

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

Taloushallinto

2017

ALEKSI ARNIVAARA & JUHANI JOUTSENSAARI

PANKKIEN PÄIVITTÄISPALVELUT MURROKSESSA

– uusi maksuliikeditiivi

ALEKSI ARNIVAARA & JUHANI JOUTSENSAARI

PANKKIEN PÄIVITTÄISPALVELUT MURROKSESSA - UUSI MAKSUPALVELUDIREKTIIVI

Tämän opinnäytetyön aiheena on tarkkailla digitalisaation vaikutusta pankkipalveluihin ja asiakaskäyttäytymiseen. Tutkimuksessa tuotettiin kysely, jossa tarkasteltiin kuluttajien suhdetta pankkipalveluihin. Johtopäätöksissä tutkimuksen tuloksia rinnastetaan pankkialaan sekä uuden maksupalveludirektiivin mukana tuomiin haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Opinnäytetyön tavoite on tuottaa informaatiota nykyaikaisista pankkipalveluista ja asiakaskäyttäytymisestä, sekä arvioida uuden maksupalveludirektiivin vaikutuksia.

Opinnäytetyön ensimmäisessä teoriaosassa tarkastellaan pankkialan muutosta asiakkaan näkökulmasta maksukulttuurin ja konttoriverkoston kehittymisen kautta. Teorian seuraavassa osassa kerrotaan pankkien nykyisistä palveluista. Opinnäytetyön kolmannessa teoriaosuudessa perehdytään pankkien päivittäispalveluiden muutoksiin, jonka takana on kilpailun koventuminen, digitalisaatio ja kuluttajakäyttäytymisen muutos. Teoriaosassa on tarkasteltu digitalisaation tuomia uusia uhkia. Viimeisessä teoriaosuudessa perehdytään uuteen maksupalveludirektiiviin ja sen vaikutuksiin kuluttajia sekä rahoituslaitoksia kohtaan.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena käyttäen verkkokyselyä sosiaalisessa mediassa. Kyselyyn tuli vastauksia 207 ja ikäryhmät 19-60 olivat hyvin edustettuina. Vastauksien perusteella keskityttiin erityisesti X- ja Y-sukupolven eroihin maksutapakulttuurissa sekä pankkipalveluissa.

Tutkimuksemme pohjalta johtopäätöksissä todettiin kuluttajien etäännyneen pankista. Tämä tulee tulevaisuudessa lisääntymään, syitä tähän ovat digitaliset palvelukanavat ja palveluiden homogeenisuus. Johtopäätöksissä todettiin mobiilimaksaminen olevan Suomessa vielä vähäistä. Mobiilimaksamisen yleistymisen tulee olemaan seuraava trendi maksamisessa Y-sukupolven ollessa edelläkävijä tässä. Uusi maksupalveludirektiivi tulee kiihdyttämään maksukulttuurin muutosta, mutta tuo lisää digitalisaation mukana tulleita uhkia.

Avainsanat: PSD2, Digitalisaatio, Päivittäispalvelut, Kuluttajakäyttäytyminen, Monikanavaisuus

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business / Financial Management

Autumn 2017 | 57

ALEKSI ARNIVAARA & JUHANI JOUTSENSAARI

THE CHANGE OF DAILY BANKING SERVICES - NEW PAYMENT SERVICES DIRECTIVE

The subject of this thesis is to observe the impact of digitalization on banking services and customer behavior. The research produced a survey regarding consumers' relationship with current banking services. In the conclusions, the results of the survey are reflected to the banking sector and to the challenges and opportunities of the new Payment Services Directive. The purpose of the thesis is to provide information on modern banking services and customer behavior, and to evaluate the impact of the new Payment Services Directive.

The first theoretical part of the thesis examines the banking sector's change from the customer's point of view through the development of payment culture and the branch network. The following section of the theory provides information on banks' current services. The third part of the thesis focuses on changes in the daily services of banks, which are characterized by increased competition, digitalization and change in consumer behavior. New threats of digitalization has been also viewed in the theory section. In the last theoretical part, the new Payment Services Directive is being introduced and its influence for consumers and financial institutions is evaluated.

The research of the thesis was produced as a quantitative research using a network survey in social media. The survey was answered by 207 people and the age groups 19-60 were well represented. Based on the answers, the focus was on the differences of X and Y generations in payment culture and banking services.

Based on our research, conclusions were that consumers have been moving further away from bank. This will be increasing in the future and the reasons for this are the digital service channels and the homogeneity of services. In the conclusions it is estimated that usage of mobile payment in Finland is still not so common. The increasing trend in mobile payment will be the next trend and the Y generation will adapt to the new payment behavior first. The new Payment Services Directive will accelerate the change in payment culture, but will bring more threats to financial industry.

Key Words: PSD2, Digitalization, Daily Services, Consumer behavior, Multi-channel

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	6
2 PANKKIALA SUOMESSA	8
2.1 Maksuliikenteen historia	8
2.2 Pankkitoiminnan automatisointi ja siirtyminen digitalisaatioon	9
2.3 Finanssitoimiala Suomessa 2016	11
3 PANKKIEN PALVELUT	13
3.1 Pankkien päivittäispalvelut	13
3.2 Pankkien monikanavaisuus	14
3.2.1 Konttorien vähentyminen	14
3.2.2 Pankki- ja luottokortit	16
3.3.3 Verkko- ja mobiilimaksaminen	17
3.4 Laina- ja sijoituspalvelut	19
4 PANKKIEN PÄIVITTÄISPALVELUT MURROKSESSA	20
4.1 Digitalisaatio	20
4.2 Kilpailun koventuminen	22
4.3 Muutos kuluttajissa	23
4.4 Kyberrikollisuus kasvavana uhkana	25
4.4.1 Maksukorttirikollisuus	25
4.4.2 Kalasteluhuijaukset	27
4.4.3 Palvelunestohyökkäykset	27
5 MAKSUPALVELUDIREKTIIVI	29
5.1 Maksupalveludirektiivin lainsäädäntö	29
5.2 Maksupalvelut maailmalla	30
5.3 Uhat	32
6 TUTKIMUS PANKKIPALVELUISTA	34
6.1 Kvantitatiivinen tutkimus	34
6.2 Tutkimustulosten analysointi	35
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	47
8 LÄHTEET	50

KUVAT

Kuva 1. Opinnäytetyön rakenne	8
Kuva 2. Uusi maksupalveludirektiivi.	28

KUVIOT

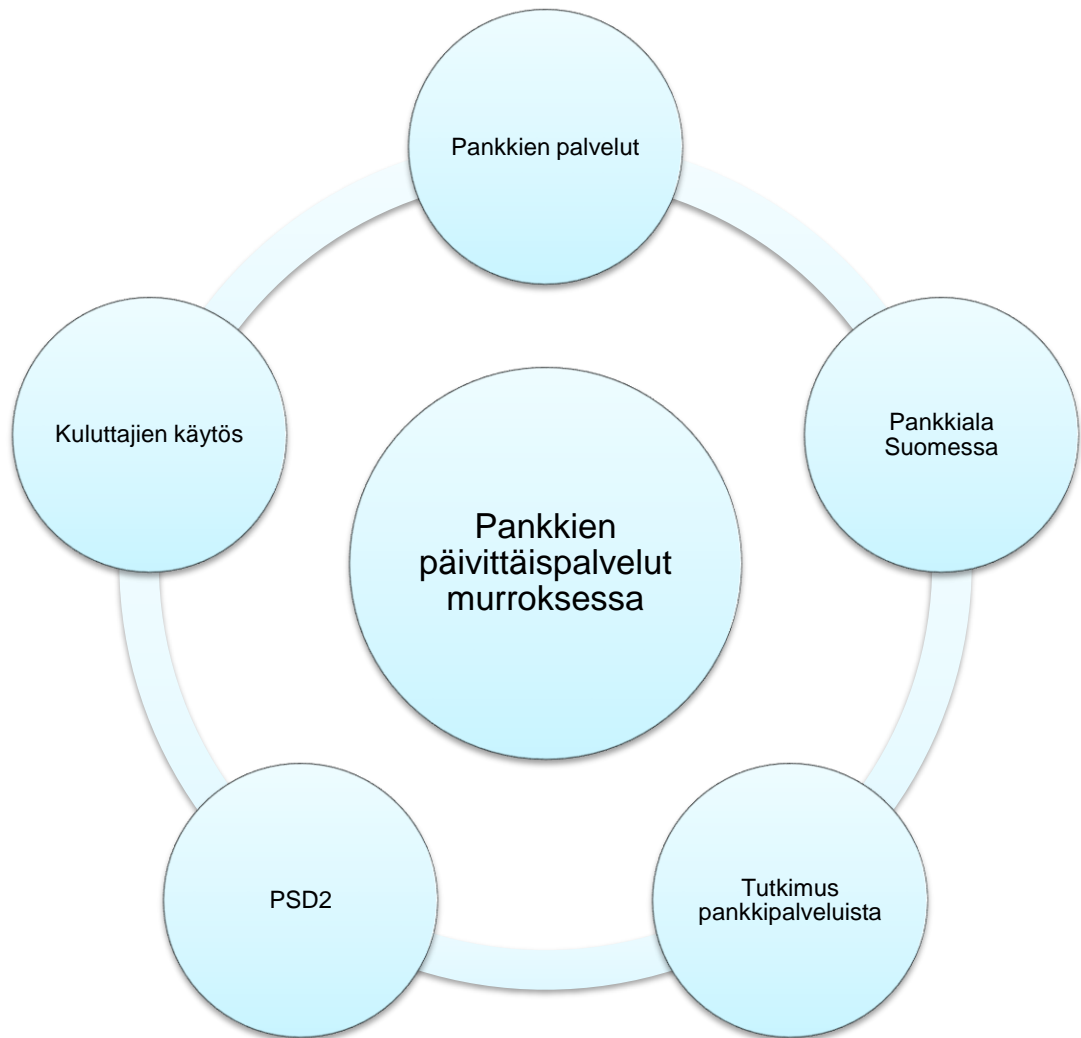
Kuvio 1. Konttoriverkoston vähentyminen 2010-luvulla	15
Kuvio 2. Kyselyyn vastaajien jakautuminen sukupuolen mukaan.	34
Kuvio 3. Vastaajien ikäjakauma.	35
Kuvio 4. Konttorilla asioinnin yleisyys.	35
Kuvio 5. Edellisen konttorilla asioinnin syy.	36
Kuvio 6. Vastaajien yleisin tapa maksaa ostokset.	37
Kuvio 7. Vastaajien käteisen käytön yleisyys.	38
Kuvio 8. Vastaajien pankkikortin lähimaksuominaisuuden yleisyys.	39
Kuvio 9. Mobiililompakkojen käytön yleisyys.	39
Kuvio 10. Vastaajien suhtautuminen mobiilimaksamisen yleistymiseen.	41
Kuvio 11. Vastaajien tyytyväisyys pankkipalveluihin.	42
Kuvio 12. Palvelukanavien toimivuus ja pankkiturvallisuus	43

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on tarkkailla digitalisaation vaikutusta pankkipalveluihin ja henkilöasiakkaiden asiakaskäyttäytymiseen. Johtopäätöksissä näiden palveluiden heijastuksia rinnastetaan uuteen pankkialan maksupalveludirektiiviin. Opinnäytetyön tavoitteena on valaista kuluttajia uuden maksupalveludirektiivin vaikutuksista. Opinnäytetyön aiheen valintaperusteina olivat ilmiön ajankohtaisuus sekä kiinnostus alaa kohtaan. Tekijöillä on puolentoista vuoden työkokemus pankkien päivittäispalveluista.

Finanssiala on jatkuvan muutoksen alla. Digitalisaatio on muokannut pankkien palveluita ja tuonut kuluttajille uusia tapoja hoitaa päivittäiset pankkiasiat. Toisaalta digitalisaatio on tuonut täysin uudenlaisia uhkia. Kasvava maksukorttirikollisuus, kalasteluhuijaukset sekä palvelunestohyökkäykset ovat luoneet epävarmuutta finanssialalle sekä horjuttaneet kuluttajien luottamusta pankkien tietoturvaan. Kuluttajakäyttäytyminen on muuttunut, asiakkaiden halutessa yhä läpinäkyvämpää ja vastuullisempaa toimintaa. Kilpailu alalla on uudistunut, koska digitalisaatio on mahdollistanut uusien pienempien toimijoiden tulemisen alalle.

Vuoden 2018 alussa voimaantuleva PSD2 (Payment Services Directive2) tulee avaamaan markkinoita entisestään sekä muokkaamaan kilpailuympäristöä. Uusi maksupalveludirektiivi tarkoittaa käytännössä sitä, että asiakkaan suostumuksella pankin on luovutettava asiakkaidensa tilitiedot kolmansille osapuolille. Kolmansilla osapuolilla on myös oikeus hoitaa asiakkaan maksuliikennettä, sekä yhdistää omia maksuvälineitään esimerkiksi maksukortteja tai mobiilimaksusovelluksiaan asiakkaan pankkitiliin.



Kuva 1. Opinnäytetyön rakenne

2 PANKKIALA SUOMESSA

2.1 Maksuliikenteen historia

Ensimmäiset liikepankit perustettiin Suomeen 1860- ja 1870-luvulla. Aluksi pankit ottivat vastaan talletuksia, myönsivät luottoja ja hoitivat maksuliikennettä. Suomen Yhdyspankilla oli myös yhteyksiä ulkomaille, joten se pystyi huolehtimaan ulkomaanmaksujen välityksestä. (Nordea, Pankkimuseo) Maksuvälineinä yleisin oli käteinen, mutta vuoden 1932 sekkilain jälkeen myös sekkit alkoivat lisääntyä maksuvälineinä etenkin yritysten välillä. 1930-luvun lopulla tehtiin myös ensimmäiset postisiirrot. Postisiirrolla pystyi hoitamaan maksujenvälitystä postitoimipaikkojen kautta. Käteinen pysyi silti yleisenä maksuvälineenä, sillä työntekijöiden palkat maksettiin käteisellä. (Nordea, Pankkimuseo)

1950-luvulla pankkipalvelut alkoivat kehittyä, kun vuonna 1951 otettiin käyttöön liikepankkien kehittämä pankkisiirto. Pankkisiirron avulla pystyi maksamaan maksuja omalta pankkitililtään toiseen suomalaiseen pankkitiliin. Pankkisiirron yhteydessä keksittiin myös yhteinen tilinumerojärjestelmä mikä loi pohjan pankkipalveluiden myöhemmälle tekniselle kehitykselle. (Nordea, Pankkimuseo) Pankkipalveluiden kehitys toi lisää asiakkaita pankin piiriin, minkä takia liikepankit rupesivat laajentamaan konttoriverkostoaan. Kaikkialle ei kuitenkaan ollut mahdollista perustaa konttoreita. Tähän tarpeeseen kehitettiin pankkiauto, joka kierteli asuinalueilla, joissa konttoria ei ollut. Uutena palvelumuotona kehitettiin myös drive-in pankit, jossa asiakkaat ajoivat autokaistalle hoitamaan pankkiasiansa. Drive-in pankit eivät kuitenkaan ollut menestys ja ne hävisivätkin pian vähäisen käytön ja korkean ryöstöalttiuden takia. (Nordea, Pankkimuseo)

1960-luvun muutokset toivat lähes jokaisen suomalaisen pankin asiakkaaksi. Vuoden 1968 työmarkkina- ja vakautussopimuksen myötä työntekijöiden palkkoja alettiin maksaa suoraan heidän omille tileilleen. Palkan siirryttyä suoraan tileille alkoivat käteismaksut vähentyä, kun taas pankkisiirrot sekä sekkien käyttö yleistyivät maksuliikenteen välineinä. Palkkojen maksu tilille loi perustan erilaisten toistuvaissuoritusten maksamiselle asiakkaiden ja yritysten pankkitileille. Palkka pankkiin järjestelmä oli toinen merkittävä muutos nykyaikaisten pankkipalveluiden kehitykselle. (Nordea, Pankkimuseo)

Kilpailu asiakkaista oli kovaa, mutta eri pankkien palvelut ja tuotteet olivat keskenään varsin homogeenisia. Tärkein tekijä pankkien välisissä kilpailuissa olikin konttoreiden määrä ja sijainti. 1960-luvulla konttoreiden määrä kasvoi erittäin voimakkaasti ja lisää henkilökuntaa palkattiin. Konttoriverkoston laajeneminen ja henkilökunnan määrän kasvu nostivat kustannuksia niin, että alettiin miettiä toimenpiteitä toiminnan automatisoimiseksi. (Nordea, Pankkimuseo)

2.2 Pankkitoiminnan automatisointi ja siirtyminen digitalisaatioon

1970-luvulla pankkien tietojärjestelmät kehittyivät kovalla vauhdilla, kun vanhan aikaiset kirjoituskoneet tekivät tilaa näyttöpäätteille ja tapahtumien kirjaaminen automatisoitui. Pankkeihin tulivat ensimmäiset reaaliaikaiset maksupäätteet sekä järjestelmät. Samaan aikaan myös viitesirtojärjestelmä kehitettiin. Myös pankkien välinen maksuliikenne kehittyi, kun pankit ottivat käyttöön maksuliikejärjestelmän, jossa maksutietojen siirto pankkien välillä hoidettiin aluksi paperitositteiden ja magneettinauhojen vaihtamisen avulla. (Suomen Pankki 1996) Vuosikymmenen lopulla

ensimmäiset pankkikortit tulivat asiakkaiden saataville. Aluksi korteissa oli vain osto-ominaisuus, mutta 1980-luvulla niihin lisättiin myös mahdollisuus nostaa seteleitä pankkiautomaatista. Samaan aikaan ensimmäisten pankkikorttien kanssa kehitettiin myös ensimmäiset reaaliaikaiset pankkiautomaatit.

1980-luvulla pankkien digitalisaatio jatkoi kehitystään ja vuonna 1982 kehitettiin ensimmäinen puhelinpankki. Puhelinpankissa asiakas pystyi hoitamaan pankkiasiansa painamalla ohjeen mukaan puhelimen näppäimiä. Muutaman vuoden päästä palvelua laajennettiin niin, että sitä voitiin käyttää myös kotikoneella. Pankkipalveluiden monikanavaisuus laajeni, kun vuonna 1989 otettiin käyttöön ensimmäiset laskunmaksuautomaatit. Samaan aikaan myös pankkien välinen maksuliikejärjestelmä kehittyi, kun paperitositteet ja magneettinauhat korvattiin suorilla kahdenkeskisillä tietoliikenneyhteyksillä, jolla automatisoitiin ja lisättiin kapasiteettia maksutietojen välitykseen. (Nordea, Pankkimuseo)

1990-luvulla elektronisten pankkipalveluiden kehitys jatkui. Tiliotetositteet, laskujen viivakoodit sekä online pörssikauppa tulivat käyttöön vuosikymmenen alussa. Pankki- ja postisiirtolomakkeet, joita oli käytetty 1940-luvulta asti, yhdistettiin tilisiirtolomakkeeksi, joka tarkoitti postisiirtojen loppumista. Vuonna 1995 otettiin käyttöön ensimmäiset internet-pankkipalvelut, jotka olivat ensimmäinen versio nykyaikaisesta verkkopankista. Uusien palveluiden myötä Suomesta oli kehittynyt pankkipalveluiden kärkimaita koko maailmassa. (Nordea, Pankkimuseo) Nopeasta teknisestä kehityksestä huolimatta 90-luku ei ollut pankkialalle helppoa aikaa. 1990-luvun alun voimakkaan laman seurauksena useat yritykset menivät nurin, työttömyys kasvoi ja pankkien luottotappiot lisääntyivät. Luottotappiot johtivat pankkien maksuvaikeuksiin, jotka johtivat pankkien valtioneuvoksiin tai fuusioihin. (Nordea, Pankkimuseo)

2000-luvulla digitalisaatio jatkoi koko finanssialan muuttamista. Pankkikortit ja verkkopankki yleistyivät koko kansan keskuudessa.

Suomalaiset siirtyivät käteisestä muihin maksutapoihin koko muuta maailmaa nopeammin. Verkkopankin hankkineet pystyivät maksamaan laskunsa kotona tietokoneella, ja pankkien kassapalveluiden tarve väheni. 2000-luvulla pankkien konttoverkosto on tasaisesti laskenut ja henkilöstömäärä pudonnut. (Finanssiala2015)

2.3 Finanssitoimiala Suomessa 2016

Suomen talous alkoi elpyä vuoden 2016 loppua kohden, kun työttömyys kääntyi laskuun ja kuluttajien luottamus talouteen koheni. Rakennusinvestoinnit ja yksityinen kulutus kasvoivat ensimmäistä kertaa vuoden 2008 finanssikriisin jälkeen. Euroopan keskuspankki piti rahapolitiikkansa edelleen elvyttävänä, laskettuaan ohjauksen nollassa ja talletuskorkonsa -0,4 prosenttiin. Tämä tarkoittaa sitä, että tavalliset pankit joutuvat maksamaan käteispankkitalletuksistaan EKP:lle. Vuonna 2016 suomalaiset pankit maksoivat keskuspankkitalletuksistaan yhteensä 136 miljoonaa euroa. (Finanssiala2016)

Pankeille henkilöasiakkaiden rahoittaminen asunto- ja erilaisten kulutusluottojen muodossa on merkittävä osa tuloksesta. Korkokate eli pankin saamien ja maksamien korkojen erotus oli vuonna 2016 41 prosenttia koko pankkitoimialan kokonaistuotosta. On kuitenkin huomioitavaa, että korkokatteen osuus pankkien kokonaistuotosta on pienentynyt ja pankit ovat monipuolistaneet liiketoimintaansa, jonka johdosta tuottoja tulee yhä enemmän muun muassa sijoitustoiminnasta, varallisuudenhoidosta ja vakuutus tuotteista. (Finanssiala2016)

Nollakorkoympäristö luo edelleen haasteita pankkien korkokatteelle, joka supistui yhteensä noin 4 prosenttia edellisvuodesta. Kotimaisen pankkisektorin liikevoitto oli yhteensä 2,8 mrd. eli noin 6 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2015.

Talletuskannan korot ovat nollassa ja samaan aikaan asuntolainojen marginaalit ovat kaventuneet. Uusien nostettujen asuntolainojen keskimääräinen marginaali oli 1,12% (Finanssiala2016).

Finanssialalla toimii Suomessa yrityksiä, jotka tarjoavat asiakkailleen pankki-, vakuutus tai sijoituspalveluja. Finanssialan keskusliitossa on noin 450 jäsenyhteisöä, joissa työskentelee noin 40 000 työntekijää. Alan yritykset toimivat suureksi osaksi konserneina tai erilaisina työryhmittyminä. Suomessa toimi vuoden 2010 lopussa kotimaisia talletuspankkeja, ulkomaisten luottolaitosten sivukonttoreita ja ulkomaisien pankkien tytäryhtiöitä yhteensä 299. Pankkisektorilla työskentelevien henkilöiden määrä oli 27 900 henkilöä ja konttoreita oli noin 1 600 kappaletta. (Rajander-Juusti 2012)

Haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta Suomessa olevien pankkien kannattavuus ja vakavaraisuus ovat säilyneet hyvinä. Pankkirakenne on säilynyt viime vuosien aikana melko samanlaisena. Vuonna 2008 koettu finanssikriisi ja sen jälkeiset fuusiot ja yhteenliittymät muokkasivat suomalaisen pankkisektorin erittäin tehokkaaksi. Suomen pankkitoiminnoista noin puolet on ulkomaisissa omistuksissa. (Rajander-Juusti 2012)

3 PANKKIEN PALVELUT

3.1 Pankkien päivittäispalvelut

Pankit tarjoavat asiakkailleen monenlaisia pankkipalveluita, joista maksujenvälitys on keskeisin. Yleisin päivittäispalvelutuote on käyttötili, joka sopii hyvin päivittäisten raha-asioiden hoitoon. (Nordea 2017a) Käytännössä jokaisella suomalaisella täysi-ikäisellä on asiakkuus pankissa, jossa heillä on pankkitili ja siihen tilinkäyttövälineitä, kuten maksukortti tai verkkopankkitunnukset. Pankkitilille ohjataan palkat, eläkkeet ja muut toistuvat suoritukset, mistä voidaan kätevästi maksaa ostokset ruokakaupassa maksukortilla tai laskut verkko-/mobiilipankissa. Suurin osa maksutapahtumista toteutetaan nykyisin erilaisilla maksukorteilla ja verkkopankin kautta, kun taas käteisen rahan käyttö on vähentynyt merkittävästi. (Finanssivalvonta 2017a)

Päivittäinen maksuliikenne käsittää tilisiirrot ja maksut verkkopankissa. Jokaisella asiakkaan eri tilillä on oma IBAN-muotoinen tilinumero, joka tarvitaan tilisiirtoon. Lyhenne IBAN tulee sanoista International Bank Account Number eli kansainvälinen tilinumero. (Danske Bank 2017a) Suomen maksuliike on osa eurooppalaista maksujärjestelmää ja kansalliset maksujen välitystavat ovat poistuneet käytöstä Suomessa. Laskut ja palkat maksetaan nykyään SEPA-tilisiirtoina (Single Euro Payments Area) niin Suomeen kuin muualle euroalueella. SEPAn tavoitteena, on että kuluttajat, yritykset ja yhteisöt voivat maksaa ja vastaanottaa euromääräisiä maksuja samoin ehdoin, oikeuksin ja velvollisuuksin riippumatta siitä, onko maksu maan sisäinen tai muiden maiden välinen (Nordea 2017b) (Erkki Kontkanen 2015)

3.2 Pankkien monikanavaisuus

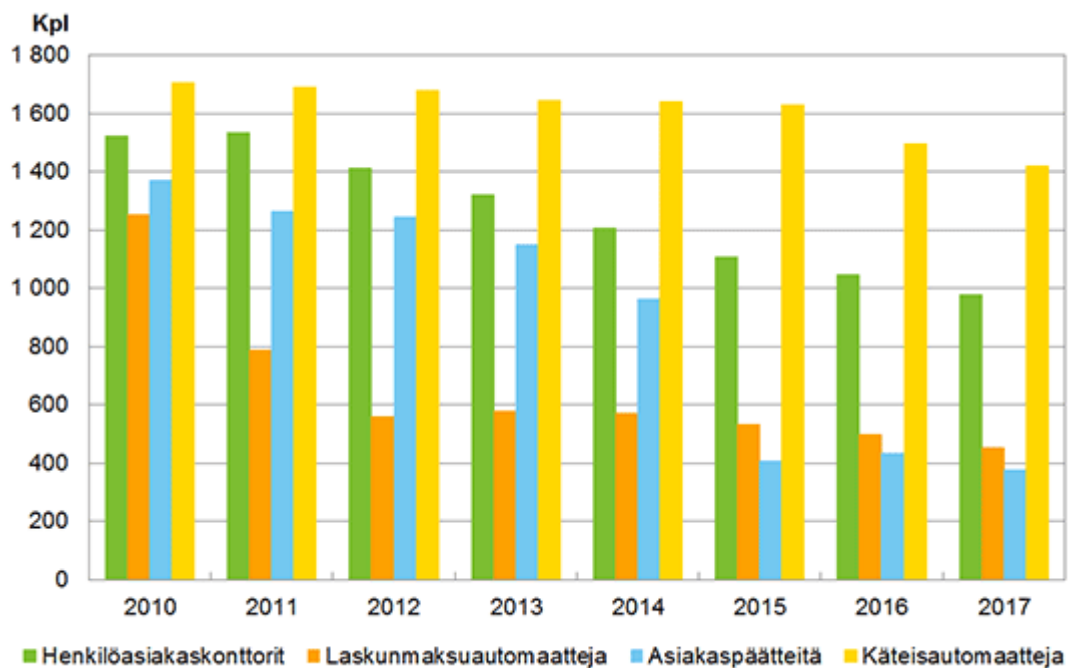
Monikanavaisuus tarkoittaa palveluiden tarjoamista erilaisissa palvelukanavissa. Tutkimus- ja konsulttiyritys Gartnerin tutkimuksen mukaan asiakaskokemus nousee yhä merkittävämmäksi kilpailutekijäksi. Lähes 90% kyselyyn vastanneista yrityksistä koki hyvän asiakaskokemuksen merkityksen kasvavan tuotteen ominaisuuksia tai hintaa tärkeämmäksi kilpailutekijäksi. Asiakkaat odottavat saumatonta ja helppoa asiointia yritysten kanssa. Digitalisaatio on tuonut pankeille mahdollisuuden tarjota sujuvampaa palvelua ajasta ja paikasta riippumatta. Laskut voi maksaa kotona verkkopankissa, vaikka keskellä yötä. (Korhonen 2017)

Pankeille monikanavaisuus tuo sekä mahdollisuuksia että uhkia. Monikanavaisuus vaatii asiakaspalvelijoilta hyvää tilannetajua, jotta he osaavat suositella asiakkaalle helpointa ja sopivinta kanavaa. Eri kanavien markkinointi on olennaista, jotta asiakkaat ovat tietoisia eri vaihtoehtoista. (Rajander-Juusti 2012)

3.2.1 Konttorien vähentyminen

Konttorit ovat se perinteinen paikka hoitaa pankkiasioita. 1970- ja 80-luvulla konttoreiden määrän kasvu toi pankkipalvelut jokaisen suomalaisen lähelle. Kehitys on kuitenkin nyt menossa siihen suuntaan, että konttorit alkavat hävitä katukuvasta. Pohjois-Savon Osuuspankin 130 000 asiakkaasta vain prosentti käyttää kassapal-

veluja vähintään kaksi kertaa kuukaudessa. Tämä tarkoittaa pienimmillä paikkakunnilla 20-60 henkilöä. Konttorien kassapalveluita käyttävät pääasiassa iäkkäät ihmiset, jotka eivät ole oppineet vaihtoehtoisia tapoja hoitaa pankkiasioitaan. Pankkien selvä suuntaus on entistä enemmän palvella asiakkaita etänä, mistä johtuu konttoriverkoston vähentyminen koko Suomessa. Maksukortit ja verkkopankin yleistymisen ovat jo vähentäneet tarvetta asioida konttorilla. Viime vuosina konttoreiden rooli on korostunut lähinnä uusasiakashankinnassa, asiakassuhteiden hoidossa ja asuntokauppatilaisuuksien hoitamisessa. Vielä toistaiseksi myös verkkopankkitunnusten hankkimisen yhteydessä joutuu asioidaan konttorilla. Nykyään useimmissa pankeissa lainaneuvottelut on mahdollista hoitaa verkkotapaamisella, mutta monet asiakkaat suosivat vielä kasvokkain tapaamista. (Savon Sanomat 2017)



Kuvio 1. Konttoriverkoston vähentyminen 2010-luvulla. (Finanssivalvonta 2017D)

3.2.2 Pankki- ja luottokortit

Maksukortti on kortti, jolla voidaan maksaa tuotteista tai palveluista ilman käteistä rahaa. Kansalliset pankkikortit tulivat Suomeen 1970-luvun loppupuolella ja 1980-luvulla kortit yleistyivät voimakkaasti. Ensimmäisissä pankkikorteissa oli pelkkä osto-ominaisuus ja 1980-luvulla niihin lisättiin mahdollisuus nostaa seteleitä pankkiautomaateista. Kansalliset pankkikortit eivät yleensä kelvanneet ulkomailla, ja vasta kansainvälisten Visan ja Mastercard yleistyessä samalla maksukortilla pystyi asioimaan sekä kotona, että ulkomailla. Nykyään on yleistä omistaa yhdistelmä-kortti, joka sisältää sekä pankki-, että luottopuolen. (Tekniikka&Talous 2006)

Tavalliseen pankkikorttiin ei sisälly maksuaikaa tai luottoa, ja useimmiten pankkikortilla tehdyt maksut peritään kortin omistajan tililtä muutaman päivän viiveellä. Luottokortti eroaa tavallisesta debit-kortista siten, että luottokortilla oleva raha ei ole asiakkaan omia säästöjä. Luottokortti on siis pieni käyttölaina, jolla voi maksaa niin päivittäistavaraostokset kaupassa, kuin tehdä ostoksia Internetissä. Tästä syystä luottokortin käyttämisestä asiakas maksaa käyttämästään rahasta korkoa. Luottokortin saamiseksi asiakkaalla täytyy olla vakituinen työpaikka, eikä asiakkaalla saa olla maksuhäiriömerkintöjä. Luottokortin hyödyllisimpiä ominaisuuksia on se, että luottoyhtiö on itse vastuussa myyjän sopimusrikkomuksen aiheuttamista vahingoista, jos tuote tai palvelu on ostettu luottokortilla. Tämän vuoksi luottokortti on turvallisin tapa maksaa silloin, kun myyjä vaatii maksua etukäteen, kuten ostettaessa lentolippuja tai tehdessä verkko-ostoksia ulkomaalaisissa verkkokaupoissa. Vuonna 2012 Suomessa oli luottokortteja 3,4 miljoonaa. (Tilastokeskus 2012) (Kuluttajaliitto)

Suomen Pankin 2016 tammikuussa tekemän tutkimuksen mukaan 71 prosenttia suomalaisista maksoi ostoksensa pääasiassa maksukorteilla, 17 prosenttia käteisellä ja 12 prosenttia käytti molempia. Myös Finanssialan keskusliiton tutkimus vuo-

delta 2015 kertoo, että vain reilu viidesosa maksoi päivittäistavaraostoksensa tavallisimmin käteisellä, kun kolme neljäsosaa käytti jotain maksukorttia, useimmiten debit-korttia. Vaikka korttimaksut ovat nakertaneet käteisen osuutta, niin Suomen Pankin johtavan neuvonantajan Kari Takalan mukaan käteinen raha pysyy muiden maksutapojen rinnalla vielä pitkään. Hän arvioi, että käteisen poistumiseen menee vähintään 15-20 vuotta. (YLE 2016)

Pankkien uusiin tuotteisiin kuuluu lähimaksukortti, joka on yleistynyt vasta vuonna 2015. Lähimaksuominaisuus tarkoittaa, että asiakas voi maksaa alle 25 euron suuruisia ostoksia helposti ja nopeasti viemällä maksukortin lähelle maksupäätettä. Asiakkaan ei tarvitse laittaa korttia maksupäätteeseen, eikä näppäillä tunnuslukua. Lähimaksuominaisuuden voi valita kaikkiin pankkikorttityyppeihin.

3.3.3 Verkko- ja mobiilimaksaminen

Verkkopankin käyttöä varten asiakas tarvitsee henkilökohtaiset verkkopankkitunnukset sekä toimivan internet-yhteyden. Verkkopankissa on mahdollista hoitaa käytännössä kaikki pankkiasiat, jotka ennen ovat vaatineet konttorilla asiointia. Asiakkailla verkkopankki on tuonut pankkiasioiden hoitoon helppoutta ja joustavuutta. Lisäksi verkkopankin käyttö mahdollistaa rahan säästämisen. Esimerkiksi laskujen maksaminen tai uuden pankkikortin tilaaminen tulee huomattavasti halvemmaksi, kun asian hoitaa verkkopankissa. (Danske Bank 2017b)

Finanssipalvelun tarjoajalla on lakisääteinen velvollisuus tunnistaa ja tuntea asiakkaansa. Konttorilla tämä tapahtuu kysymällä asiakkaalta voimassa olevaa henkilöllisyystodistusta, kun taas verkkopankissa todennus tapahtuu henkilökohtaisten pankkitunnusten kautta. Verkkopankkitunnukset ovat sähköinen allekirjoitus, jonka avulla voi hyväksyä sopimuksia verkkopankissa. Verkkopankkitunnuksia voi myös käyttää tunnistautumiseen eri asiointipalveluissa. Tällaisia ovat pankkien omat

asiakaspalvelunumerot tai esimerkiksi Kelan-sivut. Asiakaspalvelunumeroon soittamalla verkkopankkitunnukset omaava asiakas pystyy tekemään pieniä toimeksiantoja, kuten lunastamaan rahastoja. (Finanssivalvonta 2017b)

Vaikka lähes jokaisella suomalaisella on matkapuhelin, on mobiilimaksaminen Suomessa vielä vähäistä. Pankkien näkökulmasta kasvua rajoittaa lähinnä maksupäätteiden vähäisyys ja uuden maksujärjestelmän luomisen kalleus. Maksamisen infrastruktuuri on vaatinut pankeilta suuria investointeja, ja se pystyy pyörittämään kustannustehokkaasti valtavia tapahtumamääriä. Kuluttajat ja yritykset eivät myöskään halua kuluja maksamisesta, joten maksamisen tuottopotentiaali on rajallinen. Tanskassa Danske Bankin luomaa MobilePay-maksusovellusta käytti vuonna 2016 2,4 miljoonaa tanskalaista eli 43 prosenttia väestöstä, kun taas Suomessa tämän sovelluksen ladanneita oli vain 190 000. (YLE 2016)

Suomessa merkittäviä mobiilimaksamissovelluksia on kaksi. Osuuspankin tarjoama Pivo-lompakko on älylompakko, jota voi käyttää älypuhelimella. Pivo pitää tärkeät pankkitiedot, maksukortit sekä suosikkikauppojen tiedot kätevästi tallessa. Osuuspankin asiakkaat voivat lisätä maksukortin, jonka kanssa voi maksaa ostokset kaikissa kaupoissa, joissa on lähimaksuja tukeva maksupäätte. Pivolla voi myös kätevästi siirtää kaverille rahaa ilman kaverin tilinumeroa, sillä rahan siirtoon riittää pelkkä kaverin puhelinnumero. Pivosta löytää myös lähialueen kaupat ja palvelut, sekä paljon erilaisia kauppiaiden tarjoamia etuja ja tarjouksia. Pivon on ladannut jo lähes miljoona suomalaista. Pivon merkittävin kilpailija on Danske Bankin tarjoama MobilePay-sovellus, jota Pivon tavoin voi käyttää kaikkien pankkien asiakkaat. Ominaisuuksiltaan MobilePay on hyvin samanlainen kuin Pivo. Sovelluksella voi maksaa sekä kaupassa, että verkkokaupassa. MobilePayllä voi helposti jakaa laskun ystäväporukan kesken tai pyytää kaveria lähettämään rahaa sinulle. (Osuuspankki 2017) (Mobilepay 2017)

3.4 Laina- ja sijoituspalvelut

Maksupalveluiden ja asiakkaan varojen säilyttämisen lisäksi pankit tarjoavat henkilöasiakkaille laina- sekä sijoituspalveluita. Suurin osa pankkien henkilöasiakkaille myöntämistä lainoista on asuntolainoja, mutta ne myöntävät myös muita lainoja kuten kulutusluottoja ja opintolainoja. Lainojen ehdot ja kustannukset voivat vaihdella paljon. Erityistä huomiota on hyvä kiinnittää lainan lyhennystapaan, korkoon ja marginaaliin sekä erilaisiin lainasta perittäviin kuluihin ja maksuihin. Lainan kokonaiskustannuksien selvittämiseksi on huomioitava kaikki edellä mainitut. (Finanssivalvonta 2014)

Pankeilla on luottoa myöntäessään sopimusvapaus, joten pankit voivat päättää kenen kanssa ja millä ehdoilla ne solmivat lainasopimuksia. Asuntolainoissa takaisinmaksuaika voi olla jopa 25 vuotta, kun taas kulutusluotot ovat usein jatkuvia. Jatkuva kulutusluottoa lyhennetään kuukausittain, mutta lyhennyksen jälkeen sitä voi taas käyttää. Kulutusluotoissa korko on huomattavasti korkeampi kuin asuntolainoissa. Pankki haluaa asuntolainoista aina vakuuden, joka useimmiten on ostettava asunto.

Pankit tarjoavat myös sijoituspalveluita kuluttajille. Nykyisessä korkotilanteessa pankit maksavat tilitalletuksille olematonta korkoa. Siksi yhä useampi kuluttaja haluaa tuottoa rahoilleen saaden samalla puskuria inflaatiolle. Tähän pankit tarjoavat omia sijoitustuotteitaan. Yleisin tuote on rahastot, joista suosituimpia ovat osake- ja korkorahastot tai niiden yhdistelmät. Pankeille rahastot tuottavat asiakkaalta veloitettujen kulujen muodossa, joita ovat esimerkiksi merkintä- ja lunastuspalkkiot. Asiakas taas hyötyy rahaston mahdollisesta arvonnoususta ja saa täten parempaa tuottoa rahoilleen kuin pitämällä sitä tilillään.

4 PANKKIEN PÄIVITTÄISPALVELUT MURROKSESSA

Pankkien toimintaympäristö on aina ollut hyvin altis muutoksille, mutta nyt pankeilla on meneillään hyvin haasteelliset ajat. Toimintaympäristön muuttuminen, uudet lainsäädännön asettamat direktiivit sekä sisäiset haasteet takaavat, että ala tulee muuttumaan vauhdilla myös jatkossa. Myös kuluttajien odotukset pankkia kohtaan ovat muuttuneet. Konttoreiden kassapalveluita käyttävät pääasiassa eläkeläiset, kun taas Y- ja Z-sukupolven edustajat hoitavat pankkiasiansa mieluummin etänä. (Petra Peltola 2013) Tämä tuo pankeille haasteita, jotta kaikki asiakkaat olisivat tyytyväisiä palvelujen saatavuuteen, mutta samalla kulut saataisiin minimoitua. Nykyään pankkien toiminnassa korostuu entistä enemmän toiminnan läpinäkyvyys, sekä palveluiden turvallisuus. (Rajander-Juusti 2012)

Finanssialan tulevaisuuden haasteita käsittelevän raportin mukaan tulevaisuudessa haasteita tulevat olemaan pankkien läsnäolo, ammattitaidon säilyttäminen, digitaalisten palvelukanavien kehittäminen sekä työkuiltuurin muuttuminen joustavammaksi. Myös luottamuksen puute sekä nykyiseen rahoitusjärjestelmään, että digitalisaatioon mukana tuomiin tietoturvauihkiin arveluttaa kuluttajia. (Rajander-Juusti 2012)

4.1 Digitalisaatio

Digitalisaatio tarkoittaa digitaalisten teknologioiden yleistymistä arkielämän toiminoissa. Digitaalisia teknologioita ovat internet, mobiiliteknologia, sosiaalinen media

ja erilaiset pilvipalvelut. Perinteiset rahoitusalan toimijat ovat saamassa digitalisaation myötä uusia kilpailijoita. Suuret teknologiajätit ovat alkaneet tarjota ensi sijassa maksamiseen, mutta osin myös luottoihin liittyviä palveluita. Myös nopeasti kasvavat, kulurakenteeltaan varsin kevyet, finanssitekniikan startup-yritykset pyrkivät vieämään markkinaosuutta perinteisiltä pankeilta. (Eurojatalous 2016)

Vuosikymmenten saatossa tekninen kehitys on tuonut rahoitusalle maksukortit, verkkopankit ja sähköiset kaupankäyntialustat. Kuluttajille pankkialan digitalisaatio on ollut iso muutos, mutta se on verrattain pieni suhteessa muiden alojen kokemaan murrokseen. Muutokset ovat näkyneet ensimmäisenä sähköisessä maksamisessa. Perinteisten korttimaksujen tilalle on syntynyt erilaisia verkko- ja mobiilimaksamisovelluksia. Merkittävä osa uusista maksusovelluksista on pankkien ja korttiyhtiöiden julkaisemia, mutta esimerkiksi Paypal, ApplePay, Google Wallet ja Ripple ovat lähtöisin pankkien ulkopuolelta. Suomi on ollut sähköisessä maksamisessa Euroopan johtavia maita, kun korttimaksuista tuli päivittäistavaraostosten tavallisin maksetapa jo noin 10 vuotta sitten. Uusien maksutekniikoiden, kuten mobiilimaksamisen, omaksumisessa suomalaiset ovat jääneet kehityksestä verrattaessa esimerkiksi Ruotsiin, Kiinaan tai Keniaan. (Eurojatalous 2016)

FinTech eli finanssiteknologialla tarkoitetaan teknologiaa, jota yritykset käyttävät tehostaakseen finanssipalveluita. Tällaisia yrityksiä kutsutaan FinTech-yrityksiksi. Perinteisesti finanssipalveluita ovat tarjonneet pankit, jotka ovatkin näytelleet pitkään merkittävää roolia yksityishenkilöiden ja yritysten arjessa. Perinteiset pankit ovat kasvaneet isoiksi organisaatioiksi ja ovat rakenteeltaan hieman kömpelöitä. FinTech-yritysten suurimpana vahvuutena pidetään niiden valmiutta reagoida finanssialan muutoksiin nopeasti. FinTech-yritykset kykenevät julkaisemaan uusia rahoituspalveluita nopeasti, koska taustalla ei ole kankeaa taustaorganisaatiota. FinTech-yritykset ovat erittäin digiorientoituneita, sillä se on niiden elinehto ja kilpailuetu. Tätä samaa ei voida sanoa kivijalkapankeista. Accenturen toteuttaman

tutkimuksen mukaan 80 prosenttia tutkimukseen osallistuneista pankkisektorin johtajista kertoi, ettei heidän pankkinsa ole valmistautunut digiaikakauteen riittävästi. (Vertaensin 2016)

FinTech-yritykset ja perinteiset pankit voivat olla samaan aikaan sekä kilpailijoita, että yhteistyökumppaneita. Finanssiteknologian tuoma myllerrys pankkialalle pakottaa pankkien miettimään liiketoimintaansa uudestaan. Esimerkiksi Osuuspankki on laajentamassa toimintaansa sairaala-alalle. OP-ryhmän pääjohtaja Reijo Karhinen näkee finanssialan muutoksen merkittävänä. Karhinen ennustaa, että osasta pankkeja tulee finanssitehtaita, joiden palveluja kolmannet osapuolet välittävät osana muuta toimintaansa. FinTech-yrityksiä toimii Suomessa jo henkilökohtaisen talouden hallinnan parissa, sijoittamiseen keskittyvissä palveluissa ja yrityksille tarkoitettuihin FinTech-innovaatiot palveluihin. (Vertaensin 2016)

Digitalisaatio on tuonut myös uudenlaisia riskejä rahoitus-alalle. Finanssiala toimii luottamusbisneksessä, joka tarkoittaa, että pankkien ja maksupalveluyritysten toiminta ei olisi mahdollista, elleivät kuluttajat, yritykset ja sijoittajat luottaisi toimijoihin. Finanssialan vakavaraisuus- ja menettelytapavaatimukset, luovat pohjaa tälle luottamukselle. Myös FinTech toimijoiden tulee ansaita vastaava luottamus. Varsinkin toiminnan alkuvaiheessa tapahtuvat asiakasvarojen menetyksiin johtavat väärinkäytökset tai konkurssit olisivat nuorelle yritykselle kohtalokasta. Kyberriskit ovat digitalisaation mukana tuoma rasite, ja rikollisuus on yhä enemmän siirtymässä verkkoon, joka edellyttää kaikilta finanssialan toimijoilta tietoturvanostuksia. (Finanssivalvonta 2016a)

4.2 Kilpailun koventuminen

Pankkialalla on kilpailua enemmän kuin koskaan ennen. Tämä johtuu siitä, että digitalisaation muuttaessa rahoitus-alaa, on pienempien toimijoiden helpompaa tulla

kilpailemaan asiakkaista. Uusia toimijoita ja palveluntarjoajia syntyy jatkuvasti lisää, mikä lisää pankkien tarvetta olla tietoisia uusista trendeistä ja kuluttajien tarpeista. Hidas talouskasvu ja matala korkotaso haastavat pankkien kannattavuuden. Kustannustehokkuuden merkitystä korostaa se, että arvonlennustappiot ovat monissa maissa vielä korkealla tasolla. Myöskään perinteisten korko-, palkkio- ja kaupankäyntituottojen lisääminen ei tässä markkinaympäristössä ole kannattavaa. Parempi asuntolainan korko on asiakkaille suurin syy pankin vaihtoon. Ongelmallista tässä on, että jos pankki X laskee marginaaliaan tavoitellakseen uusia asuntolainoja, niin pankit Y ja Z seuraavat hyvin pian perässä. Lopputuloksena sekä X, Y ja Z häviävät korkotuottojen muodossa. (Eurojätalous 2015)

Hinnastot pankeilla ovat hyvin samanlaiset. Peruspankkipalvelut tarjotaan yleensä tietyllä kuukausittaisella palvelumaksulla, johon usein vaikuttaa asiakkuuden määrä ja laatu. Pankkien unelma asiakkaita ovat korkeakoulutetut nuoret, joilla on asunnon osto edessä. Moni pankki tarjoaakin ilmaisia peruspalveluita nuorille asiakkailleen. Kilpailun koventumista selittää myös pankki- ja vakuutusalan fuusioituminen. Vakuutus- ja pankkipalvelut yhdistyvät yhä enemmän saman katon alle, jolloin pankit voivat tarjota asiakkailleen yhä laajempaa tuotetarjontaa. Vakuutus- ja pankkipalveluiden tarjoaminen saman konsernin toimesta sitouttaa asiakasta keskittämään sekä vakuutus-, että pankkipalvelut samalle palveluntarjoajalle. (Taloussanomien 2015)

4.3 Muutos kuluttajissa

Finanssialalla muutos näkyy myös kuluttajien asenteissa. Kuluttajat ovat vaativampia kuin koskaan ennen ja pankkien kilpailuttaminen on aikaisempaa helpompaa.

Pankkien tuotteiden ja hinnastojen ollessa lähes identtiset, pankkien on haastavaa saada uusia asiakkaita. Nykyajan kuluttaja arvostaa luottamusta, läpinäkyvyyttä ja palveluiden käytön helppoutta. Tämän lisäksi kuluttajat vaativat rehellisempää ja vastuullisempaa toimintaa. Hyvänä esimerkkinä toimii Nordean vuonna 2016 tapahtunut Panama-kriisi, joka vahingoitti pankin imagoa ja johti asiakkaiden menettämiseen kilpailijoille. (Rajander-Juusti 2012) (Suomen Kuvalehti 2016)

Finanssialan kyvykkyydet 2020-raportin mukaan viime vuosina kuluttajien luottamus finanssialan yrityksiin on heikentynyt merkittävästi. Syitä tähän ovat sekä markkinoiden tilanne, että 2008 finanssikriisin jättämät arvet finanssialaan. Pankkien tulevaisuuden yksi suurimmista haasteista on säilyttää asiakkaiden luottamus pankkipalveluita kohtaan. (Rajander-Juusti 2012)

Pankkipalveluiltaan asiakkaat odottavat yksinkertaisuutta ja paikallisuutta. Asioiden halutaan sujuvan nopeasti, ja mikäli konttorikäyntiä tarvitaan asian hoitamiseksi, niin konttorin pitäisi löytyä läheltä ja olla auki joustavasti. Kuluttajat haluavat, että pankkipalvelut ovat tarjolla ajasta ja paikasta riippumatta. Digitalisaation avulla asiakkaiden asiointitavat siirtyvät yhä enemmän verkkoon, mikä tuo pankkipalveluihin joustavuutta. Kuluttajat luottavat vertaismielipiteisiin, ja sosiaalinen media on pankeille tärkeä markkinoinnin kanava. Pelkkä tyytyväinen asiakas ei jatkossa enää riitä, vaan tarvitaan brändin puolestapuhujia. Internetissä kuluttajien on helppo vertailla palveluita ja lukea sosiaalisen median kautta muiden asiakkaiden kommentteja. Kuluttajat ovat omaksuneet pankkiasioiden hoidon etänä, mutta vielä haasteena on haastavampien pankkiasioiden ohjautuminen konttoreihin. (Rajander-Juusti 2012)

4.4 Kyberrikollisuus kasvavana uhkana

Digitalisaation myötä lähes kaikki maksaminen hoidetaan nykyään sähköisesti, jonka myötä kuluttajien päivittäinen maksaminen on riippuvainen pankkien tietojärjestelmien toimivuudesta. Kasvavana ilmiönä ovat kuitenkin olleet eri pankkien tietojärjestelmien katkokset. Tietojärjestelmien katkosten aikana verkkopankit ovat kaatuneet, maksukortit eivät ole toimineet eikä käteistä ole pystynyt nostamaan automaateista. Tietojärjestelmien katkosten syinä on useasti pankkien omat päivitys- ja huoltotyöt, mutta kasvavissa määrin katkoksen aiheuttajana on esiintynyt jokin ulkopuolinen taho. Digitaalisuus onkin tuonut mukanaan aivan uudenlaisen uhan, kyberrikollisuuden. (Euro ja talous 2/2015)

4.4.1 Maksukorttirikollisuus

Yhä useammat ostokset maksetaan erilaisilla maksukorteilla ja myös verkkokaupoissa joutuu syöttämään kortin tiedot. Korttien käytön lisääntyessä on myös kasvanut kortteihin kohdistuva rikollisuus. Maksukorttirikollisuudella on useita ilmenemistapoja, mutta tavoitteena on aina saada haltuun kortilla olevat tiedot, joiden avulla rikolliset pääsevät käsiksi kortinhaltijan pankkitilillä oleviin rahoihin.

Maksukortit ovat teknisesti ajateltuna datan- eli tiedonsiirtovälineitä. Maksukorteiksi luokitellaan esimerkiksi luottokortit, maksuaikakortit, pankkikortit, käteisautomaattikortit ja debit-kortit. Niiden käyttö maksuvälineenä perustuu jokaisessa kortissa olevaan yksilölliseen numerosarjaan, joka on liitettyä asiakkaan pankki- tai luottotiliin.

Useimmissa maksukorteissa on ainakin kaksi rinnakkain olevaa teknistä sovellusta, jotka välittävät maksutapahtumaan tarvittavan kortin yksilöivää datasisältöä:

1. Kortin takapuolella oleva magneettijuova
2. Kortin etupuolella oleva mikrosiru
3. Kortin etupuolelle painettu kortin numero

Vanhaa tekniikkaa käyttävä magneettijuova on helppo kopioida, sillä sitä ei ole suojattu. Maksukorteilla yleisimmin maksamiseen käytettävää mikrosirua, on vielä vaikea kopioida. Magneettinauhojen korttidatan kopioimiseen käytetään yleisimmin maksukorttiautomaatteihin rikollisten asentamia skimmauslaitteita. Skimmauslaitteen tarkoituksena on kopioida asiakkaiden maksukortin magneettijuovatiedot sekä tunnusluku. Näillä tiedoilla rikolliset pystyvät valmistamaan väärennettyjä maksukorttikopioita, joilla he voivat tehdä käteisnostoja automaateista. Tämän kaltainen rikollisuus on usein kansainvälistä ja nämä korttikopiolla tehdyt käteisnostot tapahtuvat yleensä ulkomailla. Uutena ilmiönä maksukorttirikoksissa on tullut lähimaksun omaaviin kortteihin kohdistuneet väärinkäytöt. Näissä rikoksissa maksukortilta veloitetaan pieniä summia käyttämällä maksukorttien lähimaksuominaisuutta, jossa korttia ei tarvitse kuin pitää maksupäätteen lähellä siirron onnistumiseksi. Rikolliset käyttävätkin näitä maksupäättehuijauksia yleensä ruuhkaisissa paikoissa, ettei uhritätä huomaisi. Vaikka maksupäätteen täytyy olla noin muutaman sentin päässä kortista, pystyy sitä kuitenkin käyttämään vaatteiden tai lompakon läpi. (Poliisi 2017 Maksukorttirikollisuus 2017)

Suurin osa varastetuista maksukorttidatasta kaapataan kuitenkin tietoverkoista haittaohjelmilla tai suorilla tunkeutumisilla (hakkeroinnilla) johonkin dataa sisältävään palvelimeen. Etenkin erilaisten nettipalveluiden käyttäjätilit, joihin käyttäjät ovat syöttäneet omat maksukorttitietonsa, ovat olleet viime vuosina rikollisten kohteina. Myös pankkeihin on kohdistunut tietomurtoja, mutta ne ovat paljon harvinaisempia, sillä pankkien tietojärjestelmät ovat usein paremmin suojattuja kuin muiden maksukorttitietoja käsittelevien palvelijoiden. (Poliisi, Maksukorttirikollisuus 2017)

Maksukorttien ja niiden tietojen varastaminen onkin yleisin ilmenemismuoto pankkeihin kohdistuvan kyberrikollisuuden parissa.

Datakaappauksien ehkäisemiseksi onkin otettu käyttöön uusi tietoturvastandardi PCIDSS (Payment Card Industry Data Security Standard), joka määrittelee tarkasti missä ja millaisessa muodossa maksukorttidataa saa säilyttää. Vaikka kortinhaltija on vastuussa, miten maksukorttiaan käyttää ja minne maksukorttitietonsa laittavat, on pankki yleensä korvausvelvollinen mahdollisen maksukorttirikoksen sattuessa. (Poliisi, Maksukorttirikollisuus 2017)

4.4.2 Kalasteluhijaukset

Asiakkaiden henkilökohtaisten pankkitietojen kalastelu on viime vuosien aikana arkipäiväistynyt ja lehdistä saakin lukea lähes viikoittain, kuinka jonkin pankin asiakkaat ovat joutuneet kalasteluyritysten kohteeksi. Kalastelussa rikollisten tarkoituksena on saada asiakkaat luovuttamaan heidän verkkopankkitunnuksensa tai maksukorttitietonsa, esiintymällä viranomaisena tai pankin työntekijänä. Yleisimmin asiakasta lähestytään kalasteluviesteillä sähköpostin, puhelimen tai jopa sosiaalisen median kautta. Pankit aika ajoin muistuttavatkin asiakkaitaan, etteivät he koskaan kysy verkkopankkitunnuksia missään kanavissa verkkopankkia lukuun ottamatta. Ainoana poikkeuksena on pankin oma asiakaspalvelu, jossa

verkkopankkitunnuksia käytetään asiakkaan tunnistamisessa. Tämänkin toiminnan edellytyksenä on, että asiakas itse soittaa asiakaspalveluun. (Poliisi 2017, Kyberrikollisuus)

4.4.3 Palvelunestohyökkäykset

Palvelunestohyökkäyksillä tarkoitetaan tietoverkkohyökkäystä, jonka tarkoituksena on estää verkkosivuston normaali käyttö. Tämä toteutetaan usein kohdistamalla

verkkosivustolle niin paljon liikennettä, että palvelin ylikuormittuu eikä se kykene toimimaan.

Pankkeihin kohdistuvien palveluestojen seurauksena asiakkaat eivät ole pystyneet käyttämään verkkopankkia tai maksukorttejaan. Palvelunestohyökkäykset voivat kestää muutamasta tunnista useisiin päiviin, kuten kävi vuonna 2015 kun Osuuspankin verkkopankki kaatui uudenvuodenaattona palvelunestohyökkäyksen takia. Palvelunestohyökkäys saatiin kokonaan torjuttua vasta viikkoa myöhemmin. (Yle, 2015)

Vaikka palvelunestohyökkäyksiä suorittaneet tahot ovat useasti vaatineet lunnaita hyökkäyksen lopettamiseksi, ei tekijöille ole aina mielessä pelkästään rahalliset intressit. Useasti hyökkääjien motiivina on ollut pelkkä ilkeä ilme, julkisuuden haku tai kiristyksen tarkoituksena on ollut tekijän muut esimerkiksi poliittiset intressit.

5 MAKSUPALVELUDIREKTIIVI

5.1 Maksupalveludirektiivin lainsäädäntö

13.01.2018 voimaan tulevan EU:n maksuliikedirektiivin (Payment Services Directive (PSD:n) tavoitteena on saattaa erilaiset maksupalvelut nykyistä laajemmin sääntelyn piiriin sekä saattaa maksupalvelujen sääntely vastaamaan markkinoilla tapahtunutta kehitystä. Tilinpitäjäpankkien on mahdollistettava kolmansille palveluntarjoajille pääsy asiakkaiden tileille asiakkaan suostumuksen perusteella. Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajalla ja tilitietopalvelun tarjoajalla on oikeus hyödyntää maksutiliä pitävän pankin asiakkaalle tarjoamia vahvan tunnistamisen menettelyjä. Lisäksi sääntelyn piiriin tulee myös korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlasku toisen osapuolen tarjoamaan tiliin liitettynä.

(Finanssivalvonta, 2017)



Kuva 2. Uusi maksupalveludirektiivi.

(Slideshare2017)

Tämä käytännössä tarkoittaa, että asiakkaan suostumuksella pankin on luovutettava asiakkaidensa tilitiedot kolmansille osapuolille. Kolmansilla osapuolilla on myös oikeus hoitaa asiakkaan maksuliikennettä, sekä yhdistää omia maksuvälineitään esimerkiksi maksukortteja tai mobiilimaksusovelluksiaan asiakkaan pankkitiliin. Kolmansien osapuolien on kuitenkin hankittava Finanssivalvonnalta tai ulkomailla paikallisen viranomaisen hyväksyttävät maksulaitosluvat, ennen kuin tilitietoja voidaan alkaa antaa eteenpäin pankista.

Uuden maksupalveludirektiivin voimaantulo on isoin muutos pankkialalla vuosiin, joka pakottaa pankit miettimään uusiksi strategisia päätöksiään. Arvioiden mukaan kahdeksan suurimman pohjoismaan pankin liikevaihdosta 1,8 miljardia on uhattuna menettää kolmansille osapuolille ja noin 47 prosenttia pohjoismaisten pankkien maksuliikepalveluista saadusta liikevaihdosta on uhattuna (Talouselämä, 2016) Uusien regulaatioiden tuomat muutokset avaavat myös mahdollisuuksia uusille lisäarvopalveluille, jossa pankit hyödyntäisivät kolmansien osapuolien osaamista. Joka tapauksessa pankkien on kehitettävä omia maksupalveluitaan ja digitalisoiduttava enemmän sekä lisättävä monikanavaisuuttaan, jos he haluavat pysyä uuden direktiivin tuomien muutosten mukana.

5.2 Maksupalvelut maailmalla

Vaikka EU-alueen maksupalveluiden vapautumisesta aiheutuvia muutoksen vaikutuksista voidaan vain spekuloida, on muualla maailmassa avoimien maksupalveluiden vaikutuksia jo nähty.

Amerikkalaisella kahvilaketju Starbucksilla oli vuonna 2016 maksukorteillaan yhteensä noin 1.2 miljardia dollaria rahaa. Summa on isompi kuin monilla amerikkalaisilla säästöpankeilla on talletuksia. Suurena syynä Starbucksin maksukorttien

suosioon on yhtiön vuonna 2011 lanseeraama mobiililompakko, jolla asiakas pystyy matkapuhelimellaan maksamaan ostoksensa. Kyseiset mobiilimaksupalvelut ovat alkaneet yleistyä pankkien keskuudessa vasta viime vuosina, mutta suuret teknologiayhtiöt kuten Apple ja Google, sekä edellä mainittu Starbucks olivat ensimmäisinä kehittämässä mobiilimaksusovelluksia, joita nykyään pidetään pankkimaailman maksuliikenteen tulevaisuutena. (Marketwatch, 2016)

Vuonna 2011 perustettu FinTech startup-yritys Transferwise tarjoaa ulkomaan maksuliikennepalveluita jopa kahdeksan kertaa halvemmalla mitä perinteiset kivi-jalkapankit. Yrityksen maksuliikenteen toimintaperiaate perustuu peer-to-peer -järjestelmän käyttöön. Esimerkiksi asiakkaan halutessa maksaa ulkomaanmaksun punnissa, järjestelmä etsii toisen tapahtuman, jossa puntia ollaan vaihtamassa euroiksi ja tekee valuutanvaihdon näiden kahden tapahtuman välillä. Lopputuloksena on huomattavasti parempi valuuttakurssi mitä pankit tarjoavat. Transferwisen ottama välityspalkkio on myös pienempi kuin perinteisillä pankeilla. (Bloomberg, 2017)

PayPal ja Klarna ovat Internet-pohjaisia teknologia-alan yrityksiä, jotka tarjoavat asiakkailleen maksuvälityspalveluita verkkokaupassa tehdyistä ostoksista. PayPalin kautta tapahtuva maksuliikenne toimii PayPal-tilin kautta, joka asiakkaan on perustettava suorittaakseen maksuja PayPalin kautta. Tilille pystyy lataamaan rahaa oman pankkinsa verkkopankin kautta tai tilin pystyy suoraan yhdistämään myös pankin omaan maksukorttiin, jolloin maksu menee suoraan pankkitililtä. PayPalia käytetään Suomessa usein niissä ulkomaisissa verkko-ostoksissa, jotka eivät tue suomalaisia verkkopankkeja tai pankkikortteja. Paypalin asiakastileillä oli tilastojen mukaan viime vuonna noin 13,1 miljardia euroa.

Ruotsalaisyhtiö Klarna tarjoaa verkko-ostoksiin omia laskutuspalvelujaan. Asiakas voi ostaa tuotteen verkkokaupasta Klarna-laskulla, jolloin Klarna maksaa asiak-

kaan ostoksen ja siirtää asiakkaan maksusitoumuksen Klarnalle. Näin olen Klarna ottaa myös vastuun ostoksen luottoriskistä, jonka takia asiakkaan luottokelpoisuus on tarkistettava. Asiakas voi maksaa laskun osissa tai kerralla 14 päivän kuluttua ostotapahtumasta. Klarnan maksupalvelut ovat rajoittuneet vielä pääosin Euroopan maihin, mutta esimerkiksi Ruotsissa 40% verkko-ostoksista tapahtuu Klarnan kautta.

Perinteisen rahoituslaitosten rinnalle on noussut myös muiden toimialojen yrityksiä, jotka ovat alkaneet tarjota rahoituspalveluita yrityksille ja kuluttajille. Verkkokauppaajätti Amazon perusti vuonna 2012 Amazon Lending tytäryhtiönsä, joka tarjoaa lyhytaikaisia pienlainoja pk-yrityksille, jotka myyvät tuotteitaan Amazonin verkkokaupassa. Perinteisten pankkien lainanhakuprosessit ovat pitkiä, joissa lainanhakijan on toimitettava monia eri dokumentteja pankille luottokelpoisuuden määrittämiseksi. Amazonin Lendingissä lainaa hakeva yritys saa lainapäätöksen yleensä 24 tunnin sisällä, eikä lainanhakijan tarvitse toimittaa mitään erillisiä dokumentteja lainanantajalle. Tämä johtuu siitä, että Amazon käyttää luottokelpoisuuden määrittämiseksi omia sisäisiä algoritmejaan, jossa se tarkastelee lainanhakijan tuotteiden ostovolyymeita ja varaston kiertonopeutta (CNBC; 2017)

5.3 Uhat

Vaikka uuden maksuliikenedirektiivin voimaantulo tulee kehittämään digitaalisia pankkipalveluja enemmän kuluttajaystävällisiksi, monipuolisiksi ja edullisemmiksi on siinä myös haittapuolensa. Asiakkaiden tietoturva on ollut pankkitoiminnan kannalta yksi tärkeimmistä asioista. Pankkien ja muiden maksulaitosten tietoturvan edistämiseksi onkin säädetty yhtenäiset lait, jotka edellyttävät jokaiselta finanssipalvelua tarjoavalta samankaltaisia toimenpiteitä palvelun turvallisuuden ja luotettavuuden takaamiseksi. (Finanssivalvonta 2017b)

Finanssivalvonnan mukaan finanssipalveluiden tarjoajalla on lakisääteinen velvollisuus tunnistaa ja tuntea asiakkaansa. Finanssialan toimijan on varmistuttava asiakkaan oikeasta henkilöllisyydestä. Sen on myös tunnettava asiakkaansa toimintaa ja taustoja niin laajasti kuin asiakassuhde edellyttää. Asiakkaan tunteminen edellyttää myös, että palveluntarjoaja tietää, kenen toimeksiannosta ja kenen varoilla liiketoimia tehdään. Asiakkaan tunnistamisella tarkoitetaan, että palveluntarjoajan on varmistuttava asiakkaan oikeasta henkilöllisyydestä. Henkilöllisyys on varmentettava luotettavasta ja riippumattomasta lähteestä peräisin olevalla asiakirjalla. Henkilö tulee voida tunnistaa ja henkilötiedot todennetaan asiakirjasta yksiselitteisesti. Tunnistautumiseen kelpaavat kaikki suomalaisten viranomaisten hyväksymät todennusasiakirjat. Internetissä tapahtuva tunnistautuminen tapahtuu pankin myöntämällä henkilökohtaisilla verkkopankkitunnuksilla. Tosin verkkopankkitunnusten saamiseksi on asiakkaan ensiksi käytävä pankissa tunnistautumassa henkilökohtaisesti. (Finanssivalvonta 2017b)

Uuden maksupalveludirektiivin astuessa voimaan kolmannet osapuolet saavat oikeudet asiakkaiden tileihin ja luvan suorittaa asiakkaan maksuliikennettä. On tärkeää, että nämä uudet maksupalveluiden tarjoajat pystyvät yhtä luotettavasti tunnistamaan asiakkaansa asiakasturvallisuuden takaamiseksi. Tietenkin mikä tahansa yritys ei voi hoitaa asiakkaan maksuliikennettä, vaan yrityksen on ensin saatava Finanssivalvonnalta tarvittavat maksulaitosluvat toiminnan aloittamiseksi. Tämä edellyttää, että yrityksen on sitouduttava noudattamaan tunnistautumiseen liittyviä samoja säännöksiä, kuin mitä perinteisetkin pankit ja muut rahoituslaitokset noudattavat. Epäilyksiä herättääkin, kuinka hyvin kuluttajien tilitiedot pystytään suojaamaan, kun ne ovat kahden tai useamman yrityksen tietokannoissa. Suomessa hakkerit ovat onnistuneet vahingoittamaan suomalaisten pankkien järjestelmiä, jonka seurauksena asiakkaiden tilitietoja on joutunut vääriin käsiin. Tämä pistääkin miettimään tulevatko tämän kaltaiset tietomurrot yleistymään, kun asiakkaan tilitiedot alkavat liikkua eri yritysten välillä. (Finanssivalvonta 2017b)

6 TUTKIMUS PANKKIPALVELUISTA

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena Webropol-kyselytyökalua käyttäen. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää henkilöasiakkaiden suhdetta nykyisiin pankkipalveluihin ja arvioida sen pohjalta uuden maksupalveludirektiivin vaikutusta koko pankkialaan. (Liite 1.) Tutkimuksessa tutkittiin eri maksutapojen yleisyyttä ja tyytyväisyyttä nykyisiin palveluihin.

6.1 Kvantitatiivinen tutkimus

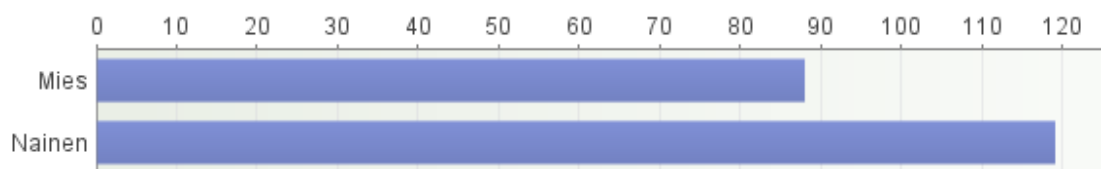
Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ollaan usein kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta ja numeerisiin tuloksiin perustuvasta ilmiön selittämisestä. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, jossa vastausvaihtoehdot on määritetty valmiiksi. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja usein selvitetään eri asioiden välisiä riippuvuuksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta sen avulla ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. (Tilastollinen tutkimus 2014)

Tutkimusmateriaali kerätään useimmiten haastattelun tai kyselylomakkeen avulla. Opinnäytetyössä päädyimme kyselylomakkeeseen, sillä katsoimme sen olevan tehokkaampi tapa. Tutkimuksen kysymykset ovat monivalintakysymyksiä ja asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Asteikkoksi valitsimme Likertin-asteikon. Likertin-asteikossa esitetään väittämä ja vastaajat arvioivat viidestä portaasta, kuinka tyytyväinen tai samaa mieltä hän asiasta on.

Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä on, että muuttujien väliltä etsitään säännönmukaisuuksia ja riippuvuuksia. Riippuvuuksilla tarkoitetaan toisen muuttujan arvon pientymistä tai kasvamista, kun toinen muuttuja pienenee tai kasvaa. Tätä vertailemista kutsutaan ristiintaulukoinniksi. Tässä opinnäytetyössä on katsottu muuttujien välisiä suhteita iän ja käyttäytymisen osilta. (Tilastollinen tutkimus 2014)

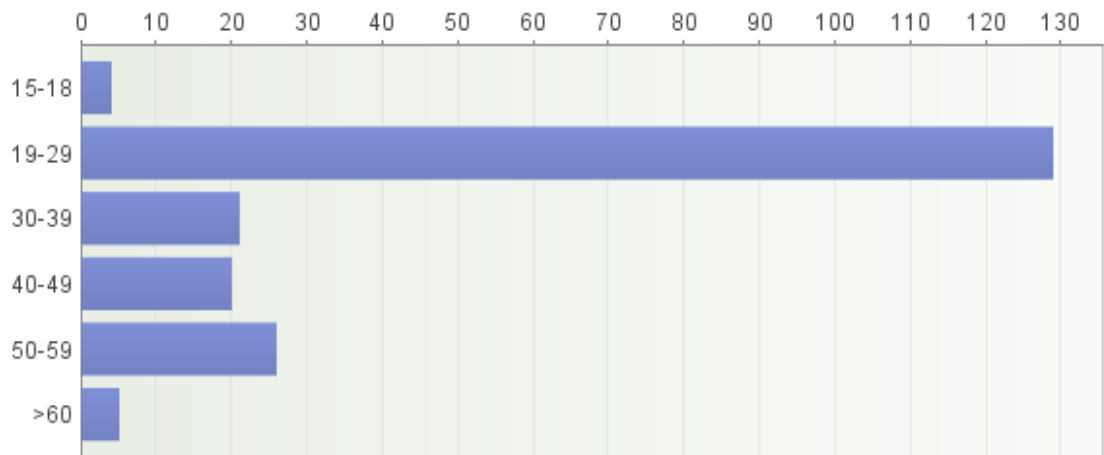
6.2 Tutkimustulosten analysointi

Tutkimustuloksien analysointi tapahtui myös Webropol-työkalun avulla. Webropolista löytyy kattava analyysityökalu, jonka avulla ristiintaulukointi on helppoa. Analysoimme koko otantaa, mutta otamme myös huomioon vastaajat iän suhteen. Y-sukupolvea edustaa otanta 19-30 ja X-sukupolvea 30-60. Saimme myös muutaman vastaajan, jotka ilmoittivat iäkseen 15-18 vuotta tai yli 60 vuotta, mutta heidän otannan ollessa niin pieni, päätimme ettemme analysoi heitä Z-sukupolvena ja eläkeläisinä. Tutkimuksen tavoitteeksi muodostui siis informaation saaminen ikäluokista 19-60, joiden pankkipalveluita digitalisaatio ja uusi maksupalveludirektiivi muuttavat eniten. (Liite 1.)



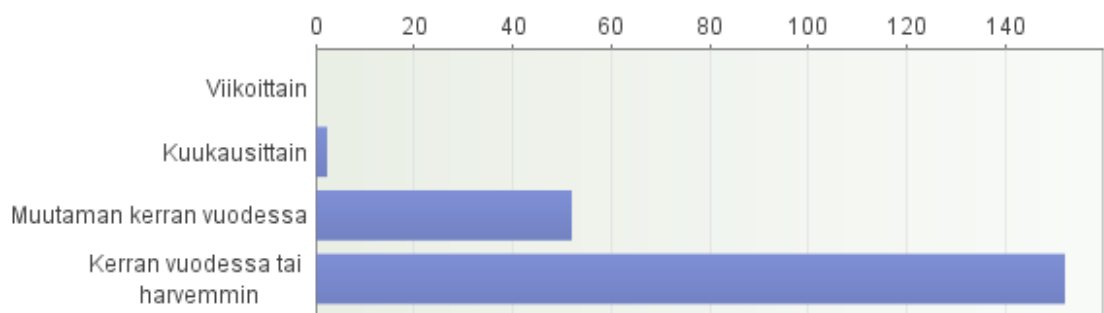
Kuvio2. Kyselyyn vastaajien jakautuminen sukupuolen mukaan.

Kyselyymme vastasi kokonaisuudessaan 207 vastaajaa, joista 88 oli miehiä ja 119 oli naisia. Katsottuamme vastaukset läpi, huomasimme ettei ole tutkimuksemme kannalta ole oleellista huomioida vastaajan sukupuolta.



Kuvio 3. Vastaajien ikäjakauma.

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli odotetusti 19-29 vuotiaita, johtuen siitä, että kyselyn levitys tapahtui pääosin sosiaalisessa mediassa, jossa ystäväpiirimme koostuu Y-sukupolven edustajista. Kuviosta 3. nähdään kyselyyn vastaajien ikäjakauma. 63 prosenttia vastaajista oli iältään 19-29. Ikäryhmät 30-39 ja 40-49 sisälsivät molemmat kymmenen prosenttia vastaajista. 50-59 vuotiaita oli 13 prosenttia vastaajista. Alle 18 vuotiaita ja yli 60 vuotiaita vastaajia oli muutamia, joten heitä ei tässä tutkimuksessa oteta erikseen huomioon.

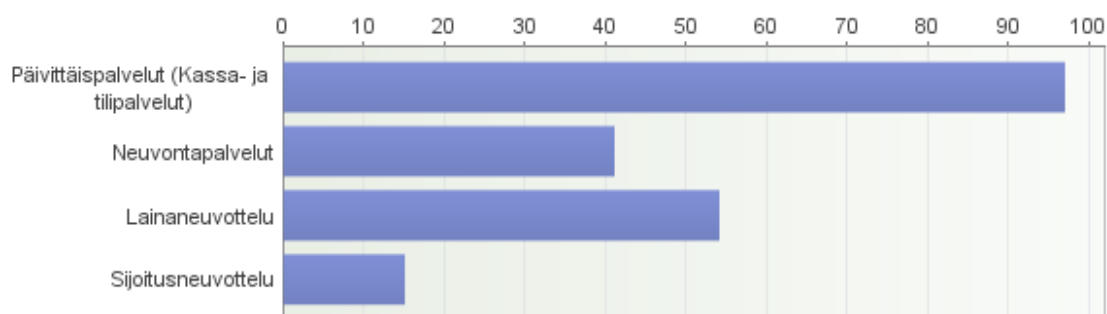


Kuvio 4. Konttorilla asioinnin yleisyys.

Kuviossa 4. on esiteltyä kuinka usein vastaajat asioivat pankkinsa konttorilla. Kuukaan vastaajista ei käytä pankkinsa konttoripalveluita viikoittain. Vastaajista vain prosentti asioi konttorilla kuukausittain. Neljäsosa vastaajista asioi konttorilla muutamana kerran vuodessa, kun taas 73 prosenttia vastaajista asioi konttorilla kerran vuodessa tai harvemmin. X- ja Y-sukupolven vastauksia vertaillen nähdään se, että Y-sukupolven edustajista 21 prosenttia asioi konttorilla muutamana kerran vuodessa, kun taas X-sukupolvella luku on 30 prosenttia.

Tämä on selvästi suomalaisilla pankeilla tiedossa, kun katsoo konttoriverkon vähentymistä (kuvio 1.). Digitalisaatio on mahdollistanut pankin asiakkaille helpon ja vaivattoman tavan hoitaa pankkiasiat etänä, minkä takia konttorilla ei tarvitse enää käydä. Samalla pankit saavat kulurakennettaan kustannustehokkaammaksi, kun kalliiden keskustakiinteistöjen sijaan voidaan rakentaa suuria asiakaspalvelukeskuksia kaupunkien laitamille.

Kyselymme ei tavoittanut yli 60-vuotiaita, jotka ovat pankkien konttorien suurin asiakasryhmä. Yli 65-vuotiaita on väestöstä 20,9 prosenttia ja heidän puuttuminen tutkimuksestamme vaikuttaa tämän kohdan reliabiliteettiin. (Tilastokeskus 2016)

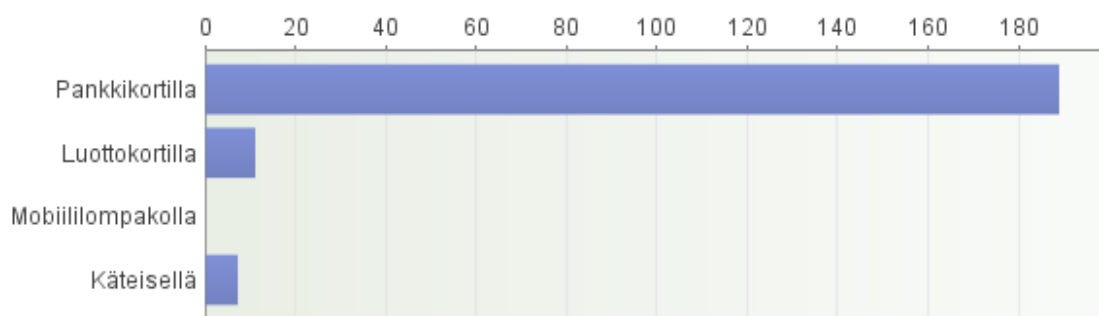


Kuvio 5. Edellisen konttorilla asioinnin syy.

Kuviossa 5. tarkastellaan edellisen konttorikäynnin syytä. Päivittäispalvelut eli kassa- ja tilipalvelut olivat yleisin syy saaden 47 prosenttia vastauksista. Seuraavaksi yleisin syy oli lainaneuvottelut, jonka valitsi 26 prosenttia vastaajista. Neuvontapalvelut valitsivat 20 prosenttia vastaajista ja sijoitusneuvottelut 7 prosenttia. Y-sukupolvesta 52 prosenttia oli asioinut viimeksi päivittäispalveluissa, kun taas X-sukupolvella vastaava luku oli 33 prosenttia. X-sukupolvella lainaneuvottelu oli suosituin vastausvaihtoehto, jonka valitsi 45 prosenttia 30-60 vuotiaista.

Meillä opinnäytetyön tekijöillä on yhteensä 1,5 vuoden työkokemus pankin päivittäispalveluista. Y-sukupolvesta 52 prosenttia oli asioinut konttorilla viimeksi päivittäispalveluissa ja näistä meidän kokemukseen perustuen merkittävä osa on uusien verkkopankkitunnuksien hankkimista hävitettyjen tilalle. Y-sukupolvella, jonka otos tässä tutkimuksessa oli 130, on kaikilla pankkikortti (kuvio 8.) ja konttorikäyntien olemattomuudesta (kuvio 4.) voidaan päätellä tavallisten päivittäispalveluasioden hoituvan mobiili- ja verkkopankissa.

Sijoitusneuvotteluiden vähäisyys selittyy osittain sillä, että osa suomalaisista hoitaa nykyään sijoituksiaan ilman kontaktia pankkiin. Danske Bankin tutkimuksen mukaan 33 prosenttia sijoittamista harrastavista hoitaa sijoittamisen täysin itsenäisesti. Internet on tehnyt osakkeiden ja rahastojen ostamisesta helppoa. (Danske 2017C)

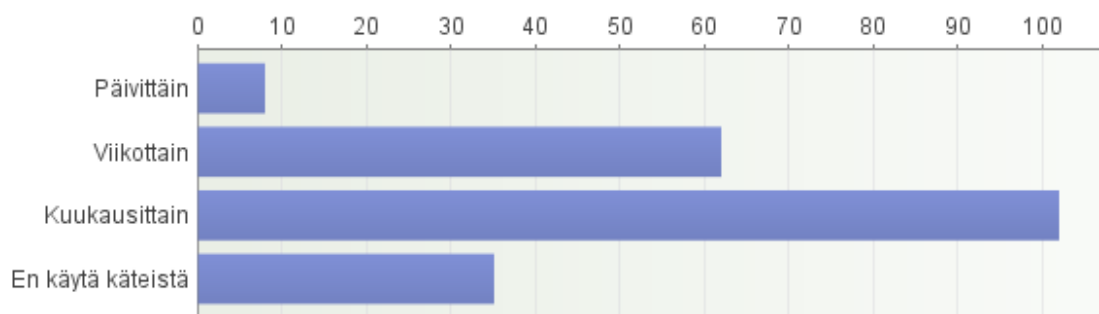


Kuvio 6. Vastaajien yleisin tapa maksaa ostokset.

Kuviossa 6. näkyy vastaajien yleisin tapa maksaa ostokset. Koko otannasta 92 prosenttia maksaa useimmiten ostoksensa pankkikortilla, 5 prosenttia luottokortilla ja 3 prosenttia käyttää käteistä. X- ja Y-sukupolven tuloksia vertaillen huomataan se, että pankkikortilla maksaa 96 prosenttia Y-sukupolven edustajista, kun taas X-sukupolvella vastaava luku on 82 prosenttia. Käteistä käyttää pääasiallisena maksutapana 7,5 prosenttia X-sukupolvesta. Vastaajista kukaan ei käytä mobiililompakkoa pääasiallisena maksutapana.

Ylivoimaisesti yleisin maksutapa on pankkikortti. Pankkikortti on sekä pankille, että asiakkaalle hyvä tapa, sillä pienellä kuukausimaksulla asiakas saa helpon tavan maksaa ostoksensa. Pankkikorttien yleisyys mahdollistaa pankeille konttorien kassapalveluiden aukioloaikojen supistamisen. Kuvioista 8. nähdään, että jokaiselta kyselyyn vastanneelta löytyy pankkikortti.

Käteisen merkitys maksutapana on pienentynyt merkittävästi. Y-sukupolvesta vain 4 prosenttia käyttää käteistä pääasiallisena maksutapana. Tuloksista selviää, että Y-sukupolvi on syntynyt digitalisaation aikakauteen ja on ottanut digitalisaation tuomat palvelut. Myös X-sukupolvelle pankki- ja luottokortit ovat tulleet luonnollisiksi tavoiksi hoitaa maksaminen.

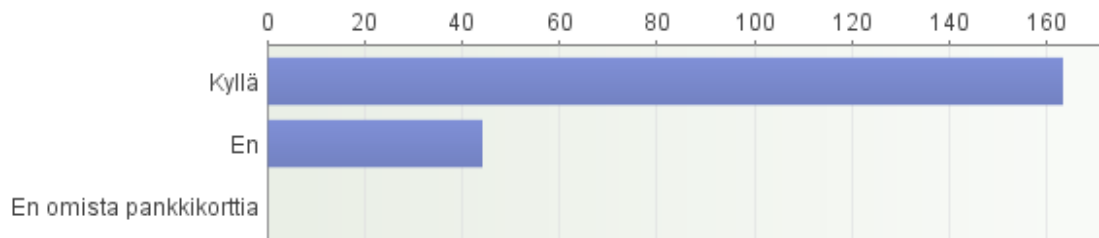


Kuvio 7. Vastaajien käteisen käytön yleisyys.

Kuviossa 7. näkyy vastaajien käteisen käytön yleisyys. Yleisin vastausvaihtoehto on kuukausittain, jonka valitsi 49 prosenttia vastaajista.

Viikoittain käteistä käyttää 30 prosenttia vastanneista. 17 prosenttia ilmoitti, ettei käytä ollenkaan käteistä. Vain 4 prosenttia käyttää käteistä päivittäin. Vastaajien ikää tarkastellessa huomataan, että 10 prosenttia X-sukupolvesta käyttää käteistä päivittäin, kun vastaava luku Y-sukupolvella on kaksi prosenttia. Silti X-sukupolvesta 19 prosenttia ilmoitti, ettei käytä käteistä ollenkaan. Y-sukupolvella luku on 16 prosenttia. Tuloksien perusteella 30-60 vuotiaista löytyi enemmän sekä niitä jotka käyttävät käteistä päivittäin, että niitä jotka ovat luopuneet kokonaan käteisestä.

Vaikka käteinen on enää harvalle se pääasiallinen maksutapa, on sille silti paikkansa suomalaisessa maksukulttuurissa. Toisaalta tutkimuksemme tulokset pankkikorttien suosiosta viittaavat myös siihen, että käteisen poistuminen on mahdollista lähitulevaisuudessa.

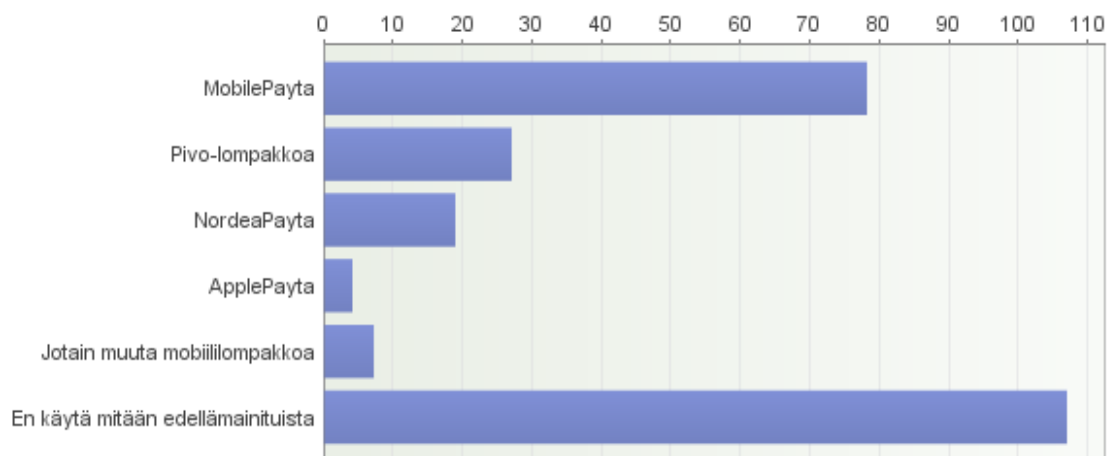


Kuvio 8. Vastaajien pankkikortin lähimaksuominaisuuden käytön yleisyys.

Kuviossa 8. näkyy vastaajien pankkikortin lähimaksuominaisuuden käytön yleisyys. 79 prosenttia vastaajista käyttää lähimaksuominaisuuttaan ja 21 prosenttia ei joko omista lähimaksullista korttia tai ei silti käytä lähimaksuaan. X- ja Y-sukupolven välillä ei tässä ole suurta eroa. Lähimaksuominaisuus on hieman yleisempi Y-sukupolvella (82%) kuin X-sukupolvella (75%). Kaikki 207 vastaajaa omistavat pankkikortin.

Kuluttajat ovat ottaneet pankkikortin lähimaksuominaisuuden hyvin vastaan. Kyse-lyssämme ei tule selville se, löytyykö kuluttajalta lähimaksuominaisuutta pankkikor-tistaan.

Voimme kuitenkin päätellä vastausrakenteesta, että suomalaiset luottavat lähimak-suominaisuuteen. Turvallisuus on suomalaisille todella tärkeä asia, ja jo yksi vää-rinkäytös tai lähimaksuominaisuuden skimmaus voi vaikuttaa lähimaksukorttien suosioon.



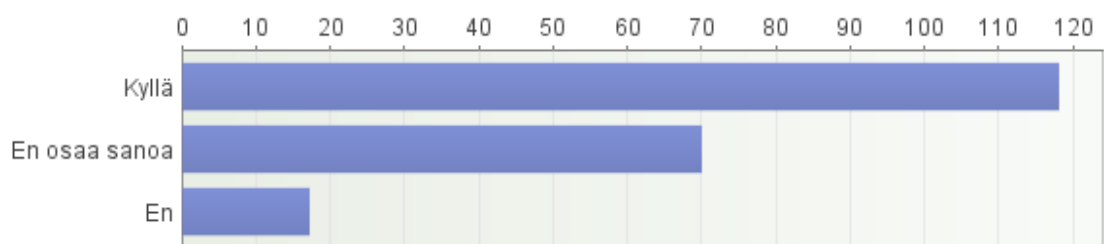
Kuvio 9. Mobiililompakkojen käytön yleisyys. Vastaajat ovat voineet valita useam-man kuin yhden vastausvaihtoehdon.

Kuviossa 9. näkyy vastaajien mobiililompakkojen yleisyys. Suurin osa 52 prosenttia vastaajista ei käytä mitään mobiililompakkoa. Toiseksi suurimman vastaajaryhmän saa MobilePay 38 prosentin osuudella. Pivo-lompakkoa käyttää 13 prosenttia kai-kista vastaajista, NordeaPayta yhdeksän prosenttia ja ApplePayta kaksi prosenttia. 3 prosenttia käyttää jotain muuta mobiililompakkoa, kuin edellä mainittuja. X- ja Y-sukupolven tuloksia vertaillen ensimmäiseksi tulee ilmi, että X-sukupolvesta 80 prosenttia vastasi, ettei käytä mitään mobiililompakkoa, kun taas Y-sukupolvella luku on 37 prosenttia. MobilePayta käyttää 51 prosenttia Y-sukupolvesta, kun X-sukupolvella vastaava luku on 14 prosenttia.

Suomessa mobiilimaksaminen on vielä hyvin vähäistä, ja vaikka 48 prosenttia vastaajista omisti jonkun mobiililompakon, niin kukaan vastaajista ei vielä käytä mobiililompakkoa pääasiallisena maksutapanaan. (kuvio 6.) Yhtenä syynä tähän on mobiilimaksamisjärjestelmien olemattomuus.

Toisaalta mobiilimaksaminen ei tuo kuluttajalle mitään valtavan uutta mullistusta, sillä harppaus lähimaksupankkikorteista mobiilimaksamiseen ei juuri helpota tai nopeuta maksamisprosessia. Nuoret ovat mobiilimaksamisessa edelläkävijöitä ja X-sukupolvi ei ole vielä löytänyt mobiilimaksamista.

Yllättävää oli MobilePayn ja Pivo-lompakon ero suosiossa. MobilePayn ja Pivo-lompakon omia sivuja tutkiessa paljastuu, että Pivo-lompakkoa käyttää kaksinkertainen määrä suomalaisia kuin MobilePayta. Kuitenkin tutkimuksemme MobilePay on yli kaksi kertaa suosittumpi mobiililompakko. Tulos voi osittain selittyä tutkimuksemme pienellä otoksella, mutta on mahdollista myös, että kuluttajat ovat pitäneet MobilePaysta enemmän. Pivon ja MobilePayn julkaisemat luvut ovat latauskertoja, kun taas me kysyimme mitä kuluttajat oikeasti käyttävät.



Kuvio 10. Vastaajien suhtautuminen mobiilimaksamisen yleistymiseen.

Kuviossa 10. näkyy vastaajien suhtautuminen mobiilimaksamisen yleistymiseen. Kaikista vastaajista 58 prosenttia piti mobiilimaksamisen yleistymistä hyvänä asiana. 34 prosenttia vastaajista ei ollut asiasta mitään mieltä ja kahdeksan pro-

senttia piti mobiilimaksamisen yleistymistä huonona asiana. X-sukupolvesta 49 prosenttia piti yleistymistä hyvänä asiana, 42 prosenttia ei osannut ilmaista mielipidettään ja 9 prosenttia piti yleistymistä huonona asiana. Y-sukupolvella vastaavat luvut ovat 63%, 30% ja 7%.

Vastauksista paistoi X-sukupolven tietämättömyys mobiilimaksamisesta. Nuoret ovat sovelluksien omaksumisessa edelläkävijöitä ja ottavat aina uusimmat trendit ensimmäisenä käyttöön. Raha-asioissa turvallisuus tulee suomalaisille ensiksi, ja se selittääkin miksi niin moni ei osannut kommentoida asiaa. Mobiilimaksaminen on vielä niin uusi palvelu pankkien tarjonnassa, että saadakseen myös X-sukupolven täyden hyväksynnän sen täytyy toimia luotettavasti hetken aikaa. (Digikoumoukset2016)

Myös Y-sukupolvella joka kolmas ei osannut sanoa mielipidettään mobiilimaksamisen yleistymiseen. Nuorille helppous ja nopeus ovat tärkeämpää kuin vanhemmille sukupolville. Silti myös nuorista löytyy varovaisuutta mobiilimaksamisen yleistymistä kohtaan.



Kuvio 11. Vastaajien tyytyväisyys pankkipalveluihin.

Kuviossa 11. Pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttä pankkipalveluihin. Vaikka kaikki pankit ovat viime vuosina jatkuvasti vähentäneet konttoriverkostoaan, vastaajista 71 prosenttia oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä pankkinsa konttoripalveluihin. Vastauksissa on otettava myös huomioon, että 73 prosenttia vastaajista ei ole yli vuoteen asioinut konttorilla (Kuvio 4). Vaikka pankit ilmoittavat asiakkailleen konttoripalveluiden muutoksista, suurin osa asiakkaista ei näitä muutoksia huomioi.

Onkin oletettavaa, että asiakkaat peilaavat tyytyväisyyttään viimeiseen konttorikäyntikertaan, joka voi olla monen vuoden takaa.

Hinnoittelussa asiakkaiden tietämättömyys pankkinsa palveluista korostuu. Vaikka 53 prosenttia vastaajista on tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä, niin vajaa neljäsosa vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään pankkinsa hinnoitteluun.

Vastaajista 93 prosenttia oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä pankkinsa verkkopankkiin. Mobiilisovelluksiin vastaava luku oli 74%. Mobiilisovelluksista 17 prosenttia vastaajista ei kuitenkaan osannut sanoa mielipidettä, joka voi johtua X-sukupolven vähäisestä mobiilimaksusovellusten käytöstä (kuvio 9). Tätäkin väitettä puoltaa se, että 31 prosenttia X-sukupolven vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään mobiilisovelluksiin, kun Y-sukupolvella vastaava luku oli 10%.

Kokonaisvaltaisesti pankkipalveluihinsa oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä 89 prosenttia vastaajista. Kaikkien edellä mainittujen pankkipalveluiden keskiarvoksi saadaan kuitenkin vain 73 prosenttia. Tästä voi päätellä, että verkkopankin toimivuus on tärkein ominaisuus vastaajien arvioidessaan pankkipalveluidensa laatua.

13. Vastaa seuraaviin kysymyksiin

Vastaajien määrä: 207

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Pankkiasioiden hoitaminen digitaalisesti on minulle tärkeää	0,97%	0,97%	3,88%	17,48%	76,7%
Olen huolissani pankkitietojeni turvallisuudesta	10,14%	37,2%	10,63%	35,27%	6,76%
Digitaaliset palvelukanavat toimivat moitteettomasti	1,46%	9,76%	10,73%	57,56%	20,49%
Palvelua saa nopeasti kellonajasta riippumatta	1,94%	15,53%	23,79%	35,92%	22,82%
Olen tietoinen pankin eri palvelukanavista ja tiedän mitä niissä voi hoitaa	1,94%	15,05%	11,16%	49,03%	22,82%

Kuvio 12. Palvelukanavien toimivuus ja pankkiturvallisuus

Kuviossa 12. kysyttiin pankkien palvelukanavien toimivuudesta ja pankkiturvallisuudesta. Pankkiasioiden hoitamista digitaalisten palvelukanavien kautta pitää tärkeänä 94 prosenttia vastaajista. Vastauksista näkee, kuinka tärkeää pankkien asiakkaille on hoitaa pankkiasiansa digitaalisissa palvelukanavissa.

78 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että palvelukanavat toimivat moitteettomasti. Moni vastaajista on todennäköisesti ottanut huomioon vain pankkien digitaaliset palvelukanavat, eikä palvelukanavia kuten konttoria tai asiakaspalvelua ole välttämättä arvioitu lainkaan.

Vaikka lähes kaikki vastaajista pitävät eri digitaalisten palvelukanavien yleistymistä tärkeänä, ovat vastaajatkin ottaneet digitalisaation tuomat uudet uhat. Vastaajista 42 prosenttia oli huolissaan pankkitietojensa turvallisuudesta. Vastaajista 47 prosenttia ei kokenut pankkitietojensa olevan vaarassa. X- ja Y-sukupolvien vastauksia vertaillen huomaa pieniä asennemuutoksia pankkipalveluiden turvallisuudesta.

X-sukupolvesta 49 prosenttia koki olevansa huolissaan pankkitietojensa turvallisuudesta, kun taas Y-sukupolven edustajista 39 prosenttia oli sitä mieltä, että heidän pankkitietonsa saattavat olla uhattuna.

Kysyttäessä pankkipalveluiden tavoitettavuudesta enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että pankkien nykyiset palvelut ovat hyvin tavoitettavissa kellonajasta riippumatta (59%). Kuitenkin lähes neljäsosa (24%) vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään asiaan. Tämä johtuu todennäköisesti asiakkaiden tavasta hoitaa kaikki pankkiasiansa digitaalisten palvelukanavien kautta.

Kyselyä tarkastellessa huomaa, että eri palvelukanavien toimivuudesta kysyessä, vastaajista huomaa kuinka paljon he antavat painoarvoa verkkopankin toimivuu-delle. Kuitenkin lähes 3/4 vastaajista (72%) kokee olevansa tietoinen pankin eri palvelukanavista ja mitä niissä voi hoitaa. Tästä osuudesta kuitenkin 70 prosenttia eli 50% kaikista vastaajista oli vain osittain sitä mieltä, että tuntee pankkinsa eri palvelukanavat.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyössä on tutkittu henkilöasiakkaiden suhtautumista nykyisiin pankkipalveluihin sekä niiden kautta pohdittu pankkien päivittäispalvelujen murrosta. Tutkimme digitalisaation vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen pankkialalla. Näiden tietojen pohjalta voimme arvioida uuden maksupalveludirektiivin vaikutuksia pankkialaan ja kuluttajakäyttäytymiseen. Tutkimuksessa on tarkasteltu eri maksutapoja ja asioiden hoitoa eri palvelukanavissa. Tutkimuksessa on huomioitu X- ja Y-sukupolvet erikseen ja yhdessä. Alle 18-vuotiaita ja yli 65-vuotiaita emme huomioineet.

Digitalisaatio on mahdollistanut pankin asiakkaille helpon ja vaivattoman tavan hoitaa pankkiasiat etänä paikasta ja ajasta riippumatta. Konttorien tärkeys kuluttajille on vähentynyt merkittävästi viime vuosien aikana, ja kuluttajat asioivat konttoreilla harvoin. Tämä on johtanut konttoriverkostojen systemaattiseen vähentymiseen ja on todennäköistä, ettei konttoreita enää tulevaisuudessa ollenkaan tarvita. Konttorikäyntien olemattomuudesta voidaan päätellä tavallisten päivittäispalveluasioiden hoituvan digitaalisten palvelukanavien kautta. Konttoripalveluita eniten käyttävä ryhmä on eläkeläiset, jotka ovat tottuneet hoitamaan asiansa kasvotusten.

Tutkimuskyselyä analysoidessa huomasimme, kuinka digitalisaatio on etäännyttänyt asiakkaat pankista. Pankkien tuotteet ovat hyvin homogeeniset, ja uuden merkittävän innovaation jälkeen muut pankit seuraavat heti perässä. Pankkien kilpailuttaminen on helpompaa kuin koskaan ja pankin vaihto onnistuu, vaikka kotisohvalta. Asiakkaat eivät tunnu tuntevan pankkia, minkä voi päätellä asiakkaiden tyytyväisyydestä pankkien konttoripalveluihin, vaikka suurella osalla vastaajista edellisestä konttorikäynnistä on vuosia. Asiakkaat siis arvioivat konttoripalveluiden laatua monen vuoden takaa, vaikka monessa isossa pankissa on viime vuosien aikana leikattu nimenomaan konttoripalveluiden laadusta.

Digitaaliset palvelukanavat yleistyvät, ja sitä kautta pankkien monikanavaisuus laajentuu. Digitaalisten palvelukanavien merkitys kilpailutekijänä tulee kasvamaan entisestään, kun kuluttajat arvioivat pankkia yhä enemmän digitaalisten palveluiden kautta. Pankkikortti ja verkkopankki ovat jo kuluttajille pääasiallinen palvelukanava pankkiasioiden hoidossa. Käteisen merkitys maksuvälineenä on vähentynyt selvästi, siitä huolimatta käteisellä on vielä paikkansa suomalaisessa maksukulttuurissa. Mobiilimaksaminen on Suomessa vielä todella vähäistä. On kuitenkin otettava huomioon, että mobiilimaksaminen on vielä suhteellisen uusi palvelu Suomessa ja Euroopassa. Tietämystä mobiilimaksamisesta tuntuu olevan varsin vähän varsinkin X-sukupolvella.

Digitalisaatio on tuonut mukanaan myös uudenlaisia uhkia, jotka ovat horjuttaneet kuluttajien luottamusta pankkia ja rahoitusjärjestelmää kohtaan. Digitalisaation levitessä yhä uusiin palvelukanaviin kyberrikollisuuden määrä kasvaa. Kuluttajille turvallisuuden ollessa yksi tärkeimmistä tekijöistä, vaatii digitalisaation lisääntyminen pankeilta jatkuvia panostuksia tietoturvaan. Tutkimukseen vastanneista 42 prosenttia oli huolissaan pankkitietojensa turvallisuudesta, mitä voidaan pitää varsin isona määränä ottaen huomioon, sitä kuinka tärkeätä pankkiturvallisuus on asiakkaalle.

Uuden maksupalveludirektiivin tuleminen mahdollistaa uusien palveluntarjoajien ja uusien maksutapojen tulemista finanssialalle. Tämä tuo finanssialalle kilpailua ja kivijalkapankkien on oltava valmiita siihen. Kolmannet osapuolet ja FinTech-yritykset tuovat uudenlaista osaamista finanssialalle, mikä mahdollistaa täysin uusien maksutapojen ja palvelukanavien tulemisen kuluttajien käyttöön. Asiakkaiden etäännyminen perinteisistä kivijalkapankeista lisääntyy, kun pankkiasiat voi hoitaa jatkossa kolmannen osapuolen kautta. (kuva 2.) Uusien kilpailijoiden tullessa markkinoille, perinteisten kivijalkapankkien tulee tarjota asiakkaille yhä uudenlaisia palveluita, jotta säilyttävät asiakkaansa.

PSD2 tulee varmasti nopeuttamaan mobiilimaksamisen yleistymistä. Mobiilimaksaminen yleistyy, mutta mobiilimaksamisen tarjoaja ei tulevaisuudessa välttämättä ole

pankki. Todennäköisesti maksukorttien rooli tulee vähentymään. Muutokset eivät tapahdu hetkessä, sillä suomalaisten skeptisyys mobiililompakkoja kohtaan vie oman aikansa. Y-sukupolvi tulee olemaan edelläkävijä mobiilimaksamisessa ja X-sukupolvi seuraa perässä. X-sukupolvi on varautuneempi uusille muutoksille ja maksupalveludirektiivin vaikutukset heijastuvat heidän käyttämissään pankkipalveluissa ja kuluttajakäyttäytymisessä hieman myöhemmin.

Direktiivin myötä yritykset saavat informaatiota kuluttajien tilitiedoista ja tarkempi kohdennettu markkinointi on mahdollista. Kilpailu asiakkaista koventuu, koska asiakkaan tilitietojen saaminen mahdollistaa tehokkaamman markkinoinnin. Toisaalta kuluttajien on oltava tarkkoja niiden ehtojen suhteen mihin he suostuvat. Toiminnan läpinäkyvyys tulee jatkossakin olemaan tärkeä kilpailutekijä finanssialalla. Pankkien toiminta muuttuu enemmän maksupalveluiden tarjoajasta luotonantoon ja neuvontaan. Sijoitusneuvonnan merkitys vähenee, kun suomalaiset ovat itsenäisempiä säästämisen suhteen. Kuitenkin sijoituspalvelujen tarjoaminen tulee jatkossakin olemaan pankkien keskeisimpiä palveluita.

Kolmannet osapuolet tarvitsevat finanssivalvonnalta luvat saadakseen tarjota maksupalveluita. Nykyisten pankkien tietoturva on kiitettävällä tasolla, joten uusien maksupalveluiden tarjoajien on pystyttävä samaan. Kuluttajille pankkitietojen turvallisuus on tärkeä tekijä, ja pienikin tietovuoto tai vahinko on imagolle kohtalokasta. Tietomurtojen riski tulee kasvamaan, kun asiakkaan maksuliikenne ja tilitiedot löytyvät useammasta paikasta kuin vain omasta pankista.

Uuden maksupalveludirektiivin muutokset eivät välttämättä näy kuluttajille heti direktiivin tullessa voimaan 13.1.2018. Kuluttajille PSD2 mahdollistaa täysin uusien maksupalveluiden saamisen käyttöönsä. Direktiivin käyttöönoton jälkeen asiakas omistaa omat tilitietonsa, joten erilaisten palveluntarjoajien on kyettävä tuomaan asiakkaalle lisäarvoa tai vaihtaminen toiseen palveluntarjoajaan on mahdollista. Tämän takia pankkipalvelut ja maksutavat tulevat kehittymään vielä informatiivisimmiksi, helppokäyttöisemmiksi ja monipuolisemmiksi.

8 LÄHTEET

BLOOMBERG 2017 Viitattu 27.10.2017 <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-23/transferwise-steps-toward-banking-with-multicurrency-account>

CNBC 2017 Viitattu 27.10.2017 <https://www.cnbc.com/2017/06/16/amazon-plans-to-crush-small-business-lending.html>

ERKKI KONTKANEN Viitattu 2.10.2017, 4.10.2017 – Pankkitoiminnan käsikirja 2015

EUROJATALOUS 2/2015 Viitattu 2.11.2017 <https://www.eurojalous.fi/fi/2015/2/voisiko-kyberhyokkays-johtaa-finanssikriisiin/>

EUROJATALOUS2015 Viitattu 2.11.2017 <https://www.eurojalous.fi/fi/2015/artikkelit/pankkisektori-muutoksen-kynsissa/>

EUROJATALOUS2016 Viitattu 4.11.2017 <https://www.eurojalous.fi/fi/2016/2/mullistaako-digitalisaatio-viela-rahoitusalan/>

NORDEA2017a) Viitattu 10.10.2017 <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/tilit-ja-maksut/kayttotili.html>

NORDEA 2017b) Viitattu 2.10.2017 <https://www.nordea.fi/yritysasiakkaat/maksut/laskutus-ja-maksaminen/sepa.html>

NORDEA Viitattu 3.10.2017 <https://www.nordea.fi/tietoa-nordeasta/tietoa-nordeasta/pankkimuseo.html>

FINANSSIALA2016 Viitattu 20.10.2017 <http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Pankkivuosi-2016.pdf>

FINANSSIALA2015 Viitattu 20.10.2017 http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf

FIVA2017a) Viitattu 20.10.2017 http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssi-asiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Pages/Default.aspx

FIVA2017b) Viitattu 30.10.2017 http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssi-asiakas/Finanssialan_palveluita/Pages/asiakkaan_tunnistaminen.aspx

FIVA2017c) Viitattu 20.10.2017 <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Saantely/Saantely-hankkeet/PSD2/Pages/Default.aspxh>

FIVA 2017d) Viitattu 26.10.2017 http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssi-asiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Pages/Default.aspx

FIVA2016a) Viitattu 3.11.2017 http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/Esitelmat/Pages/Anneli_Tuominen_FinTech-seminaari_041016.aspx

FIVA2014 Viitattu 14.11.2017 http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Lainapalvelut/Pages/Default.aspx

DANSKE2017a) Viitattu 2.11.2017 <https://www.danskebank.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/henkiloasiakkaat/usein-kysyttya/tilit-ja-maksaminen/pages/mika-on-iban-ja-bic.aspx>

DANSKE2017B) Viitattu 2.10.2017 <https://danskebank.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/Henkiloasiakkaat/usein-kysyttya/hinnastot-ja-ehdot/Pages/hinnastot-ja-ehdot.aspx>

DANSKE2017C) Viitattu 26.11.2017 <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/11/danske-bank-demokratisoi-sijoitusneuvonnan-ja-varainhoidon-digitaalisilla-ratkaisuilla>

DIGIKUMOUS2016 Viitattu 4.11.2017 <http://www.digikumous.fi/blogi/uncategorized/nuoret-arjen-appsien-airueina/>

KULUTTAJALIITTO Viitattu 20.10.2017 <http://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/oman-talouden-hallinta/maksaminen-ja-kuitit/maksukortit/>

KORHONEN2017A) Viitattu 20.10.2017 <https://www.grano.fi/ajankohtaista/monikanavaisuudesta-yhten%C3%A4iseen-asiakaskokemukseen>

MOBILEPAY2017 Viitattu 3.11.2017 [2017 http://www.mobilepay.fi/fi-fi/Pages/faq.aspx](http://www.mobilepay.fi/fi-fi/Pages/faq.aspx)

MARKETWATCH 2016 Viitattu 3.11.2017 <https://www.marketwatch.com/story/starbucks-has-more-customer-money-on-cards-than-many-banks-have-in-deposits-2016-06-09h>

OSUUSPANKKI2017 Viitattu 10.10.2017 <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/pivo?id=11090&srcpl=3>

PAYPAL Viitattu 30.10.2017 <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/pay-online>

PETRA PELTOLAN TUTKIMUS2013: Viitattu 20.10.2017 https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55384/Peltola_Petra.pdf?sequence=1

POLIISI MAKSUKORTTIRIKOLLISUUS Viitattu 6.11.2017 <http://www.poliisi.fi/rikkokset/rikosilmioita/maksukorttirikollisuush>

POLIISI KYBERRIKOLLISUUS Viitattu 11.10.2017 <http://www.poliisi.fi/rikkokset/kyberrikollisuus>

RITVA RAJANDER-JUUSTI 2012 11.10.2017

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Finanssialan_kyvykkyudet.pdf

SAVONSANOMAT2017: Viitattu 20.10.2017 <http://www.savonsanomat.fi/talous/T%C3%A4st%C3%A4-syyst%C3%A4-konttorit-aiotaan-lakkauttaa-kassapalvelujen-k%C3%A4ytt%C3%B6-v%C3%A4hentynyt-rajusti/907406>

SUOMEN KUVALEHTI 2016 Viitattu 20.10.2017 <https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/asiakkaat-aanestivat-jaloillaan-op-sai-kymmenia-tuhansia-asiakkaita-nalle-wahlroosin-nordea-pani-kateisnostot-maksullisiksi/>

SUOMEN PANKKI Viitattu 3.10.2017 <https://helda.helsinki.fi/bof/handle/123456789/7673>

SLIDESHARE2017 Viitattu 20.11.2017 <https://www.slideshare.net/finanssiala/puustinen-digitalisaatio-08092017-80529036/4>

TALOUSELÄMÄ 2017 Viitattu 4.11.2017 <https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/uusi-maksupalveludirektiivi-psd2-mullistaa-pankkialaa/b26ab787-4b9b-387c-951e-4f3fa7d45a14>

TALOUSSANOMAT2015 Viitattu 20.10.2017 <https://www.is.fi/taloussanomat/omaraaha/art-2000001889494.html>

TILASTOLLINENTUTKIMUS2014 Viitattu 29.10.2017 <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

TILASTOKESKUS2012 Viitattu 20.10.2017 https://tilastokeskus.fi/til/rato/2012/14/rato_2012_14_20_13-05-07_fi.pdf

TILASTOKESKUS2016 Viitattu 3.11.2017 http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html

TEKNIKKAJATALOUS2006 Viitattu 10.10.2017 <http://www.tekniikkatalous.fi/arkisto/2006-02-15/Pankkikortti-j%C3%A4%C3%A4-historiaan-3273203.html>

VERTAA ENSIN2016 Viitattu 21.10.2017 <https://www.vertaaensin.fi/blog/fintech-mika-se-on>

YLE 2015 Viitattu 6.10.2017 <https://yle.fi/uutiset/3-7715863>

YLE2016 Viitattu 10.10.2017 <https://yle.fi/uutiset/3-8238341>

9 LIITTEET

Kvantitatiivinen kyselylomake

Kyselyllä mitattiin henkilöasiakkaiden suhtautumista pankkipalveluihin. Kysely tehtiin käyttämällä Webropolia.

1. Sukupuoli

- a) Mies
- b) Nainen

2. Ikäsi

- a) 15-18
- b) 19-29
- c) 30-39
- d) 40-49
- e) 50-59
- f) >60

3. Kuinka usein asioit pankkisi konttorilla?

- a) Viikoittain
- b) Kuukausittain
- c) Muutaman kerran vuodessa

d) Kerran vuodessa tai harvemmin

4. Edellisen konttorissa asioinnin syy?

a) Päivittäispalvelut (Kassa- ja tilipalvelut)

b) Neuvontapalvelut

c) Lainaneuvottelu

d) Sijoitusneuvottelu

5. Millä maksat yleensä ostoksesi

a) Pankkikortilla

b) Luottokortilla

c) Mobiililompakolla

d) Käteisellä

6. Kuinka usein maksat ostoksiasi käteisellä?

a) Päivittäin

b) Viikoittain

c) Kuukausittain

d) En käytä käteistä

7. Käytätkö pankkikorttisi lähimaksuominaisuutta?

- a) Kyllä
- b) En
- c) En omista pankkikorttia

8. Käytätkö jotain seuraavista? (Voit valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon)

- a) MobilePayta
- b) Pivo-lompakkoa
- c) NordeaPayta
- d) ApplePayta
- e) Jotain muuta mobiililompakkoa
- f) En käytä mitään edellä mainituista

9. Vastaa seuraaviin kysymyksiin asteikolla 1-5

(1= Erittäin tyytymätön 2=Tyytymätön 3= En osaa sanoa 4= Tyytyväinen 5= Erittäin tyytyväinen)

Arvioi tyytyväisyytesi pankkisi

- a) Konttoripalveluihin
- b) Hinnoitteluun
- c) Verkkopankkiin
- d) Mobiilisovelluksiin
- e) Kokonaisvaltaisesti pankkipalveluihisi

10. Vastaa seuraaviin kysymyksiin asteikolla 1-5

(1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= En osaa sanoa 4=Jokseenkin samaa mieltä 5= Täysin samaa mieltä

- a) Pankkiasioiden hoitaminen digitaalisesti on minulle tärkeää
- b) Olen huolissani pankkitietojeni turvallisuudesta
- c) Digitaaliset palvelukanavat toimivat moitteettomasti
- d) Palvelua saa nopeasti kellonajasta riippumatta
- e) Olen tietoinen pankin eri palvelukanavista ja tiedän mitä niissä voi hoitaa