

Mobiilipalveluiden käyttö verkko- pankkiasiakkaiden keskuudessa

OP Tampere

Satu Rämäkkö

Opinnäytetyö
Toukokuu 2019
Liiketalouden ja hallinnon ala
Tradenomin tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Rämäkkö, Satu	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2019
	Sivumäärä 46	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Mobiilipalveluiden käyttö verkkopankkiasiakkaiden keskuudessa OP Tampere		
Tutkinto-ohjelma Tradenomi		
Työn ohjaaja(t) Könönen, Päivi		
Toimeksiantaja(t) OP Tampere		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Digitalisaatio toi mukanaan uusia ilmiöitä ja mahdollisti yritysten palveluntarjoamisen täysin uudentlaisilla alustoilla. Yhtenä ilmiönä ovat älypuhelimet ja niille kehitetyt, taskussa mukana kulkevat mobiilisovellukset, jotka kulkeutuivat myös finanssialan palveluiden pariin. Nykyään mobiilipalvelut ovat olennainen ja nopeasti kehittyvä osa pankin palveluvalikoimaa, tämän vuoksi on myös tärkeä tietää syitä sille, miksi jotkut eivät kyseistä palvelua tahdo käyttöönsä lainkaan.</p> <p>Opinnäytetyössä tutkittiin 40–60-vuotiaiden asiakkaiden ajatuksia OP:n mobiilipalveluiden eli OP-mobiiliin sekä Pivon käyttämättömyydestä. Tarkoituksena oli löytää keskustelun kautta syitä ja tuntemuksia sille, miksi pankin mobiilisovellus tuntuu asiakkaalle vieraalta käyttää ja kartoittaa pankin toimihenkilön osuutta käyttöön opastamisessa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin maaliskuussa 2019 kvalitatiivisena eli laadullisena haastattelututkimuksena teemahaastatteluin. Jokainen valikoitu asiakas haastateltiin luottamuksellisesti saman lomakkeen pohjalta. Lomake jätti varaa myös lisäkysymyksille tarpeen mukaan. Tutkimusta varten haastateltiin kuutta pankin asiakasta tietystä, tutkimukseen valikoituneesta ikäryhmästä. Toimeksiantajayrityksenä toimii Tampereen Seudun Osuuspankki, eli OP Tampere, jonka asiakkaita haastatellut asiakkaat myös ovat.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista kävi ilmi, että raha-asioiden hoitoa mobiiliin kautta vierastetaan asian arkaluonteisuuden vuoksi, mutta myös siksi, että puhelimen näyttö on kuitenkin pieni ja sopii kehnosti asioiden hoitamiseen. Toimihenkilöltä toivottiin apua lähinnä kysyttäessä, eikä asiakkaan mielipide mobiiliin käytöstä olisi muuttanut, vaikka sovellusta olisi alun perin pankin toimesta tarjottu. Mobiiliin käyttöönotossa pärjätään usein itse, kuitenkin apua kaivataan sekä konttorissa että muissa kanavissa.</p>		
Avainsanat (asiasanat)		
Mobiilipalvelut, monikanavaisuus, digitalisaatio, pankki		
Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Rämäkkö, Satu	Type of publication Bachelor's thesis	Date May, 2019 Language of publication: Finnish
	Number of pages 46	Permission for web publication: x
Title of publication The use of mobile bank services among the online banking customers OP Tampere		
Degree programme Bachelor's Degree in Business Administration		
Supervisor(s) Könönen, Päivi		
Assigned by OP Tampere		
Abstract <p>Digitalisation brought brand new ways for organizations to adapt their services into new platforms. As an example there are smart phones and applications that found their way into financial services. Nowadays mobile services are a significant and rapidly evolving part of the banks' assortment of services, and that is why it is important to know why some customers do not want to use them at all.</p> <p>The aim of the thesis was to study the reasons and thoughts of customers aged 40–60 years about not wanting to use the mobile services of OP, meaning OP-mobile and Pivo-applications. The goal was to discuss the mobile bank with the customers and search for the reasons and feelings about why they are not comfortable with using OP's mobile applications. One goal was also to find out if it would have changed their mind about using the applications if the clerk had offered the application and help to get started in the first place.</p> <p>The thesis was conducted as qualitative research in March 2019 using theme interviews as the research method. Each customer chosen was interviewed confidentially with the same form. There was also room for additional questions if needed. There were six interviewees who all were customers of OP Tampere chosen from the certain segment of customers. The study was assigned by OP Tampere.</p> <p>According to the study, most of the customers in the studied segment are not comfortable with taking care about their financial issues via a mobile phone. Financial issues are considered delicate but there is also a practical aspect, the mobile phone being very small compared to a computer. Help from the clerk was mostly hoped when especially asked for, and the customer's opinion about the mobile applications would not have changed even if the clerk had offered help. Usually customers are able to get started all by themselves although help is still needed in the branch and other channels.</p>		
Keywords/tags (subjects) Mobile services, multichannel communication, digitalisation, bank		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	5
2.1	Tutkimusongelma ja -kysymykset	5
2.2	Tutkimusmenetelmä	6
3	Pankkiasiakkuus	12
3.1	Vähittäispankki Suomessa	13
3.2	Asiakkaana pankissa	13
3.3	Säätely ja valvonta.....	16
4	Mobiilipalvelut pankkialalla	17
4.1	Digitalisaatio – pohja mobiilipalveluiden kehitykselle	18
4.2	Digiajan pankki	20
4.3	Mobiilipalvelut.....	22
4.4	Turvallisuus.....	26
5	Tutkimuksen toteuttaminen ja tulokset	27
5.1	Toteutus.....	27
5.2	Tulokset	29
6	Johtopäätökset.....	33
7	Pohdinta.....	35
	Lähteet	42
	Liitteet	46
	Liite 1.....	46

Kuviot

Kuvio 1. OP Ryhmän rakenne	12
Kuvio 2 Asiakkuuden porrasmalli	14
Kuvio 3. Digitalisaation kulku	19
Kuvio 4. Palveluiden monikanavaisuus	21
Kuvio 5. Innovaation omaksujien segmentit, "Rogersin kello"	25

1 Johdanto

Digitalisaatio on jo lähes neljän vuosikymmenen ajan mullistanut niin yksittäisen ihmisen kuin yritystenkin toimintaa siirtäessään asiointia ja palveluita verkkoon pyrkimyksenä helpottaa ihmisen elämää. Se näkyy ja kuuluu jokapäiväisessä elämässämme.

Mullistuksen voi katsoa saaneen alkunsa länsimaissa tietokoneiden kehityksen ja käyttöönoton myötä 1980-luvulla. Internetyhteydet suomalaisissa kotitalouksissa alkoivat yleistyä 1990-luvulla ja kasvuvauhti oli huipussaan 2000-luvun taitteeseen. (Koiranen, Räsänen & Södergård 2016). Kauan sitten alkaneesta digimyllerryksestä huolimatta mobiilipalvelut ovat suhteellisen uusi, älypuhelin mukanaan tuoma ilmiö, joka aiheuttaa paljon ihmetystä ja kysymyksiä osassa myös arkailua. Mobiilipalvelut ja -sovellukset ovat nykypäivään mennessä tuoneet ison osan tuotteista ja palveluista suuren yleisön saataville mukana kannettavassa muodossa: linja-autojen paikannus, hätänumeropainike, jopa ruokaostosten teko onnistuu sovelluksen avulla. Suuren hyödyn kuluttajalle on tuonut myös pankkipalveluiden mahdollistaminen mobiilimuotoon.

Koska mobiilipalvelut ovat melko tuoreita tuotteita, niiden käyttöön liittyy paljon ennakkoluuloja, joita voisi sitkeässä eläviä, vääriä uskomuksia korjaamalla kitkeä pois. Juuri tästä syystä tämän opinnäytetyön aiheeksi valikoitui mobiilipalveluiden käyttämättömyys OP Tampereen asiakkaiden keskuudessa. Työssä tarkastellaan pankin mobiilipalveluiden, eli OP-mobiilia sekä Pivoa käyttäviä asiakkaita kaikkien verkkopankkia käyttävien asiakkaiden joukossa. Tarkastelu tapahtuu OP Tampereen näkökulmasta, kun haluttiin selvittää, miksi kaikista verkkopankin käyttäjistä vain 41,20 prosenttia käyttää mobiilipalveluita. Mobiilipalveluiden käyttöprosentti on saatu suoraan toimeksiantajalta käyttäjämäärien pohjalta mitatusta datasta.

Suuren datamäärän vuoksi sekä toimeksiantajan toiveesta tarkasteltava ikäryhmä rajattiin 40–60-vuotiaisiin, mobiilipalveluita käyttämättömiin asiakkaisiin. Kyseinen ikäluokka valikoitui tarkastelun kohteeksi sen potentiaalinen ja mielenkiintoisuuden vuoksi: mielenkiinto uuteen on olemassa, mutta kukaan ei välttämättä ole koskaan

tarjoutunut auttamaan alkuun pääsemiseksi tai oma rohkeus ei riitä kokeilemaan itse. Ikäluokka on myös sellainen, jossa teknologiaan on jo yleisesti totuttu ja opettelu ei tarvitse välttämättä aloittaa täysin alusta: vuonna 2017 nimittäin 55-64-vuotiaista suomalaisista 60 prosenttia on käyttänyt internetiä matkapuhelimella kodin ja työpaikan ulkopuolella, 45–54-vuotiaissa prosenttiluku on jo 82 (Matkapuhelin yhä suosituimpi laite internetin käyttöön – käyttötarkoitukset monipuolistuvat 2017). Ikäluokalla on siis vakaa pohja ja mielenkiinto kokeilla ja opetella uutta, sillä he ovat aikuisiällä todistaneet teknologian huimaa kehitysvauhtia mutta eivät ole esimerkiksi Z-sukupolven tavoin syntyneet jo valmiiksi teknologisesti kehittyneeseen maailmaan ja kasvaneet sen keskellä (Luomala 2017). Z-sukupolvella viitataan Desjardinsin (2019) mukaan 1997–2010 -luvulla syntyneisiin. Z-sukupolven voi kuitenkin määritellä alkavaksi myös esimerkiksi 2000-luvun puolivälistä, sukupolven ns. alkamiselle ei välttämättä ole yksiselitteistä vuotta. (Desjardins 2019.) Valitusta ikäluokasta siis tekee kiinnostavan juuri se, että digitalisaation ja teknologian ollessa suurelle osalle ikäluokasta täysin tuttua ja asioita helpottavaa, mutta pienemmälle osalle se voi kuitenkin tuntua uhalta vanhaa ja totuttua vastaan.

Tutkimuksen taustalla vaikuttavat kaksi teoriapilaria, joiden koettiin linkittyvän aiheeseen ja johdattelevan tutkimukseen ja sen tuloksiin parhaimmalla mahdollisella tavalla. Tietopohjana työssä on käytetty pankkiasiakkuutta ja mobiilipalveluita pankissa. Pankkiasiakkuus perehdyttää ensin alan keskeisiin termeihin ja säännöksiin, luvussa käydään läpi myös pankki- ja finanssialan kokemia mullistuksia vuosien saatossa. Näiden jälkeen on helpompi siirtyä työn itse aiheeseen, eli pankin mobiilipalveluihin. Mobiilipalveluiden luvussa johdatellaan ajatuksia jo lähemmäksi tutkimusta ja syvennyttään työn tärkeimpään aiheeseen lähemmin ennen empiiristä osuutta.

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa – haastatteluissa – kartoitetaan asiakkaiden ajatuksia ja mielipiteitä OP:n mobiilipalveluista sekä niiden käytöstä valitun ikäryhmän näkökulmasta. Tavoitteena on löytää syitä ja tuottaa näistä johdettuja ratkaisuja toimeksiantajan asettamaan ydinongelmaan: miksi niin harva käyttää mobiilipalveluita?

2 Tutkimusasetelma

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen ydinongelmaa tutkimusongelman ja tutkimusasetelman muodossa. Luvussa käydään lisäksi läpi aiheen taustoja ja lähtökohtia tutkimukselle.

2.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tutkimuksen ydinaiheeseen pureudutaan tutkimusongelman kautta: jokaisessa tieteellisessä tutkimuksessa on oltava tutkimusongelma. Tutkimusongelman ohjatessa koko prosessia alkumetreiltä lähtien, on erityisen tärkeää määritellä ja rajata tutkimusongelma jo tutkimuksen alussa, sillä tähän käytännössä kiteytyy koko tutkimuksen tarkoitus ja sille asetetut tavoitteet. (Kananen 2017, 56–57.) Mikäli tutkimuksen ongelma ei ole todellinen, tutkimuksesta saatava tieto ei ole ongelman ratkaisun kannalta oikeanlaista ja työn validiteetti eli luotettavuus heikkenee (Kananen 2014, 146).

Tutkimuksessa haetaan vastausta siihen, miksi OP Tampereen kaikista verkkopalvelun käyttäjistä vain alle puolet käyttää OP Ryhmän mobiilipalveluita. Mobiilipalveluiden käyttöprosentti on melko pieni verrattuna kaikkiin verkkopalveluita käyttäviin asiakkaisiin. Siksi haetaan syitä ja tuntemuksia siitä, miksi asia on näin ja voisiko pankki tehdä jotakin lisää: onko syy tiedon puutteessa ja siinä, että pelkää mobiilipankin olevan verkkopankkia turvattomampi vai onko syy puhtaasti henkilökohtainen, eli ei ole halua tai tarvetta käyttää mobiilipalveluita.

Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tarkoitus on tutkia asiakkaiden haluttomuutta käyttää OP:n mobiilisolvelluksia. Tutkimuksen avuksi tutkimusongelma muotoillaan tutkimuskysymyksiksi. Kyseessä on laadullinen tutkimus, joten kysymykset on aseteltu laadulliseen tutkimukseen sopivaan muotoon. Kysymyksistä on poistettu dikotomia, eli kahtiajako, jolloin kysymykseen ei voi vastata joko kyllä tai ei, vain ne johdattelevat laadulliseen eli syvempään ajatteluun. Kysymykset ovat sellaisia, että niihin on mahdollista saada vastaus tutkimuksen avulla, eivätkä ne ole liian laajoja tai yleisluontoisia muodoltaan. Kysymyksistä käy myöskin ilmi työn tavoite ja tutkimus sekä aihe ovat ehdottomasti vaivan ja tutkimisen arvoisia. (Kananen 2017, 66.)

Työn tutkimusongelma on muotoiltu seuraavanlaisiksi tutkimuskysymyksiksi, joihin tutkimuksen toivotaan tuottavan vastauksia:

- Mistä syistä mobiilipalveluita ei käytetä?
- Mitä toimihenkilö voisi tehdä enemmän?

Aihe on rajattu kaikista mobiilipalveluita käyttämättömistä vain tiettyyn ikäryhmään, 40–60-vuotiaisiin, tutkimuksen laajuuden vuoksi; kaikkien ikäryhmien tutkiminen olisi tehnyt työstä aivan liian suuritöisen ja laajan. Työ pidetään myös tiukasti asiakasnäkökulmassa ja kerätään tietoa asiakkaiden näkemyksistä mobiilipalveluiden käytöstä. Rajauksella on pyritty pitäytymään käsiteltävän aiheen ydinongelmassa ja karsimaan sen ympäriltä pois kaikki mihin ei tässä työssä pystytä syvällisemmin paneutumaan. Valittu ikäryhmä on myös kirjoittajan sekä toimeksiantajan mielestä aiheelle olennaisin tutkimuksen kohde sekä mielenkiintoisin tulosten kannalta.

2.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusotteeksi valikoitui kvalitatiivinen tutkimus. Laadullinen tutkimusote oli myös toimeksiantajan toive. Tavoitteena on kerätä kattavasti uutta tietoa ja saada syvempi käsitys asiakkaan toiveista ja tuntemuksista aihetta kohtaan.

Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii yleistämisen sijasta syvällisemmin ymmärtämään ja kuvailemaan ilmiötä, laadulliseksiin kutsuttu tutkimusmenetelmä käyttää lauseita ja sanoja työvälineinä (Kananen 2013, 131–132). Juuri edellä mainituista syistä työtä varten koettiin kvantitatiivisen tutkimuksen mahdollisesti tilastollisesti tuottama aineisto aiheelle liian pintapuoliseksi, tutkimuksessa ovat keskiössä ihmisten ajatukset ja tuntemukset palveluita kohtaan. Ihmisten suhtautumista ja asenteita, tässä tapauksessa mobiilipalveluita kohtaan, on todella vaikea arvioida muutoin kuin laadullisin keinoin analysoiden eli tekstimuodossa (Kananen 2015, 71).

Aineistonkeruumenetelmä

Kanasen (2013) mukaan laadullisen tutkimuksen aineistonkeruun toteuttamiseksi on useita metodeita, kolmena tärkeimpänä niistä havainnointi, teemahaastattelu sekä erilaiset dokumentit. Käytetty menetelmä riippuu paljon tutkimuksen ja aiheen luon-

teesta sekä menetelmän sopivuudesta halutun informaation kannalta. Teemahaastattelu on näistä yleisin; se etsii ymmärrystä aiheesta. Se voidaan toteuttaa yksittäin tai ryhmissä ja on aina interaktiivinen prosessi tutkijan ja tutkimuksen kohteen välillä. Teemahaastattelussa tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä lähestytään erilaisten teemojen tai aihealueiden kautta, joihin halutaan selvyyttä ja joiden kautta ongelmaa halutaan erityisesti tutkia: tätä kautta tutkija saa hyvän käsityksen ilmiöstä. (Kananen 2013, 103–104, 110.)

Edellä mainituista menetelmistä työssä käytettäväksi valikoitui juuri teemahaastattelu sen erinomaisen mukautuvuuden vuoksi: haastatteluun on olemassa runko teemoista, jotka ohjailevat haastattelutilannetta, mutta myös lisäkysymyksille on jätetty tilaa. Tarkoitus on luoda tilanteesta keskustelunomainen, jolloin asiakkaan todelliset tunteukset pääsevät esille. Tarvittaessa haastattelurunko ohjailee keskustelua ja aihetta. Teemahaastattelu toimii tutkimuksessa parhaiten, sillä työssä pyritään löytämään syvempi ymmärrys siitä, miksi asiakkaat eivät käytä pankin mobiilipalveluita.

Toisin kuin osin ennalta ennustettavassa, jo tunnettua ja tutkittua aihetta tutkivassa määrällisessä tutkimuksessa, laadullisen tutkimuksen tutkimusprosessi ei ole lineaarinen vaan sen vaiheille ominaista on syklisyys. Tällöin aineistoa kerätään tarvittaessa tutkimuksen edetessä ja aineistoa analysoidaan jo prosessin aikana. Tämä johtuu siitä, ettei laadulliselle tutkimukselle ominaisena pidettävää, tuntematonta ilmiötä voida tutkia etukäteen määriteltynä ja suunniteltuna prosessina. Esimerkiksi aineiston määrää ei voi etukäteen määrittellä: sitä kerätään tutkimusongelman ratkeamiseen asti. (Kananen 2017, 52.) Tämän vuoksi tutkimuksen aineistoa on kerätty haastatteluin tietyssä vaiheessa tutkimusta, jolloin teoriapohja oli valmiina, mutta aineistoa analysoitiin jokaisen haastattelun jälkeen sen selvittämiseksi, onko tarve lisää aineistolle.

Haastateltavien valinta

Tutkimukseen haastateltavaksi tulisi valita sellaisia henkilöitä, jotka liittyvät ilmiöön tai tietävät siitä tarpeeksi. Tutkittavan ilmiön tulee koskea haastateltavaksi valittuja. (Kananen 2015, 145-146.) Haastatteluja varten kontaktit saatiin toimeksiantajan puolesta. Lista oli valmiiksi seulottu niin, että listalla olevat asiakkaat liittyivät olennaisesti tutkittavaan ilmiöön eli he olivat iältään 40–60-vuotiaita ja heillä oli käytössä

pankin verkkopalvelu, mutta mobiilipalveluita ei lainkaan. Niiden joukosta seulottiin sopivat sekä haastatteluun suostuvat kandidaatit. Asiakkaille soitettiin etukäteen ja tiedusteltiin halukkuutta osallistumiseen. Kohdejoukko haastatteluihin tulisi valita tarkoituksenmukaisesti tutkimusta ja siitä haluttuja tuloksia silmällä pitäen ja jokaista saatua haastatteluaineistoa tulkita ainutlaatuisena (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160). Samalla kartoitettiin tarve vieraillla konttorilla muissa pankkiasioissa, joissa haastattelijä voisi asiakasta auttaa. Haastattelut toteutettiin yksittäin OP Tampereen pääkonttorilla. Toimeksiantaja tarjosi haastateltaville kiitokseksi kahviliput.

Analyysimenetelmät

Tutkimusotteena laadullinen tutkimus antaa hieman määrällistä tutkimusta enemmän joustoa aineiston analysointiin. Kvalitatiivisesta tutkimuksestaakin saatu aineisto pitää saattaa yhteismitalliseksi, eli haastattelut ja havainnoinnit tulisi muuttaa tekstimuotoon, jota voi analysoida lukemalla. (Kananen 2015, 83.) Niin tämänkin työn tapauksessa tehtiin. Tarkoitus on aineiston keruun jälkeen litteroida jokainen haastattelu, eli kirjoittaa äänitiedosto auki tekstiksi. Litterointi on tehty mahdollisimman tarkasti asiakkaan omaa kielenkäyttöä ja murretta mukaillen kuitenkin niin, että asian kannalta merkityksettömät täytesanat on jätetty pois. Tämänäyttöinen litterointi on koettu riittävän tarkaksi asiasisällön ja haastateltavan syvemmän tuntemuksen ja mielipiteen selvittämiseksi. Haastattelut kestivät 11–16 minuuttia ja litteroitua aineistoa niistä tuli yhteensä noin yhdeksän sivua.

Tekstiksi muutetun aineiston voi analysoida huolellisesti lukemalla ja perehtymällä aineistoon sekä pohtimalla (Kananen 2015, 163). Yleinen tapa analysoida teemahaastatteluista on teemoittelu. Tällöin litteroitu aineisto järjestellään haastattelun kanssa keskusteltujen teemojen mukaan. Teemoja voi muodostaa aineistolähtöisesti etsimällä aineistoa yhdistäviä tai erottavia tekijöitä. Teemoittelu voi tapahtua myös teorialähtöisesti, jolloin teemat järjestellään jonkin teorian tai viitekehyksen mukaan. Kustakin haastattelusta kootaan teeman alle ne asiat, mitä kunkin haastateltavan kanssa on puhuttu. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Haastatteluista saatu aineisto on jaettu teemoittain ja tarkasteltu kunkin haastattelun tuottama aineisto niiden pohjalta. Työssä teemojen keskeinen sisältö on tiivistetty peilaten sitä teoriapohjaan ja samalla tehden tulkintoja sisällöstä.

Mikäli tulosten läpikäynnissä ja esittelyssä tarve on suoralle sitaatille tai haastateltavan yksilöinnille jollain tasolla, haastateltavat on aineiston analyysissä nimetty sukupuolen ja iän mukaan. Nimiä ei tuoda tutkimuksessa esille sen epäoleellisuuden sekä asian luonteen eli pankkisalaisuuden vuoksi. Esimerkiksi koodaus voisi olla ”N 43” tai ”M 57”.

Luotettavuus

Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa uutta ja hyödynnettävää tietoa tutkittavasta asiasta. Tutkimuksen teossa on kuitenkin otettava huomioon virheiden mahdollisuus, sen vuoksi ennen tutkimukseen ryhtymistä tulisi tehtävän työn luotettavuus arvioida. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella validiteetilla ja reliabiliteetilla – näillä pyritään varmistamaan luotettavuus sekä poistamaan virheitä. (Kananen 2015, 338.) Kuitenkin nämä termit liitetään erittäin tiiviisti kvantitatiiviseen tutkimusotteeseen, jonka piirissä termit ovat syntyneetkin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa näitä käsitteitä on hankalampi määritellä. Kuitenkin tutkimuksen luotettavuutta tulisi arvioida, joten kvalitatiivisessakin tutkimuksessa termit ovat silti käytössä ja luotettavuutta voi lisäksi lisätä tarkalla selostuksella tutkimuksen etenemisestä ja vaiheista. (Hirsjärvi ym. 2007, 227.)

Hirsjärvi ja muut (2007) kuvailevat reliabiliteetin olevan mittaustulosten toistettavuutta, eli käytännössä mittaus tai tutkimus kykenee antamaan ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliaabeliuden voi todeta muun muassa siten, että kaksi tutkijaa päätyy samaan tulokseen tai samasta, tutkittavasta henkilöstä saadaan kahdella eri tutkimuskerralla sama tulos. Validiteetti taas tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata juuri sitä, mitä tutkimuksessa on ollut tarkoituskin mitata, eli onko tutkimuksen tulos pätevä. (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227.)

Tutkimuksen ollessa kvalitatiivinen luotettavuus varmistetaan jatkuvalla laaduntarkkailulla ja läpinäkyvyydellä tutkimusprosessissa. Aiheeseen perehdyttiin teoriapohjan kautta ja temahaastattelurunko kehitettiin juuri teorian pohjalta ja yhteistyössä toimeksiantajan kanssa tutkimuksen tarkoitusta silmällä pitäen. Teoriapilarit tutkimukselle valittiin huolellisesti tukemaan tutkimuksen tarkoitusta ja johdattelemaan itse tutkimuksen aiheeseen sekä empiiriseen osuuteen. Haastattelut toteutettiin rauhalli-

nessa, luotettavassa ympäristössä ja kysymykset lähetettiin osallistujille etukäteen tutustuttaviksi. Haastattelutilanteessa asiakkaalta varmisteltiin tulkintojen oikeellisuutta ja tiivistettiin nauhalle kysymysten asiasisältöä. Nämä toimivat usein keskustelun herättäjinä, kun asiakas havahtui pohtimaan vielä syvemmin jo kertomiaan syitä. Haastateltavan luottamusta haastattelutilanteessa kenties paransi jo lähtökohtaisesti pankkiympäristö ja laitoksen velvoite lainmukaiseen salassapitoon eli pankkisalaisuuteen (L2018/628, §14). Haastatteluista saatu aineisto pyritään litteroimaan aina mahdollisimman nopeasti haastattelun jälkeen, jotta puhutut asiat ovat kirkkaana mielessä.

Aiemmat tutkimukset

Mobiilipalveluiden ollessa melko tuore ja asiointia monella alalla mullistava tekijä on niistä myös kiitettävästi tutkimuksia ja mittauksia. Pankkialan mobiilipalveluista on niiden konkreettisuuden ja hyödyn vuoksi kertynyt jo melko runsaasti tietoa ja mittauksia, myös opinnäytetöitä aiheesta on tehty muutaman vuoden sisällä lisääntyvissä määrin. Suoraan tämän opinnäytetyön aiheesta sovellettuna esim. toiseen pankkiryhmään ei ole löytynyt tutkimuksia, mutta aihetta sivuavia sitäkin enemmän, muun muassa ikäihmisten mobiilipalveluiden käyttöä on tutkittu. Tämä ei ole sinänsä ihme, onhan aihe hyvin ajankohtainen ja mobiilin tuomasta mahdollisuudesta pankkipalveluita tuottaviin sovelluksiin on kiinnostuttu melko varhain. Koiviston (2014) pro gradu -tutkielma perehtyy mobiilipalveluiden omaksumiseen teorian kautta.

Pankki- ja finanssiala on yleisesti melko tutkittu ala, eikä viime vuosikymmenten digitalisaation vauhdittuminen ole vähentänyt mielenkiintoa alaa kohtaan. Karjaluodon (2002) väitöskirja osoittaa, että jo melko varhain internetin tuomat mahdollisuudet pankkiasiointiin ovat kiinnostaneet tutkijoita, ovathan ne kiinnostaneet kuluttajiakin. Väitöskirjassa käsitellään myöskin mobiilipalveluiden mahdollisuutta, joten tämä kehitys on pystytty jo tuolloin jollain tasolla ennustamaan.

Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii OP Tampere, joka on itsenäinen osuuspankki OP Ryhmän sisällä. Vuoden 2018 lopussa OP Tampereen asiakkaita palveli yhdeksän eri sivukonttoria pääkonttorin lisäksi. Kivijalkakonttorit sijaitsevat Tampereen ympä-

ryskunnissa ja kaupungeissa. Konttoreiden lisäksi asiakkaita palvellaan verkko- ja puhelinpalvelussa, joista on mahdollista lisäksi varata tapaaminen konttorille tai etäneuvottelu sekä puhelimitse että verkkoneuvotteluna kameran välityksellä. Verkkopalvelussa pystyy pankkiasioiden lisäksi hoitamaan myös vakuutusasioita ja esimerkiksi vahinkoilmoituksen teko on kätevää hoitaa verkossa. Vuoden 2017 lopussa OP Tampereen palveluksessa oli 295 henkilöä. (Tilinpäätös 2018, 16–17.)

OP Tampereen tilinpäätöksen mukaan päätösvaltaa OP Tampereessa käyttää omistaja-asiakkaiden keskuudesta joka neljäs vuosi valittava edustajisto, johon kuuluu vähintään 40 ja enintään 60 edustajaa hallintoneuvoston päätöksen mukaisesti. Tällä hetkellä jäsenmäärä edustajistossa on 60. Jokaisella omistaja-asiakkaalla on yksi ääni edustajiston vaaleissa. (Tilinpäätös 2018, 17.)

14. toukokuuta 1902 Osuuskassojen Keskuslainarahasto Osakeyhtiö perustettiin ja ensimmäiset paikalliset osuuskassat aloittivat lainaustoiminnan vuoden 1903 puolella. OP Ryhmän historian katsotaan alkaneeksi juuri tuolloin 116 vuotta sitten. (Historia n.d.) Nykyisin OP Ryhmässä on 156 itsenäistä osuuspankkia ympäri Suomen. Yritysmuodoltaan nämä ovat osuuskuntia, joiden jäseneksi voi liittyä maksamalla osuusmaksun (Tietoa osuuspankeista, n.d.). Osuustoiminnan tulosta jaetaan omistaja-asiakkaille rahanarvoisina bonuksina, joita käytetään pankki- sekä vakuutuspalveluiden maksuun. Ryhmän perustehtävänä on vahvan vakavaraisuuden ja tehokkuuden avulla luoda kestävää taloudellista menestystä, turvallisuutta ja hyvinvointia omistaja-asiakkaille sekä toimintaympäristölle. (OP Ryhmän strategia – liiketoiminnan uudistamista asiakkaan eduksi, n.d.)

OP Ryhmän strategian ydintavoite on muuttua asteittain digitaalisen ajan monialaiseksi palveluyritykseksi, jolla on vahva finanssiosaaminen. Ryhmän omistaja-asiakkaille luodaan arvoa liiketoimintoja uudistamalla sekä asiakaskeskeisiä palvelukokonaisuuksia kehittämällä.

OP Ryhmän verkkosivujen mukaan OP Ryhmä muodostuu loppuvuoden 2018 tilanteessa 156:sta jäsenosuuspankista sekä niiden keskusyhteisöstä, OP Osuuskunnasta tytär- ja lähiyhtiöineen, kuten kuvio 1 tuo havainnollisemmin esille. Tiivistettynä ryhmän rakenne voidaan jakaa kahteen osaan:

1. osuuspankkien yhteenliittymä
2. muu OP Ryhmä. (Ryhmärakenne 2018.)



Kuvio 1. OP Ryhmän rakenne (Ryhmärakenne 2018)

OP Ryhmä toimii kolmella pääliiketoiminta-alueella: pankkitoiminta, vahinkovakuutus sekä varallisuudenhoito. Terveys- ja hyvinvointipalveluista on tarkoitus rakentaa neljäs osa-alue tulevaisuudessa. (Liiketoiminta-alueet n.d.)

3 Pankkiasiakkuus

Luvussa perehdytään pankkimaailmaan hieman syvemmin. Luku esittelee, mitä pankin asiakkuus tarkoittaa ja sisältää sekä minkälaisia muutoksia pankkimaailma on käynyt läpi viimeisten vuosikymmenien aikana. Merkitys pankkien asiakkuuksissa on muuttunut vuosien varrella, silti asian henkilökohtaisuus on pitänyt pintansa suomalaisten arkaillessa raha-asioistaan ääneen puhumista. Myös asiakkuuksiin liittyvää pankkialan säätelystä sivutaan lyhyesti, tarkoituksena valottaa syitä pankin toiminnan takana. Luvussa käsitellään asiakkaana ulkoista asiakasta. Ulkoisten asiakkaiden kesken tarkastelu tapahtuu nimenomaan henkilöasiakkaan palveluista: useat pankit palvelevat myös suuria ja pieniä yritysasiakkaita, mutta heille tarkoitettujen palvelujen on jätetty tässä työssä tarkastelun ulkopuolelle.

3.1 Vähittäispankki Suomessa

Rahoitusjärjestelmän tarkoituksena on siirtää varoja ylijäämäsektoreilta alijäämäsektoreille, niin yksityisille kuluttajille kuin yrityksillekin. Tähän tiivistyy myös vähittäispankkien tehtävä. Pankkitoiminta voidaan karkeasti jakaa kahteen osaan: vähittäispankkitoimintaan sekä tukkupankkitoimintaan. Vähittäispankissa hoidetaan kotitalouksien ja suhteellisten pienten yritysten maksupalvelu-, säästämis- ja sijoitus- sekä luottoasiat. Tukkupankin toimintaan kuuluu laajamittainen kaupankäynti ulkomaisilla ja kotimaisilla raha- sekä arvopaperimarkkinoilla. (Kontkanen 2015, 10-11.)

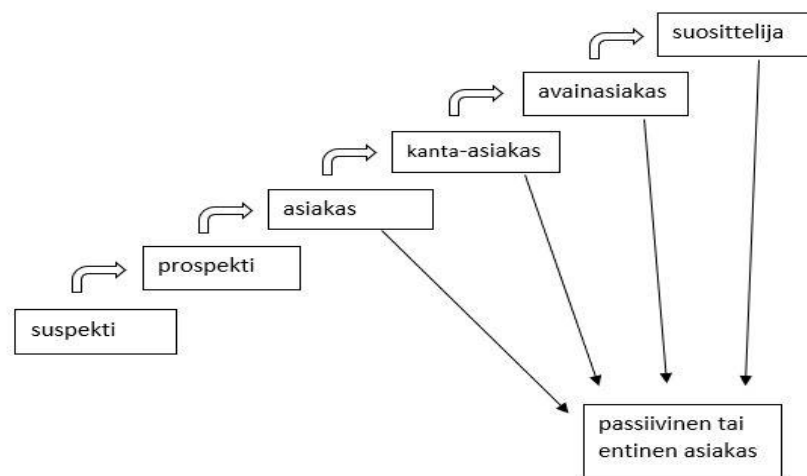
Pankit ovat osa finanssialaa, ja vaikka pankkien toiminta onkin mullistunut vuosien saatossa, on kuitenkin pankin toiminnasta Kontkasen (2015, 11) mukaan erotettavissa selkeästi kolme keskeistä päätehtäväaluetta: rahoituksen välitys ja sen oheispalvelut, maksuliike sekä riskienhallinnan palvelut. Rahoituksen välitys onkin pankkitoiminnan ytimessä yhä tänäkin päivänä, sillä vieläkään eivät kansantalouden talousyksiköiden tulot riitä kattamaan haluttuja menoja, kun taas säästäminen on jatkuvasti ajankohtainen asia kotitalouksille niiden varautuessa tuleviin, mahdollisiin menoihin. Myös yrityksillä on omat rahoitustarpeensa, kun pääomaa sidotaan suuriin, fyysisiin investointeihin ja luotonotto käy tarpeelliseksi. Siten yksityis- sekä yrityspuolella syntyy taloudessa yli- sekä alijäämäisyyttä, jota pankin toiminta hyödyntää. (Mts. 11.)

3.2 Asiakkaana pankissa

Asiakkaan rooli nykypäivänä ei ole samanlainen kuin joitakin vuosikymmeniä sitten. Asiakkuuden merkitys pankki- ja finanssimaailmassa on muuttunut pankin sisäisen muutoksen myötä korkokatteella itsensä elättävästä rahalaitoksesta asiakasläh- töiseksi myyntiorganisaatioksi. Samalla asiakkuuden tyyli on muuttunut, kun asiakasta ei enää haluta pankkiin asioimaan pelkästään tuottaakseen korkokatetta ja tu- losta, vaan ennemminkin pyritään hoitamaan asiakkaan asioinnin kokonaisuus kun- toon. Saman katon alle pyritään saamaan mahdollisimman paljon palveluita, jotta asiakas voi hoitaa kaiken mahdollisesti jopa samalla käynnillä.

Asiakkaalla voidaan tarkoittaa eri organisaatioissa erilaista, yrityksen palveluita tai tuotteita käyttävää kuluttajaa tai toista yritystä. Puusa, Reijonen, Juuti ja Laukkanen (2012) määrittelevät asiakasta porrasmallin kautta (mallia ollut kehittämässä mm.

Christopher, Payne ja Ballantyne). Porrasmalli (kuvio 2) kuvaa kehitystä käyttäytymisessä, ja se määrittelee kahdeksan eri asiakasryhmää. Asiakas on tässä mallissa määritelty ensiostajaksi tai satunnaiseksi asiakkaaksi, kanta-asiakas puolestaan keskittää ostoja ja/tai palveluita yritykseen. Asiakkaaksi tulon jälkeen on mahdollista missä vaiheessa tahansa, että asiakkuus päättyy tai asiakas passivoituu, kuten kuvio havainnollistaa. (Mts. 169-170.)



Kuvio 2. Asiakkuuden porrasmalli (Puusa ym. 2012, muokattu)

Kuviota porrasmallista voi helposti soveltaa finanssialalle ja suoraan pankin asiakkuuteen. Asiakkuuden vaiheista voi löytää helposti kuvion osoittamat suspektit, jotka edustavat kaikkia markkinoilla olevia asiakkaita, jotka tässä kohtaa ovat joko muiden pankkien asiakkaita tai joissain tapauksissa eivät asiakkaita missään. Prospektit ovat osoittaneet jotakin kiinnostusta jo pankkia kohtaan. (Mts. 169.) Pankin asiakkaaksi pääsee avaamalla ensimmäisen palvelun. Kanta-asiakkaalla on esimerkiksi OP:lla pankkiasioinnin kokonaisuus sekä vakuutukset, tavallisimmin hän on myös Osuuspankin omistaja-asiakas. Kaikissa vaiheissa asiakas voi kuitenkin päättää siirtää palvelunsa muualle ja vaihtaa pankkia.

Finanssialalla asiakkaita ja asiakkuuksia rajoittaa ja valvoo Finanssivalvonta, joka myös ohjeistaa asiakkuuksien käsittelyssä. Asiakassuhde voi olla vakituinen tai satunnainen: vakituinen asiakassuhde tarkoittaa esimerkiksi tilin avaamista, luottosuhdetta, rahasto-osuuden merkitsemistä tai vastaavaa pysyväluonteista asiakassuhdetta, kun taas satunnainen asiakas saattaa asioida yksittäisen liiketoimen, esimerkiksi laskun maksun merkeissä. (Milloin asiakas on tunnistettava? 2017.) Asiakkuus pankissa ei siis ole aivan perinteinen asiakkuussuhde, vaan jokaisen asiakkaan kohdalla, myös nopeissa kohtaamisissa joudutaan perehtymään asiakkaaseen itseensä ja hänen henkilökohtaiseen asiointiinsa hieman syvemmin.

Myös pankeille on tärkeää, että asiakas kokee olevansa arvokas. Yleisesti pyritään vaalimaan kestäviä asiakassuhteita mieluummin kuin pitämään asiakkuus yksittäisesti tai satunnaisesti asioivan asiakkaan tasolla. Siksi suhteen kehittämisen kannalta onkin tärkeää, että myös asiakas tunnustaa asiakassuhteen olemassaolon ja että suhde on myös hänenkin mielessä saanut erityisen aseman. (Puusa ym. 2012, 168.) Pankki-asiakkuus siis tarkoittaa molemminpuolista, interaktiivista suhdetta.

Finanssialalla asiakkuus ei niinkään tarkoita yksittäisen tuotteen ostamisesta, vaan ennemmin kokonaisvaltaista raha-asioiden hoitoa. Tämäkin tarkoittaa jokaiselle eri asiaa, omien tarpeiden mukaisesti: osalle riittävät päivittäispalvelut, kuten tili ja tilin-käyttövälineet, esimerkiksi maksukortti (Pankit tarjoavat monenlaisia palveluja 2017). Osa asiakkaista taas tarvitsee laajempaa ja edistyneempää palveluvalikoimaa kuten sijoitus- ja rahoituspalveluita tai esimerkiksi varainhoitoa suurempana kokonaisuutena.

Pankin tarjoamia tuotteita ovat palvelut. Perustana toimivat päivittäispalvelut, joista suurimmalla osalla asiakkaista on käytössään kaikki, mutta jokaisella asiakkaalla on vähintäänkin tili. Asiakkuutta voi laajentaa sijoitus-, rahoitus- sekä vakuutuspalveluihin. Palveluiden nykyisessä muodossa ja määrässä voi nähdä huiman muutoksen menneeseen: ennen asiakkaalle täysin riittävä määrä palveluita saattoi olla pelkkä pankkitili, jota käytettiin fyysisesti pankin konttorissa nostamalla ja tallettamalla rahaa. Nyt lähes jokaiselle avattavalle tilille liitetään ainakin maksukortti tilin käytön helpottamiseksi.

Oli asiakkuus laajuudeltaan minkäläinen tahansa, sisältää se tavallisesti pankin verkkopalvelun: vuonna 2017 peräti 82 prosenttia 16–89-vuotiaista oli käyttänyt verkkopankkia viimeisen kolmen kuukauden sisällä (Matkapuhelin yhä suosituampi laite internetin käyttöön – käyttötarkoitukset monipuolistuvat 2017). Pankin verkkopalvelu sisältää vähintään verkkopankin, OP:lla verkkopankin lisäksi samassa palvelussa, samoilla tunnuksilla on mahdollista hoitaa myös omia vakuutusasioitaan, mitä kutsutaan siis laajemmin verkkopalveluksi.

3.3 Sääntely ja valvonta

Pankkiasiakkuuteen liittyy säädöksiä, jotka ohjaavat finanssilaitoksen toimintaa monella eri tavalla. Vuonna 2008 alkaneen finanssikriisin jälkeen finanssialan sääntely on kiristynyt huomattavasti Euroopan laajuisesti (Ylikoski & Järvinen 2011, 20). Myös asiakkaan yksityisyydensuojaan liittyy säännöksiä, jotka ohjaavat toimihenkilön toimintaa. Sääntely ja pankin toiminnan ohjaaminen koskee myös mobiilipalveluiden käyttöä ja ohjaa niiden kehitystä sekä toimintoja merkittävästi. Luvussa käydään lyhyesti läpi pankkien tärkeimpiä velvollisuuksia asiakkuuden näkökulmasta.

Tuntemistiedot ja asiakkaan tunteminen

Rahanpesulaissa (L444/2017, 2§) on määritelty velvoite asiakkaan tai asiakkaan edustajan tunnistamisesta voimassaolevasta tunnistusasiakirjasta jo ennen asiakassuhteen aloittamista. Asiakkaasta on täydennettävä tuntemistiedot, joita säilytetään viiden vuoden ajan vakituisen asiakassuhteen päättymisestä tai liiketoimen suorittamisesta. Tuntemistiedoista selviää asiakkaan asioinnin ja liiketoiminnan laatu sekä laajuus kuin myös perusteet palveluiden ja tuotteiden käyttämiselle. (L444/2017, 2§.) Asiakkaan tuntemistiedot päivitetään säännöllisesti ja kaikilla pankissa asioivilla tulisi olla tiedot ajan tasalla.

Poliittinen vaikutusvalta sekä ulkomainen verovelvollisuus

Ulkomaisen verovelvollisuuden selvittäminen pankissa perustuu sopimukseen automaattisesta tietojenvaihdosta muiden maiden kanssa. Sopimuksia ovat Yhdysvaltojen kanssa tekemä FATCA, OECD- maiden kanssa yhteinen raportointistandardi sekä EU:n direktiivimuutos DAC2. Pankin tai muun finanssilaitoksen asiakkailta on kerättävä tie-

toja, joiden avulla tämän verotuksellinen asuinvaltio voidaan määritellä. Finanssilaitos antaa vuosi-ilmoituksella tiedon asiakkaistaan Verohallinnolle, joka välittää tiedon sopimuksen alaisiin maihin. (FATCA, CRS JA DAC2 2018.)

Poliittisesti vaikutusvaltaisen henkilön tunnistaminen pankissa liittyy rahanpesun ja terrorismin rahoituksen estämiseen. Jos asiakkaaseen, tuotteeseen, palveluun tai liiketoimeen liittyy matala rahanpesun tai terrorismin rahoittamisen riski, voidaan soveltaa tietyin ehdoin yksinkertaistettua asiakkaan tunnistamismenettelyä. Poliittisesti vaikutusvaltaisia henkilöitä kuitenkin koskee tehostettu tunnistamisvelvollisuus. Tehostetun tunnistamisvelvollisuuden piiriin kuuluvat sellaiset asiakkaat, palvelut, tuotteet ja liiketoimet, joihin liittyy vastaavasti korkeampi riski rahanpesuun ja terrorismin rahoittamiseen liittyen tai joilla on kytköksiä valtioihin, joissa rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämis- ja selvittelyjärjestelmä ei täytä kansainvälisiä velvoitteita. Esimerkkeinä poliittisesti vaikutusvaltaisten henkilöiden lisäksi tehostetun tunnistamisvelvollisuuden piiriin kuuluu asiakkaan etätunnistaminen sekä ETA-alueen ulkopuoliset kirjeenvaihtajapankkisuhteet. (Alhonsuo, Nisén, Nousiainen, Pellikka & Sundberg 2012, 138.)

Pankkisalaisuus

Luottolaitoslaissa (2014/610, §14) määritellään salassapitovelvollisuus (2018/628), jonka mukaan asiakkaan tietoja taloudellisesta asemasta tai henkilökohtaisista oloista ei saa ilman asianomaisen asiakkaan suostumusta luovuttaa ulkopuoliselle syyttäjälle tai esitutkintaviranomaisille lukuun ottamatta. Kontkanen (2015) mukaan pankkisalaisuuden noudattamiseen ei aluksi ollut yhteistä, kirjoitettua sääntöä, ja lainsäädäntöön kaikille pankeille yhteisesti noudatettavaksi se kirjattiin 1970. Pankkisalaisuudella on suuri, alati kasvava merkitys rahoitusalan häiriöttömän toiminnan turvaajana. (Kontkanen 2015, 33.)

4 Mobiilipalvelut pankkialalla

Luvussa perehdytään työn ydinaiheeseen eli mobiilipalveluihin. Digi-ikä on tuonut mukanaan mobiililaitteet ja älypuhelimet sekä niiden mukana mobiilipalvelut: luku lähtee liikkeelle digitalisaatiosta yleisesti sivuten samalla digitalisaation kehitystä

Suomessa päättyen mobiilipalveluihin ja niiden turvallisuuteen. Mobiilipalveluilla on nykyään hyvin suuri merkitys pankin palveluvalikoiman kokonaisuudessa.

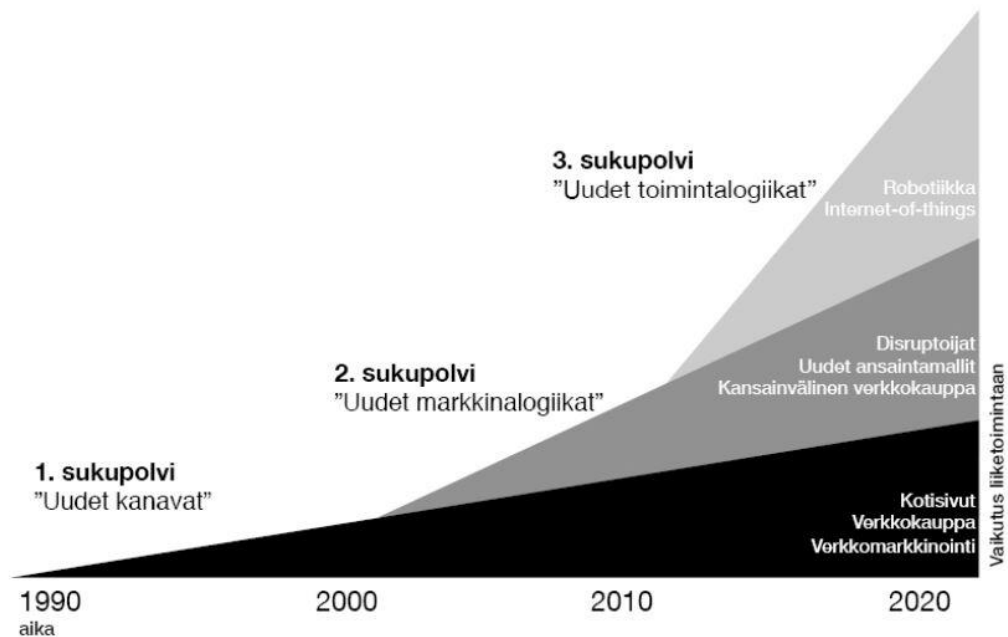
4.1 Digitalisaatio – pohja mobiilipalveluiden kehitykselle

Digitalisaatio ja internet mullistivat yritystoimintaa niin Suomessa kuin ulkomailla. Tieto ja kokemukset levisivät yhtäkkiä nopeasti ja helposti sähköisessä muodossa, joten yritysten oli pysyttävä mukana ja muutettava toiminta- ja lähestymistapojaan suhtautuessaan digiaikaan. Juuri digitalisaation pakottamat uudet lähestymistavat ja toiminnan levittäminen kotimaan ulkopuolelle olivat mahdollistamassa esimerkiksi Nokian nousua Suomea ulkomaille vieväksi, globaaliksi yritykseksi. Digitalisaatio on liiketoiminnan uudistamisen väline, kuten Ilmarinen ja Koskela (2015) asian muotoilevat. Yritykset voivat digitalisaation avuin esimerkiksi vauhdittaa kasvuaan, karsia kuluja ja parantaa toiminnan laatua; parhaimmillaan digitalisaatio siis tarkoittaa parempaa asiakaskokemusta alhaisemmilla kustannuksilla, mikä pidemmän päälle johtaa parempaan asiakastytyvyyteen. (Ilmarinen & Koskela, 2015.)

Digitalisaatio ja sen mukanaan tuomat, toisiaan muistuttavat ja osittain sisäkkäiset käsitteet aiheuttavat monissa hämmennystä, muistuttavathan digitointi ja digitalisaatio toisiaan läheisesti. Digitalisaatio käsitteenä on monisyinen ja hankalasti määriteltävä: sille ei olekaan yhtä ainoaa määrittelyä olemassa, vaan kuten Ilmarinen ja Koskela (2015) ilmaisevat asian, digitalisaatio selitetään usein esimerkkien kautta. Brennen ja Kreiss (2014) määrittelevät The Oxford English Dictionaryn (OED) kautta digitalisaation esimerkiksi yrityksen, maan tai teollisuuden alan digi- tai tietokoneteknologian lisääntyväksi käytöksi ja omaksumiseksi.

Digitalisaatio pitää sisällään digitoinnin käsitteen, josta Bloombergin (2018) mukaan Gartner's IT Glossary (n.d) kertoo digitoinnin olevan tiedon muuttamista analogisesta digimuotoon. Tämä tarkoittaa käytännössä myös tavalliselle ihmiselle hyvin tavanomaisia, arjessa kohdattavia asioita, jotka ovat kehittyneet huomaamatta matkan varrella. Nuorison musiikinkuuntelu siirtyi vinyyllilevyistä kannettavan cd-soittimen kautta musiikin suoratoistopalveluihin, ja ajan hermolla pysyttelevät eläkeläiset opettelevat nykyään lukemaan verkkolehtiä ja käyttämään internetin uutispalveluita fyysisen, paperisen sanomalehden sijasta (Ilmarinen & Koskela, 2015).

Maailmalla digitalisaatiosta on puhuttu 80-luvusta lähtien ja 1990-luvulla vuosikymmenen alun lamasta toipuvaan Suomeen digiajan esiasteet rantautuivat internetin sekä uudenlaisten kanavien, kuten kotisivujen muodossa (Ilmarinen & Koskela 2015). Tietokone keksintönä oli saanut jo tuulta siipiensä alle tähän mennessä ympäri maailman, mutta hyvin harvalla oli varaa tai tarvetta oman, talouskohtaisen tietokoneen hankkimiseen, esimerkiksi vuonna 1984 vain 8,2 prosentilla yhdysvaltalaisista kotitalouksista oli käytössään henkilökohtainen tietokone (Press 2015). Digitalisaation etenemistä on kuvattu havainnollistavalla kuviolla (kuvio 3), josta näkyy eri sukupolvien vaikutus digitalisaation kulussa.



Kuvio 3. Digitalisaation kulku (Ilmarinen & Koskela 2015.)

Sukupolvet on määritelty seuraavanlaisesti: Ensimmäinen sukupolvi on saanut alkunsa 1990-luvulla, kotisivujen ja portaaleiden kulta-aikana. Portaaleista, mm. Sonera Plazasta, kehittyi eräänlaisia medioita mainostamiseen. Tällöin myös syntynyt

hakukoneita sekä ensimmäisiä verkkokauppoja, kuten NetAnttila. (Ilmarinen & Koskela 2015.) Samaan vuosikymmeneen ajoittuu myös ensimmäisen 2G-verkon kehitys Suomessa, tämä mahdollisti mm. tekstiviestien lähetyksen (Press 2015).

Toisen sukupolven vaiheessa suomalainen verkkokauppa on alkanut kilpailemaan ulkomaisten verkkokauppojen kanssa globaalin kilpailun lisääntyessä: eletään mobiili-internetin ja juuri verkkokaupan aikakautta, jolloin nämä tekijät ovat muuttamassa markkinoiden toimintalogiikoita, tällöin on otettu käyttöön digitalisaation käsite (Ilmarinen & Koskela 2015).

Kolmas sukupolvi on vielä ”keskeneräinen” ja ottamassa muotoansa ajan kuluessa, joten nykyhetkessä voi vain arvailla, millaiseksi se kehittyy täysin. Tämä sukupolvi muuttaa arvontuotannon ydintä, kun laitteiden äly- sekä keskenään kommunikointitaito lisääntyvät ja automaatio sekä robotiikka tuovat yleisesti toimialoille, mutta myös ihmisten arkeen uutta teknologiaa, joka hyödyttää arkea ja työntekoa täysin uudella tavalla. (Ilmarinen & Koskela 2015.)

4.2 Digiajan pankki

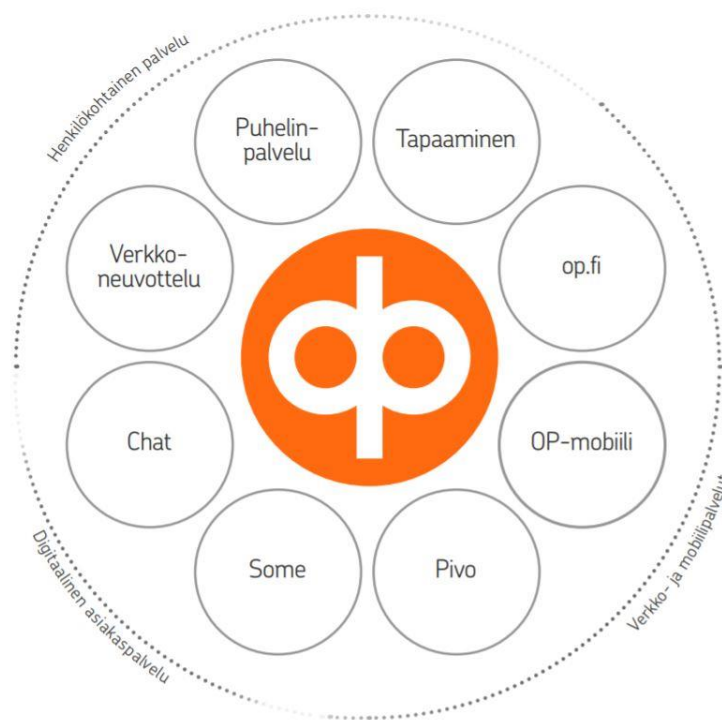
Myös finanssiala ja pankkiasiakkuus ovat siirtyneet ajan saatossa digiaikaan. Tämä muutos perustuu pitkälti asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden muuttumiseen ja on väistämätön (Arkilahti 2019).

Ennen asiakkuus pankin kanssa on syntynyt, kun asiakas on marssinut konkreettisesti pankin konttoriin avatakseen tilin itselleen. Palvelut pankissa ovat olleet hyvin yksinkertaisia ja kaikki on hoidettu manuaalisesti paperilla; nykyään OP:n asiakkuuden pystyy jo avaamaan lähes täysin verkon kautta vierailematta konttorilla lainkaan. Verkkopalvelun avaus on peruspalveluista ainoa, joka vaatii konttorilla käymisen vahvan tunnistusasiakirjan rekisteröinnin vuoksi, tätä ennen asiakkaalla voi kuitenkin olla jo olemassa vähintään tili sekä kortti, kuten myös OP:n omistaja-asiakkuus.

Vuonna 1996 OP lanseerasi verkkopankin, joka oli laatuaan ensimmäinen Euroopassa ja toinen koko maailmassa (Historia n.d). Toiset pankit seurasivat pian perässä ja Veikkolaisen (2013) mukaan Suomi muiden Pohjoismaiden kanssa yhdessä toimi

edelläkävijänä sähköisten pankkipalveluiden osalta. Suomessa kehitystyö pankkimailman ja maksamisen kehittämiseksi jatkui. Veikkolaisen (2013) mukaan julkaisussa Merita NordBanken avaa WAP-pankkipalvelut ensimmäisenä maailmassa (1999) kerrotaan, että pian silloinen Merita NordBanken, nykyinen Nordea Bank Oyj, toikin Nokian kanssa yhteistyön tuloksena markkinoille ensimmäisenä maailmassa mobiilipohjaisen WAP- pankkipalvelun, jossa Meritan asiakkaat pystyivät hoitamaan yksinkertaisia pankkiasioita sekä ostamaan verkosta alustan avulla. (Veikkolainen 2013, 19.)

Pankit tarjoavat vuonna 2019 monia eri kanavia asiointia varten, kuten alla olevasta Kuvio 4:sta näkyy.



Kuvio 4. Palveluiden monikanavaisuus (Rakkaudesta Suomeen: OP Vuosi 2015, 12)

Henkilökohtaisen palvelun käsitettä on laajennettu pelkästä konttoritapamaisesta myös verkossa käytäväksi verkkoneuvotteluksi tai jo hyvin perinteiseksi puhelinneuvotteluksi.

votteluksi: onhan näissäkin kanavissa pankin toimihenkilö palvelemassa linjan toisessa päässä. Digitaalista asiakaspalvelua yleisluontoisissa kysymyksissä saa myös OP:n sosiaalisen median kanavien kautta, joissa myös julkaistaan kiinnostavaa ja ajankohtaista tietoa. (Rakkaudesta Suomeen: OP Vuosi 2015, 12–13.) Monikanavaisuus on yleistynyt käsitteenä vuosituhannen vaihteessa. Yritysten palveluita alettiin viemään verkkoon ja digitaalisen palvelukanavan synnyn myötä huomattiin, että laadukkaan palveluprosessin tuottaminen digikanavissa oli fyysistä kohtaamista haastavampaa. Älypuhelimien yleistyessä ja tiedonsiirron nopeutuessa rinnalle oli mahdollista syntyä myös mobiilikanava. Entistä enemmän palveluita pystyttiin siirtämään sähköiseksi ja samalla asiakkaiden vaatimukset ja odotukset kasvoivat: palvelun tulisi olla saman laajuista ja yhtä lailla tasokasta myös muissa kanavissa, kuin fyysisesti tavattavissa. (Filenius 2015.)

Pankkitoiminnan digitalisoitumisen mukanaan tuomat muutokset näkyvät selvästi kivijalkakonttoreiden määrän vähentymisellä, kun vastaavasti pankkipalveluiden käyttö mobiilissa ja internetissä kasvaa koko ajan. Finanssialan palvelut ovat aineettomina helposti digitoitavissa ja tästä syystä alan ICT-investoinnit ovat nousseet, kun mobiilisovelluksiin ja -maksamiseen panostetaan yhä enemmän. (Pohjola n.d., 8.)

Digitalisoituvassa yhteiskunnassa finanssialan asioinnin siirtyminen verkkoon voi jakaa mielipiteitä varsinkin asiakkaiden keskuudessa. Arkilahti (2019) kuvailee, kuinka digitalisoituvassa ympäristössä yhteyden merkitys asiakkaaseen kasvaa, kun toimintaympäristössä tapahtuu muutoksia ja samalla asiakkaat kuitenkin pysyvät yksilöinä, joilla voi olla hyvinkin erilainen suhtautuminen digitaalisiin palveluihin. Asiakkaan tarpeet tulisi tunnistaa ja ennakoita, jotta pystytään rakentamaan asiakassuhde, joka kestää myös ilman entisenlaisia, fyysisiä konttoritapaamisiakin. (Arkilahti 2019.)

4.3 Mobiilipalvelut

Digitalisaation myötä älypuhelimien yleistyessä tuli mahdolliseksi kehittää mobiilisovelluksia lähes mistä tahansa. Myös pankit lähtivät tekemään kehitystyötä pankkipalveluiden saamiseksi mobiilimuotoon. Keväällä 2015 oli saavutettu eräänlainen merkkipaalu, kun monien pankkien mobiilisovelluksia käytettiin enemmän, kuin selainpohjaista verkkopankkia (Keränen 2016).

Mobiilipalveluiden synty

Finanssialan siirtyessä digiaikaan mullistuksen myötä, alettiin uusia palveluita kehittää alati, jotta pystyttäisiin vastaamaan asiakkaiden toiveisiin ja kysyntään. Mobiilipalvelutkin ovat muiden digiajan tuotteiden mukana syntyneet juuri asiakkaiden kasvavien odotusten ja vaatimusten tuloksena aikana, jolloin pankilta odotetaan monikanavaisia digipalveluita (Pankkien digitaalinen kehitys kiihtyy - Suomi vauhdissa mukana 2019).

Pohjana mobiilipalveluiden synnylle on ollut digitalisaation muuttama maailma. Karhinen & Korkeela (n.d.) kertovat 1980-luvulla yleistyneiden pankki- ja maksuautomaattien luoneen pohjaa sähköisille palveluille osoittamalla, kuinka helppoa ja turvallista omatoiminen laskujen maksu oli. Myöhemmin myös esimerkiksi telefaxilla ja puhelimella pystyi hoitamaan pankkiasioita, mikä paransi saatavuutta. Vuonna 1996 syntyi OP:n verkkopankki ensimmäisenä Euroopassa ja toisena koko maailmassa. Samana vuonna Osuuspankkiryhmä lanseerasi GSM-pohjaisen pankkipalvelun ensimmäisenä maailmassa, Merita-Nordbanken julkaisi hieman myöhemmin wap-pohjaisen palvelunsa. (Karhinen & Korkeela n.d., 1–4)

Pankkialalla kasvatettiin 1990-luvun lopun ja 2000-luvun alun aikana panoksia digipalveluiden kehitykseen: lisäpalveluita luotiin ja käytettävyyttä parannettiin. Vuonna 2002 tulivat markkinoille 3G-päätelaitteet, jotka antoivat paremman pohjan mobiilipalvelun luomiselle, kuin wap-teknologia. Finanssikriisi käynnistyi 2007, jolloin alan huomio kääntyi pois digipalveluiden kehityksestä. 2010-luvulle saavuttaessa asiakkaiden odotukset olivat kasvaneet ja pankin liiketoimintaympäristö muuttunut olennaisesti. Saatavuutta alettiin pitää tärkeänä ja vauhdikas teknologinen kehitys toi markkinoille kosketusnäytölliset puhelimet ja Applen iPadit, jotka muuttivat asiakkaiden pankkiasiointiin kohdistuvia odotuksiakin rajusti. OP perusti Ouluun vuonna 2011 kehitysyksikkö, joka keskittyi kehittämään OP-mobiilia sekä Pivoa muiden ajankoh- taisten tuotteiden ohella. (Mts. 4-6.)

OP:n mobiilipalvelut

OP:n mobiilipalveluihin kuuluvat OP-mobiili sekä Pivo. OP-mobiili on pankki- ja vakuutusasiointiin tarkoitettu sovellus. Sovellus ladataan puhelimen sovelluskaupasta

puhelimelle tai tabletille, mobiilipankkia varten on oltava Osuuspankin verkkopalvelutunnukset, joilla pääsee käyttämään myös verkkopalvelun täysversiota. Mobiilisovelluksella voi hoitaa niin päivittäisiä pankkiasioita, kuin sijoituksiakin, esimerkiksi tili- ja korttitapahtumien seuranta, laskujen maksu, tilisiirrot, osakekauppa sekä sijoitusten seuranta. Sovellus mahdollistaa myös Siirto- maksut, joilla raha siirtyy reaaliajassa puhelinnumeroa käyttäen. Sovellukseen kirjautumiseen voi käyttää tunnuksien lisäksi avainlukulistaa tai laajentaa sovellusta ottamalla Mobiiliavaimen käyttöön, jolloin kirjautuminen ja tapahtumien hyväksyminen onnistuu sormenjäljellä tai omalla keksimällä numerosarjalla. Myös vakuutustiedot löytyvät mobiilista ja esimerkiksi korvaushakemuksen voi tehdä suoraan sovelluksesta. (OP-mobiili n.d.)

Toinen OP:n mobiilisovelluksista on Pivo, OP Ryhmän kehittämä, kotimainen mobiilimaksamisen sovellus, jota voivat käyttää kaikkien pankkien asiakkaat. Pivo julkaistiin vuonna 2013. OP:n asiakkaille sovellukseen on rakennettu sisälle kattava mobiililompakko, joka mahdollistaa reaaliaikaisen, visuaalisesti miellyttävän kulutuksen seurannan sekä saldon tarkastelun. Kaikille Pivossa on tarjolla erilaisia etuohjelmia, kuten Cityshopper, sekä maksaminen sovelluksen kautta kaverille ja verkkokaupoissa. Pivo on osa Siirto-järjestelmää, jonka avulla eri pankkien ja sovellusten käyttäjät voivat siirtää rahaa toisilleen. (Mikä Pivo? n.d.)

Innovaatioiden diffuusioteoria

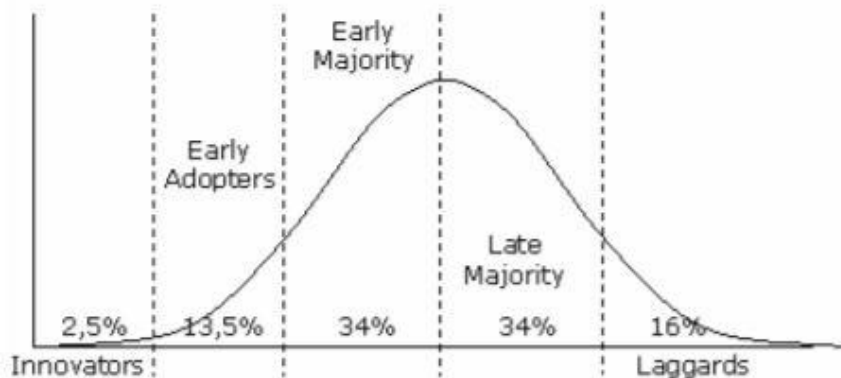
Uudet innovaatiot vaativat totuttelua ihmiseltä: ne eivät ilmesty hetkessä osaksi tavallista arkea, vaan taustalla on prosessi uusien innovaatioiden hyväksymisessä, mikä auttaa ymmärtämään tämänkin tutkimuksen aiheen ydintä. Tässä osassa käsitellään tätä prosessia Everett M. Rogersin innovaatioiden diffuusioteorian kautta.

Rogers (1983) aloittaa teorian purkamisen diffuusion määrittelystä tietynlaiseksi kommunikaatioksi ihmisten välillä. Tämän tyyppinen kommunikaatio sisältää viestin uudesta ideasta ja juuri tämä uuden idean sisältyminen viestiin antaa diffuusiolle sen erityisen luonteensa. Idean uutuus sisältää jonkinasteista epävarmuutta; jotakin ei voida ennakoida etukäteen eikä siitä ole tietoaakaan entuudestaan. Diffuusio edetessään tuo sosiaalisen muutoksen, jossa uudet ideat on jalkautettu ja tämän seurauksena joko hyväksyty toimintamalliksi tai hylätty: muutosta tapahtuu joka tapauksessa. (Mts. 6.)

Kalliokuljun ja Palviaisen (2006) mukaan Rogers jaottelee innovaatioiden diffuusio-teoriassaan innovaation omaksujat viiteen eri segmenttiin kuvaten hieman myös omaksujan asennetta innovaatiota kohtaan:

- Innovaattorit (2,5 prosenttia kaikista omaksujista) ovat kokeilunhaluisia ja sievät riskejä.
- Varhaiset omaksujat (13,5 prosenttia) ovat sosiaalisessa yhteisössään suosittuja, johtaja-asemassa olevia henkilöitä.
- Varhaisenemmistö (34 prosenttia) harkitsee tarkkaan.
- Myöhäiset omaksujat (34 prosenttia) ovat perinteisiä ja skeptisiä uutta kohtaan.
- Vastahakoiset (16 prosenttia) välttävät muutosta ja uuden opettelua.

Kun omaksujat sijoitetaan aikajanelle, muodostuu kellomainen kuvio. Kuvio 5. kuvaa tätä janaa ja samalla järjestystä, jossa uudet innovaatiot hyväksytään. Rogersin teorian mukaan on tärkeä huomata, että diffuusio tapahtuu aina samassa, kyseisessä järjestyksessä: eli jos innovaattorit eivät omaksu innovaatiota, se todennäköisesti ei tule leviämään suuremmalle yleisölle lainkaan. (Kalliokulju & Palviainen 2006, 2.)



Kuvio 5. Innovaation omaksujien segmentit, "Rogersin kello" (Kalliokulju & Palviainen 2006, ks. alkuperäinen kuvio Rogers 2003)

4.4 Turvallisuus

Etenkin säännellyllä ja valvotulla finanssialalla turvallisuus on avainkysymys myös mobiili- ja verkkopalveluista puhuttaessa. Kyseessä ovat kuitenkin ihmisten tiedot varallisuudesta ja mahdollisesti jopa koko asioinnista yhden kirjautumisen päässä.

Pankkien mobiilisovellukset myös mahdollistavat nykyään nopeamman ja helpomman tunnistautumisen kolmannen osapuolen palveluihin, kun mobiilisovellukseen otetaan käyttöön sormenjälkitunnistus tai oma keksimä PIN-koodi pankkiryhmästä riippuen. Turvallisuuskysymys on siis hyvinkin aiheellinen.

Usein kysytään juurikin sovelluksen luotettavuutta: ovatko tiedot varmassa tallessa sovelluksessa? Pääseekö mahdollinen varas niihin käsiksi? Mobiilisovellukseen kirjaututaan samoilla tunnuksilla kuin verkkoselainkäyttöiseen verkkopankkiinkin, joten ulkopuolisen pääsy verkkopankkiin on melko epätodennäköistä. OP-mobiilin kirjautuminen perustuu nimenomaan samaan vahvaan tunnistautumiseen ja lisäksi maksut tulee vahvistaa avainluvulla tai sovellukseen liitettävällä, Mobiiliavaimen itsekeksityllä PIN-koodilla. Jos Mobiiliavaimen koodi joutuu ulkopuolisen käsiin, voi toisella laitteella poistaa tämän käytöstä, jolloin kirjautumiseen vaaditaan jälleen verkkopalvelutunnukset. Mobiiliavain on lisäksi laitekohtainen: tietoon saatua koodia ei toisella mobiililaitteella voi käyttää lainkaan. (Hasselgren 2018.)

Mobiilisovelluksia kehitettäessä ei haluttu toistaa samoja virheitä kuin tietokoneita kehitettäessä. PC:t kehitettiin aikana, jolloin tietoturvariski oli minimaalinen ja käyttöjärjestelmät kehitettiin sellaisiksi, että ohjelmia pystyi lataamaan ja asentamaan lähes mistä tahansa: näin ne olivat alttiimpia haittaohjelmille latausten mukana. Älypuhelimien turvallisuuden takaa suljettu käyttöjärjestelmä ja yksi ylläpidetty sovelluskauppa, Googlen Play-kauppa tai App Store, josta sovellukset pääsääntöisesti ladataan ja jossa ne pyritään aina varmistamaan turvallisiksi. Verkkoselain on alttiimpi esimerkiksi pankkitietoja urkkiville haittaohjelmille, kuin omana ohjelmanaan ladattu mobiilisovellus. Puhelimiin ei ole myöskään yhtä paljon laajennusmahdollisuuksia kuin tietokoneisiin, kuten esimerkiksi muistin lisäys ei ole mahdollista suuremman kiintolevyn avulla. (Järvinen 2016.) Mobiilipankki on siis nykyisellään selaimella käytettävää verkkopankkia vähemmän altis mahdollisille haittaohjelmille, kun muistaa

huolehtia sovellusten luotettavasta alkuperästä sekä perusasiat mobiilipankissa asioidessa, kuten uloskirjaus sekä tunnusten huolellinen ja vastuullinen säilytys.

5 Tutkimuksen toteuttaminen ja tulokset

Luvussa perehdytään tutkimuksessa saatuihin tuloksiin ja käydään niitä läpi tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten kannalta. Teksti on jaettu alalukuihin aiheittain hahmottamisen tueksi: ensiksi käydään läpi tutkimuksen toteutusta, seuraavaan alalukuun on poimittu tutkimuksesta tärkeimmät esille nousseet asiat haastattelulomakkeen mukaisesti ja viimeisenä käydään läpi muita haastatteluissa esille nousseita näkökulmia.

5.1 Toteutus

Tutkimusaineiston keruu on toteutettu teemahaastatteluna, jossa haastateltiin kuutta OP Tampereen 40–60-vuotiasta asiakasta, jotka käyttävät OP Ryhmän verkkopalvelua, mutta eivät ole tutkimusta varten saadun listauksen mukaan rekisteröityneet OP-mobiiliin tai Pivon käyttäjiksi. Haastattelut tapahtuivat maaliskuussa 2019 OP Tampereen pääkonttorissa, Hämeenkatu 12:sta.

Asiakkaille soitettiin etukäteen työasemapuhelimesta ja tiedusteltiin halukkuutta osallistua haastatteluun konttorissa paikan päällä, samalla on mahdollisuus päivittää pankkipalveluita tai esimerkiksi saada opastusta juuri mobiiliin käyttöön, jos asiakas näin toivoo. Toimeksiantajayrityksen puolesta asiakkaille lahjoitettiin kahviliput kiitoksena osallistumisesta. Haastattelulomake löytyy liitteistä (liite 1). Kaikkiin haastateltaviin on käytetty samaa runkoa ja tarpeen mukaan lisätty tarkentavia kysymyksiä itse tilanteessa. Haastateltavia oli melko haastava saada mukaan tutkimukseen, todella moni koki, ettei ollut sopiva haastateltava, sillä ei käytä mobiilipalveluita lainkaan tai kokemusta ei ole niin paljoa, että kokisi mielipiteensä olevan hyödyllinen. Väärinkäsityksen korjauksesta huolimatta todella moni ei kokenut aihetta omakseen.

Teemahaastatteluiden avulla oli tarkoitus selvittää asiakkaiden tuntemukset OP:n mobiilipalveluista sekä selvittää, mitkä asiat vaikuttavat heidän valintaansa olla käyttämättä mobiilisovelluksia. Haastatteluilla pyrittiin myös selvittämään, onko pankki tarjonnut tarpeeksi opastusta ja saako sitä toimihenkilöltä pyydettäessä. Samalla kun pyritään kartoittamaan, minkälaista opastusta haastateltavat kaipaisivat pankin puolelta. Myös mahdolliset muut tutkimuksessa ilmenevät syyt käydään tutkimustuloksissa läpi. Haastattelu oli varsin vapaamuotoinen ja antoi tilaa haastateltavalle kertoa vapaasti tuntemuksistaan teemoittain. Lomakkeen kysymykset on tehty ja muotoiltu keskustelua herättäviksi tekijöiksi, joilla tilanteen mukaan ohjataan keskustelua tutkittavan asian mukaisesti.

Haastattelu rakennettiin teemojen ympärille hahmottamisen helpottamiseksi. Ensimmäisenä teemana on mielikuvat mobiilipalveluista. Teemassa keskustellaan siitä, ovatko pankin mobiilipalvelut entuudestaan tuttuja ja minkälaisia mielikuvia ne herättävät haastateltavassa. Tarkoitus on johdatella haastateltava mobiilipalveluiden maailmaan ja saada miettimään omaa suhdettaan pankin mobiilipalveluihin. Toisessa teemassa on kyse mobiilipalveluiden käytöstä: onko haastateltava ylipäätään käyttänyt pankin mobiilipalveluita, kokeeko hän tarvitsevansa apua käytössä tai käyttöönotossa ja minkälaista apua haastateltava toivoisi. Teeman tarkoituksena on saada haastateltava miettimään keskustelun lomassa mobiilipalveluiden tarvettaan ja käyttämättömyyden syitä. Koska toinen tutkimuksen tutkimuskysymyksistä liittyy käytössä avustamiseen, teema johdattelee myös haastateltavan ajattelemaan omia toiveitaan avun suhteen: kuinka pankin toimihenkilö voisi auttaa paremmin asiakasta. Nämä toimivat samalla kimmokkeille käytännön ratkaisuihin toimeksiantajan kannalta. Kolmannen teeman tehtävänä on kiteyttää keskustelun sisältö pohdintaan siitä, kuinka mobiilipalvelut voisivat tuottaa lisäarvoa asiakkaalle parantamalla tai helpottamalla pankkiasiointia. Teemassa ei tähdätä haastateltavan omiin kokemuksiin jo saavutetusta hyödystä, vaan näkökulmiin ja visioihin siitä, kuinka mobiilipalvelut voisivat hyödyttää haastateltavaa: kuinka hän kuvittelee mobiilipalvelun olevan hyödyksi vai kuvitteleeko sen olevan hyödyksi ollenkaan. Haastattelurunko on pyritty rakentamaan sellaiseksi, että se laittaa haastateltavan ajattelemaan omaa suhtautumistaan mobiilipalveluihin ja johdattelisi syvällisempään ajatteluun aiheesta.

Aihe tutkimuksessa on tarkkaan rajattu. Kun asiakkaita haastatellaan siitä, mikseivät he käytä pankin mobiilipalveluita, ei syitä ole kovin montaa erilaista, eivätkä niihin johtaneet tekijät taustalla ole kovin moninaisia. Näin ollen saatu aineisto on lähtökohtaisesti melko keskenään samankaltaista jo alussa, eivätkä haastattelut olleet kovin pitkiä ajallisesti, sillä aiheen syvällisemmätkin tekijät oli käyty melko nopeasti läpi. Haastattelulomakkeesta ei taas tahdottu muotoilla liian kyselynomaista, joten lisäky-symyksiä ja tarkennuksia kyseltiin tutkittavalta tarpeen tullen.

Haastateltavien taustatiedot

Haastateltavan pankkiasiointi on pääasiallisesti OP:ssa. Palveluiden olemassaoloa muissa pankeissa ei pidetä merkityksellisenä tutkimuksen kannalta, mutta kuitenkin niin, ettei pääasiallinen asiointi ole toisessa rahalaitoksessa, jossa myös olisi pankin mobiilipalvelut käytössä, ja OP olisi toissijainen pankki, johon ei vai tahdota hankkia mobiilipankkia. Näin pyritään saamaan keskenään vertailukelpoisia vastauksia, joista voidaan tulkita todellisia syitä siitä, miksei mobiilipalveluita käytetä. Asiakkuuden kestolla ei katsottu olevan merkitystä tutkimuksen perimmäisen ongelman kannalta, ja tutkimuksessa oli osallisena sekä pitkän linjan Osuuspankin asiakkaita sekä tuoreempia tulokkaita.

Haastateltavat olivat kaikki aiemmin annetusta ikähaarukasta, nuorin 40-vuotias ja vanhin 60-vuotias. Koulutustausta oli vaihteleva, oli korkeasti koulutettuja, jopa IT-alalla työskenteleviä ammattilaisia sekä lisäksi matalammin koulutettuja.

5.2 Tulokset

Haastattelut tuottivat paljon arvokasta aineistoa tutkimuksen ydinongelman kannalta. Analyysissä nousi esille haastateltavien arkailu mobiilipalveluiden suhteen sekä toisaalta taas periaatteellinen kieltäytyminen mobiilipalveluiden käytöstä. Näitä piirteitä saattoi tulla molempia esille samassa haastattelussa, sillä ne eivät poissulje toisiaan. Haastateltavat kokivat mobiilipalvelun käytön hankalaksi aloittaa, ja sovellus tuntui jopa hieman turvattomalta ollessaan vain puhelimessa: moni haastateltava ei vain uskaltanut lähteä kokeilemaan mobiilipalvelun käyttöä tai käyttöönottoa, eikä välttämättä apua ole ollut juuri tuolloin saatavilla. Tämän vuoksi sitten myös asia on unohtunut.

Haastateltavien joukossa oli periaatteen kieltäytyjiä. Nämä eivät periaatteen vuoksi tahdo lainkaan käyttää pankin mobiilipalveluita, osalla verkkopalvelukin oli vain sen vuoksi, että moni koki sen olevan melko pakollinen nyky-yhteiskunnassa. Heille internet ei yksinkertaisesti ole ensisijainen asiointikanava, eivätkä he kaikki kokenet, että mobiilipalvelun käyttö toisi minkäänlaista apua tai lisäarvoa heidän päivittäisasiointiinsa.

Mielikuvat mobiilipalveluista

Mobiilipalvelut herättivät haastateltavissa monenlaisia mielikuvia laidasta laitaan. Positiivisissa, heränneissä mielikuvissa haastateltava saattoi käyttää mobiilisovelluksia muuhun asiointiin ja kokea sen mielekkääksi ja hyödylliseksi, tämä yhdistettiin tällöin myös pankin mobiilisovellukseen. Vaikkei osa ei ollut juurikaan tutustunut mobiilipalveluihin juuri missään muodossa eri yrityksillä tai palveluissa, niin silti positiivisen kaltaisia tai melko neutraaleja mielikuvia löytyi. Myös negatiiviseen suuntautuvia mielikuvia tuli esiin. Turvallisuus oli suuri kysymys niille, jotka eivät ole teknologian kanssa muuten paljon tekemisissä ja joille mobiilipalvelut eivät ole ennestään erityisen tuttuja. Mobiilipalvelut rinnastettiin myös jossain määrin myös automatisointiin ja robotiikkaan, jossa ihmisen kasvokkain palvelulle ei ole sijaa. Yhteistä haastateltaville oli, että kaikki olivat sitä mieltä, ettei mobiiliin pidä ikään kuin pakottaa esimerkiksi eläkeikäisiä tai muita ryhmiä, joilla ei ole mielenkiintoa tai mahdollisuuksia mobiilipankkiin tai vastaaviin: myös korvaavaa palvelua tulisi olla. Moni haastateltava, jolla oli lähtökohtaisesti negatiivisia mielikuvia, löysi kuitenkin haastattelun edetessä mobiilista jotakin positiivista.

Haastatteluissa nousi esiin myös aiemmin mainittu turvallisuustekijä, kun tuntuu, ettei puhelimella voisi olla mahdollista hoitaa pankkiasioita turvallisesti.

-- En tiedä ajattelenko mä, että onko siinä olevinaan, että se olisi turvallisempaa tietokoneella, vaikka enhän mä tiedä, että mikä on totuus. — (N.41)

-- Noo lähinnä se turvallisuus et mitenkä siellä pystyy toimimaan ilman että sitä tietoa lähtee muualle. --(N.60)

Tämän yhteydessä haastateltava usein jatkoi, että toki taustalla on mahdollisesti myös oma tottumus hoitaa asioita tietokoneella, eikä osaa kuvitellakaan siihen muuta rinnalle, saati tilalle. Haastateltavan kanssa käytiin keskustelu turvallisuudesta

haastattelun jälkeen, koska se oli yksi osa opinnäytetyön teoriapohjaa. Moni olikin jälkikäteen sitä mieltä, että turvallisuuden puolesta uskaltaa ladata sovelluksen käyttöön.

Mobiilipalveluiden käyttö

Moni haastateltava ei ollut kokeillut OP:n mobiilipalveluita. Usein tällöin tarvetta käytölle tai kokeilulle ei ole ollut periaatteellisista syistä, taas osa haastatelluista ei vain ole osannut aloittaa käyttöä itsenäisesti. Käyttämättömyyden syinä mainittiin oma itsepäisyys ja/tai mielenkiinnon puute asiaa kohtaan, tietämättömyys, turvallisuus sekä mobiililaitteen käyttöliittymän huonous pankkiasioiden hoitoon: on hankala hoitaa erilaisten laskujen maksua pieneltä näytöltä ilman kunnollista näppäimistöä. Laskuja saattaa tulla erilaisina eri kanavista, eikä kaikissa ole välttämättä esimerkiksi viivakoodia painettuna, jolloin tilinumeron ja laskun muut tiedot täytyy näppäillä täysin manuaalisesti. Eräs haastateltava ei oikein tiennytkään mobiilisovelluksesta tai sen tarkoituksesta mitään.

Osa haastatelluista koki tarvitsevänsä apua mobiilipalveluiden käytössä: olisi kiva, jos pankissa kerrottaisiin sovelluksesta ja tarjottaisiin jokin perusapu alkuunpääsyyn. Selkeiden haastateltavien kohdalla, jotka olivat käyttäneet mitä tahansa mobiilipalveluita yleisesti vain vähän eivätkä olleet edes miettineet pankin mobiilipalvelun käyttöä, oli hieman haastava kuvitella apua, jota haluaisivat sovelluksen kanssa. Tässä kohtaa kysyttiin tarkentavana lisäkysymyksenä, että olisiko henkilökohtainen, kädestä pitäen -tyyppinen apu mieleen. Monilla tämä auttoi miettimään omaa tarvetta ja tahtotilaa avun suhteen. Jotkut halusivatkin konttorilla apua alkuun pääsemiseksi, isompi osa vain sitä tarvittaessa ja kysyttäessä. Myös muut kanavat koettiin hyödyllisiksi nykytrendin mukaisesti, sillä monet asiakkaat eivät käy pankin konttorissa fyysisesti jopa useaan vuoteen, jolloin henkilökohtainen, kasvokkain neuvonta vaikeutuu.

Yleinen mielipide haastatteluissa oli, että pankista lähtevä avun tarjoaminen mobiilipalvelun käyttöönotossa ei olisi kuitenkaan vaikuttanut käänteentekevästi heidän mobiilipalveluiden käyttöönsä. Lähes jokainen olisi kuitenkin ollut valmis kokeilemaan, mutta epäilivät, että sovelluksen näppäryydestä tai ominaisuuksista riippumatta olisi se todennäköisesti siltikin jäänyt ottamatta käyttöön lopullisesti. Iso osa haastateltavista vetosi siihen, ettei tarvetta ole, koska pankkiasiat hoituvat hyvin

verkkopankissa. Kuitenkin haastattelun jälkeen muutama oli kiinnostunut kuulemaan mobiilista lisää ja jopa latasi sovelluksen ainakin kokeilun vuoksi. Haastateltavat saivat apua mobiilin kanssa samalla, jos sitä halusivat.

Myös konkreettisia ehdotuksia nousi esiin haastatteluissa. Ehdotuksina esitettiin opastava Youtube-video, joka ohjeistaa peruskäytön aloittamiseen sekä opastuslehti, jossa olisi askel askeleelta opastettu mobiilin käyttöönotto.

Mobiilipalveluiden tuoma lisäarvo

Mobiilipalveluiden tuottama lisäarvo haastatteluiden perusteella noudatti alusta lähtien melko yhtenäistä linjaa, kun näppäryys ja nopeus nousi esille. Mobiili ei ole aikaan eikä paikkaan sidoksissa, joten tätä kuviteltiin hyödylliseksi ominaisuudeksi. Toki usealla haastateltavalla ei juurikaan ollut kosketuspintaa mobiilisovelluksiin yleisesti muutenkaan, eivätkä he näin ollen osanneet sanoa varmaksi mobiilipalveluiden lisäarvon tuottamista. Hypoteettisesti ajateltuna hekin kuvittelivat, että sitä käyttäville se saattaa tuoda juuri nopeuden ja näppäryyden vuoksi lisäarvoa. Eräs haastateltava toivoi ominaisuutta, jossa vahvan tunnistautumisen kautta avainlukulistasta saisi puhelimeen, eikä tarvitsisi kantaa pahvista listaa mukana. Tämä helpottaisi ja toisi lisäarvoa tunnistautumiseen ja pankkiasiointiin muuten myös tietokoneella.

--..onksiinä ku ymmärsin mitä sanoit, ettei oo sitä tunnuslukuhässäkkää? Sehän helpottais, koska monesti on sillai jos on jossain muualla ja pankkitunnuksen on kotona yleensä aina ja jos tulee joku asia mikä pitää hoitaa, ku ei sitä yleensä sit tuu hoidettua [jos tunnuksot kotona]. Että tollasiin varmasti ihan hyvä. —(M.55)

-- Se tunnuslukulistasta saaminen vois olla ihan kätsy mobiiliin, pääsis pahvilätkästä eroon.-- (M.47)

Vastaajien joukossa mobiilipankin tuomaksi hyödyksi koettiin melko laajasti juuri näppäryys esimerkiksi nopeissa rahansiirroissa omien tilien välillä sekä muille ja mobiiliväyimen tuoma hyöty, kun pahvista avainlukulistasta ei ole pakko mobiilimaksuissa enää käyttää.

OP-mobiilin markkinointi

Haastatteluteemojen ohitse, mutta linkittyen asiakkaan tietämykseen ja osaamiseen, tutkimuksessa kävi ilmi markkinoinnin ja mainostuksen vähyys tai parhaimmillaan puute. Haastateltavat eivät olleet nähneet mainoksia OP-mobiilista, eivät pankin sivuilla eivätkä pankin muiden mainosten joukossa. Kuten aiemmin todettu, myöskään

toimihenkilö ei sovellusta ole aktiivisesti mainostanut. Kukaan haastateltavista ei ollut nähnyt mainosta OP-mobiilista edes omilla sivuillamme verkkopankissa käydessään. Verkkopankkiin ehdotettiin myöskin kirjautumisen jälkeen nousevaa kysymystä siitä, onko mobiili käytössä ja haluaisiko asiakas sen ladata.

6 Johtopäätökset

Haastatteluista saatua aineistoa peilattaessa tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin voidaan todeta tutkimus hyödylliseksi ja onnistuneeksi. Koska koko kohderyhmän mielipiteen yleistyksen ei kvalitatiivisella tutkimuksella pyritä, reflektoidaan luvussa tuloksia ja johtopäätöksiä tutkimuksen ytimen kautta.

Tutkimusongelmana oli, että miksi niin harva verkkopankkiasiakas käyttää OP:n mobiilipalveluita. Haastattelut tuottivat vastauksia ongelmaan ja moni haastateltava oli sitä mieltä, että ei yksinkertaisesti ole tarve; sovellus puhelinpohjaisena ei joko sovi omaan käyttöön tai ei sitä muuten tahdota ottaa mukaan pankkiasioidensa hoitoon. Kävi myös ilmi asiakkaan oma epätietoisuus ja osaamattomuus asiassa, mutta myös periaatteen kieltäytyjiä löytyi. Sovelluksen turvallisuus sisältyi voimakkaasti myös tuloksiin.

Tutkimuskysymyksinä taas olivat

- Mistä syystä mobiilipalveluita ei käytetä?
- Mitä toimihenkilö voisi tehdä enemmän?

Ensimmäinen kysymys hakee lähes samoja yksittäisiä vastauksia tutkimusongelman kanssa, joten tähän voidaan soveltaa samoja syitä. Toinen kysymys toimihenkilön osallisuudesta löysi myös vastauksensa. Moni oli sitä mieltä, ettei yksittäinen toimihenkilö pysty juurikaan vaikuttamaan, jos periaate on se, ettei mobiilisovellusta tahdo ottaa käyttöön. Kuitenkin apua toivottiin tarvittaessa, haastateltavat olivat mielissään kuullessaan, että pankin konttorissa autetaan mielellään kasvokkain ihan ajanvarauksellakin ja verkossa muissa kanavissa voidaan myöskin avustaa. Moni sanoi, ettei ole kuullutkaan mobiilista, mainoksia ei ole näkynyt eikä toimihenkilötkään kovin aktiivisesti ole mainostaneet. Ja vaikka olisivatkin, niin jos on tultu muuta asiaa

hoitamaan, menee helposti ohitse, jos puhutaan jostain pääasian ulkopuolelta. Toimihenkilö voisi siis mainostaa mobiilia enemmän ja tarjota apua alkuunpääsyyn, esim. lataamiseen ja ensimmäiseen kirjautumiseen.

Pankin mobiilipalvelut ovat vielä melko vieraita tuttavuuksia, tästä kertoo jo yksistään käyttöprosentti 41,2% kaikista verkkopalvelun käyttäjistä, mutta käyttämättömien asiakkaiden haastattelu auttoi näkemään asiaa syvemmin. Erityisesti mobiilipalveluiden herättämät, spontaanit mielikuvat kielivät pelosta ja epäilystä omaan osamiseen. Toisaalta myös rohkeutta kokeiluun löytyisi, mutta tällöin sovellusta ei koettu tarpeelliseksi.

Mobiilipalveluita pelätään ja arastellaan. Niistä tiedetään aivan liian vähän niin yleisesti kuin pankin sovelluksenkin näkökulmasta. Mielikuvissa tuli ilmi mobiilisovelluksen turvallisuus tärkeänä tekijänä, jonka vuoksi mielikuvat saattoivat olla epäileväisiä ja jopa negatiivisia. Turvallisuus mietityttää juuri asian arkaluontoisuuden ja herkkyyden vuoksi: entä jos joku pääseekin mobiilipankin kautta käsiksi kaikkiin varoihin ja vakuutuksiin? Asioiden hoitaminen lähes missä tahansa mobiilisovelluksen avulla koettiin myös häiritseväksi, kun ikinä ei voi olla aivan varma, näkeekö joku esimerkiksi olan yli henkilökohtaisia tunnuksia tai tilitietoja. Turvallisuus mietitytti niin ympäristön häiriöiden kannalta kuin myös teknologian turvallisuuden kannalta. Aiheesta oltiin kuitenkin kiinnostuneita kuulemaan lisää.

Esiin nousi näkökulma automatisoinnista ja palvelun siirtämisestä verkkoon ihmiskontakteista pois päin. Pelätään, että ottamalla mobiiliin käyttöön on ikään kuin tuke-
massa toimia automatisoinnin takana.

-- Ei mulle tuu mitään muuta mieleen muutaku pannaan ihmisiä pihalle ja laitetaan ihmiset, asiakkaat hoitamaan ite asiat - - Voi sanoa sillai [että herättää negatiivisia mielikuvia], kun noi kaikki laitetaan sähköseen, digitaaliseen ja mobiiliin ihmisten ite hoidettavaks. —(M.55)

Mobiilipalveluiden käytössä osa kaipaa selkeästi apua ainakin alkuun pääsemiseksi ja osa taas ei kaivannut apua lainkaan. Myös epäsuora apu pankin suunnalta oli jokseenkin toivottu. Apua kaivattiin konttorilla kyllä, silloin kun asiakas siellä fyysisesti

vierailee, mutta todellisuudessa tämä on melko harvinaista nykyisin. Konttorilla toimihenkilö ei ole maininnut tai ehdottanut mobiilisovelluksen käyttöönottoa, vaikka asiakas olisi vierailut hiljattainkin. Tutkimuksessa nousikin esille juuri avunsaanti tarvittaessa muissa kanavissa ja mahdollisesti opastus myös jollakin muulla, epäsuoralla ja omatoimisemmalla tavalla kuten videon tai esitteen välityksellä.

Tutkimustulosten perusteella osa siis kaipaa apua monipuolisesti eri kanavissa ja etenkin alkuunpääsyn kanssa. Kaikki eivät kokeneet tarpeelliseksi sitä, että toimihenkilö suoraan tarjoa apua: moni kuitenkin oli sitä mieltä, että pärjää halutessaan aivan hyvin itse alusta lähtien. Haastatteluiden perusteella pankin toimihenkilöstä lähtöisin oleva avun tarjoaminen taas ei ole käänteentekevä asiakkaan mielipiteen kannalta, eikä todennäköisesti muuta hänen kantaansa mobiilista tai ei ainakaan ole ainoa syy sen muuttumiselle. Mobiilisovellus olisi silti jäänyt käyttämättä, vaikka ominaisuudet olisivat olleet kuinka näppäriä tahansa.

Mobiilipalvelun kuviteltiin parantavan pankkiasioiden hoitamista lähinnä nopeuden, näppäryyden ja saavutettavuuden vuoksi. On hyvä huomata, että osa haastateltavista ei juuri käytä muitakaan mobiilisovelluksia, joten osa-alue ei ole kovin tuttu, näin ollen myöskin saavutettava hyöty voi olla vaikea hahmottaa. Kuitenkin potentiaalisenä hyötynä nousi esiin se, ettei mobiilipankin käyttö ole ajasta ja paikasta riippuvainen ja sovellus tekee varmasti pienet toimet helpommiksi.

7 Pohdinta

Tutkimuksen toteutuminen

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää OP Tampereen asiakkaiden keskuudesta syitä, joiden vuoksi OP-mobiilia ei käytetä. Tutkimuksessa tahdottiin etsiä näitä syitä pintaa syvemältä ja samalla kartoittaa voisiko tähän käyttämättömyyteen vaikuttaa toimihenkilön panoksella jotenkin. Toimeksiantajayritys halusi tietää, minkälaista apua asiakas kaipaa mobiilipalvelun kanssa ja olisiko toimihenkilön tarjoama apu esimerkiksi konttorilla tavatessa edesauttanut mobiilipalvelun käyttöönottoa.

Empiirisestä osuudesta saadut tutkimustulokset tuottivat ratkaisun tutkimusongelmaan, miksi OP Tampereen kaikista verkkopalvelun käyttäjistä vain alle puolet käyttää OP Ryhmän mobiilipalveluita. Tutkimusta voi siis pitää onnistuneena. Toimeksiantajalle tutkimus toivottavasti tuottaa jalostuskelpoista aineistoa mobiilipalveluiden käytöstä tiettyyn ikäryhmään kuuluvien asiakkaiden näkökulmasta. Syitä oli useita ja osa niistä täysin karsittavissa ja ratkaistavissa. Kuitenkin yllättävänkin yleinen periaate, ettei tahdo käyttää sovellusta lainkaan tai toisaalta tarpeen puute ovat hankalia ohittaa tai korjata pankin näkökulmasta.

Tutkimuksen aihetta karsittiin alkumetreillä merkittävästi ja opinnäytetyössä keskityttiin tiukasti asiakkaan näkökulmaan. Alusta lähtien oli tiedossa, että keskittyessä näin rajattuun aiheeseen sen ollessa melko helposti hahmotettavissa, aineisto ei ole kovin laaja eivätkä esimerkiksi haastattelut kovin pitkiä. Abstraktimmassa aiheessa, jossa esimerkiksi mitataan kokemuksia, aineisto todennäköisesti on monipuolisempaa. Jälkeen päin mietittynä haastattelulomakkeeseen olisi ollut mahdollista lisätä enemmän kysymyksiä, jotka nyt pyrittiin karsimaan minimiin ja täysin asian ytimeen. Toisaalta saatu aineisto tuotti ratkaisun tutkimusongelmaan, joten todellista ongelmaa kysymysten tai niiden tuottaman aineiston määrä ei aiheuttanut.

Raha-asioiden suhteen ollaan hyvin konservatiivisia vielä nykypäivänäkin, joten niiden kulkeminen mukana omassa taskussa ei houkuttele kaikkia. Kuten aiemmin työssä on mainittu, turvallisuus nousi hyvin olennaisena osana esiin asiakkaiden huolenaiheissa. Moni asiakas oli yllätynyt mobiilisovellusten turvallisuudesta ja olivatkin sitä mieltä, että sen perusteella uskaltaisivat ottaa sovelluksen jopa käyttöönsä. Pankin toimesta olisi siis mahdollisesti hyvä tiedottaa asiakkaita tarkemmin mobiilipankin turvallisuudesta nimenomaan kanavissa, joita he käyttävät. Jo tällä voitaisiin karsia epäluuloja pois.

Linkittyminen teoriaan

Teoreettinen viitekehys pyrittiin alkuun valitsemaan huolella tutkimuksen tahtotilaan nähden. Kirjoittajan etuna toimi käytännön työskentely tutkimuksen aikana toimeksiantajayrityksessä, joten visio teorian sisällöstä muotoutui melko nopeasti ja helposti. Myös teoriaosuuksien järjestys suunniteltiin huolella johdattelemaan lukija aihe-

seen sisälle pohjustamalla pankkimaailman käsitteitä ja nykytilaa yleisesti. Tämän jälkeen oli loogista siirtyä digiajan pankkimaailmaan, jossa aikansa tuotteena mobiilipankki on kehittynyt. Teoriapohja tuki haastattelulomakkeen rakentamista ja edesauttoi hahmottamaan tarvittavia kysymyksiä tutkimuksen ytimen kannalta. Tutkimuksen teoriapilarit voi todeta tarkoituksenmukaisiksi ja onnistuneiksi valinnoiksi, kun tutkimustuloksista löytyy yhtäläisyyksiä teoriaan ja tuloksia pystyy tulkitsemaan ja johtamaan eteenpäin teorian avulla.

Digitalisaatio on näytellyt nykyihmisen roolissa merkittävää osaa. Eri sukupolvet ovat kokeneet sen eri lailla ja eri sukupolvilla on oma roolinsa digitalisaation etenemisessä. Ei siis ole ihme, että uusia innovaatioita käsitellään eri ikäisissä eri lailla: juuri sen vuoksi on mielenkiintoista ja aiheellista nykYTEKNOLOGIAN kannalta tutkia nimenomaan sukupolvea, joka joskus saattaa jäädä paitsioon tutkittaessa nuoria sekä taas toisaalta ikäihmisiä. Digitalisaatio on tuonut palvelut pankissakin siihen muotoon kuin ne nykyisellään ovat. Uudet palvelut otetaan vastaan hyvin yksilöllisesti, mutta ei varmasti ole sattumaa, että teknologian keskelle syntynyt Z-sukupolvi on ennakkoluulottomampi teknologian ja sovelluksien suhteen kuin tutkimuksen kohteena olevat 40–60-vuotiaat. Tulosten valossa onkin hyvä, että digitalisaation kulkua tarkasteltiin myös eri digisukupolvien kannalta (Kuvio 3, s.19), sillä se auttaa hahmottamaan eri ikäisten aikakaudella syntyneitä teknologista kehitystä ja johdattelee tätä kautta innovaatioiden omaksumiseen.

Haastateltavissa asiakkaissa saattoi nähdä Rogersin innovaatioteorian kaltaisia, erilaisia uuden innovaation omaksujia. Selkeästi haastateltavista erottui kahteen viimeiseen segmenttiin kuuluvia omaksujia, eli vastahakoisia sekä myöhäisiä omaksujia, sillä moni tuntui periaatteen vuoksi alkuun vastustavansa mobiilipalvelua tai ei saanut vain aikaiseksi ladattua sitä. (Kalliokulju & Palviainen 2006, 2.) Innovaattorit ja varhaiset omaksijat ovat mobiilipalvelun ottaneet käyttöönsä aikaisessa vaiheessa, joten he olivat tutkimuksen ulkopuolella. Tutkimuksessa esiin nousseiden tulosten keskiössä ovat monikanavaiset palvelut ja niiden muokkaaminen pankkimaailmaan sopiviksi. Kun asiakas ei välttämättä nykyisessä asiakkuuden mallissa vieraile konttorilla, on totta, että tällöin toimihenkilön on vaikea saada kosketuspintaa asiakkaaseen ja tarjota tukea ja apua esimerkiksi mobiilipalvelun käyttöönotossa. Tällöin on var-

mistettava, että asiakas on tietoinen mahdollisuuksistaan pyytää apua muiden kanavien välityksellä. Pankkiasiakkuuden muuttuessa konttorissakäynnistä digitaalisemmaksi, on asiakaspalvelun oltava saatavilla myös konttorin ulkopuolella. Tällöin henkilökohtainen apu on saatavilla myös verkossa, kun henkilökohtaisen palvelun käsitettä laajennetaan koskemaan myös chat-palvelua, verkkoviestiä ja muita mahdollisia etäkanavia (Kuvio 4, s. 22).

Haastatteluissa toivottiin juuri monikanavaisen avun yhteydessä muita avun tarjoamisen muotoja, joissa toimihenkilöllä ei ole aktiivista osaa. Ehdotuksina esiin tulivat Youtube- video sekä esite, jossa olisi vaiheittainen opastus OP-mobiiliin käyttöönottoon. Pankilla on nykyisellään mobiiliin käyttöön opastuksia sosiaalisen median kanavissa aina silloin tällöin, mutta omatoimisesti katsottavan mobiiliopastuksen tulisi olla saavutettavissa helposti niille, jotka eivät muutenkaan käytä mobiilisovelluksia. Tämä osa asiakkaista ei seuraa sosiaaliseen mediaan kuvattavia, 24- tuntia kestäviä ”tari-noita” eli videoita, ne eivät tavoita tätä kohdeyleisöä. Heille opastuksen tulisi olla kanavassa, jota he käyttävät.

Digitalisoituvassa pankkiympäristössä on olemassa monenlaisia palveluita, jotka kehittyvät vauhdilla. Teknologian hieno puoli on juurikin se, että kaikkea ei ole pakko ottaa käyttöön, vaan voi itse valita, mitä palveluista haluaa käyttää. Verkkopankki on nykymaailmassa jo lähes pakollinen ja sitä iso osa pankin asiakkaista käyttääkin. Mobiilisovellus on kuitenkin vapaaehtoinen ja sen käyttö perustuu omaan mielenkiintoon ja tarpeeseen. Palveluiden monikanavaisuuden lisääntyessä pankki ja sen palvelut ovat saatavilla monessa eri paikassa ja laajempaan palvelu aikaan kuin ennen. Tällöin myös asiakkaiden ongelmia voidaan ratkoa laajemmin ja nopeammin.

Opinnäytetöitä pankin mobiilipalveluiden käytöstä on aikaisemmin tehty esimerkiksi ikäihmisten joukosta. Myös itse sovelluksia vertailevia tutkimuksia on tehty useampia, joten aihealueesta löytyy tutkimustietoa kyllä. Pro gradu- tutkimuksia aiheesta on tehty erityisesti Jyväskylässä tietojärjestelmätieteen alalla, Koiviston (2014) tutkimus mobiilipankkiasioinnin omaksumisesta liittyy läheisesti omaan aiheeseeni. Kuitenkin tämän opinnäytetyön aihe on ensimmäinen laatuaan jo toimeksiantajayrityksen ja ikäryhmän puolesta. Haastateltujen asiakkaiden esiin nostamat tuntemukset ja syyt mobiilipalveluiden käyttämättömyydelle ovat ainutkertaisia ja ensimmäiset laatuaan juuri toimeksiantajayritykselle.

Tutkimuksen luotettavuustarkastelu

Luotettavuus tutkimusta tehtäessä pyrittiin varmistamaan huolellisella valmistelulla ja perehtyneisyydellä aiheeseen ennen empirian suorittamista. Ennen haastattelurungon rakennusta varmistettiin huolellisesti, että teoria linkittyy tutkimuksen tutkimusongelmaan ja että sen pohjalta rakennettava haastattelurunko tuottaa aineistoa, joka on tutkimuksen ytimen kannalta relevanttia. Runko hyväksytettiin toimeksiantajayrityksellä ennen haastatteluiden varsinaista toteutusta, jotta kysymykset myös täyttävät heidän toiveensa saatavan aineiston puolesta. Näin varmistettiin hyvät ja oikeat lähtökohdat haastatteluiden tekemiselle. Haastattelut on litteroitu huolellisesti nopeasti haastattelutilanteen jälkeen ja aineisto analysoitu samojen teemojen mukaan. Aineistoa ei jälkikäteen lähetetty haastateltavalle luettavaksi, mutta haastattelussa isommissa teemoissa haastattelija teki yhteenvedon oletuksistaan ja kysyi haastateltavalta, oliko asia ymmärretty oikein.

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan Eskola ja Suoranta (1998, 62-63) kertovat, että laadullisessa tutkimuksessa aineistoa tarvitaan niin kauan kuin on välttämätöntä ja keino ratkaista tämä on aineiston saturaatio. Haastatteluista saatu aineisto saavutti saturaation, eli kylläntymisen: aineisto alkoi toistaa itseään ja antaa samoja vastauksia. Haastattelut tuottivat melko aikaisessa vaiheessa jo keskenään samankaltaista aineistoa, sillä syyt mobiilipalvelun käyttämättömyydelle ovat melko samankaltaisia. Aineiston keruuta kuitenkin jatkettiin ja odotettiin aineiston saturoimista. Aineistoa itsessään oli niukasti, sillä haastattelut eivät kestäneet ajallisesti kovin kauaa, aineistoa tuli kuitenkin aiheen ja tutkimuksen ytimen kannalta tarpeeksi, sillä tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin saatiin vastaus aineiston avulla. Aihe on sen tyyppinen, että se vaatii syvemmän tutkiskelun käyttämättömyyden syistä, mutta nämä syyt eivät ole yleisesti kovin abstrakteja aiheita. Näin ollen ne eivät ole sen luonteisia asioita, jotka vaatisivat syvällistä selittämistä monen sanakäänteiden kautta, vaan asiakas usein melko hyvin on perillä siitä, miksei mobiilisovellusta tai muutaakaan palvelua halua käyttää. Tämän kaltaisessa aiheessa syyn selitys ja läpikäyminen on melko nopea prosessi itsessään eikä haastattelurunkoa myöskään tahdottu muotoilla liian kyselymäiseksi tarkkoine kysymyksineen, vaan pitäydettiin haastateltavan vapaudessa kertoa asiaa itse. Näin ollen saatu aineisto on tutkittavalle aiheelle sopi-

van kattavaa ja asiakkaan perimmäiset syyt tulivat haastattelurungolla ja mahdollisilla lisäkysymyksillä kartoitettua. Kuitenkin saatu aineisto on yksilöllisempää ja kattavampaa, kuin määrällisesti mitattavassa kvantitatiivisessa tutkimuksessa olisi ollut.

Tutkimuksessa Pivo ja OP-mobiili tutkittiin alkuperäisten suunnitelmien vastaisesti yhdessä, sillä kaksi eri haastatteluryhmää olisi tehnyt työstä jälleen liian laajan. Katsottiin myös, että jos asiakas ei käytä OP-mobiilia, hän tuskin käyttää Pivoakaan sen ollessa hieman mobiilipankkia tuntemattomampi sovellus. Näin ollen haastattelussa samalla haastattelulomakkeella ja samalla istunnolla haastateltiin asiakkaan ajatukset molempien mobiilisovellusten puolesta. Yksikään haastateltava ei käyttänyt Pivoa eikä OP-mobiilia.

Tutkimuksen reliabiliteettia on hankala arvioida, sillä jokaisen haastatellun asiakkaan mielipiteet ja tuntemukset ovat hyvin yksilöllisiä ja näin ollen niitä on hankala toistaa samanlaisena, vaikka sama tutkimus tehtäisiinkin uudelleen. Kvalitatiivisen tutkimuksen arviointi reliabiliteetin kautta onkin ongelmallinen ihmisen yksilöllisyyden sekä myös muuttuvan mielipiteen vuoksi. Tutkimusmenetelmällä saadut tulokset olivat tutkimuksen tarkoituksen mukaiset ja tuottivat oikeita tuloksia. Tutkimusta ja sen tuloksia voi siis pitää pätevänä.

Aiheet jatkotutkimuksille

Jo tutkimusta rajatessa kävi ilmi, että jatkotutkimusideoita aiheen osalta on paljon. Tutkimuksen aikana aihe-ehdotukset kirkastuivat entisestään. Tutkimuksella toivottavasti autetaan toimeksiantajayritystä sekä mahdollisesti alaa yleisesti hahmottamaan syitä pankin mobiilipalvelun käyttämättömyyden taustalla. Tutkimuksessa keskityttiin asiakasnäkökulmaan ja OP:n mobiilipalvelut, Pivo ja OP-mobiili tutkittiin yhdessä. On hyvin todennäköistä, että tutkimuksen jälkeen aihetta voi jatkojalostaa siihen, että tutkitaan Pivon tai OP-mobiilin käyttöä erikseen ja syväluotaavammalla otteella.

Rajauksessa tämän työn kohteeksi valikoitui 40–60-vuotiaat asiakkaat. Hyvin mielenkiintoista olisi myös tietää, minkälaisia syitä nousisi esille mobiilia käyttämättömien nuorten aikuisten joukosta. Samoin ikäihmiset olisivat myöskin OP:n kannalta mielenkiintoinen kohderyhmä tutkittavaksi, tosin heidän mobiilipalveluiden käytöstä on jo jonkin verran tutkimustietoa.

Aihetta on mahdollista laajentaa myöskin toiseen suuntaan eli pankin toimihenkilöihin kohdistuvaan tutkimukseen. Mielenkiintoista olisi saada näkökulma laajemmalla kohderyhmältä, kuten esimerkiksi juuri rajattu asiakasryhmä sekä lisäksi toimihenkilön näkökulma. Työ olisi opinnäytetyöksi melko laaja, joten työ tulisi todennäköisesti tehdä kandidaatin- tai pro gradu-tutkielmana. Myös pankin sisäinen tutkimus yksinäänkin tuottaa arvokasta aineistoa vertailtavaksi asiakkaan näkökulmaan.

Lopuksi

Mobiilipalveluiden käyttämättömyys ja sen syyt OP Tampereessa loi katsauksen mobiilia käyttämättömän asiakkaan ajatuksiin mobiilipalveluista. Mobiilipankin ominaisuuksista ja turvallisuudesta olisi jatkossa tärkeä informoida asiakkaita. Käyttämättömyyteen liittyy syitä, joihin pankki pystyy vaikuttamaan omalla toiminnallaan, mutta taas toisaalta on ihmisiä, joiden vankkaan periaatteeseen tai yksinkertaiseen tarpeen puutteeseen on vaikea ulkopuolelta vaikuttaa. Yksi asia kuitenkin on tutkimustulosten valossa varmaa: tietämättömyys mobiilipalveluista on pahin vihollinen niiden käyttöönotossa.

Lähteet

- Alhonsuo, S., Nisén, A., Nousiainen, Pellikka, T., & Sundberg, S. 2012. Finanssitoiminnan käsikirja. 2. uud.p. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus.
- Arkilahti, N. 2019. Voiko pankki olla yhtä aikaa digitaalinen ja tavoitettavissa? Viitattu 5.2.2019. <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digiadhoc-arkilahti.aspx>.
- Bloomberg, J. 2018. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. Forbes. Viitattu 20.10.2018. <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/#426c37682f2c>.
- Brennen, S. & Kreiss, D. 2014. Digitalization and Digitization. Viitattu 20.10.2018. <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/>.
- Desjardins, J. 2019. Meet Generation Z: The Newest Member to the Workforce. Viitattu 19.4.2019. <https://www.visualcapitalist.com/meet-generation-z-the-newest-member-to-the-workforce/>.
- FATCA, CRS ja DAC2. 2018. Verohallinto. Viitattu 8.4.2019. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteiset/tietoa-yritysverotuksesta/finanssiala/kansainv%C3%A4linen-tietojenvaihto/>.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus, menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo. Viitattu 6.5.2019. <https://piki.verkkokirjasto.fi>.
- Hasselgren, J. 2018. Pankki ja lompakko kännykässä, entä turvallisuus? OP.media. Viitattu 17.2.2019. <https://op.media/talous/raha-ja-arki/pankki-ja-lompakko-kannykassa-enta-turvallisuus-0226c0fe6c264f59bb89b3ebe3e0d9ef>.
- Historia. N.d. OP Osuuskunta. Viitattu 25.11.2018. <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti-historia>.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. p. Helsinki: Tammi.
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: Yritysjohdon käsikirja. Talentum. Viitattu 10.2.2019. <https://janet.finna.fi/Record/janet.338442>.
- Järvinen, P. 2016. Opas: Näin huolehdi älypuhelimesi tietoturvasta. Mikrobitti. Viitattu 17.2.2019. <https://www.mikrobitti.fi/neuvot/opas-nain-huolehdi-alypuheli-mesi-tietoturvasta/7353455a-ccc7-3643-8512-0e60c7c09281>.
- Kalliokulju, S. & Palviainen, J. 2006. Miten massamarkkina syntyy? Keskeisiä teorioita ja malleja vuosien varrelta. Viitattu 8.2.2019. http://www.cs.tut.fi/~ihtesem/s2006/teoriat/esitykset/IHTESEM06_Kalliokulju_Palviainen_diffuusio_311006.pdf.
- Kananen, J. 2013. Design Research as Thesis Research (Applied Action Research). Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

- Kananen, J. 2015. Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Karjaluoto, H. 2002. Electronic banking in Finland: Consumer Beliefs, Attitudes, Intentions, and Behaviors. Dissertation. Jyväskylä Studies in Business and Economics. University of Jyväskylä. Viitattu 3.11.2018. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13218/9513911675.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Keränen, T. 2016. Raha-asiat hoidetaan nyt puhelimella – Katso tästä suosituimpien mobiilipankkien erot. Yle.fi. Viitattu 10.4.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-9194007>.
- Koivisto, K. 2014. Mobiilipankkiasioinnin omaksumiseen vaikuttavat tekijät Suomessa. Jyväskylän yliopisto, tietojenkäsittelytieteiden laitos. Viitattu 13.4.2019. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/44985/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201412223570.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Koiranen, I., Räsänen, P. & Södergård, C. 2016. Mitä digitalisaatio on tarkoittanut kansalaisen näkökulmasta? T&Y, Talous ja yhteiskunta. Viitattu 25.4.2018. <http://www.labour.fi/ty/tylehti/ty/ty32016/ty32016pdf/ty32016KoiranenRasanen-Sodergard.pdf>.
- Kontkanen, E. 2015. Pankkitoiminnan käsikirja. 4. p. Vantaa: Finanssi- ja Vakuutus kustannus.
- Laki luottolaitostoiminnasta. L2018/628. Annettu 8.8.2014. Viim. muutos 19.12.2018. Viitattu 14.2.2019. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140610#O4L15P14>.
- Liiketoiminta-alueet. N.d. OP Osuuskunta. Viitattu 6.2.2019. <https://uusi.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti/liiketoiminta-alueet>.
- Luomala, J. 2017. Z-sukupolvi ja kaupankäynnin taito. Kauppalehti. Viitattu 21.3.2019. <https://blog.kauppalehti.fi/solteq-yksinkertaisempaa-digitalisaatiota/z-sukupolvi-ja-kaupankaynnin-taito>.
- Matkapuhelin yhä suosituimpi laite internetin käyttöön – käyttötarkoitukset monipuolistuvat. 2017. Tilastokeskus. Viitattu 3.11.2018. https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html.
- MeritaNordbanken avaa WAP-pankkipalvelut ensimmäisenä maailmassa. 1999. Viitattu 6.2.2019. <http://news.cision.com/fi/nordbanken-holding/r/meritanordbanken-avaa-wap-pankkipalvelut-ensimmaisena-maailmassa,e13075>.
- Mikä Pivo? N.d. Viitattu 3.4.2019. <https://pivo.fi/medialle/>.
- Milloin asiakas on tunnistettava? 2017. Finanssivalvonta. Viitattu 3.6.2018. http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Valvonta/Rahanpesun_estaminen/Milloin_tunnistettava/Pages/Default.aspx.
- OP-mobiili. N.d. Viitattu 3.4.2019. <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/op-mobiili>.

OP Ryhmän strategia – liiketoiminnan uudistamista asiakkaan eduksi. N.d. Viitattu 17.4.2019. <https://op-year2017.fi/strategia>.

Pankit tarjoavat monenlaisia palveluja. 2017. Finanssivalvonta. Viitattu 3.6.2018. http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Pages/Default.aspx.

Pankkien digitaalinen kehitys kiihtyy - Suomi vauhdissa mukana. 2019. Viitattu 10.4.2019. <https://www2.deloitte.com/fi/fi/pages/financial-services/articles/pankkien-digikehitys-kiihtyy.html>.

Pohjola, M. N.d. Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla. Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Helsinki. Viitattu 6.2.2019. https://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf.

Press, G. 2015. A Very Short History of Digitization. Forbes. Viitattu 16.10.2018. <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2015/12/27/a-very-short-history-of-digitization/#a60cc2d49ac2>.

Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P. & Laukkanen, T. 2012. Akatemiasta markkinapaikalle. Johtaminen ja markkinointi aikansa kuvina. Helsinki: Talentum.

Rahanpesulaki 444/2017. Laki rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisestä. Annettu 6.10.2017. Viim. muutos 1.1.2019. Viitattu 14.6.2018. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2017/20170444#L3P2>.

Rakkaudesta Suomeen, OP vuosi 2015. 2015. OP Ryhmä. Viitattu 6.2.2019. https://op-year2015.fi/filebank/6216-OP_Vuosi_2015.pdf.

Rogers, E.M. 1983. Diffusion of innovations. 3rd edition. Canada. Viitattu 7.2.2019. <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>.

Ryhmärakenne. N.d. Viitattu 5.1.2019. <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/hallinnointi/ryhmarakenne>.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 23.3.2019. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>.

Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö. 2017. Tilastokeskus. Suomen virallinen tilasto. Viitattu 13.6.2018. http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html.

Tietoa Osuuspankeista. N.d. OP Osuuskunta. Viitattu 14.6.2018. <https://uusi.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/osuuspankit/osuuspankkien-esittely>.

Tilinpäätös 2018. 2019. OP Osuuskunta. Viitattu 3.4.2019. <https://www.op.fi/documents/196233/196393/Tilinp%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+2018/ac6f0634-58f5-bb26-5d8c-f4627b77dd79>.

Veikkolainen, T. 2013. From reactive to proactive banking: Connecting with customers with context-aware mobile technology. Master's Thesis. University of Turku, Informations Systems Science. Viitattu 6.2.2019. <http://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/90254/417433.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

Ylikoski, T. & Järvinen, R. 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Liitteet

Liite 1.

Haastattelurunko asiakashaastatteluihin

Haastattelija: Satu Rämäkkö

Haastateltava:

Ikä:

Mielikuvat mobiilipalveluista

- ❖ Kuinka tuttuja pankin mobiilipalvelut ovat?
 - Oletteko kuulleet OP-mobiili -sovelluksesta tai Pivo-sovelluksesta? Jos olette kuulleet, mistä kuulitte?
- ❖ Minkälaisia mielikuvia pankin mobiilipalvelut herättävät?

Mobiilipalveluiden käyttö

- ❖ Kuinka paljon olet käyttänyt OP:n mobiilipalveluita?
- ❖ Mikä on syynä mahdolliselle mobiilipalveluiden käyttämättömyydelle?
- ❖ Koetko tarvitsevasi apua mobiilipalveluiden käytössä?
- ❖ Minkälaista apua toivoisit pankin toimihenkilöltä mobiilipalveluiden käytössä/käyttöönnotossa?
 - Olisitko ottanut mobiilipalvelut käyttöön jos toimihenkilö olisi tarjonnut apua aikaisemmin?

Mobiilipalveluiden tuoma lisäarvo

- ❖ Kuinka mobiilipalvelut voisivat parantaa tai helpottaa pankkiasiointiasi?