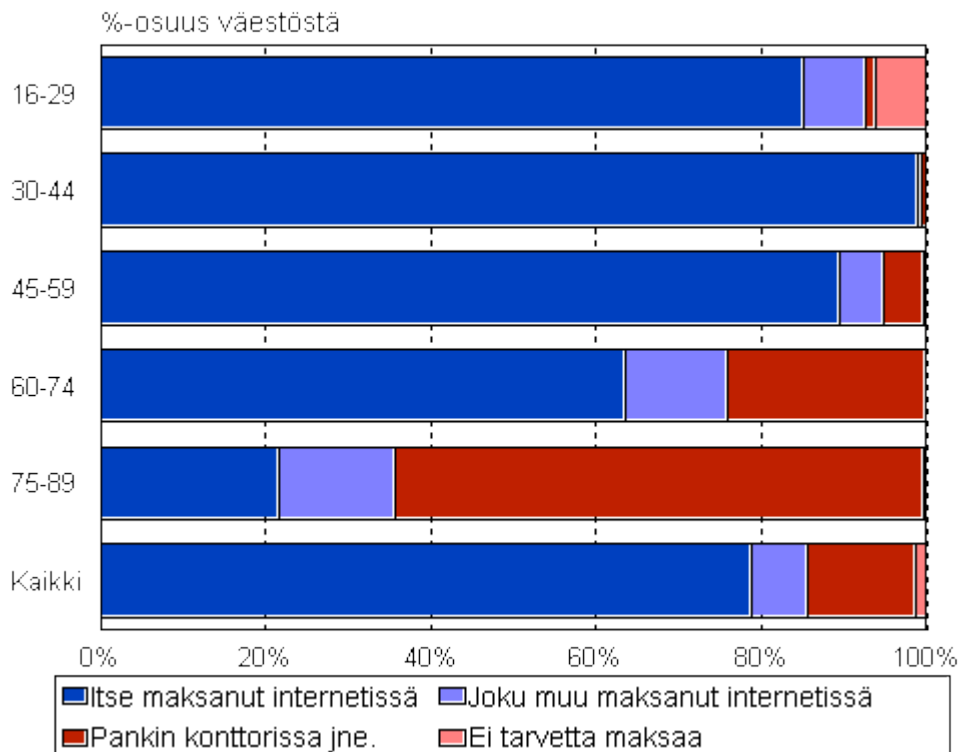
Erilaisia laskunmaksutapoja ovat maksaminen verkkopankissa, maksukuorella tai konttorissa. Lisäksi vaihtoehtona ovat E-lasku tai suoramaksu. Näistä asiakkaat voivat valita sopivimman tavan. Asiakas pitää saada tunteen hyötyä itsepalveluun

siirtymisestä. Hyötynä voidaan nähdä asiain halvempi hinta verrattuna konttorissa tai maksukuorella laskumaksuun. Lisäksi hyötynä on mahdollisuus hoitaa laskut ympäri vuorokauden. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 134.)

Karjaluoto (2002, 22) mainitsee yhdeksi tärkeäksi tekijäksi verkkopankin käytössä sen, että asiakkaat kokevat enemmän yksityisyyttä ollessaan vuorovaikutuksessa pankkiin verkkopankin kautta. Alhonsuo ym. (2009, 187-188) kertovat laskunmaksun verkkopankissa olevan nykyään suosituin tapa hoitaa laskut. Syitä verkkopankin suosioon ovat sen saatavuus ja nopeus, koska laskut voidaan maksaa kotikoneelta ympäri vuorokauden. Verkkopankin kautta maksettu lasku on asiakkaalle myös edullisin tapa maksaa laskunsa. Pankkien kannalta ajatellen laskunmaksu verkkopankissa on kaikista kustannustehokkainta, koska siihen ei tarvita fyysistä ympäristöä kuten konttori ja manuaalista laskunmaksajaa eli työntekijää. Maksukuorella laskujen maksaminen käyttää pankin työvoimaresursseja, koska maksukuoreissa olevat laskut täytyy työvoiman manuaalisesti syöttää laskutusjärjestelmään.

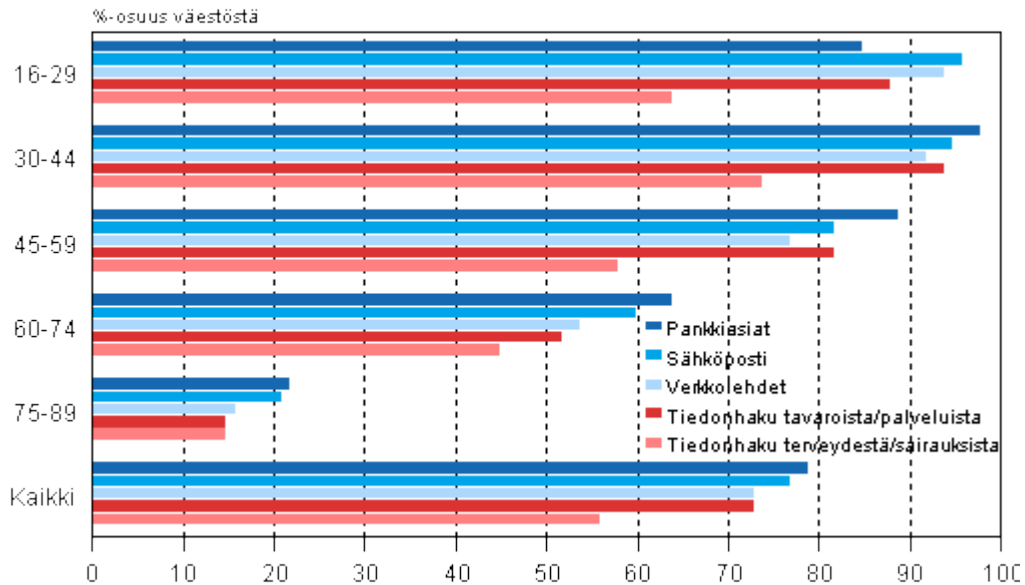
Ylikosken ja Järvisen (2011, 128) mukaan konttorin sijainti ei ole enää niin merkittävä tekijä, koska pankkiasioita hoidetaan verkon kautta yhä enemmän. Tutkimuksista kuitenkin selviää se, että konttorin lähellä asuvat asioivat pankeissa ja arvostavat henkilökohtaisuutta pankkiasioita hoidettaessa.

Tilastokeskuksen tutkimuksesta (Kuvio 1) selviää, että vuonna 2013 verkkopankissa maksoi laskunsa noin 80 % väestöstä. 16-59-vuotiaista lähes kaikki käyttivät verkkopankkia ja vain muutama prosentti konttoria tai muita tapoja laskujen maksamiseen. Toisaalta 75-89-vuotiaista vain noin 20 % maksoi laskunsa verkkopankin kautta ja noin 60 % käytti pankin konttoria ja muita tapoja. Alhonsuon ym. (2009, 192) mukaan tätä voidaan selittää sillä, että vanhempi ikäpolvi ei halua välttämättä omaksua uusia tapoja hoitaa laskuja. He arvostavat henkilökohtaista palvelua ja kokevat sen hyvänä tapana hoitaa laskujen maksun. Iäkkäämmille asiakkaille konttori ja maksukuori ovat tärkeä palvelumuoto (Kontkanen 2011, 73).



Kuvio 1. Tavallisimmat laskunmaksutavat ikäryhmittäin. (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö –tutkimus 2013 [viitattu 28.01.2014]).

Mielenkiintoista on, että Tilastokeskuksen tutkimuksessa *Viisi suosituinta Internetin käyttötarkoitusta vuonna 2013* (Kuvio 2) pankkiasioiden hoitaminen nousi suosituimmaksi asiointin syyksi Internetissä. Ainoastaan 16-29-vuotiaiden pankkiasiointi ei ollut Internetin suosituin käyttötarkoitus. Tämän voi mielestäni ajatella selittyvän esimerkiksi sillä, että osa tähän ikäluokkaan kuuluvista ei vielä maksa omia laskujaan nuoren ikänsä vuoksi. Nuorten ihmisten Internetin käyttötarkoitusten luulisi myös poikkeavan vanhemman väestön vastaavista. Nuoret käyttävät Internetiä pankkiasiointiin sijaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa liikkumiseen.



Kuvio 2. Viisi suosituinta Internetin käyttötarkoitusta 2013 (Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö –tutkimus 2013 [viitattu 28.01.2014]).

2.1.2 Suoramaksu ja E-lasku

Suoraveloituksen mahdollisuus poistui 31.01.2014 jokaisessa EU-maassa. Suoraveloituksen sijasta nykyisin käytetään E-laskua ja suoramaksua. Suoramaksu on suunnattu asiakkaille, joilla ei ole verkkopankkitunnuksia käytössä. Suoramaksu toimii kuten suoraveloitus, jolloin asiakas saa paperisen laskun laskuttajalta. Suoramaksun laskussa näkyy laskun summa, eräpäivä ja muut maksutiedot. Suoramaksu veloitetaan tililtä automaattisesti eräpäivänä pankin toimesta. (Suoraveloituksesta suoramaksuun 2013.)

E-lasku on tarkoitettu asiakkaille, joilla on verkkopankkitunnukset. E-lasku saapuu asiakkaan verkkopankkiin ja siinä on samat tiedot kuin perinteisessä paperilaskussa. E-lasku veloitetaan joko automaattisesti tai vaihtoehtoisesti vasta asiakkaan hyväksytyttyä sen. E-lasku on kätevämpi maksutapa verraten perinteiseen laskuun, koska laskun täydelliset maksutiedot näkyvät verkkopankissa valmiiksi. Asiakkaan ei tarvitse itse kirjoittaa maksupohjalle maksunsaajan tilinumeroa, viitenumeroa tai laskun summaa. Osa mahdollisista maksutietovirheistä pystytään sulkemaan pois E-laskulla. Asiakkaat voivat myös itse muuttaa laskun summaa ja maksupäivää E-

laskussa. Etuna voidaan mainita myös ekologisuus, koska E-lasku toimii sähköisesti. Lisäksi lasku arkistoituu verkkopankkiin. (Alhonsuo ym. 2009, 188.) Yritykset hyötyvät E-laskusta, koska se on kustannustehokas ja säästää manuaalisia työvaiheita (Lahti & Salminen 2008 58-59).

E-laskun etu suoramaksuun on se, että asiakas näkee laskun ennen sen hyväksymistä. Tämä helpottaa oikaisutilannetta suoramaksuun verrattuna, koska suoramaksu maksetaan automaattisesti. Tämän jälkeen asiakas voi vasta laskun maksamisen jälkeen neuvotella laskuttajan kanssa oikaisusta, jos laskussa ilmenee virheitä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 130.)

2.1.3 Kortit ja rahannostaminen

Danske Bank tarjoaa asiakkailleen erilaisia korttivaihtoehtoja riippuen pakettivalikoimasta. Erilaisia vaihtoehtoja ovat Visa Electron, Debit Mastercard, YkkösBonus Mastercard, MasterCard Gold, MasterCard-yhdistelmäkortti, Visa, Visa Gold tai Finnair Plus Visa. Maksukorteilla asiakas voi nostaa käteistä ja maksaa ostoksensa. Useampaan korttiin on mahdollista saada sama PIN-tunnus. (Kortit [Viitattu 16.02.2014.]

Lähimaksaminen mahdollistaa alle 25 euron ostosten maksamisen ilman PIN-tunusta. Palvelu toimii siten, että asiakas asettaa lähimaksukortin lähimaksamisella varustetun maksupäätteen viereen ja hyväksyy ostoksen. Tämä nopeuttaa pienten ostosten käsittelyä ja lyhentää jonotusaikoja. Lähimaksamisen turvallisuudesta on huolehdittu tekniikalla, joka suojaa maksukortin ja maksupäätteen dataliikenteen. Asiakkaan täytyy myös satunnaisesti hyväksyä nämä alle 25 euron ostokset PIN-tunnuksella maksupäätteen sitä pyytäessä. (Lähimaksaminen [Viitattu 16.02.2014.]

Asiakkaat voivat nostaa käteistä rahaa Otto-automaatilla, joita Suomessa on yli 1500. Näitä on sijoitettu esimerkiksi kauppakeskusten, päivittäistavarakauppojen, pankkien ja joukkoliikenneasemien yhteyteen. Automatia Pankkiautomaatit Oy:n mukaan yli 82 % suomalaisista nostaa rahaa Otto-automaatista. Ikäluokasta 25-44-vuotiaat 94 % käyttää Otto-automaattia. (Otto-media 2013.) Ottoautomaatista on

myös mahdollista tarkistaa tilien saldo nostamatta käteistä rahaa. Yhden käteisnoston yläraja on 1000 euroa. (Otto kysymys-vastaus 2013.)

Talletusottoa pystyvät käyttämään Osuuspankin, Nordean ja Danske Bankin asiakkaat Debit-korteilla. Talletusoton avulla asiakkaat voivat itse tallettaa setelit ja kolikot Debit-korttiin liitetyle tilille. Automaatti hyväksyy kolikot 1 sentistä 2 euroon ja setelit 5 eurosta 500 euroon. Kertatalletus voi olla enintään 2000 euroa. Talletusotolla asiakkaat voivat myös nostaa käteistä. Talletusottoja pyritään sijoittamaan paikkoihin, joissa niille riittää kysyntää. Nykyisin niitä löytyy lähinnä Etelä-Suomesta, mutta verkkoa pyritään laajentamaan 150 automaattiin vuoden 2014 loppuun mennessä. (Talletusotto 2013.)

2.1.4 K-nosto

Pankit tekevät nykyisin yhteistyötä kauppaliikkeiden kanssa käteisen rahan jakeluun liittyen. Kaupoissa toimivat jakeluverkostoa täydentävät palvelut antavat asiakkaille mahdollisuuden entistä monipuolisempaan päivittäisten raha-asioiden hoitoon. (Kontkanen 2011, 71) Danske Bank ja Kesko aloittivat yhteistyön kesällä 2013, minkä jälkeen käteistä on voinut nostaa ostosten yhteydessä valikoiduista K-ruokakaupoista. K-ruokakauppojen suuri määrä ja kattavat aukioloajat mahdollistavat laajemmat mahdollisuudet käteisen nostoon. Rahannosto K-ruokakaupoista on mahdollista myös iltaisin ja viikonloppuisin, kun Danske Bankin konttorit ovat auki vain arkisin ja kassa-aukioloajat ovat K-ruokakauppoja lyhyemmät. (Danske Bankin korteilla 2013.)

K-nostopalvelua voivat käyttää Danske Bankin asiakkaat, joilla on Debit- tai Visa-Electron-kortti. Tehdessään ostoksia asiakkaat voivat nostaa rahaa kassalta. Ostosten euromääräistä alarajaa ei ole, mutta olennaista on että rahannosto-mahdollisuuteen vaaditaan ostotapahtuma. Jokaisesta nostosta veloitetaan 0,50 euroa, mutta K-plussakortin omistajat saavat siitä 100 K-plussapistettä, joka vastaa 0,50 euron palveluveloitusta. Asiakkaat voivat nostaa ostosten yhteydessä kerralla enintään 200 euroa. Nosto hyväksytään normaalisti ostosten yhteydessä kortin PIN-tunnuksella. (Käteisnostoa tarjoavat K-ruokakaupat 2013.)

2.2 Asiointikanavat

2.2.1 Monikanavaisuus pankkialalla

Ylikoski ja Järvinen (2011, 124-125; 133) tuovat esille, että finanssialalla ollaan siirtynyt yhä enemmän henkilökohtaisesta palvelusta itsepalveluun. Vähintään kahta eri asiointikanavaa tarjoavaa yritystä kutsutaan monikanavaisiksi palveluntarjoajiksi. Yritykset voivat tarjota nämä palvelut itse tai tehdä yhteistyötä toisen toimijan kanssa. Rahoitusalan yleisimmät konttoripalveluiden ohella tarjottavat monikanava-palvelut ovat verkkopankki ja puhelinpalvelu. Asiakkaat hyötyvät monikanavaisista palveluista usealla tavalla. Monikanavaisten palvelujen käyttö on helppoa ja se säästää usein aikaa. Esimerkiksi verkkopankin ja puhelinpalvelun kautta tehtävät toimet eivät vaadi asiakkaan läsnäoloa konttorissa. Pankkien ja muiden palvelu-alojen konttoriverkostoa on vähennetty kustannussäästöjen vuoksi. Monikanavaiset palvelut perustuvat asiakkaan omatoimisuuteen ja itsepalvelun ideaan konttoriasioinnin jäädessä taka-alalle. Alamutkan ja Talvelan (2006, 84) mukaan ensisijainen tavoite on ohjata asiakkaat verkkopalveluiden piiriin. Tämä mahdollistaa kontto-reissa resurssien kohdentamisen erityisammattitaitoa vaativien palvelujen, kuten si-joitus- ja rahoitusasioiden hoitamiseen.

Itsepalvelukanavien suosion nousu on muodostumassa finanssiyhtiöiden tärkeäksi kilpailutekijäksi. Teknologiamyönteiset asiakkaat arvostavat näitä toimintatapoja. Nämä asiakkaat kokevat saavansa pankkisuhteestaan enemmän arvoa monipuoli-silla itsepalvelukanavilla. (Ylikoski & Järvinen 2011, 134, Sciglimpaglia & Ely 2006, 109-122 mukaan)

Monikanavaisissa palveluissa on hyvät ja huonot puolensa. Verkkopalveluiden saa-tavuus on paljon parempi kuin konttoriverkoston. Asiakas voi hoitaa suurimman osan pankkiasioistaan verkko- ja puhelinpalveluja hyväksikäyttäen, kun lähin kont-tori voi olla satojen kilometrien päässä. Monikanavaiset palvelut tähtäävät asiakkai-den palvelimiseen entistä monipuolisemmin ja nostamaan asiakastyytyvyyttä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 129.) Niillä alueilla, joissa on tarjolla konttoripalveluita

asiakas voi päättää kuinka laajasti verkkopalveluita hän ottaa käyttöönsä vai hoitaako asiat konttorissa. Asiakkaiden ainoa vaihtoehto on hoitaa pankkiasiansa monikanavaisia palveluita käyttäen niillä alueilla, joissa konttoria ei ole lähellä.

Itsepalvelulaite ei pysty ottamaan huomioon erityistarpeita eikä ratkaisemaan kaikkia ongelmatilanteita. Näissä tilanteissa asiakaspalvelija on vahvoilla verrattuna automatisoituun laitteeseen. Asiakkaiden ajankäyttö ja tottumukset vaikuttavat suuresti siihen minkä palvelun he ottavat käyttöönsä. Verkossa asiointi voi tuntua asiakkaasta yksinäiseltä ja se on yksi syy hoitaa asiat henkilökohtaisesti, vaikka asiakkaalla olisi tarvittavat tietotekniset taidot ja laitteet. Yksinäiseksi itsensä kokeva henkilö saa päivän sosiaaliset kontaktit asioidessaan henkilökohtaisesti ja tapaa muita ihmisiä odottaessaan konttoripalveluita. (Ylikoski ym. 2006, 127-129.)

Palvelujen automatisointi ei siis ole kaikkien asiakkaiden kannalta paras mahdollinen tapa hoitaa asioita. Monikanavaiset palvelut aiheuttavat haasteita asiakkaille, joilla ei ole tarpeeksi hyvää tietoteknistä taitoa monikanavaisten palveluiden käyttämiseen (Ylikoski & Järvinen 2011, 126). Myös laitteiden puuttuminen kokonaan voi estää palvelujen käytön kokonaan. Asiakas tarvitsee usein omia tietoteknisiä laitteita hoitaessaan pankkiasioita sähköisesti (Ylikoski ym. 2006, 123). Esimerkiksi mobiilipankkia ja MobilePay-sovellusta käytettäessä tarvitaan älypuhelin. Digikuilu voi kasvaa teknisten taitojen omaavien ja kokemattomien tietotekniikan käyttäjien välille ja aiheuttaa digisyrjäytyneisyyttä (Rantanen 2005, 17).

2.2.2 Kassapalvelu

Asiakkaat voivat maksaa laskunsa Danske Bankin kassapalveluissa. Maksunsaaja saa välittömästi rahat tililleen, jos vastaanottajan tili on Danske Bankissa. Muille tileille maksaessa rahansiirto kestää noin kaksi pankkipäivää. Asiakkaat saavat mukaansa tästä maksuttoman kuitin. (Konttori ja puhelinpalvelu [Viitattu 13.03.2014.]) Asiakkaat voivat myös nostaa ja tallettaa rahaa pankin kassapalveluissa. Lisäksi suuremmat veikkausvoitot lunastetaan Danske Bankista. Kassapalvelut ovat avoinna Seinäjoen konttorissa arkisin klo 10.00–13.00.

2.2.3 Puhelinpalvelu

Puhelinpalvelussa asiakkaat voivat hoitaa päivittäisiä raha-asioitaan aina laskunmaksusta ja tilisiirrosta sijoitus- ja laina-asioihin. Danske Bankin asiakaspalvelunumero on käytössä arkisin klo 8.00 - 18.00. Asiakaspalvelunumeroita on useita eri tarkoituksiin. Esimerkiksi verkkopankin asiakastuelle, Danske Financelle sekä laina- ja sijoituslinjoille on omat numeronsa. Lisäksi on olemassa vuorokauden ympäri toimiva palvelunumero, josta kortit voidaan sulkea tai ilmoittaa kadonneiksi. Asiakas tunnistetaan asiakaspalvelussa pankkitunnusten avulla. (Asiakaspalvelu [Viitattu 18.02.2014.]

2.2.4 Pankkitunnukset

Internetissä verkkopankkitunnukset toimivat sähköisenä henkilöllisyystodistuksena. Pankkitunnuksilla voidaan hoitaa pankkiasioita Danske Bankin monikanavaisessa palveluverkostossa. Danske Bankissa verkkopankkitunnukset muodostuvat henkilökohtaisesta käyttäjätunnuksesta, salasanasta ja turvakortista. Moninkertaisella suojaamisella pyritään vähentämään väärinkäytön riskiä. (Pankkitunnukset [Viitattu 13.02.2014].) Alla oleva Kuvio 4 *Danske Bankin monikanavaiset palvelut pankkitunnuksilla* esittää asiointikanavat, joita asiakas voi käyttää pankkitunnusten avulla.



Kuvio 3. Danske Bankin monikanavaiset palvelut pankkitunnuksilla.

2.2.5 Verkkopankki

Teknologian kehittyminen on mahdollistanut pankkiasioiden siirtymisen verkkopankkiin. Asiakas voi verkkopankin välityksellä hoitaa päivittäiset raha-asiansa ympäri vuorokauden tietokoneelta. Ylikosken (2006, 122) mukaan kaikki muut maksutavat ovat vähentyneet verkkopankin yleistyttyä ja se on kaikista maksutavoista kustannustehokkain tapa pankille järjestää laskunmaksaminen.

Laskunmaksun lisäksi verkkopankissa voi tehdä rahastolunastuksia, hakea uutta korttia, nostaa myönnettyä lainaa, tarkistaa saldon ja hakea korkeintaan vuoden takaisia tilitapahtumia. Tiliotteet ja pankin muut lähettämät kirjeet säilyvät arkistossa kuusi vuotta. (Päivittäiset raha-asiat [Viitattu 14.02.2014].)

Pankkiasioiden hoitamiseen käytetään Internetiä sen saatavuuden, nopeuden ja edullisen hinnan vuoksi. Verkkopankin käyttäjät ovat tyytyväisempiä pankkiinsa ei-

vätkä he vaihda pankkia niin helposti, kuin ne asiakkaat joilla ei ole käytössään verkkopankkia. Verkkopankkiasiakkaat sietävät myös paremmin palvelujen hintojen muutoksia ja heillä on korkeampi valituskynnys. Tyytyväiset verkkopankkiasiakkaat kertovat omista kokemuksistaan tuttaville ja puhuvat positiivisesti pankista muille. (Ylikoski ym. 2006, 131.)

Ylikoski ym. (2006, 129) huomauttaa, että verkkopankin käyttö ei kuitenkaan ole kaikkien mieleen. Syitä käyttämättömyyteen selitetään rationaalisesti. Perusteluita käyttämättömyyteen ovat esimerkiksi tietokoneen tai Internetin puuttuminen. Usein pankeissa kuitenkin on ilmainen verkkopääte asiakkaita varten. Järvinen ja Heino (2004, 38-39) kertovat ikääntyvien usein arvostavan henkilökohtaista palvelua yksinäisyyden ja sosiaalisten kontaktien väheneminen vuoksi.

Danske Bank toi syksyllä 2013 verkko-, mobiili- ja tabletpankkiin *Tulot ja menot*-näkömön, jonka avulla asiakkaat voivat seurata menojaan jakautumista. Tämä helpottaa rahankäytön seuraamista ja oman talouden tuntemusta. Pääluokassa menot on jaettu seuraaviin pääluokkiin: Ruoka ja päivittäisosastokset, Asuminen, Auto ja liikenne, Vapaa-ajan asunto, Lastenhoito- ja koulumaksut, Vaatteet, Terveys ja hyvinvointi, Harrastukset ja vapaa-aika, Muut ajoneuvot ja veneet, Henkilövakuutukset, Muut lainat ja luotot, Säästäminen ja sijoittaminen sekä Muut menot. Jokainen näistä pääluokista sisältää omat alaluokkansa, joista selviää tarkemmin mihin rahat on käytetty. Esimerkiksi Muut ajoneuvot ja veneet -osion alaluokkia ovat: Huollot ja varaosat, Katsastukset, Polttoaineet, Parkkipaikka- ja pysäköintimaksut. (Tulot ja menot [Viitattu 05.03.2014.]

2.2.6 Mobiili- ja tabletpankki & MobilePay

Mobiilipalveluiden kehittyminen ja älypuhelimien kasvava suosio avasi yrityksille aivan uudenlaisia mahdollisuuksia hyödyntää mobiililaitteita. Vuonna 2013 uusista myytävistä matkapuhelimesta 80 % on älypuhelimia. (Luhtala, From & Järvinen 2013, 8-9.) Suomessa toimivat pankit ovat tuoneet markkinoille mobiilisovelluksia, joiden avulla pystytään tarkistamaan tilin saldo, maksamaan laskuja sekä käymään kauppaa osakkeilla. (Uusi ikkuna talouteesi [Viitattu 08.03.2014.]) Danske Bank toi mobiilipankkinsa ensimmäisenä suomalaisille markkinoille (Kokkonen 2010).

Danske Bankin mobiiliversioon kirjaututaan syöttämällä käyttäjätunnus ja henkilökohtainen salasana. Sisäänkirjautuminen tapahtuu nopeasti, koska tässä vaiheessa ei tarvita vielä turvakortin sattumanvaraisesti kysymää numerosarjaa, kuten verkkopankkiin kirjautuessa. Mobiili- ja tabletpankissa turvakortin numeroa tarvitaan vasta tehdessä toimeksianto. Laskunmaksussa helpottavana tekijänä mobiilipankissa on viivakoodinlukija. Tämä toimii siten, että kameralla otetaan kuva laskun viivakoodista, jolloin laskun tiedot kuten tilinumero, viitenumero ja laskun summa päivittyvät sovellukseen.

Liiketoiminnassa yritykset hakevat mobiilisovelluksilla kilpailuetua. Mobiilipalveluilla saadaan nostettua asiakastyytyväisyyttä ja parannetaan myyntiä. Hyvät mobiilisovellukset helpottavat teknologiayönteisten asiakkaiden arkea. Asiakkaiden kokemukset mobiilipalveluista ovat erittäin positiivisia silloin, kun mobiilipalvelut yhdistetään asiakkaan ympäristöön ja muihin medioihin. (Luhtala ym. 2013, 23.)

Mobiilikanavat ovat tärkeitä kolmesta eri syystä. Ensimmäinen liittyy muutokseen asiakaskäyttäytymisessä. Kuten edellä jo todettu, että suurin osa myydyistä puhelimista on älypuhelimia ja kuluttajat käyttävät niitä monipuolisesti. Älypuhelimella voidaan hakea Internetistä tietoa, tehdä kauppoja ja hoitaa pankkiasiat. Toinen syy on muutos nykyisissä kanavissa. Perinteisen markkinoinnin kustannukset tulevat nousemaan eivätkä nämä ole niin tehokkaita. Kolmanneksi mobiilikanavilla on erityispiirteitä. Niillä voidaan viestiä tehokkaasti asiakkaan ja yritysten välillä ja niissä on useasti erityisominaisuus. (Luhtala 2013, 7.) Esimerkki tällaisesta ominaisuudesta on Danske Bankin mobiilisovelluksessa oleva paikkatietojärjestelmä, joka paikantaa asiakasta lähinnä olevan Otto-automaatin ja konttorin. Voisi ajatella, että tulevaisuudessa pankit voisivatkin yhä enemmän markkinoida palveluita sovellustensa kautta asiakkaille jatkossa ja tämä tavoittaisi juuri oikean kohderyhmän helposti.

Älypuhelinien ohella tabletit ovat muuttaneet asiakaskäyttäytymistä ja se muuttuu jatkossa vielä lisää. Pankkien kannattaa huomioida tämä digistrategioissa ja pohtia kuinka asiakaspalvelua kehitetään verkossa. (Luhtala ym. 2013, 69.)

Danske Bank julkaisi joulukuussa 2013 rahansiirtoa helpottavan sovelluksen älypuhelimille. MobilePay:n kautta asiakkaat voivat siirtää rahaa toisilleen pelkän matka-

puhelinnumeron avulla. Palvelu toimii siten, että henkilökohtaisella salasanalla kirjaututaan aluksi palveluun. Tämän jälkeen valitaan halutaanko lähettää toiselle rahaa, pyytää rahaa vai jakaa lasku useamman käyttäjän kesken. Tämän jälkeen valitaan henkilön puhelinnumero ja rahat siirtyvät toisen tilille. Sovellus helpottaa pienten summien siirtämistä sekä tekee sen nopeaksi ja turvallisiksi. MobilePay on helppokäyttöinen, koska sen käytössä ei tarvita tilinumeroja. Sovellus on ilmainen eikä rahojen siirtämisestä veloiteta palkkiota. Sovellus toimii myös muiden pankkien asiakkailta. Danske Bankin asiakkaiden keskinäiset tilisiirrot ovat välittömiä. Sen sijaan useamman pankin väliset tilisiirrot välittyvät yhden pankkipäivän kuluessa. (MobilePay korvaa käteisen 2013.)

MobilePayn päiväkohtainen maksuraja on 250 euroa ja kalenterivuoden aikana voi maksaa 25 000 euroa. Sovelluksen voi ladata App Storesta, Google Playsta ja Windows Storesta. Sovellusta varten asiakkaalla on oltava mobiililaite, suomalainen matkapuhelinnumero, suomalainen maksukortti, suomalainen tili ja sähköposti-osoite. (MobilePay [Viitattu 16.02.2014.]

2.3 Asiakaspalvelun laatu pankkialalla

2.3.1 Palvelun laatu

Asiakkaat kokevat laadun eri tavoin ja jokainen asiakas arvostaa palvelussa erilaisia asioita. Asiakkaalla on myös ennako-oletuksia palvelun laadusta. Esimerkiksi tuttavien kuulopuheet ja yrityksen markkinaviestintä vaikuttavat näihin oletuksiin. (Lecklin 2006 94.) Asiakas odottaa yksinkertaistettuna yrityksen tekevän sen mitä asiakas haluaa palvelulta (Pakkanen, Korkeamäki & Kiiras 2009, 47).

Kun toinen asiakas arvostaa asioidessaan palvelun nopeutta, toiselle asiakkaalle palvelussa tärkeintä on jokin muu seikka, kuten sujuva sosiaalinen kanssakäyminen. Palvelun laatustandardeja on vaikeaa määrittää nimenomaan yksilöllisten vaihteluiden ja erilaisten arvomaailmojen vuoksi. Jokainen palvelutapahtuma on kertaluontoinen ja tilannesidonnainen asiakaspalvelijan ja asiakkaan välinen tapahtuma.

Myös erilaiset ulkopuoliset tekijät kuten jonotusaika, ympäristön siisteys ja muut asiakkaat voivat vaikuttaa palvelun laadun kokemiseen. (Pakkanen ym. 2009, 119.)

Vaikka useimmiten palveluun liittyy suora vuorovaikutus asiakkaan ja yrityksen välillä, asiakas ei aina ole henkilökohtaisesti palveluyrityksen kanssa vuorovaikutuksessa (Grönroos, 2003, 79). Palvelu on usein kasvotonta. Tämä selittyy sillä, että nykyisin kaikkia pankkiasioita ei tarvitse hoitaa kasvotusten konttorissa. Pankkiasiointi voidaan suorittaa itsepalvelukanavien välityksellä. (Pakkanen ym. 2009, 8.)

Grönroosin (2003, 84) mukaan asiakkaiden kokiessa palvelun laadun eri tavoin, on sen johtaminen haastavaa. Palvelujen moninaisuus luo myös omanlaisensa haasteen, kun palvelun laadun kokemus tulisi pitää tasaisena eri asiakkailla. Ylikosken ym. (2006, 55) mukaan palveluyritysten ja asiakkaiden välisessä vuorovaikutuksessa asiakas on se, joka tulkitsee laadun. Asiakkaiden kokemukset palvelun laadusta ovat tärkeitä ja palvelun laatu mitataan asiakkaiden mielipiteistä ja kokemuksista. Palveluyritysten on tärkeä muistaa, että asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta jo ensimmäisellä palvelukerralla. Laatu muodostuu asiakkaalle osittain heti liikkeeseen saavuttuaan siitä kuinka siisti palveluympäristö on ja kuinka asiakaspalvelija ottaa hänet vastaan. Asiakkaiden palvelulaadun kokemus tarkentuu entistä tarkemmaksi käyttäessä palvelua useasti.

Lecklinin (2006, 94) mukaan palvelun laatu voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen. Se rakentuu teknisestä laadusta ja toiminnallisesta laadusta. Pakkanen ym. (2009, 47) vastaavasti tarkentaa tekniseen laatuun liittyvän asiakkaan kokemusta palveluympäristöstä. Tekninen laatu koostuu toimivasta toimintaympäristöstä. Teknistä laatua on myös sijainti. Lisäksi palveluympäristön siisteys, laitteiden, koneiden, tarvikkeiden opasteiden ja kylttien asettelu kuuluvat tekniseen laatuun. Tekniseen laatuun liittyy lisäksi työntekijöiden ammattitaidot, osaaminen ja asiantuntemus. Esimerkiksi tämän vuoksi pankin konttoreissa usein itsepalvelupisteet ovat lähellä sisäänkäyntiä helpottamassa laitteiden saatavuutta ja nopeuttamaan asiointia.

Toiminnallinen laatu voidaan määritellä vastaamaan asiakaspalvelutilanteessa tapahtuvaa vuorovaikutusta ja yleistä ilmapiiriä yrityksessä. Myös henkilökunnan ja muiden asiakkaiden välinen vuorovaikutus vaikuttaa toiminnallisen laatuun. Toimin-

nallinen laatu täsmentyy asiakkaan ja asiakaspalvelijan vuorovaikutuksesta. Asiakaspalvelijan käyttäytyminen, innostuneisuus ja vuorovaikutus vaikuttavat asiakkaan palvelun laadun kokemukseen. (Pakkanen ym. 2009, 47.) Koettu laatu syntyy Lecklinin (2006, 94) mukaan, kun tekninen ja toiminnallinen laatu yhdistyvät.

Asiakkaat huomioivat palvelun hinnan miettiessään palvelun laatua. Korkeamman hinnan palvelussa asiakkaat odottavat palvelulta enemmän. Palvelu on huonoa silloin, kun asiakkaan odotukset eivät täyty palvelutilanteessa. Palvelu on hyvää silloin, kun asiakkaan odotukset lunastetaan. Palvelu voidaan kokea myös erinomaiseksi, jos asiakkaan odotukset palvelun laadusta ylitetään tarjoamalla palvelutilanteessa jotakin enemmän kuin normaalisti. Nämä voivat olla esimerkiksi hyvin ystävällinen asiakaspalvelu, hinnanalennus tai muu seikka. (Pakkanen ym. 2009, 47.)

Grönroos (2003, 81) painottaa prosessiluonteen olevan palvelujen tärkein piirre. Palvelut koostuvat prosesseista ja niihin tarvitaan erilaisia resursseja. Nämä resurssit koostuvat ihmisistä, ympäristöstä ja laitteista. Lisäksi ne ovat yleensä vuorovaikutuksessa asiakkaisiin. Tällä tavoin asiakkaan ongelmaan saadaan parhaiten ratkaisu. Palveluilla voidaan nähdä olevan kolme peruspiirrettä.

Ensimmäiseksi palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista eivätkä asioista. Toiseksi palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti. Kolmanneksi asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin. (Grönroos, 2003, 81.)

2.3.2 Pankin asiakkaan palvelukokemus

Pankin asiakkaat ovat eri elämäntilanteissa ja arvostavat eri asioita. Asiakkaat pysyvät käymään erikoisammattitaitoa vaativia tilanteita kuten laina- ja sijoitusneuvotteluja verkkotapaamisen muodossa kotoa käsin (Danske verkkotapaaminen [Viitattu 09.03.2014]). Tämä voi säästää kiireisen asiakkaan aikaa ja parantaa palvelun laadun kokemusta tällä tavoin. Eläkkeellä olevalla asiakkaalla on todennäköisesti vähempi kiireitä ja hän voi kokea hyvänä palveluna sen, että saa kasvotusten tapah-

tuvaa palvelua. On tärkeä muistaa, että asiakkaiden taustat ja elämäntilanne vaikuttavat merkittävästi siihen mitä he arvostavat ja kuinka he kokevat palvelun laadun. (Ylikoski & Järvinen 2011, 37.)

Hyvään palveluun kuuluu asiakkaiden vapaus päättää kuinka he haluavat hoitaa omat pankkiasiansa (Ylikoski ym. 2006, 120). Asiakkaat ovat omaksuneet verkkopankin käytön Suomessa yleisesti hyvin. Suurin osa hoitaa pankkiasiansa sen kautta. Teknologia on kuitenkin mennyt valtavasti eteenpäin lyhyessä ajassa, mutta kaikki asiakkaat eivät ole pystyneet omaksumaan uusia toimintatapoja. Konttoria tarvitsevia asiakkaita varten on hyvä säilyttää rinnalla palveluita, joissa asiakkaat saavat apua kasvotusten. Sosiaalinen kanssakäyminen voi vähentyä automatisoinnin ja verkkoon siirtymisen myötä. Osa asiakkaista saattaa kokea henkilökohtaisten kontaktien jäävän vähäiseksi, jos ei asioi henkilökohtaisessa palvelussa. (Ylikoski ym. 2006, 122, 127.)

Pankkipalveluissa on monia erityispiirteitä verrattuna muihin aloihin. Pankkipalveluista voidaan sanoa niiden olevan aineettomia. Tällä tarkoitetaan sitä, että asiakas ei pysty konkreettisesti koskettamaan tuotetta. Pankkipalveluissa tuotanto ja kulutus tapahtuvat useasti yhtä aikaa. Esimerkiksi asiakas nostaa rahaa tililtään kassapalveluissa, jossa asiakaspalvelun tuotanto ja kulutus tapahtuvat samanaikaisesti. Palvelutilanne lakkaa asiakkaan poistuessa asiakaspalvelupisteestä. Palvelun kulutus ja tuotanto tapahtuvat samanaikaisesti myös asiakkaiden hoitaessa pankkiasioita itsepalvelukanavien kautta. Pankkipalveluiden asiakaspalveluissa erityispiirre on myös niiden heterogeenisuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että palvelu on joka kerta erilaista. Tähän vaikuttavat asiakaspalvelijan persoonallisuuden ja taitojen lisäksi myös asiakas. Palvelun heterogeenisuus kuitenkin vähenee jatkuvasti asiakkaiden hoitaessa asiansa itsepalvelukanavien kautta. Verkkopankki palvelee kaikkia asiakkaita samalla tavalla. Palvelujen varastoimattomuus voidaan luokitella myös pankkipalveluiden erityispiirteeksi. Tällä tarkoitetaan, että esimerkiksi hiljaisen työpäivän aikaa ei voida varastoida käytettäväksi kiireisenä päivänä. (Ylikoski ym. 2006, 14-15.)

3 Tutkimusmenetelmät

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Sitä käytetään Heikkilän (2008, 16) mukaan, kun tutkimusongelma on mittattavissa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan esittää tutkimustuloksia prosenttein ja kuvioin. Kananen (2008, 10-11) puolestaan kertoo kvantitatiivisen tutkimuksen alkavan tutkimusongelman määrittelyllä, joka halutaan ratkaista. Kvantitatiivinen tutkimus sopii tutkittavan ilmiön täsmennyttyä.

Kanasen (2008, 70) mukaan populaatio tarkoittaa tutkittavaa kohderyhmää. Tutkittavasta kohderyhmästä otetaan pienempi joukko eli otos. Otoksella pyritään yleistämään tutkimus koskemaan koko populaatiota koskevaksi. Tässä tutkimuksessa populaatio on kassapalveluissa asioivat asiakkaat. Otos on tähän tutkimukseen vastanneet asiakkaat, joilla pyritään yleistämään tutkimustulosta koko populaatiota koskevaksi. Tämä tutkimus on kuitenkin vain suuntaa antava, koska vastausmäärä oli 101 palautettua lomaketta, joka ei ole riittävä tässä tapauksessa yleistämään tuloksia.

3.2 Kyselylomake

Tässä tutkimuksessa aineisto kerättiin kyselylomakkeella. Hirsijärvi ja Hurme (2001, 35-37) kertovat kyselylomakkeen olevan helppo tapa kerätä aineistoa verrattuna haastatteluun. Heidän mukaan asiakkaat ovat tottuneita niiden täyttämiseen. Tutkimuslomake on myös nopea analysoida tilastollisesti. Kyselylomakkeen huono puoli on se, että tutkija ja vastaaja voivat ymmärtää kysymykset eri tavalla. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa asiakkaat ovat saattaneet käsittää kysymyksen 10 *Asiointikanavien tuntemus ja käyttäminen* (Liite 1) vastausvaihtoehdot luultavasti eri tavalla kuin tutkija on ne asettanut. Hyvin moni vastaaja jätti vastaamatta kokonaan tietoisuuteen asiointikanavista. Vaihtoehtona näihin oli kuitenkin ”en ole kuullut”, mutta moni asiakas ei ollut vastannut tähän kysymykseen tällä tavoin.

Mäntyneva, Heino ja Wrange (2003, 53-54) mainitsevat tutkimuslomakkeen rakentamisella olevan tutkimuksen kannalta erittäin iso merkitys. Aluksi lomakkeen rakentamisessa kannattaa hahmottaa isot kokonaisuudet. Tällä tarkoitetaan osa-alueita, joilla vastaukset tutkimusongelmaan saadaan selville. Hirsijärven, Remeksen ja Sajaaran (2007, 199) mukaan tutkimuslomakkeen tulisi näyttää selkeältä ja helposti täytettävältä. Tutkimuslomakkeessa on tarpeetonta kysyä asioita, jotka eivät liity tutkimukseen eikä niitä keräämällä saada tutkimuksen kannalta oleellista tietoa. Tutkimuslomakkeen yksi iso osa-alue on asiakkaan taustamuuttujat. Tutkimuslomake kannattaa aloittaa helpoilla kysymyksillä, jotka liittyvät taustatietoihin. Näitä ovat henkilön sukupuoli, ikä, asema ja koulutus. Näillä kysymyksillä vastaaja pääsee hyvin vauhtiin kohti tutkimuksen haastavampia kysymyksiä. Tutkimuslomakkeen pituus tulee olla mitoitettu oikein. Liian niukalla tutkimuslomakkeella ei saada tarpeeksi vastauksia tutkimukseen, mutta liian pitkä tutkimuslomake aiheuttaa vastaajakatoa.

Tässä tutkimuksessa tutkimuslomakkeen sopivaksi pituudeksi tuli tasan kaksi sivua (Liite 1), joka mahtuu yhden A4-paperin molemmille puolille. Tällä tavoin varmistuttiin siitä, että asiakkaat eivät jätä kyselylomakkeeseen vastaamatta liian pitkän vastauslomakkeen vuoksi. Kyselylomake muotoiltiin selkeäksi ja sillä pyrittiin saamaan asiakkaille kuva helppolukuisesta lomakkeesta. Lomakkeessa ei myöskään kysytty asiakkailta tutkimuksen kannalta tarpeettomia kysymyksiä.

Puolistrukturoidulla kysymyslomakkeella tarkoitetaan sitä, että kaikilta kysytään samat kysymykset, mutta niihin voi vastata hyvinkin vapaasti ilman vastausvaihtoehtoja (Hirsijärvi & Hurme 2008, 47). Strukturoidulla kysymyksellä tarkoitetaan haastattelulomaketta, jossa kysymysten vastausvaihtoehdot ovat määritetty etukäteen. Vastaaja valitsee näistä kysymyksistä valmiin vaihtoehdon. (Kananen 2008, 26.) Tässä tutkimuksessa käytetään strukturoituja kysymyksiä. Tutkimuksessa päädyttiin tähän sen vuoksi, että asiakkaiden olisi helpompi vastata valmiiksi määriteltyihin vastausvaihtoehtoihin. Näin pyritään varmistamaan, että kysymykseen ei jätettäisi vastaamatta. Asiakkaat täyttivät lomakkeen itsenäisesti, joten osa asiakkaista olisi voinut jättää puolistrukturoituihin kysymyksiin vastaamatta ja palauttaa puutteellisesti täytetyn lomakkeen. Vastausprosentti oli kiitettävä tämän kyselylomakkeen (Liite 1) strukturoiduissa kysymyksissä lukuun ottamatta kysymystä *10 Asiointikanavien*

tuntemus ja käyttäminen. Kanasen (2008, 26) mukaan strukturoitujen vastausten koodaaminen on helppoa, koska ne on jo numeroitu.

Täysin avoin kysymys antaa vastaajalle mahdollisuuden vastata oman mielensä mukaan (Mäntyneva ym. 2003, 55). Avoimia kysymyksiä voidaan myös rajata. Käytettäessä rajattuja avoimia kysymyksiä ne tulee mieltä tarkoin. Huonosti rajattu avoin kysymys voi tuottaa tutkimukselle vastauksia, jotka eivät liity tutkimukseen. Avoimien kysymysten etu on se, että niistä voidaan saada tietoa, jota muilla kysymystyypeillä ei saada. Toisaalta niiden analysointi on vaikeaa. (Kananen 2008, 25-26.) Tässä tutkimuksessa viimeiseksi kysymykseksi asetettiin täysin avoin kysymys 11 (Liite 1) *Vapaa palaute Seinäjoen Danske Bankille*. Tällä avoimella kysymyksillä pyrittiin siihen, että asiakkaat voivat ilmaista tuntemuksia ja mielipiteitä vapaasti. Useat asiakkaat vastasivat näihin kysymyksiin ja niistä koottiin yhteenveto. Avoin kysymys tuotti niin positiivista kuin negatiivista asiakaspalautetta Seinäjoen Danske Bankille.

Mäntynevan ym. (2003, 54, 56) mukaan kyselylomakkeen valmistuttua sitä kannattaa testata koehenkilöillä, jotka kuuluvat kohderyhmään. Tämä kannattaa tehdä sen vuoksi, että vältetään mahdollisilta kysymysvirheilä. Näitä voivat olla sellaiset asiat, että vastaaja ei ymmärrä mitä kysymyksessä kysytään. Siinä voidaan kysyä myös vääriä asioita tai vastausvaihtoehdot ovat puutteelliset. Esitestauksen jälkeen vastaajaa kannattaa haastatella ja kysyä kuinka hän ymmärsi kysymykset ja osasiko hän vastata niihin. Hyvässä tutkimuslomakkeessa kysymykset ja vastausvaihtoehdot tulee asettaa niin, että vastaaja pystyy näkemään kaikki vastausvaihtoehdot. Kysymykseen on syytä merkitä selkeästi miten vastausvaihtoehtoihin tulee vastata. Näin pyritään poissulkemaan se, että esimerkiksi yhteen strukturoituun kysymykseen asiakas ei vastaa usealla vastausvaihtoehdolla. Tässä tutkimuksessa kyselylomake testattiin viidellä tutkimusryhmän kassa-asiakkaalla. Näitä asiakkaita pyydettiin kertomaan kyselylomakkeen täyttämisen jälkeen kuinka selkeänä pitivät lomaketta ja ymmärsivätkö he kysymykset oikein. Asiakkaat pitivät kyselylomaketta selkeänä ja helppona vastata, joten lomake otettiin sellaisenaan käyttöön tutkimusta varten.

Kananen (2008, 31) kertoo tutkimuskysymyksiä laatiessa olevan tärkeää, että ei kysy vastaajalta asioita joista hän ei tiedä. Tällä tavoin varmistetaan, että vastaaja

ei ota kantaa kysymyksiin, jotka eivät koske häntä. Ihmiset harvoin paljastavat tietämättömyyden asiaan, mutta vastaavat kysymykseen silti. Tämä vääristäisi tutkimustuloksia merkittävästi. Esimerkiksi tässä tutkimuksen kysymyksessä 10 *Asiointikanavien tietämys ja käyttäminen* (Kuvio 10) selviää kuinka tietoisia asiakkaat ovat vaihtoehtoisista kanavista. Tässä kysymyksessä on valittu vastausvaihtoehtoja myös niille, jotka eivät tiedä näistä mitään. He voivat vastata esimerkiksi mobiilipankin tuntemukseen kohtaan vaihtoehdon ”en ole kuullut”.

3.3 Tutkimusaineiston kerääminen

Heikkilän (2008, 31-32) mukaan tutkijan tulee tutkimusaineistoa kerätessä selvittää tutkittaville mitä tutkitaan ja mikä on tutkimuksen käyttötapa ja tarkoitus. Tutkijan tulee olla huolellinen tutkittavien henkilökohtaisista tiedoista eikä heitä saa tunnistaa tutkimuksesta yksittäisinä vastaajina. Tutkimustuloksissa täytyy tuoda ilmi tuloksen rehellinen tulos eikä siitä jätetä pois tutkimuksen toimeksiantajan kannalta epäedullisia tuloksia. Tutkijan tulee ottaa huomioon myös epätarkkuusriskit ja selittää vaikuttavatko nämä tulosten yleistettävyyteen.

Tämän tutkimuksen kyselylomakkeen vastaukset kerättiin Seinäjoen Danske Bankin konttorissa vuonna 2014 viikolla 9. Tämä oli hiihtolomaviikko Seinäjoen alueella. Tämän keräysviikon vuoksi työssä saattaa olla myös vastaajia, jotka eivät käy usein Danske Bankin kassapalveluissa, mutta lomaviikolla siihen löytyi aikaa. Tutkija ei kerännyt tuloksia tietoisesti hiihtolomaviikolla. Kysely kerättiin tällä viikolla, koska se sopi tutkijan aikatauluun parhaiten.

Aineistoa kerättiin peräkkäisinä päivinä sen vuoksi, että tutkimukseen ei osallistuisi sama henkilö useasti. Keräysviikon aikana ei ollut eläkkeenmaksupäivää, joka ruuhkauttaa kassapalveluita. Tämän vuoksi tästä tutkimuksesta on jäänyt myös pois iäkäämpää asiakaskuntaa, jotka ovat tottuneet nostamaan käteistä eläkkeenmaksupäivänä ja maksamaan laskuja kassapalveluissa. Toisaalta tutkimukseen valikoitui myös hyvin aktiivisesti eli kerran viikossa tai useammin asioivia asiakkaita, jotka asioivat myös eläkepäivinä kassapalveluissa. Työssä pyrittiin saamaan 80 - 100

vastausta, jotta tutkimustuloksia voidaan analysoida tilastollisesti. Vastauksia saatiin yhteensä 101 lomaketta. Tämä vastausmäärä on liian pieni tilastolliseen yleistyksen, mutta tämä tutkimus on kuitenkin suuntaa antava.

Keräys toteutettiin siten, että tutkija pyysi asiakkaita osallistumaan opinnäytetyökyselyyn nimettömänä asiakkaan poistuessa kassapalvelupisteestä. Henkilökohtainen pyyntö valittiin sen vuoksi, että sen uskottiin olevan tehokkain tapa saada vastauksia paljon. Jos kyselylomake oltaisi laitettu vain esille, niin luultavasti tähän kyselyyn ei olisi saatu näin paljon vastauksia viikon keräysajalla. Suurin osa asiakkaista täytti lomakkeen, kun heitä pyydettiin vastaamaan siihen. Tutkija pyrki kysymään jokaiselta kassapalvelussa asioineelta asiakkaalta voiko asiakas osallistua kyselylomakkeeseen. Tällä varmistettiin myös se, että vastauksia ei kerätty esimerkiksi pelkästään hyväntuulisilta asiakkailta. Tämä tuo tutkimuksen tuloksiin luotettavuutta. Osa kassapalveluissa asioineista asiakkaista ei kuitenkaan osallistuneet kyselylomakkeen täyttämiseen kiireisiin tai muihin syihin vedoten.

Tutkija ohjasi asiakkaat vastaamaan kyselylomakkeeseen itsenäisesti tyhjään asiakaspalvelupisteeseen, jossa asiakkaat saivat lomakkeen ja he täyttivät sen. Tutkija pyysi jokaista asiakasta ennen vastaamista lukemaan huolellisesti kysymykset ja kysymysvastausvaihtoehdot läpi vastatessaan kyselylomakkeeseen. Tällä tavoin pyrittiin luomaan asiakkaalle hyvä tunnelma siitä, että kyselyyn vastaamiseen ei ole kiirettä ja sen voi tehdä huolellisesti. Asiakkailla kesti arviolta muutamasta minuutista kymmeneen minuuttiin vastata kyselylomakkeeseen.

3.4 Validiteetti ja reliabiliteetti

Heikkilän mukaan (2008, 29-30) tutkimuksessa päästään validiteettiin huolellisella suunnittelulla ja tarkoilla tavoitteiden asettamisella. Validiin tutkimustulos tarkoittaa, että, tutkimuksessa mitataan juuri niitä asioita mitä pitääkin. Tutkijan tulee määritellä tutkimuskysymykset tarkasti, jotta tutkitaan oikeita asioita. Validissa tutkimuksessa ei ole systemaattista virhettä. Korkea vastausprosentti tarkoin määritellystä perusjoukosta antaa tutkimukselle validiteetin. Hirsijärven ym. (2007, 226-227) mukaan menetelmät ja mittarit eivät aina kohtaa siinä mitä tutkija luulee tutkivansa. Merkittävä virhe on tilanne, jossa vastaajat ovat käsittäneet kysymykset virheellisesti,

mutta tutkija kokoaa tulokset yhteen ajattelumallinsa mukaisesti. Tällöin tutkimuksen validius eli pätevyys ei pitäisi paikkaansa. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa validius näkyy siinä, että kyselylomaketta suunniteltiin huolella ja se testattiin viidellä kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä.

Hirsijärvi ym. (2007, 226) määrittää reliaabelin siten, että mittaustulokset ovat toistettavia. Reliaabeli tutkimus ilmenee niin, että kaksi tutkijaa saa samat tutkimustulokset. Heikkilä (2008, 30, 79-80) mainitsee lisäksi, että reliaabelilla tarkoitetaan myös tutkimustulosta, joka on tarkka. Sattumanvaraisia tuloksia ei voida pitää tarkoina. On tärkeä muistaa, että reliaabeli ei vielä takaa työn validiteettia. Tällä tarkoitetaan sitä, että väärällä mittarilla tehty työ tuottaa vähintään kahdessa tutkimuksessa saman lopputuloksen eli se on reliaabeli, mutta tässä tapauksessa sen mittari on väärä eli työ ei täytä validiteettia. Reliabiliteetissa stabiliteetti on mittarin ajassa pysyvyyttä. Opinnäytetöissä stabiliteetti ei yleensä näy, koska tutkimustuloksia ei tehdä toistuvasti vuodesta toiseen vaan kerran opinnäytetyötä varten. Kvantitatiivisen menetelmän opinnäytetyössä tulee arvioida tutkimuksen luotettavuutta.

Pidän tämän työn reliabiliteettia kohtuullisen hyvänä. Tutkimukseen saatiin 101 vastausta, joka on suuntaa antava tilastolliseen yleistykseen. Lisäksi vastaajat kuvaavat omien havaintojeni hyvin kassapalveluissa asioivia asiakkaita. Lähes puolet vastaajista olivat eläkeläisiä (Kuvio 5), mikä näkyy päivittäisessä työssä. Tämän tutkimuksen reliabiliteetti olisi tietysti suurempi, jos tutkimustuloksia olisi kerätty esimerkiksi kuukauden ajan yhden viikon sijaan ja tutkimukseen olisi saatu vielä laajempi vastausmäärä. Ottaen huomioon opinnäytetyön laajuusvaatimukset, tutkijalla ei kuitenkaan ollut aikaa ja resursseja kerätä enempää vastauksia.

3.5 Analysointi

Heikkilän (2008, 30) mukaan tutkimuksen tekijän tulee kiinnittää tarkkuuteen erityistä huomiota aineiston keräämisestä analysoimiseen, koska virheitä voi ilmantua pitkin tutkimusta. Tämä vaikuttaa olennaisesti tutkimuksen luotettavuuteen. Mäntyneva ym. (2003, 59-60) kertoo, että kvantitatiivisten menetelmien tuloksia voidaan analysoida tilastoimalla ne ja esittämällä graafisesti tai taulukoina. Tätä frek-

venssianalyysiksi kutsuttua menetelmää tulkitaan vielä lopuksi sanallisesti ja tuloksia voidaan raportoida prosentteina. Toinen vaihtoehto on ristiintaulukointi. Tämän tutkimuksen etuna on sen helppo ymmärrettävyys, koska sen tarkoituksena on vertailla kahden muuttujan vaikutusta keskenään. Nämä tulokset voidaan esittää prosenttilukuina, joista selviää lukijalle helposti tutkimustulokset. Ristiintaulukoinnissa käytetään pienemmissä aineistoissa kahden muuttujan välistä suhdetta. Tässä tutkimuksessa tulokset esitetään frekvenssianalyttisesti prosentteina ja selitetään kuvat vielä sanoin. Tämän tutkimus on analysoitu tilastollisesti käyttäen SPSS-ohjelmaa. Tuloksia on myös ristiintaulukoitu keskenään ja selvitetty löytyikö niistä poikkeavuuksia.

4 Tulokset

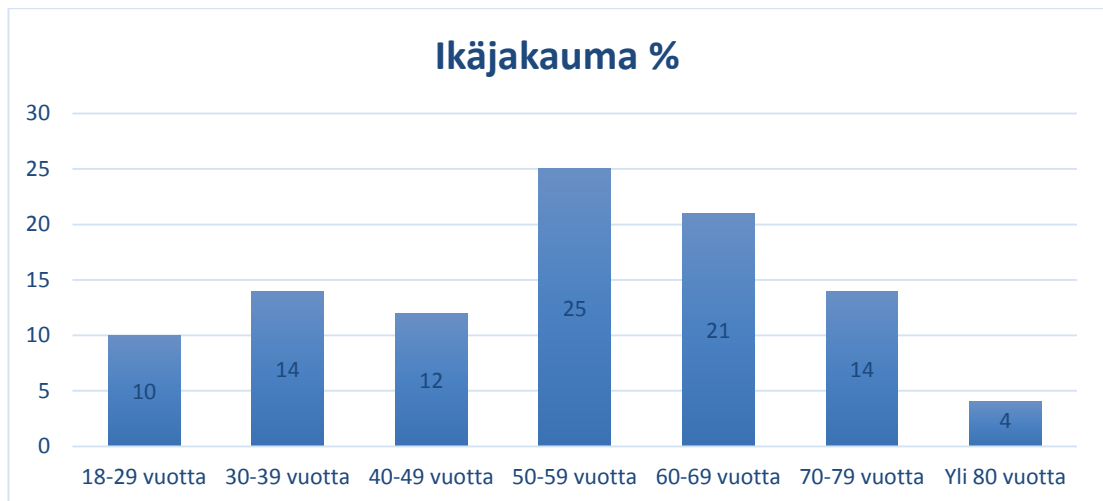
Tutkimukseen saatiin yhteensä 101 vastausta. Asiakkaat vastasivat kyselylomakkeeseen pääpiirteittäin hyvin. Kysymys 10 (Liite 1) ei kuitenkaan saavuttanut vastauksia niin paljoa, kuin olisi tilastolliseen yleistykseen tarvittu. Eniten vastauskatoa oli MobilePaytä koskevassa kysymyksessä. Siihen jätti vastaamatta 25 asiakasta.

Yksikään vastaaja ei ollut jättänyt vastaamatta kysymykseen, jossa selvitettiin onko asiakkaalla verkkopankkitunnuksia ja pankkikorttia. Nämä olivat tutkimuksen ainoat kysymykset, jossa vastausvaihtoehdot olivat kyllä tai ei. Myös laatua mittaavaan kysymykseen 11 (Liite 1) saatiin runsaasti vastauksia. Vain kaksi asiakasta oli jättänyt vastaamatta vain yhteen kohtaan sen viidestä väittämästä. Tutkimustulokset käsitellään siinä järjestyksessä, kun ne on esitetty kyselylomakkeessa.

4.1 Asiakkaiden profiili

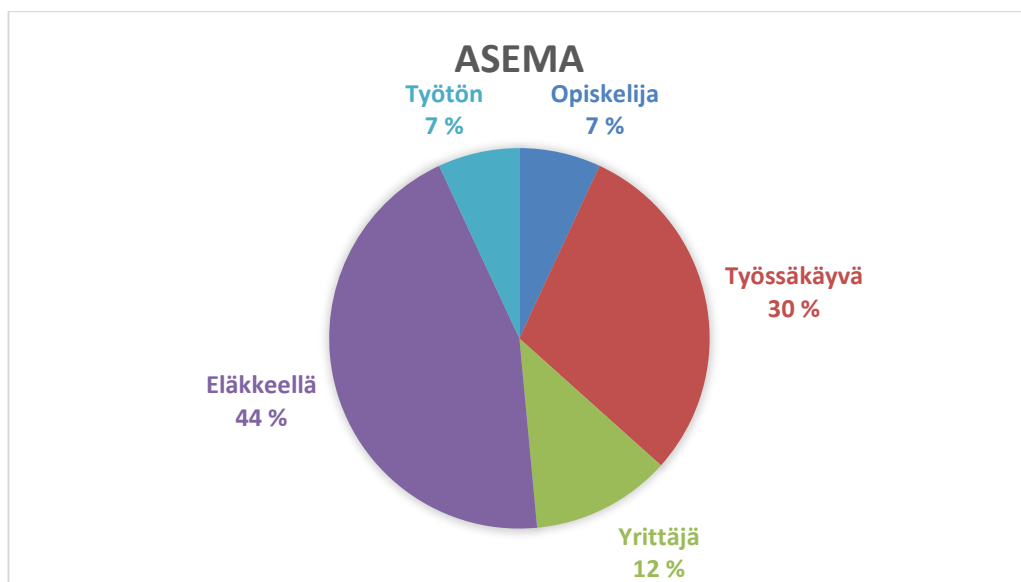
Tähän tutkimukseen osallistujista oli 60% miehiä (59 vastaajaa) ja 40% naisia (39 vastaajaa). Kolme asiakasta ei vastannut tähän mitään. Oletettavasti tämä kysymys jäi näiltä asiakkailta huomaamatta.

Kuviosta 4 ilmenee, että eniten tähän kyselyyn vastasivat 50–59-vuotiaat. Kuviosta myös nähdään, että suurin osa kassapalveluissa asioivista asiakkaista on yli 50-vuotiaita. Kuitenkin kassapalveluissa asioi myös alle 30-vuotiaita. Tätä ikäjakaumaa voi selittää myös se, että kyseisenä aineistonkeruuviikkona ei ollut eläkkeenmaksupäiviä, jotka sijoittuvat kuukauden alkuun. Omien havaintojeni mukaan iäkkäämpiä asiakkaita on huomattavasti enemmän asioimassa eläkkeenmaksupäivinä.



Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma.

Kuviosta 5 ilmenee, että tämän tutkimuksen vastaajista suurin osa on eläkeläisiä 44 % osuudella. Toiseksi eniten tutkimukseen ovat vastanneet työssäkäyvät 30 % osuudella. Yrittäjiä on mukana 12 %. Opiskelijoita ja työttömiä osallistui molempia 7 % tutkimukseen. Nämä kuvaavat hyvin kassapalvelussa asioiden aseman suhdetta perustuen omiin havaintoihini. Eniten kassapalveluissa asioi eläkkeellä olevia, kun taas usein työssäkäyvät eivät ehdi käydä kassapalveluaikana pankissa.



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden asema.

Kuviosta 6 selviää, että kyselyyn vastanneista yli puolet asioi vähintään kerran kuukaudessa kassapalveluissa. Tästä voidaan päätellä, että tähän kyselyyn vastanneista yli puolet käyttävät aktiivisesti kassapalveluita verrattuna niihin, jotka käyvät

vain muutamia kertoja vuodessa tai harvemmin kassapalveluissa. Tähän kyselyyn on valikoitunut paljon kassapalveluita käyttäviä asiakkaita myös, koska vajaa 10 % asioi vähintään kerran viikossa kassapalveluissa.

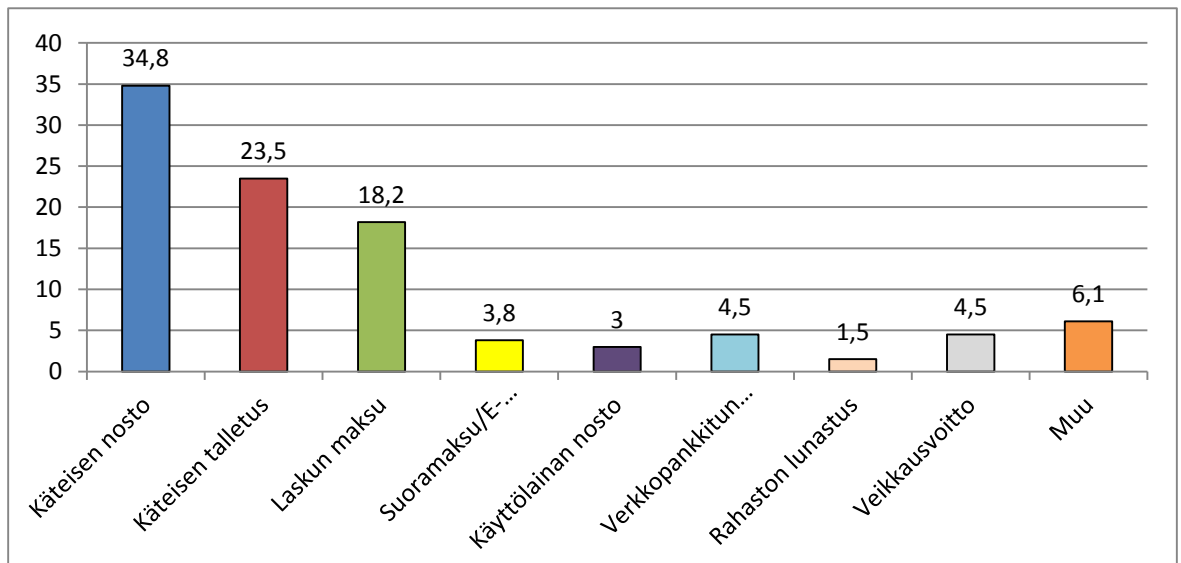


Kuvio 6. Kyselyyn vastanneiden asiointiaktiivisuus.

4.2 Päivittäisten raha-asioiden hoitaminen

Kuviosta 7 ilmenee pääasiallinen syy konttorissa asiointiin. Eniten asiakkaat nostivat käteistä noin 35 % osuudella. Käteisen talletus oli toiseksi yleisintä noin 24 % vastausmäärästä. Kolmanneksi suosituin palvelutapahtuma oli laskun maksaminen noin 18 % osuudella. Suoramaksu, käyttölainan nosto, verkkopankkitunnukset, rahaston lunastus, veikkausvoitto ja muut asiat muodostivat yhteensä noin 23 % palvelutapahtumista. Asiakkaat olivat itse kirjoittaneet syyn muuhun asiointiin. Näitä syitä olivat ajanvaraus, tiliote ja rahalähetyksen noutaminen.

Käteisen nosto ja laskujen maksu muodostivat yli 50 % osuuden palvelutapahtumista. Nämä ovat kuitenkin sellaisia tapahtumia, jotka voidaan hoitaa myös itsepalvelukanavilla. Jokainen näistä laskuista olisi myös voitu maksaa maksukuorella. Verkkopankkitunnukselliset asiakkaat olisivat voineet maksaa nämä laskut esimerkiksi konttorin E-pisteellä, joka on asiakkaille tarkoitettu ilmainen verkkopäätteen verkkopankin käyttöä varten.

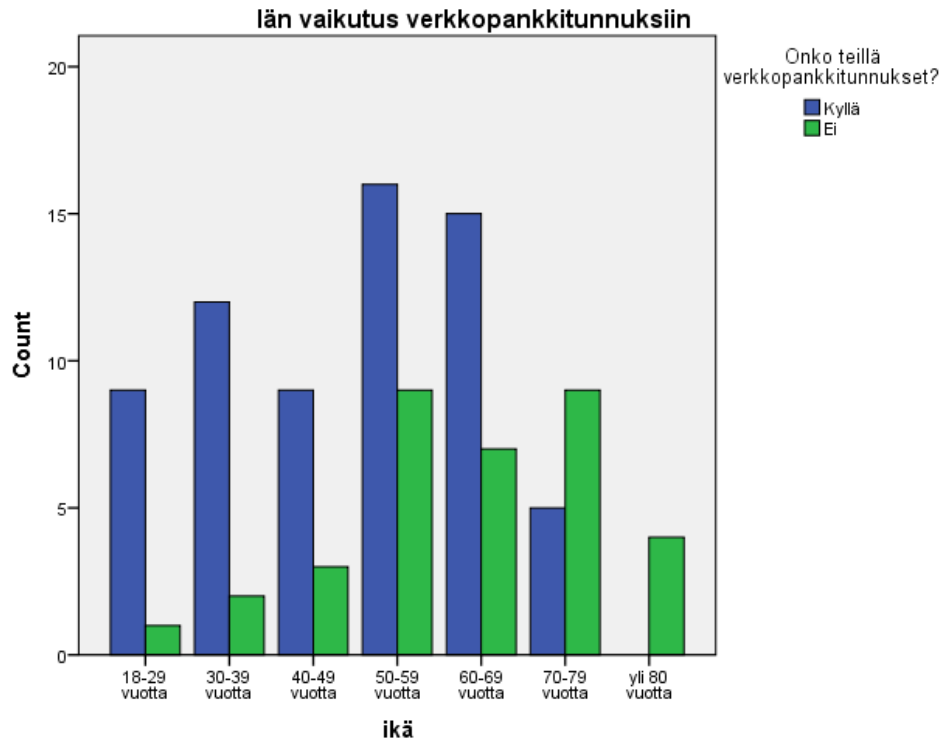


Kuvio 7. Kassapalveluasioinnin syy

84 %:lla asiakkaista on pankkikortti, mutta 16 %:lla ei ole. 70 % kyselyyn vastanneista oli nostanut käteistä pankkiautomaatista viimeisen vuoden aikana. Kuitenkin näin suurella enemmistöllä on pankkikortti, joten voidaan päätellä, että osa pankkikortin omistavista asiakkaista ei nosta rahaa pankkiautomaatista ollenkaan. Mielenkiintoista on se, että yksikään asiakas ei ole nostanut käteistä K-ruokakaupan kassalta viimeisen vuoden aikana.

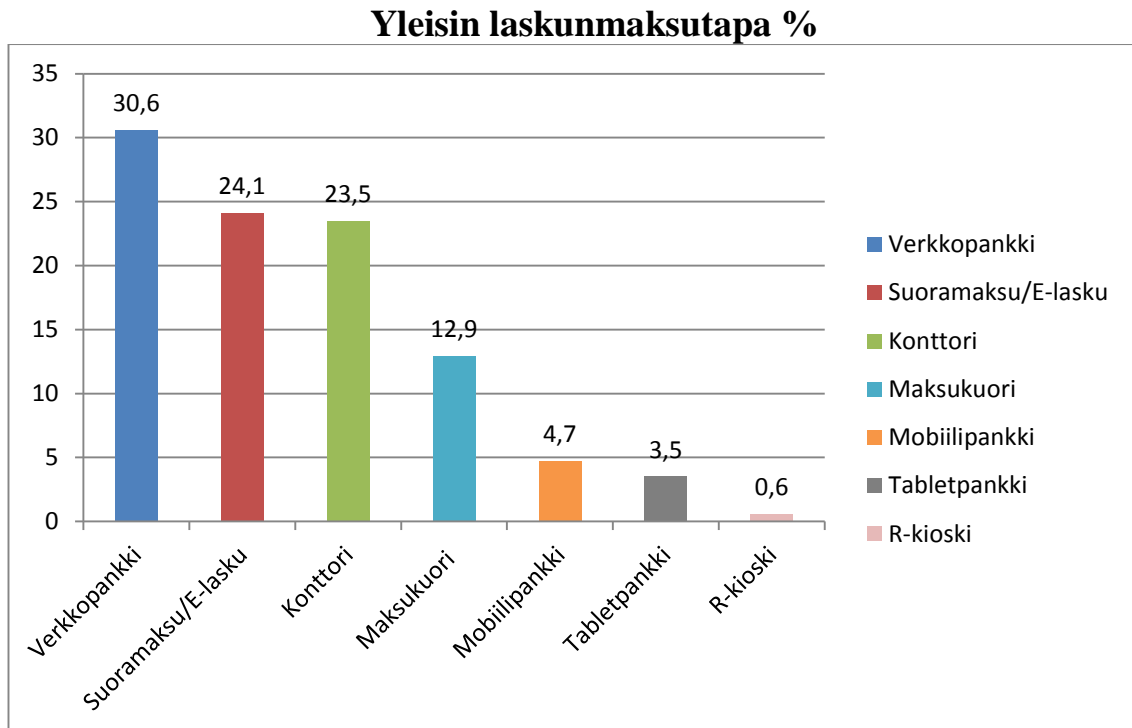
Tutkimukseen vastanneista 65 %:lla on voimassa verkkopankkitunnukset ja 35 %:lla ei ole verkkopankkitunnuksia. Tutkimuksesta ei kuitenkaan selviä minkä vuoksi asiakkailla ei ole verkkopankkitunnuksia käytössään.

Kuviosta 8 huomataan ristiintaulukoimalla ikää ja verkkopankkitunnuksia, että suurimmalla osalla 18–69-vuotiaista on verkkopankkitunnukset käytössä. Yli 70-vuotiaista asiakkaista suurimmalla osalla ei ole käytössään verkkopankkitunnuksia. Tämä selittää sen, että eläkkeellä olevat asioivat useammin kassapalveluissa kuin muut ryhmät ja hoitavat siinä päivittäisiä raha-asioitaan kuten käteisen nostamisen ja laskunmaksun.



Kuvio 8. län vaikutus verkkopankkitunnuksiin.

Kuviosta 9 huomataan, että noin kolmasosa vastaajista on maksanut laskuja verkkopankissa viimeisen vuoden aikana. Vastaavasti noin 13 % asiakkaista on käyttänyt maksukuorta laskunmaksussa. Vajaa neljäsosa käyttää suoramaksua tai E-laskua laskunmaksussa. Konttorissa laskun oli maksanut myös vajaa neljäsosa vastanneista viimeisen vuoden aikana. Tutkimukseen osallistuneista vain yksi henkilö oli viimeisen vuoden aikana maksanut laskunsa R-kioskilla. Tutkimuksesta ei selviä tietävätkö asiakkaat edes tästä mahdollisuudesta maksaa laskuja. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että Seinäjoen konttorin kassapalveluissa asioivat eivät käytä mahdollisuutta maksaa laskuja R-kioskilla. R-kioskilla pystyy maksamaan laskuja käteisellä tai Debit-kortilla myös iltaisin ja viikonloppuisin (Maksa laskusi R-kioskilla [Viitattu 13.03.2014]).

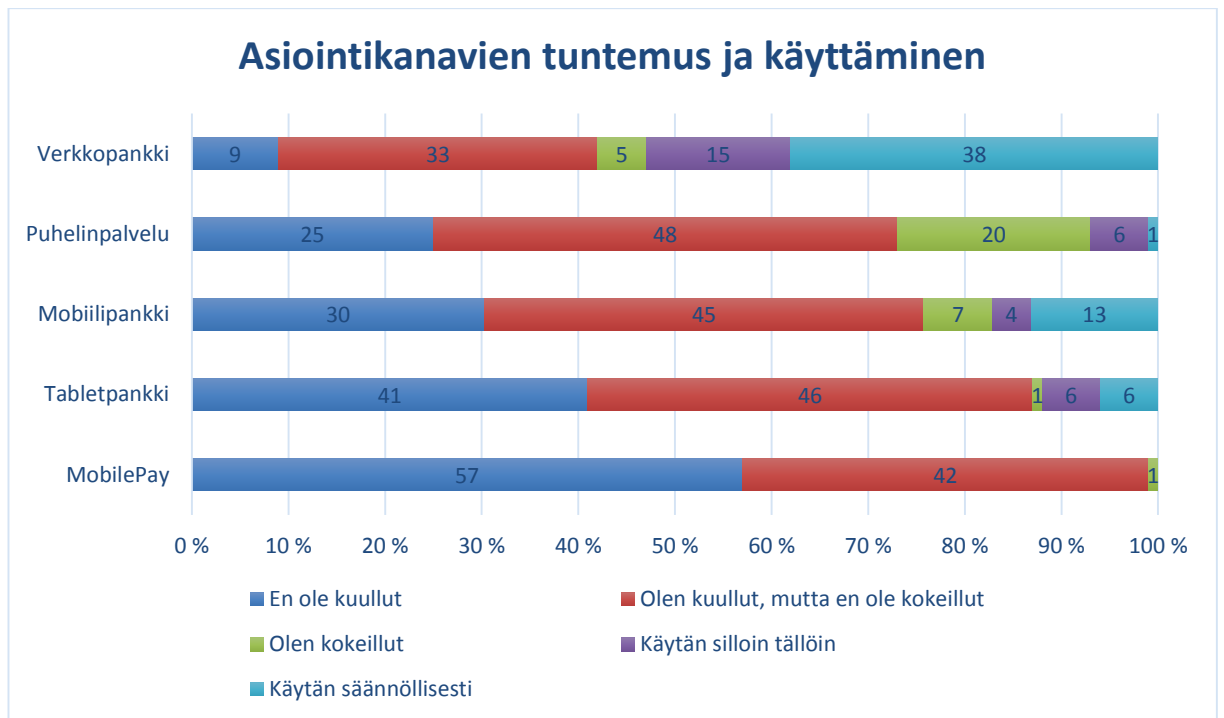


Kuvio 9. Yleisin laskunmaksutapa.

Ristiintaulukoidessa työssäkäyviä ja eläkeläisten asemaa ja laskunmaksutapaa huomataan heidän erilainen käyttäytymisensä. Työssäkäyvät maksavat eniten laskunsa verkkopankissa 67 % osuudella. Eläkeläisistä vain 33 % maksaa laskunsa verkkopankissa. Eläkkeellä olevista vastaajista 65 % oli maksanut laskuja viimeisen vuoden aikana kassapalveluissa. Eläkeläisistä 77 % oli myös käyttänyt viimeisen vuoden aikana maksukuorta laskunmaksussa. Nämä tutkimustulokset ovat linjassa aiemmin esitellyn Tilastokeskuksen laskunmaksusta tekemään tutkimuksen kanssa (Kuvio 1). Tilastokeskuksen laskunmaksua koskevassa taulukossa huomataan, että työikäinen väestö maksaa laskut suurimmaksi osaksi verkkopankissa ja eläkeikäiset käyttävät laskunmaksussa konttoria ja maksukuorta selvästi enemmän verrattuna työikäisiin.

4.3 Asiointikanavien tuntemus ja käyttäminen

Kuvio 10 selvittää kassalla asioivien asiakkaiden asiointikanavien tuntemusta ja käyttöä. Tätä kuviota lukiessa on hyvä muistaa, että lähes puolet kyselyyn osallistuneista on eläkkeellä olevia, joten se voi selittää minkä vuoksi palvelukanavien tuntemus ja käyttö on vähäistä lukuun ottamatta verkkopankkia.



Kuvio 10. Asiointikanavien tuntemus ja käyttäminen. (Verkkopankki n=96, Puhelinpalvelu n=80, Mobiilipankki n=82, Tabletpankki n=81, MobilePay n=76)

Kuviosta 10 nähdään kuinka kassapalveluissa asioivat asiakkaat tuntevat ja käyttävät Danske Bankin asiointikanavia. Kuviosta voidaan päätellä, että verkkopankkia käytetään palvelukanavana säännöllisesti ja silloin tällöin huomattavasti enemmän kuin muita kanavia. Verkkopankki tunnetaan myös selvästi enemmän verrattuna muihin asiointikanaviin. Vain 9 % ei ole kuullut siitä.

Tutkimuksen mukaan viidesosa vastaajista oli kokeillut puhelinpalvelua, mutta vain harva käyttää sitä säännöllisesti. Tämä palvelu olisi hyvä esimerkiksi liikuntarajoitteisille henkilöille. Sitä kautta asiakkaat voisivat tehdä tilisiirtoja, maksaa laskuja ja tehdä esimerkiksi rahastomerkitöjä.

Mobiilipankista ei ole kuullut 30 % kyselyyn vastanneista. Säännöllisesti palvelua käyttää 13 % kyselyyn vastanneista. On mielenkiintoista verrata mobiili- ja tabletpankin eroja. Tabletpankkia ei tunne 40 % kyselyyn vastanneista. Vain 6 % vastanneista käyttää tabletpankkia säännöllisesti. Oletan mobiili- ja tabletpankin aktiivisen käytön erojen johtuvan siitä, että asiakkailla on todennäköisemmin älypuhelin käytössä kuin tabletti.

Ristiintaulukoimalla asemaa ja mobiilipankin käyttöä huomataan, että opiskelijoista 43 % käyttää säännöllisesti mobiilipankkia, mutta eläkeläisistä vain 3 % käyttää sitä säännöllisesti. Oletan omiin havaintoihin perustuen, että eläkeläisillä ei ole yhtä usein käytössään älypuhelimia kuin opiskelijoilla.

Yli puolet kyselyyn vastanneista ei ole kuullut MobilePay -rahansiirtosovelluksesta. Tämä on mielenkiintoinen tulos, koska Seinäjoen konttorin kassapalvelupisteen takaseinällä on iso mainos, jossa mainostetaan MobilePaytä. Lisäksi joulukuussa 2013 palvelua markkinoitiin kattavasti televisiossa. Kuitenkin vain 42 % vastaajista oli kuullut tästä sovelluksesta. Vain yksi kyselyyn vastannut henkilö oli kokeillut tätä. MobilePay oli ainoa asiointikanava, joka ei kerännyt yhtään vastausta ”käytän silloin tällöin” tai ”käytän säännöllisesti”. Tämä sovellus on suhteellisen uusi, joten sen käyttöä ei ole luonnollisesti vielä ehditty tutkia. Tämä tulee varmasti olemaan selvityksen kohteena myöhemmin esimerkiksi opinnäytetöissä.

Tutkija katsoi vastauslomakkeet vasta sitten, kun kaikki lomakkeet oli kerätty. Silloin selvisi, että kysymykseen 10 *Tietoisuus Danske Bankin asiointikanavista* (Liite 1) koskeviin kysymyksiin olivat useat jättäneet vastaamatta. Puhelinpalvelu, mobiili- ja tablet pankin tietämykseen ja käyttöön jätti jokaiseen vastaamatta noin 20 vastaajaa. Tämä on mielenkiintoinen havainto, koska kyselylomakkeessa nimenomaan oli ensimmäinen vaihtoehto ”en ole kuullut”. Asiakkaat olisivat voineet laittaa ruksin tähän vastausvaihtoehtoon, mutta noin viidesosa vastaajista ei ole tätä tehnyt.

Asiakkaat olivat täyttäneet lomaketta siten, että esimerkiksi yhteen tai kahteen kohtaan on vastattu ”en tunne”. Silti muihin kohtiin oli saatettu jättää vastaamatta kokonaan. Tämä voi tarkoittaa sitä, että kokonaan vastaamatta jättäminen tarkoittaa myös, että asiakkaat eivät tunne näitä kanavia. Jos asia on näin, niin prosenttiosuudet olisivat vielä suuremmat kohdassa ”en ole kuullut” (Kuvio 10). Tätä ei kuitenkaan voida sanoa varmuudella, koska tutkija ei tiedä miksi asiakkaat ovat jättäneet vastaamatta kyseisiin kysymyksiin.

Yksi syy vastaamattomuuteen voi olla seuraavat seikat. Tämä kysymys on oikeastaan ainoa kysymys tässä tutkimuslomakkeessa, jota täytyy silmäillä ja pohtia ennen vastaamista. Vastausvaihtoehtona on kuitenkin viisi erilaista vastausvaihtoehtoa.

toa, jotka ovat kirjoitettu eivätkä numeroitu. Tämä kysymys on saattanut jäädä vastaamatta, koska siihen menee ehkä enemmän vastaamisaikaa kuin muihin kysymyksiin. Ehkä vastaajat eivät ole jaksaneet keskittyä enää tähän kysymykseen.

Osa ei välttämättä halua olla tekemisissä kyseisten asiointikanavien kanssa. Tähän tutkimukseen valikoitui kuitenkin asiakkaita, joilla ei ole verkkopankkitunnuksia ja itsepalvelukanavat eivät siksi ole heille niin tuttuja. Vaihtoehtona saattaa olla myös se, että tutkijan asettama kysymys oli laadittu epäselvästi. Toisaalta kuitenkin suurin osa eli yli 80 % vastaajista oli vastannut kysymyksiin.

Tässä tutkimuksessa ristiintaulukoitiin SPSS:llä useita tekijöitä, mutta niiden välillä ei huomattu olevan merkittäviä poikkeuksia paitsi ristiintaulukoidessa ikää ja verkkopankkitunnuksia. Iän ja verkkopankin suhteen nähtiin se, että yli 80-vuotiailla ei kenelläkään ollut verkkopankkitunnuksia. Toisaalta näitä vastaajia oli vain 4, joten tätä ei voida yleistää tilastollisesti. Tutkimusta voidaan pitää suhteellisen luotettavana, koska eri muuttujia on pyritty ristiintaulukoimaan ja selvittämään poikkeavuuksia. Kuvioista 11 selviää mitä tutkimuksia ristiintaulukoitiin keskenään.

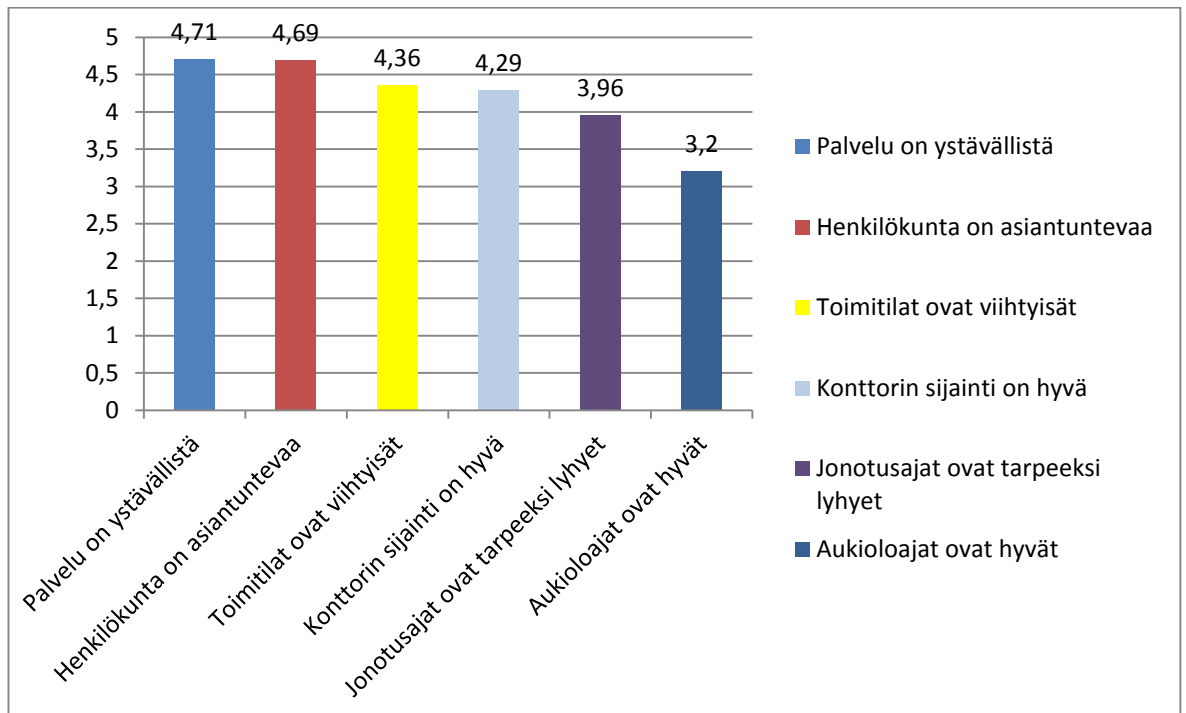
Ikä ja asema	
Ikä ja sukupuoli	Asema ja sukupuoli
Ikä ja asiointitiheys	Asema ja asiointitiheys
Ikä ja pankkikortti	Asema ja pankkikortti
Ikä ja verkkopankkitunnukset	Asema ja verkkopankkitunnukset
Ikä ja kanavien tuntemus	Asema ja kanavien tuntemus
Ikä ja palvelun laatu	Asema ja palvelun laatu

Kuvio 11. Ristiintaulukoinnit.

4.4 Kassapalvelun laatu

Asiakkailla oli mahdollista vastata kuhunkin väittämään Danske Bankin kassapalveluiden laadusta asteikolla 1-5. Kyselyyn saatiin jokaiseen kohtaan vastauksia väliä 1-5 eli vastaajien mielipiteet vaihtelivat laidasta laitaan. Kuvioista 12 ilmenee, että palvelun ystävällisyys sai parhaimman keskiarvon 4,71. Henkilökunnan asiantuntemus sai keskiarvon 4,69. Toimitilojen viihtyisyys sai keskiarvon 4,36. Konttorin sijainti sai keskiarvon 4,29. Jonotusajat saivat keskiarvon 3,96. Aukioloajat saivat

huonoimman keskiarvon 3,2. Aukioloaikojen ja jonotusaikojen huonoin keskiarvo oli odotettavissa, koska kassapalveluajat ovat arkisin klo 10.00–13.00, ja nykyisin vain yksi kassapalvelupiste palvelee asiakkaita. Tämän kysymyksen vastausprosentti oli hyvä. Vain yksi vastaaja jätti vastaamatta kohtaan konttorin sijainnista ja yksi vastaaja ei vastannut toimitilojen viihtyvyyteen.



Kuvio 12. Kassa-asiointin laadun keskiarvot. (1 = Täysin eri mieltä, 5= Täysin samaa mieltä)

4.5 Avoin palaute

Viimeinen kysymys oli avoin palaute Seinäjoen Danske Bankille ja siihen saatiin 23 vastausta. Avoimen kysymyksen vastauksista kahteentoista oli kirjoitettu erikseen asiakaspalvelun olevan hyvää, mikä on linjassa palvelun laatua mittaavan kysymyksen kanssa. Eräs vastaaja muisteli asiakaspalvelun olleen vuodesta toiseen erinomaista ja toinen toivoi Danske Bankin jatkavan samaan malliin.

Toisaalta vastaajat antoivat avoimissa kysymyksissä myös negatiivista palautetta. Seitsemän vastaajaa oli kommentoinut avoimeen kysymykseen pitävänsä kassa-aukioloaikoja liian lyhyinä. Perusteluna kerrottiin, että työssäkäyvät ihmiset eivät ehdi käydä klo 10.00-13.00 kassa-asioissa pankissa, vaan sitä varten pitää ottaa vapaata töistä. Kaksi vastaajaa oli kirjoittanut avoimeen kysymykseen E-pisteen toimimattomuudesta. Tämä on aiheellinen kommentti, koska laskunmaksuun varatussa verkkopäätteessä on esiintynyt jatkuvasti ongelmia. Yksi asiakas oli kirjoittanut myös, että E-pisteen aukioloaika tulisi palauttaa klo 06.00-22.00, kuten se oli ennen. Kaksi avoimen kysymyksen vastausta liittyi siihen, että konttoreita tarvittaisiin useampi Pohjanmaan alueelle. Lähin konttori on Vaasassa ja Kokkolassa kauempaa maakunnista asioiville. Kaksi palautetta koski sitä, että kassapisteitä pitäisi olla enemmän kuin yksi, koska jonotusajat ovat pitkät.

5 Johtopäätökset

Luultavasti tutkimustulokset olisivat olleet jonkin verran erilaisia kerättyä aineisto toisena ajankohtana. Jos tutkimus tehtäisiin esimerkiksi jossain muussa Danske Bankin konttorissa, niin tulokset olisivat voineet olla jonkin verran poikkeavia tähän tutkimukseen verrattuna. Varmaksi tästä tutkimuksesta voidaan vain sanoa kuinka asiakkaat asioivat viikolla 9 Seinäjoen konttorin kassapalveluissa ja miten he silloin vastasivat kyselyyn.

Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä oli selvittää kassapalveluissa asioivien profiili. Seinäjoen Danske Bankin kassapalveluissa asioivat pääsääntöisesti yli 50-vuotiaat asiakkaat. Lähes puolet vastaajista olivat eläkeläisiä. Kyselyyn vastanneissa on myös niitä, jotka asioivat muutamia kertoja vuodessa tai harvemmin. Tutkimuksen kattavuuden kannalta on hyvä, että saatiin vastaajia jokaisesta taustatietoa ja asiointitiheyttä selvittävästä ryhmästä.

Seuraava tutkimuskysymys oli selvittää, kuinka kassapalveluissa asioivat asiakkaat hoitavat päivittäiset raha-asiansa. Kassapalveluasiakkaat jakautuvat niihin, joilla on verkkopankkitunnukset ja he hoitavat suurimman osan päivittäisistä raha-asioistaan kuten laskunmaksun verkkopankissa. Toisaalta 35 %:lla ei ole verkkopankkitunnuksia ja he hoitavat laskunmaksun maksukuorella, suoramaksuna tai konttorin kassapalveluissa.

Tässä tutkimuksessa ei selviä minkä vuoksi asiakkaat käyttivät rahan nostamiseen kassapalveluita pankkiautomaatin sijaan. Hyvin moni näistä asiakkaista olisi voinut nostaa rahansa myös itsepalvelukanavasta. Kyselyyn vastanneista pankkikortin omistavista asiakkaista 45 % on nostanut käteistä pankin konttorin kassapalveluista viimeisen vuoden aikana. Tämä on mielenkiintoinen havainto, koska rahat olisi voitu nostaa pankkiautomaatiltakin. Tutkimuksessa ei kuitenkaan selviä kuinka isoja summia asiakkaat ovat nostaneet. Nostosumma on voinut olla iso, joten se voi selittää miksi asiakkaat ovat nostaneet rahat kassapalveluista pankkiautomaatin sijaan. Omien havaintojen pohjalta pankkikortin omistava asiakas nostaa usein sellaisia summia kassapalveluista, joita saisi nostettua pankkiautomaatistakin. Otto-automaatin kertanoston enimmäismäärä on 1000 euroa. Tästä voi päätellä, että myös

osa pankkikortin omistavista asiakkaista arvostaa rahannostamisessa henkilökohtaista palvelua. Kuitenkin 70 % vastaajista oli nostanut viimeisen vuoden aikana käteistä myös pankkiautomaatista.

Ylikoski ym. (2006, 127) on pohtinut, että osalla asiakkaista saattaa jäädä sosiaaliset kontaktit vähäiseksi, jos he eivät asioi henkilökohtaisessa palvelussa. Tämä voi selittää minkä vuoksi pankkikortin omistavat asiakkaat käyvät asioimassa pankin kassapalveluissa.

Mielenkiintoista on että, K-nosto ei näytä vielä lyöneen läpi tämän tutkimuksen mukaan. Yksikään vastaaja ei ole nostanut viimeisen vuoden aikana rahaa K-ruoka-kaupoista ostosten yhteydessä. Tutkimukseen osallistui kuitenkin 101 vastaajaa, joten tilastollisesti voidaan sanoa, että hyvin harva Seinäjoen Danske Bankin kassapalveluista asioivista asiakkaista nostaa rahaa K-kaupan kassalta ostosten yhteydessä. Danske Bank on kuitenkin käyttänyt resursseja tämän K-noston markkinointiin ja työntekijät ovat aktiivisesti kertoneet asiakkaille tästä vaihtoehdosta nostaa käteistä. Seinäjoen konttorissa on kassapalvelupisteiden yhteydessä lisäksi A4-kokoinen esite, jossa kerrotaan Seinäjoen alueen K-kaupat, joista rahaa voi nostaa. Toisaalta tätä tutkimustulosta voi selittää se, että K-ruokakaupoista käteistä nostavat asiakkaat eivät asioineet kyselyn aikana kassapalvelupisteessä. On kuitenkin mahdollista, että asiakkaat arvostavat ja haluavat käyttää pankin kassapalveluita K-noston sijaan. Seuraavia tutkimuksia tehdessä olisi syytä selvittää ovatko asiakkaat tietoisia K-nostosta vai eivät. Voidaan myös pohtia pitäisikö K-noston markkinointia lisätä juuri pankin kassapalveluissa asioiville asiakkaille.

Seinäjoen alueella ei ole Talletusotto-automaattia, johon asiakkaat voisivat itse tallettaa rahat ilman pankin henkilökuntaa. Seinäjoen talousalueelle kannattaisikin hankkia Talletusotto, koska kassapalveluista joka viides tapahtuma on käteisen talletus. Tämä toisi niin asiakkaille kuin pankin henkilökunnalle hyötyä. Tämä vapauttaisi henkilökunnan resursseja muihin tehtäviin. Näin aikaa jäisi enemmän esimerkiksi asiakkaiden opastamiseen itsepalvelukanaviin hoitamaan päivittäisiä raha-asioita. Asiakkaiden ei puolestaan tarvitsisi jonottaa käteisen tallettamista varten kassapalveluissa. On kuitenkin mahdollista, että osa asiakkaista haluaisi silti tallettaa käteisen kassapalvelujen kautta, vaikka samassa tilassa olisi Talletusotto-automaatti. Tämä perustuu siihen, että asiakkaat kuitenkin nostavat käteistä ja maksavat

laskuja kassapalvelupisteessä, vaikka nämä voitaisiin hoitaa itsepalvelukanavien kautta.

Danske Bankin henkilökunta informoi jatkuvasti laskujaan konttorissa maksaville asiakkaille laskujen maksamisen itsepalvelukanavista. Silti huomataan, että moni asiakas käy maksamassa laskun konttorissa esimerkiksi maksukuoren sijaan. Laskunmaksu maksukuorella tai verkkopankissa olisi asiakkaille edullisempi vaihtoehto kassapalvelujen sijaan.

Tutkimuksessa haettiin vastausta myös siihen, kuinka asiakkaat tuntevat eri asiointikanavat ja käyttävätkö he niitä. Verkkopankki oli tutkimuksen mukaan tunnetuin ja eniten käytetty kyselyn asiointikanavista. Sitä käyttää yli puolet vastaajista vähintään silloin tällöin tai useammin. Tämä on linjassa Tilastokeskuksen tekemän kyselyn mukaan (Kuvio 2) *Viisi suosituinta Internetin käyttötarkoitusta 2013*, jonka mukaan pankkiasiointi oli suosituin Internetin käytön syy. Muut asiointikanavat tunnetaan heikommin ja niiden käyttö on huomattavasti vähäisempää.

MobilePayn kohdalla on mielenkiintoista huomata poiketen muihin asiointikanaviin se, että yksikään vastaaja ei käytä sitä silloin tällöin tai säännöllisesti. Yli puolet vastaajista ei tunne MobilePay –sovellusta. Vain yksi lomakkeen täyttänyt asiakas oli kokeillut sovellusta. Danske Bank piti joulukuussa 2013 laajan televisio-kampanjan tästä uudesta sovelluksesta. Lisäksi Seinäjoen konttorissa kassapalvelupisteen vieressä on iso mainostaulu, joka kertoo tästä sovelluksesta. Tästä voidaan päätellä, että suurin osa asiakkaista ei ole kiinnittänyt huomiota kyseiseen mainokseen, koska MobilePay tunnettiin niin heikosti. Sovellus on vielä suhteellisen uusi, joten se ei ole vielä kaikkien tietoisuudessa.

Neljänteen tutkimusongelmaan eli kassapalvelun laatuun löydetään vastaus kysymyksestä 11 (Kuvio 12). Tässä vastaajat arvioivat Danske Bankin kassapalveluita koskevia väittämiä asteikolla 1-5. Vastauksista voidaan päätellä, että Seinäjoen konttorin henkilökunta on ystävällistä ja ammattitaitoista. Näitä vastaajat arvioivat keskiarvolla 4,7. Näin ollen toiminnallinen laatu sai erittäin hyvät arvosanat. Toimitilojen sijainti ja konttorin viihtyisyys eli teknisen laadun puoli saivat myös hyvät arvosanat ja keskiarvoksi näissä tuli noin 4,3. Hieman huonommat arvosanat sen sijaan

saivat jonotusajat ja aukioloajat. Tämä tulos ei tullut tutkijalle yllätyksenä, koska kassapalvelujen aukioloajat voivat olla haasteellisia työssäkäyville asiakkaille. Voidaan todeta, että yleisesti ottaen vastaajien kokemus kassapalveluiden laadusta on kiitettävä ja väitettä tukee myös vastaajien avoin palaute.

Tutkimus pääsi tavoitteisiinsa, koska kaikkiin tutkimuskysymyksiin saatiin vastaus. Asiakkaiden tietoisuutta itsepalvelukanavista ja päivittäisten raha-asioiden hoitamisesta ei ole selvitetty Seinäjoen konttorissa aiemmin. Tämä tutkimus ei kuitenkaan selvittänyt syitä asiointikanavien käyttämättömyyteen. Tutkimus ei selvittänyt myöskään tietävätkö asiakkaat K-nostosta. Tämä olisi jälkeenpäin ajateltuna kannattanut kysyä kyselylomakkeessa.

K-nosto olisi juuri oikea palvelu henkilökohtaista palvelua arvostaville asiakkaille. Suurimmalla osalla asiakkaista eli 84 %:lla on pankkikortti, joten sen puuttuminen ei voi olla syynä siihen, että K-nostoa ei käytetä. Syitä palvelun käyttämättömyyteen voi olla esimerkiksi, että asiakkaat eivät tiedä K-nostosta. Syy voi olla myös, että osa asiakkaista ei käytä K-kauppoja. Jos asiakkailla ei ole K-plussakorttia niin palvelu maksaa 0,50 euroa. Danske Bankin kassapalveluissa rahan nostaminen on ilmaista 4000 euroon asti kertanostona. Seinäjoen kassapalveluasiakkaat kokevat palvelun laadun erittäin hyvänä (Kuvio 12), joten voidaan pohtia miksi sitten asiakkaat haluaisivat vaihtaa heille tutun ja turvallisen pankin kassapalvelun K-nostamiseen. Danske Bankin kannattaisikin miettiä millä keinoilla asiakkaat saadaan aktivoitua käyttämään K-nostoa. Jos K-nosto saataisiin laajemmin toimimaan, niin asiakkaat saisivat sieltä mahdollisesti kaipaamansa henkilökohtaista palvelua myös iltaisin ja viikonloppuisin. Voidaan myös pohtia ovatko ikänsä pankin kassapalveluita käyttäneet halukkaita muuttamaan asiakaskäyttämistään ja siirtymään käyttämään K-nostoa.

Jatkoaiheena seuraavaksi opinnäytetyöksi voisi olla tutkimus, jossa pyritään selvittämään monikanavaisten asiointikanavien markkinointia ja kehittämistä juuri kassapalveluissa asioiville asiakkaille. Siinä kannattaisi paneutua erityisesti siihen, kuinka asiakkaat saadaan aktivoitua käyttämään K-nostoa.

Toinen mielenkiintoinen aihe olisi laadullisena tutkimuksena tehty selvitys asiakkaista, jotka eivät käytä itsepalvelukanavia ollenkaan. Tutkimuksessa voitaisiin selvittää asiakkaiden taustalla vaikuttavia käsityksiä, ajatuksia tai mahdollisesti jopa pelkoja uusia asiointikanavia kohtaan.

LÄHTEET

Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004. Tee asiakassuhteista kannattavia. Helsinki: Talentum

Alhonsuo, S, Nisen, A & Pellikka, T.2009. Finanssitoiminnan käsikirja Helsinki: Hakapaino Oy.

Asiakaspalvelu. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 18.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/Pages/asiakaspalvelu.aspx>

Danske Bankin korteilla käteistä K-kaupoista. 07.02.2013. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 08.03.2014]. Saatavana: http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/media/tiedotteet/pages/20130207_danskebankinkorteillakateistakkaupoista.aspx

Danske Verkkotapaaminen. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 09.03.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/verkkopankki/verkkopankin-palvelut/pages/verkkotapaaminen.aspx?tab=0#tabanchor>

Grönroos, C. 2003. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy

Hakkarainen, P. 2013. Monikanavaisuus ja sen hyödyntäminen pankkipalveluissa – tutkimus Savonlinnan Danske Bankin asiakkaiden näkemyksistä. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [PDF-dokumentti]. [Viitattu 15.02.2014]. Saatavana: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/60811/Hakkarainen_Pauliina.pdf?sequence=1

Hapuli, N & Valtonen, A. 2011. Asiakastutkimus palvelukanavien käytöstä ja tyytyväisyydestä. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [PDF-dokumentti]. [Viitattu 15.02.2014]. Saatavana: http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/37689/Hapuli_Niko_ja_Valtonen_Antti.pdf?sequence=1

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uu. p. Helsinki: Edita Publishing Oy

Hirsijärvi, S, Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsijärvi, S, Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsijärvi, S, Remes, P, Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Järvinen, R, Heino, H. 2004. Kuluttajien palvelukokemuksia vakuutus- ja pankkisektorilta. Kerava: Savion kirjapaino Oy

Kananen, J. 2008. Kvantti-Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino

Karjaluoto, H. 2002. Electric banking in Finland: Consumer beliefs, attitudes, intentions and behaviors. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House

Kitunen, A. 2011. Pankin päivittäispalvelujen tarpeellisuus. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö [PDF-dokumentti] [Viitattu 15.02.2014]. Saatavana: http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/25488/Kitunen_Anna.pdf?sequence=1

Kokkonen, J. 2010. Sampo Pankilta mobiilisovellus älypuhelimille. [Verkkolehtiartikkeli]. Taskumuro. 18.09.2010. [Viitattu 09.03.2014]. Saatavana: <http://taskumuro.com/sampo-pankilta-mobiilipankkisovellus-alypuhelimille>

Kontkanen, E. 2011. Pankkitoiminnan käsikirja. (3). Jyväskylä: Bookwell Oy.

Konttori ja puhelinpalvelu. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 13.03.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Paivittaiset-raha-asiat/Maksut/Kotimaan-maksut/Konttori-ja-puhelinpalvelu/Pages/Konttori-ja-puhelinpalvelu.aspx>

Kortit. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Paivittaiset-raha-asiat/Kortit/Pages/Kortit.aspx>

Käteisnostoa tarjoavat K-ruokakaupat 2013. 10.10.2013 [Verkkosivu]. Kesko [Viitattu 29.01.2014]. Saatavana: <http://www.kesko.fi/fi/Kaupat-ja-palvelut/Kateisnosto/>

Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa – Sähköiset talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOYpro

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Karisto Oy

Luhtala, M, From, T & Jäppinen, M. 2013. Onnistumisen avaimet mobiilimarkkinointiin. Tallinna: Mainostajien liitto

Lähimaksaminen. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Paivittaiset-raha-asiat/Kortit/Pages/Lahimaksaminen.aspx>

Maksa laskusi R-kioskillä. Ei päiväystä. R-kioski. [Verkkosivu]. [Viitattu 13.03.2014]. Saatavana: <http://www.r-kioski.fi/Laskunmaksu.403.0.html>

MobilePay. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/Pages/mobile-pay.aspx?sc_cid=Mobilepay|Internal|HA_Feature_Area|0001

MobilePay korvaa käteisen. 10.12.2013. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 28.01.2014] Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/media/Tiedotteet/Pages/20131210-MobilePay-korvaa.aspx>

Mäntyneva, M, Heinonen, J, Wrange, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Organisaatio. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 08.03.2014]. Saatavana: <https://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Organisaatio.aspx>

Otto-media. 2013. [Verkkosivu]. Automatia. [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: <http://otto.fi/otto-media/>

Otto kysymys-vastaus. 2013. [Verkkosivu]. Automatia [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: <http://otto.fi/otto/kysymys-vastaus/>

Pakkanen, R, Korkeamäki, A & Kiiras, H. 2009. Palvelun taitajaksi. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Pankit merkittäviä kansantaloudelle 2013. Finanssialan keskusliitto. Päivitetty 17.09.2013. [Verkkosivu] [Viitattu 01.02.2014]. Saatavana: http://www.fkl.fi/tietoa_meista/toimiala/pankit/Sivut/default.aspx

Pankkitunnukset. Ei päivystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 13.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/pankitunnukset/Pages/pankitunnukset.aspx>

Pellonpää, J. 2011. Nordea Pankin Saarijärven konttorin päivittäispalvelun asiakkaiden asiakastytyvyisyys ja pankkikäyttäytyminen. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Saatavana: Seinäjoen korkeakoulukirjasto.

Päivittaiset raha-asiat. Ei päivystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 14.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/verkkopankki/verkkopankin-palvelut/pages/paivittaiset-raha-asiat.aspx>

Rantanen, H. 2005. Nettikioskeja ja laajakaistaa – kansalaisten tietoyhteiskuntaa rakentamassa. Helsinki: Edita Prima Oy

Sciglimpaglia, D, Ely, D. 2006. Customer account relationships and e-retail banking usage. Journal of Financial Services Marketing 10:4, 109-122.

Suoraveloituksesta suoramaksuun 2013. Päivitetty 10.09.2013. Finanssialan keskusliitto [Verkkosivu] [Viitattu 22.01.2014] Saatavana: <http://www.fkl.fi/teemasivut/suoramaksu/Sivut/default.aspx>

Talletusotto 2013. [Verkkosivu]. Automatia. [Viitattu 16.02.2014]. Saatavana: <http://otto.fi/talletus/talletusotto-kysymyksiä-ja-vastauksia/>

Tietoa Danske Bankista. Ei päivystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 14.02.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Suomenliiketoimintojenhistoria.aspx>

Tulot ja menot. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 05.03.2014]. Saatavana: http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/Pages/tulot-jamenot.aspx?sc_cid=Spending_Overview|Internal|Redirect|0001

Uusi ikkuna talouteesi. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Danske Bank. [Viitattu 08.03.2014]. Saatavana: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/verkkopankki/mobiilipankki/pages/mobiilipankki.aspx>

Uusivirta, P. 2012. Seniorien pankkiasiointi. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö [PDF-dokumentti]. [Viitattu 15.02.2014]. Saatavana: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/44765/uusivirta_petra.pdf?sequence=1

Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö – tutkimus 2013, Tilastokeskus. Suomen virallinen tilasto (SVT): [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2013, 2. Vanhojen ikäryhmien tieto- ja viestintätekniikan käyttö . Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu: 28.1.2014]. Saatavana: http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_002_fi.html

Ylikoski, T, Järvinen, R. 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Jyväskylä: Bookwell Oy

Ylikoski, T, Järvinen R & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu – menestystekijä finanssialalla. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Arvoisa asiakas

Tämän kyselylomakkeen tarkoituksena on selvittää Seinäjoen konttorin kassapalveluissa asioivien asiakkaiden päivittäisten raha-asioiden käyttöä sekä tuntemusta Danske Bankin asiointikanavista ja selvittää asiakaspalvelun laatua. Kyselyyn vastataan nimettömänä eivätkä yksittäisten vastaajien mielipiteet tule esille tutkimuksesta.

Tutkimuksen toteuttaa Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelija osana opinnäytetyötään. Tutkimusta hyödynnetään Seinäjoen Danske Bankin päivittäisasiain kehittämisessä.

1. **Ikä:** 18-29 30-39 40-49
 50-59 60-69 70-79 80+

2. **Sukupuoli:** Mies Nainen

3. **Asema:** Opiskelija Työssäkäyvä Eläkkeellä
 Työtön Yrittäjä Muu: _____

4. **Kuinka usein olette keskimäärin asioineet konttorissa viimeisen vuoden aikana?**
 - Kerran viikossa tai useammin 2-6 kertaa vuodessa
 - 2-4 kertaa kuukaudessa Kerran vuodessa tai harvemmin
 - Kerran kuukaudessa

5. **Mitä asiaa / asioita hoiditte tänään kassapalveluissa? (HUOM: Voitte valita tarvittaessa useamman vaihtoehdon)**

- Käteisen nosto Käteisen talletus
 Laskunmaksu Suoramaksu/E-lasku
 Käyttölainan nosto Verkkopankkitunnukset
 Rahaston lunastus Veikkausvoitto Muu: _____

6. **Onko teillä pankkikorttia?** Kyllä Ei

7. **Miten olette viimeisen vuoden aikana nostanut käteistä? (HUOM: Voitte valita tarvittaessa useamman vaihtoehdon)**

- Konttorin kassapalveluista Pankkiautomaatista
 K-Kaupan kassalta

8. **Onko teillä verkkopankkitunnukset?** Kyllä Ei

9. **Mitä seuraavista laskunmaksutavoista olette käyttäneet viimeisen kuluneen vuoden aikana? (HUOM: Voitte tarvittaessa valita useamman vaihtoehdon)**

- Konttorissa Maksukuorella R-kioskillä
 Verkkopankissa Mobiilipankissa Tabletpankissa
 Suoramaksu/E-lasku

10. **Ovatko seuraavat Danske Bankin kanavat teille tuttuja? (Laittakaa rasti kohtaan, joka kuvastaa vastaustanne parhaiten)**

	En ole kuullut	Olen kuullut, mutta en ole kokeillut	Olen kokeillut	Käytän silloin tällöin	Käytän säännöllisesti
Verkkopankki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puhelinpalvelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobiilipankki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tabletpankki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mobile Pay

11. Asteikolla 1-5 pitävätkö seuraavat väittämät mielestänne paikkaansa? (Ympyröikää oikea vaihtoehto)

	Täysin eri mieltä					Täysin samaa mieltä
Danske Bankin konttorin sijainti on hyvä	1	2	3	4	5	
Danske Bankin aukioloajat ovat hyvät	1	2	3	4	5	
Toimitilat ovat viihtyisät	1	2	3	4	5	
Jonotusajat ovat tarpeeksi lyhyet	1	2	3	4	5	
Henkilökunta on asiantuntevaa	1	2	3	4	5	
Palvelu on ystävällistä	1	2	3	4	5	

12. Vapaa palaute Seinäjoen Danske Bankille:

Kiitos osallistumisestanne!