



Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalveluista

Case Handelsbanken Kuopio

Matti Laakkonen

Opinnäytetyö

Ammattikorkeakoulututkinto

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Matti Laakkonen	
Työn nimi Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalveluista: Case Handelsbanken Kuopio	
Päiväys	4.4.2011
Sivumäärä/Liitteet	58/5
Ohjaaja(t) Esa Viklund	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Handelsbanken Kuopio	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Handelsbanken Kuopion konttorin asiakkaiden tietoisuutta ja kiinnostusta verkkopankin sijoituspalveluista. Pää tavoitteena oli selvittää, kuinka suuri osa sijoittaja-asiakkaista tuntee verkkopankin sijoituspalvelut ja mitkä näistä palveluista kiinnostavat eniten. Lisäksi opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ne sijoituskanavat, joiden kautta asiakkaat tällä hetkellä sijoittavat, ja mitä kautta asiakkaat haluaisivat mieluiten sijoittaa tulevaisuudessa. Opinnäytetyössä haluttiin myös selvittää, kuinka moni asiakkaista käyttää toista verkkopankkia Handelsbankenin verkkopankin rinnalla. Tämä opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä ja tutkimusaineisto hankittiin sähköpostikyselyllä.</p> <p>Kyselyyn vastanneista 90 prosenttia on tietoisia verkkopankin sijoitusmahdollisuuksista, mutta kolmasosa heistä ei ole koskaan käyttänyt kyseisiä palveluja. Suositun sijoituskanavana verkkopankki on saavuttanut konttorin, ja tämän tutkimuksen mukaan asiakkaat haluaisivat sijoittaa mieluummin verkkopankissa kuin perinteisesti konttorissa. Tämän opinnäytetyön perusteella muut sijoituskanavat eivät asiakkaita juurikaan vaikuta kiinnostavan. Handelsbanken Kuopion konttorin sijoittaja-asiakkaista 63 prosenttia käyttää jonkin toisen pankin verkkopalvelua Handelsbankenin verkkopalvelun rinnalla.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tuloksista voidaan päätellä, että Kuopion konttorin sijoittaja-asiakkaat ovat tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista. Silti osa heistä sijoittaa edelleen mieluummin konttorissa. Tämä opinnäytetyö osoittaa asiakkaiden olevan kiinnostuneita verkkopankin sijoitusmahdollisuuksista. Tämä tutkimus tuo kuitenkin esille sen, että asiakkaat eivät ole jostain syystä valmiita tekemään sijoituksiaan verkossa. Tämän opinnäytetyön tulosten perusteella voidaan myös päätellä, että asiakkaat eivät halua sitoutua vain yhteen pankkiin vaan tarvitsevat myös muiden pankkien palveluita.</p>	
Avainsanat Handelsbanken, pankit, verkkopankit, verkkopalvelut	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Matti Laakkonen			
Title of Thesis Awareness of and interest in online investment services: Case Handelsbanken Kuopio			
Date	4.4.2011	Pages/Appendices	58/5
Supervisor(s) Esa Viklund			
Project/Partners Handelsbanken Kuopio			
<p>Abstract</p> <p>This thesis examined the awareness of and interest in the online investment services of Handelsbanken Kuopio among the bank's customers. The main objective was to determine, how many of the investor clients were familiar with the online investment services and which of these services were found the most attractive. In addition, the study was to investigate which investment channels customers already used and which channels customers would prefer to invest in the future. This thesis also aimed to find out how many clients used the services of another online bank at the same time with Handelsbanken's online bank. This study was conducted with a quantitative research method and the research data was acquired by an e-mail query.</p> <p>90 percent of the respondents are aware of the online investment opportunities, but a third has never used such services. The online bank has reached the traditional office as the most popular investment channel and according to this study, customers prefer to invest online rather than in a traditional branch. The study shows that customers do not prefer to use much other investment channels. 63 percent of the investor clients of Handelsbanken Kuopio use another bank's online services.</p> <p>From the results of this thesis it can be concluded that the Kuopio branch's investor-clients are aware of online banking investment services. Still, some of them prefer to make their investments in branches. This study shows that customers are interested in investment services of the online bank. However, this thesis brings out the fact that customers are not willing to invest online for some reason. This research also indicates that customers do not want to commit themselves to only one bank, but also need the services of other banks.</p>			
Keywords Handelsbanken, banks, online banks, online services			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimuksen tausta.....	7
1.2	Tutkimuksen tavoitteet.....	8
1.3	Tutkimuksen rakenne	8
2	HANDELSBANKEN.....	9
2.1	Handelsbankenin historia.....	9
2.2	Handelsbanken kansainvälisesti	9
2.3	Handelsbanken Suomessa	10
2.4	Handelsbankenin tavoitteet ja toimintatapa.....	11
3	VERKKOPANKKIPALVELUT	12
3.1	Verkkopankki	12
3.2	Verkkopankin historia	12
3.3	Verkkopankkien palvelut.....	13
3.4	Verkkopankkien käyttäjät.....	14
3.5	Verkkopankin käyttäminen.....	16
3.6	Verkkopankkien turvallisuus	16
3.7	Hyvä verkkopankki.....	18
4	VERKKOPANKIN KEHITTYMINEN.....	22
4.1	Verkkopankit tänään.....	22
4.1.1	Pankkien mobiilipalvelut	23
4.1.2	Verkkopankin sivupalvelut	24
4.1.3	Täysin verkossa toimivat pankit.....	26
4.2	Verkkopankin tulevaisuus	27
4.3	Mobiiliraha	28
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	31
5.1	Tutkimusmenetelmä	31
5.2	Kyselylomakkeen ja saatteen laatiminen	32
5.3	Kyselyn toteuttaminen	33
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	35
6.1	Taustatiedot.....	35
6.2	Verkkopankin käyttäminen.....	37
6.3	Asiakkaiden tietoisuus verkkopankin sijoituspalveluista	38
6.4	Sijoituskanava	39
6.5	Sijoitustuotteiden kiinnostavuus.....	42
6.6	Asiakkaat, jotka eivät ole tietoisia verkkopankin palveluista	45
6.7	Palaute verkkopalvelusta sekä Kuopion konttorista	46
7	PÄÄTÄNTÖ.....	51

7.1 Tulokset ja päätelmät.....	51
7.2 Tutkimuksen luotettavuus ja arviointia	53
7.3 Jatkotutkimusaiheet.....	54
LÄHTEET	55
LIITTEET	
Liite 1 Saate	
Liite 2 Kyselylomake	

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Verkkopalvelut ovat kehittyneet vuosi vuodelta ihmisten siirtyessä käyttämään yhä enemmän palveluita verkossa. Mukaan kehitykseen ovat lähteneet myös pankit, jotka jatkuvasti kehittävät verkkopankkejaan yhä käyttäjäystävällisemmiksi. Tuoreen tutkimuksen mukaan 97 prosenttia asiakkaista käyttää verkkopankkia pankkiasioinnissaan, joten panostaminen verkkopalveluihin tulisi olla itsestään selvyyttä (Keynote 2010). Pankkien konttoreissa asiointi on vähentynyt huomattavasti viime vuosina. Peruspalvelut, kuten laskujen maksu, tilisiirrot ja tilisaldojen seuranta, ovat olleet verkkopankkien palveluissa jo pitkään, mutta viime aikoina sinne on tullut myös entistä enemmän muun muassa sijoituspalveluita.

Verkkopankkitoimintaan on syytä panostaa, koska suurin osa asiakaskokemuksista tapahtuu verkossa. Silti näyttää, että pankit edelleen keskittyvät arvioimaan vain konttorikäyntien asiakastytyvyyksiä ja jättävät verkkopankkeihin liittyvät tutkimukset taka-alalle. Pankkitoiminta on muuttunut radikaalisti 2000-luvulla teknologian kehityksen myötä ja tulee varmasti muuttumaan myös tulevaisuudessa. Lähivuosina eläkeläisten määrä tulee lisääntymään nykyisestä, kun eläkkeelle siirtyvien määrä kasvaa ja samaan aikaan työelämään siirtyvien määrä vähenee (Tilastokeskus 2007). Vaikuttaakin siltä, että verkkopalveluiden osalta suurin kysymys tulevaisuudessa kuuluu: miten saada vanhemman ikäpolven asiakkaat käyttämään verkkopalveluita? Pankit eivät kuitenkaan voi keskittyä täysin palvelemaan vanhemman ikäluokan asiakkaitaan, koska nykysukupolven nuorilla aikuisilla on sekä osaamista käyttää verkkopalveluita että varaa tehdä esimerkiksi sijoituksia verkossa.

Tämä opinnäytetyö sai alkunsa työharjoittelustani Handelsbankenin Kuopion konttorilla kesällä 2010. Kiinnostuksestani sijoittamiseen ja toimeksiantajan tarpeen muodostamana syntyi hyvin ajankohtainen aihe opinnäytetyökseni: henkilöasiakkaiden tietoisuus ja kiinnostus verkkopankin sijoituspalveluista. Tietoisuutta verkkopankkien sijoituspalveluista ja niiden kiinnostavuutta ei ole juurikaan tutkittu, ja suurin osa verkkopankkeihin liittyvistä tutkimuksista ajoittuu 2000-luvun alkupuolelle, joten ajan tasalla olevaa tutkimustietoutta verkkopankkitoiminnasta on vähän.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää Handelsbankenin Kuopion konttorin henkilöasiakkaiden tietoisuutta ja kiinnostuksen kohteita verkkopankin sijoituspalveluista. Opinnäytetyön tavoitteena on myös kartoittaa kanavat, joita kautta Handelsbankenin tulisi jatkossa tiedottaa palveluistaan niistä kiinnostuneille asiakkailleen. Kyselyn avulla halutaan selvittää, mitä sijoituskanavia asiakkaat mieluiten käyttävät, ja käyttävätkö asiakkaat muita verkkopankkeja Handelsbankenin verkkopankin rinnalla.

Tämän tutkimuksen teoriaosuudessa tavoitteena on luoda katsaus verkkopankin nykytilaan sekä tulevaisuuteen ja siihen, mitä pankkien verkkopalvelut tarjoavat tulevien vuosien aikana. Tästä tutkimuksesta saadut tulokset ja päätelmät menevät Handelsbankenin Kuopion konttorin käyttöön, ja tarkoituksena on, että henkilöstö voi hyödyntää tutkimustuloksia päivittäisessä työssään.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tämä opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimusosasta. Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jossa lukija johdatellaan aiheeseen ja määritetään opinnäytetyön tutkimuskysymykset. Johdannossa esitetään myös tutkimuksen tavoitteet ja tausta. Teoriaosuus alkaa luvusta 2. Toisessa luvussa esitellään Handelsbanken ja sen toimintatavat sekä se, millainen toimija Handelsbanken on Suomessa sekä kansainvälisesti. Luvussa 3 käsitellään verkkopankkia käsitteenä ja esitellään verkkopankin palveluja ja niiden käyttäjiä. Tässä luvussa pohditaan myös verkkopankin ominaisuuksia, jotka tekevät siitä hyvän ja suosittu. Luku 4 käsittelee verkkopankkien nykypäivää ja tulevaisuutta. Luvussa käsitellään myös uusia palveluita, jotka haastavat nykyisen muodon käyttöä verkkopankkia. Luvussa 5 käsitellään tutkimuksen toteutus, jossa esitellään opinnäytetyössä käytetyt menetelmät ja selvitetään tutkimuksen kulkua muun muassa kyselyn toteutuksen osalta. Luvussa 6 esitellään kattavasti tutkimuksen tulokset. Viimeisessä luvussa 7 pohditaan tutkimuksen tuloksia suhteessa teoriaan. Tässä luvussa myös selvitetään mahdollisia jatkotutkimusaiheita ja pohditaan tutkimuksen luotettavuutta.

2 HANDELSBANKEN

2.1 Handelsbankenin historia

Handelsbanken on perustettu Ruotsissa Tukholmassa vuonna 1871. Tuolloin pankki toimi vielä nimellä Stockholms Handelsbank, mutta nimi muutettiin 1919 Svenska Handelsbankeniksi. Tähän mennessä pankki oli kasvattanut konttoriverkostoaan nopeasti tekemällä lukuisia yritysostoja. Toisen maailmansodan päätyttyä Handelsbanken jatkoi kasvuaan ja vuodesta 1972 lähtien se on ollut keskimääräisesti kannattavuudella mitattuna Pohjoismaisten pankkien kärjessä. (Handelsbankenin verkkosivut 2010a.)

1970-luvun alussa Handelsbanken otti käyttöönsä hajautetun toimintatapansa, jonka tarkoituksena on yksinkertaistaa konsernin rakennetta ja antaa päätösvaltaa kontto-reille. Handelsbankenissa sanotaankin, että ”konttori on pankki”. Tällöin kannattavuudesta tuli myös pankin kivijalka. Kansainvälistyminen alkoi 1980-luvulla ja tämän seurauksena pankki levisi myös Suomeen, Norjaan ja Tanskaan. (Handelsbankenin verkkosivut 2010a.)

2.2 Handelsbanken kansainvälisesti

Handelsbanken konserni toimii maailmanlaajuisesti. Maailmalla toimii Handelsbanken International, joka käsittää toimintaa 17 maassa. Konttoreita Pohjoismaiden lisäksi on Euroopassa, Aasiassa sekä Yhdysvalloissa. Konttorit ovat keskittyneet pääosin Skandinaviaan, mutta Handelsbankenin konttorissa voi asioida myös muun muassa Singaporessa, Malesiassa, Pekingissä ja New Yorkissa. Handelsbanken Internationaalin pääasiallinen tarkoitus on toimia kotimarkkinoiden ulkopuolella ja tukea pohjoismaisia ja britannialaisia asiakkaitaan kansainvälisissä ympäristöissä. (Tietoa pankista 2010.)

2.3 Handelsbanken Suomessa

Handelsbanken on toiminut Suomessa vuodesta 1985. Se perusti ensimmäisen konttorinsa Helsinkiin 1994, josta alkoi Handelsbankenin konttoritoiminta Suomessa. (Handelsbankenin verkkosivut.) Tällä hetkellä pankilla on Suomessa 45 konttoria ja noin 700 työntekijää. Konttoreiden lisäksi Suomessa on viisi toiminnoiltaan erillistä jaostoa. Nämä ovat Handelsbanken Rahoitus Oyj, Handelsbanken Rahastoyhtiö Oy, Handelsbanken Capital Markets, Handelsbanken Liv sekä Handelsbanken Asset Management. Handelsbanken Rahoitus tarjoaa sekä yrityksille että yksityishenkilöille rahoituspalveluita. Rahoitus hoitaa myös Handelsbankenin korttiliiketoimintaa.

Handelsbanken tarjoaa ensimmäisenä pankkina Suomessa luottokorttitapahtumien vastaanottopalvelun kauppiasiaakkailleen. Näin se pyrkii hajottamaan luottokunnan monopolia tällä osa-alueella. Capital Markets vastaa pankin investoinneista. Sen vastuu alueena on korko-, valuutta-, raaka-aine- ja osakemarkkinakaupat. Handelsbanken Liv vastaa yhtiön vakuutuspalveluista. Se pyrkii käyttämään laajaa konttoriverkostoa vakuutusten myynnin apuna. Handelsbanken Asset Management tarjoaa asiakkailleem muun muassa salkunhoitopalveluja. Varainhoidossa työskentelee sijoituspuolen ammattilaiset. Handelsbankenin Rahastoyhtiö taas hoitaa asiakkaiden rahastojen hallintaa. (Tietoa pankista 2010.)

Suomessa Handelsbanken jää edelleen asiakasmääriltään suurten pankkien taakse, mutta pyrkii kilpailemaan muun muassa Nordeaa, Osuuspankkia ja Sampoaa vastaan asiakastytyväisyydellä sekä henkilökohtaisella palvelulla. Tässä pankki onkin onnistunut erinomaisen hyvin, koska koko 2000-luvun ajan Handelsbanken on ollut parempi asiakastytyväisyydessä verrattuna kolmeen edellä mainittuun pankkiin. (EPSI Rating 2010.) Tämä johtunee suurelta osin Handelsbankenin selektiivisestä asiakashankinnasta ja henkilökohtaisesta asiakasvastaavasta. Myös verkkopalveluihin on panostettu paljon viime vuosina, ja siitä osoituksena Handelsbanken sai parhaan verkkopankin tittelin kesällä 2010 tehdyssä tutkimuksessa (Keynote 2010).

Suomessa Osuuspankki, Nordea ja Sampopankki ovat omalla tasollaan mitattuna euroalueelle suuntautuneilla asuntolainoilla ja muilla lainoilla sekä euroalueelta tulleilla talletuksilla. Pienistä pankeista Handelsbanken taistelee markkinaosuuksista muun muassa Aktian, Säästöpankin ja Paikallisosuuspankin kanssa. Handelsbankenin markkinaosuus asuntolainoista Suomessa on 3,5 prosenttia ja asiakkaiden talletusten osuus Handelsbankenilla on 3,3 prosenttia. Osuuspankki on molemmissa markki-

najohtaja ja sen vastaavat osuudet ovat 35,9 ja 33,2 prosenttia. (Finanssialan keskusliitto 2009.)

2.4 Handelsbankenin tavoitteet ja toimintatapa

Pankin päätavoitteena on olla kannattavampi kuin muut pankit keskimäärin. Tähän he pyrkivät pitämällä kustannukset alhaisina ja asiakkaat tyytyväisinä. Kustannustehokkuus näkyy muun muassa siinä, että Handelsbanken ei juuri mainosta vaan luottaa tyytyväisen asiakkaan hankkivan heille uusia asiakkaita. Handelsbanken ei perusta suurista volyymeista eli asiakasmääristä, ja käyttääkin asiakashankinnassaan selektiivistä eli valikoivaa asiakashankintaa. Jokaisella asiakkaalla on oma asiakasvastaava, joten pankki tuntee asiakkaansa hyvin ja näin ollen voi paremmin palvella asiakasta, joka vaikuttaa suoraan asiakastyytyväisyyteen. (Tietoa pankista 2010.) Hajautettu organisaatio takaa päätöksen teon konttoreille ja lähellä asiakasta. Alla olevasta kuvioista nähdään, että Handelsbankenin organisaatiossa ei ole turhia hierarkiaportaita, joka takaa konttorinjohtajilla paljon valtaa, mutta myös vastuuta. (KUVIO 1.)



KUVIO 1. Handelsbankenin hajautettu organisaatiokaavio (Tietoa pankista 2010).

3 VERKKOPANKKIPALVELUT

3.1 Verkkopankki

Verkkopankilla tarkoitetaan Internetissä olevia pankkipalveluita. Pankeilla on kontto-reidensa lisäksi omat verkkopankkinsa, mutta on myös olemassa toimijoita, joilla koko pankkitoiminta on verkossa. Verkkopankki on järjestelmä, jonka kautta voi asioida lähes samaan tapaan kuin pankin konttorissakin, mutta asiat hoituvat helpommin kotoa käsin. Edelleen on kuitenkin palveluita, jotka vaativat henkilökohtaisen asioinnin pankissa. Osa asiakkaista ei ole myöskään valmiita hoitamaan kaikkia asioitaan verkossa vaan muun muassa laina-asiointi ja suuremmat sijoitukset halutaan tehdä perinteisesti konttorissa. (Investor words 2010.)

3.2 Verkkopankin historia

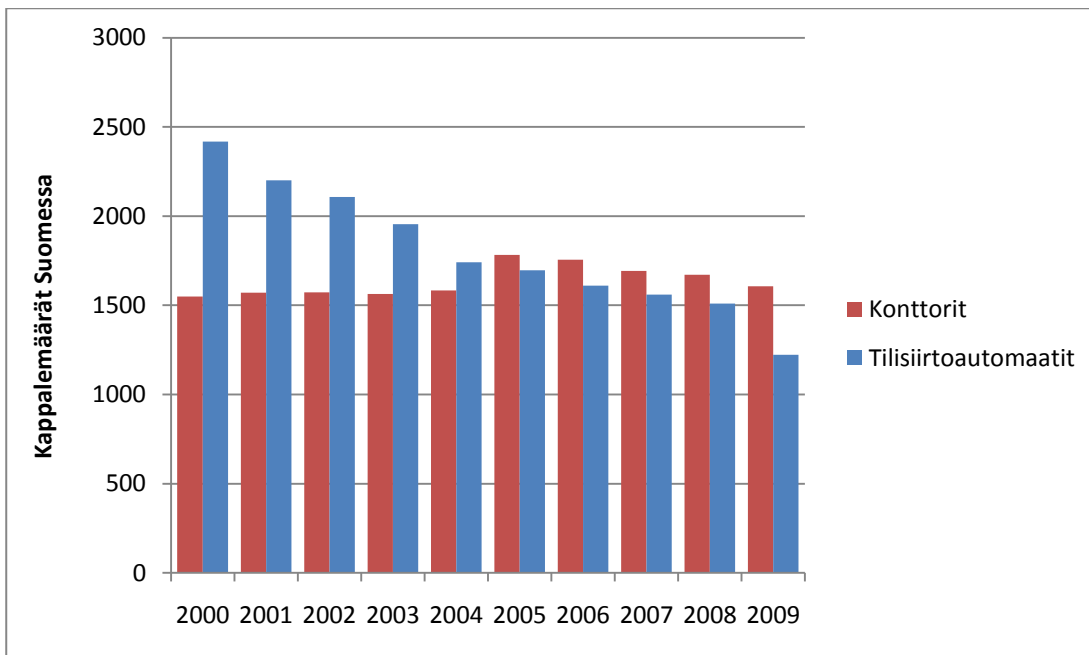
Pankkitoiminnassa Internet on ollut vahvasti mukana jo noin 16 vuotta. Toiset pitävät tätä pitkänä aikana ja toiset puhuvat verkkopalveluiden olevan vielä kehitysasteella. 16 vuoden aikana verkkopankit ovat kehittyneet helpommin käytettäviksi, mutta suuret innovaatiot ensimmäisen verkkopankin lanseerauksen jälkeen ovat jääneet takalalle. Ehkä seuraava vuosikymmen tuo seuraavan suuren edistysaskeleen pankkien verkkopalveluihin.

Internet tuli kaupalliseen käyttöön vuonna 1994. Tuona vuonna Internetin käyttö kasvoi nopeasti ja samana vuonna syntyi myös ensimmäinen verkkopankki. Ennen Internetin varsinaista kaupallistumista, Internet oli ollut käytössä ainoastaan yliopistoilla ja Yhdysvaltain puolustusvoimilla. (Internet-opas.) Verkkopankin käyttö on yleistynyt samaa matkaa Internetin yleistymisen myötä ja voidaan sanoa, että verkkopankin käyttäminen on suoraan verrattavissa Internetin käyttöön. Verkkopankin historiaa tärkeämpää on kuitenkin se, mitä verkkopalvelut voivat tarjota pankkien asiakkaille nyt ja tulevaisuudessa. Tulevaisuus luo varmasti sellaisia uusia innovaatioita pankkien asiakkaille, joita he eivät ole voineet edes kuvitella tarvitsevansa. Sanotaankin, että kysyntä luo tarjonnan, mutta joissain tapauksissa tarjonta voi luoda kysynnän, kun täysin uusia palveluita tuodaan ihmisten käytettäväksi.

3.3 Verkkopankkien palvelut

Pankit tarjoavat asiakkailleen verkossa suuren määrän erilaisia palveluita ympäri vuorokauden. Perinteisiä ja jo useita vuosia saatavilla olleita palveluita ovat laskujen maksaminen, tilitietojen selaaminen ja tilisiirtojen suorittaminen. Nämä palvelut ovat myös niitä, joita edelleen käytetään selvästi eniten (Keynote 2010). Muita palveluita ovat muun muassa sijoituspalvelut, lainahakemuksen täyttäminen ja lähettäminen sekä maksukorttien tilaaminen. Palvelut vaihtelevat jonkin verran pankeittain, mutta suurimmilta osin pankkien verkkopalvelut ovat samankaltaisia. (Finanssialan keskusliitto 2007.)

Verkkopankin suosion raju kasvu on vähentänyt muiden perinteisten pankkipalveluiden käyttöä. Vielä vuonna 1989 pankkikonttoreita oli noin 3 500 kappaletta, kun uusimman tiedon mukaan vuonna 2009 niitä oli enää noin 1 600 kappaletta. Kuviossa 2 nähdään, että 2000-luvulla pankkikonttoreiden määrä on vähentynyt hiljalleen vuosittain. Vuonna 2005 tapahtunut konttoreiden lisäys selittyy Pohjola pankin nousemisella pankkialalle. Tämän jälkeen määrä lähti jälleen laskuun. Käteis- ja tilisiirtoautomaattien määrä on myös vähentynyt 2000-luvulla vuosittain. Vuonna 1996 molempia oli noin 2 300 kappaletta, kun taas vuonna 2009 käteisautomaattien määrä oli noin 1 700 kappaletta ja tilisiirtoautomaattien määrä oli noin 1 200 kappaletta. Verkkopankkisopimusten määrän kasvu on ollut 2000-luvulla nopeaa. Vuonna 2000 verkkopankkisopimuksia oli solmittu Suomessa noin 2,2 miljoonaa kappaletta, kun vuonna 2009 sopimuksia oli jo yli 4,9 miljoonaa kappaletta. (Kontkanen 2008, 69; Finanssialan keskusliitto 2010; KUVIO 2.)



KUVIO 2. Konttoreiden ja tilisiirtoautomaattien määrät Suomessa 2000–2009 (Finanssialan keskusliitto 2010).

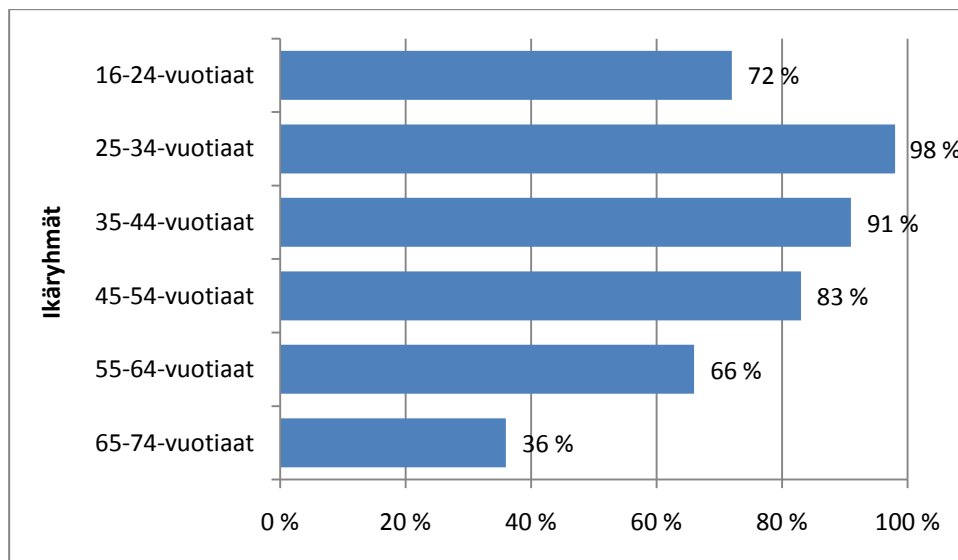
E-lasku ja suoraveloitus kuuluvat verkkopankkien peruspalveluihin. Nykyään pyritään toimimaan ekologisesti, ja siksi myös pankit tarjoavat tähän mahdollisuuden. Asiakas voi vastaanottaa laskun sähköisesti suoraan verkkopankkiin ja maksaa laskun eräpäivänä ilman kotiin tulevaa paperista laskua. Keskimäärin kaksi kolmasosaa suomalaisista saa jo laskunsa verkkopankkiinsa. (Finanssialan keskusliitto 2008.) Asiakas voi myös tehdä suoraveloitussopimuksen pankkinsa kanssa, jolloin laskun maksu hoituu automaattisesti sovittuna eräpäivänä, eikä laskunsaajan tarvitse huolehtia muusta kuin, että tilillä on tarpeeksi rahaa laskun eräpäivänä. Suomalainen suoraveloitujärjestelmä on jäämässä pois yhtenäisen euromaksualueen (SEPA = *Single Euro Payments Area*) myötä, ja tilalle tulee koko Euroopan laajuinen yhteinen maksujärjestelmä, joka tulee kattamaan niin korttiveloitukset, tilisiirrot kuin suoraveloituksetkin. (Suomen pankin verkkosivut 2010.)

3.4 Verkkopankkien käyttäjät

Verkkopankki soveltuu lähes kaikille. Verkkopankkisopimuksen voi solmia täyttäänsään 18 vuotta. Alaikäisille verkkopankkitunnuksia ei voida antaa, koska niiden kautta pääsee käsiksi muun muassa täysi-ikäisille tarkoitettuihin pelisivustopalveluihin. Esimerkiksi veikkaus.fi on yksi tällainen pelisivusto. Nykyään Internet on iso osa tavansa omaista suomalaista arkea ja suuri osa työikäisistä osaa käyttää tietokonetta ja Inter-

netiä. Seniori-ikäiset eivät ole ehtineet mukaan Internet-aikakauteen, ja Internetin käyttöä on vanhusten ikänsä vuoksi usein vaikea alkaa enää opetella. Kuitenkin vuonna 2010 tehdyssä senioritutkimuksessa kävi ilmi, että ensimmäistä kertaa seniori-ikäisten (tutkimuksessa 65–85-vuotiaat) ihmisten laskujen maksaminen verkkopankissa tavallisempaa tapana ylitti suoraveloituskassujen määrän. Ero on vähäinen, mutta osoittaa, että myös ikääntyvät osaavat ja haluavat oppia käyttämään nykyaikaisia tapoja toimia yhteiskunnassa. (Senioritutkimus 2010.)

Sähköisiä verkkopalveluja käyttävät eniten nuoret aikuiset ja keski-ikäiset. Internetin käyttö pankkiasioinnin hoitamiseen tarkoittaa samaa asiaa kuin verkkopankin käyttäminen. Tilastokeskuksen (Tieto ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus 2010) tekemän tutkimuksen mukaan 25–34-vuotiaat käyttävät eniten verkkopankkia pankkiasioidensa hoitamiseen. Toiseksi eniten verkkopankkia käyttävät 35–44-vuotiaat. Huomattavaa on, että 45–54-vuotiaat käyttävät Internetiä pankkiasioidensa hoitamiseen enemmän kuin 16–24-vuotiaat. Tämä selittyy sillä, että täytyy olla 18-vuotias ennen kuin saa omat henkilökohtaiset verkkopankkitunnukset. Tämän vuoksi ikäluokka 16–24-vuotiaat on tutkimuksessa hieman kyseenalainen. Yli 65-vuotiaistakin 38 prosenttia käyttää verkkopankkia pankkiasioidensa hoitamiseen. (KUVIO 3; Tilastokeskus 2010a.)



KUVIO 3. Internetin käyttö pankkiasioidensa hoitamiseen ikäryhmittäin (Tilastokeskus 2010a).

3.5 Verkkopankin käyttäminen

Verkkopankin käyttämiseksi asiakkaan täytyy allekirjoittaa verkkopankkisopimus. Sopimuksessa määritellään muun muassa tilit, jotka hänen verkkopankkiinsa liitetään, ja palvelut, joita hänellä on mahdollisuus käyttää. Sopimuksessa kerrotaan myös asiakkaan vastuista muun muassa tilanteessa, jossa asiakkaan tunnukset ovat joutuneet väärin käsiin. (Wuolijoki 2005, 241.) Sopimuksen allekirjoitettuaan asiakas saa henkilökohtaiset verkkopankkitunnukset, joilla hän voi kirjautua turvallisesti pankin verkkopalveluun. Pankkien välillä on joitain eroavaisuuksia tunnuksien käytössä, mutta käytännössä sisäänkirjautumistoiminto on samanlainen. Asiakas joutuu kirjautuessaan verkkopankkiin antamaan sekä käyttäjätunnuksensa että salasanan. (Wuolijoki 2005, 239.) Esimerkiksi Nordean verkkopalveluun kirjautuessa ensin syötetään käyttäjätunnus, jonka jälkeen tunnuslukukortista syötetään tunnusluku. Handelsbankenin verkkopalveluun kirjautuessa syötetään ensin käyttäjätunnus ja itse määritetty salasana, minkä jälkeen ohjelma kysyy kirjautujalta tunnuslukua syötettäväksi hänen tunnuslukukortistaan. Pankki lähettää uuden tunnuslukukortin, kun asiakkaan käytettyjen tunnuslukujen määrä ylittää tietyn rajan.

3.6 Verkkopankkien turvallisuus

Verkkopankkien turvallisuus herättää paljon mielipiteitä. Suomessa turvallisuus on huipputasoa, mutta välillä pankit ilmoittavat tietomurroista tai niiden yrityksistä. Esimerkiksi lehtien palstoilla kirjoitetaan ajoittain pankkien asiakkaille lähetetyistä sähköpostiviesteistä, joissa asiakkaalle ilmoitetaan verkkopankin jumiutumisen ja annetaan linkki, jota kautta verkkopankkiin voi jumiutumisesta huolimatta kirjautua. Tällä tavoin rikolliset yrittävät hankkia ihmisten henkilökohtaisia tunnuksia, joita voivat myöhemmin käyttää väärin. Pankit ovat tiedottaneet useaan otteeseen, etteivät tiedustelee asiakkaidensa henkilökohtaisia tunnuksia sähköpostin tai puhelimen välityksellä, eikä niitä saa missään tapauksessa luovuttaa ulkopuolisille. (Tietoturvaopas 2008.)

Verkkopankeissa käytetään salattuja yhteyksiä ja tunnistamista. Asiakas voi tarkistaa salatun yhteyden päällä olon muun muassa osoiteriviltään. Salatun yhteyden ollessa käytössä Internet-osoitteen alussa olevaan ”http”-liitteeseen tulee loppuun kirjain ”s” eli ”https”. Tunnistamisella tarkoitetaan sitä, kun asiakas kirjautuu verkkopankkiin, niin voidaan olla varmoja siitä, että palveluja käyttää oikea henkilö. Tällä tavoin esimerkiksi toimeksiannon antaminen onnistuu verkkopankin viestikansion kautta, koska

allekirjoitus on ikään kuin annettu kirjatessa sisään verkkopalveluun. (Tietoturva-opas 2008.)

Pankit käyttävät sähköiseen tunnistamiseen Tupas-varmennepalvelua. Luotettavat tunnistuspalvelut ovat tärkeitä sähköisiä asiakaspalveluita tarjoaville yrityksille, ja siksi myös muut sähköisiä palveluita tuottavat yritykset ovat alkaneet hyödyntää pankkien Tupas-varmenteita. Esimerkiksi vedonlyöntiyhtiö Veikkaus käyttää pankkien varmenteita. Asiakas voi siirtää rahaa pelitililleen painamalla oman pankkinsa tunnistuslinkkiä, jolloin hän siirtyy pankin varmennepalveluun. Pankki ei kuitenkaan vastaa palveluntarjoajan ja asiakkaan välisen oikeustoimen sisällöstä vaan toimii ainoastaan välineenä tunnistaa asiakas. Tupas-palvelu mahdollistaa myös sähköisen allekirjoituksen käytön, joka vastaa normaalia allekirjoitusta. Palveluntarjoajien on tehtävä sopimus kaikkien pankkien kanssa erikseen, jos haluaa käyttää pankkien Tupas-varmennepalvelua. (Kontkanen 2008, 219.)

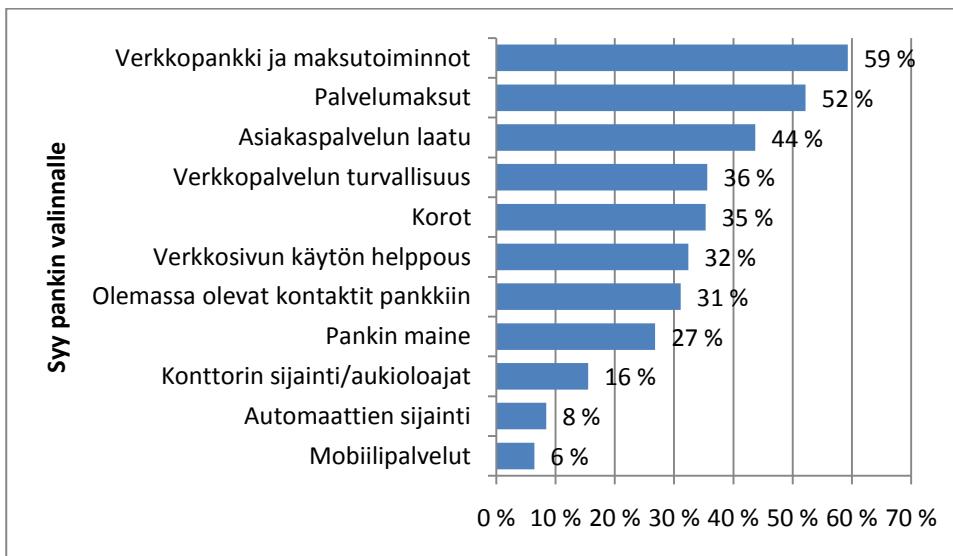
Turvallinen asiointi verkkopankissa vaatii tarkkuutta. On olemassa muutamia perusasioita, jotka kannattaa muistaa käyttäessä verkkopankkia. Pankin palveluun ei koskaan kannata kirjautua ulkopuolisesta linkistä vaan aina pankin oman kotisivun kautta. Näin vältetään huijauslinkkien käyttäminen kirjautuessa sisään omaan verkkopankkiin. Oman tietokoneen Internet-selain ja käyttöjärjestelmä kannattaa pitää ajan tasalla. Uusimpien päivitysten käyttäminen on järkevää, koska silloin on parempi mahdollisuus suojautua uusimmilta huijausyrityksiltä. Yleensä tietokone tekee päivitykset automaattisesti. Tietokoneen tulee olla suojattuna virustorjuntaohjelmistolla ja palomuurilla. Näin ollen vältetään virusten ja tietojenkalasteluohjelmien pääsy koneelle.

Yleisin Internet-selain on Internet Explorer. Jos tiedetään jonkin haittaohjelman hallitsemattomasta olemassaolosta, niin on suositeltavaa käyttää jotain muuta Internet-selainta kuin Exploreria. Tämä johtuu siitä, että yleensä haittaohjelmat käyttävät sitä selainta, jota suurin osa Internetin käyttäjistä käyttää. Omaan verkkopankkiin kannattaa tallentaa tervehdysteksti, josta huomataan, että on saapunut oikeaan paikkaan. Jos tervehdystekstiä ei jostain syystä ilmestyä, kannattaa sulkea selain ja varmistaa, että kirjautuu verkkopankkiin pankin kotisivuilta. Salauksen varmenteen ja sen myöntäjän tarkastaminen osoiteriviltä on hyvä tapa varmistua siitä, että on turvallisesti omassa verkkopankissaan. Varmenne ja myöntäjä näkyvät yleensä vihreällä pohjalla osoiterivillä tai sen vieressä. (Lehto 2010, 19.)

3.7 Hyvä verkkopankki

Verkkopalvelun, kuten perinteistenkin palveluiden, tarkoituksena on palvella asiakasta. Parhaimmillaan palvelun käyttö verkossa on helpompaa, nopeampaa ja hyödyttää molempia osapuolia enemmän kuin asiointi pankkikonttorissa. Asiakas osaa arvostaa hyvää palvelua, ja siksi siihen kannattaa panostaa. Hyvää ja laadukasta palvelua saava asiakas on lojaali. Esimerkiksi yrityksen tekemän virheen jälkeen palveluun tyytymätön asiakas vaihtaa palvelun tarjoajaa huomattavasti varmemmin kuin asiakas, joka saa hyvää palvelua.

Käyttäjät arvostavat verkkopankkia, joka on käytännöllinen. Asiakkaat eivät halua värikkäitä, täynnä mainoksia olevia sivuja, joiden takaa on vaikea löytää tarvittavia tietoja tai maksaa esimerkiksi laskuja. Kun asiakas kirjautuu verkkopankkiinsa, hän todennäköisesti tietää, mitä haluaa ja haluaa sen tehtävän helposti ja yksinkertaisesti. (Samuli 2010.) Kesällä 2010 verkkopankeista tehty vertailu tutkimus osoittaa, että ihmiset pitävät verkkopankkia tärkeimpänä kriteerinä valittaessa pankkia. Verkkopankin jälkeen tulivat palvelumaksut, asiakaspalvelun laatu ja verkkopalvelun turvallisuus. Tämä osoittaa, että verkkopalveluun kannattaa panostaa, koska asiakkaat arvostavat sen käytettävyyttä. (KUVIO 4; Keynote 2010.)



KUVIO 4. Tärkeimmät kriteerit pankkia valittaessa (Keynote 2010.)

Verkkopankin käytettävyyteen vaikuttaa sivujen selkeys. Selkeydellä tarkoitetaan sitä, että asiakas löytää tarvitsemansa toiminnot helposti eikä toimintojen etsimiseen kulu loputtomasti aikaa. Tärkeää on myös, että apua tarvittaessa sitä on helposti saatavissa joko puhelimitse tai sähköisesti verkkopankin viestikansion avulla. Hyvällä sivus-

tolla viestien lähettäminen pankkiin on helppoa ja lähes keskustelunomaista. Hyvällä verkkosivustolla on myös hakukone, jota voi käyttää esimerkiksi jonkin toiminnon etsimiseen. Kuitenkaan verkkopankkiin kirjautumisen jälkeen tällaista hakua ei tiedäkseni voi tehdä yhdessäkään verkkopankissa. Jos hakukoneen puuttumiselle ei ole teknistä tai turvallisuuteen liittyvää syytä, niin miksi verkkopankkiin ei tätä ominaisuutta kannattaisi liittää. Verkkopankistaan voi tehdä persoonallisen pienillä asetusten muutoksilla, esimerkiksi Handelsbankenin verkkosivuilla voi muuttaa tilien nimiä mieleisikseen helpottaakseen tilien seurantaa. Tällaiset pienet asiat tekevät verkkopankista käytännöllisemmän ja viihtyisämmän. (Samuli 2010.)

Hyvä verkkopankki palvelee myös silloin, kun asiakas ei ole kotikoneellaan. Esimerkiksi matkustaessa on tärkeää, että voi tarkastaa tilien saldon tai maksaa unohtuneen laskun ilman, että täytyy etsiä lähin pankkikonttori. Kaikkien Suomessa toimivien pankkien verkkopalveluun pääsee kirjautumaan miltä tietokoneelta tahansa, kunhan siinä on Internet-yhteys. Verkkopankille onkin tärkeää, että se toimii kaikilla mahdollisilla selaimilla ja laitteilla. Jatkuvasti kasvava mobiilipalvelu on kätevä keino hoitaa pankkiasiat ulkomailta, jolloin ei ole mahdollisuutta käyttää omaa kotikonetta. Mobiilipalvelu on jo käytössä jossain määrin, S-pankkia lukuun ottamatta, kaikilla Suomessa toimivilla pankeilla. (Samuli 2010.)

Yksi tärkeimmistä hyvän verkkopankin edellytyksistä on turvallisuus. Kun asiakas ei tunne rahojensa olevan turvassa, ei hän varmasti myöskään halua käyttää palvelua. Suomessa verkkopankkien turvallisuus on muuhun maailman verrattuna huippuluokkaa ja suurin turvallisuusriski on käyttäjä itse. Tämänkin riskin välttää pitämällä tunnusluvut ja salasanat turvassa. Monissa maissa verkkopankin yleistymiselle on ollut esteenä se, että turvallisuusasioita ei ole saatu hoidettua kuntoon, ja näin ollen asiakkaiden luottamus palveluun on jäänyt puuttumaan. Hyvällä verkkosivulla turvallisuusasioista informoidaan hyvin, ja jos asiakas haluaa tietää asiasta lisää, hän voi aina tuntea voivansa soittaa pankin toimivaan asiakaspalveluun. Yleisesti ottaen pankit tiedottavat turvallisuusasioista sivuillaan hyvin ja laajasti. (Samuli 2010.)

Viimeisimmän tutkimuksen mukaan Handelsbankenin verkkopankkia pidetään Suomen parhaana verkkopalveluna (Keynote 2010). Sen suosittuus perustuu perusasioiden kunnossa pitämiseen ja sivuston toimivuuteen. Verkkopalveluista vastaava Handelsbankenin Direktin osastopäällikkö Nina Wagello (2010) kiteyttää Handelsbankenin verkkopankin perustan seuraavan lauseeseen: ”Mikäli perusasiat ovat kunnossa (käytettävyys, oikeellisuus ja ymmärrettävyys), ollaan oikeilla jäljillä verkkopalvelun

suunnittelussa.” Hänen mielestään myös pankin yleinen asiakastyytyväisyys näkyy tyytyväisyytenä verkossa (Wagello 2010).

Handelsbanken panostaa verkkopankkitoiminnassaan järjestelmän ja sisällön laatuun. Järjestelmän laadulla tarkoitetaan muun muassa luotettavaa toimivuutta, käytettävyyttä ja visuaalista näyttävyyttä. Visuaalisella näyttävyydellä ei suinkaan tarkoiteta hienoja, liian täyteen ahdettuja sivustoja vaan sitä, että sivusto on tarkoituksenmukainen käytettävyyden kannalta. Luotettava toiminta pitää sisällään katkottoman palvelun ja suorituskyvyn ylläpitämisen. On selvää, että sivuston hitaus tai toimimattomuus ärsyttää asiakkaita ja nopeasti asiakas haluaa vaihtaa palveluntarjoajaa. Sivuston käytettävyys voi olla toiselle asiakkaalle yksinkertaiset maksutoiminnot ja toiselle monipuoliset palvelukokonaisuudet. Tästä johtuen on mahdotonta miellyttää jokaista asiakasta, mutta tekemällä yleisen pankkiasiointi verkossa mahdollisimman mutkattomaksi saadaan aikaan helppo ja nopea verkkopalvelu. (Wagello 2010.)

Sisällön laadulla tarkoitetaan verkkopalvelun sisältöön vaikuttavia asioita. Näitä ovat muun muassa ajantasaisuus, oikeellisuus, ymmärrettävyys, oleellisuus ja kattavuus. Ajantasaisuudella tarkoitetaan, että sivustolla oleva tieto ei ole vanhentunutta vaan asiakas voi luottaa saamaansa tietoon. Oleellisuudella taas tarkoitetaan, että tieto jota sivustolla on, on myös sinne kuuluvaa ja tarpeellista. Kaikki turha tieto kuormittaa sivustoa ja tekee siitä vaikeamman käyttää. Verkkosivuston täytyy olla myös tarpeeksi kattava palveluidensa osalta, jotta se täyttää asiakkaiden tarpeet. Kaikki tarpeelliset palvelut tulee olla asiakkaiden saatavilla. Edellä mainitut kriteerit ovat niin sanottuja peruspilareita koko verkkopalvelun toimivuuden kannalta, ja ne tulee pitää kunnossa. (Wagello 2010.)

Asiakassuhteen perusta on luottamus. Luottamus täytyy säilyttää myös silloin, kun toimitaan verkossa. Hyvä verkkopankki on luotettava, ja näin ollen asiakas tuntee olonsa turvalliseksi asioidessaan verkkopankissa. Pankeissa tiedetään, että ilman asiakkaiden luottamusta verkkopalvelun turvallisuuteen, sisällön ja laadun kriteereillä ei ole mitään väliä. Tämän vuoksi on tärkeää, että tietoturva-asiat ovat erittäin hyvällä tasolla. Monikanavaisuus ja monivälineisyys on tärkeää verkkopalvelulle. Asiakkaan tulee päästä palveluun useilta eri selaimilta, käyttöjärjestelmiltä ja päätelaitteilta. Asukkaat, jotka eivät pääse palveluun omalta koneeltaan esimerkiksi käytössä olevan selaimen takia, ovat äänekäs ryhmä. Hyvin nopeasti ihmiset alkavat puhumaan, että pankin palveluun ei pääse tai palvelu ei toimi. (Wagello 2010.)

Asiakaspalvelu on tärkeää myös verkossa. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna palvelu verkossa on samaa kuin palvelu esimerkiksi konttorin kassalla. Asiakkaat kokevat myös, että verkkopalvelu on muita pankin palveluita täydentävä eikä korvaava toiminto. Tämän takia toisiaan täydentävät toiminnot luovat hyvän verkoston, jossa asiakas voi asioida vaivattomasti. Asiakkaan saaman tuen merkitys palvelutilanteessa on merkittävä. Ongelmatilanteen tullen asiakkaan on saatava tukea joko puhelimitse tai sähköisesti. Asiakkaat arvostavat asiakaspalvelun toimimista, mutta asiakaspalvelun puute voi jopa päättää asiakassuhteen. (Wagello 2010.) Henkilökohtaisesti olen ihmetellyt useita kertoja sitä, miten useat palveluyritykset jonotuttavat ihmisiä puhelinpalveluissa niin kauan, kunnes asiakas päättää vaihtaa palveluntarjoajaa. Onko asiakkaiden menettäminen yrityksille halvempaa kuin lisätyövoiman palkkaaminen palvelemaan apua tarvitsevia asiakkaitaan?

4 VERKKOPANKIN KEHITTYMINEN

4.1 Verkkopankit tänään

Pankkien verkkopalvelut ovat kehittyneet 15 vuoden aikana paljon. Uusi teknologia on tuonut mukanaan mahdollisuuksia kehittää pankkitoimintaa ja pankit ovat myös käyttäneet tilaisuuden hyväkseen. Teknologia on tuonut rahoituslalle uusia palveluita ja jakelukanavia, joita pankit käyttävät tällä hetkellä aktiivisesti. (Heikkinen & Korhonen 2006, 43–44.) Verkkopankin tullessa markkinoille, palvelut olivat hyvin yksinkertaisia. Verkkopankin kehittyessä kaikki on rakentunut perustoimintojen ympärille, kuten tilitietojen seuranta ja laskujen maksaminen.

Ajan kuluessa ja Internetin yleistyttyä pankit ovat vieneet palveluitaan yhä enemmän verkkoon. Nykyään pankkien verkkopankeissa voi muun muassa sijoittaa, hakea lainaa, tilata maksukortin ja keskustella pankin kanssa interaktiivisesti. Uusimpana ilmiönä on mobiilipalveluiden käyttö älypuhelimella. Tällä hetkellä eletään mobiilipalveluiden murrosaikaa, ja on vain ajan kysymys, kun älypuhelinpalvelut ja niin sanottu mobiiliraha tulevat haastamaan nykyisen verkkopankin käytön. Tämä vaatii kuitenkin ensin halvempien älypuhelimien tuonnin markkinoille sekä sen, että ihmiset saadaan luottamaan pankkiasioinnin turvallisuuteen puhelimitse. Esimerkiksi Nokia on jo ilmoittanut tuovansa markkinoille alle 100 euron älypuhelimia vuoden 2011 alussa (Nokia julkisti halvat 3G-mallit 2010, 10).

Suomessa verkkopankit ovat hyvin kehittyneitä. Ulkomailla tilanne monissa maissa on toinen ja verkkopankit ovat vasta kehitysasteella. Kiinassa verkkopankki kasvoi nopeasti vasta vuonna 2007. Tuona vuonna verkkopankissa tapahtuneiden tapahtumien määrä kasvoi 163 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Tämän jälkeen tapahtumien määrä on kasvanut tasaisesti joka vuosi. Nopea kasvu johtuu pankkien panostuksista verkkopankkitoimintaan. Vaikka Kiina on yksi maailman suurimmista ja kehittyneimmistä maista, on se tullut jäljessä verkkopankkien suhteen. Yksi suurimmista syistä on se, että yksityishenkilöt eivät ole olleet halukkaita käyttämään Internet-palveluita, joka on johtunut muun muassa turvallisuuden tunteen puutteesta, ongelmista rekisteröitymisessä ja palveluiden muista ongelmista. Näyttää siltä, että tekniikka ei ole ollut sillä tasolla, että ihmiset olisivat voineet huoletta ja vaivattomasti käyttää pankkipalveluja verkossa. Ongelmat ovat olleet myös kulttuurisia. Kiinalaisille kasvojen menettäminen on erittäin häpeällinen asia. Osa ihmisistä Kiinassa, onkin

pelännyt tekevänsä asioita väärin käyttäessään verkkopalveluja, ja siksi ei ole uskaltanut käyttää uusia palveluja ollenkaan. Kiinassa kuin myös Suomessa verkkopankin käyttäjän perikuva on korkeasti koulutettu, nuori, varakas ja hyvät tekniset taidot omaava henkilö. Kiinassa verkkopankkien kasvu tulevaisuudessa lasketaan juuri tällaisten ihmisten varaan. Lähivuosina Internetin käytön suosion pankkiasioinnissa odotetaan kasvavan samalla, kun kotikoneiden määrä kasvaa, ja Internet-yhteydet laajenevat myös suurimpien kaupunkien ulkopuolelle. (Yuan, Seok Lee & Yong Kim 2010.)

4.1.1 Pankkien mobiilipalvelut

Mobiili- eli puhelinpalvelut ovat jo osa pankkien palvelukokonaisuutta. Puhelimen käyttö pankkiasioinnissa on kuitenkin melko uusi palvelumuoto, ja siksi kaikki pankit eivät ole vielä ottaneet sitä käyttöönsä. Älypuhelimien käytön yleistymisen myötä pankit ovat alkaneet kehittämään omia puhelinpalvelujaan. Luultavasti lähivuosina mobiilipalvelut tulevat haastamaan nykyisen mallin käyttää verkkopankkia tietokoneella. Uusilla kosketusnäyttöpuhelimilla on jo nyt lähes yhtä helppo käyttää verkkopalveluita kuin tietokoneella, joten miksi ihmiset eivät käyttäisi puhelinta laskujen maksamiseen tai tilitietojen seuraamiseen, kun sen vielä voi tehdä olinpaikasta riippumatta.

Isoimmat pankit toimivat yleensä edelläkävijöinä, kun puhutaan uusista pankkipalveluista. Tällä hetkellä Nordealla käytössä olevia puhelinpalveluita ovat muun muassa tilitietojen saanti puhelimitse tai tekstiviestillä, tilihälytykset ja vahvistukset sekä asiakaspalvelu puhelimitse. Puhelimen välityksellä toimiva tilitietojen seuranta vaatii samanlaisen varmuuden kuin tietokoneelta verkkopankkiin kirjautuessa. Myös asiakaspalveluun soittaessa voi tehdä omiin tileihin liittyviä siirtoja. Silloinkin verkkopankkitunnukset toimivat allekirjoituksena ja varmenteena sille, että palvelun käyttäjä on tilin haltija. (Nordean verkkosivut 2010.)

Verkkopalveluun on myös mahdollista kirjautua puhelimilla, joissa on Internet-yhteys. Pankit ovat helpottaneet verkkopankissa käyntiä puhelimella siten, että ovat tehneet kokonaan oman mobiiliverkkopankkisivuston. Mobiilisivustolta on karsittu pois kaikki turha informaatio, jotta verkkopankin selaaminen pienellä näytöllä olisi helpompaa. (Nordean verkkosivut 2010.) Mobiiliverkkopankkisivusto on tällä hetkellä käytössä jo lähes kaikilla suomalaisilla pankeilla. Sampo pankilla on käytössään täysin uusi verk-

kopankkimalli, joka on tarkoitettu vain älypuhelimiin. Sitä kautta voi helposti käyttää ja tarkastella tilejä, käyttää valuuttalaskuria tai paikantaa lähimmän pankkiautomaatin. Tällä hetkellä ohjelma on ladattavissa ilmaiseksi vain Applen Iphoneen ja android käyttöjärjestelmää käyttäviin älypuhelimiin. (Sampo pankin verkkosivut 2010.)

Sijoituspalvelut ovat myös vahvasti mukana mobiilipalveluiden kehityksessä. Esimerkiksi Nordeassa voi seurata sijoituksiaan puhelimellaan, jossa on Internet-yhteys. Puhelimeen voidaan, joko asentaa erillinen ohjelma tai toisena vaihtoehtona asiakas voi selata pörssitietoja mobiiliverkkopankin kautta. Nordea tarjoaa asiakkailleen myös markkinatietopalvelun, jonka saa vain tiettyihin Nokian puhelinmalleihin. Palvelun kautta pääsee tutkimaan uusimpia markkinakatsauksia, missä ja milloin tahansa. (Nordean verkkosivut 2010.)

Mobiilipalveluiden ongelmana vielä tällä hetkellä ovat kasvaneet käyttömäärät, ja siitä johtuvat tietoverkkojen ylikuormitukset. Uudet älypuhelimet tarvitsevat huomattavasti enemmän verkkojen kapasiteettia ja nykyiset tietoverkot eivät ole suunniteltu uusille älypuhelimille sekä näin suurille käyttäjämäärille. Teleoperaattorit ovat tiedostaneet ongelman, ja tekevät jatkuvasti töitä parantaakseen yhteyksien toimivuutta. Kehitteillä on vanhan 3g-verkon tilalle uusi 4g-verkko, joka mahdollistaa suuremman tiedon siirtonopeuden sekä korkealaatuisemman sisällön tuottamisen puhelmiin. (Horelli 2010.) Tällä hetkellä puhelimella voi joko kirjautua verkkopankkiin selaimen kautta tai osa pankeista tarjoaa siihen erityisen puhelimeen ladattavan ohjelman, jota kautta kirjautuminen tapahtuu. Ohjelmien lataaminen toimii palveluun sitouttavana tekijänä ja siihen pankit juuri pyrkivät, sitouttamaan asiakkaitaan. Mobiilipalveluiden tarjoajat ovat tyytyväisiä palveluiden käytön kasvuun. Mitä enemmän asiakkaat lataavat esimerkiksi ohjelmia omalle puhelimelleen, sen lojalimmaksi asiakkaat tulevat pankille ja sen palveluille. Vielä tällä hetkellä ihmiset kuitenkin käyttävät mieluummin selaimia puhelimeen ladattavien ohjelmien sijaan, koska silloin puhelimeen ei tarvitse ladata ylimääräisiä ohjelmia. (Salminen 2010, 10-11.)

4.1.2 Verkkopankin sivupalvelut

Verkkopankkeihin on mahdollista liittää erilaisia sivupalveluita. Muutamilla Suomessa toimivilla pankeilla on jo käytössään oman talouden hallintaohjelma, jolla voi seurata omaa rahankäyttöään. Pankit keskittyvät kuitenkin edelleen perinteiseen liiketoimin-

taansa, ja sen vuoksi niiden oma talous –palvelut ovat suppeita. Ulkomailla, muun muassa Yhdysvalloissa, on jo pitkään ollut käytössä pankin ja kolmannen osapuolen välinen yhteistyö tuottaa palveluja normaalin verkkopankin käyttämisen lisäksi. (Tarkkamarkka 2009.)

Vuoden 2010 alussa myös Suomessa lanseerattiin Balancion niminen oman taloudenhallintaohjelma. Yrityksen tekemällä työkalulla voi siirtää tilitiedot omasta verkkopankista suoraan ohjelmaan. Aiemmin tiedot on joutunut syöttämään esimerkiksi Excelin kautta. Ohjelma tukee kaikkia suomalaisia verkkopankkeja. Balancion tullessa markkinoille, se herätti paljon keskustelua siitä, onko ohjelman avulla turvallista hakea omia tietoja verkkopankista ja siirtää ne taloudenhallintaohjelmaan. Muun muassa Osuuspankki kielsi asiakkaitaan antamasta tietojään kolmannen osapuolen käyttöön, jolla tarkoitti nimenomaan Balancion palvelua. Balancion korostaa, että tietojen siirtäminen on täysin turvallista, eivätkä tiedot joudu ulkopuolisen käsiin. (Balancion verkkosivut 2010.)

Balancion on hyvä esimerkki palvelusta, jonka voi liittää verkkopankin yhteyteen tuomaan asiakkaalle lisäarvoa. Tulevaisuudessa tullaan varmasti saamaan käyttöön lisää vastaavanlaisia ohjelmia, kun pankit alkavat paremmin ymmärtää lisäarvoa tuottavien palveluiden hyödyn itselleen. Turvallisuus ja pankkisalaisuuden ylläpito on pankeille elintärkeää, mutta ne voi varmasti säilyttää tukahduttamatta luovuutta kehittää uusia innovatiivisia palveluita asiakkailleen. Balancion ei kuitenkaan ole ainoa palvelu, joihin verkkopankkia voi hyödyntää.

Postin ylläpitämä NetPosti palvelu hyödyntää pankkien verkkopankkitunnuksia. Kirjautuessa postin palveluun, kirjaututaan sisään samoilla tunnuksilla kuin omaan verkkopankkiin. NetPostiin voi vastaanottaa kirjeitä itse hyväksymiltään lähettäjiiltä. Muun muassa monet yritykset ovat siirtyneet lähettämään palkkakuittinsa NetPostiin, jolloin säästytään turhalta paperin käytöltä. Myös useat oppilaitokset ovat siirtyneet käyttämään verkkopankkivarmennusta sisäisiin verkkoihin kirjautuessa. Suomen valtion tasolla pohditaan myös mahdollisuutta äänestää vaaleissa verkkopankkitunnuksien avulla. (Samuli 2010.)

Sähköistä äänestämistä kokeiltiin ensimmäistä kertaa vuoden 2008 kunnallisvaaleissa, jolloin kolmen vaalipiirin äänestyspaikalla ihmisille annettiin mahdollisuus antaa äänensä tietokoneella. Kokeilu epäonnistui, sillä osa äänistä jäi antamatta. Tämä johtui äänestäjien osaamattomuudesta käyttää äänestysmenetelmää oikein. Kokeilussa ei käytetty vielä verkkopankkitunnuksia, vaan äänestämiseen tarvittiin sähköi-

nen henkilökortti. Tulevaisuudessa voi olla mahdollista, että äänensä voi antaa kotoa käsin käyttämällä tunnistautumisesa verkkopankkitunnuksiaan. (Vaikuttamistaidot 2010.) Hallitus on päättänyt 13.1.2010, että sähköistä äänestystä ei kehitä enää äänestyspaikalla tapahtuvana sähköisenä äänestyksenä vaan keskitytään Internet äänestukseen, ja seurataan näin kansainvälistä kehitystä tällä osa-alueella (Oikeusministeriö 2010).

Kela on ottanut käyttöönsä myös oman verkkopalvelun, johon pääsee kirjautumaan omilla verkkopankkitunnuksilla tai sähköisellä henkilökortilla. Kelan verkkopalvelussa on mahdollista muun muassa tarkistaa kuuluuko Suomen sosiaaliturvan piiriin, hakea etuuksia, tehdä ilmoituksia, muuttaa henkilötietoja, seurata etuuksia kahdelta edelliseltä kalenterivuodelta sekä varmistaa opintotukikuukausien jäljellä olevan määrän. Kyseessä on erittäin monipuolinen palvelu, joka mahdollistaa useimpien Kelan palveluiden käytön verkossa. Verkossa Kelan palveluita voivat hyödyntää asevelvolliset, eläkeläiset, työttömyysturvan saajat, lapsiperheet ja vammais- sekä asumistuen saajat. Kyseessä ovat täysin samat palvelut kuin asioidessa Kelan konttorissa. Palveluiden siirtäminen verkkoon on varmasti helpottanut Kelan päivittäistä asiointia Kelassa, koska nyt pienten asioiden vuoksi ei tarvitse lähteä Kelan konttoriin. (Kelan verkkosivut 2010.)

4.1.3 Täysin verkossa toimivat pankit

Pankkitoiminnan painopisteen siirtyminen verkkoon on synnyttänyt toimijoita, jotka harjoittavat pankkitoimintaa ainoastaan verkossa. Näillä toimijoilla on ainutlaatuinen malli harjoittaa pankkitoimintaa, koska he säästävät muun muassa tilavuokrissa ja palkkakustannuksissa. Ainoastaan Internetissä toimivat pankit pystyvät siirtämään säästyneet kustannuksensa suoraan suurempiin talletuskorkoihin ja pienempiin lainojen korkoihin. Tällä he saavat houkutelua asiakkaita suurilta pankeilta, jotka suurien kulujensa vuoksi joutuvat kattamaan kulujaan muun muassa korkeammilla lainojen koroilla. Huono puoli ainoastaan Internetissä toimivien pankkien toiminnassa on, että niiden asiakassegmentti ja tuotevalikoima ovat rajallisia. Pankkitoiminnassa on edelleen paljon palveluita, jotka vaativat asiakkaan kohtaamista henkilökohtaisesti. Näin ollen Internetissä toiminta keskittyy lähinnä tilien hallintaan, korttien käyttämiseen ja lyhyisiin lainoihin. Yleisesti ottaen Internet-pankit eivät tuota aloittaessaan yhtä hyvin kuin suuret pankit konttoreineen, mutta volyymin kasvaessa Internet-pankit ajavat suurten pankkien ohi tuottavuudessa. (Heikkinen & Korhonen 2006, 43–44.) Suo-

messa tällaisia toimijoita on vielä hyvin vähän, mutta esimerkiksi Yhdysvalloissa jo useita.

Suomessa painopiste on keskittynyt tiettyyn palveluun, jonka pohjalle verkkotoiminta perustuu. Esimerkiksi Nordnet on Pohjoismaissa toimiva pankkiiriliike. Suomessa Nordnet tarjoaa ainoastaan sijoituspalveluita, ja vain verkossa. Se on keskittynyt osakesijoitukseen, mutta tarjoaa myös muun muassa talletustilin ja mahdollisuuden sijoittaa rahastoihin. Nordnet kilpailee Suomessa suomalaisten pankkien sijoituspalveluiden kanssa maksuttomalla arvo-osuustilillä ja halvemmilla kaupankäyntihinnoilla. Mikään suomalainen pankki ei tarjoa maksutonta arvo-osuustiliä, ja siksi Nordnet houkuttelee eritoten pitkäaikaisosakesäästäjiä sekä niitä, jotka käyvät kauppaa vain harvoin. Suomessa Nordnetin tavoitteena on tulevaisuudessa laajentaa toimintojaan niin, että asiakas ei ole enää riippuvainen suurista pankeista vaan voi hoitaa kaikki pankkiasiansa Nordnetin kautta. Ruotsissa Nordnetin asiakas voi jo perustaa normaalin käyttötilin ja saada siihen maksukortin. (Nordnetin verkkosivut 2010.)

4.2 Verkkopankin tulevaisuus

Tulevaisuutta on vaikea ennustaa. Pystytään kuitenkin saamaan vihjeitä siitä, mitä tulevaisuudelta voidaan odottaa, kun katsotaan ympärillemme. Tarkastellessa ihmisiä ja ympäröivää maailmaa, saadaan jonkinlainen kuva siitä, mitä tarvitaan tullakseen paremmin toimeen yhteiskunnassa. Täysin uudet innovaatiot tai vanhojen keksintöjen muuntaminen, voivat auttaa ihmisiä monissa arjen asioissa, niin myös pankkiasioden hoitamisessa. Raha on ihmiselle elinehto, ja siksi ihmiset haluavat pitää hyvää huolta raha-asioistaan. Ihmiset tahtovat turvata rahavarojensa pysyvyyden, ja joskus he kokevat tarvetta saada kertyneille varoilleen myös tuottoa erilaisten sijoitustuotteiden avulla. Tätä varten tarvitaan palveluita, joita pankit tarjoavat. Palveluiden täytyy olla helppoja käyttää, luotettavia ja niiden tulee palvella asiakkaiden tarpeita. Verkkopankki on helpottanut ihmisten pankkiasiointia viimeisten 15 vuoden aikana huomattavasti, ja pankit tulevat varmasti tarjoamaan myös tulevaisuudessa uusia parempia pankkiasiointi muotoja ja mahdollisuuksia.

Handelsbankenin verkkopankki on viimeisimmän tutkimuksen mukaan Suomen paras (Keynote 2010). Yhtiö ei voi kuitenkaan jäädä nauttimaan saamastaan kunniansta vaan sen on kehitettävä verkkopalveluaan entistä paremmaksi asiakkaiden vaatimusten mukaisesti. Handelsbanken Direktin Osastopäällikkö Nina Wagellon (2010) mu-

kaan vuorovaikutteisuus tulee lisääntymään verkkopalveluissa. Asiakaspalvelu tulee siirtymään entistä enemmän verkkoon erilaisten viestintäratkaisujen avulla. Esimerkiksi Skypeen tyyppinen palvelu, joka mahdollistaa Internet-puhelut, voisi olla eräs keino jatkossa palvella asiakkaita. Asiakkaat voisivat ottaa videopuheluyhteyden pankkiin ja saada apua ongelmaansa interaktiivisesti. Myös jo käytössä oleva verkkopankin viestikansio tulee varmasti kehittymään vuorovaikutteisemmaksi vaihtoehdoksi tukea asiakkaita heidän ongelmissaan. Tulevaisuudessa asiakkaiden vaatimukset tulevat kasvamaan, ja he haluavat olla myös mukana pankin kehityksessä. Ennakoidaan, että jatkossa pankit tulevat siirtymään tuputtavasta markkinoinnista enemmän houkuttelevaan markkinointiin, joka herättää paremmin ihmisten mielenkiinnon. Viestintämahdollisuuksien kehittyessä myös yksilölliset markkinointiviestit tulevat lisääntymään. (Wagello 2010.)

Tulevaisuudessa Handelsbanken haluaa kehittää verkkopalveluidensa sisältöä tuomalla sinne uusia tuotteita ja palveluita. Pankki näkee mahdollisena myös sosiaalisen median mukaan tuomisen verkkopalveluihin. Esimerkiksi erilaiset blogit, tuotearviointit ja asiakkaiden mielipiteet tulevat näkymään verkkopankissa. Nämä tuovat täysin uutta sisältöä pankin asiakkaille, ja auttavat heitä muun muassa sijoitusasioissa. Blogit voivat sisältää esimerkiksi asiantuntijoiden kertomuksia sijoitustuotteiden kehityksestä tai maailmantalouden tilanteesta sillä hetkellä. Tuotearviointien avulla asiakas voi saada tietoa haluamastaan sijoitustuotteesta, ja se voi auttaa häntä tekemään sijoituspäätöksen. Asiakkaat voisivat kertoa omia mielipiteitään tuotteista ja palveluista asiakkaiden keskustelupalstalla. Keskustelupalstat eivät ole sinänsä uusi innovaatio, mutta pankkien sivuilla käytettäessä, olisivat asiakkaiden mielipiteet asiayhteydessään. (Wagello 2010.)

4.3 Mobiiliraha

Mobiiliraha on maksukorttien ja käteisen rahan haastaja. Mobiilirahalla tarkoitetaan älypuhelimella tapahtuvaa maksua, joka mahdollistaa muun muassa kaupassa maksamisen älypuhelimien avulla. Enää ei tarvitse kuljettaa mukanaan käteistä rahaa tai maksukorttia, koska kaikki tarvittava on puhelimessa. Yksi tapa käyttää mobiilirahaa, on asentaa puhelimeen mikrosirukortti. Mikrosiru sisältää muun muassa asiakkaan tilitiedot, ja se asennetaan puhelimeen muistikortin paikalle. Esimerkiksi Visa käyttää mikrosirukortteja palvelussaan yhteistyössä pankkien kanssa. (Sposito 2010.) Toinen tapa on toimia yhteistyössä puhelinoperaattorien kanssa, jolloin ulkoista mikrosiru-

korttia ei tarvita. Molempia tapoja käytetään, mutta vielä ei tiedetä, kumpi tapa tulee yleistymään tulevaisuudessa. (Wade 2010.) Luottokorttiyhtiöt Mastercard ja Visa ovat tehneet sopimuksia operaattorien kanssa, ja alkaneet kokeilla mobiilirahapalvelua kehitysmaissa. Esimerkiksi Mastercard on tehnyt yhteistyösopimuksen indonesialaisen Smart Hub Inc. operaattorin kanssa. Maksukorttiyhtiöt ovat lähteneet viemään palveluaan kehittyviin maihin, koska siellä maksukortteja käytetään vähän, ja näin ollen ihmiset ovat avoimempia uudelle älypuhelinpalvelulle. Korttiyhtiöt ovat huomanneet, että maissa, joissa maksukorttien käyttäminen on yleistä, ihmiset eivät kaipaa uutta palvelua toimivan maksukorttipalvelun vuoksi. (McKenna 2010.)

Mobiilirahaa voidaan hyödyntää myös kriisitilanteissa. Haitissa tammikuussa 2010 tapahtuneen maanjäristyksen jälkeen ihmiset pystyivät puhelimiensa avulla käyttämään rahaa ja ostamaan ostoksiaan kaupoissa. Haitissa noin 85 prosenttia ihmisistä omistaa puhelimen, mutta vain harvalla on pankkitili ja maksukortti. Maailmanlaajuisesti noin 5 miljardilla ihmisellä on puhelin, mutta vain 1,5 miljardilla on mahdollisuus pankkiasiointiin. Luvut osoittavat, että maksukorttiyhtiöt ovat oikeilla markkinoilla viemässä eteenpäin puhelimen avulla tapahtuvaa kaupassa-asiointia ja pankkiasiointia. (McKenna 2010.)

Obopay on Yhdysvaltalainen yritys, joka on keskittynyt mobiilirahapalveluihin. Palvelu sai alkunsa, kun sen perustaja huomasi ollessaan Afrikassa, että ihmiset kantavat mukanaan puhelinta eivätkä lompakkoa. Obopay tarjoaa mahdollisuuden muun muassa siirtää rahaa nopeasti, maksaa ravintolassa, seurata verkkokauppaostoksen kulkua ja vastaanottaa rahaa. Kaikki tämä onnistuu omalla puhelimella. (Obopay website 2010.) Yhdysvalloissa Obobay markkinoi palveluaan yrityksille, jotka eivät hyväksy asiakkailtaan maksuvälineenä kuin käteistä rahaa. Nämä yritykset ovat pääasiassa palveluita tarjoavia yrityksiä. Heidän arvionsa mukaan tällaisia yrityksiä on Yhdysvalloissa 24 miljoonaa, joten markkinat ovat suuret. (McKenna 2010.)

Suomessa älypuhelimella suoritettavaan kaupassa käyntiin on vielä matkaa. Vaikka Suomi on osaamisen puolesta valmis hyödyntämään puhelinta ostoksien tekoon, niin vie aikaa, ennen kuin ihmiset saadaan hyödyntämään tätä palvelua. Se tulee olemaan vaikeaa, koska nykyiset maksukorttipalvelut ovat toimivia ja suhteellisen halpoja käyttää. Ihmiset eivät siis näe tarvetta uudelle palvelulle. Vaikka puhelimella ostoksien ostoon on vielä matkaa, niin on Suomessakin jo esimerkkejä mobiilitoiminnasta hieman pienemmässä mittakaavassa.

Yritys nimeltään Eazybreak on lanseerannut mobiililounassetelit. Saadakseen palvelun käyttöön yrityksen täytyy ensin rekisteröityä Eazybreakin Internet-sivuilla. Tämän jälkeen yritys tilaa haluamansa määrän lounaseteleitä ja ilmoittaa työntekijöidensä tiedot. Työntekijä saa sähköpostilla palvelun aktivointilinkin sekä puhelinnumeron, johon soittamalla tai lähettämällä tekstiviestin saa lounassetelikoodin. Koodia näyttämällä ravintolassa työntekijä saa lounaansa ilman, että hänen täytyy kuljettaa mukanaan paperisia lounaseteleitä. Työntekijälle palvelu on täysin maksuton. Eazybreak tarjoaa lounasasetelien lisäksi myös mobiilisia kulttuuri- ja liikuntaseteleitä. (Eazybreakin verkkosivut 2010.)

Yhdysvalloista Eazybreakin tapainen esimerkki on kahvilayritys Starbucksin ladattava puhelinkortti. Palvelun avulla älypuhelimeen voi ladata rahaa, jonka jälkeen kahvilossa oleva laite lukee puhelimen näytöltä koodin ja vähentää ladattua saldoa käytetyllä rahasummalla. Ensirekisteröitymisen jälkeen puhelimeen voi ladata rahaa helposti. Palvelu on nopeuttanut kahviloissa asiointia huomattavasti, ja asiakkaat ovat ottaneet palvelun mielellään käyttöön, koska aiemmin Starbucksilla oli käytössään samantapainen palvelu. Tällöin käytössä oli erillinen, Starbucksin oma maksukortti. Tämä ei kuitenkaan tuonut läheskään yhtä paljon lisäarvoa kuin nykyinen tapa ladata rahaa puhelimeen. (Wolfe 2010.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Handelsbanken Kuopion konttorin henkilöasiakkaiden tietoisuutta ja kiinnostuneisuutta verkkopankin sijoituspalveluista. Heikkilän (2004, 17) mukaan määrällisen tutkimuksen piirteitä ovat suuri otos, ilmiön kuvaus numeerisen tiedon perusteella ja tulosten vastaaminen kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä on myös erilaisten mittarien käyttö, objektiivisuus eli puolueettomuus tutkimuksen teossa ja tuloksissa sekä tiedon strukturointi. Strukturoinnilla tarkoitetaan sitä, että tutkittava asia vakioidaan eli muutetaan samankaltaiseksi. (Vilkkä 2007, 14–17). Kvantitatiivista tutkimusta kutsutaan usein myös tilastolliseksi tutkimukseksi, koska aineiston analysointi tapahtuu tilasto-ohjelman avulla käyttämällä hyödyksi erilaisia tunnuslukuja ja riippuvuuksia (Heikkilä 2004, 16).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistonkeruu tapahtuu usein kyselylomakkeen avulla, mutta aineiston voi hankkia myös muun muassa tilastoista, rekistereistä ja tietokannoista (Heikkilä 2004, 18). Opinnäytetyössä käytettiin aineistonkeruu menetelmänä strukturoitua kyselylomaketta, joka lähetettiin vastaajille sähköpostitse. Kyselyn lähettäminen päätettiin toteuttaa sähköpostitse, koska se on nykyaikainen ja kustannustehokas tapa. Kirjekyselyn käyttäminen olisi ollut hieman vanhanaikainen tapa tiedustella ihmisten tietoisuutta ja kiinnostusta verkkopankin sijoituspalveluista. Kyselylomakkeen laatimiseen palataan tarkemmin omassa luvussaan. Määrällisen tutkimuksen tavoitteena on löytää säännönmukaisuuksia ja esittää ne tutkimuksena. Tutkimusprosessi etenee yleensä teoriasta käytäntöön, ja kyseinen prosessi on havaittavissa myös tässä opinnäytetyössä. Aluksi esitetään teoriaosuus, jonka jälkeen analysoidaan kyselylomakkeella saatu aineisto ja sen tulokset. Lopuksi vedetään yhteen tulokset ja siihen liittyvä teoria pohdintaosiossa. (Vilkkä 2007, 25)

5.2 Kyselylomakkeen ja saatteen laatiminen

Aineiston keruu menetelmänä käytettiin strukturoitua kyselylomaketta. Lomaketta laatiessa tärkeänä pidettiin, että kyselyyn on helppo ja nopea vastata. Kyselylomake tehtiin Typala-ohjelmalla, joka mahdollisti selkeän lomakkeen ja nopean vastaamisen. Lomaketta testattiin ennen kyselyn toteuttamista useaan otteeseen. Testaamiseen osallistui muun muassa Handelsbanken Kuopion konttorin henkilöstö. Lomakkeen hyvällä testauksella varmistettiin sen oikeellisuus sekä karsittiin turhat virheet. Samalla saatiin myös keskiarvo siitä, kuinka kauan kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa. Kyselylomakkeelle tärkeää oli myös, että sen kysymykset vastaavat tutkimustehtävää eli tutkia asiakkaiden tietoisuutta ja kiinnostusta verkkopankin sijoituspalveluista. Tämän vuoksi oli tarkasti mietittävä kysymysten asettelu ja muotoilu.

Kyselylomake laadittiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Tällä varmistettiin, että kysely palvelee myös toimeksiantajan tarpeita. Toimeksiantajan kanssa käytiin läpi asiat, joita he haluavat kyselyllä selvittää, ja tämän jälkeen rakennettiin kysely, joka hyväksytettiin toimeksiantajalla. Lomaketta tehdessä mietittiin tarkkaan jokaisen kysymyksen tarpeellisuus, ja se mitä niillä voidaan tutkia. Taustatieto kysymykset sijoitettiin kyselyn alkuun ja niistä jätettiin pois kaikki ylimääräiset kysymykset, joilla ei ollut mitään tekemistä tutkimuksen kanssa. Kyselyn loppuun laitettiin kaksi avointa vastauskenttää, joihin vastaajilla oli mahdollisuus antaa palautetta verkkopankista ja Kuopion konttorista yleensä. Kyselylomake laadittiin loka-marraskuun 2010 aikana. Kyselylomake löytyy liitteenä työn lopusta (LIITE 2).

Saatteen merkitys kyselyn onnistumisen kannalta on suuri. Huono saate voi pilata koko tutkimuksen, jos vastaajat päättävät saatteen luettuaan olla vastaamatta kyselyyn tai eivät jaksa lukea saatetta loppuun saakka. Toimiva saate rohkaisee ja houkuttelee vastaajaa vastaamaan kyselyyn. Saatteeseen panostettiin paljon, koska potentiaalisten vastaajien määrä oli rajallinen ja kyselyyn oli tärkeää saada mahdollisimman paljon vastaajia. Saatekirjeessä on tärkeää mainita kaikki tarpeellinen tieto, jotta vastaaja saadaan vakuutettua kyselyn tärkeydestä ja luotettavuudesta. Saatteessa tulee muun muassa mainita tutkimuksen toteuttaja ja toimeksiantaja, tutkimuksen tavoite, vastausten takaraja, yhteystiedot lisätietoja varten ja tutkimustietojen käyttötapa. Erityisen tärkeää on painottaa tutkimuksen luottamuksellisuutta. (Heikkilä 2004, 61–62.) Omassa työssä ratkaisevana tekijänä asiakkaiden luottamuksen saamiseksi pidin sitä, että kysely lähetettiin toimeksiantajani tiloista ja konttorinjohtajan allekirjoittamana. Jos kysely olisi lähetetty omalta tai koulun koneelta, niin vastausprosentti olisi luultavasti ollut alhaisempi, sillä ihmiset eivät olisi olleet yhtä motivoitu-

neita vastaamaan opinnäytetyötä tekeväälle opiskelijalle. Saate löytyy liitteenä työn lopussa (LIITE 1).

Kyselylomake toteutettiin Typala-ohjelmalla, joka mahdollisti kysymysrakenteiden helpon muokkaamisen. Tämä tarkoittaa, että kysely etenee sen mukaan, mitä vastaaja kysymykseen vastaa. Esimerkiksi, jos kysymykseen 10 (Oletteko tietoinen Handelsbankenin verkkopankin tarjoamista sijoituspalveluista?) vastasi Ei, niin ohjelma siirsi vastaajan suoraan kysymykseen numero 17 ja jätti välistä kaikki ne kysymykset, jotka eivät olleet enää oleellisia kyseisen vastaajan osalta. Vastaavasti kirjekyselyssä tämä ei olisi onnistunut vaan kyselyyn olisi täytynyt lisätä kysymysten perään huomautukset, jotta vastaaja olisi tiennyt hypätä oikeaan kysymykseen. Tämä olisi tehnyt kyselystä hyvin epäselvän ja vaikean hahmottaa sekä vastata.

Kyselyyn muokkautui muutama toistaan selvempi ”polku”, jota vastaajat kulkivat läpi kyselyn. Alun taustatieto kysymykset olivat kaikille samat, mutta niiden jälkeen polut erkanivat. Selkein polku oli niille, jotka ovat tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista ja ovat myös joskus palveluita käyttäneet. Toinen selvä polku oli niille vastaajille, jotka eivät ole tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista, mutta ovat kuitenkin kiinnostuneita aiheesta. Kolmas selkeä polku syntyi siitä, jos käytti jonkin toisen pankin verkkopankkia Handelsbankenin verkkopankin rinnalla. Neljäs polku oli niille, jotka eivät ole tietoisia verkkopalvelun sijoituspalveluista, eivätkä myöskään ole kiinnostuneita sijoittamaan verkossa. Nämä polut auttavat hahmottamaan kyselyn tarkoitusta ja näiden polkujen kautta analysoin myös tuloksia luvussa 6.

5.3 Kyselyn toteuttaminen

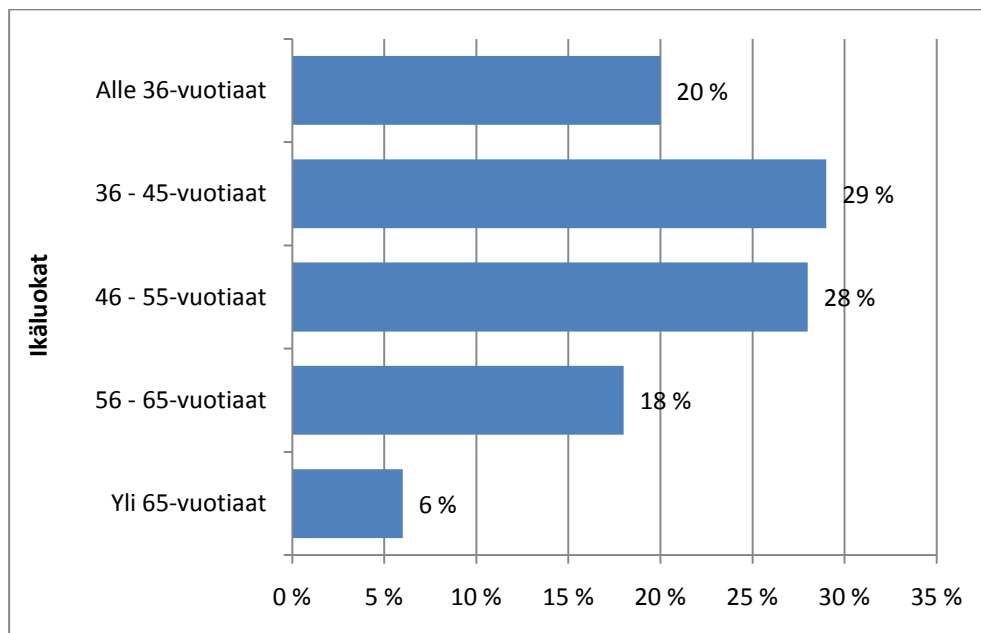
Kysely toteutettiin marraskuun 2010 puolivälissä. Ajatuksena oli toteuttaa kysely ennen joulukuun alkua, koska ihmisten kiireet alkavat usein joulukuussa, ja silloin he eivät ehdi vastata kyselyihin. Kysely lähetettiin tarkoituksella tiistaipäivänä, koska esimerkiksi maanantaipäivään verrattuna, se on kiireettömämpi päivä työssä käyville ihmisille. Vastausaikaa oli puolitoista viikkoa, joka on riittävä aika sähköpostikyselylle. Ensimmäisen viikon jälkeen lähetettiin muistutus, jonka tarkoituksena oli herätellä vastaamaan ihmiset, jotka olivat joko unohtaneet vastata tai muuten vain sivuuttaneet saamansa sähköpostin. Kysely lähetettiin 167 henkilölle, ja vanhentuneiden sähköpostiosoitteiden takia, kysely meni lopulta perille 152 henkilölle. Henkilöt valikoituivat kyselyyn rajausten perusteella, joita olivat yksityishenkilö, verkkopankkisopimus, sijoi-

tuksia pankissa ja sähköpostiosoite pankin asiakasrekisterissä. Rajaukseen sopivien asiakkaiden määrä osoittautui suhteellisen vähäiseksi, joten minkäänlaista otantaa ei ollut tarpeen tehdä. Kyseessä oli siis kokonaistutkimus kyseisillä rajauksilla.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Taustatiedot

Kyselylomake lähetettiin 152 Handelsbankenin asiakkaalle, jolla on verkkopankkisolimus sekä sijoituksia pankissa. Vastauksia tuli 80 kappaletta, joten vastausprosentiksi muodostui 53. Vastausprosentti oli erittäin hyvä, sillä jos vastausprosentti olisi jäänyt esimerkiksi 30 prosenttiin, niin tutkimuksen luotettavuus olisi kärsinyt vähäisten vastausten takia. Vastausprosentin ollessa näin hyvä voidaan todeta, että vastaajat ovat olleet kiinnostuneita aiheesta ja sitoutuneet vastaamaan kyselyyn. Sama asia voidaan todeta myös myöhemmin avointen kysymysten kohdalla. Kaikista vastanneista (n=80) 75 prosenttia oli miehiä ja 25 prosenttia naisia. Kuviossa 5 vastaajat on luokiteltu ikänsä perusteella viiteen luokkaan. Luokittelu osoittaa, että luokissa 36–45-vuotiaat ja 46–55-vuotiaat käytetään eniten Handelsbankenin verkkopankin sijoituspalveluita. Suurin ikäluokka on 36–45-vuotiaat ja pienin yli 65-vuotiaat. Huomioitavaa luokassa alle 36-vuotiaat on, että nuorin vastaaja oli 24-vuotias ja vastaajat painottuivat enemmän 30 ikävuoden yläpuolelle. (KUVIO 5.)

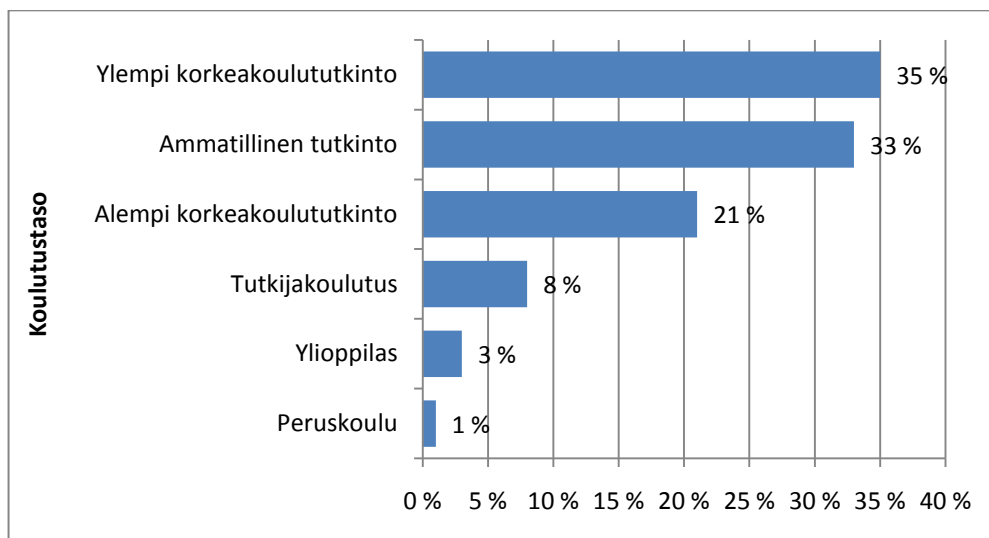


KUVIO 5. Vastaajien ikäluokkien prosentuaaliset osuudet (n=80)

Taustatiedoissa vastaajilta kysyttiin heidän asemaansa yhteiskunnassa. 80 prosenttia vastaajista ilmoitti olevansa työssä ja kolme vastaajaa oli antanut ”jokin muu” kenttään vastauksen, joka olisi kuulunut ”työssä” kenttään. Tämä johtui siitä, että vasta-

usvaihtoehtoina ei ollut erikseen mainittuna esimerkiksi yrittäjä tai toimihenkilö. Vastaajien työn toimenkuva ei ollut tutkimukselle merkittävä tieto, joten sitä ei sen vuoksi vastaajilta tiedusteltu. 15 prosenttia vastaajista oli eläkeläisiä ja vastaajista yksi ilmoitti asemakseen opiskelija. Vastaajien joukossa ei ollut ainuttakaan työtöntä.

Suurin osa vastaajista (35 %) oli suorittanut viimeisimpänä tutkintonaan ylemmän korkeakoulututkinnon eli esimerkiksi yliopistotason tutkinnon. Toiseksi suurin osa vastaajista oli ammatillisen tutkinnon suorittaneita (33 %). Alemman korkeakoulututkinnon suorittaneita oli 21 prosenttia. Tämä osoittaa, että Handelsbankenin sijoittajasiakkaat ovat pääasiassa korkeasti koulutettuja. Verrattaessa tämän tutkimuksen otosta koko Suomeen, havainnot ovat täysin erilaisia. Suomalaisista vain reilu 7 prosenttia on suorittanut ylemmän korkeakoulututkinnon ja alemman korkeakoulututkinnon suorittaneita on reilu 8 prosenttia (Tilastokeskus 2010b). Tämän tutkimuksen otos on siis tältä osin poikkeuksellinen. Loppujen vastaajien viimeisimmäksi suorittamat opinnot olivat, joko peruskoulu-, ylioppilas- tai tutkijakoulutustason opinnot. Tutkijakoulutuksella tarkoitetaan muun muassa tohtorintutkinnon suorittaneita. (KUVIO 6.)



KUVIO 6. Vastaajien viimeisin suorittama tutkinto (n=80)

Taustatiedoissa vastaajilta kysyttiin myös heidän tulotasoaan kuukaudessa. Tulotasot oli jaettu pienituloisiin (alle 2000 €/kk), keskituloisiin (2000–4000 €/kk) ja suurituloisiin (yli 4000 €/kk). Puolet vastanneista ilmoitti olevansa keskituloisia ja lähes loput (46 %) ilmoitti olevansa suurituloisia. Vain neljä prosenttia vastaajista oli pienituloisten ryhmässä. Keski- ja suurituloisten suuri osuus vastaajissa kertoo siitä, että heillä on enemmän varaa sijoittaa kuin pienituloisilla. Suuri- ja keskituloisten suuri määrä on

verrannollinen kuviossa 6 nähtävään koulutustasoon. Korkeasti koulutettujen suuri määrä korreloi suurempien tulojen kanssa.

6.2 Verkkopankin käyttäminen

Vastaajilta kysyttiin heidän aktiivisuuttaan käyttää verkkopankkia. Vastaajista vain noin kymmenesosa käyttää verkkopankkia päivittäin. Selkeästi suurin osa (65 %) käyttää verkkopalvelua 1-3 kertaa viikossa ja viidenes vastaajista käyttää verkkopankkia 1-3 kertaa kuukaudessa. Harvemmin kuin kerran kuukaudessa pankkiasiansa verkossa hoitaa vain kaksi vastaajista (n=80). (TAULUKKO 2.)

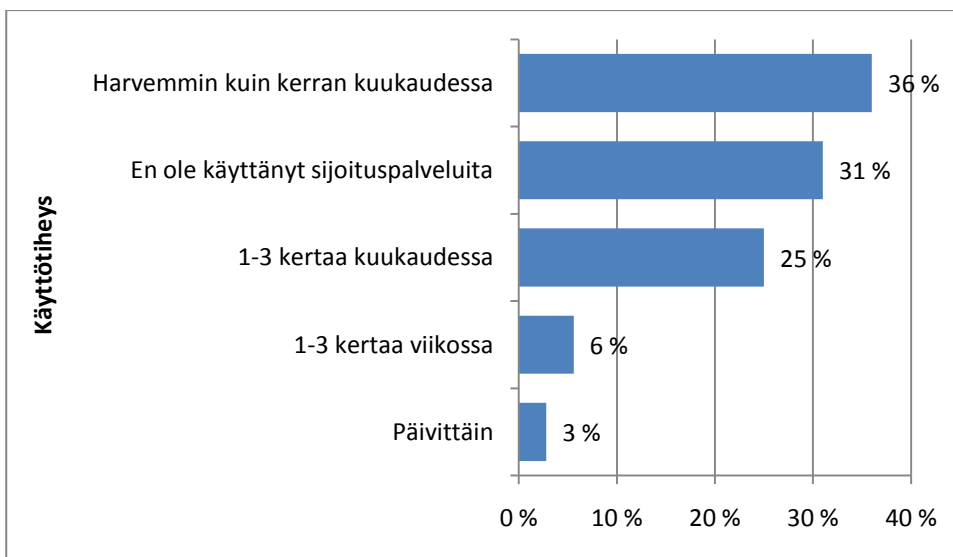
Alla olevassa taulukossa on nähtävillä vastaajien verkkopankin käyttötiheydet ikäluokittain. Näyttää siltä, että lähes kaikki ikäluokat yli 65-vuotiaita lukuun ottamatta käyttävät verkkopankkia noin 1-3 kertaa viikossa. Tämä vaikuttaakin olevan yleisin verkkopankin käyttötiheys. Ahkerimpia verkkopankin käyttäjiä ovat 36–45-vuotiaat ja 46–55-vuotiaat, jotka käyttävät verkkopankkia selkeästi useammin kuin muut ikäluokat. (TAULUKKO 2.)

Taulukko 2. Verkkopankin käyttötiheys ikäluokittain (n=80)

Ikäluokat	Kuinka usein käytätte verkkopankkia?				Yhteensä
	Päivittäin	1-3 kertaa viikossa	1-3 kertaa kuukaudessa	Harvemmin kuin kerran kuukaudessa	
Alle 36-vuotiaat	1	13	2	0	16
36 - 45-vuotiaat	3	13	5	2	23
46 - 55-vuotiaat	3	13	6	0	22
56 - 65-vuotiaat	2	9	3	0	14
Yli 65-vuotiaat	0	4	1	0	5
Yhteensä	9	52	17	2	80

6.3 Asiakkaiden tietoisuus verkkopankin sijoituspalveluista

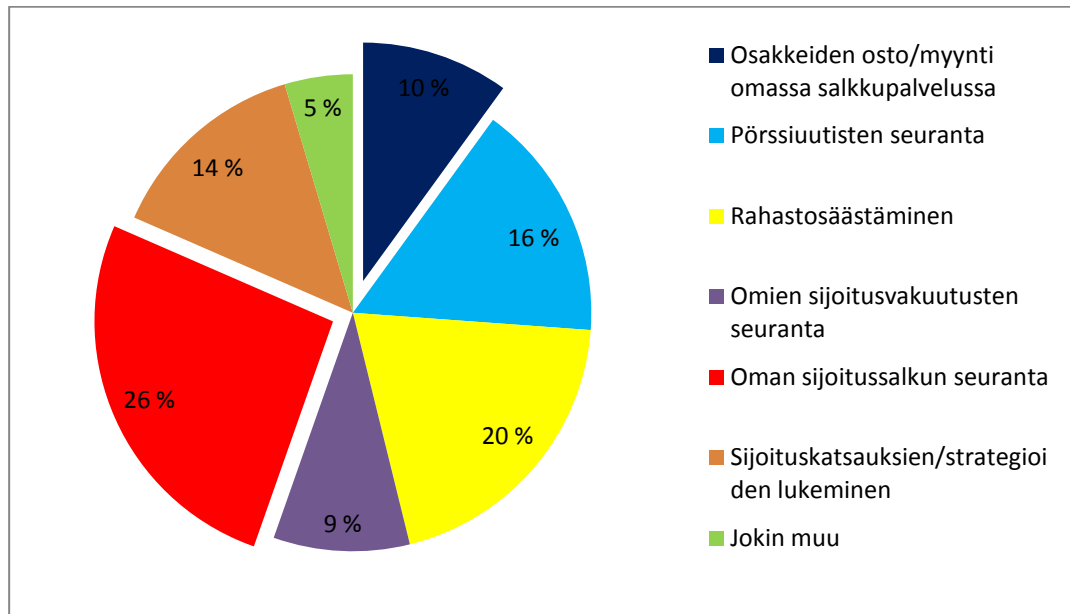
Asiakkailta kysyttiin heidän tietoisuuttaan Handelsbankenin verkkopankin sijoituspalveluista, ja sitä kuinka usein he ovat käyttäneet kyseisiä palveluita. 80 vastaajasta 72 vastasi olevansa tietoinen pankin sijoituspalveluista. Tulos osoittaa, että asiakkaat tietävät verkkopankissa olevista sijoituspalveluista. 72 vastaajasta lähes kolmannes ei ole kuitenkaan koskaan käyttänyt Handelsbankenin sijoituspalveluita. Tämä voi kertoa siitä, että asiakkaat eivät ole saaneet riittävästi tietoa sijoituspalveluista verkossa, ja sen vuoksi eivät ole uskaltaneet kokeilemaan verkkopankin tarjoamia sijoitusmahdollisuuksia. Kuvio 8 osoittaa, että verkkopankissa sijoittaminen ei ole kovin yleistä. Vastaajista vain alle kymmenen prosenttia käyttää verkkopankin sijoituspalveluja joka viikko. On myös otettava huomioon, että kaikki sijoittajat eivät seuraa sijoituksiaan aktiivisesti ja osa sijoitustuotteista vaatii aktiivisempaa seurantaakin kuin muut tuotteet. Esimerkiksi osakesijoittaja seuraa varmasti sijoituksiaan huomattavasti aktiivisemmin kuin sijoitusvakuutukseen sijoittanut. (KUVIO 8.)



KUVIO 8. Verkkopankin sijoituspalveluiden käyttötiheys (n=72)

Asiakkailta tiedusteltiin myös, mitä palveluita verkkopankin sijoituspalveluista he käyttävät. Selvästi eniten vastaajat ilmoittivat käyttävänsä oman sijoitussalkun seurantaakin. Tämä ei ole millään lailla yllättävä tieto, sillä asiakkaat haluavat olla selvillä viikoittain tai vähintään kuukausittain omien sijoitustensa tilasta. Toiseksi eniten asiakkaat käyttävät rahastosäästämistä ja kolmanneksi eniten vastaajat ilmoittivat lukevansa pörssi uutisia verkkopankin sijoituspalvelun kautta. Sijoitusstrategioiden ja katsauksien lukijoita oli lähes yhtä paljon kuin pörssi uutistenkin, joten voidaan sanoa, että ainakin osa sijoittajista lukee ja käyttää avukseen sijoituskatsauksia ja muita pörssi uutisia. Huomattavaa on, että salkkupalvelua käyttävien määrä oli pieni. Tämä saattaa johtua

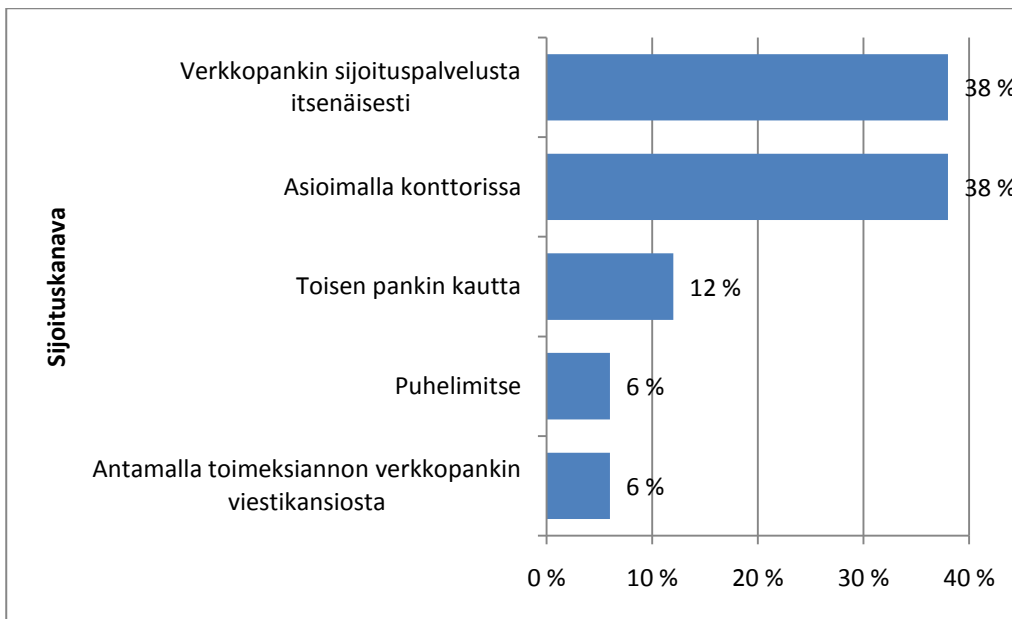
korkeasta kuukausimaksusta ja keskimäärin kilpailijoita korkeammista kuluista. Omien sijoitusvakuutusten seuranta on verkkopankissa myös mahdollista, mutta tämä palvelu ei kyselyn mukaan ole kovinkaan suosittu. (KUVIO 9.)



KUVIO 9. Mitä verkkopankin sijoituspalveluita asiakkaat käyttävät? (n=50)

6.4 Sijoituskanava

Sijoituskanavalla tarkoitetaan sitä, mitä kautta sijoitukset tehdään. Handelsbankenis- sa mahdollisia vaihtoehtoja tällä hetkellä ovat verkkopankin sijoituspalvelu, konttori, verkkopankin viestikansio ja puhelin hyvin harvoissa tapauksissa. Vastaajilta kysyttiin, mitä kautta he ovat viimeksi tehneet sijoituksiaan. 38 prosenttia vastaajista oli viimeksi tehnyt sijoituksiaan verkkopankissa. Yhtä suuri osa vastaajista oli viimeksi sijoittanut asioimalla konttorissa. Kilpailevan pankin kautta oli viimeksi asioinut 12 prosenttia, ja vain kahdeksan prosenttia oli tehnyt sijoitustoimeksiannon joko puhelimitse tai verkkopankin viestikansion kautta. Kyselyn perusteella voidaan sanoa, että verkkopankki on saavuttanut suosittuna sijoituskanavana konttorin, mutta koska kaikki sijoitustuotteet eivät ole saatavilla verkossa, asiakkaat joutuvat edelleen asioimaan sijoitusasioissa myös konttorissa. Toisaalta on myös asiakkaita, jotka mieluummin hoitavat sijoitusasiansa henkilökohtaisesti konttorissa. (KUVIO 10.)



KUVIO 10. Vastaajien viimeksi käytetty sijoituskanava (n=50)

lällä näyttää olevan selvä vaikutus viimeisimpään sijoituskanavaan. Taulukossa 3 on ristiintaulukoituna sijoituskanavat ikäluokittain. Se osoittaa, että suosituimmat sijoituskanavat ovat verkkopankin sijoituspalvelu ja konttori. Erityisesti nuoret ja keski-ikäiset ovat viimeisimpänä sijoituskanavanaan käyttäneet verkkopankkia tai konttoria. (TAULUKKO 3.)

TAULUKKO 3. Mitä kautta vastaajat ovat viimeksi sijoittaneet ikäluokittain (n=50)

		Mitä kautta olette viimeksi tehneet sijoituksianne?					
		Verkkopankin sijoituspalvelusta itsenäisesti	Asioimalla konttorissa	Antamalla toimeksiannon verkkopankin viestikansista	Puhelimitse	Toisen pankin kautta	Yhteensä
Ikäluokat	Alle 36-vuotiaat	7	5	0	0	1	13
	36 - 45-vuotiaat	5	6	0	2	2	15
	46 - 55-vuotiaat	5	5	1	0	2	13
	56 - 65-vuotiaat	1	2	2	1	1	7
	Yli 65-vuotiaat	1	1	0	0	0	2
	Yhteensä	19	19	3	3	6	50

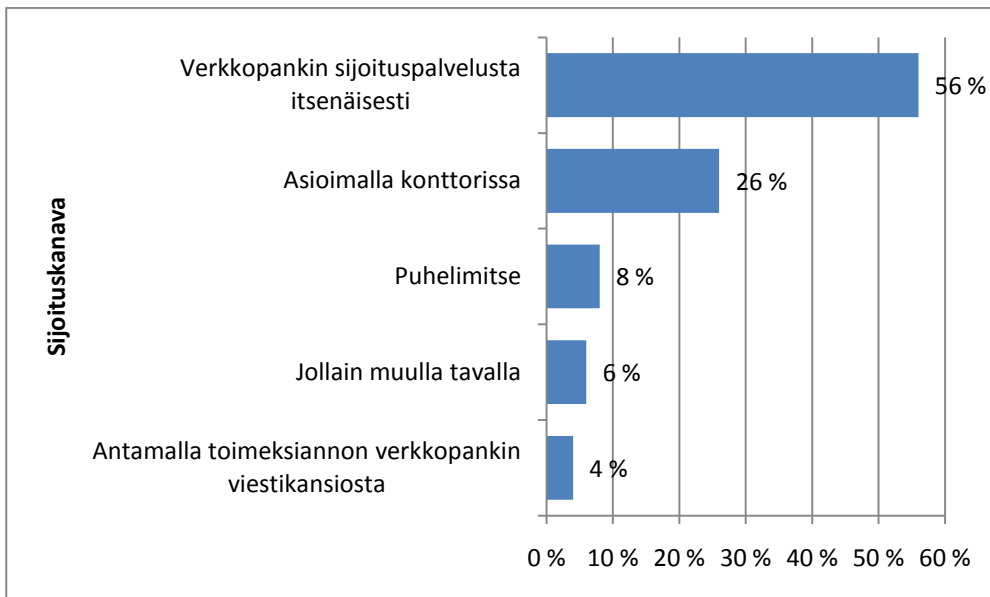
Vertailun vuoksi taulukossa 4 on kuvattu ikäluokittain sitä, mitä kautta vastaajat mieluiten sijoittavat. Ristiintaulukointi osoittaa, että ikäluokat pysyvät samoina, mutta

konttoriasiointi on siirtynyt enemmän verkkopankin sijoituspalveluihin. Voidaan siis sanoa, että asiakkaat haluaisivat sijoittaa verkkopankissa, mutta eivät jostain syystä uskalla tai halua sitä tehdä. On vaikea sanoa johtuuko tämä esimerkiksi informaation puutteesta verkkopankin sijoituspalveluista, koska tätä asiakkailta ei ole kysytty. Joka tapauksessa tämä on iso kysymys ja erittäin merkittävä tulos tässä opinnäytetyössä. (TAULUKKO 4.)

TAULUKKO 4. Mieluisin tapa sijoittaa ikäluokittain (n=50)

		Mitä kautta koette mieluisimmaksi sijoittaa tai tehdä sijoitustoimeksiannon?					
		Verkkopankin sijoituspalvelusta itsenäisesti	Asioimalla konttorissa	Antamalla toimeksiannon verkkopankin viestikansista	Puhelimitse	Jollain muulla tavalla	Yhteensä
Ikäluokat	Alle 36-vuotiaat	7	4	0	2	0	13
	36 - 45-vuotiaat	7	4	0	1	3	15
	46 - 55-vuotiaat	9	3	1	0	0	13
	56 - 65-vuotiaat	4	1	1	1	0	7
	Yli 65-vuotiaat	1	1	0	0	0	2
	Yhteensä	28	13	2	4	3	50

Asiakkailta kysyttiin myös, mitä kautta he mieluiten tekisivät sijoituksia tai antaisivat toimeksiantoja. Selvästi suurin osa vastaajista sijoittaa mieluiten verkkopankissa itsenäisesti (56 %) ja noin neljännes vastanneista haluaa sijoittaa edelleen asioimalla konttorissa. Yllättävää on, että vain kahdeksan prosenttia vastanneista haluaisi antaa sijoitustoimeksiannon puhelimen välityksellä ja vielä pienempi osuus verkkopankin viestikansion välityksellä. Handelsbankenilla ei ole tällä hetkellä suurten pankkien tapaan mahdollisuutta sijoittaa puhelimen välityksellä, eikä kyselyn perusteella puhelinalvelulle ole tarvetta tulevaisuudessakaan, koska verkkopalvelut valtaavat alaa. Vastaajien mainitsemia muita mieluisia sijoituskanavia olivat sähköposti ja kaupankäyntiohjelmistot, mutta ne saivat vain yksittäisiä kannattajia. (KUVIO 11.)



KUVIO 11. Mieluisin tapa sijoittaa tai tehdä sijoitustoimeksianto (n=50)

6.5 Sijoitustuotteiden kiinnostavuus

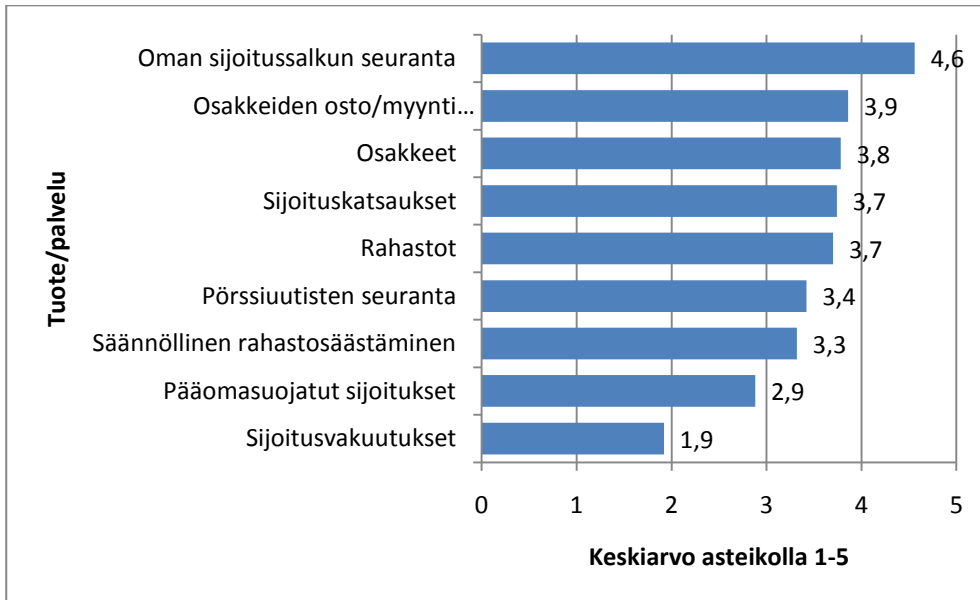
Handelsbankenin verkkopankissa sijoitusvälehdellä on useita eri mahdollisuuksia sijoittaa ja käyttää sijoittamisen tukipalveluita. Sijoittaja-asiakkailta haluttiin tiedustella heidän kiinnostuksen kohteitaan eri sijoitustuotteisiin ja palveluihin. Asiakkaat arvioivat kunkin tuotteen tai palvelun kiinnostavuutta asteikolla 1-5 (1=Ei kiinnosta ja 5=Erittäin kiinnostava). Taulukossa 5 on havainnollistettu vastaajien kiinnostuneisuutta kuhunkin tuotteeseen tai palveluun prosenttiosuuksin.

TAULUKKO 5. Sijoitustuotteiden kiinnostavuus asteikolla 1-5 (n=50)

	Ei kiin- nosta	2	3	4	Erittäin kiinnostava	Yhteensä	
	%	%	%	%	%	%	Keskiarvo
Osakkeet	2 %	10 %	26 %	32 %	30 %	100 %	3,8
Rahastot	8 %	4 %	26 %	34 %	28 %	100 %	3,7
Säännöllinen rahasto- säästäminen	16 %	12 %	20 %	28 %	24 %	100 %	3,3
Sijoitusvakuutukset	44 %	22 %	32 %	2 %	0 %	100 %	1,9
Pääomasuojatut sijoitukset	18 %	22 %	20 %	34 %	6 %	100 %	2,9
Sijoituskatsaukset	2 %	12 %	18 %	46 %	22 %	100 %	3,7
Pörssi uutisten seu- ranta	6 %	10 %	36 %	32 %	16 %	100 %	3,4
Oman sijoitussalkun seuranta	0 %	0 %	8 %	28 %	64 %	100 %	4,6
Osakkeiden os- to/myynti salkkupal- velussa	2 %	6 %	34 %	20 %	38 %	100 %	3,9

Tulokset osoittavat, että oman sijoitussalkun seuranta on suosituin ja kiinnostavin palvelu verkkopankissa. 64 prosenttia vastaajista on pitänyt sijoitussalkun seuranta erittäin kiinnostavana ja vastauksien keskiarvo on suurin 4,6. Toiseksi eniten asiakkaita kiinnostavat osakkeet ja osakesijoittaminen omassa salkkupalvelussa. On selvästi nähtävissä, että osakesijoittaminen on verkkopankin kiinnostavin osa-alue sijoittaja-asiakkaiden keskuudessa. Silti vain pienellä osalla on käytössään henkilökohtainen salkkupalvelu. Voi olla, että asiakkaat pitävät salkkupalvelua liian kalliina, sillä niille, jotka eivät tee jatkuvasti kauppaa, palvelun kulut ylittävät tuotot. Pelkästään palvelun kuukausimaksun hinnan alentaminen voisi tuoda uusia asiakkaita osakesijoittamisen puolelle, koska asiakkaat sijoittavat mieluiten omassa pankissaan. Seuraavaksi eniten vastaajia kiinnostivat sijoituskatsaukset. Yhtä kiinnostavina sijoituskatsauksien kanssa vastaajat pitivät rahastosijoittamista verkkopankissa. Myös säännöllinen rahastosäästäminen sai kiinnostusta, mutta se jäi niukasti suoran rahastosijoittamisen taakse. Kyselyn mukaan verkkopankissa asiakkaita kiinnostaa vähiten pääomasuojatut sijoitukset sekä sijoitusvakuutukset. Yksikään vastaaja ei pitänyt sijoitusvakuutuksia erittäin kiinnostavina, ja 44 prosentin mielestä ne eivät kiinnosta ollenkaan. Pääomasuojattuja tuotteita erittäin kiinnostavina piti vain kuusi prosenttia, ja 18 prosenttia vastaajista pääomasuojatut eivät kiinnosta ollenkaan. Pääomasuojatut tuotteet jakoivat kuitenkin vastaajien mielipiteet melko tasaisesti, ja näin ollen vastauksien keskiarvoksi tuli 2,9. Voi olla, että vastaajat eivät ole osanneet arvioida pää-

omasuojattujen tuotteiden kiinnostavuutta, koska ne eivät vielä ole verkkopankissa. Osakesijoittaminen on edelleen suosituin sijoituskohde myös verkossa. Tämä johtuu suurilta osin siitä, että osakkeissa on suurin tuottopotentiaali, ja tällä hetkellä osakkeisiin on helppo sijoittaa verkossa. (TAULUKKO 5; KUVIO 12.)



KUVIO 12. Tuotteiden/palveluiden kiinnostavuuden keskiarvot (n=80)

Pääomasuojatut sijoitukset ovat kasvattaneet suosiotaan sijoittaja-asiakkaiden parissa, ja ne ovat houkuttelleet sijoittamaan myös sellaisia asiakkaita, joilla ei ole aikaisempaa sijoitustaustaa. Tämä johtuu siitä, että pääomasuojatut tuotteet ovat helppoja käyttää, lähes riskittömiä ja eivät vaadi jatkuvaa tarkastelua tai sen suurempaa tietämystä sijoittamisesta. Houkuttelevuutta ei ainakaan laske se, että Handelsbankenin pääomasuojattujen tuotteiden keskiarvoinen vuosituotto on ollut 10,3 prosenttia (Handelsbankenin verkkosivut 2010b). Asiakkailta kysyttiin heidän kiinnostustaan sijoittaa pääomasuojattuihin tuotteisiin Handelsbankenin verkkopalvelussa. 40 prosenttia vastanneista olisi kiinnostunut sijoittamaan verkkopankin kautta pääomasuojattuihin tuotteisiin ja 60 prosenttia ei pidä verkkopalvelun kautta sijoittamista hyvänä vaihtoehtona. Lähes puolet vastanneista odottaa saavansa tulevaisuudessa tehdä pääomasuojattuja sijoituksiaan verkossa, joten tämän ollessa mahdollista, lisääisi se pääomasuojattujen sijoitustuotteiden käyttöä. Tämä vaatisi luonnollisesti paljon sähköistä materiaalia ja ohjeita, jotta asiakkaat voisivat itsenäisesti tutustua tuotteisiin. Toisaalta jo tällä hetkellä Handelsbanken lähettää asiakkailleen materiaalia uusista pääomasuojatuista sijoituksista postitse, joten periaatteessa asiakas voisi tämän materiaalin perusteella tehdä sijoituksen itsenäisesti omassa verkkopankissaan. Tarvittaessa asiakas voisi tukeutua asiakaspalveluun joko puhelimitse tai verkkopankin viestikansion kautta.

6.6 Asiakkaat, jotka eivät ole tietoisia verkkopankin palveluista

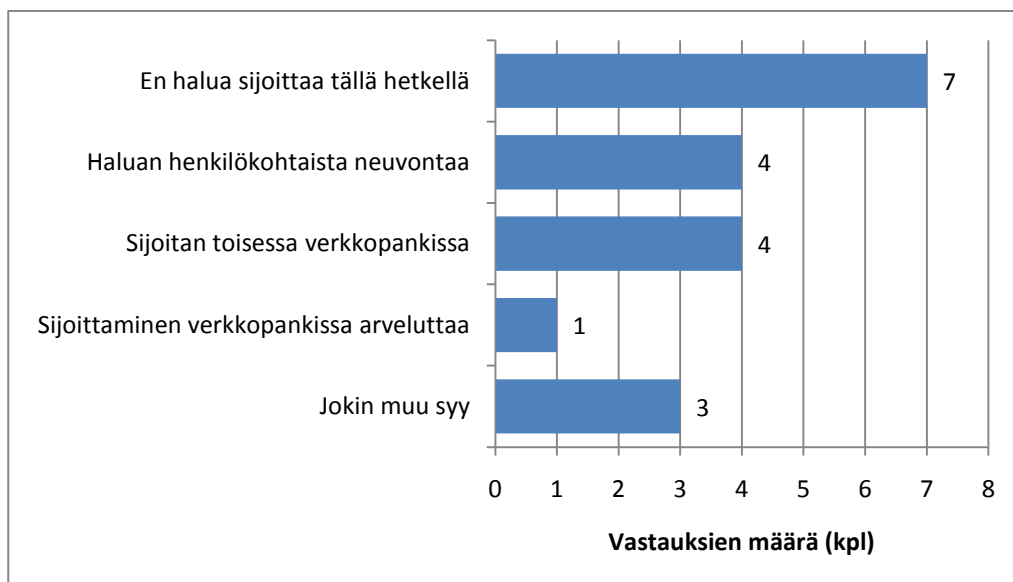
Tähän asti luvussa 6 on analysoitu niin sanottua polkua, joka syntyy taustatietojen jälkeen kysymyksessä 10, kun vastaajilta kysytään, ovatko he tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista. Tähän kysymykseen myöntävästi vastanneet ohjautuivat kysymyksiin, jotka käsittelevät muun muassa sitä, kuinka usein palveluita käyttää, mitä palveluita käyttää ja miten paljon eri palvelut sekä sijoitustuotteet kiinnostavat. Seuraavassa tarkoituksena on analysoida niiden vastaajien vastauksia, jotka ovat vastanneet kieltävästi kysymykseen 10 ja näin ollen eivät ole olleet tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista tai vaikka ovat olleet tietoisia, eivät ole koskaan palveluita käyttäneet.

Kyselyyn vastanneista 10 prosenttia (n=80) ei tiennyt verkkopankissa olevista sijoituspalveluista vaikka kaikilla vastaajilla oli verkkopankki käytössään sekä sijoituksia tehtynä. Vastaajat olivat iältään yli 44-vuotiaita. 31 prosenttia vastanneista (n=72), jotka olivat tietoisia verkkopankin palveluista, ei kuitenkaan ollut koskaan käyttänyt palveluita. Näin ollen 38 prosenttia vastaajista ei ollut tietoinen tai koskaan käyttänyt verkkopankin sijoituspalveluita. Näiltä asiakkailta kysyttiin, ovatko he kiinnostuneita verkkopankin sijoituspalveluista, koska muiden kanavien kautta tehtyjä sijoituksia heillä tiettävästi on. Noin yksi kolmasosa ilmoitti olevansa kiinnostunut verkkopankin sijoituspalveluista.

Seuraavaksi palveluista kiinnostuneilta kysyttiin, mitä kautta he haluaisivat saada tietoa verkkopalvelun sijoitusmahdollisuuksista. Vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti kaikkien vastausvaihtoehtojen suhteen, mutta enemmistö haluaisi saada informaatiota sähköpostin välityksellä. Sähköposti ei kuitenkaan ole suosittu viestintäkanava pankeille, koska tietoturvaso laskee huomattavasti viestittäessä sähköpostin välityksellä. Pankit voisivat silti miettiä mahdollisuutta, jossa asiakkaille lähetettäisiin sähköpostitse räätälöityä markkinointi materiaalia, joka ei riskeeraa pankkisalaisuuksia kummankaan osapuolen osalta. Myös verkkopankki ja pankin kotisivut saivat tasaisesti kannattajia paikkana, josta asiakas voi itse hankkia tarvitsemansa tiedon. Muutama vastaaja piti myös mielekkäänä info-tilaisuuksien pitämisen esimerkiksi pankin tiloissa. Tässä kohtaa pienen vastaajamäärän vuoksi on kuitenkin mahdotonta löytää merkittäviä merkitsevyyksiä.

Vastaajilta kysyttiin myös syytä siihen, miksi he eivät ole kiinnostuneita sijoittamaan verkkopankissa. Vastaajista seitsemän ei halua sijoittaa tällä hetkellä syystä tai toisesta. Vastaajista neljä sijoittaa toisessa pankissa, eikä tämän vuoksi ole kiinnostunut

sijoittamaan Handelsbankenissa. Samoin neljä vastaajaa kokee haluavansa henkilökohtaista palvelua, ja tämän vuoksi verkkosijoittaminen ei kiinnosta. Vain yksi vastanneista kokee sijoittamisen verkkopalvelussa arveluttavana. Loput vastaajista ilmoittivat syykseen muun syyn, joista esille nousi muun muassa ajan puute, huono rahatilanne ja joku muu sijoituskohde. (KUVIO 13.)



KUVIO 13. Miksi sijoittaminen verkkopankissa ei kiinnosta? (n=19)

6.7 Palaute verkkopalvelusta sekä Kuopion konttorista

Kyselylomakkeen lopussa oli kaksi avointa kysymystä, johon vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa palautetta sekä Kuopion konttorista että verkkopankin sijoitusmahdollisuuksista. Sijoittamisesta verkkopalvelussa pyydettiin nimeämään sekä huonoja että hyviä puolia. Avointen kysymysten vastausprosentit olivat verkkopankin hyvässä/huonoissa puolissa 44 ja palautteessa 45. Voidaan sanoa, että kyselyyn osallistuneet asiakkaat ovat olleet erittäin motivoituneita vastaamaan, sillä yleensä avointen kysymysten vastausprosentti jää paljon pienemmäksi. Seuraavassa on tyypitelty hyviä ja huonoja puolia verkkopankissa sijoittamisessa Handelsbankenin sijoittaja-asiakkaiden näkökulmasta. Asiat on tyypitelty siten, että ylimpänä oleva mielipide toistui vastauksissa eniten ja alimpana oleva vähiten. Hyvien ja huonojen puolien listoissa on esitetty kappalemäärä vain silloin, jos asia on esiintynyt vastauksissa useammin kuin kerran.

Hyviä puolia:

- Helppous (9 kpl)
- Nopeus (6 kpl)
- Sijoittamismahdollisuus 24/7 (3kpl)
- Reaaliaikainen seuranta (2 kpl)
- Kätevyys (2 kpl)
- Oma rauha (2 kpl)

Handelsbankenin asiakkaiden mielestä sijoittaminen verkkopankissa on helppoa ja nopeaa. Nämä olivat selkeästi asiat, jotka nousivat muita enemmän esille vastaajien mielipiteistä. Monen mielestä on hyvä, että voi sijoittaa milloin se itselleen parhaiten sopii omalta kotikoneeltaan. Osa asiakkaista pitää myös siitä, että voivat kaikessa rauhassa miettiä sijoituksiaan ja vertailla eri kanavista saatavia sijoitusvinkkejä sekä lukea sijoituskatsauksia. Uskon, että tähän ryhmään kuuluvat ne asiakkaat, jotka ovat kiinnostuneet sijoittamisesta keskivertoa enemmän, ovat aiemmin sijoittaneet ja joilla on enemmän aikaa käytettävänä asioiden selvittämiseen kuin muilla. Vastaajat pitivät hyvänä myös reaaliaikaista seurantaa ja verkkopankin yleistä kätevyyttä sijoittamisessa. Seuraavassa on vielä muutamia suoria lainauksia verkkopankissa sijoittamisen hyvistä puolista.

”Hyvänä puolena on toiminnan nopeus sekä riippumattomuus kellosta ja konttorin aukioloajoista.”

”Aukioloaika 24/7 sopii hyvin. Voi lukea lisä informaatiota rauhassa ja verrata sitä toiseen.”

”Sijoitusten seuranta on helpompaa ja muutoksiin voi reagoida nopeammin kuin käymällä pankissa (vuorotyö).”

Huonoja puolia:

- Sijoitusneuvonta puuttuu (10kpl)
- Henkilökohtainen palvelu sijoitusasioissa (2 kpl)
- Vie aikaa ja vaatii paneutumista
- Osakekaupankäynnin kulut
- Turvallisuus
- Virheiden mahdollisuus suurempi
- Yrittäjätilin omistaja ei voi seurata sijoituksiaan

Vastaajat kokevat selvästi, että suurin haittapuoli verkossa sijoittaessa on sijoitusneuvonnan puuttuminen. Asiakkaat pelkäävät tekevänsä huonoja sijoituspäätöksiä, vääriä sijoituksia ja mekaanisia virheitä sijoitushetkellä. Asiakkaat tekisivät sijoitukset mieluummin sijoitusneuvojan kanssa, jotta voisivat olla varmoja siitä, että virheitä välttyttäisiin. Sijoitusneuvojan apu ei takaa sijoitukselle tuottoa, mutta uskon, että asiakkaat ainakin osittain näin ajattelevat. Asiakkaat arvostavat korkealle myös henkilökohtaisen palvelun, jota saavat konttorissa sijoittaessaan. Esimerkiksi asiakkaat, jotka tekevät sijoituksiaan myöhään illalla tai yöllä, eivät saa sijoitushetkellä apua, sillä Handelsbankenin puhelinpalvelu sulkeutuu illalla kello kahdeksan. Osan mielestä verkkopankissa sijoittaminen vie paljon aikaa ja vaatii liikaa paneutumista. On totta, että kokemattomalle sijoittajalle informaation määrä on suuri ja sen etsiminen on aikaa vievää. Helpompaa on tulla konttorille, jolloin saa kaiken tarvitseman tiedon samasta paikasta.

Osakekaupankäynti on yksi suosituimmista sijoitustuotteista verkkopankissa. Joidenkin asiakkaiden mielestä salkkupalvelun hinta ja kaupankäyntikulut eivät ole kilpailukykyisiä. Tämä ilmeni muun muassa avointen kysymysten perusteella. Korkeat kulut ovat johtaneet siihen, että asiakkaat ovat siirtäneet osakesalkkunsa halvemmalle palveluntarjoajalle. Yksi tällainen on Nordnet, joka tarjoaa ilmaisen arvopaperisäilytyksen ja kilpailukykyiset hinnat kaupankäyntikuluissa. Myös turvallisuuskysymykset askarruttivat muutamia vastaajia. Asiakkaat kokevat, että heidän rahansa ovat varmemmin oikeassa sijoituksessa, kun tekevät sijoituksen konttorilla. Seuraavassa on joitakin asiakkaiden suoria lainauksia verkkopankissa sijoittamisen huonoista puolista.

”Salkkuraportit joskus hivenen liian positiiviseen sävyyn kirjoitettuja.”

”Kontakti asiantuntevan sijoitushenkilön kanssa tuo varmuutta päätöksille, vaikka samat asiat pääpiirteittäin löytyvät netistä.”

”Aikaisempiin (muissa pankeissa) ostettuihin osakkeisiin en saa ostohintoja itsenäisesti esim. verottajaa varten.”

”Itse käytän toista netti-pankkia osakekaupankäyntiin hinnan takia, olisi mukavampaa käyttää omaa pankkia, mutta kulut ratkaisee.”

”Verkkopankki on liian hidas kurssiseurantaan ilman push toimintoa. Paras tapa on erillinen kaupankäyntiohjelma kuten Nordnet, WinTrade tai FIM Direct.”

Kyselyn lopussa asiakkaat saivat antaa kehittämissideoita ja palautetta yleisesti Handelsbankeniin ja Kuopion konttoriin liittyen. Vastaajat olivat antaneet palautetta ilahduttavan paljon ja uskon, että Kuopion konttori saa palautteesta joitakin kehittämissideoita jokapäiväiseen työskentelyyn. Asiakkaiden antama palaute oli painottunut konttorin palveluun ja joihinkin puutteisiin, joita asiakkaat ovat kohdanneet. Asiakaspalvelusta palaute oli pelkästään positiivista. Ainuttakaan negatiivista sanaa palvelusta ei ollut käytetty. Vastaajat kiittelivät henkilökohtaista, yksilöllistä, ystävällistä, osaaavaa ja palveluultista palvelua. Monet sanoivat myös, että pankissa on todella mukava asioida. Negatiivinen palaute koski sijoittamisasioita ja niissä ilmenneitä ongelmia. Näihin asiakkaat antoivat myös oman mielipiteensä, kuinka ongelman voisi korjata heidän näkökulmastaan. Muutamat kommentit käsittelivät esimerkiksi osakekaupankäynnin liian suurien kuluja. Asiakkaiden mielestä olisi tarve kevyemmälle versiolle salkkupalvelusta, joka olisi edullisempi. Tällaisen vaihtoehdon monet muut pankit tarjoavat.

Palautteesta saadun informaation avulla voidaan päätellä, että asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä Kuopion konttorin asiakaspalveluun ja yleiseen ilmapiiriin. Asiakkaat kokevat olevansa tervetulleita ja saavansa ammattitaitoista palvelua. Heidän mielestään verkkopankki on pääperiaatteiltaan toimiva, mutta vaatii esimerkiksi sijoituspalveluiden osalta kehittämistä. Erittäin paljon asiakkaat arvostavat henkilökohtaista asiakasvastaavaa, joka on tavoitettavissa konttorissa, verkossa sekä puhelimitse. Seuraavassa on asiakkaiden suoria lainauksia positiivisista ja negatiivisista asioista.

”Olen erittäin tyytyväinen sekä verkkopankkiin että Kuopion konttoriin. ”Oma virkailija” on todella kullan arvoinen asia.”

”Kiitos yksilöllisestä ja ystävällisestä palvelusta!”

”Kuopio asteikolla 1-10 on 14.”

”Olen ollut erittäin tyytyväinen Kuopion konttoriin, sekä osaavaan ja ystävälliseen henkilökuntaan Kuopiossa.”

”Säilyttäkää vallalla ollut palveluulttius ja iloinen mieli.”

”Ulkomaisten pörssien osakkeiden osto suhteettoman kallista verrattuna esim. Nordnetiin.”

Lähes kaikki asiakkaiden mainitsemat kehittämisideat koskivat sijoittamispalveluita verkossa. Vastaajat toivoivat muun muassa enemmän apua itsenäiseen sijoittamiseen verkkopalvelussa. Tällaisia voisivat olla esimerkiksi sijoitusvinkit ja apu verotuksen suunnitteluun. Alla on vielä muutama lainaus asiakkaiden kehittämisideoista. Tekstissä ei ole lueteltuna kaikkia kehittämisideoita vaan ne on annettu suoraan toimeksiantajalle.

”Salkunhallinnalla on liian kallis peruskuukausimaksu, ajantasaisista kursseista on turha maksaa jos niitä ei tarvitse. Pitäisi olla tarjolla halvempikin vaihtoehto.”

”Teemailtoja asiakkaille eri elämäntilanteisiin sopivin aihein.”

”Määräajoin varata yritysasiakkaille kyselytunti käytössä esiintyneiden pienempien ja isompien ongelmien/kysymysten käsittelyyn.”

7 PÄÄTÄNTÖ

7.1 Tulokset ja päätelmät

Verkkopankkien käyttö on yleistynyt 2000-luvulla merkittävästi. Pankit ovat alkaneet huomata verkkopankkien tärkeyden palvelukokonaisuudessaan. Pankit kilpailevat asiakkaista keskenään ja toimiva verkkopalvelu toimii hyvänä kilpailuetuna. On siis selvää, että pankit ovat alkaneet kokea verkkopankin tärkeänä osana toimintaansa ja näkevät siinä myös paljon mahdollisuuksia. Perinteisten palvelujen lisäksi muun muassa sijoituspalvelut kiinnostavat asiakkaita myös verkossa. Tämän opinnäytetyön tulokset vahvistavat näkemyksiä, jotka ovat vahvasti esillä pankkialalla tällä hetkellä. Tämä tutkimus osoittaa, miten asiakkaat ovat entistä halukkaampia käyttämään pankkien verkkopalveluita sijoittamiseen, mutta jostain syystä kokevat ensimmäisen itsenäisen sijoituskerran liian vaikeaksi. Seuraavissa kappaleissa on esitetty tämän opinnäytetyön merkittävimmät tulokset ja niistä tehdyt päätelmät.

Handelsbanken Kuopion konttorin asiakkaat ovat hyvin tietoisia verkkopankin sijoituspalveluista. Asiakkaista 90 prosenttia tietää sijoitusmahdollisuuksista verkossa, mutta lähes kolmasosa heistä ei ole koskaan käyttänyt verkkopankin sijoitusvälilehteä. Tulos kertoo, että sijoittaja-asiakkaat ovat tietoisia pankin verkkopalveluista, minä vuoksi ei ole tarpeellista markkinoida verkkopankin sijoitusmahdollisuuksia nykyistä enempää. Näin ollen pankki voi keskittyä parantamaan sijoitusvälilehteä, jotta asiakkaiden olisi mahdollisimman helppo sijoittaa verkossa. Tärkeää on tehdä sijoittamisesta, olemassa olevien säännösten puitteissa, niin yksinkertaista, että asiakkaan ensimmäisestä verkkosijoituskerrasta saataisiin mahdollisimman helppo ja vaivaton. Kun asiakas on saatu tekemään sijoitus ensimmäisen kerran verkossa, niin todennäköisyys seuraavalle verkossa tehdylle sijoitukselle on suurempi, koska aiempi itsenäisesti onnistunut sijoituskerta luo turvallisuudentunnetta sijoittaa uudestaan.

Tämä tutkimus osoittaa, että asiakkaat eivät käytä verkkopankin sijoitusvälilehteä kovinkaan usein. Ainoastaan 9 prosenttia sijoittaja-asiakkaista käyttää sijoituspalveluja verkossa viikoittain. Neljännes asiakkaista käyttää palveluja kuukausittain ja loput harvemmin kuin kerran kuussa tai eivät koskaan. Tämä osoittaa, että sijoittamispalveluiden käyttötiheys verkossa ei ole kovinkaan suurta vaikka sijoitusvälilehdellä on myös sijoituksia tukevia palveluita, kuten pörssi uutisia ja sijoituskatsauksia. Kuitenkin tulokset osoittavat, että asiakkaat käyttävät sijoituskatsauksia ja -strategioita hyväk-

seen, mutta silti niiden lukeminen on harvinaista. Uskonkin, että mitä mielenkiintoisempia ja kattavampia sijoituskatsaukset ja -strategiat ovat, sitä enemmän asiakkaat niitä lukevat. Mitä enemmän asiakkaita saadaan katsauksia lukemaan, sitä kiinnostuneimmiksi he tulevat sijoitustuotteista ja näin ollen tekevät todennäköisemmin sijoituksia. Tämän vuoksi on tärkeää, että sijoitustuotteiden sivupalvelut ovat ajantasaisia ja kiinnostavia.

Toinen merkittävä tulos tässä opinnäytetyössä liittyy asiakkaiden halukkuuteen sijoittaa enemmän verkossa. Viimeisimmän sijoituksen asiakkaat olivat tehneet yhtä suurella osuudella verkossa ja konttorissa. Jatkossa asiakkaat kuitenkin haluaisivat tehdä sijoituksiaan enemmän verkkopankin sijoituspalvelussa itsenäisesti. Tämä on pankille mieluinen tieto, koska se helpottaa konttoreiden työtä ja mahdollistaa palveluiden siirtämisen entistä enemmän verkkoon. Ongelma on kuitenkin siinä, että asiakkaat eivät ole valmiita tekemään ensimmäistä sijoitustaan verkossa, koska pelkäävät tekevänsä virheitä tai huonoja sijoituspäätöksiä. Tämän tutkimuksen mukaan asiakkaat arvostavat oman sijoitusneuvojan apua, koska se tukee sopivasti heidän omaa päätöstään tehdä sijoitus. Tärkeää olisikin pyrkiä rohkaisemaan asiakkaita ja esimerkiksi konttorikäyntien yhteydessä neuvoa verkkosijoitusten tekemisessä. Mahdollisuuksien mukaan ensimmäinen sijoitus tehtäisiin yhdessä sijoitusneuvojan kanssa, jolloin asiakas tuntisi olonsa varmemmaksi sijoitusta tehdessään. Varsinaisen sijoituksen asiakas tekisi itsenäisesti. Tällainen käytäntö voisi johtaa siihen, että seuraavan kerran asiakkaalla olisi riittävä rohkeus ja usko siihen, että hän pystyy tekemään sijoituksiaan kotonaan täysin itsenäisesti.

Handelsbanken ei markkinoi itseään kuten muut pankit, vaan pankki uskoo, että tyytyväinen asiakas jakaa tietoa pankista ja tätä kautta tuo uusia asiakkaita. Sijoituspalveluiden osalta tässä tutkimuksessa selvitettiin, mitä kautta asiakkaat haluaisivat saada tietoa verkkopankin palveluista. Osa asiakkaista kokee, että helpointa on lukea tietoa itse suoraan verkkopankista tai pankin verkkosivuilta. Osa taas haluaisi osallistua pankin järjestämiin infotilaisuuksiin, joissa palveluista kerrottaisiin ja neuvottaisiin niiden käytössä. Handelsbanken Kuopion konttori järjestää jo erilaisia sijoitustilaisuuksia, joiden sisältö painottuu ajankohtaisten sijoitustuotteiden markkinoimiseen. Tilaisuuksia voitaisiin järjestää myös ainoastaan verkkosijoittamisesta kiinnostuneille, missä annettaisiin neuvoja, kuinka tehdä sijoituksia itsenäisesti. Suurin osa asiakkaita haluaisi saada tietoa sähköpostin välityksellä. Sähköpostia ei ole Handelsbankenissa aikaisemmin markkinointikanavana käytetty, koska sitä pidetään turvallisuusriskinä. Kuitenkin personoimattoman markkinoinnin toteuttaminen sähköpostitse on

riskitöntä ja erittäin kustannustehokasta. Tällä tavoin saataisiin tietyille asiakassegmenteille ”räätälöityä” markkinointiviestintää.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus ja arviointia

Tutkimusten luotettavuutta arvioidaan validiteetilla ja reliabiliteetilla. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli sitä, miten hyvin tutkimus selvittää asiaa, jota haluttiin tutkia (Heikkilä 2004, 29). Tässä opinnäytetyössä tutkimustehtävä oli selkeästi määritetty ja kyselylomake oli suunniteltu niin, että kysymykset antoivat vastauksia tutkimusongelmiin. Tavoitteet opinnäytetyölle määritettiin tarkasti, jotta tutkimus todella selvittäisi niitä asioita, joita toimeksiantaja halusi tarkastella. Kyselylomakkeen suunnittelu toteutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta kysymykset selvittäisivät mahdollisimman hyvin Handelsbanken Kuopion konttorin tarpeita. Erittäin hyvä vastausprosentti (53 %) tuo tutkimukselle uskottavuutta ja parantaa sen pätevyyttä.

Reliabiliteetti kuvaa tulosten tarkkuutta (Heikkilä 2004, 30). Tämä tutkimus on toteutettu huolellisesti ja tarkasti. Tutkimusprosessin eri vaiheet on selvitetty mahdollisimman tarkasti, jotta tutkimuksen toistettavuus olisi mahdollista pelkästään tämän opinnäytetyöraportin perusteella. Aineistoa on käsitelty huolellisesti läpi tutkimusprosessin, jotta virheiltä vältyttäisiin. Lisäksi tulosten analysointiin suhtauduttiin kriittisesti, jotta ei tehtäisi virheellisiä päätelmiä. Opinnäytetyössä oli myös eräs luotettavuuden kannalta negatiivinen asia. Asiakkaiden rajausperusteena käytettiin muun muassa sähköpostiosoitetta Kuopion konttorin asiakasrekisterissä. Rajausvaiheessa osoittautui, että vain pienellä osalla sijoittaja-asiakkaista oli sähköpostiosoite pankin rekisterissä, mikä vaikutti lähetettävien kyselylomakkeiden määrään ja siten kokonaistutkimuksen kokoon. On vaikea arvioida, olisivatko tulokset olleet erilaisia, jos kaikilla sijoittaja-asiakkailla olisi ollut sähköpostiosoite ja kaikkien Handelsbankenin sijoittaja-asiakkaiden vastaukset olisi saatu mukaan tutkimukseen.

Puolueettomuus on erittäin tärkeää tutkimusta tehdessä. Jos aihe on tutkijalle henkilökohtainen tai muuten omaa elämää kuvaava, voi objektiivisuuden ylläpitäminen olla hankalaa. Tässä opinnäytetyössä objektiivisuus on pyritty säilyttämään jatkuvalla kriittisellä tarkastelulla aihetta kohtaan. Jatkuva kriittisyys puolueettomuuden tarkastelussa on ollut tärkeää senkin vuoksi, koska olen ollut Handelsbankenin Kuopion konttorilla työharjoittelussa. Aihe ja toimeksiantaja ovat siis hyvin tuttuja. Sain myös ohjaajaltani palautetta opinnäytetyöprosessin aikana siitä, että tekstissäni on huomatt-

tavissa joitakin subjektiivisia ilmauksia, joita pyrin tämän jälkeen tarkastelemaan uudestaan kriittisemmällä otteella. Tutkimusprosessin aikana en kokenut, että minun tulisi käsitellä aihetta varovaisesti vaan olin tietoinen siitä, että puolueeton aiheen tarkastelu on eduksi sekä opinnäytetyölle että toimeksiantajalle.

7.3 Jatkotutkimusaiheet

Pankkitoimiala ja pankkien palvelut kehittyvät jatkuvasti. Lisäksi verkkopankit kehittyvät uusien teknologisten uudistuksien myötä, ja hyvin nopeasti verkkopankkeihin liittyvät tutkimukset huomataan vanhentuneiksi. Tämän vuoksi tältä osa-alueelta löytyy paljon eri vaihtoehtoja opinnäytetöiksi. Tämä opinnäytetyö käsittelee nimenomaan verkkopankin sijoituspalveluita, ja tälläkin aihealueella jatkotutkimuksille olisi tilaa. Ensimmäinen jatkotutkimuksen aihe olisi, miten asiakkaat saadaan tekemään sijoituksia verkkopankissa. Tämä opinnäytetyö osoitti, että asiakkaat ovat halukkaita tekemään sijoituksiaan itsenäisesti verkkopankissa mutta eivät sitä vielä jostain syystä tee. Jatkotutkimus tutkisi sitä, mitkä tekijät vaikuttavat asiakkaan halukkuuteen sijoittaa verkossa ja miten asiakas saadaan tekemään ensimmäinen ratkaiseva sijoitus itsenäisesti. Toinen jatkotutkimus voisi selvittää sitä, miten asiakkaat saataisiin käyttämään vain Handelsbankenin verkkopankkia ja näin ollen suurella todennäköisyydellä pankin kokonaisasiakkaiksi.

LÄHTEET

Balancion verkkosivut 2010. *Usein kysytyt kysymykset* [verkkodokumentti]. [Viitattu 11.11.2010.] Saatavissa: <http://www.balancion.com/kysyttva>

Eazybreakin verkkosivut 2010. *Mobiililounasseteli* [verkkodokumentti]. [Viitattu 25.11.2010.] Saatavissa: www.eazybreak.com

EPSI Rating 2010. Tiedote. Suomen pankit. *EPSI Rating asiakastytyväisyystutkimus 2010*. [Tallennettu 19.10.2010.]

Finanssialan keskusliitto 2007. *Pankkiasiat Internetissä* [verkkodokumentti]. [Viitattu 13.10.2010.] Saatavissa: http://www.pankkiyhdistys.fi/www/page/fk_www_3874

Finanssialan keskusliitto 2008. *Kuluttajan e-lasku* [verkkodokumentti]. [Viitattu 13.10.2010.] Saatavissa: http://www.pankkiyhdistys.fi/www/page/fk_www_4126

Finanssialan keskusliitto 2009. *Markkinaosuudet joulukuun 2009* [verkkodokumentti]. [Viitattu 18.11.2010.] Saatavissa: http://www.pankkiyhdistys.fi/www/page/fk_www_3654

Finanssialan keskusliitto 2010. *Tilastotietoja pankkien maksujärjestelmistä Suomessa 2000–2009* [verkkodokumentti]. [Viitattu 18.11.2010.] Saatavissa: http://www.pankkiyhdistys.fi/www/page/fk_www_3654

Handelsbankenin verkkosivut 2010a. *Gamla Stanista maailmalle* [verkkodokumentti]. Tietoa pankista > Pankin historia. [Viitattu 6.10.2010.] Saatavissa: <http://www.handelsbanken.fi>

Handelsbankenin verkkosivut 2010b. *Pääomasuojatut sijoitukset* [verkkodokumentti]. Henkilöasiakkaat > Säästäminen ja sijoittaminen > Joukkolainat ja pääomasuojatut sijoitukset > Pääomasuojatut sijoitukset > Mitä ovat pääomasuojatut sijoitukset > Laske oma ostovoimasi. [Viitattu 4.1.2011.] Saatavissa: <http://www.handelsbanken.fi>

Heikkilä, T. 2004. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Heikkinen, P. & Korhonen, K. 2006. *Technology-driven efficiencies in financial markets*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Horelli, M. 2010. *Mobiiliverkot tukossa* [verkkodokumentti]. Tekniikka ja talous 12.2.2010. [Viitattu 18.11.2010.] Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1618230>

Internet-opas 2010. *Ensiaskleet* [verkkodokumentti]. [Viitattu 9.11.2010.] Saatavissa: <http://www.internetopas.com/historia/>

Investor words 2010. *Online banking* [verkkodokumentti]. [Viitattu 14.10.2010.] Saatavissa: http://www.investorwords.com/ad_server/iframe.php?id=104

Kelan verkkosivut 2010. *Sähköiset asiointipalvelut henkilöasiakkaille* [verkkodokumentti]. [Viitattu 16.11.2010.] Saatavissa:

<http://www.kela.fi/in/internet/suomi.nsf/NET/160104104919IL?OpenDocument>

Keynote 2010. Keynote competitive research/Nordic banking prospects 2010. *Customer experience ranking*. [Tallennettu 13.10.2010.]

Kontkanen, E. 2008. *Sähköinen tunnistaminen. Pankkitoiminnan käsikirja*. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.

Lehto, T. 2010. Näin verkkopankkiin hyökätään. *Tietokone* 2010 nro 3, 19.

McKenna, A. 2010. *Worlds of differences in "mobile money" strategy* [verkkodokumentti]. Mobile banker. American Banker 19.11.2010. [Viitattu 23.11.2010.] Saatavissa: http://www.americanbanker.com/issues/175_223/mobile-money-strategy-from-haiti-1028902-1.html

Nokia julkisti halvat 3G-mallit 2010. *Kauppalehti* 23.11.2010, 10.

Nordean verkkosivut 2010. *Mobiilipalvelut* [verkkodokumentti]. [Viitattu 9.11.2010.] Saatavissa:

<http://www.nordea.fi/Henkilöasiakkaat/Internet+ja+puhelin/Mobiilipalvelut/700654.html>

Nordnetin verkkosivut 2010. *About Nordnet* [verkkodokumentti]. [Viitattu 18.11.2010.]

Saatavissa: <http://org.nordnet.se/en/about/about-nordnet/what-we-do/summary>

Obopay website 2010. *About us* [verkkodokumentti]. [Viitattu 23.11.2010.] Saatavissa:

https://www.obopay.com/corporate/en_US/aboutUs.shtml

Oikeusministeriö 2010. *Sähköisen äänestyksen kehittämistä ei jatketa nykyiseltä pohjalta – Internet-äänestys on todennäköinen kehityssuunta* [verkkodokumentti]. [Viitattu 16.11.2010.] Saatavissa: <http://www.om.fi/Etusivu/Ajankohtaista/Uutiset/1247668299746>

Salminen, M. 2010. Yhä useampi mobiililataus tehdään androidilla. *Kauppalehti* 10.11.2010, 10–11.

Sampo pankin verkkosivut 2010. *Mobiilipalvelut* [verkkodokumentti]. [Viitattu 10.11.2010.]

Saatavissa: <http://www.sampopankki.fi/FI-FI/HENKILOASIAKKAAT/MOBIILIPALVELUT/Pages/mobiilipalvelut.aspx>

Samuli, S. 2010. Mistä hyvä verkkopankki [verkkodokumentti]. *MikroPC* 22.4.2010. [Viitattu 18.11.2010.] Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1651674>

Senioritutkimus 2010. *Tutkimusraportti kesäkuu 2010* [verkkodokumentti]. [Viitattu 27.10.2010.] Saatavissa:

<http://www.pankkiyhdistys.fi/modules/system/stdreg.aspx?P=2329&VID=default&SID=117633663710823&S=2&A=closeall&C=30973>

- Sposito, S. 2010. *Visa meeting threat from alternative payments* [verkkodokumentti]. Mobile banker. American banker 29.10.2010. [Viitattu 25.11.2010.] Saatavissa: http://www.americanbanker.com/issues/175_208/visa-threat-from-alt-payments-1027803-1.html
- Suomen pankin verkkosivut 2010. *Yhteinen euromaksualue (SEPA)* [verkkodokumentti]. [Viitattu 13.10.2010.] Saatavissa: <http://www.bof.fi/fi/rahoitusmarkkinat/kehityshankkeet/sepa.htm>
- Tarkkamarkka 2009. *Tulojen ja menojen seuranta verkkopankissa* [verkkodokumentti]. [Viitattu 10.11.2010.] Saatavissa: <http://www.tarkkamarkka.com/blogi/2009/09/tulojen-ja-menojen-seuranta-verkkopankeissa>
- Tietoa pankista 2010. *Handelsbankenin esittelymateriaali 17.9.2010.*
- Tilastokeskus 2007. *Väestön kehitys itsenäisessä Suomessa – kasvun vuosikymmenistä kohti harmaantuvaa Suomea* [verkkodokumentti]. [Viitattu 14.10.2010.] Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/suomi90/joulukuu.html>
- Tilastokeskus 2010a. *Tieto- ja viestintäteknikan käyttö – tutkimus* [verkkodokumentti]. [Viitattu 9.11.2010.] Saatavissa: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tau_011_fi.html
- Tilastokeskus 2010b. *Väestön koulutusrakenne* [verkkodokumentti]. [Viitattu 3.4.2011.] Saatavissa: http://www.tilastokeskus.fi/til/vkour/2009/vkour_2009_2010-12-03_tie_001_fi.html
- Vaikuttamistaidot 2010. *Äänestäminen verkossa* [verkkodokumentti]. [Viitattu 16.11.2010.] Saatavissa: <http://www.vaikuttamistaidot.fi/opus/demokratia/demokratiatoiminta/verkkodemokratia-suomessa-ja-ulkomailla/aanestaminen-verkossa>
- Vilkkä, H. 2007. *Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Wade, W. 2010. *Carriers' mobile payment system excludes banks, but could open new doors* [verkkodokumentti]. Mobile banker. American banker 3.8.2010. [Viitattu 25.11.2010.] Saatavissa: http://www.americanbanker.com/issues/175_147/-1023378-1.html
- Wagello, N. Opinnäytetyöni aineisto [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Matti Laakkonen. Lähetetty 4.1.2011. [Viitattu 7.1.2011.]
- Wagello, Nina 2010. Osastopäällikkö. Mistä on Suomen paras verkkopankki tehty? Talentumin seminaari. 14.12.2010. Luento.
- Wolfe, D. 2010. *Starbucks mobile now in New York* [verkkodokumentti]. Mobile banker. American banker 26.10.2010. [Viitattu 25.11.2010.] Saatavissa:

http://www.americanbanker.com/issues/175_205/starbucks-mobile-in-ny-1027563-1.html

Wuolijoki, S. 2005. *Verkkopankkitoiminnan oikeudellinen sääntely* [verkkodokumentti]. *Lakimies* 2/2005, 234–258. [Viitattu 13.10.2010.] Saatavissa: <http://elektra.helsinki.fi/se/l/0023-7353/103/2/verkkopa.pdf>

Yuan, X., Seok Lee, H. & Yong Kim, S. 2010. Present and future of Internet banking in China [verkkodokumentti]. *Journal of Internet banking and commerce*, April 15, vol. 15, nro 1. [Viitattu 1.12.2010.] Saatavissa: http://www.arraydev.com/commerce/jibc/2010-04/Lee%20et%20al._Agust%202009%20JIBC%20issue0630.pdf

Arvoisa Handelsbankenin asiakas

Haluamme kehittää toimintojamme ja palveluitamme asiakkaidemme toiveiden sekä tarpeiden mukaan. Olemme antaneet Savonia ammattikorkeakoulun opiskelijalle toimeksiannon tutkia lopputyönään asiakkaidemme tietoisuutta ja kiinnostusta verkkopankin sijoituspalveluista. Olette valikoituneet mukaan tutkimukseemme ja Teillä on näin mahdollisuus vaikuttaa verkkopalvelun kehittämiseen. Toivomme, että vastaatte kyselyyn, koska vastauksenne on meille tärkeä.

Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 5 min. Vastaukset käsitellään **nimettöminä** ja **täysin luottamuksellisesti**. Kyselyyn osallistujien kesken arvotaan 2kpl 50€ arvoisia lahjakortteja Ravintola Introon. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Pyydämme Teitä vastaamaan kyselyyn viimeistään 26.11.2010 mennessä. Kiitos vastauksestanne!

Lisätietoja kyselyä koskien antaa Matti Laakkonen puh. 050 414 7585

Vastaa kyselyyn painamalla oheista linkkiä:
http://typala.ncp.fi:80/savonia_typala/p.do?id=wE2nRJGIUQ

(Jos et pääse kyselyyn suoraan painamalla linkkiä, niin kopioi osoite osoiterivillesi)

Ystävällisin terveisin

Handelsbanken Kuopio

Simo Sarkkinen
Konttorinjohtaja

KYSELY HANDELSBANKENIN VERKKOPANKKIASIAKKAILLE

Vastausohjeet

- Kysymyksiin vastataan valitsemalla vain yksi vaihtoehto, ellei toisin mainita.
- Lomakkeen tulee täyttää henkilö, jolle kysely on osoitettu.
- Lopuksi Teillä on mahdollisuus antaa palautetta kirjoittamalla vastauksenne vapaasti avoimiin kenttiin.
- Vastauksenne käsitellään nimettömänä täysin luottamuksellisesti.
- Kyselyn lopuksi painakaa lähetä -painiketta, jotta vastauksenne tallentuu.

TAUSTATIEDOT

1. Syntymävuoteni on (esim. 1986) _____
2. Sukupuolenne?
 - 1 Mies
 - 2 Nainen
3. Asemanne?
 - 1 Työssä
 - 2 Työtön
 - 3 Eläkeläinen
 - 4 Opiskelija
 - 5 Jokin muu, mikä? _____
4. Viimeisin suorittamanne tutkinto?
 - 1 Kansakoulu
 - 2 Peruskoulu
 - 3 Ylioppilas
 - 4 Ammatillinen tutkinto
 - 5 Alempi korkeakoulututkinto
 - 6 Ylempi korkeakoulututkinto
 - 7 Tutkijakoulutus
5. Tulotasonne?
 - 1 Alle 2000€/kk
 - 2 2000€ - 4000€/kk
 - 3 Yli 4000€/kk

VERKKOPANKIN KÄYTTÄMINEN

6. Kuinka usein käytätte verkkopankkia?

- 1 Päivittäin
- 2 1-3 kertaa viikossa
- 3 1-3 kertaa kuukaudessa
- 4 Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

7. Käytättekö myös jonkin toisen pankin verkkopankkia?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

8. Mihin toimintoihin käytätte toisen pankin verkkopankkia (valitse kaikki palvelut joita käytätte toisessa verkkopankissa)?

- 1 Sijoittamispalvelut
- 2 Laskujen maksaminen
- 3 Tilisiirrot
- 4 Tiliotteiden seuranta
- 5 Jokin muu toiminto, mikä? _____

9. Miksi ette käytä Handelsbankenin verkkopankin vastaavia verkkopalveluja?

- 1 Varsinainen asiakkuuteni on toisessa pankissa
- 2 Toisen pankin verkkopankki on helpompi käyttää
- 3 Toisen pankin verkkopalvelut ovat parempia
- 4 Olen vain tottunut käyttämään toisen pankin palveluja
- 5 Jokin muu syy, mikä? _____

TIETOISUUS SIJOITUSPALVELUISTA

10. Oletteko tietoinen Handelsbankenin verkkopankin tarjoamista sijoituspalveluista?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

11. Kuinka usein käytätte verkkopankin sijoituspalveluja?

- 1 Päivittäin
- 2 1-3 kertaa viikossa
- 3 1-3 kertaa kuukaudessa
- 4 Harvemmin kuin kerran kuukaudessa
- 5 En ole käyttänyt sijoituspalveluita

12. Mitä verkkopankin sijoituspalveluja käytätte (valitkaa kaikki palvelut, joita olette käyttäneet)?

- 1 Osakkeiden osto/myynti omassa salkkupalvelussa
- 2 Pörssi uutisten seuranta
- 3 Rahastosäästäminen
- 4 Omien sijoitusvakuutusten seuranta
- 5 Rahastojen vaihto vakuutuksen sisällä
- 6 Oman sijoitussalkun seuranta
- 7 Sijoituskatsauksien/strategioiden lukeminen
- 8 Jokin muu, mikä? _____

SIJOITUSKANAVA

13. Mitä kautta olette viimeksi tehneet sijoituksianne?

- 1 Verkkopankin sijoituspalvelusta itsenäisesti
- 2 Asioimalla konttorissa
- 3 Antamalla toimeksiannon verkkopankin viestikansista
- 4 Puhelimitse
- 5 Toisen pankin kautta

14. Mitä kautta koette mieluisimmaksi sijoittaa tai tehdä sijoitustoimeksiannon?

- 1 Verkkopankin sijoituspalvelusta itsenäisesti
- 2 Asioimalla konttorissa
- 3 Antamalla toimeksiannon verkkopankin viestikansista
- 4 Puhelimitse
- 5 Jollain muulla tavalla, miten? _____

KIINNOSTUKSEN KOHTEET

15. Arvioi eri sijoitustuotteiden ja palveluiden käytön kiinnostavuutta verkkopankissa asteikolla 1-5 (1=Ei kiinnosta ja 5=Erittäin kiinnostava).

Osakkeet	1	2	3	4	5
Rahastot	1	2	3	4	5
Säännöllinen rahastosäästäminen	1	2	3	4	5
Sijoitusvakuutukset	1	2	3	4	5
Pääomasuojatut sijoitukset	1	2	3	4	5
Sijoituskatsaukset	1	2	3	4	5
Pörssi uutisten seuranta	1	2	3	4	5
Oman sijoitussalkun seuranta	1	2	3	4	5
Osakkeiden osto/myynti salkkupalvelussa	1	2	3	4	5

16. Pääomasuojattuihin tuotteisiin ei ole mahdollisuutta sijoittaa verkkopankissa tällä hetkellä. Tekisitkö pääomasuojattuja sijoituksia verkkopankissa, jos se olisi mahdollista?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

17. Oletteko kiinnostunut verkkopankin sijoituspalveluista?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

18. Mitä kautta haluaisitte saada tietoa verkkopankin sijoituspalveluista?

- 1 Asiakastilaisuus konttorilla
- 2 Sähköpostin välityksellä
- 3 Suoraan verkkopankkiisi
- 4 Puhelimitse
- 5 Lukemalla itse pankin kotisivuilta
- 6 Muulla tavoin, miten? _____

19. Mikä on syynä, ettette ole kiinnostuneita sijoittamaan Handelsbankenin verkkopalvelussa?

- 1 En halua sijoittaa tällä hetkellä
- 2 Sijoittaminen verkkopankissa arveluttaa
- 3 Sijoitan toisessa verkkopankissa
- 4 Palvelumaksut
- 5 Jokin muu syy, mikä? _____

PALAUTE PANKILLE

20. Mitä hyviä ja/tai huonoja puolia koette sijoittamisessa verkkopankissa?

21. Kirjoittakaa vapaasti kehittämistoiveita sekä Handelsbankenin verkkopankin että Kuopion konttorin osalta. Kaikenlainen palaute on tervetullutta.

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

