Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Nuorten kuluttajien näkemys mobiilimaksamisesta vuonna 2019

Elias Paavilainen ja Otto Viherä

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
2020

Tiivistelmä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy

Tekijä(t) Elias Paavilainen, Otto Viherä	
Koulutusohjelma Liiketalous	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Nuorten kuluttajien näkemys mobiilimaksamisesta vuonna 2019	**Sivu- ja liitesivumäärä** 51 + 9

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia nuorten kuluttajien näkemystä mobiilimaksamisesta sekä tutkia, miten he käyttävät nykyisiä mobiilimaksusovelluksia. Aihe on ajankohtainen ja tietoperustana tässä opinnäytetyössä on luotettavat sekä kirja-, että internet-lähteet.

Teknologian kehitys sekä kasvava digitalisoituminen näkyy nykyään myös maksamisessa. Käteisin rahan sekä pankki- ja luottokorttien rinnalle on syntynyt uusi tapa maksaa; mobiilimaksu. Tässä opinnäytetyössä ”mobiililla” tarkoitetaan laitetta, joka sisältää mobiilimaksamiseen tarvittavan tekniikan, kuten älypuhelin tai älyrannekello.

Tavoitteena tutkimuksessa on saada tarpeeksi iso ja pätevä otos tutkimuksen perusjoukosta. Tulosten pohjalta tehdään johtopäätöksiä, jotka vastaavat tutkimukselle asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Rajaus on tehty perusjoukon tavoitettavuuden ja käytössä olevien resurssien perusteella.

Tutkimus on toteutettu sekä kvantitatiivista-, että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Tiedonkeruu tapana on käytetty survey-tutkimusta, joka on toteutettu Webropol-kyselytyökalulla. Opinnäytetyö on tehty parityönä, ilman toimeksiantoa, syksyn 2019 ja alkuvuoden 2020 aikana.

Tutkimustulokset ovat esitetty opinnäytetyön lopussa. Tulokset antoivat vastauksen päätutkimusongelmaan. Pohdinta osuudessa käydään läpi tutkimusprosessin aikana opitut asiat ja päätetään opinnäytetyö.

Asiasanat

Mobiilimaksaminen, Digitalisoituminen, Maksukäyttäytyminen

Sisällys

1 Johdanto 1

2 Maksamisen digitalisoituminen 3

2.1 Mitä on raha 3

2.2 Maksamisen Historia 3

2.3 Digitalisoituminen 4

2.4 Mobiilimaksaminen 4

2.4.1 Mobiilimaksamisen teknologia 5

2.4.2 NFC-Near Field Communication 5

2.4.3 Bluetooth 5

2.4.4 QR koodi 5

2.5 Etämaksaminen 6

2.6 Lähimaksaminen 6

2.7 Kuluttajakäyttäytyminen 7

2.7.1 Demografiset tekijät 7

2.7.2 Fysiologiset ja psykologiset tekijät 8

2.7.3 Sosiaaliset tekijät 9

2.8 Maksupalveludirektiivi PSD2 9

2.8.1 Maksutoimeksiantopalvelu 10

2.8.2 Tilitietopalvelu 10

2.8.3 Vahva sähköinen tunnistus 10

2.9 Fintech 11

3 Mobiilimaksusovellukset 13

3.1 Google Pay 13

3.2 Apple Pay 13

3.3 Mobilepay 14

3.4 Pivo 15

3.5 Nordea Wallet 16

3.6 Siirto 17

4 Tutkimusstrategiat 18

4.1 Empiirisen- ja teoreettisen tutkimuksen aloittaminen 18

4.2 Tutkimuskysymykset 18

4.3 Määrällinen ja laadullinen tutkimus 18

4.4 Tiedonkeruutavat 20

4.5 Otos- ja otantamenetelmät 20

4.6 Reliabiliteetti ja validiteetti 22

5 Tutkimustulokset....23
5.1 Tutkimuskyselyn taustatiedot....23
5.2 Vastaajien taustatiedot....24
5.3 Syventävät kysymykset....26
5.4 Ristiintaulukot....35
6 Johtopäätökset tutkimuskyselystä....40
6.1 Tutkimuksen pätevyys ja käyttökelpoisuus....40
6.2 Tämänhetkinen tilanne....41
7 Pohdinta....44
Lähteet....46
Liitteet....52
Liite 1. Taulukko kysymyksestä vastanneiden asuinpaikka muu kohta
Liite 2. Mitä seuraavista mobiilimaksusovelluksista käytät tai olet käyttänyt
Liite 3. Mistä syystä valitset mobiilimaksamisen, avoimen tekstikentän vastaukset
Liite 4. Kyselylomake

1 Johdanto

Maksamisen saralla tapahtuu paljon ja oravannahoista on edetty pitkä matka nykyaikaan. Mobiilimaksaminen on nykyisin näkyvillä lähes joka puolella, ja siihen liittyviä toimintoja tarjoavat niin kotimaiset kuin ulkomaalaisetkin toimijat. Älypuhelimesta on tullut pysyvä työkalu ihmisille ja se löytyy lähes jokaisen taskusta. Älypuhelimilla voidaan tehdään lähes kaikki tarvittavat asiat: maksaa laskut, tilata ruuat ja varata paikat elokuvateatterista. Tämä muutos on aiheuttanut sen, että on syntynyt uusi toimiala, jossa yrittäjät ovat alkaneet tuomaan tuotteitansa ja palveluitansa kuluttajien älypuhelimiin erilaisten sovellusten kautta.

Tämän maksamisen digitalisoitumisen myötä perinteiset rahalaitokset ovat joutuneet kilpailutilanteeseen markkinoille tulleiden uusien toimijoiden kanssa. Tanskalainen Danske Bank toi ensimmäisenä mobiilimaksamisen suomalaisten tietoon vuonna 2013 julkaisemalla Mobilepay-sovelluksen. Sovelluksella pystyy sekä siirtämään, että pyytämään rahaa ystäviltään ja myös maksamaan kaupan kassalla. Kilpailu digitaalisen maksamisen markkinoista alkoi. Muut pankit ovat myöhemmin tuoneet omia sovelluksia markkinoille ja uusia toimijoita tulee mukaan kilpailuun jatkuvasti.

Opinnäytetyön päätutkimusongelma on selvittää, miten nuoret kuluttajat tuntevat ja käyttävät nykyisiä mobiilimaksusovelluksia. Tätä tutkimuskysymystä täydentämään, tutkimukselle on asetettu lisäkysymyksiä, jotka ovat:

- Eroaako suhtautuminen mobiilimaksamiseen pääkaupunkiseudulla sekä sen ulkopuolella asuvien nuorten välillä?
- Onko mobiililaitteilla etämaksamisen ja lähimaksamisen välillä eroa?
- Miksi nuoret kuluttajat valitsevat maksaessaan mobiilimaksamisen?

Teoria on jaettu kahteen osaan. Teoreettinen ensimmäinen osuus alkaa selvittämällä, miten maksaminen on alkanut ja miten se on kehittynyt tähän päivään asti. Tutustumme maksamisen digitalisoitumiseen ja siihen vaikuttaviin tekijöihin, kuten kuluttajakäyttäytymiseen, yritysten digitalisoitumiseen sekä digitaaliseen turvallisuuteen.

Muutokset aiheuttavat sääntöihin uudistuksia ja käymme läpi tarkemmin maksupalveludirektiivi PSD2:sta, joka mahdollisti uusien palveluntarjoajien tulemisen markkinoille. Maksamisen digitalisoitumisen myötä on syntynyt uusi termi fintech, joka on suomennettuna finanssiteknologia. Se on luonut valtavasti uusia kasvuyrityksiä, jotka luovat uutta finanssiteknologiaa sekä yrityksiä, jotka hyödyntävät finanssiteknologiaa tarjoamissaan

palveluissa. Käymme läpi, minkälaista teknologiaa on syntynyt ja miten tämä on edesauttanut digitaalista maksamista.
Teorian toinen osuus keskittyy mobiilimaksamisen saralla vaikuttaviin isoihin tekijöihin. Esittelemme Suomessa yleisesti käytössä olevat toimijat ja heidän sovelluksensa sekä suuret globaalit yritykset.

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa teemme johtopäätöksiä tutkimuskyselyn tuloksista. Tutkimuskyselyllä pyrimme selvittämään kuluttajien tietoisuutta olemassa olevista mobiilimaksusovelluksista, sekä miten ja kuinka paljon kuluttajat käyttävät niitä. Yhtenä tavoitteena on myös selvittää, että millainen suhtautuminen kuluttajilla on mobiilimaksamisen turvallisuuteen ja tulevaisuuteen. Tutkimuskysely toteutettiin sähköisellä Webropol-kyselytyökalulla loka- ja marraskuun aikana 2019. Opinnäytetyössä on käytetty sekä kvalitatiivista-, että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Saadaksemme laajemman käsityksen nuorten kuluttajien mobiilimaksukäyttäytymisestä ja tutkittavasta pääjoukosta on tutkimukseen tarvittu syvällisempää tietoa pelkän tilastollisen tiedon rinnalle. Eniten käytetty otantamenetelmä tutkimuskyselyssä on ollut ryväsotanta. Linkkiä tutkimuskyselyyn on jaettu Haaga-Helia Porvoon liiketalouden opiskelijoille sähköpostilla, Diak ammattikorkeakoulun sosiaalialan opiskelijoiden whatsapp-ryhmään ja muutamille pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuville osajoukoille. Näiltä kyseisiltä ryhmiltä pyydettiin, että he levittäisivät linkkiä kyselyyn, jotta saimme sopivan määrän vastauksia tutkimuskyselyyn.

2 Maksamisen digitalisoituminen

Tässä kappaleessa käymme läpi sitä, miten maksaminen on kehittynyt tähän päivään asti. Paneudumme erityisesti mobiilimaksamiseen ja siihen vaikuttaviin tekijöihin. Käymme läpi kuluttajakäyttäytymistä, avaamme mobiilimaksamiseen oleellisesti liittyvät tekniset termit. Sen lisäksi pureudumme Fintech-teknologian tuomiin mahdollisuuksiin ja kerromme miten maksupalveludirektiivi PSD2 pitää sisällään.

2.1 Mitä on raha

Raha on arvon vaihdon väline, arvon mitta ja arvon säilyttäjä. Vaihdon välineenä, arvon mittana ja arvon säilyttäjänä toimiminen ovat rahan funktioita taloudessa. Rahana on eri aikoina eri osissa maailmaa käytetty helmiä, sulkia, tupakkaa, suolaa, jalometalleja, eläinten nahkoja ja monia muita asioita. Rahan sijasta, haluamasta tavarasta tai palvelusta tarjottiin vastineeksi jokin muu hyödyke tai palvelu. (Iivarinen 2015, 4.)

2.2 Maksamisen Historia

Maksamista on harjoitettu niin kauan, kun ihmisiä on ollut maan päällä. Maksutavat ovat muuttuneet historian aikana useita kertoja ja ne ovat voineet olla hyvin erilaisia eri puolilla maailmaa. Noin 1100 eaa. Kiinassa otettiin käyttöön ensimmäiset pyöreät esineet vaihdon välineiksi, joita voi nykyajan määritelmän mukaan kutsua kolikoiksi. 600 eaa. Lyydian valtakunnassa otettiin käyttöön ensimmäiset painetut kolikot, joista tuli valtakunnan virallinen valuutta. Kiinassa näihin aikoihin oli siirrytty jo ensimmäisiin paperillisiin seteleihin. Euroopassa jalometalleista tehtyjä kolikoita käytettiin maksuvälineenä 1600-luvulle asti, minkä jälkeen pankit adoptoivat paperilliset setelit viralliseksi maksuvälineeksi. Tämän jälkeen käteinen toimi pitkään ainoana maksuvälineenä, kunnes 1960-luvulla ensimmäinen luottokortti otettiin käyttöön Amerikassa ja Iso-Britanniassa. Ensimmäiset pankkikortit otettiin käyttöön vasta vuonna 1987, ja sirulliset, pin-koodilla varustetut kortit vuonna 2002. Internetin nousun myötä 2000-luvulla, myös verkkokauppa alkoi kasvamaan. Visa ja Mastercard loivat oman järjestelmän elektronista maksamista varten ja vuonna 1998 syntyi Paypal. Nämä uudistukset mahdollistivat kaupan käynnin verkon yli. Jotkut yritykset alkoivat suoraan toimimaan pelkästään verkossa ja moni yritys avasi oman verkkokaupan, perinteisten kivijalkakauppojen rinnalle.

Vuodesta 2010 alkaen mobiilimaksamisesta on tullut maksamisen uusi standardi. Älypuhelimet ovat muuttaneet kuluttajien ostokäyttäytymistä, ja verkosta ostaessaan kuluttajat

käyttävät älypuhelintaan nykyään enemmän kuin tietokonetta. Teknologia menee koko ajan pidemmälle ja uusia maksutapoja sekä palveluita syntyy jatkuvasti. Älypuhelimiin on tullut paljon erilaisia maksusovelluksia ja mobiililompakoita. Monet suuret teknologiajätit, kuten Apple ja Google, ovat myös hypänneet tämän junan kyytiin. (Slimpay 2019.)

2.3 Digitalisoituminen

Digitalisaatio on teknologian nopean kehityksen, globalisaation ja internetin luoma megatrendi. Pääasiassa digitalisaatiossa on kyse digiteknologian käytöstä asioiden hoitamiseen. Se muuttaa koko maailman toimintatapoja. Kaikki mikä on digitalisoitavissa ja automatisoitavissa, luultavasti tullaan jossain vaiheessa digitalisoimaan ja automatisoimaan. (Digi.hel 2019.)

Maksaminen on ollut myös viime vuodet murroksessa digitalisaation ja sääntelyuudistusten takia. Päivitetyn maksupalveludirektiivin myötä maksamisen markkinoille on tullut uusia toimijoita ja uusia innovaatioita maksamisen saralle odotetaan syntyvän tulevaisuudessa. Yhteiskunnassa toiminnoista on tullut reaaliaikaisia, ja samaa odotetaan myös maksujen välitykseltä. (Suomenpankki 2018.)

2.4 Mobiilimaksaminen

Älypuhelimien käytöstä on tullut arkipäivää kehittyneessä maailmassa. Ne ovat totuttaneet meidät olemaan yhteydessä internetiin ollessamme liikkeellä. Tämä mullistus on tapahtunut nopeasti ja uudet palvelut ovat muuttuneet osaksi päivittäisiä rutiinejamme niin hyvin, että pidämme niitä jo itsestään selvyytenä. Luemme sähköpostit matkan varrella, selaamme uutisia kännyköillämme ja hyppäämme mukaan sosiaaliseen mediaan istuutuessamme bussiin. (Salmenkivi 2012, 54.)

Mobiililaitteiden yleistymisen myötä, niitä käytetään nykyään myös maksamiseen. Mobiilimaksamisen yleistymiseen on paljon syitä, esimerkiksi teknologian kehitys, globalisaatio ja lainsäädölliset muutokset. Suurimpana yksittäisenä tekijänä voidaan kumminkin pitää kuluttajien käyttäytymisen muutosta, johon yritysten on osattava mukautua. Kuluttajat arvostavat maksuteknologiaa, joka reaaliaikaisesti on riippumaton ajasta ja paikasta, ja joka pysyy nykyajan teknologisessa kehityksessä mukana. Yleisesti mobiilimaksamiseksi kutsutaan kaikkia maksutapoja, joissa kännykkä toimii tavalla tai toisella maksamisen välineenä. Mobiilimaksaminen voi tarkoittaa mobiililla tehtyä lähimaksua kaupan kassalla, rahan siirtämistä applikaation avulla toiselle henkilölle tai verkkokauppaostosten maksamista mobiiliin optimoidulla maksutavalla. (Svea payments 2019.)

Mobiilimaksamisen kehittymiselle on valtavat mahdollisuudet. Korttimaksaminen tuskin tulee katoamaan lähitulevaisuudessa, koska tilisiirto- ja korttimaksujärjestelmät ovat useimpien mobiilimaksamisratkaisujen taustalla. Kortti maksuvälineenä voi kumminkin vähentyä, jolloin korvaajaksi tulee jokin toinen laite; kello, puhelin, sormus tai jokin muu asia, joka on koko ajan mukana ihmisen arjessa. (Danske Bank 2018.)

2.4.1 Mobiilimaksamisen teknologia

Tässä kappaleessa käymme lyhyesti läpi mobiilimaksamisen taustalla toimivaa teknologiaa. Avaamme mitä teknologiset termit tarkoittavat ja miten niitä hyödynnetään mobiilimaksamisessa.

2.4.2 NFC-Near Field Communication

NFC, eli Near Field Communication on lyhyen kantaman langaton teknologia, joka käyttää RFID-tekniikkaa, mikä tulee sanoista Radio Frequency Identification. NFC-tekniikka perustuu sähkömagneettiseen kommunikointiin kahden laitteen välillä. Toinen laite toimii kirjoittajana tai lukijana ja toinen laite tunnistajana. Laitteiden välille syntyy yhteys, kun laitteet tuodaan muutamien senttimetrien päähän toisistaan. (Wellworks 2019.)

2.4.3 Bluetooth

Bluetooth-tekniikka on langaton lyhyen matkan tekniikka. Sen avulla voidaan siirtää langattomasti dataa digitaalisten laitteiden välillä, kuten älypuhelimen ja kaiuttimen. Bluetooth tekniikan toimintamatka on noin kymmenen metriä. Yhteyden muodostamiseen ei tarvita kaapelia, eikä laitteiden tarvitse olla vastakkain. Luodessa bluetooth-yhteyden kahden laitteen välille, niistä muodostuu pari, jotka jatkossa muistavat aina toisensa.
(Sony 2019.)

2.4.4 QR koodi

QR-koodit ovat kaksiuloitteisia viivakoodeja, joita pystyy lukemaan kameralla varustetulla kännykällä, tablettitietokoneella, tavanomaisella tietokoneella tai erityisellä lukulaitteella. QR-koodi nimitys tulee sanoista Quick Responce. QR-koodit yhdistävät fyysisen- ja virtuaalisen maailman. QR-koodi pystyy sisältämään huomattavasti enemmän informaatiota, kuin perinteiset viivakoodit. QR-koodin sisältämä informaatio avaa pääsyn esimerkiksi internet-sivuille, teksti-informaatioon tai uutissyötteeseen. (Qr-koodi 2019.)

2.5 Etämaksaminen

Sana etämaksu tarkoittaa maksutapahtumaa, joka tehdään internetin tai etäviestintään käytettävän laitteen kautta (Lewik 2019). Etämaksaminen on laaja käsite, jonka sisään mahtuu esimerkiksi perinteinen laskun maksaminen nettipankissa. Digitalisoitumisen myötä etämaksamista on viety paljon eteenpäin, eikä nettipankki ole enää ainoa etämaksamisen vaihtoehto. Etämaksaminen on nopeaa ja turvallista. Maksu voidaan vahvistaa joko omalla henkilökohtaisella koodilla tai biometrisellä tunnistusmenetelmällä (Vertaa ensin 2019a). Biometrinen tunnistus tarkoittaa johonkin ihmisen ainutlaatuiseen biologiseen ominaisuuteen perustuvaa tunnistusta, esimerkiksi sormenjälkeä (Tepa 2019a). Etämaksu on mahdollista tehdä pöytäkoneelta tai kännykältä. Pankit tarjoavat laajan valikoiman erilaisia etämaksutapoja ja -sovelluksia. Pääperiaate niissä on kumminkin hyvin samankaltainen. (Vertaa ensin 2019b.)

Lähes kaikkien pankkien mobiilimaksusovelluksilla voi siirtää rahaa toisen ihmisen tilille, kun tiedossa on maksun saajan puhelinnumero tai hänellä on jo käytössä sama mobiilimaksusovellus. Siirrettäessä rahaa mobiilisti pankkitililtä toiselle, maksu veloitetaan tililtä heti. Jos maksamiseen käytetään sovellukseen liitettyä maksukorttia, maksu veloitetaan kuten muissakin korttimaksuissa, ja siirto näkyy pankkitilillä katevarauksena. Osassa mobiilimaksusovelluksissa on mahdollista ladata rahaa etukäteen niin sanottuun mobiililompakkoon pankkitililtä tai maksukortilta. (Elisa 2019.)

2.6 Lähimaksaminen

Sana lähimaksu tarkoittaa maksupäätetapahtumaa, joka rekisteröidään lähimaksupäätteeseen. (Tepa 2019b.) Lähimaksaminen on turvallinen, nopea ja helppo tapa maksaa pienempiä ostoksia kaupan kassalla. Voit käyttää lähimaksua, jos kortissasi ja kaupan maksupäätteessä on lähimaksusymboli, joka koostuu neljästä kaaresta, jotka kuvaavat langatonta yhteyttä. Lähimaksun yläraja nousi 25 eurosta 50 euroon huhtikuussa 2019. Tämä tarkoittaa sitä, että kaupoissa, kioskeissa ja muissa kassapäätteiden maksutapahtumissa voi maksaa vain korttia vilauttamalla maksupäätteeseen, jos ostosten yhteissumma on alle 50 euroa. (Vertaa ensin 2019b.)

Lähimaksutekniikka mahdollistaa myös mobiilimaksamisen uusimmilla älypuhelimilla tai -rannekkeilla, joissa on lähimaksuun tarkoitettu NFC-siru tai bluetooth-yhteys. NFC-sirun tai bluetooth-yhteyden avulla mobiililaite kommunikoi kaupassa maksupäätteen kanssa maksun suorittamiseksi. Mobiilimaksaminen vaihtelee hieman sovelluksesta toiseen, mutta periaate on kaikissa samanlainen. Sovellus klikataan auki tai kirjaudutaan siihen,

jos olet kirjautunut siitä ulos edellisen käyttökerran jälkeen. Jos olet liittänyt sovellukseen useampia kortteja, voit valita kortin, jolta maksuveloitus suoritetaan. Mobiililaite viedään maksupäätteen lähelle samalla tavoin kuin maksaessasi kortilla, jossa on lähimaksuominaisuus. Osassa sovelluksista maksu vielä vahvistetaan pyyhkäisemällä mobiililaitteen ruutua. (Elisa 2019.)

2.7 Kuluttajakäyttäytyminen

Sana kuluttaja tarkoittaa henkilöä, jolla on jokin tarve, joka tekee ostoksen ja tämän jälkeen kuluttaa ostoksensa. (Solomon 2015, 29.) Kuluttajakäyttäytymisessä tutkitaan yksilön tai ryhmän käyttäytymistä silloin, kun he etsivät, ostavat, käyttävät, hylkäävät, arvioivat, palveluita ja tuotteita, tyydyttääkseen heidän tarpeitaan tai halujaan. Kuluttajakäyttäytyminen antaa vastauksia siihen, miten yksilöt tekevät päätöksiä ja käyttävät heidän vapaana olevia resursseja. Kuluttajakäyttäytymistä tutkimalla voidaan selvittää mitä tuotteita, tai brändejä kuluttajat ostavat, miksi he ostavat, milloin he ostavat, mistä he ostavat, kuinka usein he ostavat, kuinka usein he käyttävät niitä, miten kuluttajat arvioivat ostoksiaan ostopäätöksen jälkeen ja ostavatko he tuotteita toistuvasti vai ei. (Schiffman & Wisenblit 2015, 30.)

Kuluttajakäyttäytyminen on jatkuva prosessi, eikä vain ostotilanne, jolloin kuluttaja maksaa haluamansa palvelun tai tuotteen. (Solomon, 2015, 29.) Monet tekijät vaikuttavat kuluttajien asiakaskäyttäytymiseen ja siitä seuraavaan ostopäätöksen tekemiseen. Käyttäytymistä ohjaavat maailman tilanne, yksilöiden elinpiiri ja ympäröivä yhteiskunta sekä markkinoivien yritysten toimet. Ostajien ostohaluun ja ostokykyyn vaikuttavat ostajan henkilökohtaiset ominaisuudet, jotka näkyvät lopullisissa valinnoissa. Kuluttajien demografisilla eli väestötekijöillä tarkoitetaan yksilöiden ominaisuuksia, joista monet ovat helposti selvitettävissä, mitattavissa ja analysoitavissa. Näitä niin sanottuja kovia tietoja käytetään markkinoiden kartoitukseen. (Bergström & Leppänen 2015, 94.)

2.7.1 Demografiset tekijät

Demografisilla tekijöillä tarkoitetaan väestötieteellisiä tekijöitä (Suomisanakirja, 2019). Näihin kuuluu esimerkiksi ikä, sukupuoli koulutustaso ja siviilisääty (Creammailer 2019). Demografisilla tekijöillä on tärkeä merkitys ostamista analysoitaessa. Ne selittävät osittain kuluttajien erilaisia motiiveja ja tarpeita, mutta tuotteen lopullista valintaa ne eivät täysin selitä. (Bergström & Leppänen 2015, 95.)

Bergström ja Leppänen (2015, 94) ovat listanneet tärkeimpiä demografisia tekijöitä:

- Ikä ja ikärakenne.
- Sukupuoli.
- Siviilisääty.
- Asuinpaikka ja asumismuoto.
- Perheen elinvaihe ja koko.
- Liikkuvuus maan sisällä sekä maahan- ja maastamuutto.
- Tulot.
- Käytettävissä olevat varat.
- Kulutus.
- Tuotteiden omistus.
- Ammatti.

Demografisten tekijöiden avulla pystytään jakamaan kuluttajia ryhmiin sen perusteella kuinka erilaisia tai samanlaisia he ovat suhteessa toisiinsa. Eri ikäryhmiin kuuluvilla kuluttajilla on hyvin erilaiset tarpeet ja halut. Kuluttajat, jotka kuuluvat samaan ikäryhmään eroavat toisistaan monella eri tavalla, mutta he yleensä jakavat jotain samoja arvoja ja kulttuurillisia kokemuksia, joita he kantavat mukanaan koko elämänsä. Sukupuoli määrittää hyvin aikaisessa iässä ostoksemme jakaen tuotteet suunnatuiksi joko tytöille tai pojille. Perheen rakenne vaikuttaa vahvasti siihen mitä tuotteita kuluttaja ostaa, esimerkiksi lapsiperhe kuluttaa luultavasti eri tuotteita kuin naimaton mies. Tutkimalla demografisia tekijöitä markkinat on helpompi segmentoida ja näihin kuuluville kuluttajille pystytään kohdentamaan tarkempaa ja henkilökohtaisempaa viestintää. (Solomon 2015, 30-31.)

2.7.2 Fysiologiset ja psykologiset tekijät

Fysiologiset tekijät ovat synnynnäisiä ja niiden täyttäminen ylläpitää ihmisten biologista olemassaoloa. Fysiologisia tekijöitä ovat esimerkiksi tarve ruokaan, veteen, happeen ja seksiin. Psykologisilla tekijöillä tarkoitetaan taas yksilön sisäisiä tekijöitä eli persoonallisia tarpeita, tapoja, kykyjä ja toimintamuotoja. (Bergström & Leppänen 2015, 96.)

Psykologiset tekijät opitaan vanhemmilta, sosiaalisesta ympäristöstä ja vuorovaikutuksesta muiden ihmisten kanssa. Psykologiin tarpeisiin luokitellaan esimerkiksi tarve arvostukseen, saavutuksiin, itsensä toteuttamiseen ja valtaan. Molemmat näistä tekijöistä vaikuttavat yksilön ostopäätökseen. Esimerkiksi jokainen ihminen tarvitsee kodin suojautuakseen ulkoisilta tekijöiltä, mutta siihen millaisen kodin yksilö hankkii vaikuttaa vahvasti hänen opitut psykologiset tekijät. (Schiffman & Wisenblit 2015, 84.)

2.7.3 Sosiaaliset tekijät

Sosiaalisia tekijöitä tarkasteltaessa tutkitaan kuluttajien käyttäytymistä sosiaalisissa ryhmissä sekä näiden viiteryhmien merkitystä asiakkaan ostamiseen ja päätöksentekoon. Viiteryhmillä tarkoitetaan kaikkia ryhmiä, joihin yksilöt haluavat samaistua. Sosiaalisista tekijöistä pystytään helposti mitata, millaisiin ryhmiin yksilö kuuluu ja mikä on hänen sosiaaliluokkansa. Haastavampaa on taas mitata pehmeää tietoa näistä tekijöistä eli, kuinka nämä eri ryhmät vaikuttavat yksilöön ja siihen, mitä hän ostaa. (Bergström & Leppänen 2015, 130.) Psykologisia tekijöitä ei pystytä täysin erottamaan sosiaalisista tekijöistä, sillä käyttäytyminen muokkaantuu vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Demografiset tekijät muokkaavat myös yksilön persoonallista toimintaa. (Bergström & Leppänen 2015, 96.)

Perustarpeiden tyydyttäminen on elämisen kannalta pakollista. Meidän on syötävä, juotava ja levättävä. Lisä- eli johdettujen tarpeiden tyydyttäminen tekee elämästä mukavamman ja silloin elämään halutaan lisätä muun muassa virkistystä, seikkailua, onnistumista ja statusta. (Bergström & Leppänen 2015, 97.)

2.8 Maksupalveludirektiivi PSD2

Maksupalveludirektiivi PSD2 eli Payment Service Directive tarkoituksena on saattaa erilaiset maksupalvelut entistä laajemman sääntelyn piiriin, sekä samalla saattaa maksupalvelujen sääntely vastaamaan markkinoilla tapahtunutta kehitystä. Suomessa direktiivi astui voimaan 13.1.2018. Maksupalvelulain soveltamisalaa laajennettiin tuomalla niin sanotut kolmannet palveluntarjoajat sääntelyn ja valvonnan piiriin. Uudet maksupalveluiden tarjoajat lajitellaan maksutoimeksiantopalveluiden ja tilitietopalveluiden tarjoajiksi. Tilinpitäjäpankkien on sallittava näille kolmansille palveluntarjoajille pääsy asiakkaiden tileille asiakkaan oman suostumuksen perusteella. Tämä tarkoittaa sitä, että maksutoimeksiantopalvelun- ja tilitietopalvelun tarjoajalla on oikeus hyödyntää maksutiliä pitävän pankin asiakkaalle tarjoamia vahvan tunnistamisen menettelyjä. Valvonnan piiriin tuli myös korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlasku toisen osapuolen tarjoamaan tiliin liitettynä. Maksupalveludirektiivin myötä tuli vaatimus asiakkaan vahvasta tunnistamisesta sähköisissä maksutapahtumissa kuten internet-maksamisessa ja maksutilin online-käytössä. Vaatimus asiakkaan vahvasta tunnistamisesta astui voimaan Suomessa 14.9.2019. (Finanssivalvonta 2019a.)

Aikaisemmin vahva tunnistaminen maksamisessa on perustunut Euroopan keskuspankin ja EBA:n internet-maksamista koskeviin turvallisuussuosituksiin eikä se ole ollut

jäsenmaille pakollista. Suomessa sitä on jo pidemmän aikaa yleisesti käytetty. Kuluttajan vastuuta pienennettiin maksuvälineen väärinkäytöstilanteissa, kun taas maksu-palveluntarjoajien palautusvastuu virhe/väärinkäytöstilanteissa kiristyi. Jos väärinkäytös tapahtuu kolmannen palveluntarjoajan palvelussa, pankki on ensisijaisesti velvollinen palauttamaan varat asiakkaalle. Palvelun tarjoaja on taas velvollinen korvaamaan pyynnöstä palautetun rahamäärän pankille. (Finanssiala 2019.)

2.8.1 Maksutoimeksiantopalvelu

Maksutoimeksiannon käynnistyspalvelu on palvelu, jossa maksaja voi antaa verkossa toimeksiannon tilisiirron toteuttamiseen maksajan tililtä, esimerkiksi verkkokaupassa. Käynnistyspalvelun tarjoaja välittää toimeksiannon pankille, joka toteuttaa maksutapahtuman ja siirtää rahat saajalle. Palveluntarjoaja saa käyttää, hankkia ja säilyttää vain maksajan pyytämän maksun toteuttamiseksi oleellisia tietoja. Tällä hetkellä vastaava maksaminen esimerkiksi kotimaisessa verkkokaupassa rakentuu maksunvälittäjän ja pankin väliseen sopimukseen. (Finanssiala 2019.)

2.8.2 Tilitietopalvelu

Tilitietopalvelun tarkoituksena on luovuttaa maksupalvelun käyttäjälle koottua tietoa tämän maksutileistä ja niiden tilitapahtumista reaaliaikaisesti. Palvelu on käytännöllinen erityisesti silloin, kun asiakkaalla on maksutilejä useassa eri pankissa. Kolmannella maksupalveluntarjoalla on oikeus päästä vain käyttäjän nimeämien maksutilien tietoihin ja niiden maksutapahtumiin. Palveluntarjoaja saa käyttää, hankkia ja säilyttää tietoja vain käyttäjän toimeksiannon vastaisen tilitietopalvelun suorittamiseksi. (Finanssiala 2019.)

Jatkossa kortilla maksamisen täytyy olla mahdollista muillakin kuin jo markkinoilla olevilla maksukorteilla. Tämä mahdollistaa uusien palveluntarjoajien omien korttien tuomisen markkinoille. Pankilla on velvollisuus antaa pyynnöstä tällaisenkin maksukortin liikkeellelaskijalle vahvistus asiakkaan tilin katteen riittävyydestä. Katevarausten tekeminen asiakkaan tilille tällaisista korttiostoista on kuitenkin kiellettyä pankeille. (Finanssiala 2019.)

2.8.3 Vahva sähköinen tunnistus

Vahvassa tunnistamisessa tunnistetaan maksuvälineellä maksun tekevä henkilö. Sen tarkoituksena on varmistaa, että maksun tekee todella se henkilö, jonka maksuväline on. Vahvaa tunnistamista tarvitaan, kun maksaja käyttää tiliään tietoverkon välityksellä, käynnistää sähköisen maksutapahtuman tai tekee muita toimia, joihin liittyy petoksen tai muun väärinkäytöksen uhka. Sähköisiä maksutapahtumia ovat esimerkiksi korttien

maksupäätetapahtumat ja verkkopankissa tehdyt tilisiirrot sekä verkkokaupassa maksaminen. Henkilön vahvaa tunnistamista ja turvallista tiedonvaihtoa maksupalveluosapuolien välillä säätelevä tekninen standardi hyväksyttiin tammikuussa 2018 ja se astui voimaan 14.9.2019.

Standardissa määritetään yksilön vahvan tunnistamisen elementit, jotka ovat:

- Jotakin, mitä vain käyttäjä voi tietää, esimerkiksi salasana.
- Jotakin, mitä vain käyttäjällä on, esimerkiksi henkilökohtainen matkapuhelin.
- Käyttäjän yksilöivä ominaisuus, eli biometrinen tunnistus.

Tunnistaminen katsotaan vahvaksi silloin, kun käytössä on kaksi näistä kolmesta elementistä. PSD2:n lähtökohta on, että kolmannet maksupalveluntarjoajat saavat hyödyntää palveluissaan samoja vahvoja tunnisteita, joita asiakas käyttää pankin omissa palveluissa. Tämä tarkoittaa Suomessa verkkopankkitunnuksia. Myös kolmansien maksupalveluntarjoajien on tunnistauduttava pankin rajapinnan kautta. (Finanssiala 2019.)

2.9 Fintech

Finanssiteknologia fintech on teknologiaa, jota käytetään pankki-, rahoitus-, vakuutus-, sijoitus- tai maksupalveluiden tuottamiseen. Sanaa käytetään myös ilmaisemaan kasvuyrityksiä, jotka hyödyntävät finanssiteknologiaa tarjoamissaan palveluissaan tai yrityksistä, jotka kehittävät uutta finanssiteknologiaa. (Finanssivalvonta 2019b.)

Meneillään oleva digitalisaatio muokkaa koko yhteiskunnan toimintatapoja ja rakenteita, muutos näkyy myös finanssialalla. Kiristyvä kilpailu, lainsäädännölliset muutokset ja asiakkaiden odotusten sekä toiveiden muuttuminen saavat finanssialan yritykset, eli fintech-yritykset kehittämään asiakkailleen uutta teknologiaa hyödyntävää palvelua ja tuotteita. (Finanssivalvonta 2019b.)

Suomessa on noin reilu 170 fintech-yritystä erilaisilla finanssialan sektoreilla, kuten esimerkiksi maksaminen, vakuutukset, rahoitus, finanssiohjelmistot, datan analysoiminen, varallisuudenhoito, henkilökohtaisen varallisuuden hallinta ja turvallisuus. Suomen vahvimpia fintech-yritysten toiminta-alueita ovat finanssiohjelmistot, rahoitus ja maksut. (Helsinkifintech 2019.)

Pankkien rakenne toimii perinteisillä IT-järjestelmillä ja toimintamalleilla. Vuorostaan fintech-yritykset tarjoavat moderneja digitaalisia palveluita, jotka on suunniteltu täyttämään tietyn asiakasryhmän tarpeet. Pankkien näkökulmasta kilpailu asiakkaista lisääntyy, koska

fintech-yritykset voivat tarjota räätälöityjä palveluita, joita ei ole ennen ollut tarjolla. Fintech-yritykset luovat uusia mahdollisuuksia maksamiseen, rahan lähettämiseen, lainaamiseen sekä investoimiseen. (Finanssialalle 2019.)

3 Mobiilimaksusovellukset

Tässä kappaleessa käymme läpi yleisesti käytössä olevia sekä kotimaisia, että ulkomaisia toimijoita ja heidän tarjoavia mobiilimaksusovelluksia. Avaamme sovellusten ominaisuuksia ja vertailemme niiden eroja.

3.1 Google Pay

Google on vuonna 1998 perustettu yritys, joka aloitti toimintansa tarjoamalla hakukonepalvelua. Nykyään Google on yksi maailman suurimpia yrityksiä ja se tarjoaa hakukonepalvelun lisäksi paljon muita palveluita. (Husky intelligence 2018.)

Google Pay on amerikkalaisen suuryhtiö Googlen tarjoama mobiilimaksupalvelu. Google Pay on ollut suomalaisten käytössä lokakuusta 2018. Sovellus löytyy lähes kaikista Android-puhelimista, ja se on kätevä tapa maksaa ostokset myymälöissä. Se toimii kuin lähimaksu, avaamalla vain puhelimen lukituksen ja viemällä se maksupäätteen lähelle. (Nordea 2019a.)

Käyttäjien halutessa ottaa maksutapa käyttöön mobiililaitteessa, heidän tulee yhdistää luotto- tai pankkikorttinsa Google Pay-sovellukseen, joka on saatavilla Google Play-kaupasta. Myös sovellusta tukevien pankkien mobiilipankeissa pystyy ottamaan maksupalvelun käyttöönsä. Suomessa palvelua tukevat Nordean ja Danske Bankin henkilö- ja yritysasiakkaiden Visa- ja Mastercard-kortit. Näiden pankkien lisäksi mukana on myös työsuhde-etujen maksuvälineitä tarjoava Edenred sekä digipankki Revolut. Pankkikortin lisäämisen jälkeen käyttäjän tarvitsee vain aktivoida puhelimen näyttö ja asettaa se lähellä lähimaksuominaisuudella varustettua NFC-maksupäätettä. (Mobiili 2018.)

Google Pay tuo yhteen kaikki Google-maksutavat. Käyttäjän lisätessä kortin tiedot kerran hän voi maksaa ostoksia kaupoissa puhelimellaan, tehdä ostoksia sovelluksissa ja verkkosivustoilla sekä ostaa Googlen tuotteita. Maksujärjestelmällä voi myös lähettää rahaa kavereille ja perheenjäsenille, mutta tämä toiminta on käytössä tällä hetkellä vain Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa. (Google 2019.)

3.2 Apple Pay

Apple on suuri yhdysvaltalainen yritys, joka suunnittelee, kehittää ja myy tietokoneita, elektroniikkaa ja ohjelmistoja. Applen suosituimpia tuotteita ovat iPhone-puhelimet, Mac-sarjan tietokoneet, iPad-tabletit ja Apple Watch-kellot. (Tyykijazz 2019.)

Apple Pay on Applen oma palvelu, joka tekee korttimaksamisen helpoksi, kaupoissa, sovelluksissa ja verkossa. Se mahdollistaa turvallisen tavan maksaa ostokset, iPhone-puhelimella, Apple Watch-kellolla, iPad-tabletilla tai Mac-tietokoneella. (Nordea 2019b.)

Apple Paylla maksaminen kivijalkakaupassa edellyttää maksupäätettä, jossa on lähimaksuominaisuus. Apple Pay käyttää maksun lähettämiseen yksilöllistä ostoskoodia ja laitekohtaista numeroa. Apple ei tallenna korttinumeroa laitteeseesi tai Applen omille palvelimille, ja kun maksat, Apple ei koskaan jaa korttinumeroasi kauppiaille. (Apple 2019b.) Apple Pay toimii tällä hetkellä tunnetuimpien pankkien tärkeimpien luotto- ja pankkikorttien kanssa ja pankkien määrä kasvaa jatkuvasti. Suomessa Apple Pay ominaisuutta tarjoaa Aktia, Nordea ja Danske Bank. (Apple 2019c.)

3.3 Mobilepay

Danske Bank on Kööpenhaminassa 1871 perustettu pankki, joka on tänä päivänä yksi pohjoismaiden suurimmista pankeista (DanskeBank 2019a).

Mobilepay on Danske Bankin Suomessa joulukuussa vuonna 2013 julkaisema sovellus, joka helpottaa rahan siirtoa. Mobilepaylla laskujen jakaminen, rahan pyytäminen tai kaverille maksaminen onnistuu vaivattomasti. Sovellukseen syötetään haluttu summa ja valitaan, haluaako pyytää rahaa vai lähettää rahaa. Tämän jälkeen pyyhkäisemällä pyyntö lähtee halutulle henkilölle tai vastaavasti rahat lähtevät tililtäsi valitsemallesi henkilölle.

Rahan siirtyminen Mobilepayn avulla henkilöltä toiselle edellyttää, että molemmilla on kyseinen sovellus käytössänsä ja, että sinulla kyseisen henkilön puhelinnumero tallennettuna puhelimeesi, jolta olet joko pyytämässä tai lähettämässä rahaa. Sovellus siis käyttää puhelinnumeroita yhteystietoina. Voit myös näppäillä numeron suoraan sovellukseen maksutapahtuman yhteydessä, jolloin sinulla ei tarvitse olla etukäteen numeroa tallennettuna puhelimeesi. Se on maksuton ja avoin kaikkien pankkien asiakkaille ja Suomen suosituin mobiilimaksusovellus. Sovelluksen käyttöön tarvitset suomalaisen matkapuhelinnumeron, suomalaisen pankkitilin, sekä tunnistautumiseen suomalaisen pankin pankkitunnukset. (Mobilepay 2019a.)

Sovelluksella voi myös maksaa ostokset heti kaupan kassalla. Myymälät voivat tarjota Mobilepay-maksamista kolmella erilaisella ratkaisulla. Maksaja voi maksaa käyttämällä myymälän viisi merkkistä lyhytnumeroa, joka näkyy myymälän Mobilepay-kyltissä. Asiakas näyttää maksutapahtuman kuitin kassalla, kun on hoitanut maksun sovelluksessa.

Toinen tapa hoitaa maksuja myymälässä Mobilepaylla on maksaa suoraan maksupäätteeseen tai valkoisen Mobilepay-tunnistimen avulla. Tällöin maksaja menee Mobilepay-sovellukseen ja laittaa puhelimesta bluetooth-toiminnon päälle. Maksaja laittaa puhelimensa maksupäätteen tai tunnistimen päälle, jolloin maksettava summa näkyy Mobilepay-sovelluksessa. Asiakas hyväksyy ja maksaa summan pyyhkäisemällä. Tämä maksutapahtuma siis edellyttää, että maksajan bluetooth-toiminto on oltava päällä, jotta hän voi suorittaa maksun.

Kolmas tapa maksaa on käyttää myymälän Mobilepay-tunnistimessa olevaa QR-koodia (Mobilepay 2019b). Maksaja kirjautuu Mobilepay-sovellukseen ja toimii seuraavasti:

- Kirjaudu Mobilepay-sovellukseen.
- Paina Maksa.
- Paina Skannaa QR-koodi ja pidä puhelinta QR-koodin päällä.
- Hyväksy maksu pyyhkäisemällä.

Mobilepay sovelluksella voi vastaanottaa ja siirtää 5 000 euroa kalenterivuodessa ja vuorokausikohtainen raja on 100 euroa. Vuorokausikohtaisen käyttörajan voi nostaa aina 500 euroon ja vuotuisen rajan 15 000 euroon asti sovelluksen asetuksista. (Danskebank 2019b.)

Suomalainen energiayhtiö Helen on ottanut käyttöönsä Mobilepay-laskutuksen omassa laskutus toiminnassaan. Laskut maksetaan samalla tavoin kuin muutkin maksutapahtumat Mobilepay-sovelluksessa; eli yhdellä pyyhkäisyllä. (Helen 2019.)

3.4 Pivo

OP Ryhmä on Suomen suurin finanssiryhmä, jonka liiketoiminta jakautuu kolmeen alueeseen, jotka ovat pankkitoiminta, vahinkovakuutustoiminta ja varallisuuden hoito (OP 2016).

Pivo on Suomen Osuuspankin oma maksusovellus kaikkien pankkien asiakkaille ja yksi tämän hetkisistä mobiilimaksu järjestelmistä suomalaisille käyttäjille. Sillä voi Mobilepayn tapaan jakaa kulut usean maksajan kanssa, pyytää rahaa sekä maksaa kaverin maksama lounas takaisin kätevästi suoraan sovelluksessa. (Pivo 2019a.)

Pivossa voit tilata esimerkiksi minkä tahansa Kotipizzan pizzan suoraan sovelluksesta sekä varata pöydän suosikki ravintolaan TableOnline-palvelun kautta. Pivo tekee myös yhteistyötä paikallisliikenteen kanssa. Voit ostaa kaupungin tarjoamia mobiililippuja

sovelluksesta ja päästä kulkuneuvon kyytiin näyttämällä lipun kuljettajalle. Julkisen liikenteen mobiililipussa on tällä hetkellä mukana 10 Suomen kaupunkia. Pivoon voi myös liittää digitaalisen opiskelijakortin ja hyödyntää kaikki saatavilla olevat opiskelijaedut. Tällä hetkellä mukana on yli 20 opiskelijajärjestöä. (Pivo 2019b.)

Pivon ominaisuuksiin kuuluu myös henkilökohtainen kulutuksen seuranta ja voit sovelluksella seurata rahatilannettasi. Osuuspankin asiakkaana voit tarkastaa korttien ja tilien saldot ja seurata kulutusta erilaisten kategorioiden avulla. (OP 2019.)

Pivo tukee Mastercardin Masterpass nimistä maksupalvelua. Masterpass ei ole itsenäinen sovellus, vaan se löytyy pankkien omien mobiilimaksusovellusten sisältä. Masterpass:iin voi tallentaa riippuen pankista, omia pankki- ja luottokortteja ja maksaa niillä verkossa. Maksun vahvistaminen tapahtuu aina pankin omassa mobiilimaksusovelluksessa. Masterpass osaa välittää yhteys- ja osoitetiedot kauppiaalle, jolloin kuluttajalla ei ole enää tarvetta tehdä erillistä rekisteröitymistä verkkokaupassa. (Qvik 2018.)

3.5 Nordea Wallet

Nordea on yksi pohjoismaiden vanhimmista pankeista ja sen toiminta on alkanut lähes 200 vuotta sitten (Nordea 2019c). Tänä päivänä Nordea on pohjoismaiden suurin finanssipalvelukonserni ja yksi Euroopan suurimmista pankeista (Nordea 2019d.).

Nordea Wallet on Nordean tarjoama mobiililompakkosovellus, joka on tarkoitettu helpottamaan asiakkaiden oman kulutuksen seuraamista. Sen käyttöönottoa varten tarvitaan iOS tai Android käyttöjärjestelmällinen mobiililaitteen ja Nordean tunnuslukusovellus. Sovellus luokittelee ja erottelee ostokset automaattisesti eri kategorioihin ja vertaa näitä aikaisempiin kuukausiin. Nordea Wallet sovellus mahdollistaa myös mobiilimaksamisen. Voit liittää sovellukseen kaikki Nordean tarjoamat pankki- ja luottokortit ja maksaa mobiililaitteellasi missä vain maksupäätteellä, jossa on lähimaksuominaisuus. (Nordea 2019e.)

Nordea Wallet tukee myös Mastercardin Masterpass maksupalvelua (Masterpass 2020). Nordea Wallet tukee Garmin ja Fitbit-Pay palveluita, joiden avulla älykello tai aktiivisuusranneke voidaan muuttaa maksuvälineeksi. Ostokset veloitetaan älykelloon kytketyltä maksukortilta. Nordea Walletilla maksaminen vaatii aina älylaitteen PIN-koodin, sormenjäljen tai kasvojen tunnistuksen. Mitään ylärajaa älylaitteen lähimaksuominaisuudella maksamisella ei ole. (Nordea 2019e.)

3.6 Siirto

Siirto ei ole itsenäinen sovellus älypuhelimeen, vaan suomalaisten pankkien yhteisyhtiö Automatian maksujärjestelmä, joka toimii pankkien omilla sovelluksilla (Qvik 2018).

Otto-pankkiautomaatteja ylläpitävä Automatia on kehittänyt uuden avoimen Siirto mobiilimaksujärjestelmän. Siirto-maksujärjestelmä mahdollistaa reaaliaikaisen rahansiirron eri pankkien ja maksupalveluntarjoajien välillä. Pankit ja muut maksupalveluntarjoajat tuovat asiakkaitten saataville erilaisia Siirto-maksujärjestelmää hyödyntäviä sovelluksia, jotka tekevät maksamisesta helpompaa. Tällä hetkellä Siirto-käyttäjiä on noin 800 000. Siirto-maksujärjestelmässä reaaliaikainen rahansiirto tililtä toiselle tapahtuu perinteisen tilinumeron sijaan puhelinnumeron perusteella. Tietoturvan varmistamiseksi Siirto-teknologian hyödyntäminen edellyttää aina asiakkaan vahvaa tunnistamista. Ennen rahansiirron vahvistamista maksaja näkee puhelinnumeroon liitetyn luotettavasti tunnistetun vastaanottajan nimen. Maksaja hyväksyy siirron ja rahat välittyvät saman tien maksunsaajalle. Kauppiaat voivat Siirto-maksujärjestelmän avulla tarjota korttimaksamisen rinnalle uuden käteistä helpomman sekä kustannustehokkaamman maksutavan. Tällä hetkellä Siirto-palvelu toimii Nordean ja OP:n tilien välillä. Siirron käytöstä maksavat Automatialle sitä hyödyntävät pankit ja muut. (Siirto 2019.)

4 Tutkimusstrategiat

Tässä kappaleessa kerrotaan tutkimuksen menetelmällisistä ratkaisuista. Tutkimusstrategiat ovat tutkimuksen toteutusta ohjaavia periaatteita. (Jyväskylän Yliopisto 2019a.)

4.1 Empiirisen- ja teoreettisen tutkimuksen aloittaminen

Empiirinen tutkimus pohjautuu kokemukseen tutkimuskohteesta. Empiirisessä tutkimuksessa tulokset saadaan selville tekemällä suoria havaintoja tutkimuskohteesta ja analysoimalla sekä mittaamalla sitä. (Jyväskylän Yliopisto 2019b.)

Teoreettinen tutkimus perustuu tutkittavaan kohteeseen perehtymiseen ajatusrakennelmien kautta. Teoreettisessa tutkimuksessa ei kerätä uutta tietoa vaan perehdytään aiempaan tutkimukseen ja pyritään sen perusteella hahmottamaan käsitteitä, malleja ja selityksiä. (Peda 2019.)

4.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimus lähtee liikkeelle jostakin ideasta, jota halutaan tutkia. Tutkittavan aiheen tulee olla riittävän tiivis, mutta mikä tahansa pieni yksityiskohta ei ole vielä riittävä muodostamaan tutkimusta. Tutkimusideaan perustuen tutkimukselle muodostetaan aiheeseen sopiva kysymys, johon halutaan saada vastaus tutkimuksen avulla. Kysymyksen tulee olla tarkka sekä selkeästi muotoiltu. Tutkimuskysymys tarkentaa, mitä tutkimuksessa tehdään, miten ja mistä näkökulmasta. Tarkentaakseen tutkimuskysymystä, tutkimukselle voidaan asettaa lisäkysymyksiä, jotka täsmentävät pääkysymystä ja tarkentavat samalla tutkimusaiheen rajauksen.

Tutkimuskysymys määrittää aineistoa ja aineisto määrittää tutkimuskysymystä. Näiden kahden tulee olla linjassa toistensa kanssa, sillä aineiston tehtävänä on vastata tutkimuskysymykseen. Tutkimusprosessin aikana tutkimuskysymystä voi muuttaa joissain tapauksissa, jotta aineisto ja tulokset toimivat tutkimuksen kannalta loogisesti. Mikäli tutkimuksessa päätyy muuttamaan tutkimuskysymystä, muutosprosessia on tarpeellista kuvata osana tutkimusprosessia. (Spoken 2020.)

4.3 Määrällinen ja laadullinen tutkimus

Määrälliset ja laadulliset tutkimukset ovat tutkimusmenetelmiä, joita yhdistämällä voi saada tutkittavista kohteista syvällisiä ja laajoja tuloksia. Määrällisistä tiedoista saadaan

luvut, jotka todistavat tutkimuksen laajemmat näkökulmat. Laadullinen tieto antaa syvällisempiä yksityiskohtia, joita tutkimalla ymmärtää johtopäätöksien merkityksen. (Surveymonkey 2020.)

Määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus on menetelmäsuuntaus, jota käytetään tieteellisessä tutkimuksessa. Määrällisessä tutkimuksessa ollaan usein kiinnostuneita erilaisista vertailusta, luokittelusta, syy- ja seuraussuhteista ja numeerisiin tuloksiin perustuvan ilmiön selittämisestä. (Jyväskylän Yliopisto 2019c.)

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, jossa pyritään ymmärtämään tutkittavan kohteen ominaisuuksia, laatua ja merkitystä kokonaisvaltaisesti. Laadullista tutkimusta pystytään toteuttamaan monella erilaisella menetelmällä. Näiden menetelmien yhteisenä piirteenä voidaan pitää tutkittavan kohteen esiintymisympäristöön, taustaan, merkitykseen ja tarkoitukseen, kieleen sekä ilmaisuun liittyvät näkökulmat. (Jyväskylän yliopisto 2020d.)

Nämä kaksi tutkimusmenetelmää toimivat yhdessä erittäin hyvin, eivätkä ne ole ristiriidassa toistensa kanssa. Nykyään, kun on mahdollista tuottaa eri menetelmiä käyttäen paljon dataa, niin tilastot ja luvut muodostavat vahvan perustan, jonka pohjalta voi tehdä johtopäätöksiä. Nämä johtopäätökset eivät kuitenkaan ole täydellisiä ilman oikeilta ihmisiltä kerättyjä tietoja, jotka antavat luvuille merkityksen ja paljastavat näkymättömiksi jääneitä tuloksia.

Yhdistäessä nämä kaksi tutkimusmuotoa, laadullinen tutkimus on lähes aina alkupiste, kun haetaan uusia ongelmia ja mahdollisuuksia. Se auttaa tekemään syvällisempää tutkimusta tutkimuksen myöhemmässä vaiheessa. Määrälliset tiedot lukuineen ja numeroineen antavat vahvistuksen kullekin ongelmalle tai mahdollisuudelle ja auttavat ymmärtämään sitä. (Surveymonkey 2020.)

Tätä opinnäytetyötä tehdessä on käytetty apuna kvalitatiivista- sekä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Hakiessamme vastauksia opinnäytetyön päätutkimuskysymykseen, eli siihen, miten nuoret kuluttajat tuntevat ja käyttävät nykyisiä mobiilimaksusovelluksia. Olemme muotoilleet osan kyselytutkimuksen kysymyksistä strukturoiduiksi, koska me halusimme aineistostamme tilastollisia vastauksia, joista olisi helppo muodostaa johtopäätöksiä päätutkimuskysymyksen tueksi.

Päätutkimuskysymystä täsmentämään ja tutkimuksen rajauksen helpottamiseksi teimme myös lisäkysymyksiä. Näihin lisäkysymyksiin saimme kyselytutkimuksen avulla laadullisempia vastauksia tekemällä osasta kysymyksistä strukturoimattomia ja vapaampia. Täysin avoimia kysymyksiä kyselytutkimuksessa ei ollut, mutta hyvä tapa oli käyttää strukturoidun ja avoimen kysymyksen välimuotoa, jossa valmiiden vastausvaihtoehtojen jälkeen kysymykseen sai vastata avoimesti. Näin saimme selville vaihtoehtoja, joita ei välttämättä tullut tutkimusprosessin aikana ajatelleeksi. Niin kuin lisäkysymystenkin, näiden avoimempien kysymysten tarkoituksena on ollut antaa tutkittavalle aiheelle laadullisempaa sekä sitä kautta syvällisempää aineistoa.

4.4 Tiedonkeruutavat

Tiedonkeruutavalla tarkoitetaan kokonaisuutta, jossa määritetään tiedonantajien valinta ja se, millä tavoin tieto kerätään tiedonantajilta. Määrittäviä tekijöitä ovat tutkimuksen laatu, tavoitteet, tietosisältö, tutkimuskohteiden valinta eli otanta sekä tavoiteltu vastausosuus. Tiedonkeruutapa vaikuttaa myös tutkimuksen laatuun sekä tutkimuslomakkeen toteuttamiseen ja suunnitteluun. Eri tiedonkeruutavat tuottavat varsin erilaiset otoskoot. (Tilastokeskus 2020.)

Survey on tutkimusstrategia, jonka tarkoituksena on koota haastattelu- tai kyselymenetelmillä tietoa suurehkosta määrästä edustavalla satunnaisotannalla valituista tutkimuskohteista. Tämän strategian lähtökohtana on tiettyjen ominaisuuksien, ilmiöiden tai tapahtumien yleisyyden, esiintymisen tai jakautumisen selvittäminen. Saadut tulokset pyritään yleistämään saadusta otoksesta koko tutkimuksen perusjoukkoon. Survey-tutkimus voidaan toteuttaa käyttäen erilaisia analyysimenetelmiä. (Tilastokeskus 2007.)

4.5 Otos- ja otantamenetelmät

Empiirisen tutkimuksen mittauksen kohteita kutsutaan havaintoyksiköiksi ja niiden muodostamaa kokonaisuutta kutsutaan tutkimuksen perusjoukoksi. Varmin tapa saada kaikkein määrällisintä tietoa tutkimuskohteista olisi mitata tutkimuksen halutut ominaisuudet jokaisesta tutkimuksen perusjoukkoon kuuluvasta havaintoyksiköstä, mutta tämä on usein mahdotonta sen vaatimien resurssien vuoksi. Tämän takia tutkimuksessa usein keskitytään perusjoukkoa pienemmän joukon tutkimiseen. Tämä havaintoyksikköjoukko valitaan satunnaisesti ja sitä nimitetään otokseksi. Tutkimusten tilastollisten johtopäätöksien pätevyyteen vaikuttaa miten hyvin otoksen valinta eli otanta on suoritettu. (KvantiMOTIV 2003.)

Nykyään käytössä olevia otantamenetelmiä kutsutaan todennäköisyysotannan menetelmiksi ja ne perustuvat satunnaistamiseen. Näiden otantamenetelmien vahvuutena on niiden yleistettävyys perusjoukkoon sekä mahdollisuus laskea tulosten luotettavuutta kuvaavia lukuja. Käytettävän otantamenetelmän valintaan vaikuttaa esimerkiksi tutkimusasetelma, perusjoukon ominaisuudet, tiedonkeruutapa, tutkittava ilmiö ja kustannukset. (Tilastokeskus 2007.)

Otantamenetelmiä voidaan jaotella usealla erilaisella tavalla. Yksi jaottelutapa perustuu siihen, poimitaanko suoraan perusjoukon yksiköitä eli alkioita vai niiden yhdistelmiä. Näitä yhdistelmiä kutsutaan ryppäiksi. Alkiotason otantamenetelmät ovat tilastotieteellisesti yleensä suhteellisen helposti toteutettavissa sekä tehokkaita. Ryväsotannan menetelmät eivät välttämättä ole yhtä tehokkaita tilastollisesti, mutta ne ovat usein kohtuullisempia kustannuksiltaan kuin alkiotason otantamenetelmät. (Tilastokeskus 2007.)

Yksinkertainen satunnaisotanta on otannan perusmenetelmä, jossa jokaisella perusjoukkoon kuuluvalla alkiolla on poimintahetkellä yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi otokseen. Otanta perustuu kullekin alkiolle asetettuun satunnaislukuun ja minkäänlaista lisäinformaatiota ei käytetä hyödyksi. (Tilastokeskus 2007.)

Systemaattinen otanta tarkoittaa, että otosalkiot valitaan tasavälein läpi koko otantakehikon. Kyseistä otantamenetelmää käytettäessä ainoa lisäinformaatio sisältyy perusjoukon lajittelujärjestykseen. Perusjoukon alkioiden ollessa satunnaisjärjestyksessä, saadaan yksinkertaista satunnaisotantaa vastaava otos. (Tilastokeskus 2007.)

Lumipallo-otanta tarkoittaa otantamenetelmää, jossa tutkijalla on aluksi joku avainhenkilö, joka johdattaa hänet toisen tietolähteen luokse. Tutkimusaineisto kerätään siten, että tutkija etenee tietolähteestä toiseen aina, kun hänelle uusia esiintyy. (KvaliMOTV 2020.)

Rypäällä tarkoitetaan perusjoukon osajoukkoa, kuten toimipaikkaa, koulua, kotitaloutta tai vastaavaa yksikköä, joka sisältää tutkittavat alkiot. Ryväsotantana voidaan pitää esimerkiksi henkilöiden työoloihin liittyvää tutkimusta, jossa otokseen poimitaan yrityksiä tai muita yhteisöjä, joiden yksilöitä tutkitaan. Rypään muodostaa yritys, ja tutkimusyksikkönä on työntekijä. Jos kaikki poimittuihin ryhmiin kuuluvat yksilöt tutkitaan, on kyseessä yksiasteinen ryväsotanta. Jos kaikkia poimitun ryhmän sisältämiä tutkimusyksiköitä ei tutkita, on kyseessä kaksiasteinen ryväsotanta. (Tilastokeskus 2007.)

Monimutkaiset otantamenetelmät sisältävät eri menetelmien yhdistämisestä. Yleensä kyseessä on moniasteinen ositettu ryväsotanta, jossa poiminta täsmennetään isompiin alue- tai muihin luokitteleviin yksiköihin. Varsinaisten tutkimusyksiköiden poiminta tapahtuu lähes aina yksinkertaista satunnaisotantaa tai systemaattista otantaa käyttäen. (Tilastokeskus 2007.)

4.6 Reliabiliteetti ja validiteetti

Validiteetti kuvaa sen, miten hyvin tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä mittaa juuri sen kyseisen tutkittavan ilmiön ominaisuutta, mitä on tarkoitus mitata. Reliabiliteetti ilmaisee, miten luotettavasti sekä toistettavasti käytetty tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä. (Jyväskylän yliopisto 2009.)

Validiteetti on tutkimuksessa hyvä silloin, kun tutkimuksen havaintoyksiköt sekä kysymykset ovat oikeat. Arvioidessa validiteettia kohdistetaan huomio kysymykseen, kuinka hyvin tutkimus ja siinä käytetyt menetelmät vastaavat sitä ilmiötä, jota halutaan tutkia. Sovellettavan tutkimusotteen ollessa validi, sen tulee tehdä oikeutta tutkittavan ilmiön kysymyksenasettelulle ja olemukselle.

Reliabiliteetti on tutkimuksessa hyvä silloin, kun tulokset eivät ole sattuman aiheuttamia. Jos tutkimus uusittaisiin, tulisi samoissa olosuhteissa saada samat tulokset. Tämä edellyttää, että tutkimuskyselyn kysymysten tulee olla yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä sekä mahdollisten haastatteluiden tulee olla huolellisesti suunniteltu sekä toteutettu. (Jyväskylän yliopisto 2009.)

5 Tutkimustulokset

Tässä luvussa keskitytään analysoimaan toteutetun kyselyn tuloksia. Aluksi käydään läpi vastaajien taustatietoja koskevat kysymykset, johon kuuluvat sukupuoli, asuinpaikka ja ikä. Tämän jälkeen analysoimme syventäviä kysymyksiä, joiden tarkoitus oli selvittää nuorten tietoisuutta mobiilimaksusovelluksista ja antaa tietoa, kuinka he niitä käyttävät.

5.1 Tutkimuskyselyn taustatiedot

Tutkimuksemme perusjoukko muodostui nuorista 15-30-vuotiaista suomalaisista kuluttajista. Tiedonkeruumenetelmäksi valitsimme internet-tutkimuksen ja otantamenetelminä toimi yksinkertainen satunnaisotanta, ryväsotanta, lumipallo-otanta sekä näiden menetelmien yhdistelmät. Tutkimukseen vastasi ja sen otokseksi muodostui 223 henkilön ryhmä. Näistä vastaajista 146 oli naisia ja 75 miehiä ja heidän lisäksi kaksi muun sukupuoliryhmän edustajaa. Toteutimme Webropol kyselyn loka- marraskuun vaihteessa. Asetimme tutkimuskyselylle noin kuukauden mittaisen aikaikkunan ja saimme tämän aikana tyydyttävän määrän vastauksia. Lähetimme kyselytutkimuksemme internet-linkkiä mobiilisti whatsapp-sovelluksen välityksellä tutkimuksen kohderyhmään kuuluville henkilöille sekä korkeakoulumme Haaga-Helia välitti sen sähköpostitse liiketalouden koulutusohjelman opiskelijoille.

5.2 Vastaajien taustatiedot

Kysymys numero yksi koski vastaajien sukupuolta.

Vastaajien määrä: 223

Taulukko 1. Vastaajien sukupuoli

	n	Prosentti
Nainen	146	65%
Mies	75	34%
Muu	2	1%

Kyselytutkimukseen vastasi 223 henkilöä ja sen tarkoituksena oli selvittää kyselyyn vastanneiden henkilöiden sukupuolijakauma. 65% vastaajista oli naisia, 34% miehiä ja 1% edusti muita sukupuoli ryhmiä. Miehet olivat tutkimuksen alkuvaiheessa yliedustettuja, mutta tutkimuksen lopuksi naisvastaajia tuli kaksinkertainen määrä verrattuna miesvastaajiin. Tämä johtui luultavasti siitä, että kyselytutkimuslinkki jaettiin sosiaalialan ammattikorkeakoulun opiskelijoiden whatsapp-ryhmään, ja tällä alalla sukupuolijakauma on yleisesti enemmän naispainotteinen (Stat 2018). Kummatkin sukupuolet ovat kuitenkin kohtuullisen hyvin edustettuina.

Toisessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien asuinpaikkaa.

Vastaajien määrä: 223

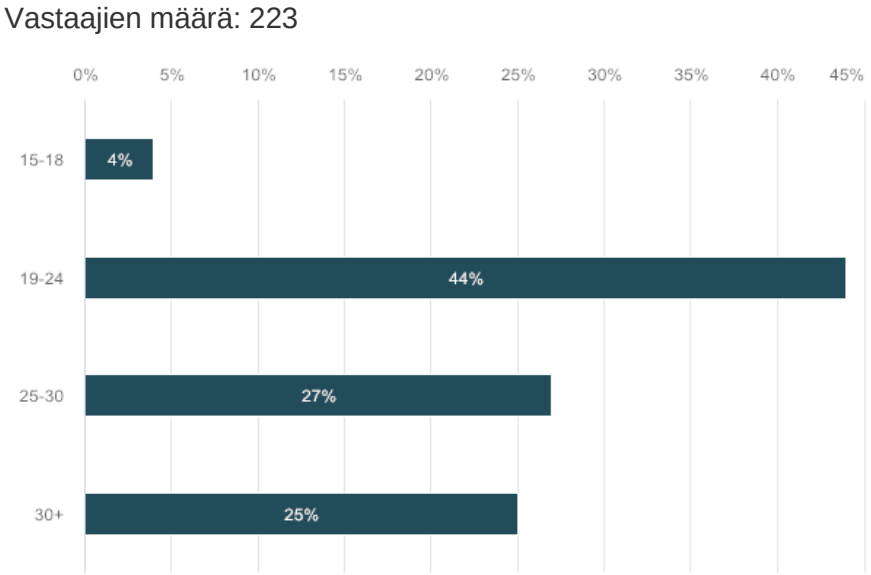
Taulukko 2. Vastaajien asuinpaikka

	n	Prosentti
Helsinki	104	47%
Vantaa	14	6%
Espoo	10	4%
Muu, mikä?	95	43%

Toisessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien asuinpaikkaa. Vastausvaihtoehdot olivat Helsinki, Vantaa, Espoo ja muu paikkakunta. Vastauksista tuli 104 Helsingissä asuvilta henkilöiltä, mikä on 47% vastaajista. Vastauksista 95 tuli pääkaupunkiseudun ulkopuolisilta paikkakunnilta mikä oli 43% vastaajista. Vantaalta vastauksia tuli 14 mikä on 6%

vastaajista ja Espoosta 10 mikä on 4% vastaajista. Haimme tarkoituksella vastaajia pääkaupunkiseudulta ja pääkaupunkiseudun ulkopuolisilta paikkakunnilta, jotta saisimme hajontaa vastaajiin ja näkisimme vaikuttaako asuinpaikkakunta vastauksiin. Keräsimme vastauksia pääkaupunkiseudun ulkopuolelta jakamalla tutkimuskyselymme linkin Porvoon Haaga-Helian liiketalouden opiskelijoille ja whatsappin välityksellä henkilöille, joiden tiesimme asuvan pääkaupunkiseudun ulkopuolella, sekä kehotimme heitä jakamaan tutkimuskyselymme linkkiä kohderyhmään sopiville henkilöille. Tähän kysymykseen olisi voinut lisätä ”Porvoon valmiiksi” vaihtoehdoksi, koska jaoimme linkin Porvoon Haaga-Heliaan.

Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää.



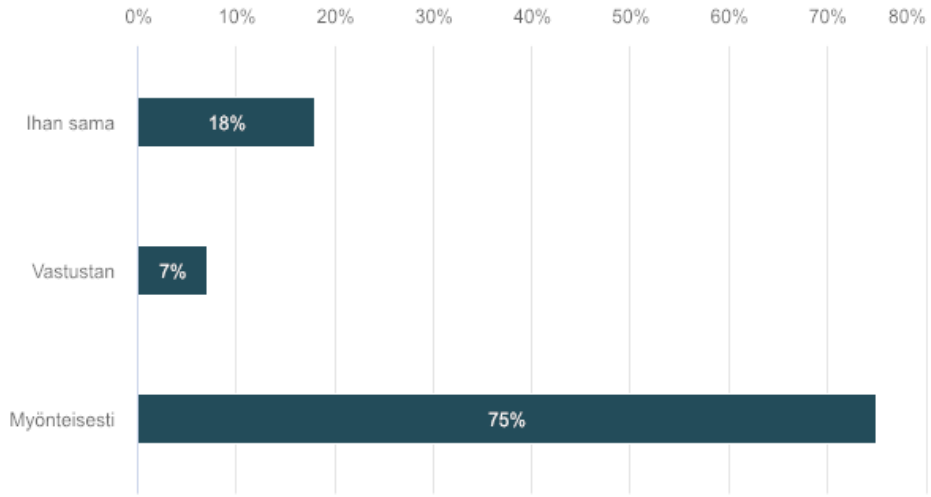
Kuva 3. Vastaajien ikä

Kyselyyn vastanneet jaettiin neljään ikähaarukkaan helpottaakseen kyselytutkimuksen analysoimista. Vastaajista 44% oli 19-24-vuotiaita, 27% 25-30-vuotiaita, 25% +30-vuotiaita ja 4% 15-18-vuotiaita. Enemmän vastaajia olisi kaivattu 15-18 vuotiaiden ikäryhmään.

5.3 Syventävät kysymykset

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin, miten suhtaudut maksamisen digitalisoitumiseen.

Vastaajien määrä: 223

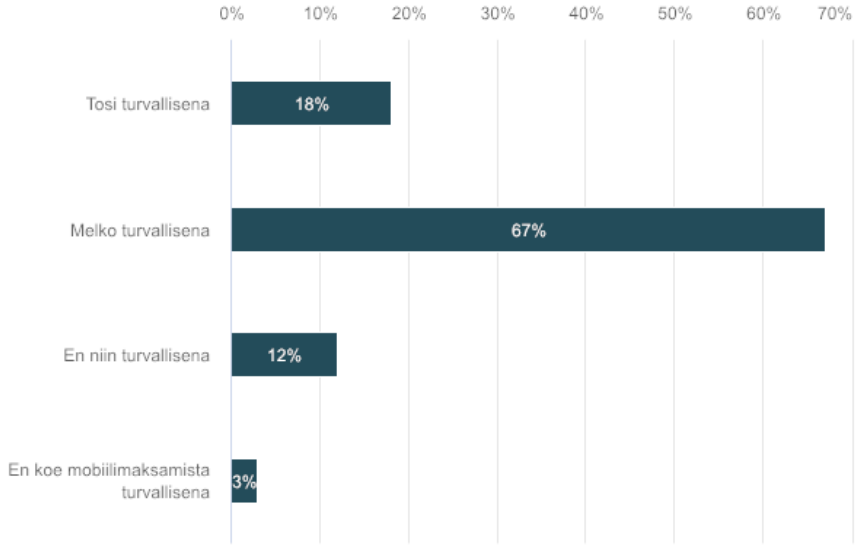


Kuva 4. Miten suhtaudut maksamisen digitalisoitumiseen

75% vastanneista suhtautuu maksamisen digitalisoitumiseen myönteisesti. 17% vastaajista sanoi maksamisen digitalisoituminen olevan ”ihan sama”. Loput 7% vastaajista vastustaa maksamisen digitalisoitumista.

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin, miten turvallisena koet mobiilimaksamisen.

Vastaajien määrä: 223

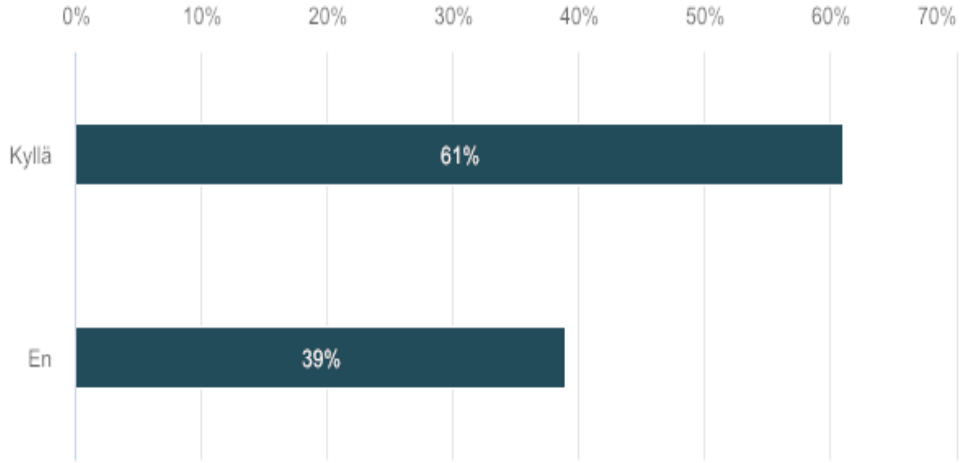


Kuva 5. Miten turvallisena koet mobiilimaksamisen

Taulukosta näemme, että 67% vastaajista kokee mobiilimaksamisen melko turvallisena ja 18% kokee sen tosi turvallisena. 12% vastaajista ei koe mobiilimaksamista kovin turvallisena ja loput eivät koe sitä lainkaan turvallisena. Tästä voimme päätellä, että enemmistö vastanneista kokee mobiilimaksamisen enimmäkseen turvallisena, mutta pientä epäluottamusta löytyy vielä vastanneiden keskuudesta.

Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin, voisivatko vastaajat nähdä hoitavansa kaiken maksamisen mobiilisti tulevaisuudessa.

Vastaajien määrä: 223

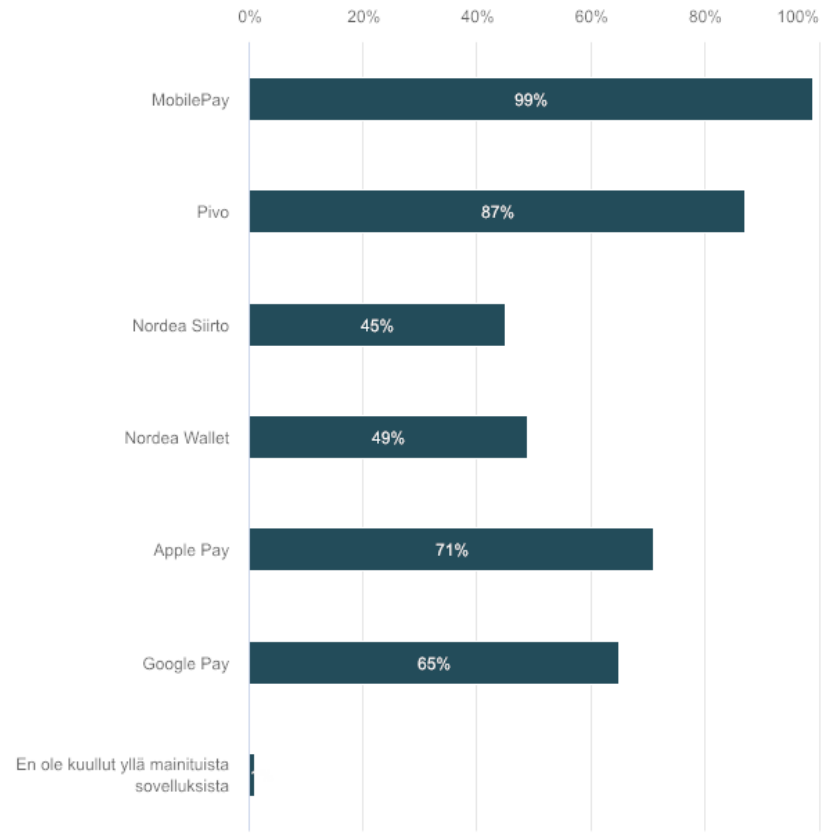


Kuva 6. Voisitko nähdä hoitavasi kaiken maksamisen mobiilisti tulevaisuudessa

Kaksi kolmasosaa vastaajista näkevät voivansa hoitaa kaiken maksamisen tulevaisuudessa pelkästään mobiililla. Loput vastaajista eivät usko hoitavansa kaikkea maksamista tulevaisuudessa pelkästään mobiililla.

Seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin, mistä mobiilisovelluksista vastaajat olivat kuulleet.

Vastaajien määrä: 223, valittujen vastausten lukumäärä: 930

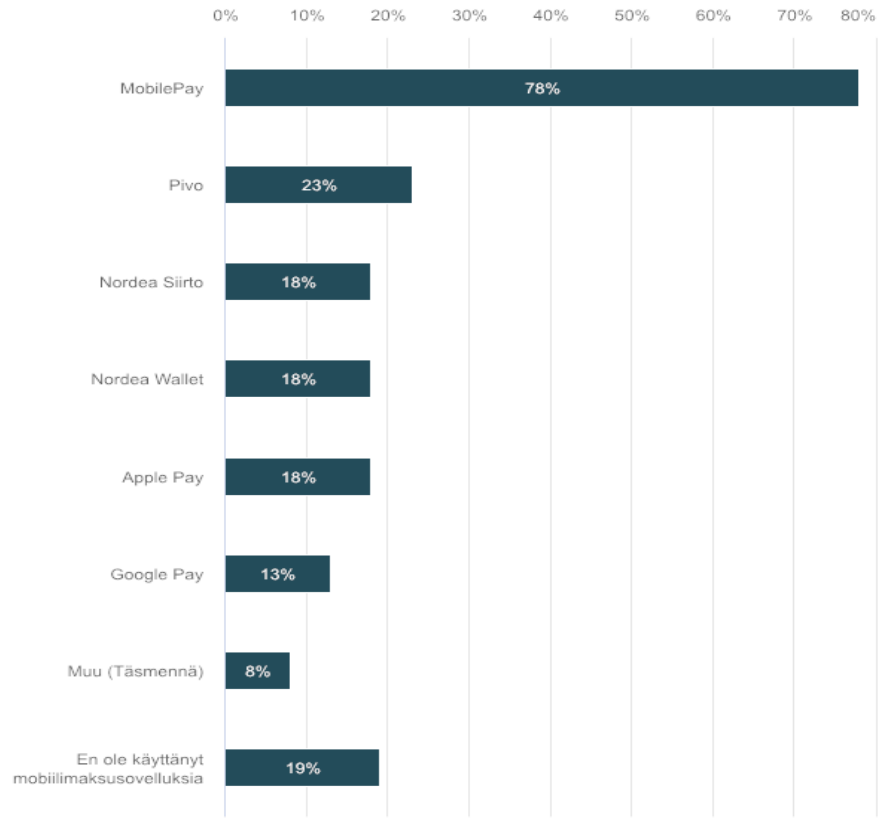


Kuva 7. Mistä seuraavista mobiilimaksusovelluksista olet kuullut

Seuraava kysymys oli monivalintakysymys. Kaikki kyselyyn valitut mobiilimaksusovellukset ovat melko tunnettuja vastanneiden keskuudessa. Taulukosta voidaan todeta, että Mobilepay on ylivoimaisesti tunnetuin mobiilimaksusovellus ja lähes kaikki kyselyyn vastanneista oli kuullut kyseisestä sovelluksesta. Toiseksi tunnetuin mobiilimaksusovellus oli Pivo, jonka tietää 87% kaikista kyselyyn vastanneista. Ulkomaisista mobillimaksusovelluksen palveluntarjoajista Apple Pay:n tiesivät 71% vastanneista henkilöistä ja Google Payn tiesivät 64% vastanneista henkilöistä. Nordea Wallet ja Nordea Siirto olivat huomattavasti vähemmän tunnettuja sovelluksia aikaisempiin sovelluksiin verrattuna. Vain 49% vastanneista tiesivät Nordea Walletin ja 45% Nordea Siirto sovelluksen. Vain 1% vastanneista ei ollut kuullut laisinkaan yllämainituista sovelluksista. Tästä voimme päätellä, että lähes kaikki vastanneista olivat kuullut Mobilepay sovelluksesta ja yli kolme neljäsosaa vastanneista oli kuullut ainakin jostain toisesta mobiilisovelluksesta Mobilepayn lisäksi.

Kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin, mitä seuraavista mobiilimaksusovelluksista käytät tai olet käyttänyt?

Vastaajien määrä: 223, valittujen vastausten lukumäärä: 438



Kuva 8. Mitä seuraavista mobiilimaksusovelluksista käytät tai olet käyttänyt

Tämä kysymys oli monivalintakysymys. Kyselyyn vastanneista ylivoimaisesti eniten käytetty mobiilimaksusovellus oli Mobilepay, jota käyttää tai oli käyttänyt 78% vastaajista. Lähes kaikki tutkimukseen vastanneista tiesi Mobilepay sovelluksen, joten on hyvin loogista, että sovellus on myös eniten käytetty vastaajien keskuudessa. Toiseksi eniten käytetty mobiilimaksusovellus oli Pivo, jota käyttää tai on käyttänyt 23% vastanneista. Pivon tiesi 87% kyselyyn vastanneista (kysymys 7), mutta sovellusta käyttää tai on käyttänyt vain vähän yli yksi viidesosa vastanneista. Mobilepayn ja Pivon tunnettavuudessa on vain 12% ero, mutta Pivon käyttöaste on huomattavasti pienempi verrattuna Mobilepayn käyttöasteeseen. Siirto ja Nordea Wallet sovellusta käyttää tai on käyttänyt 18% vastaajista (kysymys 7). Nordea Wallet sovelluksen tiesi 49% vastaajista ja Siirron 45%. Tämä tarkoittaa sitä, että Siirto-sovellus oli suhteessa tunnettavuuteen toisiksi eniten käytetty mobiilimaksusovellus ja Nordea Wallet kolmanneksi eniten.

Apple Pay sovellusta käyttää tai on käyttänyt 18 % ja Google Pay sovellusta 13% vastanneista. Apple Pay oli kolmanneksi tunnetuin mobiilimaksusovellus 71% ja Google Pay neljänneksi tunnetuin 65% (kysymys 7). Suhteessa näiden kahden sovelluksen käyttöaste oli vielä varsin pientä. 19% vastanneista ei ole käyttänyt mitään yllä mainittuja mobiilimaksusovelluksia. Muita, kuin kyselyssä valmiiksi lueteltuja mobiilimaksusovelluksia käyttää

tai on käyttänyt vain 8% vastaajista. Vastaajat olivat käyttäneet seuraavia sovelluksia yllämainittujen lisäksi: Paypal, Whim, Weshare, Klarna, Nordea Mobile, Elisa Wallet, Alipay, Paytrail, Aktia Wallet, Op Mobiili (liite 2).

Yhdeksännessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka usein vastaajat käyttävät mobiilimaksusovelluksia.

Vastaajien määrä: 181

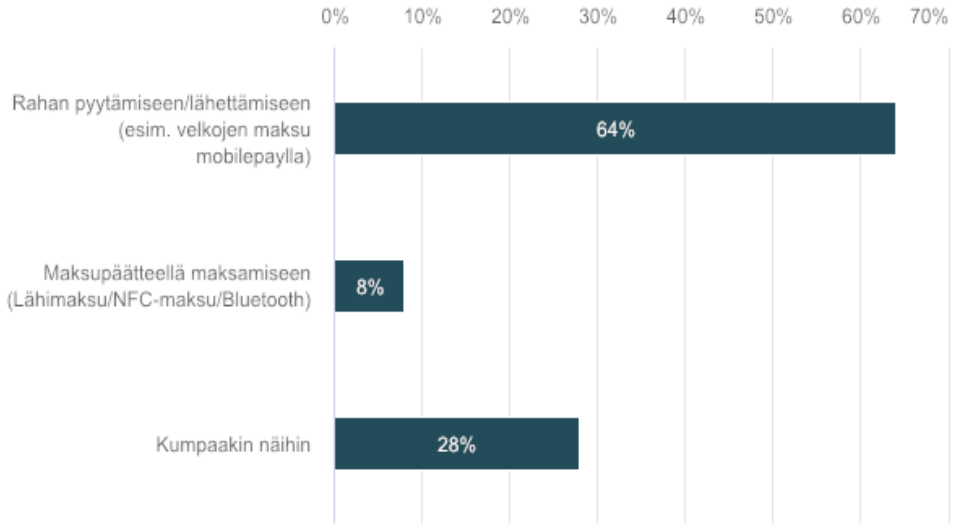
Taulukko. 6 Kuinka usein käytätä mobiilimaksusovelluksia

	n	Prosentti
Päivittäin	40	22%
Muutaman kerran viikossa	57	32%
Kerran viikossa	36	20%
Keskimäärin kerran kuukaudessa	44	24%
En lainkaan	4	2%

Tämä kysymys esitettiin vain niille vastaajille, jotka käyttävät tai ovat käyttäneet jotain mobiilimaksusovellusta. Vastauksia tuli yhteensä 182 kappaletta. 22% vastaajista käyttää vähintään jotain mobiilimaksusovellusta päivittäin. 32% vastanneista käyttää, jotain mobiilimaksu sovellusta ainakin muutaman kerran viikossa ja 20% vastanneista vähintään kerran viikossa. 24% vastanneista käyttää jotain mobiilimaksusovellusta keskimäärin kerran kuukaudessa. 2% vastanneista oli vastannut, että ei käytä mobiilisovelluksia lainkaan. Taulukon viimeinen vastaus vaihtoehto ”en lainkaan” olisi voitu muotoilla paremmin, kuten esimerkiksi, harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Emme usko kuitenkaan, että reliabiliteetti on vaarantunut merkittävästä, sillä vastaajat ovat vastanneet aikaisempaan kysymykseen, että he käyttävät tai ovat käyttäneet mobiilimaksusovelluksia. Saimme myös muutamalta vastaajalta kommentin kyseisestä asiasta, joten vastaajat ovat havainneet tämän kohdan huonon sanavalinnan. Vastausmäärä on myös vain 4 kappaletta, mikä on 2% kyselyn kokonais vastaajamäärästä. Kaaviosta voimme päätellä, että suurin osa vastaajista käyttää mobiilimaksusovelluksia viikoittain.

10. kysymyksessä kysyttiin, miten vastaajat käyttävät mobiilimaksusovelluksia.

Vastaajien määrä: 181

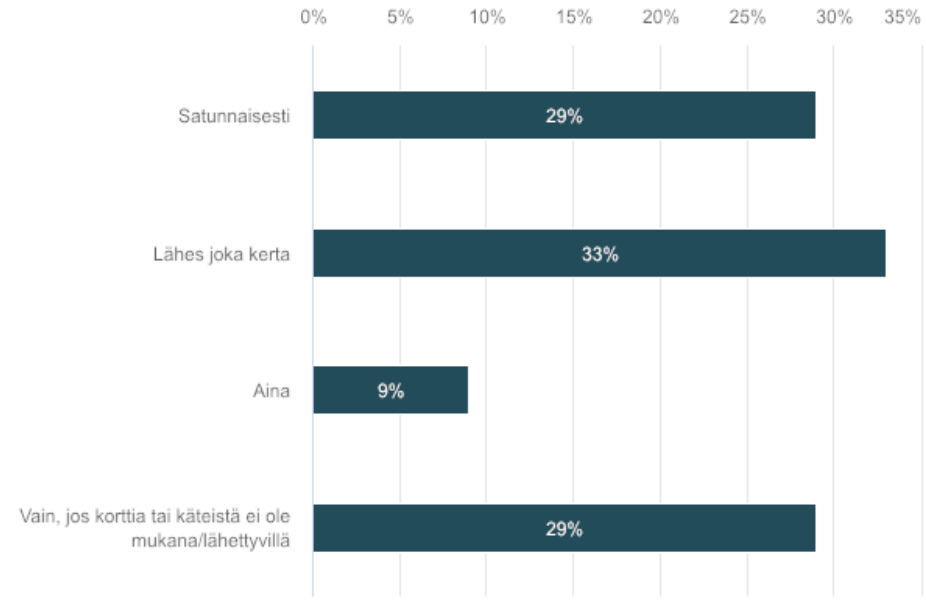


Kuva 10. Miten käytät mobiilimaksusovelluksia

Tämä kysymys esitettiin vain niille vastaajille, jotka käyttävät tai on käyttänyt jotain mobiilimaksusovellusta. 64% vastanneista käyttää mobiilimaksusovelluksia vain rahan vastaanottamiseen tai pyytämiseen. 8% käyttää sovelluksia vain maksupäätteellä maksamiseen ja 28% käyttää sovelluksia molempiin tarkoituksiin. Tästä näemme, että etämaksaminen mobiilimaksusovelluksilla on huomattavasti suositumpaa vastanneiden keskuudessa kuin lähimaksaminen. Tämä voi osittain johtua siitä, että etämaksamiseen tarkoitetut mobiilimaksusovellukset ovat olleet markkinoilla pidempään kuin lähimaksamiseen tarkoitetut mobiilimaksusovellukset. Esimerkiksi Danske Bankin etämaksusovellus Mobilepay tuli markkinoille vuonna 2013 (MobilePay 2019c), kun taas ensimmäinen lähimaksua hyödyntävä mobiilimaksusovellus Apple Pay tuli Suomeen vasta vuonna 2017 ja se toimi aluksi vain Nordean ja ST1 Mastercard korteilla (Kotimikro 2017). Ihmisillä on siis ollut vähemmän aikaa tutustua ja kokeilla lähimaksamista hyödyntäviä mobiilimaksusovelluksia ja aluksi vain Nordean asiakkailla ja ST1 korttien omistajilla oli siihen mahdollisuus.

11. kysymyksessä kysyttiin, kuinka usein vastaajat maksavat mobiililaitteella lähimaksuna kassalla.

Vastaajien määrä: 66

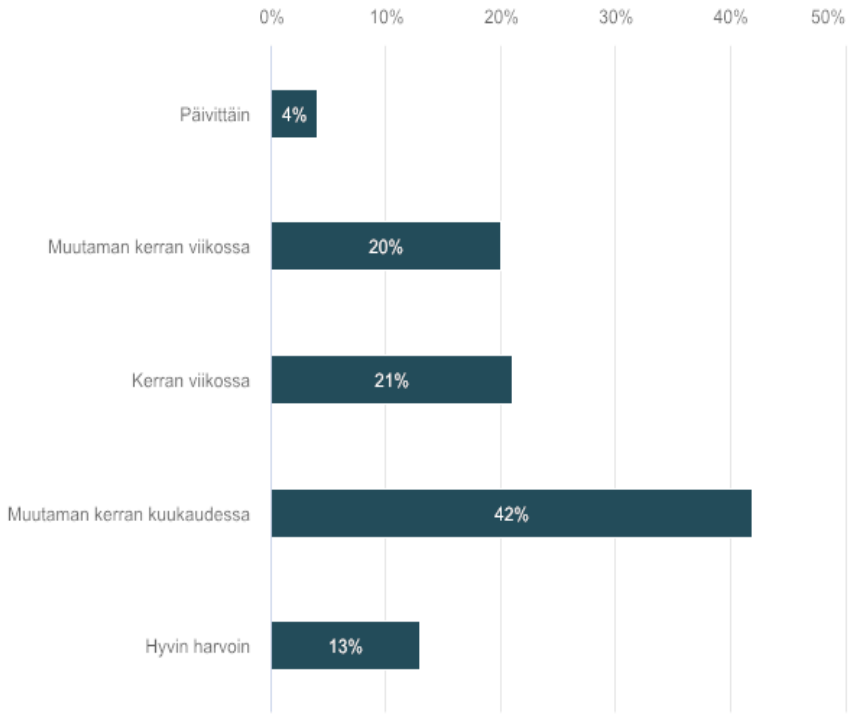


Kuva 11.Kuinka usein maksat mobiililaitteella lähimaksuna kassalla

Tämä kysymys esitettiin vain niille vastaajille, jotka vastasivat edelliseen kysymykseen, että he käyttävät mobiilimaksusovelluksia lähimaksamiseen maksupäätteellä. Vastaajia oli 66 kappaletta, tämä on kokonaisvastanneiden määrästä vielä aika pieni osa. 29% vastanneista maksaa satunnaisesti lähimaksuna mobiililaitteella. 33% vastanneista maksaa lähes joka kerta ja 9% maksaa aina. 29% vastanneista maksaa vain, jos korttia tai käteistä ei ole mukana tai lähettyvillä. Kaaviosta voimme päätellä, että hyvin pieni määrä vastaajista suorittaa maksun kassalla pelkästään mobiililla, mutta lähes joka kerta vastausvaihtoehdon valinneita vastaajia oli eniten, vähän yli yksi kolmasosa. Loput eli vähän yli puolet vastanneista maksaa satunnaisesti tai vain jos korttia tai käteistä ei ole mukana, eli valtaosa vastanneista näyttää suosivan vielä perinteisiä maksutapoja ja pitävät mobiilimaksamista toissijaisena tapana maksaa.

12. kysymyksessä kysyttiin, kuinka usein vastaajat käyttävät mobiilimaksusovelluksia rahan lähettämiseen/pyytämiseen.

Vastaajien määrä: 167

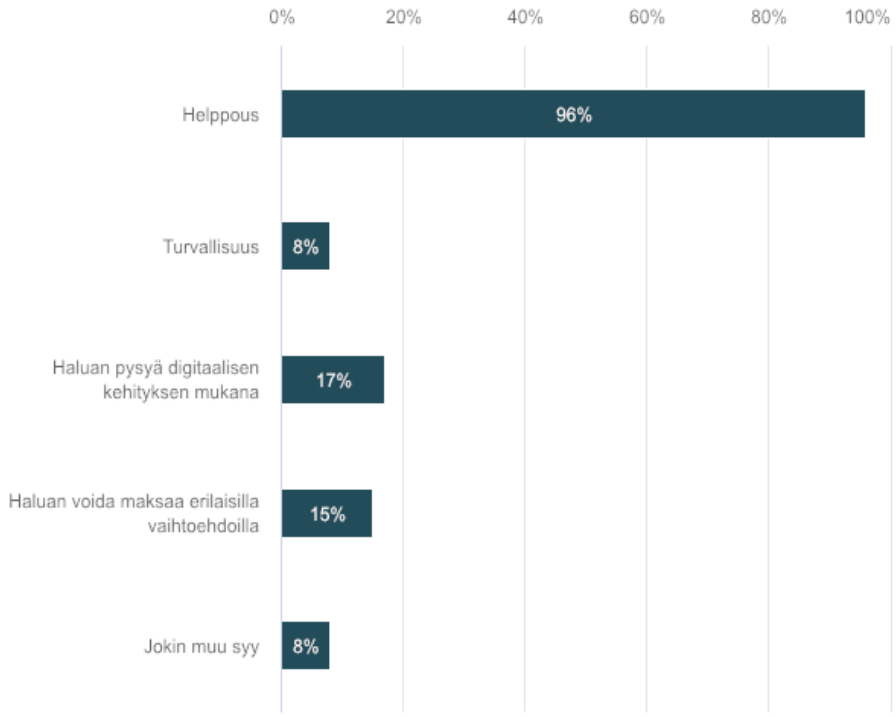


Kuva 12. Kuinka useasti käytät mobiilimaksusovelluksia rahan lähettämiseen/pyytämiseen

Tämä kysymys esitettiin vain niille vastaajille, jotka käyttävät mobiilimaksusovelluksia rahanpyytämiseen tai vastaanottamiseen. 4% vastaajista käyttää mobiilimaksusovelluksia rahan vastaanottamiseen tai pyytämiseen päivittäin, 20% muutaman kerran viikossa, 21% kerran viikossa, 42% muutaman kerran kuukaudessa, ja loput 13% vastaajista harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Suurin osa vastaajista käyttää mobiilimaksusovelluksia rahan vastaanottamiseen tai pyytämiseen viikoittain ja lähes kaikki vastaajat kuukausittain.

13. kysymyksessä kysyttiin, mistä syystä vastaajat valitsevat maksaessaan mobiilimaksamisen.

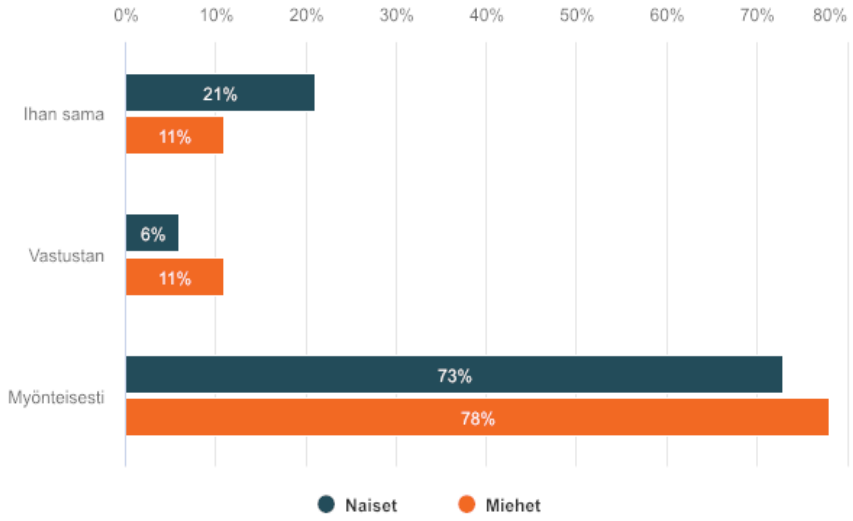
Vastaajien määrä: 181, valittujen vastausten lukumäärä: 260



Kuva 13. Mistä syystä valitset maksaessasi mobiilimaksamisen

Tämä kysymys on monivalintakysymys ja se esitettiin vain niille vastaajille, jotka käyttävät mobiilimaksusovelluksia. Vastanneita oli 181. 96% vastaajista valitsee käyttää mobiilimaksusovelluksia niiden helppouden takia. 8% piti turvallisuutta merkittävänä syynä, että he maksavat mobiilimaksusovelluksilla. 17% haluaa pysyä digitaalisen kehityksen mukana ja 15% haluaa uusia vaihtoehtoja maksamiseen. 8% oli jokin muu syy siihen miksi he valitsevat käyttää mobiilimaksusovelluksia. Tästä voimme päätellä, että helppous on ylivoimaisesti merkittävin syy miksi vastaajat käyttävät mobiilimaksusovelluksia.

5.4 Ristiintaulukot



Kuva 14. Ristiintaulukoitu sukupuoli ja kysymys miten suhtaudut maksamisen digitalisoitumiseen.

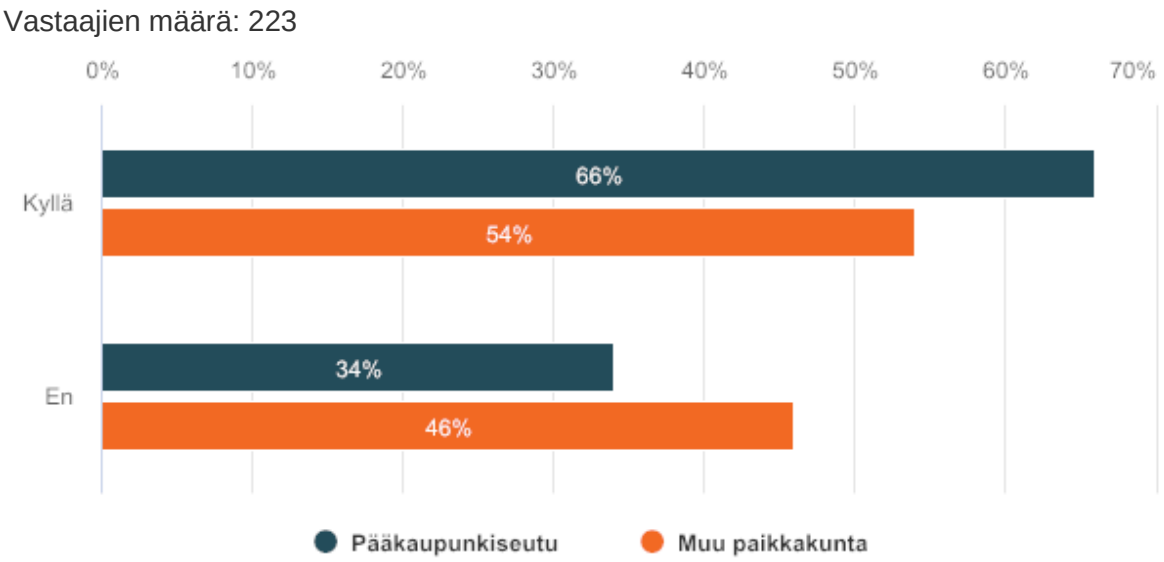
Ristiintaulukoinnista käy ilmi, että sukupuolellisesti vastausten välillä ei ole merkittäviä eroja. Molemmat niin miehet kuin naiset suhtautuvat maksamisen digitalisoitumiseen pääasiassa myönteisesti tai ei ainakaan vastusta sitä. Ristiintaulukoinnissa on hyvä ottaa huomioon, se että tutkimukseen vastanneista kaksi kolmasosaa oli naisia (kysymys 1).

	Ikä 15-18 -vuotiaat		Ikä 19-24 -vuotiaat		Ikä 25-30 -vuotiaat		Ikä 30+-vuotiaat		
	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	Yhteensä
Ihan sama	4	50%	20	20%	9	15%	6	11%	39
Vastustan	1	13%	8	8%	6	10%	1	2%	16
Myönteisesti	3	38%	70	71%	45	75%	50	88%	168
Yhteensä	8		98		60		57		223

Taulukko 7. Ristiintaulukoitu ikä ja kysymys miten suhtaudut maksamisen digitalisoitumiseen.

Ristiintaulukoinnissa käy ilmi, että ikä ei vaikuttanut merkittävästi vastauksiin. Vastaajat kaikista neljästä ikäryhmästä suhtautui maksamisen digitalisoitumiseen myönteisesti. Vähiten myönteisesti maksamisen digitalisoitumiseen suhtautui 15-18-vuotiaisiin lukeutuneet vastaajat. Tästä ikäryhmästä vastaajia oli vain kahdeksan kappaletta, joten mitään isoja johtopäätöksiä tästä ei vielä voi tehdä. Kaikista ikäryhmistä, ikäryhmä +30-vuotiaat

suhtautuvat maksamisen digitalisoitumiseen kaikkein myönteisimmin. Heitä oli 57 kappaletta ja 88% tähän ikäryhmään kuuluneista vastasi suhtautuvansa myönteisesti maksamisen digitalisoitumiseen.



Kuva 15. Ristiintaulukoitu asuinpaikka ja kysymys voisitko nähdä maksavasi kaikki ostoksesi mobiililla.

Ristiintaulukoinnissa käy ilmi, se että kaksi kolmasosaa pääkaupunkiseudulta vastanneista ja yli puolet muilta paikkakunnilta vastanneista voisivat nähdä hoitavansa kaikki maksunsa mobiililla. 34% pääkaupunkiseudulla asuvista vastaajista ja 46% muilta paikkakunnilta asuvista eivät näe hoitavansa kaikkea maksamista tulevaisuudessa mobiilisti. Tästä voimme päätellä, että pääkaupunkiseudulla suhtaudutaan pelkästään mobiililla maksamiseen jonkin verran myönteisemmin kuin muilla paikkakunnilla. Kysymykseen olisi voinut liittää avoinkenttä vastaus vaihtoehdon, jotta olisimme saanut tietoa siitä, mistä syystä vastaajat, jotka vastasivat ei, eivät ole valmiita siirtymään pelkästään mobiililla maksamiseen.

Kuva 16. Ristiintaulukoitu Ikä ja kysymys miten turvallisena koet mobiilimaksamisen.

Ikä ei vaikuttanut merkittävästi vastaajien vastauksiin. Ristiintaulukoinnista käy ilmi, että kaikista ikäryhmistä yli kaksikolmasosaa vastaajista oli vastannut, että he kokevat mobiilimaksamisen melko turvallisena. Noin yksi viidesosa ikäryhmistä 25-30-vuotiaat ja 30+ -vuotiaat sekä 11% ikäryhmästä 19-24-vuotiaat kokivat mobiilimaksamisen tosi turvallisena vaihtoehtona maksaa.

	Ikä 15-18 -vuotiaat		Ikä 19-24 -vuotiaat		Ikä 25-30 -vuotiaat		Ikä 30+ -vuotiaat		
	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	Yhteensä
Rahan pyytämiseen/lähettämiseen (esim. velkojen maksu mobilepaylla)	4	67%	53	64%	37	70%	22	56%	116
Maksupäätteellä maksamiseen (Lähimaksu/NFC-maksu/Bluetooth)	0	0%	6	7%	3	6%	5	13%	14
Kumpaakin näihin	2	33%	24	29%	13	25%	12	31%	51
Yhteensä	6		83		53		39		181

Taulukko 8. Ristiintaulukoitu ikä ja kysymys miten käytät mobiilimaksusovelluksia.

Ikä ei vaikuttanut juuri ollenkaan vastaajien vastauksiin. Kaikista ikäryhmistä ainakin yli puolet käytti mobiilimaksusovelluksia rahan pyytämiseen tai vastaanottamiseen. Vain muutama prosentti ikäryhmistä 19-24-vuotiaat, 25-30-vuotiaat ja +30 -vuotiaat käyttivät mobiilimaksusovelluksia lähimaksuna kaupan kassalla. Kaikista ikäryhmistä ainakin noin yksi kolmasosa käytti mobiilimaksusovelluksia sekä lähimaksamiseen, että rahan pyytämiseen ja lähettämiseen.

	Ikä 15-18 -vuotiaat		Ikä 19-24 -vuotiaat		Ikä 25-30 -vuotiaat		Ikä 30+ -vuotiaat		
	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	n	Prosentti	Yhteensä
Päivittäin	0	0%	4	5%	2	4%	0	0%	6
Muutaman kerran viikossa	0	0%	13	17%	14	28%	6	18%	33
Kerran viikossa	2	33%	20	26%	9	18%	5	15%	36
Muutaman kerran kuukaudessa	1	17%	33	43%	19	38%	17	50%	70
Hyvin harvoin	3	50%	7	9%	6	12%	6	18%	22
Yhteensä	6		77		50		34		167

Taulukko 9. Ristiintaulukoitu ikä ja kysymys kuinka usein käytät mobiilimaksusovelluksia rahan lähettämiseen/pyytämiseen.

Ikä ei vaikuttanut merkittävästi vastaajien vastauksiin. Kaikista ikäryhmistä paitsi 15-18-vuotiaat ainakin yksi kolmasosa tai enemmän käytti mobiilimaksusovelluksia rahan pyytämiseen tai vastaanottamiseen muutaman kerran kuukaudessa. Ikäryhmissä 15-18-

vuotiaat, 19-24-vuotiaat ja 25-30-vuotiaat yli yksi kolmasosa käyttää mobiilimaksusovelluksia rahan pyytämiseen tai maksamiseen kerran tai useammin viikossa. Tästä voimme päätellä sen, että alle 30-vuotiaat käyttävät mobiilimaksusovelluksia rahan pyytämiseen ja lähettämiseen useammin kuin yli 30-vuotiaat.

Vastaajien määrä: 181, valittujen vastausten lukumäärä: 260

	Ikä 15-18 -vuotiaat	**Ikä 19-24 -vuotiaat**	**Ikä 25-30 -vuotiaat**	**Ikä 30+ -vuotiaat**	**Yhteensä**
Helppous	6	79	50	39	174
Turvallisuus	0	5	6	4	15
Haluan pysyä digitaalisen kehityksen mukana	0	16	7	7	30
Haluan voida maksaa erilaisilla vaihtoehdoilla	0	12	9	6	27
Jokin muu syy	0	11	1	2	14
Yhteensä	6	123	73	58	260

Taulukko 10. Ristiintaulukoitu ikä ja mistä syystä valitset mobiilimaksamisen.

Ikä ei vaikuttanut merkittävästi vastausten eroon. Ristiintaulukosta voidaan nähdä, että kaikissa ikäryhmissä ylivoimaiseksi syyksi mobiilimaksamisen valitsemiseen on nimenomaan sen helppous. Kyselyn jokin muu syy kohdassa vastaajat nostivat esiin useampaan kertaan nopeus syyksi miksi vastaajat valitsevat mobiilimaksamisen ja yksi vastaaja oli maininnut, että ”Mobilepay on pienyrittäjälle edullisempi kuin esimerkiksi pankkikorttimaksu” (liite 3).

6 Johtopäätökset tutkimuskyselystä

Tässä kappaleessa haemme vastauksia tutkimuskysymyksiimme ja teemme niistä johtopäätöksiä tutkimuksen perusjoukosta. Aluksi pohdimme tutkimuksemme pätevyyttä ja sen käyttökelpoisuutta. Tämän jälkeen selvitämme nuorten kuluttajien tämän hetkistä tietoisuutta ja käyttöä nykyisistä mobiilimaksusovelluksista.

Kyselytutkimuksen tulosten analysoinnissa tulee aina miettiä, onko tutkimus pätevä. Tutkimuksen pätevyys eli validiteetti tulee varmistaa jo ennen tutkimuksen tekoa huolellisella suunnittelulla ja harkitulla tiedonkeruulla. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kyselylomakkeeseen valitaan oikeita asioita mittaavat ja tutkimusongelman kattavat kysymykset. Validissa tutkimuksessa on myös selkeästi määritelty perusjoukko. Tutkimuksen validiteettiin vaikuttavat suuresti myös sen otantamenetelmä ja vastausprosentti (Heikkilä T, 2014, 11.)

Tutkimuksessa tulee myös miettiä sen käyttökelpoisuutta. Ovatko tutkimuksen tulokset oleellisia vai onko siihen kerätty turhaa tietoa. Kaikki tutkimuksen aineiston perusteella lasketut tunnusluvut ja taulukot tulee tulkita niiden käsitteiden perusteella, joita numeroilla mitattiin. Vasta tämän jälkeen tunnusluvut ja taulukot muuttuvat käyttökelpoisiksi (Taanila A, 2014, 2.)

6.1 Tutkimuksen pätevyys ja käyttökelpoisuus

Ottaen huomioon resurssimme opinnäytetyömme tutkimuskyselyä tehdessä, voimme pitää saatuja tuloksia valideina. Toteutettuun survey-tutkimukseen saimme vastauksia 223 kappaletta kyselyyn osallistuneilta. Tämä oli mielestämme riittävän kattava otos pätevän johtopäätöksen tekemiseen pääjoukosta. Tutkimusmenetelmänä survey-tutkimus oli nopea sekä tehokas, ja saimme lyhyen ajan sisään tilastollisia sekä syventäviä laadullisia vastauksia, joista haimme vastauksia tutkimuskysymyksiimme. Otantamenetelmät olivat onnistuneita ja niiden yhdisteleminen oli tehokasta. Varsinkin ryväsotanta osoittautui erittäin tehokkaaksi menetelmäksi lisätä tutkimuksemme pätevyyttä, kun saimme levitettyä kyselyämme muutaman koululaitoksen sisällä, joissa sijaitsi tutkimuksemme perusjoukkoon kuuluvia tutkimusyksiköitä. Oppilaitoksen oppilaat olivat nuoria kuluttajia, joilla oli sopivat ominaisuudet erittäin validien tulosten antajiksi, kun ottaa huomioon tutkittavan aiheemme.

Jos toistaisimme tutkimuskyselymme samoilla menetelmillä sekä tilanteessa, niin uskomme, että vastaukset olisivat kohtuullisen samoja. Tutkimuskyselymme kysymysten asettelussa, sekä selkeydessä oli parannettavaa. Kaikki kysymykset eivät olleet täydellisen selkeitä ja kysymysten järjestyksen loogisuuteen olisi voinut kiinnittää tarkempaa huomiota, kun suunnittelimme tutkimuskyselymme kysymyksiä. Tämä on vaikuttanut tutkimuksen reliabiliteettiin heikentävästi. Tutkimuksemme aiheen rajaus oli selkeä ja kysymysten määrä kohtuullinen, joka paransi reliabiliteettia. Survey-tutkimukseemme vastattiin internet-linkin kautta, joka avataan nykyaikana älypuhelimilla, joissa näyttö on kohtuullisen pieni. Tämä on mielestämme tutkimuksen reliabiliteettia heikentävää, ja vaikuttaa kysymysten ymmärtävyyteen. Myös se, että kysymykseen on saanut vastata missä tahansa ilman valvontaa ei ainakaan paranna asiaa. Isommilla resursseilla tutkimuskyselyn olisi voinut suorittaa valvotusti ja tämä olisi varmasti parantanut reliabiliteettia.

6.2 Tämänhetkinen tilanne

Nuoret suhtautuvat digitalisoitumiseen tällä hetkellä hyvin myönteisesti. Tutkimuksen perusjoukkoon kuuluvat ja kyselyyn vastanneet ovat pääosin Y-sekä Z-sukupolveen kuuluvia henkilöitä. Nämä tutummin milleniaaleiksi nimetyt sukupolvet, ovat eläneet koko ikänsä seuraten, kuinka digitalisoituminen ja teknologia ovat kehittyneet vuosi vuodelta.

Teknologisen kehityksen myötä ihmisiä ja myös meitä tutkimusta tehdessämme mietitytti tämän uuden maksutavan turvallisuus. Tutkimuksen vastaajista suurin osa piti mobiilimaksamista melko turvallisena maksamisen muotona, joka ei sinänsä yllätä. On kyse kuitenkin omasta taloudesta sekä suuresta maksamiseen liittyvästä murroksesta, jossa pitkään käytetyistä tutuista tavoista ollaan luopumassa. Tätä ei tietenkään niellä sinisilmäisenä täysin kokonaisena, vaan on tervettä, että hiukan asia mietityttää. Valtamediassa on ollut puhetta maksamisen digitalisoitumisen riskeistä, sekä suuret lehdet ovat maalanneet kauhukuvia, kun meille tutut jättipankit ovat ryvenneet rahanpesu skandaaleista toiseen. Fintech-yritysten ja muiden mobiilimaksupalveluiden kanssa työskentelevien toimijoiden tulee ymmärtää siis, että kuluttajat ovat valmiita lähtemään tähän virtaan mukaan, mutta he tarvitsevat siihen apua.

Suurin osa nuorista kuluttajista näkee tällä hetkellä voivansa hoitaa kaiken maksamisen tulevaisuudessa mobiilisti. Kiinalaiset ovat olleet mobiilikäyttäytymisessä edelläkävijöitä jo pidemmän aikaa, kun kyseisestä maasta lähtöisin olevalla Alipay-sovelluksella on jo miljardi käyttäjää globaalisti. Se on ylivoimainen johtaja mobiilimaksamisen saralla. On siis erittäin hyvä asia, että nuoret kuluttajat näkevät pääosin tulevaisuuden maksamisen

murroksen mieluummin positiivisena, kuin negatiivisena asiana. Alipay on jo ottanut Suomessa jalansijaa, kun esimerkiksi Finnair hyväksyy sen nykyään maksuvaihtoehdoksi suorilla Aasian lennoilla. Yritysten tulee tulevaisuudessa tarjota kuluttajille globaalisti käytössä olevia maksutapoja. Tapa erottautua kilpailijoista on tarjota kuluttajille lisäarvoa. Nuoret kuluttajat olivat hyvin tietoisia lähes kaikista tutkimukseen valitsemistamme mobiilimaksusovelluksista. Danske Bankin Mobilepay oli ylivoimaisesti tunnetuin mobiilimaksusovellus ja sen tiesi lähes kaikki vastaajista. Eikä mikään ihme, kyseinen maksusovellus tuli Suomen markkinoille jo vuonna 2013. Sovelluksilla ei hirveästi ole eroja, kun verrataan niiden käyttömahdollisuuksia. Tulevaisuudessa teknologian kehittyessä, mahdollisuudet erottautua muista mobiilimaksupalveluiden tarjoajista paranevat, kun sovelluksista pystytään tehdä vieläkin räätälöidympiä sekä moniulotteisempia.

Nuorien kuluttajien syitä valita mobiilimaksaminen (kuva 13) käteisin tai kortin sijaan ovat:

- Helppous.
- Kehittyvän digitalisoitumisen mukana pysyminen.
- Halu saada erilaisia maksutapoja käyttöön.
- Nopeus.

Helppous on ylivoimaisesti yleisin syy miksi nuoret kuluttajat valitsevat maksaessaan mobiilimaksamisen. Yksi pyyhkäisy niin voit pyytää sekä lähettää rahaa kavereilta, voit kassalla tehdä ostokset silmän räpäyksessä ilman, että sinun täytyy kantaa käteistä tai maksukortteja mukanasi. Nämä asiat helpottavat arkisia askareita ja sellaiset asiat juuri vetävät kuluttajia puoleensa hektisen arjen keskeltä. Maksaminen ei ole ikinä ollut se hauska asia ja mitä nopeammin sekä pienemmällä vaivalla sen saa hoidettua, sen parempi. Yhteiskunnan ja vyöryvällä voimalla eteenpäin menevän digitalisoitumisen mukana halutaan pysyä. Digitalisoituminen on globaali ilmiö ja se muokkaa kaikkien maiden infrastruktuuria sekä kulttuuria. Kaverit, kollegat sekä perheenjäsenet käyttävät nykyaikaisia teknologisia innovaatioita, niin itselläkin syntyy sosiaalinen tarve tutustua niihin. Esimerkiksi uuden maksupalveludirektiivin myötä perinteisistä tunnuslukukorteista luovuttiin ja uudet maksupalvelujen tarjoajat vyöryvät markkinoille. Tämä tarkoittaa, että kaikkien tulee tutustua uusiin käytänteisiin, joilla korvattiin vanhat menetelmät.

Tutkimuksessa huomasimme sen, että asuinpaikka aiheutti eroavaisuutta vastauksissa. Mobiilimaksamisella on enemmän mahdollisuuksia pääkaupunkiseudulla, jossa sijaitsee eniten kuluttajia ja jonne palveluiden tarjoajat usein kohdistavat resurssejaan. Pääkaupunkiseudulla mobiilimaksaminen sekä asioiden hoitaminen älypuhelimella on nykyään normaalia arjen toimintaa. Tämän vuoksi suhtautuminen tulevaisuuden maksamiseen mobiilisti on myös optimistisempaa kuin muilla paikkakunnilla (liite 3). Sosiaaliset tekijät eivät

myöskään välttämättä velvoita muilla paikkakunnilla asuvia vastaajia käyttämään mobiililaitteita maksamiseen niin paljon kuin pääkaupunkiseudulla. Kaikki kotimaiset sovellukset tunnettiin erittäin hyvin. Ulkomaiset mobiilimaksusovellukset tunnettiin myös laajasti. Mielenkiintoista oli, että nordean omia sovelluksia ei tunnettu niin paljon. Tämä voidaan selittää sillä, että ne ovat käytössä vain nordean omille asiakkaille. Pivo taas oli toiseksi tunnetuin sovellus, ja se on kaikkien pankkien asiakkaille saatavissa.

Mobilepayn tiesi 99 % vastaajista ja sitä käytti 78% vastaajista, eli se on ylivoimaisesti tunnetuin sekä käytetyin mobiilimaksusovellus tällä hetkellä. Markkinoille se on tullut ensimmäisenä ja selvästi vakiinnuttanut kärkiasemansa. Pivon tunsi 87% vastaajista, mutta sitä käytti vain 23%. NFC-maksaminen, eli lähimaksaminen mobiililaitteella ei ole vielä niin suosittua kuin etämaksaminen, eli rahan pyytäminen tai lähettäminen mobiililaitteella. Eroavaisuuden syy voisi olla maksukäyttäytymisessä. Ihmiset eivät ole vielä täysin omaksuneet mobiilimaksamista ensisijaiseksi tavaksi maksaa kaupan kassalla. Lähimaksaminen mobiililaitteella on varsin uusi tapa maksaa, se on ollut käytössä vasta hieman yli kaksi vuotta.

7 Pohdinta

Opinnäytetyömme suunnittelu alkoi keväällä 2019. Ensimmäinen valitsemamme aihe liittyi myös maksukäyttäytymisen murrokseen, mutta emme saaneet sitä tiivistettyä tarpeeksi hyvin, joten tutkimusongelmamme oli itsellemmekin hukassa. Kesällä 2019 vaihdoimme aihetta ja päätimme, että tutkimme mobiilimaksamista ja siinä käytössä tunnetuimpia maksusovelluksia. Olimme huomanneet molemmat arjessa ja omissa sen hetkisissä työpaikoissamme, että kyseisen aiheen ympärillä tapahtui paljon uusia innovaatioita. Maksamisen murros on kiinnostanut molempia koko opiskeluaikamme ja se oli loogista, että opinnäytetyömme rakentuisi sen ympärille. Syksyllä aloitimme uuden tiivistetyn opinnäytetyömme määrittelemällä sille tutkimuskysymykset.

Aloitimme kirjoittamalla teoriaa digitaalisesta maksamisesta ja tutkimme tällä toimialalla toimivia yrityksiä ja heidän tarjoamiaan mobiilimaksusovelluksia.
Tutkimuskysely muokkasi tutkimusongelmaa. Tämän jälkeen aloimme suunnittelemaan tutkimuskyselyämme, sillä me tarvitsimme jotain konkreettista tutkittavaa. Meitä myös kiinnosti se, miten ihmiset käyttävät mobiilimaksusovelluksia sekä etämaksamisen ja lähimaksamisen ero.

Tarvittava määrä vastauksia saatiin marraskuun loppuun mennessä 2019. Tarkastellessamme saatuja tuloksia huomasimme, että ne eivät vastanneet sen aikaisiin tutkimusongelmiin, joita olimme tutkittavalle aiheellemme asettaneet. Muokkasimme tutkimuskysymykset uudestaan ja nyt ne täydensivät toisiaan. Tutkimuskyselyä analysoidessamme huomasimme sen, että vertailukohtia olisi voinut olla enemmän. Näin olisimme saaneet syvemmän ymmärryksen siitä, mitkä asiat vaikuttavat nuorten kuluttajien mobiilimaksukäyttäytymiseen. Huomasimme tutkimuskyselyn aikana, että muutaman kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat hiukan epäselkeitä ilmaisultaan. Me saimme tästä palautetta muutamalta vastaajaltamme. Saimme ohjattua heitä siinä, mihin kyselymme kysymyksellä pyrittiin. Kiirehdimme ehkä hiukan tutkimuskyselyä tehdessämme ja tästä syystä tapahtui huolimattomuusvirhe muutaman kysymyksen yhteydessä.

Teimme molemmat opinnäytetyön ohella täysipäiväisesti töitä, ja resurssit opinnäytetyön tekemiseen olivat rajalliset. Tämä opetti aikataulutuksen ja tavoitteiden asettamisen tärkeydestä. Rajallisten resurssien takia meille oli erittäin tärkeätä, se että tiimityöskentely toimi hyvin ja pysyimme yhteisymmärryksessä tutkimusprosessin aikana.

Mobiilimaksaminen on suhteellisen uusi käsite, siksi sen ympäriltä oli välillä vaikeata löytää tieteellisiä lähteitä. Aiheen ympärillä tapahtuu jatkuvasti paljon kehitystä, joten lähteet vanhenevat nopeasti. Lähdekriittisyys kehittyi huomattavasti tehdessämme tätä opinnäytetyötä. Tutkiessamme aihettamme, huomasimme joidenkin lähteiden antavan hiukan eri tietoa samasta asiasta. Tämä oli aikaa kuluttavaa, mutta se lisäsi tutkimuksemme tarkkuutta.

Täyttäessämme tieteelliselle tutkimukselle vaadittavat kriteerit, paneuduimme tutkimusstrategioihin ja tutkimusmenetelmiin huolellisesti. Tutkimuksen pätevyys ja tulosten laadukkuus riippuu suuresti siitä, miten huolellisesti tekijät onnistuvat valitsemaan tutkimuksensa menetelmälliset ratkaisut.

Olemme tyytyväisiä tähän opinnäytetyöhömme. Prosessi oli pitkä ja haastava, mutta opimme sen kautta paljon arvokkaita asioita. Tulevaisuudessa vastaavat haasteelliset aiheet ovat nyt helpommin lähestyttävissä ja kriittinen havainnointi tieteellisiä tutkimuksia kohtaan näkemyksemme mukaan on aiheellista. Tieteellisten tutkimusten rehellinen havainnointi tukee tämän tieteen alan säilymistä hyvänä ja luotettavana.

Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita. Helsinki.

Iivarinen, V. 2015. Raha – Mitä se todella on ja mitä sen tulisi olla? Into kustannus. Helsinki.

Salmenkivi, S. 2012. Digitaalinen todellisuus. Talentum. Helsinki.

Schiffman, L. & Wisenblit, J. 2015. Consumer Behavior. Pearson Education Limited. Harlow.

Slimpay 2019. Maksamisen historiaa. Luettavissa: https://www.slimpay.com/blog/infographic-brief-history-payment-methods/. Luettu: 12.11.2019.

Solomon, M. 2015. Consumer Behavior Buying, Having, and Being. Pearson Education Limited. Harlow.

Apple 2019a. Tietoa Apple Paysta kauppiaille. Luettavissa: https://support.apple.com/fi-fi/HT204274. Luettu: 7.9.2019.

Apple 2019b. Apple Pay. Luettavissa: https://www.apple.com/fi/apple-pay/. Luettu: 8.9.2019.

Creamailer 2019. Segmentoinnin hyödyntäminen viestinnässä. Luettavissa: https://www.creamailer.fi/blogi/segmentoinnin-hyodyntaminen-viestinnassa. Luettu: 30.12.2019.

Danskebank 2018. Kuluttajat haluavat keskittyä ostamiseen. Luettavissa: https://danskebank.fi/yrityksille/artikkelit/2018/02/kuluttajat-haluavat-keskittya-ostamiseen-maksutapahtuma-on-sulautettava-osaksi-arkea. Luettu: 31.10.2019

DanskeBank 2019a. Our history. Luettavissa: https://danskebank.com/about-us/our-history. Luettu: 2.1.2019.

Danskebank 2019b. Mikä on MobilePay? Luettavissa: https://danskebank.fi/en-fi/MobilePay-content/Pages/P2PHelp.aspx. Luettu: 9.9.2019.

Digi.hel 2019. Miksi panostamme digitalisaatioon? Luettavissa: https://digi.hel.fi/esittely/miksi-digitalisaatio/. Luettu: 4.1.2020.

Elisa 2019. Näin mobiilimaksaminen toimii. Luettavissa: https://yksityisille.hub.elisa.fi/nain-mobiilimaksaminen-toimii/. Luettu 5.12.2019.

Finanssivalvonta 2019a. Toinen maksupalveludirektiivi – Payment Services Directive, PSD2. Luettavissa: https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuudet/psd2/ Luettu: 16.9.2019.

Finanssiala 2019. Kysymyksiä ja vastauksia toisesta maksupalveludirektiivistä (PSD2). Luettavissa: http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/QA-Toinen-maksupalveludirektiivi.aspx. Luettu:19.9.2019.

Finanssivalvonta 2019b. Fintech – Finanssialan innovaatiot. Luettavissa: https://www.finanssivalvonta.fi/fintech--finanssialan-innovaatiot/. Luettu: 1.10.2019.

Finanssialalle 2019. Fintech. Luettavissa: http://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/tulevaisuuden-finanssiala/tulevaisuuden-pankki/fintech.html. Luettu: 1.10.2019.

Google 2019. Mikä on Google Pay? Luettavissa: https://support.google.com/pay/answer/9026749?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=fi. Luettu: 9.9.2019.

Heikkilä, T 2014. Tilastollinen tutkimus. Luettavissa: http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf. Luettu: 28.10.2019.

Helsinkifintech 2019. Landscape. Luettavissa: https://www.helsinkifintech.fi/fintech-landscape/. Luettu: 6.11.2019.

Helen 2019. MobilePay-Laskutus. Luettavissa: https://www.helen.fi/asiakaspalvelu/kodit/laskutus/mobilepay-laskutus/. Luettu: 9.9.2019.

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja Reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Luettu: 3.1.2020.

Huskyintelligence. Hyvää syntymäpäivää Google! 20 vuotias teknologiajätti ja tuoreimmat uutiset. Luettavissa: https://huskyintelligence.com/hyvaa-syntymapaivaa-googlen-uutiset/ Luettu: 2.1.2019.

Jyväskylän Yliopisto 2019a. Tutkimusstrategiat. Luettavissa: https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat Luettu: 17.12.2019.

Jyväskylän yliopisto 2019b. Empiirinen tutkimus. Luettavissa: https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/empiirinen-tutkimus. Luettu: 17.12.2019.

Jyväskylän yliopisto 2019c. Määrällinen tutkimus. Luettavissa: https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus. Luettu: 17.12.2019.

Jyväskylän Yliopisto 2019d. Laadullinen tutkimus. Luettavissa: https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus. Luettu: 18.12.2019.

Kotimikro 2017. Apple Pay tuli Suomeen. Luettavissa: https://kotimikro.fi/ohjelmat/sovellukset/apple-pay-tuli-suomeen. Luettu: 23.12.2019.

KvantiMOTV 2003. otantamenetelmät. Luettavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html. Luettu: 2.1.2020.

KvaliMOTV 2020. Menetelmäopetus. Luettavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_4.html. Luettu: 7.1.2020.

Lewik 2019. Remone payment transaction (definitions, PSD2). Luettavissa: https://www.lewik.org/term/16184/remote-payment-transaction-definitions-psd2/ Luettu: 19.12.2019.

Nordea 2019a. Google Pay – helppo, turvallinen ja aina mukana. Luettavissa:

https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/googlepay.html Luettu.7.9.2019.

Nordea 2019b. Kysymyksiä ja vastauksia Apple Paystä. Luettavissa: https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/kysymyksia-ja-vastauksia-applepay.html. Luettu: 7.9.2019.

Nordea 2019c. Nordean historia. Luettavissa: https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/nordean-historia/. Luettu: 4.1.2020.

Nordea 2019d. Yhteenveto Nordeasta. Luettavissa: https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Yhteenveto-Nordeasta/. Luettu: 4.1.2020.

Nordea 2019e. NordeaWallet – Paras työkalupakki talouteesi. Luettavissa: https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/nordea- Luettu: 8.9.2019.

Masterpass 2019. Tietoa Masterpass. Luettavissa: wallet.html https://masterpass.com/fi-fi/faqs/about-masterpass.html. Luettu: 8.9.2019.

Siirto 2019. Miten Siirto toimii? Luettavissa: https://siirto.fi/. Luettu: 8.9.2019.

Mobiili 2018. Google Pay -maksupalvelu Suomeen – Nordea mukana, Danske Bank tulossa. Luettavissa: https://mobiili.fi/2018/10/30/google-pay-maksupalvelu-suomeen-nordea-mukana/. Luettu: 9.9.2019.

MobilePay 2019a. MobilePay. Luettavissa: https://www.mobilepay.fi. Luettu: 9.9.2019.

MobilePay 2019b. MobilePay. Luettavissa: https://www.mobilepay.fi/asiakastuki/mobilepay-kayttajille/kaytto/maksu-myymalassa/miten-maksan-mobilepaylla-myymalassa. Luettu: 8.11.2019.

MobilePay 2019c. The story of MobilePay. Luettavissa: https://www.mobilepay.dk/about. Luettu: 23.12.2019.

OP 2016. OP Ryhmä lyhyesti. Luettavissa: https://op-year2016.fi/op-ryhma/op-ryhma-lyhyesti. Luettu: 2.1.2019.

Peda 2019. Tutkimusstrategiat. Luettavissa: https://peda.net/muhos/muhoksen-lukio/oppiaineet2/terveystieto/ttjt/kpl-1/tutkimusstrategiat/tl# Luettu: 17.12.2019.

Pivo 2019a. Helppoa mobiilimaksamista kaikille. Luettavissa: https://pivo.fi. Luettu: 11.9.2019.

Pivo 2019b. Opiskelijakortti Pivossa ja opiskelija-alennukset. Luettavissa: https://pivo.fi/palvelut/opiskelijakortti/. Luettu: 11.9.2019.

Qr-koodi 2019. Tietoa QR-koodeista. Luettavissa: https://www.qr-koodi.net/tietoa-qr-koodeista.html. Luettu: 6.11.2019.

Qvik 2018. Suomen mobiilimaksukenttä on sekava. Tässä opas tämän hetken järjestelmiin ja toimijoihin. Luettavissa: https://qvik.com/news/suomi-mobiilimaksaminen-jarjestelmat-tarjoajat/. Luettu: 4.1.2020.

Suomenpankki 2018. Muutokset maksamisen markkinoilla haastavat talousosaamisen. Luettavissa: https://www.suomenpankki.fi/fi/media-ja-julkaisut/uutiset/2018/muutokset-maksamisen-markkinoilla-haastavat-talousosaamisen/ Luettu: 4.1.2020.

Stat 2018. Tieto & Tredit. Alle viidennes opiskelijoista opinnoissa, joissa tasaisesti naisia ja miehiä – koulutusalojen eriytyminen jatkuu. Luettavissa: http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/alle-viidennes-opiskelijoista-opinnoissa-joissa-tasaisesti-naisia-ja-miehia-koulutusalojen-eriytyminen-jatkuu/. Luettu: 9.1.2020.

Spoken 2020. Ideasta tutkimuskysymykseksi. Luettavissa: https://www.spoken.fi/tutkimuskysymyksen-muodostaminen/. Luettu: 7.1.2020.

Surveymonkey 2020. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välinen ero. Luettavissa: https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/. Luettu: 7.1.2020.

Suomisanakirja 2019. Demografinen. Luettavissa: https://www.suomisanakirja.fi/demografinen. Luettu: 30.12.2019.

Sveapayments 2019. Mitä on mobiilimaksaminen. Luettavissa: https://www.sveapayments.fi/blogi/mita-on-mobiilimaksaminen-8-ajankohtaisinta-tapaa-maksaa-kannykalla. Luettu: 17.12.2019.

Sony 2019. Mitä on bluetooth? Luettavissa: https://helpguide.sony.net/speaker/srs-x11/v1/fi/contents/TP0000629453.html. Luettu: 6.11.2019.

Tepa 2019a. Biometrinentunnistus. Luettavissa: http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/biometrinen%20tunnistus. Luettu: 19.12.2019.

Tepa 2019b. Lähimaksaminen. Luettavissa: http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/l%C3%A4himaksaminen. Luettu: 19.12.2019.

Tyykijazz 2019. Applen historiaa. Luettavissa: http://tyykijazz.fi/archives/306. Luettu: 2.1.2010.

Tilastokeskus 2020. Tiedonkeruumenetelmän valinta: Luettavissa: https://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_tiedonkeruu.html. Luettu: 2.1.2020.

Tilastokeskus. Laiho, J. 2007. Laatua tilastoissa 2 uudistettu painos. Luettavissa: http://www.stat.fi/meta/qg_2ed.pdf. Luettu: 2.1.2020.

Taanila, A 2019. Määrällisen aineiston kerääminen. Luettavissa: http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf. Luettu: 28.10.2019.

Vertaa ensin 2019a. Etämaksaminen – mikä se on ja miten se toimii? Luettavissa: https://www.vertaaensin.fi/blog/etamaksaminen. Luettu: 19.12.2019.

Vertaa ensin 2019b. Lähimaksaminen - mitä se on ja miten se toimii? Luettavissa: https://www.vertaaensin.fi/blog/lahimaksaminen. Luettu: 18.12.2019.

Wellworks 2019. Mikä on NFC? Luettavissa: https://wellworks.fi/nfc-palvelut/nfc-palvelut-fi/ Luettu: 6.11.2019

Liitteet

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Tuusula
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Mikkeliii
Muu, mikä?	Pori
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo (miksi ei valmis vaihtoehto??)
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Lahti
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Sipoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Loviisa
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Turku
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Hanko
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo

Muu, mikä?	Tampere
Muu, mikä?	porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Sipoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Kerava
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Tuusula
Muu, mikä?	Järvenpää
Muu, mikä?	Kerava
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Hyvinkää
Muu, mikä?	Järvenpää
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Jyväskylä
Muu, mikä?	Jyväskylä
Muu, mikä?	Mikkeli
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Kajaani
Muu, mikä?	Jyväskylä
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Kerava
Muu, mikä?	Mäntsälä
Muu, mikä?	porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Mäntsälä
Muu, mikä?	Porvoo

Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Vihti
Muu, mikä?	Nurmijärvi
Muu, mikä?	Nurmijärvi
Muu, mikä?	Tampere
Muu, mikä?	Turku
Muu, mikä?	Askola
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Pornainen
Muu, mikä?	Hyvinkää
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Pyhtää
Muu, mikä?	sipoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Porvoo
Muu, mikä?	Järvenpää
Muu, mikä?	Kirkkonummi
Muu, mikä?	Kirkkonummi
Muu, mikä?	Mäntsälä
Muu, mikä?	Kiina
Muu, mikä?	Kouvola

Liite 1. Taulukko kysymyksestä vastanneiden asuinpaikka muu kohta.

Vastausvaihtoehdot	**Teksti**
Muu (Täsmennä)	Op Siirto
Muu (Täsmennä)	Elisa wallet (?)
Muu (Täsmennä)	OP siirto

Muu (Täsmennä)	Oman pankin sovellusta
Muu (Täsmennä)	Alipay
Muu (Täsmennä)	Paytrail
Muu (Täsmennä)	Op siirto
Muu (Täsmennä)	Aktia Wallet
Muu (Täsmennä)	Op mobiili
Muu (Täsmennä)	Klarna
Muu (Täsmennä)	Nordea Wallet käyttää Google Payta yms. maksamiseen
Muu (Täsmennä)	Nordea Mobile
Muu (Täsmennä)	Siirto silloin kun s-pankilla pystyi vielä sitä käyttämään
Muu (Täsmennä)	Whim
Muu (Täsmennä)	Weshare
Muu (Täsmennä)	OP siirto
Muu (Täsmennä)	PayPal
Muu (Täsmennä)	PayPal

Liite 2. Vapaa tekstikenttä kysymyksestä, mitä seuraavista mobiilimaksusovelluksista käytät tai olet käyttänyt.

Vastausvaih-toehdot	Teksti
Jokin muu syy	MobilePay on pienyrittäjälle edullisempi kuin esim. pankkikorttimaksu
Jokin muu syy	Nopeus, yhteinen maksutapa ystävien kesken
Jokin muu syy	kätevä tapa
Jokin muu syy	nopeaa
Jokin muu syy	Nopeus
Jokin muu syy	Nopeus
Jokin muu syy	Ystävät eivät ota vastaan käteistä
Jokin muu syy	en käytä
Jokin muu syy	Nopeus (esim. Mobile payn kautta maksu tulee heti perille)
Jokin muu syy	Ei tarvitse kirjoittaa pin-koodia (sen näkyvyys muilta välttyy), Lisäksi riski siitä, että kortti luetaan, on melkein mitätön. Turvallisuutta tämä ei ihan suorasanaisesti tuo, sillä NFC ollessa päällä ja puh lukitus pois päältä on riski menettää varansa. (osan), Helppo se on, mutta ei välttämättä nopeampi, sillä ainakin itse sammutan NFC joka kerta maksamisen jälkeen.
Jokin muu syy	Avopuoliso vaan latasi sen mulle.
Jokin muu syy	Kännykkä sattuu olemaan hempänö kun mompakko
Jokin muu syy	saa heti hoidettua (ei jää todo-listalle)

Liite 3. Mistä syystä valitset mobiilimaksamisen, avoimen tekstikentän vastaukset.

Mobiilimaksaminen

Tutkimme kyselyssä kuluttajien tietoisuutta mobiilimaksusovelluksista ja niiden käytöstä. Kyselyssä termillä "mobiili" tarkoitetaan älypuhelinta ja älykelloa. Kyselyyn vastaamiseen menee noin 3 minuuttia. Kiitos ajastasi!

1. Sukupuoli? *

- ◯ Nainen
- ◯ Mies
- ◯ Muu

2. Asuinpaikka? *

- ◯ Helsinki
- ◯ Vantaa
- ◯ Espoo
- ◯ Muu, mikä? _____

3. Minkä ikäinen olet? *

- ◯ 15-18
- ◯ 19-24
- ◯ 25-30
- ◯ 30+

4. Miten suhtaudut maksamisen digitalisoitumiseen? *

- ◯ Ihan sama
- ◯ Vastustan
- ◯ Myönteisesti

5. Miten turvallisena koet mobiilimaksamisen? *

- ○ Tosi turvallisena
- ○ Melko turvallisena
- ○ En niin turvallisena
- ○ En koe mobiilimaksamista turvallisena

6. Voisitko tulevaisuudessa nähdä hoitavasi kaiken maksamisen mobiilisti?

- ○ Kyllä
- ○ En

7. Oletko kuullut seuraavista mobiilimaksusovelluksista? *

- ☐ MobilePay
- ☐ Pivo
- ☐ Nordea Siirto
- ☐ Nordea Wallet
- ☐ Apple Pay
- ☐ Google Pay
- ☐ En ole kuullut yllä mainituista sovelluksista

8. Mitä seuraavista mobiilimaksusovelluksista käytät tai olet käyttänyt? *

- ☐ MobilePay
- ☐ Pivo
- ☐ Nordea Siirto
- ☐ Nordea Wallet
- ☐ Apple Pay
- ☐ Google Pay
- ☐ Muu (Täsmennä) _____
- ☐ En ole käyttänyt mobiilimaksusovelluksia

9. Kuinka usein käytät mobiilimaksusovelluksia? *

- ○ Päivittäin
- ○ Muutaman kerran viikossa
- ○ Kerran viikossa
- ○ Keskimäärin kerran kuukaudessa
- ○ En lainkaan

10. Miten käytät mobiilimaksusovelluksia? *

- ○ Rahan pyytämiseen/lähettämiseen (esim. velkojen maksu mobilepaylla)
- ○ Maksupäätteellä maksamiseen (Lähimaksu/NFC-maksu/Bluetooth)
- ○ Kumpaakin näihin

11. Kuinka usein maksat mobiililaitteella lähimaksuna kassalla? *

- ○ Satunnaisesti
- ○ Lähes joka kerta
- ○ Aina
- ○ Vain, jos korttia tai käteistä ei ole mukana/lähettyvillä

12. Kuinka usein käytät mobiilimaksusovelluksia rahan lähettämiseen/pyytämiseen *

- ○ Päivittäin
- ○ Muutaman kerran viikossa
- ○ Kerran viikossa
- ○ Muutaman kerran kuukaudessa
- ○ Hyvin harvoin

13. Mistä syystä valitset maksaessasi mobiilimaksamisen? *

- ☐ Helppous
- ☐ Turvallisuus
- ☐ Haluan pysyä digitaalisen kehityksen mukana

- [ ] Haluan voida maksaa erilaisilla vaihtoehdoilla
- [ ] Jokin muu syy