



Kehittyvät maksutavat Suomessa

Elina Rajakoski

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2019

Liiketalouden koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

RAJAKOSKI, ELINA:
Kehittyvät maksutavat Suomessa

Opinnäytetyö 30 sivua, joista liitteitä 1 sivua
Toukokuu 2019

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia maksutapoja on kehitetty, miten ne toimivat ja mitä niistä Alma Media Oyj voisi tulevaisuudessa hyödyntää. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa Suomessa tällä hetkellä käytetyimmät maksutavat ja niihin kohdistuvat muutokset sekä tutustua uusiin maailmalta tuleviin maksutapoihin. Työ toteutettiin toimeksiantona Alma Media Oyj:lle.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin maksunvälitystä yleisesti, maksunvälittäjien tehtävää sekä maksunvälityksen kulurakennetta. Maksunvälittäjien kuluvertailussa maksunvälittäjien nimet ovat salassa pidettäviä ja ne poistettiin materiaalista. Teoriaosuudessa käytiin myös läpi Suomen yleisimpiä maksutapoja ja niiden toimintalogiikkaa. Lisäksi käsiteltiin Alma Media Oyj:tä yleisesti, Alma Median kauppapaikkoja, maksunvälittäjiä ja maksamisen haasteita. Lopuksi tuotiin esille Suomen käytetyimpien maksutapojen tulevat muutokset ja tutustuttiin uusiin, mahdollisesti maailmalta tuleviin maksutapoihin.

Tutkimuksen pohjalta pyrittiin selvittämään mitkä maksutavat Alma Media Oyj:n tulisi ottaa käyttöön ja miten tulevat lakimuutokset sekä ilmiöt vaikuttavat suomalaisten maksukäyttäytymiseen. Tutkittavan tiedon pohjalta käy ilmi, että mobiilimaksaminen lisääntyy myös Suomessa. Lisäksi voidaan todeta, että verkkopankki- ja korttimaksaminen pysyy suomalaisten suosiossa, vaikka mobiilimaksaminen saattaakin osittain korvata nämä maksutavat. Tutkimuksessa todettiin myös, että biometriset maksutavat ovat vielä kehitteillä, joten niiden käyttäminen ei ole vielä ajankohtaista. Tutkimuksen perusteella suositellaan, että Alma Media Oyj valmistele palveluiden maksuprosessit vastaamaan tulevaisuuden tarpeita. Maksamisen tulisi tutkimuksen mukaan olla asiakkaalle helppoa ja nopeaa, tämän lisäksi maksutapavalikoimissa tulisi ehdottomasti olla mobiilimaksu vaihtoehtona.

Asiasanat: maksutavat, mobiilimaksaminen, mobiili, verkkokauppa

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

RAJAKOSKI, ELINA:
The Evolution of Payment Methods in Finland

Bachelor's thesis 30 pages, appendices 1 pages
May 2019

The purpose of this study was to gather information on new payment methods developed, their functionalities and if they were be suitable as payment methods for Alma Media Oyj in the future. The aim of this study was also to examine the most commonly used payment methods in Finland and the changes they will encounter in the future. The aim was also to study the evolution of the payment methods in the world. The study was carried out on commission for Alma Media Oyj.

The first theoretical part of this study covered payment services in general, the role of payment service providers and the cost structure of the payment services. While conducting the cost comparison, the names of the payment service providers were excluded from the study because of the non-disclosure agreement. The theoretical part continued by exploring the most common payment methods in Finland and their features. Alma Media Oyj in general, their market places, payment service providers and challenges in the online payments were also covered in the theoretical part. The final theoretical part of this study investigated the changes the Finnish payment methods will go through in the future and the new upcoming payment methods in the world were explored.

Based on the findings of this study the objective was to find out which payment methods Alma Media Oyj should enable and how the future law changes would affect the payment behavior of the Finns. The findings indicated that mobile payments would increase rapidly in Finland. As a conclusion of this study it can be said that online bank and card payments will keep their grounds as one of the favorite payment methods in Finland. Though, it should be noted that the mobile payments are likely to replace some of those payment methods. Another conclusion is that the biometrical payment methods are still in development and should not be considered as the payment methods of the near future. Based on the information gathered Alma Media Oyj would be recommended to take all precautions to make sure their payment process is simple, fast and allows customers to use mobile payments as a payment method.

Key words: payment methods, mobile payments, mobile, online shop

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	MAKSUNVÄLITYS	7
	2.1 Maksupalvelun tarjoajat.....	7
	2.2 Maksupalveluntarjoajan tehtävä.....	7
	2.3 Maksunvälityskulut.....	8
3	MAKSUTAVAT SUOMESSA	10
	3.1 Verkkopankkimaksaminen	10
	3.2 Korttimaksaminen	11
	3.3 Mobiilimaksaminen.....	12
	3.4 Lasku.....	13
4	MAKSAMINEN ALMA MEDIAN PALVELUISSA.....	14
	4.1 Alma Media	14
	4.2 Kauppapaikat Alma Media	14
	4.3 Maksunvälittäjät	15
	4.4 Maksamisen haasteet – maksutavat.....	16
5	TULEVAISUUDEN MAKSUTAVAT.....	17
	5.1 Verkkopankkimaksut ja PSD2	17
	5.2 Korttimaksaminen	18
	5.3 Mobiilimaksaminen.....	18
	5.4 Ulkomaalaiset toimijat	21
	5.5 Biometriset ja muut maksutavat	22
	5.6 Laskusovellukset.....	23
6	POHDINTA	25
	LÄHTEET.....	27
	LIITTEET.....	30
	Liite 1. Haastattelukysymykset.....	30

1 JOHDANTO

Elämme vahvaa digitalisaation aikakautta, jolloin ihmisten valintoihin vaikuttavat suuresti ostamisen helppous ja nopeus. Vuonna 2018 Google tutki ihmisten käyttäytymistä internetissä ja totesi kuluttajien olevan aiempaa kärsimättömämpiä sekä vaativampia. Ostosten tekeminen verkkokaupassa tulisi olla sujuvaa, ketterää ja maksamisen lähes näkymätöntä. Valittavissa tulisi aina myös olla asiakkaan suosima maksutapa. Kuluttajien asennoituminen maksamiseen kokonaisuudessaan on muuttumassa. (Riikonen 2018.)

Kuluttajien maksukäyttäytymisen murroksesta on saatu jo tuloksia myös suomalaisista tutkimuksista. Suomen Pankin kuluttajakysely (Suomen Pankki 2018) tuo julki, että vain 15% kuluttajista käyttää maksutapana käteistä ja kaikista korttimaksuista 23% on tehty lähimaksuominaisuutta käyttäen. Suomen Pankin vuoden 2018 (Suomen Pankki 2019) ennakkotiedon mukaan lähimaksujen määrä melkein tuplaantunut vuoden 2017 ja 2018 välillä, ja kaikista kortilla tehdyistä maksuista lähimaksujen osuus oli 35%. Lähimaksamisen määrä arvioidaan kasvavan lähimaksamisen maksurajan noustessa 50 euroon keväällä 2019.

Markkinoilla on tällä hetkellä enemmän erilaisia maksutapoja, kuin koskaan aikaisemmin. Varsinkin Suomen markkinoilla olevat mobiilimaksutavat käyvät kovaa kisaamista markkinajohtajan paikasta. Tämän lisäksi uusia maksutapoja julkaistaan tiheällä tahdilla, puhumattakaan aasialaisista tai amerikkalaisista maksupalvelujäteistä, jotka pyrkivät valtaamaan myös Euroopan markkinoita.

Kauppiaina toimivien yritysten on vaikea valita kaikkien tarjolla olevien maksutapojen joukosta niitä, jotka ovat tulevaisuudessa eniten käytettyjä. Varsinkin verkossa maksaminen on yksi ostoprosessin kriittisimmistä kohdista ja pienetkin toimintaepävarmuudet tai epämiellyttävät kokemukset saattavat karkottaa asiakkaan muualle. Yritykset ovat paljolti riippuvaisia maksunvälitysyrityksistä, niiden maksutapavalikoimasta ja hinnoittelusta.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää mitä uusia maksutapoja maailmalla on kehitetty, miten ne toimivat ja mitä niistä Alma Media Oyj voisi tulevaisuudessa mahdollisesti ottaa käyttöön. Työssä syvennytään tutkimaan erilaisia maksutapoja, maksunvälittäjiä sekä kuluttajien maksukäyttäytymistä. Tutkimuksen tarkoitus on kartoittaa tämän hetkiset maksutavat Suomessa ja muualla. Teoriaosuudessa tarkastellaan maksunvälitystä yleisesti ja Suomessa tällä hetkellä eniten käytettäviä maksutapoja. Teoriaosuudessa käsitellään myös Alma Media Oyj:tä yleisesti sekä maksamista yrityksen palveluissa. Teoriaosuus päättyy valittujen maksutapojen tarkasteluun tulevaisuudessa.

Tutkimuksen perusasetelma on kuvaileva ja tutkimuksessa pyritään tarkastelemaan ilmiötä kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksessa pyritään selvittämään, miksi maksaminen on muuttumassa ja miten Alma Media Oyj:n tulisi valmistautua muutokseen. Opinnäytetyö on koostettu tutkijan oman havainnoinnin, avoimien haastatteluiden, tilastojen, tapahtumasisältöjen sekä talousjohtajan haastattelun avulla. Teoriaosuuden lähteinä käytettiin pääasiallisesti internet-lähteitä, tapahtumien materiaaleja ja muistiinpanoja sekä tilastoja. Aiheesta ei ole juurikaan kirjallista materiaalia, sillä ilmiö on hyvin ajankohtainen ja nopeasti muuttuva. Tutkimuksen ulkopuolelle jätetään maksaminen kivijalkakaupoissa, verkkokauppojen tekninen integraatiototeutus sekä maksutapojen lopullinen valinta.

2 MAKSUNVÄLITYS

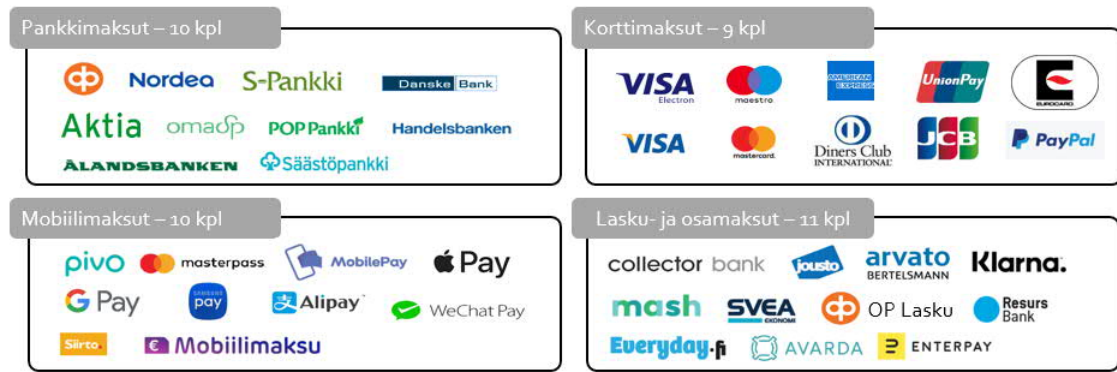
2.1 Maksupalvelun tarjoajat

Maksupalveluntarjoajat ovat Finanssivalvonnan alaisuudessa toimivia yrityksiä, joilla tulee olla Finanssivalvonnan myöntämä maksulaitoksen toimilupa. Vain palveluntarjoaja, joka täyttää maksulaitoslaissa säädetyt edellytykset, saa tarjota maksupalvelua. (Finanssivalvonta 2018.) Maksupalvelusta on yleensä kyse silloin, kun maksajan ja maksunsaajan välissä toimivan palveluntarjoaja siirtää varoja osapuolten välillä (Finanssivalvonta 2018).

Maksupalveluntarjoajia koskettaa maksupalvelulaki (290/2010) ja maksulaitoslaki (297/2010). Tämän lisäksi heitä velvoittaa laki rahapesun ja terrorismin rahoittamisen estämiseksi (444/2017). Maksupalveluntarjoajien tulee myös vastata valtiovarainministeriön asetukseen maksulaitosten toimilupahakemukseen liitettävistä selvityksistä (1040/2017) sekä varojen laskemisessa käytettävistä menetelmistä (1039/2017). Maksupalveludirektiiviä muutettiin 13.1.2018, jolloin maksunvälittäjiä koskettaa myös toinen maksupalveludirektiivi - Payment Service Directive, PSD2 (Finanssivalvonta 2018).

2.2 Maksupalveluntarjoajan tehtävä

Maksupalveluntarjoajan eli maksunvälittäjän tehtävä on toimia varojen siirtäjänä asiakkaan, yrityksen ja rahalaitoksen välillä. Rahalaitoksilla tarkoitetaan pankkeja tai luottolaitoksia. (Finanssivalvonta 2018.) Maksunvälittäjän avulla yritys pystyy tarjoamaan asiakkailleen eri maksutapoja. Kuten kuva 1 osoittaa, maksutapavälikoima on kasvanut hyvin suureksi. Kaikilla maksunvälittäjillä ei ole välttämättä mahdollisuutta tarjota kaikkia kuvan 1 osoittamia maksutapoja. Maksunvälittäjä pitää huolen, että asiakas voi turvallisesti maksaa haluamansa tuotteen tai palvelun, ja yritys saa korvauksen myymästään tuotteesta (Finanssivalvonta 2018).



KUVA 1. Maksutapavalikoimaa (Kröger 2018)

Maksunvälittäjät tarjoavat nykyään myös monia lisäominaisuuksia maksunvälityksen ohella. Yritysassiakkaan on mahdollista palauttaa asiakkaan maksamat rahat maksunvälittäjän portaalin kautta. (Penttinen 2018.) Joidenkin maksunvälittäjien kauppiasportaalista on myös mahdollista seurata maksaneiden asiakkaiden ikä-, sukupuoli-, tai postinumerojakaumaa (Segercrantz 2018). Maksunvälittäjästä on erityisesti hyötyä silloin, kun yritys ei halua tehdä monia eri integraatiota eri rahalaitosten rajapintoihin.

2.3 Maksunvälityskulut

Maksunvälittäjät veloittavat yrityksiä käytetystä maksupalvelusta. Maksupalvelu voi olla käytössä yrityksen verkkosivuilla tai toimipisteessä. Maksunvälityksen hintaan vaikuttaa käytetty maksutapa ja tapahtumien eli transaktioiden määrä. Maksunvälitys kulut voidaan laskuttaa yritykseltä tai ne voidaan vähentää tilityksistä. (Penttinen 2018.) Jotta transaktiokuluista tulisi lukijalle selkeä kuva, käytetään Alma Median hintoja ja esimerkki transaktiomääriä kuluvertailun pohjana (Nuutinen 2019).

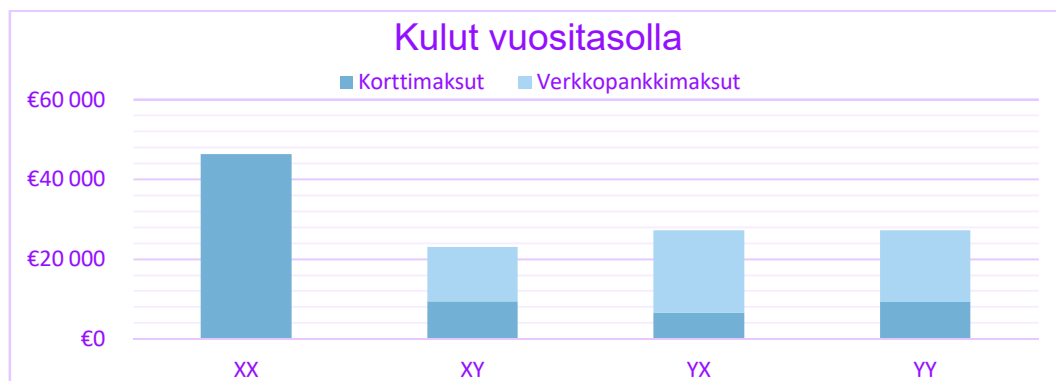
Maksunvälittäjien hinnoittelutapa nähdään paremmin alla olevasta taulukosta (taulukko1). Maksunvälittäjien nimet ovat salassa pidettäviä, joten nimien tilalla taulukossa käytetään kirjainyhdistelmiä XX, XY, YX ja YY. Taulukossa tehdyn kuluvertailun mukaan vain kahdella maksunvälittäjällä on käytössä kiinteä kuukausimaksu (taulukko 1). Verkkopankkimaksut ovat yleisesti kiinteähintaisia.

Taulukosta voidaan todeta, että vain maksunvälittäjä XX veloittaa verkkopankkimaksuista myös provisio-osuutta (taulukko1). Luotto- tai pankkikorttimaksuissa kulu koostuu kaikilla maksunvälittäjillä kiinteästä osasta sekä transaktion arvoon suhteutetusta prosentuaalisesta provisio-osasta. (Nuutinen 2019.) Taulukosta voi havaita myös, että mobiilimaksutapojen, Siirto ja MobilePay, hinnoittelu eroaa maksunvälittäjien välillä (taulukko 1). Huomioitavaa on se, että vertailuun otetuista maksunvälittäjistä vain XY ja YX tarjoavat kummatkin mobiilimaksutavat, YY vain MobilePayn (taulukko 1).

TAULUKKO 1. Kuluvertailu per transaktio (Nuutinen 2018)

	XX	XY	YX	YY
Kuukausimaksu		-	39 €	59
Verkkopankki	0,10 +1,5%	0,25	0,35	0,33
Luottokortit	0,10 +1,5%	0,15 + 0,75%	0,06+0,65%	0,35 +1,4%
Siirto		0,22	0,1+0,65%	
MobilePay		0,26+0,75%	0,1+0,65%	0,35+1,4%

Yritykselle maksunvälityksestä aiheutuvia kuluja on hankala tutkia tarkastelemalla transaktiokohtaisia hintoja, joten on selkeämpää käyttää vertailussa arvioitua vuositason transaktiomäärää. Kuluvertailuun otettiin mukaan vain verkkopankki- ja korttimaksut. Transaktiomääräksi on esimerkin vuoksi arvioitu 78 000 transaktiota vuodessa, joista noin 1/3-osaa oli korttimaksuja ja loput verkkopankkimaksuja. (Nuutinen 2018.) Kuvio 1 on tuotettu käyttämällä taulukossa 1 annettuja hintoja (kuvio1; taulukko1). Kuviosta havaitaan helposti, että XX olisi yritykselle kallein vaihtoehto, kun taas XY edullisin (kuvio 1).

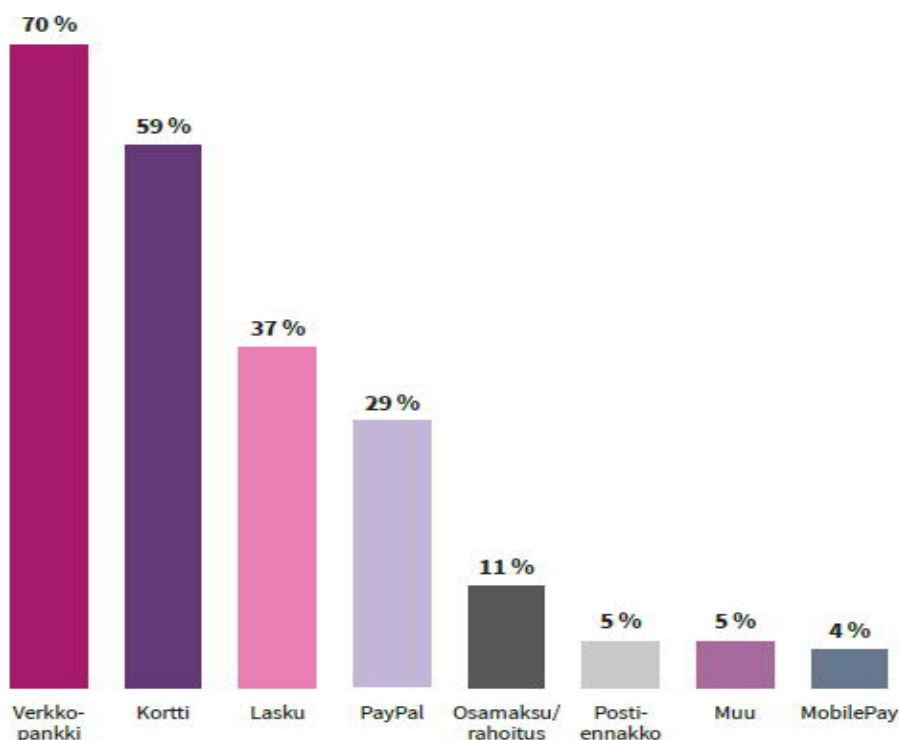


KUVIO 1. Kuluvertailu vuositasolla

3 MAKSUTAVAT SUOMESSA

3.1 Verkkopankkimaksaminen

Vuonna 2018 Paytrail tutki suomalaista verkkokauppaa ja kuluttajien maksukäyttäytymistä. Julkaisu perustuu YouGov - tutkimuslaitoksen vuoden 2018 toisella neljänneksellä tekemään kyselyyn, johon osallistui noin 7000 kuluttajaa Suomesta, Norjasta, Tanskasta ja Ruotsista. (Paytrail 2018.) Tutkimuksen mukaan 70% suomalaisista kuluttajista maksaa verkkopankilla ja 59% kortilla. Suomalaisen käytetyin maksutapa verkkokaupoissa on edelleen verkkopankkimaksaminen (kuvio 2). Suomalaisen pankkien verkkomaksaminen on kuitenkin vielä suhteellisen työlästä, sillä vaikka osa suurimmista pankeista on jo ottanut käyttöön elektronisen tunnistuskortin ja maksun mobiilivahvistamisen, osalla pankeista on vielä käytössä paperiset tunnuslukulaput, joiden avulla maksu ja tunnistautuminen suoritetaan. Vaikka verkkopankkimaksaminen koetaan turvalliseksi, on se kuitenkin prosessina monivaiheinen. (Marviala 2018.)

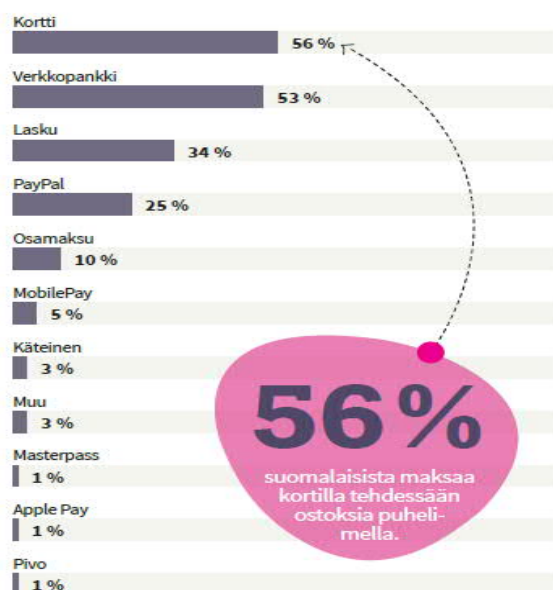


KUVIO 2. Käytetyimmät maksutavat vuonna 2018 (Paytrail tutkimus - Verkkokauppa Suomessa 2018)

Verkkopankkimaksaminen vaatii verkkokauppaan jokaisen pankin oman maksutavan. Vuonna 2018 suomalaisia pankkeja, joita voi käyttää verkkokaupan maksutapana, on 10 kappaletta (Kröger 2018). Maksaminen etenee eri tavoin pankista riippuen. Yleisesti asiakas tunnistautuu ensin oman pankkinsa tunnistautumistavalla ja tämän jälkeen hyväksyy maksun vahvistamalla sen. Verkkopankin kautta tapahtuneet maksut veloitetaan aina suoraan asiakkaan tililtä. Riippuen maksunvälitystavasta, maksut tulevat joko suoraan palvelua tai tuotetta tarjoavan yrityksen tilille käytetystä pankista tai tilittyvät maksunvälittäjän tilityksessä. (Penttinen 2018.)

3.2 Korttimaksaminen

Verkkopankkimaksamisen jälkeen seuraava suosituin maksutapa Suomessa on korttimaksut (Paytrail 2018). Myös puhelimella tehdyistä maksuista eniten veloituksia tehdään kortilla (kuvio 3). Puhelimella tehtyjen korttimaksujen määrässä on myös mobiilisovelluksien sisällä tehdyt maksut. Korttimaksujen suosiota lisää tällä hetkellä merkittävästi toistuvaisveloitusta käyttävät palvelut kuten mm. Netflix ja Spotify, sillä toistuvaisveloituksia pystyy tällä hetkellä tekemään vain korttimaksuina. (Paytrail 2018.)



KUVIO 3. Puhelimella käytetyt maksutavat (Paytrail tutkimus - Verkkokauppa Suomessa 2018)

Korttimaksut pohjautuvat kortti-infrastruktuuriin ja ovat aina joko debit- tai credit-maksuja, riippuen asiakkaan kortista. Korttimaksulla on siis mahdollista maksaa myös suoraan tililtä käyttäen kortin takapuolella olevaa debit-kortin numeroa, jos kortti on yhdistelmäkortti. Korttimaksujen taustalla on aina kuitenkin kortin liikkeellelaskija ja korttimaksun välittäjä, kuten Nets Oy tai Amex. Korttimaksut antavat kuluttajalle erityisen suojan väärinkäytöissä sekä huijaustilanteissa. (Nets 2019.)

3.3 Mobiilimaksaminen

Mobiilimaksaminen terminä on usein hämmentävä. Tapana on sekoittaa mobiilisovelluksella maksaminen mobiililaitteessa tehtyyn maksuun tai jopa sovelluksen sisällä tehtyyn maksuun. Mobiilimaksutapa on sovellus, johon tallentamalla kortti- tai tilitiedot voi maksaa missä tahansa tämän maksutavan tarjoavassa palvelussa. Mobiililaitteessa suoritettu maksu taas voidaan suorittaa missä tahansa palvelussa millä tahansa maksutavalla. (Maksuturva 2018.) Mobiilisovelluksen sisällä maksuja voi puolestaan tehdä tallennetulla maksutavalla vain kyseisessä sovelluksessa, kuten HSL, Whim tai Parkman. Maksamiseen tarkoitettuja mobiilisovelluksia on esimerkiksi MobilePay, ApplePay, Siirto ja Google Pay. Tämän lisäksi on olemassa monia mobiililompakoita esimerkiksi MasterPass, Op Pivo ja Nordea Pay. (Maksuturva 2018.)

MobilePay on Danske Bankin 2013 julkaisema mobiilisovellus, jonka tarkoituksena on helpottaa maksamista (MobilePay 2018). MobilePay pohjautuu kortti-infrastruktuuriin, jolloin maksutapana toimii sovellukseen tallennettu debit- tai credit-kortti. Maksukortti voi olla minkä tahansa luottolaitoksen julkaisema maksukortti. Maksun vastaanottamista varten käyttäjän tulee tunnistautua sovelluksessa vahvasti pankkitunnuksia käyttäen. MobilePay mahdollistaa sekä siirrot käyttäjien välillä että verkkokaupassa maksamisen. (Wraa-Hansen 2018.)

Applen julkaisema maksusovellus Apple Pay rantautui suomeen vuonna 2017 (Tivi 2017). Apple Pay käyttää myös kortti-infrastruktuuria, joten maksutapana

toimii siis joko debit- tai credit-kortti. Toisin kuin MobilePay, Apple Payn käyttö onnistuu tällä hetkellä vain Nordean ja Aktian asiakkailta, joilla on käytössä Applen puhelin. (Apple 2019.)

Myös Google on lähtenyt kisaamaan maksutavoista julkaisemalla oman sovelluksensa Google Payn vuoden 2018 lopulla. Se käyttää myös korttipohjaista maksuratkaisua, mutta on selkeästi vielä tuntemattomampi kuin MobilePay tai Apple Pay. Google Pay toimii tällä hetkellä vain Android - puhelimilla ja Nordean tai Danske Bankin asiakkailta. (Google 2019.)

Vuonna 2017 julkaistu Siirto- palvelu on Automatian, Nordean, OP:n ja S-pankin yhdessä kehittämä mobiilimaksusovellus. Siirto eroaa kilpakumppaneistaan MobilePaysta, Apple Paysta ja Google Paysta maksuihin käytetyllä infrastruktuurillaan. Siirrolla tehdyt maksut ovat pankkitilipohjaisia tapahtumia. (Marviala 2018.) Siirrolla on mahdollista maksaa ostoksia sekä siirtää rahaa toiselle Siirto- käyttäjälle, jotka voivat olla OP:n, S-pankin tai Nordean asiakkaita (Marviala 2018).

3.4 Lasku

Paytrailin tutkimus osoittaa, että 37% suomalaisista käyttää edelleen myös laskulla maksamista. Laskulla kuluttaja saa maksuaikaa eikä maksamiseen liittyvää pankkitunnuksilla tunnistautumista tai korttitietojen kirjoittamista tarvitse tehdä ostohetkellä. (Paytrail 2018.) Pohjoismaisessa vertailussa ruotsalaisista lähes puolet käyttävät laskua maksutapana maksaessaan verkko-ostoksiaan. Tanskassa luku on taas huomattavasti pienempi, vain 6 %. (Paytrail 2018.)

4 MAKSAMINEN ALMA MEDIAN PALVELUISSA

4.1 Alma Media

Alma Media on monikanavainen mediayhtiö, jonka tuotteet ovat alallaan johtavia media- ja palvelubrändejä. Tunnetuimpia Alma Median brändejä ovat Kauppa-lehti, Iltalehti, Talouselämä, Aamulehti, Etuovi.com ja Monster. Alma Medialla on liiketoimintaa Suomen lisäksi Baltiassa, Ruotsissa ja itäisessä Keski-Euroopassa. Alma Median päätavoite on kasvattaa digitaalista markkinaosuuttaan, ja tästä syystä verkkopalveluissa maksaminen on erityisen tärkeä osa yrityksen tarjoamien palveluiden ostoprosessia. Alma Media myös kehittää ja laajentaa jatkuvasti nykyistä liiketoimintaa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta. (Alma Media Oyj 2019.)

Alma Media haluaa vastata kuluttajien muuttuvaan mediankäyttöön ja rakentaa julkaisutoiminnan alueella toimivista brändeistään monikanavaisia mediaratkaisuja. Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta. Strategisessa aloitteessa pyritään optimoimaan asiakkaan viihtyminen Alman medioissa ja palveluissa muun muassa kehittämällä käyttökokemusta, parantamalla sisältöjen tarjoamistapoja sekä hyödyntämällä personointia asiakaspolun eri vaiheissa. (Alma Media Oyj 2019.)

4.2 Kauppapaikat Alma Media

Alma Medialla on neljä liiketoiminta-alueita, jotka pitää sisällään tällä 13 verkossa toimivaa kauppapaikkaa. Kauppapaikoilla tarkoitetaan asiakkaan käyttämää ostoputkea, johon on liitetty Alma Median tuotteita. Jokainen näistä kauppapaikoista on erilainen ja vaatii maksuprosessilta erilaisia ratkaisuja. Alma Median suuresta tuotekategoriasta johtuen asiakaskunta saattaa olla hyvin erilaista ja tästä syystä myös maksutapojen valitseminen kauppapaikkoihin tulisi olla käyttäjäkunnan mukaisia. (Nuutinen 2019.)

Alma Median kauppapaikkojen maksutapavalikoimassa ei toistaiseksi ole vielä suuria eroja. Kaikissa kauppapaikoissa on verkkopankki- ja korttimaksu mahdollisuus, mutta ihan kaikkia pankkeja ei välttämättä ole kaikkialla saatavilla. Myös korttimaksuissa on eroja. Kaikissa kauppapaikoissa Alma Medialla on Visa ja Mastercard maksumahdollisuus, vain yhdessä on myös Amex. Mobiilimaksutapoja Alma Medialla on vielä niukasti. Vain yhdessä kauppapaikassa on tarjolla maksutapana Siirto ja neljässä MobilePay. (Nuutinen 2019.)

4.3 Maksunvälittäjät

Maksunvälittäjiä Alma Medialla on neljä, joista jokainen palvelee hyvin erilaisia tarpeita. Maksunvälittäjä valikoimaa on pyritty supistamaan, jotta sopimuksien, hintojen ja tunnusten hallittavuus on helpompaa. Alma Medialla on myös hyvin yksilöllisiä, kauppapaikasta riippuvaisia tarpeita, joten maksunvälittäjän tulisi vastata näihin tarpeisiin parhaalla mahdollisella tavalla. (Nuutinen 2019.)

Kirjapidolliselta kannalta katsottuna, Alma Media toivoo maksunvälittäjän kykenevän tarjoamaan viitteellisiä tilityksiä. Viitteelliset tilitykset helpottavat rahan kohdistamisessa reskontrassa ja näin ollen automatisoivat taloushallinnon työtä. Suurin osa maksunvälittäjistä ei vielä tätä kuitenkaan pysty toteuttamaan toivotulla tavalla. Alma Media pyrkii siis ratkaisemaan tämän sisäisellä toteutuksella. (Nuutinen 2019.)

E erityisen tärkeäksi Alma Medialla koetaan myös maksunvälittäjän maksutapavalikoima ja sopimusten hallinnointiprosessi. Maksutapavalikoimissa tulisi olla verkkopankkimaksut, korttimaksut sekä mobiilimaksutavat. Alma Medialla koetaan, että mobiilimaksut ovat tällä hetkellä kasvattamassa markkinaosuuttaan vahvasti. (Nuutinen 2019.)

4.4 Maksamisen haasteet – maksutavat

Alma Media haluaa luoda asiakkailleen mahdollisimman helpon ja nopean sekä luotettavan maksuprosessin, sillä nämä on todettu olevan asiakkaalle tärkeitä. Asiakkaan toivoma maksutapa on hyvä olla saatavilla ja virhetilanteiden sattuessa maksunpalautus pitää sujua nopeasti. (Nuutinen 2019.) Alma Medialle tärkeää on se, että maksaminen ei ole este asiakkaan ostokselle. Maksamisen tulisi olla niin helppoa, että asiakas kokee maksamisen mielekkäänä. Maksuprosessissa tulisi myös varmistua siitä, että asiakkaasta saadaan kaikki tarvittavat tiedot. Näiden kahden yhdistäminen on suuri haaste. Helpon ja nopean maksamisen yhdistäminen kattavien asiakastietojen saamiseen on koettu hankalaksi toteuttaa. Yrityksen kassavirran näkökulmasta olisi hyödyllistä, että raha saadaan veloitettua asiakkaan käyttämällä maksutavalla luotettavasti ja rahojen kotiutus tapahtuu mahdollisimman pian veloituksen jälkeen. (Nuutinen 2019.)

Alma Medialla on käytössään paljon toistuvasti veloitettavia maksuja, jossa tällä hetkellä voi käyttää maksutapana vain korttia. Korttimaksamiseen liittyy kuitenkin monia haasteita; kortit vanhenevat, ne voivat olla varastettuja tai niitä voidaan jopa käyttää ilma lupaa. Tämä lisää korttimaksujen epävarmuutta. Verkkopankkimaksut taas eivät ole tällä hetkellä nopeita maksutapoja ja maksuprosessi vaihtelee suuresti pankista riippuen. (Nuutinen 2019.) Uusi maksupalveludirektiivi PSD2 tulee varmasti muuttamaan verkkopankkimaksamista, mutta vielä ei ole varmuutta siitä, miten tämä näyttäytyy asiakkaalle. Laskulla maksamista Alma Media pyrkii kuitenkin vähentämään, sillä laskuttaminen tuottaa kuluja ja laskuihin liittyy aina luottotappioriski. (Nuutinen 2019.)

Alma Media uskoo helpon mobiilimaksamisen kasvattavan suosiota tulevaisuudessa ja haluaa siksi suosia sitä. Valta maksutapavalikoimasta on siirtynyt kuluttajille, he ohjaavat sitä mitä maksutapoja kauppiaan tulisi tarjota omassa verkkokaupassaan. Maksutapoja on tällä hetkellä markkinoilla niin monia, on kauppiaan vaikea päättää mitkä niistä valitsee. Kaikkia ei voi tarjota, sillä silloin asiakkaan kokemus kärsii ja sivusto näyttää helposti sekavalta. Tästä syystä Alma Media panostaakin markkinatilanteen seuraamiseen ja suosituimpien maksutapojen tarjoamiseen yrityksen palveluissa. (Nuutinen 2019.)

5 TULEVAISUUDEN MAKSUTAVAT

5.1 Verkkopankkimaksut ja PSD2

Verkkopankkimaksamiseen on näkyvissä uusia mahdollisuuksia. Vuonna 2015 julkaistiin Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2015/2366 maksupalvelut sisämarkkinoilla, direktiivien 2002/65/EY, 2009/1001/EY ja 2013/36/EU ja asetuksen (EU) N:o 1093/2010 muuttamisesta sekä direktiivin 2007/64/EY kumoamisesta. Tätä direktiivimuutosta kutsutaan nimellä PSD2 – toinen maksupalvelulaki (Finanssivalvonta 2019.)

Direktiivin tehtävä on saada säätelynpöytä niin sanotut kolmannen tahon maksunvälittäjät, sekä saattaa maksupalvelulaki vastaamaan paremmin markkinoiden tulevaisuuden näkymiä. Toisen maksupalvelulain, PSD2 määräaika umpeutuu 30.9.2019, jolloin pankeilla tulisi olla rajapinnat rakennettuina. (Kumpukoski 2019.) PSD2 mahdollistaa näin maksunvälittäjien toiminnan kokonaan uudella tavalla. Direktiivin voimaantulon jälkeen maksunvälittäjien on mahdollista tehdä asiakkaan suostumuksella tilitapahtumakyselyitä ja veloituksia suoraan asiakkaan tililtä. (Kumpukoski 2019.)

Tämä luo kauppiaille ja maksunvälittäjille monia uusia mahdollisuuksia, sekä vähentää kuluja. Maksamisen näkökulmasta PSD2 mahdollistaa myös toistuvasti veloitettavien maksujen maksamisen suoraan pankkitililtä, pankkitunnuksilla maksettuina. Tämä direktiivimuutos saattaa syödä kortilla maksamisen osuutta tulevaisuudessa (Kumpukoski 2019). Direktiivin voimaantulon myötä myös maksamisen turvallisuus lisääntyy, sillä vahva tunnistautuminen maksaessa tulee pakolliseksi (Finanssivalvonta 2019).

Tämän lisäksi Qvikin 2019 teettämän kyselyn mukaan suomalaiset pitävät verkkopankkimaksamista edelleen kaikkein turvallisimpana maksutapana. Jopa useampi kuin kuusi kymmenestä kyselyyn vastanneesta maksaisi nettishoppailunsa mieluiten verkkopankissa. (Kauppalehti 2019.) Tämä eroaa hieman Paytrailin

vuonan 2018 julkaisemasta tutkimuksesta, jonka mukaan varsinkin miehet kokevat korttimaksut luotettavana (Paytrail 2018).

5.2 Korttimaksaminen

Kortilla maksamisen osalta suuria muutoksia ei ole odotettavissa, on jopa ennustettu, että itse kortilla maksaminen saattaa hävitä. Kortti-infrastruktuuri olisi edelleen käytössä monissa maksutavoissa taustalla, mutta fyysisiä kortteja ei enää olisi. (Müller 2018.) Muutokseen tosin voi mennä vuosia tai jopa vuosikymmeniä, sillä Paytrailin tutkimus osoittaa, että korttimaksamisella on edelleen vahva suosio (Paytrail 2018). Samaa osoittaa Qvikin 2019 teettämä kysely, pankki- tai luotokortilla verkko-ostoksensa maksaisi mielellään lähes puolet vastaajista (Kaupalehti 2019).

Kortti-infrastruktuuri on kuitenkin taustalla myös monissa muissa maksutavoissa, kuten mobiilimaksusovelluksissa tai joissakin biometrisissä maksutavoissa. Tämän lisäksi mobiilin käyttö lisääntyy jatkuvasti, jolloin myös mobiilisovellukset kehittyvät ja niiden määrä kasvaa. Erillisissä mobiilisovelluksissa on myös maksumahdollisuus. Yleisesti sovelluksiin tallennetaan maksukortin tiedot. Tämä saattaa myös kasvattaa kortilla maksamista tulevaisuudessa. (Müller 2018.)

5.3 Mobiilimaksaminen

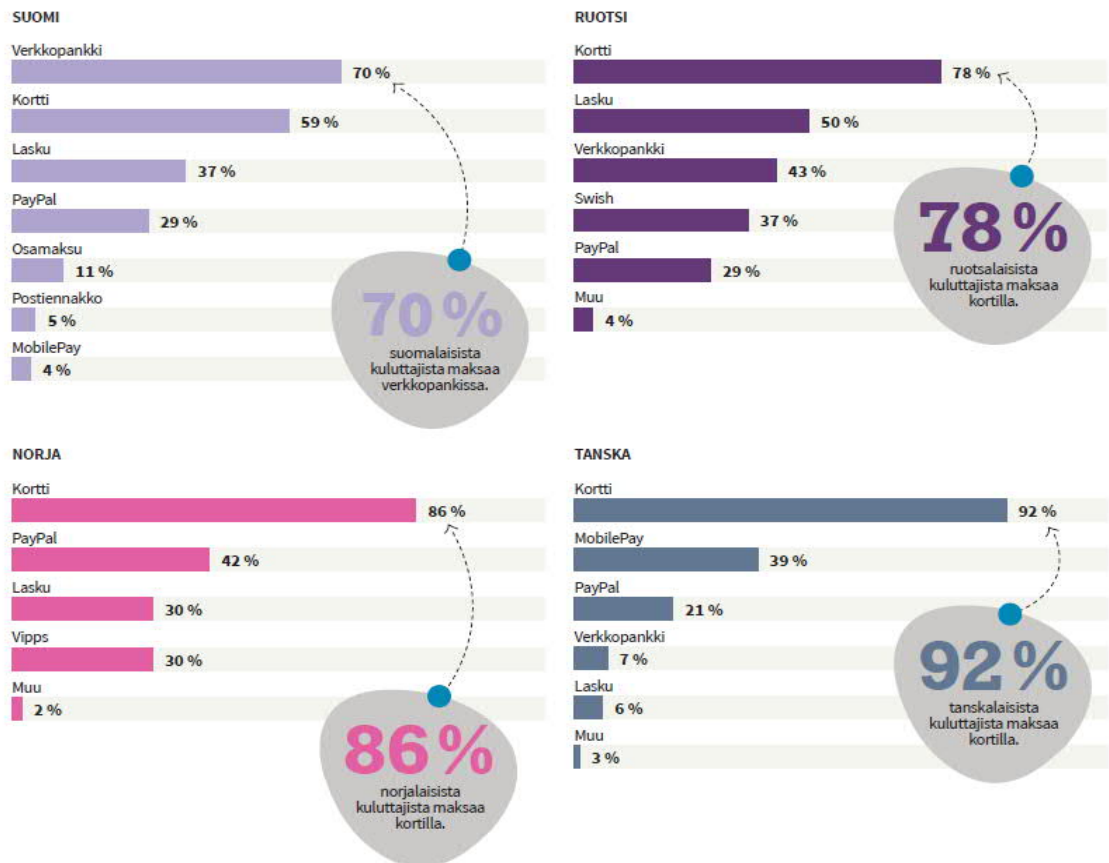
Suomessa mobiilimaksaminen on vielä minimaalista. Mobiilimaksusovelluksista tällä hetkellä tunnetuimpia Suomessa ovat MobilePay, ApplePay, Siirto, Google pay ja pankkien omat mobiililompakot. Maailmalla mobiilimaksaminen on kuitenkin kasvanut jo hurjasti. Mobiilimaksujen yleistymiseen viittaa myös maksutapojen saatavuus eri verkkopalveluissa ja kauppoissa. Tämä tulee väistämättä lisäämään mobiilimaksamisen tunnettavuutta ja kasvattamaan mobiilimaksujen määrää. Suomessa yksi mobiilimaksusovellus ei toistaiseksi ole noussut muita suosittumaksi, vaan markkinavoittajan paikasta kilpailevat tällä hetkellä MobilePay, Siirto ja Apple Pay. (Huhtiniemi 2018.)

Syksyllä 2018 Mobilepay aloitti yhteistyön S-ryhmän kauppojen kanssa ja julkisti yhteistyön aloittamisen myös Keskon kanssa vuoden 2019 aikana (MobilePay 2019). Yhteistyön tarkoituksena on tuoda MobilePay maksutavaksi jokaiseen kauppaan ja toimipisteeseen. MobilePayn julkaiseman tiedotteen mukaan soveluksessa tehdyt siirrot ovat tuplaantuneet vuoden 2017 ja 2018 välillä ja siirtoja tehdään tällä hetkellä yli miljoona kappaletta kuukausittain. Huomion arvoista on, että näistä siirroista vain 5-osa, noin 200 000 kappaletta, on yrityksille tehtyjä maksuja. (MobilePay 2019.)

ApplePay on Suomessa käytössä vain Lidl konsernin kaupoissa, mutta maailmalla jo paljon laajemmin käytössä. Englannin valtio hyväksyy Apple payn maksutapana osassa heidän palveluitaan ja Amerikassa maksutapa on käytössä useissa eri liikkeillä kuten Taco Bell, Hy-vee, CSV Pharmacy ja Target. (Pymtns 2019.) Suomessa Apple Pay ei ole vielä käytössä laajemmin, sillä Apple Payn suosiota suomessa hillitsee yhteistyöpankkien vähyys ja laiteriippuvuus (Apple 2019).

Siirto - palvelu on tehnyt siirto ennätyksiä vuoden 2018 aikana, joka viittaisi palvelun suosion kasvamiseen. Vuonna 2018 tammi- ja syyskuun välillä siirtoja tehtiin noin 22 miljoonaa kappaletta kuukausittain. (Siirto 2018.) Yrityksen julkaisusta ei kuitenkaan käy ilmi mikä osuus näistä siirroista on yrityksille tehtyjä maksuja ja mikä yksityisten välisiä rahasiirtoja (Siirto 2018).

Pohjoismaissa mobiilisovellusten käyttö maksutapana on huomattavasti suosittumpaa kuin Suomessa (kuvio 4). Ruotsalaisista 37% suosii Swishin käyttöä, kun taas tanskalaisista 39% käyttää meillekin tuttua MobilePayta ja norjalaisista 30% maksaa mieluiten Vippsillä. Meillä mobiilimaksujen osuus on vielä pientä, mutta sen osuuden uskotaan kasvavan lähitulevaisuudessa. (Paytrail2018.)

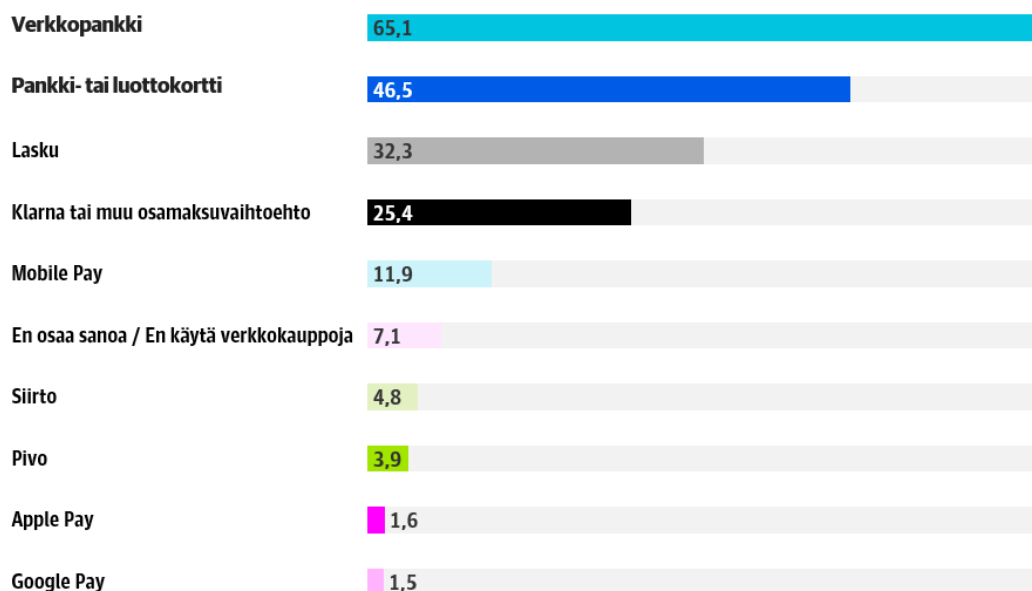


KUVIO 4. Verkkokaupoissa eniten käytetyt maksutavat (Paytrail 2018)

Uusin mobiilimaksamista koskeva kysely valmistui 2019. Kyselyn mukaan joka kolmas suomalainen ei maksaisi verkko-ostoksiaan kännykällä, koska epäilee mobiilimaksamisen turvallisuutta. Suomalaisista jopa 76% tekevät ostoksia puhelimella, kuitenkin vain ani harva maksaa verkko-ostoksensa kännykällä. (Kauppalehti 2019.) Qvikin suunnittelu johtajan Markus Pietilän mukaan Suomi on hurjasti mobiilimaksamisessa jäljessä Ruotsista, jossa noin 80% käyttäjistä maksaa Swish- mobiilisovelluksella kuukausittain (Kauppalehti 2019).

Suosituin mobiilimaksutapa Qvikin kyselyn mukaan on Mobile Pay, sen valitsisi verkkokaupassa maksuvälineeksi mieluiten hieman yli kymmenesosa suomalaisista (kuvio 5). MobilePayn käyttö suomessa on kasvanut yli 50% vuosien 2018 ja 2019 välillä (kuvio 4; kuvio 5). Muut mobiilimaksusovellukset eli Osuuspankin Pivo, Automatian Siirto, Apple Pay sekä Google Pay saavuttivat yhteensä saman suosion kuin Mobile Pay yksin. Paytrailin vuonna 2018 keväällä julkaisemassa tutkimuksessa puhelimella eniten käytetyistä maksutavoista Apple Pay saavutti

1% ja Pivo 1%, näidenkin maksutapojen kohdalla on havaittavissa pientä kasvua (Paytrail 2018: kuvio5). Pivo käyttää taustalla Siirto-tekniologiaa, eli sen voi laskea mukaan Siirron kokonaisvolyymiin (Kauppalehti 2019).



KUVIO 5. Verkkopankkimaksu on ylivoimaisesti suosituin (Kauppalehti 2019)

5.4 Ulkomaalaiset toimijat

Maailmalla on muutamia suuria maksunvälittäjiä, joita voi jopa kutsua ennemminkin markkinapaikoiksi, jotka ovat ottaneet markkinavoittajan aseman omalla alueellaan. Idässä markkinoita johtaa kaksi jättiä, WeChatPay ja Alipay, kun taas Amerikassa Amazon on vallannut markkinan. Amerikassa on myös monia mobiilimaksusovelluksia, jotka ovat saavuttaneet hyvä aseman markkinoilla. (Moosa 2018.)

Alipay ja WeChatPay ovat kiinalaisia mobiilimaksusovelluksia, joita ilman ei käytännössä voi toimia Kiinassa. Alipayllä pystyy maksamaan niin McDonaldsin tilauksen kuin sähkölaskunkin. WeChatPay toimii karttasovelluksena, taksin tai ruoan tilaamisessa ja treffiseurauksen etsimisessä. Mobiilimaksuväline on suosituin elektroninen maksuväline Kiinassa. (Moosa 2018.) Näistä kahdesta Alipay on al-

kanut laajentaa markkina-alueitaan Aasian ulkopuolelle. Alipay ja yhteistyökumppani ePassi ovat perustaneet Alipay-ePassin, jonka avulla kiinalaiset turistit pystyvät maksamaan ruokansa, majoituksensa ja matkansa. (ePassi 2019.) Tammi-kuussa 2019 Alipay laajensi toimintansa myös Eurooppaan perustamalla juridisen yksikön nimeltä Alipay (Europe) Limited S.A. (Pymnts.com 2019.)

Amazon on tehnyt maksamisesta täysin näkymätöntä avatessaan Amazon Go -kaupan tammikuussa 2019. Amazon Go:ssa maksaminen tapahtuu lataamalla Amazon Go -sovelluksen puhelimeen ja skannaamalla sen kauppaan mennessä. Kaupan kamerat ja sensorit havaitsevat ostetut tarvikkeet ja veloittavat asiakkaan maksukorttia automaattisesti, kun hän poistuu kaupasta. Amazon on luonut jotain ainutlaatuista, jota ei vielä muualla maailmassa olla tehty. (pymnts.com 2019.)

5.5 Biometriset ja muut maksutavat

Maailmalla on jo julkaista muutamia biometrisia maksutapoja. Maksamisesta halutaan tehdä helppoa, mutta samaan aikaan turvallista. Maksaminen on jo tullut ja on muuttumassa kovaa vauhtia kohti läpinäkyvää, joustavaa ja nopeaa teknologiaa. Yritykset toisensa perään kehittävät uusia maksamisen innovaatioita ja pyrkivät tuomaan markkinoille ratkaisuja, jotka palvelevat kuluttajia heidän toimollaan tavalla. (Hänninen 2019.)

Suomalaisista toimijoista ensimmäinen, joka on testannut maksamista kasvo-
tunnistuksen avulla omassa toimipisteessään on OP Palvelut Oy. Maksaminen perustuu kasvoista otettuun tunnistukseen. Tuotteen maksaminen onnistuu siis siten, että jokin laite, kuten padi tai puhelin, tunnistaa kasvot ja yhdistää ne liitettyihin maksutietoihin. Kasvotunnistusta käyttävä maksutapa ei tiedettävästi ole vielä käytössä muualla kuin OP:n omassa toimistossa. (Kröger 2018.)

Nets on ensimmäisenä ottanut käyttöön sormensuoniin perustuvan maksamisen Kööpenhaminan Business koulussa. Koulun kahvion kassoille asennettiin skanneri, joka skannaa maksajan sormessa olevat suonet. Sormen suonet havaittiin

turvallisemmaksi vaihtoehdoksi sormenjälkitunnistamiseen verrattuna. Sormen suonet ovat yksilöllisemmät, niiden kopioiminen on miltei mahdotonta ja sormea skannatessa tarkistetaan myös suonien verenvirtaus. (Nets 2018.)

Kokeilu onnistui yli odotusten, sillä maksamisesta tuli helppoa ja jonot kahviossa lyhenivät huomattavasta maksamisen nopeuduttua. Maksaminen koettiin turvallisemmaksi kuin pin - koodin näppäilyä tai sormenjälkeä ei enää tarvittu. Vaikka sormensuoni maksaminen oli menestys, havaittiin siinä myös haasteellinen osuus. Maksutavan käyttöönotto oli työlästä, sillä jokaisen henkilön oli käytävä rekisteröitymispisteessä lukemassa sormensuonet ja niihin yhdistettiin kyseisen henkilön maksutapa. Suurempaa kokonaisuutta ajatellen tämä olisi haasteellista, sillä ei ihmisillä olisi mahdollisuutta rekisteröityä kotona. (Duman 2018.)

Smart Mirror, joka ei niinkään ole biometrinen maksutapa, mutta on kuitenkin alalla yksi edelläkävijä. MasterCard toi markkinoille vuonna 2018 Smart Mirror -tuotteen, jonka avulla asiakas pystyy maksaman tuotteensa jo sovituskopissa olevan peilin avulla. Peili mahdollistaa myös sovituskopin valaistuksen säätämisen sekä musiikin soittamisen. Mastercard on osannut vastata asiakkaiden tarpeisiin ja luonut helpon sekä sujuvan ostotapahtumat mahdollistamalla maksun jo sovituskopissa, jolloin asiakkaan ei tarvitse jonottaa erikseen maksamaan tuotteitansa. (Duman 2018.)

Tänä päivänä biometrisien maksutapojen haasteena on kuitenkin vielä maksajan tunnistetiedon rekisteröityminen maksutietoihin luotettavasti. Ainoa luotettava tapa tehdä tämä yhdistäminen on, että asiakas menee maksupalvelun tuottajan toimipisteeseen tunnistamaan itsensä. Tästä syystä maksutapoja ei olla vielä tuota markkinoille tämän enempää. (Duman 2018.)

5.6 Laskusovellukset

Vaikka yritykset pyrkivät vähentämään laskuttamista, on myös laskulla maksamista pyritty helpottamaan kuluttajan näkökulmasta. Laskusovelluksien määrä kasvaa jatkuvasti. Laskun toimittaminen mobiilisovellukseen kuten Klever, Calrk

ja jopa MobilePay, on jo nyt mahdollista. Laskun maksaminen sovelluksessa toimii kuten muu maksaminen. Sovellus tallentaa käyttäjän maksutiedot ja laskun maksu tapahtuu sovelluksen sisällä. (Strålfors 2019.)

6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää, millaisia maksutapoja maailmalla on tulossa ja mitä niistä Alma Media Oyj pystyisi hyödyntämään tulevaisuudessa. Lisäksi työssä käytiin läpi maksunvälitystä yleisesti sekä Suomessa tällä hetkellä eniten käytettyjä maksutapoja. Työssä syvennyttiin tutkimaan tulevaisuuden maksutapoja ja kuluttajien maksukäyttäytymistä.

Tutkittavan materiaalin pohjalta voidaan todeta, että maksaminen muuttuu radikaalisti lähitulevaisuudessa. Kuluttajien muuttuvaan käytökseen viittaa useampi kyselytutkimus ja näistä voidaan havaita kuluttajien vaativan helppoa, nopeaa, jopa näkymätöntä maksamista. Turvallisuus koettiin kuitenkin hyvin merkittävänä tekijänä maksutapaa valittaessa. Uuden maksupalveludirektiivin voimaantulon merkitystä suomalaisten maksukäyttäytymiseen ei vielä voitu arvioida. Direktiivin voimaantulo lisää maksamisen turvallisuutta ja helpottaa verkkopankkimaksamista, joten näiden tietojen valossa voidaan arvioida verkkopankkimaksamisen pysyvän suomalaisten suosiossa. Tutkimuksesta ilmeni myös, että pankki- ja korttimaksaminen sellaisenaan kuin se nyt on, saattaa tulevaisuudessa hävitä kokonaan muiden ketterämpien maksutapojen tieltä.

Tutkimuksessa selvisi, että suomalaiset eivät vielä ole ottaneet käyttöönsä mobiilimaksamista siinä määrin kuin muut pohjoismaat. Suomalaiset kokivat mobiilimaksamisen olevan turvatonta ja tuntematonta, eivätkä tästä syystä vielä olleet ottaneet kyseistä maksutapaa käyttöön. Todettavissa kuitenkin on, että mobiilimaksamisen tarjoaminen Suomen suurien kauppaketjujen liikkeissä tulee varmasti muuttamaan suomalaisten turvallisuudentunnetta mobiilimaksamisesta parempaan suuntaan. Pohjoismaisten tilastojen perusteella pystytään ennustamaan, että mobiilimaksamisen suosio kasvaa myös Suomessa.

Tutkimustulosten perusteella havaittiin myös, että suomalaiset arvostavat turvallisuutta ja tuttuja maksutapoja. Tämän perusteella voidaan todeta, että ulkomalaiset maksutavat tuskin saavuttavat suomalaisten suosiota maksutapoina. Biometristen maksutapojen markkinoille tuomista havaittiin hidastavan niiden han-

kala käyttöönotto ja maksutietojen yhdistäminen käyttäjän tunnistustietoihin. Lähteinä käytetyissä materiaaleista ja tapahtumista kävi selkeästi ilmi, että yritysten tulisi tarjota asiakkaille mahdollisuus maksaa mobiililla. Mobiilimaksujen suosion kasvupotentiaali korostui useasti ja oli myös selkeästi havaittavissa kyselytutkimusten tuloksissa. Tutkimuksen perusteella voidaan vahvistaa, että Alma Media Oyj:n tulisi valmistautua tarjoamaan asiakkaille läpinäkyvä, mutta samaan aikaan turvallinen maksuprosessi. Kuluttajat haluavat maksaa helposti ja nopeasti. Kehitysehdotuksena Alma Media Oyj:lle suositellaan mobiilimaksutapojen käyttöönottoa ja maksamisen helppouteen panostamista. Verkkopankki- ja korttimaksutapojen säilyttäminen on kannattavaa niiden suosion takia. Kauppapaikkakohtaisesti on kuitenkin hyvä arvioida mitä maksutapoja palvelun käyttäjät suosivat.

Alma Media Oyj:n ei vielä tarvitse harkita biometrisia maksutapoja niiden käyttöönoton haasteiden takia. Myöskään ulkomaalaiset maksutavat, kuten Alipay tai WeChatPay eivät ole potentiaalisia vaihtoehtoja Alma Media Oyj:lle yksinomaan niiden käyttäjäkunnan takia. Alma Media Oyj:n tuotteet ovat pääasiallisesti kohdistettu suomalaisille asiakkaille, joten kiinaiset maksutavat eivät ole tarpeellisia yrityksen palveluissa. Myös laskutussovellusten integroimista Alma Media Oyj:n järjestelmiin voidaan suositella sen ennakkotiedon perusteella, että käyttäjien arvioidaan siirtyvän käyttämään pääasiallisesti mobiililaitteita.

LÄHTEET

Alma Media Oyj. 2019. Tietoa meistä. Luettu 20.4.2019. [https://www.almamedia.fi/tietoa-meistä](https://www.almamedia.fi/tietoa-meista)

Apple. 2019. Apple Payhin osallistuvat pankit Euroopassa ja Lähi-idässä. Luettu 29.4.2019. <https://support.apple.com/fi-fi/>

Duman, T. Futurice - Head of innovation. 2018. How to use AI to cater for ever existing human craving: Convenience. Luento. NetsDay 5.11.2018. Finlandia-talo Helsinki.

ePassi. 2019. ePassi-Alipay – uusi ja tehokas tapa kasvattaa myyntiä. Luettu 2.5.2019. <https://www.epassi.fi/fi/epassi-alipay-suomi>

Finanssivalvonta. 2018. Maksupalvelun tarjoajat. Luettu 16.3.2019 <https://www.finanssivalvonta.fi>

Finanssivalvonta. 2019. PSD. Luettu 24.3.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuudet/>

Google. 2019. About. Luettu 3.5.2019. <https://pay.google.com/>

Huhtiniemi, A. Kesko. 2018. Maksaminen muuttuu kaupassa - vai muuttuuko? Luento. Tulevaisuuden maksutekniikat 23.10 - 24.10.2018. Crown Plaza Helsinki.

Hänninen, M. KTM Tutkija, tohtorikoulutettava Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu. 2019. Asiakkaan pulssilla - Mitkä trendit vaikuttavat ostokäyttäytymiseen 2020-luvulle tultaessa. Luento. Maksamisen tulevaisuus 27.3.2019. Clarion Hotel Helsinki.

Kauppalehti. 2019. Kysely- Suomalaiset empivät yhä mobiilimaksamista käytettävyys ja tietoturva epäilyttävät eniten. Luettu 8.5.2019. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/>

Kröger, P. OP Uudet liiketoiminnat.2018. Monikanavaisen kaupan maksaminen - matka käteisestä kasvomaksuihin. Luento. eCommerce Day 2018 25.9.2018. Tennispalatsi.

Kumpukoski, J. Sales Director. 2019: Eniten muuttuu maksaminen - vai muuttuuko? Luento. Smart Commerce 22.1.2019. Crown Plaza Helsinki.

Laki rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisestä 6.2017/444

Maksupalvelulaki 30.4.2010/290

Maksulaitoslaki 30.4.2010/297

Maksuturva. 2018. Mitä on mobiilimaksaminen. Luettu 29.4.2019.
<https://www.maksuturva.fi/blogi>

Marviala, J. Automatia. 2018. Siirto in Finland - in the world of payments. Luento. Payment Summit 21.3 - 22.3.2018. Scandic Park Hotel Helsinki.

MobilePay. 2018. Tietoa Mobilepaysta. Luettu 29.4.2019. <https://www.mobile-pay.fi/>

Moosa, N. Senior Manager, Digital Services.2018. Luento. Payment Summit 21.3 - 22.3.2018. Scandic Park Hotel.

Müller, P. Nordic eCommerce DIBS. 2018. Nordic E-commerce. Luento. NetsDay 5.11.2018. Finlandia-talo Helsinki.

Nets. 2018. Pay with the touch of a finger. Luettu 12.12.2018.
<https://www.nets.eu/Media-and-press/news/>

Nets. 2019. Ohjeita kortinhaltijalle. Luettu 10.4.2019. <https://www.nets.eu/fi-fi/palvelut/kortit/ohjeita/Pages/default.aspx>

Nuutinen, J. Talousjohtaja Alma Media Oyj. 2019. Haastattelu 14.3.2019. Haastattelija Rajakoski, E. Tampere.

Paytrail. 2018. Verkkokauppa suomessa 2018. Luettu 20.10.2018.
<https://www.paytrail.com/tietopankki/>

Penttinen, O. Sales Manager OP Digital Commerce and Payments.2018. Haastattelu 20.5.2018. Haastattelija Rajakoski, E. Tampere.

Pymnts.com. 2019. Amazon Go is a Go - today. Luettu 3.5.2019.
<https://www.pymnts.com/?s=amazon+go>

Pymnts.com. 2019. Alipay Latest To Ride eMoney License Trend. Luettu 3.5.2019. <https://www.pymnts.com/news/mobile-payments/2019/alipay-payments-licensing-luxembourg-fintech/>

Pymnts.com. 2019. Apple Pay Gets Support From Target, Taco Bell, Other Retailers. Luettu 10.5.2019. <https://www.pymnts.com/news/mobile-payments/2019>

Pymnts.com. 2019. UK Gov't Now Accepts Apple Pay For Some Services. Luettu 10.5.2019. <https://www.pymnts.com/>

Riikonen, K. Head of industry Google Finland.2018. The age of assistance - data driven transformation. Luento. Mobiilimaksamisen uudet tuulet 11.4.2018. Radisson Blue Seaside, Helsinki.

Segercrantz, J. Sales Director Klarna Oy. 2018. Haastattelu 5.12.2018. Haastattelija Rajakoski, E. Helsinki.

Siirto. 2018. Volyymien kasvu ylitti valtakunnallisen uutiskynnyksen. Luettu 20.4.2019. <https://siirto.fi/>

Strålfors.2019. MobilePay. Luettu 5.5.2019. <https://www.stralfors.fi/ratkai-summe/payment-management/mobilepay/>

Suomen Pankki. 2017. Maksuliikennetilastot. Luettu 9.4.2019. <https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/maksuliiketilastot/>

Suomen Pankki. 2018. Vuoden 2017 maksuliiketilastot. Luettu 20.4.2019. <https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/>

Suomen Pankki. 2019. Korttimaksut maksutavan mukaan (2018 ennakkotieto). Luettu 20.4.2019. <https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/>

Tivi. 2018. Apple Pay tuli Suomeen – mikä se on ja mitä se tarkoittaa. Luettu 29.4.2019. <https://www.tivi.fi/uutiset/>

Valtiovarainministeriön asetus maksulaitoksen toimilupahakemukseen liitettävistä selvityksistä 18.12.2017/1040

Valtiovarainministeriön asetus maksulaitoksen omien varojen laskemisessa käytettävistä menetelmistä 18.12.2017/1039

Wraa-Hansen, M. CEO of MobilePay S/A. Mobilepay(ments) in the bigger picture.2018 Luento. Payment Summit 21.3 - 22.3.2018. Scandic Park Hotel.

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

▲ HAASTATTELU

Alma Media Oyj:n Talousjohtajan haastattelu

- Kuinka monessa palveluissa teillä voi maksaa verkossa?
- Mitkä maksutavat teidän palveluiden verkkosivuilla tarjotaan?
- Montako maksunvälittäjää teillä on?
- Mitä odotatte maksunvälittäjältä?
- Mitkä asiat vaikuttavat maksunvälittäjän valintaan?
- Minkälaista maksamista haluatte lisätä palveluissanne?