



ASIAKASTYYTYVÄISYYS SÄHKÖISEEN NIMIKIRJOITUKSEEN

Case: Handelsbanken Kuopio

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Mari Räsänen			
Työn nimi Asiakastyytyväisyys sähköiseen nimikirjoitukseen, Case: Handelsbanken Kuopio			
Päiväys	9.12.2015	Sivumäärä/Liitteet	44/1
Ohjaaja(t) Anu Kettunen, Pentti Mäkelä			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Handelsbanken			
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan Kuopion Handelsbankenin konttorilla. Tavoitteena oli saada tietää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat sähköiseen nimikirjoitukseen kokonaisuudessaan, siihen käytettävän allekirjoituslaman toimintaan ja allekirjoituksen kehitykseen tavallisesta allekirjoituksesta sähköiseen nimikirjoitukseen.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin kahta työn pääteemaa, jotka ovat asiakastyytyväisyys ja sähköinen nimikirjoitus. Teoriaosuuden aluksi on myös kerrottu pankkialan kehityksestä.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja aineistonkeruumenetelmänä toimi paperinen kyselylomake. Tutkimuksen kohdejoukkona olivat ne Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat, jotka ovat käyttäneet sähköistä nimikirjoitusta. Tutkimusaineisto kerättiin lokakuun 2015 aikana, jolloin kyselylomakkeet olivat konttorilla toimihenkilöiden työpisteillä asiakkaiden vastattavana.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittivat, että Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat ovat hyvin tyytyväisiä sähköiseen nimikirjoitukseen ja sen toimintaan. Erityisen tyytyväisiä asiakkaat olivat sähköisen nimikirjoituksen nopeuteen ja pankin toimihenkilöiden opastukseen sähköisen nimikirjoituksen käytössä.</p>			
Avainsanat Asiakastyytyväisyys, sähköinen nimikirjoitus, pankkiala, kehitys			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Mari Räsänen			
Title of Thesis Customer satisfaction with the electronic signature, Case: Handelsbanken Kuopio			
Date	9.12.2015	Pages/Appendices	44/1
Supervisor(s) Anu Kettunen, Pentti Mäkelä			
Client Organisation /Partners Handelsbanken			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this study was to examine the satisfaction of customers towards an electronic signature in the Kuopio branch office of Handelsbanken. The aim was to find out how satisfied the customers are with the electronic signature overall, how satisfied they are with the electronic signature Pad and the development of the signature from a conventional signature to the electronic signature.</p> <p>The theoretical framework of the study deals with two main themes of the work which are customer satisfaction and electronic signature. At the beginning of the theoretical part, a section concentrating on the development of banking is introduced.</p> <p>The study was carried out utilizing the quantitative research method and as the method of data collection, a paper questionnaire was distributed. The target group of the study was those customers of the Kuopio branch office of Handelsbanken who have used the electronic signature. The data was collected during October 2015 when questionnaires were placed nearby the workstations of the employees in the branch office.</p> <p>The results of the study showed that the customers of the Kuopio branch office of Handelsbanken are very satisfied with the electronic signature and how it works. The customers were particularly pleased with the quickness of the electronic signature and the guidance of the banks employees on how to use the electronic signature.</p>			
Keywords Customer satisfaction, electronic signature, banking, development			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	PANKKIALA SUOMESSA.....	7
2.1	Yleistä.....	7
2.2	Handelsbanken	8
3	KEHITYS PANKKIALALLA	9
3.1	Finanssikonsernit	9
3.2	Kansainvälistyminen ja kasvava kilpailu	10
3.3	Teknologian kehitys	10
3.4	Asiakastarpeiden ja –käyttäytymisen muutos	11
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	13
4.1	Asiakastyytyväisyyden käsite	13
4.2	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	13
4.3	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen.....	15
4.4	Asiakastyytyväisyys finanssialalla	16
5	SÄHKÖINEN NIMIKIRJOITUS HANDELSBANKENILLA	18
5.1	Asiakkaan tunnistaminen ja tunteminen	18
5.2	Sähköinen arkistointi	18
5.3	Sähköinen nimikirjoitus	20
5.4	Sähköisen nimikirjoituksen vaiheet.....	21
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSMENETELMÄ.....	24
6.1	Tutkimusongelma	24
6.2	Tutkimusmenetelmä.....	25
6.3	Tutkimusaineiston kerääminen.....	26
6.4	Kyselylomakkeen laatiminen	27
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	29
7.1	Taustatiedot	29
7.2	Kysymykset asiakastyytyväisyydestä	30
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	37
9	POHDINTA.....	39
9.1	Tutkimuksen arvointi.....	39
9.2	Tutkimuksen luotettavuus	40

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	42
-------------------------------------	----

KUVA- JA KUVIOLUETTELO

KUVIO 1. Finanssimarkkinoilla toimijat	9
KUVIO 2. Konttoriverkosto ja pankkipalveluiden saatavuus	11
KUVIO 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	14
KUVIO 4. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät asiakaspalvelutilanteessa	16
KUVIO 5. Tutkimusongelma, menetelmä ja ratkaisu	25
KUVIO 6. Vastaajien sukupuolijakauma	29
KUVIO 7. Vastaajien ikäjakauma	30
KUVIO 8. Muutos tavallisesta allekirjoituksesta sähköiseen nimikirjoitukseen	31
KUVIO 9. Sopimukset sähköisessä muodossa	31
KUVIO 10. Sopimukset omassa verkkopankissa näkyvissä	32
KUVIO 11. Usean sopimuksen allekirjoitus yhdellä allekirjoituksella	32
KUVIO 12. Allekirjoitusalueen toiminta	33
KUVIO 13. Pankkitoimihenkilön opastus sähköisen nimikirjoituksen käytössä	33
KUVIO 14. Sopimuksen esittely ja lukeminen tietokoneen näytöltä	34
KUVIO 15. Sähköisen nimikirjoituksen luotettavuus	34
KUVIO 16. Sähköisen nimikirjoituksen nopeus	35
KUVIO 17. Sähköinen nimikirjoitus kokonaisuudessa	35
KUVIO 18. Tyytyväisyyskysymysten keskiarvot	36
KUVA 1. Asiakirjat allekirjoituskorissa odottamassa allekirjoitusta	21
KUVA 2. Allekirjoitus sähköiselle allekirjoitusalueelle	22
KUVA 3. Allekirjoituksen hyväksyminen	23
TAULUKKO 1. Mitkä kaikki sopimukset menevät sähköiseen arkistoon?	19
TAULUKKO 2. Vastaajien sukupuoli- ja ikäjakauma	30

1 JOHDANTO

Pankkiala on jatkuvan muutoksen alla ja pankkipalvelun luonne itsessään on muuttumassa. Kuitenkin teknologian kehittyminen on saanut aikaan suurimman muutoksen pankkitoiminnassa ja – palvelussa. (Rajander-Juusti 2015, 19–20.) Teknologinen kehitys on myös vaikuttanut konttorilla tehtävään allekirjoitukseen ja sopimusten arkistointiin. Manuaalisen, paperille tehtävän allekirjoituksen on korvannut sähköiselle allekirjoituslustralle tehtävä sähköinen nimikirjoitus.

Tämä opinnäytetyö käsittelee sähköistä nimikirjoitusta ja asiakkaiden tyytyväisyyttä sitä kohtaan. Kohdeyrityksenä ja työn toimeksiantajana toimii Handelsbankenin Kuopion konttori. Työn tarkoituksena on tutkia, kuinka tyytyväisiä Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat ovat sähköiseen nimikirjoitukseen sekä allekirjoituslustaan ja sen toimintaan. Tavoitteena on myös saada tietää, mitä mieltä asiakkaat ovat allekirjoituksen kehityksestä sähköiseen nimikirjoitukseen tavallisesta, paperille tehtävästä allekirjoituksesta. Tutkimuksen perusjoukkona on Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat, jotka ovat sähköistä nimikirjoitusta käyttäneet.

Suoritin kyseisessä pankissa opintoihini liittyvän työharjoittelun syksyllä 2014, jolloin ajatus opinnäytetyöstäni syntyi työskennellessäni pankin kassapalvelussa. Huomasin, että sähköinen nimikirjoitus aiheutti kysymyksiä kassapalvelussa käyneiltä asiakkailta, vaikkakin sähköinen nimikirjoitus ja sähköinen sopimusten arkistointi ovat olleet käytössä Handelsbankenin Kuopion konttorilla vuodesta 2013 lähtien. Opinnäytetyöni aihe rakentuikin oman mielenkiintoni pohjalta. Koen tutkimuksen olevan toimeksiantajalle merkityksellinen, koska pankille on tärkeää löytää asiakkailleen sopivat ratkaisut. Kyseistä aihetta Handelsbankenilla ei ollut myöskään ennen tutkittu.

Tutkimus toteutettiin määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena. Päädyimme toimeksiantajan kanssa tutkimusaineiston keräämisessä käyttämään paperista kyselylomaketta, jossa kysymykset ovat strukturoituja eli suljettuja valmiine vastausvaihtoehtoineen. Kyselylomakkeet sijoitettiin konttorilla toimihenkilöiden työpisteille, joissa toimihenkilöt tarjosivat lomaketta asiakkaalle vastattavaksi heti asiakaspalvelutilanteen yhteydessä. Vastauksia kerättiin 5.-30.10.2015 välisenä aikana eli neljän viikon ajan. Vastauksia saatiin kerätyksi kuukauden aikana 27 kappaletta.

Opinnäytetyöni alkaa johdannon jälkeen osiosta, jossa esitellään pankkialaa Suomessa yleisesti sekä työni toimeksiantaja. Tämän osion jälkeen käsitellään pankkialan kehitystä ja, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet toimialan muutokseen. Tämä osio pohjustaa ja tukee itse teoriaosuutta. Teoriaosuus koostuu kahdesta työn pääteemasta, jotka ovat asiakastyytyväisyys ja sähköinen nimikirjoitus. Asiakastyytyväisyys-kappaleessa perehdytään asiakastyytyväisyyteen käsitteenä, siihen vaikuttaviin tekijöihin ja sen mittaamiseen. Kappaleen lopuksi keskitytään asiakastyytyväisyyteen finanssialalla. Sähköinen nimikirjoitus-kappaleessa aluksi kerrotaan asiakkaan tunnistamisesta konttorilla ja sähköisestä arkistoinnista, minkä jälkeen keskitytään sähköiseen nimikirjoitukseen ja sen vaiheisiin. Teoriaosuuden jälkeen esitetään tutkimuksen tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus. Opinnäytetyön lopuksi esitellään tutkimuksen tulokset ja niistä tehtävät johtopäätökset ja pohdinta. Aivan työn lopussa on liitteenä kyselylomake (LIITE 1).

2 PANKKIALA SUOMESSA

2.1 Yleistä

Pankeilla on keskeinen ja merkittävä tehtävä rahoituksen välityksessä rahoitusmarkkinoilla sekä koko kansantaloudessa (Finanssialan Keskusliitto a, 2015). Pankki luvanvaraisesti ottaa vastaan talletuksia asiakkailtaan, myöntää luottoja ja hoitaa heidän maksuliikennettä sekä omaisuutta. Näiden lisäksi pankin tehtäviin kuuluu riskien allokointi ja erilaiset sijoitus-, rahoitus- ja neuvontapalvelut. (Ylikoski, Järvinen ja Rosti 2006, 10–11.)

Pankkien toiminnan voi jakaa myös kahteen eri lohkoon: vähittäispankkitoimintaan ja tukkupanikki-toimintaan. Vähittäispankkitoiminta on pienten yritysten ja kotitalouksien maksupalvelu-, säästämis-, luotto- ja sijoitustoimintaa. Tukkupanikkitoiminnalle taasen tyypillisintä on ulkomaisilla tai kotimaisilla raha- ja arvopaperimarkkinoilla laajamittainen kaupankäynti. (Kontkanen 2011, 10.)

Suomessa toimii erilaisia pankkeja. On liikepankkeja, osuuspankkeja, säästöpankkeja ja ulkomaisten luottolaitosten sivukonttoreita. (Ylikoski ym. 2006, 10). Vuoden 2014 lopussa Suomessa toimi yhteensä 291 luottolaitosta, joita ovat talletuspankit ja muut luottolaitokset, jotka eivät ota vastaan talletuksia. Muita luottolaitoksia esimerkiksi ovat rahoitusyhtiöt, luottokorttiyhtiöt, kiinnitysluottopankit ja Kuntarahoitus Oyj. Suomalaisilla pankkikonserneilla oli yhteensä 1128 pankkikonttoria ja ulkomaisten talletuspankkien sivuliikkeillä oli yhteensä 76 konttoria Suomessa vuoden 2014 lopussa. (Finanssialan Keskusliitto b 2015.)

Keskeisin pankkien toimintaa sääntelevä laki Suomessa on laki luottolaitostoinnasta. Vuoden 2009 alusta lähtien Finanssivalvonta on vastannut rahoitusmarkkinoiden käytännön valvonnasta. Finanssivalvonta on valvontatoimissaan oikeudellisesti itsenäinen valvontaviranomainen, mutta se toimii hallinnollisesti Suomen Pankin yhteydessä. (Kontkanen 2011, 40.) Finanssivalvonta valvoo, että pankit, jotka toimivat Suomessa, noudattavat lakeja ja määräyksiä. (Finanssialan Keskusliitto a 2015.) Finanssivalvonta arvioi myös pankkien riskinottoa, ja että pankkien vakavaraisuus pysyy laissa säädettyllä tasolla (Finanssivalvonta a 2015).

Euroopan Unionin jäsenenä Suomen finanssialaa koskee myös Euroopan finanssivalvontajärjestelmä, joka muodostuu kolmesta valvontaviranomaisesta: Euroopan pankkiviranomaisesta (EBA), Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisesta (ESMA) ja Euroopan vakuutus- ja lisäeläkeviranomaisesta (EIOPA). Finanssivalvontajärjestelmään kuuluu myös Euroopan järjestelmäriskikomitea (ESRB) ja Euroopan valvontaviranomaisten yhteiskomitea (Joint Committee) sekä kansalliset valvontaviranomaiset. (Finanssivalvonta b 2015.)

2.2 Handelsbanken

Handelsbanken on pohjoismainen yleispankki, joka toimii pankkitoiminta-, rahoitus- ja vakuutustoi-
mialalla (Finanssialan Keskusliitto). Handelsbanken on perustettu vuonna 1871 Tukholmassa Ruot-
sissa. Nykyään Handelsbankenilla on toimintaa yli 20 maassa ympäri maailman, jonka vuoksi Han-
delsbankenian voi luonnehtia pohjoismaiden kansainvälisimmäksi pankiksi. Suomessa Handelsbanken
on aloittanut toimintansa vuonna 1985 perustamalla edustuston Helsinkiin. Vuonna 1990 Handels-
banken perusti Suomen tytäryhtiön ja vuonna 1991 se sai täydet sivukonttorioikeudet Suomessa.
Konttoreita tai palvelupisteitä Handelsbankenilla on nykyään 46 kappaletta Suomessa. (Svenska
Handelsbanken AB a.) Kokonaisuudessaan konsernitasolla Handelsbankenilla työskentelee noin
11 000 työntekijää, joista Suomessa työskentelee lähes 700 työntekijää (Finanssialan Keskusliitto)
(Svenska Handelsbanken AB a).

Vaikka Handelsbanken on kansainvälinen pankki, sen toiminta on hyvin paikallista. Konttorit ovat it-
senäisiä päätöksentekijöitä ja täyden palvelun pankkeja, joissa sekä yksityishenkilöt että yrityksetkin
pystyvät hoitamaan kaikki raha-asiansa. (Finanssialan Keskusliitto.) Konttorissa asiakkaan tai hänen
yrityksensä pankkiasioista huolehtii oma yhteyshenkilö, jonka avulla kootaan asiakkaalle sopiva pal-
velupaketti (Svenska Handelsbanken AB a; Svenska Handelsbanken AB b).

Handelsbankenin tavoitteena on olla kannattavampi keskimäärin kuin vertailukelpoiset kilpailijat ko-
timarkkinoilla. Tähän Handelsbanken pääsee kustannustehokkuutensa ansiosta ja noudattamalla va-
kavaraisuuden perinnettään. Tästä tuloksena on vakaa, pitkäjänteisesti toimiva ja vastuullinen pank-
ki. (Svenska Handelsbanken AB c.)

3 KEHITYS PANKKIALALLA

Suomen pankkiala on muuttunut ja muuttuu edelleen 1990-luvun pankkikriisin seurauksena. Pankkikonttoreiden määrä ja henkilöstö vähenivät suuresti, ja pankkipalvelun luonne itsessään on muuttamaan päin. Tähän melko konservatiiviseen toimialaan ovat myös vaikuttaneet suurien finanssikonsernien syntyminen ja erityisesti teknologian huima kehitys. (Rajander-Juusti 2015, 19–20.)

Viime vuosina pankkitoimintaan on myös vaikuttanut kansainvälistyminen, lisääntyvä kilpailu markkinoilla, vakavaraisuusvaatimusten uudistuminen, riskienhallinnan kehittyminen sekä asiakkaiden tarpeiden ja käyttäytymisen muutos, johon esimerkiksi on vaikuttanut väestön ikääntyminen (Kontkanen 2011, 14).

3.1 Finanssikonsernit

Tyypillisenä piirteenä pankkitoimialalle on ollut viime vuosina finanssikonsernien muodostuminen, joihin voi kuulua itse talletuspankin lisäksi muita yhtiöitä, jotka toimivat finanssialalla. Tällaisia yhtiöitä ovat esimerkiksi rahoitusyhtiöt, rahastoyhtiöt, henkivakuutusyhtiöt ja vahinkovakuutusyhtiöt. (Finanssialan Keskusliitto a 2015). Alla olevassa kuvassa on esitelty kaikki toimijat finanssimarkkinoilla. (KUVIO 1)



KUVIO 1. Finanssimarkkinoilla toimijat (Finanssialan Keskusliitto 2012.)

Suurimmat pankkiryhvät ovatkin nykyään täyden palvelun finanssikonserneja, jotka tarjoavat laajasti erilaisia pankki- ja vakuutuspalveluita asiakkailleen. Tämän lisäksi markkinoille on syntynyt pankki- ja vakuutusalan yhteistoimintasopimuksia. Näihin muiden palvelujen tarjoajien kanssa teh-

tyihin yhteistoimintasopimuksiin turvautuvat useasti pienemmät pankit finanssipalvelujen tarjonnassa. (Kontkanen 2011, 14-15.)

3.2 Kansainvälistyminen ja kasvava kilpailu

Finanssialan toimintaympäristö on sitä muokkaavien muutosten alla ja sitä se tulee jatkossakin olemaan. Uusia ja globaaleja kilpailijoita tulee markkinoille, jotka haastavat perinteiset toimijat. Uudet matalan kustannustason toimijat ja teknologiapohjaiset ja muut finanssialan ulkopuoliset toimijat kotimaassa ja ulkomailla muovaavat alaa voimakkaasti ja kiristävät kilpailua. (Rajander-Juusti 2015, 19.)

Pankkiryhmien toiminta on myös laajentunut eri maihin ja pankki- ja rahoitusmarkkinat kytkeytyvät entistä enemmän kansainvälisiin markkinoihin. Kansainvälistyneiden pankkimarkkinoiden vuoksi on entistä vaikeampaa erottaa kansallista ja kansainvälistä pankkitoimintaa toisistaan. Pohjoismaissakin on tehty rahoitusalan yrityskauppoja ja fuusioita, jotka ylittävät maiden rajoja. Toimintojen ulkoistamista tapahtuu myös pankkialalla muiden toimialojen tavoin. (Kontkanen 2011, 15.)

Kansainvälistymisen myötä kilpailu rahoitusmarkkinoilla on kiristynyt. Kilpailukeinoja markkinoilla on kuin muussakin yritystoiminnassa hinta, laatu ja tuotevalikoima. Palvelujen tarjonta on myös monipuolistunut ja tämän vuoksi asiakkaiden vaatimukset pankkipalvelujaan kohtaan ovat kasvaneet. Kotimarkkinakeskeisistä ja pankkien hallitsemista markkinoista on siirrytty kansainvälisiin markkinoihin, joissa vaihtoehtoisia palvelun tarjoajia on runsaasti ja kilpailu on kovaa. (Kontkanen 2011, 15.)

3.3 Teknologian kehitys

Suurimman muutoksen pankkitoimintaan ja -asiointiin on kuitenkin tehnyt viime vuosina teknologian kehitys. Tekninen kehitys on mahdollistanut tietojenkäsittelyyn sekä asiakkaan ja pankin väliseen kommunikaatioon liittyvien kustannusten vähentymisen. Tätä myötä toiminnan tehokkuus kasvaa. (Alhonsuo, Nisén, Nousiainen, Pellikka ja Sundberg 2012, 24.)

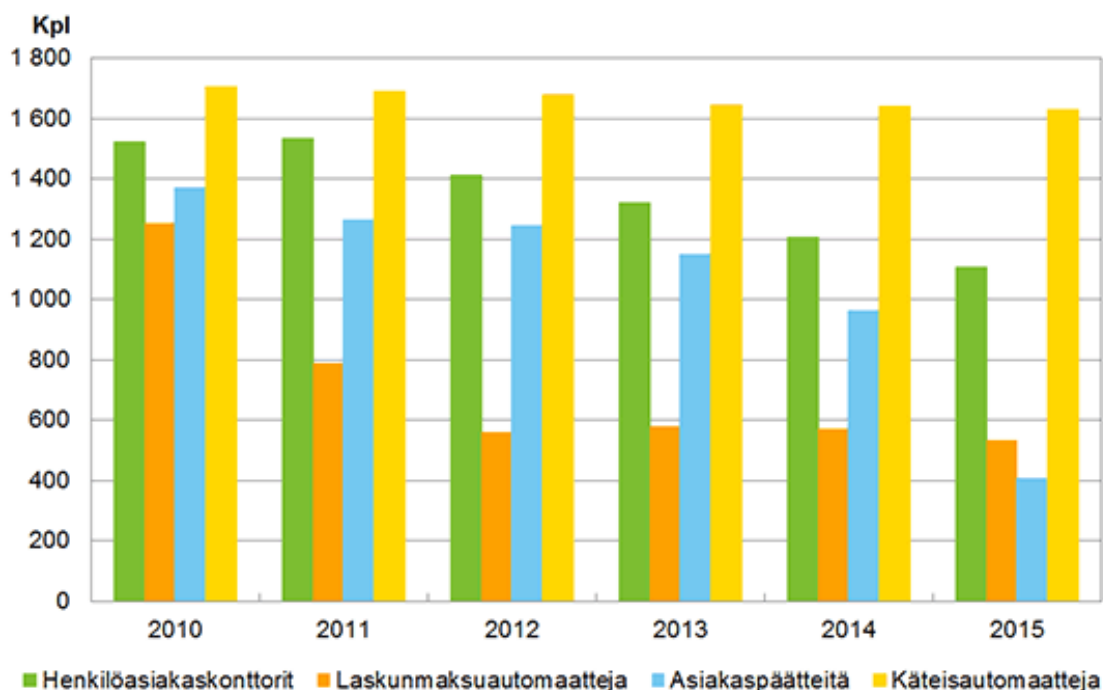
Korvaamaan ja täydentämään konttorissa asiointia on tullut verkkopankkipalvelut, jonka nopeana kehityksenä ja käytön kasvuna tekninen kehitys näkyy erityisesti. Myös Internetin välityksellä ja kortteilla maksetaan käteisen rahan sijasta yhä vain enemmän ostoksia ja palveluita. (Kontkanen 2011, 15.)

Suomessa pankkipalvelut ovat hyvin kattavasti ihmisten käytettävissä. Sähköinen pankkitoiminta ja sen kehittyminen on parantanut pankkipalvelujen saatavuutta, ja tämä näkyy myös pankkikonttorien toiminnassa. Itsepalvelun ja sähköisen asioinnin kasvun myötä konttoreissa keskitytään asiakkaiden vaativimpien pankkiasioden hoitoon. Vaikkakaan pankkipalvelut eivät ole enää niin sidoksissa konttoriin, on konttoreilla kuitenkin vielä keskeinen merkitys pankkipalvelujen jakelukanavana. (Kontkanen 2011, 71-72.)

Konttorien asiakaspalvelussa nykyään korostuukin juuri enemmän neuvonnallinen rooli (Kontkanen 2011, 15). Konttorien yksittäiset rutiinipalvelut, kuten esimerkiksi rahankäsittely konttoreissa, on automatisoitu. Tämä johtuu siitä, että osa finanssialan yhtiöistä on haluttomia sitomaan toimihenkilöiden aikaa niihin ja haluavat keskittyä enemmän henkilökohtaiseen ja kokonaisvaltaiseen palveluun, esimerkiksi asiantuntijapalveluihin. (Ylikoski ym. 2006, 18-19.)

Verkkopankin ja muiden verkkopalvelujen ja uusien asiointitapojen omaksuminen on saanut aikaan muutoksia pankkien konttoriverkostossa. Konttorissa asioidaan nykyään vain useimmiten silloin, kun tarvitaan neuvontapalveluja liittyen raha-asioiden hoitoon tai käydään lainaneuvotteluja. Supistuvaa konttoriverkostoa täydentävät rajattuja pankkipalveluja tarjoavat palvelupisteet ja finanssikonserneihin kuuluvien vakuutusyhtiöiden toimipaikat. (Finanssivalvonta c 2015.)

Henkilöasiakkaita palvelevia pankkikonttoreita on Finanssivalvonnan selvityksen mukaan 1 109 kappaletta. Viime vuosien aikana konttorien määrä on vähentynyt noin sadalla konttorilla vuodessa. Käteispalvelujen tarjoaminen on myös vähentynyt henkilöasiakaskonttoreissa. Noin 40 prosenttia henkilöasiakaskonttoreista tarjoavat käteispalveluja vain rajoitetusti tai eivät tarjoa ollenkaan. Alla olevassa kuvassa esitellään konttoriverkoston ja muiden pankkipalveluiden saatavuuden muutosta vuodesta 2010 vuoteen 2015 (KUVIO 2). (Finanssivalvonta d 2015.)



KUVIO 2. Konttoriverkosto ja pankkipalveluiden saatavuus (Finanssivalvonta d 2015.)

3.4 Asiakastarpeiden ja -käyttäytymisen muutos

Asiakkaiden tarpeet ovat muuttuneet pankkiasioinnissa. Asiakkaat toivovat saavansa palvelut ajasta ja paikasta riippumatta ja uusia palvelukanavia käytetään ja arvostetaan asiakkaiden keskuudessa entistä enemmän. Tähän muutokseen kytkeytyykin suuresti teknologian kehitys ja erityisesti asiak-

kaiden odotukset palvelun eri käyttöliittymien (esimerkiksi verkko, älypuhelin ja iPad) saatavuudesta ja käytettävyydestä jatkuvasti kasvavat. Asiakas pystyy kokoamaan sopivan palvelupaletin itselleen eri osista ja eri toimijoilta. Kaikilla finanssitoiminnan alueilla asiakaskäyttäytyminen muuttuu: maksamisessa, säästämässä ja sijoittamisessa, lainanotossa ja vakuuttamisessa. (Rajander-Juusti 2015, 24.)

Konttori on vielä kuitenkin monille finanssiyhtiöille palvelun ydin, mutta sen toiminnot ovat muuttuneet. Teknologian kehittyessä kaikki finanssiyhtiöt ovat kuitenkin turvautuneet palvelutuotannossaan teknologian apuun, mutta ovat myös säilyttäneet ennallaan henkilökohtaisen vuorovaikutuksen asiakastapaamisissa. Panostamalla henkilökohtaiseen palveluun ja vuorovaikutukseen pyritään saamaan asiakkaan pysyvä sitoutuminen pankkiin. Asiakkaita kehoitetaan varaamaan finanssiyhtiöiden asiaintuntijoilta aika saadakseen raha-asiansa ajan tasalle, ja tätä myötä saadakseen hyvin henkilökohtaista pankkipalvelua. (Ylikoski ym. 2006. 18–19.)

Palvelun voikin jakaa tulevaisuudessa selvästi kahteen eri kokonaisuuteen: henkilökohtaiseen, neuvovaan ja asiakkaalle räätälöityyn palveluun sekä teknologia-avusteiseen itsepalveluun. Asiakkaat kaikissa ikäryhmissä hoitavat jo mielellään pankkiasioitaan verkossa itsenäisesti, mutta asiakkaat myös tahtovat tarvittaessa henkilökohtaistakin palvelua, erityisesti monimutkaisissa ja isoissa asiointitilanteissa. Väestön kasvava ikääntyminen tuottaa tulevaisuudessa enemmän senioriasiakkaita, jotka haluavat itselleen henkilökohtaista palvelua ja apua pankkiasioiden hoidossa. (Rajander-Juusti 2015, 25.)

Finanssialan Keskusliiton, alan yritysten ja työntekijäliittojen yhteistyönä toteutetun ”Muuttuva työ finanssialalla”-kyselyn mukaan (T-Media Oy 2015) finanssialan henkilöstö on myös vahvasti sitä mieltä, että teknologia-avusteinen itsepalvelu lisääntyy. Henkilöstö näkee kuitenkin henkilökohtaisen palvelun merkityksen vahvana ja asiakkaiden haluavan entistä yksilöllisempää palvelua tulevaisuudessa. He arvioivat myös asiakkaiden haluavan palvelua laajempina aikoina eli iltoisin ja viikonloppuisin. Finanssialan asiakkaille asioinnin helppous ja vaivattomuus on tutkimuksen mukaan tärkeää. Suurin osa asiakkaista haluaa saada tarvittaessa henkilökohtaista palvelua, vaikka asiakkaat kaikissa ikäryhmissä hoitavatkin mielellään pankki- ja vakuutusasioitaan verkossa itsenäisesti.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

4.1 Asiakastyytyväisyyden käsite

Asiakastyytyväisyys kertoo asiakkaan odotusten ja kokemusten välisen suhteen. Jos asiakkaan odotukset palvelua kohtaan alittuvat, asiakas on tyytymätön. Jos taas kokemukset ovat vastanneet asiakkaan odotuksia, asiakkaan voi olettaa olevan tyytyväinen. (Mäntyneva 2001, 125.)

Hyvä palvelun laatu helposti tuottaa tyytyväisiä asiakkaita (Ylikoski 2000, 149). Yritystoiminnassa hyvä laatu onkin keskeinen asia. Laadun tarkastelun ohella tulisikin myös tarkastella asiakkaan tyytyväisyyttä. Hyvä laatu yhdistetäänkin usein asiakkaan tyytyväisyyteen, jonka vuoksi arkikielessä termejä laatu ja tyytyväisyys käytetään usein toistensa synonyymeinä. (Ylikoski ym. 2006, 55.)

Myös muut palvelukokemukseen liittyvät asiat voivat lisätä asiakkaan tyytyväisyyttä palveluun tai vähentää sitä. Tyytyväisyys on laatua laajempi käsite, jonka vuoksi palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. (Ylikoski 2000, 149.)

Asiakaskeskeinen organisaatio pyrkii asiakastyytyväisyyden avulla toteuttamaan tavoitteitaan, mihin organisaatio tarvitsee tarkkaa ja täsmällistä tietoa niistä asioista, jotka tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Tätä tietoa tulisikin hankkia suoraan asiakkaalta itseltään. Tyytyväisyysseuranta tehdään sekä toimialakohtaisilla tutkimuksilla että organisaatiokohtaisilla tutkimuksilla. Näiden avulla pystytään selvittämään tilanne kilpailijoihin verrattuna ja myös, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat oman organisaation toimintaan. Asiakastyytyväisyysseurannan tulisi olla jatkuvaa ja määrätietoista, jotta siitä olisi organisaatiolle hyötyä. Organisaation pitäisikin aina reagoida tyytyväisyysseurannasta saatuihin tuloksiin. Asiakastyytyväisyysseuranta tulisi aina seurata toimia, jotka perustuvat tehtyihin tutkimuksiin ja, joiden avulla parannetaan asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 149–150.)

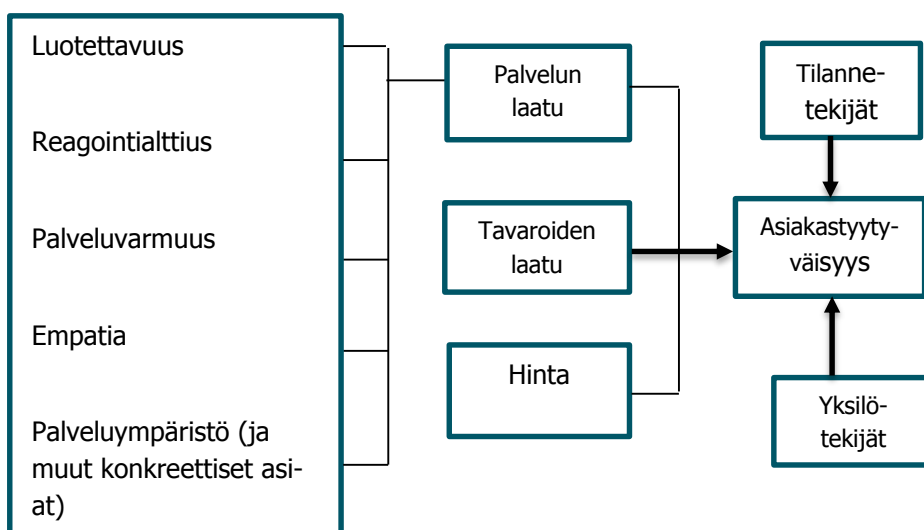
Asiakkaan tyytyväisyyttä palveluun voidaan tarkastella ja arvoida yksittäisen palvelutapahtuman tasolla, mutta myös kokonaistyytyväisyytenä. Asiakas voi olla tyytyväinen kokonaisuudessa organisaation toimintaan, mutta tyytymätön johonkin tiettyyn palvelutapahtumaan. Jokaisessa palvelutilanteessa tulisikin pyrkiä saamaan aikaan sekä asiakkaan tyytyväisyys että hyvä laatu. (Ylikoski 2000, 155.)

4.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Kun asiakas käyttää palveluja, hän haluaa tyydyttää jonkin tarpeen. Tyytyväisyyden kokemus asiakkaan mielessä liittyykin siihen, kuinka asiakas hyötyy palveluja ostaessaan tai käyttäessään. Tyytyväisyyttä tuottavat palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset. Nämä palvelun käytön seuraukset voivat olla toiminnallisia tai psykologisia. Esimerkiksi tyytyväisyyttä pankkiasiakkaalle voi tuottaa pankkikonttorin keskeinen sijainti. Keskeisen sijainnin toiminnallinen eli käytännön seuraus on palvelujen läheisyys ja niiden helposti saatavuus. (Ylikoski 2000, 151–152.)

Kun asiakkaan tyytyväisyyteen halutaan vaikuttaa, etsitään sellaisia palvelun ominaisuuksia, jotka tekevät asiakkaan tyytyväiseksi. Nämä voivat olla konkreettisia tai abstrakteja ominaisuuksia. Mainonnassa puolestaan kerrotaan asiakkaalle palvelun käytön toiminnallisista ja psykologisista seurauksista. Yleensä pyritään vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin, jotka juuri tuottavat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 152.)

Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttaa myös palveluun liittyvien tavaroiden laatu. Tyytyväisyyttä asiakkaassa voi saada aikaiseksi myös edullinen hinta. Organisaatio ei kuitenkaan pysty vaikuttamaan erilaisiin tilannetekijöihin. Jokainen asiakas on yksilö ja tyytyväisyyden muodostamiseen vaikuttaa asiakkaan omat yksilölliset ominaisuudet. Nämä seikat luovat haasteita asiakaspalveluun ja tyytyväisyyden luomiseen. Jopa maan kulttuuri saattaa vaikuttaa, millaiseen palveluun asiakas on tyytyväinen ja, mikä on tarpeellista ja suotavaa. (Ylikoski 2000, 153.) Asiakastyytyväisyyteen kokonaisuudessaan vaikuttavat siis hyvin monenlaiset tekijät. (KUVIO 3)



KUVIO 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Ylikoski 2000, 152.)

Asiakas arvioi palvelukokemustaan myös sen perusteella, mikä sen arvo tai hyöty hänelle on. Asiakas vertaa hänen omaa panostustaan (aikaa, kustannuksia ja vaivannäköä) siihen kaikkeen, mitä hän sai palvelun tuloksena. (Ylikoski ym. 2006, 55.)

Palveluja valittaessa asiakas miettii, mikä organisaatio tuottaa eniten hänelle arvoa. Tällöin olennaisesti toisiinsa liittyvät asiakkaan saama arvo, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Nämä kaikki vaikuttavat asiakkaan palvelukokemukseen. Palveluympäristö, vuorovaikutus ja siihen liittyvät tilanteet henkilökunnan kanssa, organisaation maine ja imago sekä palvelun hinta vaikuttavat myös suuresti palvelukokemukseen. Ne suoraan vaikuttavat laatuun, tuottavat asiakkaalle arvoa ja luovat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 153.)

Kokonaisvaltainen asiakastyytyväisyys syntyy siis siitä, että asiakkaan tarpeet ratkaistaan ja tyytyväisyysseurannasta huolehditaan. Asiakastyytyväisyys vaikuttaakin huomattavasti organisaation maineeseen, jonka parantaminen varsinkin on haastavaa. Asiakastyytyväisyyteen ja sen parantami-

seen tulisikin panostaa, koska hyvä asiakastyytyväisyys on avain asiakasuskollisuuteen. (Rubanovitsch ja Aalto 2012, 169.)

Organisaatiolle kaikkein ihannetilanne olisikin, että tyytyväinen ja uskollinen asiakas suosittelee yritystä ja heidän palvelujaan muille. Tyytyväinen asiakas markkinoi tällä tavoin yritystä sen puolesta, joka on tehoikkainta kuin yksikään kaupallinen markkinointikanava. (Rubanovitsch ja Aalto 2012, 169.)

4.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyden mittauksia ja niiden tuloksia pidetään yleisesti hyödyllisinä yrityksille toiminnan tarkkailun kannalta. Yritykset kilpailevat asiakkaita kilpailluilla markkinoilla ja juuri asiakastyytyväisyyden nähdään tekevän eroa kilpailijoihin. Asiakastyytyväisyydestä ja sen mittaamisesta on tullutkin oleellinen osa yritysten strategioita. (E-Conomic 2015.)

Ylikosken mukaan (2000, 155) jokaisella organisaatiolla onkin jonkinlainen käsitys siitä, ovatko asiakkaat tyytyväisiä heihin. Jotta saataisiin kuitenkin tarpeeksi kattavaa tietoa asiakkaiden mielipiteistä ja tyytyväisyydestä, tarvitaan asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä. Asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä koostuu suoran palautteen järjestelmästä ja tutkimuksista. Suoraa palautetta asiakailta saadaan pyytämällä palautetta omin sanoin kerrottuna, usein välittömästi palvelutilanteessa. Henkilöstö, joka on suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa, on tärkeä kanava saada palautetta asiakkailta. Suoran palautteen antamisen tulisi olla ensisijaisesti helppoa ja palautekanavia tulisi olla erityyppisiä kuten esimerkiksi palautekaavakkeet, sähköposti ym. (Ylikoski 2000, 155, 170-171.)

Suora palaute ja asiakastyytyväisyystutkimukset tukevat toisiaan, ja yhdistelemällä molemmista saatua tietoa saadaan monipuolinen kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Tämän vuoksi myös erilaisilla tutkimuksilla on keskeinen rooli asiakastyytyväisyyden seurannassa. Asiakastyytyväisyystutkimukset ja –mittaukset antavat tietoa palvelun laadusta, joka on yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Erilaisilla tutkimuksilla pyritään parantamaan asiakastyytyväisyyttä ja seurataan toimenpiteiden, joihin on päädytty, vaikutusta. Asiakastyytyväisyystutkimuksilla onkin neljä tavoitetta:

- Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen
- Senhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen
- Toimenpide-ehdotusten tuottaminen
- Asiakastyytyväisyyden ja sen kehityksen seuranta.

Toimivan seurantajärjestelmän luominen asiakastyytyväisyyden seurantaan varten edellyttää tarkkaa suunnittelua ja perusteellista pohjatytöä. (Ylikoski 2000, 158.)

4.4 Asiakastyytyväisyys finanssialalla

Finanssiyhtiöiden asiakkaat käyttävät monenlaisia palveluita. Eroavaisuuksia löytyy siinä, millaisia palveluita he tarvitsevat ja haluavat. Useimmat finanssiyhtiöt ovat tunnistanee sen, että samat palvelut eivät tyydytä kaikkien asiakkaiden tarpeita, kuten esimerkiksi yksityis- ja yritysasiakkaiden tarpeet eroavat toisistaan joissakin finanssipalveluissa. (Ylikoski ym. 2006, 20.)

Asiakkaiden tyytyväisyys finanssialalla pohjautuu itse finanssipalveluihin ja niiden käyttöön liittyviin sopimuksiin, palvelutilanteissa koettuun asiakaspalveluun sekä hyväksi koettuun asiakassuhteeseen. Tämän vuoksi olisikin hyvä tarkastella erikseen näitä kaikkia kolmea tyytyväisyyden osatekijää: finanssipalveluita, asiakaspalvelutilanteita ja asiakassuhteita. Asiakkaan tyytyväisyys näihin kolmeen tyytyväisyyden osatekijään voi syntyä palvelun aikana tai vasta myöhemmin. Esimerkiksi asiakkaan tyytyväisyys tai tyytymättömyys finanssiyhtiön asiakaspalveluun syntyy melkein poikkeuksetta palvelutilanteen aikana, ja taasen tyytyväisyys tai tyytymättömyys hankittuun lainaan myöhemmin, usein monen vuoden päästä. (Ylikoski ym. 2006, 55–56.)

Asiakaspalvelutilanteessa asiakas saattaa olla tyytyväinen asiakaspalvelijan toimintaan ja asiakassuhteeseensa, mutta jokin yksittäinen palvelutilanne ei ole miellyttänyt häntä. Asiakaspalvelutilanteessa asiakastyytyväisyys syntyykin asiakkaan tyytyväisyydestä finanssipalveluun, jota asiakas on käyttämässä tai hankkimassa, ja tyytyväisyydestä lisäpalveluihin ja asiakassuhteen tuomiin etuihin. Myös tyytyväisyys palveluympäristöön ja siihen, miten asiakkaasta pidetään huolta asiakaspalvelussa, vaikuttavat asiakaspalvelutilanteeseen ja sitä myötä myös asiakastyytyväisyyteen (KUVIO 4). (Ylikoski ym. 2006, 56.)



KUVIO 4. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät asiakaspalvelutilanteessa (Ylikoski ym. 2006, 56.)

Asiakkaalle on myös tärkeää finanssiyhtiön häntä kohtaan osoittama huolenpito. Se, että asiakas tuntee hänestä pidettävän huolta, on keskeistä, kun asiakas muodostaa kokonaiskuvan saamastaan palvelusta ja sen laadusta. Asiakaspalvelutilanteen ja erityisesti asiakkaan ja asiakaspalvelijan välisen vuorovaikutuksen laatu näkyy siinä, miten asiakkaasta on huolehdittu ja välitetty. (Ylikoski ym. 2006, 57.)

Teknologiaa käytetään apuna palvelujen kehittämisessä koko ajan enemmän finanssiyhtiöissä. Henkilökohtaista palvelua ja tapaamisia tarvitaan kuitenkin monissa finanssipalveluissa vieläkin, mutta myös parempaa ja uutta teknologiaa käyttämällä saadaan useasti laadultaan parempia palveluita. Asiakkaan palveleminen henkilökohtaisesti tai tekniikan avulla ei saisi vaikuttaa palvelun laatuun ja asiakkaan pitäisi pystyä tuntemaan olonsa turvalliseksi palvelua saadessaan tai käyttäessään. On tärkeää kehittää asiakkaan tarpeisiin ja tilanteeseen sopivat menettelytavat riippumatta siitä, kuinka asiakasta palvellaan. Tällöin asiakas tuntee, että häntä arvostetaan ja hänestä pidetään huolta. (Ylikoski ym. 2006, 57.)

5 SÄHKÖINEN NIMIKIRJOITUS HANDELSBANKENILLA

5.1 Asiakkaan tunnistaminen ja tunteminen

Pankeilla, vakuutusyhtiöillä, rahastoyhtiöillä, sijoituspalveluita tarjoavilla yrityksillä ja maksulaitoksilla on lakisääteisesti velvollisuus tunnistaa ja tuntea omat asiakkaansa. Finanssipalvelujen tarjoajien on näin varmistuttava asiakkaan oikeasta henkilöllisyydestä ja tunnettava myös asiakkaidensa taustaa ja nykyistä toimintaa laajasti. Lakeja, jotka velvoittavat asiakkaan tuntemiseen ovat luottolaitostoinnasta annettu laki, vakuutusyhtiölaki, laki sijoituspalveluyrityksistä, sijoitusrahastolaki, maksulaitoslaki, arvo-osuusjärjestelmästä annettu laki ja laki vaihtoehtorahastojen hoitajista. (Finanssivalvonta e 2015.)

Ennen asiakassuhteen aloittamista finanssipalvelujen tarjoajan on pääsääntöisesti tunnistettava asiakas. Jos henkilö ei anna riittäviä tietoja itsestään ja toiminnastaan, voi palveluntarjoaja kieltäytyä asiakassuhteen aloittamisesta. Asiakkaan oikeasta henkilöllisyydestä on varmistuttava ja varmennettava se asiakirjasta, joka on peräisin luotettavasta ja riippumattomasta lähteestä. Henkilö täytyy pystyä tunnistamaan ja henkilötiedot todentamaan täysin yksiselitteisesti asiakirjasta. (Finanssivalvonta e 2015.)

Palveluntarjoaja voi itse päättää, mitä asiakirjoja se hyväksyy henkilöllisyyden todentamiseen, perustuen omiin riskienhallintaperiaatteisiinsa. Kuitenkin yleisesti käytetyt henkilöllisyyden todentamisasiakirjat ovat suomalaisen viranomaisen myöntämiä ja niitä ovat:

- henkilökortti
- passi
- ajokortti
- diplomaattipassi
- muukalaispassi ja pakolaisen matkustusasiakirja sekä kuvallinen Kela-kortti
- ulkomaisen viranomaisen myöntämä passi
- matkustusasiakirjana hyväksyttävä henkilökortti.

Tiedot, jotka liittyvät asiakkaan tunnistamiseen ja tuntemiseen, on dokumentoitava. Dokumentointi voi tapahtua esimerkiksi ottamalla kopio asiakirjasta tai skannaamalla se sähköiseen arkistoon. Asiakkaiden henkilötietoja pitää myös päivittää säännöllisesti. Palveluntarjoajien toimintaa henkilötietojen käsittelyssä ohjaa lainsäädäntö, josta erityisesti rahanpesulaki ja henkilötietolaki (523/1999). Tietosuojavaltuutettu valvoo henkilötietolain noudattamista. (Finanssivalvonta e 2015.)

5.2 Sähköinen arkistointi

Sähköinen arkisto korvaa pankkien konttoreiden holvin käytön. Sähköinen arkisto on järjestelmä, jonne voidaan arkistoida asiakkaan sopimukset ja asiakirjat. Näitä ovat tuntemistietolomakkeet asiakkaan tunnistamista varten, korttihakemukset, verkkopankkisopimukset, päivittäisasioinnin tilisopi-

mukset ja säästämisen tilisopimukset. Sähköisellä nimikirjoituksella allekirjoitetut sopimukset liitteineen tallentuvat Sähköiseen arkistoon, mutta myös manuaalisesti allekirjoitetut sopimukset yhtälaila. Manuaalisesti allekirjoitetut sopimukset ovat saatavilla Sähköisessä arkistossa, mutta niissä ei ole vain näkyvissä allekirjoitusta. (Salo 2015-09-10 a.) Sopimuksia säilytetään Sähköisessä arkistossa sopimuksen päättymisen jälkeen vähintään 10 vuotta. (Salo 2015-09-11.)

Henkilöasiakas voi myös nähdä tili- ja verkkopankkisopimuksensa liitteineen omassa henkilökohtaisessa verkkopankkissaan allekirjoitettuaan ne (Salo 2015-09-10 a). Tällä tavoin asiakas voi perehtyä dokumentteihin verkkopankkissaan rauhassa ja tarvittaessa palata niihin helposti. Sähköinen arkistointi säästää pankkien toimihenkilöiden työaika ja konttoreiden arkistotilaa, koska tulostustarve ja fyysinen arkistointi vähenevät. (Oy Samlink AB 2012, 15.) Taulukossa 1 on esitetty, mitkä sopimukset menevät sähköiseen arkistoon ja, mitkä voidaan allekirjoittaa sähköisellä nimikirjoituksella. Taulukossa 1 tulee myös esille, mitkä sopimukset näkyvät asiakkaan henkilöverkkopankissa.

TAULUKKO 1. Mitkä kaikki sopimukset menevät sähköiseen arkistoon? (Salo 2015-09-11.)

Pääryhmä	Sisältö/alaryhmä	Arkisto	Allekirjoitus	Näkyvyy henkilöverkkopankissa
Asiakkuus	Tuntemistietolomakkeet	x	x	-
Asiakkuus	Henkilöllisyyden todentamisasiakirja	x skannattu	-	-
Palvelusopimukset	Verkkopankkisopimus	x	x	x
Kortit	Korttihakemukset	x	x	-
Päivittäisasiointi	Päivittäisasiointin tilit	x	x	x
Säästäminen	Säästämisen tilit	x	x	x
Lainaaminen	Luottihakemus	-	-	-

Sähköisellä arkistoinnilla onkin kiistattomia etuja paperiseen arkistointiin verrattuna. Tärkeimpiä etuja yrityksille, ja esimerkiksi juuri pankeille, ovat sähköisen arkistoinnin nopeus ja tehokkuus. Tehokkuus ja sen parantuminen synnyttävät usein kustannussäästöjä, joita on esimerkiksi työvoimatarpeen, postituksen ja arkistotilan kohdalla. (Lahti ja Salminen 2008, 27.)

Tavalliseen arkistointiin verrattuna sähköinen arkistointi on selvästi ympäristöystävällisempää. Ekologisuus ja luonnon säästäminen huomattavasti parantuvat yrityksen siirtyessä sähköiseen arkistointiin, koska sähköinen arkistointi vaikuttaa esimerkiksi paperinkulutuksen, kuljetusten sekä sähkönsä

lämmön kulutuksen vähenemiseen. Erityisesti tulostimien ja arkistointitilojen väheneminen näkyy sähkön ja lämmön kulutuksessa. (Lahti ja Salminen 2008, 29.)

Sähköinen arkistointi parantaa toiminnan laatua ja vähentää myös virheitten tekemistä. Virheet vähentyvät, kun järjestelmät tekevät suurimman osan työvaiheista, jotka manuaalisessa arkistoinnissa toimihenkilö olisi tehnyt. Tätä myötä myös mahdollisuudet inhimillisten virheiden tekoon pienentyvät, kun rutiininomaiset työvaiheet suorittaa järjestelmä. (Lahti ja Salminen 2008, 27–28.)

5.3 Sähköinen nimikirjoitus

Sähköinen nimikirjoitus tarkoittaa asianmukaisesta henkilöllisyysasiakirjasta tunnistetun asiakkaan allekirjoitusalueella tekemää allekirjoitusta. Asiakas voi allekirjoittaa sopimuksia käyttäen sähköistä nimikirjoitusta vain konttoreissa, joissa on allekirjoitusalue käytössä. Sähköinen nimikirjoitus on täysin verrattavissa perinteiseen eli manuaaliseen allekirjoitukseen, jossa sopimus tulostetaan paperille, allekirjoitetaan normaalisti ja arkistoidaan holviin. Sähköinen nimikirjoitus on myös oikeudellisesti yhtä pätevä kuin manuaalinen allekirjoitus. (Salo 2015-09-11.)

Sopimuksia voidaan edelleen allekirjoittaa pankkikonttoreilla sekä sähköisellä että manuaalisella nimikirjoituksella. Nykyään kuitenkin sähköinen nimikirjoitus on ensisijainen vaihtoehto pankeissa, mutta asiakkaan halutessa tai muissa poikkeustilanteissa, allekirjoituksen voi tehdä manuaalisesti. Asiakkaalle voidaan myös hänen halutessaan tulostaa Vahvistus allekirjoituksesta-tosite pankin näin ohjeistaessa, jos asiakas haluaa varmistuksen allekirjoituksesta sähköistä nimikirjoitusta käytettyään. Tositteessa näkyvät tiedot itse allekirjoitustapahtumasta ja sekä sähköisellä nimikirjoitusalueella tehty allekirjoitus. (Salo 2015-09-11.) Asiakas pystyy tositteen sisältämien asiakirjatiivistöiden avulla tarkistamaan, vastaako verkkopankin kautta ladattu asiakirja konttorilla allekirjoitettua asiakirjaa (Salo 2015-09-10 b).

Jos sopimuksella on monta osapuolta, olisi suositeltavaa, että sopimusosapuolet allekirjoittaisivat sopimuksen samalla tavalla. Tällöin kaikki allekirjoitustiedot löytyvät samasta paikasta eli joko sähköisestä arkistosta sähköisenä versiona tai holvista paperilla. Näin säästetään pankin toimihenkilöiden työaikaa ja vältetään turhilta sekaannuksilta. (Salo 2015-09-11).

Sähköisellä nimikirjoituksella pystyy allekirjoittamaan useita sopimuksia yhdellä nimikirjoituksella. Kaikkiin allekirjoitettuihin ja arkistoitaviin sopimuksiin allekirjoitus liitetään erikseen, vaikka allekirjoitettaisiin vain yhdellä nimikirjoituksella. Pankin toimihenkilön tulee käydä läpi jokaisen tuotteen tai palvelun pääominaisuudet ja ehtojen olennaiset kohdat asiakkaan kanssa, jotta asiakas tietää, mitkä sopimukset yhdellä nimikirjoituksellaan hän hyväksyy. Tällä tavoin yhdellä nimikirjoituksella usean sopimuksen hyväksyminen kerralla on myös oikeudellisesti pätevä. (Salo 2015-09-11).

5.4 Sähköisen nimikirjoituksen vaiheet

Kun asiakas saapuu konttorille allekirjoittamaan asiakirjoja/sopimuksia, pankin toimihenkilö todentaa asiakkaan henkilöllisyyden hyväksyttävästä henkilöllisyystodistuksesta ja kirjaa todentamistiedot järjestelmään. Asiakkaan tunnistamisen jälkeen toimihenkilö esittelee tuotteet tai palvelut, jotka ovat myynnin kohteena. Järjestelmä luo sopimusasiakirjat, jotka ovat järjestelmään luoduista tuotteista tai palveluista, esimerkiksi tilijärjestelmään tehty tili. Tässä vaiheessa järjestelmä vie asiakirjat sähköisessä arkistossa niin sanottuun allekirjoituskoriin odottamaan asiakkaan hyväksyntää ja allekirjoitusta. Kyseisessä allekirjoituskorissa voi olla odottamassa allekirjoitusta useita sopimuksia, joissa voi olla myös useita allekirjoittajia. (Salo 2015-09-10 b.) Kuvassa 1 näkyy, kuinka allekirjoituskorissa voi olla monta erilaista sopimusta odottamassa allekirjoitusta (KUVA 1).

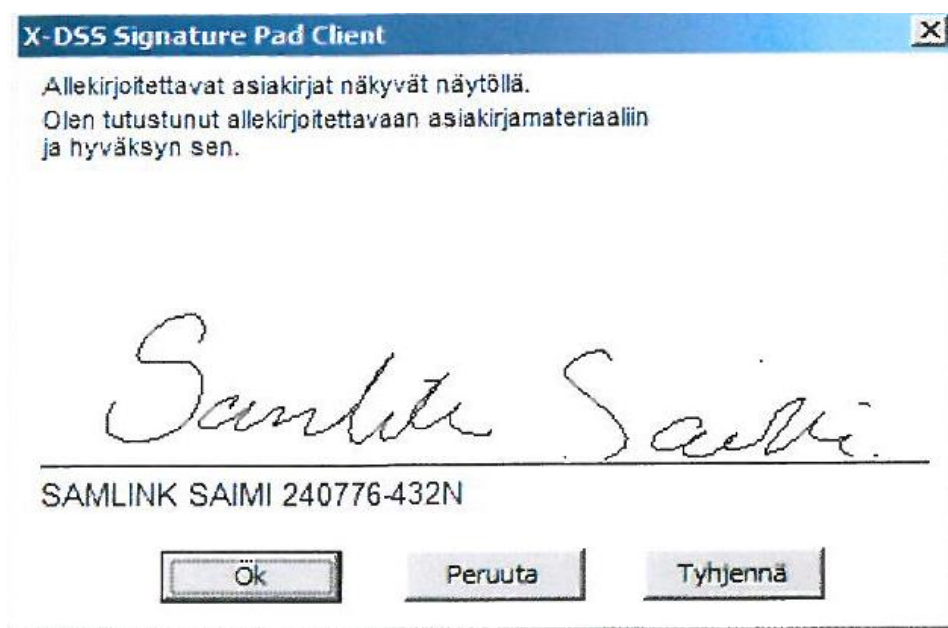


KUVA 1. Asiakirjat allekirjoituskorissa odottamassa allekirjoitusta (Salo 2015-09-10 a.)

Asiakkaan ollessa valmis allekirjoittamaan sopimuspaperit, pankin toimihenkilö käynnistää allekirjoitussovelluksen. Ennen allekirjoitusta toimihenkilö esittelee ja näyttää päätteeltään asiakkaalle PDF-muodossa kaikki sopimukset ja niiden liitteet, jotka asiakas allekirjoittaa yhdellä nimikirjoituksella. Toimihenkilö valitsee ruksaamalla järjestelmässä ne asiakirjat, jotka asiakas haluaa sillä kertaa allekirjoittaa. Asiakirjojen valinnan jälkeen toimihenkilö vielä tarkistaa ja täydentää tarvittaessa asiakkaan henkilöllisyyden todentamistiedot, määrittää allekirjoittajan, allekirjoituspaikan ja valitun allekirjoitustavan eli joko manuaalisen tai sähköisen nimikirjoituksen. (Salo 2015-09-10 a; Salo 2015-09-10 b.)

Jos asiakas haluaa allekirjoittaa sopimuksen manuaalisesti, sopimusasiakirjat tulostetaan kahtena kappaleena. Tämän jälkeen pyydetään asiakkaalta allekirjoitukset paperisiin sopimuksiin ja arkistoidaan pankille jäävä kopio sopimuksesta holviin. Toimihenkilön tulee myös kuitata järjestelmästä päätteeltään sopimukset allekirjoitetuiksi manuaalisesti, jotta manuaalisestikin allekirjoitettu sopimus arkistoituu myös Sähköiseen arkistoon ja näkyy asiakkaan verkkopankissa. (Salo 2015-09-10 a; Salo 2015-09-10 b.)

Jos asiakas valitsee allekirjoitustavaksi sähköisen nimikirjoituksen, toimihenkilö täyttää vielä asiakkaan tunnistamistiedot (henkilöllisyyden todentamisasiakirja ja sen tiedot), jos ne puuttuvat järjestelmästä. Tämän jälkeen voidaan valita allekirjoitustavaksi sähköinen nimikirjoitus. Järjestelmä lähettää USB-yhteydessä olevalle sähköiselle allekirjoituslustalle tiedon sähköisestä nimikirjoituksesta selaimessa toimivalla allekirjoitussovelluksella ja allekirjoituslustalle tulostuu allekirjoituskehotus. Allekirjoituslustalle tulee asiakkaan nähtäväksi sama teksti, joka näkyy myös pankin toimihenkilön päätteen ruudulla. Tekstin ilmestyessä alustalle, asiakas kirjoittaa sille allekirjoituksensa ja painaa Ok, joka kuittaa asiakirjat allekirjoitetuiksi (KUVA 2). (Salo 2015-09-10 a; Salo 2015-09-10 b.)



KUVA 2. Allekirjoitus sähköiselle allekirjoituslustalle (Salo 2015-09-10 a.)

Allekirjoitus tallentuu ja arkistoituu Sähköiseen arkistoon sekä näkyy asiakkaan henkilökohtaisessa verkkopankissa. Allekirjoitettavia sopimuksia ollessa useita, jokaiseen sopimukseen tallentuu identtinen kopio asiakkaan alustalle tekemästä allekirjoituksesta. Sopimuksen mahdollisten muitten osapuolien ollessa paikalla, he voivat myös allekirjoittaa sopimuksen joko sähköisesti tai manuaalisella allekirjoituksella. Toimihenkilö voi kuitata sopimuksen allekirjoitetuksi vasta silloin, kun kaikilta sopimuksen osapuolilta on tarvittavat allekirjoitukset saatu. Jos allekirjoituksia ei ole saatu kaikilta osapuolilta, sopimus pysyy asiakkaiden allekirjoituskoreissa siihen asti, kunnes allekirjoitukset on kaikilta saatu. Tällöin sopimukset vasta astuvat voimaan. (Salo 2015-09-10 b.) Alla olevassa kuvassa allekirjoitus on tehty sähköisellä nimikirjoituksella, ja pankin toimihenkilö hyväksyy sopimukset allekirjoitetuiksi. (KUVA 3)

Allekirjoitukseksi merkitseminen

Asiakirja ja mahdolliset liitteet
seka allekirjoittajat:

[Korttihakemus - Visa Electron SL-BCA-41-240776-432N-070-20121013094937](#)

▼ [Liitteet](#)

240776-432N SAMLINK SAIMI

Asiakirja ja mahdolliset liitteet
seka allekirjoittajat:

[Tilisopimus FI5945370010000630](#)

▼ [Liitteet](#)

240776-432N SAMLINK SAIMI

Allekirjoittaja:

SAMLINK SAIMI, 240776-432N

Tässä luetteluihin sopimuksiin ja niihin kuuluiin yleisiin ehtoihin ja liitteisiin on liitetty sähköinen nimikirjoitus. Sopimukset ja yleiset ehdot ovat nähtävissä ja tulostettavissa verkkopankissa, ellei toisin ole sovittu. Erikseen pyydetäessä sopimukset ja yleiset ehdot ovat saatavissa pankista myös kirjallisina.

Henkilöllisyyden
todentamisasiakirja, myöntöpäivä
ja numero:

Passi, 07.10.2012, 123456

Paikka ja aika:

ESPOO, 10.10.2012

Sami Salmi

Keskeytä

Tulosta vahvistus allekirjoituksesta

Hyväksy allekirjoitus

KUVA 3. Allekirjoituksen hyväksyminen (Salo 2015-09-10 a.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSMENETELMÄ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä koskien sähköistä nimikirjoitusta. Koska sähköinen nimikirjoitus on ollut käytössä Kuopion Handelsbankenin konttorissa vuodesta 2013 lähtien, asiakkaille tämä toimintatapa on jo tuttu. Tämän myötä asiakkaille on jo muodostunut mielipide sähköiseen nimikirjoitukseen.

Tutkimuksen toteutus perustuu omaan mielenkiintooni tutkimusongelmaa kohtaan, joka tuli esille suorittaessani harjoitteluani Handelsbankenin Kuopion konttorilla syksyllä 2014. Tutkimuksen toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimuksen tuloksia sähköisen nimikirjoituksen ja sen käytäntöjen kehittämiseen.

6.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma on aihepiiristä johdettu pääongelma, johon pyritään tutkimuksella hakemaan vastauksia (Vilkka, 2005, 184). Tutkimusongelman asettamisessa ja tavoitteiden määrittämisessä selvästi tarkennetaan, mitä tullaan tekemään. Tärkeää onkin tutkimuksen onnistumiseksi ongelman yksityiskohtainen hahmottaminen ja tavoitteiden selkeä asettaminen. Jos tämä vaihe suoritetaan huolimattomasti, tietojen hankkiminen on sattumanvaraista. Tällöin tutkimuksen lopputulos riippuu siitä, mitä tietoja on satuttu saamaan. (Nummenmaa, Holopainen ja Pulkkinen 2014, 14.)

Tutkimusongelman tarpeeksi tiukka rajaaminen on myös tärkeää. Ongelma tulisi rajata niin, että se on ratkaistavissa, sillä tutkimusongelma ohjaa koko tutkimusprosessia. Työn onnistumisen kannalta tutkimusongelman ja sitä kautta tutkimuskysymysten määrittämiseen tulisi käyttää tarpeeksi aikaa heti prosessin alussa. Mikäli tutkimusongelma määritetään väärin, tutkimuskysymyksiinkin saadaan vääriä vastauksia. Edes menetelmät ja kerätty aineisto eivät muuta tutkimustulosta oikeaksi. (Kananen 2015, 42 ja 45.)

Tutkimukseni tavoitteena ja tutkimusongelmana oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan Kuopion Handelsbankenin konttorilla. Tavoitteena oli myös saada vastauksia tutkimuskysymyksiin, jotka ovat:

- *Ovatko Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat tyytyväisiä sähköiseen nimikirjoitukseen?*
- *Ovatko asiakkaat tyytyväisiä sähköisen allekirjoituslustan toimintaan?*
- *Mitä mieltä asiakkaat ovat allekirjoituksen kehityksestä sähköiseen nimikirjoitukseen manuaalisesta allekirjoituksesta?*

6.2 Tutkimusmenetelmä

Empiiriset eli havainnoivat tutkimukset voidaan jaotella kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen tai kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen. Tutkimusmenetelmän valinta riippuu tutkimuksen tarkoituksesta ja tutkimusongelmasta. (Heikkilä 2014, 14.) Tämä tulee esille havainnoituna alla olevassa kuviossa 5. Opinnäytetyöni tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, koska tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan.



KUVIO 5. Tutkimusongelma, menetelmä ja ratkaisu (Kananen 2015, 64.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään kysymyksiä, jotka liittyvät prosenttiosuuksiin ja lukumääriin. (Heikkilä 2014, 15.) Tutkimuksen avulla pyritään tuottamaan vastauksia kysymyksiin "mikä?", "missä?", "kuinka usein?" ja "kuinka paljon?" (Holopainen & Pulkkinen 2008, 21).

Koska tilastollinen tutkimus perustuu lukumääriin, se edellyttääkin riittävän suurta ja edustavaa otosta. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tutkimuksen tuloksia voidaan havainnoillistaa erilaisten graafisten taulukoiden ja kuvioiden kautta. Kvantitatiivisesta tutkimuksesta saatuja tuloksia pyritään yleistämään laajempaan joukkoon kuin itse tutkimuksen otos on ollut. Tutkimuksen avulla pyritään kartoittamaan olemassa oleva tilanne ja löytämään eri asioiden välisiä riippuvuuksia ja ilmiössä tapahtuneita muutoksia. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillisimpiä aineistonkeruumenetelmiä ovat lomake- ja internetkyselyt, mutta myös strukturoidut haastattelut, kokeelliset tutkimukset ja systemaattinen havainnointi. Aineistoa voi myös hankkia erilaisista muiden keräämistä tilastoista, tietokannoista ja rekistereistä. Valtion ylläpitämä Tilastokeskus on Suomen tärkein tilastojen tuottaja. Jokaisessa aineistonkeruumenetelmässä on hyvät, mutta myös huonot puolensa. Menetelmää valittaessa tulisikin ottaa huomioon tutkittavan asian luonne, tutkimuksen tavoite, budjetti ja aikataulu. (Heikkilä 2014, 13, 16–17.)

Tutkimuksessani aineistonkeruumenetelmänä käytin paperista kyselylomaketta. Kyselylomakkeet sijoitettiin Kuopion Handelsbankenin henkilöstön työpisteille, joissa henkilöstö tarjoaisi asiakkaille kyselylomaketta vastattavaksi. Suunnitelmallisia kysely- tai haastattelututkimuksia kutsutaan myös survey-tutkimuksiksi, joissa aineisto kerätään tutkimuslomaketta käyttäen. Survey-tutkimusta käytetään yleensä tutkittavia ollessa paljon, sillä se on taloudellinen ja tehokas tapa kerätä aineistoa. (Heikkilä 2014, 17.) Survey-tutkimuksessa kysely on standardoitu eli vakioitu. Vakioitu kysely tarkoittaa sitä,

että kyselyn asiasisältö on täysin samanlainen kaikilla kyselyyn vastanneilla eli kyselyn vastausvaihtoehdot ovat valmiina. (Vilkkä 2005, 73.)

6.3 Tutkimusaineiston kerääminen

Tutkimuksen tarkoituksena on aina pyrkiä saamaan selville jonkin perusjoukon eli populaation ominaisuuksia. Ensimmäiseksi ennen aineiston keräämistä tulee päättää, tehdäänkö tutkimus kokonaistutkimuksena vai otantatutkimuksena. Kokonaistutkimuksessa kaikki perusjoukon otantayksiköt otetaan tarkasteltavaksi. Kokonaistutkimus on kuitenkin usein mahdoton toteuttaa, koska kokonaiset perusjoukot ovat liian suuria tutkittavaksi. Tällöin voidaan suorittaa otantatutkimus. Otantatutkimuksessa tarkastellaan vain osaa perusjoukosta, joka oikein valittuna edustaa koko perusjoukkoa. Tällaista osajoukkoa tutkimalla selvitetään parhaimmillaan koko perusjoukon vastaavat ominaisuudet. (Nummenmaa ym. 2014, 26.)

Osajoukkoa voidaan kutsua myös otokseksi. Jotta osajoukkoa voitaisiin kutsua otokseksi, perusjoukon jokaisella otantayksiköllä tulisi olla yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi otokseen. Ellei tämä ehto toteudu, sanotaan osajoukkoa näytteeksi. (Nummenmaa ym. 2014, 26.) Aina ei ole käytössä rekisteriä tai muita tiedostoja, jotka kuvaisivat perusjoukkoa ja joista poiminta pystyttäisiin tekemään. Tällöin täytyy turvautua enemmän tai vähemmän harkinnanvaraisesti suoritettavaan tutkittavien valintaan. (Heikkilä 2014, 38–39.)

Tutkimukseni perusjoukko on Kuopion Handelsbankenin asiakkaat, jotka ovat käyttäneet sähköistä nimikirjoitusta allekirjoitustapana konttorilla. Perusjoukosta ei kuitenkaan ole sitä kuvaavaa rekisteriä, josta poiminta pystyttäisiin tekemään. Tämän vuoksi päädyinkin tutkimusaineiston keräämisessä siihen, että kyselylomakkeet sijoitettiin konttorille henkilöstön työpisteille. Konttorilla asioidessaan asiakkaat voivat halutessaan vastata lyhyeen kyselyyn, jos ovat käyttäneet sähköistä nimikirjoitusta. Vastauksia kerättiin 5.-30.10.2015 välisenä aikana eli neljän viikon ajan. Aluksi vastauksia piti kerätä kahden viikon ajan, mutta vastausaikaa jouduttiin pidentämään vähäisen vastausmäärän vuoksi. Vastauksia saatiin lopulta kerätyksi 27 kappaletta.

Kyseessä on tällöin harkinnanvarainen otanta otantamenetelmänä. Harkinnanvaraisessa otannassa tutkimusyksiköt pyritään poimimaan niin, että tutkittavat edustavat perusjoukkoa tarpeeksi kattavasti ja mahdollisimman hyvin tiettyjen ominaisuuksien, kuten esimerkiksi iän ja sukupuolen, suhteen. (Heikkilä 2014, 39.) Koska otannan perusedellytys ei toteudu, tuloksena on näyte, ei otos. Näytteeseen otetaan sellaisia tutkimusyksiköitä, jotka sattuvat olemaan saatavilla. Sitä luotettavampiin ja parempiin tutkimustuloksiin päästään, mitä paremmin tutkimuksen perusjoukko ja aihealue tunnetaan. Aineiston keruun edullisuus, nopeus ja joustavuus ovat harkinnanvaraisen otannan etuja. Harkinnanvaraisen otannan haitta taas on, ettei otanta vastaa täysin edustavasti koko perusjoukkoa. (Nummenmaa ym. 2014, 33.)

Harkinnanvaraisen otannan otantamenetelmänä valitsin, koska rekisteriä perusjoukosta ei ollut saatavilla ja ollessani Handelsbankenin Kuopion konttorilla harjoittelussa, huomasin, että konttorilla käy

päivittäin asioimassa asiakkaita paljon eri ikäryhmistä. Koska sähköistä nimikirjoitusta käytetään vain konttorilla asioidessa, mielestäni tutkimusaineiston kerääminenkin tuli tapahtua konttorilla. Tähän päädyimme myös toimeksiantajan kanssa aineiston keruumenetelmää pohdittuamme. Kyselylomakkeet laitettiin esille henkilöstön työpisteille, jolloin asiakkailla oli mahdollisuus halutessaan osallistua tutkimukseen vastaamalla kyselyyn.

6.4 Kyselylomakkeen laatiminen

Ennen kuin kyselylomakkeen suunnittelu aloitetaan, tulisi olla tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma selvinä kyselyn laatijalle. Lomakkeen suunnittelu edellyttää tutkimusongelman täsmentämistä, kirjallisuuteen tutustumista, käsitteiden määrittelyä ja tutkimusasetelman valintaa. Ennen lomakkeen suunnittelua tulisi olla myös tiedossa, mitä tietojenkäsittelyohjelmaa tullaan käyttämään, miten tiedot syötetään ja kuinka kyselyn tulokset tullaan raportoimaan. Lomakkeen kysymykset ja niiden vastausvaihtoehdot tulee suunnitella huolellisesti. Jo suunnitteluvaiheessa tulisi olla selvää, kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkoja tietoja on mahdollisuus saada. (Heikkilä 2014, 45.) Jokaisen kysymyksen tulisi olla tarpeellinen tutkimuskysymyksen ja –ongelman ratkaisemisen kannalta. Jos kysymyksellä ei ole suoraa yhteyttä itse tutkimusongelmaan, se tulee jättää pois. (Kananen 2015, 229.)

Heikkilän (2014, 46–47) mukaan kyselyyn vastaaja päättää vastaamisestaan esimerkiksi lomakkeen ulkonäön perusteella. Hyvä lomake on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen. Tutkimuksen onnistumisen kannalta tärkeintä ovat kuitenkin hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä.

Tämän opinnäytetyön kyselytutkimus toteutettiin strukturoidulla kyselylomakkeella. Koska kysely tehtiin heti asiakaspalvelutilanteessa tai heti sen jälkeen, oli tärkeää pitää lomake lyhyenä ja kysymykset nopeana vastata. Suunnittelin lomakkeen kysymykset kuitenkin peilaten niitä tutkimusongelmaan. Kaikki lomakkeen kysymykset ovat suljettuja kysymyksiä eli strukturoituja kysymyksiä. Strukturoiduissa kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista kyselyyn vastaaja valitsee sopivan tai sopivat ympyröimällä tai rastittamalla. Kyselytutkimuksessa suljettujen kysymysten käyttäminen hyviä puolia ovat niiden käsittelyn yksinkertaisuus, koska vastaukset ovat yhdenmukaisia. Niihin vastaaminen on myös nopeaa. Suljettujen kysymysten haittoina voi pitää, että vastaukset voidaan antaa harkitsematta niitä tarpeeksi ja ”en osaa sanoa”-vaihtoehdon valitseminen houkuttelee vastaajaa. Myös kyselyn johdattelevat vaihtoehdot ja niiden esittämisjärjestys ovat haitaksi varsinkin tutkimuksen luotettavuuden kannalta. (Heikkilä 2014, 49.)

Kyselylomakkeessani alussa kysytään taustatietoina vastaajan sukupuoli ja ikäluokkaa. Itse kysymyksiä, jotka käsittelevät asiakkaan tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan, on lomakkeessani kymmenen kappaletta. Kaikki kysymykset ovat strukturoitujen eli suljettujen kysymysten muodossa esitettyjä väittämiä, joihin kantaa otetaan asteikkotyyppisin vastausvaihtoehdoin. Vastausvaihtoehtojen asteikkona käytettiin niin sanottua Likertin asteikkoa. Likertin asteikkoa käytetään mielipideväittämissä ja siinä on tavallisesti 4- tai 5-portainen asteikko. Asteikon toisena ääripäänä on *täysin eri mieltä* ja toisena ääripäänä *täysin samaa mieltä* väittämän kanssa. Kyselyyn vastaaja valitsee as-

teikolta sen vaihtoehdon, joka vastaa hänen omaa mielipidettään ja käsitystään väittämästä parhaiten. (Heikkilä 2014, 51.)

Kysymykset etenevät lomakkeessa loogisesti niin, että alussa kysytään mielipiteitä allekirjoituksen ja sen käytäntöjen muutoksesta, jonka jälkeen on kysymyksiä teknisistä toiminnoista. Lopuksi kysytään tyytyväisyydestä sähköiseen nimikirjoitukseen yleisemmin ja kokonaisuudessaan.

Ennen kysymyksiä kyselylomakkeessani on saatesanat, jotka korvaavat lomakkeessani saatekirjeen. Saatekirjeen tai saatesanojen tehtävä on saada motivoitua vastaajaa täyttämään kyselylomake ja selvittää tutkimuksen taustaa ja vastaamista. Saatekirjeellä voi olla suurikin merkitys lomakkeen täyttämisen kannalta. Saateosiossa tulisi ilmoittaa muun muassa tutkimuksen toteuttaja ja rahoittajat, tutkimuksen tavoite, tutkimustietojen käyttötapa ja tieto vastausten ehdottomasta luottamuksellisuudesta. (Heikkilä 2014, 59.) Kyselylomake löytyy kokonaisuudessaan työni liitteistä. (LIITE 1)

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

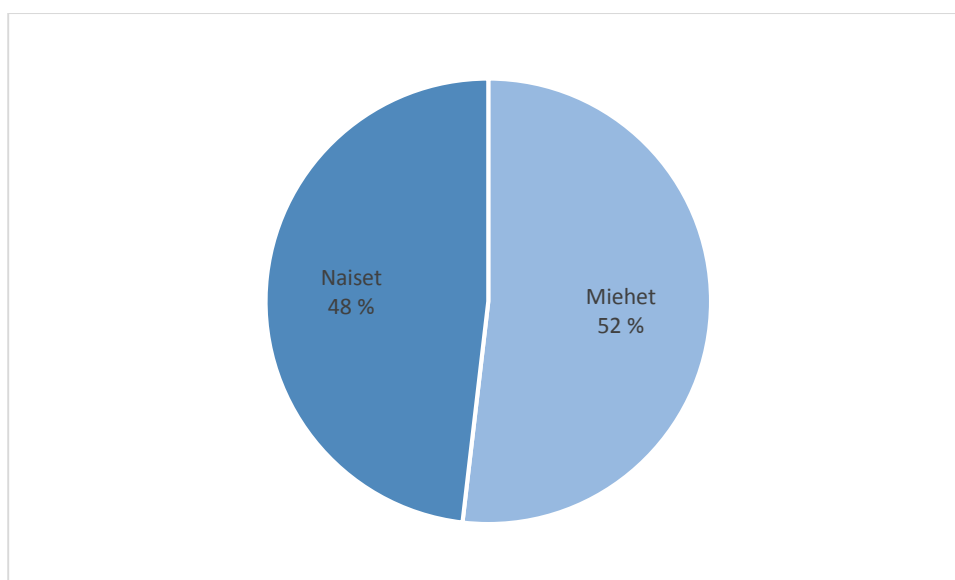
Tässä osiossa käydään läpi asiakastyytyväisyyskyselystä saatuja tuloksia. Vastaukset on analysoitu syöttämällä ne Excel-taulukkolaskentaohjelmaan ja esitelty erilaisia graafisia kuvaajia apuna käyttäen. Vastaukset analysoitiin käyttämällä yksinkertaisia frekvenssitaulukkoja eli laskemalla tietyn muutujan esiintymiskertojen lukumäärä aineistossa (Nummenmaa ym. 2014, 39). Kuvaajissa frekvenssit on esitetty prosenttiosuuksina.

Vastauksia kerättiin 5.-30.10.2015 välisenä aikana. Kyselylomakkeita tulostettiin ennen vastausten keräämisajan aloittamista 60 kappaletta, jonka verran myös odotettiin vastauksia saatavan. Vastauksia kuitenkin lopulta palautettiin vain 27 kappaletta.

Ensimmäiseksi tässä osiossa esitellään kyselyyn vastanneiden taustatiedot eli ikä- ja sukupuolijakauma. Tämän jälkeen tarkastellaan kyselystä saatuja tuloksia itse asiakastyytyväisyydestä. Kyselyyn vastattiin asteikolla 1-5 (1= erittäin tyytymätön, 2= melko tyytymätön, 3= en tyytymätön enkä tyytyväinen, 4=melko tyytyväinen, 5=erittäin tyytyväinen). Tutkimustulokset esitellään kyselylomakkeen mukaisessa järjestyksessä.

7.1 Taustatiedot

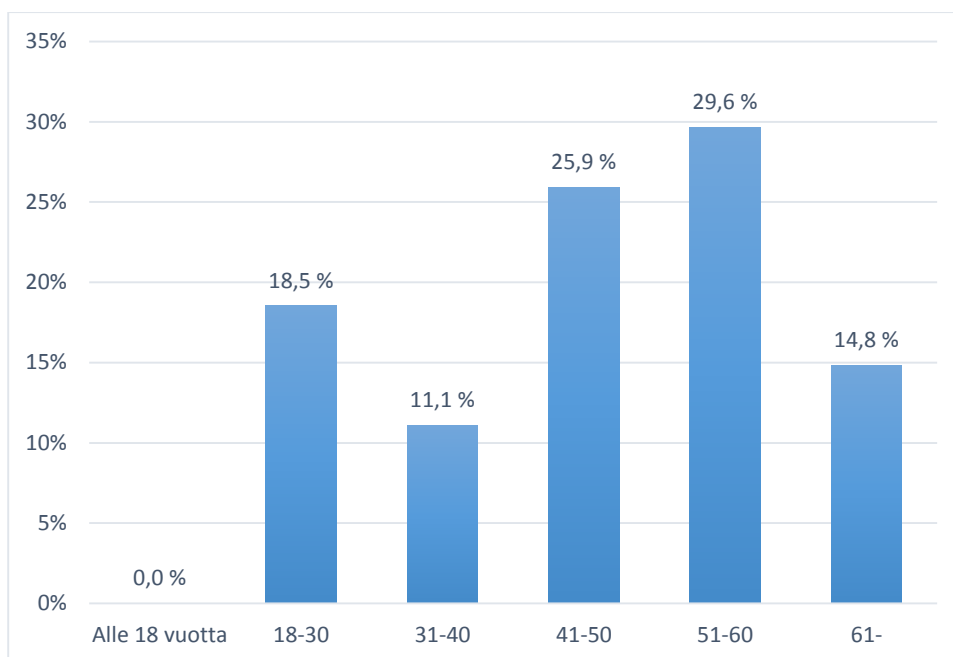
Kyselyyn vastanneista oli 14 kappaletta eli 52 % miehiä ja naisia 13 kappaletta eli 48 % (KUVIO 6). Vastaustulokset ovat siis sukupuolen puolesta hyvin tasaiset. Kaikki kyselyyn vastanneista ilmoittivat sukupuolensa.



KUVIO 6. Vastaajien sukupuolijakauma. (n=27)

Kuviossa 7 esitellään kyselyyn vastanneiden ikäjakauma. Ikäryhmät oli jaettu kuuteen kategoriaan, joista asiakas valitsi sopivan. Ikäryhmät olivat alle 18-vuotiaat, 18–30, 31–40, 41–50, 51–60 ja yli 61 vuotiaat. Suurin osa vastaajista oli yli 41 vuotiaita eli yhteensä 70,3 % vastaajista. Vastanneissa ei

ollut yhtään alle 18-vuotiasta. Nuoria aikuisia eli 18–30-vuotiaita oli 18,5 %. Hieman nuoremman asiakaskunnan mielipiteitä saatiin siis tutkimukseen mukaan. Kaikki vastanneet ilmoittivat ikänsä.



KUVIO 7. Vastaajien ikäjakauma. (n=27)

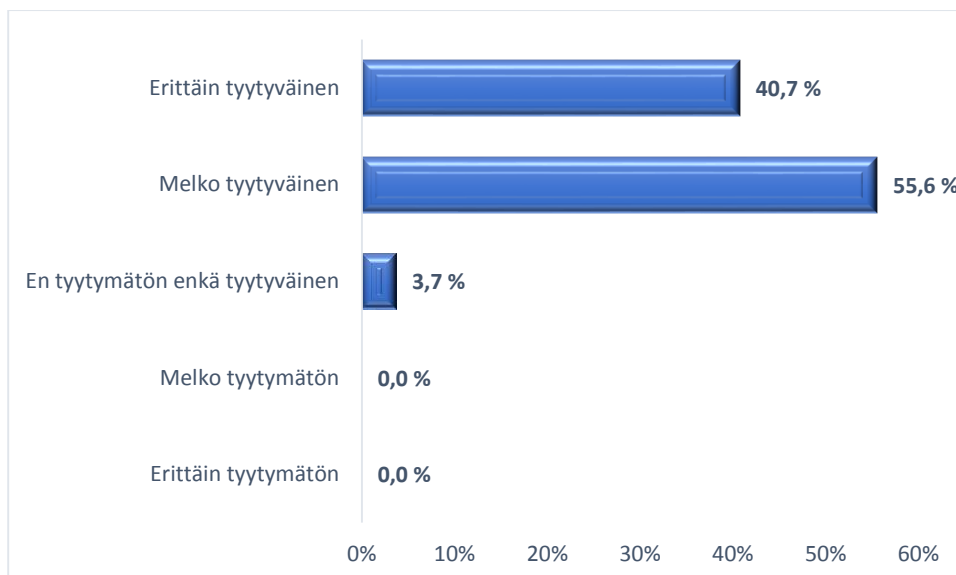
Taustatiedot eli sukupuoli- ja ikäjakauma on esitetty alla olevassa taulukossa ristiintaulukoinnin avulla. Kuten taulukosta pystytään huomaamaan, vastaajat ovat jakautuneet tasaisesti sukupuolen puolesta jokaiseen ikäryhmään. (TAULUKKO 2).

TAULUKKO 2. Vastaajien sukupuoli- ja ikäjakauma

Sukupuoli	Alle 18 vuotta	18-30	31-40	41-50	51-60	61-	Yhteensä
Mies	0	3	2	3	4	2	14
Nainen	0	2	1	4	4	2	13
Yhteensä	0	5	3	7	8	4	27

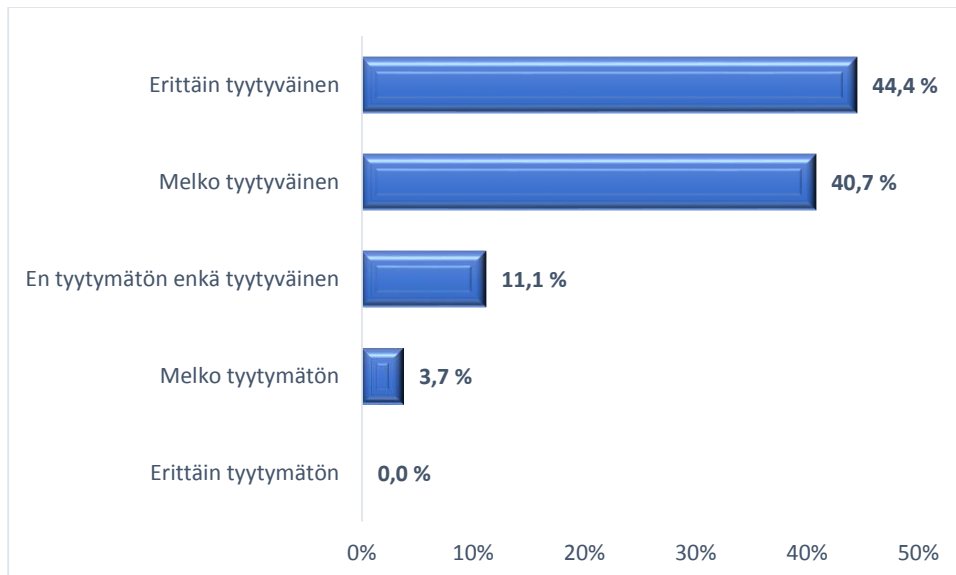
7.2 Kysymykset asiakastyytyväisyydestä

Ensimmäiseksi vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka tyytyväisiä he ovat muutokseen tavallisesta allekirjoituksesta sähköiseen nimikirjoitukseen. 96,3 % vastanneista olivat erittäin tai melko tyytyväisiä muutokseen allekirjoituksen sähköistymisessä. Vain yksi vastaaja ei osannut vastata, onko tyytymätön vai tyytyväinen. Yksikään vastaaja ei ollut tyytymätön muutokseen. Tämä tulee esille alla olevassa kuviossa 8.



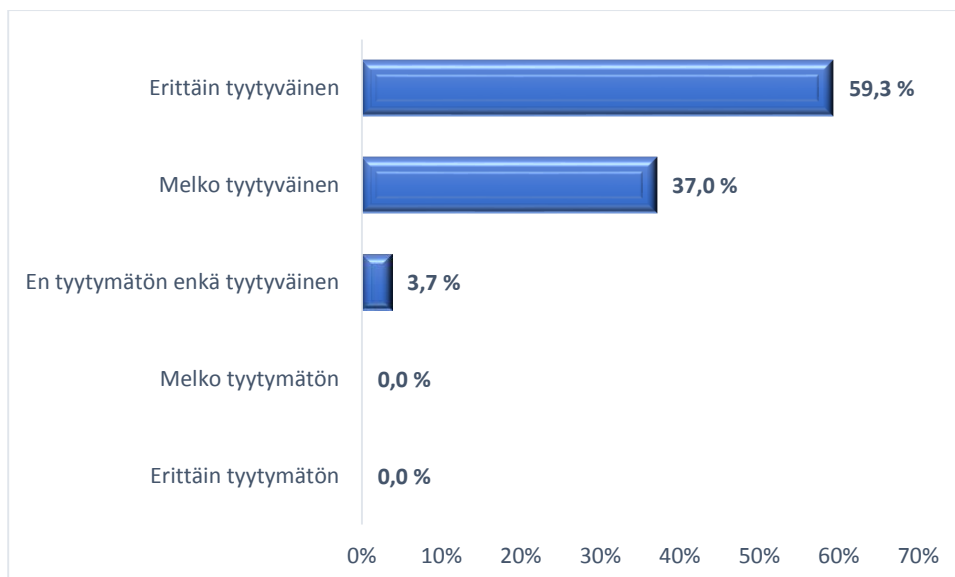
KUVIO 8. Muutos tavallisesta allekirjoituksesta sähköiseen nimikirjoitukseen. (n=27)

Kysymyksessä 2 kysyttiin tyytyväisyyttä siihen, että sopimukset ovat sähköisessä muodossa eikä paperisena niin kuin ennen. Pääasiassa sähköisessä muodossa oleviin sopimuksiin oltiin tyytyväisiä: 44,4 % erittäin tyytyväisiä ja 40,7 % melko tyytyväisiä. 3,7 % eli yksi vastaaja oli melko tyytymätön sähköisiin sopimuksiin. Myöskin 11,1 % vastanneista oli epävarmoja tai eivät osanneet sanoa, ovatko tyytyväisiä vai tyytymättömiä kyseiseen asiaan (KUVIO 9).



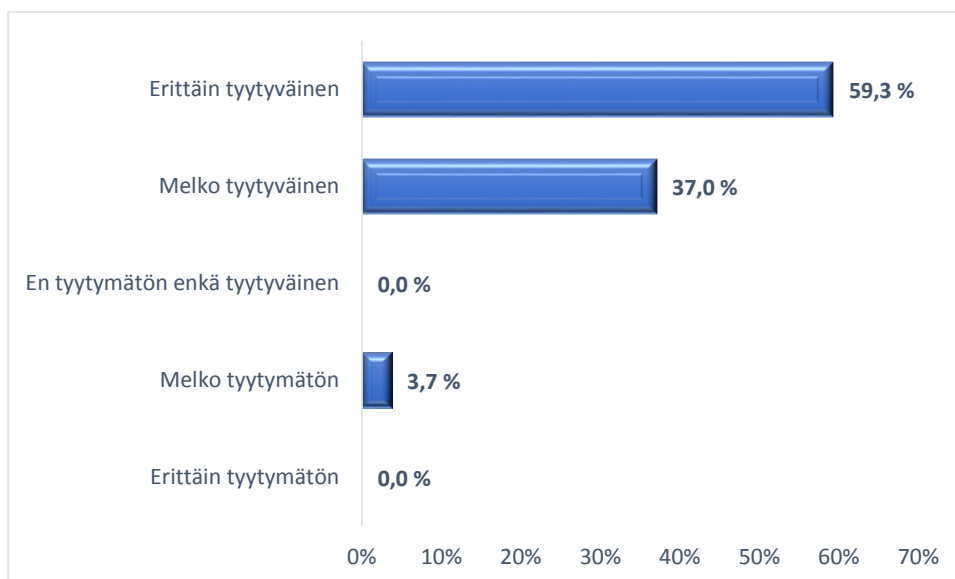
KUVIO 9. Sopimukset sähköisessä muodossa. (n=27)

Kuviossa 10 esitellään tulokset kysymykseen 3. Siinä kysyttiin vastaajien tyytyväisyyttä siihen, että allekirjoitetut sopimukset näkyvät omassa verkkopankissa. Erittäin tyytyväisiä oli yli puolet vastaajista eli 59,3 %. Myös melko tyytyväisiä oli 37 %. Tyytymättömiä ei ollut vastaajissa yhtään.



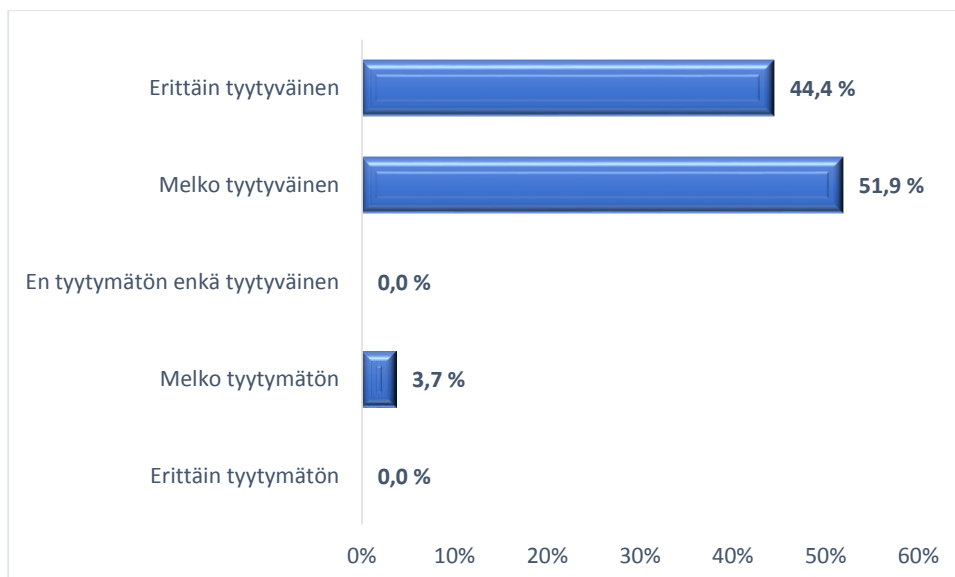
KUVIO 10. Sopimukset omassa verkkopankissa näkyvissä. (n=27)

Seuraavaksi vastaajaa pyydettiin arvioimaan tyytyväisyytään usean eri sopimuksen allekirjoittamiseen yhdellä allekirjoituksella silloin, kun sopimuksia on monta odottamassa allekirjoitusta allekirjoituskorissa. Tähänkin oltiin pääasiassa tyytyväisiä (yhteensä 96,3 %), mutta yksi vastanneista oli melko tyytymätön usean sopimuksen allekirjoitukseen yhdellä allekirjoituksella (KUVIO 11).



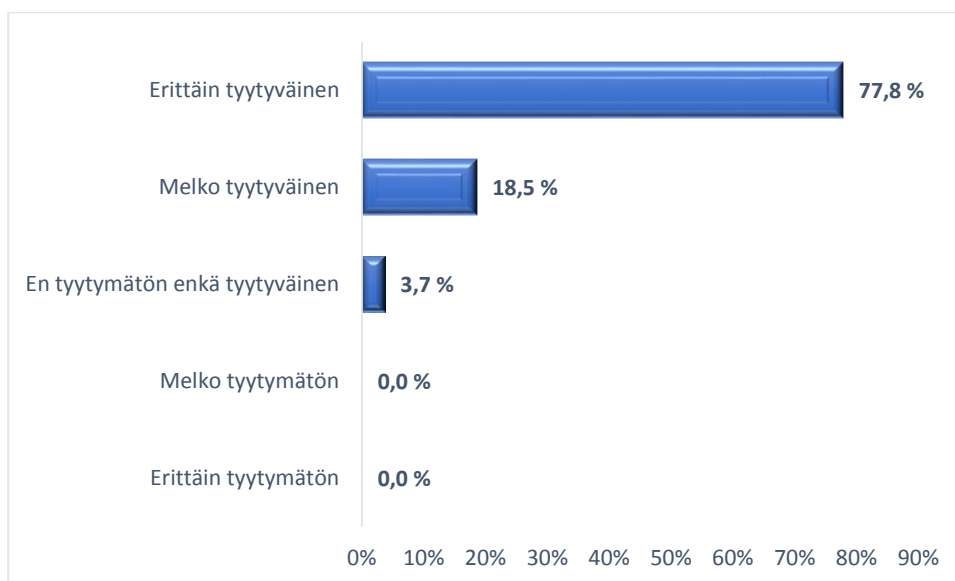
KUVIO 11. Usean sopimuksen allekirjoitus yhdellä allekirjoituksella. (n=27)

Kysymyksessä 5 kysyttiin tyytyväisyyttä allekirjoitusalan toimintaan allekirjoitustilanteessa. Kuvi-
ossa 12 todetaan, että 51,9 % vastanneista ovat melko tyytyväisiä alustan toimintaan ja 44,4 %
erittäin tyytyväisiä. Melko tyytymätön laitteen toimintaan oli yksi vastaaja.



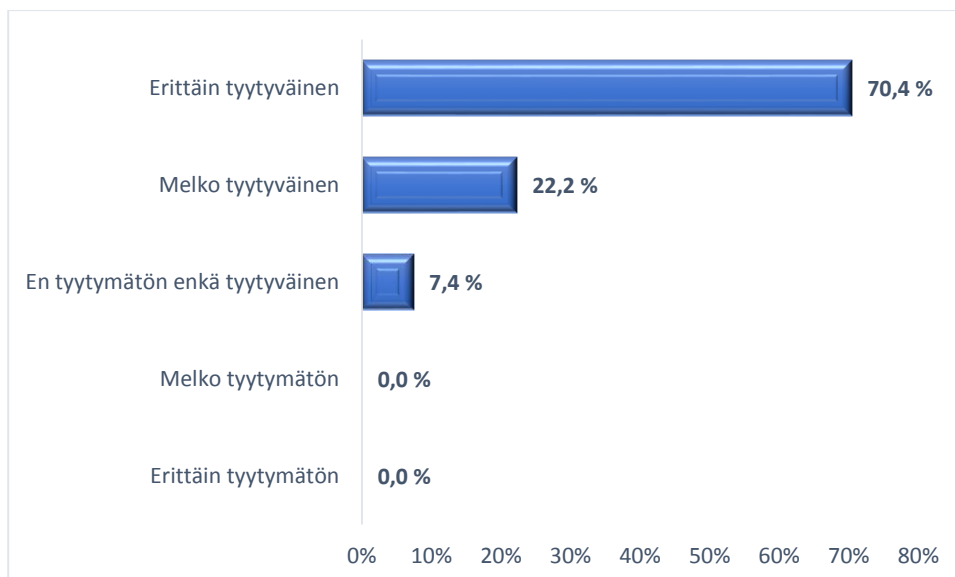
KUVIO 12. Allekirjoituspalvelun toiminta. (n=27)

Yli kolme neljäsosaa (77,8 %) kyselyyn vastanneista oli erittäin tyytyväisiä pankin toimihenkilön opastukseen sähköisen nimikirjoituksen käytössä allekirjoitustilanteessa, jota pyydettiin arvioimaan kysymyksessä 6. Yksi asiakas ei osannut sanoa, onko tyytymätön vai tyytyväinen (KUVIO 13).



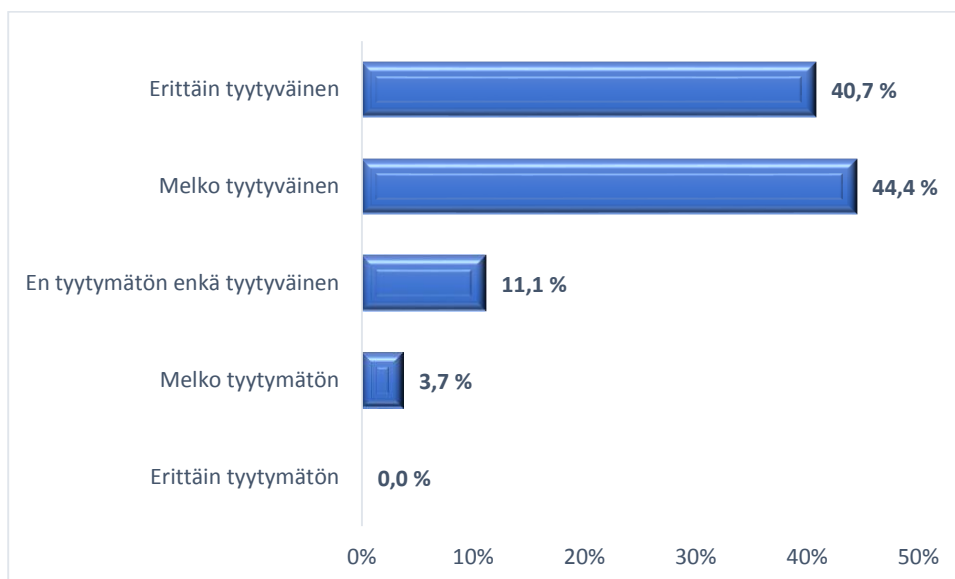
KUVIO 13. Pankkitoimihenkilön opastus sähköisen nimikirjoituksen käytössä. (n=27)

Kuviossa 14 tulee esille, että 70,4 % eli suurin osa arvioi olevansa erittäin tyytyväisiä sopimukseen tutustumiseen ja sen lukemiseen tietokoneen näytöltä ennen allekirjoittamista. Tätä kysyttiin kysymyksessä 7. Vastaajista 7,4 % eivät olleet tyytymättömiä eivätkä tyytyväisiä kyseiseen asiaan.



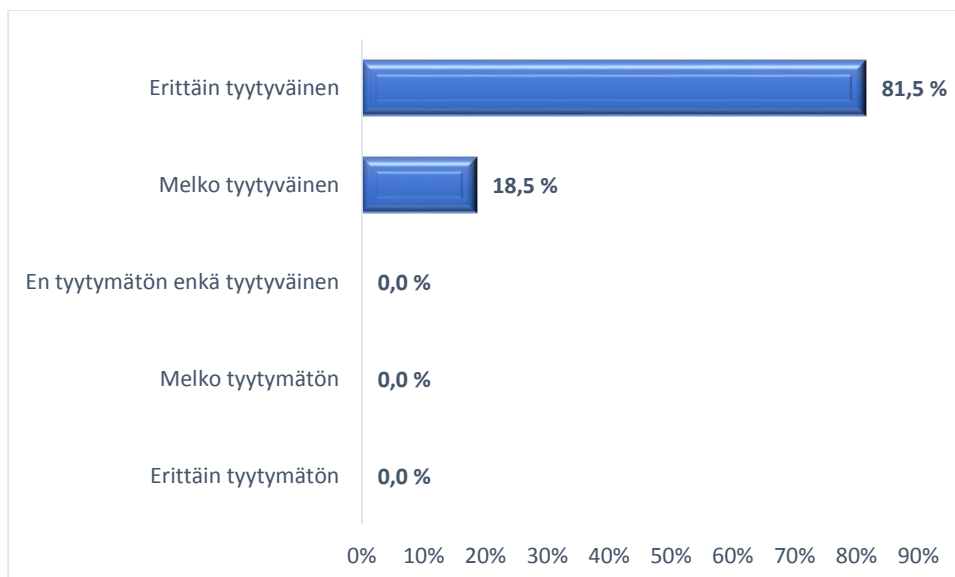
KUVIO 14. Sopimuksen esittely ja lukeminen tietokoneen näytöltä. (n=27)

Seuraavaksi kysymyksessä 8 pyydettiin vastaajia arvioimaan tyytyväisyyttään sähköisen nimikirjoituksen luotettavuuteen. Yksi vastaaja (3,7 %) oli melko tyytymätön ja 11,1 % vastaajista ei osannut vastata, ovatko tyytymättömiä vai tyytyväisiä. Melko tyytyväisiä vastaajia oli eniten eli 44,4 %. Tämä tulee esille alla olevassa kuviossa 15.



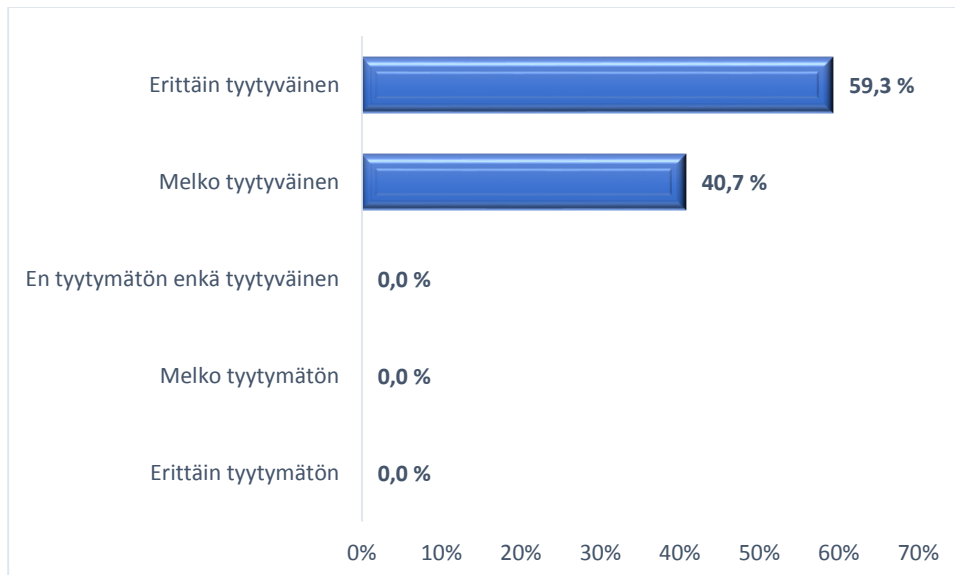
KUVIO 15. Sähköisen nimikirjoituksen luotettavuus. (n=27)

Erityisen tyytyväisiä kyselyyn vastanneet olivat sähköisen nimikirjoituksen nopeuteen, jota kysymyksessä 9 pyydettiin arvioimaan. 81,5 % vastanneista olivat erittäin tyytyväisiä allekirjoitustavan nopeuteen ja loput 18,5 % olivat melko tyytyväisiä. Kaikki kyselyyn vastanneet olivat siis jollain tasolla tyytyväisiä kyseiseen ominaisuuteen (KUVIO 16).



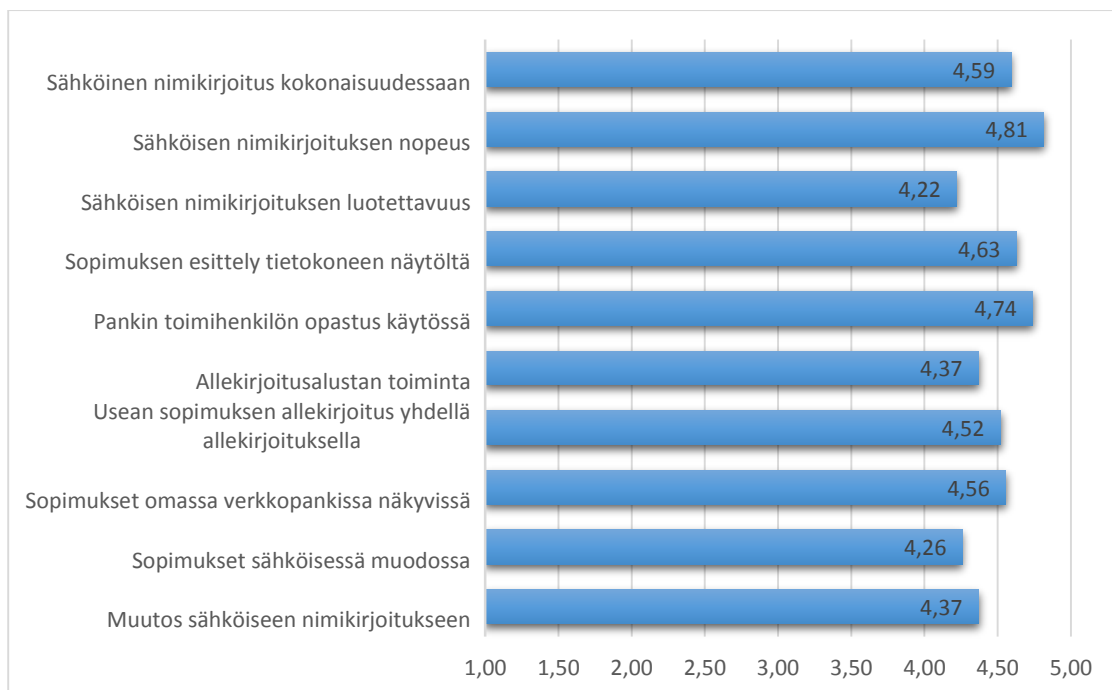
KUVIO 16. Sähköisen nimikirjoituksen nopeus. (n=27)

Kyselylomakkeen lopuksi ja viimeisenä kysymyksenä pyydettiin vastaajaa arvioimaan tyytyväisyytään sähköistä nimikirjoitusta kohtaan kokonaisuutena. Alla olevassa kuviossa tulee esille, että kaikki kyselyyn vastanneet pitivät sähköistä nimikirjoitusta positiivisena asiana ja ovat tyytyväisiä siihen kokonaisuudessaan jollain tyytyväisyyden tasolla (KUVIO 17). Erittäin tyytyväisiä oli 59,3 %. Kukaan vastaajista ei ollut tyytymätön sähköiseen nimikirjoitukseen.



KUVIO 17. Sähköinen nimikirjoitus kokonaisuudessa. (n=27)

Alla olevassa kuviossa on havainnollistettu vielä kaikkien asiakastyytyväisyys-kysymyksien tulokset keskiarvoina 1 ollessa heikoin tulos ja 5 ollessa paras tulos (KUVIO 18).



KUVIO 18. Tyytyväisyyskysymysten keskiarvot. (n=27)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia työn toimeksiantajan eli Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaiden tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan. Tutkimuksen kohdejoukkona oli sähköistä nimikirjoitusta käyttäneet asiakkaat. Tarkoituksena oli saada vastauksia myös siihen, ovatko asiakkaat tyytyväisiä sähköisen allekirjoituslupakortin toimintaan ja mitä mieltä asiakkaat ovat allekirjoituksen kehityksestä sähköiseen nimikirjoitukseen tavallisesta, paperille tehtävästä allekirjoituksesta. Vastauksia saatiin kyselylomakkeen avulla tehtyyn tutkimukseen 27 kappaletta.

Kyselyyn vastanneista oli suurin osa yli 41-vuotiaita. Tämä ei tullut suurena yllätyksenä, sillä konttorilla asioi enemmän vanhempia ihmisiä ja kyselylomakkeet oli vastattavissa pelkästään konttorilla toimihenkilöiden työpisteillä. Nuoremasta ikäluokasta saatiin myös vastauksia ja mielipiteitä, mutta harmittavan vähän. Nuoremmat asiakkaat ovat tottuneempia hoitamaan pankkiasioitaan sähköisesti, esimerkiksi verkkopankissa, ja tämän vuoksi konttorilla käydään asioimassa harvemmin.

Tutkimuksen tuloksista tulee selkeästi ilmi, että kyselyyn vastanneet Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat ovat pääasiassa melko tai erittäin tyytyväisiä sähköiseen nimikirjoitukseen. Erityisen tyytyväisiä vastaajat olivat sähköisen nimikirjoituksen nopeuteen ja pankin toimihenkilöiden opastukseen sähköisen nimikirjoituksen käytössä. Tänä päivänä ihmiset arvostavat nopeita ja helppoja ratkaisuja, mutta tarvittaessa he haluavat myös henkilökohtaisempaa palvelua. Tässä Handelsbankenin Kuopion konttorilla on selkeästi onnistuttu. Suurin osa vastaajista oli myös erittäin tyytyväisiä sopimusten lukemiseen toimihenkilön päätteen näytöltä. Vastanneilla on selkeästi hyvä luottamus suhde pankkia kohtaan ja pitävät tästä menettelytavasta. Tästä voidaan myös tulkita toimihenkilöiden työskentelyn olevan ammattitaitoista ja sopimukset käydään asiakkaan kanssa läpi tarkasti.

Allekirjoituksen muutokseen oltiin tyytyväisiä suurimmilta osin. Melko tyytyväisiä oli eniten vastaajissa kysyttäessä allekirjoituksen kehityksestä pois tavallisesta, paperille tehtävästä allekirjoituksesta. Myös se, että sopimukset näkyvät omassa verkkopankissa, oli vastanneista positiivinen asia. Vastauksista voidaan tulkita, että tekniseen kehitykseen suhtaudutaan melko positiivisesti ja paperisia sopimuksia ei kaivata. Vastaajien mielipiteet olivat kuitenkin hieman jakautuneet kysyttäessä, kuinka tyytyväisiä he ovat siihen, että sopimukset ovat sähköisessä muodossa ja, että useita sopimuksia voidaan allekirjoittaa yhdellä allekirjoituksella. Sähköisessä muodossa oleviin sopimuksiin oli yksi vastaaja melko tyytymätön ja muutama ei tiennyt, olivatko tyytymättömiä vai tyytyväisiä. Usein tämä ”en osaa sanoa”-vaihtoehto houkuttelee vastaajaa esimerkiksi, jos ei ymmärrä täysin kysymystä (Heikkilä 2014, 49). Suurin osa oli kuitenkin melko tai erittäin tyytyväisiä, joten tästä voidaan päätellä, että allekirjoitukseen ja arkistointiin sähköisessä muodossa ollaan pääosin tyytyväisiä.

Tuloksista tuli esille, että sähköiseen allekirjoituslupakorttiin ja sen toimintaan ollaan melko tai erittäin tyytyväisiä. Yksi vastaaja oli melko tyytymätön. Tämä voi johtua siitä, ettei kyseinen vastaaja pidä ollenkaan allekirjoituslupakortin käytöstä tai jollain yksittäisellä allekirjoituskerralla on voinut allekirjoituslupakortin kanssa olla ongelmia. Tarkka syy tyytymättömyyteen olisi voitu saada tietoon, esimerkiksi

lisäämällä kyselylomakkeeseen kohta, johon olisi voinut antaa avointa palautetta omin sanoin kerrottuna. Nyt syy vastaajan tyytymättömyyteen jää avoimeksi tai sitä voi vain arvailla.

Sähköisen nimikirjoituksen luotettavuutta kysyttäessä vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä. Melko tyytyväisiä vastaajissa oli eniten. Tulokset osoittivat, että yksi vastaaja oli melko tyytymätön eli ei aivan ollut varma, voiko sähköiseen nimikirjoitukseen luottaa. 11,1 % vastaajista ei osannut sanoa, ovatko tyytymättömiä vai tyytyväisiä. Positiivinen tulos ei yllätä, sillä sähköistä nimikirjoitusta käytetään myös monilla muillakin toimialoilla allekirjoitustapana ja siihen on jo osaltaan varmasti totuttu. Tämä myös kertoo, että sähköiseen nimikirjoitukseen luotetaan Handelsbankenin Kuopion konttorilla ja ymmärretään sen vastaavan paperille tehtävää allekirjoitusta. En tyytymätön enkä tyytyväinen-vastausvaihtoehto on tässäkin houkuttellut vastaajia, jos he eivät täysin ole olleet varmoja mielipiteestään tai luottamuksestaan sähköistä nimikirjoitusta kohtaan. Kehitysehdotuksena voisikin olla, että jokaisen asiakkaan kanssa olisi hyvä käydä vielä tarkemmin läpi sähköisen nimikirjoituksen vaiheet, ja kuinka se tallentuu sähköisessä muodossa sopimukseen ja siitä asiakkaan verkkopankkiin. Tulisi myös painottaa, että sähköinen nimikirjoitus on juridisesti yhtä pätevä kuin paperille tehtävä allekirjoitus. Tämä vahvistaisi luottamuksen myös asiaa hieman epäröivillekin ja kaikille asiakkaille saataisiin hyvä luottamus sähköistä nimikirjoitusta kohtaan.

Sähköiseen nimikirjoitukseen kyselyyn vastaajat ovat tyytyväisiä kokonaisuudessaan. Kaikki vastanneet vastasivat olevansa melko tai erittäin tyytyväisiä. Tyytymättömiä vastaajissa ei ollut ollenkaan. Tästä ja tutkimuksen tuloksista yleensäkin voidaan päätellä, että Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat ovat tyytyväisiä sähköiseen nimikirjoitukseen ja muutokseen paperille tehtävistä allekirjoituksista ja paperisopimuksista. Keskiarvoksi tyytyväisyys kokonaisuudessaan-kysymykseen tuli 4,59 eli erittäin positiivinen tulos. Tuloksista pystytään päättelemään, että Handelsbankenin Kuopion konttorilla sähköiseen nimikirjoitukseen suhtaudutaan myönteisesti. Vaikka pankkiala kehittyy koko ajan enemmän teknologia-avusteisten palvelujen suuntaan, asiakkaat ovat näihin muutoksiin valmiita. Tähän vaikuttaa varmasti pankin toimihenkilöiden toiminta, johon ollaan tutkimuksen mukaan hyvin tyytyväisiä.

9 POHDINTA

Opinnäytetyöni aihe tuli ensi kertaa mieleeni suorittaessani opintoihini liittyvää työharjoittelua Handelsbankenin Kuopion konttorilla syksyllä 2014. Hahmoteltuani ja tarkennettuani aihetta esittelin sen toimeksiantajalleni ja lähdimme toteuttamaan työtä keväällä 2015. Aihe tuntui heti alusta lähtien mielekkäältä, koska olin ollut kyseisessä pankissa harjoittelussa ja tiesin, kuinka tutkimukseni aihe eli sähköinen nimikirjoitus käytännössä toimii. Ilman työharjoittelua opinnäytetyön toteuttaminen ja sen aloittaminen olisi ollut haastavampaa. Koenkin, että työharjoittelusta oli opinnäytetyölleni paljon hyötyä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Kuopion Handelsbankenin konttorin asiakkaiden tyytyväisyyttä sähköistä nimikirjoitusta kohtaan. Asiakastyytyväisyyskyselyitä on tehty paljon opinnäytetöinä, ja myös Handelsbankenilla niitä on tehty. Mielestäni olikin hyvä tarkentaa asiakastyytyväisyyskysely pelkästään sähköiseen nimikirjoitukseen, koska sitä ja siihen suhtautumista ei ollut Handelsbankenilla tutkittu.

Ajallisesti opinnäytetyöni tekeminen kesti melko pitkään ja aikataulussa oli melko haastavaa pysyä. Aloitin työn tekemisen kevään lopulla 2015 ja sain sen päätökseen saman vuoden joulukuussa. Työn aloittaminen oli vaikein osuus, niin kuin minkä tahansa työn aloitus. Hitaan alun takia myös työn edistyminen hidastui ja tavoitteenani ollut syksyille valmistuminen ei onnistunut. Alun vaikeuksien jälkeen sain kuitenkin uutta intoa työn tekemiseen ja työ edistyi hyvinkin nopeasti syksyllä 2015. Toimeksiantajani on ollut koko projektin ajan hyvin joustava aikataulun suhteen sen venyessä odotettua pidemmäksi.

Opinnäytetyö oli prosessina hyvin opettavainen. Tärkeimmäksi oppimisen kannalta koin itselleni sen, että olet itse ainoastaan vastuussa työn edistymisestä ja valmistumisesta. Tällöin täytyy itse ratkaista ongelmat, jota kohtaa työtä tehdessä. Oli hyvin mielenkiintoista tehdä tutkimus ja erityisesti tällaisesta aiheesta, jota ei ollut Handelsbankenin Kuopion konttorilla tutkittu. Prosessi tuntui välillä hyvinkin raskaalta, mutta loppujen lopuksi opinnäytetyöstä jäi positiivinen mieli ja mielenkiinto pankkialaa kohtaan. Jos Kuopion konttorilla halutaan jatkossa myös jatkaa joidenkin tiettyjen toimintojen asiakastyytyväisyysmittausta, voitaisiin tutkia esimerkiksi Kuopion konttorin toimitiloja ja niihin asiakkaiden tyytyväisyyttä.

9.1 Tutkimuksen arvointi

Tutkimuksen toteutukseen käytin aineistonkeruumenetelmänä paperista kyselylomaketta. Aineistonkeruuvaiinnassa ei täysin onnistuttu ja sitä voidaankin pitää tutkimuksen heikkoutena. Vastausaikaa oli kuukausi ja tähän nähden vastauksia saatiin todella vähän eli 27 kappaletta. Opinnäytetyöprosessin alussa pohdimme toimeksiantajani kanssa sopivaa aineistonkeruumenetelmää, jolloin päädyimme puhelinhaastatteluun menetelmänä. Aikatauluni hieman venyessä ehdotin paperisen kyselylomakkeen käyttöä suuremman vastausmäärän toivossa. Koin myös kyselylomakkeen olevan nopeampi vaihtoehto saada tutkimusaineisto kasaan kuin puhelinhaastatteluiden avulla. Aineistonkeruuaikaa

olisi voinut pidentää, jotta vastauksia olisi saatu enemmän. Vastauksia olisi myös voitu kerätä niin pitkään kuin haluttu määrä olisi saatu täyteen. Tietysti voidaan myös arvioida, oliko konttorilla täytettävät paperiset kyselylomakkeet oikea valinta keruumenetelmänä. Sähköpostikysely olisi saattanut tavoittaa enemmän asiakkaita ja näin vastausprosenttia olisi saatu nostettua. Vastaushalukkuutta olisi myös voitu saada lisättyä, esimerkiksi kyselyyn liitettyllä arvonnalla.

Tutkimuksessa tuli kuitenkin esille hyvin selkeästi, että Handelsbankenin Kuopion konttorin asiakkaat ovat tyytyväisiä sähköisen nimikirjoituksen käyttöön konttorilla. Tutkimuksessa onnistuttiin kyselylomakkeen rakentamisessa. Kyselylomake oli tarpeeksi lyhyt ja ytimekäs täytettäväksi konttorilla heti asiakaspalvelutilanteen jälkeen. Kysymykset olivat tarpeeksi selkeitä ja tämä tuli ilmi siinä, että kaikkiin kysymyksiin oli vastattu jokaisessa kyselylomakkeessa. Pankin toimihenkilöt ovat myös tarvittaessa auttaneet vastaamisessa, jos kysymystä ei ole ymmärretty.

9.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tieteellisessä tutkimuksessa luotettavuutta voidaan tarkastella kahden käsitteen kautta, jotka ovat valideetti ja reliabiliteetti. Näiden käsitteiden avulla pyritään siihen, että tutkimuksesta saadut tulokset ovat oikeita. (Kananen 2015, 343.)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tulosten tarkkuutta ja luotettavuutta (Heikkilä 2014, 28). Mittaus ei saa antaa sattumanvaraisia tuloksia, ja jos tutkimus uusitaan, saadaan samat tulokset (Vilkkä 2008, 161). Tutkimuksen tekijän tulisi olla koko tutkimuksen ajan hyvin tarkka ja kriittinen valinnoistaan. Tutkimuksen tulokset ovat sattumanvaraisia, jos otoskoko on liian pieni. (Heikkilä 2014, 28.)

Tutkimusta ei voi pitää kovin luotettavana, koska tutkimuksen otoskoko on valitettavan pieni ja ei tarpeeksi riittävä. Vastauksia saatiin loppujen lopuksi vain 27 kappaletta. Tutkimuksesta saatuja tietoja ei pienen otoskoon vuoksi täysin pysty yleistämään perusjoukkoon. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi kuitenkin kyselylomakkeen tarkka suunnittelu ja kyselylomakkeesta saatujen tietojen tarkka syöttäminen ja käsittely tilasto-ohjelmalla. Luotettavuutta olisi saatu lisätyksi keräämällä vastauksia lisää ja saamalla näin isompi otos perusjoukosta.

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen ja siihen käytetyn menetelmän tulee mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Tutkimuksessa ei saisi olla systemaattista virhettä eli millä tavalla vastaajat ovat ymmärtäneet kyselylomakkeen ja kysymykset. (Vilkkä 2008, 161.) Tutkimuslomake ja sen kysymykset täytyy olla tarkkaan suunniteltuja ja tarkasti harkittuja. Kyselylomakkeen kysymysten tulisi myös kattaa koko tutkimusongelma ja mitata yksiselitteisesti oikeita asioita. Kattavan otoksen saaminen ja hyvä vastausprosentti auttavat validin tutkimuksen toteutumisessa. (Heikkilä 2014, 27.)

Validiteettiin myös vaikuttaa negatiivisesti tutkimuksen pieni otoskoko. Tutkimuksen pätevyyttä olisi voinut parantaa parempi ja huolellisempi suunnittelu aineistonkeruumenetelmää valittaessa. Kysely-

lomakkeen kysymykset olivat kuitenkin tarpeeksi tarkasti suunniteltu peilaten niitä suoraan tutkimusongelmaan ja – tutkimuskysymyksiin. Tämän vuoksi uskon, että tutkimuksen avulla saatiin totuudenmukaisia vastauksia kysymyksiin niiltä vastaajilta, jotka tavoitettiin.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

ALHONSUO, Sampo, NISÈN, Anne, NOUSIAINEN, Satu, PELLIKKA, Tuula ja SUNDBERG, Sirpa 2012. Finanssitoiminnan käsikirja. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: Bookwell Oy.

E-ECONOMIC SVERIGE AB 2015. Asiakastyytyväisyys- Mitä tarkoittaa Asiakastyytyväisyys? [Viitattu 2015-07-15.] Saatavissa: <https://www.e-economic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisyys>

FINANSSIALAN KESKUSLIITTO. Handelsbanken. [Viitattu 2015-06-01.] Saatavissa: <http://www.keepitrolling.fi/finanssialalle/finanssialan-toimijat/handelsbanken>

FINANSSIALAN KESKUSLIITTO 2012. Toimiala. [Viitattu 2015-10-08.] Saatavilla: https://www.fkl.fi/tietoa_meista/toimiala/Sivut/default.aspx

FINANSSIALAN KESKUSLIITTO 2015 a. Pankit. [Viitattu 2015-06-05.] Saatavilla: https://www.fkl.fi/tietoa_meista/toimiala/pankit/Sivut/default.aspx

FINANSSIALAN KESKUSLIITTO 2015 b. Pankit Suomessa-vuosikatsaus. [Viitattu 2015-06-05.] Saatavilla: https://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit_Suomessa_2014.pdf

FINANSSIVALVONTA 2015 a. Vakavaraisuusvalvonta. [Viitattu 2015-06-11.] Saatavissa: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Valvonta/Vakavaraisuusvalvonta/Pages/Default.aspx>

FINANSSIVALVONTA 2015 b. Euroopan finanssivalvontajärjestelmä. [Viitattu 2015-06-11.] Saatavissa: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/EU-valvonta/Pages/Default.aspx>

FINANSSIVALVONTA 2015 c. Pankkipalvelut. [Viitattu 2015-10-11.] Saatavilla: http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Pages/Default.aspx

FINANSSIVALVONTA 2015 d. Pankkien opastettava asiakkaita sopivien palveluiden valinnassa. [Viitattu 2015-10-11.] Saatavissa: http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Peruspankki_palvelut/Pages/2015.aspx

FINANSSIVALVONTA 2015 e. Asiakkaan tunnistaminen ja tunteminen. [Viitattu 2015-08-15.] Saatavissa: http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pages/asiakkaan_tunnistaminen.aspx

HEIKKILÄ, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Porvoo: Edita Publishing Oy.

HENKILÖTIETOLAKI. L 1999/523. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2015-08-15.] Saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990523>

HOLOPAINEN, Martti ja PULKKINEN, Pekka 2008. Tilastolliset menetelmät. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

KANANEN, Jorma 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

KONTKANEN, Erkki 2011. Pankkitoiminnan käsikirja. 3. uudistettu painos. Jyväskylä: Bookwell Oy.

LAHTI, Sanna ja SALMINEN, Tero 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa- sähköiset talouden prosessit käytännössä. Juva: WSOY.

MÄNTYNEVA, Mikko 2001. Asiakkuuden hallinta. Vantaa: WSOY.

NUMMENMAA, Lauri, HOLOPAINEN, Martti ja PULKKINEN, Pekka 2014. Tilastollisten menetelmien perusteet. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

OY SAMLINK AB 2012. Samlink vuosikertomus 2012. [Viitattu 2015-09-11.] Saatavissa:

http://issuu.com/kumppania/docs/samlink_vuosikertomus_suomi_issuu/15

RAJANDER-JUUSTI, Ritva 2015. Yhteinen matka finanssialan tulevaisuuteen. [Hyvinvoiva finanssiala-hankkeen loppuraportti]. [Viitattu 2015-06-11.] Saatavilla:

https://www.fkl.fi/materiaalipankki/tutkimukset/Dokumentit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf

RUBANOVITSCH, Mika D. ja AALTO, Elina 2012. Myy enemmän- myy paremmin. 7. painos. Johtajatiimi

SALO, Anne 2015-09-10 a. Käyttöönoton opas [sähköpostiviestin liite]. Vastaanottaja Mari Räsänen. [Tulostettu 2015-09-11.] Saatavissa: Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Microkadun kampuskirjasto.

SALO, Anne 2015-09-10 b. AAA prosessi STP sovelluksessa [sähköpostiviestin liite]. Vastaanottaja Mari Räsänen. [Tulostettu 2015-09-11.] Saatavissa: Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Microkadun kampuskirjasto.

SALO, Anne 2015-09-11. Sähköinen nimikirjoitus ja Sähköinen arkisto [sähköpostiviestin liite]. Vastaanottaja Mari Räsänen. [Tulostettu 2015-09-11.] Saatavissa: Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Microkadun kampuskirjasto.

SVENSKA HANDELSBANKEN AB a. Pankin historia. [Viitattu 2015-06-01.] Saatavissa:

https://handelsbanken.fi/shb/inet/IStartfi.nsf/Frameset?OpenView&id=Shbfi&navid=X_Tietoa_Handelsbankenista&sa=/shb/inet/icentfi.nsf/default/q66FAA493D3C4A2F2C22570F900327F5B?opendocument&iddef=Tietoapankista

SVENSKA HANDELSBANKEN AB b. Asiakassuhde Handelsbankenissa. [Viitattu 2015-06-01.] Saatavissa:

<http://www.handelsbanken.fi/SHB/Inet/ICentFi.nsf/Default/q0B9A0AF1D1B63D48C2257CD9003B5F7C?OpenDocument&frame=0>

SVENSKA HANDELSBANKEN AB c. Vakavarainen pankki. [Viitattu 2015-06-01.] Saatavissa:

<http://www.handelsbanken.fi/SHB/Inet/ICentFi.nsf/Default/q5D5B98277D578302C2257D040039CB96?OpenDocument&frame=0>

T-MEDIA OY 2015. Muuttuva työ finanssialalla, Hyvinvoiva finanssiala- hanke. [Viitattu 2015-10-11.] Saatavilla:

https://www.fkl.fi/materiaalipankki/tutkimukset/Dokumentit/Muuttuva_tyo_finanssialalla.pdf

VILKKA, Hanna 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

YLIKOSKI, Tuire 2000. Unohtuiko asiakas? 2. uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

YLIKOSKI, Tuire, JÄRVINEN, Raija ja ROSTI, Pirre 2006. Hyvä asiakaspalvelu- menestystekijä finanssialalla. 2. uudistettu painos. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

LIITE 1

**Hyvä Handelsbankenin asiakas,**

Olen liiketalouden opiskelija Savonia-ammattikorkeakoulusta, ja teen opinnäytetyönäni asiakastytyväisyystutkimuksen sähköisestä nimikirjoituksesta Handelsbankenin Kuopion konttorille.

Tutkimus toteutetaan kyselylomakkeen avulla. Osallistumalla tähän kyselyyn autatte pankkia kehittämään palvelujaan ja vastaamalla annatte Handelsbankenille suostumuksenne luovuttaa kyselyn vastaukset opinnäytetyötäni varten. Kyselyyn vastaaminen vie vain hetken, ja vastaukset käsitellään **nimettöminä** ja täysin **luottamuksellisesti**.

Ystävällisin terveisin,

Mari Räsänen

Rengastakaa sopivin vaihtoehto.**1. Sukupuoli**

1) Mies

2) Nainen

2. Ikä

1) Alle 18 vuotta

2) 18-30

3) 31-40

4) 41-50

5) 51-60

6) 61-

3. Arvioikaa, kuinka tyytyväinen olette sähköisessä nimikirjoituksessa seuraaviin seikkoihin asteikolla 1-5?

(1= erittäin tyytymätön, 2= melko tyytymätön, 3= en tyytymätön enkä tyytyväinen, 4=melko tyytyväinen, 5=erittäin tyytyväinen)

Muutos tavallisesta allekirjoituksesta sähköiseen nimikirjoitukseen	1	2	3	4	5
Sopimukset sähköisessä muodossa (ei paperisena)	1	2	3	4	5
Sopimukset omassa verkkopankissa näkyvissä	1	2	3	4	5
Usean sopimuksen allekirjoitus samanaikaisesti yhdellä allekirjoituksella	1	2	3	4	5
Allekirjoitusalueen toiminta	1	2	3	4	5
Pankin toimihenkilön opastus sähköisen nimikirjoituksen käytössä	1	2	3	4	5
Sopimuksen esittely ja lukeminen tietokoneen näytöltä	1	2	3	4	5
Sähköisen nimikirjoituksen luotettavuus	1	2	3	4	5
Sähköisen nimikirjoituksen nopeus	1	2	3	4	5
Sähköinen nimikirjoitus kokonaisuudessa	1	2	3	4	5

KIITOS VASTAUKSISTANNE!