

Sami Viitala

**TUNNUSLUKUSOVELLUS POP-AVAIMEN KÄYTTÄJÄKOKEMUKSET SIEVIN
OSUUSPANKISSA**

**TUNNUSLUKUSOVELLUS POP-AVAIMEN KÄYTTÄJÄKOKEMUKSET SIEVIN
OSUUSPANKISSA**

Samu Viitala
Opinnäytetyö
Kevät 2020
Liiketalous
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalous, Esimiestyö ja johtaminen

Sami Viitala
Tunnuslukusovellus POP-Avaimen käyttäjäkokemukset Sievin Osuuspankissa
Ismo Koponen
Kevät 2020

Sivumäärä: 31

Toimeksiantajani Sievin Osuuspankki on suomalaisen POP Pankki-ryhmään kuuluva itsenäinen pankki. Syksyllä 2019 astui voimaan PSD2-direktiivi, joka pakotti pankin lanseeraamaan uuden vahvan tunnistamisen kriteerit täyttävän sovelluksen, vanhan painetun avainlukulistan tilalle. Työskentelin tuohon aikaan pankissa ja näin päivittäisessä työssäni sen, kuinka pal-jon kysymyksiä sovelluksen käyttöönotto pankkiasiakkaille tuotti. Toimeksiantajani halusi tietää tarkemmin, kuinka juuri heidän asiakkaansa ovat sovelluksen ottaneet vastaan ja onko sen käyttö koettu selkeäksi ja turvalliseksi. Työn tietoperustaan on käytetty aineistona esimerkiksi Suomessa pankkeja valvovan elimen eli Finanssivalvonnan virallisia tiedotteita, digitalisaatioon liittyviä kirjallisia- ja elektronisia lähteitä, laadulliseen tutkimukseen liittyviä kirjallisia lähteitä ja lukuisia uutisia, tiedotteita, tutkimuksia ja puolivuosisikatsauksia. Tutkimusmenetelmänä on kvalitatiivinen tutkimus. Sen empiriaisuuden muodostaa havainnointi työyhteisön jäsenenä, sekä avoimet haastattelut. Tutkimuksessa todettiin, että asiakkaiden ikäjakauma vaikuttaa siihen, kuinka sovellus on otettu vastaan. Digiaikaan kasvaneille nuorille muutos ei tuottanut ongelmia ja sovelluksen käyttö koettiin helpoksi ja turvalliseksi. Vanhemmalle ikäryhmälle taas sovelluksen käyttö tuotti enemmän haasteita ja heidän takiaan on erityisen tärkeää, että konttoreilla ohjeistetaan sovelluksen käyttöä. Näiden kahden ikäryhmän väliin jää vielä keski-ikäinen asiakasryhmä, joka oli kahtia jakaantunut. Osa mielsi sovelluksen hyväksi muutokseksi ja sen käytön helpoksi ja turvalliseksi, osa taas vastusti muutosta. Kaikki kuitenkin pitivät siitä, että paikan päälle voi tulla kysymään neuvoa sovelluksen käytön suhteen. Sovelluksen markkinointi on ollut onnistunutta, sillä sovelluksen käyttäjämäärien perusteella suurin osa asiakkaista oli ottanut sen käyttöön omatoimisesti. Myös haastatelluista asiakkaista enemmistö oli tehnyt näin, ja kaikki olivat ainakin kuulleet siitä. Jatkotoimenpiteenä voidaan suositella sitä, että edelleen tarjotaan ohjeistusta sovelluksen käyttöön heille, jotka eivät itsenäisesti sen käyttöä ole vielä oppineet. Sovelluksen markkinointia kannattaa myös jatkaa konttorilla, sillä sähköisiä viestimiä pitkin menevät tiedotteet eivät tavoita kaikkia asiakkaita. Konttoriasiakkaista suurin osa on iäkkäitä, joten erityisesti heille kannattaa kertoa tapaamisten yhteydessä sovelluksesta ja ennen kaikkea näyttää käytännössä, kuinka se toimii. On myös tärkeää mainita, miksi sovellus on kehitetty ja miksi se on turvallisin vaihtoehto tunnistautumista varten.

Avainsanat: digitalisaatio, EU-direktiivit, maksupalvelut, pankkiaala

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme, option

Sami Viitala
User experiences of POP-Key Pin Application in Sievi Cooperative Bank
Ismo Koponen
Spring 2020

Number of pages: 31

My client Sievi Cooperative Bank is an independent bank belonging to the Finnish POP Bank Group. In the fall of 2019, the PSD2 Directive came into action, forcing the bank to launch a new application that meets the criteria for strong identification, replacing the old printed key figure list. I was working at that bank at the time and saw in my day-to-day work how many questions the introduction of the app generated for bank customers. My client wanted to know more about exactly how their customers have received the application and whether its use was perceived as plain and safe. Bulletins from the official Finnish Banking Supervision Authority, written sources and electronic sources related to digitization, written sources related to qualitative research and numerous news, press releases, studies and semi-annual reports were used as the data base for the work. The research method is qualitative research. Its empiricism consists of a six-month observation as a member of the work community, as well as open interviews. The study found that the age distribution of customers affects how the application is received. For young people who grew up in the digital age, the change did not cause any problems and the use of the application was considered to be easy and safe. For the older age group, on the other hand, the use of the application posed more challenges, and because of them it is especially important that the branches instruct the use of the application. Between these two age groups, there is still a middle-aged customer group that was divided in two. Some thought it was a good change for the app to come in and that it was easy and safe to use, while others opposed the change and with it the use of the app itself. However, all of the customers appreciated the fact that you can come to the bank and receive help on how to use the app. Based on the number of users the marketing of the application has been successful and most customers had implemented the application on their own. The majority of customers interviewed had also done so, and everyone had at least heard of it before. As a follow-up, it may be recommended to continue to provide guidance on the use of the application to those who have not yet started using it independently. It is also a good idea to continue to promote the application at the branch, as newsletters that go along with electronic media do not reach all customers. Most of the customers that visit the physical bank branch are elderly, so it is especially important to tell them about the application during appointments and, above all, showing it in practice how it works. It is also important to mention why the application was developed and why it is the safest option for authentication.

Keywords: digitalization, EU-directives, payment services, banking

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
	1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset.....	7
	1.2 Tutkimusmenetelmät ja aineisto.....	8
	1.3 Tutkimuksen rakenne.....	9
2	PSD2-DIREKTIIVI	10
	2.1 Vahva tunnistautuminen	11
	2.2 Henkilöllisyystodistukset	12
3	POP-AVAIN.....	14
	3.1 Yleisesti.....	14
	3.2 Käyttöönotto.....	14
	3.3 Käyttötarkoitukset.....	16
	3.4 Käyttäjämäärät.....	17
4	DIGITALISAATION VAIKUTUS MAKSUPALVELUIHIN	18
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	22
	5.1 Havainnointi.....	22
	5.2 Avoin haastattelu	23
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	24
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	27
	LÄHTEET	30

1 JOHDANTO

Finanssiala elää jatkuvassa muutoksessa ja tänä syksynä enemmän kuin koskaan otsikoista on saanut lukea muuttuvasta pankkiasioinnista. Olen itse työskennellyt pankissa vajaan vuoden verran ja siinäkin ajassa todella moni asia on muuttunut. Kaikki ovat kuulleet digitalisaatiosta, mutta moni ei tiedä mitä se oikeastaan tarkoittaa. Teknologia kehittyy ja meidän on kehitettävä sen mukana. Työelämässä digitalisaatio edellyttää valmistautumista teknologian kehittymisen myötä tarjoutuviin mahdollisuuksiin. Kilpailu on kovaa ja yritykset pyrkivät olemaan aina muutaman askeleen edellä kilpakumppaneitaan. Pankkimaailman murros konkretisoitui omassa työssäni kun 14.9.2019 voimaan astui PSD2-maksupalveludirektiivi, jonka linjaukset pakottivat pankit kehittämään toisen vaihtoehdon perinteisen avainlukulistan tilalle.

Toimeksiantajani on samalla myös työnantajani ja opinnäytetyöni aihe tuli heiltä. Työskentelen Sievin paikallisosuuspankin Ylivieskan konttorissa. Olemme pieni pankki ja kilpailuetumme on se, että olemme lähellä asiakasta. Näin ollen työssäni pankin kassalla saan päivittäin kuulla kysymyksiä avainlukuovelluksesta ja neuvoa sen käyttöönottoa. Oli siis täysin looginen jatkumo, että perehtyisin sovellukseen vieläkin syvällisemmin. Sovellus on vielä niin tuore, että sitä varmasti tutkitaan jatkuvasti pankkiliiton ja muiden POP Pankkien tahoilta, mutta koska olemme kaikki ryhmämme sisällä itsenäisiä pankkeja, tämä raaka data ei kerro meille tarpeeksi. Toimeksiantajani haluaakin siis kuulla, miten avainlukuovelluksemme POP Avain- on otettu vastaan juuri meidän asiakkaidemme joukossa.

Tämän toimeksiannon tarkoituksena on siis selvittää, miten uuden POP Avain- tunnuslukuovelluksen lanseeraus ja markkinointi on onnistunut POP Pankki-ryhmään kuuluvan Sievin Osuuspankin asiakkaiden keskuudessa. Taustalla on uusi PSD2-direktiivi ja asiakaskäyttämisen muutos, joka on voimakkaasti muuttanut finanssialaa ja sen toimintaympäristöä niin, että pankit ja vakuutusyhtiöt ovat joutuneet ottamaan käyttöön vahvan digitaalisen strategian pärjätäkseen kilpailussa. Erilaisia keinoja kilpailussa pärjäämiselle ovat palveluiden jatkuva kehittäminen, henkilöstön osaamisen ja toimintatapojen kehittäminen, sekä asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen.

Toimeksiantajani on POP Pankki-ryhmään kuuluva itsenäinen pankki. POP Pankit ovat osuuskuntamuotoisia, asiakkaidensa omistamia pankkeja. POP Pankki on suhteellisen tuore pankkiryhmä, se on perustettu vuonna 1997. Ryhmään kuuluu 26 paikallista osuuspankkia, jotka toimivat eri puolilla Suomea, konttoreita on 79 kappaletta. 2019 vuoden puolivuositarkastuksessa POP Pankeilla oli 250 000 asiakasta. Asiakkaista 85,2 prosenttia on yksityisasiakkaita, 8,3 prosenttia yrityksiä ja 3,1 prosenttia maa- ja metsätalousasiakkaita. Asiakkaista 89,2 prosenttia oli puolivuositarkastuksen lopussa myös POP Pankkien jäseniä (POP Pankki-ryhmä 2019, 7).

POP Pankkiryhmän vakuutussegmentin muodostaa Suomen Vahinkovakuutus OY, jonka liiketoiminta on kasvanut vahvasti viime vuosina. Asiakkaita sillä oli vuoden 2019 puolivuositarkastuksessa 137 000 ja se sai keskimäärin 4200 uutta asiakasta kuukaudessa (POP Pankki-ryhmä 2019, 8).

POP Pankilla on tutkitusti Suomen tyytyväisimmät asiakkaat. Se on saavuttanut ykkössijan jo kahdeksan vuotta putkeen Pohjoismaiden pankkiasiakkaiden tyytyväisyyttä mittaavassa EPSI-tutkimuksessa (POP Pankki-ryhmä 2019, 8).

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on raportoida PSD2-direktiivin myötä käyttöön tulleen vahvan sähköisen tunnistamisen kriteerit täyttävän mobiilisovelluksen käyttäjäkokemuksia Sievin Osuuspankeissa. Tavoitteena on myös rajata selkeästi aihetta Sievin Osuuspankin asiakkaisiin, eikä tutkia sitä koko pankkiryhmän laajuisesti, jotta tutkiminen helpottuu. Tutkimuksen avulla pyritään selvittämään, miten asiakkaat hyödyntävät tätä uutta palvelua ja millaisia vaikutuksia sillä on asiakaskokemukseen.

1.2 Tutkimusmenetelmät ja aineisto

Laadullisen tutkimuksen aineiston keruu ja tulkinta tapahtuvat samanaikaisesti koska aineiston sisältö määrää kerättävän aineiston määrän. (Kananen 2017, 132.) Aineistolähteinä voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa olemassa olevia dokumentteja (kirjallisuus, pöytäkirjat, muistiot, elämänkerrat, vuosikertomukset, erilaiset raportit), haastatteluja eri muodoissaan (haastattelut, teema-haastattelut), erimuotoista havainnointia ja kvantitatiivisen tutkimuksen kyselyä (survey). (Kananen 2017, 16).

Aineistonkeruumenetelmät voidaan Kananen mukaan jakaa sekundäärisiin ja primäärisiin menetelmiin. Sekundäärisiä menetelmiä ovat erilaiset dokumentit, kirjat, tutkimukset, tilastot ja kuvat, primäärisiä taas havainnointi, haastattelut ja kyselyt (Kananen 2017, 120). Aikaisemmat tutkimukset tarjoavat hyväksi havaittuja työkaluko mm aineistonkeruuseen (Kananen 2017, 17.) Kaikkia kirjallisen aineiston muotoja voidaan käyttää laadullisen tutkimuksen aineistolähteinä (Kananen 2017, 120.)

Sekundäärinen aineisto muodostaa tutkimuksen teoriaosuuden ja primäärinen aineisto taas empiiriosuuden. Tutkimukseni teoreettinen viitekehys perustuu pitkälti taustalla vaikuttaviin lakipykäliin, pankin vuosikertomuksiin, kirjallisiin lähteisiin finanssialasta ylipäätään ja moniin muihin elektronisiin, sekä kirjallisiin lähteisiin. Aineiston paljouskysymys liittyy laadullisessa tutkimuksessa tutkimusyksiköiden valintaan ja määrään, sekä siihen paljonko ja millaista tietoa havaintoyksiköltä saadaan. Tarvittavaa määrää ei voi etukäteen laskea, sillä määrä ratkeaa tutkimisprosessin kuluessa (Kananen 2017, 125).

Tutkimuksen empiirisen osuuden muodostaa primäärinen aineisto. Se koostuu työyhteisön jäsenenä osallistuvan havainnoinnin, sekä asiakkaiden haastattelun kautta. Haastatteluissa käytän avoimen haastattelun metodia. Näin ollen saan mahdollisimman hyviä ja autenttisia vastauksia. Haastattelut litteroidaan tekstimuotoon niiden tarkemman analysoinnin mahdollistamiseksi.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Laadullisen tutkimuksen tulkinnan ja ratkaisun etsimisessä voidaan erottaa seuraavat vaiheet; Aineistonkeruu, jossa tutkija kerää tutkimusongelmaan liittyvää aineistoa erilaisilla aineistonkeruumenetelmillä, tässä tutkimuksessa se tapahtuu havainnoinnin ja haastatteluiden avulla. Seuraava vaihe on aineiston yhteismitallistaminen, eli litterointi. Eri aineistomuodot saatetaan yhteen muotoon, joka on yleensä tekstimuoto (txt). Kolmas vaihe on aineiston koodaaminen, tekstimassaa tarkastellaan tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten näkökulmasta ja sieltä poimitaan ne tekstikokonaisuudet, jotka liittyvät tutkittavaan ilmiöön. Tekstikokonaisuudet tiivistetään niin, että tekstikokonaisuudelle tai sen osalle annetaan sisältöä kuvaava ilmaisu eli koodi. Koodi kertoo asiiasällön. Neljäs vaihe on aineiston luokitteluvaihe, jossa katsotaan mitkä koodit muodostavat oman ryhmänsä. Ryhmälle eli luokalle annetaan nimi. Luokitteluvaiheessa pidetään mielessä tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset. Viimeinen vaihe on uusi aineistonkeruu, joka seuraa lähes aina analyysivaihetta. Sillä täydennetään analyysiä ja tai etsitään vastauksia esiin nousseisiin kysymyksiin. Tiedonkeräyskiertoja voi olla useita. Käytännössä tämä tarkoittaa uutta tietolähdettä, tai saman tietolähteen syventämistä (Kananen 2017, 131-132).

Aloitin tutkimuksen johdannolla, jossa käyn läpi tutkimuksen tavoitteet ja taustaa tutkimukselle. Lisäksi kerron tutkimusmenetelmät, aineiston ja tutkimuksen rakenteen. Tutkimuksen teoriaosuus pitää sisällään pääluvut PSD2 Direktiivistä, POP-avaimesta ja maksupalvelujen murroksesta. Tutkimuksen empiirisessä osuudessa käydään läpi tutkimusmenetelmät, niistä saatu aineisto ja tutkimuksen tulos. Sen lisäksi arvioidaan tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen tulokset ja tarkastellaan saatuja vastauksia. Lopuksi käydään läpi myös se, että vastasiko tutkimus tutkimusongelmaan ja pohditaan mahdollisia jatkotutkimusvaihtoehtoja. Lähteet ja liitteet ovat viimeinen osa tutkimusta.

2 PSD2-DIREKTIIVI

14.9.2019 astui voimaan maksupalvelulaki, joka pohjautuu Euroopan parlamentin hyväksymään direktiiviin PSD2 (Payments Services Directive 2). Direktiivin tarkoituksena on saada aikaan yhtenäinen euromaksualue, parantaa kuluttajansuojaa, tehostaa rajat ylittävien maksujen turvallisuutta, sekä muutenkin ylläpitää maksujen nopeutta, varmuutta ja turvallisuutta (Finanssivalvonta 2019, viitattu 18.10.2019).

PSD2-direktiivi siis avasi pankkien rajapintoja kolmansille osapuolilla ja palveluntarjoajat voivat nyt tarjota maksutoimeksiantojen käynnistyspalveluja, tilitietopalveluja ja korttipohjaisia maksuvälineitä. Tilitietopalvelulla tarkoitetaan yhden palveluntarjoajan kautta tapahtuvaa kaikkien pankkitilien tietojen tarkastelua. Maksutoimeksiantopalvelu taas tarkoittaa verkko-ostamisen muotoa, jossa asiakas voi tehdä toimeksiannon, jonka perusteella tilisiirto tehdään. Erona entiseen verkkomaksamiseen on se, että tilisiirto tehdään jonkin kolmannen osapuolen palvelussa, eikä verkkopankissa. Korttipohjainen maksuväline taas tarkoittaa palvelua, johon voi liittää maksukortin ja veloitukset tapahtuvat sen kautta, näitä on esimerkiksi GooglePay ja ApplePay (Finanssiala ry 2019, viitattu 4.12.2019).

Maksutilejä ylläpitävien maksupalveluntarjoajien eli toisin sanoen pankkien on mahdollistettava kolmansille osapuolille rajoitettu pääsy maksutileille. Näiltä palveluntarjoajilta edellytetään kuitenkin maksulaitostoimilupaa, tilitietopalvelun tarjoajalta rekisteröitymistä. Hyväksytyt toimijat voi tarkistaa finanssivalvonnan rekisteristä. Tilitietoihin ei myöskään pääse käsiksi ilman asiakkaan lupaa. Jatkossa on asiakkaan itsensä päätettävissä mitä palveluja hän ottaa käyttönsä ja kenelle sallii pääsyn tilitietoihinsa. Jatkossa asiakkaalla on entistä enemmän vastuuta, mutta toisaalta myös valinnanvaraa palveluistaan (Pelto-Timperinen 2019, viitattu 22.3.2020).

Direktiivin myötä saataville tulee uusina palveluina myös maksutoimeksiantopalvelut, joiden kautta maksuja voidaan käynnistää suoraan asiakkaan tililtä ilman korttia tai sitä että asiakas konkreettisesti painaa ns. ”verkkomaksunappia”. Tämä mahdollistaa kuukausiveloitukseen perustuvien palveluiden helpomman käytön. Tilietopalveluiden avulla taas asiakkaan eri pankeissa olevat tilit ovat samalla kertaa hänen katsottavissaan. Uusi palvelu on myös korttipohjainen maksuväline, jotka mahdollistavat sen, että asiakas voi varmistaa tili- ja maksutilanteensa myös toisen pankin tililtä (Pivo, MobilePay, ApplePay, Google Pay). Tällaiset palvelut ovat tulevaisuudessa varmasti kasvaamaan päin, korttimaksamisen vähentyessä. (Pelto-Timperinen 2019, viitattu 22.3.2020).

2.1 Vahva tunnistautuminen

PSD2-direktiivissä määrättiin, että vahva tunnistautuminen tulee pakolliseksi sähköisiä maksutapahtumia tehdessä, sekä tunnistautuessa verkkopankkitunnuksilla eri palveluihin. Kuluttajan vastuuta näin ollen mahdollisissa väärinkäyttötilanteissa pienennettiin ja pankkien vastuu taas kasvoi. Asiakkaan vahvaa tunnistamista ja turvallista tiedonvaihtoa maksupalveluosapuolien välillä säätelvä tekninen standardi (RTS) hyväksyttiin tammikuussa 2018. Se astui voimaan 14.9.2019. Sen mukaiset vahvan tunnistamisen elementtejä on kolme ja mikäli näistä kaksi täyttyy, on kyseessä vahva tunnistaminen. Vahvan tunnistamisen elementtejä ovat: jokin, minkä vain käyttäjä tietää (salasana), jokin laite, joka vain käyttäjällä on (esim. matkapuhelin) ja käyttäjän yksilöivä ominaisuus (biometrinen tunniste, esim. sormenjälki) (Finanssivalvonta 2019, viitattu 18.10.2019).

Pankkien käyttämät painetut avainlukulistat jäävät PSD2 direktiivin myötä historiaan. Tämä perustuu siihen, että painetuissa listoissa on väärinkäytön riski, koska niiden kopioiminen esimerkiksi valokuvaamalla on helppoa. Finanssiala ry:n johtavan asiantuntijan Teija Kaarlelan mukaan tunnuslukulistat eivät ole kuitenkaan katoamassa yhdessä yössä; ”Finanssivalvonta on linjannut, että listoista voidaan luopua vasta, kun on turvattu, että siirtyminen painetuista listoista esimerkiksi kännykkäsovellukseen tapahtuu ilman, että tunnistamisvälineen käyttöön tulee katkoksia. Listoista luopumisen aikataulu siis vaihtelee pankeittain” (Palmgren 2019, viitattu 10.10.2019).

POP Pankin verkkosivuilla muutoksesta todetaan näin; ”Muutoksen tarkoituksena on parantaa kulluttajien oikeuksia ja edistää pankkitoimialan kilpailua, jolloin myös palveluvalikoima laajenee. Jatkossa asiakas voi tarkistaa saldonsa ja tilitapahtumansa oman pankkinsa tarjoamien palveluiden lisäksi kolmannen osapuolen palveluntarjoajan palveluissa. On odotettavissa, että perinteisten pankki- ja luottokorttien sekä verkkomaksunapin rinnalle syntyy uusia, pankista riippumattomia tapoja maksamiseen. Palveluita voivat pankkien lisäksi tarjota muun muassa finanssiteknologiatoimijat.” (Pelto-Timperi 2019, viitattu 22.3.2020).

2.2 Henkilöllisyystodistukset

Lisäksi maksupalveludirektiivin seurauksena henkilöllisyyden tunnistusvälineitä tarjoavien pankkien ja teleyritysten on edellytettävä, että henkilöllä on esittää voimassa oleva passi tai henkilökortti. Tämä johti siihen, että vuonna 2019 henkilökorttien määrä ponnahti ennennäkemättömään kasvuun. Poliisi myönsi viime vuonna yli 420 000 henkilökorttia (Kerkelä 2019, viitattu 21.4.2020).

Maksupalveludirektiivi asettaa kolme ehtoa henkilön vahvalle sähköiselle tunnistamiselle. Niistä vähintään kahden tulee toteutua.



1. Jotain, mitä käyttäjä tietää

(Esim. salasana tai PIN-koodi)



2. Jotain käyttäjän hallussa

(Esim. avainlukusovellus tai -laite)



3. Jotain, mitä käyttäjä on

(Sormenjälki, kasvontunnistus)

KUVIO 1. Vahvan sähköisen tunnistamisen ehdot (Yleisradio Oy 2019, viitattu 15.10.2019)

3 POP-AVAIN

3.1 Yleisesti

POP-Avain tunnuslukusovellus on PSD2-direktiivin vahvan tunnistamisen kriteerit täyttävä sovellus, jonka avulla voi kirjautua verkkopankkiin, vahvistaa laskuja ja tunnistautua eri palveluihin. Se on ollut ladattavissa 20.2.2018 alkaen. Sovellus toimii sekä Android, että iOS alustoilla. POP Avain -tunnuslukusovellus löytyy AppStoresta ja GooglePlay kaupoista.

3.2 Käyttöönotto

Kun sovellus on ladattu sovelluskaupasta, tulee asiakkaan käydä läpi lyhyt käyttöönoton prosessi, joka tehdään kokonaisuudessaan puhelimesta. Käyttöönottoa varten tulee POP Pankin verkkopankkitunnusten olla saatavilla. Asiakas antaa ensin (verkkopankin) käyttäjätunnuksen, salasanan sekä pyydetyt turvaluvut avaintunnuskortista. Tämän jälkeen asiakasta pyydetään valitsemaan oma henkilökohtainen pin-koodi (4 numeroa). Tämä on koodi, jota asiakas käyttää aina vahvistuksessa tapahtumia sovelluksella.

Sovellukseen voi rekisteröidä useamman eri profiilin ja ne voi nimetä mielensä mukaan. Esimerkiksi jos asiakkaalla on palveluita sekä yksityis-, että yrityspuolella, hän voi rekisteröidä molemmat POP-Avaimeen verkkopankkitunnuksillaan. POP-avaimen voi ottaa käyttöön enintään viidelle laitteelle yhtä verkkopankkitunnusta kohtaan. Laitteiden rekisteröinnin poistaminen on helppoa ja se onnistuu sovelluksen kautta. Sovelluksesta voi myös vaihtaa unohtuneen PIN-koodin.



REKISTERÖINTIPROSESSI

VAIHE 1.

Syötä POP Pankin verkkopankin käyttäjätunnus ja salasana. Paina Jatka-painiketta.

VAIHE 2.

Anna pyydetty turvaluku avaintunnuskortista.

VAIHE 3.

Aseta PIN-koodi, jota haluat käyttää palvelussa.

VAIHE 4.

Nimeä käyttäjätili. Käyttäjätilin avulla erotat eri käyttäjät, jotka käyttävät samaa laitetta.

KUVIO 2. POP-Avaimen rekisteröintiprosessi (POP Pankki-ryhmä, viitattu 4.1.2020.)

3.3 Käyttötarkoitukset

Tunnuslukusovellusta voidaan käyttää kaikissa tilanteissa, jossa normaalisti käyttäisi avaintunnuskorttia esim. kirjautumisessa verkkopalveluihin ja maksujen ja muiden toimeksiantojen vahvistamisessa. Verkkopankkiin, sekä Tupakseen ja verkkomaksuun kirjautuessa käyttäjä antaa vain käyttäjätunnuksen ja sen jälkeen tunnuslukusovelluksen turvaluvun, salasanaa ei tarvita.

Mikäli POP-Avain sovelluksen lisäksi käyttää POP Mobiili verkkopankkisovellusta, ne toimivat hyvin yhteen. Laskua maksaessa sovellukset ohjaavat sinut automaattisesti sovellusten välillä, eikä sinun tarvitse kuin laittaa pin-koodi ja maksu lähtee eteenpäin. Verkkopankissa maksaessa sen sijaan, että laskua vahvistaessa käyttää avainlukulistan koodia, ottaa esiin älypuhelimien ja sieltä POP-avain sovelluksen ja laittaa sinne pin-koodin, jolloin maksu lähtee eteenpäin.

Tunnistautuessa eri palveluihin asiakas valitsee listalta POP Pankin ja sen jälkeen valitsee tunnistautumisvaihtoehdoksi POP-avain sovelluksen. Tämän jälkeen verkkosivulle ilmestyy teksti ”odotetaan vahvistusta”, jolloin asiakas avaa sovelluksen älypuhelimestaan, syöttää sinne pin-koodinsa ja vahva sähköinen tunnistautuminen toteutuu ja sinut kirjataan sisään.

3.4 Käyttäjämäärät

Kesäkuisen lanseerauksensa jälkeen POP-Avaimen käyttäjämäärät ovat olleet tasaisesti nousussa. Viimeisin tieto on peräisin 25.11.2019, jolloin sovellusta oli otettu käyttöön 50 166 kpl. Tämä on koko POP Pankkiryhmän kattava tieto, yksittäisten pankkien tilastoja ei ole saatavilla.

POP Avaimen käyttäjämäärät:

kk	POP Avaimen Käyttäjämäärät:
kesä	24 243
heinä	30 121
elo	35 990
syys	43 492

25.11.2019:

50 166 kpl

Huikkea nousu muutamassa kuukaudessa! Hyvää työtä!

5

Painotilasto onnistunut ajantasaisesti

POP Pankki

KUVIO 3. POP-Avaimen käyttäjämäärät (POP Pankki-liitto, viitattu 13.12.2020.)

4 DIGITALISAATION VAIKUTUS MAKSUPALVELUIHIN

Kehittyvä teknologia ja digitaalisuus haastavat nyt useampia toimialoja voimakkaasti. Digimurros on muuttanut liiketoimintaa ja sen johtamista sekä vaikuttaa yritysten strategian laadintaan sekä toimeenpanoon. Maksupalvelulla tarkoitetaan maksutilien välillä tehtäviä tilisiirtoja, maksukorttios-
toksia, suoramaksua, matkapuhelimella tehtyjä maksuja, silloin kun maksu suoritetaan kolmannelle osapuolelle ja rahanvälitystä. Maksupalveluiden tarjoamisesta on tyypillisesti kyse silloin, kun mak-
sajan ja maksunsaajan välissä toimiva palveluntarjoaja (pankki) siirtää varoja osapuolten välillä heiltä saamansa toimeksiannon perusteella.

Pankit elävät juuri nyt kovimmassa murroksessa vuosikymmeniin ja digiaika, sekä organisaatioiden rakennemuutokset finanssialalla ovat edellyttäneet pankeilta kalliita investointeja viime vuosina. Pankkien toimintaan vaikuttaa myös heitä valvovat toimielimet, kuten finanssivalvonta ja tärkeim-
pänä tietysti laki. Digitalisaatio on kasvanut räjähdysmäisesti ja siitä on seurannut radikaali asia-
kaskäyttäjyksen muutos. Moderni kuluttaja odottaa kokonaisvaltaista palvelua ajasta tai paikasta riippumatta. Kilpailu alalla on kovaa ja vastatakseen asiakkaiden muuttuneisiin tarpeisiin pankkien on täytynyt reagoida kehittämällä ja uudistamalla liiketoimintamallejaan.

Asiakkaita pyydettiin arvioimaan, mitkä listatuista kriteereistä ovat heille ratkaisevan tärkeitä heidän valitessaan pankki- tai vakuutuspalveluntarjoajaa tulevaisuudessa. Tulosten perusteella palvelun-
tarjoajan valinnan tulevaisuudessa ratkaisevat hinta, palvelun tarjoajan luotettavuus ja verkkoasi-
oinnin turvallisuus sekä palvelujen ja niiden käyttöön tarkoitettujen työkalujen selkeys ja yksinker-
taisuus. Selkeäksi ykköseksi edellä mainituista valintakriteereistä nousee palvelujen hinta, jonka kolme neljästä asiakkaasta nostaa tärkeimpien valintakriteerien joukkoon. (Finanssialan keskus-
liitto 2015, 12.)

Digitalisaation keskiössä on mobiililaitteiden pankkipalvelut. Älypuhelin on laite, joka on lähes jokaisella mukana jatkuvasti ja varsinkin nuorison keskuudessa suurin osa pankkiasioista hoidetaan jo mobiililaitteissa. Kun PSD2 direktiivi tuli voimaan, tämä pakotti pankit reagoimaan ja POP Pankki-ryhmä lanseerasi POP-Avain tunnusteluovelluksen mobiililaitteisiin. Oli ehdottoman tärkeää, että se toimii sujuvasti ja nopeasti. Finanssiala ry:n johtavan asiantuntijan Teija Kaarlelan mukaan tämän hetken isoin haaste on nimenomaan vahvan tunnustautumisen vaatimus. Se kohdistuu kaikkien sähköiseen maksamiseen. Erityisen huomion kohteena on kortilla maksaminen, joka vielä tänä päivänä osin tapahtuu pelkästään korttitiedoilla syöttämällä kortin numero, voimassaoloaika ja takapuolen turvakoodi. Nämä tiedot eivät täytä vahvan tunnustautumisen vaatimusta. (Tyystjärvi 2019, viitattu 8.1.2020).

Digitalisaation vaikutus maksupalveluihin näkyy myös siinä, että käteisen rahan käyttö vähenee jatkuvasti, kun uusien säännösten ja teknologian kehittymisen myötä maksuliikenteestä tulee läpinäkyvämpää ja rahan liikuttaminen eri tilien välillä on sujuvampaa, helpompaa ja nopeampaa. Kuten todettua jo tällä hetkellä on mahdollista maksaa kaupassa älypuhelimien eri sovellusten kautta, voi tämä tulevaisuudessa näkyä radikaalinakin pankkikorttien määrän vähenemisenä. Mitä enemmän vaihtoehtoiset maksutavat yleistyvät sitä helpompaa rahan siirtäminen on myös kansainvälisesti. Kaiken tämän johdosta kilpailu tietysti myös kiristyy; finanssialan toimijoiden täytyy reagoida ja vastata kaikkiin asiakkaidensa muuttuneisiin tarpeisiin ja tämä voi olla vaikeaa. Vaikutukset tulevat näkymään myös työntekijäpuolella työaika- ja laajenemisenä. Pankkien tulee laajentaa aukioloaikojaan hyvinkin perinteisistä vanhoista malleistaan. Pankit ovat yhtiä niistä harvoista toimijoista, jotka eivät esimerkiksi ole auki viikonloppuisin. Harva pankki on auki edes arkena iltaisin, mutta tämä on muuttumassa nopeaa vauhtia. Pankeissa on lähdetty laajentamaan aukioloaikoja, joka tosin monessa pienessä pankissa tarkoittaa sitä, että ovet ovat kiinni muuten kuin ajanvarauksella.

Finanssialan keskusliiton tekemän tutkimuksen mukaan finanssialan työntekijöiden mielestä työskentelyä tulevaisuudessa kuvastaa monikavaisuuden ja moniosaamisen lisäksi vahvasti myös digitaalitojen välttämättömyys. Digitaalisuus johtaa siihen, että asiakkaiden itsepalvelu lisääntyy, niin finanssialan henkilöstö kokee kuitenkin, että asiantuntijuuden ja henkilökohtaisen palvelun merkitys tulee korostumaan jatkossa. (Finanssialan keskusliitto 2015, 3.)

Handelsbankenin Suomen maajohtaja Nina Arkilahti toteaa, että pankkialan murrosta tulisi tarkastella ennenkaikkea mahdollisuutena, eikä haasteena tai uhkana. Hänen mukaansa on tärkeää, että haastamme jatkuvasti toimintamme ja innovoimme, sekä löydämme uusia ratkaisuja tehdä asioita tehokkaammin (Arkilahti 2019, viitattu 19.4.2020).

”Palveluita kehittäessämme meidän tulee tiedostaa, miltä digitalisaatio tuntuu palvelun käyttäjistä. Ainakaan se ei saisi tuntua siltä, että pankki etäänny asiakkaitaan. Asiakkaat ovat yksilöitä, joiden suhde digitaalisiin palveluihin voi olla hyvinkin erilainen. Siksi meidän tulee ymmärtää ja tunnistaa eri elämänvaiheiden tuomat tarpeet ja kohdata asiakas hänen omista lähtökohdistaan”. (Arkilahti) Arkilahti toteaa, että on paljon asioita, jotka asiakas haluaa tehdä itse. Konttorissa käydään entistä harvemmin. Hän myös kertoo, että pankin tehtävänä on tarjota helppoa, turvallista ja saatavilla olevaa palvelua kanavasta riippumatta. Digitalisoituvassa ympäristössä yhteys asiakkaaseen on entistä tärkeämpi. Toimintaympäristö muuttuu, mutta tavoite pysyy, Arkilahti sanoo.

”Uskon vahvasti, että paikallisuuden ja digitaalisuuden voi yhdistää asiakaslähtöisesti. Meidän on tunnistettava ja ennakoitava asiakkaan tarpeet. Siten rakentuu asiakassuhde, jokakestää ja kantaa, vaikka fyysisiä tapaamisia ei enää olekaan entiseen tapaan” (Arkilahti 2019, viitattu 19.4.2020).

Arkilahti kertoo, että pitkä asiakassuhde perustuu luottamukseen ja siihen, että myönteinen asiakaskokemus toistuu yhä uudelleen koko asiakassuhteen ajan. Kaikkien kohderyhmien huomioiminen mahdollistaa elämänmittaisen asiakassuhteen. Hän sanoo, että me emme pakota ketään digitaaliseen putkeen, mutta kannustamme aktiivisesti käyttämään digipalveluja peruspankkiasioinnin hoitamiseen (Arkilahti 2019, viitattu 19.4.2020).

”Jos pankki on vain infrastruktuurin tuottaja ja jakelukeskus, on sanomattakin selvää, että sen merkitys vähenee digitalisoitumisen myötä. Mutta entä jos saat konttorista hyvää ja huolehtivaa palvelua silloin, kun sitä tarvitset? Silloin olemme luottamuksesi arvoinen, konkreettinen apu arjessasi.” (Arkilahti 2019, viitattu 19.4.2020).

Lopuksi Arkilahti toteaa, että hän ei näe henkilökohtaisen palvelun ja digitalisaation välillä vastakkainasettelua. Asiakkaat haluavat molempia ja kun yhtälö on tasapainossa, henkilökohtainen kontakti pikemminkin vahvistuu kuin heikkenee, Arkilahti sanoo (Arkilahti 2019, viitattu 19.4.2020).

Finanssiala ry teettää vuosittain kvantitatiivisen tutkimuksen suomalaisten säästämisestä, luotonkäytöstä ja maksutavoista. Digitalisaation vaikutuksesta maksupalveluihin kertoo tutkimuksen viimeisimmät tulokset vuodelta 2019. Tutkimuksen kohderyhmän muodostavat mannersuomalaiset 15-79 -vuotiaat henkilöt. Haastattelututkimuksen aineisto on kerätty marraskuun 2018 ja tammi-kuun 2019 välisenä aikana. Tällöin haastateltiin 2 500 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä eri puolilla Suomea. Sen mukaan jo 92% suomalaista maksaa laskunsa pääasiallisesti tai toissijaisesti mobiili tai verkkopankissa. Verkkopankissa maksaminen on lisääntynyt etenkin yli 65-vuotiaiden keskuudessa. Tällä hetkellä joka kolmas suomalainen käyttää verkkopankkia tavallisimmin jollain mobiililaitteella, osuus on jälleen kasvanut 10 prosenttiyksiköllä (Finanssiala ry 2019, viitattu 3.3.2020).

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Havainnointi

Observation eli havainnoinnin kautta tutkija saa tietoa, toimivatko ihmiset, kuten he sanovat toimivansa. Jos havainnointi on systemaattista ja tarkasti jäsenneltyä, silloin kyseessä on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja jos se on täysin vapaata ja luonnolliseen toimintaan mukautunutta, niin kyseessä on kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Havainnoija voi olla ulkopuolinen henkilö tai ryhmän jäsen ja näiden pohjalta saadaan jaottelu systemaattiseen ja osallistuvaan havainnointiin. Tutkijan tulee havainnointimenetelmää valitessaan muistaa, että hänen täytyy pitää erillään omat tulkinsa havainnoista. (Hirsjärvi 2010 213–214; Kananen 2015, 138.)

Havainnointiin kuuluu aineistonkeruu- ja analyysivaihe. Analyysin avulla selvitetään se, tarvitaanko lisää tietoa ja millaista sen tiedon tulisi olla. Nämä vaiheet kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Havainnoinnin piirteisiin kuuluu myös jatkuva referointi ja syklisyys. Kerätty aineisto tulee dokumentoida, jotta havainnointi täyttää tieteelliset kriteerit aineistonkeruumenetelmäksi. Dokumentointimenetelmänä voi käyttää strukturoitua tai strukturoimatonta havainnointitapaa. Strukturoidussa havainnointitavassa tutkija kirjoittaa järjestelmällistä havainnointipöytäkirjaa ja strukturoimattomassa havainnointitavassa tutkija kirjaa mahdollisimman paljon tutkimukseen liittyviä havaintoja. Havainnoiteja analysoidessa tutkijan käsitys ja ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä syvenee. (Kananen 2015, 138–141.)

Asiakkaiden kokemuksia lähdin selvittämään havainnoinnin ja avoimen haastattelun keinoin. Havainnoinnissa käytin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä havainnointini oli täysin vapaata ja luonnolliseen toimintaan mukautunutta. Minun roolini oli ryhmän jäsenenä ja tein osallistuvaa havainnointia työpäiväni yhteydessä. Kirjasin havainnointini ylös strukturoimattoman kirjaamisen metodilla, eli kirjoitin ylös mahdollisimman paljon tilanteeseen liittyviä havaintoja.

5.2 Avoin haastattelu

Kun halutaan yksilöllistä, selvempää ja syvällisempää tietoa kehittämisen kohteesta, on haastattelu hyvä tiedonkeruumenetelmä. Haastattelun avulla pystytään täydentämään havainnoinnin kautta kerättyä aineistoa ja sen tulkintaa. Haastattelun eri muotoja on teemahaastattelu, avoin haastattelu ja lomakehaastattelu. Näistä yleisimmin käytetään teemahaastattelua, eli puolistrukturoitua haastattelua (KvaliMOTV 2006, viitattu 19.2.2020). Opinnäytetyöni aiheeseen luontevin haastattelumenetelmä oli avoin haastattelu. Avoin haastattelu ei nimensä mukaisesti ole sovitettu mihinkään tarkkaan formaattiin ja siinä haastattelija ja haastateltava käyvät ihan normaalia keskustelua keskenään. Se soveltui tutkimukseeni oikein hyvin, koska päivittäin asiakkaat kävivät kysymässä neuvoa POP-Avaimesta ja näin ollen tilanne oli luonteva ja avoin.

Avoin haastattelu muistuttaa tavallista keskustelua, jossa keskustelun etenemistä ei ole lyöty lukkoon vaan se etenee tietyn aihepiirin sisällä vapaasti ja paljolti haastateltavan ehdoilla. Haastattelussa on toki tarkoitus puhua tietyistä, tutkijan etukäteen pohtimista, teemoista. Mutta tarkkojen kysymysten sijaan avoimessa haastattelussa edetään mahdollisimman keskustelunomaisesti ja luonnollisesti antaen tilaa haastateltavan kokemuksille, tuntemuksille, muistoille, mielipiteille ja perusteluille. Haastattelun kulkua ei ole suunniteltu ennalta – se on avoin kaikille mahdollisuuksille – vaikka haastattelija on toki orientoitunut tutkimuksensa aihepiiriin. Kysymyksiin, joita haastattelija esittää tilannetta ja haastateltavaa mukaillen, ei yritetä tarjota valmiita vastauksia. Haastateltavan annetaan puhua asiasta vapaasti. (Hirsjärvi & Hurme 2011; Eskola & Suoranta 2014, 86-88)

Osa haastatteluista toteutettiin, kun asiakas oli varta vasten tullut kysymään POP Avain-sovellukseen ohjeistusta. Toisaalta osa haastatteluista toteutettiin ihan tavallisten asiakastapaamisten yhteydessä, kun asiakas tuli konttorille muihin pankin päivittäisasiointiin liittyen.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Havainnointini oli kvalitatiivista, eli se tapahtui työyhteisön jäsenen roolissa päivittäisessä työssä. Aihe oli ajankohtainen ja päivittäin läsnä, eli havainnointia tuli todella paljon. Dokumentoin havainnointejani strukturoimattomalla kirjaamisella, eli kirjasin ylös kaiken mikä oli tilannekohtaisesti mahdollista. Avoimien haastattelujen avulla syvensin ja täydensin tekemiäni havaintoja. Haastattelu on ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, sillä siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutussuhteessa tutkittavan kanssa. Tästä on käytännössä sekä etua että haittaa. Haastattelun suurin etu on joustavuus aineistoa kerätessä. Haastattelussa voidaan säädellä aineiston keruuta tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Haastattelun etuna on myös se, että saatavia tietoja voidaan syventää ja pyytää tarvittaessa perusteluja mielipiteille. Haastattelun luotettavuutta saattaa kuitenkin heikentää se, että haastattelussa on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2010, 205-206).

Tutkimusta arvioidessa täytyy ottaa kantaa myös sen luotettavuuteen ja pätevytyteen. Onko mitaustulokset toistettavissa (reliabiliteetti) ja onko tutkimus pätevä (tutkimuksen validius). Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tulokset eivät voi olla sattumanvaraisia, vaan tutkimus tulisi olla toistettavissa. Tutkimuksen validiteetti kertoo siitä, mittaako tutkimus asioita, joita sen oli tarkoituskin selvittää. Kuitenkin pitää myös ottaa huomioon, että nämä termit ovat tarkempia ja yksiselitteisempiä kvantitatiivisen tutkimuksen kohdalla ja kvalitatiivisessa tutkimuksessa niitä ei välttämättä käytetä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuutta voi tuoda esille avaamalla sen olosuhteita ja kaikkia vaiheita mahdollisimman tarkasti. Haastatteluista ja havainnoista tulisi kertoa olosuhteet, paikka, käytetty aika ja tehdä omaa itsearviointia tilanteista. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-232)

Luotettavuuden kriteeriksi voidaan määritellä myös tutkija ja hänen rehellisyytensä. Koko tutkimusprosessin ajan tutkija tekee valintoja ja ratkaisuja, joiden takana hänen on seistävä. Tutkimuksessa on pystyttävä perustelemaan, millaisia ratkaisuja on tehty ja kuinka niihin päädyttiin. Ratkaisujen arviointi on myös huomioitava tavoitteiden kannalta (Hirsjärvi ym. 2010, 232; Vilka, 2015, 196–197.)

Havainnointia tapahtui päivittäisessä työssä asiakastapaamisten yhteydessä kuuden kuukauden ajan. Avoimen haastattelun keinoin haastateltuja asiakkaita kertyi 15 kappaletta. Noin puolet haastatelluista asiakkaista koki sovelluksen käytön hieman monimutkaiseksi. Tämä voi selittyä konttorilla käyvien asiakkaiden ikärakenteella, sillä suurin osa heistä on eläkeikäisiä. Nuoremmista asiakkaista kaikki kehuivat sovelluksen käyttöä selkeäksi ja helpoksi. Nuoremmista haastateltavista kukaan ei myöskään palannut konttorille kysymään neuvoa, joten sovelluksen käyttöönotto oli heidän osaltaan onnistunut.

Kaikki haastateltavat pitivät siitä, että konttorilla paikan päällä saa neuvoa sovelluksen käyttöön liittyen. Selkein ohjeistustapa oli näyttää käytännössä, kuinka sovellus toimii, asiakkaat kokivat paperilla olevat ohjeet vaikeaselkoisiksi. Kun asiakkaalle näytettiin käytännössä, kuinka sovellus toimii, he usein totesivat, että kyllä sen käyttö onnistuu. Samalla negatiiviset ennakoasenteet useimmiten lievittyivät.

Alle 30-vuotiaita haastateltavia oli kolme ja he kaikki olivat tulleet konttorille hoitamaan muita pankin päivittäisasiota. Asiakastapaamisen yhteydessä asiakkaille kerrottiin POP Avain-sovelluksesta ja heistä kaksi oli jo ladannut POP-Avaimen ja luopuneet painettujen avainlukulistojen käytöstä. Kolmas oli kuullut sovelluksesta, mutta ei ollut sitä vielä ladannut. Kaikki kokivat POP-avaimen kuitenkin selkeäksi ja saivat lisäohjeistusta sen käyttöön. Itsenäisesti sovelluksen ladanneet asiakkaat olivat sitä mieltä, että sovellus oli helppokäyttöinen ja he pitivät sen käyttöä turvallisena. Joitain pieniä teknisiä ongelmia oli kuitenkin ollut, esimerkiksi yksi asiakas kertoi, että sovellus ilmoitti hänelle usein PIN-koodin olevan väärin, vaikka se hänen mukaansa oli varmasti oikein.

30-50-vuotiaita haastateltavia oli neljä. Heistä kaksi oli ottanut käyttöön POP-avain sovelluksen ja olivat tyytyväisiä sen toimintaan. Kolmas aikoi käyttää perinteistä listaa niin kauan kun sen käyttö on mahdollista. Hänen mielestään muutos ei ollut ollenkaan hyvä tai tarpeellinen asia. Ensisijaisesti asiakas oli huolissaan sovelluksen turvallisuudesta. Neljäs tämän ikäryhmän asiakas oli sovelluksesta kuullut, mutta ei ollut sitä vielä ladannut. Teimme konttorilla hänen kanssaan sovelluksen käyttöönoton ja hän sai ohjeistusta jatkoon. Asiakas koki ohjeiden olleen hyvät ja hän aikoi luopua painetun avainlukulistan käytöstä.

Loput haastateltavista olivat yli 50-vuotiaita, heitä oli kahdeksan kappaletta. Heistä lähes kaikki olivat kuulleet POP-Avaimesta ja tulivat varta vasten paikan päälle kysymään, kuinka sitä käytetään. Sovelluksen lataamisen ja käytännön ohjeistuksen jälkeen kysyin seuraavalla kerralla, kun he kävivät konttorilla, että kuinka sovellus on toiminut ja puolet heistä käyttivät sitä aktiivisesti. Heidän kertomansa mukaan sovelluksen käytön oli oppinut itse rohkeasti kokeilemalla. Loput kokivat sovelluksen käytön edelleen ensimmäisen vierailun jälkeen vaikeaksi ja heille annettiin siihen lisäohjeistusta, osalle jopa kolmannen tai neljännenkin kerran. Loppujen lopuksi he kuitenkin siirtyivät käyttämään sovellusta ja vain yksi asiakas ilmaisi, että hän oli siirtynyt takaisin vanhaan paperiseen avainlukulistaan.

Muutama asiakas kertoi, että heille oli aiheuttanut sekaannusta se, että tunnistautuessa täytyi valita avaintunnuskortin ja tunnuslukusovelluksen välillä ja tästä saimme palautetta ihan koko pankkiryhmän tasolla, jonka jälkeen muutimme valinnoiksi avaintunnuskortin ja POP-Avaimen. Näin ollen valinta selkeytyi, kun termejä yksinkertaistettiin.

Haastateltavista lähes jokainen halusi kuulla, että mihin tämä muutos perustuu. He olivat tyytyväisiä siihen, että syynä oli turvallisuuden lisääminen, mutta osasta tuntui siltä, että voiko tällainen sovellus kuitenkaan olla kovin turvallinen. Näille asiakkaille kerrottiin perustellusti, miksi uusi sovellus on vanhaa painettua listaa turvallisempi vaihtoehto. Usein asiakas ei ollut ajatellutkaan, että painettu lista on helppo kopioida.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin POP Avain-sovelluksen käyttäjäkokemuksia Sievin Osuuspankissa. Tavoitteena oli selvittää, kuinka PSD2-direktiiviin perustuva tunnistautumispalveluiden digitalisaatio vaikuttaa asiakaskokemukseen ja millaisena asiakkaat sovelluksen käytön kokevat. Avainasemassa oli palvelun turvallisuus ja selkeys.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja sen teoriaosuus koostui hyvin pitkälti PSD2-direktiiviin liittyvistä lakipykälistä. Paljon teoriaosuuden aineistoa saatiin myös erilaisista finanssialaan liittyvistä kirjallisista lähteistä ja elektronisista lähteistä. Empiirinen tutkimus toteutettiin osallistuvan havainnoinnin ja avointen haastatteluiden kautta, työyhteisön jäsenen ja asiakaspalvelijan roolissa. Havainnointi oli puolueetonta ja sitä kirjattiin ylös aina kun mahdollista näin oli tehdä. Avoiimeen haastatteluun taas vastasi 15 asiakasta. Tuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä vastanneet asiakkaat valikoituivat sattumanvaraisesti ja heitä oli kaikista ikäryhmistä.

Haastatteluista saatujen vastausten määrä oli odotusten mukainen ja tutkimuksen kannalta täysin riittävä. Tutkimus siis täytti validiteetin edellyttämät vaatimukset, sillä tutkimuksessa seurattiin sille asetettuja tavoitteita ja tutkimus toteutettiin hyvin huolellisesti. Tutkimuksen tulosten oletetaan olevan tarkkoja, aitoja ja luotettavia. Tutkimuksen reliabiliteetti toteutui osittain, mutta sitä hieman heikentää se, että tutkimus tapahtui fyysisesti toimeksiantajayrityksessä ja alalla, jossa suurin osa asiakaskunnasta ei enää käy yrityksessä paikan päällä, vaan hoitaa asiointinsa verkossa tai puhelimesta. Tutkimuksen tuloksiin eivät ole vaikuttaneet tutkijan mielipiteet tai arvot, eikä tutkimuksen tuloksia ole muunneltu, jotta saavutettaisiin tietynlainen lopputulos. Tutkimus on siis objektiivinen.

Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että nuorille uuden sovelluksen käyttö on helppoa ja selkeää. Nuoret myös kokevat sovelluksen turvallisemmaksi vaihtoehdoksi. Nuoret eivät tarvitse juurikaan ohjeistusta sovelluksen käyttöön liittyen. Nuorten kehitysehdotukset koskevat usein sitä, että sovelluksesta saataisiin vieläkin nopeampi. Huomioitavaa on kuitenkin se, että nuoresta ikäryhmästä saatiin vähiten tuloksia tutkimukseen, puhtaasti siitä syystä, että nuoret eivät käy pankissa paikan päällä. Nuorilla asioiminen konttorilla on harvinaista ja asiointi suoritetaan useimmiten digitaalisten kanavien kautta. Pankissa käydään hoitamassa lähinnä vain pakolliset tilanteet, kuten lainaneuvottelut. Nykyään tosin myös lainaneuvottelun voi suorittaa etänä.

Tuloksista voidaan huomata, että keski-ikäisellä asiakasryhmällä sovelluksen käyttökokemukset ovat hyvinkin vaihtelevia. Merkityksellistä on se, millainen asenne asiakkaalla ylipäätään on digitalisaatioon. Mikäli asiakas on muutosvastainen, hän tuskin haluaa opetella uuden sovelluksen käyttöä. Havainnoinnin tuloksena huomasi, että moni tämän ikäryhmän asiakas ei ihan periaatteestaan halunnut sovellusta ottaa käyttöön. Tästä asiakasryhmästä ne, jotka sovellusta omatoimisesti alkoivat käyttämään oppivat sen käytön suurimmaksi osaksi hyvin ja olivat tyytyväisiä sovelluksen toimintaan. Ne asiakkaat, jotka kuuluivat sovelluksesta konttorilla muilla asioilla käydessään ja saivat opastusta sen käyttöönottoon oppivat sovelluksen käytön hyvin ja suurin osa piti sitä selkeänä ja turvallisena. Kuitenkin kysymyksiä ja epäilyitä turvallisuuteen liittyen oli enemmän, entä nuorella asiakasryhmällä. Myös selkeydestä tuli enemmän negatiivista palautetta, entä nuorelta ikäryhmältä. Konkreettisia kehitysideoita tuli vähiten keski-ikäisestä asiakasryhmästä. Tämän ikäryhmän asiakkaat eivät myöskään useasti palanneet konttorille kysymään lisäohjeistusta.

Tuloksista voidaan todeta, että eniten ongelmia sovelluksen käyttö tuotti ikääntyneelle asiakasryhmälle. Tästä asiakasryhmästä on myös selkeästi eniten dataa, sillä konttorilla käyvistä asiakkaista enemmistö on eläkeikäisiä. Voidaan todeta, että nämä asiakkaat hyvin harvoin olivat ottaneet sovellusta käyttöön omatoimisesti. Sovelluksen käyttöönotto vaati usein kädestä pitäen opettamista ja esimerkkien kautta havainnollistamista. Paperilta ohjeiden luku koettiin hyvin epäselväksi ja vaikeaksi. Se taas koettiin hyväksi, kun nähtiin käytännössä, kuinka sovellus toimii. On tärkeä todeta, että vaikka tämän asiakasryhmän edustajia oli tutkimuksessa eniten, niin heistäkin useimmat jäävät sen ulkopuolelle, sillä heillä ei yksinkertaisesti ole mahdollista ottaa sovellusta käyttöön, sillä se vaatii älypuhelimien. Voidaankin todeta, että tulokset perustuvat siis pitkälti tämän asiakasryhmän sellaisiin jäseniin, joiden asenne digitalisaatioon on jo valmiiksi myönteinen ja heillä on halu oppia, koska he ovat hankkineet älypuhelimet. Huomioitavaa on, että tällä asiakasryhmällä oli myös eniten huolta sovelluksen turvallisuuteen liittyen.

Myös selkeyttä vaadittiin eniten tämän asiakasryhmän kohdalla. Kuitenkin vastoin ennako-odotuksia myös tästä asiakasryhmästä löytyi jäseniä, jotka olivat omatoimisesti opetelleet sovelluksen käytön. Samoin suurin osa heistä, jotka kävivät konttorilta hakemassa ohjeistusta oppivat sovelluksen käytön vallon mainiosti. Se vain saattoi vaatia useamman vierailun konttorilla.

Samoin kuin keski-ikäisessä asiakasryhmässä, niin myös yli 50-vuotiaiden asiakkaiden keskuudessa asenteet olivat kahtia jakautuneet, oli heitä, jotka pitivät muutosta huonona asiana, tai sellaisena, jossa he eivät voi pysyä mukana. Toinen laita taas ajatteli, että muutos on välttämätöntä, joten niin on myös siinä mukana pysyminen. Täytyykin siis todeta, että myös tämän ikäryhmän asiakkaiden ennakoasenteet ja halu oppia uutta vaikuttivat todella paljon siihen, kuinka hyvin sovellus otettiin vastaan ja näin ollen myös asiakaskokemukseen. Huomioitavaa on, että juuri tästä syystä useimmat tämän ikäryhmän haastateltavat suhtautuivat sovelluksen käyttöönoton opetteluun innokkaasti, sillä he olivat niitä, jotka tulivat varta vasten kysymään neuvoa sovelluksen käyttöön. Asiakkaat, jotka eivät halunneet sovellusta ladata ja suhtautuivat siihen negatiivisesti, jäivät haastatteluiden ulkopuolelle. Havainnoinnin myötä voidaan todeta, että heitä oli myös paljon.

POP Avain- tunnuslukusovellus on Sievin Osuuspankin asiakkaiden keskuudessa otettu vastaan hyvin. Sovelluksen markkinointi on ollut onnistunutta, sillä käyttäjämäärät ovat nousseet koko pankkiryhmän sisällä nopeaan tahtiin. Käyttöohjeistus, jota asiakkaat ovat saaneet verkkopankin tai internet-sivuston kautta on ollut useimmille asiakkaille riittävää. Vaikkakin suurin osa haastatelluista koki sovelluksen käytön hieman monimutkaiseksi ja turvallisuuteen liittyviä kysymyksiä oli, tämä selittyy enemmänkin konttorilla vierailevien asiakkaiden ikärakenteella, kuin itse sovellukseen liittyvillä asioilla. Nuoret eivät käy konttorilla paikan päällä juuri lainkaan ja keski-ikäisetkin harvemmin. Keski-ikäisistä konttorilla käyjistä suurin osa on sellaisia asiakkaita, jotka arvostavat henkilökohtaista pankkipalvelua ja heidän asenteensa digitalisaatioon on yleensä lähtökohtaisesti jo negatiivinen.

Nuorille sovelluksen käyttö on helppoa, sillä he ovat kasvaneet digitalisoituvassa yhteiskunnassa ja käyttäneet internetiä, sekä älypuhelimia lähes koko elämänsä ajan. Ylivoimaisesti suurin enemmistö konttorilla käyvistä asiakkaista on iäkkäitä. Heille teknologia tuottaa vaikeuksia enemmän kuin nuorille ja monilla ei ole edes mahdollisuutta ottaa käyttöön uusia innovaatioita, sillä he eivät omista vaadittavia laitteita niiden käyttöön. Huomion arvoista kuitenkin on, että haastatelluista iäkäämmistä asiakkaista vain yksi oli palannut käyttämään vanhaa painettua avainlukulistaa. Tämä kertoo siitä, että myös tässä ikäryhmässä on mahdollista täyttää vahvan tunnistamisen kriteerit. Tutkimuksen aikana kuitenkin konkretisoitui se, että on erityisen tärkeää, että konttorilla tarjotaan ohjeistusta sovelluksen käyttöön, sillä käytännössä neuvominen on iäkkäiden asiakkaiden kohdalla tehokkaampi tapa, kuin se, että he yrittäisivät omatoimisesti sovelluksen käyttöä opetella.

LÄHTEET

- Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus Pro Graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Suomen yliopistopaino Oy
- Eskola, J & Suoranta J. 2014. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: Bookwell Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P.& Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.
- Arkilahti, N. 2019. Finanssiala ry. Voiko pankki olla yhtä aikaa digitaalinen ja tavoitettavissa? Viitattu 19.4.2020. <https://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digiadhoc-arkilahti.aspx>
- Finanssivalvonta. 2019. Toinen maksupalveludirektiivi – Payment Services Directive, PSD2. Viitattu 18.10.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuudet/psd2/>
- Finanssiala ry. 2019. Kysymyksiä ja vastauksia toisesta maksupalveludirektiivistä. Viitattu 4.12.2019. <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/QA-Toinen-maksupalveludirektiivi.aspx>
- POP Pankki. 2019. POP Avain – POP Pankin moderni tunnuslukusovellus. Viitattu 8.2.2020. <https://www.poppankki.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/asiointi/pop-avain--tunnuslukusovellus>
- Finanssialan keskusliitto. 2015. Muuttuva työ finanssialalla. Viitattu 24.3.2020. http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Muuttuva_työ_finanssialalla.pdf
- Tyystjärvi, I. 2019. Talouselämä.fi. Sekava maksupalveludirektiivi tulee voimaan syyskuussa – miten kuluttajan elämä muuttuu? Vahva tunnistautuminen pakolliseksi, tunnuslukulistoista eroon. Viitattu 8.1.2020. <https://www.talouselama.fi/uutiset/sekava-maksupalveludirektiivi-tulee-voimaan-syyskuussa-miten-kuluttajan-elama-muuttuu-vahva-tunnistautuminen-pakolliseksi-tunnuslukulistoista-eroon/eb920310-5b0a-4c85-b4fd-4907c69ae920>
- Salokorpi, J. 2019. Yle.fi. Kun maksaminen ja pankkiasiointi muuttuvat – turvallisuus paranee, mutta miten vanhukset pysyvät kärryillä? Viitattu 4.10.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-10940015>
- POP Pankki- ryhmä. 2019. Puolivuosisikatsaus 1.1-30.6.2019. Viitattu 20.3.2020. https://www.poppankki.fi/docs/default-source/bonum-pankki-oyj/puolivuosisikatsaus-2019/pop_puolivuosisikatsaus_2019_fi.pdf?sfvrsn=4f80dcf4_2

- Pelto-Timper J. 2019. PSD2 Vahvistaa tunnistautumista. Viitattu 22.3.2020. <https://www.pop-pankki.fi/ota-yhteytta/ajankohtaista/lahella-ihmista/lahella-ihmista/psd2-vahvistaa-tunnistautumista>
- Kerkelä, L. 2019. Yleinen harhaluulo ajokortista on saanut suomalaiset hankkimaan ennätysmäärän henkilökortteja. Viitattu 21.4.2020. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006383985.html>
- Uusitalo, K. 2019. Verkkomaksaminen muuttuu tänään, vai muuttuuko? 7 kysymystä lakimuutoksen vaikutuksista. Viitattu 15.10.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-10969564>
- Palmgren, J. 2019. PSD2 mullistaa verkkomaksamisen syyskuun puolivälissä – paljon on kuitenkin vielä epäselvää. Viitattu 10.10.2019. <https://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/PSD2-mullistaa-verkkomaksamisen-%E2%80%93-paljon-on-epaselvaa.aspx>
- Finanssiala ry. 2019. Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat. Viitattu 3.3.2020. https://www.finanssiala.fi/materiaalit/SLM%202019_Tutkimusraportti.pdf
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus>. Viitattu 19.2.2020.