



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mari Rytönen

# IKÄIHMISTEN TUKEMINEN PANKIN DIGITALISAATIOSSA

Case Nordea

Liiketalous  
2020

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Mari Rytönen
Opinnäytetyön nimi	Ikäihmisten tukeminen pankin digitalisaatiossa
Vuosi	2020
Kieli	suomi
Sivumäärä	53 + 1 liite
Ohjaaja	Leena Pommelin-Andrejeff

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää millaisia haasteita ikäihmiset kokevat digitalisaation tuoneen pankkiasiointiin, miten Nordean digitaalisia palveluita voitaisiin kehittää ikäihmisille sopivammiksi, sekä miten pankki voisi auttaa haasteiden kanssa selviytymisessä.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu päivittäisistä pankkipalveluista, digitalisaatiosta ja ikäihmisistä palveluiden kuluttajina. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä käyttäen puolistrukturoitua teemahaastattelua. Tutkimuksessa haastateltiin digiopastustilaisuuksissa asioineita ikäihmisiä ja tämän lisäksi neljää Nordean työntekijää.

Tulosten perusteella käy ilmi, että ikäihmiset suhtautuvat edelleen hyvin negatiivisesti digitalisaatioon, vaikkei se mikään kovin uusi asia olekaan. Digitalisaatio on huomattavasti vaikeuttanut pankkiasiointia ja pakottanut ikäihmisiä digitaaliseen asiointiin, eikä heillä ole oikeastaan halua opetella uusia asioita siihen liittyen. Iän tuomat rasitteet ja sairaudet vaikuttavat myös heidän kykyynsä käyttää ja omaksua uusia laitteita. Ikäihmiset toivovatkin, että heille annettaisiin henkilökohtaista opastusta digitaalisten palveluiden käyttöön, mutta myös, että säilytettäisiin mahdollisuus konttoriasiointiin, eikä sitä huononnettaisi. Toisaalta ikäihmiset ymmärtävät, että maailma väistämättä muuttuu digitaaliseksi, ja siinä Nordeankin on pysyttävä mukana.

---

Avainsanat	digitalisaatio, pankin digitalisaatio, ikäihmiset, kuluttajakäyttäytyminen
------------	--

## ABSTRACT

Author	Mari Rytönen
Title	Supporting Elderly Customers in the Digitalization of a Bank
Year	2020
Language	Finnish
Pages	53 + 1 Appendice
Name of Supervisor	Leena Pommelin-Andrejeff

---

The aim of this study was to find out what kind of obstacles do elderly people find with digitalization and banking, how Nordea's digital services could be made better and how the bank could support elderly people with the challenges faced in the digitalized banking environment.

The theoretical section of the study consists of daily banking services, digitalization and elderly people as consumers. The study was conducted as a qualitative research where I interviewed customers who were older than 60 years old and four employees working at Nordea.

The results showed that older people see digitalization mainly as a negative thing even though it is not a new phenomenon. Digitalization has made it harder for older people to take care of their daily banking issues and it has forced them to use digital platforms, even though they have little interest to learn new things considering the digitalization. Aging often brings also burdens and diseases that make it harder to use new digital services. The elderly customers wish to get personal guiding how to use the new services, but they also wish Nordea to keep the branch offices where they can visit face to face with a service advisor. However, they seem to understand that digitalization is inevitable, and Nordea has to move towards it like everyone else.

---

Keywords	Digitalization, digitalization of banking, elderly people, consumer behavior
----------	--

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	8
1.1	Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite.....	8
1.2	Nordea Bank Oyj .....	9
1.3	Aikaisemmin tehdyt tutkimukset .....	10
1.4	Työn rakenne .....	10
2	FINANSSI- JA PANKKITOIMINTA .....	11
2.1	Finanssipalvelut .....	11
2.2	Pankkitoiminta .....	11
2.3	Finanssivalvonta .....	12
2.4	Pankkipalvelut.....	12
2.5	Asiakaspalvelu finanssialalla .....	12
3	DIGITALISAATIO .....	14
3.1	Pankin digitalisaatio.....	15
3.2	Euroopan digitalisaatiotasotaso.....	19
3.3	Digitaaliset palvelukanavat .....	20
3.4	Tupas-tunnistautuminen.....	20
3.5	Palveluiden saavutettavuus ja turvallisuus.....	21
3.6	Nordea ja digitaaliset palvelut .....	21
4	IKÄIHMISET PALVELUIDEN KÄYTTÄJINÄ.....	23
4.1	Digitalisaatio ja ikäihmiset .....	25
4.2	Seniורי-ikä.....	26
4.3	Digineuvonta Nordeassa Tampereella .....	27
5	EMPIIRINEN TUTKIMUS .....	28
5.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	28
5.2	Kvalitatiivinen tutkimus.....	29
5.3	Laadullisen aineiston käsittely .....	31
5.4	Tutkimuksen toteuttaminen .....	33

6	TUTKIMUSTULOKSET .....	34
6.1	Päivittäiset pankkipalvelut .....	34
6.2	Digitalisaatio .....	35
6.3	Nordean digitaaliset palvelut .....	37
6.4	Ikäihmiset digitaalisten pankkipalveluiden käyttäjinä.....	40
7	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	43
7.1	Tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu .....	47
7.2	Toimeksiantajan saama hyöty ja jatkotutkimusaiheet .....	47
7.3	Pohdinta .....	48
	LÄHTEET.....	49

## LIITTEET

**KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO**

<b>Kuvio 1.</b> Digitaalista taloutta ja yhteiskuntaa kuvaava indeksi (DESI) 2019 (Euroopan komissio 2019)	19
<b>Kuvio 2.</b> Supistettu kuluttajakäyttäytymisen malli (Lampikoski & Lampikoski 2000, 29)	24
<b>Kuvio 3.</b> Teoreettinen viitekehys	28
<b>Taulukko 1.</b> Asiakkaiden taustatiedot.....	34

**LIITELUETTELO****LIITE 1. Teemahaastattelurunko**

# 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Nordea Bank Oyj:lle. Työ käsittelee sitä, miten pankin iäkkäät asiakkaat ovat kokeneet digitalisaatioon siirtymisen ja millaista tukea he kaipaisivat uudenlaisen asioinnin parissa.

Päätin tehdä opinnäytetyön Nordealle, sillä työskentelen yhtiölle ja melkein joka päivä huomaan digitalisaation vaikuttavan iäkkäiden ihmisten pankkiasiointiin yhä enemmän. Sain idean aiheeseen esimieheltäni, sillä digitalisaation vaikutus seniori-ikäisiin asiakkaisiin askarruttaa. Sähköiset palvelut ovat olleet otsikoissa ja puheenaiheena yhä enemmän, ja lauantaina 14.9.2019 astui voimaan uusi maksupalveludirektiivi, joka vaikuttaa sähköiseen tunnistautumiseen. Opinnäytetyön tuloksien avulla pankki pystyy kehittämään palveluitaan ja toimintaansa ollakseen yhä parempi kumppani ikäihmisten raha-asioissa.

## 1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, miten digitalisaatio on vaikuttanut ikäihmisten pankkiasiointiin ja millaisia haasteita digitaalisissa palveluissa ja niiden käytössä on, sekä miten näitä palveluita voitaisiin kehittää. Tavoitteena on löytää keinoja, miten Nordea voisi pankkina olla parempi kumppani ikäihmisille digitalisaation tuomien haasteiden parissa. Tämän tutkimuksen tutkimusongelmaksi muodostui: Mitä ikäihmiset odottavat Nordealta pankkina, kun siirrytään yhä digitaalisempaan asiointiin?

Tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten ikäihmiset kokevat pankin digitalisaation?
2. Millaista tukea ikäihmiset kaipaavat digitaalisten palveluiden käytössä?

Tutkimus on rajattu niin, että siinä keskitytään pankkiin, eikä avata muita finanssi-palveluita, kuten vakuutuspuolta.



## 1.2 Nordea Bank Oyj

Nordea on kansainvälinen pankki ja samalla Pohjoismaiden suurin finanssipalvelukonserni. Nordea on yksi suurimmista Euroopan pankeista ja Pohjoismaiden kolmanneksi suurin yritys, kun mitataan markkina-arvoa. Toimipaikkoja Nordealla on jopa 20 maassa, ja Nordean kotimarkkina-alue koostuu Suomesta, Ruotsista, Norjasta ja Tanskasta. Nordean pääkonttori sijaitsee Helsingin Vallilassa. Pankin vuoden 2018 liiketoiminnalliset tuotot olivat 9 miljardia euroa ja Nordea on saanut AA-luottoluokituksen, joka on vain harvoilla eurooppalaisilla pankeilla. (Nordea a).

Nordea sana on yhdistelty sanoista ”Nordic” ja ”ideas”. Pankin juuret ylettyvät jopa 1800-luvulle, ja Nordea itsessään on syntynyt vuonna 2001 seuraavien neljän pankin yhdistymisessä: Nordbanken (Ruotsi), Unibank (Tanska), Kreditkassen (Norja) ja Merita Pankki (Suomi). (Nordea b).

Pankin arvoja ovat collaboration (yhteistyö), ownership (vastuu työstä), passion (into) ja courage (rohkeus), mitkä kuvastavat Nordean sisällä vallitsevaa yrityskulttuuria. Näitä arvoja pyritään toteuttamaan joka päivä kaikissa tehtävissä ja ne on muokattu erilaisten keskusteluiden kautta, joita on käyty henkilöstön, asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa. (Nordea c).

Nordealla on konttoreiden, edustustojen ja tytäryhtiöidensä lisäksi yhteistyöpankkeja ympäri maailmaa. Nordea on tällä hetkellä ensimmäisellä sijalla Suomessa yritysasiakkaiden keskuudessa, ja 1-2. sijalla henkilöasiakkaiden keskuudessa. Ruotsissa yritysasiakkaiden sekä henkilöasiakkaiden keskuudessa sijalla 2 tai 3. Norjassa sekä yritys- että henkilöasiakkaiden keskuudessa Nordea on sijalla 2. Tanskassa pankki pitää sijaa 2. henkilöasiakkaiden keskuudessa, ja yritysasiakkaiden 2-3. (Nordea d).

Neljän pohjoismaan lisäksi Nordealla on toimintaa Euroopassa muun muassa Espanjassa, Saksassa, Italiassa, Puolassa ja Ranskassa. Muualla maailmassa mainittakoon Brasilia, Chile, Yhdysvallat, Kiina ja Singapore. (Nordea d).

Nordealla on selkeät linjaukset vastuullisuudesta ja ollessaan iso toimija Pohjoismaissa, on pankilla vastuu toimia vastuullisesti. Nordea onkin listattu yhdeksi

maailman sadasta kestävämmän kehityksen yrityksistä. Tarjoamalla digitaalisia alustoja asiakkailleen Nordea lähestyy huimaa vauhtia tavoitetta olla paperiton pankki. Nordea on voittanut neljättä vuotta putkeen ”Best Investment ESG Process” -palkinnon, mikä kertoo pankin onnistuneesta vastuullisuuden käytäntöönpanosta. (Nordea e). ESG on lyhenne sanoista Environmental, Social and Governance. (Nordea f).

### **1.3 Aikaisemmin tehdyt tutkimukset**

Digitalisaatio kiinnostaa monia ja siitä on tehtykin melko paljon tutkimuksia, esimerkiksi digitalisaation vaikutuksesta pankkiasiointiin on tehty jo aiemmin opinnäytetöitä. Jonna Lehtinen ja Jasmine Suomi ovat tehneet opinnäytetyön (2019) koskien ikäihmisten haasteista pankkipalveluiden käytössä, sekä Susanna Klemetinen on tutkinut opinnäytetyössään (2019) senioreita pankin monikanavaisten palveluiden käyttäjinä. Näiden lisäksi Valli Ry on teettänyt tutkimuksen ikäihmisten sähköisen asioinnin haasteista, miten he asioivat ja millaisia palveluita he käyttävät verkossa. Sellaista tutkimusta ei kuitenkaan löytynyt, jossa käsiteltäisiin nimenomaan Nordean iäkkäämpien asiakkaiden mielipidettä digitalisaatiosta ja pankin digitaalisista palveluista.

### **1.4 Työn rakenne**

Teoriaosuus koostuu käsitteistä finanssi- ja pankkitoiminta, digitalisaatio sekä ikäihmisten palveluiden kuluttajina. Digitalisaatio-luvussa tuodaan myös esille mitkä ovat Nordean tarjoamat digitaaliset palvelut. Tämän jälkeen kerrotaan tutkimuksen toteutuksesta ja lopulta tutkimustuloksista. Tutkimustulosten jälkeen käydään läpi tutkimuksen johtopäätökset, jossa myös tehdään loppupohdinta.

Tutkimus suoritetaan kvalitatiivisia menetelmiä käyttäen haastatteluina. Haastattelut tehtiin sekä kasvotusten asiakkaiden ja Nordean työntekijöiden kanssa ja ne käydään läpi anonyymisti.

## **2 FINANSSI- JA PANKKITOIMINTA**

Tässä luvussa kerrotaan finanssi- ja pankkipalveluista, finanssivalvonnasta ja asiakaspalvelusta finanssialalla.

### **2.1 Finanssipalvelut**

Finanssipalvelut terminä tarkoittavat raha-asioiden hoitamiseen liittyviä palveluita. Pankit ja vakuutusyhtiöt tarjoavat finanssipalveluita, jotka ovat tuotettu asiantuntevasti ja niiden tarjoamiseksi tarvitaan asiaan kuuluvaa erikoisosaamista. Euroopan unionin direktiivi määrittelee finanssipalvelut pankki-, luotto- ja vakuutuspalveluiksi, ja tämän lisäksi eläkkeiksi, sijoituksiksi ja maksutapahtumiksi. (Ylikoski & Järvinen 2011, 14).

Finanssitoimintaa säätelevät lait, kuten vakuutusopimuslaki ja pankkitoiminnassa MiFID-direktiivi. Niiden mukaan finanssitoimija tarjoaa tarvittavat tiedot asiakkailleen ja samalla tavalla asiakas on velvoitettu tiettyjen tietojen antamiseen heille. (Ylikoski & Järvinen 2011, 19). Pankkialaan liittyvä MiFID-direktiivi on lyhenne sanoista Markets in Financial Instruments Directive, joka tarkoittaa rahoitusvälineiden markkinoiden direktiiviä. Sen tarkoituksena on parantaa sijoittajien suojaa ja lisätä läpinäkyvyyttä rahoitusvälineiden kaupankäynnissä. (Flittner 2017).

### **2.2 Pankkitoiminta**

Pankin pääasiallinen tehtävä on luvanvaraisesti vastaanottaa talletuksia ja myöntää luottoja asiakkailleen, jotka voivat olla henkilö- tai yritysasiakkaita. Ne tarjoavat lisäksi maksuliikennepalveluita, sekä sijoitus- ja varainhoitopalveluita ja ovat myös osana raha- sekä pääomamarkkinoita. Tuloja pankit saavat pääasiassa asiakkaiden kautta korkotuottoina, mutta sen lisäksi myös erilaisista palvelumaksuista, toimitusmaksuista, arvopaperikaupasta, takaustoiminnasta ja valuutanvaihdosta. Ne maksavat saamistaan tuloista korvausta sijoittajille heidän sijoittamastaan pääomasta katetaan luottotappiota ja rahoitetaan pankkien toimintaa. (Finanssialalle a).

### **2.3 Finanssivalvonta**

Finanssivalvonta on viranomainen, jonka tehtävänä on valvoa pankkeja, vakuutus- ja eläkeyhtiöitä sekä rahastoyhtiöitä, pörssijä ja sijoituspalveluita tarjoavia yrityksiä. Tarkoituksena on nimenomaisesti valvoa luotto-, vakuutus ja eläkelaitosten toimintaa, joilla ylläpidetään finanssimarkkinoiden vakautta. Tämän lisäksi halutaan myös turvata vakuutettujen etuudet ja säilyttää luottamus finanssimarkkinoihin, ja edistää hyviä menettelytapoja markkinoilla. Tavoitteet ja tehtävät ovat myös kirjattuna lakiin ”Laki Finanssivalvonnasta” 3 § (L 19.12.2008/878). (Finanssivalvonta a). Finanssivalvonta on päätöksenteossa itsenäinen, vaikka toimiikin hallinnollisesti Suomen Pankin yhteydessä. Finanssivalvonnan rahoitus tulee 95-prosenttisesti heidän omilta valvottaviltaan ja loppu Suomen Pankilta. (Finanssivalvonta a).

### **2.4 Pankkipalvelut**

Peruspankkipalveluiksi lasketaan maksutili ja siihen liitettävä kortti ja verkkopankkitunnukset, sähköinen tunnistusväline, maksujen toteuttaminen ja käteisen nostaminen. Pankit ovat velvollisia tarjoamaan perusmaksutiliä kaikille, jotka asuvat ETA-valtiossa laillisesti. Ainoa syy, jonka vuoksi pankin olisi mahdollista evätä tilin avaamisen, on rahanpesuun liittyvät säännökset. (Finanssivalvonta b). Rahanpesu on kansainvälinen ongelma ja se tarkoittaa rikollista toimintaa, jolla yritetään peittää rahan alkuperäinen lähde. Raha, joka on alun perin saatu rikollisin keinoin, yritetään saada näyttämään lailliselta. (Talousrikos.fi).

### **2.5 Asiakaspalvelu finanssialalla**

Asiakaspalvelu on tärkeä osa asiakkaan ja finanssiyhtiön välistä vuorovaikutusta. Asiakaspalvelutilanteet luonnollisesti tarjoavat paljon tärkeää tietoa asiakkaiden tarpeista, tyytymättömyyden aiheista ja erinäisistä ongelmista. Asiakaspalvelu finanssialalla vaatii kykyä tasapainottaa palvelun laatu ja työn tuottavuus, sekä kykyä saada asiakas tuntemaan itsensä luottavaiseksi ja tilanne miellyttäväksi joskus epämiellyttävissä tai turvattomissa tilanteissa. Järvinen, Rosti ja Ylikoski luettelevat asiakaspalvelijan monia tehtäviä asiakaskohtaamisissa: palvelun tuottaminen ja sen laatuun vaikuttaminen, tarpeisiin ja toiveisiin reagoiminen, asiakassuhteiden

luominen ja ylläpito sekä lisäpalveluiden myynti. (Järvinen, Rosti & Ylikoski 2006, 64). Asiakkaat ovat mieltäneet yleensä asiakaspalvelun hyväksi, kun heitä on esimerkiksi kuunneltu ja kunnioitettu asiakkaana ja ihmisenä, autettu heidän tarvitsemallaan tavalla ja kun heille on puhuttu ymmärrettävästi asiakkaan kielellä. (Järvinen, Rosti & Ylikoski 2006, 65).

### 3 DIGITALISAATIO

Tämä luku käsittelee digitalisaatiota ja sen vaikutusta yhteiskuntaan, pankkien toimintaan ja pankkiasiointiin.

Digitalisaatio saapui Suomeen vuosina 2012-2014. Digitalisaatiolle ei ole annettu varsinaista määritelmää, joten sillä viitataan usein esimerkiksi verkkokaupan vaikutuksiin kivijalkakauppaan tai teknologian mukana tulleisiin mullistuksiin. (Ilmarinen & Koskela 2015, 21-22). Suomalaiset ovat olleet edelläkävijöiden joukossa digitalisaation parissa kuten matkapuhelimet ja pankkipalvelut osoittavat. Nokian suosio vaikutti osaltaan matkapuhelinkäyttäytymiseen ja toisaalta suomalaiset ovat hoitaneet pankkiasioitaan verkkopankissa jo pitkään. Ilmarisen ja Koskelan mukaan nuorempi sukupolvi on aktiivisempaa joukkoa käyttämään internetiä, mutta se ei poissulje ikääntyvien ihmisten kykyä käyttää sähköisiä palveluita. (Ilmarinen & Koskela 2015, 35-37).

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2016 88 prosenttia suomalaisista käytti internetiä, ja alle 55-vuotiaista käyttivät internetiä lähes kaikki. Tämä kertoo digitalisaation olevan erittäin läsnä suomalaisten joka päiväistä elämää. Vuotta 2014 kutsutaan mobiili-internetin läpimurtovuodeksi Suomessa, koska silloin melkein 70 prosentilla suomalaisista oli älypuhelin ja 35 prosentilla tablet-laite, sekä jo yli puolet käyttivät internetiä muuallakin kuin kotona tai töissä. (Tilastokeskus 2016).

Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan internetin käyttö siirtyy yhä enemmän muualle kuin pelkälle tietokoneelle – mobiilista on tulossa suosituin väline. (Tilastokeskus 2016). Puustisen mukaan mobiilista onkin tullut sekä nykyhetken että tulevaisuuden yksi keskeisimmistä palvelukanavista. Mobiilidatan käyttö ja mobiililaitteiden määrä on kasvanut huomattavasti 2000-luvun aikana, ja tablettien myynnin uskotaan kasvavan. Mobiilissa palveluiden käyttö ei ole sidottu aikaan tai paikkaan, mikä luo vapautta asiakkaalle palvelun käyttämisen suhteen ja esimerkiksi finanssisektorilla se täytyisi nähdä arvon luomisena asiakkaalle, kun päästään käsiksi heidän arjen prosesseihin mukaan. Näin on mahdollista arvioida, mitkä arvolupaukset toimivat asiakkaaseen ja mitkä eivät. (Puustinen 2013, 217-219).

Digitalisaatio on vaikuttanut myös siihen, että yritykset siirtävät markkinointiaan digitaalisiin kanaviin. Sanomalehtimainonta on edelleen yleistä, mutta yhä enemmän mainonta siirtyy digitaalisiin kanaviin. Ilmarisen ja Koskelan mukaan mainonta on kasvanut eniten mobiili- ja Facebook-mainonnan parissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 44-45).

Digitalisaatio vaikuttaa useaan eri elämän osa-alueisiin ja sen läpimurto on ollut nopeaa. Ilmarinen ja Koskela ovat jakaneet murroksen kolmeen osa-alueeseen: asiakaskäyttötymisen murrokseen, markkinoiden murrokseen ja teknologian murrokseen. Asiakaskäyttötymisen murros käsittää asiakkaiden oma-aloitteisuuden esimerkiksi tiedonhaun ja itseohjautuvaisuuden suhteen. Ihmiset esimerkiksi hakevat kokemuksia ja palveluita, sekä jakavat kokemuksia verkossa helpommin ja enemmän. Ilmarinen ja Koskinen kiteyttävät hyvin tärkeän pointin: ”Asiakas sanelee yhä useammin, miten, missä ja milloin hän haluaa asioida. Asiakkaalle on digitaalisessa maailmassa tarjolla vaihtoehtoja, jos yksi yritys ei pysty vastaamaan odotuksiin.” (Ilmarinen & Koskela 2015, 52-53). Teknologian murros tarkoittaa yksinkertaisesti teknologian nopeaa kehitystä, joka mahdollistaa palveluiden digitalisaation. Innovaatioiden lisäksi tätä on edesauttanut laitteiden, ohjelmistojen ja tiedonsiirron kehittyminen. Markkinoiden murros tarkoittaa globaalin kilpailun, uusien haastajien, toimialaliukumien ja sääntelymuutoksien summaa. Digi-aika vaatii uusia ajattelutapoja, siirtää raja-aitoja ja pienentää paikallisuuden merkitystä kilpailussa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 59, 65-68). Ihmiset pääsääntöisesti luottavat teknologiaan ja odottavat sen toimivan lähes koko ajan, joten luottamus sen käyttöön hupenee äkkiä, mikäli järjestelmissä on jotain vikaa. Teknologian puuttuminen herättää asiakkaita jopa kysymysmerkkejä, sillä teknologiaa laajamittaisesti käyttävä yritys on huomattavasti luotettavamman oloinen. (Gerdt & Eskelinen 2018, 72-74).

### **3.1 Pankin digitalisaatio**

Digitalisaatio on luonnollisesti vaikuttanut pankkikäyttötymiseen ja luonut mahdollisuuksia palveluiden tarjonnan uudistamiseen. Teknologian kehityksen muutos aiheutti jo 1990-luvulla talletuspankkien henkilöstön ja konttoreiden määrän puolittumista, kun sähköinen asiointi lisääntyi. (Pohjola 2015). Kuten aiemmin

mainittiinkin, suomalaiset olivat edelläkävijöitä verkkopankin käytössä, ja nykyään asiakkaat odottavat saavansa palvelua jokaisena päivänä paikasta huolimatta. Digitalisaatiohan mahdollistaa palvelun saannin sijainnista huolimatta. Perinteinen konttorissa jonottaminen vaihtui aikoinaan siihen, että ihmisiä ohjattiin maksuautomaateille ja tämän jälkeen kotiin hoitamaan pankkiasiat. (Ilmarinen & Koskela 2015, 54-55). Teknologiset murrokset pankkitoiminnassa eivät ole vaikuttaneet nopeasti, vaan niiden laaja käyttöönotto ja kaupallistaminen on vaatinut liiketoiminnallisia murroksia sekä oikeanlaista johtamista. Suomalaisten tutkimus- ja elinkeinopoliitikkojen tehtävänä on toteuttaa pitkäjänteisiä ja nopeasti reagoivia teknologisia ja liiketoiminnallisia innovaatioita. (Dahlberg & Halén 2016). Esimerkiksi digitalisaatiostrategian puute saattaa vaikuttaa negatiivisesti yksittäisen pankin merkitystä rahoituspalvelun tarjoajana. (Grym, Koskinen & Manninen 2018). Pankin digitalisaation pitäisikin parantaa pankin kannattavuutta pitkällä aikavälillä mitattuna. (Koskinen & Manninen, 2019).

Teknologian kehittyessä finanssipalvelut siirtyvät pikkuhiljaa digitaalisiksi, mikä aiheuttaa palveluiden muuttumista saumattomaksi kokonaisuudeksi, esimerkiksi laskujen maksaminen ja vakuutuskorvaukset ovat häviämässä ja asiakaspalvelua käydään asiakkaiden kanssa yhä enemmän puhelimesta tai chat-alustalla. Teknologian kehittyminen ei kuitenkaan poissulje asiantuntevan osaamisen tarvetta. (Pohjola 2015). Digitalisaatio vaikuttaa pankin tarjoamiin palveluihin, ja jotkut niistä ovat sen johdosta katoamassa. T-Media Oy:n tutkimuksessa katoaviksi palveluiksi nimettiin asiakkaiden ja finanssialan henkilöstön toimesta muun muassa magneettijuovat, shekit, valuutanvaihto, fyysinen allekirjoitus ja avainlukulistat. (T-Media Oy 2017, 20).

Finanssivalvonnan tekemän selvityksen mukaan verkko- ja mobiilipalvelut ovat kehittyneet ja muiden palveluiden saatavuus edelleen heikentynyt. Konttoreita ja käteispalveluita on rajoitettu, mutta käteisautomaatteja on kuitenkin lisätty, ja nykyisin on mahdollista nostaa rahaa jopa kaupan kassalta ostosten yhteydessä. (Finanssivalvonta c, 2018). Tehdyn kyselyn mukaan 20 prosenttia suomalaisista uskoo käteisen käytön loppuvan kymmenen vuoden sisällä. (Finanssiala Ry c). Tekniikan kehittymisen myötä elektroniset maksujärjestelmät toimivat tehokkaammin ja



säästävät yrityksen kustannuksissa. (Koponen 2008, 21). Finanssialalla olevat yritykset ovatkin digitalisaation johdosta joutuneet automatisoimaan ison osan prosessejaan ja tehostamaan toimintojaan. Uusien digitaalisten palveluiden vuoksi jo olemassa olevia tietovarastoja on täytynyt muokata. Esimerkiksi pilvipalvelu on auttanut pitämään osaa kustannuksista matalina ja saavuttamaan halutun muutosnopeuden. (Finanssiala Ry b). Toisaalta taas osa pankkien kustannuksista nousee, sillä pankkien on luonnollisesti muutoksen takia panostettava entistä enemmän esimerkiksi kyberturvallisuuteen ja tietoturvaan. Kustannuksia aiheuttaa myös panostaminen nykyiseen liiketoimintaan ja samalla uusien jakelukanavien ja palveluiden kehittäminen. (Mustonen 2017).

Tulevaisuudessa menestystekijä on se, että osataan yhdistää ihmiset, digitaaliset alustat, tehokkaat toimintatavat ja globaali liiketoiminta. Digitalisaatiota hyödyntämällä ylläpidetään liiketoiminnan kannattavuutta, sekä säilytetään työpaikkoja ja edistetään työhyvinvointia. Erään tutkimuksen mukaan finanssialan yritykset pärjäävät kilpailussa kehittämällä jatkuvasti palveluita, henkilöstön osaamista ja toimintatapoja, sekä luomalla yrityskulttuuria, joka vastaa asiakkaiden digitaalisten palvelujen odotuksia. (Kallonen 2015). Pankkialan digitalisaatio on väistämätön, ja se perustuu nimenomaan asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin. Tärkeää on, että tiedetään miltä digitalisaatio tuntuu asiakkaasta, joka voi vaihdella paljonkin. Kaiken lähtökohta on kuitenkin heidän mielipiteensä kehittämisen ja eteenpäin menemisen kannalta. (Arkilahti 2019).

Digiteknologiaa käyttävät asiakkaat arvostavat uusia markkinoille tuotuja innovaatioita. Tulevaisuudessa kaikki asiakkaat tulevat olemaan niin sanottuna diginatiiveja, minkä vuoksi pankkien ja finanssialan on pystyttävä kehittämään toimintatapojaan teknologian avulla. (Pohjola 2015). T-Media Oy:n tutkimuksen mukaan asiakkaat pitävät tärkeänä sitä, että voivat hoitaa pankki- ja vakuutusasioitaan verkossa turvallisesti. Esille tuli myös niin ikään halukkuus saada palvelua asiakkaan haluamaan aikaan, eli palveluiden tarjoaminen myös iltaisin sekä viikonloppuisin olisi heidän mielestään suotavaa. Tätä toivovat pääasiassa työssäkäyvä ikäluokka eli noin 16-64 -vuotiaat, mutta 65-70 -vuotiaiden ikäluokka on suopeampi mukautumaan asetettuihin palveluaikoihin esimerkiksi päiväsaikaan. Tutkimuksen mukaan

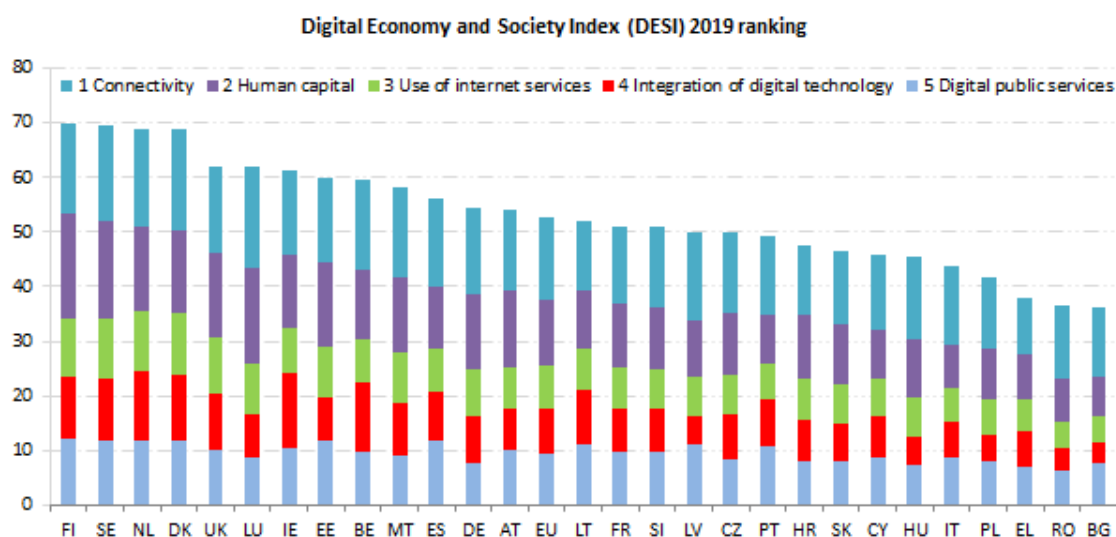
kolme neljästä asiakkaasta hoitaa mielellään pankki- ja vakuutusasiansa itsenäisesti verkon kautta, ja 49% asiakkaista kertoi asioivansa digitaalisesti. Toisaalta nuorempi ikäluokka on ahkerampi käyttämään palveluita digitaalisesti: 15-24-vuotiaista kaksi kolmesta asioi verkossa, kun taas vain 28% 65-70-vuotiaista tekee samoin. Edellytyksenä digitaaliseen asiointiin oli tutkimukseen vastanneille helppokäyttöisyys ja kattavuus palveluissa, lisäksi he toivovat saavansa apua eri välineiden käyttöön. (T-Media Oy 2017, 13-16).

Eräissä tutkimuksissa kävi ilmi, että konttoreiden läheisyydessä asuvat ihmiset kokevat tarvitsevansa fyysistä pankkia enemmän kuin he, jotka asuvat syrjäseuduilla kauempana pankista. Pitkä etäisyys lähimpään konttoriin lisää myönteisyyttä digitaalisiin asiointikanaviin ja vähentää näiden asiakkaiden kustannuksia, jotka koituisivat kulkemisesta pitkän matkan päähän pankkiasioinnin vuoksi. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 128). Pankin etäkanavien ansiosta mahdollistaa pankin laajentaa toiminta-alueitaan maantieteellisesti, mikä taas lisää kilpailua ja on hyväksi asiakkaille sekä taloudelle. Tekniikan kehittymisellä on kuitenkin myös kolikon kääntöpuoli: pankin ja asiakkaan välinen suhde saattaa muuttua heikommaksi ja persoonattommaksi. Fyysinen konttori antaa asiakkaalle mahdollisuuden kasvotusten asiointiin, minkä vuoksi osa asiakkaista saattaa kokea asioinnin turvallisena ja luotettavaisena. (Koponen 2008, 21). Ottaen siis huomioon, että tulevaisuudessa yhä enemmän pankkien palveluista tullaan tuottamaan automatisoituna, pankkien asiakkaat ovat joka tapauksessa jo suopeampia automatisoitua tukea vastaan. Erään tutkimuksen mukaan 71 prosenttia kuluttajista olisi jo valmis siirtymään täysin teknologisoituneeseen pankkiasiointiin. Tämä on tulosta kustannustehokkuudesta, palvelun tasalaatuisuudesta ja luotettavuudesta. (Gerdt & Eskelinen 2018, 173).

Ikääntyneet ihmiset ovat kokeneet digitalisaatioon siirtymisen eniten negatiivisena, ja he ovat kohderyhmä, jotka edelleen haluavat mieluiten asioida kasvotusten oikean ihmisen kanssa. He kokevat henkilökohtaisen palvelun koneita luotettavimmiksi. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 127-128). He kokevat esimerkiksi verkouhkut pelon aiheena: ikäihmiset ovatkin useammin kohteena erilaisille huijauksille liittyen tietoturvaan, identiteettivarkauksiin ja tilaushuijauksiin. (Mikkonen 2017).

### 3.2 Euroopan digitalisaatiotaso

Pohjoismaat ovat Euroopan digitaalisimpia yhteiskuntia ja tämä näkyy pohjoismaisen pankkisektorin panostuksina digitaalisiin liiketoimintamalleihin. Muualla Euroopassa asia ei ole näin, vaan paperi ja kynä ovat edelleen tuttu yhdistelmä. Pohjoismaissa yli 85% väestöstä käyttää internetiä päivittäin, kun luku on vain 70% muualla Euroopan Unionissa. Esimerkiksi Bulgariassa, Kroatiassa ja Kreikassa melkein 30% ihmisistä ei ole ikinä käyttänyt internetiä. (Grym, Koskinen & Manninen 2018).



**Kuvio 1.** Digitaalista taloutta ja yhteiskuntaa kuvaava indeksi (DESI) 2019

Yllä olevassa kuviossa (Kuvio 1) kuvataan EU:n tilannetta digitalisaatiota mittaavassa indeksissä. Suomi on sijoittunut siinä ensimmäiseksi, mikä kertoo maan digitalisoitumisen asteen olevan erinomaisella tasolla. Suomen jälkeen toisena on Ruotsi, kolmantena Hollanti ja neljännellä sijalla kolmas Pohjoismaa Tanska. Monilla Euroopan Unionin mailla on kuitenkin vielä paljon tehtävää, jotta pystytään vastaamaan maailmanlaajuiseen kilpailuun. (Euroopan Komissio 2019).

Kuitenkin, jo jopa 54 prosenttia eurooppalaisista käyttää mobiilipankkia silkasta mukavuudesta. 16 Euroopan maassa tehdyn tutkimuksen mukaan asiakkaat eivät arvioi pankkeja enää pelkästään historian, saavutusten tai niin sanotun tavaramerkin

perusteella. Kävi ilmi, että asiakkaat arvostavat enemmän pankin digitalisaatiotasoa ja sitä, millaisen käyttökokemuksen pankki antaa. Tutkimuksen mukaan suurien pankkien täytyisi ehdottomasti kiinnittää huomiota digitaalisten palveluiden tarjontaan ja laatuun. Tulokset olivat samanlaiset niin Suomessa, Ruotsissa kuin muualakin Euroopassa. (Instner-Byman 2019). Ruotsissa ja Norjassa onkin jo olemassa pankkeja, jotka ovat kokonaan digitaalisia, eli niillä ei ole ollenkaan fyysisiä konttoreita. Suomessa vastaavaa ei vielä ole. Ruotsissa ja Tanskassa mobiilimaksaminen on myös korvannut käteisen käytön miltei kokonaan. Lähivuosina sen odotetaan kuitenkin korvaavan Suomessakin käteisen käyttöä. (Mustonen 2017).

### **3.3 Digitaaliset palvelukanavat**

Verkkopankki on pankin oma verkkosivusto, jossa asiakas voi hoitaa pankkiasioitaan digitaalisesti. Verkkopankissa pystyy tekemään lähes mitä vain, muun muassa hakea luottoa ja hallinnoida omia sijoituksiaan. Verkkopankissa asiakas pystyy myös kätevästi viestimään pankin kanssa. (Finanssialalle b).

Mobiilipankki on pankin mobiililaitteella toimiva sovellus, jonka avulla asiakas voi hoitaa pankkiasioitaan sujuvasti. Mobiilipankki vaatii internet-yhteyden ja sovelluskaupasta ladattavan sovelluksen. Mobiilipankin käyttöä varten, kuten verkkopankkiakin varten asiakas tarvitsee henkilökohtaiset verkkopankkitunnukset, joilla hän kirjautuu palveluun. (Finanssialalle b).

Puhelinpalvelu on pankkien tarjoama asiointikanava puhelimitse, ja asiakas voi hoitaa pankkiasioitaan lähtemättä kotoaan konttoriin. Puhelinpalvelua varten asiakas tarvitsee verkkopankkitunnuksiaan tunnistautumiseen, sillä tunnistamattoman asiakkaan palvelumahdollisuudet ovat rajatut. Tunnistautuneena asiakas voi hoitaa erittäin laajan kirjon asioitaan puhelimitse. (Finanssialalle b).

### **3.4 Tupas-tunnistautuminen**

Tupas-tunnistautuminen tarkoittaa vahvaa sähköistä tunnistautumista, mihin käytetään pankkien myöntämiä verkkopankkitunnuksia. Tupas-tunnistuspalvelun avulla asiakas voidaan tunnistaa luotettavasti verkossa sähköisissä asiointikanavissa. Tupas-palvelu on pankkien yhteisesti määrittelemä ja pankki huolehtii vain asiakkaan

tunnistamisesta, mutta ei vastaa asiakkaan ja palveluntuottajan välisestä asioinnista. (Finanssialalle b).

### **3.5 Palveluiden saavutettavuus ja turvallisuus**

Finanssivalvonnan (2018) mukaan useat pankit pyrkivät aktiivisesti madaltamaan kynnystä käyttää erilaisia digitaalisia alustoja ja tätä on toteutettu tarjoamalla neuvontaa ja muokkaamalla palveluiden tarjontaa eri kohderyhmille. Selvityksen mukaan pankkien neuvonnassa on vielä kehittämisen varaa. Finanssivalvonnan mukaan pankkien täytyy tarjota myös kohtuullisin hinnoin varustettuja peruspankki-palveluita digitaalisten palveluiden vaihtoehtoja. (Finanssivalvonta c, 2018).

Pankkipalveluiden käyttöön liittyy myös kysymys turvallisuudesta, joka koostuu monesta asiasta. Lain mukaan pankeilla on oikeus tuntea asiakkaansa ja sitä varten hankittava tiedot asiakkaan toiminnasta, taloudellisesta asemasta, asioinnista ja palvelujen käyttötarkoituksesta. Esimerkiksi vahvan sähköisen tunnistusvälineen eli verkkopankkitunnusten saamiseksi kelpaa enää vain passi tai virallinen henkilökortti. (Finanssiala Ry a). Pankkitunnusten kalastelun estämiseksi on hyvä esimerkiksi huolehtia tietokoneen tietoturvasta, ja pitämällä verkkopankkitunnukset vain omassa käytössään, sillä ne ovat aina henkilökohtaiset. (Finanssiala Ry d).

### **3.6 Nordea ja digitaaliset palvelut**

Nordea on aktiivisesti mukana kohti digitaalista pankkia, ja jo vuonna 2015 pankin teettämässä tutkimuksessa kävi ilmi asiakkaiden halu digitaaliseen pankkiasiointiin. Pankin tavoitteena on ollut osallistaa asiakkaita palveluiden kehittämiseen ja arvioimaan niitä. Nordean asiakaspalvelu on ainoana pankkina Suomessa auki vuoden jokaisena päivänä vuorokauden ympäri, joten asiakas saa todellakin valita itselleen sopivan ajankohdan asioimiseen. (Nordea). Vuonna 2015 Nordea otti myös käyttöön chat-keskustelualustan ja alkoi tarjoamaan verkkotapaamisia perinteisten fyysisten tapaamisten vaihtoehtoiksi. (Nordea g 2015).

Nordealla on sekä verkko- että mobiilipankki. Verkkopankki toimii internetissä selaimen avulla ja on asiakkaan käytössä kellon ympäri vuoden jokaisena päivänä, ja siellä asiakas pystyy hoitamaan laajan valikoiman pankkiasioitaan itsenäisesti.

Verkkopankkia varten asiakas tarvitsee verkkopankkitunnukset. (Nordea h). Siinä missä verkkopankki toimii normaalisti selaimella, mutta mobiilipankki on erillinen sovellus jonka voi ladata puhelimelle tai älylaitteelle. Mobiilipankin avulla raha-asioita voi hoitaa paikasta riippumatta, milloin ja missä vain. Mobiilipankissa voi tehdä jo hyvin paljon samoja asioita mitä verkkopankissakin, kuten muun muassa maksaa laskuja, sulkea kortin tilapäisesti tai kokonaan, hoitaa säästöjä ja sijoituksia sekä varata tapaamisen. (Nordea i).

Nordea on ottanut pahvisen tunnuslukukortin korvaavia tunnistautumisvälineitä käyttöön, siitä tullaan luopumaan sähköisen tunnistautumisen välineenä syksyllä 2019. (Nordea n). Pankin tunnuslukusovellus on puhelimeen tai älylaitteeseen ladattava sovellus, jonka avulla asiakas voi kirjautua joko verkko- tai mobiilipankkiin ja tunnistautua 24/7 asiakaspalvelussa. Sovelluksen avulla on myös mahdollista vahvistaa tulevan puhelun olevan Nordeasta peräisin. Se on vaivaton tunnistautumisen väline, joka kulkee kätevästi mukana puhelimessa. (Nordea j).

Tunnuslukulaite on vaihtoehto heille, jotka eivät syystä tai toisesta pysty tai halua käyttää mobiililaitetta ja tunnuslukusovellusta. Tunnuslukulaite korvaa tunnuslukukortin, ja siinä tunnusluvut eivät lopu kesken. Laite kulkee mukana näppärästi sen pienen koon ansiosta ja on turvallinen käyttää. (Nordea k).

Digitalisaatio myös on mahdollistanut Nordean kehittämään digitaalisen sijoitusneuvoja Noran, joka on robotti, joka auttaa asiakasta pääsemään helposti alkuun sijoituksissaan. Robotti pystyy tekemään asiakkaalle esimerkiksi sijoitus- tai säästösopimuksen, pelkän kertasijoituksen tai aloittaa kuukausisäästämisen. (Nordea l). Noran lisäksi Nordealla on käytössä Nova robotti, joka vastaa, kun asiakas soittaa Nordean 24/7 puhelinpalveluun.

## 4 IKÄIHMISET PALVELUIDEN KÄYTTÄJINÄ

Tämä luku käsittelee kuluttajakäyttäytymistä, sillä aiheena liittyy vahvasti pankki-palveluiden käyttämiseen siinä missä muidenkin tuotteiden ja palveluiden käyttöön.

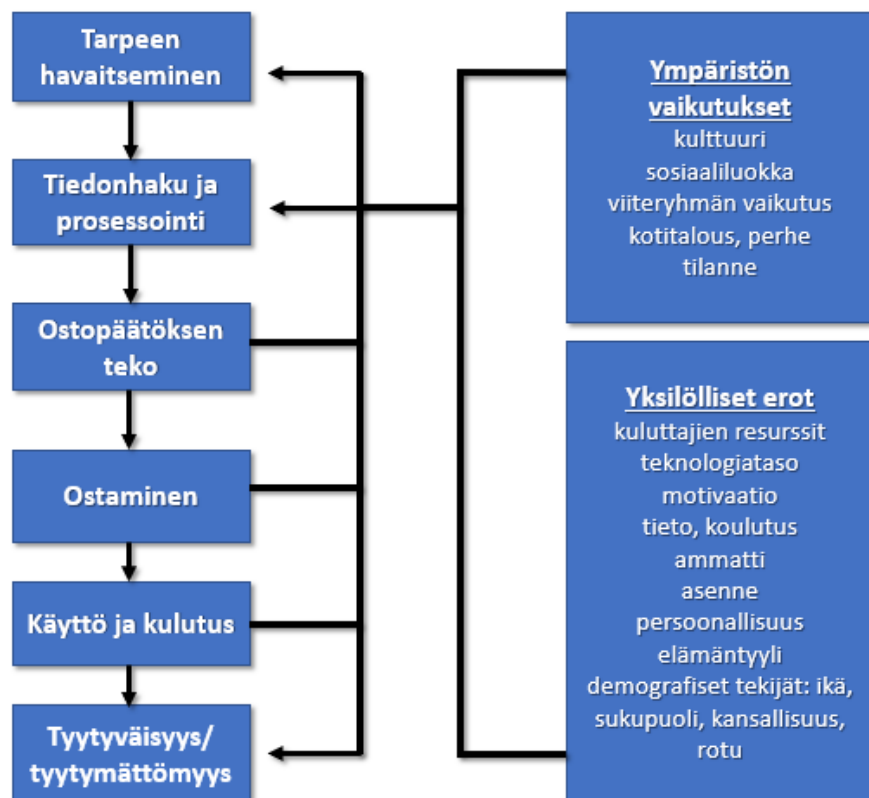
Kuluttajakäyttäytyminen käsittelee prosessia, jossa kuluttajat valitsevat, ostavat, käyttävät tai hävittävät tuotteita tai palveluita. Kuluttajakäyttäytymisestä ollaan myös aiemmin käytetty termiä *ostokäyttäytyminen*, mutta on huomattu, että prosessiin liittyy muutakin kuin pelkkä ostohetken tilanne. Kuluttajakäyttäytyminen kun tapahtuu prosessina jo kauan ennen ostohetkeä. (Solomon, Bamossy, Askegaard & K. Hogg 2006, 6-7). Kuluttajakäyttäytymistä on mallinnettu teorioihin paljon. Usein on mahdollista nähdä yhteys erilaisten mahdollistavien tekijöiden ja ostojen välillä, mitä ovat esimerkiksi tulo- ja varallisuuskehitys, luotonsaantimahdollisuudet, korkokannan muutokset ja verotustaso. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 27-28).

Kuluttajalla on ostopäätökseen vaikuttavia taustatekijöitä, jotka ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, tulotaso, ammatti, kieli ja uskonto. Taustatekijät eivät kuitenkaan ole ainoa seikka, joka vaikuttaa kuluttajaan, vaan on myös ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä. (Verkkovaria 2016). Ostopäätöksen kuitenkin joko mahdollistaa tai estää ostokyky eli voimavarat, joita ovat tulot ja aika. (Paakkanen, Korkeamäki & Kiiras 2013, 89-90).

Sisäisiä tekijöitä, eli psykologisia tekijöitä, voivat olla esimerkiksi ostomotiivi tai ostotarve, asenne tai persoonallisuus. (Verkkovaria 2016). Kuluttajalla voi olla pitkäaikainenkin tarve, mutta motiivi saa viimekädessä kuluttajan tekemään ostopäätöksen. Erilaiset asenteet ovat pinttyneempiä tapoja, miten kuluttaja suhtautuu asioihin, ja ne ovat muovautuneet elinympäristön, tiedon ja tunteen vaikutuksesta. (Verkkovaria 2016). Niin sanotut kiirehtivät olosuhteet, eli esimerkiksi lasten syntyminen tai väestön ikääntyminen, vaikuttavat myös kuluttajaan. Nämä eivät kuitenkaan ole ainoita syitä, miksi kuluttaja kasvattaisi kuluttamistaan, vaan tällöin ratkaisevana tekijänä saattavat juuri olla ihmisen asenteet ja odotukset. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 27-28). Persoonallisuus muokkautuu fyysisen rakenteen, luonteen, temperamentin, asenteiden, lahjakkuuden, innovatiivisuuden ja

elämäkokemuksen kautta. (Verkkovaria 2016). Ulkoisia tekijöitä, eli sosiaalisia tekijöitä, ovat taas toiset ihmiset, jotka vaikuttavat kuluttajaan. On olemassa erilaisia ryhmiä, joihin ihminen saattaa kuulua ja tai vain ihannoita, joista hän saa kulkuskäyttäytymiseensä vaikutteita. Sosiaaliluokka, joka muotoutuu ihmisen koulutuksen tai ammatin perusteella, tai kulttuurit eli yhteisön elämänmuoto, vaikuttavat myös kuluttajakäyttäytymiseen. (Verkkovaria 2016)

Yksi kuluttajakäyttäytymisen perusmalleista, Engelin, Kollatin ja Blackwellin mallista luotu supistettu versio kuvaa ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä, jotka on kuvattu kuviossa 2. Mallin mukaan jokaisen yksilölliset olosuhteet ja taustat vaikuttavat kuluttajaan seuraavin eri tavoin. Nämä olosuhteet ja taustat vaikuttavat kuluttajan tarpeeseen ja sen ajankohtaan, tiedonhakuun, ostotapaan ja -paikkaan, ostopäätöksentekoon, käyttöön ja kulutukseen sekä kuluttajan tyytymättömyyteen tai tyytyväisyyteen. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 29).



**Kuvio 2.** Supistettu kuluttajakäyttäytymisen malli (Lampikoski & Lampikoski 2000, 29)



#### 4.1 Digitalisaatio ja ikäihmiset

*”Ikääntyneille tarvitaan aivan uudenlaisia palveluita, ja niiden luominen vaatii uudenlaisia ajattelutapoja. Ikääntyneet ovat heterogeeninen joukko siinä missä muutkin kuluttajat.”* (Palmgren 2018).

Vaikka digitalisaatio on väistämätöntä ja suurimmaksi osaksi se mahdollistaa paljon positiivisia asioita, ikäihmisten kohdalla saattaa tarkoittaa joitain vaikeuksia teknologian käyttämisessä. Teknologia yrityksissä työskentelevät edustavat usein nuorempaa sukupolvea, minkä vuoksi he eivät välttämättä tule ajatelleeksi ikääntyneempien ihmisten tarpeita teknologian käytössä. Vaikka korkeaa ikää ei yleisesti pidä sitoa sen käyttämisen yhteydessä olevaksi hidasteeksi, kuitenkin 65 ikävuoden jälkeen kyvykkyys käyttää teknologiaa hidastuu. (Campbell 2015).

Sekä lähi- että väri- ja näkö heikentyvät 40-ikävuoden jälkeen, mikä vaikuttaa kykyyn lukea pientä tekstiä. Ikä vaikuttaa myös kuuloon ja motoriikkaan. Motoriikka on yhteydessä esimerkiksi tietokoneiden käyttöön, ja hiiren käyttö saattaa olla haastavaa. Älypuhelimet ovat yleisesti enemmän hieman nuoremman ikäluokan välineitä niiden pienen koon vuoksi, ja vanhemmat ihmiset eivät välttämättä edes pidä niistä. He ovat kuitenkin halukkaita kokeilemaan uutta teknologiaa, silloin kun he kokevat sen hyödylliseksi: esimerkiksi vanhemmat ihmiset käyttävät eniten tabletteja, mistä voidaan päätellä ruudun suuruuden merkityksen vaikutus halukkuuteen käyttää teknologiaa. Teknologiaa suunnitellessa tullaan harvoin ajatelleeksi vanhemman sukupolven tarpeita sen käytössä, ja ”niinkin yksinkertaiset asiat” kuten ylös ja alas liikkuminen nettisivuilla, saattavat tuntua itsestäänselvyyksiltä, joita ne eivät välttämättä ole heille, jotka eivät ole tottuneet käyttämään digitaalisia alustoja. (Campbell 2015).

Ihmisen kognitiiviset taidot muuttuvat ikääntymisen myötä. Ikääntyminen on kuitenkin yksilöllistä, ja toiset saattavat olla 80-vuotiaina vielä todella hyvässä kunnossa ja toisilla ikääntyminen alkaa vaikuttaa 60-vuotiaina. Ikääntyminen vaikuttaa muistiin ja erityisesti lyhytaikainen muisti heikentyy. Heidän niin sanottunsa työmuistinsa heikentyy, minkä vuoksi heillä voi olla vaikeuksia yhdistää uusia asioita tuotteeseen ja sen käyttämiseen, sekä heidän on myös vaikeaa keskittyä kahteen

samanaikaiseen asiaan. Ikä ei kuitenkaan ole pelkästään negatiivinen asia: ikään-tyvä ihminen kiinnittää huomiota herkemmin asioihin, joihin nuoremmat eivät välttämättä kiinnittäisi huomiota. Heillä on parempi keskittymiskyky ja halu oppia käyttämään uutta tuotetta. Niin sanottu ”multitasking” eli moneen asiaan samanaikaisesti keskittyminen ei välttämättä ole aina hyväkään asia, riippumatta ihmisen iästä. (Campbell 2015).

Monet ikääntyneet ihmiset kokevat teknologian vaikeaksi asiaksi, ja heidän kognitiiviset taitonsa joutuvat niin sanotusti enemmän koetukselle sitä käytettäessä. Ikääntyneemmillä ihmisillä on nuoria kuluttajia enemmän myös psykologisia esteitä, kuten negatiivisia mielikuvia digitaalisten palveluiden käytössä, ja he uskovat nuoria vahvemmin esimerkiksi mobiilipankissa olevan enemmän riskejä. Tästäkin syystä markkinoinnissa pitäisi keskittyä vanhemman ikäluokan kouluttamiseen digitaalisten palveluiden käytössä ja heille täytyisi pystyä osoittamaan tuotteen tuomat hyödyt. Vanhemmat kuluttajat eivät niin ikään ole innokkaita kokeilemaan uutta vain siksi, että se olisi trendikästä tai hienoa vaan he haluavat, että sen käyttö luo heille jonkinlaista arvoa. (Laukkanen, Sinkkonen, Kivijärvi & Laukkanen 2007, 424). Ikäihmiset kokevat myös yleensä, ettei internetin käyttö kosketa heidän elämänsä ja sen käyttöä välttämättä siksi tietoisesti. (Arenas-Gaitán, Begoña Peral-Peral & Ramón-Jerónimo 2015, 15-16).

## **4.2 Seniori-ikä**

Toisin kuin esimerkiksi täysikäisyydelle, vanhus-termille ei ole varsinaisesti virallista ikämääritelmää. Jotkut pärjäävät hyvin yksin 90-vuotiaiksi ja ylikin, ja joillain ihmisillä työkyky menee jo 60-vuotiaana, minkä vuoksi tietyn ikärajan määrittely termille on ollut hankalaa. Kun ihmisen odotettu elinikä oli huomattavasti alhaisempi esimerkiksi sotavuosien ikäluokilla, 65-vuotias oli hyvinkin jo vanhus. Nykyään tämä ei ole suinkaan kaikille sama ”vanhuuden” mittari eliniän noustessa. (Pulkila 2014). Suomalaisen terveellinen elämäntyyli on hyvin aktiivinen, minkä vuoksi elinikä on huomattavasti noussut ja käsite iästä on muuttunut, ja joillekin eläkeikä on juuri sitä parasta aikaa elämässä. (Stella 2019).

Vanhustyön keskusliiton vuonna 2018 tekemässä tutkimuksessa suomalaisten mielestä vanhuus alkaa 74 ikävuodesta. Vuonna 2013 teetetystä tutkimuksesta vanhuuden ikäraja arvioitiin 72, joten raja on noussut muutamalla vuodella vuosien aikana. Gallupin vastauksista kävi ilmi, että suosituimpia vaihtoehtoja vanhus-termille ovat ikäihminen ja seniori. Termi ikäihminen oli saanut eniten, jopa 26% äänistä. Tärkeintä olisi kuitenkin osata käyttää oikeanlaista sanaa tilanteesta ja henkilöstä riippuen, ketään loukkaamatta. (Stella 2019). Joka tapauksessa, joka viides suomalainen on jo täyttänyt 65-vuotta. He ovat siis hyvin merkittävä joukko asiakaina ja palveluidenkäyttäjinä, joten heidät täytyy ehdottomasti huomioida. (Pulkila 2014).

### **4.3 Digineuvonta Nordeassa Tampereella**

Nordea ottaa ikäihmiset huomioon ja toteuttaa pankin yhteiskuntavastuutyötä järjestämällä niin sanottuja digineuvontatilaisuuksia, joissa opastetaan digitaalisten palveluiden käyttöönottoa ja käyttöä. Tapahtumia järjestetään sekä konttoreissa että esimerkiksi kirjastoissa, joissa työntekijät ovat asiakkaan tukena ja neuvovat alusta alkaen asiakasta. (Nordea m). Nordea järjestää myös digitreffejä pankin tilojen ulkopuolella kuten kirjastoissa ja on myös järjestänyt tilaisuuksia pankin aukioloaikojen ulkopuolella, sekä yhteistyössä esimerkiksi Mukanetti Ry:n ja Ahjola Settlementti Ry:n kanssa. Osa digineuvontatilaisuuksista on järjestetty vapaaehtoistyönä. Näiden erilaisten digineuvontatilaisuuksien lisäksi pankki antaa neuvontaa normaalisti aukioloaikojensa puitteissa konttorissa asioidessa.

## 5 EMPIIRINEN TUTKIMUS

Tämä luku käsittelee tutkimusmenetelmiä, esittelee ja perustelee tässä opinnäytetyössä käytetyn tutkimusmenetelmän sekä haastatteluiden kohteena olleet henkilöt. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys on kuvattu Kuviossa 3, ja se koostuu käsitteistä finanssi- ja pankkitoiminta, digitalisaatio sekä ikäihmiset palveluiden kuluttajina.



**Kuvio 3.** Teoreettinen viitekehys

Näiden käsitteiden pohjalta valittiin sopiva tutkimusmenetelmä ja laadittiin haastattelukysymykset.

### 5.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus vastaa kysymyksiin ”Kuinka paljon?” tai ”Miten usein?”. (Vilka 2007, 13). Kvantitatiivisen tutkimuksen alkuperä on luonnontieteissä ja menetelmässä korostuvat syyn ja seurauksen lait – kvantitatiivisen tutkimuksen taustalla vaikuttaakin realistinen ontologia, ja sen mukaan todellisuus on tulosta objektiivisesti todennettavista tosiasioista. Kvantitatiivisen tutkimuksen peruspilareita ovat muun muassa johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, aiemmat

teoriat ja hypoteesit. Näiden lisäksi myös keskeistä on, että havaintoaineisto mitataan numeerisesti ja analysoidaan tilastollisesti esimerkiksi prosenttitaulukoiden avulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 139-140). Tutkimusmenetelmällä halutaan yleistää tuloksia otoksen avulla, ja tarkoituksena on saada pieneltä joukolta vastauksia, jonka avulla saada johtopäätöksiä koko kohderyhmän osalta. (Kananen 2015, 200).

Jotta tätä tutkimusmenetelmää voidaan käyttää, edellytetään ilmiön perusteellista tuntemusta, jota ilman on mahdotonta laatia kysymyksiä ja valmiita vastausvaihtoehtoja eli kysymykset johdetaan jo valmiiksi olevista teorioista. (Kananen 2015, 202). Ilmiön tuntemista edellytetään myös siksi, että tutkija voi laskea muuttujille esimerkiksi esiintymisfrekvenssejä. (Kananen 2008, 32). Tutkimus on yleensä kysely, joka koostuu strukturoiduista kysymyksistä, mutta aineisto voidaan kerätä myös tilastoista, rekistereistä ja tietokannoista. (Kananen 2015, 73-74). Analysointi suoritetaan erilaisin tilastollisin menetelmin kuten suorilla jakaumilla, ristiintaulukoinneilla ja tunnusluvuilla. (Kananen 2019, 30).

On tiettyjä tilanteita, jolloin määrällinen tutkimus on esimerkiksi kvalitatiivista tutkimusmenetelmää parempi vaihtoehto. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä saadaan tuloksiksi tarkkoja lukuja. (Kananen 2008, 33). Tutkittavatkin voivat sijaita hyvin kaukana toisistaan tai esimerkiksi kysymykset voivat tuntua arkaluontoisilta, jolloin on parempi käyttää kyselylomaketta. Kyselytutkimuksen kustannukset ovat pienet, aineistonkeruu on nopeaa sekä tutkimus on helppo pitää anonyyminä. (Kananen 2015, 202). Toisaalta vaikeuksia aiheuttaa vastauksien saaminen ja virheet kysymyksissä, jotka huomataan vasta kun korjaaminen ei ole enää mahdollista. (Kananen 2015, 202). Myös huono tutkimusasetelma voi aiheuttaa tutkimuksen epäonnistumisen. (Kananen 2008, 27).

## **5.2 Kvalitatiivinen tutkimus**

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään, kun halutaan kuvata niin sanotusti todellista elämää ja siinä pyritään kuvaamaan ja tutkimaan kohdetta niin kokonaisvaltaisesti kuin vain mahdollista. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään ihmistä tiedon keruun instrumenttina ja tutkija käyttää omia havaintojaan kuin että

turvautuisi erilaisiin mittausvälineisiin. Toisin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa, kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei käytetä hypoteeseja vaan tutkijan tarkoituksena on löytää ennalta odottamattomia tuloksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään aineistonkeruumenetelmiä, joissa tulevat esille tutkittavien näkökulmat ja ääni. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on normaalia, että tutkimussuunnitelma muuttuu matkan varrella. (Hirsjärvi ym. 2015, 160, 164). Toisaalta huono puoli tutkimusmenetelmän joustavuudessa voi olla haittansa, jos mahdollisuuksia tutkimuksessa on liikaa, voi se olla umpikujia. (Kananen 2008, 27).

Tutkimusta tehdessä on valittava siihen sopiva tutkimusmenetelmä ja yleensä oletus on, että mitä vähemmän aiheesta tiedetään, todennäköisimmin valitaan kvalitatiivinen tutkimus. Se sopii käytettäväksi tilanteissa, kun ilmiötä ei tunneta vielä, siitä halutaan syvällinen näkemys tai hyvä kuvaus, tai kun käytetään triangulaatiota. Joskus on vaikeaa kuvata asioita luvuin, jolloin se täytyy tehdä tekstin avulla – näissä tilanteissa on käytettävä kvalitatiivista tutkimustapaa, ja esimerkkinä tällaisista tilanteista voivat olla suhtautuminen ja asenteet. (Kananen 2015, 70-71).

Laadullisen tutkimuksen yksi käytetyimmistä muodoista on haastattelu. Haastattelutakin tosin on erilaisia muotoja: strukturoimattomia, puolistrukturoituja tai strukturoituja, eli ne voivat olla täysin vapaata keskustelua tai erittäin järjestelmällisiä etukäteen laadittuja kysymyksiä. Toisaalta liian strukturoidut vastaukset voivat vaikuttaa tutkimustuloksiin, jotka eivät anna oikeaa kuvaa tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2015, 144). Strukturoidussa haastattelussa tutkijalla ei ole avoimia kysymyksiä ja se on jopa enemmän kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmä, kuin mitä laadullinen menetelmä. (Kananen 2015, 145). Strukturoimaton haastattelu taas voi olla avoin tai teemahaastattelu. Avoin haastattelu on nimensä mukaisesti avoin, mutta teemahaastattelussa on etukäteen laadittuja teemoja, joista haastattelija haluaa keskustella. (Kananen 2015, 145). Haastattelun haittapuolena saattaa kuitenkin olla esimerkiksi hitaus, haastattelijan ohjailu ja kustannukset. (Kananen 2015, 143).

Teemahaastattelu on yleisin käytetty muoto laadullisessa tutkimuksessa. Teemoilla kartoitetaan laajempia asiakokonaisuuksia ja haastattelun aikana kysymyksillä koidetaan päästä kiinni yksityiskohtiin. Teemahaastattelun tarkoituksena on löytää

uusista asioista, joista keskustella ilmiön ymmärtämiseksi, eli pelkkiin ennalta suunniteltuihin teemoihin ei ole tarkoitus jumittua. (Kananen 2015, 148). On mahdollista tehdä joko yksilö- tai ryhmähaastatteluja, missä molemmissa on omat hyvät ja huonot puolensa. Ryhmähaastatteluissa syntyy helposti paine ryhmän henkilöiltä toisiaan kohtaan, sekä jokaisen haastateltavan mielipiteet ja ajatukset on huomioitava. Ryhmähaastatteluun menee kuitenkin vähemmän aikaa verrattuna yksilöhaastatteluihin, joissa tietenkin haastattelu on käytävä jokaisen kanssa erikseen, sekä on otettava myös huomioon haastatteluiden läpikäynti jälkeenpäin. Yksilöhaastatteluista saa yleensä hieman luotettavampaa tietoa käsiteltävästä asiasta. (Kananen 2015, 148-149).

Teemahaastattelun teemat on valittava tarkoin, jotta saataisiin käytyä kaikki ilmiön kannalta oleelliset asiat käytyä läpi. Haastatteluiden edetessä yleensä haastattelijalle käy ilmi uusia kysymyksiä ja tutkimuspolkuja, eikä haastattelijan pitäisi tyytyä pelkästään vastauksiin vaan hänen täytyisi pystyä kyselemään asioista vielä hieman lisää. Haastattelussa on yleensä sekä suljettuja sekä avoimia kysymyksiä: suljetuihin kysymyksiin on valmiit vastausvaihtoehdot kuten kyllä tai ei, mutta avoimiin kysymyksiin haastateltava vastaa itse selittäen. Teemahaastatteluissa ei ole suositeltavaa käyttää suljettuja kysymyksiä, sillä haastattelu ei enää siinä vaiheessa muistuta laadullista tutkimusta. Joka tapauksessa tiettyjä asioita kuten ammattia tai ikää koskevat kysymykset haastattelussa ovat sallittuja. Joskus haastatteluissa ajaudutaan käyttämään johdattelevia kysymyksiä, mikä aiheuttaa sen, että tuloksena syntyy jokin tietty haluttu vastaus. (Kananen 2015, 149-152). Teemahaastattelut nauhoitetaan, jolloin haastateltava voi keskittyä täysin haastatteluun ilman, että hänen täytyy kirjoittaa koko ajan kirjaamiseen. Hyvä puoli on se, että digitaaliseen tallennukseen voi palata aina haastattelun jälkeenkin, mikä mahdollistaa syvällisemmän pohdinnan aineistosta. Haastattelu joudutaan kirjaamaan eli litteroimaan jälkeenpäin. (Kananen 2015, 152, 156).

### **5.3 Laadullisen aineiston käsittely**

Tutkimuksen tekijän on käytävä läpi ja jalostettava laadullisen tutkimusmenetelmän kautta saatu aineisto. Kananen (2015, 160) mukaan aineiston

jatkojalostusvaiheet ovat litterointi, aineiston yhteismitallistaminen, aineistoon pe-rehtyminen lukemalla, aineiston luokittelu ja tiivistäminen ja aineiston tulkinta.

Litterointi on aineiston muuttamista tekstimuotoon tarkempaa käsittelyä varten. Esimerkiksi teemahaastattelu kirjoitetaan puhtaaksi mahdollisimman tarkasti, mutta prosessi on erittäin hidas, ja tässä vaiheessa tutkija joutuu tekemään päätöksiä siitä, miten tarkasti hän litteroi. Tähän on erilaisia tarkkuuksia: sanatarkka, yleis-kielinen ja propositiotason litterointi. Sanatarkassa litteroinnissa puhtaaksi kirjoite-taan esimerkiksi jopa äänenpainot, kun taas yleiskielisessä litteroinnissa teksti muu-tetaan kirjakielelle ja propositiotasolla kirjataan ydinsisältö. (Kananen 2015, 160-161).

Yhteismitallistamisen tarkoitus on tutkijan saada ymmärrys ja selitys ilmiöstä. Ai-neisto siis analysoidaan, ja tämä voidaan tehdä käymällä aineisto niin monesti läpi, että tutkijalle syntyy ymmärrys saadusta viestistä. Mikäli aineisto on kovin suppea, sitä ei ole pakko yhteismitallistaa, jos aineisto on mahdollista ymmärtää pelkästään lukemalla se läpi. Analysointi joka tapauksessa täytyy tehdä aineistoa lukemalla. Kun aineistoa on paljon, voi tutkija tiivistää sen, jotta hän löytää aineistostaan tut-kimuksen ydinasiat. Tiivistäessä etsitään aineistosta asiasisältöjä, joita kutsutaan segmentiksi, ja niitä nimetään erilaisilla termeillä. (Kananen 2015, 161-163). Pelk-kää tekstipohjaista aineistoa voidaan analysoida käyttämällä esimerkiksi tekstinkä-sittely- tai taulukkolaskentaohjelmia. (Kananen 2015, 166).

Aineiston tulkinnat saattavat vaihdella paljonkin, ja erilaiset tulkinnat ovatkin hy-väksytyjä ja oikeita, kunhan ne osataan perustella tarpeeksi hyvin. Aineiston tul-kinta tapahtuu havainnoiden ja jakamalla se osioihin, joista aineistoa voidaan pei-lata erilaisiin mielikuviin ja tutkijan omaan viitekehykseen. Ilmiön tulkitsemiseen vaikuttavat monet asiat, kuten taustat, asenteet ja tiedot, joita tutkijalla saattaa olla ja tulkintaa tehdessä tulkitsija luonnollisesti tuo esille omaa ajatusmaailmaansa ja näkemyksiään. Näitä vaikutuksia tutkijan omasta viitekehyksestä pyritään mini-moimaan erilaisin menetelmäkriteerein, mutta niitä nousee silti välillä esille ja ne vaikuttavat lopputulemaan. (Kananen 2008, 96-97).



#### 5.4 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kanasen (2015) mukaan laadullista haastattelua käytetään menetelmänä silloin, kun ilmiötä ei tunneta tarpeeksi ja siihen liittyy yksityiskohtaisia kysymyksiä. Haastattelutilanteessa on helpompi selittää haastattelukysymyksiä – esimerkiksi ikäihmisten voi olla hankalampi käyttää kyselylomaketta. (Kananen 2015, 143). Tämän vuoksi tutkimukseni kohdistuessa senioriasiakkaisiin, haastattelu tuntui parhaalta ratkaisulta.

Kvalitatiivinen tutkimus toteutettiin haastatteluina, jossa haastateltiin yhdeksää yli 60-vuotiasta pankin asiakasta sekä neljää Nordean työntekijää. Haastattelut asiakkaat valittiin satunnaisesti digiopastustilaisuuksista, joita järjestetään viikoittain. Haastattelut toteutettiin loka-marraskuussa pankin tiloissa digiopastuksien ohessa. Nordean työntekijät valittiin haastatteluun myös täysin sattumavaraisesti, ja kaikki ovat olleet töissä Nordean kivijalkakonttorissa noin vuoden verran. He työskentelevät päivittäin asiakkaiden parissa ja opastavat ikäihmisiä paljon digiasioissa sekä kuulevat heidän kokemuksiaan ja mielipiteitään. Haastattelut olivat muodoltaan puolistrukturoituja teemahaastatteluita. Haastattelulomakkeessa oli teemat, joihin liittyi apukysymyksiä haastattelijalle, mikäli keskustelua ei syntynyt itsestään valituista teemoista. Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu seuraavista aiheista: finanssi- ja pankkipalvelut, digitalisaatio ja ikäihmiset palveluiden kuluttajina. Haastattelukysymykset johdettiin teoreettisen viitekehysten avulla. Haastattelulomake löytyy liitteestä 1.

## 6 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa esitellään keskeiset tutkimustulokset. Taulukossa 1 on esitelty haastateltujen asiakkaiden taustatiedot.

Ikä	Sukupuoli	Siviilisääty	Töissä/eläkkeellä	Ammatti	Asuinpaikka
60-65	Nainen	Eronnut	Eläkkeellä	Pankkivirkailija	Tampere
76-80	Nainen	Eronnut	Eläkkeellä	Pankkivirkailija	Tampere
76-80	Nainen	Ei naimissa	Eläkkeellä	Ulkoministeriön virkailija	Tampere
76-80	Nainen	Leski	Eläkkeellä	Sairaanhoitaja	Tampere
76-80	Nainen	Leski	Eläkkeellä	Myyjä	Tampere
81-90	Mies	Naimisissa	Eläkkeellä	Yrittäjä	Tampere
71-75	Mies	Naimisissa	Eläkkeellä	Opettaja	Tampere
81-90	Nainen	Leski	Eläkkeellä	Kirjanpitäjä	Tampere
66-70	Nainen	Avoleski	Eläkkeellä	Pankkivirkailija	Tampere

**Taulukko 1.** Asiakkaiden taustatiedot

Teemahaastattelussa haastateltiin yllä olevan taulukon mukaisia asiakkaita ja heidän lisäksi neljää Nordean työntekijää, joista kolme oli naista ja yksi oli mies. Sekä asiakkaiden että työntekijöiden vastaukset tukivat toisiaan.

### 6.1 Päivittäiset pankkipalvelut

Haastatteluiden perusteella iäkkäiden asiakkaiden käyttämiä päivittäisiä pankkipalveluita ovat laskujen maksu, tilisiirrot, käteisen käyttö ja kortin käyttö. Käteisen käyttöön on syynä totumus ja se, että on varalla rahaa, mikäli kortille sattuu jotain. Käteinen tuntuu paremmalta ja nostalgisemmalta kuin kortin käyttö. Suurella osalla laskut ovat suoramaksuina, jotka menevät automaattisesti tililtä, joten niistä ei tarvitse huolehtia, mutta yksittäisiä laskuja asiakkaat maksavat verkkopankissa tai käyttävät maksupalvelua. Asiakkaat seuraavat lähinnä käyttötilejään ja sitä, että sieltä menevät vuokrat ja muut tarvittavat laskut oikeina ajankohtina. Kaikilla haastateltavilla asiakkailla on käytössään verkkopankki, mutta he tulevat herkemmin asioimaan konttorissa, kuin että kokeilisivat itse asioita ensin verkko- tai

mobiilipankissa. He mielellään hoitavat vaativampia asioita kuten sijoitus- ja laina-asioita konttorissa kuin mitä verkkopankissa.

*”En haluais lainaa anoo et tuolta netistä vaan. Itekin lainoja olin myöntämässä aikoinaan, joten siltä kannalta ajattelen vielä asiaa.”* – asiakas 1

Kunhan varmuutta asioiden hoitamiseen tulee, uskovat työntekijät, että ikäihmisetkin uskaltavat käyttää etäkanavia enemmän. Muutama haastatelluista asiakkaista kokee, ettei tarvitse konttoria enää, mutta osa kokee haluavansa asioida nimenomaan ihmisen kanssa konttorissa, joten tässä asiassa mielipiteet jakautuvat hieman. Eräs asiakas kertoi, että kun hänellä on nyt eläkeläisenä aikaa, niin hän asioi konttorissa tarvittaessa. Suurin osa vastaajista ei ole käyttänyt Nordean 24/7 asiakaspalvelua puhelimitse tai chat-palvelun kautta.

## **6.2 Digitalisaatio**

Yhtenevä mielipide digitalisaatiosta on enemmän negatiivinen kuin positiivinen. Asiakkaiden mielestä asiat on tehty vaikeiksi ja oppiminen on vaikeaa, mistä työntekijätkin yleisesti kuulevat asiakkailta. Yksi asiakas kokee kuitenkin digitalisaation ihan positiivisenakin, mutta sanoi ymmärtävänsä, että kaikki eivät siitä pidä, vaikka hän itse onkin sen kanssa hyvin tullut toimeen. Hän kertoi olevansa omatoiminen, mikä on auttanut digitalisaation mukana pysymisessä ja uskoi työtaustansa vaikuttavan osaamiseensa, sillä joutui töissä ollessaan olemaan tietokoneiden kanssa tekemisissä. Digitalisaatiota ajatellaan niin sanottuna ”pakon sanelemana juttuna”, joka tulee liian nopeasti. Kiinnostuksen puute digitalisaatiota ja digitaalisia laitteita kohtaan nousi esiin, eli ei ole niinkään halua opetella mitään kovin uusia ja vaikeita asioita vanhemmalla iällä. Aiemminkin on tultu toimeen vähemmällä digipalveluiden käytöllä, niin ei haluttaisi mitään ylimääräistä muutosta. Kun ikää tulee, on vaikeampi pysyä muutoksessa mukana. Erilaiset vanhuuden tuomat sairaudet vaikuttavat kykyyn pysyä digitalisaation mukana ollenkaan. Pelkona on myös, että ymmärtääkö oikein, painaako oikeaa nappia ja menevätkö rahat nyt varmasti oikealle tilille. Ikäihmisistä myös mukavaa edelleen tavata ihmisiä kasvotusten tuntiessaan yksinäisyyttä.

Nordean digitalisaatio pankkina herättää myös asiakkaiden keskuudessa negatiivisia vastauksia. Erään asiakkaan mukaan digitalisaatio kuitenkin tulee, joten siinä on pysyttävä Nordeankin mukana. Digitalisaatio on yleisesti hieman vaikeuttanut ikäihmisten asiointia, mutta se ei kuitenkaan ole huonontanut Nordean asiakaspalvelun tasoa itsessään. Koetaan, että digitalisaatiosta huolimatta apua on aina saatu Nordean puolelta ja nykyään hyvin nopeastikin. Muutama haastateltava asiakas mainitsi, että he kokevat digitalisaation myötä asioiden muuttuvan jopa viikoittain tai päivittäin, minkä vuoksi asiointi on vaikeutunut huomattavasti omien huonojen tietoteknisten taitojen takia. Eräs mainitsi, että tuntee jopa, ettei pankkiin enää saisi mennä tai ettei ole tervetullut kysymään ”tavallisena asiakkaana tavallisista asioista”. Asiakkaat ovat sitä mieltä, että fyysisiä konttoreita ei saisi vähentää enempää, sillä on myös ihmisiä, jotka eivät syystä tai toisesta pysty asioimaan digitaalisesti ja tarvitsevat esimerkiksi noutaa käteistä kassakonttorista.

*” ... mutta kyllä mä todellakin haluaisin, että ois entisenlainen systeemi, että ois pankkivirkailijat, jotka palvelis edes pienelle osalle, meille, jotka aletaan olla näin vanhoja.”* – asiakas 4

Osa kokee, että laskujen maksu helpottunut, kun niiden takia ei tarvitse asioikseen lähteä pankkiin vaan ne voi hoitaa kotona digitaalisesti. Osa taas kokee, että se on vaikeutunut, eli aihe jakaa mielipiteitä. Asiakkaat haluaisivat myös yksinkertaisuutta niin sanottuihin nopeisiin asioihin Nordean asiakaspalvelun suhteen, jos haluaisi esimerkiksi tietää konttorin aukioloajoista, niin ei tarvitsisi yrittää tunnistautua palveluun ensin.

Ikäihmiset haluaisivat edelleen lukea asiat paperilta ja lehdistä, eivätkä pidä siitä, että kaiken täytyy olla digitaalisessa muodossa. Yhtä asiakasta häiritsee digilaitteiden valot, jotka käyvät hänen silmiinsä ja erästä taas huolestuttaa digitalisaation tuomat riskit kuten väärinkäytökset, joista esimerkkinä identiteettivarkaudet. Uusien laitteiden hankkimiseen menee rahaa ja asiakkaista tuntuu, että pankki pakottaa heidät siihen. Osalla asiakkaista on jo valmiiksi suhteellisen hyvässä kunnossa olevat laitteet, mutta niissä saattaa olla liian vanha käyttöjärjestelmä, minkä vuoksi on hankittava uudemmat laitteet, jotta sovellukset toimivat niissä. Ikäihmiset eivät ole

kovin aktiivisia digitaalisten palveluiden käyttäjiä, ja joka kerta kun verkkopankkiin pitkän ajan jälkeen kirjautuu, on se niin sanotusti opeteltava uudelleen. Tarkoituksena heillä on pääasiassa pysyä perillä laskuista ja niiden eräpäivistä ja siitä, että tilillä on rahaa. Erään työntekijän mukaan heitä on yritetty opastaa kirjautumaan välillä verkkopankkiin ihan vain katsellakseen, miten se toimii.

Ikäihmiset ovat siirtyneet verkkopankin käyttöön ja digitaaliseen asiointiin usein lähipiirin kehotuksesta, esimerkiksi lapset ovat neuvoneet asiakasta ottamaan verkkopankin käyttöön, jotta laskut voi maksaa ilman kuluja. Myös pankilta on tullut suosituksia ottamaan verkkopankkitunnukset käyttöön. Joskus ainoa syy ei ole pelkkä verkkopankin käyttö, vaan se, että muiden palveluntarjoajien kanssa asioimiseen tarvitsee tunnistautua pankkitunnuksilla.

### **6.3 Nordean digitaaliset palvelut**

Haastatteluiden perusteella yleisesti ottaen Nordean digitaaliset palvelut ovat asiakkaiden mielestä keskimäärin hyviä, eikä mitään suuria kehittämisen kohteita noussut esille, pelkästään muutamia erinäisiä nostoja. Puhelinpalvelu koetaan eniten negatiiviseksi jonotusaikojen puitteissa ja epäselvyyttä siinä aiheuttaa ”monen mutkan kautta meneminen” ja se, että joutuu odottamaan kauan. Asiakkaat ovat koittaneet olla yhteydessä Nordean puhelinpalveluun, mutta syystä tai toisesta eivät pääse läpi asiakaspalvelijalle asti. Heillä on usein ongelmana tehdä tunnistus puhelimesta, eli saada laitettua käyttäjätunnus numeropainikkeiden takaa ja usein tätä yrittäessä he katkaisevat puhelun. Työntekijät arvelevat, että moni ikäihminen ei myöskään tiedä Nordean asiakaspalvelun olevan auki ympäri vuorokauden ja he pelkäävät myös puhelinpalvelun kautta asioimisen hintaa. Yksi asiakas kertoi olleensa poikansa avustuksella ollut yhteydessä Nordean 24/7 puhelinpalveluun, josta hän ei olisi mielestään selvinnyt ilman poikansa apua. Syyksi hän mainitsi, ettei osaa tätä ”teidän kieltä”, jota tarvitsee ymmärtää palvelua käyttääkseen. Hänen mielestään ikäihmisille tarvitsee olla selkeät suomenkieliset ohjeet ja kuvallinen näkymä, joka ohjeistaa mistä painaa. Haastatteluissa esille nousi se, etteivät ohjeet ole kohdistettu heidän ikäisille ihmisille.

Suurin osa haastatteluun vastanneista on käyttänyt digitaalisia pankkipalveluita jo jonkun aikaa. Eräs asiakas myös kertoi, ettei enää edes käytä verkkopankkia vaan pelkästään mobiilipankkia sen helppouden vuoksi, ja pitää erityisesti mobiilipankin ominaisuudesta, jolla voi ottaa laskusta kuvan, jolloin se hakee tiedot automaattisesti. Toinen asiakas mainitsi kehittämiskohteena, että jonkinlainen hakupalkki voisi olla käytännöllinen verkko- ja mobiilipankissa, mikäli ei löydä etsimäänsä linkkien takaa. Usea asiakas nosti esille sen, että tietokoneelta tai tabletilta on vaikea lukea erilaisia tiedotteita ja asiat jäävät huonosti mieleen ruudulta lukiessa. Moni asiakas myös kokee vaikeuksia näiden löytämisessä verkko- tai mobiilipankista, minkä takia ne helposti jäävät huomioimatta ja lukematta. He toivoisivat edelleen tiedotteet paperisina tulosteina, eikä monella ole myöskään mahdollisuutta tulostukseen kotona.

*”.. no siis se on varmaan niin, että tietoaikin tulee, mutta kun se on tämä ihmeellinen digikieli, jota käytetään, niin se menee vaan ohi niin kun förbi kaikki ohi vaan.”* – asiakas 3

Nordean tunnistautumisvälineiden käyttö vaihtelee. Osa kokee, että vanha tunnuslukukortti on toimiva, eikä siitä tarvitsisi kokonaan luopua. Monet eivät myöskään ole vaihtaneet tunnuslukukortista pois, ennen kuin on aivan pakko.

*”Se on ollut mulla alusta alkaen ollu semmonen nii emmä oo sitä halunnu vaihtaa mihinkään muihin sitten. Kun se on helppo ja mun mielestä ja se on erittäin käytännöllinen, et kun vaan itse pitää huolen siitä. -- on tietysti semmoset ihmiset, jotka maksaa niitä laskujaan keskellä kaupunkia ja jossakin niin tota sillon pitäis olla varovainen.”* – asiakas 3

Tunnuslukukortin heikkoutena on kuitenkin monen numeron käyttäminen. Tästä esimerkkinä eräs haastateltava asiakas ei puhelinpalveluun soittaessa ehtinyt etsiä oikeaa lukua tunnuslukukortista ja näppäillä sitä puhelimeen, tai verkkopankkia käytettäessä selain aikakatkaisi istunnon, kun hän ei ehtinyt tarpeeksi nopeasti tekemään maksun vahvistusta. Tunnuslukukortti täytyy myös erään asiakkaan mukaan aina muistaa olla mukana, kun taas sovellus pysyy helpommin mukana puhelimesta.

Tunnuslukusovelluksesta ei ilmennyt mitään negatiivista, vaan jokainen haastatettava asiakas, joka sitä on käyttänyt, kokee sen hyvin yksinkertaiseksi ja nopeaksi. Tyytyväisyyttä herättää se, ettei tarvitse muistaa kuin yksi tunnusluku, joka pysyy samana koko ajan sovelluksessa. Tunnuslukukorttiin verrattuna sovellus ei siis tunnu kovin monimutkaiselta. Tunnuslukusovellusta kohtaan on työntekijöiden mukaan aluksi oltu epäileväisiä, mutta kunhan se on otettu käyttöön, reaktio on usein ollut positiivinen ja yllättynyt. Asiakkaan usein eivät tämän jälkeen edes halua ottaa tunnuslukulaitetta käyttöön, sillä sovellus on niin helppo. Asiakkaat kokivat kuitenkin, että oppiminen on sitä vaikeampaa mitä enemmän ikää tulee. Joskus asiakkaat vahingossa poistavat tunnuslukusovelluksen älylaitteestaan, jolloin se täytyy aktivoida uudelleen asiakaspalvelussa. Eräs työntekijä mainitsi, että joillain asiakkailla on käsitys, että mikäli omistaa tunnuslukusovelluksen, ei sitä voi käyttää tietokoneella verkkopankkiin eli ei ymmärretä, että sovellus toimii monella laitteella. Useimmalla ikäihmistä on käytössä pöytäkone tai tabletti, tabletin kerrottiin olevan helpompikäyttöisempi kuin älypuhelin suuremman näytön takia.

Tunnuslukulaite tunnuslukukorttiin verrattuna huomattavasti vaikeampi käyttää. Useilla ikäihmisillä ei ole käytössään älypuhelinta, jolloin he joutuvat käyttämään tunnuslukulaitetta tunnuslukukorttien poistuessa käytöstä. Laitetta kommentoitiin epäselväksi: laite itsessään sekä sen näppäimet ovat pienet, näyttöä ei näe kunnolla eikä siinä ole taustavaloa ja laitteesta on vaikea saada otetta. Sen käytössä on liian monta vaihetta ja paljon numeroita, mikä sekoittaa, ja maksaminen tunnuslukulaitteen kanssa koetaan hitaaksi ja monimutkaiseksi. Ei myöskään tiedetä, pitääkö numeroita näppäillä tunnuslukulaitteeseen vai tietokoneelle tai tabletille. Näppäimien paineluun käytetään erilaisia välineitä, minkä vuoksi ne menevät helpommin rikki. Ongelmia ei välttämättä tuota pelkkä sisäänkirjautuminen vaan myös laskujen vahvistus tunnuslukulaitteella. Moni olisi tyytyväinen näkövammaisille tarkoitettuun puhuvaan ja kooltaan suurempaan tunnuslukulaitteeseen, jolloin toimiminen voisi olla sujuvampaa.

*” ... Toi laite on kyllä tosi, se on kauheen semmonen, että siitä ei saa semmosta otetta, ja tuntuu, että meneeks tää rikki, jos mä painan näin kovaa. Sit se on silleen et se on melkeen niiku pahvia, mut ei paljo toisinkaan. ” – asiakas 9*

*”Se (tunnuslukusovellus) on helpoin, ylivoimaisesti helppo. Yks tunnus vaan. Laitet-taki mä kokeilin, mut se oli vähän siis liian monimutkanen. Yhdeksännumeroisia tunnuksia piti joka väliin, niin ei se ollu hyvä. -- Se oli oikeestaan liian semmonen niiku monimutkanen ja kauheen hidasta oli maksaminen sen kanssa. Se sovellus on paljon parempi.” – asiakas 1*

Työntekijät korostavat kuitenkin sitä, että ikä on vain numero, ja joku saattaa olla kykeneväinen käyttämään jopa 90-vuotiaana erittäin sujuvasti digitaalisia palveluita, kun alle 50-vuotias taas saattaa olla kykenemätön käyttämään niitä.

*”Paras oli, mitä oon käyttäny esimerkkinä, oli 94-vuotias pappa, josta luuli, ettei ikinä ole käyttänyt konetta. Hänellä oli puhelimessa Apple Payt ja Walletit ja kaikki käytössä. Käytti ihan yhtä sujuvasti kuin minä kaikkia mobiilipalveluita. Ikä ei tarkoita sitä, etteikö vois osata ja haluta käyttää niitä. Halusta se tuntuu olevan suurimmalla osalla kiinni.” – työntekijä 3*

#### **6.4 Ikäihmiset digitaalisten pankkipalveluiden käyttäjinä**

Suurimmalla osalla käytössään on tabletti, mutta osalla myös tietokone. Osa kokee myös, että on joutunut rahallisesti panostamaan uusiin laitteisiin vanhojen ohjelmistojen kelpaamattomuuden takia, mikä harmittaa. Muutama oli harmissaan myös siitä, että heidän mielestään laitteita joutuu uusimaan turhan usein, kun uudet päivitykset eivät tue vanhoja käyttöjärjestelmiä, mikä on heidän mielestään älytöntä.

Vastaajien keskuudessa esille nousi yhtäläisesti epävarmuus omaa osaamistaan kohtaan. Eräs asiakas kertoi, ettei uskalla painella erilaisia näppäimiä kokeilumielessä, sillä pelkää tekevänsä jotain peruuttamatonta. Eräs myös kommentoi, että ei koe saavansa itsevarmuutta käyttöön, kun kaikki muuttuu niin nopeasti, minkä vuoksi itsevarmuuden tunnetta ei synny. Erilaiset vanhuuden tuomat sairaudet tulivat myös esille. Järjestelmien epävakaudesta mainittiin, joten erilaisista häiriötiloista aiheutuneet ongelmat hämmentävät. Muutama asiakas kertoi käyttäneensä myös Nordean ulkopuolisia tahoja digiopastukseen ja laitteissa olevien ongelmien ratkaisemiseksi. Esimerkiksi uusien sovelluksien lataaminen sovelluskaupasta



tuntuu eräästä haastateltavasta epävarmalta – hän pelkää, että lataa jotain haitallista laitteeseen.

*”Sanotaanko, että kyllä mä siitä niinku selviydyn, mutta en mä siinä nyt mikään kauheen haka ole.”* – asiakas 9

Haastatteluissa nousi myös muutamia muita palveluita, joita ikäihmiset käyttävät ja hoitavat digitaalisesti. Niitä ovat puhelin ja tv-asiat, suoratoistopalvelut (esimerkiksi Yle-Areena), uutiset, reseptit ja tiedonhaku, Facebook, labra-aikojen tilaus, Omakanta sekä sähköposti.

Digiopastustilaisuuksista on yhteneväinen mielipide: ne ovat ehdottomasti positiivinen ja hyvä asia. Eräs haastateltava muistutti, että nykyisten vanhusten lisäksi suuret ikäluokat ovat ikääntymässä, joten hän pitää tärkeänä sitä, että heistä pidetään huolta ja ohjeistetaan digitalisaatioon liittyvissä asioissa. Asiakkailla on huoli ja tunne siitä, että digitalisaation myötä vanhemmat ihmiset jätetään niin sanotusti yksin selviämään sen tuomista uudistuksista. Pankin haluttaisiin pitävän huolta vanhuksista edes opastamalla. Digiopastustilaisuudet koetaan erityisen hyväksi myös senkin vuoksi, että monella ei ole perhettä, esimerkiksi lapsia tai lapsenlapsia, jotka osaisivat neuvoa digiasioissa, minkä vuoksi tällaiset tilaisuudet tulevat todellakin tarpeeseen ja auttavat arkea. Haastatellut eivät myöskään koe, että viitsivät häiritä sukulaisiaan sen takia, etteivät osaa käyttää jotain laitetta, joten kynnyks avun kysymiseen heiltä koettiin suureksi.

*”On ollut ihan yllätys oikeen että tämmösiä järkätään. Nää on hyviä ja tarpeellisia kyllä, kun yksitellen neuvotaan, ettei tarvitse olla jossain luokkahuoneessa, vaan saa yksityispalvelua.”* – asiakas 3

Monen mielestä opastuksien ajankohdalla ei niinkään ole väliä, sillä yleensä ikäihmisillä on enemmän aikaa ja mahdollisuuksia joustaa, kunhan opetus olisi jatkuvaa. Muutama haastateltava sanoi, ettei myöhemmästä ajankohdastakaan vaihtoehtoisesti olisi haittaa, ettei tarvitsisi kauempaa lähteä niin aamuvarhaisella liikenteeseen Tampereen keskustaan.

*”Se ei oo relevanttia, onko se yhdeksältä vai kahdeltatoista, vaan se, että teillä on tämmösiä. Vaikkei se olis säännöllistä, mutta et jos tänne tulee, niin te ystävällisesti neuvotte, kun täti tai setä on pulassa.” – asiakas 9*

Positiivista on myös se, että digiopastustilaisuuteen ei tarvitse ilmoittautua erikseen, vaan voi tulla myös silloin kun sopii. Yksilöllisestä ohjauksesta myös pidetään – eräs asiakas mainitsi, että hän oppii mielestään parhaiten, kun keskustelee asiasta kasvoitusten virkailijan kanssa, ja että joku näyttää hänelle kädestä pitäen, miten joku asia täytyy tehdä. Ainoana haittapuolena tilaisuuksista nousi asiakaskoneiden ja pöytien vähyys – jos niitä olisi enemmän, digiopastukset olisivat hieman sujuvampia.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli ”Mitä ikäihmiset odottavat Nordealta pankkina, kun siirrytään yhä digitaalisempaan asiointiin?”. Tarkoituksena oli selvittää, miten Nordea voisi parantaa palveluitaan ja auttaa iäkkäitä asiakkaita digitalisaation kanssa. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehityksessä käsiteltiin pankkipalveluita, digitalisaatiota ja ikäihmisiä kuluttajina. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, josta sopivaksi toteuttamistavaksi koettiin teemahaastattelu.

Tehdyn tutkimuksen perusteella voidaan huomata, että digitalisaatio on vaikuttanut huomattavasti ikäihmisten pankkiasointiin. Ikäihmiset ovat vielä se pankin asiakasryhmä, joka käyttää pankin perinteistä palvelukanavaa eli fyysistä konttoria kaikkein mieluiten. Suurin osa vastanneista käykin vaikeimpien asioiden kanssa asioimassa konttorissa ihmisen kanssa, ilman, että alkaisi itse edes kokeilemaan ratkaista asiaa etäkanavissa. Ikäihmiset kokevat erilaisten robottien kanssa epämiellyttäväksi, ja he luottavat enemmän ihmiseen ja henkilökohtaiseen palveluun, mikä nousee myös vahvasti teoriaosiossa esille (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 127-128). Ikäihmiset eivät vastausten perusteella siis käytä pankin erilaisia palvelukanavia yhtä monipuolisesti kuin mahdollisesti voisivat.

Digitalisaatio on tulosten perusteella enimmäkseen negatiivinen asia, mistä myös Ylikoski ym. (2006, 127-128) puhuivat. Se koetaan pakon sanelemaksi ja vaikeuttaa ikäihmisten asiointia pankissa jonkun verran, eikä heillä kiinnostustakaan uuden opetteluun juuri ole, sillä ennenkin ollaan pärjätty vähemmälläkin digitaalisten palveluiden käytöllä. Haastatteluista ilmi käyvä negatiivinen asenne digitalisaatiota kohtaan vaikuttaa heidän haluunsa käyttää digitaalisia palveluita. Tutkimuksen perusteella digitalisaatio ei itsessään kuitenkaan ole vaikuttanut Nordean palveluihin negatiivisesti, joten voidaan olettaa, että negatiivinen suhtautuminen voisi johtua esimerkiksi ikäihmisten ajattelutavasta enemmän kuin siitä, että kaikki asiat olisivat todellisuudessa ylitsepääsemättömän vaikeita.

Teoriaosiossa puhuttiin kuluttajakäyttäytymisestä, ja supistetun kuluttajakäyttäytymisen mallin (Lampikoski & Lampikoski 2000, 29) ympäristön vaikutukset

nousivat haastatteluissa esille. Ikäihmiset eivät ole tutkimuksen perusteella siirtyneet digiasiointiin omasta tahdostaan, vaan ulkopuoliset tahot kuten läheiset ja itse Nordea pankkina ovat siihen heitä kehottaneet. Haastateltaviksi toisaalta myös osui suurimmaksi osaksi ikäihmisiä, jotka olivat aiemmassa ammatissaan olleet jonkun verran tekemisissä tietotekniikan kanssa. Heitä tutkiessa voitaisiin todeta, että ammattitaustansa perusteella he voisivat kuitenkin olla hieman halukkaampia käyttämään digitaalisia palveluita kuin he, jotka eivät ole osallistuneet esimerkiksi digiopastustilaisuuksiin. Supistetun kuluttajakäyttäytymisen yksilöllisiä eroja tuli haastatteluissa myös esille ja niiden perusteella korkea ikä vaikuttaa enemmän negatiivisesti kuin positiivisesti digitaalisten palveluiden käyttöön. Myös motivaatio ja asenne vaikuttavat, kuten myös teoriaosiossa (Verkkovaria 2016) mainitaan. Oma teknologiataso ja resurssit myös vaikuttavat, sillä ikäihmiset ovat erittäin harmissaan muuten toimivien laitteiden kelpaamattomuutta uusia sovelluksia varten.

Iän tuomat rajoitukset ja sairaudet rajoittavat ikäihmisten digitaalisten pankkipalveluiden käyttöä, ja Campbellin (2015) mukaan motoriikka on yhteydessä tietokoneiden käyttöön. Näkö heikkenee, ja haastatteluissa tulikin ilmi vaikeudet ruudulta lukemisen kanssa, ja mikäli näyttö on pieni, hankaloittaa se käyttöä entisestään. Esimerkiksi tunnuslukulaitteen ja sen näppäinten ollessa erittäin pieniä, on ikäihmisten vaikea saada käytettyä sitä edellä mainittujen syiden takia. Iän tuomien haasteiden myötä tabletit ovat huomattavasti helppokäyttöisin alusta ikäihmisille verrattuna älypuhelimeen tai tietokoneeseen ja tätä tukee teoriaosiossa Campbellin esille tuoma sama huomio. Näin ollen ikäihmisille voitaisiin miettiä Nordean suuremman ja puhuvan tunnuslukulaitteen tarjoamista, joka on nykyään suunnattu lähinnä näkövammaisille. Campbellin mukaan vaikeaa on myös keskittyä kahteen samanaikaiseen asiaan ja uusien asioiden yhdistäminen tuotteeseen, ja tutkimuksen perusteella ikäihmisille hankaluuksia tuottaa sen hahmottaminen, että tunnuslukusovellus on erillinen sovellus, ja verkko- että mobiilipankki omansa, ja näiden välillä on osattava liikkua ja tietää, milloin mitäkin sovellusta käyttää. Oletus on siis se, että ikäihmisten on vaikea ymmärtää, että juuri tunnuslukusovellus korvaa entisen tunnuslukukortin, eikä se itsessään ole verkko- tai mobiilipankki.

Varmuuden tunne digitaalisten laitteiden tai palveluiden kanssa puuttuu. Se johtuu esimerkiksi siitä, että ikäihmiset eivät ole kovin aktiivisia digitaalisten pankkipalveluiden käyttäjiä, jolloin varmuutta ei ehdi syntyä, kun opitut asiat unohtuvat ja palvelut päivittyvät ja ollaan taas lähtöpisteessä opettelun kanssa. Joitain mielipiteitä kuitenkin löytyy myös digitaalisten palveluiden puolesta, eli tämä on henkilökohtainen kokemus erilaisten palveluiden käytettävyydestä. Teoriaosiossakin mainittu ikääntyneiden ihmisten verkkouhkien pelko (Mikkonen 2017) tuli myös esille. Ikääntyneet eivät uskalla yhtä lailla kokeilla vapaasti palveluiden ominaisuuksia itseksensä tai käyttää älylaitteitaan vapaasti sen pelossa, että jotain kamalaa ja peruuttamatonta tapahtuu. He tuntuvat olevan melko hyvin tietoisia erilaisista verkkouhkista, ja osaavat olla varovaisia tällaisten asioiden kanssa. Heitä tulisi informoida palveluiden turvallisuuteen liittyen, mikä lisäisi digitaalisten palveluiden käyttöastetta.

Teoriankin mukaan (Campbell 2015) toisaalta ikää ei pitäisi sitoa täysin osaamiseen, sillä kuten haastatteluidenkin perusteella iäkkäämpikin ihminen voi olla halutessaan erittäinkin digikyvykäs. Tutkimuksen varjolla näyttäisi siltä, että ikäihmisten digitaalisten palveluiden käyttöön vaikuttavat paljon heidän omat asenteensa, jotka ovat haastatteluiden perusteella negatiivisia digitalisaatiota kohtaan. Ikäihmiset tuntuvat olevan tietoisia Nordean puhelin- ja chat-palveluista, mutta eivät luultavasti aiemmin mainituista syistä niitä halua käyttää. Näitä kaikkia ennakoasenteita ja etäkanavien käyttökokemusta voitaisiin kääntää positiivisemmaksi, kun pystyttäisiin osoittamaan ikäihmisille heidän saamansa hyödyt palvelusta ja annettaisiin riittävä opastusta niiden käytössä. Tällöin ikääntynyt ihminen saisi varmuutta palvelun käyttöön ja saataisiin kohderyhmä asioimaan enemmän etäkanavissa. Ikäihmisillä on myös odotuksia sitä kohtaan, että mikäli digitaalisia palveluita käytetään, niiden tulisi myös toimia kunnolla. Nordealla on ollut viime aikoina jonkun verran ongelmia järjestelmien vakauden kanssa, mikä on osaltaan vaikuttanut asiakkaiden asiointikokemukseen, eli siihen tulisi kiinnittää huomiota ja panostaa, jolloin negatiivinen suhtautuminen ei tulisi jo digitaalisten palveluiden toimimattomuudesta.

Ikäihmiset kokevat kuitenkin asioinnin positiivisena, kun he ovat saaneet yksilöllistä palvelua rauhassa. Teoriaosiossakin Järvinen ym. (2006) toteavat, että asiakkaat mieltävät asiakaspalvelun hyväksi, kun heitä on kuunneltu ja kunnioitettu ja kun heille on puhuttu ymmärrettävästi heidän ymmärtämällään kielellä. Ikäihmiset kokevat, että yhtenä digitaalisten palveluiden ongelmana on se, etteivät he ymmärrä kieltä, jota niissä käytetään. Kuvallisia ja selkeitä ohjeita kaivataan, joten näin ollen tällaiseen viestintään pitäisi myös Nordean kiinnittää huomiota, ja kohdentaa sitä ikäihmisille sopivaksi, jotta asiointi olisi heille sujuvampaa.

Vaikka osa haastatelluista hoitaakin osan pankkiasioistaan verkossa, ikäihmiset edelleen kaipaavat mahdollisuutta fyysiseen konttoriasiointiin ja he toivovat, ettei tämä mahdollisuus poistuisi ja heistä pidettäisiin huolta, eikä jätettäisi myöskään niitä ihmisiä oman onnensa nojaan, jotka eivät digitaalisesti pysty asioimaan. He myös toivovat henkilökohtaista ja jatkuvaa opastusta digitaalisten palveluiden käytössä, jotta he pysyvät jotenkin mukana muutoksessa. Toisaalta tulosten perusteella digiopastustilaisuudet ovatkin jo tukeneet asiakkaita yhä digitaalisempaan asiointiin ja ne auttavat heitä saamaan lisää varmuutta palveluiden käyttöön. Digiopastustilaisuuksissa Nordea on siis pankkina onnistunut erinomaisesti, ja se on hyvä väylä saavuttaa asiakkaiden luottamusta ja positiivisempaa suhtautumista digitaalisten palveluiden käyttöön. Kunhan opastustilaisuuksia järjestetään, pidetään samalla ikäihmisistä huolta ja he kokevat turvallisemmaksi asioida etäkanavissa henkilökohtaisen opastuksen jälkeen. Digiopastustilaisuuksissa kynnys avun pyytämiseen myös madaltuu, sillä apuverkkoja ei lähipiiristä välttämättä löydy tai heitä ei haluta vaivata.

Voidaan siis todeta, että ikäihmiset kokevat pankin digitalisaation negatiivisena, mutta ymmärtävät toisaalta, että maailma yksinkertaisesti menee digitaalisempaan suuntaan koko ajan ja siinä on Nordeankin pysyttävä mukana. Digitalisaatioon pakottamista ei kuitenkaan koeta hyvänä, vaan konttorissa tapahtuvaa asiakaspalvelua tulisi edelleen pitää saatavilla eikä huonontaa sen saatavuutta.

## 7.1 Tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu

Aina tehdyn tutkimuksen luotettavuutta on syytä tarkastella ja siihen käytetään käsitteitä reliabiliteetti ja validiteetti. Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta, eli sitä, että tutkitaan oikeaa asiaa ja että esimerkiksi selitykset, johtopäätökset ja tulkinnat ovat luotettavia. Validiteetti voidaan jakaa sisäiseksi ja ulkoiseksi. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen sisäistä logiikkaa ja ulkoinen validiteetti taas tarkoittaa yleistettävyyttä. Reliabiliteetti tarkoittaa mittauksen tarkkuutta ja sitä, että tulkinta ei ole ristiriidassa ja että tulkitsijasta riippumatta se pysyy samanlaisena. (Kananen 2008, 123-124; Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Ylänne & Paavilainen 2011, 129).

Tämän tutkimuksen luotettavuuden voidaan todeta olevan hyvä, sillä luultavasti toinen tätä aihetta tutkiva voisi päätyä samanlaisiin tuloksiin. Työssä käytettiin pääasiassa tuoreita lähteitä muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta, mikä lisää luotettavuutta. Suurin osa aineistosta oli suomenkielisiä, mutta englannin ja jopa ruotsinkin kielisiä aineistoja käytettiin. Tutkimuksen luotettavuutta lisää sen hyvä saturatio eli että saadut tutkimustulokset alkoivat jo toistaa itseään. Silloin kun aineisto ei tuo enää mitään uutta, ja samat vastaukset ja teemat toistuvat, voi aineistonkeruun lopettaa (Ronkainen ym. 2011, 117). Tutkimuksessa saatiin paljon aineistoa haastateltavilta, ja vastauksissa nousivat samat mielipiteet ja teemat esille, sekä tutkimustuloksista ja teoreettisesta viitekehystä voitiin löytää hyvin paljon yhtenäisyyksiä.

## 7.2 Toimeksiantajan saama hyöty ja jatkotutkimusaiheet

Tutkimus ei saavuttanut koko tavoitettaan siinä mielessä, ettei haastateltavilta saatu niin hyvin parannusehdotuksia itse Nordean digitaalisia palveluita koskien ikäihmisten näkökulmasta, kuin mitä ehkä tutkimusta aloitettaessa oltaisiin toivottu. Olisi ollut hyödyllistä saada enemmän ehdotuksia, miten vielä voitaisiin konkreettisesti parantaa digitaalisia palveluita kuten mobiili- tai verkkopankkia. Tuloksissa käyvät ilmi kaikista eniten ikäihmisten negatiivinen asenne ja mielipide pankin digitalisaatiosta, ja se, miten digitalisaatio on vaikuttanut heidän pankkiasiointiinsa, mikä ei ole toimeksiantajalle mikään suuri yllätys. Toisaalta ikäihmiset

kohderymänä saattoi vaikuttaa siihen, ettei tutkimuksessa saatu niin paljon uusia ehdotuksia, kuin mitä oltaisiin voitu saada tutkiessa nuorempaa sukupolvea. Joka tapauksessa, kehitysehdotuksia esimerkiksi viestintää ja tunnistautumiskeinoja kuten tunnuslukulaitetta sekä digineuvontaa koskien saatiin.

Muutaman vuoden kuluttua voitaisiin tutkia, kuinka Nordean digitaaliset palvelut ovat kehittyneet ikäihmisiä ajatellen ja millaisia ajatuksia ne sekä digitalisaatio herättävät ikäihmisissä silloin. Voitaisiin myös tutkia, onko ikäihmisiä otettu huomioon enemmän kohderymänä ja onko viestintää parannettu.

### **7.3 Pohdinta**

Tutkimuksen tekeminen oli mielenkiintoista ja opettavaista, sekä aihe työllä oli ajankohtainen ja samalla se liittyy jokapäiväiseen työkuvaani. Asiakkaita saatiin haastateltavaksi helposti ja vain muutama kieltäytyi haastattelusta, joten aineistoa tutkimukseen saatiin ilman sen suurempaa vaivannäköä. Haastateltavia oli mielestäni tarpeeksi ja enempää ei olisikaan tarvinnut olla, sillä vastaukset toistivat jo itseään. Toisaalta haastattelu tutkimusmenetelmänä on aikaa vievä, ja se vaatii huolellisuutta. Uskon, että haastattelut olivat kuitenkin sopiva ja helpoin tapa tutkia ikäihmisiä ja heidän mielipiteitään. Opinnäytetyön tekeminen oli ajoittain haastavaa tehdä täyspäiväisen työn ohella, minkä vuoksi aikataulu muuttui pariin otteeseen. Tästä huolimatta tutkimuksessa onnistuttiin olosuhteisiin nähden mielestäni hyvin.



## LÄHTEET

Ahtokivi, I. 2013. Vanhuuden ikäraja on nyt määritelty. Verkkouutiset.fi. Viitattu 23.8.2019. <https://www.verkkouutiset.fi/vanhuuden-ikaraja-on-nyt-maaritelty-11706/>

Arenas-Gaitán, J., Peral-Peral, B. & Ramón-Jerónimo, M. 2015. Elderly and Internet Banking: An Application of UTAUT2. Journal of Internat Banking and Commerce. JIBC. Viitattu 28.11.2019. <http://www.icommercecentral.com/open-access/elderly-and-internet-banking-an-application-of-utaut2.pdf>

Arkilahhti, N. Voiko pankki olla yhtä aikaa digitaalinen ja tavoitettavissa? Viitattu 11.5.2019. <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digiadhoc-arkilahhti.aspx>

Campbell, O. 2015. Designing for The Elderly: Ways Older People Use Digital Technology Differently. Viitattu 3.8.2019. <https://www.smashingmagazine.com/2015/02/designing-digital-technology-for-the-elderly/>

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Oppia kansainvälisiltä huipuilta. Helsinki. Alma Talent.

Grym, A., Koskinen, K., & Manninen, O. 2018. Pohjoismaiset pankit muuttuvat digiaikaisiksi. Euro&Talous. Viitattu 10.7.2019. <https://www.eurojatalous.fi/fi/2018/2/pohjoismaiset-pankit-muuttuvat-digiaikaisiksi/>

Dahlberg, T & Halén, M. 2016. Suomalaisten pankkien digitaalinen edelläkävijyys syntyi yhteistyöllä. Talous ja Yhteiskunta. Viitattu 17.7.2019. <http://www.la-bour.fi/ty/tylehti/ty/ty22016/ty22016pdf/ty22016DahlbergHalen.pdf>

Euroopan Komissio, 2019. The Digital Economy and Society Index (DESI). Viitattu 31.8.2019. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

Finanssiala Ry a. Asiakkaan tunteminen. Viitattu 31.8.2019. <http://www.finanssiala.fi/pankkiturvallisuus/Sivut/tunnistaminen.aspx>

Finanssiala Ry b. Finanssiala vauhdittaa tehokkaita ja turvallisia digitaalisia palveluita. Viitattu 31.8.2019. <http://www.finanssiala.fi/linjaukset/digitalisaatio>

Finanssiala Ry c. Kysely: Viidennes arvioi käteisen käytön loppuvan kymmenen vuoden kuluessa. Viitattu 31.8.2019. <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/kateisen-kaytto.aspx>

Finanssiala Ry d. Väärinkäytökset. Viitattu 31.8.2019. <http://www.finanssiala.fi/pankkiturvallisuus/Sivut/Vaarinkaytokset.aspx>

Finanssialalle a. Viitattu 3.7.2019. <http://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/finanssialalla-toimiminen/finanssimarkkinoiden-toimijat/pankkien-tehtavat.html>

- Finanssialalle b. Pankkiasiakkaan asiointikanavat. Viitattu 20.8.2019. <http://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/pankkiala/henkiloasiakkaan-paivittaispalvelut/pankkiasiakkaan-asiointikanavat.html>
- Finanssivalvonta a. Tietoa Finanssivalvonnasta. Viitattu 20.8.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/finanssivalvonta/>
- Finanssivalvonta b. Peruspankkipalvelut. Viitattu 20.8.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/kuluttajansuoja/kysymyksiä-ja-vastauksia/pankkipalvelut/peruspankkipalvelut/>
- Finanssivalvonta c. 2018. Selvitys peruspankkipalveluiden saatavuudesta ja hinnoittelusta – Verkko- ja mobiilipalvelut kehittyneet, muiden kuin digitaalisten palvelujen saatavuus edelleen heikentynyt. Viitattu 21.8.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/tiedotteet-ja-julkaisut/lehdistotiedotteet/2018/selvitys-peruspankkipalveluiden-saatavuudesta-ja-hinnoittelusta--verkko--ja-mobiilipalvelut-kehittyneet/>
- L 19.12.2008/878. Laki Finanssivalvonnasta. Säädös säädöstietopankki Finlexin sicuilla. Viitattu 1.9.2019. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2008/20080878#L1P1>
- Flittner, K. 2017. Uusi EU-direktiivi tuo muutoksia sijoittajansuojaan – Mitä minun tulee tietää? Viitattu 6.7.2019. <https://www.osakeliitto.fi/uutiset/uusi-eu-direktiivi-tuo-muutoksia-sijoittajansuojaan-mita-minun-tulee-tietaa/>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.
- Ilmarinen, V. & Koskinen, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Helsinki. Talentum.
- Istner-Byman, M. 2019. Digitalisering avgörande för bankens förtroende. Realtid.se. Viitattu 27.10.2019. <https://www.realtid.se/digitalisering-avgorande-bankens-fortroende>
- Järvinen, R. & Ylikoski, T. 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Jyväskylä. Bookwell Oy.
- Kallonen, T. 2015. Digitalisaatio tuo finanssialalle tuottavuutta. Viitattu 10.7.2019. [http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digitalisaatio\\_tuo\\_finanssialalle\\_tuottavuutta.aspx](http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digitalisaatio_tuo_finanssialalle_tuottavuutta.aspx)
- Kananen, J. 2008. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 03. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.
- Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas. Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 262. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 202. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Klemettinen, S. 2019. Seniorien asiakaskäyttäytyminen pankkien monikanavaisissa palveluissa. Opinnäytetyö. Lapin ammattikorkeakoulu. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/171377/Klemettinen%20Susanna.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Koponen, A. 2008. Essays on Technological Development and Competition in Local Bank Markets. Turun Kauppakorkeakoulu.

Koskinen, K & Manninen, O. 2019. Digitalisaation vaikutus pankkien kannattavuuteen. Viitattu 31.8.2019. <https://www.eurojatalous.fi/fi/2019/2/digitalisaation-vaikutus-pankkien-kannattavuuteen/>

Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Helsinki. WSOY.

Laukkanen, T., Sinkkonen, S., Kivijärvi, M. & Laukkanen, P. 2007. Innovation resistance among mature consumers. Arcicle in Journal of Consumer Marketing. Emerald.

Lehtinen, J. & Suomi, J. 2019. Pankkiasioinnin haasteet ikäihmisillä. Digitalisaatio ja sen vaikutukset pankkipalveluissa. Opinnäytetyö. Metropolia Ammattikorkeakoulu. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/166977/Opinn%c3%a4ytety%c3%b6\\_Lehtinen\\_Suomi.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/166977/Opinn%c3%a4ytety%c3%b6_Lehtinen_Suomi.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Mikkonen, M. 2017. Vanhustyön keskusliitto. Jopa 500 000 ikäihmistä digipalveluiden ulkopuolella. Yle Uutiset. Viitattu 31.8.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-9983685>

Mustonen, S. 2017. Digitalisaatio lisää kilpailua pankkitoimialalla. Finanssivalvonta. 28.3.2017. Viitattu 9.11.2019. [https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/14660/Digitalisaatio\\_lisaa\\_kilpailua\\_pankkitoimialalla.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/14660/Digitalisaatio_lisaa_kilpailua_pankkitoimialalla.pdf?sequence=1)

Nordea. Nordea 24/7. Viitattu 20.8.2019. <https://www.nordea.fi/henkilosiakkaat/tuki/asiakaspalvelu.html>

Nordea a. Yhteenveto Nordeasta. Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Yhteenveto-Nordeasta/>

Nordea b. Nordean historia. Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/nordean-historia/>

Nordea c. Tarkoitus ja arvot. Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/arvot/>

- Nordea d. Markkinat. Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Markkinat/>
- Nordea e. Yhteenveto vastuullisuudesta. Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/vastuullisuus/vastuullisuus-nordeassa-1/yhteenveto-vastuullisuudesta/>
- Nordea f. Mikä ESG on? Viitattu 31.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/vastuullisuus/vastuullinen-liiketoiminta-1/mika-esg-on/>
- Nordea g. 2015. Nordea panostaa digitaalisiin palveluihin. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2015/2015-04-29-nordea-panostaa-digitaalisiin-palveluihin.html>
- Nordea h. Verkkopankki. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/verkkopankki.html>
- Nordea i. Nordea Mobile -mobiilipankki. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/nordea-mobile.html>
- Nordea j. Tunnuslukusovellus. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/tunnuslukusovellus.html#tab=Turvallisuus>
- Nordea k. Tunnuslukulaite. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/tunnuslukulaite.html>
- Nordea l. Mitä varten säästäisit? Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/digitaalinen-sijoitusneuvoja.html>
- Nordea m. Digineuvontaa jokaiselle. Viitattu 1.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/digineuvontaa.html>
- Nordea n. Pankkitunnukset. Viitattu 14.9.2019. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/pankkitunnukset.html>
- Palmgren, J. 2018. Ikääntyneet ovat kuluttajia, ja kuluttajien tarpeet on ymmärrettävä. Finanssiala. Viitattu 5.8.2019. <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Ikaantyneet-ovat-kuluttajia-joiden-tarpeet-on-ymmarrettava.aspx>
- Pohjola, M. 2015. Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla. Helsinki. Viitattu 21.7.2019. [http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio\\_ja\\_tuottavuus\\_finanssialalla.pdf](http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf)
- Pulkkila, T. Älä sano 65-vuotiasta vanhukseksi. Yle Uutiset. Viitattu 23.8.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-7513924>
- Puustinen, P. 2013. Vaihdantavallankumous. Finanssipalvelun uusi logiikka. Helsinki. Talentum.

Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E. 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki. WSOY.

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & K.Hogg, M. 2006. Consumer Behaviour. A European Perspective. Third Edition.

Stella. 2019. Kuka on ikäihminen? Ikäraja löytyi suomalaisessa gallupissa. Viitattu 25.9.2019. <https://www.stella.fi/vinkit-uutiset/minka-ikainen-on-ikaihminen>

T-Media Oy. Muuttuva työ finanssialalla. Viitattu 1.7.2019. [https://www.finanssiala.fi/materiaalit/Muuttuva\\_tyo\\_finanssialalla.pdf](https://www.finanssiala.fi/materiaalit/Muuttuva_tyo_finanssialalla.pdf)

Talousrikos.fi. Rahanpesurikokset. Viitattu 20.8.2019. <https://talousrikos.fi/rahanpesurikokset/>

Tilastokeskus. 2016. Suomalaiset käyttävät internetiä yhä useammin. Viitattu 11.5.2019. [https://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi\\_2016\\_2016-12-09\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html)

Verkkovaria. 2016. Viitattu 18.9.2019. [https://www.verkkovaria.fi/taydentavat/markkinointi/?page\\_id=54https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/43443/Kuismin\\_Tiia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.verkkovaria.fi/taydentavat/markkinointi/?page_id=54https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/43443/Kuismin_Tiia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä. Tammi.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu – menestystekijä finanssialalla. Helsinki. Finva.

## LIITE 1. Teemahaastattelurunko

### **Taustatiedot**

- Ikä (60-65, 66-70, 71-75, 76-80, 81-90, 90-)
- Sukupuoli
- Siviilisääty
- Työelämässä vai eläkkeellä
- Ammatti
- Asuinpaikkakunta

### **Päivittäisasiointi**

Päivittäiset pankkiasiat ja niiden hoito eri kanavissa

- Minkälaisia päivittäisiä pankkipalveluita käytätte (esim. tilisiirrot, laskujen maksu, käteisen ja kortin käyttö)?
- Millä tavalla asioitte pankissa (konttorissa, verkossa vai mobiilissa)?

### **Digitalisaatio ja kokemukset Nordean digitaalisista palveluista**

Digitalisaatio, Nordean digitaaliset palvelut, syyt käyttämiselle tai käyttämättömyydelle

- Mitä positiivista tai negatiivista mielestänne on digitalisaatiossa yleisesti?
- Mitä mieltä olette siitä, että Nordea pankkina siirtyy yhä enemmän digitaalisempaan asiointiin?
- Onko digitalisaatio vaikuttanut pankkiasiointiinne? Miten (helpottanut/vaikeuttanut)?
- Mitä kaikkia pankkipalveluita käytät Nordeassa digitaalisesti?
- Millä laitteella käytät pankkipalveluita yleensä (puhelin, tietokone, tabletti)? Miksi juuri sillä?
- Onko jotain pankkiasioita, jotka haluat hoitaa muuten kuin digitaalisesti?

- Miksi haluatte tai ette halua käyttää digitaalisia palveluita? Mikä teidät on saanut käyttämään digitaalisia pankkipalveluita? (esim. etäisyys pankkiin, osaaminen, lähipiiri, muu henkilökohtainen syy)
- Kuinka aktiivisesti käytätte digitaalisia pankkipalveluita?
- Mitä muita palveluita käytätte digitaalisesti (esim. internet yleisesti, sosiaalinen media, uutiset, palvelut joihin tunnistaudutaan)?

### **Nordean digitaalisten palveluiden kehitysehdotukset**

Kokemukset nimenomaan Nordean digitaalisista palveluista, saatavuudesta ja käytettävyydestä, haasteet ja hyvät puolet, sekä tuen ja kehittämisen tarve

- Miten digitalisaatio on mielestänne vaikuttanut Nordean pankkipalveluihin esim. tuotteisiin, asiakaspalveluun, saatavuuteen (huonontunut/parantunut/pysynyt ennallaan)?
- Mitä mieltä olette Nordean digitaalisista palveluista? Oletteko tyytyväinen tai tyytymätön palveluihin?
- Mitkä asiat tai ominaisuudet tuntuvat helpoilta tai haastavilta Nordean digitaalisissa palveluissa ja niiden käytössä (esim. tunnistautumisvälineet, verkko- tai mobiilipankki)?
- Mitä Nordean tunnistautumisvälinettä käytätte? Miksi? Mitä hyvää tai huonoa niissä on (yleinen käyttö, kirjautuminen muihin palveluidentarjoajien palveluihin jne.)?
- Mitä mieltä olette digiopastustilaisuuksista? Mitä positiivista tai kehitettävää niissä on?