

# Maksamisen mahdollisuudet tapahtumassa

Case: Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen  
viesti 2018

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden ja matkailun ala  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Taloushallinto  
Opinnäytetyö  
Kevät 2017  
Brita Oksman

Lahden ammattikorkeakoulu  
Tradenomi

OKSMAN, BRITA:

Maksamisen mahdollisuudet  
tapahtumassa  
Case: Lahti-Hollola Jukolan ja  
Venlojen viesti 2018

Taloushallinnon opinnäytetyö, 42 sivua, 4 liitesivua

Kevät 2017

TIIVISTELMÄ

---

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018. Työn tavoite oli selvittää onnistuneen tapahtuman rakennetta ja sen asiakaslähtöisyyttä. Lisäksi tutkittiin heidän vuotuisen tapahtumaansa sopivia maksukeinoja, jotta välttyttäisiin ruuhkatilanteissa pitkältä jonottamiselta ja maksaminen onnistuisi sujuvasti.

Opinnäytetyö rakentui kahden näkökulman ympärille. Ensimmäinen näkökulma oli tapahtuman järjestäminen ja miten järjestetystä tapahtumasta saadaan mahdollisimman onnistunut. Siinä käsiteltiin myös asiakkaan vaikutusta tapahtuman onnistumiseen ja millaisia odotuksia asiakkailla nykyäänä on. Toinen näkökulma oli tutkia erilaisia maksuvaihtoehtoja, joita voitaisiin käyttää tapahtumassa nyt sekä mahdollisesti tulevaisuudessa.

Työssä käytettiin menetelmänä kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Se toteutettiin sähköpostihaastatteluna ja puhelinhaastatteluna. Haastateltavina toimi pankki- ja rahoitusalan asiantuntijoita sekä tapahtuman järjestämiseen erikoistuneiden yritysten asiantuntijoita.

Tutkimustuloksista pystyi erottamaan selvästi kolme teemaa, jotka olivat maksaminen ja asiakastilanteet, maksutavat sekä mitä erityistä huomioitavaa on tapahtumassa maksamisessa. Kuluttajat maksavat tavalla, jonka kokevat turvalliseksi, helpoksi ja nopeaksi. Käytetyin maksutapa on tällä hetkellä korttimaksaminen. Tulevaisuudessa maksamisen odotetaan siirtyvän lähemmäksi mobiilia, eli älypuhelimilla tai muilla mukana kannettavilla laitteilla voidaan maksaa ostokset. Tapahtumissa alkaa pikkuhiljaa näkyään erilaisia maksurannekkeita, joilla voidaan maksaa ostokset koko tapahtuman ajan. Rannekkeet mahdollistavat sen, että rahan voi jättää kokonaan kotiin ja maksutapahtumat ovat nopeita ja sujuvia.

Asiasanat: tapahtuman järjestäminen, maksaminen, asiakastyytyväisyys

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Studies

OKSMAN, BRITA:

Payment methods at an event  
Case: Lahti-Hollola Jukolan ja  
Venlojen viesti 2018

Bachelor's Thesis in Financial Management, 42 pages, 4 pages of appendices

Spring 2017

ABSTRACT

---

This thesis was commissioned by the organization of Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018, an annual orienteering event organized in the Lahti region. The aim of the thesis was to study the structure and customer-centeredness of a successful event. In addition, the thesis aimed to study the available methods of payment in the event in order to avoid long queuing times and paying would go smoothly.

The thesis is based on two perspectives. The first perspective focuses on the question of how to organize an event and how to make the event as successful as possible. In addition, attention is also paid to the customer's impact on the event and customer expectations. The second perspective focuses on the different methods of payment that could be used at the event now and possibly also in the future.

The thesis applies a qualitative research method. The research data was collected through email and phone interviews. The interviewees were specialists in the banking and financial sector as well as specialists in organizing events.

Based on the results, the following three themes were noted: paying and customer situations, methods of payment, and things that need to be considered in paying at an event. Consumers use a payment method they consider to be the safest, easiest and fastest. Currently, the most common payment method is to pay by a card. In the future, it is expected that payment will be done through mobile devices, for instance smartphones. Payment bracelets, which can be used to pay throughout an event, are becoming more and more common. These allow the customers to leave their cash at home and make payment faster and more convenient.

Keywords: organizing an event, payment, customer satisfaction

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Toimeksiantaja	1
1.2	Työn tavoite ja tutkimusmenetelmä	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne	2
2	ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	4
2.1	Strategiset ja operatiiviset kysymykset	4
2.2	Erilaiset tapahtumat	6
2.3	Tapahtumapaikka	8
2.4	Asiakaslähtöisyys tapahtumassa	9
3	MAKSAMISEN MAHDOLLISUUDET	12
3.1	Maksukortit ja käteinen raha	12
3.2	Lähitunnistaminen eli NFC	14
3.2.1	NFC mobiilimaksamisessa	15
3.2.2	NFC maksukortissa	16
3.3	Tulevaisuuden näkymät	17
3.3.1	Virtuaaliraha bitcoin ja maksuranneke	17
3.3.2	Uusi maksupalveludirektiivi	19
4	MENETELMÄT JA AINEISTOT	20
4.1	Asiantuntijahaastattelu	20
4.2	Dokumenttiaineistoa Jukolasta	22
4.3	Sisällön analyysi	24
4.4	Tulokset	25
4.4.1	Maksaminen ja asiakastilanteet	26
4.4.2	Maksutavat	26
4.4.3	Eriyistä huomioitavaa tapahtumissa	27
4.5	Peilaus tietoperustaan	28
4.6	Suosituksia toimeksiantajalle	29
5	YHTEENVETO	33
5.1	Tutkimuksen arviointi	34
5.2	Oppimisen arviointi ja jatkotutkimusehdotuksia	36
	LÄHTEET	38
	LIITTEET	43

## 1 JOHDANTO

Maksamisen mahdollisuudet ovat muuttuneet muutaman vuoden aikana huomattavasti. Käteismaksut ovat vähentyneet sekä tilalle on tullut erilaisia uuden teknologian mahdollistamia lähimaksuja. Tämän opinnäytetyön tavoitteena onkin perehtyä onnistuneen tapahtuman järjestämiseen sekä mahdollisiin maksutapoihin, joita voidaan käyttää yleisötapahtumissa.

Työ on toteutettu toimeksiantajalle Case Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018. Tavoitteena on tutkia maksuvaihtoehtoja, jotka mahdollistavat sujuvaa maksamista heidän tapahtumassa sekä ehkäisevät ruuhkatilanteissa pitkää jonottamisaikaa.

### 1.1 Toimeksiantaja

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018. Ensimmäinen viesti juostiin kesäkuussa 1949 Helsingissä ja järjestäjinä toimi Helsingin Suunnistajat, joka oli perustettu kolme vuotta aikaisemmin. Viestin järjestämisen ajatuksena oli kunnioittaa metsän ystävän Aleksis Kiven muistoa, ja siksi viesti juostiinkin seitsemän hengen joukkueissa. Alusta saakka järjestäjille oli selvää, että tapahtuman nimeksi tulee Jukolan viesti. Ensimmäiseen viestiin osallistui 41 joukkuetta, mutta haasteellisen reitin takia maaliin pääsi vain 15 joukkuetta. Seuraavana vuonna viesti juostiin Helsingin 100-vuotis juhlien yhtenä tapahtumana ja joukkueita oli jo 62 kappaletta. (Tenhola 2017.)

Naisten eli Venlojen juoksu juostiin ensimmäistä kertaa vuonna 1951 Lahdessa ja osallistujia oli tällöin 57. Yli sadan osallistujan määrä ylitettiin Venlojen juoksussa vasta 1967. Venlojen juoksu muuttui vuonna 1978 Venlojen viestiksi. Myöhemmin vuonna 1986 järjestettiin myös Nuorten Jukola, joka oli suunnattu 11-18-vuotiaille tytöille ja pojille. Radio lähetti pätkiä tapahtumasta jo 50-luvulta lähtien ja vuosina 1976-1999 lähetykset kestivät koko viestin ajan. Vuodesta 2000 Jukolan viesti on näkynyt suorana televisiosta ja Venlojen viestistä on tullut koosteita. Nykyään suorälähetyks näkyy kummastakin viestikilpailusta. (Tenhola 2017.)

Jukolan viestin osallistuu nykyään noin 15000 kilpailijaa, 1500 toimitsijaa sekä muuta yleisöä ja kutsuvieraita toiset 15000. Lähivuosina kävijämäärä on noin 30000, mutta kävijämäärään vaikuttaa aina hieman tapahtuman sijainti ja sää. (Jukola 2017a.)

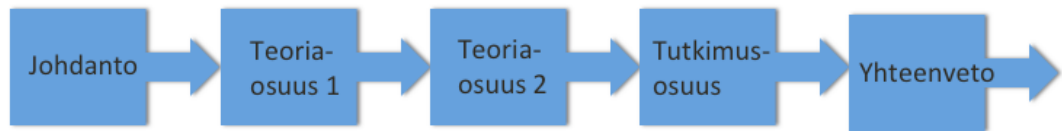
## 1.2 Työn tavoite ja tutkimusmenetelmä

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää toimeksiantajalle Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018 onnistuneen tapahtuman rakennetta ja asiakaslähtöisyyttä. Työssä selvitetään myös erilaisia maksutapoja, joita voidaan käyttää tapahtumassa esimerkiksi ravintolassa sekä myyntikojuissa. Tarkoituksena on tutkia ja selvittää vaihtoehtoja, jolla ehkäistäisiin kassapisteille jonottamista sekä selvitettäisiin nykypäivän ja tulevaisuuden maksutapoja kuluttajille. Tavoitteena on kuitenkin tarkastella maksuvaihtoehtoja maksajan sekä tapahtuman järjestäjän näkökulmasta.

Tietoperusta rakentuu kahdesta näkökulmasta, joista koostuu työn teoriaosuus. Työn tutkimusosuutena toimii asiantuntijahaastattelu. Haastattelu toteutetaan asiantuntijoille sähköpostikyselynä, joka koostuu avoimista kysymyksistä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää asiantuntijoiden mielenpiireitä maksutavoista tapahtumissa nyt ja tulevaisuudessa sekä mitä erilaiset maksutavat kustantavat tapahtuman järjestäjälle. Työn tavoitteena on löytää yhdistäviä näkökulmia tutkimuksen ja teorian välille.

## 1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyö koostuu viidestä osasta, jota kuvaa Kuvio 1. Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jonka jälkeen tulee kaksi teoriaosuutta. Viimeisenä on työn tutkimusosuus ja yhteen vetona pohditaan vielä työn kokonaisuutta.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

Ensimmäisessä luvussa eli johdannossa kerrotaan opinnäytetyön toimeksiantajasta ja työn tavoitteista sekä tutkimusmenetelmästä. Toisessa luvussa eli ensimmäisessä teoriaosuudessa käsitellään onnistuneen tapahtuman järjestämistä sekä asiakkaan tyytyväisyyden tärkeyttä nykypäivänä. Toisessa teoriaosuudessa käsitellään erilaisia maksuvaihtoehtoja nykypäivään ja tulevaisuuteen. Luvussa neljä käsitellään työn tutkimusosuus, eli tutkimuksen toteutus, tulokset ja niiden johtopäätökset. Viimeinen eli viides luku on yhteenveto opinnäytetyöstä.

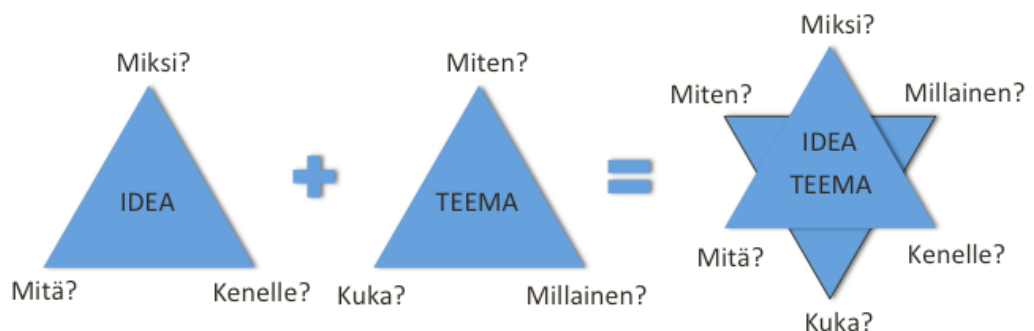
## 2 ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuman määrittelee se, että sille on ennalta suunniteltu paikka ja aika sekä tämä paikka on järjestetty olosuhteita huomioon ottaen. Se pitää olla myös huomiota herättävä. Tapahtumalla pitää olla selkeästi alku ja loppu. Lisäksi sillä pitää olla hyvin suunniteltu aikataulu ja tapahtumapaikka. (Getz & Page 2013, 43.) Onnistuneen tapahtuman huomaa sekä tapahtuman järjestäjä, että tapahtumassa kävijä (Vallo & Häyrinen 2012, 101).

Tässä luvussa käsitellään tapahtuman suunnittelua sekä käydään läpi, millä keinoin juuri tietystä tapahtumasta tulee mahdollisimman onnistunut. Luvussa käydään myös läpi, miten nykypäivänä asiakaslähtöisyys on tärkeää ja miten se mahdollisesti vaikuttaa tapahtuman järjestämiseen.

### 2.1 Strategiset ja operatiiviset kysymykset

Vallon ja Häyrisen mukaan onnistuneen tapahtuman suunnittelu koostuu kahdesta kolmiosta, jotka muodostavat lopulta tähden eli onnistuneen tapahtuman. Kolmiot sisältävät strategiset kysymykset: miksi, kenelle ja mitä sekä operatiiviset kysymykset: miten, millainen ja kuka, kuten kuviossa 2. (Vallo & Häyrinen 2012, 101.)



KUVIO 2. Tapahtuman suunnittelun strategiset ja operatiiviset kysymykset (Vallo & Häyrinen 2012, 101)

Strategisen kolmion kysymykset ovat miksi, kenelle ja mitä. Miksi juuri se kyseinen tapahtuman järjestetään ja mikä on sen tavoite. Mitä halutaan viestiä itse tapahtumassa tai tapahtumalla. Näihin kysymyksiin pitää olla

vastaus olemassa, muuten koko tapahtumaa ei kannata järjestää. Entä kenelle tapahtuma järjestetään ja mikä on sen kohderyhmä. Kohderyhmän täytyy olla selvä ja on kannattavaa myös miettiä, miten tuon kohderyhmän tavoittaa parhaiten. Viimeisenä vielä se, mitä ollaan järjestämässä ja millainen tämä tapahtuma tulee tuolle valitulle kohderyhmälle. Mitä kysymys kattaa kokonaisuudessaan myös järjestämisessä sen, missä se järjestetään ja milloin. Näihin tietysti vaikuttaa erilaiset seikat, mutta kaikki asiat kannattaa miettiä etukäteen. Kun kaikkiin strategisen kolmion kysymyksiin on vastaus, usein vastausten perusteella selviää se, mikä on tapahtuman idea. Koko tapahtuman konsepti voi syntyä tästä ideasta. (Vallo & Häyri- nen 2012, 101–106.)

Vallon ja Häyrisen mukaan operatiivisen kolmion kysymykset ovat miten, millainen ja kuka. Miten tapahtuma tulee järjestää, että päästään tavoit- teeseen, joka on luotu. Tuleeko tapahtuman järjestäminen antaa ulkopuo- lisen tehdä vai tekeekö itse koko työn. Tämän prosessin voi jakaa kol- meen vaiheeseen:

- Suunnitteluvaihe
- Toteutusvaihe
- Jälkemarkkinointivaihe (Vallo & Häyri- nen 2012, 101–106.)

Sen jälkeen on pohdittava, millainen tapahtumasta tulee. Mikä on sen si- sältö, millainen on ohjelma ja onko tapahtuma maksullinen vai ilmainen. Strategisessa kolmiossa on jo päätetty tapahtuman kohderyhmä, joten on hieman helpompaa miettiä, mistä juuri tämä kohderyhmä pitää. Onko oh- jelmassa musiikkia, tanssijoita, puhujia vai taidetta, ja mikä näistä toisi li- säarvoa tapahtumaan. Tapahtuma tarvitsee aina projektipäällikön, joka sanoo aina viimeisen sanan. Tämän viimeisen sanan jälkeen saa alkaa vasta toteuttamaan työtä, ettei mikään tehdä liian hätiköiden. Projektissa on myös hyvä olla mukana niin sanottuja isäntiä. Isännät ovat aidosti kiin- nostuneita tapahtumasta, eivätkä oli mukana vain esimerkiksi perinteen takia. Isännät ovat vastuussa tapahtumassa viihtymisestä ja markkinoin- nista. Vaikka tapahtumassa jokin menisi pieleen, voivat isännät silti saada tapahtumasta onnistuneen oloisen. Operatiivinen kolmio muodostaa pro-

jektin teeman ja on vastuussa tapahtuman alkumetreiltä sen jälkimarkkinointiin saakka. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–106.)

Nämä kaksi kolmiota, jotka sisältävät kuusi kysymystä, täytyvät olla koko ajan tasapainossa. Kolmiot muodostavat siis tähden, jonka yksikään sakara ei saa olla suurempi muita. Suurempi sakara tarkoittaa vahvempaa panostusta johonkin tapahtuman osa-alueeseen ja tällöin joku osa-alue pakostikin ontuu, eikä tähti eli tapahtuma ole tasapainossa. Kun kaikki sakarat ovat tasapainossa, tulee tapahtumasta varmasti onnistunut. (Vallo & Häyrinen 2012, 101-106.)

## 2.2 Erilaiset tapahtumat

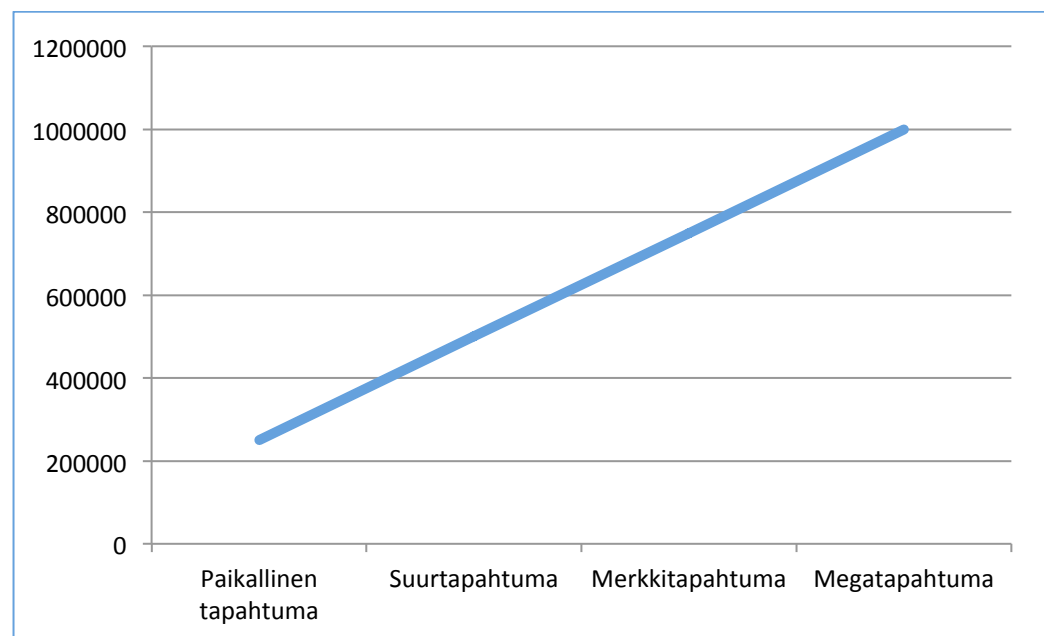
Tapahtumia järjestetään yleisesti, jonkun tietyn syyn takia. Tapahtumat ovat kuitenkin periaatteeltaan samanlaisia vaikka järjestämisen tarkoitus olisikin erilainen. Erilaiset tapahtumat voidaan jakaa kuuteen erilaiseen tyyppiin: kulttuurillisiin juhliin, ammatillisiin ja kaupallisiin tapahtumiin, taide- ja viihdetapahtumiin, urheilu- ja muihin ajanvietetapahtumiin, poliittisiin ja valtion tapahtumiin sekä yksityisiin tilaisuuksiin. (Getz & Page 2016, 43-52.)

Kulttuurillisiin juhliin voidaan lukea muun muassa festivaalit, karnevaalit, uskonnolliset juhlat, pyhiinvaellukset ja muut paraatit. Ammatillisiin ja kaupallisiin tapahtumiin voidaan lukea palaverit ja kokoukset, messut ja näytellyt, yhtiön tapahtumat sekä opetukselliset ja tieteelliset kongressit. Taide- ja viihdetapahtumiin kuuluvat aikataulutetut konsertit, näytökset ja teatteri, taidenäyttelyt ja muut hetkeksi pystytetyt taidenäytökset sekä palkintoseremoniat. (Getz & Page 2016, 43-52.)

Urheilu- ja ajanvietetapahtumiin kuuluvat liigapelit ja mestaruusottelut, ainutkertaiset tapaamiset ja kiertueet, hupitapahtumat sekä muut urheilutapahtumat. Poliittisiin ja valtion tapahtumiin kuuluvat huippukokoukset, kuninkaalliset speaktaakkelit, erittäin tärkeiden henkilöiden vierailut, sotilaalliset tapahtumat sekä poliittiset kongressit. Yksityisiin tapahtumiin kuuluvat vielä siirtymäriitit esimerkiksi tapahtuma, jossa henkilöiden sosiaalinen

asema vaihtuu, yksityiset juhlat, jälleennäkemiset sekä häät. (Getz & Page 2016, 43-52.)

Tapahtumia voidaan luokitella todella monella eri tapaa. Niiden sisällön mukaan, tapahtumapaikan mukaan tai niiden koon mukaan. Tapahtuma voidaan luokitella neljään eri kokoluokkaan: Megatapahtuma (Mega-event), merkkitapahtuma (Hallmark), suurtapahtuma (Major) sekä paikallinen tapahtuma (Local/Community). (Allen, O'Toole, McDonnell & Harris 2011, 12-14.)



KUVIO 3. Tapahtumien luokittelu, niiden kävijämäärän mukaan (Allen, O'Toole, McDonnell & Harris 2011, 12)

Kuviossa 3 esitetään, kuinka tapahtuman kävijät vaikuttavat tapahtuman kokoluokitukseen. Pystysarake kuvaa kävijämäärää ja vaakasarakkeesta näkee tapahtuman kuvauksen. Eli mitä alempana viiva on sitä vähemmän kävijöitä tapahtumassa on. Kokoluokitus on kuitenkin suuntaa-antava ja toimii kansainvälisissä tapahtumissa. Myös tapahtumapaikka saattaa vaikuttaa tapahtuman suuruuteen, esimerkiksi tapahtuma itsessään voidaan luokitella suuremmaksi, mitä osallistujamäärä lopulta on. Tapahtumapaikka voi olla pieni tai sellaisessa paikassa, ettei se vedä ihmisiä puoleensa.

Megatapahtumat ovat siis kaikista suurimpia tapahtumia, joihin jopa kansainvälistä mediaa on tulossa paikalle. Tällaisia tapahtumia on esimerkiksi Olympialaiset. Kävijöitä näissä tapahtumissa on vähintään miljoona. (Allen, O'Toole, McDonnel & Harris 2011, 12-14.)

Merkkitapahtumia on esimerkiksi Rio de Janeiron karnevaalit, joka on todella suuri tapahtuma, mutta ei ole kuitenkaan kansainvälisesti kaikista odotetuin tapahtuma. Tällaiset merkkitapahtumat tunnistaa siitä, että ne järjestetään joka vuosi samaan aikaan ja samassa paikassa eli sillä on jonkinlainen traditio. Niissä on lisäksi satoja tuhansia kävijöitä. (Allen, O'Toole, McDonnel & Harris 2011, 12-14.)

Suur tapahtumia on sellaiset tapahtumat, jotka ylittävät uutiskynnyksen kansainvälisesti, mutta kyseistä tapahtumaa ei kuitenkaan seuraa kaikki ihmiset. Tällainen tapahtuma on esimerkiksi Australian Open tennis-turnaus. Kaikki lajista kiinnostuneet seuraavat tapahtumaa ja siitä uutisoidaan kansainvälisesti. Paikalliset tapahtumat ovat taas tapahtumia, joita järjestetään pienellä mittakaavalla ja joista uutisoidaan kyseisessä maassa. (Allen, O'Toole, McDonnel & Harris 2011, 12-14.)

### 2.3 Tapahtumapaikka

Tapahtuman sijainnilla on tärkeä tehtävä sen onnistumisen kannalta. Tapahtumapaikka on oltava sellainen, joka tavoittaa ihmisiä sekä tilojen on oltava oikeat. Jos paikalla on jonkinlainen imago, täytyy se ottaa huomioon ennen paikan varaamista. Tietynlaisien tapahtumien järjestämisessä täytyy myös ottaa huomioon majoittuminen, onko lähellä hotelleja tai voiko tapahtuman alueella majoittua. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2017.)

Tapahtumapaikka monesti määräytyy odotetun osallistujamäärän mukaan. Vähäiselle osallistujamäärälle on hyvä rajata oikeanlainen tila, ettei esimerkiksi sisätiloista tule hallimaisia eikä ulkotiloissa ihmisjoukko hajaannu liikaa. Tietysti laajentamisen vara täytyy olla, jos ei ole täysin varma osallistujamäärästä. Suurelle osallistujamäärälle on hyvä esimerkiksi suunnitella ulkoilmatapahtuma, jossa tietenkin on omat ongelmansa. Nykyään on

todella tärkeää, että tapahtumapaikalla on hyvät langattoman verkot, jotta kaikki kassalaitteista osallistujien älypuhelimiin toimisi erinomaisesti. On hyvä myös miettiä tapahtumapaikkaa tapahtuman järjestämisen syyn kautta. Jos tapahtuma on perinteellinen, ei tapahtumapaikkakaan tarvitse olla erikoinen. Jos taas tapahtuma on jotenkin erityinen, on paikankin oltava tietyllä tapaa kiinnostava ja erikoinen. Näiden lisäksi on mietittävä myös budjetia, jotta tapahtumapaikan vuokra ja muut maksut mahtuvat siihen. (Kullas 2017.)

## 2.4 Asiakaslähtöisyys tapahtumassa

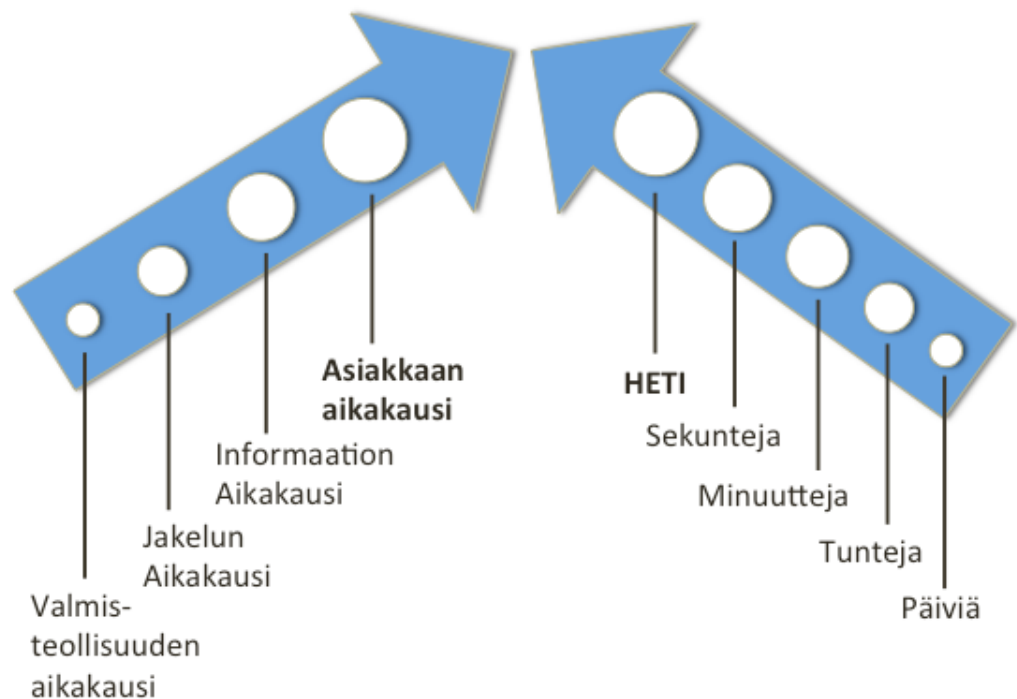
Asiakaslähtöisyys kaikille yrityksille on tällä hetkellä todella tärkeää. Se koskee niin tuotteiden myyntiä ja mainontaa, kuin tapahtumien järjestämistä asiakkaille. Asiakaslähtöinen toimintatapa ei kuitenkaan ole ollut aina yrityksillä käytössä. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 14-15.)

*”Asiakaskokemus muodostuu teoista. Tekeminen ja toteuttaminen vaativat aina myös rohkeutta: uskallusta tehdä jotain ensimmäistä kertaa tai toisella tavalla kuin aiemmin”*  
(Löytänä & Korkiakoski 2014, 13.)

Löytänen ja Korkiakosken mukaan elämme tällä hetkellä asiakkaan aikakautta eli yrityksistä parhaiten pärjää ne, jotka osaavat luoda parhaimpia asiakaskokemuksia. Ennen asiakkaan aikakautta oli informaation aikakausi, joka sijoittui 1990-luvulle. Tällöin yritysten toimintaa tehosti uudet nopeammat tietoverkot sekä uusi informaatioteknologia. 1990-luvulla yleistyivät verkkokaupat ja uutta tietoa löytyi runsaasti internetistä. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 16.)

Informaation aikakauden edeltäjä oli jakelun aikakausi. Jakelun aikakautta elettiin 1960-1990-luvuilla. Tällä aikakaudella keskityttiin massatuotantoon ja tärkeää oli myös saada tuo massatuotanto siirrettyä pois kalliista maista kustannustehokkaiseen maihin esimerkiksi Aasiaan. Eli yrityksistä parhaiten pärjäsivät ne, jotka saivat järjestettyä tehokkaimman logistiikan sekä jakelun valmistusmaasta myyntimaahan. Jakelun aikakautta ennen oli vielä valmistusteollisuuden aikakausi, joka sijoittui 1900-1960-luvuille. Tällöin parhaiten pärjäsivät yritykset, jotka valmistivat fyysisiä tuotteita kaikista

tehokkaimmin. Tehokkuudella tarkoitetaan nopeaa valmistusta mahdollisimman pienillä kustannuksilla. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 14-15.)



KUVIO 4. Asiakkaan aikakausi vaatii myös nopeutta (Löytänä & Korkiakoski 2014, 17)

Kuviossa 4 nopeuden aikakausi kohtaa asiakkaan aikakauden. Kuviossa näkyy, että ennen esimerkiksi valmisteollisuuden aikakaudella reagointinopeus oli päivistä viikkoihin kun hoidettiin liikeasioita. Nykyään puhutaan mulle-kaikki-heti-nyt-ajattelusta, kun on kyseessä asiakkuuden aikakausi. Eli asiakkaan olettavat kaiken tapahtuvat heti, eikä esimerkiksi sekunneissa. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 17-18.)

Myös maksamisen täytyy muuttua asiakkaan aikakaudella. Nopeutta halutaan kaikessa, mitä tapahtuu tällä hetkellä ja siihen pitää yritystenkin olla varautuneita. (Nordlund 2016, 5.)

*”Ketteryys on keskeinen menestystekijä: mitä nopeammin pystyy reagoimaan muuttuvaan toimintaympäristöön, sitä paremmin palvelee älylaiteaddiktoitunutta kärsimätöntä kuluttajaa.” (Nordlund 2016, 7.)*

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että tapahtuman järjestämisessä täytyy ottaa huomioon paljon erilaisia asioita. Tapahtuman järjestämisen syyn keksimisen ja tapahtumapaikan varaamisen jälkeen ei vielä onnistunut tapahtumaa tule. Tärkeää on miettiä tapahtumaa vielä asiakas- sekä palvelunäkökulmasta, eli mikä juuri tämän tapahtuman asiakkaille on tärkeää. Se voi olla tapahtuman sujuvuus ja ongelmattomuus erilaisissa tilanteissa, esimerkiksi maksutilanteessa.

### 3 MAKSAMISEN MAHDOLLISUUDET

Raha konkreettisenä asiana on muuttunut aikojen kuluessa huomattavan paljon, eli voidaan sanoa, että sen luonne on muuttunut ajan mittaan. Raha on aikaisemmin valmistettu kaikista arvokkaimmista aineista esimerkiksi kullasta ja hopeasta. Nykyään itse raha materiaalina ei ole arvokasta, vaan paperista tehdyt setelit voivat olla arvokkaita. Rahan ei tarvitse nykyään olla enää konkreettista materiaa vaan se voi olla numerona säästötilillä tai muuna kirjauksena tietokoneella. Sitä voidaan tallettaa lompakon sijasta puhelimiin sekä erilaisille maksukorteille. Alle 20 euron ostokset tutkitusti maksetaan edelleen suurilta osin käteisellä rahalla, mutta sekin on lähivuosien saatossa varmasti muuttumassa. (European Central Bank 2015.)

Rahavirta on verta, joka pitää valtion sydämen toiminnassa, sekä se on ainut kriittinen komponentti onnistuneessa liiketoiminnassa (Inc. 2017). Se, miten maksamme, on kuitenkin muuttumassa nopeasti ja myös yritysten pitää olla tässä muutoksessa mukana koko ajan. Uusia nykyhetken maksutapoja on muun muassa mobiilimaksaminen sekä muunlainen lähimaksu. (Square inc. 2017a.)

Tämä luku käsittelee maksamisen mahdollisuuksia nykypäivänä. Mitä konkreettisia vaihtoehtoja maksamiseen löytyy tällä hetkellä ja minkälaisia vaihtoehtoja mahdollisesti lähitulevaisuus tuo tullessaan? Lisäksi se käsittelee sitä, miten eri maksuvaihtoehtoja voidaan käyttää sekä tuodaan esille eri vaihtoehtojen etuja ja haasteita.

#### 3.1 Maksukortit ja käteinen raha

Ihmiset monesti sanovat, ettei heillä ole rahaa, jos joku sitä kysyy. He usein kuitenkin pystyvät maksamaan ostokset tai laskut käyttämällä pankki- tai luottokortin magneettiraitaa tai siihen liitettyä sirua. Sen takia raha ei ole aina mukana, vaikka sitä jossain muodossa löytyisikin. Useat ihmiset omistavat pankkitilin tai useamman sellaisen. Usein heillä on myös saatavilla siihen luottomahdollisuus. Tiliin on mahdollisesti liitetty kortti, jos-

sa on credit ja debit ominaisuus tai vain jompikumpi näistä. Tätä muovista korttia voi käyttää monella eri tavalla. Kassahenkilö voi vetää sen suoraan POS-laitteen (a point-of-sale) eli kassalaitteen läpi, jolloin maksu tulee suoraan kassakoneelle. Kortin voi myös laittaa suoraan kassan päätelaitteeseen, johon syötetään tunnusluku (PIN) ja maksusuoritus lähtee tililtä. (Maurer 2015, 37-40.)

Maksukortteja on monia erilaisia esimerkiksi luottokortti, pankkikortti, Electron-kortti ja prepaid-kortti. Luottokortilla eli credit-kortilla voidaan ostaa tuotteita ilman, että rahaa veloitetaan heti pankkitililtä. Tämä summa menee velaksi pankille, jota maksetaan yleisesti pankin marginaaliin lisätynä kolmen kuukauden eurobor-korko. Tilillä on lisäksi muutaman euron tilinhoitomaksu, jos luotolla on saldoa. (Pankkiasiat 2014.)

Pankkikortilta eli debit-kortilta maksettava summa siirtyy maksun saajalle suoraan pankkitililtä. Se on tällä hetkellä kaikista halvin kortti pitää, koska itse kortista maksetaan enintään arkistointikustannuksia. Electron-kortti on saman tyyppinen debit-kortin kanssa. Erona tässä on se, että tilin kate on pystyttävä tarkastamaan maksua suorittaessa, joten yhteys pankkiin on saatava maksutilanteessa. Ongelmia saattaa tulla syrjäisemmissä paikoissa, jossa yhteys on huono tai se katkeilee usein. Prepaid-kortti on välimuoto luotto- sekä pankkikortista. Kortille voi ladata tietyn summan saldoa ja korttia voi käyttää tällöin missä vain. Kortin positiivisia puolia on sen nimettömyys. (Pankkiasiat 2014.)

Korttimaksut eikä käteisellä maksaminen ole kuitenkaan ilmaista maksun saajalle. Debit-kortilla maksaminen maksaa maksun saajalle 4-75 senttiä yhdeltä maksulta. Credit-kortilla maksamisen kalleus riippuu hieman kortista ja maksettavasta summasta. Maksun loppusummasta täytyy maksamaa 0,9 prosenttia riippumatta ostoksen arvosta, kuitenkin neljä senttiä on vähimmäisarvo, joka pitää maksaa. Visa- ja Master Card –kortit ovat hieman halvempia maksun saajalle, kun taas American Express- ja Diner Club –kortit voivat olla 0,3-3 prosenttia kalliimpia.

Mikä on ehkä yllättävää, käteisellä maksaminen voi olla kalliimpaa maksun saajalle, jos vertaa kortilla maksamiseen. Se tietysti riippuu ihan siitä, kuinka paljon rahaa liikkuu ja kuinka paljon maksutapahtumia tehdään. Käteistilitys sekä muut käsittelykulut maksavat muutamia euroja kerralta ja tässäkin seteleiden toimitus on hieman halvempaa kuin kolikoiden toimitus. Esimerkiksi seteleinä 4000 euron tilityksen kulu on noin neljästä viiteen euroa ja 300 euron verran kolikoina kulu on jo lähempänä kymmentä euroa. (Yrittäjät 2014.)

### 3.2 Lähitunnistaminen eli NFC

Near Field Communication (NFC) eli lähitunnistaminen on ollut mahdollista maailmassa vasta muutaman vuoden ajan. Kaikenlaisen teknologian parantuminen esimerkiksi älypuhelimien valmistus, mobiiliverkkojen parantuminen ja pankkien sekä informaatioteknologian yhteistyö on mahdollistanut tällaisen uuden aikakauden. Lähitunnistamiseen tarvitaan kaksi laitetta, joissa siirretään tietoa laitteesta toiseen. Tämä tieto siirtyy laitteiden välillä ilman minkäänlaista johtoa, eli langattomasti. Tällä hetkellä kaikista käytännöllisintä on käyttää NFC-teknologiaa hyödyksi älypuhelimissa. Niihin onkin jo mahdollista ladata omat pankki- ja luottokortit, auton avaimet, hotellihuoneen pääsykortin tai vaikka työpaikan sekä kodin avaimet. (Coskun, Ok & Ozdenizci 2012, 1-3.) Maksamisessa NFC-teknologiaa kannattaa yleisesti ottaen käyttää maksutapahtuman nopeuden takia. NFC-teknologialla maksaminen vie vain pari sekuntia, kun taas magneettiraidalla tai sirukortilla maksaminen saattaa vielä kymmeniä sekunteja. (Scuare inc 2017a.)

Koska NFC-teknologia on kehitetty vasta muutama vuosi sitten, käytettiin sitä ennen Radio Frequency Identification (RFID) eli radiotaajuuksista etälukua (Coskun, Ok & Ozdenizci 2012, 4). RFID-tekniikkaa käytettiin ja edelleen käytetään erilaisissa mikrosiruissa, joita voi erikseen tarrana liimata tai jo valmistusvaiheessa lisätä tuotteisiin. Toisena välineenä tässä on lukija, joka välittää tiedon mikrosirulta esimerkiksi tietokoneelle. RFID

vaatii myös suoran yhteyden lukijan ja mikrosivun välille. (Sweeney II 2015, 7-13.)

### 3.2.1 NFC mobiilimaksamisessa

NFC mobiilimaksamisessa tarkoittaa sitä, että maksutapahtumassa raha liikkuu mobiililaitteelta eli älypuhelimelta maksupäätteeseen. NFC-ominaisuus on uusimmissa puhelimissa sisäänrakennettuina, mutta vanhempiin puhelimiin tai sellaisiin, josta se puuttuu, voidaan tämä ominaisuus lisätä NFC-tarralla. Tämä maksutapahtumana on paljon nopeampi kuin korttimaku magneettiraidalla tai sirukortilla. Samalla kuluttaja voi jättää kokonaan kotiin lompakon ja kuljettaa mukana pelkkää älypuhelinia. Kansainvälisiä mobiilimaksamisen sovelluksia on esimerkiksi Apple Pay, Android Pay ja Samsung Pay. (Square inc 2017b.)

Älypuhelimeen ladattavaan sovellukseen lisätään oman maksukortin tiedot, jotta maksut voivat velottua kuluttajan omalta tililtä. Maksutapahtumassa asetat älypuhelimien maksupäätteen lähelle, noin muutaman senttimetrin päähän, ja sen jälkeen hyväksyt maksun älypuhelimien näytöltä. (Kauppalehti 2016.)

Suomessa mobiilimaksaminen on juuri tällä hetkellä yleistymässä. Kuluttajat voivat siirtää rahaa toisilleen veloitusetta, mutta yritykset joutuvat maksamaan rahaliikenteestä pienen osan pankille luottokorttimaksun tavoin. Suomessa yleisimmät pankit ovat jo kehittäneet omat mobiilimaksamisen sovellukset. Osuuspankilla on mobiilisovellus Pivo, Danske Bankilla on oma teknologiasovellus MobilePay ja Nordealla on oma Nordea Pay. (Kauppalehti 2016.)

Osuuspankin Pivoa ja sen etuohjelmia pääsee käyttämään kuka vaan pankista riippumatta. Kuitenkin maksukorttitiedot tähän sovellukseen voi ladata vain pankin omat asiakkaat heidän omilla verkkopankkitunnuksillaan. Mobiilisovellus on ladattavissa Android, Iphone ja Windows –puhelimiin. (Pivolompakko. 2017.) Nordea Pay on vain Nordean asiakkaille saatavissa oleva mobiilimaksamisen sovellus, johon kirjaudutaan myös

verkkopalvelutunnuksilla. Tämä sovellus on tällä hetkellä saatavissa vain Android-puhelimille. Sovelluksessa voit myös tarkastella tilitapahtumia ja saldoja. (Nordea Bank 2017.)

Danske Bankin mobiilisovellus on MobilePay. MobilePaytä voi käyttää kuka vain pankista riippumatta. Sovellukseen kirjaututaan pankkitunnuksilla ja kirjautuessa syötetään tilitiedot, puhelinnumero sekä oma nimi. Sovelluksella voi maksaa maksuja käyttämällä vastaanottajan puhelinnumeroa. Sovelluksella voi myös tehdä toiselle maksupyynnön. Kummallakin osapuolella täytyy olla MobilePay käytössä tai ladata se 30 päivän sisällä maksun lähettämisestä. MobilePayn käyttö onnistuu myös kassoilla, jossa on MobilePay mahdollisuus. Ostotilanteessa avaat MobilePayn sovelluksen, asetat puhelimen MobilePayn maksupäätteen päälle ja hyväksyt maksun puhelimen näytöltä. Tämä ostotapahtuma vie vain muutaman sekunnin, eikä kuluttajan tarvitse kantaa myöskään lompakkoa mukana. (MobilePay 2017.)

### 3.2.2 NFC maksukortissa

Aiheena NFC-teknologia yhdistetään monesti pelkkään mobiilimaksamiseen. Se ei kuitenkaan ole totta, vaan tekniikkaa käytetään myös muussa maksamisessa. Monet maksukortit sisältävät tällaisen lähilukuominaisuuden, joka nopeuttaa huomattavasti POS-maksuprosessia. Se on paljon nopeampaa sen takia, koska lähimaksua käyttäessä ei tarvitse syöttää tunnuslukua maksupäätteeseen, eikä tarvitse allekirjoitusta mihinkään. (Ohlhausen 2016.)

Lähimaksaminen onnistuu korteilla, jossa on lähimaksuominaisuus. Sen tunnistaa kortissa olevasta kaarisymbolista. Myös maksupäätteestä löytyy samanlainen kaarisymboli, jos maksupäätteellä ottaa vastaan lähimaksuja. Kortilla voit maksaa alle 25 euron ostokset viemällä sen mahdollisimman lähelle maksupäätettä, noin parin senttimetrin päähän. Maksupäätte ilmoittaa, kun maksu on onnistunut ja raha siirtyy suoraan pankkitililtä maksun saajalle. (Osuuspankki 2017.)

Lähimaksaminen on myös turvallinen tapa maksaa, koska NFC-tekniikka luo maksutapahtuman ajaksi suojatun dataliikenteen. Lisäksi itse maksutapahtuma on turvattu, koska kukaan ei pysty urkkimaan kortin tunnuslukuja ja mahdollisesti myöhemmin käyttää hyväksi tätä vielä suuremmissa ostoksissa. Maksun turva-rajana on 25 euroa, mutta joissain tilanteissa maksupäätte voi silti pyytää syöttämään tunnusluvun. Tällöin maksutapahtumassa varmistetaan, ettei korttia käytä muu kuin itse kortinhaltija. (Danske Bank 2017.)

Vuonna 2015 suomalaisista maksukorteista 23 prosenttia sisälsivät lähimaksuominaisuuden. Se oli kolminkertaistunut vuodesta 2014. Lähimaksua taas on käyttänyt näistä 23 prosentista 13 prosenttia. (Finanssialan Keskusliitto 2015.) Lähimaksukortteja oli vuonna 2015 luvullisesti noin 3,8 miljoonaa ja tapahtumamääräisesti lähimaksua käytettiin kahden prosentin verran kaikkiin maksutapahtumiin nähden (Suomen Pankki 2016).

### 3.3 Tulevaisuuden näkymät

Nykyään maksamisen oletetaan olevan helppoa ja periaatteeltaan tunne, ettemme maksa mitään. Eli meidän ei tarvitse käsitellä rahaa, mutta mukamme pitää olla vielä kortteja tai älypuhelin, jolla saamme maksun tehtyä silmän räpäytyksessä. (Kapanen 2016, 9.)

Vuonna 2020 uskotaan olevan yli 50 miljardia laitetta yhteydessä internetiin eli ihan kaikesta materiasta tulee älykästä. Samalla kaikki muoviset maksukortit häviää ja tämän odotetaan tapahtuvan jo nykysukupolven aikana. Mitä sitten tilalle tulee, on se nähtävissä varmasti jo seuraavan kymmenen vuoden kuluessa. (Nordlund 2016, 5-8.)

#### 3.3.1 Virtuaaliraha bitcoin ja maksuranneke

Nyt jo käytössä olevat niin sanotut virtuaalirahat ovat mahdollisesti lähitulevaisuuden maksuväline. Tällainen digitaalinen raha tai valuutta eli bitcoin ei ainakaan vielä ole lainsäädännön mukaan rahaa, joten harvassa paikkaa tällä pystyy oikeasti maksamaan. (European Central Bank 2015.)

Bitcoin on siis virtuaalirahaa, jota ei konkreettisenä kolikkona tai setelinä ole olemassakaan. Bitcoineilla voi maksaa pelkästään tietokoneella tai älypuhelimella, johon on ladattu niin sanottu virtuaalilompakko. Tämän voi ladata internetistä, minkä jälkeen laitteellesi ilmestyy kyseinen lompakko. Latauksen yhteydessä lompakkoon ilmestyy jokaiselle henkilökohtainen bitcoin osoite. Osoitteen avulla käyttäjä voi lähettää tai vastaanottaa bitcoineja toisilta käyttäjiltä. Osoite on pitkä sarja numeroita ja kirjaimia. Lähettäessäsi bitcoineja toiselle osapuolelle, tarvitset hänen bitcoin osoitteensa. Pitkän osoitteen syöttämistä helpottaa Quick Response (QR)-koodi, joka on kuviokoodi, josta otetaan kuva älypuhelimien kameralla. QR-koodi sisältää toisen osapuolen bitcoin osoitteen ja kuvan ottamisen jälkeen osoite ilmestyy maksuruudulle. Tämän jälkeen voit syöttää lähetettävän summan bitcoineja ja painaa lähetä –painiketta. (Antonopoulos 2015, 1-11.)

Konkreettisen rahan muuttamista bitcoineiksi voi tehdä erilaisilla kioskeilla ja automaateilla. Näitä ei kuitenkaan vielä löydy monestakaan maasta, koska bitcoinien käyttö on vielä niin harvinaista. Bitcoineja voi kuitenkin vaihtaa siihen tarkoitukseen tehdyillä suojaetuilla internetsivuilla. Siellä tarvitsee vain valita muutettava summa euroina ja tämän jälkeen sivusto laskee sen hetkisen vaihtokurssin bitcoineihin sekä lisää tämän summan virtuaalilompakkoosi. (Antonopoulos 2015, 1-11.)

Vaikka bitcoinit on jo keksitty vuonna 2008, uskotaan sen silti olevan tulevaisuudessa paljon käytetty maksuväline. Se on tarpeeksi nopea maksutapana ja kansainvälisessä kaupankäynnissä se helpottaa rahaliikennettä, koska valuutta on kummallakin sama. Bitcoinit käyvät sekä kuluttajien, että yritysten maksutavaksi. (Antonopoulos 2015, 1-11.)

Maksuranneke toimii samalla tavalla maksuvälineenä kuin maksukortti tai muu mobiilimaksu. Rannekkeissa käytetään samaa NFC-tekniikkaa, eli kaiken voi maksaa tuomalla rannekkeen maksupäätteen lähelle. (Indieogo 2017.)

Rannekkeissa on tällä hetkellä kahta erilaista maksuominaisuutta. Toiseen voi ladata tietyn määrän rahaa ennakoon, eli voi ladata sen verran kun on ajatellut käyttävänsä tapahtumassa. Toiseen voi taas ladata oman maksukortin tiedot, eli maksut menevät suoraan omalta pankkitililtä. Maksurannekkeet ovat käytännöllisiä erilaisissa tapahtumissa, koska mukana ei tarvitse kantaa lompakkoa tai välttämättä edes puhelinta. Ranneke ei myöskään häviä helposti, koska se on kiinni ranteessa koko tapahtuman ajan. Myös jonottaminen tapahtumassa lyhenee, koska maksuaika on huomattavan nopea. (Maksuranneke 2017.)

Yhteenvetona voidaan todeta, että maksutapoja on monia. Maksutapojen kehitys ei ole varmastikaan loppumassa vähään aikaa, joten jopa lähitulevaisuudessa voi tapahtua kaikkea uudenlaista. Maksutapojen muutoksen syynä on maksutapahtuman helppous ja ajatus siitä, ettei kuluttajat tunne laittavansa ostoksiinsa rahaa. Maksamisen täytyy olla helppoa, nopeaa ja vaivatonta.

### 3.3.2 Uusi maksupalveludirektiivi

Uusi maksupalveludirektiivi eli payment services directive (PSD2) on vuonna 2018 tuleva maksupalveluiden sääntelyyn kohdistuva direktiivi. Sen tarkoitus on saada laajemmin kaikki erilaiset maksupalveluyritykset sääntelyn piiriin. Syynä tähän on alalla tapahtunut kehitys. Tätä lakia tullaan vielä laajentamaan myöhemmin, jolloin kolmannet osapuolet saavat mahdollisuuden päästä asiakkaiden tileille. (Finanssivalvonta 2017.)

Muutos vaikuttaa eniten suurten pankkien toimintaa, jotka voivat menettää lain astuessa voimaan jopa 1,8 miljardia euroa. Pankkien on tuotettava tällä hetkellä erilaisia lisäarvopalveluita, jotta he takaavat tuottojen turvaamisen. Lisäksi heidän on vahvistettava asiakassuhteita, joita heillä on jo tällä hetkellä olemassa. Pankkeja uhkaa erilaiset uudet teknologiayritykset, jotka tällä hetkellä ylittävät toimialojaan. Esimerkkinä tällaisista on Starbucks, jonka asiakastileiltä löytyy jo yli 10 miljardia dollaria. Lisäksi Starbucks on jo yksi Yhdysvaltojen suurimmista säästöpankeista. (Ruotsila 2016.)

## 4 MENETELMÄT JA AINEISTOT

Tässä opinnäytetyössä on sekä teorialähtöisen, että aineistolähtöisen tutkimuksen piirteitä eli se on niin sanotusti teoriasidonnainen tutkimus. Tällöin tutkimusten aineisto ei ole kerätty suoraan teoriasta, eikä tutkimus perustu pelkästään kerättyyn aineistoon. Tavoitteena on tutkimustulosten kytkeminen teoriaa niin, että tuloksia voidaan arvioida teorian avulla. Eli tutkimustulosten tukena on myös teoria. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017.)

### 4.1 Asiantuntijahaastattelu

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan tiettyä aihetta tai yleensä aiheen tulevaisuutta. Laadullisen tutkimuksen tuloksena on jonkin tietyn teeman kehitysidea. Tutkimuksen ideana ja tavoitteena on aina pystyä mallintaa, tulkita sekä ymmärtää tutkittavaa asiaa. Tutkimuksen voi toteuttaa erilaisilla tavoilla, mutta esimerkiksi haastateltavien ja tutkimukseen vastaavien määrä on paljon pienempi kuin vertaa kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen. (Pitkäranta 2014.)

Tutkimus suoritettiin asiantuntijahaastattelulla, joka lähetettiin valikoiduille asiantuntijoille sähköpostitse. Asiantuntijoina toimivat maksamisen sekä tapahtuman suunnittelun osaajat. Henkilöt ovat koottu erilaisista asiantuntija blogeista, artikkeleista sekä alan yritysten yhteystiedoista. Haastattelun avulla haluttiin kerätä tietoa maksamisen käytäntöihin tapahtumassa. Tietoa haluttiin muun muassa maksamisratkaisuista, kuluttajien maksukäyttäytymisestä sekä mahdollisesti maksamisen tulevaisuudesta.

Kyseessä on puolistrukturoitu haastattelu, eli kaikille asiantuntijoille lähetetään samat kysymykset, jotka ovat samassa järjestyksessä. Haastattelulta löytyy teema, jonka pohjalta tarkat kysymykset ovat rakennettu. Haastattelukysymyksillä haettiin tukea opinnäytetyön teoriaosuudelle, eikä kysymykset ole kovin laajoja, jolloin myöskään haastateltavat eivät voi vastata kovin laajasti kysymyksiin. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017.)

Haastatteluun valittiin 14 pankki- ja rahoitusalan sekä tapahtuman järjestämisen asiantuntijaa. Kysymyksen lähetettiin asiantuntijoille tiistaina 4.4.2017 ja lähetetty sähköpostiviesti löytyy liitteestä 1. Vastausaikaa annettiin torstaihin 13.4.2017 saakka. 10.4.2017 laitettiin vielä muistutusviesti, koska vastauksia oli tullut vasta yksi kappaletta ja yksi haastattelu oli sovittu pidettäväksi puhelimitse tulevaisuudessa. Muistutusviestin jälkeisinä päivinä vastauksia tuli vielä kolme lisää.

Haastatteluun vastauksia tuli yhteensä viisi kappaletta ja ainakin yksi henkilö edusti jokaista alaa, josta haastateltavat valittiin. Neljä haastateltavaa vastasi kysymyksiin sähköpostitse ja yksi haastatteluista pidettiin puhelimitse, koska tämä tuntui haastateltavalle mielekkäämmältä. Puhelinhaastattelussa käytiin kaikki samat kysymykset läpi ja puhelu nauhoitettiin käyttämällä ACR-sovellusta. ACR on ilmainen sovellus, joka tallentaa soitettuja ja vastaanotettuja puheluita. Tallennetun puhelun pystyy jälkikäteen kuuntelemaan uudelleen tai lähettämään tarvittaessa puhelunauhoituksen sähköpostiin. Puhelun jälkeen nauhoituksen sisältö kirjoitettiin puhtaaksi paperille niin, että koko asia tuli sanasta sanaan kirjoitettua ylös.

Kysymyksiä oli kuusi kappaletta ja ne olivat tyypiltään avoimia, eli haastateltavat saavat itse kirjata vastauksensa. Haastateltaville kerrottiin, että kysymyksiin vastataan sähköpostitse. Haastateltavat saivat itse päättää haluavatko he esiintyä pelkkinä asiantuntijoina, jolloin heidän pelkkä nimi julkaistaan tai vaihtoehtona oli julkaista myös heidän yritys, jossa he työskentelevät.

Työn haastattelukysymykset ovat:

1. Millaisena näette kuluttajien maksukäyttäytymisen tällä hetkellä?
2. Millaisia maksutapoja suosittelisitte ilmaiseen ulkoilmatapahtumaan, jossa osallistujat kuitenkin käyttävät rahaa mm. ravintolapalveluihin ja tuoteostoihin? Kävijöitä tapahtumassa +30 000.
3. Millaisena näette maksamisen tulevaisuuden?
4. Millaisilla keinoilla voisi lyhentää jonottamisaikaa maksupisteelle/kassalle?

5. Mitä maksulaitteet/POS-laitteet/muut maksamisratkaisut kustantavat palveluntarjoajalle/tapahtuman järjestäjälle?
6. Miten maksutapahtuma vaikuttaa asiakaskokemukseen?

Ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin tietoa siitä, miten kuluttajat maksavat tällä hetkellä. Uskaltavatko he käyttää esimerkiksi lähimaksamista tai mobiilimaksamista vai suosivatko he vielä hieman perinteisempiä maksutapoja. Toisessa kysymyksessä haettiin asiantuntijoiden mielipiteitä maksumahdollisuuksista ja niiden kannattavuudesta tapahtuman maksupisteillä. Tietona heille on annettu kävijämäärä, joka vastaa Jukolan tapahtuman kävijämäärän arviota.

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin kuulla asiantuntijoiden mielipiteitä maksamisen tulevaisuudesta. Käytetäänkö tulevaisuudessa samanlaisia maksutapoja vai uskovatko asiantuntijat suuriinkin muutoksiin. Neljännessä kysymyksessä kysyttiin mielipidettä maksutapojen nopeuteen tai onko mahdollisesti muita tapoja, jolla saadaan jonottamisaikaa lyhennettyä.

Viidennessä kysymyksessä haluttiin tietoa tapahtuman järjestäjille maksulaitteiden hinnoista. Tietoa haettiin laitteiden hinnoista ja hintaeroista riippuen, mitä ominaisuuksia niistä löytyy. Kuudes ja viimeinen kysymys koskee asiakaskokemusta, joka on todella tärkeä asia suuressa tapahtumassa. Tällä haluttiin tietoa, minkälaisia asiakaskokemuksia maksaminen tuo tullessaan vai vaikuttaako se ollenkaan asiakaskokemukseen.

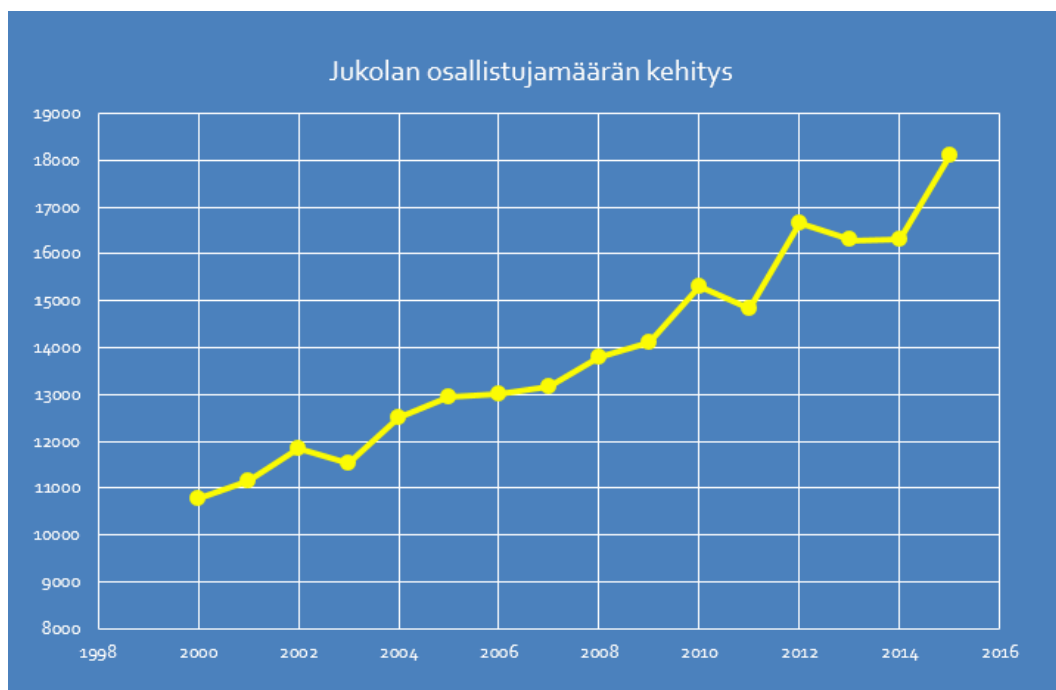
#### 4.2 Dokumenttiaineistoa Jukolasta

Jukolan tapahtumista kerätään kyselyitä asiakastyytyvyydestä jokaisen tapahtuman jälkeen. Myös loppuraportti kirjoitetaan tapahtuman järjestämisestä ja sen onnistuneisuudesta. Vuoden 2016 tapahtuma järjestettiin Lappeessa 18.-19.6. Loppuraportista selviää jokaisen tehtävän vastuhenkilöt ja mitä kaikkea tapahtuman järjestämisessä on otettu huomioon. Alla on esimerkki Lappee-Jukolassa tarjottavista ruokamääristä:

<b>Ateria</b>	<b>Toteutunut määrä, noin</b>
Karjalanpaisti + perunasose	2900
Kanakeitto	6700
Kasvislasagne	2800
Jauhelihaspagettivuoka	8500
Tonnikalapasta	3000
Gluteeniton pasta	400
Hiutalepuuro	2500
Aamupalapaketti	1500
Kahvi	32000
Kolmioleivät	1500
Täytetyt ruisleivät	2500
Täytetyt sämpylät	1500
Gluteeniton leipä	100
Salaatti	50
Voisilmäpulla	4000
Gluteeniton pulla	250
Pullasiivuja talkoolaisille	4500
Rinkeleitä	1000
Grillimakkaraa	1100 kg
Pyttipannua	1400 kg

(Jukola 2017a.)

Kävijämäärä lisäksi lisääntyy vuosi vuodelta. Lappeen Jukolassa kisailijoiden määrä ylitti jo 17 500. Alla olevassa kuviossa näkyy vielä kävijämäärän kehitys vuosien mittaan. (Jukola 2017b.)

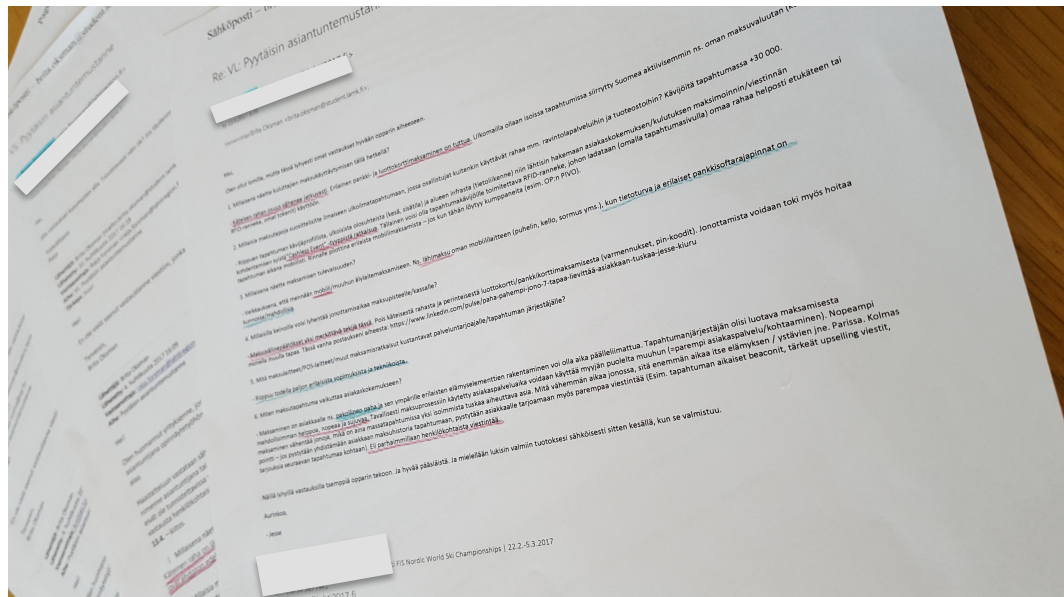


Kuvio 5. Jukolan osallistujamäärän kehitys (Jukolan viesti 2016)

Kuviossa 5 esitetään Jukolan tapahtuman osallistujamäärän kehitys vuodesta 2000 saakka, jolloin tapahtumaan osallistui vajaa 11000 henkilöä. Osallistujamäärä on noussut melkein jokainen vuosi muutamalla tuhannella kävijällä. Vuonna 2015 osallistujamäärä ylitti jo 18000 henkilön rajan. (Jukolan viesti 2016.)

#### 4.3 Sisällön analyysi

Asiantuntijat valittiin haastatteluun etsimällä internetsivuilta alan yritysten ammattilaisia ja sellaisia henkilöitä, jotka tuovat esille asiantuntijuuttaan alaa kohtaan. Haastatteluun kutsuttiin 14 asiantuntijaa pankki-, rahoitus sekä tapahtuman järjestämisen alalta. Haastateltavien henkilöllisyyttä ei tutkimuksessa paljasteta. Tämä johtuu siitä, että heidän toiveet henkilöllisyyden ja yrityksen suhteen erosivat liian paljon toisistaan.



Kuva 1. Tulosten vertailu toisiinsa

Kuvassa 1 näkyy tekniikka, jota käytettiin tulosten läpikäynnissä. Tulostin jokaisen kysymyksen vastauksineen paperille, joka helpotti seuraavaa työvaihetta. Seuraavassa työvaiheessa etsin samankaltaisuuksia vastauksista. Jos haastateltavat vastasivat kysymykseen samankaltaisesti, alleviivasin vastauksista ne kohdat punaisella värillä. Seuraavana tehtävänä oli etsiä eroavaisuuksia. Jos vastauksissa haastateltavat olivat täysin erimielisiä asiasta, ympyröin kohdan sinisellä värillä. Alleviivaamaton tai ympyröimätön teksti on vastausta, johon ei ole toisilla yhteneväisiä tai eroavia mielipiteitä.

#### 4.4 Tulokset

Havaitsin tuloksista selvästi kolme erilaista teemaa. Ensimmäisenä niistä on maksaminen ja asiakastilanteet, toinen on maksutavat ja kolmas on se, mitä erityistä huomioitavaa on tapahtumissa maksamisessa. Näihin kolmeen teemaan löytyy erilaisia pohdintoja jokaisen asiantuntijan vastauksista.

#### 4.4.1 Maksaminen ja asiakastilanteet

Ensimmäinen teema maksaminen ja asiakastilanteet muodostaa kokonaisuuden maksamisen nykyhetkestä tulevaisuuteen. Asiantuntijoista jokainen viittasi maksamisen nykyhetkeä olevan erilaiset korttimaksamiset. Kortilla maksetaan kaikista yleisemmin kivijalkamyymälöissä tai muissa konkreettisissa maksutapahtumissa. Muutama asiantuntija oli myös sitä mieltä, että käteinen raha on häviämässä käytöstä koko ajan, mutta muutos on hidasta. Haastateltavien mukaan kuluttajilla ei ole kuitenkaan yhtä tiettyä maksutapaa tai maksukäyttäytymistä, vaan esimerkiksi maksukäyttäytyminen on heijaste ostokäyttäytymisestä, eli ostamisen pakko edellyttää käyttämään jotakin maksutapaa. Maksutapa yleisesti on kuluttajalle se, jonka hän kokee helpoimmaksi itselleen.

*”Asiakkaat käyttävät sitä maksutapaa, jonka kokevat turvalliseksi, helpoksi ja nopeaksi.” (Haastateltava1, pankkialan asiantuntija)*

Kolme viidestä asiantuntijasta mainitsi vastauksissaan, että maksamisen pitää olla kuluttajalle helppoa ja turvallista. Siitä voidaan myös arvata, mihin kuluttajien maksukäyttäytyminen on tulevaisuudessa menossa. Maksamisen on hyvä olla helppoa, johon nykyteknologian erilaiset lähimaksumahdollisuudet ovatkin tähtäämässä. Lisäksi turvallisuus on yksi avaintekijöistä nyt sekä tulevaisuudessa. Maksutapaa ei käytetä, ellei sen koeta olevat turvallista.

Jokainen asiantuntija oli myös sitä mieltä, että maksutapahtuma vaikuttaa täysin asiakaskokemukseen. He jopa jaottelivat maksutapahtuman positiiviseksi tai negatiiviseksi muistoksi koko ostotapahtumassa. Asiantuntijat olivat sitä mieltä, että maksutapahtuma on monesti negatiivisin asia tuotetta tai palvelua hankkiessa, mutta se voi silti jättää positiivisen mielikuvan, jos maksutapahtuma esimerkiksi sujuu yllättävän huomaamattomasti.

#### 4.4.2 Maksutavat

Toisena teemana oli selvästi erilaiset maksutavat ja niiden käyttö. Suurin osa asiantuntijoista oli sitä mieltä, että tulevaisuuden maksutapa on ehdot-

tomasti mobiili. Eli erilaiset mobiilimaksamisen vaihtoehdot tulevat nousuun jo lähitulevaisuudessa. Sen takia asiantuntijat olivatkin sitä mieltä, että elämme teknologian mahdollistamaa murroksen aikaa. Erilaiset mobiilisovellukset kilpailevat jo nyt käyttöönotosta kuluttajien kesken.

Maksupäätteet kuitenkin ohjaavat vielä sitä, miten ostotilanteessa voi maksaa. Esimerkiksi suuremmissa tavaratalokomplekseissa voi maksaa monella tavalla, kun taas pienessä putiikissa voi olla vain muutama maksutapavaihtoehto. Haastatteluiden mukaan maksupäätteetkin maksavat palveluiden tarjoajille eri verran riippuen ihan siitä, mitä ominaisuuksia siinä on, millaisilla korteilla niitä käytetään sekä millainen sopimus palveluntarjoajalla ja maksupäätteen myyjällä on. Maksupäätteitäkin voi ostaa tai vuokrata, joten sekin vaikuttaa paljon hintoihin. Haastatteluiden mukaan erilaisia maksutapoja on käytössä tällä hetkellä useita. Lisäksi edelleen käytetään käteismaksuja, mutta samaan aikaan on kaikkia uusia maksutapoja kehitteillä. Mikään maksutavoista ei ole kuitenkaan poistumassa lähiaikoina.

#### 4.4.3 Erityistä huomioitavaa tapahtumissa

Kolmantena teemana on se mitä erityistä huomioitavaa on maksamisessa tapahtumissa. Neljä viidestä asiantuntija suositteli suurempiin tapahtumiin maksutavaksi niin sanottua cashless event –tyyppistä ratkaisua. Eli tapahtumissa olisi muunlaisia maksuvaihtoehtoja kuin käteinen raha tai korttimaksut. Näistä jokainen mainitsi maksutavaksi esimerkiksi rannekkeen, johon ladataan rahaa jo etukäteen. Tällöin ostotapahtuma on nopea ja jonottamisaika lyhenee huomattavasti. Asiantuntijoiden mielipiteen kuitenkin hieman jakautuivat siinä, mitä mieltä he olivat maksutapahtuman vaikutuksesta jonottamisaikaan. Jonottamisaikaan vaikuttaa myös monesti tuotteen valinnan nopeus sekä maksupäätettä käyttävä myyjä. Yksi asiantuntija oli myös sitä mieltä, että jonottamisaikaa voidaan nopeuttaa hyvin koulutetulla henkilöstöllä.

*”Maksaminen on pysynyt hyvin samanlaisena vuosia ja nyt muutoksia on luvassa esimerkiksi uuden maksudirektiivin myötä (PSD2). PSD2 eli EU:n maksupalveludirektiivi 2 astui voimaan maan 13.1.2016, ja sen täytäntöönpano-aika on kaksi vuotta” Haastateltava2, maksupalveluiden asiantuntija)*

Tällainen maksudirektiivi mahdollistaa myös mobiilisovellusten käytön maksuvälineenä ilman erillistä pankkitiliä. Eli toisena vaihtoehtona on myös tehdä sopimus jonkun mobiilimaksamiseen mahdollistavan kumppanin kanssa.

*”Suur tapahtumissa syntyy usein myös jonoa, jolloin maksujärjestelmän on oltava ketterä.” (Haastateltava3, tapahtumajärjestäjä)*

Asiantuntijoiden mukaan on kuitenkin tärkeintä se, että maksupäätte toimii, oli sitten maksutapa mikä vain. Tähän olennaisinta on se, että verkko toimii moitteettomasti koko ajan. Yksi asiantuntijoista mainitsi myös sen, että maksupäätteitä on hyvä kytkeä erilaisiin verkkoihin. Osan voi esimerkiksi kytkeä kiinteään verkkoon, jos tapahtumasta tällainen löytyy ja osa on hyvä kytkeä käyttämään langatonta 3G-verkkoa.

#### 4.5 Peilaus tietoperustaan

Vallon ja Häyrisen (2012, 101.) tapahtuman suunnittelun strategiset ja operatiiviset kysymykset muodostavat tähden, josta löytyy esimerkiksi kysymyksiä kuka, mitä ja kenelle? Palveluntarjoaja on tässä se, joka tarjoaa maksuvaihtoehtoja asiakkaille. Asiantuntijat olivat myös sitä mieltä, että maksutavalla voi vaikuttaa positiivisesti asiakkaan mielipiteeseen palvelusta, joten on suuri vastuu siinä, minkälainen maksutapa valitaan käyttöön maksupisteille. Myös Löytänän ja Korhosen (2014, 14-15.) mukaan asiakaskokemus muodostuu teoista eli asiakaskokemus tässä tapauksessa muodostuu maksutapahtumasta.

Löytänän ja Korhosen (2014, 14-15.) mukaan myös elettyvä aikakausi on asiakkaan aikakausi, jolloin kaiken on tapahduttava heti eikä kohta. Maksutapahtuman odotetaan olevan nopea, jolloin myös jonottamisaika vähenee. Myös internetverkkojen oletetaan olevat nopeita sekä luotetta-

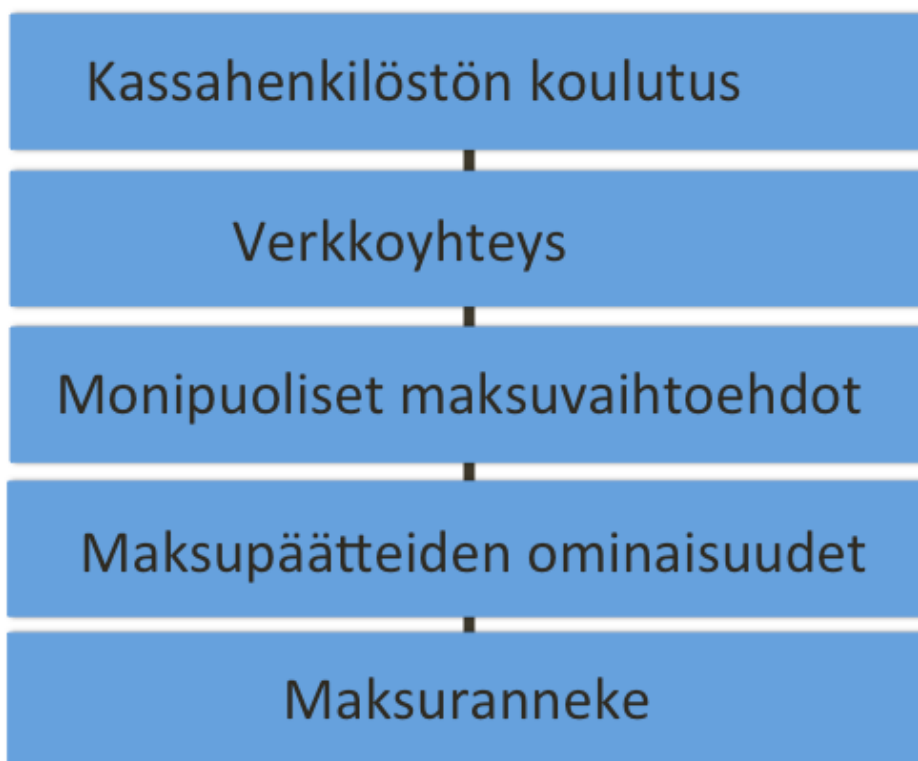
via. Maksutapahtuma ei saa hidastua huonon verkon takia tai pahimmas-  
sa tapauksessa maksutapahtuma voi keskeytyä kun verkko katkeaa koko-  
naan.

Nordlund (2016) kertoi Suomen Pankin julkaisemassa teoksessa, että  
muoviset maksukortit ovat häviämässä käytöstä jo nykysukupolven aikana  
ja jotain uutta on tulossa tilalle jo seuraavan kymmenen vuoden kuluessa.  
Myös suurin osa asiantuntijoista oli sitä mieltä, että mobiili on lähitulevai-  
suuden maksutapa. Älypuhelin on nykyään mukana jokaisella, joten mak-  
sukorteista voisi hyvin luopua.

Asiantuntijat nostivat esille myös uuden maksupalveludirektiivin, kuten ai-  
neistossakin puhuttiin. Se on muuttamassa tulevaisuutta nopeallakin tah-  
dilla. Muutos näkyy sekä kuluttajille, että palveluntarjoajilla. Erityisesti pan-  
keilla on tällä hetkellä suuri ongelma pystyä pitämään liikevaihto saman-  
laisena, kuin ennen. Tämä tuo vauhtia maksupalveluiden muutokseen,  
vaikka normaalisti muutos veisi vuosia enemmän.

#### 4.6 Suosituksia toimeksiantajalle

Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018 tapahtuman maksamisen  
mahdollisuuksiin tarvitsee ehdottomasti muutosta, jotta esimerkiksi heidän  
toivomat ravintolan jonot saataisiin kuriin sekä raha virtaa helpommin  
myyntipisteillä. Siihen päästään hallitsemalla oikein koko taloushallinnon  
osa-alue.



Kuvio 6. Jukolan tapahtumaan annetut suositukset

Kuvio 6 sisältää keinoja Jukolan tapahtumaan, joilla voidaan parantaa maksamisen sujuvuutta. Ensimmäinen helposti toteutettava asia on kassahenkilöstön koulutus, joka oli myös asiantuntijoiden mielestä tärkeää. Jokaisen kassapisteellä työskentelevän henkilön täytyy osata käyttää ja ottaa vastaan sujuvasti kaikkia maksuvaihtoehtoja, oli se sitten käteisen rahan vaihto tai korttimaksu. Toisena tärkeänä asiana näen alueella toimivan verkkoyhteyden eli sen, että alueelta löytyy sekä kiinteän verkon internet yhteys sekä langaton verkkoyhteys. Eli jos jommankumman kanssa tulee ongelmaa, on mahdollista jatkaa työtä vielä toisella yhteydellä. Samalla ehdottaisin, että myös mahdolliset maksupäätteet toimisivat kummassakin verkkoyhteydessä. Tällöin osaa voidaan käyttää kiinteässä verkossa ja osaa esimerkiksi 3G-yhteydessä.

Kyseessä on urheilutapahtuma, johon osallistuu sekä urheilijoita, paikallisia asukkaita sekä perinteiden innoittamia harrastajia. Osallistujajoukko on hyvin monipuolinen, joten maksujärjestelyillekään ei ole tiettyä vaihtoehtoa. Liitteestä 3 näkyy erilaisten maksutapojen vertailu toisiinsa. Maksutapoja on käteinen raha, korttimaksaminen, mobiilimaksaminen, virtuaaliraha

bitcoin ja maksuranneke. Käteinen raha on nopea maksutilanteessa, mutta kallis maksun saajalle. Rahan määrän näkee laskemalla, mutta lompakko täytyy olla mukana maksuhetkellä. Maksukortilla maksaminen on nopeaa ja se on pieni kuljettaa mukana. Korttimaksuista osa on suhteellisen halpaa maksun saajalle, mutta se voi olla myös kallista. Kortin varastaminen ja väärinkäyttö on kuitenkin todella yleistä.

Mobiilimaksaminen käyttää NFC-tekniikkaa, jolloin maksutapahtuma on nopea. Tapahtumassa ei myöskään tarvitse kantaa mukana muuta, kuin älypuhelin. Kuluttajat ovat ottaneet kuitenkin hitaasti käyttöön mobiilimaksamisen, mutta eri tilanne voi olla tulevaisuudessa. Virtuaalirahaa bitcoinia on helppo käyttää kansainvälisissä tapahtumissa, koska rahan arvo on kaikille sama. Bitcoineja ei kuitenkaan käytetä vielä monessakaan maassa tai edes monessakaan kaupassa. Maksuranneke on tapahtumissa yleisyydessä oleva maksutapa. Se on nopea käyttää ja mukana ei tarvitse kantaa lompakkoa tai edes älypuhelin. Kuitenkin varastettaessa muiden on helppo käyttää rannekkeeseen ladattua rahaa.

Maksupäätte on myös hyvä olla jokaiselle kassapisteellä, mutta niiden ominaisuuksia kannattaa miettiä. Jokaisella ei ole tai tällä hetkellä edes puolella maksukortin käyttäjistä ei ole lähimaksuominaisuutta kortissaan. Näin ollen jokaisella maksupäätteellä sitä ominaisuutta ei tarvitse olla. Jukolan tapahtuman ravintolassa on monia kassapisteitä eli on myös mahdollista ohjata kävijöitä kassoille, joissa on eri maksumahdollisuuksia.

Jukola on myös tapahtumana sellainen, jossa voisi toimia maksurannekemahdollisuus. Kävijöitä tapahtumassa on sen verran paljon, ja kävijöistä suurin osa majoittuu tapahtuman telta-alueella. Maksurannekkeeseen voi ladata rahaa jo etukäteen ja maksu onnistuisi nopeasti maksupisteillä sekä helpottaisi jonottamisaikaa. Tapahtumassa on myös paljon vapaaehtois-työntekijöitä, jotka saavat ruuan ilmaiseksi tapahtuman järjestäjältä. Heidän maksurannekkeeseen voisi tällöin ladata jo etukäteen lounaan verran rahaa, eikä enää kassapisteellä tarvitsisi erikseen merkata vapaaehtoisten ruokailuja.

Liitteessä 4 on yhteenveto suosituksista toimeksiantajalle. Taulukossa vastataan kysymyksiin: mitä, miksi, mitä varten ja mistä. Eli mitä toimeksiantajalle suositellaan, miksi sitä suositellaan, mitä varten se on hyvä suositus ja mistä suosituksiin saa lisää tietoa. Suosituksina on aikaisemmin mainitut kassahenkilöstön koulutus verkkoyhteys, monipuoliset maksuvaihtoehdot, maksupäätteiden ominaisuudet ja maksuranneke.

## 5 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää toimeksiantajalle Lahti-Hollola Jukolan ja Venlojen viesti 2018 onnistuneen tapahtuman rakennetta ja asiakaslähtöisyyttä. Tavoitteena oli myös selvittää erilaisia maksutapoja, joita voidaan käyttää tapahtumassa esimerkiksi ravintolassa sekä myyntikojuissa. Tarkoituksena on tutkia ja selvittää vaihtoehtoja, jolla ehkäistäisiin kassapisteille jonottamista sekä selvitettäisiin nykypäivän ja tulevaisuuden maksutapoja kuluttajille. Tavoitteena on kuitenkin tarkastella maksuvaihtoehtoja maksajan sekä tapahtuman järjestäjän näkökulmasta.

Hyvä tapahtuma on rakennettu asiakasta ajatellen ja esimerkiksi käyttämällä pohjana tapahtuman suunnittelun strategisia ja operatiivisia kysymyksiä. Tapahtuma voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen, jotka ovat suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi. Käymällä läpi kysymyksiä eri tapahtuman vaiheissa, voidaan järjestää hyvin pohdittu ja onnistunut tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2012, 101.)

Asiantuntijahaastatteluiden perusteella nykyajan maksutapa on korttimaksaminen, mutta esimerkiksi tapahtumissa näkee jo erilaisia maksurannekkeita käytössä. Tulevaisuus taas tuo mukanaan erilaiset mobiilimaksut kauppoihin ja tapahtumiin. Pohditut ja oikeanlaiset ratkaisut maksamisen suhteen lisäävät asiakastyytyvää ja suurien jonojen syntymistä.

Pitkä jonotusaika vähentää asiakastyytyvää ja oikeilla keinoilla jonottamisaikaa voidaan vähentää. Maksutavoista lähimaksaminen on selvästi nopein. Lähimaksuominaisuuksia löytyy maksukorteista, mobiilimaksamisesta sekä maksurannekkeista. Jonotusaikaa voidaan maksujärjestelyiden lisäksi vähentää myös osaavalla kassahenkilöstöllä. Ostokset on hyvä saada lisättyä kassajärjestelmään nopeasti ja erilaisia maksupäätteitä on hyvä osata kunnolla käyttää. Tapahtuman järjestäjän kannalta on hyvä valita oikeat maksuvaihtoehdot käyttöön tapahtumaan, mutta niiden hinnoista on hyvä olla kuitenkin selvillä.

Tutkimustyö on arvokasta toimeksiantajalle, koska tapahtumia järjestetään joka vuosi ja kehitystä voidaan jatkaa koko ajan. Hyvät maksuvaihtoehdot

lisäävät myyntiä tapahtumissa, joka kasvattaa tapahtuman rahallista tuottoa. Tuotto voidaan käyttää kehitystyöhön taas seuraavaa tapahtumaa varten.

### 5.1 Tutkimuksen arviointi

Tutkimusta ja sen tulosten käsittelyä voidaan arvioida erilaisin tavoin ja se on tärkeää tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida esimerkiksi käsitteillä reliabiliteetti ja validiteetti. Reliabiliteetti arvioi tutkimuksen tekovaiheita sekä johdonmukaisuutta ja validiteetti kertoo yksinkertaisesti sen, onko tutkimus pätevä. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017a.)

Reliabiliteetin arvioimista tutkimuksessa voidaan jakaa kolmeen eri alueeseen. Ensimmäisenä on itse tutkimusmetodin arviointi. Tällöin arvioidaan tutkimuksen olosuhteita, eli missä olosuhteissa tutkimusmetodi on johdonmukainen ja luotettava. Tutkimuksen haastatteluosuudessa ei saisi olla kysymyksiä, joihin on ennalta-arvattavia vastauksia, ellei halua vain vahvistusta omalle teoriapohjalleen. Esimerkiksi kysymys ”kuinka sinä voit?” antaa vastauksena melkein aina ”hyvin”. Tämä vastaus ei aina ole kovinkaan luotettava, jolloin se ei ole hyväksi tutkimukselle. On hyvä välttää kysymyksiä, joihin vastataan usein niin, että se on sosiaalisesti hyväksyttävää ja stereotyyppistä. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017a.)

Toisena reliabiliteetin arvioinnissa on sen ajallisuus. Eli voiko saman kyselyn tehdä muulloinkin ja saada edelleen samanlaisia vastauksia. Tämä usein onkin haasteellista, koska ympäristö muuttuu ja kehittyy nopeaa vauhtia. Kolmantena arvioidaan tutkimuksen johdonmukaisuutta. Tutkimustulokset eivät saisi muuttua vaikka tutkimus toteutettaisiin eri välineillä. Tämä on myös haasteellista ja tulokset yleensä eriävät toisistaan tutkimusvälinettä muuttaessa. Tällöin haasteen saa itse tutkija, jonka pitää saada pohdittua tutkimuksen tulokset. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017a.)

Tutkimuksen luotettavuutta voi kuitenkin parantaa erilaisin tavoin. Kaikki haastattelumateriaalit kannattaa tallettaa mutta myös suulliset haastattelut pitäisi saada talletettua. Näihin kannattaa käyttääkin erilaisia videointi ja nauhoittamis mahdollisuuksia. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017b.)

Validiteetti tutkii sitä, onko tutkimus pätevä. Se tutkii päällisin osin sitä, onko tutkimus tehty huolellisesti ja perusteellisesti sekä onko tutkimuksen tulokset arvioitu oikein. Sitä on monesti vaikea huomata itse, mutta ulkopuolinen monesti näkee sen, onko tulosten periaatteita päätelty väärin ja onko kysymykset oikeanlaisia. Jos mitään erityistä huomioitavaa ei ole, on tutkimus todennäköisesti tällöin pätevä. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017c.)

Tämän opinnäytetyö toteutettiin ensimmäisenä sähköpostihaastatteluna, eli vastaukset kirjoitettiin sähköpostiin. Haastattelukysymykset luotiin niin, ettei niihin pystynyt vastaamaan esimerkiksi ei tai kyllä. Kysymykset eivät siis saaneet olla –ko tai –kö loppuisia, eli esimerkiksi voiko, pystyykö tai pidätkö. Kysymykset myös luotiin teorian pohjalta, joten odotuksena oli se, että niistä saisi vahvistusta sille, jota oli jo tutkittu etukäteen. Tutkimuksen ajallisuutta on huono arvioida, koska tällä hetkellä teknologia kehittyy sen verran nopeaa vauhtia. Eli viiden vuoden päästä osaan kysymyksiin todennäköisesti vastataan aivan erilailla. Uskoisin kuitenkin sen, että kehitys kulkee aina kuitenkin asiakkaan tai kuluttajan mielipiteen mukaan.

Tutkimuksessa yksi haastattelu tehtiin puhelimitse, mutta se ei muuttanut sinänsä tutkimuksen tuloksia. Tietysti vastaukset olivat selvästi laajempia, kuin ne, joihin vastattiin sähköpostitse. Vaikka vastaukset olivat suhteellisen samoja välineestä riippuen, olisi parempaa, että kaikki haastateltavat vastaisivat samalla tavalla. Sen ei pitäisi kuitenkaan vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

Tutkimuksen validiteettia arvioitaessa ei löytynyt suuria puutteita. Tutkimus oli luotu pohtimalla kysymysten rakennetta ja oikeanmukaisuutta. Ja kysymyksillä oli aina jokin tarkoitus. Tulokset olivat tutkimuksessa suhteelli-

sen selkeät, joten niitä oli helppo arvioida. Ainoastaan eriävä mielipide nousi esille kysymyksessä, jossa tarkasteltiin maksamisen vaikutusta jonotusaikaan. Muutama oli sen kannalla, että maksutapahtuma vaikuttaa jonottamiseen, mutta yksi haastateltava oli ehdottomasti sen kannalla, ettei se vaikuta ollenkaan jonottamisaikaan. Mutta tässäkin tilanteessa haastateltava oli sitä mieltä, että jonotusaikaan vaikuttaa itse jonottaja, joka esimerkiksi pohtii hampurilaisen valintaa liian kauan. Mutta se mikä sitten on oikein, on sitä vaikea arvioida.

Tutkimuksen uutuusarvo voi hieman vaikuttaa vastausten vähyyteen. Tutkimukseen vastasi viisi haastateltavaa, joka on määrällisesti pieni, mutta vastauksissa näkyi jo tiettyä toistoa. Tämä tarkoittaa sitä, että aineistoa on tietyssä mielessä tarvittavasti, koska aineistossa näkyy sen kylläntyminen eli saturaatio. Voidaan olettaa, että tietoa on riittävästi. Jos haastateltavia olisi ollut enemmän, olisi vastaukset voineet silti olla samanlaisia kuin nyt. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2017d.)

## 5.2 Oppimisen arviointi ja jatkotutkimusehdotuksia

Opinnäytetyön tekemisen lähtötilanne oli itselläni se, ettei tietoa maksamisen mahdollisuuksista ollut juuri ollenkaan. Lähtötilanteessa luulin jo tietäväni vastaukset parhaille mahdollisille maksamisen välineille Jukolan tapahtumaan. Ensimmäinen vastaukseni olisi ollut käteinen raha, koska se on nopea käyttää ja moni ottaa sitä tapahtumiin mukaan. Toisena vaihtoehtona käteisen rahan rinnalle olisi ollut korttimaksaminen, eli tapahtumasta pitäisi löytyä maksupäätteet sirukortille sekä lähimaksamiselle.

Työn valmistumisen jälkeen minulta löytyy paljon enemmän tietoa maksumahdollisuuksista ja siitä, mikä on tärkeintä yrittäjälle, eikä pelkästään asiakkaalle. Yllätyksenä tuli esimerkiksi se, että käteinen raha on todella paljon kalliimpaa yrittäjälle eli tässä tapauksessa tapahtuman järjestäjälle, kuin muut maksukortit. Korttimaksamisen mahdollisuus on tällä hetkellä pakollista olla, mutta silti jonotusprosessia nopeuttaa eniten se, että kassapisteillä työskentelevät henkilöt osaavat käyttää laitteita todella hyvin. Myös nettiyhteyksien on toimittava moitteettomasti alueella.

Jo tutkimustyön aikana olisin kaivannut tietoa myös siitä, miten kuluttajat mielellään maksavat. Jatkotutkimusehdotuksena olisikin tehdä kattavampi kvantitatiivinen tutkimus siitä, miten halutaan maksaa. Mikä on niin sanottu kuluttajan mielipide. Tutkimukseen osallistuisi eri ikäisiä naisia sekä miehiä. Samalla voisi tehdä tutkimuksen Jukolan tapahtumien ikärakenteesta ja siitä, kuinka paljon miehiä ja naisia tapahtumaan osallistuu. Tällöin voisi arvioida, millaisesta maksuköyttäytyjiä tapahtumaan osallistuu.

Toisena jatkotutkimusehdotuksena olisi se, että käytäisiin havainnoimassa maksamista ja jonotusta kyseisessä tapahtumassa. Tällä kertaa se ei ajallisesti osunut opinnäytetyön prosessin aikaan, mutta muuten se olisi mahdollista esimerkiksi Joensuussa järjestettävässä Jukolassa kesäkuussa 2017. Havainnoinnin jälkeen voisi vielä haastatella suullisesti tapahtuman kävijöitä ja vapaaehtoistyöntekijöitä.

## LÄHTEET

### Painetut lähteet

Allen, J., Harris, R, McDonnell, I & O`Toole, W. 2011. Festival & Special Event Management: Fifth Edition. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Antonopoulos, A. 2015. Mastering Bitcoin: Unlocking digital cryptocurrencies. Sebastopol: O`Reilly Media.

Coskun, V., Ok, K. & Ozdenizci, B. 2012. Near field communication: From theory to practice. United Kingdom: Wiley.

Getz, D. & Page, S. 2016. Event Studies: Theory, research and policy for planned events. New York: Routledge Ltd.

Jukola. 2017. Lappee-Jukolan 2016 loppuraportti.

Jukolan viesti. 2016. Kävijätutkimus Lappee-Jukola 2016.

Löytänä, J & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi: rohkeus + rakkaus = raha. Helsinki: Talentum.

Maurer, B. 2015. How would you like to pay?: How technology is changing the future on money. Durham ja Lontoo: Duke University Press.

Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Työkija ammattikorkeakoulu. Jokioinen: e-Oppi Oy.

Radu, C. 2003. Implementing Electronic Card Payment Systems. Boston: Artech House.

Sweeney II, P. 2005. RFID for dummies: A reference for the rest of us!. Hoboken: Wiley Publishing, Inc.

Vallo, H & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

## Elektroniset lähteet

Danske Bank. 2017. Lähimaksaminen on helppoa ja nopeaa! [viitattu 26.2.2017]. Saatavissa: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/kortit/pages/lahimaksaminen.aspx>

Etelä-Pohjanmaan liitto. 2017. Tapahtumajärjestäjän opas [viitattu 16.3.2017]. Saatavissa: <http://www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapahtumaopas.pdf>

European Central Bank. 2015. Mitä on raha? [viitattu 26.2.2017]. Saatavissa: [https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me-more/html/what\\_is\\_money.fi.html](https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me-more/html/what_is_money.fi.html)

Finanssialan Keskusliitto. 2015. Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat [viitattu 12.3.2017]. Saatavissa: [http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Julkaisu-Saastaminen\\_luotonkaytto\\_ja\\_maksutavat\\_2015.pdf](http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Julkaisu-Saastaminen_luotonkaytto_ja_maksutavat_2015.pdf)

Finanssivalvonta. 2017. Uusi maksupalveludirektiivi – Payment Services Directive, PSD2 [viitattu 9.5.2017]. Saatavissa: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Saantely/Saantelyhankkeet/PSD2/Pages/Default.aspx>

Inc. 2017. How To Manage Cash Flow [viitattu 12.2.2017]. Saatavissa: <http://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.html>

Indiegogo. 2017. Wearable Payment Bracelet [viitattu 25.3.2017]. Saatavissa: <https://www.indiegogo.com/projects/purewrist-wearable-payment-bracelet#/>

Jukola. 2017. Lukuja [viitattu 2.4.2017]. Saatavissa: <http://www.jukola.com/tietoja-tapahtumasta/jarjestelyt/lukuja/>

Kapanen, H. 2016. Millä tavoin maksamme 2020-luvulla? Näkökulmia tulevaisuuden maksamisratkaisuihin. Suomen Pankki [viitattu 25.3.2017]. Saatavissa: <https://www.suomenpankki.fi/globalassets/fi/raha-ja->

maksaminen/maksujarjestelmat/suomen-pankki-katalystina-  
maksuneuvosto/maksuneuvoston\_e\_kirjanen\_2016.pdf

Kauppalehti. 2016. Suurimmat pankit ovat nyt tuoneet sovelluksensa asi-  
akkaiden laitteisiin [viitattu 5.3.2017]. Saatavissa:

[http://www.kauppalehti.fi/uutiset/kortit-siirtyvat-kannykkaan---  
mobiilimaksamisen-lapimurto-lahestyy/E2pW3MqW](http://www.kauppalehti.fi/uutiset/kortit-siirtyvat-kannykkaan---<br/>mobiilimaksamisen-lapimurto-lahestyy/E2pW3MqW)

Kullas, L. 2017. Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen [viitattu  
16.3.2017]. Saatavissa: [http://academy.lyyti.com/hs-fs/hub/377550/file-  
2405017949](http://academy.lyyti.com/hs-fs/hub/377550/file-<br/>2405017949)

Maksuranneke. 2017. Yrityksille [viitattu 25.3.2017]. Saatavissa:

<http://maksuranneke.mycashflow.fi/page/4/yrityksille>

MobilePay. 2017. Nykyään maksaminen onnistuu MobilePaylla [viitattu  
5.3.2017]. Saatavilla: <http://www.mobilepay.fi/fi-fi/Pages/mobilepay.aspx>

Nordea Bank. 2017. Nordea Pay [viitattu 5.3.2017]. Saatavissa:

[https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-  
mobiili-ja-puhelinpalvelut/nordea-pay.html#tab=Nordea-Pay](https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-<br/>mobiili-ja-puhelinpalvelut/nordea-pay.html#tab=Nordea-Pay)

Nordlund, S. 2016. Millä tavoin maksamme 2020-luvulla? Näkökulmia tu-  
levaisuuden maksamisratkaisuihin. Suomen Pankki [viitattu 25.3.2017].

Saatavissa: [https://www.suomenpankki.fi/globalassets/fi/raha-ja-  
maksaminen/maksujarjestelmat/suomen-pankki-katalystina-  
maksuneuvosto/maksuneuvoston\\_e\\_kirjanen\\_2016.pdf](https://www.suomenpankki.fi/globalassets/fi/raha-ja-<br/>maksaminen/maksujarjestelmat/suomen-pankki-katalystina-<br/>maksuneuvosto/maksuneuvoston_e_kirjanen_2016.pdf)

Ohlhausen, R. 2016. Top 10 payment trends for 2016. PPRO. Blogi [viitat-  
tu 13.2.2017]. Saatavissa: [https://www.ppro.com/blog/top-10-payment-  
trends-for-2016/](https://www.ppro.com/blog/top-10-payment-<br/>trends-for-2016/)

Osuuspankki. 2017. Lähimaksu [viitattu 13.2.2017]. Saatavissa:

[https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/kortit/kortin-  
kaytto/lahimaksu?id=12916&srcpl=3](https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/kortit/kortin-<br/>kaytto/lahimaksu?id=12916&srcpl=3)

Osuuspankki. 2017. Pieni asken pivottajalle, suuri harppaus maksamiselle! [viitattu 5.3.2017]. Saatavissa: <https://www.op.fi/op?id=11090>

Pankkiasiat. 2014. Paras maksukortti löytyy kulut ja käyttö tunnistamalla [viitattu 13.2.2017]. Saatavissa: <http://www.pankkiasiat.fi/parasmaksukortti>

Provianet. 2017. Verkkopalveluiden kehittäjä vaativiin tarpeisiin [viitattu 7.5.2017]. Saatavissa: <https://www.provianet.fi>

Puusniekka, A. & Saaranen-Kauppinen, A. 2017d. Kylläntyminen Kval-iMOTV [viitattu 8.5.2017]. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html)

Puusniekka, A. & Saaranen-Kauppinen, A. 2017a. Reliabiliteetti. Kval-iMOTV [viitattu 30.4.2017]. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3\\_3\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_2.html)

Puusniekka, A. & Saaranen-Kauppinen, A. 2017b. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. KvaliMOTV [viitattu 9.4.2017]. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_3.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html)

Puusniekka, A. & Saaranen-Kauppinen, A. 2017c. Validiteetti. KvaliMOTV [viitattu 30.4.2017]. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3\\_3\\_1.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html)

Ruotsila, I. 2016. Uusi maksupalveludirektiivi (PSD2) mullistaa pankkialaa. Talouselämä [viitattu 9.5.2017]. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/accenture/uusi-maksupalveludirektiivi-psd2-mullistaa-pankkialaa-6551522>

Square, inc. 2017a. 3 New Payment Methods You Should Start Accepting Now [viitattu 12.2.2017]. Saatavissa: <https://squareup.com/townsquare/3-new-payment-methods-you-should-start-accepting-in-2016>

Square, inc. 2017b. EMV and NFC: what's the difference? [viitattu 5.3.2017]. Saatavissa: <https://squareup.com/guides/nfc>

Suomen Pankki. 2016. Maksuliiketilastot [viitattu 12.3.2017]. Saatavissa: <https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/Maksuliiketilastot/>

Tenhola, K. 2017. Voimalla seitsemän miehen: Jukolan viestin historiaa [viitattu 2.4.2017]. Saatavissa: [http://cdn.jukola.com/wp-content/uploads/2013/06/Jukola-historiikki\\_netiversio.pdf](http://cdn.jukola.com/wp-content/uploads/2013/06/Jukola-historiikki_netiversio.pdf)

Simola, K. 2014. Käteinen vai kortti? Näillä syntyy yrittäjälle kuluja. Yrittäjät [viitattu 9.4.2017]. Saatavilla: <https://www.yrittajat.fi/uutiset/498133-kateinen-vai-kortti-nain-syntyy-yrittajalle-kuluja>

## LIITTEET

### LIITE 1 KUTSU SÄHKÖPOSTIHAASTATELUUN 4.4.2017

**Lähtettäjä:** Brita Oksman

**Lähetetty:** 4. huhtikuuta 2017 16:05

**Vastaanottaja:** [REDACTED]

**Aihe:** Pyytäisin asiantuntemustanne

Hei!

Olen huomannut yrityksenne, jossa toimit, olevan alan asiantuntija maksamiseen liittyvissä asioissa ja haluaisinkin haastatella teitä asiantuntijana opinnäytetyöhöni. Aiheena siinä on tapahtumassa maksaminen. Opiskelen tällä hetkellä Lahden ammattikorkeakoulussa liiketalouden alaa.

Haastatteluun vastataan sähköpostitse. Haastattelu tulee opinnäytetyöraporttiini osana tutkimustani. Halutessanne voin julkaista nimenne asiantuntijana tai halutessanne voin julkaista nimenne sekä yrityksenne. Lähtökohtana on kuitenkin se, että yksittäiset vastaajat tai yritykset eivät ole tunnistettavissa vastauksista, vaan mahdolliset aineisto-otteet ja haastattelusitaatit esitetään nimettöminä. Alla ovat kysymykset, joihin toivon vastausta henkilökohtaisin mielipitein, asiantuntijanäkökulmastanne. Pyytäisin vastaustanne mahdollisimman pian, mutta kuitenkin viimeistään **to 13.4.** – kiitos.

1. Millaisena näette kuluttajien maksukäyttäytymisen tällä hetkellä?
2. Millaisia maksutapoja suosittelisitte ilmaiseen ulkoilmatapahtumaan, jossa osallistujat kuitenkin käyttävät rahaa mm. ravintolapalveluihin ja tuoteostoihin? Kävijöitä tapahtumassa +30 000.
3. Millaisena näette maksamisen tulevaisuuden?
4. Millaisilla keinoilla voisi lyhentää jonottamisaikaa maksupisteelle/kassalle?
5. Mitä maksulaitteet/POS-laitteet/muut maksamisratkaisut kustantavat palveluntarjoajalle/tapahtuman järjestäjälle?
6. Miten maksutapahtuma vaikuttaa asiakaskokemukseen?

Halutessanne voin lähettää valmiin opinnäytetyön teille. Valmistumisaika on kesäkuu 2017.

Ystävällisin terveisin,

Brita Oksman

0442700815

[brita.oksman@student.lamk.fi](mailto:brita.oksman@student.lamk.fi)

---

## LIITE 2 MUISTUTUSVIESTI HAASTATELTAVILLE 10.4.2017

Hei!

En ole vielä saanut vastaustanne viestiini, jonka lähetin 4.4.2017. Voinhan odottaa teidänkin vastaavan haastatteluuni?  
Kiitos.

Terveisin,  
Brita Oksman

### LIITE 3 ERILAISTEN MAKSUTAPOJEN VERTAILU

Maksuväline	+	-
<b>Käteinen raha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nopea maksutilanteessa</li> <li>- Rahan määrän näkee katsomalla lompakkoon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kallis maksun saajalle</li> <li>- Mukana täytyy kuljettaa lompakkoa</li> <li>- Rahan voi suhteellisen helposti varastaa</li> </ul>
<b>Maksukortit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maksaminen on nopeaa</li> <li>- Kortti on pieni ja mahtuu moneen paikkaan</li> <li>- Jotkut korttimaksuista suhteellisen halpoja maksun saajalle (Visa- ja Master Card –kortit)</li> <li>- Löytyy monia maksamisen mahdollisuuksia (siru- ja lähimaksu sekä netissä maksaminen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kortin varastaminen yleistä ja suhteellisen helppoa, sekä kortin tietoja voi käyttää väärin</li> <li>- Jotkut korttimaksut kalliita maksun saajalle (American Express- ja Diner Club – kortit)</li> </ul>
<b>Mobiilimaksaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Käyttää NFC-tekniikkaa, joten maksu on nopeaa</li> <li>- Mukana täytyy olla pelkästään puhelin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ei vielä tutkittu montaa vuotta -&gt; turvallisuudessa voi olla aukkoja</li> <li>- Kuluttajat ottavat hitaasti käyttöön uusia tapoja maksaa</li> <li>- Tarvitsee älypuhelimien toimiakseen</li> </ul>
<b>Virtuaaliraha bitcoin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Koko maailmassa sama bitcoinin arvo, joten on helppo puhua maksettavasta määrästä</li> <li>- Ei tarvitse kantaa mukanaan mitään muuta kuin älypuhelin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bitcoineilla ei voi maksaa vielä monessakaan paikkaa</li> <li>- Bitcoineja täytyy vaihtaa esimerkiksi euroista omalle tililleen</li> </ul>
<b>Maksuranneke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nopein tapa maksaa</li> <li>- Vähentää jonottamisajaa</li> <li>- Ei tarvitse kantaa mukanaan mitään</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarvitsee toimiakseen kiinteän- tai mobiiliverkon</li> <li>- Varastettaessa joku muu voi käyttää helposti</li> </ul>

## LIITE 4 TOIMEKSIANTAJALLE KEHITYSEHDOTUS

Mitä?	Miksi?	Mitä varten?	Mistä?
<b>Kassahenkilöstön koulutus</b>	Koulutus nopeuttaa kassalla työskentelyä ja maksun vastaanottamista.	Asiakkaalle parempaa palvelua	Kassan koulutuksen voi antaa yritys, josta laitteet ostetaan tai niiden käyttöön perehtynyt henkilö esimerkiksi tapahtuman talkootyöläinen
<b>Verkkoyhteys</b>	Toimiva verkkoyhteys pitää rahavirran liikkeellä. Katkenneella verkkoyhteydellä ei maksuja pysty vastaanottamaan.	Kiihdyttää kaupankäyntiä ja pitää rahan liikkeellä	Kiinteän yhteyden tarjoaa alueella toimiva operaattori esimerkiksi Lahti-Hollola alueesta vastaa DNA. 3G tai 4G yhteys kannattaa valita sen mukaan, joka toimii alueella parhaiten -> testattava asia
<b>Monipuoliset maksuvaihtoehdot</b>	Monipuolinen osallistujajoukko tarvitsee monipuolisesti maksuvaihtoehtoja	Kaikille oma maksutapa	Maksujärjestelmiä voi hankkia pankeilta, rahoitusyhtiöiltä tai muilta kassalaitteita vuokraavalta taholta
<b>Maksupäätteiden ominaisuudet</b>	Maksupäätteiden ominaisuuksia kannattaa miettiä. Jokaiselle kassalle ei tarvitse lähimaksuominaisuutta, mutta on hyvä mainita, jos sellainen löytyy.	Jakaa kassajonoa maksutavan mukaan	Maksupäätteiden ominaisuuksista kannattaa neuvotella niiden hankinnan tai vuokrauksen yhteydessä
<b>Maksuranneke</b>	Maksuranneke nopeuttaa kassapisteille jonottamista, koska maksutapoja on vain yksi ja maksurannekkeella maksu kestää vain pari sekuntia.	Nopea ja helppo käyttää	Maksurannekkeita saa esimerkiksi: Lahdessaakin toimivalta Provianet (2017) yritykseltä: <a href="https://www.provianet.fi/tuotteet/alytekniikat-tapahtumajarjestajille/">https://www.provianet.fi/tuotteet/alytekniikat-tapahtumajarjestajille/</a> Tai esimerkiksi <a href="http://maksuranneke.mycashflow.fi">http://maksuranneke.mycashflow.fi</a>