
**ASIAKASKOKEMUKSEEN KOHDISTUVAT
DIGITALISAATION LUOMAT UHAT JA
MAHDOLLISUUDET FINANSSIALALLA
- DIGISYRJÄYTYMINEN**



Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Maaseudun kehittämisen koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2018

Eero Lahti

VISAMÄKI

Maaseudun kehittämisen koulutusohjelma

Tekijä	Eero Lahti	Vuosi 2018
Työn nimi	Asiakaskokemukseen kohdistuvat digitalisaation luomat uhat ja mahdollisuudet finanssialalla	
Työn ohjaaja	Ilpo Pölönen	

TIIVISTELMÄ

Finanssialalla tapahtuneet muutokset konttorisidonnaisista palveluista sähköisiin palveluihin on ollut kustannustehokkuuden ja palvelujen rationaalisuuden kannalta hyvin positiivinen ilmiö kuluneen kolmenkymmenen vuoden aikana.

Pankkitoiminta on vahvemmin luottamukseen perustuvaa bisnestä kuin yritystoiminta keskimäärin. Siksi vastuullisuuden merkitys korostuu. Vastuullisuudessa kaiken perusta on, että finanssialalla huomioidaan tarkasti lakien ja säännösten vaatimukset ja Finanssivalvonnan (Fivan) ohjeet. Luottamus pankkeihin on edelleenkin vahva, mutta vallitseva digitaalisatiiokehitys voi muuttaa tätä asetelmaa. Pystytäänkö tulevaisuudessakin tarjoamaan peruspankkipalvelut kaikille asiakasryhmille, ikään ja varallisuusasemaan katsomatta ja toteutuuko pankeille asetettu yhteiskuntavastuu sen vaatimalla tavalla?

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää digitalisaation vaikutus asiakaskokemukseen: mitä uhkia kehitys tuo mukanaan ja toisaalta mitä uusia mahdollisuuksia se avaa pankkien asiakkaille.

Kiinnostus tutkittavaan aiheeseen syntyi aiheen ympärillä käytävästä yhteiskunnallisesta keskustelusta ja pankkien asiakkaiden osoittamasta tyytymättömyydestä vallitsevaan kehitykseen.

Tutkimuksen fokus on digisyrjäytyminen. Johtopäätökset tutkimustuloksista selkeästi osoittivat tutkimusaiheen ajankohtaisuuden ja jatkotutkimuksen tarpeen digisyrjäytymisen estämiseksi finanssialalla.

Digisyrjäytyminen on osa yhteiskunnallista keskustelua ja koskee monia muitakin elämän osa-alueita kuin finanssialaa. Tämä tutkimus selkeästi osoittaa että digisyrjäytyminen on todellinen uhka ja vaatii finanssialan toimijoilta uudenlaista asennetta kohdata asiakas myös henkilökohtaisesti.

Avainsanat Digitalisaatio, asiakaskokemus, digisyrjäytyminen

Sivut 135 s. + liitteet 7 s.

VISAMÄKI

Degree programme in Rural Development

Author	Eero Lahti	Year 2018
Subject	Customer experience is generated by digitalization threats and opportunities in the financial sector	
Supervisor	Ilpo Pölönen	

ABSTRACT

Changes in the financial sector, from office-related services to electronic services, have impacted the cost-effectiveness and rational service delivery positively over the past three decades. Banking is more strongly based on trust than other types businesses on average. Therefore, the importance of accountability is very much at the forefront. In the financial sector, everything is based on the strictest respect of the laws and regulations and the guidelines of the Financial Supervisory Authority (FVAN). Trust in banks is still strong, but the prevailing development towards digitalization can change this. In the future, will we still be able to provide basic banking services to all customer groups, regardless of age and financial position, and will banks meet the corporate social responsibility as required?

The purpose of this thesis is to find out the impact of digitalisation on customer experience: What kind of threats does the development bring with it, and what kinds of new opportunities will it open to the banks' customers?


I became interested in this topic when following the social debate around the subject and from the dissatisfaction of bank customers about the prevailing developments.

The focus of the research is digital exclusion. The conclusions of the research clearly demonstrated the relevance of this research topic and the need for further research to prevent digital exclusion in the financial sector.

Digital exclusion is part of the social debate and affects many other aspects of life than the financial sector. This research demonstrates that digital marginalization is a real threat, and requires actors in the finance sector to take a new approach regarding face-to-face services.

Keywords Digitalization, customer experience, digital exclusion

Pages 135 p. + appendices 7 p.



SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	4
3	TAUSTATIETOA PANKKITOIMIALASTA JA SEN KEHITYKSESTÄ	11
3.1.	Pankkijärjestelmä Suomessa ja pankkien määrän kehitys	11
3.2.	Aikaisemmat tutkimukset.....	16
3.3.	Kuvaus toimeksiantajapankista.....	19
3.4.	Omien pankkikokemusten merkitys tutkimukselle	20
4	DIGITALISAATIO	25
4.1.	Digitalisaatio käsitteenä	25
4.2.	Digitalisaation vaikutus pankkisektoriin.....	27
4.3.	Digitalisaatio ja tulevaisuus	32
4.4.	Digisyrjäytyminen.....	39
4.5.	Lohkoketjuteknologia.....	42
5	ASIAKASKOKEMUS	45
5.1.	Asiakaskokemuksen määritelmä.....	45
5.2.	Asiakaskokemuksen merkitys finanssialalle.....	46
6	YHTEENVETO TUTKIMUSAIHEEN KIRJALLISUUDESTA, KÄSITTEISTÄ .	54
7	TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT.....	57
7.1.	Syvähaastattelu.....	58
7.2.	Teemahaastattelu.....	59
7.3.	Kyselytutkimus.....	60
7.4.	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	60
8	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	63
8.1.	Teemahaastattelu.....	63
8.2.	Syvähaastattelu.....	74
8.3.	Kyselytutkimus maatalousyrittäjille.....	93
9	JOHTOPÄÄTÖKSET TUTKIMUKSESTA.....	100
9.1.	Tutkimusprosessin vaiheet	100
9.2.	Opinnäytetyöstä johdetut megatrendit	100
9.3.	Finanssitoimialaa koskevat muutospainet	101
9.4.	Asiakkaiden kokemukset finanssialan digitalisaatio kehityksestä.....	108
10	JATKOTUTKIMUKSET JA RATKAISUEHDOTUKSET	116
11	YHTEENVETO	121
	LÄHTEET	126

-
- Liite 1 Teemahaastattelun kyselylomake
 - Liite 2 Syvähaastattelun kyselylomake
 - Liite 3 Haastattelututkimuksen kyselylomake

1 JOHDANTO

Suomen pankkisektorin kilpailutekijät muuttuivat dramaattisesti 1980 -luvulla. Ennen tätä ajankohtaa markkinoiden sääntelyn myötä kilpailutekijäksi muotoutui läsnäolo ja hyvä palvelu. Korkosääntelyn purkautuessa (rahamarkkinoiden vapautuminen) sekä ansaintalogiikan muuttuessa, palveluverkot olivat liian laajat ja koko pankkisektori ajautui vaikeuksiin (pankkikriisi). Liian raskaan kustannusrakenteen purkautumisen myötä käynnistyi konttoriverkoston supistuminen ja sen myötä henkilöstön vähennystoimet. Ajan myötä työvoiman määrä väheni puoleen. Palvelut oli tässäkin murroksessa pystyttävä tuottamaan ja yhteiskunnan toimintakyky turvaamaan (ETLA Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, Raportti 2015).

Muutoksen taustalla oli alan toimijoiden kyky ja halu etsiä ratkaisuja koko pankkisektorin kilpailukykyä parantaviin ratkaisuihin. Tietojen välittämisen standardit sovittiin ja yhteistyö käynnistettiin monilla alueilla. Maksuliikenteen tietojen välittäminen sähköisesti loi pohjan tehokkaalle pankkijärjestelmälle. Palvelutason lasku konttoreissa korvattiin itsepalvelulla, jotka otettiin asiakaskunnassa suhteellisen hyvin vastaan. Laskujen maksaminen vapautettiin ajasta avaamalla pankkien konttoreiden yhteyteen laskunmaksuautomaatteja (enää yhdellä pankkiryhmällä tänä päivänä käytössä). Todellinen vapaus koitti vasta silloin, kun pankkiasiointia voitiin verkkopankkien myötä tehdä myös paikasta riippumattomaksi. Aito riippumattomuus paikasta on saavutettu viime vuosien aikana siirtämällä pankkipalvelut ja niiden kehitys ensisijaisesti mobiililaitteilla tehtäväksi.

Suomen pankkisektorin edistyneisyyden taustalla on monta jälkeensä onnekkailta vaikuttavaa sattumaa, mutta myös vahvaa halua kehittää alaa ja kykyä tehdä koko sektorin kilpailukykyä parantavia toimia kilpailijoiden kesken (ETLA Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, Raportti 2015)

Tässä ajassa on selvästi havaittavissa samoja piirteitä: eri pankkiryhmät kertovat varsin avoimesti omista, digitalisaatioon liittyvistä kehitystoimista ja vahvasta halusta pitää asiakas kehitystyön keskiössä.

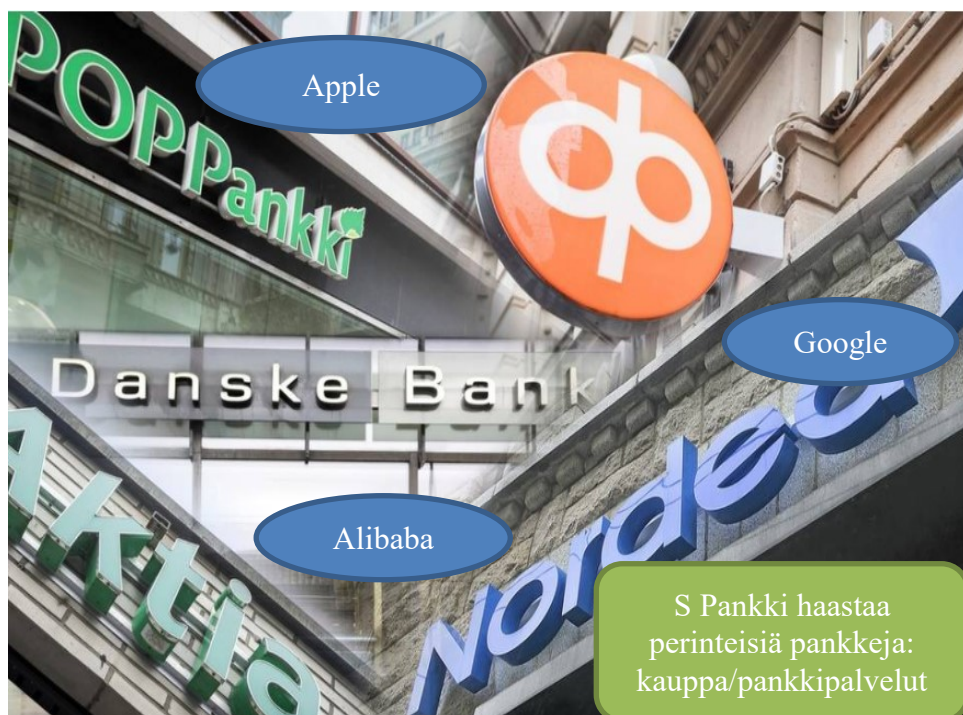
Pankkipalvelut tulevat muuttumaan seuraavan kymmenen vuoden aikana enemmän kuin kenties kuluneen viidenkymmenen vuoden aikana yhteensä. Tätä kuvaavat avainsanat kertovat hyvin siitä muutoksesta mikä on käynnissä: digitalisaatio, fintech (finanssiteknologia) lohkoketjuteknologia, automaatio, mobiilipankki ja siihen liittyvät sovellukset ovat jo tätä päivää. Hyvin nopeasti tulemme näkemään mobiilisovelluksen, joka yhdistää koko elämäsi rahankäytön yhteen käyttöliittymään: arjen pankkiasiat, varallisuuden hallinnan, sijoitusvinkit, ostokset, pääsyliput, terveyspalvelut ja lomamatkat. Saksalainen pankkistartup N26 on jo tällä tiellä. Se on rakentamassa laajaa fintech-markkinapaikkaa. N26 toimitusjohtaja Valentin Staf kertoo, että tapa jolla ihmiset ostavat finanssipalveluita muuttuu perusteellisesti. Euroopan valloitukseen on lähdyssä Suomesta mobiilibankki Jolt Bank. Sen takana on luottoyhtiö Euroloan. Avaaminen

odottaa pankkitoimilupaa. Konttoreita ei ole – eikä tule. Fintechistä voi tulla vallankumous, joka hirvittää perinteisiä pankkeja. Ne voivat kärsiä kovempia iskuja kuin yksikään finanssikriisi on aiheuttanut. Tätä kehitystä tulee edesauttamaan maksuliikediirektiivin muutos vuonna 2018. (<https://accenture.com/us-en/insigt-psd2-opportunities-banks>)

PSD2-direktiivi muuttuu 13.1.2018, sen mukaan Euroopan pankkien täytyy asettaa asiakastiedot saataville turvallisella tavalla ja lopulta myöntää kolmansille osapuolille pääsy asiakkaiden tileille. Tarkoitus on luoda tasapuoliset toimintaedellytykset uusille tulokkaille ja perinteisille markkinatoimijoille. Ajatus on tarjota enemmän mahdollisuuksia kilpailulle ja innovatiivisille maksupalveluille. Konsulttitalo PwC on selvittänyt eurooppalaisten pankkien valmiuksia siirtyä uuteen PSD2 maailmaan. Lopputulos selvityksessä ei ollut kovin imarteleva. Kesän 2017 alussa 38 prosenttia pankeista oli vielä vaikutusten arvioinnin alkuvaiheessa. Vasta 9 prosenttia oli imletoimassa uusia PSD2 -vaatimuksia.

Suomessa ainakin Op-ryhmä ja Nordea ovat julkisuudessa esittäneet miljardiluokan investointeja tulevina vuosina käytettäväksi järjestelmien kehittämiseen. Tästä voidaan päätellä, että uuteen kilpailutilanteeseen ollaan valmistautumassa huolella.

Perinteisten pankkien (kuva 1) strategiavalinnat ja niiden jalkauttaminen vaikuttavat kauas tulevaisuuteen. Väärät valinnat voivat kostautua ja onnistumiset voivat siivittää irtiottoihin kilpailijoista. Olennaista on se, että asiakkaan maksuliikkeen hoidossa perinteiset pankit eivät kilpaile enää keskenään, vaan kisa käydään uusien tulokkaiden kanssa. Uudet kilpailijat eivät näy logolla (kuva 1) katukuvassa, vaan toimivat tietoverkoissa, somessa, ylläpitäen yhteyksiä suoraan asiakkaisiin.



Kuva 1 <http://www.tivi.fi/> Pankkien aika käy vähiin suomessakin

Digitalisaatio näkyy vahvasti ja kasvavassa määrin siinä, miten asiakkaat hoitavat itsenäisesti pankki- ja vakuutusasiansa verkkopalveluiden kautta. Enenevässä määrin finanssipalveluita käytetään mobiililaitteella. Mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse, sitä useimmat käyttäjät hyödyntävät mobiililaitteita finanssipalveluissa. Kuinka tässä kehityksessä pysyvät mukana seniorikansalaiset tai ne asiakkaat jotka eivät pysty tai halua asioida sähköisissä kanavissa. Omien taloudellisten asioiden hoito on aina ollut osa itsemääräämisoikeutta. Onko tulevaisuuden kehitys aiheuttamassa selkeää eriarvoistumista kansalaisten keskuudessa?

2 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

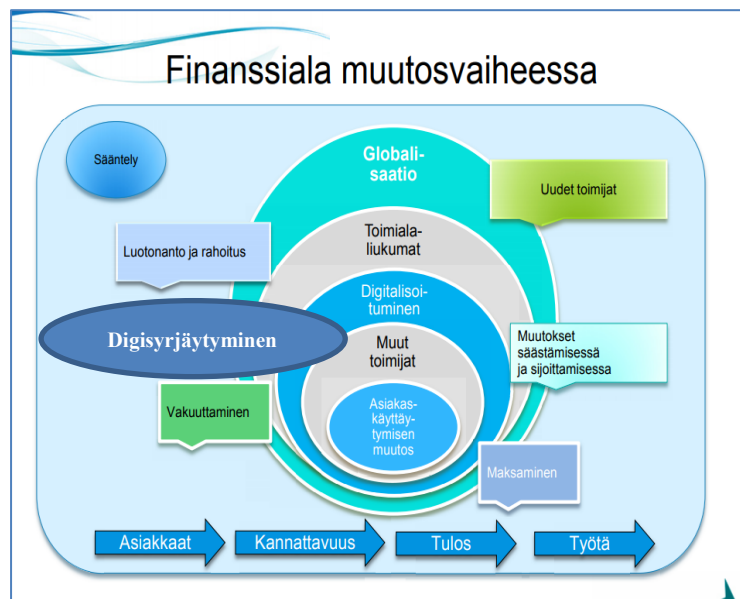
Tämän opinnäytetyön tavoitteena on avata näkökulmaa finanssialan tulevaisuuden kehitykseen ja kuinka pankkien asiakkaat kokevat muutoksen jokapäiväisessä elämässään. Mitkä ovat keskeiset kehitystrendit ja niiden vaikutukset tulevaisuuden pankkiasioiden hoidossa. Ymmärretäänkö digitalisaatio käsitteenä riittävän hyvin ja miten se tulee vaikuttamaan omien pankkipalveluiden saatavuuteen. Vaikeuttaako lähikonttoreiden sulkeminen tulevaisuuden finanssipalveluiden saatavuutta. Luotetaanko pankkipalveluiden turvallisuuteen ja mitä mahdollisia esteitä on uusien digitaalisten pankkipalveluiden käyttöönotossa. Kuinka pankkien asiakkaat kokevat uusien toimijoiden tulon markkinoille ja koetaanko niiden horjuttavan nykyisten pankkien asemaa.

Keskeiset tutkimuskysymykset on johdettu kuvan 2 viitekehyksestä:

- Asiakaskokemus ja digitalisaatio
- Uudet toimijat: uhka vai mahdollisuus
- Digisyrjäytyminen.

Aihe on erittäin laaja ja pitää sisällään monia eri tutkimuskysymyksiä. Aihetta on kuitenkin pakko rajata ja tässä tutkimuksessa selkeä fokus muodostui digisyrjäytymiseen ja sen syvällisempään analyysiin. Myös sen vuoksi, että aiheen ympärillä käydään varsin laajaa keskustelua ja sen tiimoilta on myös käynnistetty yhteiskunnallisesti merkittäviä hankkeita (Digital Silver) ja Valtionvarainministeriön Auta -hanke, joka tähtää parempaan huomiseen ikäihmisten asioinnissa.

Finanssiala suuren muutoksen (kuva 2) keskiössä. Asiakkaat ovat mahdollistaneet kannattavaa ja tuloksellista työtä, mutta kaikki muuttuu - vai muuttuko?

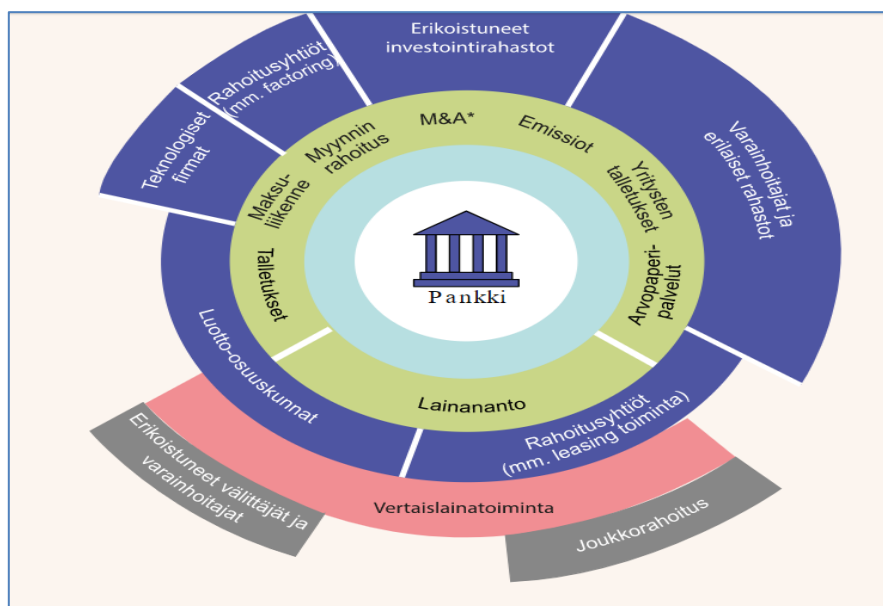


Kuva 2 FA Finanssialan Keskusliitto, 2015, Finanssiala muutosvaiheessa. Muokattu.

Perinteisen pankkitoiminnan lisäksi markkinoilla muut toimijat kattavat lähes täydellisesti myös pankkitoiminnan lohkot ja tulevaisuuden kilpailu ei rajoitu pelkästään maksuliikesektoriin. Vääjäämättä tämä johtaa siihen, että perinteinen pankkien välinen kilpailu on siirtymässä entistä kansainvälisempään suuntaan eli kilpailusta on tulossa selkeästi globaali ilmiö. Missä määrin tämä hyödyttää tulevaisuuden pankkiasiakasta Suomessa, se jää nähtäväksi.

Pankin asema taloudellisen toiminnan keskiössä (kuva 3), on kattanut kaikki asiakkaiden tarpeet. Kehitys on johtanut siihen, että uusia vaihtoehtoja vyöryy kaikille sektoreille ja tämä on lisää pankeille haasteita säilyttää asiakkaassa kokonaisuuden hallinta.

Pankkien liiketoimintoihin kohdistuu kovaa kilpailua (kuva 3)



Kuva 3 Suomen Pankki -Euro & Talous, 2015.

Kilpailun avautuminen maksuliikkeen osalta toteutuu vuoden 2018 aikana ja se tulee vaikuttamaan pankkien ansaintataseeseen (maksuliiketulot). Mielenkiintoinen kysymys on, millä aikajänteellä tapahtuu luottoprosessien automatisointi laajemmassa mittakaavassa (teknisesti jo mahdollista) tai varallisuuden hoidon osalta, robotti tekee sijoituspäätöksen asiakkaan tai sijoitusneuvojan puolesta.

Pankeilla on vielä konttoreita (1112 konttoria 31.12.2016) huomattavasti enemmän kuin itsenäisiä kuntia Suomessa. Mikä tulee olemaan fyysisten konttoreiden rooli tulevaisuudessa, kun rahoitukseen liittyvät lainaprosessitkin automatisoituvat ilman, että päätökseen tarvitaan ihmistä?

Käteisen rahan merkitys on edelleen vahva

Käteisen rahan käyttö ja merkitys on vahvasti ikään sidottu. Mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse, sitä aktiivisemmin käytetään kortteja tai tulevaisuudessa mobiilia korvaamaan käteistä maksuvälineenä.

Pankkiautomaattien rooli (kuva 4) ja niiden merkitys asiakkaiden eriarvoistumisessa: erityisesti seniorikansalaiset ja tutkimukseen osallistuneet henkilöt kokivat monesti ulkotiloissa sijaitsevien nostoautomaattien käytön epämukavaksi ja turvattomaksi. Pankkiautomaatit Oy:n asettama kannattavuusraja (5000 nostotapahtumaa/kk) monella pienemmällä paikkakunnalla uhkaa automaattien olemassa oloa. Toisaalta on nähtävissä trendi, että automaatteja ollaan lisäämässä sellaisille liiketoimintapaikoille, joissa ne ovat tehokkaassa käytössä.

Paljonko automaateista on sijoitettu ulkotiloihin Suomessa, sitä tutkimuksessa ei ole selvitetty. Kannanotto perustuu ainoastaan havainnointiin ja haastateltavien mielipiteisiin automaattien sijoittelusta. Lehti uutisessa olleen (Päivän Lehti 24.8.2017) -Iäkkäät ihmiset huijareiden kohteena) tiedon mukaan pankkiautomaatilla tapahtuneet sieppaukset ovat viime aikoina kovasti lisääntyneet. On selvää, että tämän tyyppiset uutiset aiheuttavat erityisesti vanhemmissa ihmisissä epävarmuutta pankkiautomaatilla asioitaessa.

Olennainen ero pankkiautomaattien sijoittelussa Suomen ja Belgian välillä on, että automaattit sijaitsevat Belgiassa pääsääntöisesti sisätiloissa. Tällä parannetaan turvallisuutta olennaisesti. Esimerkiksi uutisia siitä, että automaattiin on asennettu "skimmauslaite" tai nostotapahtumien yhteydessä asiakkaat olisivat menettäneet rahojaan, ei ole esiintynyt.

Pankkialan uutisointi/ Belgia

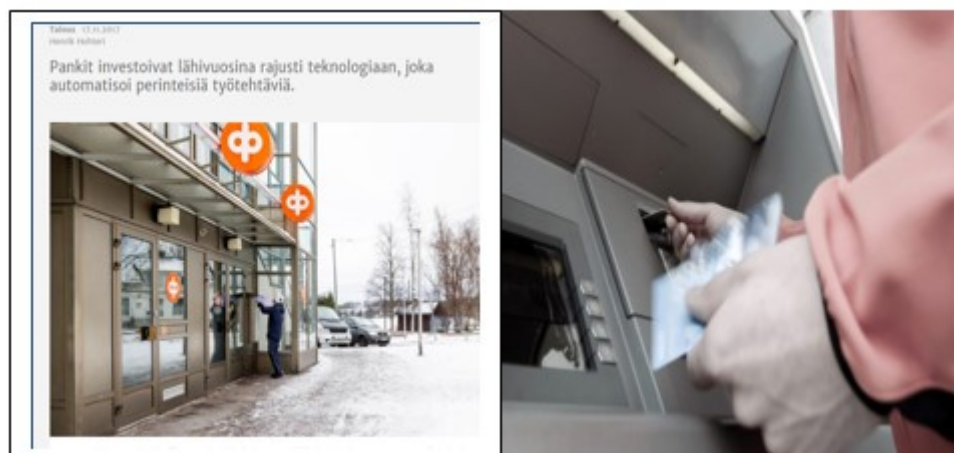
Itsenäinen selviytyminen etenkin rahankäyttöön liittyvissä asioissa on palkitsevaa, mutta myös välttämätöntä. Vanhus- ja lähimmäispalvelun liiton ja Vanhustyön keskusliiton yhteinen KÄKÄTE -projekti (Käyttäjälle kätevä teknologia -projekti) on selvittänyt jo vuonna 2012, miten ikäihmiset kokevat yhteiskunnassa yleistyvät automaattit (Taulukko 1) ja erityisesti pankkiautomaatit.

Taulukko 1

Tasot:	
F	= fyysinen taso, laitetta tai ympäristöä koskeva
K	= kognitiivinen taso, prosessia tai ohjelmistoa koskeva
S	= sosiaalinen taso, sosiaalisen tilanteen vaikutus käyttöön
M	= muu asia
Käytön estäviä ongelmia	
Automaatit koetaan turvattomiksi.	S
Ruudulta heijastuva auringonvalo voi estää näytöitä lukemisen.	F
Viikkuva toissijainen informaatio vie huomion pääohjeelta.	K
Palveluaika ylittyy liian nopeasti (aloittelevat käyttäjät ja heikosti näkevät).	K
Käyttäjien huomio ei kohdistu oikeaan kohtaan oikeaan aikaan (pääohje, näppäimistö, saldo).	K
Näppäimistössä on heikot kontrastit (erityisesti vanha malli).	F
Automaatin eteen kasautuva lumi ja jää aiheuttaa kaatumisvaaran.	F
Katolta tippuva lumi ja jää voivat aiheuttaa vaaratilanteen automaatilla.	F
Opastusta ei tarjota riittävästi ensi kertaa käyttäville.	S
Käyttöä vaikeuttavia ongelmia	
Stop- ja Clear-näppäinten toiminnot ovat epäselviä käyttäjille.	K
Uudessa automaattimallissa käteisen ulostulo totuttua matalammalta jäi ensimmäisillä käyttökertoilla huomaamatta.	F,K
Saldotietojen ilmestymisen ja kortin ulostulon samanaikaisuus hämää käyttäjiä.	K
Ruudun vasemman laidan pikavalintasummit (20, 40, 60 €) ei huomata, vaan sen sijaan käytetään muu summa -toimintoa.	K
Laskutaso ja tukikaiteet puuttuvat.	F
Automaatin palvelumaksut (saldo- ja tilitapahtumakyselyt) ovat epäselviä käyttäjille.	M
Uuden sukupolven malli: ei paikkaa kävelykepilille tai kyynärsauvoille.	F

Tutkimukseen osallistui yksitoista 60 - 94 -vuotiasta miestä ja naista, joilla oli erilaisia toimintakyvyn rajoitteita. Ryhmässä oli näkövammaisia, reumaa sairastavia, sekä pyörätuolia, rollaattoria ja kyynärsauvaa käyttäviä henkilöitä. Vastauksia on tarkasteltu taulukossa 1.

Kuvassa 4 on havainnollistettu tyypillistä pankkiautomaattien sijoittelua. On varsin ymmärrettävää, että erityisesti ikäihmiset kokevat turvattomuutta automaatilla asioidessaan.



Kuva 4 Maaseudun Tulevaisuus 17.11.2017/Talous

Pankit investoivat lähivuosina rajusti teknologiaan, joka automatisoi perinteisiä työtehtäviä pankeissa.

Opintolaina- ja kuluttajarahoituspäätöksissä automaatioaste on jo korkea. Asuntolainahakemuksista kaksi kolmasosaa tehdään verkon kautta, mutta päätöksen tekemiseen tarvitaan yhä ihmistä. OP:n digitaalisesta liiketoiminnasta vastaava johtaja Harri Nummela toteaa, että edistyneen tekoälyn hyödyntäminen on vielä lähtökuopissa, mutta sellainenkin aika tullaan näkemään, että lainapäätökset tehdään tekoälyn toimesta täysin digitaalisessa prosessissa. Aikajännettä ei pystytä vielä arvioimaan, kuinka nopeasti tähän päästään toteaa Harri Nummela Maaseudun Tulevaisuuden 17.11.2017 olleessa haastattelussa.

Kuinka tulevaisuutta hahmotetaan Pohjoismaiden suurimmassa pankkiryhmässä ja miten siihen on varauduttu Nordeassa

Tarkasteltaessa kuvaa maksuliikenteen osalta, Nordean konsernijohtaja Casper von Koskull toteaa Talouselämä lehden haastattelussa 12.11.2017, (<https://www.talouselama.fi/uutiset/kaataako-apple-nyt-nordean-niin-kuin-nokian-sita-pohtii-nordeaa-johtava-von-koskull/7e1cb11f-3809-3890-b45c-d408cbc7cc97>) että isot teknologiajätit tunkeutuvat pankkien reviirille. "En ole kuitenkaan ihan varma, haluavatko asiakkaat antaa rahansa Facebookiin". Apple tunkeutuu nyt kuitenkin suoraan pankkien reviirille. Maksupalvelu Apple Pay on aloittanut Suomessa lokakuussa/ 2017 ja maksupalvelu on käytössä Nordean ja St-1 -huoltoaseman korteilla. Casper von Koskuell toteaa, että pankin on pystyttävä muuttumaan ja tekemään yhteistyötä uusien toimijoiden kanssa, muuten pankin taru on lopussa.

Nordea käy läpi valtavaa myllerrystä. Vuonna 2015 pankki aloitti digiloikan, johon se investoi noin 900 miljoonaa euroa joka vuosi (vrt. Nordean tase 616 mrd. e). Nordea uudistaa prosessinsa ja it-järjestelmänsä peruspankkijärjestelmää myöten.

Asiakkaan tarve pankkipalveluihin on edelleen olemassa, mutta tarvitaanko pankkeja enää samalla tavalla kuin aikaisemmin von Koskuell kysyy: tarkoittaen, että nykymuotoista pankkia ei ehkä tulevaisuudessa tarvita, koska palvelut muuttavat muotoaan. Asiakkaat haluavat hoitaa pankkiasiansa missä vain ja milloin tahansa. Pankki siirtyy yhä enenevässä määrin mobiililaitteeseen.

Mobiili on jo nyt "kaukosäädin", jolla asiakas voi ohjata monia asioita. Myös asuntolainaprosessi on muuttumassa digitaaliseksi. Asiakas odottaa palvelua nopeasti 24/7. Se on tämän transformaation takana: sijoitamme järjestelmiin ja ennen kaikkea nopeisiin järjestelmiin, von Koskuell sanoo.

Lokakuussa 2017 Nordea kertoi vähentävänsä seuraavan neljän vuoden aikana 6 000 työtehtävää, joista parituhatta on konsultteja. Nordeassa on pohjoismaissa 31 500 työntekijää, joten 4 000 työtehtävän vähentäminen vastaa 13 prosenttia nykyisestä työvoimasta. Brutaalia, arvostelevat ammattiliitot, mutta von Koskull ihmettelee enemmänkin sitä, miten hitaasti

digimuutos pankkialalla etenee. Hitautta selittää kuitenkin se, että pankkitoiminta on vahvasti säänneltyä. Mutta nyt vauhti kiihtyy ja oikeastaan kaikki muuttuu. Von Koskullin mukaan robotiikalla ja tekoälyllä pystyy virtaviivaistamaan erityisesti pankin niin kutsuttuja middle- ja backoffice -toimintoja. Tämä tarkoittaa esimerkiksi riskien arviointia ja asiakkaiden toimeksiantojen toteutusta. Kone voi tehdä tulevaisuudessa luottopäätöksiä sekä antaa henkilökohtaista sijoitusneuvontaa ja myöntää vakuutuskorvauksia.

Applen tulo markkinoille onkin vasta alkusoittoa. Vuoden vaihteessa EU:n PSD2 -maksupalveludirektiivi todella räjäyttää käyntiin kilpailun pankkien asiakassuhteista.

Maksupalveludirektiivi pakottaa pankit avaamaan asiakkaidensa tilitiedot ulkopuolisille palveluntarjoajille, jos asiakas antaa tähän luvan. Silloin itse pankkia ei välttämättä tarvita varojen siirtoon ja tilien hallintaan. Lukuisat niin kutsutut fintech -yritykset kehittävätkin nyt kilvan uusia pankkipalveluita. Konsulttiyhtiö PwC:n tutkimuksen mukaan perinteiset finanssiyritykset pelkäävät fintechin uhkaavan liki neljänneistä niiden liiketoiminnasta.

Kilpailu kiristyy, niin kuin sen kuuluukin. Näemme tässä uhkakuvan, mutta otamme tämän mieluummin mahdollisuutena, von Koskull toteaa. Siksi Nordea avasi vuonna 2017 Open banking -portaalin, jossa sovelluskehittäjät saavat testata ideoitaan pankin dataa ja työkaluja hyödyntäen. Tavoitteena on luoda yhteistyössä tulevaisuuden pankkipalveluja. Lokakuussa Nordea lähti omistajaksi viiden prosentin osuudella ruotsalaiseen Tinkiin. Tink -sovelluksen avulla asiakas pystyy seuraamaan päivittäistä rahankäyttöään, tiliensä ja sijoitustuotteidensa kehitystä useissa eri pankeissa.

Von Koskull sanoo, että tulevaisuudessa pankki ei tee kaikkea itse. Yhä enemmän mennään siihen, että joko yritys on alusta tai sitten se on putki. Nordealla on yksitoista miljoonaa asiakasta. Tulemme tekemään Nordea -alustalla yhteistyötä muiden kanssa, jotka parantavat meidän palvelupalettia. Toista äärilaitaa edustavat ne yritykset, joilla ei ole alustaa, mutta jotka tekevät sisältöjä - eli tuotteita.

Menemme maailmaan, jossa ei ole enää asiakassegmenttejä, vaan palveluja pystytään räätälöimään yhdelle henkilölle, von Koskull sanoo. Asiakastietoa ja tekoälyä käyttämällä pystytään sanomaan, että hei sinulla on nämä tarpeet ja harrastukset, minä tarjoan sinulle tätä. Kun pankki huomaa, että asiakkaan tilille on kertynyt rahaa, voi tälle kaupata sijoituspalveluita.

Nordean kannalta kriittinen kysymys on, että kytkös asiakkaaseen säilyy myös silloin, kun yhteistyökumppani on Apple, Tink tai jokin muu uusi fintech. Jos pankki kehittyy oikealla tavalla, meillä on tulevaisuus kymmeniä, jos ei satoja vuosia eteenpäin, toteaa von Koskull.

Casper von Koskull antaa haastattelua Nordean Vallilan konttorissa, josta mahdollisesti tulee vuoden 2018 lokakuussa Pohjoismaiden suurimman pankin pääkonttori. Nordean johto on perustellut kotipaikan muuttoa

Ruotsista Suomeen muun muassa sillä, että se piti Ruotsin vaatimia vakausrahastomaksuja kohtuuttomina. Suurin syy muutolle on, että Ruotsi ei kuulu pankkiunioniin.

Nordean yhtiökokous 15.3.2018 Tukholmassa, jossa käsitellään mm. pankin kotipaikan muuttoa Suomeen – asia on herättänyt voimakasta keskustelua Ruotsissa ja on mielenkiintoista seurata mihin ratkaisuun yhtiökokous päättyy.



Yhtiökokous päätti 15.3.2018, että pankin kotipaikka siirtyy suomeen (Nordea 15.3.2018 klo 17:17).

Suomen taloudessa Nordea on jättiläinen. Pankin tase on yli 600 miljardia euroa, kun Suomen bruttokansantuote on reilut 200 miljardia euroa.

Nordealla oli vuoden 2016 lopussa 161 konttoria koko maassa ja vastaavasti OP ryhmällä 442 konttoria. Nordea on viimeksi kuluneen kymmenen vuoden aikana supistanut voimakkaasti konttoriverkkoaan. Vastaavasti OP ryhmällä kehitys on ollut paljon verkkaisempaa. Osittain selitys löytynee OP ryhmän osuustoiminnallisuudesta, jonka päätavoite ei ole tuottaa maksimaalista voittoa omistajajäsenilleen, kun vastaavasti Nordea osakeyhtiönä tavoittelee mahdollisimman hyvää tulosta osakkeenomistajilleen.

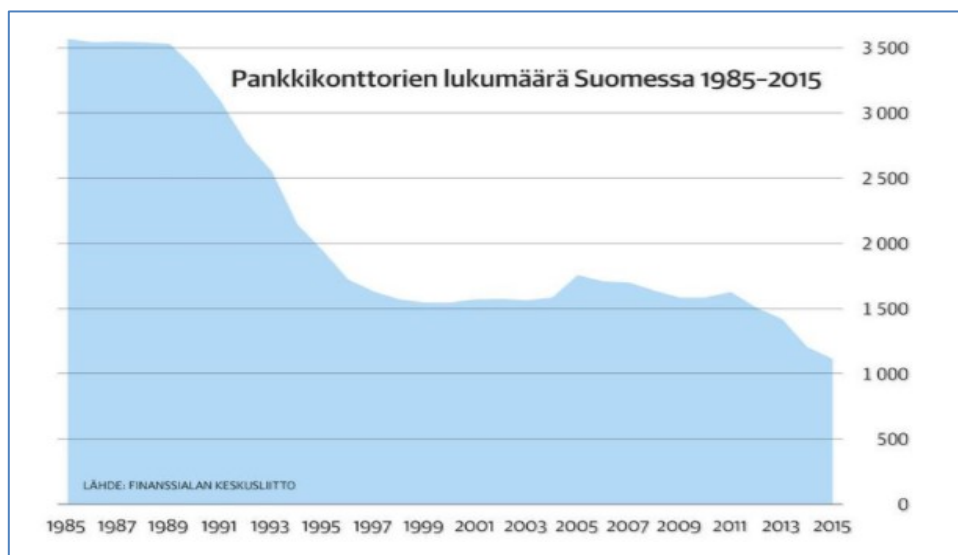
Toinen varsin merkittävä syy konttoriverkon supistamiseen voi olla myös se, että Nordea on valinnut eri strategian kuin OP Ryhmä. Nordean strategialla tavoiteltu lisää kustannustehokkuutta ja parempaa kilpailukykyä tulevaisuuden finanssimarkkinoilla. Nordea on puolittanut konttoreiden määrän edeltäneen kuuden vuoden aikana (Yle Areena 4.3.2018/Spotlight).

Vääjäämättä asiakaskäyttäytymisen muutos ja digitalisaatio ajaa kohti harvempaa konttoriverkostoa myös OP Ryhmässä. Tästä kehityksestä on ollut vahvoja merkkejä jo havaittavissa pankkeja koskevassa uutisvirrassa.

3 TAUSTATIETOA PANKKITOIMIALASTA JA SEN KEHITYKSESTÄ

3.1. Pankkijärjestelmä Suomessa ja pankkien määrän kehitys

Konttorit kuihtuvat, pankkikonttoreita (kuva 5) on peräti 2 500 vähemmän kuin vuonna 1985 (Kauppalehti 12.8.2016), mutta sähköinen asiointi kaataa konttoreita vielä sadoittain. Pankkikonttoreita oli vuoden 2015 lopussa 1112 (FA Finanssialan Keskusliitto). Rajuimmillaan konttoreiden sulkemisaalto oli 1990-luvun alun pankkikriisissä ja nyt voidaan oikeutetusti kysyä, että johtaako tämän päivän vahva digitalisaatiokehitys ja alalle tulevat uudet toimijat sekä toimintatavat uuteen rajuun sulkemisaaltoon. Tuleeko kehitys aiheuttamaan pankkien asiakkaissa vastareaktion ja pankkiryhmien välillä syntyä erilaisia strategiavalintoja. Jokin pankkiryhmä voi strategiassaan priorisoida henkilökohtaisen palvelun ja toinen sen sijaan digitaaliset pankkipalvelut ykkösprioriteetiksi.

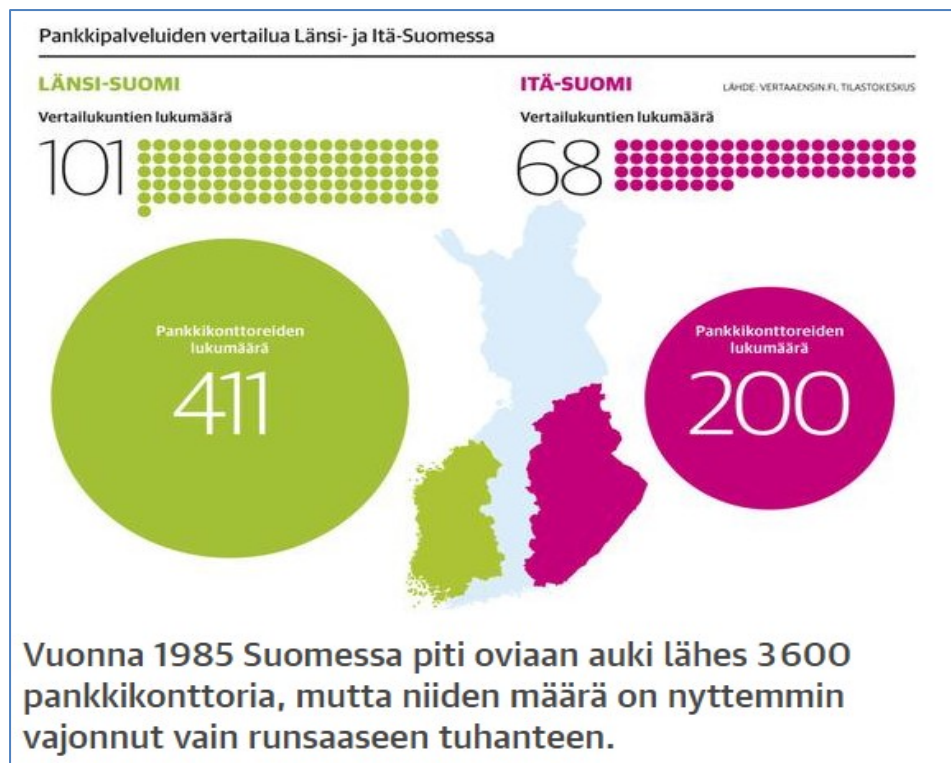


Kuva 5 Kauppalehti 12.8.2016 -Pankkien konttorit katoavat

Vuonna 1985 Suomessa oli 3 566 pankkien konttoria ja vuonna 2015 niiden määrä oli supistunut 1 112 konttoriin ja määrä supistuu edelleen. Verkko- ja mobiilipalveluiden lisääntyminen vähentää konttoreita, mutta Itä-Suomi on menettänyt niitä nopeammin kuin maan länsiosaa. Pankkikonttoripalveluiden saavutettavuuden osalta tilanne on jossain määrin ristiriitainen, koska mitä idemmäksi ja pohjoisemmaksi mennään sitä harvemmassa ovat pankkien konttorit, mutta etäisyys niihin sen sijaan kasvaa. Sen myötä mahdollisuus saada henkilökohtaista pankkipalvelua heikkenee.

Pankkikonttoreiden määrässä (kuva 6) per kunta on suuri ero. Länsi-Suomessa on neljä pankin konttoria / kunta, kun Itä-Suomessa vastaavasti on suhdeluku on vajaa kolme konttoria kuntaa kohti. Kun se suhteutetaan alueella asuvaan väestömäärään, tilanne muuttuu. Vanhan läänijaon mukaisesti laskettuna (Tilastokeskus 31.12.2009) Itä-Suomessa asui 569 832 asukasta eli 2 845 asukasta/per konttori ja Länsi-Suomessa (kuva 6) vastaavasti asui 1 890 000 asukasta, eli asukkaita yhtä pankkikonttoria kohti

oli 4 598 asukasta, joka oli lähes kaksikertainen Itä-Suomeen verrattuna. Tämä ero on vuoden 2009 jälkeen kasvanut, koska väestötappio on ollut 0,5 prosenttia/ vuosi ja vastaavasti Länsi- Suomessa väestömäärä on lisääntynyt vastaavalla määrällä.



Kuva 6 Kauppalehti 12.8.2016 -Pankkien konttorit katoavat

Kauppalehden haastattelemat pankkiammatillaiset uskovat, että pankkikonttoreita katoaa kartalta tasaista tahtia. Niitä tarvitaan jatkossakin, mutta nykyistä selvästi vähemmän kehitettäessä uusia henkilökohtaisen palvelun korvaavia digitaalisia sovelluksia. Pääkaupunkiseudulla toimivan Nooa Säästöpankin toimitusjohtaja Tommi Rytönen arvioi, että kymmenen vuoden päästä pankkikonttoreiden lukumäärä on pudonnut noin viiteensataa eli puolet nykyisestä määrästä.

VertaaEnsin.fi:n toimitusjohtaja Lauri Timgreen toteaa, että pankkiasiointi siirtyy entistä enemmän verkkoon, koska sähköisten palveluiden kulurakenne on "kivijalkakonttoreita" kevyempi.

Pankkien tehtävät

Pankeilla on keskeinen tehtävä rahoituksen välityksessä rahoitusmarkkinoilla ja koko kansantaloudessa. Ne myöntävät luottoja ja vastaanottavat talletuksia sekä huolehtivat asiakkaiden sijoituksista ja varallisuuden hoitamisesta. Tärkeä osa pankkitoimintaa on tehokas maksujenvälitys, joka on välttämätön edellytys markkinatalouden toiminnalle.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto seuraa huolestuneena kehitystä

Muutos on suuri ja pankin konttorit erikoistuvat, eikä kaikissa konttoreissa ole saatavissa enää kassapalveluja lainkaan. Lain mukaan kaikilla kuluttajilla on oikeus saada peruspankkipalveluja, joihin kuuluvat mm. talletustili, tilinkäyttövalmiudet ja mahdollisuus laskujen maksamiseen. Kilpailu- ja kuluttajavirasto seuraa tarkasti, saavatko myös ilman nettiä elävät kuluttajat pankkipalvelunsa kuten laki vaatii. Nykymenolla saattaa käydä niin, että osa ihmisistä syrjäytyy, kun monet termitkin ovat niin hankalia, että niitä ei ymmärrä, sanoo lakimies Henri Telkki Kuluttaja- ja kilpailuvirastosta.

Myös käteispalveluja antavat pankit ovat vähentyneet

Käteispalvelujen saatavuutta on supistettu. Finanssivalvonnan mukaan noin 40 prosenttia konttoreista tarjoaa käteispalveluja rajoitetusti tai ei lainkaan. Finanssivalvonta tekee kerran vuodessa selvityksen peruspankkipalveluiden hinnoista ja saatavuudesta. Fiva valvoo, että luottolaitoslaissa säädetty oikeus pankkipalveluihin toteutuu ja palvelut ovat tarjolla kohtuullisilla hinnoilla.

Suomessa toimii yli 250 (Konttoreita 1112) pankkia. Näiden joukossa on kotimaisia talletuspankkeja, ulkomaisten luottolaitosten sivuliikkeitä ja tytäryhtiöitä sekä investointipankkeja.

Laki luottolaitostoiminnasta on keskeisin pankkien toimintaa sääntelevä laki. Finanssivalvonta ja EKP (Euroopan Keskuspankki) valvovat, että Suomessa toimivat pankit toimivat lakien ja määräysten mukaan ja että pankkien vakavaraisuus säilyy vaaditulla tasolla.

Kaikki talletuksia vastaanottavat pankit kuuluvat Talletussuojarahastoon. Tallettajien varat on suojattu yhdessä pankissa 100 000 euroon asti.

Pankkitoimialalla on viime vuosina tyypillisenä piirteenä ollut finanssikonsernien muodostuminen. Myös ulkomaalaisomistus on alalla suurta.

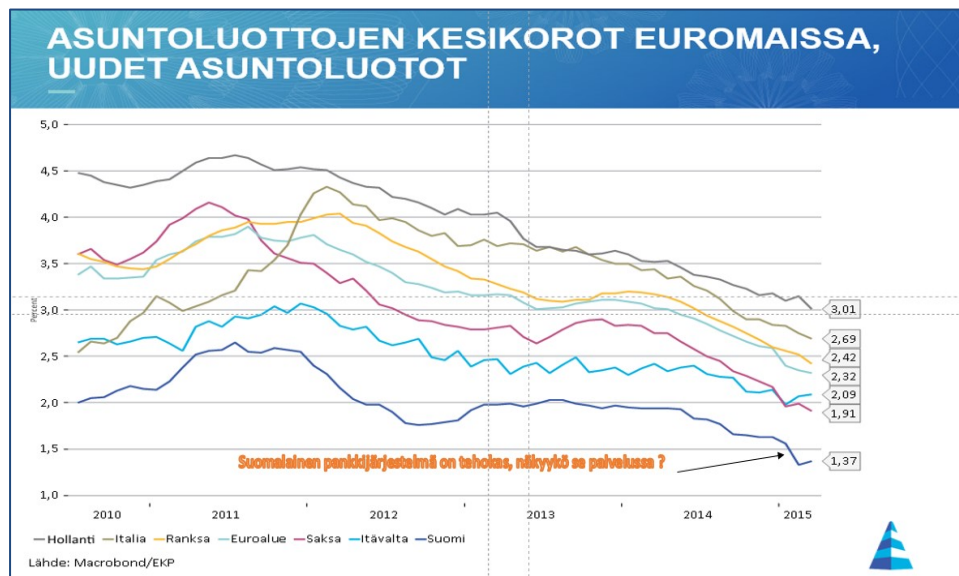
Finanssikonserniin voi kuulua talletuspankin lisäksi muita finanssialalla toimivia yhtiöitä, kuten esimerkiksi rahastoyhtiö, rahoitusyhtiö, henkivakuutusyhtiö ja vahinkovakuutusyhtiö.

Finanssikriisin seurauksena on luotu mittava määrä uutta EU-tason ja kansainvälisen tason sääntelyä. Se vaikuttaa sekä finanssialan yritysten sekä niiden asiakkaiden toimintaedellytyksiin. Lisäksi uutta sääntelyä on yhä työn alla. Sääntelyn vaikutusten arviointi ja saatujen tulosten huomiointi on tärkeää sekä pankkien että niiden asiakkaiden kannalta. (FA Finanssiala ry)

Ovatko suomalaiset pankit tehokkaita, verrattuna muihin Euroalueen pankkeihin?

Hyvä mittari verrata pankkien tehokkuutta on tutkia vuosittain myönnettyjen asuntolainojen keskikorkoa Euromaissa, EKP:n Macrobond-tilastosta. FA Finanssiala ry:n tekemän selvityksen mukaan ero on kaventunut vuodesta 2010 vuoteen 2015 kalleimman ja halvimmman asuntolainan välillä. Tästä voi päätellä, että kilpailu on alkanut purra myös muissakin Euromaissa kuin Suomessa.

Suomalaiset pankit (kuva 7) ovat hyvin kilpailukykyisiä asuntolainojen koroilla mitattuna.



Kuva 7 (FA Finanssiala ry - Asuntoluottojen keskikorot Euromaissa 2015)

Suomalainen pankkijärjestelmä on tehokas: Euroalueen asuntolainojen keskikorko oli 2,32 prosenttia vuonna 2015, Suomessa se oli vastaavana ajankohtana 1,37 %. Veronmaksajan Taloustaito -lehden 10/2017 mukaan asuntolainojen keskikorko oli pääkaupunkiseudulla 1,08 prosenttia ja muualla Suomessa 1,30 prosenttia. Asuntolainojen keskikoron ero pääkaupunkiseudulla ja muualla Suomessa kertoo selkeästi kovemasta pankkikilpailusta pääkaupunkiseudulla verrattuna muuhun Suomeen. Voidaan päätellä myös, että pankit hinnoittelevat riskin pienemmäksi pääkaupunkiseudulla kuin muualla suomessa.

Pankkien markkinaosuuksista (Taulukko 1) OP Ryhmän, Nordean ja Danske Bankin osuus yhteenlasketuista talletusmarkkinoista on yhteensä 77,7 prosenttia, lainoista osuus oli 72,2 prosenttia. OP Ryhmän, Nordean ja Danske Pankin markkinaosuus on niin suuri, että niiden voidaan katsoa ohjaavan vahvasti myös Digitalisaatiokehitystä Suomessa. Kahden suurimman pankkiryhmän markkinaosuus on 65,2 %. Kun tilannetta verrataan vuoteen 1991, on kahden suurimman pankkiryhmän osuus kasvanut lähes 10 prosenttia ja kolmen suurimman pankkiryhmän osuuskin on kasvanut lähes 4 prosenttia (Kansantaloudellinen aikakauskirja, Salo S, 1993, s.204).

Taulukko 2

	Lainat Suomeen (muille kuin rahalaitoksille)		Talletukset Suomesta (muilta kuin rahalaitoksilta)	
	milj. euroa	Markkinaosuus %	milj. euroa	Markkinaosuus %
OP Ryhmä	77 164	35,3 %	55 198	37,5 %
Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni	59 636	27,3 %	40 723	27,7 %
Danske Bank -konserni	20 912	9,6 %	18 411	12,5 %
Handelsbanken-ryhmä	12 664	5,8 %	3 647	2,5 %
Aktia Pankki Oyj -konserni	5 699	2,6 %	4 165	2,8 %
Säästöpankit	6 201	2,8 %	6 072	4,1 %
POP Pankki -ryhmä	3 210	1,5 %	3 477	2,4 %
Ålandsbanken Abp	2 508	1,1 %	2 006	1,4 %
Suomen Hypoteekkiyhdistys + Suomen Asunto- hyppopankki Oy	1 801	0,8 %	1 189	0,8 %
Muut	29 026	13,3 %	12 210	8,3 %
Rahalaitokset yhteensä	218 821	100,0 %	147 098	100,0 %

OP Ryhmä: OP Yrityspankki Oyj, Helsingin Seudun Osuuspankki, OP-Korttiyhtiö Oyj, OP-Asuntoluottopankki Oyj, OP-Prosessipalvelut Oy ja Yhteenliittymäosuuspankit

Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni: Nordea Pankki Suomi Oyj, Nordea Kiinnitysluottopankki Oyj ja Nordea Rahoitus Suomi Oy

Danske Bank -konserni: Danske Bank Oyj ja Danske Bank A/S, Helsinki Branch

Handelsbanken-ryhmä: Svenska Handelsbanken AB (publ), filialverksamheten i Finland, Handelsbanken Finans Abp, Handelsbanken Finans Aktiebolag (publ), filialverksamheten i Finland ja Stadshypotek AB(publ), filialverksamheten i Finland

Aktia Pankki Oyj -konserni: Aktia Bank Abp ja Aktia Hypoteksbank Abp

Säästöpankkiryhmä: Säästöpankit ja Säästöpankkien Keskuspankki Suomi Oy (pl. Oma Säästöpankki Oy, joka kohdassa "muut")

POP Pankki -ryhmä: POP Pankit ja Bonum Pankki Oy

Muut: Sisältää Suomessa toimivat muut luottolaitokset kuin edellä mainitut (mm. S-Pankki Oy ja Kuntarahoitus Oyj)

FK Finanssialan keskusliiton vuositilaston 2016 mukaan Suomessa toimi vuoden 2016 lopussa yhteensä 274 luottolaitosta, mikä on 7 kappaletta vähemmän kuin vuoden 2015 lopussa. Vähennys johtui pääosin Osuuspankkien ja Säästöpankkien fuusioista. Luottolaitoksia ovat talletuspankit sekä muut luottolaitokset, jotka eivät ota vastaan talletuksia. Muita luottolaitoksia ovat esimerkiksi rahoitusyhtiöt, luottokorttiyhtiöt, kiinnitysluottopankit ja Kuntarahoitus Oyj. Suurin osa luottolaitoksista kuuluu pankkikonserniin tai yhteenliittymään. Ryhmittäin laskettuna kotimaisia pankkikonserneja tai -ryhmiä oli vuoden 2016 lopussa 12 kpl.

Suomen suurin pankkiryhmä markkinaosuuksilla mitattuna on OP Ryhmä, joka on viime vuosina laajentanut liiketoimintaansa perinteisen finanssitoimialan ulkopuolelle. OP Ryhmä kuuluu EKP:n suoraan valvontaan. Toiseksi suurin pankkikonserni oli vuoden 2016 lopussa Nordea-konserni. Maaliskuussa 2016 Nordean yhtiökokous hyväksyi suunnitelman, jonka seurauksena Nordean Pohjoismaissa toimivat tytäryritykset fuusioitiin ruotsalaiseen emopankkiin ja ne muuttuivat sivuliikkeiksi. Fuusio toteutui 2.1.2017. Sivuliikkeeksi muuttumisen jälkeen Nordean valvonnan päävastuu kuuluu Ruotsin Finanssivalvonnalle, eikä se ole enää EKP:n suoran valvonnan alainen. Osana fuusioprosessia Suomeen perustettiin lokakuussa Nordea Kiinnitysluottopankki Oyj, joka laskee liikelle asuntovakuudellisia joukkovelkakirjoja. Danske Bank Oyj ja Kuntarahoitus Oyj ovat taseella mitattuna lähes yhtä suuret. Ne kuuluvat molemmat EKP:n suoran valvonnan alle. Danske Bank Oyj on ilmoittanut suunnitelmistaan muuttua sivuliikkeeksi Nordean tavoin. Muut kuin edellä mainitut neljä luottolaitosta kuuluvat Finanssivalvonnan suoran valvonnan alaisuuteen.

Suomalaisissa pankkikonserneissa ja ulkomaisten talletuspankkien sivuliikkeissä työskenteli vuoden 2016 lopussa yhteensä 28 491 henkilöä.

Pankkikonsernin työntekijämäärään sisältyvät myös muun muassa vakuutus- ja omaisuudenhoitotoiminnoissa työskentelevät henkilöt, jos konserniin tai pankkiryhmään kuuluu ko. toimintoja. Lisäksi mukaan on laskettu suomalaisten pankkikonsernien ulkomailla toimivien sivuliikkeiden henkilöstö, jonka osuus on kuitenkin hyvin pieni. Suomalaisilla pankkikonserneilla ja ulkomaisten pankkien sivuliikkeillä oli vuoden 2016 lopussa yhteensä 1 063 pankkikonttoria Suomessa, eli 49 konttoria vähemmän kuin edellisvuonna. Konttorien karsiminen johtuu asiakaspalvelun siirtymisestä digitaalisiin kanaviin sekä fuusioista ja toimintojen tehostamisesta. (<http://www.finanssiala.fi/tilastot/FK-tilasto-Finanssialan-vuositilasto-2016.pdf>)

3.2. Aikaisemmat tutkimukset

Tervetuloa 2010 -luvulle - kirjan kirjoittaja, pankinjohtaja PhD Vesa V. Viitaniemi sai vastaanottaa Vuoden Väitöskirja -palkinnon monikansallisesta Birchamin yliopistosta Madridissa vuonna 2005. Väitöskirjassa "Banking Transformation Model" luodaan yleisen pankkitoiminnan muutosmalli, jonka avulla voidaan kuvata, mallintaa ja ennustaa pankkipalveluiden kehitys konttoreista verkkoon kohderyhmässä (Viitaniemi, V 2007, 13).

Kirjassa Tervetuloa 2010 -luvulle, kerrotaan informaatioteknologian eksponentiaalisista trendeistä ja ennakoidaan muutoksia elinpiirissämme ja palveluiden tuotannossa ja miten informaatioyhteiskunnan supertrendit tulevat muuttamaan meidän jokaisen elämää.

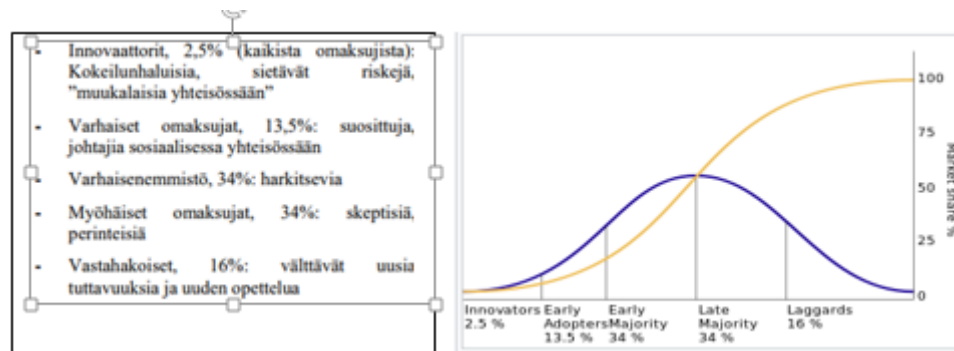
Teoksesta voidaan selkeästi todeta, että se on ollut vahvasti aikaansa edellä ja edusti aidoimmillaan tulevaisuuteen suuntautuvaa tutkimusta ja toimii hyvänä lähdeteoksena ja esimerkkinä tämän hetken digitalisaatiokehityksen tutkimukselle.

Kuvaus innovaatioiden diffuusiomallista

Innovaatioiden diffuusiomallin ja keskihajonnan perusteella avulla voidaan laskea se hetki, milloin kutakin palvelua käyttää puolet kohderyhmästä eli asiakkaista, edellyttäen, että innovaation menestyksen ehdot ovat pääosin täyttyvässä. (Viitaniemi, V 2007, 114. Tervetuloa 2010 -luvulle).

Innovaatioiden diffuusiomallissa tuotteen tai palvelun levinneisyys kohderyhmässään etenee aika-akselilla. Näin ollen keskihajonnasta saadaan ajan mitta, eli voimme laskea hetken, jolloin kellokäyrä (Rogersin "kello" eli innovaation omaksujien viisi segmenttiä) on lakipisteessään ja puolet kohderyhmästä on ottanut innovaation käyttöönsä (Viitaniemi, V 2007, 114).

Innovaatioiden (kuva 8) omaksujien viisi segmenttiä



Kuva 8 (https://en.wikipedia.org/wiki/Diffusion_of_innovations, muokattu)

Oheinen taulukko (kuva 8) kertoo keskihajonnan perusteella - siis ajanjakson, joka on kulunut siihen, että palvelun käyttöönotaneista 2,5 % asiakkaista on siirrytty 16 % penetraatioon (tuotteen leviäminen). Palvelun on ottanut käyttöön lähinnä innovaattorit, toki tuote- ja palvelukohtaisesti transformaatio etenee hieman eri tahtiin, mutta samansuuntaisena. (Viitaniemi, V 2007, 114).

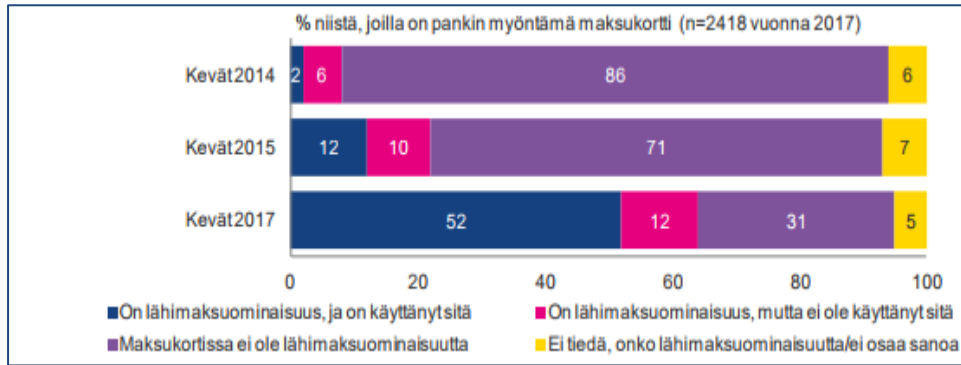
Kun 2,5 % kohderyhmästä on ottanut innovaation omakseen, olemme kahden keskihajonnan päässä siitä hetkestä, jolloin 50 % kohderyhmästä käyttää uutta tapaa hoitaa esim. pankkipalveluitaan. Saamme innovaatioiden diffuusiomallin pohjalta keskihajonnan kuvaamaan aikaa laskemalla vuodet 2,5 prosentin penetraatiosta 16 prosentin penetraatioon. Jos esimerkiksi innovaation ajanjakso 2,5 prosentin levinneisyydestä 16 prosentin penetraatioon kestää 3 vuotta, niin seuraavan kolmen vuoden kuluttua tästä jo 50 prosenttia asiakkaista käyttää uutta tapaa toimia (Viitaniemi, V 2007, 114).

Kuinka innovaatioiden diffuusiomallia voisi testata tässä hetkessä

Finanssiala ry:n teettämässä tutkimuksessa (taulukko 3) esitetään lähimaksuominaisuuden käytön yleistymistä ja käyttöönottoa. Lähimaksuominaisuus alkaa olla perusominaisuus ja sen saa korttiinsa automaattisesti. Tutkimuksessa ilmeni, että 64 prosentilla pankin myöntämästä maksukortin omaavasta suomalaisesta on kortissaan lähimaksuominaisuus. Lähimaksuominaisuuden omaavien osuus on lähes kolminkertaistunut keväästä 2015, jolloin ominaisuus oli 22 prosentilla kortin haltijoista.

Jos tässä sovelletaan edellä kuvatun mukaista innovaatioiden diffuusiomallia, niin havaitaan, että 2,5 prosentin penetraatiosta 16 prosentin penetraatioon kestää yhden vuoden eli siihen, että asiakkaista käyttää uutta innovaatiota 50 prosenttia, kuluu yhteensä kaksi vuotta. FA Finanssiala ry:n tutkimuksessa lähimaksuominaisuuden käyttäjiä oli 52 prosenttia. Tällä esimerkillä halutaan kuvata sitä, että innovaatioiden diffuusiomalli toimii.

Taulukko 3 FA Finanssiala ry, Tutkimusraportti 2017



Sitä myös kysyttiin FA Finanssiala ry:n tutkimuksessa, että miksi lähimaksuominaisuutta ei käytetä, vaikka se maksukortissa olisikin? Perusteluista nousi kolme muita yleisempää syytä.

- Lähimaksuominaisuuden käyttämisen turvallisuus ja luotettavuus
- Ei uskalla käyttää tai ei luota siihen
- Kortilla maksetaan yleisemmin maksurajaa (25 €) suurempia ostoksia.

Edellä (kuva 8) kuvatun matemaattisen mallinnuksen avulla voi esimerkiksi yksittäinen finanssialan yritys laskea omasta datasta, kuinka nopeasti asiakkaat ottavat käyttöön uuden palvelun ja missä määrin uusi palvelu vaatii kohdemarkkinointia, jos tuote tai palvelu on otettu hitaammin käyttöön, kun on ennustettu.

Tässä hetkessä usein palveluiden tuottajat ja erilaisten uusien pankkisovellusten kehittäjät joutuvat pohtimaan sitä, kuinka nopeasti uusi innovaatio saavuttaa loppukäyttäjän.

Mitä aikaisemmin on tutkittu: Digitalisaatio/ asiakaskokemus - esimerkkejä aihepiiristä laadituista opinnäytetöistä

Leinonen S, 2017. Asiakaskokemuksen kehittäminen digitalisaation tuomien mahdollisuuksien kautta.

- Tutkimuksessa on todettu, että digitalisaation myötä asiakaskokemusta voidaan parantaa myös teknologiaa hyödyntämällä, joka puolestaan vaatii tehokasta tiedonhallintaa. Digitalisaatio edellyttää yritykseltä liiketoiminnan kehittämistä ja toimintatapojen uudelleen tarkastelua yhdessä sidosryhmien kanssa. Tämä on edellytys kilpailukyvyyn säilyttämiselle ja vahvoille asiakassuhteille tulevaisuudessa.
- Tutkimuksessa on ansiokkaasti tarkasteltu asiakaskokemuksen kehittämistä digitaalisaation avulla, mutta mitä uhkia digitalisaatio pitää sisällään asiakkaan näkökulmasta, on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle.

Mäki S, 2016. Pankin Digitalisaatio -pankit digitalisaation murroksessa
Esimerkkejä tutkimuksessa esiin nousseista pohdinnoista:

- Vaikka digitalisaatio etenee vauhdilla, palvelut on oltava saatavilla myös niille pankkien asiakkaille, joilla ei ole käytettävissä internet-yhteyksiä
- Kuluttajien luottamus säilytettävä myös uusissa digitaalisissa pankkipalveluissa
- Digitalisaatio nähtävä positiivisena muutosvoimana

Karhu N, 2016. Tutkimus Finanssialan Digitalisaatio -vaikutus asiakaskokemukseen ja pankin aukioloaikoihin. Keskeisiä havaintoja tutkimuksesta:

- Ikääntyvä väestö suosii edelleen konttoripalveluja
- Nuorempi sukupolvi odottaa kehittyneempiä palveluja, mutta joustavuutta myös pankin aukioloaikoihin

Hokkanen S. 2016. Digitalisaatio ja sen asettamat haasteet pankeille

- Ote tiivistelmästä: digitalisaation myötä pankit kohtaavat uusia haasteita, jotka kohdistuvat konttoreihin, henkilöstöön ja sähköisiin palvelukanaviin. Digitalisaatio tuo mukanaan myös uutta kilpailua ja kilpailijoita pankkisektorille.

3.3. Kuvaus toimeksiantajapankista

Toimeksiantaja X -pankki on jäsentensä omistama osuuskuntamuotoinen talletuspankki, joka harjoittaa toimialueellaan paikallista vähittäispankkitoimintaa. Osuuspankki kuuluu OP ryhmään, joka on johtava suomalainen finanssiryhmä. Se koostuu itsenäisistä osuuspankeista ja niiden keskusyhteisöstä OP Osuuskunnasta tytäryhtiöineen. OP Ryhmän ja sen jäsenpankkien keskitettyjen palveluiden kehittämisestä ja tuottamisesta vastaavat OP Osuuskunta sekä sen tytäryhtiöt OP -Palvelut ja OP -Prosessipalvelut Oy. OP Osuuskunta toimii koko OP Ryhmän strategisena omistusyhteisönä ja ryhmäohjauksesta vastaavana keskusyhteisönä.

Osuuspankki on OP Osuuskunnan jäsenluottolaitos. OP Osuuskunta ja sen jäsenluottolaitokset yhdessä niiden konsolidointiryhmiin kuuluvien yhteisöjen kanssa muodostavat yhteenliittymän, jossa säädetään laissa talletuspankkien yhteenliittymästä. Lakien mukaan keskusyhteisö ja sen jäsenluottolaitokset vastaavat toistensa veloista ja sitoumuksista ja niiden vakavaraisuutta, maksuvalmiutta ja asiakasriskejä valvotaan yhteenliittymän tasolla. OP vakuutusyhtiöt eivät kuulu keskinäisen vastuun piiriin.

Palveluverkko

OP Ryhmän palveluverkosto koostuu monikanavaisesti verkko- ja mobiilipalveluista sekä maan kattavimmasta konttoriverkostosta.

Vuoden 2016 lopussa X -pankilla oli 10 konttoria ja Pankin palveluksessa oli yhteensä 149 henkilöä (X-pankin toimintakertomus vuodelta 2016)

Kuvaus X - toimeksiantajapankista on suppea, koska tämän opinnäytetyön tuloksia ei ole verrattu millään tapaa toimeksiantajapankin omiin tutkimustuloksiin. Haastateltavien valinta ei myöskään edusta miltään osin pankin asiakaskantaa. Toimeksiantajapankin odotukset tälle tutkimukselle kohdistuvat lähinnä tarkemman yleiskuvan saamiseen, mihin ylipäätään digitalisaatio kehityksessä pankkitoimialan näkökulmasta ollaan menossa ja miten asiakkaat kokevat tämän vallitsevan kehityksen.

Tutkimuksen tekijän tavoite toimeksiantajapankin suuntaan on saada syvällisempää tietoa positiivista ja negatiivisista asiakaskokemuksista sekä sen myötä hahmottaa mahdollista riskiä digisyrjäytymiseen. Tällä tutkimuksella tavoitellaan myös laajempaa näkökulmaa kuin vain pelkästään finanssiala koskeva. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii valtionvarainministeriön vuonna 2015 käynnistämä Auta - hanke, johon tässäkin tutkimuksessa on monelta osin viitattu.

3.4. Omien pankkikokemusten merkitys tutkimukselle

Oma pankkiura alkoi vuonna 1986 Virolahdelta. Kunnan alueella oli silloin neljä toimivaa rahalaitosta: Kansallis-Osakepankki eli KOP, Kaakkois-Kymen Aluesäästöpankki, Osuuspankki ja Postipankki. Sääntelyn aikakaudesta johtuen, kilpailua ei juuri ollut ja kaikilla pankeilla oli oma uskollinen asiakaskuntansa. Korkosääntelyn purkaminen vapautti rahamarkkinat 1980 -luvun lopulla ja osaksi sen seurauksena Suomi ajautui pankkikriisiin, joka sinällään oli maailmalajajuinen, mutta saavutti Suomen muita maita hitaammin. Kriisiin ei kuitenkaan pystytty varautumaan, vaan se aiheutti suomessa myös pankeille raskaita tappioita sekä pankkien asiakkaille taloudellisten menetysten lisäksi myös suuria henkisiä koettelemuksia.

Talouselämyksen syventyminen vuonna 1991 heijastui voimakkaasti pankkien toimintaan. Pankkien toimintaedellytykset heikkenivät ja luottotappiot kasvoivat selvästi. Suomen Pankki otti Säästöpankkien Keskus-Osakepankin hallintaansa 19. syyskuuta 1991 Haltuunotosta huolimatta SKOP toimi edelleen säästöpankkien keskuspankkina ja säästöpankkien toiminta jatkui ennallaan.

Vuoden 1991 lopulla käydyt tiiviit neuvottelut johtivat keväällä 1992 Suomen Säästöpankki - SSP Oy:n perustamiseen. Kaakkois-Suomen Säästöpankki Virolahdella liittyi 21. syyskuuta 1992 yhdessä 42 muun säästöpankin kanssa Suomen Säästöpankkiin ja muodosti siinä Kaakkois-Kymen säästöpankkialueen. Joulukuun 9. päivänä 1992 Suomen

Säästöpankki muuttui osakeyhtiöksi, jossa valtio oli pääomasijoitustensa kautta pääosakkaana.

Valtioneuvosto hyväksyi 22. lokakuuta 1993 Valtion vakuusrahaston, Kansallis-Osakepankin, Osuuspankkien, Postipankki Oy:n ja Unitas Oy:n neuvotteleman sopimuksen, jolla nämä pankit ostivat valtaosan Suomen Säästöpankki - SSP Oy:n liiketoiminnasta ja kukin neljänneksen Valtion vakuusrahaston ja valtion omistamista Suomen Säästöpankki - SSP Oy:n osakkeista.

Virolahdella tämä näkyi siten, että osaksi Kansallis-Osakepankkia tuli Säästöpankin Klamilan ja Virojoen konttorit. Päätöksen perusteena oli se, että kun mikään pankki ei markkinaosuutensa mukaan voinut päästä määräävään markkina-asemaan, Säästöpankki meni Kansallis-Osake-Pankille sen pienemmän markkinaosuuden ansiosta.

Mikä on tilanne vuonna 2018
Virolahdella on yksi pankki, Kymenlaakson
Osuuspankin Virojoen konttori

Kaakonkulma -lehdessä 9.2.2018 olleen uutisen mukaan Osuuspankki Kymenlaakso lakkauttaa Virojoen konttorinsa arviolta vappuun mennessä. Samalla pankki kertoo aloittavansa yt-neuvottelut, jotka johtavat enimmillään 29 henkilön irtisanomiseen. Samalla lakkautetaan myös OP Kymenlaakson Karhulan ja Inkeröisten konttorit. Pankille jää ainoastaan ns. kaupunkikonttorit(kuva 9): Haminaan, Kotkaan ja Kouvolaan.



Kuva 9 www.google.fi/Kymenlaakso

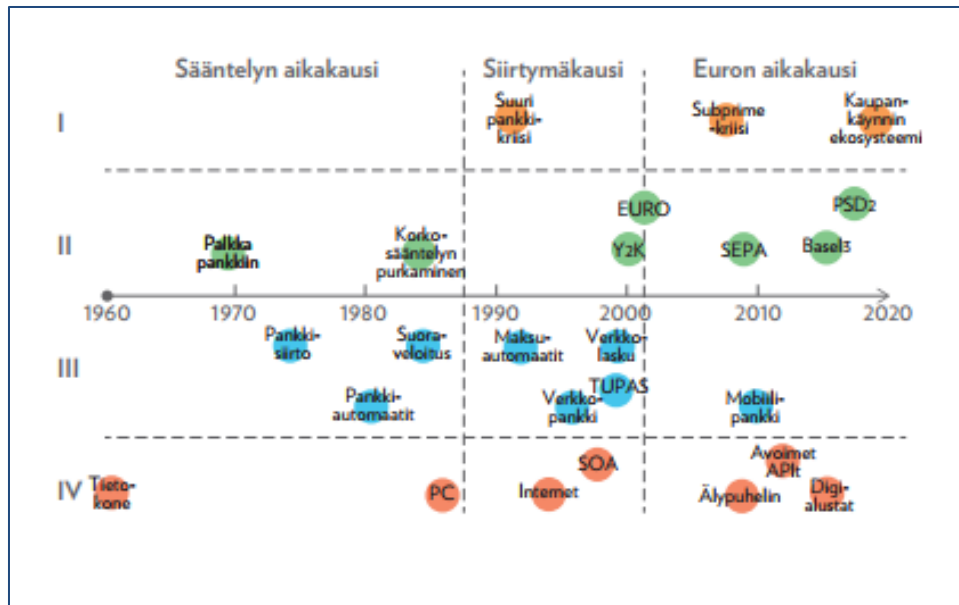
Onko edellä kuvatussa esimerkissä konttoreiden sulkemisesta löydettävissä yhtymäkohtia 1990-luvun alun pankkikriisiin? Selkeä ero voidaan kuitenkin hahmottaa: 1990 -luvun pankkikriisiin vaikutti pääsääntöisesti ulkoiset ja globaalit muutokset ja rahamarkkinoiden vapautuminen, joka johti hallitsemattomaan tilanteeseen. Ajauduttiin totaaliseen kriisiin ja tilanne ei ollut sen paremmin julkisen tahon (Suomen Pankki) kuin yksityisen tahon hallittavissa. Kun sitten taas tämän päivän tilanne, jossa konttoreita suljetaan ja asiakkaan näkökulmasta henkilökohtaiset palvelut karkaavat digiavaruuteen, niin tähän muutokseen on johtanut asiakaskäyttäytymisen muutos, kun on siirrytty enenevässä määrin käyttämään sähköisiä pankkipalveluja. Kaikki ovat todellisuudessa hyötyneet tästä kehityksestä, mutta aina silloin kun tavoitellaan mahdollisimman suurta tehokkuutta, niin jokin osa asiakkaista ei pysy kehityksessä mukana ja muodostuu asiakasryhmiä jotka tuntevat kokevansa eriarvoistumista ja syrjäytymistä.

Voidaan myös kysyä, että onko vuoropuhelu asiakkaan ja pankin välillä ollut riittävä ja voiko historiasta jotakin oppia.

Hyvänä esimerkkinä voisi toimia kuvaus rahamarkkinoiden vapautumisesta 1980 -luvun loppupuolella: OP Ryhmän linjaus rahamarkkinoiden vapautumiseen oli hyvin maltillinen ja valuuttaluottoihin suhtauduttiin varsin suurella varauksella. Erityisesti tämä näkyi omassa työnantajapankissa. Vaikka paineet olivat kovat välittää valuuttaluottoja yritysasiakkaille, niin niistä pääsääntöisesti pitäydyttiin. Paineet olivat kovat: kilpailijapankki markkinoi valuuttaluottoja hyvin aggressiivisesti ja sen johdosta oman pankin yritysasiakkaat osoittivat myös suurta mielenkiintoa muuttaa markkaluottonsa valuuttaluotoiksi. Asiakkaan mielenkiinnon toki ymmärsi, olihan valuuttaluoton korko 3-4 prosenttia ja vastaava markkaluoton korko vähintään kymmenen prosenttia. Niiden yritysten osalta, jotka tähän miinaan valtakunnallisesti astuivat, joutuivat kokemaan suuren järkytyksen, joka monissa tapauksissa johti myös yritystoiminnan pysyviin vaikeuksiin valuuttaluottojen erääntyessä. Pääsääntöisesti valuuttaluotot olivat ns. Bullet-luottoja eli kerralla pois maksettavia ilman lyhennysohjelmaa. Suomen Pankin päätöksellä suomen markka päästettiin kellumaan ja markan ulkoinen arvo heikkeni. Markan arvoa pyrittiin parantamaan devalvaatioilla ja omalta osaltaan se vaikutti valuuttaluoton markka-arvoon valuuttaluottoa pois maksettaessa. Pääsääntöisesti tarvittiin jopa 50-60 prosenttia enemmän pääomaa lainan erääntyessä verrattuna lainan nostohetkeen. Valtakunnallisesti tämä kaatoi hyvin monia varsin terveitäkin yrityksiä, kun samanaikaisesti myös vakuuksien arvot laskivat, niin seuraukset sen johdosta olivat varsin dramaattisia.

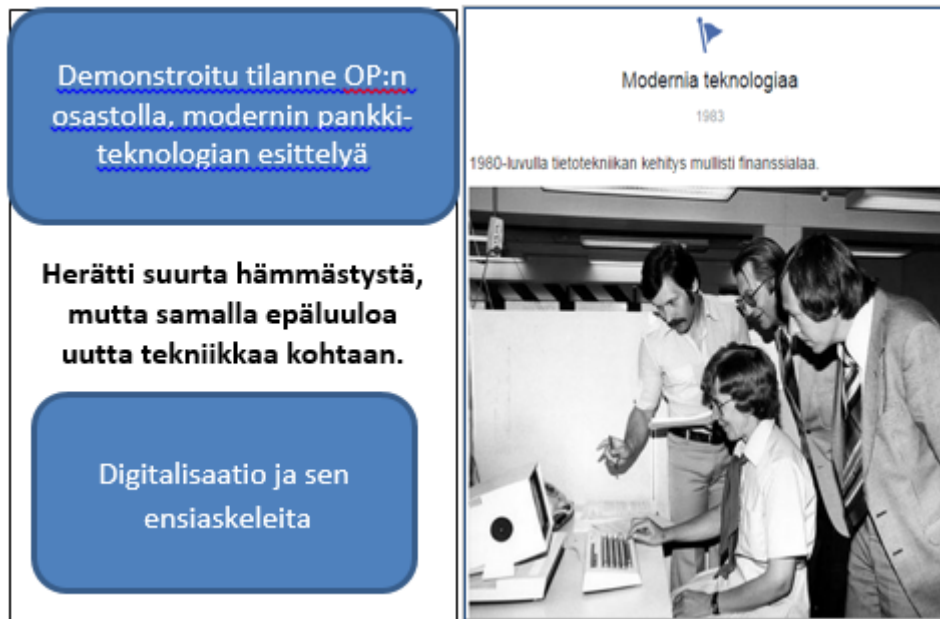
Verrattaessa tilannetta nykyhetkeen on ero todella suuri. Asuntolainojen korko 1990-luvun alkupuolella oli pahimmissa tapauksissa lähes 15 prosenttia, kun taas hetkellä (vuonna 2018) asuntolainojen korko on keskimäärin 1,2 prosenttia (Taitaisi jäädä moni luotto myöntämättä, jos tänä päivänä toteutuisi vastaava korkokehitys).





Kuva 10 Talous ja Yhteiskunta 2/2016 - Artikkel, Suomalaisten pankkien digitaalinen edelläkävijyys syntyi yhteistyöllä, Tomi Dahlberg

Vuonna 1986 Virolahden kunta täytti 650 vuotta. Juhlavuoden aikana järjestettiin messut Koulukeskuksessa jossa Virolahtelaiset yritykset esittelivät toimintaansa. Pankillekin rakennettiin oma osasto ja siellä pyrittiin tuomaan esille jotakin todella uutta pankki-tekniikkaa asiakkaille. Vuonna 1983 oli otettu käyttöön modernia teknologiaa eli asiakaspäätte, jolla oli mahdollisuus tarkastella omia tilitietojaan. Tätä tarkoitusta varten rakennettiin erillinen puhelinverkkoysteys pankin osastolle ja modeemin välityksellä oltiin yhteydessä keskuspankin tietokoneeseen (Kuva 11) ja sen myötä pystyi tarkastelemaan omia tilitietojaan.



Kuva 11 Omat arkistot, 1986, Lahti E

4 DIGITALISAATIO

4.1. Digitalisaatio käsitteenä

Digitalisaatio tarkoittaa digitaalisten teknologioiden yleistymistä arkielämän toiminnoissa. Lisäksi yhteisöllisyyden ja kansalaisdemokratian vaikutuskanavat ovat laajentuneet. Digitalisaatio on poistanut aikaa, paikkaan, tilaan, tiedonsaantiin ja osallistumiseen liittyviä rajoituksia kansalaisten vuorovaikutuksesta ympäröivän yhteiskunnan kanssa. Digitaalisaatio on monimuotoistanut palvelutyötehtäviä ja muuttanut liiketoimintamalleja sekä luonut uusia arvonlisäys- ja ansaintamahdollisuuksia (<https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitaalisaatio>).

Teknologioiden lisäksi digitalisaatiossa hyödynnetään digitaalisten palveluiden myötä muuttunutta asiakaskäyttäytymistä ja markkinoiden toimintatapoja. Älypuhelinien yleistyttyä ihmiset käyttävät internet - palveluita useita kymmeniä kertoja päivässä ja etsivät uusia käyttötilanteita.

Digitalisaatio on muuttanut kuluttajan ja yritysten valtasuhteita. Kuluttajan mahdollisuudet vertailla esimerkiksi pankkipalveluiden hintoja on kasvanut. Yritykset ovat joutuneet entistä enemmän osaksi kansainvälistä kilpailua.

Digitalisaatio vaikuttaa sekä palvelutoimintaan että teollisuuteen, aiheuttaen rakennemuutosta, kun työpaikkoja katoaa joiltakin aloilta (finanssiala) ja syntyy toisille aloille (teknologiateollisuus).

Suomessa digitalisaatio käynnistyi 1980 -luvulla digitaalisten teknologioiden yleistyessä, aluksi kotitietokoneiden myötä. Matkapuhelimet ja internet yleistyivät nopeasti: vuonna 1990 joka kymmenennessä kotitaloudessa oli matkapuhelin, vuonna 2001 määrä oli 89 %. 1990 -luvun lopussa internetliittymien määrä lisääntyi 60 - 70 %:lla vuodessa (<https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitalisaatio>).

Internet-of-Things osana digitalisaatiota

"Internet-of-Things" (IoT) tai suomeksi "esineiden ja asioiden" internet nousi mahdollisuutena yhdistää näkyvän maailman objektit ja internet langattoman tunnisteteknologian avulla jo vuonna 1999. Aikaa myöten määrittely laajeni huomattavasti, kun SAP:n (toiminnanohjausjärjestelmä) Stephen Hallen määrittelee IoT:n seuraavasti:

Fyysiset esineet ja asiat ovat saumattomasti osa tietoverkkoja ja toimivat liiketoiminnan ja prosessien aktiivisina osina. Internetpohjaiset palvelut vuorovaikuttavat näiden älykkäiden esineiden ja asioiden kanssa, tietävät niiden tilan ja voivat vaihtaa näihin liittyvän tiedon ottaen huomioon tietoturva- ja yksilöturva-aspektit.

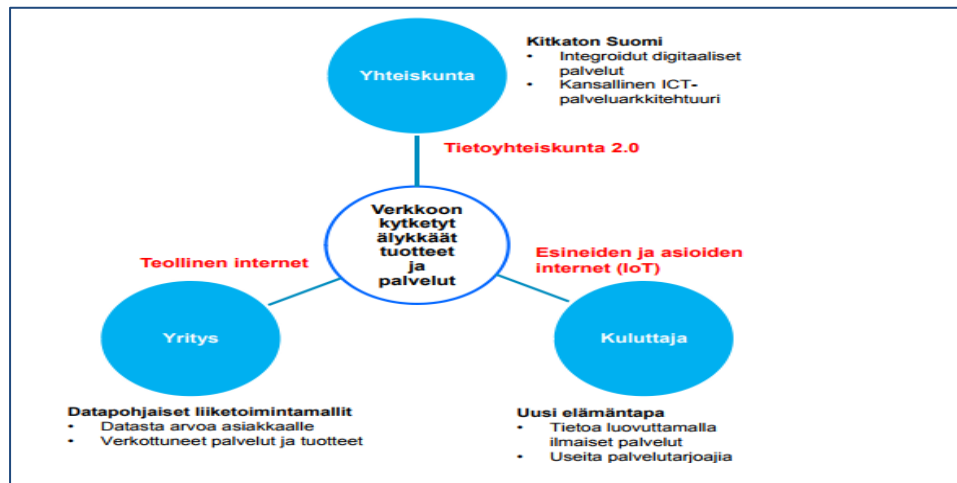
Internet of Everything (IoE)

Termiä Internet-of-Everything käyttävä Cisco määrittelee IoE:n tuovan yhteen ihmiset, datan, asiat ja esineet luoden verkottamisesta aiempaa enemmän arvoa ja muuttaen informaation uusiksi mahdollisuuksiksi, rikkaammiksi kokemuksiksi ja ennenkuulumattoman suuriksi liiketoimintamahdollisuuksiksi, yksilöille, yrityksille ja kansakunnille.

Nykyiseen tilanteeseen, jossa internetiin liitetään yhä enemmän mobiililaitteita, niiden katsotaan kuuluvan IoT -termin alle. Tutkimuslaitos ABI Research taas painottaa IoE:n pohjautuvan laiteisiin ja prosesseihin, jotka ovat lähtökohtaisesti suunniteltu digitaalisiksi ja verkkoon kytkeytyviksi (tulevaisuudessa lainaprosessit).

(<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Raportit-Reports-42.pdf>)

Yhteiskunnan, yritykset ja kuluttajat (kuva 12) kokoava digitalisaatio



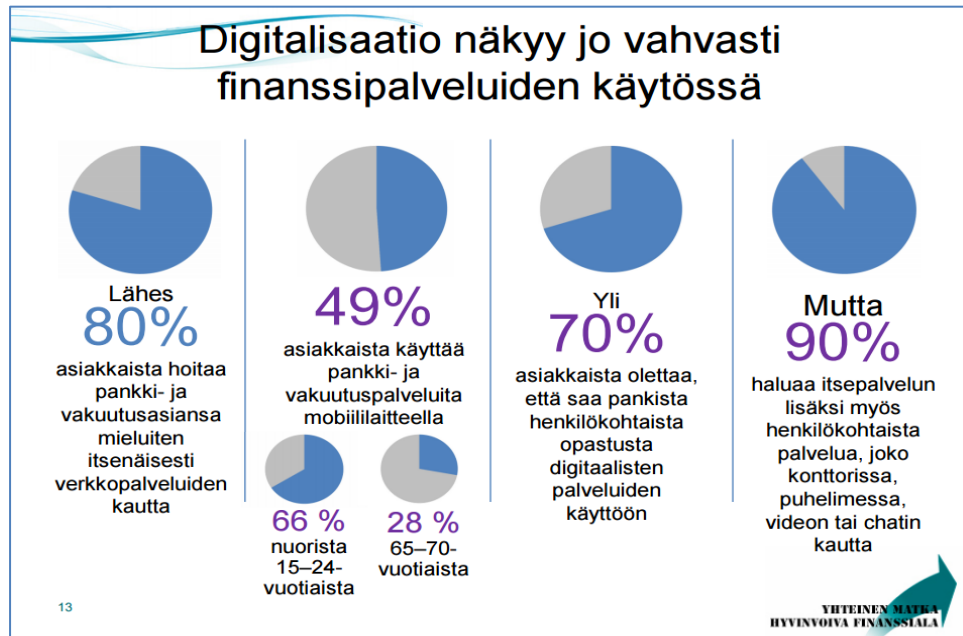
Kuva 12 ETLA Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, Raportti 2015

Koko yhteiskuntaa koskeva digitalisaatio voidaan kuvata verkkoon kytkettyjen älykkäiden tuotteiden ja palveluiden avulla. Teollinen internet on suomalaisten yritysten näkökulma digitalisaation kenttään. Muita näkökulmia ovat yhteiskunnan rooli digitaalisten tuotteiden ja palveluiden tuottajana ja hyödyntäjänä sekä infrastruktuurien ja kyvykkyyksien kehittäjänä ja ylläpitäjänä, joista vastineeksi yritysten kilpailukyvyen edellytykset Suomessa vahvistuvat ja luovat siten pohjaa teollisuuden jalostusarvon kasvulle Suomessa.

Kuluttajapuolen digitalisaation kehityksen myötä, on havaittu, että sekä markkina- että innovaatiopotentiaali kasvavat avoimuuden lisääntyessä. Perinteisesti teollisuudessa on toimittu suljetuissa ympäristöissä (intranet). Kuluttajapuolen ekosysteemeissä (internet) tunnetuimpia menestyjiä ovat olleet muun muassa Apple ja Googlen Android, jotka tarjoavat kehittäjille yhtenäisen alustan ja markkinat (ETLA Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, Raportti 2015).

4.2. Digitalisaation vaikutus pankkisektoriin

Digitalisaatio näkyy vahvasti ja kasvavassa määrin siinä, miten asiakkaat hoitavat itsenäisesti pankki- ja vakuutusasiansa verkkopalveluiden kautta. Enenevässä määrin finanssipalveluita käytetään mobiililaitteella (kuva 13). Mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse, sitä useimmat käyttäjät hyödyntävät mobiililaitteita finanssipalveluissa.

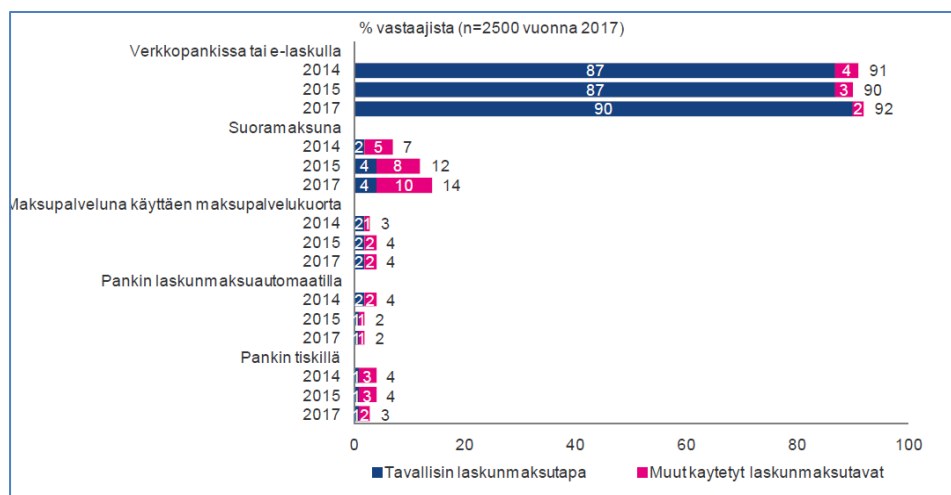


Kuva 13 FA Finanssiala ry -FA tutkimus 2015

Yllättävää Finanssiala ry:n tekemässä tutkimuksessa on, että yli 70 prosenttia asiakkaista olettaa saavansa pankista henkilökohtaista opastusta digitaalisten palveluiden käyttöön ja 90 prosenttia haluaa itsepalvelun lisäksi myös henkilökohtaista palvelua, joko konttorissa, puhelimessa, videon tai chatin kautta.

Verkkopankissa maksaminen on kasvanut edelleen, selviää Finanssiala ry:n (FA) Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat -tutkimuksesta vuodelta 2017. 81 prosenttia 65-74-vuotiaista käyttää verkkopankkia. Vuonna 2014 verkkopankkia käytti 66 prosenttia 65 - 74 -vuotiaista ja vuonna 2015 osuus oli jo 75 prosenttia. Verkkopankki ohitti suoraveloituksen ikääntyneiden tavallisimpana laskunmaksutapana jo vuonna 2009.

Maksutapojen vertailu (Kuva 14) antaa selvän kuvan siitä kehityksestä kuinka vähäisessä määrin laskuista enää hoidetaan maksupalveluna tai pankin tiskillä (yhteensä 7 prosenttia). Tulevaisuuden trendin mukaisesti verkkopankkimaksaminen siirtyy enenevässä määrin mobiililaitteilla hoidettavaksi (erityisesti tämä muutos näkyy nuoremmissa pankkipalvelujen käyttäjissä).



Kuva 14 FA Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat tutkimus 2017

Esimerkiksi Euroopan mittakaavassa suomalaiset ikääntyneet ovat verkkopankin käytön etujoukoissa, sanoo viestintäpäällikkö Kristiina Siikala, joka koordinoi FA:n ja vanhusjärjestöjen piakkoin käynnistyvää yhteistyötä.

75 -79 -vuotiaistakin suomalaisista 57 prosenttia maksaa laskunsa tavallisimmin verkkopankissa. EU -maista Pohjoismaissa verkkopankin käyttö on muita maita yleisempää kaikilla ikäluokilla.

Tutkimustietoa kotitalouksien rahankäytöstä on hankittu Finanssiala ry:n (aiemmin Finanssialan Keskusliitto) toimesta jo vuodesta 1979 lähtien 1-2 vuoden välein. Vuosina 2003 - 2006 tutkimus toteutettiin kaksi kertaa vuodessa ja sen jälkeen vuosittain. Tutkimuksen haastattelut on vuoden 2003 syksystä lähtien tehty puhelimitse. Tutkimuksessa selvitetään suomalaisten säästämisessä ja luotonkäytössä sekä maksutavoissa tapahtuneita muutoksia. Haastattelut näissä tutkimuksissa Finanssiala ry:n toimeksiannosta on suorittanut IROResearch Oy. Viimeaikaisten tutkimusten kohderyhmänä on ollut 2 500 eri puolella Suomea asuvaa henkilöä ja ikäryhmänä on ollut 15 -79 -vuotiaat, johon ikäryhmään kuuluvia on Tilastokeskuksen mukaan 4 298 000 henkilöä.

Mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse, sitä useimmat käyttäjät hyödyntävät mobiililaitteita finanssipalveluissa (Kuva 15).

Maksutapojen muutos (kuva 15) kuvaa suomalaisten kuluttajien myönteistä asennetta mobiilimaksamiseen.

Afrikka edellä – Suomi perässä, mobiilimaksamisessa Kenialla on meihin 10 vuoden etumatka. Keniassa siirrettiin rahaa ja maksettiin ostoksia matkapuhelimella jo kymmenen vuotta sitten. Tämä johtuu heikosta maksujärjestelmien infrastruktuurista jota luotiin korvaamaan mobiiliteknologia.

Seura lehti 2.12.2016



Kuva 15 Kauppalehti 3.10.2017 -Digitaalisen maksamisen suosio kasvaa.

Mobiilimaksaminen koetaan turvallisena ja siitä on tulossa osa suomalaista arkea, toteaa Visan Suomen ja Baltian majohtaja Vesa Tukonen. Maksaminen digitalisoituu kovaa vauhtia, kun perinteisen korttimaksamisen rinnalle ovat nousseet digitaaliset maksukokemukset. Digitaalisen maksamisen kehittymisen ansiosta maksaminen on mahdollista miljardeilla yhdistetyillä laitteilla, kuten tietokoneilla, tableteilla, puhelimilla, autoilla sekä älykelloilla. Tämä kehityssuunta on nähtävissä niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa.

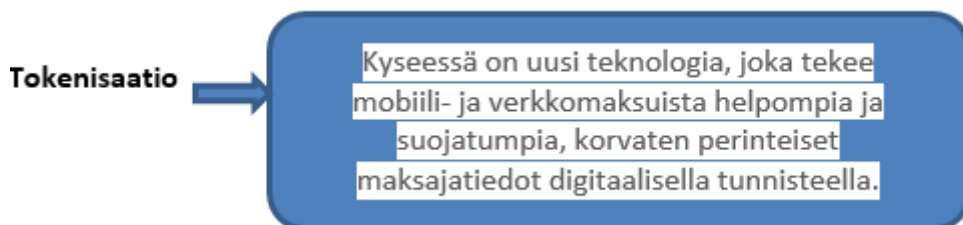
Lähimaksamisen suosio on kasvanut parin viime vuoden aikana merkittävästi, ja nyt suomalaiset muiden eurooppalaisten ohella alkaneet omaksua myös mobiilimaksamisen osaksi arkeaan. Takeway -ruoan tai esimerkiksi elokuvallippujen maksaminen mobiilisovelluksen kautta on näppärää ja ruokakaupassa sekä bensa-asemalla lähi- ja mobiilimaksaminen nopeuttavat asiointia ja edesauttavat uusien palvelukonseptien luomista.

Siten sekä kauppias että asiakas hyötyvät - palvelu on nopeampaa ja asiakaskokemus paranee.

Visa toteutti kesä-heinäkuussa 2017 yhteistyössä Populuksen kanssa Digi Payments -kyselyn, jolla kartoitettiin suomalaisten ja eurooppalaisten kuluttajien digitaalisia maksutottumuksia. Kyselyn tulosten mukaan mobiilimaksamista esimerkiksi mobiilisovelluksen kautta onkin kokeillut jo lähes puolet (49 %) suomalaisista ja suunnilleen yhtä moni suomalainen (51 %) maksaa jokapäiväisiä ostoksiaan mobiilivälineellään, kuten älypuhelimella, -kellolla tai tabletilla.

Visan kysely toteutettiin Suomessa kolmannen kerran, ja kaksi vuotta sitten sen tulosten mukaan mobiilimaksamista oli kokeillut vasta 31 % suomalaisista eli kasvua oli tapahtunut yli 10 % vuodessa. Lähi- ja mobiilimaksamisen suosion kasvua ovat tukeneet lähimaksut hyväksyvien maksupäätteiden yleistyminen sekä pankkien tarjoamien lähimaksuominaisuudella varustettujen korttien saatavuus. Suomalaiset kauppiat ja pankit ovat lisäksi tuoneet kuluttajien saataville omia mobiilimaksusovelluksiaan. Pankkien mobiilisovelluksissa on myös ominaisuuksia, joiden avulla kuluttajat voivat budjetoida ja seurata rahankäyttöään. Vuoden 2017 Digital Payments Studyn tulosten perusteella näyttäisi siltä, mobiilimaksaminen sekä esimerkiksi pankkipalveluiden käyttö mobiililaitteella on omaksuttu Suomessa tasaisesti kaikissa ikäluokissa ja omaksumisaste laajenee edelleen. Mobiilimaksaminen ei siten enää ole diginatiivien trendi, vaan jatkaa arkipäiväistymistään.

Visa -kortilla tehdyt mobiilimaksut suojataan yhä enenevässä määrin tokenisaatiopalvelun avulla. Maksukortin tiedot siis salataan korvaamalla ne mobiilisovelluskohtaisella tokenilla. Kuluttajan arjessa tokenisaatio voisi näkyä esimerkiksi siten, että vaikkapa fyysisen maksukortin kadotessa älypuhelimkeen ladatussa mobiilisovelluksessa oleva saman kortin token olisi edelleen käyttökelpoinen maksuväline. Kortin katoamistilanteessa siis mobiilisovelluksen avulla voi edelleen suorittaa esimerkiksi välttämättömät ruokaostokset uuden kortin saapumista odottaessa. Digitaalisen maksamisen turvallisuuden näkökulmasta maksutietojen tokenisointi on pikemminkin edellytys kuin vaihtoehto (Kauppalehti 3.10.2017 - Digitaalisen maksamisen suosio kasvaa).



Suomalaiset kuluttajat kokevat mobiilimaksamisen kätevämmäksi kuin vuosi sitten ja samoin koetaan, että korttitietojen salaaminen kryptauksen (salaus) avulla lisää heidän turvallisuudentunnettaan. 61 prosenttia suomalaisista kokee huolet turvallisuudesta ja/tai väärinkäytöstä merkittävimmiten esteiksi mobiililaitteella maksamiselle.

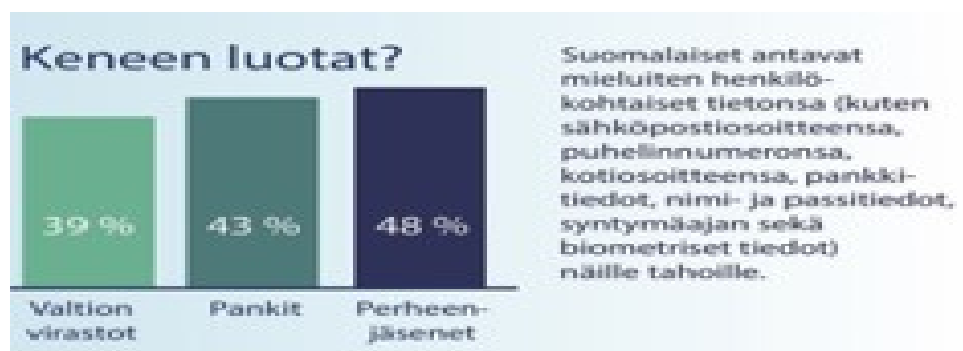
Kuluttajien mielikuva (kuva 16) digitaalisen maksamisen kätevyydestä ja turvallisuudesta muuttuu. 54 prosenttia suomalaisista kuluttajista kokee mobiilimaksamisen kätevämmäksi kuin vuosi sitten. Kuitenkin 61 prosenttia kuluttajista kokee huolet turvallisuudesta ja/tai väärinkäytöstä merkittävämmiksi esteiksi mobiililaitteella maksamiselle.



Kuva 16 Kauppalehti 3.10.2017 - Digitaalisen maksamisen suosio kasvaa

Monessa tapauksessa kuluttajilla ei ole selkeää tietoa uusien digitaalisten palveluiden turvallisuudesta. Vaikka kuluttajilla olisi kyky ja taito omaksua uusia palveluita ja digitaalisia sovelluksia, esteeksi muodostuu epäluulo niiden turvallisuudesta ja luotettavuudesta.

Keneen suomalaiset kuluttajat luottaa (kuva 17)



Kuva 17 Kauppalehti 3.10.2017 - Digitaalisen maksamisen suosio kasvaa.

Vaikka suomalaiset auuliisti ja yllättävän monessa tapauksessa jakavat omia tietojaan sosiaalisessa mediassa, niin kuitenkin 55 % suomalaisista (kuva

15) ei mielellään jaa pankki- ja korttitietojaan ystäviensä kanssa. Kyse on pitkälti luottamuksesta, sillä suomalaiset luottavat valtion virastoihin ja pankkeihin lähes yhtä paljon kuin omiin perheenjäseniin. Näille tahoille suomalaiset antavat mieluiten henkilökohtaiset tietonsa, kuten sähköpostiosoitteensa, puhelinnumeron, kotiosoitteensa, pankkitiedot, nimi- ja passitiedot, syntymäajan sekä biometriset tiedot.

Avainkysymys uusien digitaalisten sovellusten kehittämisessä on turvallisuuden merkitys ja että uuden tuotteen käyttöönotto ja lanseeraus tapahtuisi turvallisuus edellä. Tällä varmistetaan kuluttajien luottamus ja sitoutuminen uusiin innovatiivisiin digitaalisiin palveluihin.

4.3. Digitalisaatio ja tulevaisuus

Kööpenhaminassa järjestettiin huhtikuussa 2016 maailman suurin Fin Tech -tapahtuma, johon osallistui Consultants to Government and Industry CGI:n asiantuntija. Tilaisuuteen olivat kokoontuneet pankkiirit, palveluntarjoajat ja startupit vaihtamaan ajatuksia sekä kuuntelemaan toimialan johtavien vaikuttajien käsityksiä digitaalisuuden vaikutuksista finanssitoimialaan.

Konferenssin pääpuheenaiheena oli alan meneillään olevista muutoksista suurin: kuluttajatottumusten ja -tarpeiden muuttuminen. Kuluttajien miellyttäminen ei enää olekaan helppoa. Finanssipalvelujen pitää olla digitaalisia, mutta myös skaalattavia, interaktiivisia, mobiileja, real-time (reaaliaikaisia) sekä globaaleja tai ainakin SEPA -alueen kattavia.

Digitaalisen pankin pitäisi palvella 90 -prosenttisesti asiakkaita verkossa ja vain noin 10 prosenttisesti konttorissa tai puhelimella.

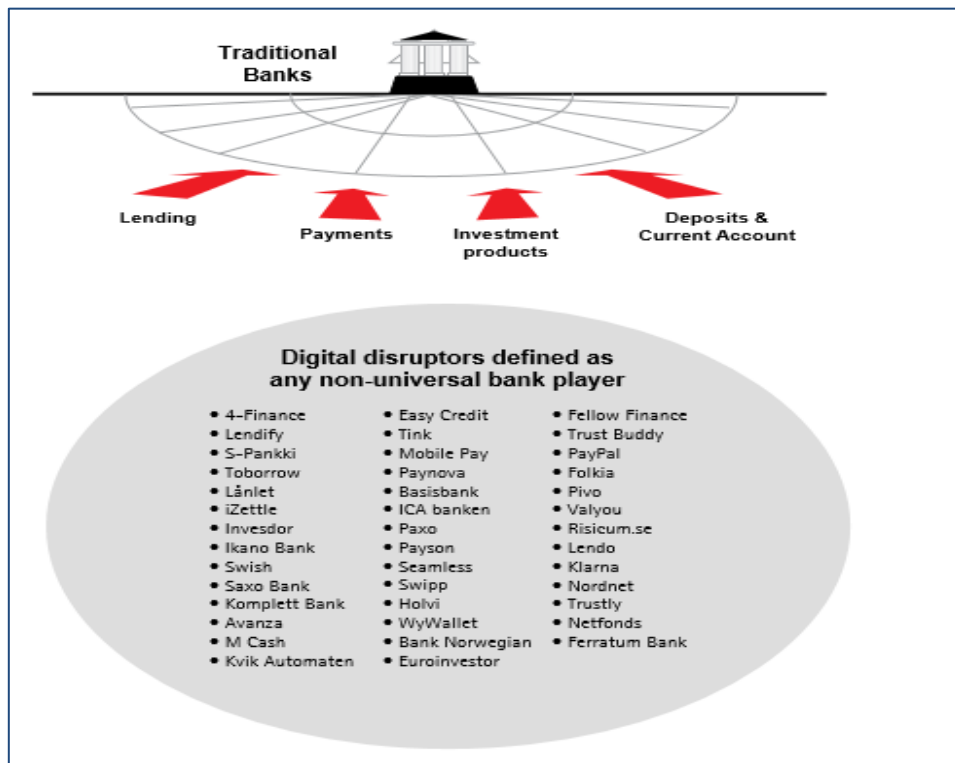
Hyvä esimerkki uudelleenajattelusta on suomalainen FinTech startup Holvi, joka siirtyi espanjalaisen BBVA -pankin omistukseen. Holvi tarjoaa palvelulupauksenaan tilin avaamisen minuuteissa, ei viikoissa, suoraan netissä ja ilmaiseksi.

Toinen pankkitoimialan suurista keskustelua herättävästä puheenaiheesta oli viestintämahdollisuuksien mahdollistama kuluttajakokemuksen jakaminen. Se on jo arkipäivää netissä: kun palvelet yhtä, puhuttelet samalla tuhatta ihmistä. Yllättävää kyllä, myös suomalaiset ovat tottuneet jakamaan tekemisiään ja mielipiteitään.

CGI:n globaali Financial Consumer Demands for Tomorrow's digital banking -tutkimus vuodelta 2015 osoitti, että kun kuluttajat tekevät päätöksiään, he hyödyntävät perheen ja tuttujen suosituksia enemmän kuin pankin tai finanssilaitoksen neuvontaa. Tästä johtuen kuluttajien käyttäytymisen ennustettavuus on monelle etabuloituneelle pankille suuri haaste (CGI:n asiakaskysely 2015 - Financial Consumer Demands for Tomorrow's Digital Bank)

Uudet kilpailijat haastavat perinteiset pankit

Perinteisten pankkien asemaa (kuva 18) ja pelikenttää horjuttaa jo paljon uusia toimijoita. Tälle listalle on päässyt myös suomalainen S-Pankki, joka on yhdistänyt kustannustehokkaasti ja asiakaslähtöisesti kauppapalvelut ja pankkipalvelut.



Kuva 18 Accenture's raportti 2015 -Digital Disruption Nordic Retail Banking

Viime vuosina rahoituspalvelualalle on noussut useita perinteisten pankkien kanssa kilpailevia toimijoita, jotka ovat pystyneet teknologiakehityksen ja digitaalisaation myötä lisäämään asiakassuhteita.

Pankkialan ammattilaisista 78 % näkee uusien tulokkaiden olevan yksi kolmesta suuresta haasteesta, joita perinteinen pankkiala kohtaa tänään. Tärkeimpänä syynä menestymiseen, uudet kilpailijat näkevät nykyaikaisen teknologiaympäristön, jonka avulla ne pystyvät nopeasti mukautumaan kuluttajien vaatimukseen (<file:///F:/Accenture-Digital-Disruption-Nordic-Retail-Banking-Study.pdf>).

Verkostoituminen uusien toimijoiden kanssa on avainkysymys perinteisille pankeille

Kööpenhaminassa pidetyssä tapahtumassa ei kuitenkaan uskottu siihen, että nykyiset pankkitoimijat olisi vielä katoamassa mihinkään. Niillä, joilla on vahva suhde asiakkaisiinsa, voivat kumppanoitumalla käyttää omia vahvuuksiaan (asiakastuntemus), hyödyntämällä omaa dataa ja saada luotua uusia digitaalisia palveluja kuluttajien saataville. Tällä voi olla merkittäväkin vaikutus kuluttajien pysyvyyteen. Asiakaspysyvyys ja -lojaalius eivät tule itsestään, vaan ne vaativat selkeän kumppanoitumisliiketoimintastrategian sekä ennen kaikkea aktiivisia kehittämistoimia,

tapahtumassa yhteenvedona todettiin (<https://www.cgi.fi/blogi/kuluttaja-maarittaa-digitalisaation-suunnan-mynos-finanssialalla>).

Turvallisuus puhuttelee kuluttajaa

Digitaalisten sovellusten käytön edellytys on turvallisuuden kehittäminen maailmanlaajuisesti. Lontoon uuden innovaatiokeskuksen avajaisten yhteydessä Visa Inc. (NYSE: V) julkisti tiedon, että 12 Euroopan maata on ottamassa käyttöön Visan tokenisaatiopalvelun. Kyseessä on uusi teknologia, joka tekee mobiili- ja verkkomaksuista helpompia ja suojatumpia, korvaten perinteiset maksajatiedot digitaalisella tunnisteella.

Turvallista mobiilimaksamista tukeva tokenisaatiopalvelu ja -teknologia on jo käytössä yhteensä 13 000 rahoituslaitoksessa 27 maassa maailmanlaajuisesti, mm. Ranskassa, Irlannissa, Puolassa, Sveitsissä ja Iso-Britanniassa. Visa työskentelee yhdessä asiakkaidensa ja kumppaniensa kanssa laajentaakseen tokenisaatiopalvelunsa uusiin maihin sekä verkkomaksamiseen.

Visan vuonna 2014 julkistaman tokenisaatiopalvelun teknologiaa käyttävät suositut mobiilimaksupalvelut, kuten Apple Pay (lanseerattu Suomeen lokakuussa 2017) ja Android Pay. Ne tarjoavat kuluttajille suojatun tavan käyttää maksutiliään mobiililaitteella. Tokenisaatiopalvelu edustaa Visan esineiden internetin (IoT) liittyvää visiota, missä turvallinen ja vaivaton ostaminen on mahdollista millä tahansa laitteella, kuten älypuhelimella, tabletilla, puettavalla laitteella, ja jopa autojen tai kodinkoneiden välityksellä.

Visan Digital Solutions -yksikön Executive Director Sandra Alzetta kertoo, että vuodesta 2015 alkaen olemme nähneet yhä useamman eurooppalaisen omaksuvan mobiilimaksamisen. Seuraavassa horisontissamme on ulottaa tokenisaatiopalvelumme mahdollisimman laajalle, jotta myyjillä on helppo tapa turvallisesti tallentaa asiakkaiden maksutilitietoja taatakseen suojatun maksamisen useilla eri yhdistetyillä laitteilla.

Mobiilimaksamisen kasvugeneraattorit Euroopassa

Turvallisuus, vaivattomuus ja lähimaksaminen ovat keskeisiä mobiilimaksamisen yleistymisen vauhdittajia Euroopassa. Visan tokenisaatio teknologia antaa kuluttajille mielenrauhaa mobiiliostoksiin ja tarjoaa mahdollisuuden saumattomiin ostostapahtumiin jokapäiväisissä tilanteissa alkaen työmatkoista aamukahvin kautta vapaa-ajan rientoihin. Lisäksi eurooppalaiset vähittäiskauppiat ottavat jo käyttöön uutta teknologiaa, mikä mahdollistaa maksamisen sekä korteilla että mobiililaitteilla.

Euroopan viisi suosituinta mobiilimaksamisen kategoriaa ovat ravintolat, supermarketit, liikenne, elintarvikkeet sekä vapaa-aika ja viihde.

Eurooppalainen kuluttaa kertaostoksena noin yhdeksän euroa kaupassa mobiililaitteella maksaessaan. Verkossa tehdyt mobiilimaksut ovat keskimäärin 41 euron suuruisia.

Ulkomaanmatkoillaan eurooppalaiset ovat käyttäneet ostoksiin mobiililaitetta kaikkiaan 91 maailman maassa, mikä osoittaa, että ihmiset kokevat kännykän ja tabletin turvalliseksi tavaksi tehdä ostoksia myös ulkomailla.

Jo yli 1,2 miljoonaa vähittäiskauppiasta Euroopassa hyväksyy maksukortilla sekä mobiililaitteella tehtävät lähimaksut. Visa-kortinhaltijat ympäri Euroopan ovat tehneet kaikkiaan viisi miljardia lähimaksua joko maksukortilla tai mobiililaitteella viimeisen vuoden aikana. Tämä edustaa 32 % kaikista Visa -maksutapahtumista kivijalkakaupasta.

IoT -kaupankäynnin mahdollisuudet lisääntyvät

Visan tokenisaatiopalvelu ja mahdollisuus poistaa maksutilitiedot ostotapahtumista digiympäristössä ovat ratkaisevassa asemassa turvallisessa kaupankäynnissä, missä maksuvälineinä käytetään erinäisiä toisiinsa yhdistettyjä älylaitteita, alkaen rannekellosta tai sormuksesta aina kodin laiteisiin ja autoon saakka.

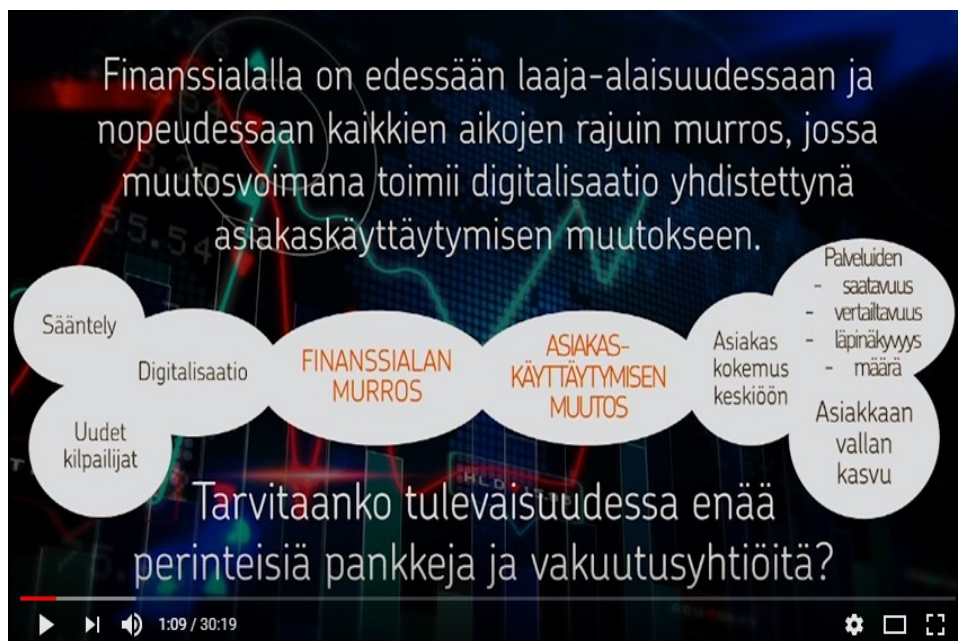
Visa julkisti syyskuussa 2017 uuden yhteistyönsä IBM:n kanssa IoT Watson -tutkimuskeskuksen avajaisissa Münchenissä. Yhteistyö suunniteltiin tukemaan juuri aiempaa turvallisempaa kaupankäyntiä älylaitteiden välillä. Se pohjautuu yhteiseen visioon ja uskoon siitä, että voimme turvallisesti sisällyttää maksamisen ja kaupanteon useimpiin kaikkiaan 20 miljardia toisiinsa kytketyistä laitteista, joiden arvellaan olevan osana globaalia taloutta vuoteen 2020 mennessä.

Osana kahden yhtiön yhteistyötä Visa tuo tokenisaatiopalvelun tokenisaatiopalvelutuottajien verkoston (TSP) kautta yritysten saataville osana Visa Ready -kumppaniohjelman.

VISA yhtiönä

Visa Inc. (NYSE: V) on globaali maksuteknologiayhtiö, joka yhdistää kuluttajat, yritykset, rahalaitokset sekä julkishallinnon toimijat yli 200 maassa ja alueella välittääkseen nopeita, turvallisia ja luotettavia elektronisia maksutapahtumia. Visa ylläpitää yhtä maailman kehittyneimmistä prosessointiverkoista -VisaNetiä - joka pystyy käsittelemään yli 65 000 tapahtumaviestiä sekunnissa, suojaa kuluttajia maksukortin väärinkäytöltä sekä takaa varmat maksut kauppiaille. Visa ei ole pankki eikä myönnä maksukortteja, nosta luottorajoja tai määritä kursseja maksuja kuluttajille. Visan innovaatioiden avulla yhtiön rahalaitosasiakkaat voivat tarjota asiakkailleen enemmän valinnanvaraa, kuten debit ja prepaid -maksuvaihtoehdot sekä luottokorttimaksut.

Mikä on (kuva 19) perinteisten pankkien rooli ja tarvitaanko tulevaisuudessa nykyisen kaltaisia pankkeja



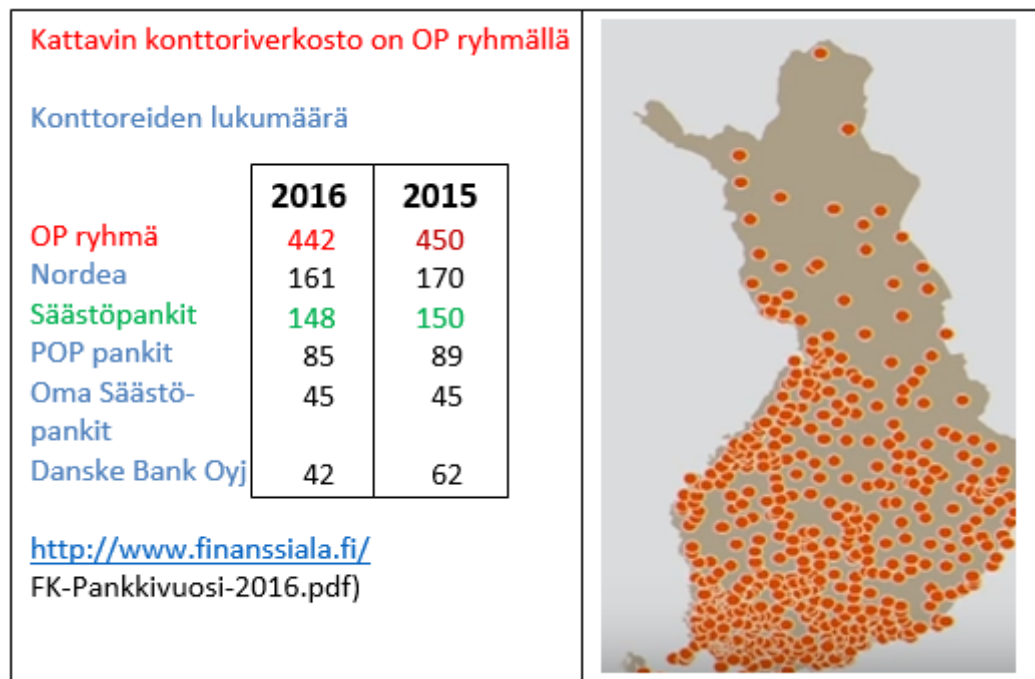
Kuva 19 YouTube, Karhinen Reijo 22.9.2016 - uudistu, uudistu, uudistu -Johtaminen murroksessa

Edellä viitatuista YouTube -esityksestä voi seurata OP -ryhmän pääjohtaja Reijo Karhisen esitystä finanssialan muospaineista Senaatti -areenalla 22.9.2016 teemalla: uudistu, uudistu, uudistu - johtaminen murroksessa. Esityksen perusteella voidaan päätellä, että pankeissa aidosti mietitään tulevaisuutta myös asiakkaan kannalta, mutta samalla tiedostaen suuri tarve uudistua.

Kuinka tässä murroksessa käy pankeille ja niiden konttoreille?

OP Ryhmällä (kuva 20) on konttoreita ympäri Suomen, lähes yhtä paljon kuin muilla pankkiryhmillä yhteensä. Kun puhutaan konttoriverkoston supistumisesta, niin tätä taustaa vasten suurin paine konttoreiden lukumäärän suhteen on OP Ryhmällä.

Haettaessa Googlesta hakusanalla YT-neuvottelut/ Osuuspankit, hakutulos antoi 6 kuukauden ajalta seuraavat osumat: OP Etelä-Savo, OP Järvi-Häme, OP Kiteen Seutu, OP Kymenlaakso, OP Ylä-Savo OP Kemin Seutu, OP Pohjois-Savo ja OP Pohjois-Karjala. Useimmissa tapauksissa kerrottiin myös konttoreiden sulkemisesta (Google 15.3.2018).



Kuva 20 YouTube, Karhinen R, 22.9.2016 -karttakuva osuuspankkien konttoreista, muokattu.

Jos pankkien konttoriverkoston supistuminen jatkuu nykyistä vauhtia tai kiihtyy, niin entistä enemmän se lisää paineita korvata nykyistä perinteistä konttorisidonnaista toimintatapaa uudella tavalla kohdata asiakas.

OT-LEHTI | TOUKOKUU 31, 2017

Kauas palvelut karkaavat – Osuuspankkien verkko harvenee maakunnissa

OT-Lehden 31.5.2017 artikkelin mukaan voimakas rakennemuutos jatkuu osuuspankkikentässä. Tähän asti itsenäisinä pysytelleet pankit hakevat liittolaisia ryhmittäytyäkseen uusiksi talousalueiden tai maakuntien yhteisöiksi. Samaan aikaan etenee palveluverkoston uudelleenjärjestely, jossa moni entinen kuntakeskus jää ilman kiinteää konttoria.

Pankit perustelevat yhdistymishankkeita asiakaskäyttämisen ja -tarpeiden muutoksella, pankkeihin kohdistuvan sääntelyn kiristymisellä sekä finanssialan uudella kilpailulla, jotka vaativat pankkien palvelukyvyiltä ja tehokkuudelta jatkuvasti enemmän.

Entä sitten, mitä ajattelevat kehityksestä nuoret ja mistä tässä on kyse

- Pankit lisäävät palveluitaan verkossa ja sosiaalisessa mediassa, kohdentaen myös talousneuvontaa nuorille.
- Somessa yritetään tavoittaa erityisesti nuoria asiakkaita

- Esimerkiksi Nordealla on oma tiimensä nuorten suosimassa Snapchatissa
- Varsinaiset raha-asiat hoidetaan aina kuitenkin tunnistautumisen kautta, ei some alustoilla
- Kuitenkin nuoret haluavat Yle Uutisten 21.11.2017 julkaiseman haastattelun mukaan kasvokkain tapahtuvaa pankkiasiointia. Tämän vahvistaa Finanssiala ry:n kesäkuussa 2017 julkaisema raportti, jonka mukaan 17-24 -vuotiaista suuri osa haluaa asioida pankin konttorissa silloin, kun on kyseessä esimerkiksi asunnon hankinta. Tilitiedot, rahan siirrot ja laskujen maksu eli rutiinit hoidetaan mieluusti mobiililla.

Somesta talousosaamista

Somessa ei jaeta raha-asioihin liittyviä asioita, koska pankit pyrkivät korostamaan pankkitunnusten ja salasanojen tietoturvaa ja henkilökohtainen pankkipalvelu tapahtuu aina tunnistettuna. Somessa pankkien toiminta on enemmän auttamista ja neuvontaa, toteaa Yle uutisessa Nordean asiakaspalvelujohtaja Turkka Suo. Myös FA Finanssiala ry katsoo pankkien some -toiminnan olevan talousosaamisen lisäämistä (<https://yle.fi/uutiset/3-9934267>).

Digitaalisten palveluiden käytössä koetaan aina turvallisuusuhkia

Tietokoneiden salasanat voivat joutua väärin käsiin. Pankkikorttia käytettäessä on mahdollista, että kortti ja tunnuslukutiedot kopioidaan. Sormenjälkitunnistus mobiiliin näytöllä voi altistua hakkeroinnille. Tässä mainitaan vain muutamia esimerkkejä tietoturvariskeistä. Maailmalla tehdään kaiken aikaa kovasti töitä löytää täysin turvallinen tunnistusmenetelmä asiakkaan identifioimiseksi. Nyt Iso-Britanniassa ollaan ottamassa laajasti käyttöön uutta biometristä (Kuva 21) tunnistusmenetelmää.

Tunnistusmenetelmä on herättänyt kansainvälisesti hyvin laajaa huomiota

Biometrisiä tunnistuksia käytetään jo esimerkiksi biometrisessä passissa. Kuntosaleilla saatetaan käyttää sormenjälkeä sisäänpääsyyn ja kännykän voi avata pelkällä sormen painalluksella. Biometrisiä tunnistuksia voitaisiin soveltaa myös maksutapahtumiin. Olisihan se helppoa ja nopeaa selvittää kaupasta ulos pelkällä sormen painalluksella. Tätä kuluttajat pitivätkin kyselyssä kätevimpänä biometriikan tapana suorittaa maksuja (VertaaEnsin.fi, 2018).



Kuva 21 <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/09/20/british-supermarket-offers-payment-fingerprint-worldwide-first/>

Iso-Britannian supermarketista on tullut maailman ensimmäinen, joka antaa ostajan maksaa päivittäistavaroita käyttämällä vain sormenpäissä olevia laskimoita. Se toimii käyttämällä infrapuna-aaltoja skannaamaan ihmisten sormien suonet ja yhdistämällä tämän ainutlaatuisen biometrisen kartan pankkikorttiin tai mobiililaitteeseen. Asiakkaan pankkitiedot tallennetaan sitten maksupalvelutarjoajan Worldpayn kanssa samalla kuin voit tallentaa korttisi tiedot verkkokaupoissa. Ostajat voivat sitten mennä supermarkettiin ilman mitään mukana olevia maksuvälineitä, kuten pankkikorttia tai mobiililaitetta. Laittamalla sormi marketin Fingopay laitteeseen maksu hoituu kolmessa sekunnissa. Kätevää ja helppoa ja ennen kaikkea turvallista, edellyttäen, että maksupalvelun tarjoaja on luotettava taho ja sen järjestelmät ovat turvallisuuden näkökulmasta aukottomia.

Brunelin yliopiston Lontoon Costcutter -myymälän asiakkaat voivat nyt myös maksaa ostoksensa kyseisellä menetelmällä.

Teknologian takana oleva yritys, Shatler, on keskustellut myös muiden suurimpien Britannian valintamyymälöiden kanssa, jotta ne ottaisivat käyttöön tämän korkean teknologian sormenjäljitys-skannerin tuhansissa myymälöissä. Shatler -yritys väittää, että teknologia on turvallisimmin biometrinen tunnistusmenetelmä, koska sitä ei voi kopioida tai varastaa. (<http://www.telegraph.co.uk/news/2017/09/20/british-supermarket-offers-payment-fingerprint-worldwide-first/>).

Oleellinen asia kyseisen järjestelmän luotettavuudessa on se, että varmistetaan maksupalvelutarjoajan ja sen järjestelmän luotettavuus. Ennen kaikkea sen jälkeen kun uusi maksupalveludirektiivi on vahvistettu ja uusia toimijoita rantautuu markkinoille.

4.4. Digisyrjäytyminen

Digitaalinen kahtiajako

Tässä ajassa on helppo hahmottaa ikään sidoksissa oleva kahtiajako: Digisyrjäytymisen vaaravyöhykkeelle ajautuneet ja ne joiden osalta syrjäytyminen on varsin todennäköistä (taulukko 4).

Taulukko 4 Tilastokeskus, 2016 - Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö

	Käyttänyt internetiä ¹⁾	Käyttää internetiä yleensä useita kertoja päivässä	Käyttänyt internetiä matkapuhelimella kodin ja työpaikan ulkopuolella ¹⁾	Käyttänyt internetiä tabletilla kodin ja työpaikan ulkopuolella ¹⁾	Varannut internetissä ajan laakarille ¹⁾	Seurannut yhteisö-palvelua ¹⁾
	% -osuus väestöstä					
16-24	100	97	93	23	22	89
25-34	99	96	93	27	38	88
35-44	100	94	92	38	46	79
45-54	99	83	75	34	40	59
55-64	92	64	53	24	36	39
65-74	74	38	27	14	23	21
75-89	31	16	6	3	8	5
Miehet	89	73	68	26	28	54
Naiset	87	71	62	23	36	58
Yhteensä	88	72	65	24	32	56

65 - 74 -vuotiaat ja sitä vanhemmat ovat käyttäneet internetiä selkeästi vähemmän verrattuna aktiivi-työelämässä oleviin. Tilaston valossa tässä voi havaita ikäkuilun/ digitaalisen kuilun olemassa olon. On selvää, että tämän päivän työelämässä on vaikeaa kuvitella työtehtävää, joka ei liittyisi tavalla tai toisella internetin käyttöön.

Tilastokeskuksen 9.12.2016 julkaiseman tutkimuksen mukaan suomalaisista 88 prosenttia käyttää internetiä. Alle 55-vuotiaista internetiä käyttävät lähes kaikki. 65 - 74 -vuotiaista netin käyttäjien osuus oli 74 prosenttia ja 75 - 89 -vuotiaista 31 prosenttia.

Digitaalinen kuilu tai digitaalinen kahtiajako (*engl. digital divide*) on 2000-luvun alussa syntynyt käsite joka alun perin tarkoitti yhteiskunnan jakautumista niihin, joilla on käytössään tietokone ja erityisesti Internet-yhteys, ja niihin, joilla tätä ei ole. Suomen kielessä puhutaan kahtiajaon rinnalla myös digitaalisesta kuilusta joka tarkoittaa samaa asiaa.

Myöhemmin termi ”digital divide” otettiin käyttöön laajemmassa merkityksessä tarkoittamaan ihmiskunnan ja valtioiden jakautumista kahteen ryhmään sen perusteella, kenellä on pääsy Internetiin.

Digitaalista kuilua ei esiinny vain kehitysmaiden ja kehittyneiden maiden välillä, vaan sitä voi esiintyä myös muun muassa kaupungin ja maaseudun välillä, miesten ja naisten välillä, eri ikäryhmien välillä, koulutetun ja kouluttamattoman väestön välillä, eri yhteiskuntaluokkien sekä vammaisten ja ei-vammaisten välillä. Kuitenkin käsitettä on käytetty ensisijaisesti kehitysmaiden ja kehittyneiden maiden välistä kuilua kuvaamaan.

Vaikka digitaalisesta kuilusta tai kahtiajaosta (https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitaalinen_kuilu) puhuttaessa ongelmaa usein teknologisoidaan, se on luonteeltaan enemmänkin sosiaalinen ja poliittinen. Tietokoneen ja Internet -yhteyden puute ei välttämättä olekaan suurin syy digitaaliseen kahtiajakoon, vaan se miten teknologiaa sovelletaan käytäntöön (Nieminen 2006).

Digisyrjäytyminen -termin eduskunnassa esille nostanut, kansanedustaja ja sosiaalineuvos Antero Laukkanen isännöi eduskunnan Kansalaisinfossa asiantuntijaseminaaria 20.9.2017, jonka aiheena oli digitalisaation varjopuolet. Tilaisuudessa esille nostettu termi, digisyrjäytyneisyys haastaa yhteiskunnan palvelut, jotka ovat vyöryneet vauhdilla tietoverkkoon. Suomessa tulee olemaan aina joukko ihmisiä, jotka eivät voi, osaa tai halua käyttää sähköisiä palveluja.

Asiantuntijaseminaarissa todettiin digitalisaation olevan eittämättä tulevaisuuden suunta, mutta voiko yhteiskunta olla koskaan pelkästään digitaalinen ja minkälaisen varjon digitalisaatio jättää niiden ihmisten elämään, jotka eivät voi tai osaa palveluja käyttää.

Valtionvarainministeriö on käynnistänyt Auta-hankkeen, jossa etsitään uusia, skaalautuvia innovaatioita digitaalisten palveluiden opastukseen, tuki- ja neuvontapalveluiden toimintamalleihin, jotka Valtionvarainministeriön(kuva 22) Auta -hankkeen avulla pyrkii luotsaamaan kansalaisia kohti parempaa huomista.



Kuva 22 <http://vm.fi/documents>

AUTA hanke: tavoitteena on valmistella ehdotus toimintamallista, jolla mahdollistetaan laadukkaat julkiset palvelut maan eri osissa erilaisille asiakasryhmille. Valmistella toimivat käytännöt digitaalisten palveluiden käyttöön ja valmistella toimivat käytännöt tukea niitä asiakkaita, jota eivät pysty itse käyttämään digitaalisia palveluita (Valtiovarainministeriö 3.5.2016).

Auta -hankkeen (kuva 23) kuvaus asiakkaiden monenlaisuudesta



Kuva 23 Valtiovarainministeriö, 2016/ Auta hanke

Valtiovarainministeriön erityisasiantuntija Katja Väänänen on todennut, että VM:ssä ollaan hyvin tietoisia, että kaikkia ei koskaan saada digitaalisten palveluiden piiriin, joten palvelutiskeistä ei kokonaan edes haluta eroon. Tätähän vaatii jo kansalaisten yhdenvertaisuusperiaate. Asiakkaitahan on monenlaisia. On niitä, jotka eivät voi esimerkiksi fyysisen vamman vuoksi käyttää digitaalisia palveluita tai niitä jotka eivät osaa käyttää sähköisiä palveluita. Lisäksi suurimmalla vaihteluvälillä on ihmisiä, jotka osaavat käyttää digitaalisia palveluita, mutta tarvitsevat siihen tukea ja ohjausta.

Lähtökohtana digitaalisten palveluiden käytölle on hyvä käyttöliittymä, johon voidaan lisätä chat - tai puhelintukea. Omien laitteiden puuttuessa, voi asioita hoitaa autettuna asiakaspäätteellä.

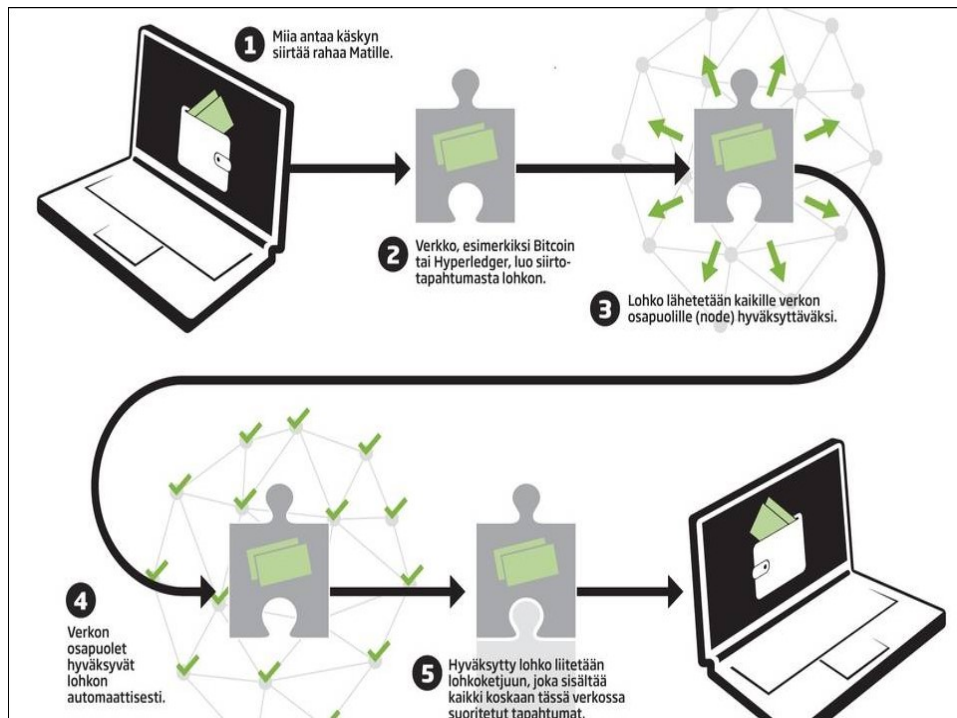
4.5. Lohkoketjuteknologia

Lohkoketjuteknologia (kuva 24) ehkä merkittävin seuraava megatrendi

Megatrendin määritelmä

Kirjassaan *Matkaopas Tulevaisuuteen*, 2012, s. 78, Elina Hiltunen tukeutuu megatrendin määrittämisessä amerikkalaisen futuristin John Naisbitt'n kirjaan *Megatrends 2000*, jossa Naisbitt määrittelee tarttuvan käsitteen seuraavasti:

Megatrendit eivät vain tule ja mene ohi nopeasti. Nämä laajat yhteiskunnalliset, taloudelliset, poliittiset ja teknologiset muutokset muodostuvat hitaasti, mutta sitten kun ne tapahtuvat, ne vaikuttavat meihin jonkin aikaa, seitsemästä kymmeneen vuoteen tai pidempään



Kuva 24 (<http://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/lohkoketju-internetin-seuraava-megatrendi-on-jo-taalla-6599124>)

Euroopan ja Pohjois-Amerikan johtavat pankit ovat jo pitkällä lohkoketjuteknologian mahdollisuuksien kartoittamisessa. Yhdeksän kymmenestä pankkialan ammattilaisesta kertoo yhtiönsä perehtyvän parhailaan lohkoketjuteknologian hyödyntämiseen maksusuorituksissa. Lohkoketjuhankkeiden tarkoitus on vähentää kuluja, nopeuttaa maksuja, vähentää virheitä sekä mahdollistaa uusia tulovirtoja. Tiedot käyvät ilmi Accenturen Blockchain Technology: How banks are building a real-time global payment network -tutkimuksesta.

Tutkimukseen osallistuneista pankeista 30 prosenttia on pitkällä lohkoketjuteknologian käyttöönotossa maksusuorituksissa. 17 prosenttia johtajista kertoo, että heidän pankkinsa ovat ”mullistuksen aallonharjalla”, ja 13 prosenttia on ”ottamassa teknologiaa käyttöön”. 70 prosenttia pankeista on vielä käyttöönoton varhaisessa vaiheessa: 30 prosenttia on mukana alustavissa kokeiluissa muiden yritysten kanssa, 27 prosenttia on laatimassa strategiaa, ja 13 prosenttia on vasta tutustumassa lohkoketjuteknologiaan. ”Maiden rajat ylittävät maksut ovat erittäin soveltuvia lohkoketjua ja hajautettuja tilikirjoja hyödyntäviä innovaatioita ajatellen”, kertoo Jukka Myllyaho, Accenturen pääomamarkkinoihin erikoistunut konsultti. ”Teknologia voisi ratkaista tehottomuuksia ja hidasteita, jotka ovat tehneet rahan siirroista ympäri maailmaa kallista ja aikaa vievää. Lohkoketju on osoittanut skaalautuvuutensa tällaisen infrastruktuurin tarpeisiin. Maksusuoritukset voisivatkin toimia yhtenä ensimmäisistä testauskohteista lohkoketjun käyttöönotolle yrityksissä.”

Lohkoketjuun uskotaan mutta sisäinen vastarinta jarruttelee

Tutkimustuloksista käy ilmi, että yleisin lohkoketjun käyttötapa ovat pankkien sisäiset maiden rajat ylittävät transaktiot, joita 44 prosenttia

vastaajista piti ykkösprioriteettina. Muita tärkeitä käyttökohteita olivat maiden rajat ylittävät rahalähetykset, yritysmaksut ja pankkien väliset maiden rajat ylittävät siirrot. Monet pankinjohtajat uskovat, että lohkoketjuteknologia auttaa pienentämään hallinnollisia kuluja, nopeuttamaan suorituksia ja vähentämään virheitä sekä tarjoaa uusia tulovirtoja innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kautta.

Puolet haastatelluista johtajista kertoi tiedostavansa lohkoketjuteknologian integrointiin ja käyttöönottoon liittyvät haasteet. Haasteet liittyvät suurimmilta osin sääntelyyn (63 prosenttia) ja sisäiseen valvontaan (56 prosenttia) kytkeytyviin huolenaiheisiin, jotka ovat aiheuttaneet sisäistä vastustusta lohkoketjuteknologialle. Lähes kolmannes vastanneista mainitsi myös turvallisuuden käyttöönottoa hidastavana tekijänä.

”Lohkoketjuteknologian hyödyt eivät vielä tarpeeksi selviä monille johtajille, ja ylimmillä päätöksentekijöillä ei ole teknologiasta riittävästi tietoja”, sanoo Myllyaho. ”Pankkityöntekijät ja -johtajat pitäisikin saada perehdytettyä aiheeseen mahdollisimman pian. Lohkoketjun laajamittainen menestys maksuliikenteessä riippuu kuitenkin alalla tehtävästä yhteistyöstä, jonka avulla voidaan luoda liiketoiminnan prosesseja ja standardeja sekä toimintaa tukevia verkostoja, joihin kuuluvat sekä pankit että muut alan toimijat. Suomesta Nordea ja OP ovat mukana R3-konsortiossa, joka tutkii ja edistää lohkoketjun hyödyntämistä finanssitoimialalla. Lisäksi useat muut suomalaiset toimijat tutkivat lohkoketjun soveltamista.

Mikä lohkoketju?

Lohkoketjuteknologia on tapa tuottaa ja ylläpitää tietokantaa hajautetusti. Lohkoketjussa jokainen tieto(lohko) on sidoksissa edelliseen tietoon luoden yhdessä tietokannan. Mm. kryptovaluutta Bitcoin perustuu lohkoketjuteknologiaan.

Tietoja tutkimuksesta

Tutkimusta varten haastateltiin 32 liikepankkitoiminnan ammattilaista paikallisesti ja kansainvälisesti toimivista pankeista Euroopassa, Kanadassa ja Yhdysvalloissa. Haastateltavien joukossa oli johtajia 11:stä Pohjois-Amerikan ja Euroopan 20 johtavasta pankista sekä kolme viidestä suurimmasta organisaatiosta kullakin maantieteellisellä alueella. Tiedot kerättiin puhelinhaastatteluilla, joissa kyselyyn osallistujilta kysyttiin lohkoketjuteknologian ja hajautettujen tilikirjojen teknologian potentiaalista maksuliiketoiminnan uudistamisessa (<https://www.accenture.com/fi-en/company-news-release-banks-possibilities-payments>).

5 ASIAKASKOKEMUS

5.1. Asiakaskokemuksen määritelmä

Mitä on asiakaskokemus?

Englanninkielinen termi customer experience yleistyi bisneskielessä 2000-luvun alussa. Aihealueen pioneerit ovat vuonna 1999 julkaistun Experience Economy -kirjan kirjoittajat B. Joseph Pine II ja James H. Gilmore. Tämän jälkeen aihetta on käsitelty runsaasti niin Yhdysvalloissa kuin Euroopassa - meillä Suomessa vain vähän. Kirjassaan Asiakaskokemus - palvelubisneksestä kokemusbisnekseen, haluavat Janne Löytänä ja Katleena Korteso määrittellä suomenkielisen termin asiakaskokemus ja samalla vakiinnuttaa se osaksi suomalaisten yritysten sanastoa.

Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.

Määritelmästä on keskeistä huomata, että asiakaskokemus on ihmisten tekemien yksittäisten tulkintojen summa. Näin ollen asiakaskokemus ei ole rationaalinen päätös vaan kokemus, johon vaikuttavat vahvasti myös tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Tämän vuoksi ei ole täysin mahdollista vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakas muodostaa. Yritykset voivat kuitenkin valita, millaisia kokemuksia ne pyrkivät luomaan (Löytänä, J. & Korteso, K, 2011, 11).

Asiakaskokemus tarkoittaa yksittäisen asiakkaan tunnetilaa, joka syntyy asiakkaan ja organisaation välisessä kohtaamisessa. Asiakaskohtaukset voivat liittyä esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden mainontaan, myyntiin, toimituksiin tai käyttöön.

Asiakkaan tunnetila voi olla positiivinen, neutraali tai negatiivinen. Tunnetilan perusteella asiakas tekee tuotteiden ja palveluiden hankintaan ja käyttöön liittyviä päätöksiä (Laamanen & Tinnilä, 2009, 100)

Asiakaskokemus on noussut nopeasti lähes kaikkien yritysten agendalle. Osa yrityksistä miettii edelleen mitä se tarkoittaa heille, osa yrityksistä on asettanut asiakaskokemuksen strategiansa keskiöön (OP ryhmä) ja rakentaa sen pohjalle uutta kilpailuetua. Asiakaskokemus elää edelleen nuoruuttaan, eikä sen kaikkia mahdollisuuksia tai haasteita ole tunnistettu.

Mahatma Gandhi on aikanaan määrittellyt asiakkaan merkityksen yritykselle: asiakas on tärkein vieras talossamme, hän ei ole riippuvainen meistä, vaan me olemme riippuvaisia hänestä. Hän ei häiritse työtämme, hän on sen tarkoitus. Hän ei ole ulkopuolinen liiketoiminnassamme, hän on osa sitä. Me emme tee hänelle palvelusta palvelemalla häntä. Hän tekee meille palveluksen antamalla meille mahdollisuuden palvella (Mahatma Gandhi).

Tulevaisuuden pankkien menestystarina kirjoitetaan siitä, kuinka hyvin ne pystyvät nostamaan asiakkaan palvelukonseptin keskiöön. Asiakas ei ole riippuvainen pankista, vaan pankki on riippuvainen asiakkaasta.

Helmikuussa 2017 julkaistussa teoksessa "Reinventing Customer Engagement" Roger Peverelli kertoo millaisin keinoin yritykset onnistunut sitouttamaan asiakkaitaan ja toisaalta hankkimaan uusia. Kirjaan oli haastateltu kymmeniä johtajia finanssialalta, FinTech -yrityksistä ja alaa haastavista uusista toimijoista.

Yksi tie menestykseen voi olla se, että yritys pyrkii tuntemaan asiakkaansa jo ennen asiakkuuden alkamista. Esimerkiksi finanssialan toimija Scottish Widows tarjoaa kaikille, ei vain asiakkailleen, kattavaa sijoitusneuvontaa muun muassa eläkeiän rahoittamiseen. Panostamalla digitaalisen asiakaskokemuksensa kehittämiseen yritys on näin onnistunut sekä sitouttamaan vanhat asiakkaansa entistä tiiviimpään asiakassuhteeseen että hankkimaan uusia henkilöitä asiakkaikseen.

Business is global - experience is local

Vanha sanonta "think global, act local" -eli ajattele kansainvälisesti, toimi paikallisesti pitää paikkansa asiakaskokemuksen näkökulmasta. Digitalisaatio on muokannut nopeasti asiakaskäyttäytymistä konttoriasioinnista verkkoon, mutta kulttuurien ja yhteiskuntien erot eivät ole kadonneet samassa suhteessa (Digitaalinen Asiakaskokemus, Filenius, M, 2015, 11).

Digitalisaatio tarjoaa helppoja ratkaisuja ja tavoittaa nopeasti asiakkaat, mutta paikallisuuden merkitystä ei voida aliarvioida ja erityisesti ei pidä unohtaa myöskään niitä, joita ei digitaalisesti tavoiteta.

Henkilökohtaisuus

Asiakaskokemus on enemmän kuin digitalisaatio. Asiakaskokemus ja digitalisaatio voidaan valjastaa toimimaan samaan suuntaan (esimerkiksi digitalisaatio voi helpottaa asiakkaan vuoropuhelua tai digitalisaation avulla tavoitetaan paremmin uusia asiakasryhmiä), mutta digitalisaatio ei itsestään ja automaattisesti paranna asiakaskokemusta. Itse asiassa eräät asiakaspalveluyksiköt ovat huomanneet, että asiakkaiden asiat hoidetaan parhaalla mahdollisella tavalla valjastamalla ihminen eturiviin (vrt. pankkikonttoreiden olemassaolo). Toisin kun koneäly, ihminen voi tarjota henkilökohtaisen tunteen - ja asiakaskokemuksesta 2/3 on tunnetta: ovatko pankit kadottamassa tämän vahvuuden, kun digitalisaatio etenee? (<https://www.futurelab.fi/asiakaskokemuksen-trendit-2017/>).

5.2. Asiakaskokemuksen merkitys finanssialalle

Mitä enemmän siirrytään digitaalisiin palveluihin pois henkilökohtaisesta palvelusta, niin sen matalammalla on kynnys vaihtaa toimijaa. Ja mitä nuoremasta ikäluokasta on kysymys, niin sen todennäköisempää se on. Ns. diginatiivit (*diginatiivi*. nuori, joka on aloittanut tietotekniikan käytön

jo lapsuusiässä. Yläkoulujen ja lukioiden luokkahuoneet ovat täynnä taidokkaita *diginatiiveja*, jotka tuntevat tietokoneen salat täydellisesti) ovat tottuneet hoitamaan asiansa digitaalisesti (Wikipedia).

Digitaalinen asiakaskokemus

Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa, kun se digitalisoituu toimialasta riippumatta. Samalla kilpailu kiristyy. Yritykset ja palvelut muistuttavat yhä enemmän toisiaan ja asiakkaiden on helppo vaihtaa palvelun tai tavaran toimittajaa sekä ostospaikkaa. Tämän myötä asiakasuskollisuus vähenee.

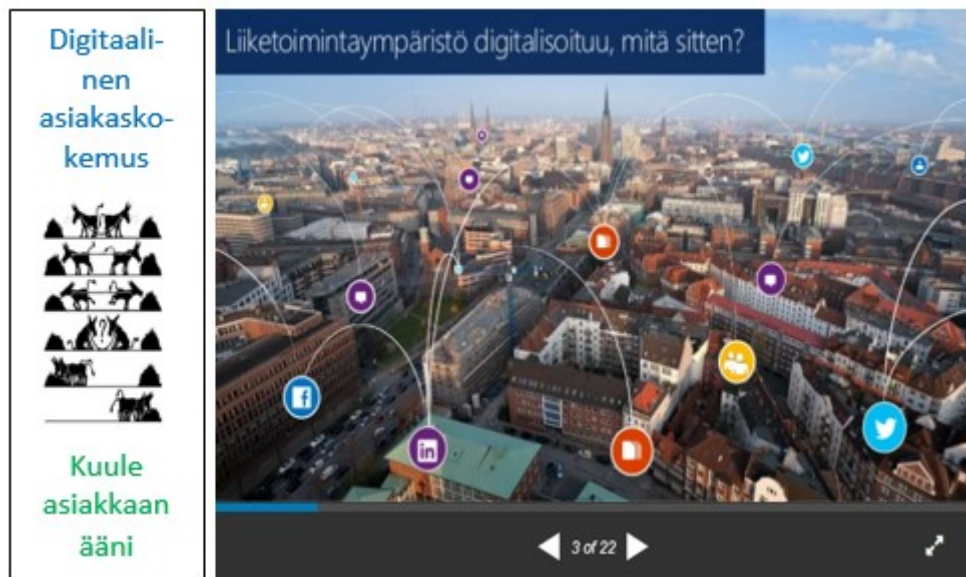
Asiakaskokemuksesta on tulossa olennainen kilpailutekijä, jota vielä harva yritys ymmärtää täysin hyödyntää. Asiakaskokemus kokonaisuutena ja erityisesti digitaalisissa kanavissa edellyttää yritykseltä uutta ajatusmallia, jossa asiakkaan tarpeen lisäksi ymmärretään ne olosuhteet, jossa asiakas palvelun hankintapäätöksen tai tavaran ostopäätöksen tekee. Käytännön toteutuksessa tulee ymmärtää kunkin viestintäkanavan erityispiirteet ja olla kykyä johtaa tuotekehitystä vaativassa teknologiaympäristössä. Digitaalinen asiakaskokemus edellyttää johtamiselta kokonaisvaltaista näkemystä liiketoiminnasta, teknologioiden vaikutuksesta ja asiakaskäyttäytymisen muutoksesta.

Kuinka sitten määritellään digitaalinen asiakaskokemus

Asiakaskokemus määritellään niiden kokemusten summana, joita asiakas kokee kohdatessaan brändin. Digitaalisessa asiakaskokemuksessa rajoitetaan näkökulma vain sellaisiin tilanteisiin ja kohtaamisiin, joissa käyttäjä kommunikoi digitaalisen palvelun kanssa.

Digitaalinen palvelu ei tietenkään enää rajoitu tietokonepäätteelle tai älypuhelimelle ja tablettiin. Digitaaliset ratkaisut ovat tunkeutuneet vähän joka paikkaan. Monesti niiden rooli vaikuttaa hyvinkin pieneltä, mutta saattaa silti olla ratkaiseva koko tuotteen muodostamassa asiakaskokemuksessa. Esimerkiksi astianpesukoneisiin ovat tulleet digitaaliset näytöt ja ohjelmistot, eikä käyttäjä voi niitä ohittaa. Maksupäätteet ovat yleistyneet käytännössä kaikissa kaupoissa, kahviloissa ja ravintoloissa. Edellä mainituissakin esimerkeissä digitaalinen palvelu on osa monikanavaista palveluketjua. On olennaista ymmärtää, digitaalisen palvelun laatu kytkeytyy aina siihen, miten hyvin se suoriutuu siitä tehtävästä, joka sillä on koko palveluketjussa. Kruunaako se hyvän palvelukokemuksen vai jättääkö se asiakkaan kummastelemaan mitä seuraavaksi pitäisi tehdä?

Liiketoimintaympäristö (kuva 25) muuttuu, mitä siitä seuraa



Kuva 25 <https://www.slideshare.net/BelindaGerdt/mm-digitaalinen-asiakaskokemus-kuule-asiakkaan-äänibelindagerdt-27112014>, muokattu.

Minkäläisen mielikuvan me muodostamme yrityksestä ja sen arvoista, on kehittynyt asiakastapaamisissa yritystä edustavien henkilöiden kautta. Kun yrityksen arvot ovat sopusoinnussa omien arvojen kanssa, niin tältä pohjalta teemme myös päätöksiä pankkisuhteista ja niiden pysyvyydestä.

Tulevaisuudessa yhä useimmin asiakaskokemus muodostuu digitaalisessa toimintaympäristössä ja vääjäämättä tämä johtaa siihen, että helppous ja vaivattomuus vaihtaa yhteistyökumppania (pankkia) kasvaa.

Tietokoneet eivät ymmärrä tunteita. Kun viestimme laitteiden kautta, tunteet eivät välity. Siitä syntyy empatiavaje, sanoo neurotieteilijä Katri Saarikivi Helsingin yliopiston kognitiivisen aivotutkimuksen yksiköstä. Saarikivi työskentelee HUMEX-hankkeessa, jossa tutkitaan laadukkaan vuorovaikutuksen mekanismeja ja pyritään parantamaan tunteiden välittämistä verkossa.

Suuri haaste digitaalisessa asiakaskokemuksessa on saada mukaan asiakkaan ääni kuuluville uudessa liiketoimintaympäristössä. Yhdistää kaikista kanavista saatava tieto ja jalostaa se kannattavaksi liiketoiminnaksi (business voi valua kilpailijalle).

Keskustelut (kuva 26) tapahtuvat entistä enemmän digitaalisesti



Kuva 26 <https://www.slideshare.net/BelindaGerdt/mm-digitaalinen-asiakaskokemus-kuule-asiakkaan-aanibelindagerdt-27112014>. Muokattu.

Kuinka asiakaskokemusta ja sen kautta tyytyväisyyttä mitataan

Vuosittain tehdään EPSI Finland:n toteuttamana tutkimusta asiakkaiden tyytyväisyyttä pankkeihin (Taulukko 5)

Taulukko 5 (<https://www.epsi-finland.org/report/pankki-ja-rahoitus-2016/>)

Yksityisasiakkaat	2016	Vertailu vuoteen 2015
POP Pankki	82,0	-0,4
Säästöpankki	81,6	1,1
Handelsbanken	80,1	-1,9
Credit24	79,9	
OP	78,5	0,3
Aktia	77,3	-2,5
Muut pankit	76,0	-5,0
Toimiala	73,1	-2,6
Danske Bank	67,7	-3,0
Nordea	65,1	-6,6

Yrityisasiakkaat	2016	Vertailu vuoteen 2015
OP	79,2	4,7
Muut pankit	78,4	-0,8
Handelsbanken	77,5	1,1
Toimiala	76,9	3,0
Aktia	76,6	-
Nordea	72,8	1,4
Danske Bank	72,6	0,2

Tietoa pankki ja rahoitus 2016 -tutkimuksesta

Tutkimuksen kohderyhmä koostuu 18 - 79 -vuotiaista suomalaisista pankkien ja rahoitusyhtiöiden asiakkaista. Tiedot on kerätty Norstadt Finland puhelinhaastatteluiden avulla. Tilastollinen merkittävyystaso on 95

%.

Norstat Finland haastatteli Pankki ja rahoitus -tutkimukseen 1922 Suomessa asuvaa 18 -79 -vuotiasta yksityisasiakasta sekä 1 183 yritysasiakasta. Vastaavat tutkimukset on toteutettu Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Hollannissa sekä Iso-Britanniassa (<https://www.epsi-finland.org/report/pankki-ja-rahoitus-2016/>)

Asiakastyytyväisyys - Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

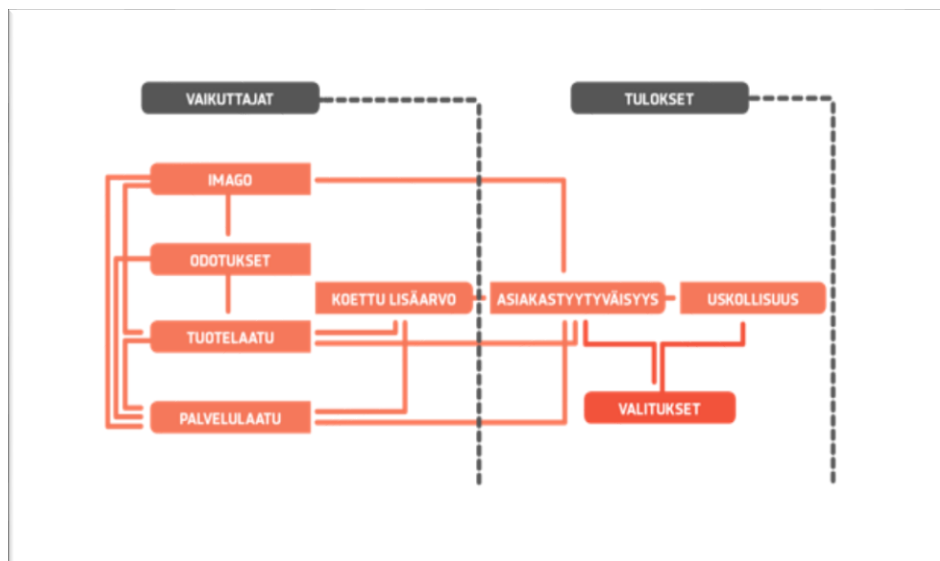
Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

1. Ajattele koko kokemustasi sinun pankistasi. Miten tyytyväinen olet?
2. Missä määrin sinun pankkisi mielestäsi täyttää odotuksesi?
3. Kuvittele joka suhteessa täydellistä pankkia. Miten kaukana tai miten lähellä täydellistä pankkia sinun pankkisi mielestäsi on?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0 - 100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion pankki on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä, joiden asiakastyytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaitaan pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta(<https://www.epsi-finland.org/report/pankki-ja-rahoitus2016/>).

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI -menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio(kuva 27) kuvaa niitä alueita, joihin EPSI -menetelmä perustuu.



Kuva 27 <https://www.epsi-finland.org/report/pankki/rahoitus2016/>

EPSI Rating tutkii, miten asiakkaista tulee asiakkaita ja miten he pysyvät uskollisina yritykselle. EPSI Ratingin raportit ja esitelmät selvittävät asiakkaiden kokemusten ja yrityksen vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä

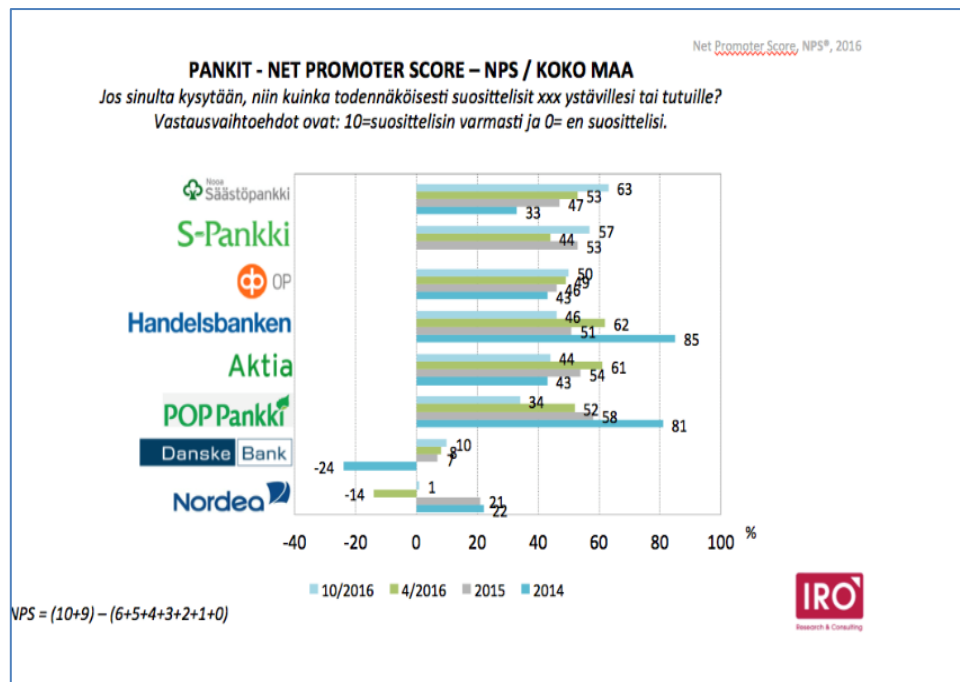
asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille.

Pankit ja Net Promoter score

Yksi yritysten suosima asiakasuskollisuuden mittari on NPS eli englanniksi Net Promoter Score. Saamastaan kritiikistä huolimatta NPS -lukua pidetään perinteisiä asiakastyytyväisyyskyselyjä parempana työkaluna ja asiakasuskollisuuden mittarina. Jopa kaksi kolmasosaa Yhdysvaltain suurimmasta yrityksestä (ns. Fortune 1000 lista) käyttää NPS -mittaria. (<https://finnchat.com/nps-eli-net-promoter-score-kuinka-todennakoisesti-suosittelet-tata-yritysta-ystavallesi-tai-tyotoverillesi/>).

Kuinka todennäköisesti suosittelisit xxx pankkia ystävillesi tai tutuille, siitä esimerkki kuinka se on vaihdellut eri pankkien välillä (taulukko 6).

Taulukko 6 (<https://karikko.wordpress.com/2016/11/22/nps-tuloksia-suomesta/>)



Kuten edellä olevasta kuvasta voi päätellä, vuoden 2014 parhaat - POP Pankki ja Handelsbanken ovat menettäneet etumatkansa. Noa Säästöpankki ja S-Pankki ovat ottaneet kärkipaikat. Danske Bankin pitkä taaperrus on takana ja asiakaskokemuksen näkökulmasta nokka on noussut pinnalle. Nordea on saanut merkittävän iskun keväällä 2016, yrityksen maine sai kolauksen, kun ns. Panama -paperit nousi julkisuuteen. Vaikka suurin osa Nordean arvostelusta perustui palveluun, suositteluhaluus ei heijastele vain asiakkaiden omia kokemuksia, vaan se kertoo myös muista yritykseen tai brändiin liittyvistä tekijöistä. Leimaa-antavaa on mittarin herkkyyden (https://karikko.wordpress.com/2016/11/22/nps-tuloksia-suomesta/).

Tulokset osoittavat, että Net Promoter Score -mittari on erittäin tehokas ja yksinkertainen tapa mitata asiakaskokemusta, mutta se kertoo myös laajemmin asiakkaiden suhteesta yrityksiin ja brändeihin.

Asiakaskokemuksen kehittäminen on strateginen tahtotila, mutta operatiivista toimintaa. Arvostelijat hoidetaan ja suosittelijat aktivoidaan. NPS on edelleen oikein käytettynä paras asiakaskokemuksen mittari ja johtamisen väline (<https://karikko.wordpress.com/2016/11/22/nps-tuloksia-suomesta/>).

Asiakaskokemuksen noustessa pankkien strategiassa keskiöön, on varsin luonnollista, että pankkien toteuttamat omat NPS -tutkimukset ovat ja niistä saatavat tulokset ovat merkittävässä roolissa asemoitaessa oman pankin tuloksia kaikkien pankkiryhmiä NPS -tutkimuksiin. Voisi hyvin olettaa, että ne pankit, jotka ovat kehityshakuisia ja tulevaisuuden haasteet tiedostavia, ovat ottaneet käyttöön NPS -tutkimuksen osana operatiivista toimintaa. Net Promoter Score -menetelmä perustuu yhteen kysymykseen, joka ennustaa asiakkaan todennäköisyyttä käyttää palvelua tai ostaa uudelleen ja suositella muille. "Kuinka todennäköisesti suositelisit tätä yritystä ystävällesi tai työtoverillesi?". Asiakkaat antavat vastauksensa asteikolla 0-10 (0-6=arvostelijat, 7-8=passiiviset, 9-10=suosittelijat).

Kuinka NPS -luku lasketaan $NPS = (10+9) - (6+5+4+3+2+1+0)$

Ensin lasketaan (taulukko 7) jokaisen vastausryhmän % -osuudet ja suosittelijoiden % -osuudesta vähennetään arvostelijoiden % -osuus. Luku voi olla myös negatiivinen. Pistemäärä vaihtelee välillä -100 (jokainen asiakas on arvostelija) ja 100 (jokainen asiakas on suosittelija) Yleisesti pistelukua 50 korkeammat tulokset määritellään erinomaisiksi.

Taulukko 7 <https://karikko.wordpress.com/2016/11/22/nps-tuloksia-suomesta/>. Muokattu.

Vertailu 4/2016 tuloksiin		NPS -luvut 10/2016	
Handesbanken	62	Noa Säästöpankki	63
Aktia	61	S-Pankki	57
Nooa Säästöpankki	53	OP ryhmän pankit	50
POP Pankki	52	Handelsbanken	46
		Aktia	44
		POP Pankki	34
		Nordea	21
		Danske Bank	10

Kuten edellä olevasta taulukosta (taulukko 7) voi päätellä, mittari on varsin herkkä ja reagoi nopeasti jos pankkimarkkinoilla tapahtuu jotakin merkittävää (vrt. Nordean Panama kohu). Kyse on kuitenkin pankkiryhmän maineeseen ja Brändiin kohdistuva asia ja sen vaikutus asiakassiirtymiin ei ilmene näissä NPS -tutkimuksissa.

Yksittäisten pankkien tekemien NPS -tutkimusten tulokset kuuluvat luonnollisesti kunkin pankin liikesalaisuuden piiriin, eikä niitä julkisuuteen kerrota, mutta antaa yksittäiselle pankille tai sen konttorille arvokasta tietoa asiakkaiden reagoinnista (esim. aiheuttaako konttorin lopettaminen asiakassiirtymiä).

6 YHTEENVETO TUTKIMUSAIHEEN KIRJALLISUUDESTA JA KÄSITTEISTÄ

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä toimii Vesa V. Viitaniemen (2007) teos, Tervetuloa 2010-luvulle - Miten informaatioyhteiskunnan supertrendit tulevat muuttamaan meidän jokaisen elämää.

Seuraava Internetin kehitysaskel on semanttinen eli merkityksiä ymmärtävä verkko (Viitaniemi V, 2007,129). Semanttisen verkon myötä tietokoneohjelmat ja koneet alkavat ymmärtää verkon sisältöä keksien ja päätellen uusia asioita ensin autonomisesti ja sittemmin itsenäisesti.

Näin ennustettiin vuonna 2007 ja kuinka hyvin ennustus pitikään paikkansa. Tänä päivänä verkko (digitalisaatio) saavutetaan helposti lähes missä tahansa ihmisten rakentamassa todellisuudessa. Tästä voi seurata myös "verkkoähky", vastareaktion seurauksena hakeudutaan luontoon perusasioiden äärelle ja unohdetaan tietotulva - edes hetkeksi.

Mistä tietää, mitä finanssipalvelujen käyttäjät haluavat tulevaisuudelta? Ei mistään. Jos innovaatio on radikaali, ihmiset eivät osaa vastata kysymykseen, tarvitsevatko he kyseistä tuotetta tai palvelua (Hiltunen E, 2012, 275).

Tulevaisuuskestävän strategian rakentaminen tulevaisuudessa on haastava tehtävä pankeilla. Strategian pitäisi olla uniikki ja erottuva, mutta käytännössä eri pankkien strategiat eivät erotu toisistaan. Tätä on kritisoi Anssi Tuulenmäki kirjassaan. Jos Suomessa toimivilta pankeilta poistettaisiin logot ja värit, asiakas ei tunnistaisi omaa asiointipankkia, puhumattakaan, että asiakas tunnistaisi oman pankkinsa taivaita hivelevistä mainoslauseista (Hiltunen E, 2012, 230).

Tärkeä näkökulma on tarkastella megatrendejä ja niiden vaikutusta yhteiskuntaan. Megatrendit(mega-trends) ovat TrendOnen (<https://www.trendone.com>) kielellä rakenteellisia muutoksia yhteiskunnassa. Ne vaikuttavat kaikkialla yhteiskunnan eri tasoilla ja niillä on pitkäaikaiset vaikutukset. Vuoden 2012 trendikirjassa (TrendOne) esimerkkeinä megatrendeistä luetellaan kestävä kehitys, terveellinen elämäntyyli, virtualisaatio, pelaaminen, huomiotalous, "outernet" sinäkratia (Youmocracy), tietoyhteiskunta, konvergenssi, ajaton aika, kotoilu (oleskellaan kotona), individualisaatio, yhteisöllisyys, häivytetty teknologia (shy tech) ja terveystieteet (life science). TrendOnen trendiluokitteluun kuuluu myös käsite makrotrendit, jotka asettuvat megatrendien ja mikrotrendien välimaastoon (Hiltunen E, 2012, 106, 107).

Voidaan lähemmin tarkastella TrendOnen spottaamaa megatrendiä outernet. Mitä sillä tarkoitetaan ja minkälaisia mikrotrendejä sen alle asettuu? Outernet on TrendOnen mukaan seuraava taso internetistä. Jos netti piiloutuu nyt tietokonepäätteen taakse, outernet seuraa meidän mukanamme minne tahansa kuljemmekin. Reaaliympäristömme sulautuu virtuaaliympäristöön. Tähän meitä ajavat seuraavat kehityssuunnat: mobiilidatan siirron hinta alenee, lokalisaatiopalvelut tuovat uusia

mahdollisuuksia, laajennettu todellisuus tuo viimeistään yhteen erilaiset todellisuutemme (Hiltunen E, 2012, 107).

Outernet luo laajan skaalan mahdollisuuksia esimerkiksi uudelle markkinoinnille. Outernet megatrendin taustalla vaikuttavat erilaiset makrotrendit: niitä ovat esimerkiksi laajennettu todellisuus, digitaaliset kartat, geotäggäys, gps, paikallisuus informaatioissa, paikkaperusteinen mainonta, paikkaperustaiset palvelut, mobiilimainokset, mobiilikauppa, mobiilikupongit, mobiilimaksaminen (Hiltunen E, 2012, 107). Edellä oleva luettelo makrotrendeistä, jotka oli esitelty tulevaksi vuonna 2012, ovat jo täyttä todellisuutta vuonna 2018. Kuvaa hyvin kehityksen nopeutta.

Opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen asettamista nykyhetken, voidaan käyttää Finanssivalvonnan analyttikko Saara Mustosen julkaisua ”Miten digitalisaatio vaikuttaa pankkitoimialan tulevaisuuteen”

- Digitalisaatio lisää kilpailua pankkitoimialalla
- Digitalisaatio voi uudistaa pankkipalveluja merkittävästi
- Asiakastarpeiden muutos heijastuu pankkipalveluihin
- Digitalisaatio houkuttelee pankkitoimialalle uusia toimijoita
- Muutoksen tuomat haasteet perinteisille toimijoille

Tutkimusaihe: Asiakaskokemukseen kohdistuvat Digitalisaation luomat uhat ja mahdollisuudet on nähtävä osana suurempaa kokonaisuutta kuin pelkästään finanssiala. Finanssialan erityispiirteenä on sen toiminnan tarkka valvonta (Laki luottolaitostoiminnasta 8.8.2014/ 610) määrittelee tarkoin mikä on hyvä pankkitapa ja mikä on asiakkaan oikeus peruspankkipalveluihin.

Peruspankkipalveluita (Fine - Vakuutus ja rahoitusneuvonta 2017) ovat perusmaksutili ja siihen liittyvä tilinkäyttöväline (debit-kortti ja verkkopankkitunnukset) mahdollisuus nostaa käteistä, maksutapahtuminen toteuttaminen sekä sähköinen tunnistusväline.

Hyvän pankkitavan (Fine - Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2017) noudattaminen ylläpitää ja edistää luottamusta, toimivuutta sekä avoimuutta pankkitoiminnassa. Hyvän pankkitavan periaatteet sisältävät asiakkaan ja pankin välistä suhdetta sekä pankkien toimintatapoja koskevia periaatteita. Hyvä pankkitapa muotoutuu näiden periaatteiden ja pankeissa noudatettavan käytännön perusteella.

Julkisessa keskustelussa ja mediassa on entistä useammin alettu vaatia pankeilta yhteiskuntavastuuta, kun konttoreita suljetaan, palveluaikoja lyhennetään ja kassapalvelut on rajattu minimiin.

Mikä on sitten pankkien yhteiskuntavastuu? Sitä voi tarkastella pankkien maineen (Heinonen, O, 2014) näkökulmasta tai mikä on

osuustoiminnallisen pankin yhteiskuntavastuu - jäsenistön näkökulma (Mentula, S, 2016).

Osuustoiminnallisen pankin näkökulmasta paikallisuus korostuu jäsenten odotuksissa erityisesti ja se kumpuaa osuustoiminnallisesta arvoperustasta. Toisaalta jäsenistö odottaa, että osuustoiminnallinen pankki toimii yhteiskuntavastuullisesti aivan kuin mikä muukin taho yhteiskunnassa (Mentula, S, 2016, 101). Jäsenistö pitää osuustoiminnallisen pankin ensisijaisena tehtävänä pankkipalveluiden saatavuuden turvaamista jäsenistölleen sekä muille asiakkaille. Pankin pitää pystyä tarjoamaan rahoitusta sekä monipuolisia ja kilpailukykyisiä pankkipalveluita. Jäsenistö odottaa myös, että osuustoiminnallisen pankin yhteiskuntavastuullisuuden pohjana on sen ydinliiketoiminnasta ja jäsenistön arvioimasta ensisijaisesta tehtävästä huolehtiminen siten, että toiminta on kannattavaa. Pankin tulee huolehtia myös muista vastuistaan, kuten veronmaksamisesta ja noudattaa sitä koskevia lakeja ja säädöksiä toimien eettisesti hyväksyttävällä ja luotettavalla tavalla (Mentula S, 2016, 102).

Pankeille tyypillisiä yhteiskuntavastuun toteuttamistapoja ovat esimerkiksi henkilöstön hyvinvoinnista ja koulutustasosta vastaaminen, asiakkailleen vastuullisten rahastojen tarjoaminen, asiakkaiden maksukyvyyn arvioiminen, konttoriverkoston laajuudesta huolehtiminen, palvelumaksujen kohtuullisena pitäminen ja asiakkailleen laadukkaiden asiantuntijapalveluiden tarjoaminen (Heinonen O, 2014, Koivuporras 2006).

Pankkien liiketoiminnallisen menestyksen kannalta välttämättömät toimet saattavat suuren yleisön silmissä näkyä vastuuttomana toimintana, mutta vastuullisen yrityksen, jo lakiin perustuen, on ensisijaisesti turvattava oma liiketoiminnallinen menestys. Liiketoiminnan tuloksellisuuden turvaaminen pankeille on erityisen tärkeää, koska ne ovat niin keskeisiä toimijoita yhteiskunnassa (Heinonen O, 2014, Koivuporras, 2006).

7 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT

Tämän opinnäytetyön tutkimusotteessa yhdistyvät laadullisen tutkimuksen (Teemahaastattelu, Syvähaastattelu, Kyselytutkimus) ja määrällisen (FA Finanssiala ry) tutkimuksen suuntaukset. Niitä käytetään usein rinnakkain. Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus ovat toisiaan täydentäviä lähestymistapoja ja niitä on tarkkarajaisesti vaikea erottaa toisistaan (Hirsijärvi S, 2009, 132-133).

Laadullisessa (Kvalitatiivinen) tutkimuksessa käytetään yleensä harkinnanvaraista otantaa. Tutkittavia yksiköitä ei valita kovin suurta määrää ja niitä tutkitaan perusteellisesti, jolloin tärkeää on aineiston laatu. Aineiston koolla on silti myös merkitystä, aineiston tulisi olla kattava suhteessa siihen, millaista analyysia ja tulkintaa siitä aiotaan tehdä. Aineisto pyritään valitsemaan tarkoituksenmukaisesti ja teoreettisesti perustellen (Wikipedia).

Laadulliselle analyysille on tyypillistä induktiivinen päättely, jossa pyritään tekemään yleistyksiä ja päätelmiä aineistosta nousevien seikkojen perusteella. Aineistoa pyritään tarkastelemaan monitahoisesti ja yksityiskohtaisesti nostoen siitä esiin merkityksellisiä teemoja. Tilastolliseen yleistämiseen ei pyritä. Laadullisen tutkimuksen analyysitapoja ovat esimerkiksi diskurssianalyysi ja keskusteluanalyysi. Yksi laadullisen ja määrällisen tutkimuksen ero on se, että määrällisessä tutkimuksessa tutkimusongelmat muotoillaan tarkasti etukäteen, kun taas laadullisessa tutkimuksessa tutkimustehtävä voi muuttua tutkimuksen aikana (Wikipedia).

Määrällinen (Kvantitatiivinen) tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jossa käytetään täsmällisiä ja laskennallisia menetelmiä. Määrällisen tutkimuksen havaintoaineiston keruumenetelmiä voivat olla esimerkiksi haastattelu tai kirjekysely. Määrällinen tutkimusmenetelmä sopii suuria ihmisryhmiä kartoittaviin tutkimuksiin. Sen avulla ei saada yksittäistapauksista kattavaa tietoa. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään usein tilastollisia malleja (Wikipedia).

Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa yhdistyy konkreettinen kehitystoiminta ja tutkimuksellinen lähestymistapa ja se jää työelämän kehittämistoiminnan ja tutkimuksen välimaastoon. Kehittävässä tutkimuksessa edetään tutkimuksellisesta kysymyksen asettelusta ja menetelmistä kohti konkreettista kehittämistoimintaa. Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa lähtökohta on käytännön ongelmat ja kysymykset, jotka ohjaavat tiedon tuottamista.

Tietoa tuotetaan käytännön toimintaympäristöissä. Apuna tässä toimivat tutkimukselliset asetelmat ja menetelmät. Pääpaino on kehittämistoiminnassa, jossa hyödynnetään tutkimuksellisia periaatteita. Tutkimuksellinen kehittäminen ei pelkästään ratkaise yksittäistä konkreettista ongelmaa, vaan samalla pyritään tuottamaan tietoa myös laajempaan keskusteluun (Toikko & Rantanen, 2009).

Tässä opinnäytetyössä on löydettävissä myös tutkimuksellista kehittämistoimintaa: Toimeksiantaja X-pankille avautuu tutkimuksen myötä mahdollisuus verrata omia pankin sisäisiä tutkimuksia kyseiseen opinnäytetyöhön ja tässä opinnäytetyössä pyritään löytämään myös ratkaisuehdotus tutkimuksen rajaukseksi valittuun digisyrjäytymiseen.

Haastatteluaineiston muodostaminen

7.1. Syvähaastattelu (kuva 28)



Kuva 28 www.google.fi

Haastattelut Turussa, Ruskolla, Salossa,
Somerolla, Forssassa, Tammelassa

Haastattelut
Miehikkälässä ja
Virolahdella

Syvähaastattelututkimuksessa haastateltiin 23 eri pankkin asiakasta Kaakkois-Suomessa: Miehikkälän, Virolahden, Helsingin, Salon, Someron, Forssan ja Turun alueelta. Haastateltavat edustivat Osuuspankin, Säästöpankin, Nordean ja Danske Bankin asiakkaita. Koska haastateltavien joukko oli niin pieni, niin pankkiryhmien välisiä eroja ei pystytty haastattelutuloksista analysoimaan. Haastattelu suoritettiin 27.1.2016 – 05.2.2016 välisenä aikana. Haastateltavat valittiin Kaakkois-Suomen-, Salon- ja Turun alueen puhelinluetteloista satunnaisesti sadan henkilön joukosta (nimet numeroitiin 1-100), josta arvottiin 25 numeroa ja näistä 23 henkilöä osallistui haastatteluun (kahden haastateltavan osalta henkilökohtainen este). Haastateltavat painoutuivat enemmän työelämässä olevien kuin eläkkeellä oleviin. Haastattelut suoritettiin kasvokkain, henkilökohtaisessa tapaamisessa, pääosin haastateltavien kotona. Leimaa-antavana piirteenä voidaan mainita erityisen positiivinen suhtautuminen kyseiseen haastatteluun ja yhtään kieltäytymistä tutkimukseen ei tullut.

Tavoitteena haastattelussa oli saavuttaa luottamuksellinen ja avoin ilmapiiri ja erityisesti avoimien kysymysten kohdalla luoda mahdollisuus haastateltavalle ottaa kantaa myös kysymysten asetteluun.

Haastattelulomake sisälsi sekä strukturoituja sekä avoimia kysymyksiä.

Haastattelun punaisena lankana voidaan pitää aitoa pyrkimystä löytää ns. "hiljainen tieto", jota ei välttämättä saada normaaleissa, esimerkiksi puhelinhaastatteluissa (vrt. FA Finanssialan Keskusliiton tutkimukset) tai pankkien omissa asiakastutkimuksissa.

Hiljainen tieto lisää tutkimuksen merkittävyyttä ja laajentaa mahdollisuuksia tehdä johtopäätöksiä, joilla voisi olla myös yhteiskunnallista merkitystä. Esimerkkeinä tästä voisi olla, että onko syrjäytyminen (pankkipalveluiden saatavuus) todellinen uhka tai onko digitaalisuuden merkitys toissijainen asiakaskokemuksen kannalta.

Aineiston kylläntyminen

Kvalitatiivisen aineiston koon määrittelemiseksi on muotoutunut muutamia käytännössä koeteltuja sääntöjä. Aineistoa on riittävästi, kun uudet tapaukset eivät tuota enää mitään tutkimusongelman kannalta uutta tietoa. Yksi tapa ratkaista aineiston riittävyys onkin puhua sen kylläntymisestä eli saturaatiosta. Kokemusten perusteella 15 vastausta kehyskertomusta kohden olisi riittävä määrä (Kehyskertomus rakennettu asiakaskokemuksen ympärille). Määrää ei voi kuitenkaan yleistää, vaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston määrä on pitkälti tutkimuskohtainen: vastauksia tarvitaan juuri sen verran kuin se on aiheen kannalta välttämätöntä (Alasuutari P, Laadullinen tutkimus 2.0, e-kirja, 2012).

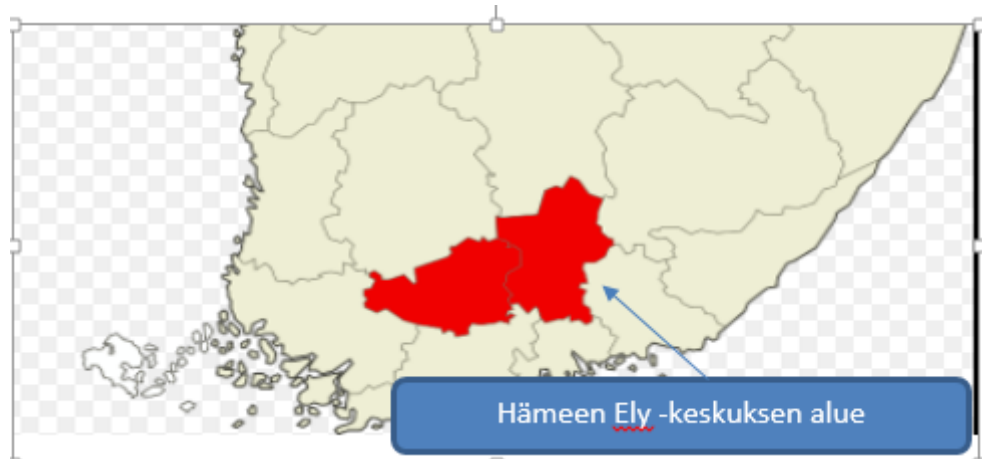
7.2. Teemahaastattelu

Tutkimuksessa haastateltiin henkilökohtaisesti kymmentä, lähinnä pankkien ylimmässä johdossa toimivaa henkilöä OP ryhmästä ja POP Pankkiryhmästä Haastattelut käytiin henkilökohtaisesti loka-marraskuussa 2016 ja toistettiin nettikyselynä samoilla kysymyksillä huhtikuussa 2017 Webropol -kysely- ja tiedonkeruuohjelmalla. Ensimmäisen vaiheen henkilökohtaisessa tapaamisessa kartoitettiin aihepiiriä laajempaa kokonaisuutena ja pyrittiin löytämään kysymysten viitekehukseen mahdollisia uusia näkökulmia. Kysymysten toistaminen nettikyselynä parantaa teemahaastattelun luotettavuutta ja verrattavuutta, kun vastauksia peilataan syvähaastattelututkimukseen.

Kysymykset olivat strukturoituja sekä strukturoimattomia eli ns. avoimia kysymyksiä.

Teemahaastattelulla haettiin vertailuaineistoa syy- ja seuraussuhteiden muodostamiseen ja onko löydettävissä samankaltaisuutta vanhalle sanonnalle "pankki ja asiakas samaa maata" (1990 -luvulla erään pankkiryhmän mainoslause).

7.3. Kyselytutkimus (kuva 29)



Kuva 29 www.google.fi

Kyselytutkimus toteutettiin Hämeen Ely -keskuksen järjestämässä ympäristötuen koulutuspäivässä Turengissa 28.1.2017. Tutkimuksen suorittamiseen saatiin lupa tilaisuuden järjestäjältä. Ennen kyselylomakkeiden jakamista, annettiin tilaisuuden osallistujille informaatiota tutkimuksen tarkoituksesta ja käytiin kysymykset yksityiskohtaisesti läpi. Osanottajia koulutuspäivässä oli 150 ja kyselylomakkeita palautettiin 129, joten palautusprosentiksi muodostui 86. Vertaamalla kyselytutkimuksen tuloksia teemahaastattelun ja syvähaastattelun tuloksiin, päästään aineisto triangulaatioon, eli usean eri aineiston käyttöön samojen tutkimuskysymyksen ratkaisemiseksi.

7.4. Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tiedon luotettavuus on tieteellisen tutkimuksen yksi tunnusmerkeistä. Luotettavuuden kysymys voi kohdistua tutkimustuloksiin, tutkimusprosessiin tai tutkimusmetodeihin. Laadullisen tutkimuksen osalta käytetään usein vaikuttavuuden käsitettä. Kehittämistoiminnassa luotettavuus tarkoittaa ennen kaikkea tiedon käyttökelpoisuutta eli tiedon pitää olla totuudenmukaista ja hyödyllistä sekä yhteiskuntapoliittisesti merkittävää. (Toikko, T & Rantanen, T 2009, 121 - 122).

Tutkimuksen reliabiliteetti (luotettavuus) ja validiteetti (pätevyys) ovat useimmiten määrällisen tutkimuksen lähestymiskäsitteitä. Reliabiliteetti liittyy mittareiden ja tutkimusasetelman väliseen toimivuuteen ja käyttökelpoisuuteen. Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä, eli onko tutkimuksessa mitattu sitä mitä on ollut tarkoitus mitata. Sisäinen validiteetti tarkoittaa käytettyjen käsitteiden ja tehtyjen valintojen johdonmukaisuutta. Ulkoinen validiteetti tarkoittaa johtopäätösten ja ulkoisten ilmiöiden välistä suhdetta. (Toikko, T & Rantanen, T 2009, 122).

Laadullisen tutkimuksen piirissä kysymykset reliabiliteetista ja validiteetista on pyritty korvaamaan vakuuttavuuden käsitteellä. Yvonna Lincolnin ja Egon Cupan mukaan vakuuttavuus (confirmability) on keskeinen luotettavuuden kriteeri. Se perustuu uskottavuuteen ja johdonmukaisuuteen. Tutkijan on osoitettava kuinka uskottavasti

(credibility) hänen rekonstruktionensa (ennallistamisen tulos) tekee oikeutta tutkimuskohteelle. Tutkimuksen johdonmukaisuus (dependability) on toinen keskeinen tutkimuksen luotettavuuden osatekijä. Se tarkoittaa tutkimusaineiston keräämisen ja analysoinnin huolellista ja läpinäkyvää kuvaamista (Toikko, T & Rantanen, T 2009, 123 - 124).

Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään niin kauan kuin se tuottaa lisätietoa. Aineisto kyllääntyy, eli saavuttaa tietyn saturaatiopisteen. Saturaatio voidaan nähdä keskeisenä luotettavuuden osatekijänä. Saturaatiopisteen jälkeen aineiston lisääminen ei enää tuota varsinaista uutta tietoa. Kehittämistoiminnassa aineistot ovat usein pieniä, eikä niissä välttämättä saavuteta saturaatiopistettä. Lisäksi kehittämistoiminnan aineistot ovat usein myös muuntuvia, jolloin niiden saturaatiopisteen saavuttaminen on vaikeaa. Kehittämistoimintaa kuvaavan aineiston kumulatiivisuus ei siis ole yhtä selvä kuin laadullisessa aineistossa yleensä (Toikko, T & Rantanen, T 2009, 124).

Kehittämistoiminnalle on tyypillistä, että siinä muodostuu erilaisia aineistoja. Eri aineistojen luotettavuutta voidaan tarkastella niin sanotun triangulaation avulla. Sillä tarkoitetaan erilaisten aineistojen yhdistämistä. Yksi yleisimmistä triangulaation muodoista on aineistotriangulaatio eli usean eri aineiston käyttö samojen tutkimuskysymyksen ratkaisemiseksi. Esimerkiksi kyselyaineisto voidaan yhdistää haastatteluaineistoon. Mikäli eri aineistoja analysoimalla päästään samoihin tuloksiin, sitä voidaan pitää tulosten luotettavuutta osoittavana seikkana (Toikko & Rantanen 2009, 124).

Asiakaskokemukseen kohdistuvat digitalisaation luomat uhat ja mahdollisuudet - tutkimusaiheen sovittaminen teoreettiseen viitekehykseen

Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään niin kauan kuin se tuottaa lisätietoa, ja tämän tutkimuksen keskeisenä osana ollut syvähaastattelututkimus saavutti saturaatiopisteen eli samat vastaukset alkoivat toistua useimmissa kysymyksissä. Tämä sama ilmiö toistui avoimissa kysymyksissä, joissa haastateltavat kuvasivat palvelutilanteita sekä niissä syntyneitä tunnetiloja.

Toimeksiantaja X-pankin näkökulmasta tämä tutkimus on myös kehittämistoimintaa ja sitä taustaa vasten kyseessä on triangulaation muodoista yleisin: aineistotriangulaatio. eli tutkimuskysymyksen ratkaisemiseksi käytetään useaa eri aineistoa. Mikäli tutkimuksen lopussa syvähaastattelu, teemahaastattelu ja kyselytutkimuksen aineistoa analysoimalla päästään samoihin tuloksiin, voidaan tutkimuksen tuloksia pitää luotettavina.

Määrällisen tutkimuksen näkökulmaa edustavat FA Finassiala ry:n tutkimukset joita sen toimeksiannosta IROResearch Oy tekee, ovat tilastollisesti varsin luotettavia, mutta näiden määrällisten tutkimusten avulla ei välttämättä päästä pureutumaan yksittäisen kysymyksen ytimeen, mahdollisiin tunnetiloihin tai sanattomaan viestintään, josta voidaan tehdä havaintoja henkilökohtaisessa haastattelussa. Edellytyksenä tunnetilojen ja

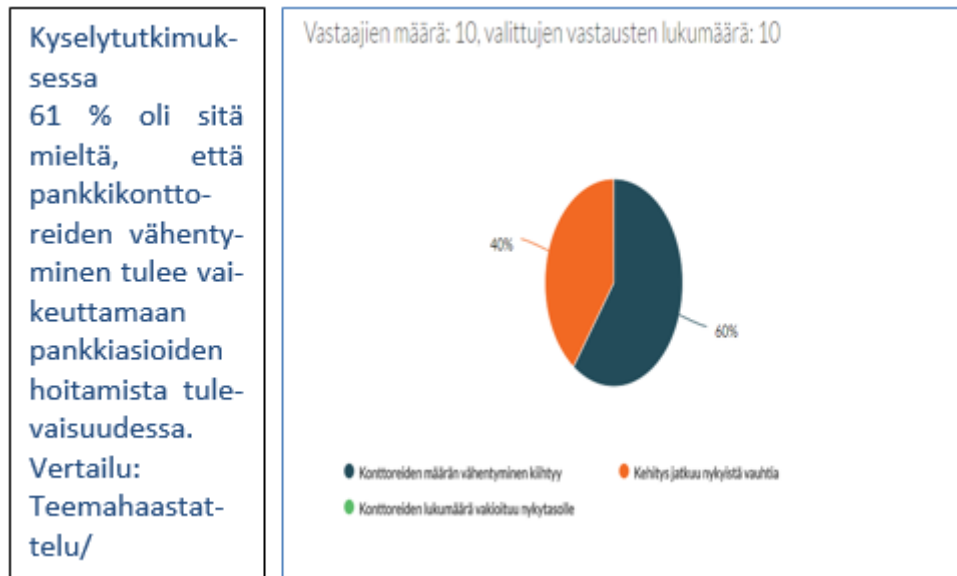
sanattoman viestinnän havaitsemiseksi on, että haastattelija tuntee hyvin aiheen ja näin omaa taidon asettautua haastateltavan asemaan.

Omissa tutkimuksissa (teemahaastattelu, syvähaastattelu ja kyselytutkimus) ei pyritä saavuttamaan tilastollista luotettavuutta, vaan löytämään varsin yleiselläkin tasolla olevien kysymysten kautta syvällistä tietoa asiakkaiden todellisista mielipiteistä, kuinka he kokevat tällä hetkellä vallitsevan kehityksen. Mitä kysymyksiä se herättää, ollaanko huolestuneita uusien pankkipalveluiden turvallisuudesta, tai fyysisen konttorin merkitys: onko se pelkkä illuusio. Entä sitten digisyrjäytyminen: totta vai tarua.

8 TUTKIMUKSEN TULOKSET

8.1. Teemahaastattelu

Pankkikonttoreiden määrä vähenee kiihtyvää tahtia (artikkeli kauppalehdessä 13.8.2016). Kuinka kehitys tulevaisuudessa jatkuu (kuva 30).



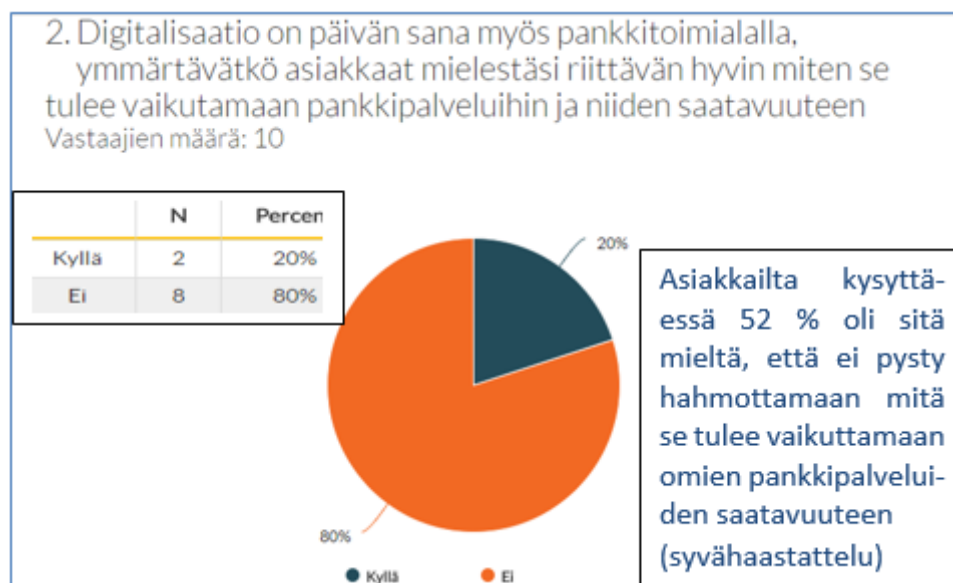
Kuva 30 Teemahaastattelukysymys 1

Teemahaastattelun vastaajista 60 prosenttia oli sitä mieltä, että konttoreiden määrän vähentyminen kiihtyy ja 40 prosentin mielestä kehitys jatkuu nykyistä vauhtia. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että pankkikonttoreiden määrä vakioituisi nykyiselle tasolle.

Verrattaessa teemahaastattelun tuloksia kyselytutkimuksen tuloksiin, on havaittavissa selvästi, että konttoreiden lukumäärän ja pankkipalveluiden saatavuuden välillä on selvä korrelaatio.

Digitalisaatio on muutakin kuin sähköisiä pankkipalveluita

Digitalisaation vyöryessä vastustamattomalla voimalla toimialalle, onko asiakkailla riittävä käsitys "digitalisaatio" sanan laajemmasta merkityksestä? (kuva 31)



Kuva 31 Teemahaastattelukysymys 2

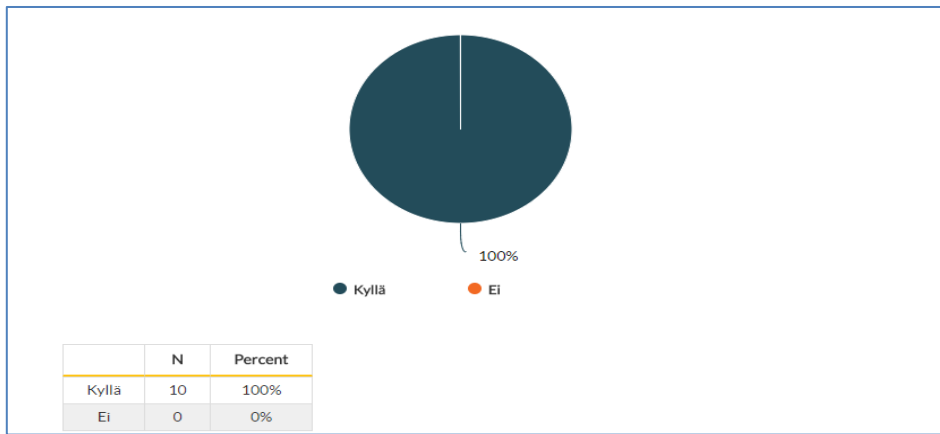
Asiakkailta on positiivisempi mielikuva pankkipalveluiden digitalisoinnin vaikutuksesta niiden saatavuuteen (48 % hahmotti, mitä se tarkoittaa), kun teemahaastattelun osallistuneista vain 20 % oli sitä mieltä, että asiakkaat ymmärtävät, mitä kehitys vaikuttaa omien pankkipalveluiden saatavuuteen.

Vastaukset kuvastavat hyvin tilannetta pankkitoimialan digitalisaatio -kehityksessä. Kysymys tuo esille myös selkeän ongelman, kun pääsääntöisesti sähköisten palveluiden kehitystyö on pitkälti ulkoistettu pankeissa niiden asiantuntijayksiköille, niin useissa tapauksissa asiakkaan on lähes itse mahdotonta vaikuttaa uusien palveluiden sisältöön.

Asiakkaiden määrä, jotka eivät hoida maksuliikettä omalla tietokoneellaan, tabletilla tai mobiililla on arvioiden mukaan yli 400 000. Monet ikääntyneemmät seniorikansalaiset käyttävät tietokonetta muun tiedon hankintaan, mutta eivät uskalla käyttää sitä pankkiasioiden hoitamiseen. Tämä kävi ilmi myös haastateltavien kommentteissa, että heillä on myös tuttavapiirissään tai ystävissään henkilöitä, joille on kova kynnyksensä esim. maksaa laskuja, vaikka siihen taitoaikin olisi. Tässä on selkeä tarve kouluttaa asiakkaita entistä enemmän digitaalisten pankkipalveluiden käyttäjäksi.

Peruspankkipalveluiden saatavuus henkilökohtaisena palveluna (kuva 32)

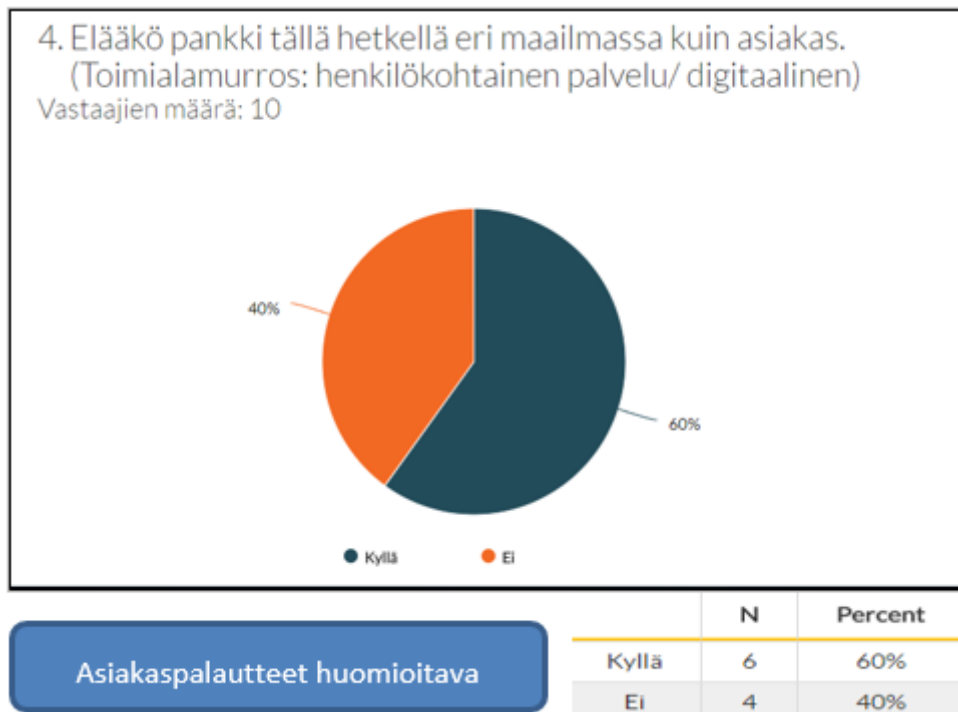
3. Suomessa on yli 300000 pankkiasiakasta, jotka eivät ole käyttäneet tietokonetta. Onko todennäköistä, että peruspankkipalveluiden saatavuus heikkenee ja digitaaliset pankkipalvelut priorisoidaan henkilökohtaisen palvelun edelle
Vastaajien määrä: 10



Kuva 32 Teemahaastattelukysymys 3

Vastaukset olivat täysin yhdenmukaisia osoittaen hyvin kehityksen suunnan. Toisaalta voidaan myös kysyä, että onko todellista tarvetta enää nostaa konttoreissa tapahtuvaa henkilökohtaista palvelua ja peruspankkipalveluiden saatavuutta konttorissa, kehitystyön keskiöön, kun pankkien asiakkaista käyttää jo noin 90 prosenttia sähköisiä palveluita, joko itsenäisesti tai jonkun toisen avustamana. Kuinka sitten estetään syrjäytyminen niiden pankkiasiakkaiden osalta, joilla ei ole käytettävissä internet -yhteyksiä tai mobiililaitteita, tai ovat muuten rajoitteisia käyttämään sähköisiä palveluita. Mikä on sitten pankkien yhteiskuntavastuu niiden asiakkaiden osalta, joilla on vaarassa syrjäytyminen digipalveluista.

Kuunnellaanko asiakkaita riittävästi (kuva 33)



Kuva 33 Teemahaastattelukysymys 4

Vastaajista 60 prosenttia oli sitä mieltä, että pankkien palvelukonsepti ei kohtaa asiakkaan palveluodotusta. Tärkeimpänä syytä pidettiin kilpailua uusien toimijoiden kanssa, jotka uusien teknologioiden avulla pystyvät

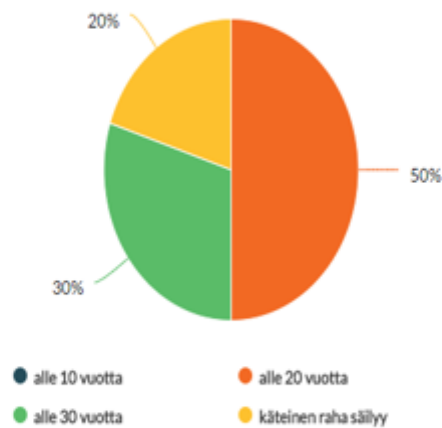
vastaamaan asiakkaiden muuttuneisiin toiveisiin nopeammin ja pankeissa koetaan vastuuta siitä, peruspankkipalvelut on myös henkilökohtaisesti saatavilla. Vastaajista 40 prosenttia katsoi sen sijaan henkilökohtaisen palvelun ja digitaalisen palvelun olevan tasapuolista ja asiakkaan odotuksia vastaavaa. Vastaukset kuvaavat myös pankkien erilaista strategiaa (onko henkilökohtainen palvelu asiakaskokemuksen keskiössä, vai painotetaanko digitaalista palvelua).

Kuinka käy käteisen rahan, tarvitaanko sitä tulevaisuudessa (kuva 34).

Missä on kaikki Suomen käteinen? Edes Suomen Pankki ei tiedä. Suomalaiset maksavat käteisellä yhä harvemmin, vaikka käteisvarojen määrä on kasvanut viime vuosina. Suomen Pankki arvioi, että käteistä oli Suomessa noin 1600 euroa jokaista suomalaista kohti. Euroalueella käteinen kulkee rajojen yli vapaasti ja siksi Suomessa käteisen määrää on hyvin vaikeaa arvioida, kertoo neuvonantaja Jussi Kangas Suomen Pankin rahahuolto-osastosta.

Taloussanommat 11.8.2017

5. Käteisen rahan käyttö vähenee, ennuste millä aikavälillä mielestäsi käteinen raha poistuu
Vastaajien määrä: 10



Mitkä ovat todelliset syyt käyttää käteistä

	N	Percent
alle 10 vuotta	0	0%
alle 20 vuotta	5	50%
alle 30 vuotta	3	30%
käteinen raha säilyy	2	20%

Kuva 34 Teemahaastattelukysymys 5

Vastaajista 80 prosenttia oli sitä mieltä, että käteinen raha poistuu kolmenkymmenen vuoden kuluessa ja vastaajista 50 prosenttia oli sitä mieltä, että käteinen raha poistuu alle 20 vuoden kuluessa.

Syvähaastattelututkimuksessa ilmeni, että kaikilla tutkimukseen osallistuneilla oli pankkikortti ja olivat myös käyttäneet sitä. Tästä voidaan päätellä, että pankkien asiakkaat eivät välttämättä toimi kovin rationaalisesti. Esimerkkinä, että nostetaan rahaa kaupan yhteydessä sijaitsevasta nostoautomaatista ja maksetaan ostokset käteisellä kyseisen kaupan kassalla. Useissa tapauksissa kyse voi olla turvallisuushakuisuudesta: mitä jos kortti ei toimi tai en muista tunnuslukua. Syvähaastattelututkimuksen yhteydessä tämä seikka tuli iäkkäämpien henkilöiden osalta esille, että usein koetaan tilanne maksutapahtumassa ajoittain ahdistavaksi ja käteisellä rahalla haetaan turvallisuutta tilanteeseen. Tämän tyyppiset seikat voivat olla hyvinkin ratkaisevia asioita, jotka myötävaikuttavat käteisen rahan pysyvyyteen.

Mitä enemmän kehitetään uusia maksujärjestelmiä ja kun ne koetaan turvalliseksi, niin se vähentää käteisen rahan käyttöä (lähimaksuominaisuus, Pivo lompakko)

Tietoturvahka usein jarruna uusien palveluiden käyttöönotossa (kuva 35)



Kuva 35 Teemahaastattelukysymys 6

Silloin kun uudet digitaaliset pankkipalvelut ovat pankkiryhmiensä kehittämiä, niiden tietoturvasoaa pidetään riittävänä, mutta silloin kun uuden digitaalisen pankkipalvelun on kehittänyt ei pankkisidonnainen toimija, näihin uusiin palveluihin suhtaudutaan varauksella.

Open banking -palvelujen yleistymistä vauhdittaa uusi PSD2 -direktiivi

Open banking viittaa uuteen palvelumalliin, jonka myötä asiakkaat voivat jakaa pankin ulkopuolisille palveluntarjoajille pääsyn heidän tilitietoihinsa. Se viittaa myös avoimeen dataan ja teknologiaan, jonka avulla kolmannet osapuolet voivat luoda sovelluksia tai nettisivuja alalle (Entrepreneur).

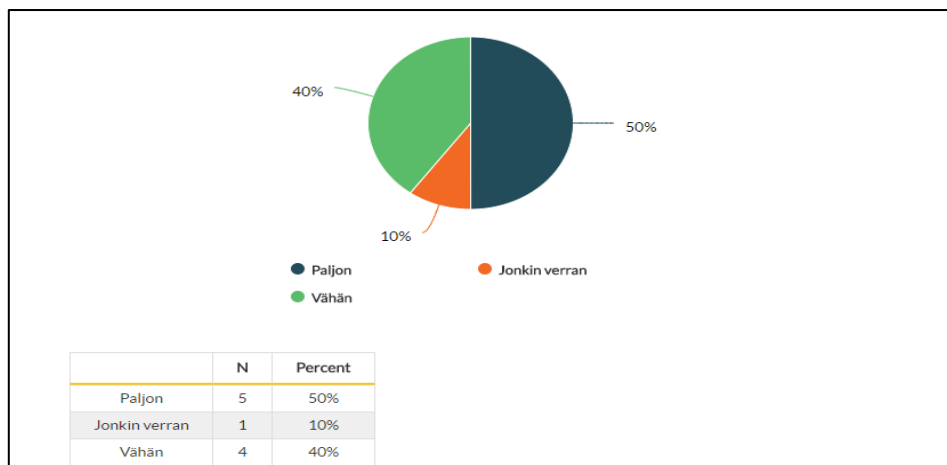
Open banking -palvelut voivat muuttaa kuluttajien suhteen pankkituotteisiin myös Suomessa. Ne lisäävät kilpailua ja mahdollisuuksia kehittää palveluita sekä nykyisille että uusille toimijoille, kertoo Accenture Suomen finanssialalla toimiva johtaja Esa Tihilä yrityksen tiedotteessa.

Eurooppalaisten pankkien johtajista 71 prosenttia näkee open banking -palvelut pikemminkin mahdollisuutena kuin uhkana, kuitenkin jopa 63 prosenttia johtajista on sitä mieltä, että näiden palveluiden käyttöönotto kasvattaa riskiä pankkialalla.

Accenturen kuluttajille suunnattuun kyselytutkimukseen osallistui 2 000 brittiläistä kuluttajaa. Tutkimuksessa kävi ilmi, että selvästi yli puolet kuluttajista antaisi tilitietonsa vain oman pankkinsa käyttöön hakiessaan esimerkiksi halvempaa asuntolainaa tai säästöilleen parempaa korkoa.

Suomalaisten pankinjohtajien näkemys ulkomaisista kilpailijoista ja sitä että tulevatko ne horjuttamaan suomalaisten pankkien asemaa (kuva 36)

7. Tulevatko ulkomaiset kilpailijat ja uudet toimijat mielestäsi horjuttamaan suomalaisten pankkien asemaa lähivuosina (Kts. maksuliikeditiivin muutos).
Vastaajien määrä: 10



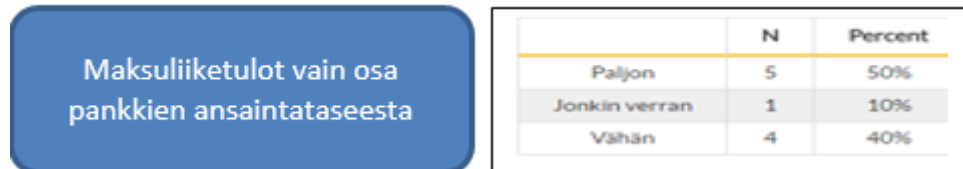
Kuva 36 Teemahaastattelukysymys 7

Eurooppalaiset pankit uskovat Open banking -palveluiden mahdollisuuksiin. Kuluttajat ovat kuitenkin huolissaan petosten mahdollisuudesta ja tietoturvariskeistä. Eurooppalaisten pankkien johtajat näkevät sen kuitenkin enemmän mahdollisuutena kuin uhkana. Lähes kolme neljästä Accenturen kyselyyn vastanneesta pankkien johtajasta uskoo, että open banking helpottaa asiakkaiden pääsyä kohdennetuimpiin pankkituotteisiin ja palveluihin (Accenture).

Hyötyjä uskotaan olevan myös pankeille: 90 prosenttia johtajista uskoo, että open banking -palvelut tulevat kasvattamaan pankin liikevaihtoa jopa kymmenen prosenttia.

(<https://www.accenture.com/fi-en/company-news-release-research-traditional-banks-market>)

Tämän tutkimuksen teemahaastattelussa vastanneet suomalaisten pankkien johtajat näkevät asian toisin: 50 prosenttia uskoo siihen, että se tulee horjuttamaan suomalaisten pankkien asemaa, 10 prosenttia näkee se vaikuttavan jonkin verran ja vain 40 prosenttia katsoo sen vaikuttavan vain vähän. Julkisuudessa on arvioitu, että maksuliikedyhtiön muutos tulisi vaikuttamaan suomalaisten pankkien maksuliiketulosten pienentymiseen ainakin neljänneksellä.



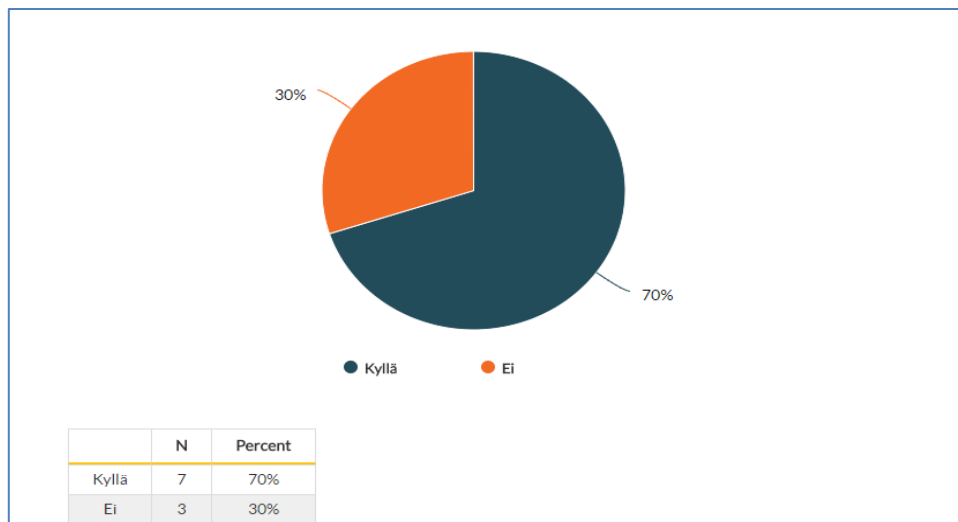
Verkostoituminen/uudet toimijat pankkien avainkysymys

Nykymuotoisten pankkien rooli tulevaisuudessa (kuva 37)

8. On ennustettu, että pankkien konttorit häviävät ja pankkipalvelut integroidaan muiden palveluiden yhteyteen.

Onko väittämä mielestäsi tosi?

Vastaajien määrä: 10



Kuva 37 Teemahaastattelukysymys 8

Vastaajista 70 prosenttia oli sitä mieltä, että nykymuotoista pankkipalvelua tarjoavien konttoreiden lukumäärä supistuu ja keskittyy entistä enemmän maakuntatasoisin yksiköihin ja konttoreita ylläpidetään ns. työssäkäyntialueilla. Sen sijaan ne alueet, jotka voimakkaasti taantuvat, on tapahtunut kuntaliitos tai muutkin peruspalvelut ovat vähentyneet, näillä alueilla pankkikonttoreiden sulkeminen nähdään varsin todennäköisenä.

Vastaajista 30 prosenttia katsoi nykyisen tilanteen säilyvän ja nykymuotoisten konttoreiden merkitys on edelleenkin vahva.

Jos aineisto olisi suurempi ja käsittäisi koko maan, on varsin todennäköistä, että niiden vastaajien %-osuus kasvaisi, jotka näkisivät edelleenkin nykymuotoisten konttoreiden merkityksen vahvana.

Siitä uutisvirrasta, mikä käsittelee pankin konttoreiden ja sen myötä henkilökohtaisen pankkipalvelun merkitystä paikkakunnalla, on havaittavissa selkeä strategiaero. Pienemmät pankkiryhmät, kuten Säästöpankit, POP Pankit tai paikkakunnalla toimivat itsenäiset Osuuspankit, ovat omassa strategiassaan linjanneet erilaisen kehityssuunnan kuin alue- tai maakunta pankit.

Asiakaskokemus pankin näkökulmasta

9. Miten nykyinen pankkisi/ pankkiryhmäsi voisi tehdä enemmän parantaakseen asiakaskokemusta ja sitä kautta lisätä asiakastyytyväisyyttä

Vastaajien määrä: 10



Kuva 38 Yle Uutiset 22.09.2015

Kuvalla pyritään havainnollistamaan todellisuutta ja arkipäivää pankeissa. Pankinjohtajien vastauksista voi havaita henkilökohtaisen palvelun merkityksen olevan vielä suuri, mutta ongelmaksi muodostuu löytää oikea tasapaino digitalisaation ja henkilökohtaisen palvelun välillä. Markkinat ohjaavat vahvasti kohti sähköisiä pankkipalveluita, mutta asiakkaat eivät välttämättä käyttäydy niin rationaalisesti kuin pankeissa toivotaan.

Vastauksista ilmenee erilaisia painotuksia ja ne omalta osaltaan kuvaa kysymyksen ajankohtaisuutta. Jos (kuva 38) pankkialissa jonottavilta asiakkailta olisi kysytty, että oletteko tyytyväisiä kyseisen pankin palveluihin, niin vastaukset eivät varmaan olisi kyseisen pankin kannalta kovin mairittelevia (pankinjohtajien mukaan ruuhkaa esiintyy vain

määrättyinä kuukauden päivinä, esim. eläkkeiden maksupäivinä ruuhkia esiintyy).

Asiakaskokemus/ asiakastyytyväisyys-kysymyksen vastaukset ja niiden jakautuminen



Responses
Henkilökohtaisella palvelulla luodaan paras asiakaskokemus ja digitaalisilla palveluilla on vähäisempi merkitys
Henkilökohtaisella palvelulla luodaan paras asiakaskokemus ja digitaalisilla palveluilla on vähäisempi merkitys
Digitaalisaation ja henkilökohtaisen palvelun saumaton yhteensovittaminen luo parhaan asiakaskokemuksen
Henkilökohtaisella palvelulla luodaan paras asiakaskokemus ja digitaalisilla palveluilla on vähäisempi merkitys
Lähikonttoreiden merkitys säilyy vähintään kymmenen vuotta
Digitaalisuudella ja henkilökohtaisella palvelulla luodaan paras asiakaskokemus
Digitaalisuudella ja henkilökohtaisella palvelulla luodaan paras asiakaskokemus
Lähikonttoreiden merkitys vähenee ratkaisevasti seuraavan kymmenen vuoden aikana. Kehitettävä uusia kanavia kohdata asiakas myös henkilökohtaisesti
Digitaalisuuden ja henkilökohtaisen yhdistämisestä syntyy paras asiakaskokemus
Henkilökohtaisella palvelulla on vielä merkitystä, lisäämällä henkilökohtaisen palvelun tunnetta myös sähköisiin kanaviin

Kuva 39 Teemahaastattelukysymys 9

Vastausten painoarvo

Digitalisaation ja henkilökohtaisen palvelun yhdistämisellä saavutetaan paras asiakaskokemus, 40 % vastaajista

Henkilökohtaisella palvelulla paras asiakaskokemus, digitalisaatiolla vähäisempi merkitys, 40 % vastaajista.

Muissa vastauksissa otettiin kantaa lähinnä lähikonttoreiden merkitykseen. 10 prosenttia katsoi, että lähikonttorin merkitys säilyy vähintään kymmenen vuotta ja 10 prosenttia oli sitä mieltä, että lähikonttorin merkitys vähenee ratkaisevasti, mutta ratkaisuna tähän esitettiin uusia kanavia tarjota henkilökohtaista palvelua, kuten videoyhteydet ja chatit).

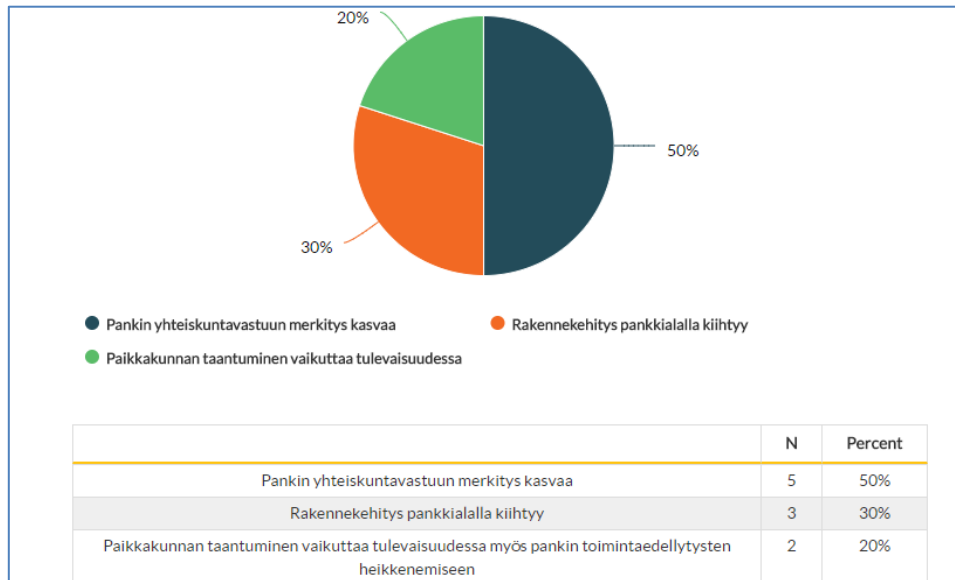
Kysymysten vastaukset olisivat todennäköisesti aivan erilaisia lähikonttoreiden merkityksestä, jossa vastaajissa olisi ollut haastateltavia Nordeasta tai Danske Bankista. Ovathan kyseiset pankkiryhvät selkeästi supistaneet konttoriverkostoa haja-asutusalueelta, keskittäen toimintaansa selkeille kasvualueille. Voimme kai todeta, että kyseessä on erilainen strategia kuin osuustoiminnallisilla pankeilla (OP Ryhmä, POP Pankit ja S-Pankki).

Kehitys on kuitenkin muuttumassa ja erityisesti OP Ryhmän pankit ovat myös vähentäneet konttoriverkostoa haja-asutusalueella.

Pankeilla keskeinen rooli paikkakunnan kehittämisessä (kuva 40)

10. Kuvaile nykyisen pankkisi roolia/ asemaa sekä tulevaisuutta paikkakunnan ja alueen kehittämisessä. Nimeä mielestäsi todennäköisin vaihtoehto ja muut vaihtoehdot voi lisätä kommenttikenttään

Vastaajien määrä: 10



Kuva 40 Teemahaastattelukysymys 10

Vastauksista esiin nousseet keskeiset kysymykset pankin roolista toimi alueen kehittäjänä.

- Selkeästi on nähtävissä, että pankit tiedostavat vastuunsa ja sen merkityksen turvata peruspankkipalvelut paikkakunnalla, mutta samalla tuotiin esille pankin tärkein tehtävä: harjoittaa kannattavaa liiketoimintaa, pitää huolta asiakkaiden talletuksista ja tarvittaessa järjestää rahoitus asiakkaan tarvitsemaan kohteeseen.
- Rakennekehitystä pidettiin luonnollisena kehityssuuntana, joka johtuu asiakaskäyttämisen muutoksesta konttorisidonnaisista palveluista sähköisiin palveluihin.
- Kaupungistuminen vääjäämättä johtaa maaseutualueiden kuihtumiseen ja sen myötä paikkakunnalla sijaitsevan pankin tai sen konttorin toimintaedellytysten heikkenemiseen.
- Suurin haaste tämä tulee olemaan OP ryhmällä, jolla oli vuoden 2016 lopussa vielä 442 konttoria

Kuinka pankkien rooli sitten muuttuu, kun sitä verrataan yleiseen valtakunnalliseen kehitykseen (kuva 37): Johtaako se vääjäämättä OP Ryhmän pankeilla uudenlaiseen rakennekehitykseen? Tulevaisuudessa syntyy entistä useampia alue- tai maakuntatason pankkeja. Kuinka tässä kehityksessä selviävät harvaan asutulla maaseudulla sijaitsevat itsenäiset osuuspankit.

Mikä on ollut keskittymis- ja harvenemiskehitys kaupunki- ja maaseutualueiden välillä (Kuva 41) vuosina 1990-2015

KESKITTYYMIS- JA HARVENEMISKEHITYS

- Kaupunkialueiden väkiluku on lisääntynyt 720 000 henkilöllä ja työpaikkojen määrä noin 200 000 vuosina 1990-2015. Maaseutualueiden väestö vähentynyt 220 000 henkilöllä ja työpaikkojen määrä 70 000 vuosina 1990-2015
- Kaupunkialueiden väestö on kasvanut +74 henkilöllä joka ainoa päivä vuodesta 1990 alkaen. Maaseutualueiden väestö vähentynyt -22 henkilöllä joka ainoa päivä vuodesta 1990 alkaen
- Aluerakenteessa tapahtuu samanaikaisesti voimakasta polarisoitumista sekä keskittymis- että harvenemiskehitystä:
 - Esimerkki 1: jos koko Suomen maapinta-ala jaetaan 250 x 250 metriä oleviin tilastoruutuihin, niin vakituisesti asuttujen ruutujen määrä on vain 6,7 % kaikista tilastoruuduista ja 93,3 % tilastoruuduissa ei asu vakituisesti ristin sielua
 - Esimerkki 2: Suomen maantieteellinen keskipiste sijaitsee Siikalatvassa Oulun alapuolella, mutta väestöllinen keskipiste sijaitsee Hämeenlinnan Hauholla. Väestöllinen keskipiste liikkuu joka ainoa vuosi noin kilometrin vuosivauhtia etelälounais-suuntaan.
 - Esimerkki 3: Yli puolet suomalaisista asuu maksimissaan 200 kilometrin etäisyydellä Helsingistä ja lähes yhdeksän kymmenestä suomalaisesta Pähkinäsaaren rauhan rajan alapuolella.

Kuva 41 <https://www.slideshare.net/TimoAro/8-perustetta-kaupungistumisen-merkityksestä>

Kaupunkialueiden väkiluku on lisääntynyt 720 000 henkilöä vuosina 1990 - 2015. Vastaavana ajanjaksona maaseutualueiden väestö on vähentynyt 220 000 henkilöä.

Kaupunkialueiden väestö on kasvanut 74 henkilöllä joka päivä vuodesta 1990 alkaen. Maaseutualueiden väestö on vähentynyt 22 henkilöllä joka ainoa päivä vuodesta 1990 alkaen. (<http://www.timoaro.fi/tag/aluekehitys/8.6.2017>).

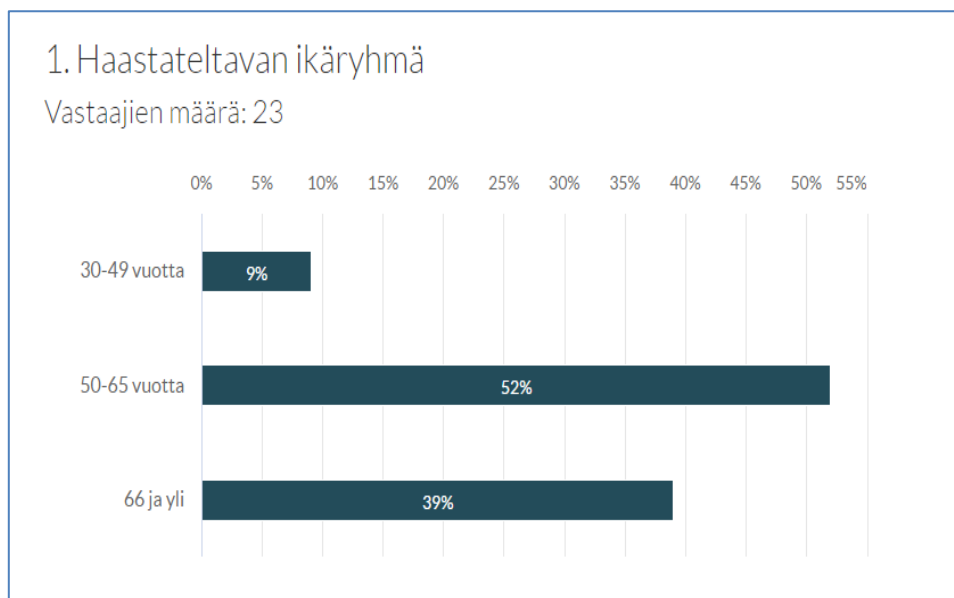
Tämä kehitys on koko Euroopan laajuinen ja sen vaikutus voi olla ratkaiseva puhuttaessa eriarvoistumiskehityksestä. Johtaako se pankkipalveluiden käyttäjiä eriarvoiseen asemaan, kun vallitseva digitalisaatiokehitys muuttaa perinteistä palvelukonseptia henkilökohtaisesta palvelusta sähköisiin palveluihin.

Tiivistelmä teemahaastattelusta

Selkeästi kävi esille, että pankkialan vaikuttajat pyrkivät hakemaan tasapainoista kokonaisuutta henkilökohtaisen palvelun ja digipalvelujen välillä.

8.2. Syvähaastattelu

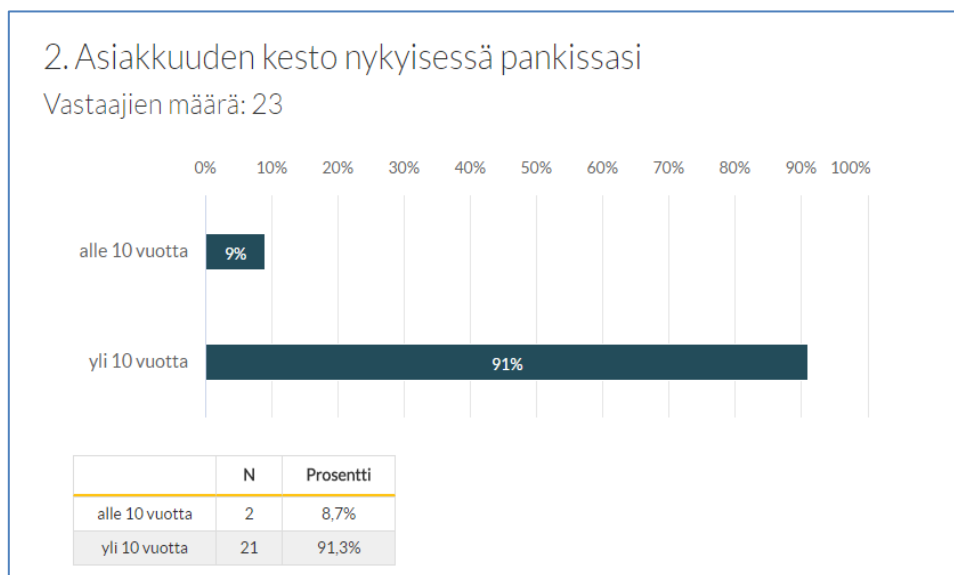
Haastateltavan ikäryhmäkysymyksellä haettiin jakoa työelämässä olevat / eläkkeellä olevat (kuva 42)



Kuva 42 Haastateltavan ikäryhmä (n=23)

Vastaajista oli 61 prosenttia palkkatyössä tai yrittäjinä ja 39 prosenttia eläkkeellä. Yli 75 -vuotiaita vastaajista oli 13 prosenttia. Tämän ryhmän olemassaolo oli tärkeää, koska heiltä voi odottaa myös kriittistä palautetta vallitsevaan digitalisaatiokehitykseen.

Asiakkuuden kesto kuvaa pankkiuskollisuutta (kuva 43)



Kuva 43 Asiakkuuden kesto nykyisessä pankissasi (n=23)

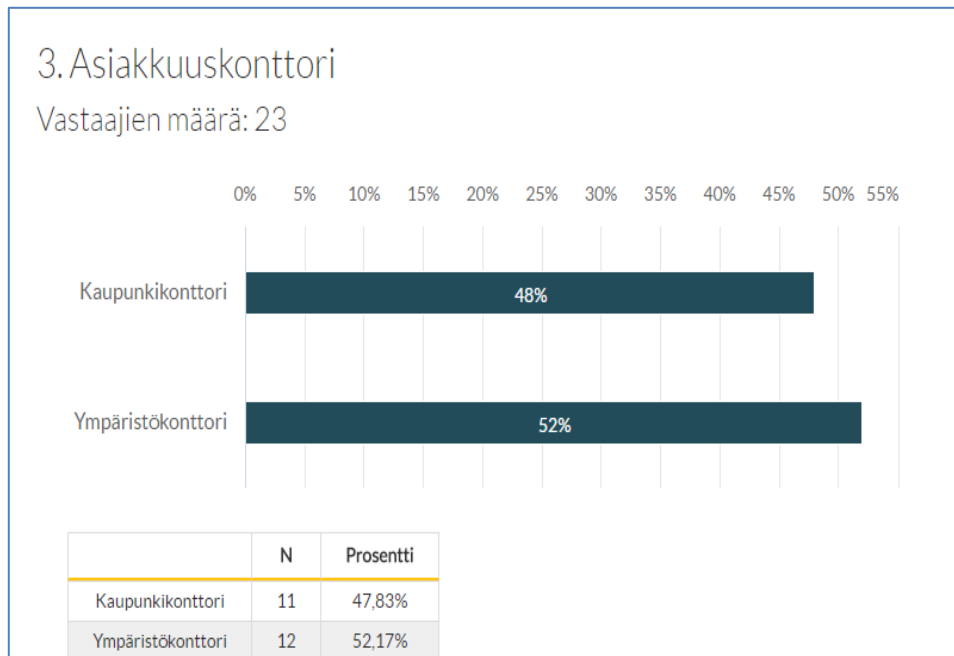
Vastaajista nykyinen pankkisuhde oli kestänyt yli kymmenen vuotta ja 80 prosentilla vastaajista pankkisuhde oli kestänyt koko eliniän. Vastaukset kuvaavat hyvin vahvaa sitoutumista ja luottamusta nykyiseen pankkiin. Kriitikkiäkin esiintyy, mutta kynnyks on korkeaa. Nuoremmista ikäryhmissä kynnyks pankin vaihtoon on huomattavasti

matalammalla, koska ei ole ehtinyt muodostua vuosien saatossa vahvaa sitoutumista toimihenkilön kautta, jotka ovat olleet ne pankin kasvot ulospäin ja aina se tärkeä yhteyshenkilö pankkiin päin.

Asiakassuhteen pysyvyys voi muodostua kriittiseksi menestystekijäksi yrityksessä, kun tapahtuu pankkifuusioita tai paikkakunnalta häviää pankin konttori. Usein tässä muutoksessa häviää tuttu yhteyshenkilö ja on ikään kuin hyväksyttävämpää vaihtaa pankkia, jos palvelu ei vastaa odotuksia.

Asiakkuuskonttori (kuva 44)

Kysymyksellä kartoitetaan tutkimukseen osallistuneiden asiointikonttorin sijaintia. Kaupunkikonttorilla tarkoitetaan sen sijaintia ruutukaava-alueella, mutta konttorin sijainti voi olla myös kaukana asuinpaikasta, viitaten edellisessä kysymyksessä ilmenneisiin pitkiin asiakassuhteisiin. Ympäristökonttori voi myös sijaita lähellä asuinpaikkaa.



Kuva 44 Asiakkuuskonttorin sijainti (n=23)

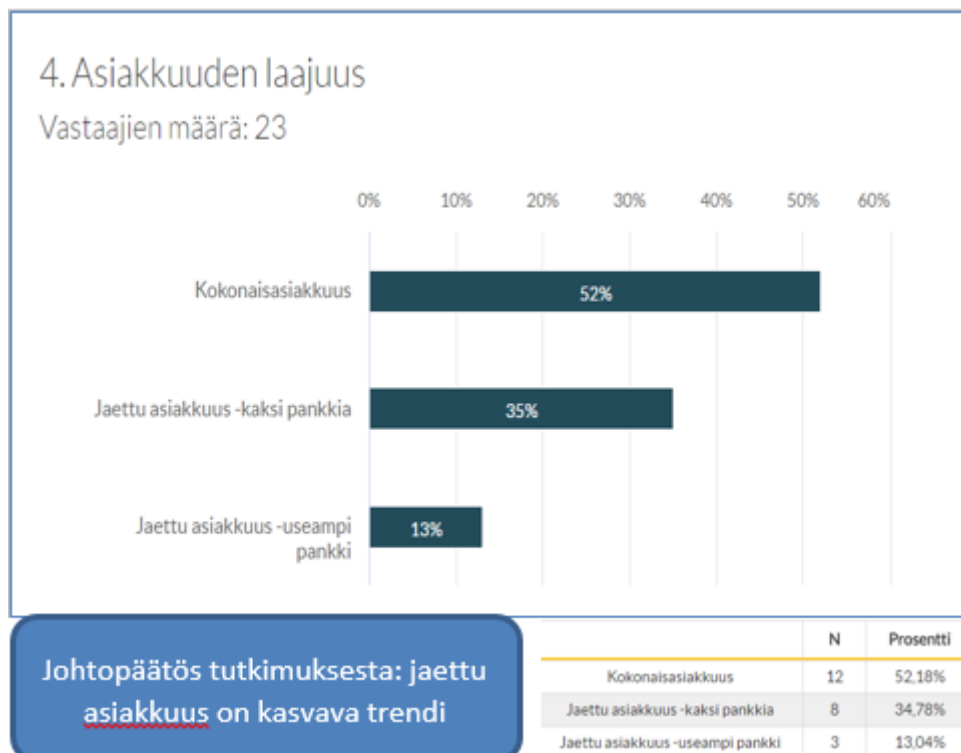
Vastaukset menivät vaihtoehtojen osalta lähes puoliksi. Kaikkien vastaajien osalta välimatka asiointikonttoriin oli alle 30 kilometriä ja välimatkaa ei pidetty ongelmana kuin yhden vastaajan osalta.

Pankit ovat pyrkineet palvelemaan myös niitä asiakkaita, jotka eivät käytä sähköisiä palveluita, järjestämällä esimerkiksi kuljetuksia kerran viikossa pankin sijaintipaikkakunnalle. Tähän ratkaisuun on päädytty Ylämaalla, josta on kerran viikossa kuljetus mm. pankkiasiointia varten Lappeenrantaan. Muitakin vastaaventyypisiä ratkaisuja on tullut esille kautta maan.

S-pankin toimintastrategian mukaisesti pankin toiminnot on tuotu päivittäistavara-kaupan yhteyteen ja S-Pankki palvelee yli 1 000:ssa S-Ryhmän toimipaikassa eri puolilla Suomea (<https://www.s-pankki.fi/fi/toimipaikat/>)

Asiakkuuden laajuus (kuva 45)

Asiakkuuden laajuudella tarkoitetaan päivittäisasiointia, rahoitukseen ja sijoituksiin liittyvää asiointia, pois lukien vakuutukset (vaikka monesti liitetäänkin osaksi pankin liiketoimintaa)



Kuva 45 Asiakkuuden laajuus (n=23)

Kokonaisasiakkuus oli 52 prosentilla vastaajista ja 35 prosentilla asiakkuus oli jaettu toisen pankin kesken. 13 prosentilla asiakkuus oli jaettu useampaan pankkiin.

Kaikissa tapauksissa, joissa asiakkuus oli jaettu, pääasiallisena pankkina oli OP Ryhmään kuuluva pankki ja toisena pankkina oli S-Pankki. Perusteluna oli, että haluttiin pitää ruokamenot tarkassa seurannassa ja koettiin tämä konsepti "ns. ruokatili" vaivattomana ja toimivana järjestelyä. Ruokatilille ohjattiin kuukausittain arvioitu määrä rahaa.

Tutkimuksessa ilmeni myös, että niillä paikkakunnilla missä ei ollut muiden pankkien konttoreita, "pelastajaksi" on tullut S-Kauppa ja sen myötä S-Pankki.

Esille tuli myös tapa siirtää ruokaostoksista kertyneet bonukset FIM:n (osa S-Pankki -konsernia) kautta sijoitettavaksi. Kaiken kaikkiaan konseptilla haettiin vaivattomuutta ja helppoutta.

Voidaan myös päätellä, että osuustoiminnallisuus ohjaa tätä syntynyttä kytköstä (Op Ryhmä ja Osuuskauppa)

Tämän toimintatavan yleistyminen voidaan katsoa olevan nouseva trendi ja pankit joutuvat omassa liiketoiminnassa varautumaan siihen, että lojaalisuus omaa pankkia kohtaan on murenemassa ja luo paineita kehittää uusia digitaalisia toimintamalleja sitouttaakseen asiakasta entistä paremmin nykyiseen pankkiinsa.

Asiakkaita kiinnostavana ominaisuutena nousi esille Osuuskaupparyhmän ABC-asemilla oleva mobiilitankkaus (kuva 46). Kahden vastaajan mielestä lisäarvopalvelu helpottaa tankkausprosessia ja luo yksinkertaisen mallin seurata kuukausittaisia polttoainemenoja.



Kuva 46 Ruutukaappaus IS/ TV, 19.2.2016 -auton tankkaus puhelimella

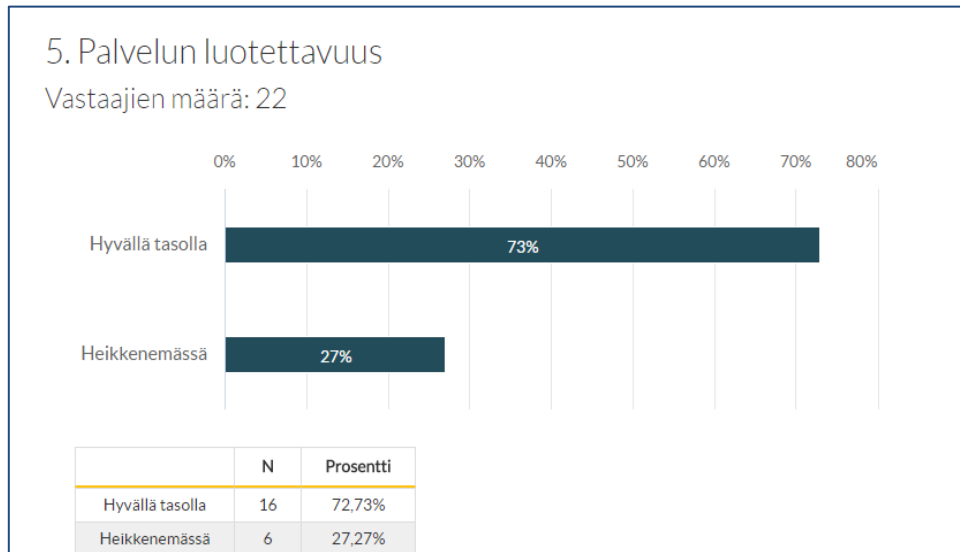
Lisäarvopalveluiden merkitys tulevaisuudessa kasvaa ja niin kuin yksi haastatelluista totesi, että on valmis maksamaan jopa kovempaa hintaa polttoaineesta, jos tankkaukseen liittyvän transaktion voidaan tehdä sisällä lämpöisessä autossa eikä tarvitse "räplätä" kortteja lumisateessa.

Myös Nesteen jakeluasemat ovat ottaneet mobiilitankkauspalvelun käyttöön.



Neste-äppi mahdollistaa tankkaukset kätevästi matkapuhelimella ilman korttia tai käteistä.

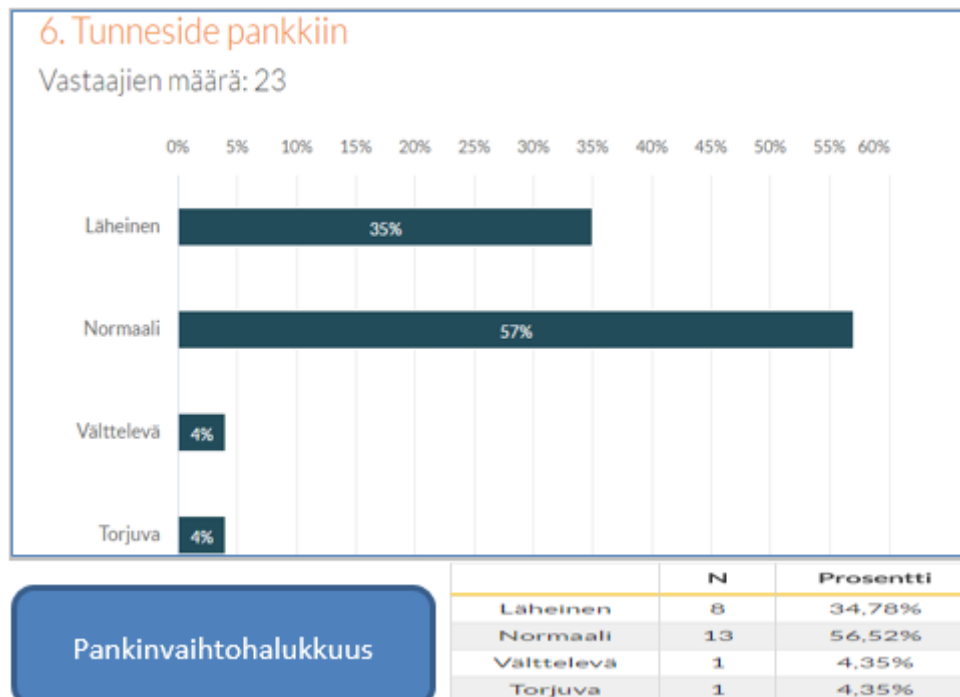
Luottamus perinteisesti pankkeihin on ollut vahva (kuva 47)



Kuva 47 Kuinka luotettavana pidetään pankkipalveluita (n=22)

Vastaajista 73 prosenttia oli sitä mieltä, että palvelun luotettavuus on edelleenkin hyvällä tasolla, mutta 27 prosentin mielestä luotettavuus on heikkenemässä. Vastaajat kuvasivat tämän johtuvan henkilökohtaisen palvelun tavoitettavuudesta (henkilökuntaa vähennetty pankeissa). Toinen palvelun luotettavuuteen vaikuttava seikka nousi esille ennen kaikkea ikääntyneiden vastaajien osalta. Suhtauduttiin varauksella uusien digitaalisten palvelujen turvallisuuteen.

Tunneside pankkiin kuvaa lojaalisuutta (kuva 48)



Kuva 48 Kuinka vahvaksi tunneside koetaan omaan pankkiin (n=23).

Jos pankkisuhdetta kuvataan läheiseksi, se tarkoittaa syvällisempää suhdetta omaan pankkiinsa kuin normaalissa asiakassuhteessa muodostuu.

Se voi henkilöityä, on tunnettu tietty pankin toimihenkilö vuosikymmeniä. Pankkisuhde on periytynyt isältä pojalle tai tyttärelle. Toinen merkittävä osa-alue tuli esille, että pankki oli pystynyt tuottamaan niin merkittävän lisäarvopalvelun, jonka merkitys on ollut taloudellisesti merkittävä ja kauaskantoinen.

Läheiseksi kuvasi 35 prosenttia suhdettaan pankkiin ja 57 prosenttia koki tunteen olevan normaali. Yhden vastaajan mielestä tunne oli välttelevä ja yhden vastaajan mielestä se oli suorastaan torjuva. Välttelevän ja torjuvan tunteen omaavilla, ne liittyivät negatiivisiin kokemuksiin, joka johti myös yhden vastaajan osalta pankin vaihtoon. Kyseessä eivät olleet tekniset ongelmat, vaan henkilökohtainen konflikti pankinjohtajan ja asiakkaan välillä.

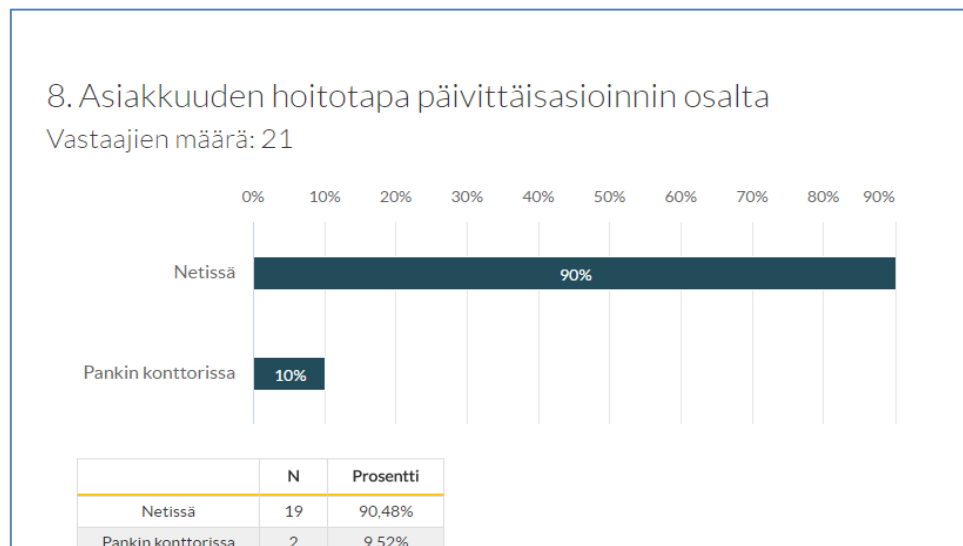
Pankkipalvelujen käytön monipuolisuus (kuva 49)



Kuva 49 Kuinka monipuolisesti käytetään pankkipalveluita (n=23)

Vajaa kolmannes käytti pankkipalveluja vain päivittäisasiointiin liittyvissä asioissa, 39 prosenttia käytti myös pankin tarjoamia sijoituspalveluita ja 31 prosenttia rahoituspalveluita. Yhden asiakkaan osalta oli tarve myös lainopillisille palveluille. Aika määriteltiin kysymyksessä siten, että minkä tyyppisiä pankkipalveluita on käytetty kuluneen vuoden aikana (päivittäisasiointi, sijoituspalvelut, rahoituspalvelut, lainopilliset palvelut).

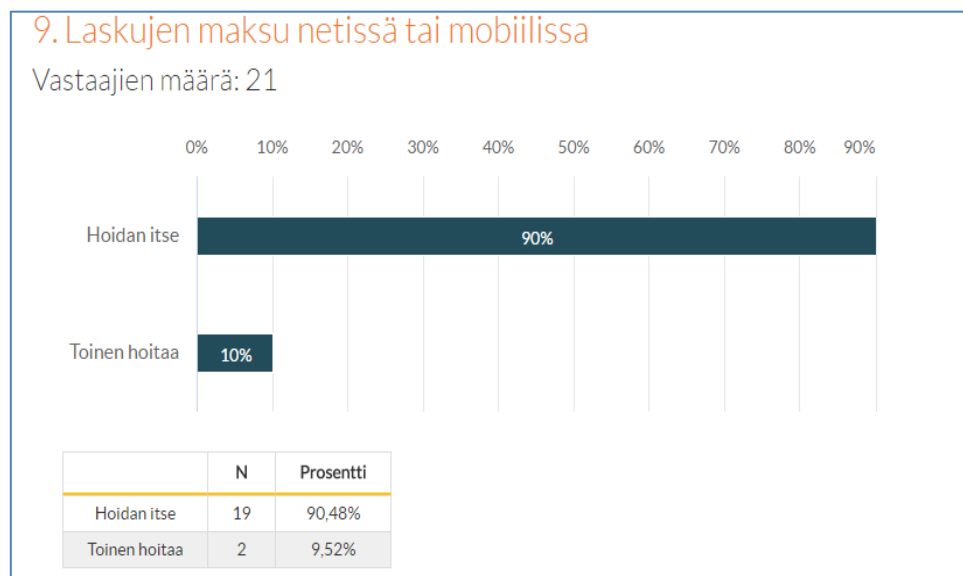
Päivittäisasioinnin hoitotapa (kuva 50)



Kuva 50 Asiakkuuden hoitotapa päivittäisasioinnin osalta (n=23)

Pääasiallinen hoitotapa 90 prosentissa oli netissä, kaksi asiakasta hoiti päivittäisasiointiin liittyvät asiat pankin konttorissa. Kahden vastaajan osalta pankkiasiat hoituivat toisen henkilön avulla netissä. Näissä tapauksissa oli tarvetta ohjeistaa oikea toimintatapa: nettitunnukset ovat henkilökohtaisia ja niitä ei saa luovuttaa kenenkään toisen käyttöön. Jos on tarvetta siihen, että toinen hoitaa esim. laskuja asianomaisen tililtä, niin pankin kanssa pitää tehdä sopimus käyttöoikeudesta tiliin ja tilin käyttäjällä on omat nettitunnukset kyseiseen tiliin. Näin menetellen pystytään aina todentamaan, että kuka tiliä on käyttänyt. Tämä on tiliomistajan oikeusturvaan liittyvä asia.

Laskujen maksu netissä tai mobiilissa (kuva 51)



Kuva 51 Hoidetaanko laskut itsenäisesti vai hoitaako toinen (n=21)

Tutkimuksessa ainoastaan kahden henkilön osalta oli tilanne, että laskun toinen hoitaa omalla tietokoneellaan. Kahden henkilön osalta laskut hoidettiin pankissa.

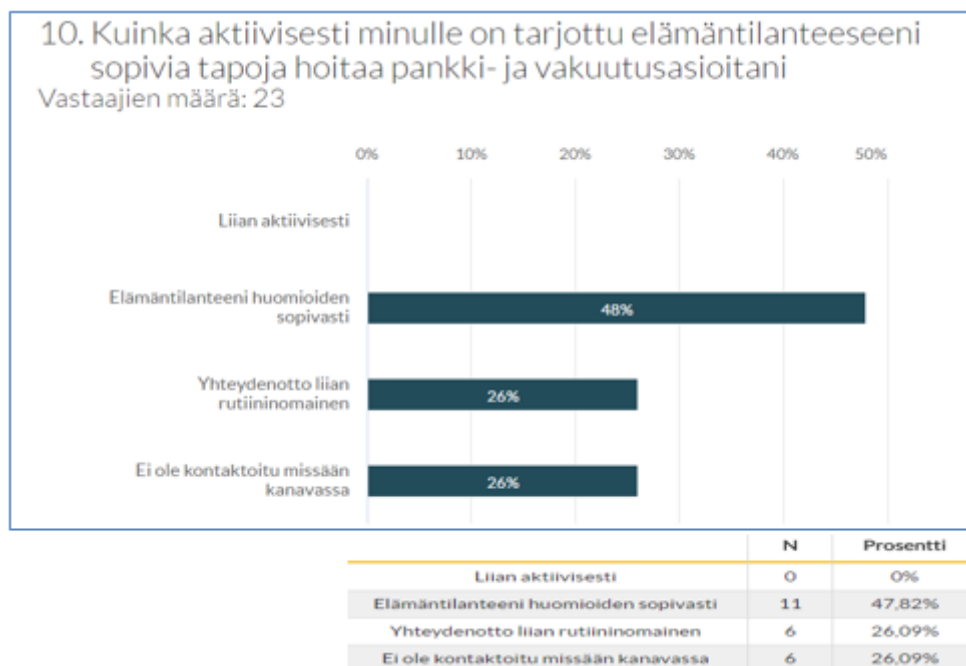
Todennäköistä on, että jos kyseessä olisi ollut suurempi aineisto haastateltavia, niin se olisi paljon yleisempää, että laskuja hoitaa joku muu kuin itse. Viitaten oheiseen Ylen verkkosivun uutiseen 6.10.2015 (kuva 52).



Kuva 52 YLE.fi/uutiset/6.10.2015

Kuinka paljon asioinnista on laskuihin liittyviä, ei suoraan ilmene, mutta voisi päätellä, että ilmeisen suuresta määrästä on kyse. Vääjäämättä herää kysymys, että onko kaikissa tapauksissa käytännöt pankkien ohjeiden mukaisia (tilinkäyttövaltuutus, tilin käyttö omilla ei tilinomistajan nettitunnuksilla). Yleisohje on, että autettava toimittaa valtakirjan pankkiin: pankki liittyy kyseisen henkilön pankkitilin auttajan verkkopankkiin.

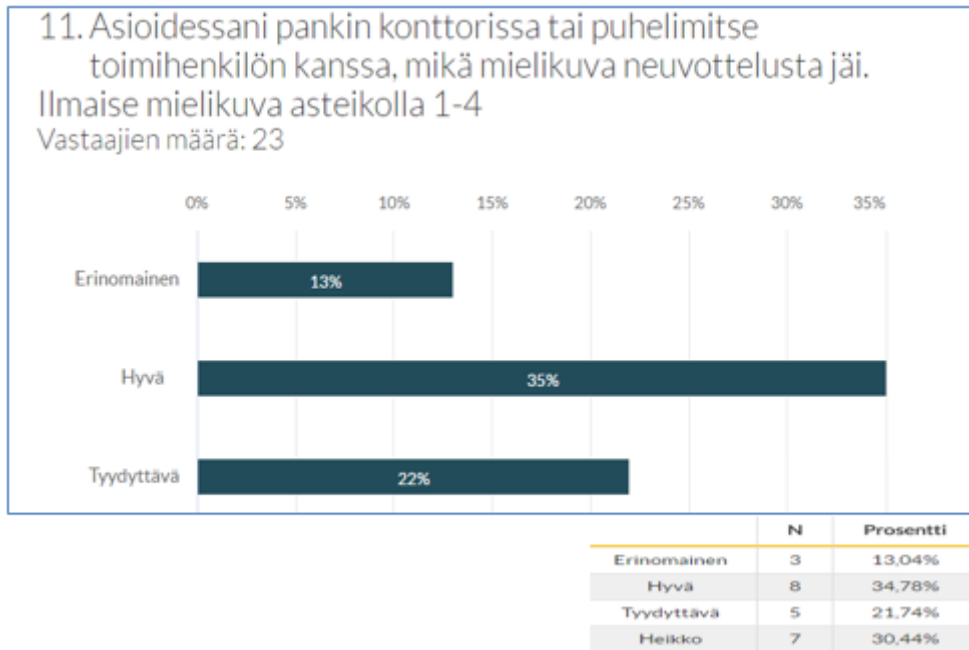
Pankkien aktiivisuus palvelujen tarjonnassa (kuva 53)



Kuva 53 Kuinka aktiivisesti on tarjottu pankkipalveluita (n=23)

Kysymyksellä haluttiin selvittää pankkien aktiivisuutta hoitaa asiakkuuksia. Vastaajista 48 prosenttia oli tyytyväinen kokemaansa palveluun. 26 prosenttia vastaajista koki yhteydenoton liian pintapuoliseksi, perehtymättä sen tarkemmin asiakkaan elämäntilanteeseen. Vastaajista 26 prosenttia ilmoitti, että heitä ei ole huomioitu missään kanavassa, vaikka kokivat siihen tarvetta.

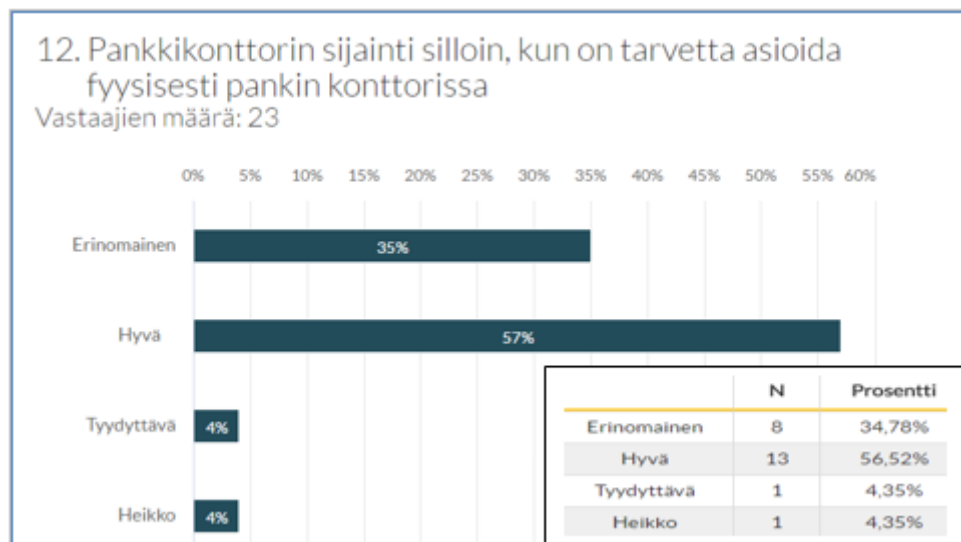
Mielikuva asioinnista pankin konttorissa tai puhelimitse (kuva 54)



Kuva 54

Kysymyksellä kartoitetaan palvelun laatua ja mikä mielikuva siitä on muodostettu. Erinomainen tai hyvä mielikuva oli muodostunut 48 prosentilla vastaajista. 22 prosenttia koki palvelun tyydyttäväksi. Heikkoa palvelua koki saaneensa seitsemän vastaajaa (30 prosenttia) Kritiikki kohdistui yleisemmin pankkien puhelinpalveluun: koettiin negatiivisena, ettei ollut suoria puhelinnumeroita tutuille toimihenkilöille.

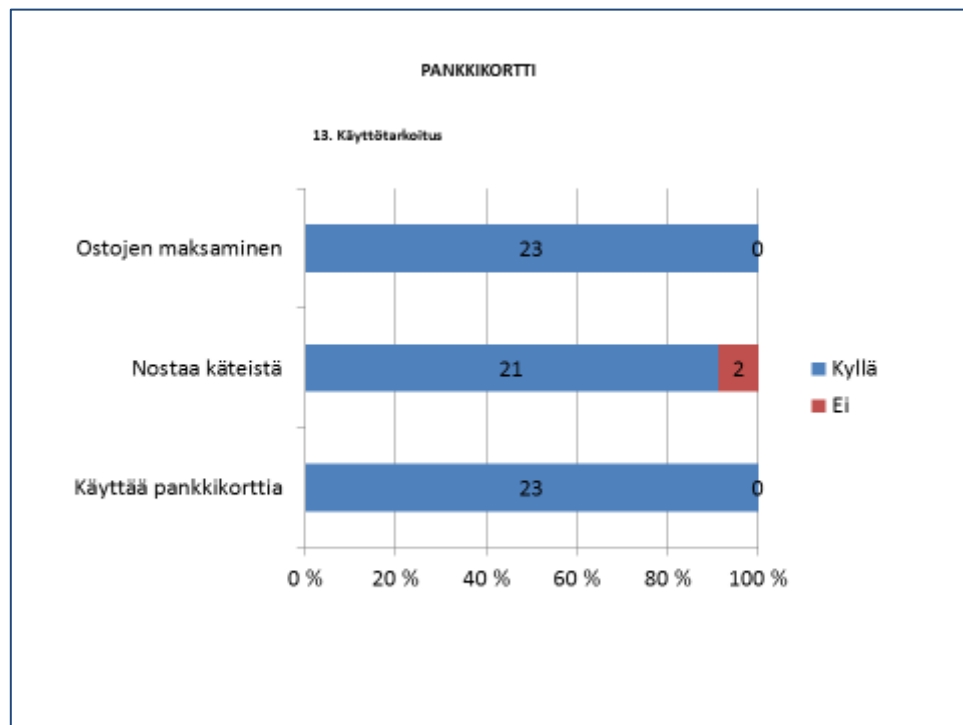
Pankkikonttorin etäisyys (kuva 55)



Kuva 55 Pankkikonttorin sijainti fyysisesti asioitaessa (n=23)

Pankkikonttorin sijaintia piti hyvänä tai erinomaisena 92 prosenttia vastaajista. Heidän osaltaan joilla tilanne oli tyydyttävä tai heikko, he joutuivat käyttämään liikkumiseen julkisia liikevälineitä.

Pankkikortin käyttö edeltävänä kuukautena (kuva 56).



Kuva 56 Pankkikortin käyttötarkoitus edeltäneen kuukauden aikana (n=23)

Kaikki vastaajat käyttivät pankkikorttia ostosten maksamiseen ja lähes 90 prosenttia nosti käteistä pankkiautomaatilta. Ainoastaan kaksi vastaajaa ei nostanut käteistä, vaan käytti pelkästään korttia kuluneen kuukauden aikana, heidän kohdaltaan käteisnostot tapahtuivat harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Johtopäätöksenä voisi todeta, että käteinen raha ei ole vielä poistumassa tulevina vuosina, siksi tärkeänä pidetään käteistä rahaa ja sen saatavuutta.

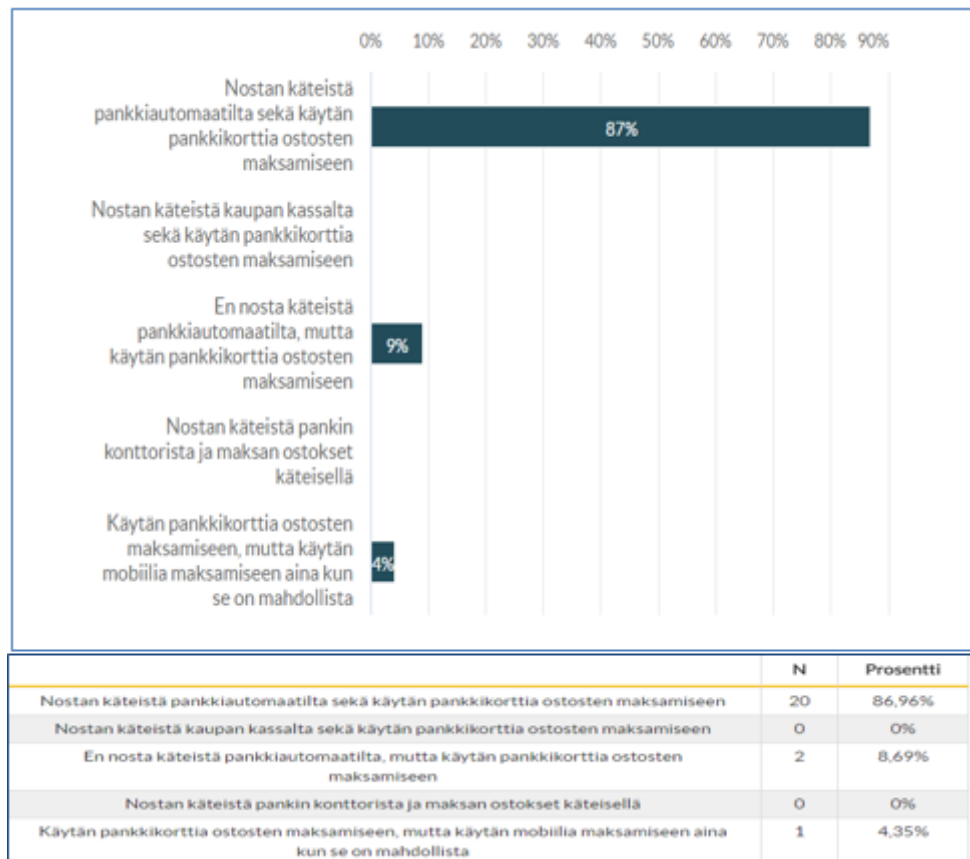
Ennuste siitä, koska käteinen raha poistuu käytöstä?

Suomen Pankin rahahuolto-osaston toimistopäällikkö Jussi Kangas toteaa: käteistä käytetään Suomessa vielä laajasti ja puheet sen häviämisestä ovat vahvasti liioiteltuja. Iso osa maksutapahtumista tehdään yhä käteisellä. Käteisen rooli maksuvälineenä on kyllä vähenemään päin ja käteisnostot pankeista ovat lievässä laskussa. Sen sijaan euron seteleitä on kierrossa euroalueella koko ajan enemmän. Koko maailmassa niitä kiertää hetkellä yli 1 100 miljardin euron edestä. Euroopan laajuisesti käteinen on hyvin kaukana katoamisesta ja sen käytön väheneminen on "pohjoiseurooppalainen ilmiö."

Pankkikortin käytön tarkempi kuvaus (kuva 57)

14. Pankkikortin käyttö: valitse vaihtoehto joka parhaimmin kuvaa pankkikortin käyttöä

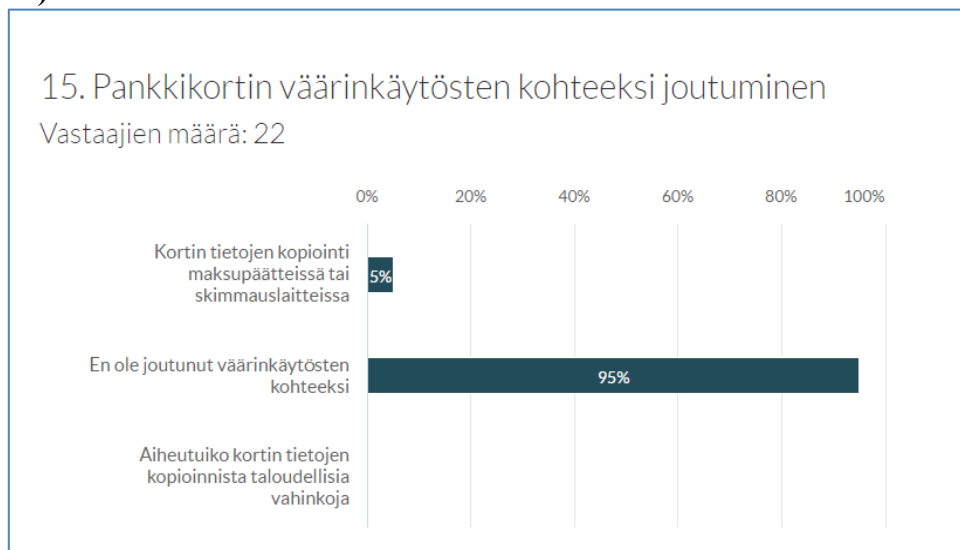
Vastaajien määrä: 23



Kuva 57 Pankkikortin käytön tarkempi kuvaus (n=23)

Vastaajista 87 prosenttia käyttää pankkikorttia ostosten maksamiseen ja käteisen nostamiseen. Käteistä nostettiin keskimäärin 1-2 kertaa kuukaudessa. Yhtään vastaajaa ei nostanut käteistä rahaa kaupan kassalta, vaikka se olisi mahdollista kaikissa suurimmissa päivittäistavara-kaupoissa. Näiden vastaajien joukossa mobiilimaksaminen ei ole vielä lyönyt itseään läpi. Haastattelut oli tehty helmikuussa 2016, mutta mobiilimaksaminen on valtakunnallisena trendinä kasvanut kyseisestä ajankohdasta paljon, niin jos nyt esitettäisiin sama kysymys, todennäköisesti mobiilimaksamista käyttäisi huomattavasti useampi.

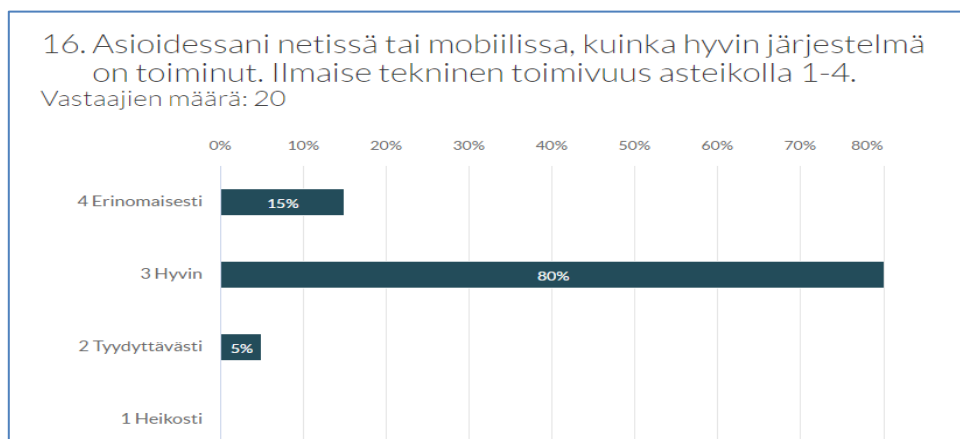
Pankki- tai luottokortin väärinkäytösten kohteeksi joutuminen (kuva 58)



Kuva 58 Pankkikortin väärinkäytösten kohteeksi joutuminen (n=22)

Vastaajista vain yhdelle oli sattunut kuluneen vuoden aikana luottokorttiin kohdistunut väärinkäyttö. Varkaus huomattiin melko nopeasti ja kortti ehdittiin kuolettaa ennen kuin taloudellisia vahinkoja tapahtui. Pankki hoiti tilanteen erittäin hyvin, järjestäen korvaavan maksuvälineen ja kyseinen pankin asiakas oli erittäin tyytyväinen pankin toimintaan.

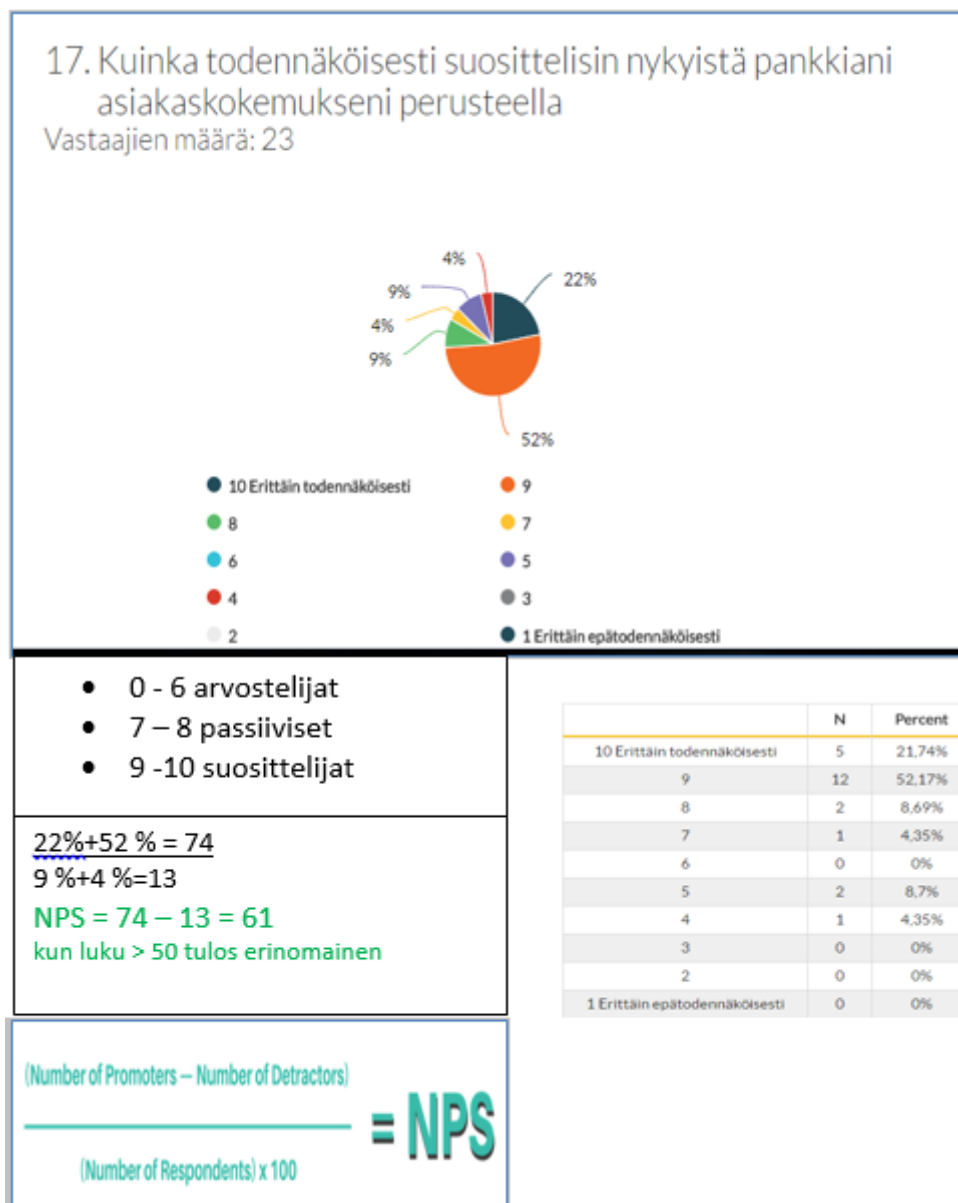
Nettipankin tai mobiilipankin toimintavarmuus (kuva 59)



Kuva 59 Järjestelmän toimivuus/ netissä tai mobiilissa (n=20)

Vastaajista 95 prosenttia oli sitä mieltä, että järjestelmät olivat toimineet hyvin tai erinomaisesti. Asiakastyytyväisyys on korkealla tasolla teknisen toimivuuden suhteen. Ainoastaan yksi asiakas luonnehti toimivuutta tyydyttäväksi ja hänenkin osaltaan kyseessä oli lyhytaikainen häiriö.

NPS eli englanniksi Net Promoter Score:n soveltaminen (kuva 60)



Kuva 60 Kuinka todennäköisesti haastateltavat suosittelisivat nykyistä pankkiaan ystävilleen ja tuttavilleen (n=23)

Pienestä vastaajien lukumäärästä johtuen tulosta (61) ei voida pitää tilastollisesti kuin suuntaa-antavana, mutta vahvistaa mielikuvaa, mikä haastattelutilanteistakin oli muodostunut. Verrattuna 10/2016 tehtyyn valtakunnalliseen pankkitutkimukseen, jonka paras tulos (63) oli Noa Säästöpankilla, voidaan tässä tutkimuksessa tulosta pitää erinomaisena.

NPS -tutkimus on hyvä menetelmä seurata myös pankkitasolla asiakkaiden tuntemuksia ja reaktioita palvelun laadusta ja asiakaskokemuksesta.

Henkilökohtaisen pankkipalvelun tarve (kuva 61)

Kuva 61 Tarve henkilökohtaiseen pankkipalveluun (n=23)

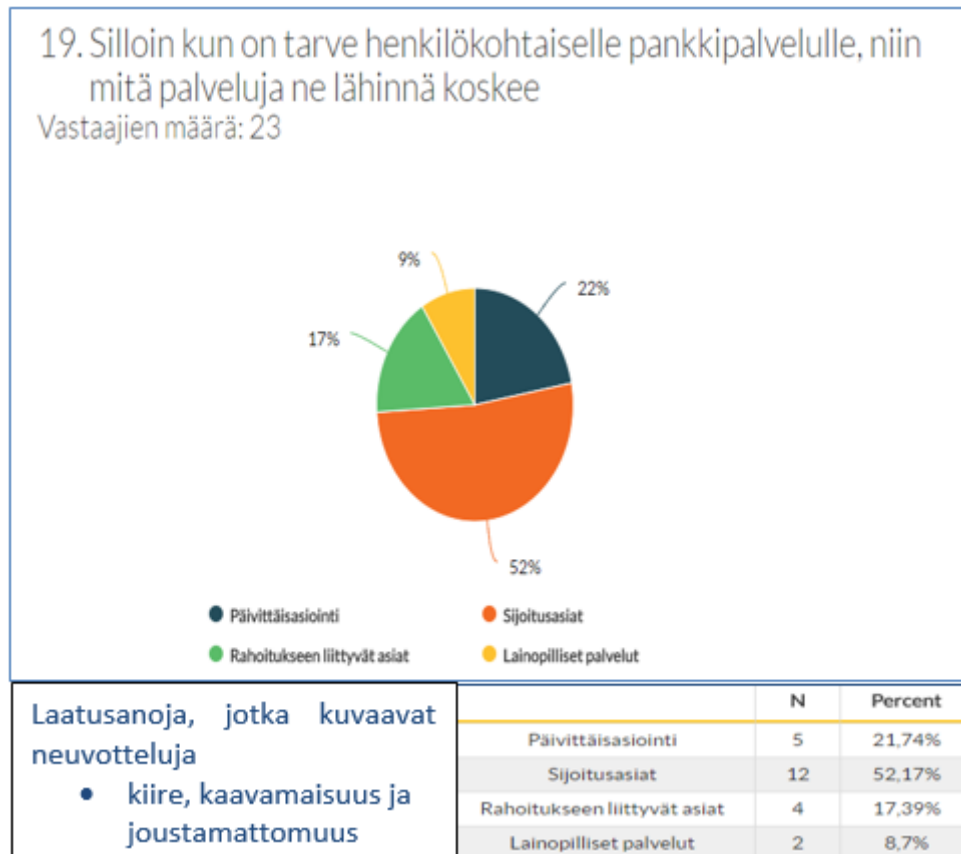
Vastaajista 78 prosenttia koki parhaaksi kerran vuodessa kohtaamisen pankin toimihenkilön kanssa. Henkilökohtaista tapaamista pidettiin parhaana vaihtoehtona. Toiseksi parhaana vaihtoehtona pidettiin videoneuvottelua. Puhelimessa tapahtuva yhteydenotto tuli vasta kolmantena vaihtoehtona. Henkilökohtaista pankkipalvelua kerran kuukaudessa kaipasi kaksi haastateltavaa. Kummassakin tapauksissa oli kyse päivittäisasiointiin liittyvät palvelutarpeet.

Kerran kuukaudessa tapahtuvaan henkilökohtaiseen palveluun koki tarvetta 8,7 prosenttia vastaajista. Näiden vastaajien osalta kyseessä oli päivittäisasiointiin liittyvät palvelut: käteisen rahan nosto tai laskujen maksaminen pankin tiskillä. Kun nämä pankkien asiakkaat suhteutetaan suurempaan määrään asiakkaita, niin tuhatta palvelujen käyttäjää kohti on lähes sata sellaista pankkien asiakasta, joka käyttää konttoria vielä viikoittain.

Kun on jollakin paikkakunnalla uhkana pankin konttorin sulkeminen, voidaan selkeästi havaita, että ongelma ei ole todellakaan vähäinen, vaan päätös konttorin sulkemisesta pitäisi tehdä asiakasta kuunnellen ja etsiä mahdollinen korvaava tapa toimia eli asiakaslähtöisyys ennen kaikkea.

Toimitaanko näin konttoreiden lopettamispäätöksiä tehtäessä, ei julkisuudessa esiintyneestä keskustelusta päätellen ole kaikilta osin toteutunut.

Henkilökohtaisen pankkipalvelutarpeen yksilöinti (kuva 62)



Kuva 62 Tarve henkilökohtaiselle pankkipalvelulle (n=23)

Yli puolet vastaajista piti varallisuuden hoitoon liittyviä asioita tärkeimpänä perusteena henkilökohtaiseen pankkipalveluun. Vastaajista 17 % nosti esille rahoitukseen liittyvät asiat. Lainopillisiä palveluita piti ykkösprioriteettina kaksi vastaajaa, mutta lainopillista neuvontaa kaivattiin laajemminkin. Usein lainopilliset asiat hoidettiin samassa yhteydessä, kun käsiteltiin sijoitus- tai rahoitukseen liittyviä asioita. Sama koski myös päivittäisasiointiin liittyviä toimeksiantoja (maksuliikkeen hoitoon, maksukortteihin liittyvät asiat).

Pankkisuhteen pysyvyys ja halukkuus vaihtaa pankkia (kuva 63)



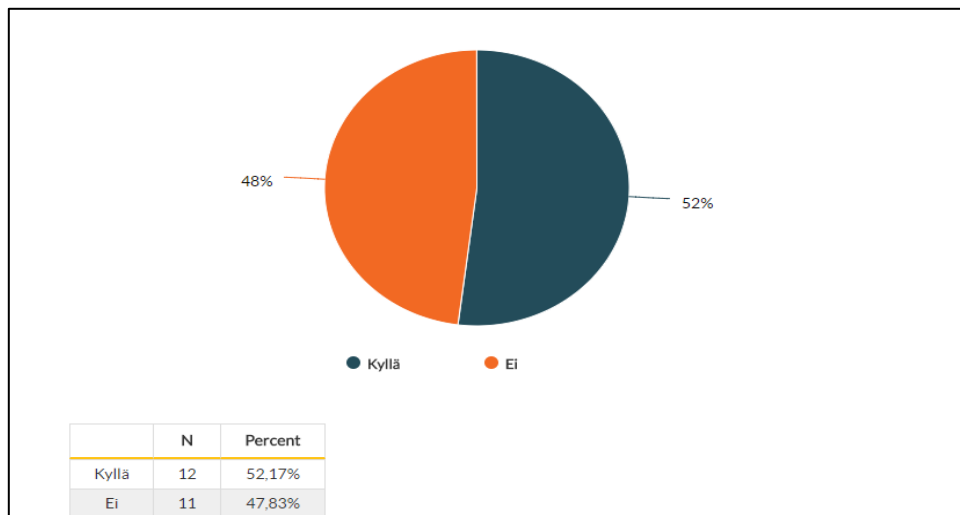
Kuva 63 Pankinvaihto halukkuus (n=23)

Vastaajista 87 prosenttia ei ollut kiinnostunut vaihtamaan pankkia, vaikka heihin otettaisiin yhteyttä kilpailevan pankin taholta. Kolme haastateltavaa ilmaisi vakavasti harkitsevansa pankin vaihtoa, jos esimerkiksi se pankin konttori suljetaan, missä on tottunut perinteisesti asioimaan. Tähän perusteena todettiin, että kilpailevan pankin konttorin pitää hyvin asemoitua omaan asuinpaikkaan. Niissä tapauksissa, jossa tunne on läheinen omaan pankkiin, kynnys vaihtaa esimerkiksi pankkiryhmää, on todella korkea. Tämä kävi ilmi useissa tapauksissa avoimien kysymysten kohdalla, kun tuotiin esille pankkiryhmien välisiä eroja.

Digitalisaatio käsitteenä (kuva 64)

21. Digitalisaatio on päivän termi myös pankkitoimialalla, koetteko ymmärtävänne mitä se käytännössä merkitsee omien pankkipalveluiden käytön kannalta

Vastaajien määrä: 23



Kuva 64 Digitalisaation ymmärtäminen omien pankkipalvelujen kannalta (n=23)

Vastaukset jakautuivat lähes puoliksi, kuinka digitalisaatio ymmärretään omien pankkipalveluiden käytön kannalta. Yksilöidympää informaatiota kaivataan: miten se tulee vaikuttamaan konttoriverkoston, pankin aukioloaikoihin ja henkilöiden tavoitettavuuteen sekä kustannusvaikutukseen. Termi sinällään aiheuttaa ärtymystä, sen toi esille moni vastaajista. Koettiin sen terminä liittyvän myös sellaisiin asioihin, mihin se ei välttämättä kuulu eli kyseessä on ns. muotisana. Toki ymmärretään sana liittyvän sähköisiin pankkipalveluihin, mutta kaivataan todella konkreettisia esimerkkejä siitä, miten se omalta kohdalta parantaa palvelua ja onko siitä taloudellista hyötyä.

Positiivisen asiakaskokemuksen merkitys ja mitä lisäarvoa se luo

22. Kuvailkaa positiivisin asiakaskokemus kuluneen vuoden aikana

Vastaajien määrä: 19

	Tyttären rahoitusasia hoidettiin erittäin joustavasti: lähetettiin asiakirjat allekirjoitettavaksi asuinpaikkakunnalle
	Lapsen asunnon hankinta: kaupunkiraja voitiin allekirjoittaa asuinpaikkakunnalla. Rahoitus järjestyi yhdellä käynnillä
	Pankista otettiin yhteyttä edunvalvontavaltakirjan laatimista varten
	Pankkipalveluiden päivitys vuosittain
	Vakuutukset ja pankkiasiat voi hoitaa samassa neuvottelussa

Muita esimerkkejä positiivisista asiakaskokemuksista

- Joustavasti hoidettu rahoitukseen liittyvä asiakirjakäsittely (asiakirjat lähetetty allekirjoitettavaksi asuinpaikkakunnalle)
- Kaikki asiakirjat allekirjoitettu yhdellä kerralla (ei pompoteltu)
- Pankki otti oma-aloitteisesti yhteyttä edunvalvontavaltakirjan laatimisesta
- Pankkipalveluiden päivittäminen ("vuosihuolto") pankki oli aloitteellinen, vakuutukset ja pankkiasiat voitiin hoitaa samalla kertaa
- Oma yhteyshenkilö pankkiin, joka sopimuksen mukaan soitti ja kutsui henkilökohtaiseen tapaamiseen
- Konttorikäynnin yhteydessä opastettiin mobiiliin käyttöön
- Kysyttiin konttorikäynnin yhteydessä palvelun laatua, että vastasiko se asiakkaan odotuksia.

Negatiivinen asiakaskokemus kuluneen vuoden aikana

23. Kuvailkaa negatiivisin asiakaskokemus kuluneen vuoden aikana

Vastaajien määrä: 15

	Soittopyyntöihin hidas reagointi. Asiakastapaamisesta sopiminen mennyt hankalaksi
	Asiakaspalvelija ei ollut täysillä mukana, pakkopullaa !
	Ei saanut valuuttaa ulkomaanmatkalle: tiedotusongelma
	Tietojärjestelmät "tökki" puutteellinen tiedotus

Muita negatiivisia kokemuksia

- Soittopyyntöihin reagoidaan hitaasti, monesti vasta seuraavana päivänä
- Asiakastapaamisesta sopiminen koetaan hankalaksi
- Pankin toimihenkilö ei ollut kokonaisvaltaisesti (tunnetasolla) mukana neuvottelussa (pakkopullaa)
- Pankista ei saanut valuuttaa, pankki ei ollut tiedottanut asiasta, että valuutta pitää tilata ennakkoon
- Tietojärjestelmät eivät toimineet, asiasta tiedotettiin puutteellisesti
- Palveluaikojen rajoittaminen hankaloittaa asiointia, erityisesti jos joutuu tukeutumaan julkiseen liikenteeseen (vie paljon aikaa)
- Pelko ja huhut siitä, että asiointikonttori suljetaan
- Eläkkeenmaksupäivinä pitkät jonot
- Piensäästäjä ei saa talletuksilleen korkoa, suosii lainanottajaa
- Pankkikortilla maksaminen ahdistaa (tunnusluvun unohtaminen)
- Seniorikansalaisten tarpeita ei huomioida.

Mitä positiivisia tai negatiivisia muutoksia tulee mielestäsi tapahtumaan seuraavan viiden vuoden aikana

24. Mitä positiivisia tai negatiivisia muutoksia tulee mielestänne tapahtumaan pankkitoimialalla seuraavan viiden vuoden aikana

Vastaajien määrä: 23

	Henkilökohtainen palvelu heikkenee: voi johtaa uuteen pankkisuhteeseen. Ainakin kokeilu, että löytyykö palvelua
	Tiedon saanti nopeutuu ja asioiden hoito helpottuu. Negatiiviset: henkilökohtainen palvelu häviää. Seniorikansalaiset tivahtavat kyydistä. Turvallisuustaso laskee
	Negatiiviset: seniorikansalaiset tivahtavat kyydistä
	Uusia käyttäjystävällisiä sovelluksia, positiivista
	Positiiviset asiat: helppokäyttöisiä turvallisia palveluja. Negatiiviset asiat: henkilökohtainen palvelu heikkenee

Positiiviset muutokset

- Tulee uusia helppokäyttöisiä, monipuolisia (käyttäjystävällisiä) palveluja
- Mobiilipankkiin uusia palveluja
- Tiedon ja asioinnin nopeus sekä helppous
- Uusia turvallisia henkilöllisyyden tunnistustapoja
- Lainaprosessi automaattiseksi
- Asiakirjat sähköiseen muotoon (Sähköinen allekirjoitus)
- Yhteiskunnallinen kehitys edellyttää digitalisaatiota

Negatiiviset muutokset

- Seniorikansalaiset tipahtavat kyydistä (kysellään yhteiskuntavastuun perään)
- Henkilökohtainen palvelu supistuu ja konttorit häviää
- Turvallisuustason ylläpitäminen vaikeutuu
- Henkilökohtaisen palvelu laatu laskee: voi johtaa uuteen pankkisuhteen tai ainakin kokeiluihin, että löytyykö vielä henkilökohtaista palvelua pankista, vai onko se ehtyvä luonnonvara
- Syrjäytymisriski todellinen
- Asiakkaiden eriarvoistuminen
- Aiheuttaa työttömyyttä
- Suuri määrä ns. "hiljaista tietoa" jää hyödyntämättä vrt. YT-neuvottelut pankeissa/ Irtisanomiset, yllättävää, että haastateltavat ottivat sinällään hyvin huomionarvoiseen asiaan kantaa.

Jos olisit haastattelijan asemassa, mitä olisit vielä kysynyt?

25. Mitä olisit halunnut vielä kysyttävän tässä haastattelussa

Vastaajien määrä: 23

	Mikä on se liima, joka pitää nykyisen pankin asiakkaana
	Mikä on se liima, joka on pitänyt pankin asiakkaana: Elämänvaiheissa ollut tuki ja turva
	Onko tällä tutkimuksella yhteiskunnallista merkitystä: toive että parantaisi seniorien pankkipalveluja
	Onko nykyinen valittu digitaalisuus ainoa kehitystie. Mikä on se liima joka pitää nykyisen pankin asiakkaana
	Mikä on se asia, joka pitää nykyisen pankin asiakkaana

Tällä avoimella kysymyksellä haluttiin saada selville niitä seikkoja, joita ei tässä haastattelussa vielä ole tullut esille. Arvokasta olisi löytää ns. "hiljaista tietoa" joka teemaan ja aiheeseen liittyy.

Esiin nousseet keskeiset kysymykset, jotka toistuivat vastauksissa usein:

- Mikä on se liima, joka pitää nykyisen pankin asiakkaana
- Eri elämänvaiheissa vahva tuki ja turva
- Pankin hyvä maine
- Oma yhteyshenkilö pankissa (tietää ja tuntee koko elinkaaren)
- Osuustoiminnallisuus (jäsenyys, sen mukana tuomat edut, Osuuspankit).
- Vahva brändi, pohjoismaiden johtava pankki (Nordea)
- Onko tällä tutkimuksella yhteiskunnallista merkitystä
- Kehittääkö jokin pankkiryhmä seniorikansalaisten pankkipalveluja
- Onko vaihtoehtoja nykyiselle pankkipalvelujen digitalisoinnille
- Onko asiakkailla mahdollisuus osallistua pankkipalvelujen kehittämiseen
- Kehittääkö mikään taho yksinkertaisempia laitteita käyttää pankkipalveluita (Seniorikansalaiset oppisivat myös niitä käyttämään)

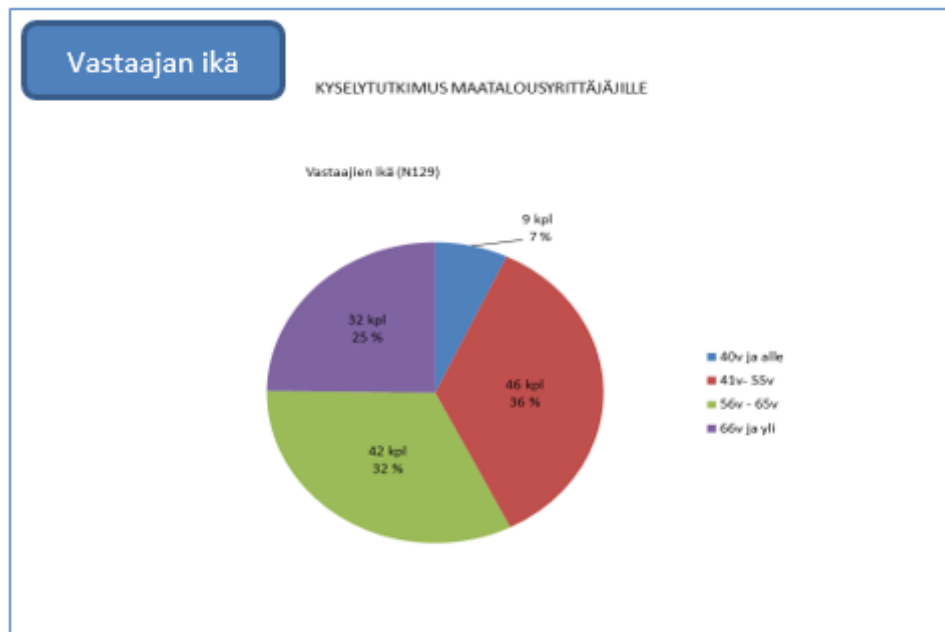
Tiivistelmä syvähaastattelututkimuksesta

Digitalisaatio on hyvin moniulotteinen ja vaikuttaa laajasti kansalaisten mahdollisuuksiin hyödyntää kaikkia niitä palveluita mitä nyt ja tulevaisuudessa on tarjolla.

- Henkilökohtaisella palvelulla on kysyntää myös tulevaisuudessa ja sen tarve voi joissain tapauksissa jopa kasvaa. Joissain tutkimuksissa on esitetty, että vielä 9 prosenttia pankkien asiakkaista on vailla verkkopankkitunnuksia 400 000 ihmistä. Verkkopankkitunnusten puute haittaa monta muuta elämän osa-alueita, missä tarvitaan sähköistä tunnistusta henkilöllisyyden osoittamiseen.
- Epärationalisen päätöksenteon riski kasvaa digimaailmassa (esimerkiksi nostetaan käteistä rahaa marketin seinästä ja maksetaan marketin kassalla käteisellä).
- Henkilökohtainen palvelu pankissa torjuu yksinäisyyttä (monelle eläkkeellä olevalle käynti pankissa on ainoa ihmiskontakti ulkomaailmaan). Harvaan asuttu maaseutu kärjittää ongelmaa.
- Myös nuoret on vaarassa syrjäytyä, viranomaisasiointi tuottaa monesti ongelmia, vaikka tekniikka hallitaan.
- Henkilökohtainen asiointi kallista ja monesti sen saatavuus vanhuksille muodostaa ylivoimaisen esteen (liikuntarajoitteet).
- Avointa vuoropuhelua kaivataan pankin ja asiakkaan välille.
- Uusien pankkipalveluiden turvallisuus herättää kysymyksiä, usein esteenä kokeilla uutta, vaikka siihen olisi mahdollisuuksia.

8.3. Kyselytutkimus maatalousyrittäjille

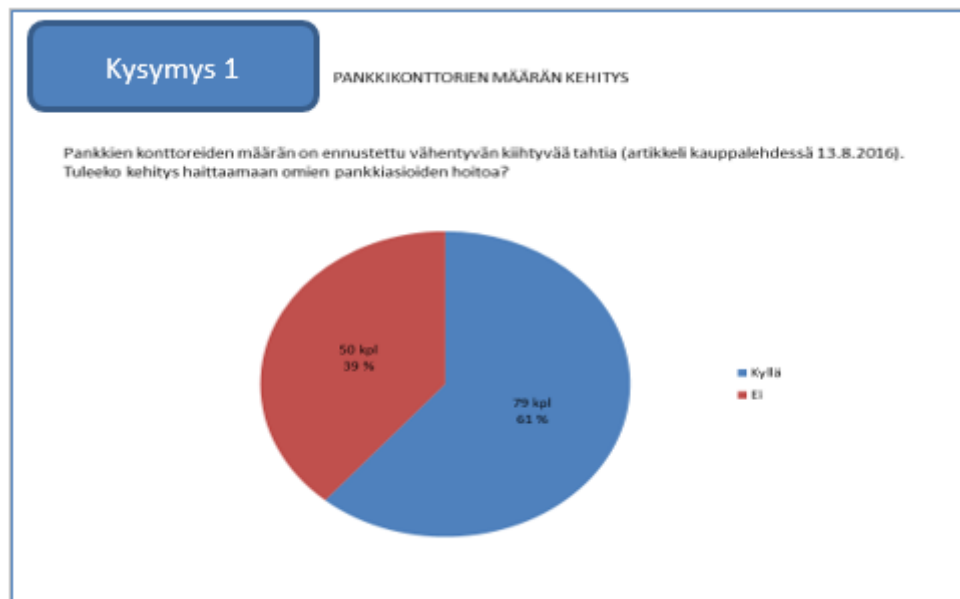
Vastaajien ikä (kuva 65)



Kuva 65 Kyselytutkimukseen vastanneiden ikä (n=129)

Tutkimukseen osallistuneiden painotettu keski-ikä oli 55 vuotta. Miehiä vastaajista oli 72 prosenttia ja naisia 28 prosenttia. Tilaisuuden luonne huomioiden, oli poikkeuksellista yli 66 -vuotiaiden suuri osuus (25 prosenttia kaikista tutkimukseen osallistuneista). Kun kyseessä oli ympäristötuen koulutus, niin tilaisuuden osanottajat olivat aktiiviviljelijöitä (ympäristötukeen sitoutuneet vuoteen 2019 asti). Tutkimusaiheesta poiketen, voisi ennustaa suurta muutosta aktiiviviljelijöiden määrään seuraavalle ohjelmakaudelle vuosille 2020-2024.

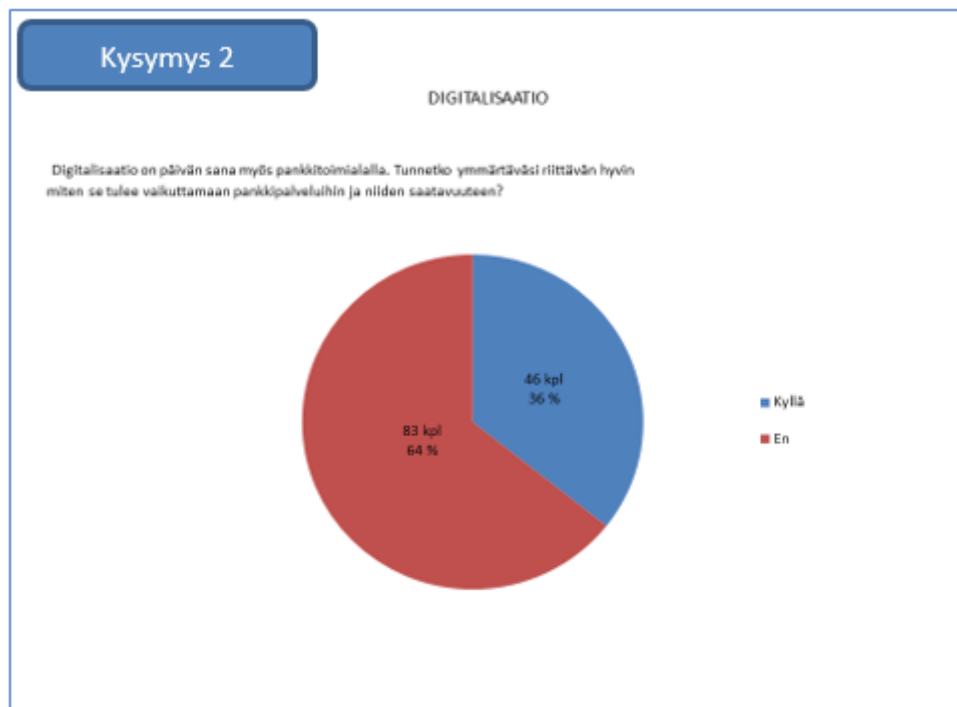
Pankkikonttoreiden määrän kehitys (kuva66)



Kuva 66 Pankkikonttoreiden vähentyminen ja sen vaikutus omien pankkiasioiden hoitoon (n=129)

Selkeä mielipide 61 prosentilla vastaajista oli, että konttoreiden sulkeminen tulee vaikeuttamaan omien pankkiasioiden hoitoa. Epäkohtina nähtiin etäisyyden kasvaminen lähimpään konttoriin, tuttu toimihenkilö ei välttämättä enää ole yhteyshenkilönä, puhelimella saavutettavuus heikkenee, omassa lähipiirissä olevien seniorikansalaisten asema huolestuttaa.

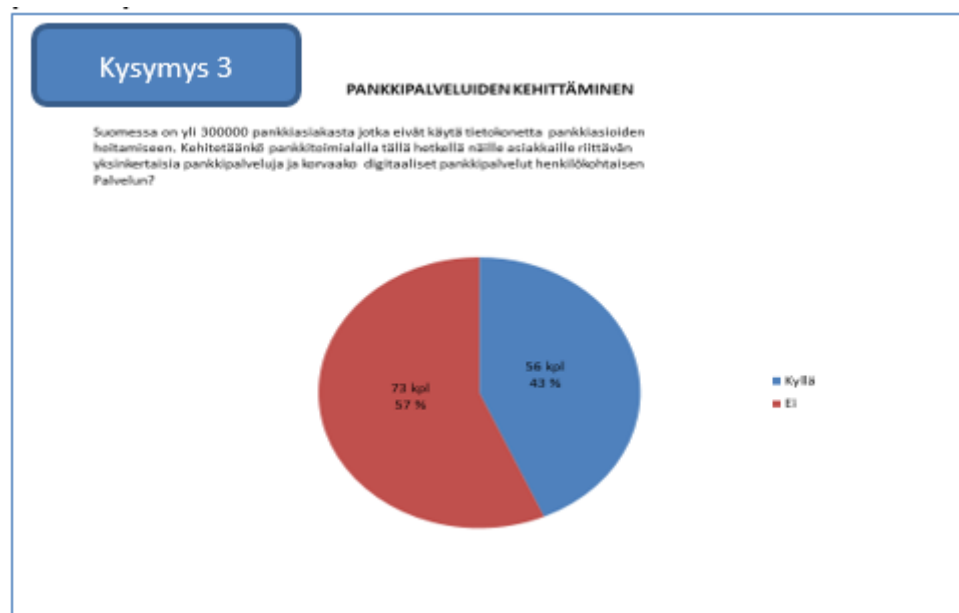
Digitalisaatio terminä: mitä se konkreettisesti tarkoittaa? (kuva 67)



Kuva 67 Kyselytutkimukseen osallistuneiden mielipide kuinka digitalisaatio tulee vaikuttamaan pankkipalveluiden saatavuuteen (n=129)

Vastaajista 64 prosenttia ei pystynyt konkretisoimaan digitalisaation merkitystä omien pankkipalvelujen osalta. Vaikka ymmärretään sen olevan palvelua sähköisissä kanavissa, niin kaivataan selkeää kuvausta ja konkretiaa oman pankin edustajalta: mikä muuttuu, mitkä kustannusvaikutukset sillä on omaan talouteen ja sen lisäksi, mitä lisäarvoa digitaaliset pankkipalvelut tuottaa. Vastaajista 36 prosenttia pystyi hahmottamaan mielestään täysin mitä digitalisaatio tarkoittaa omalta kohdalta. Tämä ryhmä on hyvin orientoitunut käyttämään uusia palveluita esim. mobiilipankkia, chattia ja videoneuvotteluja.

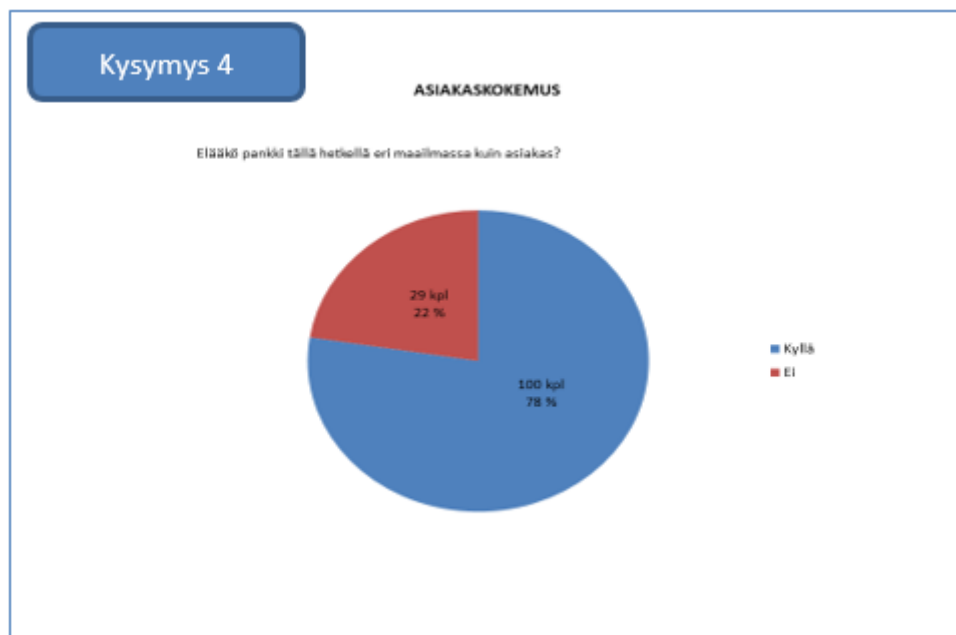
Henkilökohtaisten ja digitaalisten pankkipalveluiden kehittäminen (kuva 68)



Kuva 68 Kyselytutkimukseen osallistuneilta kysyttiin, että korvaako digitaaliset palvelut henkilökohtaisen palvelun (n=129)

Vastaajista 57 prosenttia oli sitä mieltä, että palvelujen kehittäminen kohdistuu liikaa digitaalisiin palveluihin. Vastauksista ilmeni suuri huoli ikäihmisten pankkipalveluista. Vastaajista 43 prosenttia ei kokenut henkilökohtaista pankkipalvelua tärkeäksi, todeten kommentoissa myös sen näkökulman, että henkilökohtaista pankkipalvelua on aina saatavilla ajanvarauksella, kun siihen on todellista tarvetta (luotto-, sijoitus- ja lainopilliset asiat).

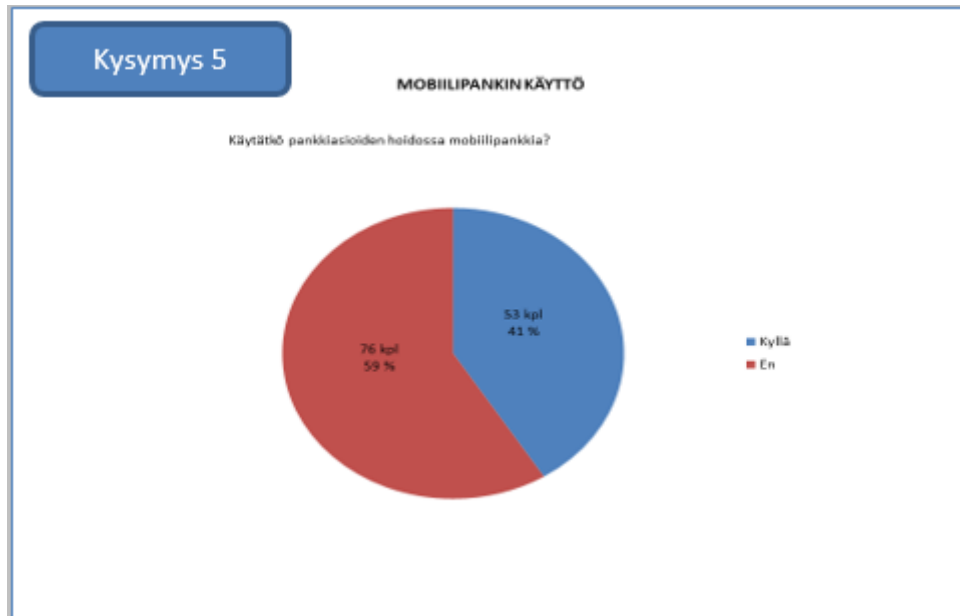
Puhuvatko asiakas ja pankki samaa "kieltä" (kuva 69)



Kuva 69 Kyselytutkimukseen osallistuneilta kysyttiin, että elätkö pankit tällä hetkellä eri maailmassa kuin asiakkaat (n=129)

Vastaajista 78 prosenttia oli sitä mieltä, että pankkien ja asiakkaiden arvot eivät kohtaa. Haastateltavien mielestä esimerkiksi pankkikonttoreiden sulkeminen lisää eriarvoistumista. Se koetaan myös ristiriitaiseksi, kun pankit tekevät hyvää tulosta ja siitä huolimatta sulkevat konttoreita.

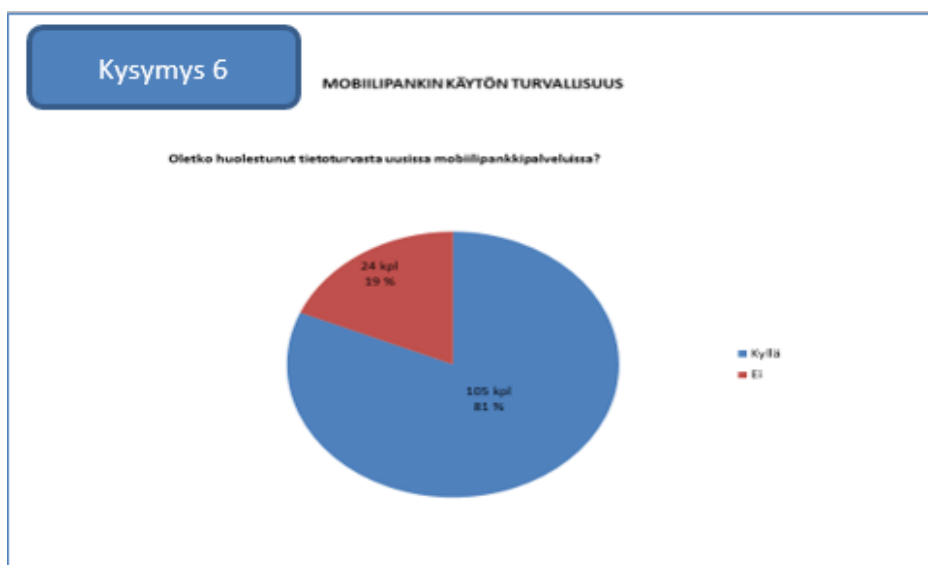
Mobiilipankin käyttö (kuva 70)



Kuva 70 Vastaajilta kysyttiin mobiilipankin käytön yleisyyttä (n=129)

Mobiilipankkia oli käyttänyt 41 prosenttia vastaajista ja on samaa luokkaa kuin suomalaisille kuluttajille tehdyssä tutkimuksessa. Vastaajien kommentteista voi päätellä, että mobiilimaksamisen suosio on vahvassa kasvussa. (<https://studio.kauppalehti.fi/studiovieras/visa-digitaalisen-maksamisen-suosio-kasvaa>). 59 prosenttia ei ollut käyttänyt mobiilimaksamista ja tässä ryhmässä oli eniten ikäryhmästä 66 ja yli sekä 55 - 65 -vuotiaita.

Mobiilipankin turvallisuus (kuva 71)



Kuva 71 Vastaajilta kysyttiin kuinka turvalliseksi he kokevat mobiilipankin käytön (n=129)

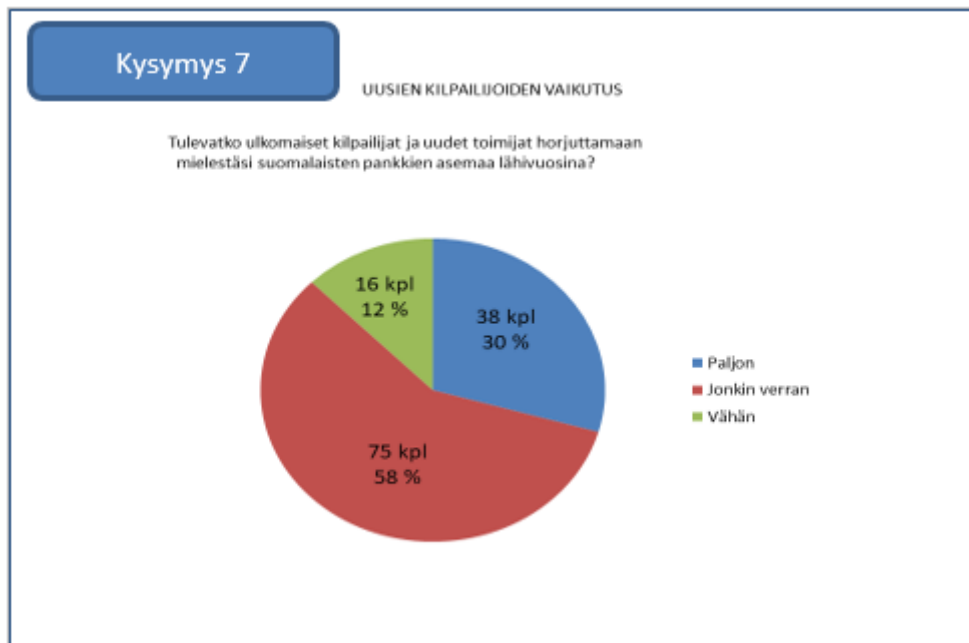
19 prosenttia vastaajista koki mobiilipankin käytön turvallisena vaihtoehtona ja uskoi myös tulevaisuudessa entistä enemmän käyttävän palvelua.

Vastaajista 81 prosenttia oli huolestunut mobiilipankkipalveluiden turvallisuudesta.

Kun suomalaisille kuluttajille oli tehty vastaava tutkimus, niin 61 prosenttia oli huolestunut mobiilipankin käytön turvallisuudesta, samalla nähden sen olevan suurin este käyttää mobiilipankkia.

(<https://studio.kauppalehti.fi/studiovieras/visa-digitaalisen-maksamisen-suosio-kasvaa>).

Uusien kilpailijoiden vaikutus pankkien asemaan (kuva 72)



Kuva 72 Vastaajilta kysyttiin ulkomaisten kilpailijoiden vaikutuksesta

Pankkipalveluiden käyttäjät tiedostavat hyvin uusien kilpailijoiden vaikutuksen pankkien tulevaisuuden kilpailutilanteeseen. 58 prosenttia vastaajista uskoi sen vaikuttavan jonkin verran ja 30 prosenttia uskoi vaikutuksen olevan suuri. Vain 12 prosenttia uskoi vaikutuksen olevan vähäinen. Vastausten kommentteista yhteenvetona voidaan todeta, että kokonaisuutena kilpailun lisääntyminen koettiin positiivisena asiakkaan näkökulmasta katsottuna.

Kysymys 8

Mitä nykyinen pankkisi voisi tehdä enemmän parantaakseen asiakaskokemusta ja sitä kautta lisätä asiakastyytyvyyttä.

Vastauksista nousi esille kolme keskeistä teemaa:

1. Toivotaan seniorikansalaisten parempaa huomioon ottamista kehitettäessä uusia sähköisiä palveluita. Lähes 50 prosenttia vastaajista kertoi avustavansa omien vanhempensa nettiasiointia.

- Päälimäinen tunne monella vastaajalla oli, että ne pankkien asiakkaat, jotka eivät omaa riittäviä digitaitoja, on lähes unohdettu ja jätetty oman onnensa nojaan (suora lainaus vastauksista).
2. Pelätään konttoriverkoston supistumista ja palveluiden etääntymistä. On monelle maatalousyrittäjälle myös ajankäyttöllinen kysymys, koska on tarvetta käyttää myös konttoripalveluja.
 3. Maatalouden asiantuntijapalveluiden tavoitettavuudesta oltiin erityisen huolestuneita, koska palvelujen keskittäminen johtaa entistä suurempiin yksiköihin.

Tiivistelmä haastattelututkimuksesta

Maatalousyrittäjät toimivat tulevaisuudessa entistä selkeämmin globaalissa toimintaympäristössä ja maaseudun on kohdattava myös yhä enemmän kansainvälistyvän maailma asettamia haasteita myös digitaalisten palveluiden osalta. Tietoa on nopeasti saatavissa avoimien tietoverkkojen kautta ja tietojen vertailtavuus on läpinäkyvää sekä avointa. Tämä näkyy pankkitoiminnassa siinä, että kun tehostetaan perinteistä pankkitoimintaa, kehitetään myös uusia tietoinnovaatioita.

Maatilat ovat perinteisesti olleet tehokkaita hyödyntämään uusia digipalveluita, mutta haastattelututkimuksessa tuli vahvasti esille ikääntyneiden vastaajien huoli ja epävarmuus omasta pärjäämisestä digimaailmassa.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET TUTKIMUKSESTA

9.1. Tutkimusprosessin vaiheet



Kuva 73 Opinnäytetyöprosessi ja kuvaus sen vaiheista

9.2. Opinnäytetyöstä johdetut megatrendit

Teoriatarkastelun ja julkisessa mediassa liikkuvan tiedon perusteella voidaan päätellä, että pankkitoimiala kokee seuraavan kymmenen vuoden aikana digitalisaation ja automaation sekä robotisaation kautta suurempia muutoksia kuin kenties kuluneen viidenkymmenen vuoden aikana yhteensä. Teollisuusyhteiskunta syntyi runsaat 200 vuotta sitten ja kehitys toistuu 40 - 60 vuoden aaltomaisissa jaksoissa. Juuri nyt siirrytään yhdeltä aalloilta toiselle. Viidennen aallon avainliikevoima on ollut digitaalisuus ja nyt ollaan siirtymässä uuteen aikakauteen eli älyteknologiaan. Kuudetta aaltoa työntää joku sitä vahvempi voima (Tulevaisuuskirja M Wilenius s.14). Finanssialalla olisi välttämätöntä ymmärtää toimintaympäristön muutos. Uudet rahoitusrakenteet syntyvät nykyisten finanssi-insituutioiden ulkopuolelta (Tulevaisuuskirja M Wilenius s. 217).

Hyvä asiakaskokemus syntyy asiakastarpeen syvällisestä ymmärtämisestä. Vaikka se olisikin johdettavissa asiakkaiden arvomaailman muutoksesta, niin kuluttajien luottamus voi muuttua hyvin pienestä negatiivisesta asiakaskokemuksesta ja kuluttajat ja pankkien asiakkaat ja arvioivat jatkuvasti uudelleen niitä arvoja, joiden mukaan elävät ja tekevät pankkien suhteen päätöksiä. Halutaan yrityksiltä entistä vastuullisempaa ja eettisempää toimintaa. Myös palvelutarpeet ovat muuttuneet ja palveluilta halutaan läpinäkyvyyttä ja yksinkertaisuutta. Asiakkaista tulee yhä itseohjautuvampia ja he haluavat entistä enemmän itse päättää asioistaan.

Paikallisuuden merkitys korostuu (vrt. lähiruokatrendi). Asiakkaat ovat aikaisempaa kiinnostuneempia palveluista ja niiden kehittämisestä.

Kun vallitseva trendi on ollut voimakkaasti konttoreiden määrän supistava, niin tämä tulee olemaan pankeille suuri haaste pitää asiakuudesta kiinni, kun toimialakohtaiset rajat kaatuvat ja mukaan tulee jatkuvasti uusia toimijoita.

Kommunikointikanavat asiakkaiden kanssa muuttuvat (sosiaalinen media, verkkopalvelut, chatit jne), sekä asiointi ja tiedonhankintatavat ovat muuttuneet aika- ja paikkariippumattomaan mobiiliin, "pankki siellä missä asiakaskin". Tässä ajassa kuluttajat luottavat myös muiden kuluttajien viisauteen ja vertaisarvioihin päätöksissään, jolloin hyvä asiakaspalvelu ja kilpailukykyiset tuotteet korostuvat.

9.3. Finanssitoimialaa koskevat muutospaineet

SWOT -ANALYYSI

8-kenttä analyysillä (kuvat 74 ja 75) halutaan kuvata niitä muutospaineita, mitä kohdistuu finanssialaan Suomessa. Mitä sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia niihin sisältyy ja mitä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia ne pitävät sisällään.

8-kenttä SWOT, kentät 1–4

Analyysi finanssialan muutospaineista suomessa

SISÄISET ULKOISET	1. VAHVUUKSET V - vakäntunut toiminta - motivoitunut henkilöstö - uskollinen asiakaskunta - luotettava ICT-järjestelmä - asiakasdata	2. HEIKKOUEDET H - henkilöstön urautuminen - vanhentuneet tietojärjestelmät - Osin vanhanaikainen palvelukulttuuri
	3. MAHDOLLISUUDET M - verkostoituminen - asiakkaan kohtaaminen kaikissa kanavissa - hintakilpailukyky ETA-alueella	
	4. UHAT U - kyberhyökkäykset tietojärjestelmiin - uusien toimijoiden ketteryyys - maksuliiketulot alenee	

www.hamk.fi

HAMK
HÄMEEN AMMATTIOPISTO

Kuva 74 Finanssialan SWOT, kentät 1-4, Lahti E, 2016, HAMK oppimistehtävä.

Lähtökohta tulevaisuuden tarkastelulle on, että tarvitsemme myös tulevaisuudessa luotettavan ja toimivan pankkijärjestelmän. Ilman sitä yhteiskunnan toiminnot eivät voi rakentua vakaalle pohjalle. Paineet ovat suuret, mutta luottamus pankkien kykyyn selvitä tästä suuresta

muutoksesta, mikä finanssialaa tällä hetkellä kohtaa, on kuitenkin vahvaa ja sitä ei ole millään taholla kyseenalaistettu.

8-kenttä SWOT, kentät 5–8

Analyysi finanssialan muospaineista

SISÄISET ULKOISET	1. VAHVUUDET V Henkilöstöön liittyvät <ul style="list-style-type: none"> Hiljainen tieto käyttöön läpi organisaation Sisäinen motivointi Uskallusta rikkoa rajoja 	2. HEIKKOUEDET H Tietojärjestelmät <ul style="list-style-type: none"> Historiatiedon hyödyntäminen tulevaisuuden ennustamiseen Interaktiivisten järjestelmienkäyttöönnotto
	3. MAHDOLLISUUDET M Verkostoituminen <ul style="list-style-type: none"> Uusia asiakkaita Lisää tuottoja toimiala laajentuu saavutettavuus 	5. HYÖDYNNÄ V + M Uudet sovellukset Oma data hyötykäyttöön <ul style="list-style-type: none"> Tarkka asiakasprofilointi Jatkuvan asiakaspalautteen malli
4. UHAT U Tietoturvariskit <ul style="list-style-type: none"> Järjestelmien kaatuminen Uudet toimijat Horjuttaa ansaintatasea Voittaa reagointinopeudessa 	7. VARAUDU, ENNAKOI + U Henkilöstön osaamisalueet ja uudelleen koulutus + uusien osaajien rekrytointi + luodaan asiakkaille uusia tarpeita	8. VÄLTÄ, TORJU H + U <ul style="list-style-type: none"> Vältä eri arvot ja asenteet omaavia yhteistyökumppaneita Liian suppeaa <u>business</u>-aluetta

Kuva 75 Finanssialan SWOT, kentät 5-8, Lahti E, 2016, HAMK

Tarkempi analyysi finanssialan (kuva 75) sisäisistä vahvuuksista ja heikkouksista sekä ulkoisista mahdollisuuksista ja uhkista luo kuitenkin kuvan niistä todellisista mahdollisuuksista mitä tulevaisuus tuo tullessaan. Tämä edellyttää kuitenkin koko finanssialalta massiivista kehitystyötä, asiakaskäyttötymisen murrokseen, teknisen kehitykseen ja markkinoiden muutokseen. Samalla omaamaan myös valmiuksia haastaa perinteinen pankin rooli yhteistyöllä uusien alalle rantautuvien toimijoiden kanssa ja hyväksyä toimialaliikumukset. Tästä konkreettisenä esimerkkinä voidaan pitää maksuliikeditrektiivin (PSD2) muutosta 13.1.2018

Pankeilla on käytettävissä valtava määrä asiakaskohtaista dataa ja uusien markkinoille rantautuvien toimijoiden ei ole aina helppoa rantautua pankkimarkkinoille, kun perinteisillä pankeilla on tämä kilpailullinen etulyöntiasema, PSD2 maksuliikeditrektiivin muutos toki avaa tältä osin asiakasrajapinnat maksuliikkeen osalta, mutta tämä edellyttää kuitenkin aina asiakkaan suostumusta. Valtaosa pankkien asiakkaista on hyvin konservatiivisia ja luottamus muihin kuin perinteisiin pankkeihin, ei ole vielä kovinkaan vahva.

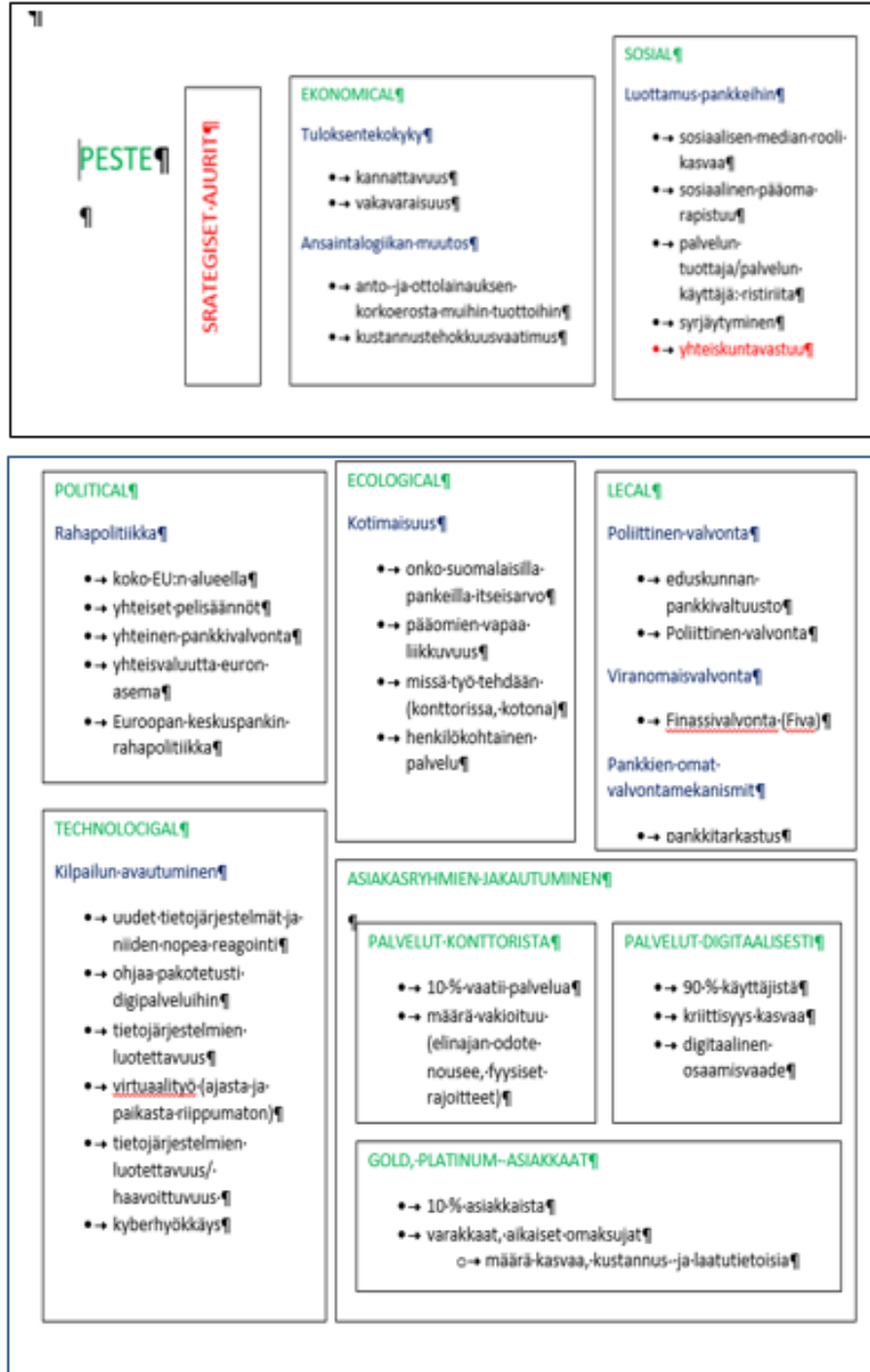
Myös se tosiasia, että maksuliiketulot pankkien ansaintataseessa on vain osa tuloksen muodostumisesta ja uudet toimijat voivat myös luoda yhteistyön kautta pankeille uusia bisnesmahdollisuuksia.

Vääjäämättä pankkitoimialalla ollaan menossa entistä laajempaan toimialakonseptiin (Vrt. OP Ryhmän sairaalabusiness ja liikkumiseen liittyvät palvelut.). Alla olevassa taulukossa (taulukko 8) käsitellään

keskeisiä muuttujia ennakoitaessa tulevaisuutta koko toimialan näkökulmasta.

Finanssialan strategiset ajurit

Taulukko 8 Tulevaisuuden ennakointi -oppimistehtävä, Lahti E, Hamk 2014)



Taulukosta (8) on pyritty nostamaan esille tärkeimmät pankkitoimialaa ravistelevat muutokset, jonka vaikutukset tulevat näkymään myös asiakasrajapinnassa.

Taloudelliset tekijät

- Pankkien tuloksentekeyky vaikeutuu, tehokkuusvaade kasvaa >pankkien henkilöstökustannuksia tarkastellaan kriittisesti (YT-neuvottelut). >konttoriverkosto supistuu
- Ansaintalogiikan muutos >anto- ja ottolainauksen välinen korkoero ja sen pienentyminen kasvattaa paineita lisätä muita tuottoja >johtaa suurempiin yksiköihin (rakennekehitys).

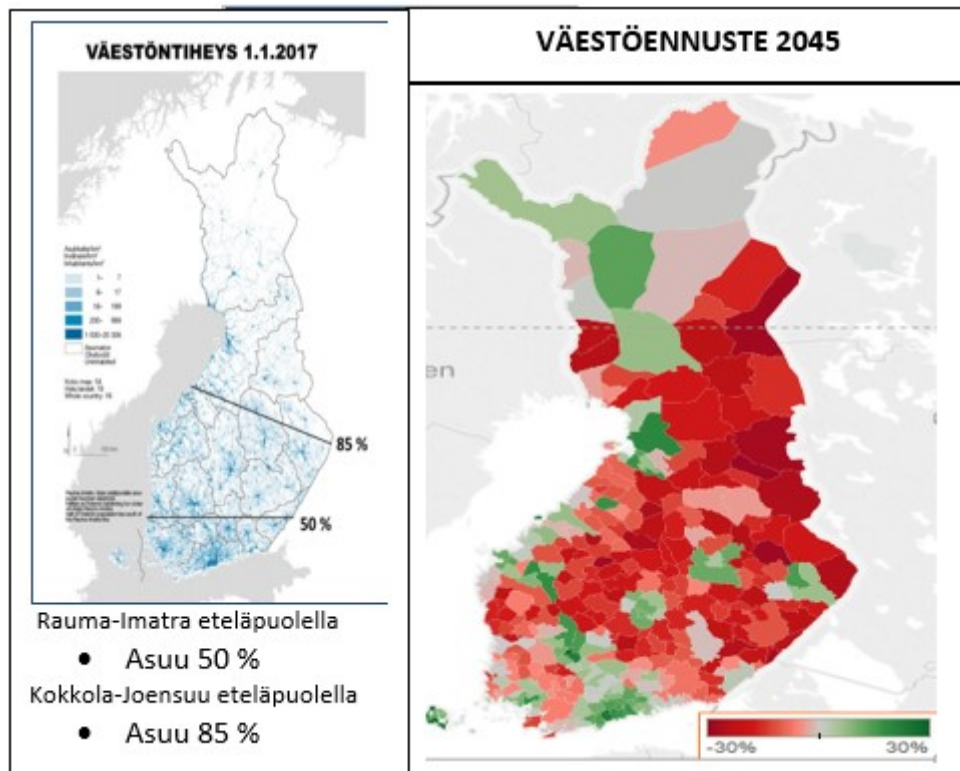
Sosiaaliset tekijät

- Sosiaalisen median merkitys kasvaa >vertaistuki tärkeämpää kuin pankkien oma viestintä. Omille päätöksille haetaan perusteet vertaistuesta ja sosiaalisesta mediasta.
- Palvelun tuottaja/ käyttäjä: kohtaamisongelma, missä kanavassa kommunikoidaan
- Syrjäytyminen, ei aina ikään sidottu, myös nuoret voi syrjäytyä. Taloudellisen tietämyksen opiskelu entistä nuorempana (koulujen vastuu)
- Yhteiskuntavastuu, tulevaisuudessa tulkittava laajemmin

Tulevaisuuden ennakoinnissa yksi merkittävä kysymys pankkipalvelujen ja niiden saatavuuden kannalta on se, miten väestötiheys maan sisällä mahdollistaa palvelujen saatavuuden maan eri alueilla. Tämä koskee kaikkia muitakin peruspalveluita kuin pankkipalveluita.

Ekologiset tekijät

- Mikä on suomalaisten pankkien itseisarvo kun asutus keskittyy entistä enemmän (kuva 76) Etelä-Suomeen, yliopistokaupunkeihin ja niiden kehyskuntiin. Yritetäänkö "väkivalloin" ylläpitää pankkien konttoreita alueilla, missä ei ole taloudellista toimeliaisuutta, väki vanhenee ja muutkin palvelut karkaavat.
- Missä työ tehdään: kotona vai konttorissa (liikkuuko työ vai tekijä).
- Liikkuuko asiakas etsimään palvelua vai etsiikö palvelu asiakkaan.



Kuva 76 Tilastokeskus, Suomen tilastollinen vuosikirja 2017, muokattu.

Tilastokeskuksen datavisualisointi väestötiheydestä kuvaa, että suomalaisista asuu noin 50 prosenttia linjan Rauma - Imatra -linjan eteläpuolella ja noin 85 prosenttia Kokkola - Joensuu -linjan eteläpuolella. Kun rinnalle laitetaan Tilastokeskuksen väestöennuste vuodelta 2045, niin väestö keskittyy selkeästi etelää kohti ja Yliopistokaupunkeihin: Helsinki, Turku, Lappeenranta, Tampere, Jyväskylä, Kuopio, Joensuu, Vaasa, Oulu ja Rovaniemi sekä niiden ympärillä lisää vetovoimaansa myös kehyskunnat.

Pankkitoimialan erityispiirteet (poliittiset, lakiin perustuvat)

Koko EU:n alueen yhteinen rahapolitiikka

- Toiminta on vahvasti säädeltyä: pankkilainsäädäntö, osakeyhtiölaki, osuustoiminnallisissa pankeissa osuustoimintalaki, kuluttajansuojalaki, työaikalait, vakavaraisuutta ja kannattavuutta säätelevä ohjeistus ja valvonta.
- Pankkitoimilupa edellyttää tuloksentelemiskykyä, riittävää kannattavuutta ja vakavaraisuutta sekä riskien hallintaa.
- Toimialalta edellytetään suurta luotettavuutta (asiakkaat odottavat ja edellyttävät, että palvelua on saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta).
- Toimialalla työskentelevältä edellytetään erityisiä vaitiolo- ja salassapito -sopimuksia (luotettavuus).

- Pankkien yhteiskuntavastuun määrittämisessä ensisijaisesti lähdetään siitä, että pankin toiminta pitää olla kannattavaa, luotettavaa ja riskit huomioitavaa. Vasta toissijaisesti käsitellään pankin kykyä tuottaa kaikkia niitä palveluita, joita kysytään. Mielenkiintoiseksi yhteiskuntavastuu näyttäytyy siinä valossa, kun paikkakunnalta viedään pois lähipankkipalvelut konttorin sulkemisen myötä. Keskeistä siinä on se tapa, millä pankki huomioi ne asiakkaat, jotka kokevat joutuneensa kärsimään palveluiden karassa tavoittamattomiin.

Teknologia ja sitä koskevat muutostrendit

- Uusia tuotteita koskeva turvallisuusvaade
- Ajasta ja paikasta riippumaton virtuaalinen työn kuva
- Digitaalisten palveluiden "pakkosyöttö"

Yhteiskunnallinen keskustelu muokkaa asenteita ja on huomattu, että digitaalisia palveluita kehittävät henkilöt ovat usein innovatiivisia nuoria, jotka välttämättä eivät pysty asettautumaan ikääntyneiden ihmisten asemaan siinä, kuinka vaikeaa voi olla teknisesti käyttää "älylaitteita", kun esimerkiksi sorminäppäryys ei ole enää samaa luokkaa kuin kaksikymppisillä.

Ikääntyvien ihmisten tarpeisiin on herätty

Helsingin Wanhassa satamassa järjestettiin 28.11.2017 tilaisuus, joka kokosi yhteen yritykset ja julkisen alan toimijat joita kiinnostaa, miten yhdistää digitaaliset ratkaisut ja ikääntyvän väestön tarpeet. Tilaisuutta isännöivät Esko Aho ja Mike Hodin, Global Coalition on Aging -toimitusjohtaja. Tilaisuudesta oli ennakkoon kertomassa Ylen aamu-tv:ssä 28.11.2017 Esko Aho ja keksijä-yrittäjä Perttu Pölönen.

On aina sanottu, että digitalisaatio ja vanhukset eivät sovi yhteen. Esko Ahon mukaan väittämä on väärin - yhdistelmä pitäisi nähdä paremminkin mahdollisuutena. Digitaalisiaatio ja iäkkäät ihmiset - kuin öljy ja vesi? Ei välttämättä, uskoo Esko Aho. Näiden kahden välille pitäisi vain rakentaa yhteys, toteaa Esko Aho.

Maailma johon (digitaalisia) palveluja on rakennettu nuorten maailmaan. On vaikeaa päästä siihen ikääntyneen ihmisen maailmaan käsiksi ja ymmärtää sitä. Kehittäjä sukupolvi pitäisi saada nyt mukaan ymmärtämään ikääntyneiden maailmaa, koska ilman sitä mitään ei tapahdu, totesi Esko Aho Ylen aamu-tv:ssä.

Keksijä-yrittäjä Perttu Pölönen totesi, että ikäihmisissä on mielettömät mahdollisuudet ja iso potentiaali, kehittää ikäihmisille uusia digitaalisia

palveluita. Hän näkee mahdollisuuksia muun muassa tekoälyssä ja älyassistentissa, jotka toimivat puheohjauksella.

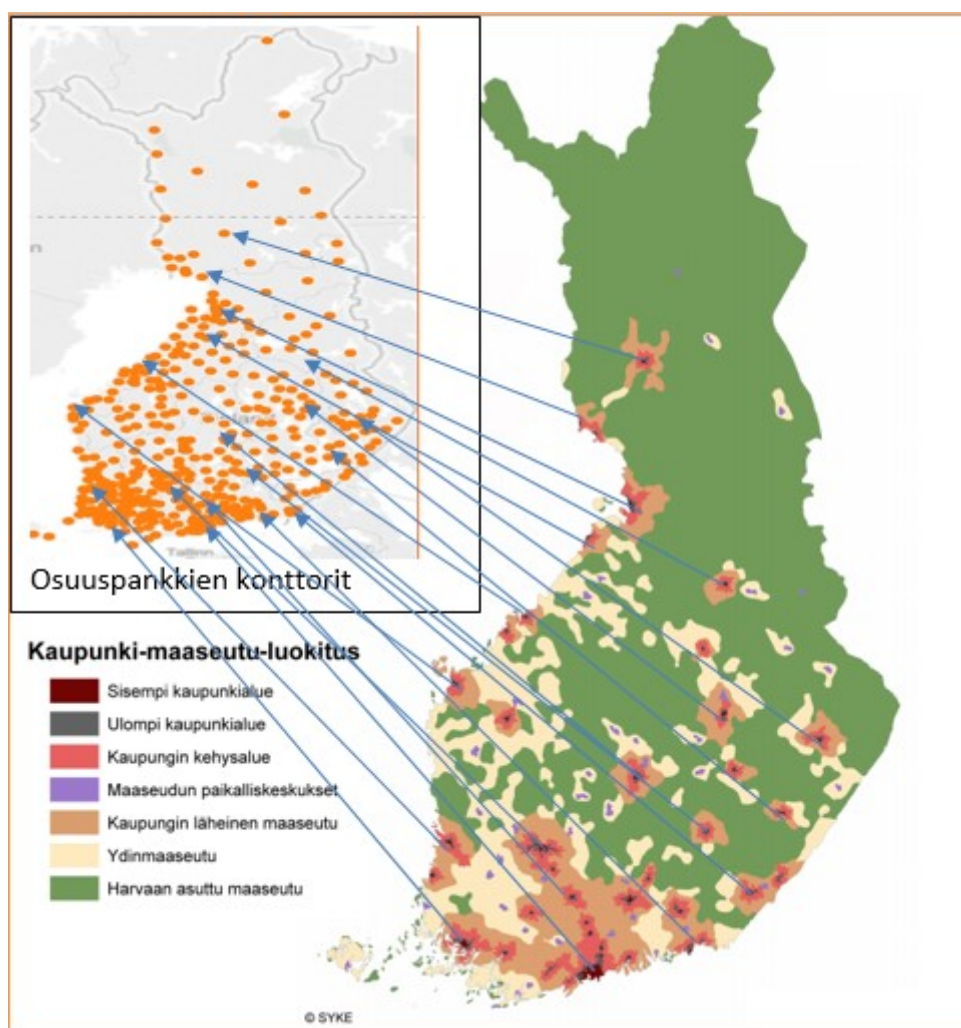
Tämä on kuin muna ja kana. Yritykset sanovat, ettei voi investoida kuin ei ole markkinaa. Ja sitten ihmiset, jotka tarvitsevat palveluja, sanovat etteivät voi käyttää palveluja sillä niitä ei ole. Pitää saada toimijat ymmärtämään, että markkina on, kunhan se vain luodaan.

Onko tähän vastaus "Senioritabletti"

Kuvassa 70 on tarkasteltu Suomen Ympäristökeskuksen (2013) Kaupunki-maaseutuluokitusta. Kuvasta voidaan päätellä että ennen kaikkea Osuuspankeilla tulee olemaan todella suuri haaste, kuinka se pystyy pitämään yllä kattavaa konttoriverkostoa (Harvaan asuttu maaseutu) alueella, jossa taloudellinen toimeliaisuus muutenkin hiipuu : vrt. Tilastokeskus, Suomen tilastollinen vuosikirja 2017.

Pankkien näkökulmasta kehitystä tarkasteltaessa voidaan vetää selkeä johtopäätös, että pankkikonttoreiden sijainti tulee vahvasti korreloimaan yleistä kehitystä. Pankkien konttoreita tulee sijaitsemaan kaupungeissa ja kaupunkien kehysalueella, mutta tämän hetkinen tilanne näyttää siltä, että pankit ovat harventamassa konttoriverkostoa myös maaseudun paikalliskeskuksista.

Kartassa (kuva 77) olevilla nuolilla on pyritty hahmottamaan kasvualueita ja niiden väliin jääviä "vaaravyöhykkeitä", joista todennäköisesti tulee konttoripalvelut häviämään seuraavan vuosikymmenen kuluessa. Tämä kehitys voi olla myös ennakoitua nopeampaa.



Kuva 77 Suomen Ympäristökeskus 2013 -Kaupunki-maaseutuluokitus

Väestömäärältään kehittyviä kaupunkialueita ja kaupunkien läheisiä maaseutualueita on verrattu nuolilla alueella sijaitseviin osuuspankkien konttoreihin. Kuvasta voi päätellä, että osuuspankkien konttoreita sijaitsee lukumääräisesti harvaan asutulla maaseutualueella melko paljon. Etäisyydet pankin konttoriin on pitkät ja toisaalta pankeille on suuri tulevaisuuden kysymys: väestökato ja sen aiheuttama talouden taantuma voi vaarantaa pankin olemassaolon oikeutuksen.

9.4. Asiakkaiden kokemukset finanssialan digitalisaatio kehityksestä

Teema-, syvähaastattelu ja kyselytutkimus -tulosten analysointi

Kaikki toteutetut haastattelut (haastateltavat kokevat epävarmuutta) tukevat vahvasti sitä johtopäätöstä, että finanssiala tulee olemaan seuraavan vuosikymmenen aikana sellaisessa muutoksessa, että sitä voi hyvin verrata edellisen viiden vuosikymmenen kehitykseen. Kuvassa (78) on havainnollistettu sitä viitekehystä missä tulevaisuuden muutos tapahtuu. Digitalisaation ajureina on ollut asiakaskäyttämisen murros, markkinoiden murros ja teknologian murros. Kuinka asiakas sitten kokee vallitsevan murroksen. Ovatko muutokset pelkästään positiivisen kehityksen lopputulosta, vai pitääkö muutokset sisällään myös negatiivisia piirteitä.



Kuva 78 DIGITALISAATIO - Yritysjohdon käsikirja 2015

Yllä olevasta kuvasta on helppo poimia positiivisia asioita, joita digitalisaatio on mukanaan tuonut. Ihmisten välinen kommunikointi on helppoa, vaivatonta ja nopeaa. Liikkuminen on vaivatonta, hyödykkeiden tilaaminen käy käden käänteessä. Tuotteiden ja palveluiden vertaaminen onnistuu missä ja milloin tahansa. Kaikki onnistuu nyt ja tulevaisuudessa mobiililaitteilla, ajasta ja paikasta riippumatta. Kaiken kaikkiaan voimme vain kuvitella mitä kaikkea tulevaisuudessa voimme tehdä digitaalisesti, helposti ja kustannustehokkaasti.

Positiivisella kehityksellä on myös käänköpuolensa: kansalaiset eriarvoistuu, kaikki eivät kestä kehityksessä mukana. Henkilökohtaisen palvelun tarve voi olla suurempi kuin sen tarjonta. Pankkipalvelut ja niiden saatavuus heikkenee. Selviä merkkiä markkinoilla on siitä, että konttoreiden sulkemispäätöksiä tehdään vahvasti liiketaloudellisilla perusteilla ja helposti unohdetaan ne asiakkaat, jotka eivät ole pysyneet vahvassa digitalisaatio kehityksessä mukana. Tämä voi aiheuttaa vastareaktion, jossa kyseenalaistetaan päätöksen perusteet. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii OP Kymenlaakson suunnitelma lakkauttaa pankin toimialueella sijaitsevia maaseutukonttoreita.

Kaakonkulma-Lehdessä 15.2.2018 (kuva 79) uutisoitiin juttu, jossa kerrottiin OP Kymenlaakson suunnitelmasta sulkea Virojoen konttori vappuun 2018 mennessä.

Konttorin sulkemista pankin toimitusjohtaja Juha Korhonen perustelee, että toimintojen uudelleenjärjestelyn taustalla on toimintaympäristössä ja asiakaskäyttötymisessä tapahtuvat muutokset, digitaalisten palveluiden

kehittyminen sekä keskeisten liiketoimintaprosessien automatisointi. Asiakkaat odottavat pankeilta kattavia ja helppokäyttöisiä digitaalisia palveluita, jotka tarkoittavat pankeille mittavia investointeja palvelujen kehittämiseen. Uudelleenjärjestely on välttämätöntä, jotta voimme myös tulevaisuudessa tarjota asiakkaillemme paikallisesti kilpailukykyiset palvelut, Juha Korhonen sanoo.



Kuva 79 Kaakonkulma-Lehti 15.2.2018

Paikallislehti Kaakonkulman päätoimittaja Jukka Kinnunen pääkirjoituksessaan 15.2.2018 herätti keskustelua pankkien yhteiskuntavastuusta ja sen merkityksestä pankkien asiakkaille.

Konttorin säilymisen puolesta järjestettiin mielenosoitus 23.2.2018 OP Kymenlaakson Virojoen konttorin edessä. Asiasta uutisoi Kymen Sanomat 24.2.2018 olleessa lehtijutussa.



Meidän pankki, missä omistajien oikeudet? Motto: voitto pilviin, palvelut alas! Eikö mummon raha kelpaa? Näin julistettiin banderolleissa, joita mielenosoittajat perjantaina kantoivat Virojoen keskustassa. Noin sadan, lähinnä ikäihmisistä koostuneen mielenosoittajan joukko vastusti OP Kymenlaakson suunnitelmia lopettaa pankin Virojoen konttori.

Pystytäänkö näillä sinällään melko voimakkailta mielipiteen ilmaisuilla vaikuttamaan lopullisiin päätöksiin, jää nähtäväksi.

Virolahdella asuu noin 3200 asukasta. Nyt lakkautettavalta Kymenlaakson Osuuspankin Virojoen konttorilta on matkaa lähimpään kyseisen pankin Haminan konttoriin noin 30 kilometriä. Vääjäämättä nousee esille kysymys niiden asiakkaisen osalta, jotka kaipaavat henkilökohtaista pankkipalvelua, kuinka pankki tulee nämä palvelut järjestämään tulevaisuudessa (kuva 80).

Mitä vaihtoehtoja siten asiakkailta on: noin 10 kilometrin päässä sijaitsee OP Miehikkälän konttori, mutta niille asiakkaille, joilla ei ole käytävissä omaa autoa (julkinen liikenne vähäistä), niin tämäkään vaihtoehto ei välttämättä toimi. Pankin vaihto voi olla myös kynnyskysymys, jos

asiakkaat ovat vahvasti sitoutuneet omaan pankkiinsa (tutut toimihenkilöt). Monesti ei ajatella asiasta rationaalisesti, vaan enemmänkin tunteella.

Paikallislehti Kaakonkulmassa 15.2.2018 olleen lehti uutisen mukaan oli tiedusteltu Miehikkälän Osuuspankin toimitusjohtaja Mikael Hanhilahdelta sitä mahdollisuutta, että OP Miehikkälä perustaisi konttorin Virolahdelle. Hanhilahden mukaan konttoria ei yleensä perusteta toisen Osuuspankin toimialueelle, sen vuoksi OP Miehikkälä ei ole perustamassa konttoria Virolahdelle.

S-Pankin osalta lähin palvelupiste sijaitsee Haminassa. Onko S-Pankilla suunnitelmia laajentaa palvelua myös Virolahdelle, siitä ei ole tietoa julkisuudessa ollut.



Kuva 80 www.google.fi/ Kymenlaakso

Kymenlaakson maakunnassa asuu 179442 asukasta (Tilastokeskus 30.6.2015) OP Kymenlaakson toimialueeseen kuuluu Kouvolan kaupunki, Kotkan kaupunki, Pyhtään kunta, Haminan kaupunki ja Virolahden kunta. Miehikkälän kunnassa on itsenäinen Osuuspankki joka ei kuulu OP Kymenlaakson toimialueeseen. Iitin kunta siirtyy vuonna 2019 osaksi Päijät-Hämeen maakuntaa. Iitti kuuluu OP Päijät-Hämeen toimialueeseen.

OP Kymenlaakso on aloittanut toimintansa vuonna 2012 ja se muodostui viiden itsenäisen Osuuspankin fuusiosta. OP Kymenlaakson muodostivat Kouvolan Seudun Osuuspankki, Kotkan Seudun Osuuspankki, Kymijoen Osuuspankki, Haminan Seudun Osuuspankki ja Virolahden Osuuspankki. Pankin aloittaessa toimintansa, sillä oli yhteensä kahdeksan konttoria ja nyt viimeisen julkisuudessa esitetyn tiedon mukaan pankille jää kolme konttoria (Kaakonkulma -lehti 15.2.2018). Henkilökunnan määrä on supistunut 195 toimihenkilöstä 162 toimihenkilöön (OP Verkkosivut/ OP Kymenlaakso/ Tilinpäätös 2017). Samassa uutisessa, jossa ilmoitettiin konttorien lopettamisesta, todettiin myös Yt-neuvottelujen aloittamisesta, jossa tavoitellaan enintään 29 toimihenkilön vähentämistä.

Tätä kehitystä on ennen kaikkea ollut muokkaamassa asiakaskäyttäytymisen murros, markkinoiden murros ja tekninen murros eli digitalisaation vyöryminen finanssialalle.

Miten pankkien asiakkaat ovat sitten tämän muutoksen kokeneet ja ovatko muutokset olleet asiakasnäkökulmasta positiivisia, vai onko kehitys saanut aikaan myös negatiivisia asiakaskokemuksia.

Tutkimuksessa ja haastatteluissa esille nousseet keskeiset johtopäätökset ja niiden tulkinta

Positiiviset kokemukset ja odotukset

- Pankeilta odotetaan uusia palveluja, jotka helpottavat asiakkaan arkea pankkiasioiden hoidossa luotettavasti ja turvallisesti
- Ymmärretään pankkien näkökulma kehittää jatkuvasti uutta
- Kehitystä ei voi estää, jos pankit eivät kirjoita tulevaisuutta, sen tekee muut alalle vyöryvät toimijat ja kilpailijat
- Nuorissa tulevaisuus, heitä varten uusia digisovelluksia kehitetään
- Palvelut monipuolistuvat ja nopeutuvat sekä niiden saavutettavuus paranee.
- Pankkikonttoreissa on harvoin tarve käydä, pienentää kustannuksia ja säästää aikaa. Pankki aina mukana 24/7 (mobiilissa).
- Omien taloudellisten asioiden seuraaminen on helppoa ja vaivatonta.
- Hyvät esimerkit kannustavat ottamaan uusia digitaalisia palveluita käyttöön ja vertaistuen merkitys kasvaa entistä tärkeämmäksi. Monesti liian kaavamaisesti ajatellaan, että ikääntyminen muodostaa esteen oppia uusia asioita. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii eräs haastateltava, lähes yhdeksänkymppinen rouvashenkilö, joka oli vain päättänyt, että kyllä minä opin käyttämään uusia sovelluksia, kun siihen on todellinen tarve. Pankin lähikonttori oli supistanut palveluaikojaan ja muutenkin asioiden hoito tuotti vaikeuksia. Tytär asui kaukana ja hänen apuunsa ei voinut aina turvautua. Tällä esimerkillä halutaan kuvata asenteen merkitystä. Seniorikansalaisissa on paljon mahdollisuuksia, kun vain ne osataan oikein käyttää. Heidän mielipiteillään on suuri merkitys, kun kartoitetaan niitä todellisia ongelmia mihin arkielämän rutiinien hoitamisessa törmätään. Monesti toimitaan vähemmän rationaalisesti, vanhasta tottumuksesta, vaikka olisi olemassa järkevämpiäkin tapoja hoitaa esimerkiksi omia pankkiasioitaan. Vanhasta poisoppiminen jo sinällään luo uusia mahdollisuuksia.

Pankit valmistautuvat digitalisaation (op.media 12.3.2018) toiseen aaltoon. Ne hakevat säästöjä ja uusia toimintamalleja lohkoketjuteknologiasta. Hajautetun lohkoketjuteknologian avulla pankit voivat digitalisoida monia prosesseja, jotka vaativat paljon aikaa ja papereita sekä useita allekirjoituksia. Suomessa lohkoketjuja sovelletaan ensimmäiseksi asuntokaupassa.

- Digitalisaation toinen aalto - lohkoketjut nopeuttavat pankkipalveluja (op.media 12.3.2018). Tomorrow Laps rakentaa parhaillaan asuntokaupalle digitaalista toimintamallia. Hankkeessa on mukana viisi suomalaista pankkia. Sähköinen asuntokauppa olisi mahdollista vuodesta 2019 alkaen. Asuntokaupassa osapuolina ovat tyypillisesti ostaja, myyjä, ostajan pankki, myyjän pankki, verottaja, rekisterinpitäjä ja asunto-osakeyhtiö, jonka osakkeilla kauppaa käydään. Tomorrow Lapsin toimitusjohtaja Sami Honkonen toteaa, että palvelun on määrä olla valmiina vuonna 2019, kun suomalaisia asunto-osakkeita ryhdytään siirtämään sähköiseen rekisteriin. Sen jälkeen asuntokauppaa voidaan käydä verkossa, johon kaikki osapuolet voivat liittyä. Olemassa olevat järjestelmät sopeutetaan uuteen malliin. Edellä kuvatun toimintamallin mukaisesti myös pankit kehittävät rinnalla omia toimintamalleja.



Lainapäätös nopeasti jo asunonäytössä

OP pilotoi digitaalista asuntolainapalvelua, jossa asiakas voi saada mobiiliin asuntolainapäätöksen jo asunonäytön aikana. Päätös on tarjoajan osalta sitova, jos digilomakkeella lähetetyt tiedot ovat oikein ja vakuudet kunnossa (Kauppalehti 12.3.2018).

Negatiiviset kokemukset ja odotukset

- Pankkiasioiden hoito tulevaisuudessa haasteellista, jos ei omaa riittäviä digitaitoja tai ei ole välineitä siihen.
- Koneet syrjäytyvät ihmisten tekemän työn, aiheuttaa työttömyyttä, paikallisesti voi olla merkitystä.
- Henkilökohtaisuus katoaa, monelle seniorikansalaiselle tuttu ja turvallinen palveluneuvoja on ollut pankin kasvot ja siihen on luotettu. Myös se, että ei ole enää tuttua puhelinnumeroa, mihin voi soittaa, kun pankit ovat ulkoistaneet puhelinpalvelun erilliseen yhtiöön.
- Oman yhteyshenkilön puuttuminen koetaan selkeästi negatiiviseksi asiaksi ja sen koetaan myös madaltavan kynnystä vaihtaa pankkia, jos palvelu ei vastaa asiakkaan odotuksia.

Syvähaastattelututkimuksessa ja kyselytutkimuksessa oltiin hyvin laajasti huolestuneita varttuneemman väestön eli seniorikansalaisten kyvystä hoitaa omia taloudellisia asioitaan. Monen haastateltavan lähipiirissä oli henkilöitä joiden nettiasioiden hoitoon osallistuttiin. Tilanne koettiin haasteelliseksi sekä auttajan että autettavan näkökulmasta, kun palvelut karkaavat sinällään hyväkuntoisten ihmisten ulottumattomiin. Erityisesti sitä tunnetta, mikä koettiin itsenäisyyden menettämisestä, kuvattiin ikäihmisten ja heidän omaistensa keskuudessa hyvin ahdistavaksi. Varsinkin silloin, kun vanhus on hyväkuntoinen, niin fyysisesti kuin henkisestikin ja haluaisi hoitaa omia pankkiasioitaan.

Digitaalisten finanssipalveluiden turvallisuus puhuttaa

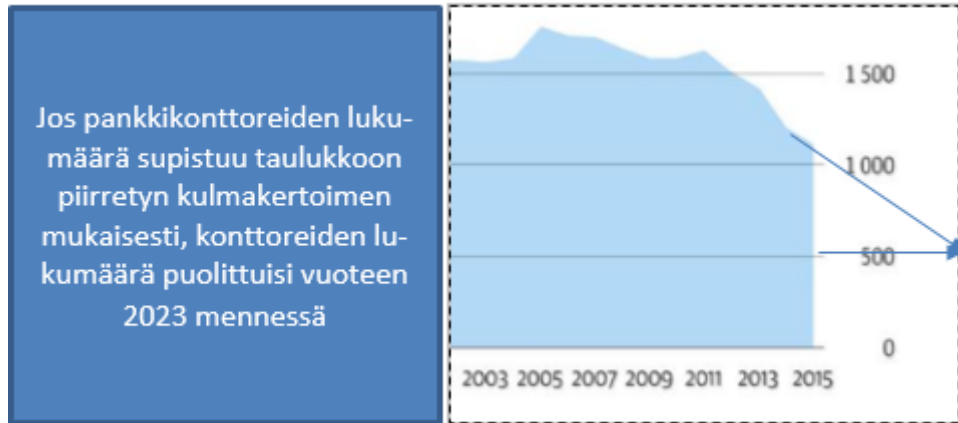
- Uusien digitaalisten palvelujen turvallisuutta korostettiin ja monessa tapauksessa epäluottamus uusiin digitaalisiin palveluihin esti niiden käyttöönottoa.
- Muiden kuin perinteisten pankkien tuottamiin uusiin palveluihin suhtauduttiin jossain määrin varauksella. Mitä nuoremasta käyttäjästä oli kyse, sen helpommin luotettiin myös muiden kuin perinteisten pankkien markkinoille tuomiin uusiin mobiilipalveluihin.
- Erityisesti ikääntyneiden pankkipalvelujen käyttäjät kyseenalaistavat pankkien oikeutta pakottaa kaikki kansalaiset käyttämään tietokonetta tai "älykännykkää" pankkipalveluissa. Monen haastatellun mielestä täytyy olla aina mahdollisuus myös henkilökohtaiseen pankkipalveluun. Välttämättä ei ole siitä kysymys, että ei olisi kykyjä ja taitoja käyttää uusimpia mobiiliin ladattavia sovelluksia, vaan ei haluta vaarantaa omaa tietoturvaa tai yksityisyyden suojaa. Esimerkiksi pankkitiedot koetaan hyvin arkaluontoisiksi ja useinkin iältään vanhempien käyttäjien osalta ei luoteta riittävästi uusimpiin digipalveluihin.
- Korttiyhtiö Visan tekemän selvityksen mukaan kuluttajat haluaisivat päästä eroon salasanaviidakosta ja samalla löytää kätevämmän tavan hoitaa tunnistautuminen sähköisiin järjestelmiin. Uudet biometriset tunnistustavat tekevät vahvasti tuloaan. Kuluttajille ainakin jonkin verran tuttuja menetelmiä ovatkin sormenjälki (65 %), ääni (41 %), kasvot 31 %, silmän skannaus (25 %), käytökseen (25 %) ja verisuoniin 14 %) perustuvat mittaukset (www.vertaansin.fi).

Konttoriverkoston supistuminen ja sen vaikutus asiakaskokemukseen

- Pankkikonttoreiden määrän vähentyminen koettiin haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa asiakaskokemuksena varsin negatiiviseksi. Erityisesti kannettiin huolta niistä seniorikansalaisista, jotka vielä tarvitsevat fyysisiä konttoripalveluita. Vallitseva kehitys (kuva 81) ennustaisi pankkikonttoreiden lukumäärän supistuvan viiteensataan

seuraavan viiden vuoden aikana. Oikeutetusti voidaan kysyä, että onko vallitseva kehitys liian nopeaa ja johtaako se todelliseen syrjäytymiseen ja kansalaisten eriarvoistumiseen.

Pankkikonttoreiden määrä supistui edeltäneen viiden vuoden aikana (2010-2015) noin viidellä sadalla ja kehitys on ennustettu jatkuvan edelleenkin, jopa kiihtyen.



Kuva 81 Ote kuvasta 5, Kauppalehti 12.8.2016 - pankkien konttorit katoavat, muokattu.

Tutkimuksissa on kuitenkin osoitettu, että vuonna 2017 Suomessa oli lähes 10 prosenttia pankkien asiakkaista sellaisia, joilla digivalmiudet eivät ole riittävät ja tästä syystä tarvitsevat vielä konttoripalveluita. Viimeistään nyt olisi selkeä sosiaalinen tilaus käydä arvokeskustelua pankkipalveluista ja niiden tavoitettavuudesta myös näiden kansalaisten osalta.

Selkeä havainto tässäkin tutkimuksessa on ollut pankkiryhmien ja yksittäisten pankkien osalta erilainen strategiavalinta tulevaisuuden kohtaamisessa. Suurimmat toimijat (Nordea, OP Ryhmä, Danske Bank) kehittävät vahvasti digitaalisia palveluita ja samanaikaisesti ovat supistaneet konttoriverkostoa, kun sen sijaan markkinaosuudeltaan pienemmät toimijat (Säästöpankit, POP Pankit, S-Pankki ja Handelsbanken) tukeutuvat vielä vahvasti omassa strategiassaan henkilökohtaiseen palveluun.

Ongelmana näiden pienempien pankkiryhmien osalta on kuitenkin konttoriverkoston kattavuus ja peitto koko maata ajatellen. Poikkeuksena on kuitenkin S-Pankki, joka omalla verkkosivullaan ilmoittaa konttoreidensa lukumääräksi noin tuhat (<https://www.s-pankki.fi/fi/toimipaikat/>)

10 JATKOTUTKIMUKSET JA RATKAISUEHDOTUKSET

Elämme sähköisen asioinnin vahvaa kehityskaarta, jossa muutoksen suunta on selvä ja ongelmat voidaan hahmottaa suureksi yhteiskunnalliseksi murrokseksi. Tämä voi johtaa todelliseen kansalaisten eriarvoistumiseen. Ennen kaikkea tämä on nähtävä laajempaan kysymyksenä kuin pelkästään taloudellisten asioiden hoitoon liittyvänä osa-alueena. Kansalaisten digitaidot ja niiden kehittäminen on oltava toiminnan keskiössä ja siihen työhön osallistuminen jo yhteiskuntavastuun näkökulmasta on perusteltua, puhuttiinpa sitten julkisen sektorin toimijoista tai yrityksistä kuten pankeista.

Jatkotutkimuksen avulla toivottavasti pystytään löytämään keinoja tämän eriarvoistumiskehityksen pysäyttämiseksi eli mitkä ovat ne todelliset ongelmat, mihin arkielämän toiminnoissa törmätään. Tämän opinnäytetyön ja tutkimuksen eräänä merkittävänä johtopäätöksenä voidaan jakaa se huoli mikä on noussut esille kansalaisten kyvystä selviytyä digitaalisessa maailmassa. Voidaan hyvin puhua uhkasta itsemääräämisoikeuden kaventumiseen taloudellisten asioiden hoidossa. Erityisesti seniorikansalaisten osalta on mielletty hyvä taloudellisten asioiden hoito ja hallinta osaksi omaa identiteettiä.

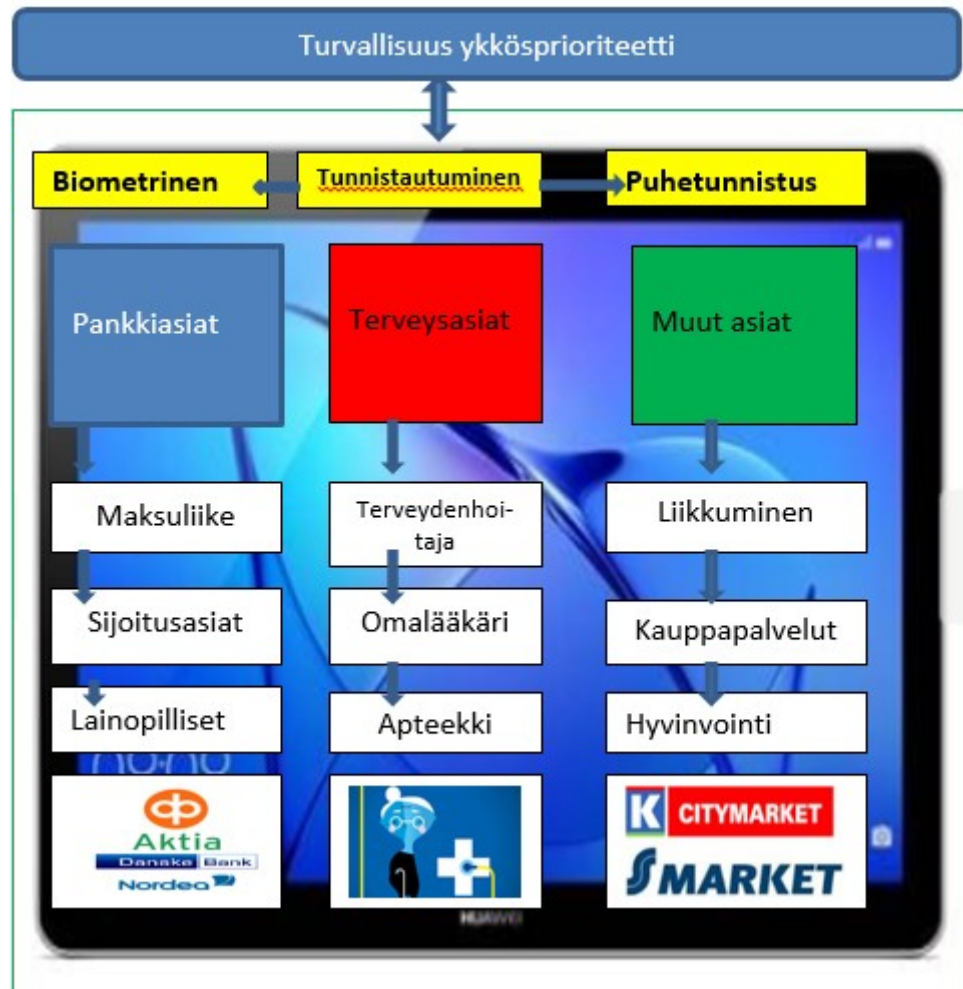
Ne pankkien asiakkaat (yli 10 prosenttia), jotka joltain osin tai kokonaan ovat jäämässä kehityksen kelkasta, muodostavat erityisryhmän, josta ei tällä hetkellä mikään tahon tunnu kantavan erityistä huolta. Tämä havainto perustuu tässä opinnäytetyössä suoritettuihin haastatteluihin ja julkisuudessa esiintyneeseen uutisointiin. Tässä kohtaa on otettava esille myös yhteiskuntavastuun laajempi tulkinta. Erityisesti vielä sitä taustaa vasten, että julkisuudessa olleiden tietojen mukaan pankit tekevät edelleenkin hyvää tulosta ja mahdollistaisi täten ottaa huomioon paremmin niiden asiakkaiden tarpeet, jotka eivät omaa riittäviä valmiuksia kohdata uutta älyteknologiaa. Huolimatta siitä, että pankit joutuvat varautumaan tulevaisuudessa entistä kovempaan kilpailuun asiakkaista (uudet toimijat rantautuvat toimialalle), niin tämän erityisryhmän (digisyryjäytyneet) huomioiminen lisäisi pankkien arvostusta vastuullisena toimijana.

Senioritabletti ja sen kehittäminen

Tutkimuksessa selkeäksi johtopäätökseksi muodostui, että on syntymässä digisyryjäytyneiden joukko, jotka eivät omaa valmiuksia kohdata digitaalisuutta tai älyteknologiaa. Tutkimuksessa ja haastatteluissa erottui kolme selkeää ryhmää: ne joilla ei ole siihen tarvittavaa teknologiaa, niitä jotka eivät halua käyttää älyteknologiaa hyväksi (asenteellista) tai ne joilla on olemassa jokin rajoite (fyysinen, henkinen). Tämä joukko ei ole suinkaan vähäinen, sillä 400 000 - 500 000 suomalaista kokee kuuluvansa tähän joukkoon. Digisyryjäytyminen on noussut vahvasti keskusteluun myös muilla elämän osa-alueilla kuin finanssialalla. Yhtenä ratkaisuna tähän ongelmaan voisi olla kuvassa (77) mallinnettu ns. Senioritabletti. Tämän tyyppisiä ratkaisuja toivoi myös moni haastateltava tutkimuksen yhteydessä. Ratkaisuehdotus perustuu niihin käytännön ongelmiin, joihin pankkipalveluiden mobiilikäytössä on törmätty: näkökykyrajoitteet,

luottamus mobiilin turvallisuuteen, kännykän liian pieni koko tai nykyisten tablettien liiallinen käyttöjärjestelmäpohjaisuus (toimintojen yksilöinti vaikeaa). Pelko myös siihen, että näppäilee tarvittavan tiedon väärin ja omat tiedot "vuotaa" väärin käsiin. Haastattelujen yhteydessä tätä seikkaa korostettiin monesti.

Senioritabletin "prototyypin" kuvassa 82

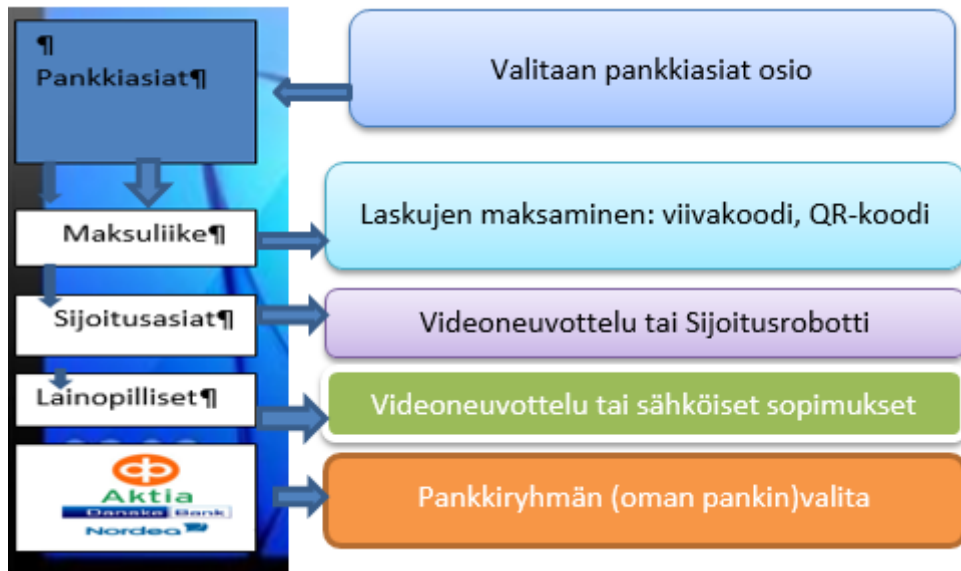


Kuva 82 Mallitabletti - oma suunnittelu (2018)

Tabletin käytön havainnollistaminen

Käyttäjä valitsee sen aihealueen mitä haluaa käyttää ja missä haluaa operoida. Liikkuminen valikoissa tapahtuu käyttäjän mieltymyksen mukaisesti, joko kaukosäädintekniikalla (sama logiikka kuin TV:ssä) tai hipaisutekniikalla niin kuin "äly" kännykässä.

Käyttäjän tunnistus: biometrinen tai puhe-tunnistus



Kuva 83 Mallitabletti -oma suunnittelu

Kuvassa 82 ja 83 esimerkin avulla on konkretisoitu teknisen laitteen toimintaperiaatetta, miltä pohjalta voitaisiin kehittää ns. Senioritabletti.

Senioritabletin avainsanat:
turvallisuus, helppokäyttöisyys, yksilöllisyys, vuorovaikutus (video).

Tabletin käyttäjä hallinnoi laitteella kaikkia niitä elämänosa-alueita ja tarpeita, mitkä jokaisen yksilön kannalta ovat välttämättömiä ja tarpeellisia.

- Ravitsemukseen ja terveyteen liittyvät asiat
- Liikkuminen ja niihin liittyvät palvelut
- Pankki- ja lainopilliset palvelut
- Harrastuksiin liittyvät palvelut

Kehitystyön keskeiset tavoitteet

- Tabletti ja siihen asennettavan ohjelman suunnittelu lähtee turvallisuus edellä. Asetetaan tietoturvaso / yksityisyydensuoja riittävälle tasolle (Tekniikka on olemassa, jos sitä halutaan käyttää).
- Käyttö on loogista ja helppoa (vrt. Television kaukosäädin tai hipaisutekniikka).
- Tuotteen lanseeraus tapahtuisi julkisen palvelusektorin kautta. Tällä tavoin mahdollistetaan laaja saavutettavuus niin maantieteellisesti kuin myös tasa-arvon näkökulmasta.
- Valtiovarainministeriön Auta -hankkeessa on mm. määritelty niitä tahoja, joissa edesautetaan kansalaisten digitaalisten taitojen kehittämistä (kaupunkien ja kuntien kirjastot, yhteispalvelupisteet). Samalla kun kehitetään kansalaisten digitaalisia taitoja, voidaan samalla esitellä uusia

innovatiivisia laitteita kansalaisten käyttöön (oma laite tai vuokraus). Tuotteen kaupallistaminen tapahtuu vasta sen jälkeen, kun on saatu riittävä näyttö järjestelmän toimivuudesta ja turvallisuudesta.

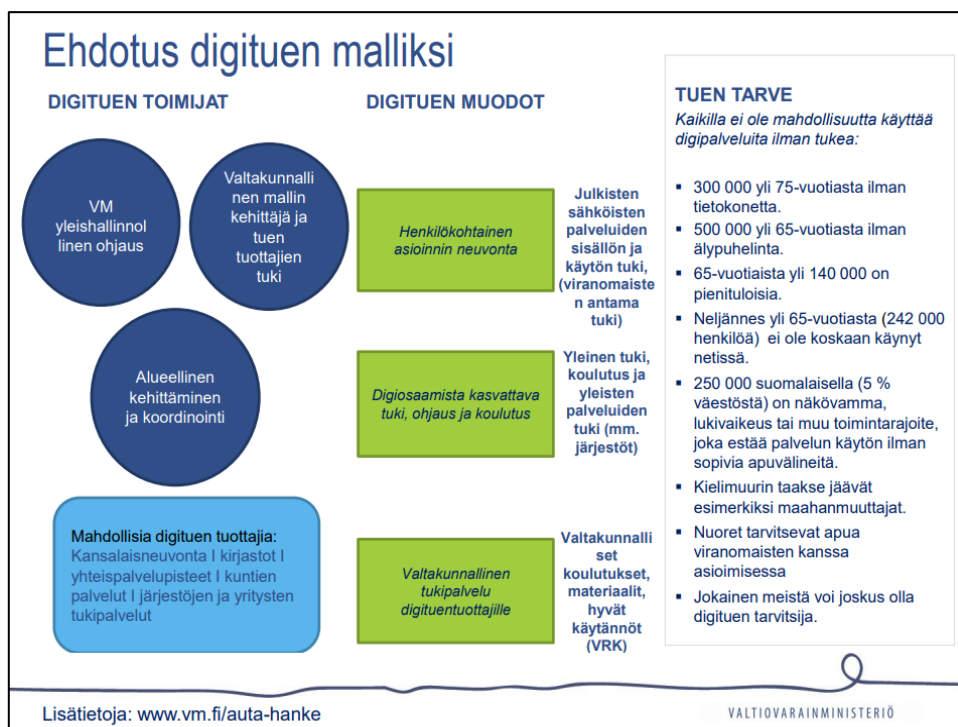
Digitalisoidaan julkiset palvelut oli vuonna 2015 pääministeri Sipilän hallitusohjelman yksi kärkihankkeista.

Valtiovarainministeriö asetti 1.7.2016 AUTA-hankkeen kehittämään sähköisen asioinnin tuen toimintamallia. Hanke kesti vuoden 2017 loppuun. AUTA-hankkeen projektiryhmä tuotti digituen toimintamalliehdotuksen, johon Valtiovarainministeriö pyysi eri tahoilta lausuntoa 5.3.2018 mennessä.

Tavoitteena on rakentaa julkiset palvelut käyttäjälähtöiseksi ja ensisijaisesti digitaalisiksi. Tähän liittyen tavoitteeksi asetettiin myös auttaa niitä kansalaisia, jotka eivät ole tottuneet tai eivät kykene käyttämään digitaalisia palveluita.

Ehdotus digituen malliksi on esitetty kuvassa 84. Aihe on erittäin ajankohtainen ja osuu hyvin yhteen tässä opinnäytetyössä käsitellyn aiheeseen ja ennen kaikkea teemaan digisyrjäytyminen. Tämä teema haastaa vahvasti myös suomalaiset pankit: mikä on pankkien rooli digisyrjäytymisessä, kuinka pankit toteuttavat yhteiskuntavastuuta omassa strategiassaan. Mielenkiintoista on myös seurata, että syntykö pankkiryhmiä välille selkeitä eroja niiden asiakkaiden huomioimisessa, mitkä eivät omaa riittäviä taitoja ja kykyjä käyttää uusia digipalveluja.

Ehdotus digituen toimintamalliksi (kuva 84) konkretisoi sitä työtä mitä valtiovarainministeriön Auta - hankkeen avulla on tarkoitus käynnistää.



Kuva 84 www.vm.fi/auta-hanke, 2017

On varsin puhuttelevaa tarkastella kuvassa 84 esille tuotuja lukuja niiden kansalaisten määrästä, joita uhkaa syrjäytyminen nyt ja tulevaisuudessa. Tulevathan digipalvelut olemaan entistä enemmän arkipäivää kaikissa niissä toiminnoissa mihin päivittäin törmäämme. 300 000 yli 75-vuotiasta ilman tietokonetta, 500 000 yli 65-vuotiasta ilman älypuhelinta, neljännes yli 65-vuotiasta (242 000 henkilöä) ei ole koskaan käynyt netissä. 250 000 (5 % väestöstä) suomalaisella näkövamma, lukivaikeus tai muu toimintarajoite, joka estää palvelun käytön ilman sopivia apuvälineitä. Kielimuurin taakse jäävät esimerkiksi maahanmuuttajat. Myös nuoret tarvitsevat apua viranomaisten kanssa asioimisessa. Ja mikä tärkeintä: jokainen meistä voi olla digituen tarvitsija jossain elämänsä vaiheessa.

Edellä kuvattu valtionvarainministeriön Auta - hanke on äärettömän tärkeä lähtölaukaus sille tulevaisuuden työlle, jotta kansalaisten yhdenvertaisuus toteutuisi lain edellyttämällä tavalla. Hankkeella pyritään katkaisemaan nyt jo havaittavissa oleva eriarvoistumiskehitys.

On myös huomattava se seikka, että eriarvoistumisen vaara koskee yhtä lailla aktiivivityöiässä olevia, kuin työelämästä eläkkeelle siirtyneitä.

Internetin ulkopuolelle jääneiden mahdollisuudet saada yhteiskunnan palveluita ovat heikentyneet selvästi. Turun yliopiston taloussosiologian professori Pekka Räsänen pelkää, että osa väestöstä kokee digisyrjäytymisen. Digisyrjäytynyt on ihminen, joka ei osaa käyttää aikaa ja rahaa säästäviä digitaalisia sovelluksia tai asioida sähköisesti (Aamulehti, 2017).

11 YHTEENVETO

Tutkimusaineiston ja viitekehyksen vuoropuhelulla halutaan nostaa keskusteluun uusia näkökulmia, jotka herättäisivät vastuulliset toimijat pohtimaan keinoja, mitkä vastaisivat myös niiden kuluttajien tarpeisiin, jotka eivät hallitse tulevaisuuden digimaailmaa. Palveluilla on kysyntää, kun vain ollaan valmiita niitä luomaan eli jos ei ole palveluita, niitä ei kysytä - jos on palveluita, niitä kysytään.

Tutkimusmatka tutkimussuunnitelman laatimisesta (1/2014) opinnäytetyön valmistumiseen on ollut pitkä ja vaiherikas. Välillä oli pakko pysähtyä ja miettiä tutkittavaa aihepiiriä, onko se relevantti, ajankohtainen ja myös yhteiskunnallisesti merkittävä sekä antaisiko tutkimus uusia avauksia finanssitoimialan tulevaisuuden näkymiin. Toisiko tutkimus myös uutta näkökulmaa siihen, miten pankkien asiakkaat kokevat vallitsevan kehityksen omassa arjessaan. Taloudellisten asioiden hyvä hallinta on ollut aina suomalaisille kuluttajille kunnia-asia, mutta myös tärkeä osa itsensä määräämisoikeutta. Itsenäisyyden menettäminen koetaan erityisesti ikäihmisten kohdalla varsin ahdistavaksi kokemukseksi. Varsin puhutteleva esimerkki oli tutkimuksen syvähaastattelussa esille noussut yksityiskohta, kun haastateltava kertoi valvovansa aina edellisen yön, kun joutuu seuraavana päivänä kaupassa asioidessaan hoitamaan ostoksensa pankkikortilla (pelkona ettei muista tunnuslukua tai näppäilee sen väärin). Tämän tyyppisiä esimerkkejä tutkimuksen yhteydessä ilmeni useita ja omalta osaltaan kertoo siitä, että emme ole minkään vähäpätöisen asian kanssa tekemisissä.

Pankkeihin luotetaan edelleenkin vahvasti ja nähdään, että toimiva ja luotettava pankkijärjestelmä on osa yhteiskunnan peruspilareista. Sama pankkisuhde on monenkin asiakkaan osalta kestänyt läpi elämän ja ollut vahvasti myötävaikuttamassa siihen luottamuksen mikä pankkeihin vieläkin on olemassa. Vallitseva pankkien rakennekehitys on vahvasti muuttamassa tätä suhdetta. Vahva luottamus pankkiin on monesti henkilöitynyt ja sen kautta ollaan oltu valmiita samaistumaan myös pankin arvoihin. Rakennekehityksellä saavutetaan pankkien tehokkuuden ja kannattavuuden näkökulmasta aikaan hyviä asioita, mutta otettaessa tarkastelukulmaksi asiakasnäkökulma, niin tehokkuuden tavoittelulla saatetaan menettää osa vahvasta vuorovaikutuksesta, mikä on ollut pankin ja asiakkaan välillä. Vahva "liima", joka on yhdistänyt asiakasta ja pankkia kohtaamaan tulevaisuus aina sen vaatimalla tavalla, on havaintojen perusteella selkeästi laimenemassa. Silloin, kun suhde pankkiin on muuttumassa kasvottomaksi, niin asiakkaan ja pankin intressit ei välttämättä kohtaa. Mihin tämä sitten voi johtaa? Ainakin siihen, että asiakassuhde sirpaloituu ja jakautuu usean eri toimijan kesken. Tämänkin tutkimuksen haastattelut antoivat jo viitteitä tulevasta, kun asiakassuhde pankkiin oli muuttunut läheisestä normaaliksi. Tutkimustulokset vahvistavat tämän käsityksen, että asiain keskittämistä ainoastaan yhteen pankkiin, ei enää pidetty niin merkityksellisenä.

Finanssialan rakennekehitys ei ole uusi ilmiö. 1990 -luvun alussa koettiin konttoriverkoston raju alasajo (pankkikriisin seurauksena puolet pankkien

konttoreista katosi). Tämän hetken kehitys suomessa ennustaa samaa: tulevien vuosien aikana konttoriverkosto supistuu voimakkaasti ja uutena ilmiönä voidaan haastaa koko pankkien olemassa olon oikeutus. Onneksi ollaan kuitenkin päätyvässä lievempään ilmaisuun: pankki tarvitsee asiakkaita, mutta asiakkaat eivät aina tarvitse pankkia. Jos ennustettu rakennekehitys toteutuu, pankkikonttoreiden lukumäärä vähenee noin viiteensataan nykyisestä noin tuhannesta konttorista seuraavan 5-10 vuoden aikana. Tämä kehitys ei voi olla näkymättä palveluiden heikkenemisenä ennen kaikkea haja-asutusalueella. Vaikeaa on myös nähdä, että kehitys kansalaisten digitaadoissa pysyisi tässä vauhdissa. Vääjäämättä se on johtamassa tässä tutkimuksessa fokuoituun digisyrjäytymiseen.

Rakennekehityksen myötä jää tyhjiilleen hyväkuntoisia pankkikiinteistöjä, joille ei ole helppo löytää järkevää käyttöä. Huomionarvoista on myös se, että kiinteistöissä on verkkoturvallisuuden näkökulmasta hyvä ja käyttökelpoinen tietoverkko (intranet). Tuleva käyttö ratkaisisi sitten sen, miten se olisi hyödynnettävissä ja mihin ulkoiseen palvelimeen se yhdistettäisiin.

Missä tapauksissa näitä vapautuvia kiinteistöjä voitaisiin käyttää uudelleenlaiseen toimintaan, niin tämä olisi joka tapauksessa järkevää selvittää. Yhtenä vaihtoehtona nousee esille kunnallinen päivätoimintakeskus. Tämän tyyppisiä esimerkkejä valtakunnassa on jo toteutettu. Näissä toimintakeskuksissa olisi mahdollisuus toteuttaa hyvinkin erityyppisiä palveluita. Suunnittelun lähtökohtana pitää olla kuitenkin asiakaslähtöisyys eli jos on tarvetta henkilökohtaiselle palvelulle, niin se myös luodaan. Tämä konsepti tarjoaisi myös pankeille mahdollisuuden tarjota rajoitettuja pankkipalveluja (suhteutettaisiin kysyntään) esimerkiksi kerran viikossa. Tämä parantaisi pankkien julkisuuskuvaa vastuullisena toimijana niitä asiakkaita kohtaan, jotka eivät pysty hyödyntämään sähköisiä palveluita.

Mitkä seikat ovat sitten johtaneet digisyrjäytymiseen: ongelma on hyvin moniulotteinen. Asenteilla on oma vahva roolinsa, ei vaan haluta opetella uusia tapoja toimia, pitäydytään vanhoissa keinoissa, vaikka ne ovatkin monesti vaivalloisia ja aikaa vieviä (jonotetaan, vaikka asian voisi hoitaa sähköisesti). Monelle se on myös taloudellinen kysymys, laitteet maksavat ja myös niiden käyttö. Henkilön ikä ei ole missään ratkaisevassa roolissa estämässä digipalveluiden yleistymistä, eikä ainakaan ole ainoa ratkaiseva tekijä siihen. Ikä korreloi paremminkin sitä, kuinka luotetaan uusiin järjestelmiin ja ennen kaikkea uusiin toimijoihin, jotka vyöryvät markkinoille.

Sitä taustaa vasten, että uutisvirrassa kuluttajia jatkuvasti informoidaan ja varoitetaan erilaisista uhkakuvista, jotka finanssialan kehityksessä kohdistuu turvallisuuteen ja ennen kaikkea niihin uusiin tapoihin, joita on otettu käyttöön maksuliikkeen hoidossa. Ymmärretään kyllä uusien mobiilisovellusten helppous ja vaivattomuus, mutta luottamus niiden turvallisuuteen on edelleenkin käyttöönoton suurin este.

Suomessa tehdään joka kuukausi satoja rikosilmoituksia esimerkiksi identiteettivarkauksista. Jatkuvat varoitukset sähköpostiviestien sisältämistä virhesivustoista, jotka voivat johtaa taloudellisiin menetyksiin.

Joka viikko saamme lukea erilaisiin maksutapahtumiin kohdistuneista väärinkäytöksistä. Tämän tyyppiset uutiset ovat omalta osaltaan heikentämässä sitä luottamusta, joka edes auttaa uusien digitaalisten palveluiden käyttöön ottoa. Finanssialan toimijoilla eli tässä tapauksessa pankeilla on ensisijainen vastuu uusien pankkisovellusten turvallisuudesta. Tehtävä ei ole helppo, kun kilpailevia tuotteita esimerkiksi maksuliikkeen hoitoon rantautuu pankkien perinteiselle toimialueelle melkoista vauhtia. Asiakkaiden kannalta tilanne on hyvin hämmentävä ja aiheellinen kysymys onkin se, että kestäkö valvonta ja lainsäädäntötyö tässä kehityksessä mukana.

Tätä taustaa vasten on helppo ymmärtää, että uusien toimijoiden rantautuminen finanssitoimialalle aiheuttaa epävarmuutta niin perinteisissä pankeissa kuin pankkien asiakkaissakin. Perinteisillä pankeilla kuitenkin käytettävissä valtava määrä asiakasdataa, jonka pohjalta voidaan luoda uusia asiakastarpeita ja näin välttää laajamittaiset asiakasmenetykset uusille toimijoille. Jos pankin palvelu ja tuotteet vastaa odotuksia, niin silloin viime kädessä ratkaisun uusien palveluiden käyttöönotosta tekee palvelun käyttäjä eli pankin asiakas.

Pankkitoiminta on kohdannut valtavan muutosten vyöryn viimeisten 30 vuoden aikana. Ensin muutosten ajurina oli tietotekninen kehitys ja nyt vallitsevan kehityksen moottorina on ollut digitalisaatio. Seuraavaa aaltoa hallitsee älyteknologia, joka on jo tänä päivänä vahvasti esillä. Varsinaista läpimurtoa odotetaan sen jälkeen, kun 5G-verkot ovat laajamittaisesti käytössä. Tiedonsiirron määrä ja nopeus kasvaa huimasti ja täten mahdollistaa entistä älykkäämpien sovellusten kehittämisen. Tämä tulee mullistamaan meidän jokaisen elämää, puhuttiinpa pankkitoiminnasta, asioiden ja esineiden internetistä (IoT) tai terveytemme liittyvistä asioista.

Tätä taustaa vasten pankkien on pakko miettiä olemassaolonsa perusteita, kun asiakkaat voivat hoitaa lähes kaiken asiointinsa internetin välityksellä missä ja milloin tahansa.

Kooltaan pieniä, mutta vielä lukumääräisesti paljon toiminnassa olevia osuuspankkeja kamppailee uudenlaisten paineiden alla. Vaikka vahvat taseet ovat turvana, niin perinteinen liiketoiminta (korkokate) ei turvaa kannattavaa liiketoimintaa pitkällä aikajänteellä. Pieniä pankkeja rasittaa myös voimakkaasti lisääntynyt säätely, joka kuluttaa vahvasti toimivan johdon voimavaroja. Suuremmissa yksiköissä tähän byrokratian hoitoon on mahdollista palkata erikseen henkilöstöä. Sama koskee erityisasiantuntija-palveluita, joita pienemmät pankit joutuvat ostamaan samaan pankkiryhmään kuuluvilta suuremmilta toimijoilta (varallisuuden hoitopalvelut).

Vuosituhanen vaihteessa oli itsenäisiä osuuspankkeja vielä noin 200 ja vuoden 2016 lopussa osuuspankkeja oli 173. Rakennekehitys ollut todellisuudessa vielä nopeampaa, koska OP-ryhmään on palannut kymmenkunta siitä aikaisemmin irtautunutta POP-pankkia.

Digipalveluiden vyöryessä entistä voimakkaammin finanssialalle, on varsin epätodennäköistä, että mikään pankkiryhmä Suomessa palaisi enää niin sanotusti "lähtöruutuun" ja alkaisi laajamittaisesti kasvattamaan konttoriverkostoa.

Voidaan toki ennustaa sitä, minkälainen pankki menestyy parhaiten seuraavalla vuosikymmenellä: Tämänkin tutkimuksen valossa voidaan hahmottaa kuva "mallipankista". Se on pankki, joka parhaiten pystyy yhdistämään henkilökohtaisen palvelun ja digitaalisen palvelun asiakkaan lähtökohdat ja odotukset huomioon ottaen.

Ovatko Suomalaiset pankit sitten hereillä, mitä maailmalla tapahtuu ja mitkä ovat uusimmat kehitystrendit.

Capital One -pankki USA:ssa on yksi ensimmäisistä keskustelevista pankeista. Se tarjoaa Amazon Alexan kautta asiakkailleen mahdollisuutta muun muassa tarkastaa tilin saldoa tai maksaa laskuja juttelemalla - sormeakaan liikuttamatta. Asiakkaan tarvitsee vain linkittää pankkitilinsä kotona olevaan Echo-laitteeseen (olisiko tämä sitten tässä tutkimuksessa aikaisemmin kuvattu senioritabletti). Sen jälkeen pankki kirjaimellisesti tottelee asiakkaansa ääntä (puhetunnistus).

Asiakkaat ovat jo tottuneet netti- ja mobiilipankkeihin, mutta nyt jo näkyvä digipankkien kolmas aalto, joka on viestisovelluksen sisällä toimiva keskusteleva pankki. Näkevä ja kuuleva teknologia, entistä suosittuimpien viestisovellusten ympärille kasvavat ekosysteemit sekä tekoälyn huima kehitys tuovat käyttöömmme personoidut, täysin digitaaliset pankkiassistentit, joille voi jutella ajasta ja paikasta riippumatta (Talouselämä/ Accenture 20.3.2018).

Carpe diem eli "tartu hetkeen" on hyvä ohjenuora pankeille viimeistään nyt aloittaa avoin vuoropuhelu asiakkaiden kanssa ja erityisesti niiden asiakkaiden, jotka ovat vaarassa syrjäytyä nykyisestä digimaailmasta. Se työ vaatii henkilöresursseja ja aikaa, mutta pitkässä juoksussa se kannattaa. Sen lopputuloksena on tyytyväiset asiakkaat ja hyvin menestyvä pankkitoiminta, joka on toimivan yhteiskunnan perusta ja kulmakivi.

Kolumnissaan 23.3.2018 Jyrki J.J. Kasvi totesi, että miljoonaa suomalaista uhkaa syrjäytyminen digitaalisesta yhteiskunnasta. Peruspalvelut pankista ruokakauppaan ja Kansaneläkelaitoksesta verohallintoon edellyttävät tietotekniikan käyttöä. Viidesosalle väestöstä on vielä tarvetta ylläpitää rinnakkaista palvelutuotantoa (Tivi.fi, 2018).

Loppukaneetiksi voisi lainata Ylen uutisissa 29.1.2017 tietokirjailija Jani Kaaroa, joka kolumnissaan kirjoitti Irlannin suuresta pankkilakosta vuodelta 1970 seuraavasti: Toukokuussa 1970 Irlannissa alkoi suuri pankkilakko. Yhdessä yössä 85 prosenttia Irlannin pankkireservistä oli poissa pelistä. Taloustieteilijät olivat suorastaan kauhuissaan.

Kansantalouden verisuonet olivat tukittu. Ihmiset hamstraisivat rahojaan. Kauppa tyrehtyi. Työttömyys räjähtäisi.

Lakko kesti puoli vuotta. Mitä Irlannin taloudelle tapahtui? Ei paljon mitään. Irlannin keskuspankin yhteenvedossa todettiin, että Irlannin talous pysyi yllättävän vahvana yllättävän pitkään vaikka pankit eivät toimineet.

Miten ihmiset sitten selvisivät? Ihmiset keksivät oman rahan. He kirjoittivat toisilleen shekkejä, jotka toimivat rahana, mutta niitä ei voinut lunastaa pankista. Pankkien paikalle välimiehiksi tulivat irlantilaiset pubit: ne tunsivat asiakkaansa ja tiesivät onko asiakkaalla luottokelpoisuutta.

Näin elämä jatkui vihreällä saarella. Puolen vuoden aikana Irlannin taloudessa kiersi kotitekoista rahaa viiden miljardin punnan edestä ja tämän kierron takaajana toimivat maan 11000 pubia. Moni varmasti kyselikin tuolloin itseltään mihin pankkeja ylipäänsä tarvitaan.

Kun irlantilaiset pääsivät hetkeksi irti rahataloudesta, he huomasivat, että elämä ei ollutkaan niukkaa. Ihmiset löysivät toisenlaisen rikkauden, jonka lähtökohtana on, että paras turva meillä on toisissamme.

Olisiko tässä vahvaa opetusta tähän päivään, jos talouselämässä tapahtuisi jotain odottamatonta. Esimerkiksi globaali tietoverkkojen lamaanus tai vastaava digikatastrofi, niin kyllä kansalaiset kehittäisivät uusia toimintatapoja selvitä.

Hyvänä esimerkkinä toimii Sysmän kunnan idea ottaa oma raha käyttöön eli "Sysmi", jolla voi maksaa palveluista kunnan sisällä. Melkoista luovuutta edistää kunnan omien palveluiden käyttöä ja samalla markkinoida kuntaa omaleimaisuutta korostaen.

LÄHTEET

Aamulehti, 2017 - digisyrjäytyminen. Räsänen P. Viitattu 8.1.2017.
<https://www.aamulehti.fi/kotimaa/osa-vaestosta-uhkaa-digisyrjaytya-arsyttaa-kun-lopuksi-sanotaan-etta-katso-netista-lopun-24189399/>

Accenture.com/ media, 2017 - pankit vahvoilla, kun markkina avautuu uusille palvelun tarjoajille. Viitattu 30.8.2017.
<https://www.accenture.com/fi-en/company-news-release-research-traditional-banks-market>.

Accenture's raportti, 2015 -Digital Disruption Nordic Retail Banking. Viitattu 15.9.2017.

Accenture, 2015. New market entrants. Viitattu 24.9.2015
<file:///F:/Accenture-Digital-Disruption-Nordic-Retail-Banking-Study.pdf>.

Accenture.com/ Pankit tutkivat lohkoketjuteknologian mahdollisuuksia.
<https://www.accenture.com/fi-en/company-news-release-banks-possibilities-payments>. Viitattu 14.11.2017

Accenture/ Thomas Brand, 2017 - Kolmasosa ei usko tarvitsevansa pankkeja viiden vuoden päästä. Viitattu 29.5.2017.
<http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/accenture/kolmasosamilleniaaleista-ei-usko-tarvitsevansa-pankkeja-viiden-vuoden-paasta-6601197>

Aho, E, 2017. Yle Aamu-Tv. Viitattu 28.11.2017.

Alasuutari P, Laadullinen tutkimus 2.0, e-kirja, 2012. Viitattu 13.11.2017

CGI, 2016. Experience the commitment. Kuluttaja määrittää digitalisaation suunnan.
<https://www.cgi.fi/blogi/kuluttaja-maarittaa-digitalisaation-suunnan-myos-finanssialalla>. Viitattu 2.5.2016.

CGI, 2017. Banking and financial markets - Empowering banks in a digital-first world.
Pankin suojaaminen digitaalisessa maailmassa. Viitattu 22.2.2017.
<https://www.cgi.com/en/financial-services/banking-and-financial-markets/financial-consumer-survey?>

Dahlberg, T. 2016. Talous ja Yhteiskunta 2/2016, artikkeli. Suomalaisten pankkien digitaalinen edellä kävijyys syntyi yhteistyöllä. Viitattu 2/2016.
<http://www.foggara.fi/wp-content/uploads/2016/05/ty22016DahlbergHalen.pdf/>

EPSI Finland, 2016 -Pankki ja Rahoitus. Viitattu 3.10.2016
<http://www.epsi-finland.org/report/pankki-ja-rahoitus-2016/>

Eskola, J. 2007. Teemahaastattelututkimuksen toteuttamisesta. Tampere: Vastapaino

Eskola, J & Suoranta, J 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino

Eskola, J. & Vastamäki, J 2010. Teemahaastattelu: opit ja opetukset

ETLA Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, Raportti 2015 - Suomalainen teollinen internet -haasteesta mahdollisuudeksi. Viitattu 5.1.2015.
<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Raportit-Reports-42.pdf>

FA/Finanssiala ry,2015. Viitattu 9.3.2018.
http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyva_pankkitapa.pdf, 2015.

FA Finanssiala ry, 2015. Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla - tutkimus. Viitattu 2.6.2015.
http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf.

FA Finanssiala ry, 2015. Nuorten näkemykset. Viitattu 3.6.2015.
http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Yhteinen_matka_esitysaineisto.pdf.

FA Finanssiala ry, 2015. Yhteinen matka - Finanssiala. Viitattu 3.6.2015
http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf

FA Finanssiala ry,2017.Viitattu 6.6.2017
<http://www.finanssiala.fi/materiaalipankki/tutkimukset/Sivut/default.aspx>.

FA Finanssiala ry, 2017. Ikääntyneetkin suosivat verkkopankkia. Viitattu 26.9.2017
<http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Ikaantyneetkin-suosivat-verkkopankkia.aspx>

FA Finanssiala ry, 2017. Säästäminen, luotonanto ja maksutavat. Viitattu 8.6.2017
http://www.finanssiala.fi/materialit/SLM_2017_Tutkimusraportti.pdf)

FA Finanssiala ry, 2017 - Säästäminen, luotonäyttö ja maksutavat. Viitattu 8.6.2017.
http://www.finanssiala.fi/materialit/SLM_2017_Tutkimusraportti.pdf.

FA Finanssiala ry, 2017 - Verkkopankin käyttö siirtyy mobiiliin. Viitattu 8.6.2017.
http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/SLM_tutkimus.aspx

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo. Viitattu 14.11.2017

Fine - Vakuutus- ja rahoitusneuvonta, 2017. Viitattu 4.1.2017.
<https://www.fine.fi/ajankohtaista/uutinen/mita-ovat-peruspankkipalvelut.html>

FINVA - Aalto Yliopisto, 2017/ Virtuaalinen työ puhuttaa finanssialaa. Viitattu 6.4.2017.
<https://www.finva.fi/virtuaalinen-tyo-puhuttaa-finanssialaa/>

FUTURELAB Finland, 2017. Asiakaskokemuksen trendit 2017. Viitattu 23.1.2017.
<https://www.futurelab.fi/asiakaskokemuksen-trendit-2017/>

Hanhilahti, M. 2018. Kaakonkulma -lehti. Viitattu 15.2.2018

Heinonen O, 2014. Yhteiskuntavastuun merkitys suomalaisten pankkien maineelle. Jyväskylän Yliopisto, Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma. Viitattu 9.3.2018

Helsingin Sanomat/ talous/ <https://www.hs.fi/talous/art-2000005408658.html>. Op-ryhmästä häviää tuhansia työtehtäviä lähivuosina. Viitattu 14.10.2017.

Helsingin Sanomat, 2017. Pankit ottavat käyttöön rahan siirron tililtä toiselle pelkällä puhelinnumerolla. Viitattu 7.3.2017.
<http://www.hs.fi/paivanlehti/07032017/art-2000005116588.html?share=cd0d39c2bc454a1d7f361fe6b12d5bdf>

Hiltunen, E 2012. Matkaopas Tulevaisuuteen. Helsinki.Talentum. Viitattu 10.3.2018

Hirsjärvi, Sirkka, 2009. Tutki ja kirjoita, Tammi. Viitattu 5.3.2018.

Hokkanen S, 2016. Digitalisaatio ja sen asettamat haasteet pankeille. Jyväskylän Yliopisto, Tietojenkäsittelytieteidenlaitos. Viitattu 8.3.2018.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/49816/URN:NBN:fi:jyu-201605172594.pdf?sequence=1>

Honkonen, S. 2018. TomorrowLaps. Viitattu 20.12.2017
<https://www.tivi.fi/Kaikki.../lohkoketju-mullistaa-asuntokauppaa-suomessa-6693218>

Ilmarinen V & Koskela K. 2015 - Digitalisaatio, Yritysjohdon käsikirja. Viitattu 5.2.2018

Iltasanomat 28.11.2016 - Op siirtyy autobisnekseen, Viitattu 28.11.2016
<http://www.iltasanomat.fi/autot/art-2000004884601.html>

Iltasanomat/ taloussanomat 2015. Pankkikonttoreiden määrä väheni taas sadalla.

www.iltasanomat.fi/taloussanomat/art-2000001888463.html. Viitattu 17.9.2015.

Kaakonkulma - paikallislehti 15.2.2018. Viitattu 18.2.2018.

Kajaanin Ammattikorkeakoulu, 2015. Aineiston keruumenetelmiä <https://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Aineiston-keruumenetelmat/Havannointi>

Kangas, J. 2017. Suomen Pankki. Viitattu 22.9.2017. <https://seura.fi/asiat/.../onko-kateisen-loppu-tullut-kun-kerjalaisillekin-kelpaa-mobiiliraha>.

Karhisen R, OP ryhmän pääjohtaja, esitys Senaatti -areenalla, teemalla uudistu, uudistu, uudistu -johtaminen murroksessa. [YouTube-video.] Julkaistu 22.9.2016. Viitattu 22.9.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=THcGzhCU8KE/>

Karhu N, 2016. Tutkimus Finanssialan Digitalisaatio -vaikutus asiakaskokemukseen ja pankin aukioloaikoihin. Turun Ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö. Viitattu 13.1.2017. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114234/Karhu_Niina.

Kaaro, Jani, 2017. Yle Uutiset. Viitattu 29.1.2017.

Kauppalehti, 2016 -pankit hylkivät Itä-Suomea. Viitattu 11.8.2016. <https://d14hsnvs4uphc.cloudfront.net/uutiset/pankit-hylkivat-ita-suomea/9nMEmWbN>.

Kauppalehti, 2016. Pankkien konttorit katoavat. Viitattu 11.8.2016 <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pankkien-konttorit-katoavat/XDctwAj4>.

Kauppalehti, 2017 - Digitaalisen maksamisen suosio kasvaa. Viitattu 3.10.2017. <https://studio.kauppalehti.fi/studiovieras/visa-digitaalisen-maksamisen-suosio-kasvaa>.

Kauppalehti, 2017- 90-vuotiaitakin pitää pystyä palvelemaan. Viitattu 1.2.2017 <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/90-vuotiaitakin-pitaa-pystya-palvelemaan---iakkaiden-kykyttaminen-on-oire-pankkien-kulttuurista/KWKCAsw>

Kauppalehti, 2017 - Hurmaava joukkoitsemurha uhkaa pankeissa viitattu 26.1.2017 <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/hurmaava-joukkoitsemurha-uhkaa-pankeissa/8hKwTkas>

Kauppalehti, 2017 - Kiina näyttää mallia mobiilimaksamisessa. Viitattu 21.3.2017.

<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/kiina-nayttaa-mallia-mobiilimaksamisessa---ainakin-kaksi-vuotta-muuta-maailma-edella/aAqyyEpc>

Kauppalehti, 2017 - Pankkien palvelulle murska-arviot. Viitattu 1.2.2017

<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/pankkien-palvelulle-murska-arviot---pahimmasta-luottamuspulasta-karsii-nordea/p9LzThuG>

Kauppalehti, 2017 - Suomi lähti mobiilimaksamiseen takamatkalta. Viitattu 22.3.2017

<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomi-lahti-mobiilimaksamiseen-takamatkalta-nyt-eteneminen-on-vauhdikasta/avvAz4r6>

Kinnunen, J. 2018. Kaakonkulma-lehti. Viitattu 15.2.2018

Korkiakoski K, 2017. FUTURELAB Finland. Asiakaskokemuksen trendit 2017. Viitattu 23.1.2017

<https://www.futurelab.fi/asiakaskokemuksen-trendit-2017/>.

Korhonen, J. 2018. Kaakonkulma-lehti. Viitattu 15.2.2018

Kymen Sanomat, 2018 - OP Kymenlaakso sulkee konttoreita. Viitattu 9.2.2018

<https://kymensanomat.fi/uutiset/lahella/0e73e1a0-e77f-4c73-a7a0-ad7ed3e37402>.

Laamanen & Tinnilä, 2009. Prosessijohtamisen käsitteet - Terms and concepts of business process management. Viitattu 15.9.2017.

Laki luottolaitostoiminnasta 8.8.2014/610. Viitattu 8.3.2018.
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140610>

Laukkanen, A. 2017. Eduskunta. Viitattu 20.9.2017

Leinonen S. 2016. Asiakaskokemuksen kehittäminen digitalisaation tuomien mahdollisuuksien kautta. Viitattu 14.12.2017. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Opinäytetyö.

<https://www.theseus.fi/handle/10024/129120>

Löytänä J. & Korteso K, 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. Viitattu 14.11.2017

Maaseudun Tulevaisuus, 2017. Opintolainan käsittelyyn ei enää tarvitse ihmistä.

<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/talous/artikkeli-1.213861>. Viitattu 17.11.2017

Maaseudun Tulevaisuus, 2017 Digiosaamisen erot kasvavat. Viitattu 8.1.2017.

<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ihmiset-kulttuuri/digiosaamisen-erot-kasvavat-vaestoryhmien-valilla-joka-neljäs-vaarassa-syrjäytyä-1.174693>

Media Planet, 2017. Maksuliikerajapinnat avataan. Viitattu 6/2017.

<http://www.teknologiainfo.com/digitalisaatio/finanssiteknologia-muutoksessa-rajapinnat-avataan>. Viitattu 6/2017.

Media Planet, 2017 - Lähimaksaminen tuo sujuvuutta kassalle.

Mentula, S, 2016. Osuustoiminnallisen pankin yhteiskuntavastuu - jäsenistön näkökulma. Viitattu 13.3.2018. Pro gradu -tutkielma. Lappeenrannan teknillinen yliopisto.

http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/123390/Progradu_Mentula_Senja.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Mustonen S , 2017. Digitalisaatio lisää kilpailua toimialalla. Viitattu 6.4.2017.

http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/valtari/Pages/Digitalisaatio_033017.aspx

Mäki S, 2016. Pankin Digitalisaatio -pankit digitalisaation murroksessa. Viitattu 14.12.2017. Turun Ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö.

<file:///F:/Pankin%20digitalisaatio%20-%20pankit%20digitalisaatio%20murroksessa.pdf>.

Myllyaho, J. 2016. Accenture. Viitattu 14.11.2016

<https://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/lohkoketju-internetin-seuraava-megatrendi>.

Nordea.com, 2015. Blogi: pankkien digistunami: aallonmurtajien aika on ohi.

<https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/kohti-tulevaisuuden-pankkia/2016/2017-02-03-pankkien-digistunami-aallonmurtajien-aika-on-ohi.html>

Viitattu 3.2.2017

Nummela, H.2017. Maaseudun Tulevaisuus - haastattelu. Viitattu 17.11.2017.

OP.Media. Digitalisaation toinen aalto lohkoketjut nopeuttavat pankkipalveluja.

<https://op.media/chydenius/Megatrendit/Digitalisaation-toinen-aalto-lohkoketjut-nopeuttavat-pankkipalveluja-986ae047704e48abb96400772b4bf5dc>. Viitattu 12.3.2018

OT-Lehti, 31.5.2017. Viitattu 4.2.2018. <http://otlehti.pellervo.fi/2017/05/31/kauas-palvelut-karkaavat-osuuspankkien-verkko-harvenee-maakunnissa/>

Peverelli, R. 2017. Reinventing Customer Engagement: The Next Level of Digital Transformation for Insurers. Viitattu 22.09.2017.

Pölönen, P, 2017. Yle Aamu-Tv. Viitattu 28.11.2017.

Riikonen M, 2017. Talous-sanomat. Suuri murros edessä, pankkien alettava antaa asiakas tietoja ulkopuolisille. Viitattu 25.2.2017.
<http://www.iltasanomat.fi/taloussanomat/porssiuutiset/art-2000005101933.html>

Rytkönen, T. 2017. Kauppalehti. Haastattelu. Viitattu 12.8.2016

Räsänen H, 2013. HAMK - Kvalitatiiviset menetelmät. Viitattu 12.12.2015, luento.
www.hamk.fi/verkostot/kudos/.../4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf

Saarikivi, K. 2018. Humex-hanke. Viitattu 19.2.2018.
<https://www.dna.fi/yriyksille/.../empatia-ei-vality-verkossa-tilanne-voikohta-muuttua>

Salo S, 1993. Kansantaloudellinen aikakauskirja. Viitattu 31.12.2016.
<http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/KAK21993/KAK21993Salo.pdf>

Stalf, V, 2017. N26 Pankkistartup. Artikkel. Viitattu 17.5.2017.
<https://cfo.co.za/article/partner-valentin-stalf-n-26-ceo>

Suo, T, 2017. Yle Uutiset. Viitattu 20.11.2017
<https://yle.fi/uutiset/3-9934267>

Suomen Kuvalehti, 2013. Pankkilainat haetaan kohta verkosta. Viitattu 26.2.2013
<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/lakkautettu-suomi-pian-myos-pankkilainat-haetaan-verkossa/>.

Suomen Pankki, 2015 -Euro & Talous. Viitattu 11.11.2015
<https://www.eurojatalous.fi/fi/2015/artikkelit/pankkisektori-muutoksenkynsissa/>

Suomen Pankki, 2015. Miten digitalisaatio muuttaa maksamista. Viitattu 28.10.2015
https://www.youtube.com/watch?v=YqDLCoujPs/Miten_digitalisaatio_muuttaa_maksamista_?

Suomen Ympäristökeskus 2013 -Kaupunki-maaseutuluokitus. Viitattu 31.1.2018

Talentum, 2015. Helsinki. Asiakaskokemus/ Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen.

Taloussanommat.fi/ Pankkikonttorit vähenivät taas sadalla. Viitattu 17.9.2015

Talouselämä.fi/Mobiilipankki on mennyttä - jutteleva pankki menestyy. Viitattu 20.3.2018.<https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/accenture/mobiilipankki-on-mennytta-jutteleva-pankki-menestyy/8d36ee71-9471-324c-b38a-f50c20004ab0>.

Talouselämä.fi/ <https://www.talouselama.fi/uutiset/kaataako-apple-nyt-nordean-niin-kuin-nokian-sita-pohtii-nordeaa-johtava-von-koskull/7e1cb11f-3809-3890-b45c-d408cbc7cc97>. Viitattu 13.11.2017.

Talouselämä, 2017 - Uudet maksutavat mullistavat käyttäjäkokemuksen. Viitattu 20.3.2017.
<http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/arvato/uudet-maksutavat-mullistavat-kayttajakokemuksen-6634000>.

Talous ja Yhteiskunta 2/2016 - Artikkel, Suomalaisten pankkien digitaalinen edelläkävijyys syntyi yhteistyöllä, Tomi Dahlberg. Viitattu 28.2.2016

Telkki, H. 2013. Yle Uutiset. Viitattu 30.7.2013
<https://yle.fi/uutiset/3-6745580>

The Telegraph, 2017/News -Iso-Britannian supermarket tarjoaa sormenjälkimaksun maailmanlaajuisesti. Viitattu 20.7.2017
<http://www.telegraph.co.uk/news/2017/09/20/british-supermarket-offers-payment-fingerprint-worldwide-first/>

Timgreen, L. 2017. VertaaEnsin.fi. Viitattu 11.1.2017.

TIVI/Tietoviikko-lehti, 2017. Pankkien aika käy vähiin Suomessakin. http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/pankkien-aika-kay-vahiin-suomessakin-muutos-tapahtuu-vuodenvaihteessa-6686117?utm_source=Tivi_Uutiskirje&utm_medium=email&utm_campaign=Tivi_Uutiskirje. Viitattu 24.11.2017.

TIVI/ Tietoviikkolehti, 2017 - Pankit eivät ole tarpeellisia. Viitattu 14.3.2017
http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/op-varautuu-isoon-muutokseen-digiloikallaan-pankit-eivat-ole-tarpeellisia6632688?

TIVI/ Tietoviikkolehti, 2017 - Seniorikansalaiset jäävät digitalisaation jalkoihin. Viitattu 7.6.2017.
http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/seniorikansalaiset-jaavat-digitalisaation-jalkoihin-6655598?utm_source=Tivi_Uutiskirje&utm_medium=email&utm_campaign=Tivi_Uutiskirje

Tilastokeskus ja Helsingin ammattikorkeakoulu. Stadian Tilastollinen tiedonkeruu -verkko-oppimateriaali: <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/02/03/>

Tilastokeskus, Suomen tilastollinen vuosikirja 2015. Viitattu 30.6.2015.

Tilastokeskus, Suomen tilastollinen vuosikirja 2017. Viitattu 21.01.2018.

Tilastokeskus, 2016/ Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Viitattu 9.12.2016.

http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html

Toikko, T & Rantanen T, 2009. Viitattu 12.4.2017

TREN ONE, 2017 - Macro Trend. Viitattu 12.3.2018.
[com/en/trend-universe/macro-trends/macro-trend-detail/wearable-technologies.html](http://www.trendone.com/en/trend-universe/macro-trends/macro-trend-detail/wearable-technologies.html) <https://www.trendone.com>

Tukonen, V. 2017. Kauppalehti/ haastattelu. Viitattu 20.11.2017

Tuulenmäki, A. 2012. Adlibris. Lupa toimia eri tavalla.
<https://www.adlibris.com/fi/kirja/lupa-toimia-eri-tavalla-9789526305905>

Vanhustyön keskusliitto - KÄKÄTE -projekti, 2012. Käyttäjälle kätevä teknologia -projekti. Viitattu 15.6.2016

Valtiovarainministeriö, 2017/ Auta - hanke. Viitattu 03.05.2016, 29.12.2017.

http://vm.fi/documents/10623/3254896/AUTA_kokeiluilla_yli_esteiden_suomi.pdf/9952a575-6cd4-4849-bd73-1d11d78da25c.

Veronmaksaja Taloustaito lehti, 10/2017. Viitattu 23.11.2017

VertaaEnsin.fi/ Biometrinen tunnistautuminen. Viitattu 8.3.2018.
<https://www.vertaaEnsin.fi/blog/biometrinen-tunnistautuminen>.

Viitaniemi, V 2007. Tervetuloa 2010 –luvulle: miten yhteiskunnan supertrendit tulevat muuttamaan meidän jokaisen elämää. Books on Demand GmdH. Helsinki Viitattu 19.11.2017 ja 9.3.2018

VISA, 2017/Lehdistötiedote. Tokenisaatio palvelu mobiiliin. Viitattu 21.10.2017.

<http://www.mynewsdesk.com/fi/visa-europe-suomi/pressreleases/visan-tokenisaatiopalvelu-tuo-mobiilimaksamisen-12-euroopan-maahan-vuoden-2017-loppuun-menessae-1819037>.

Von Koskuell, C, 2017. Talouselämä-lehti, haastattelu. Viitattu 12.11.2017.

Väänänen, K. 2017. Valtionvarainministeriö – Auta hanke

Wikipedia/ https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitaalinen_kuulu. Viitattu 19.11.2017.

Wikipedia/https://en.wikipedia.org/wiki/Diffusion_of_innovations. Viitattu 19.11.2017.

Wikipedia/Digitalisaatio/Suomessa/
<https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitalisaatio>

Wilenius, M 2015. Tulevaisuuskirja. Otava. Viitattu 27.1.2017)

www.google.fi/Kartta/ Kymenlaakso. Viitattu 9.2.2018.

Yle Areena 4.3.2018/Spotlight. Viitattu 8.3.2018

Yle.fi/ uutiset, 2017. Mobiilimaksaminen lyö läpi/. Viitattu 28.8.2017
<https://yle.fi/uutiset/3-9795976>

Yle.fi/uutiset, 2017 - mobiilimaksamisesta tulee iso ilmiö parin vuoden sisällä viitattu 2.5.2017.
<http://yle.fi/uutiset/3-9590625/> mobiilimaksamisen uudet tavat

Yle.fi/uutiset, 2017. Some ei korvaa suoraa kontaktia pankkihenkilöön. Viitattu 3.10.2017. <https://yle.fi/uutiset/3-9934267>.

Yle.fi/ uutiset, 2017 - Pärjääkö ilman käteistä kohta kirpputorillakin? - tänä vuonna mobiilimaksaminen lyö läpi. Viitattu 28.8.2017.
<https://yle.fi/uutiset/3-9795976>

Yle. fi - Kolumni: Väestö vanhenee ja se on ihan parasta. Viitattu 29.1.2017.
<http://yle.fi/uutiset/3-9428093>

LIITTEET

- Liite 1 Teemahaastattelun kyselylomake
- Liite 2 Syvähaastattelun kyselylomake
- Liite 3 Haastattelututkimuksen kyselylomake

Teemahaastattelun kyselylomake

Pankkialan vaikuttajille suunnattu kysely toimialaan kohdistuvista muutospaineista ja niihin vaikuttavista tekijöistä

1. Pankkien konttoreiden määrä vähenee kiihtyvää tahtia (artikkeli kauppalehdessä 13.8.2016), mikä vaihtoehto mielestäsi kuvaa parhaiten tulevaisuuden kehitystä

- Konttoreiden määrän vähentyminen kiihtyy
- Kehitys jatkuu nykyistä vauhtia
- Konttoreiden lukumäärä vakioituu nykytasolle

2. Digitalisaatio on päivän sana myös pankkitoimialalla, ymmärtävätkö asiakkaat mielestäsi riittävän hyvin miten se tulee vaikuttamaan pankkipalveluihin ja niiden saatavuuteen

- Kyllä
- Ei

3. Suomessa on yli 300000 pankkiasiakasta, jotka eivät ole käyttäneet tietokonetta. Onko todennäköistä, että peruspankkipalveluiden saatavuus heikkenee ja digitaaliset pankkipalvelut priorisoidaan henkilökohtaisen palvelun edelle

- Kyllä
- Ei

4. Elääkö pankki tällä hetkellä eri maailmassa kuin asiakas. (Toimialamurros: henkilökohtainen palvelu/ digitaalinen)

- Kyllä
- Ei

5. Käteisen rahan käyttö vähenee, ennuste millä aikavälillä mielestäsi käteinen raha poistuu

- alle 10 vuotta
- alle 20 vuotta
- alle 30 vuotta
- käteinen raha säilyy

6. Onko tietoturva otettu riittävästi huomioon kehitettäessä uusia digitaalisia pankkipalveluja

- Kyllä
- Ei

7. Tulevatko ulkomaiset kilpailijat ja uudet toimijat mielestäsi horjuttamaan suomalaisten pankkien asemaa lähivuosina (Kts. maksuliikeditrektiivin muutos).

- Paljon
- Jonkin verran
- Vähän

8. On ennustettu, että pankkien konttorit häviävät ja pankkipalvelut integroidaan muiden palveluiden yhteyteen. Onko väittämä mielestäsi tosi ?

- Kyllä
- Ei


Perustelu

9. Miten nykyinen pankkisi/ pankkiryhmäsi voisi tehdä enemmän parantaakseen asiakaskokemusta ja sitä kautta lisätä asiakastytyvääisyyttä


10. Kuvaile nykyisen pankkisi roolia/ asemaa sekä tulevaisuutta paikkakunnan ja alueen kehittämisessä. Nimeä mielestäsi todennäköisin vaihtoehto ja muut vaihtoehdot voi lisätä kommenttikenttään

- Pankin yhteiskuntavastuun merkitys kasvaa
- Rakennekehitys pankkialalla kiihtyy
- Paikkakunnan taantuminen vaikuttaa tulevaisuudessa myös pankin toimintaedellytysten heikkenemiseen

Kommentit



Kiitos vastauksesta!



Kysely luotu Webropolilla
Klikkaa tästä ja lue lisää

Syvähaastattelun kyselylomake

Kysymykset

1. Haastateltavan ikäryhmä

- 30-49 vuotta
- 50-65 vuotta
- 66 ja yli

2. Asiakkuuden kesto nykyisessä pankissasi

- alle 10 vuotta
- yli 10 vuotta

3. Asiakkuuskonttori

- Kaupunkikonttori
- Ympäristökonttori

4. Asiakkuuden laajuus

- Kokonaisasiakkuus
- Jaettu asiakkuus -kaksi pankkia
- Jaettu asiakkuus -useampi pankki

5. Palvelun luotettavuus

- Hyvällä tasolla
- Heikkenemässä

6. Tunneside pankkiin

- Läheinen
- Normaali
- Välttelevä
- Torjuva

7. Pankkipalveluiden käyttö netissä tai konttorissa

- Päivittäisasiointi
- Päivittäisasiointiin lisäksi myös sijoituspalvelut
- Päivittäisasiointiin lisäksi myös rahoituspalvelut
- Päivittäisasiointiin lisäksi myös lainopilliset palvelut

8. Asiakkuuden hoitotapa päivittäisasiainnin osalta

- Netissä
- Pankin konttorissa

9. Laskujen maksu netissä tai mobiilissa

- Hoidan itse
- Toinen hoitaa

10. Kuinka aktiivisesti minulle on tarjottu elämäntilanteeseeni sopivia tapoja hoitaa pankki- ja vakuutusasioitani

- Liian aktiivisesti
- Elämäntilanteeni huomioiden sopivasti
- Yhteydenotto liian rutiininomainen
- Ei ole kontaktoitu missään kanavassa

Kuvaa pankin palveluneuvojan tai asiantuntijan aktiivisuutta asiakkuuksien hoidossa

11. Asioidessani pankin konttorissa tai puhelimitse toimihenkilön kanssa, mikä mielikuva neuvottelusta jäi. Ilmaise mielikuva asteikolla 1-4

- Erinomainen
- Hyvä
- Tyydyttävä
- Heikko

Kuvaa asiakassuhteen syvyyttä ja aitoutta

12. Pankkikonttorin sijainti silloin, kun on tarvetta asioida fyysisesti pankin konttorissa

- Erinomainen
- Hyvä
- Tyydyttävä
- Heikko

13. Pankkikortin käyttö

- Käytän pankkikorttia
- En käytä pankkikorttia

14. Pankkikortin käyttö: valitse vaihtoehto joka parhaiten kuvaa pankkikortin käyttöä

- Käytän pankkikorttia ostosten maksamiseen, mutta käytän mobiilia maksamiseen aina kun se on mahdollista

- En nosta käteistä pankkiautomaatilta, mutta käytän pankkikorttia ostosten maksamiseen
- Nostan käteistä pankkiautomaatilta sekä käytän pankkikorttia ostosten maksamiseen
- Nostan käteistä kaupan kassalta sekä käytän pankkikorttia ostosten maksamiseen
- Nostan käteistä pankin konttorista ja maksan ostokset käteisellä

15. Pankkikortin väärinkäytösten kohteeksi joutuminen

- Kortin tietojen kopiointi maksupäätteissä tai skimmauslaitteissa
- En ole joutunut väärinkäytösten kohteeksi
- Aiheutuiko kortin tietojen kopioinnista taloudellisia vahinkoja

16. Asioidessani netissä tai mobiilissa, kuinka hyvin järjestelmä on toiminut. Ilmaise tekninen toimivuus asteikolla 1-4.

- 4 Erinomaisesti
- 3 Hyvin
- 2 Tyydyttävästi
- 1 Heikosti

17. Kuinka todennäköisesti suosittelisin nykyistä pankkiani asiakaskokemukseni perusteella

- 10 Erittäin todennäköisesti
- 9
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1 Erittäin epätodennäköisesti

18. Kuinka usein tunnette tarvetta henkilökohtaiseen pankkipalveluun

- Kerran viikossa
- Kerran kuukaudessa
- Kerran vuodessa
- Harvemmin
- En koskaan

19. Silloin kun on tarve henkilökohtaiselle pankkipalvelulle, niin mitä palveluja ne lähinnä koskee

- Päivittäisasiointi
- Sijoitusasiat
- Rahoitukseen liittyvät asiat
- Lainopilliset palvelut

20. Onko teillä mielikuva, että toinen pankki tai pankkiryhmä ottaisi paremmin huomioon palvelutarpeen ja olisitteko valmis vaihtamaan pankkia, jos teihin otettaisiin yhteyttä.

- Kyllä
- Ei

21. Digitalisaatio on päivän termi myös pankkitoimialalla, koetteko ymmärtävänne mitä se käytännössä merkitsee omien pankkipalveluiden käytön kannalta

- Kyllä
- Ei

Seuraavilla neljällä kysymyksellä pyritään löytämään vastauksia syvähaastattelututkimuksen aiheeseen, että mitä vallitseva uhkia ja mahdollisuuksia digitalisaatioketjitys pitää sisällään ja miten ne vaikuttaa asiakaskokemukseen

22. Kuvaillkaa positiivisin asiakaskokemus kuluneen vuoden aikana

-

23. Kuvaillkaa negatiivisin asiakaskokemus kuluneen vuoden aikana

-

24. Mitä positiivisia tai negatiivisia muutoksia tulee mielestänne tapahtumaan pankkitoimialalla seuraavan viiden vuoden aikana

-

25. Mitä olisit halunnut vielä kysyttävän tässä haastattelussa

-

Kyselytutkimus maatalousyrittäjille

1

Kyselytutkimus maatalousyrittäjille

Vastaajan ikä _____ vuotta

- 1 Pankkien konttoreiden määrän on ennustettu vähentyvän kiihtyvää tahtia (artikkeli kauppalehdessä 13.8.2016)
Tuleeko kehitys vaikeuttamaan omien pankkiasioiden hoitoa (Konttorin etäisyys, henkilökohtaisen palvelun saatavuus)
Kyllä () Ei () Kommentit _____
- 2 Digitalisaatio on päivän sana myös pankkitoimialalla, tunnetko ymmärtäväsi riittävän hyvin miten se tulee vaikuttamaan pankkipalveluihin ja niiden saatavuuteen
Kyllä () Ei ()
Perustelut _____
- 3 Suomessa on yli 400000 pankkiasiakasta jotka eivät ole käyttäneet tietokonetta. Kehitetäänkö pankkitoimialalla tällä hetkellä näille asiakkaille riittävän yksinkertaisia pankkipalveluja, vai pitäisikö digitaaliset pankkipalvelut priorisoida henkilökohtaisen palvelun edelle? Kyllä () Ei ()
- 4 Elääkö pankki tällä hetkellä eri maailmassa kuin asiakas. Kyllä () Ei ()
(toimialamurros: henkilökohtainen palvelu/digitaalinen palvelu)
(Asiakastyytyväisyys on ollut suomessa Epsi Rating –tutkimuslaitoksen vuonna 2016 julkistaman tutkimuksen mukaan hyvällä tasolla, mutta tyytyväisyyttä pankkeihin heikentää eniten digitalisaatio ja pankkien passiivisuus asiakasta kohtaan)
Kommentit _____
- 5 Käytätkö pankkiasioiden hoidossa mobiilipankkia Kyllä () Ei ()
- 6 Oletko huolestunut tietoturvasta uusissa mobiilipankkipalveluissa Kyllä () Ei ()
Kommentit _____
- 7 Tulevatko ulkomaiset kilpailijat ja uudet toimijat horjuttamaan mielestäsi suomalaisten pankkien asemaa maksuliikkeen hoidossa lähivuosina. (kts. maksuliikedirektiivin muutos 1.1.2018 EU, avaa maksuliikepalvelut kilpailulle).
Paljon () Jonkin verran () Vähän ()
Kommentit _____
- 8 Mitä nykyinen pankkisi voisi tehdä enemmän parantaakseen asiakaskokemusta ja sitä kautta lisätä asiakastyytyväisyyttä

Kiitos myönteisestä suhtautumisesta oheiseen kyselyyn. Tiedot käsitellään anonymisti ja yksittäisiä vastauksia ei tutkimuksessa julkaista