

25–35-vuotiaiden milleniaalien pankkipalvelut



Tradenomin tutkinnon opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus

Syksy 2023

Ida Mallenius

TIIVISTELMÄ

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin, kuinka 25–35-vuotiaiden milleniaalien tarpeet ja pankkien tarjonta kohtaavat. Tutkimuksessa keskityttiin siihen mitä milleniaalit arvostavat pankkisuhteessaan ja minkälaisia palveluita heille tarjotaan valikoiduissa pankeissa.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltiin finanssialan pankkipalveluita. Tarkasteltiin päivittäispalveluita, yleisiä lainoja ja luottoja, perinteisiä säästämisen ja sijoittamisen tuotteita sekä asuntosäästöpalkkiotiliä eli ASP-tiliä. Lisäksi tutkittiin milleniaalien ominaispiirteitä ja heidän rooliaan asiakkaana.

Tutkimus toteutettiin määrällisenä tutkimusmenetelmänä kyselynä Webropol-alustalla ja tulosten analysoinnissa hyödynnettiin myös laadullisia tutkimusmenetelmiä.

Kyselyn tulosten perusteella milleniaalit arvostavat eniten toimivaa mobiilipankkisovellusta, palveluiden edullisuutta, helppoa asiointia puhelimitse, palveluiden laatua sekä mobiilimaksamista. Vertailuanalyyssissä havaittiin, että valikoiduissa pankeissa on samat perusominaisuudet ja hinnoiltaan edullisin pankki on S-Pankki, Osuuspankin ja Nordean ollessa lähes yhtä edullisia iästä ja asiakkuustasosta riippuen.

Yhteenvetona todetaan, että milleniaalien odotukset ja pankkien tarjoamat palvelut kohtaavat. Kaikki vertailussa olleet pankit tarjoavat päivittäispalveluiden lisäksi mobiilisovelluksen sekä ilmaisia tai edullisia palveluita.

Avainsanat milleniaalit, pankkiala, kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Sivut 32 sivua ja liitteitä 3 sivua

ABSTRACT

In this thesis, the focus was on examining how the needs of 25-35-years-old millennials and the offerings of banks cross. The study concentrated on what millennials value in their banking relationship and the types of services offered to them by selected banks.

In the theoretical part of the thesis, financial sector banking services were examined. This included an examination of daily banking services, common loans and credits, traditional saving, and investment products, as well as the housing saving reward account, known as the ASP-account. Additionally, the characteristics of millennials and their roles as customer were looked into.

The research was conducted as a quantitative survey on the Webropol platform and qualitative research methods were also utilized in analyzing the results.

Based on the survey results, millennials value a functional mobile banking app, affordability of services, easy phone service, quality of services and mobile payment options the most. In the comparative analysis, it was found that the selected banks share the same basic features, and the most cost-effective bank is S-Pankki, with Osuuspankki and Nordea being almost equally affordable depending on age and customer status.

In summary, it is noted that expectations of millennials and services offered by banks align. All the banks included in the comparison provide mobile applications in addition to daily services, as well free or affordable services.

Keywords millennials, banking, quantitative research method

Pages 32 pages and appendices 3 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Finanssialan palvelutuotteet	2
2.1	Päivittäispalvelutuotteet.....	3
2.2	Lainat ja luotot	4
2.3	Säästäminen ja sijoittaminen	5
2.4	ASP-tili	6
3	Milleniaalit.....	6
3.1	Milleniaalit pankin asiakkaina	7
3.2	Milleniaalien tunnusomaisia piirteitä	7
4	Tutkimusmenetelmät	9
5	Tulokset	10
5.1	Kyselytutkimus	10
5.2	Kyselyn yhteenveto	18
5.3	Palveluhinnastojen vertailu	19
5.3.1	Nordea.....	19
5.3.2	Osuuspankki	20
5.3.3	S-Pankki	22
5.4	Vertailun yhteenveto	24
6	Johtopäätökset	25
7	Pohdinta	28
	Lähteet.....	30

Kuvat, taulukot

Kuva 1	Milleniaali.....	8
Kuva 2	Vastaajien ikä	11
Kuva 3	Vastaajien sukupuoli	11

Kuva 4 Vastaajien pankkiasiakkuuksien määrä	11
Kuva 5 Vastaajien pääasiallisen pankkiasiakkuuden kesto vuosissa	12
Kuva 6 Vastaajien tietoisuus palvelumaksuista	12
Kuva 7 Vastaajien valmius maksaa palveluista euromääräisesti	13
Kuva 8 Pankin kilpailuttaminen	13
Kuva 9 Pankkisuhteessa arvostetaan	15
Kuva 10 Arvostettu pankin asiakas	16
Kuva 11 Pankin vaihto	17
Kuva 12 Säästäminen ja sijoittaminen	17
Kuva 13 Nordean palveluhinnasto	20
Kuva 14 Osuuspankin palveluhinnasto	21
Kuva 15 Osuuspankin palveluhinnasto	22
Kuva 16 S-Pankin palveluhinnasto	23
Kuva 17 S-Pankin hinnasto: pankkitunnukset	24

Liitteet

Liite 1 Kyselyn kysymykset

Liite 2 Aineistonhallintasuunnitelma

1 Johdanto

Pankkipalvelut ovat osa arkeamme ja kulkevat mukana eri elämän vaiheet läpi tarjoten erilaisia helpotuksia talouden ylä- sekä alamäkiin. Pankin asiakkuus aloitetaan usein jo nuorena, jolloin huoltajat tekevät päätöksen pääasiallisesta pankistamme. Pankkisuhde kuitenkin on maksullinen palvelu siinä missä muutkin. On hyvä olla tietoinen oman pankin tarjoamista palveluista, hinnoista ja kilpailuttaa palvelut tarvittaessa (Yrityksen X info ajankohtaisasioista, 2023).

Tämä opinnäytetyö keskittyy 25–35-vuotiaiden milleniaalien näkökulmaan pankin palveluista, ja mikä pankki olisi palvelutarjoamaltaan sekä -hinnastoltaan edullisin valinta pääasiallisesti pankiksi. Tutkimuksella halutaan vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Miten pankkien palvelut vastaavat milleniaalien tarpeita?
- Mitä 25–35-vuotiaat milleniaalit arvostavat pankkisuhteeltaan?
- Paljonko pankkien palvelut kustantavat 25-35-vuotiaille milleniaali asiakkaille?

Tämä opinnäytetyö on toteutettu kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää käyttäen, lisäksi tutkimusosuudessa on hyödynnetty kvalitatiivista menetelmää sekä benchmarking eli vertailuanalyysiä. Aineistonkeruu on tehty kyselylomakkeella sekä valikoitujen pankkien yleisiä palveluhinnastoja käyttäen.

Opinnäytetyön johdannon jälkeen toisessa osiossa käsitellään finanssialan palvelutuotteet, millaisia palveluita pankeilla on yleisesti tarjota asiakkaille. Kolmannessa osiossa käsitellään opinnäytetyön rajattukohderyhmä eli, keitä ovat milleniaalit ja minkälaisia tunnusomaisia piirteitä heillä on. Neljäs ja viides osio sisältävät toteutetun tutkimuskyselyn sekä valikoitujen pankkien yleisten palveluhinnastojen vertailun.

Lähdin tutkimaan milleniaalien pankkipalveluita ja palvelutarjontaa, koska tämän ikäryhmän edustajien tarpeet ovat eniten riippuvaisia elämäntilanteesta, kuten opiskeleminen, säästäminen ja sijoittaminen, perheenlisäys sekä ensiasunnon ostaminen. Hyvällä palvelulla

ja hinnoittelulla pankki saattaa saada mahdollisesti itselleen elämän mittaisen asiakkaan. (Yrityksen X info ajankohtaisasioista, 2022). Milleniaaleilla on muuttuvia tarpeita ja pankilla niihin ratkaisuja, sen takia nuoret aikuiset ovat tärkeitä pankille nyt ja tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöstä hyötyvät kaikki luonnolliset henkilöt, koska jokainen meistä tarvitsee pankin asiakkuuden raha-asioidensa hoitamiseksi. Työssä on koostettuna tärkeitä ajatuksia siitä, millaisten kysymysten kautta voi omaa pankin asiakkuuttaan pohtia, lisäksi koostettuna kolmen suomalaisen pankin palveluhinnastot vertailtuna euromääräisesti tämän hetken mukaisesti. Tutkimuksesta hyötyy myös Suomessa toimivat pankit, tutkimus antaa arvokasta tietoa siitä mitä milleniaalit arvostavat pankkipalveluilta, millaisia palveluita ikäryhmälle on tarjolla ja mitä mahdollisesti puuttuu vielä markkinoilta. Hyötyä saavat myös finanssialalla työskentelevät, jotka ammatillisesta näkökulmasta haluavat hyödyntää tietoa myynnillisesti. Milleniaalien näkökulmasta palveluita on pankkien välillä vertailtu tämänhetkisen hintatason mukaisesti pankinvaihtoa ajatellen ja kyselyn tulokset voivat herättää ajatuksia siitä millaisia palveluita ja palvelua toivoisivat pääasialliseltapankiltaan.

Olen itse työskennellyt nyt reilun vuoden pankkialalla päivittäispalveluiden parissa ja tutkimus kiinnostaa itseäni erityisesti ammatillisesta näkökulmasta, millaisia palveluita ja hintatasoa eri pankeissa 25-35-vuotiaille tällä hetkellä tarjotaan. Olen huomannut työni puolesta monen tyytyvän nykyiseen pankkiinsa, koska ovat siellä lapsesta asti olleet. Moni myöskään ei ole aikaisemmin tullut ajatelleeksi, että pankkia voi kilpailuttaa samalla tavalla niin, kuin mitä muutakin sopimusta. On myös todella kiinnostavaa kyselyn avulla päästä näkemään millaisia ajatuksia pääasiallinen pankki herättää sekä millaisia palveluita muilla oman ikäluokkani edustajilla on käytössään.

2 Finanssialan palvelutuotteet

Finanssipalvelut ovat asiantuntijapalveluita ja koostuvat lähestulkoon kaikista raha-asioihin, varallisuuteen ja muihin talousasioihin liittyvistä palveluista. Näitä ovat muun muassa päivittäispankin palvelut, säästäminen ja sijoittaminen, luotot ja lainat sekä vakuutukset. (Ylikoski & Järvinen, 2011, ss. 14–18)

Finanssialalla jokainen pankki tarjoaa omat palvelutuotteensa asiakkailleen. Palvelutuotteet ja -paketit voivat vaihdella eri pankkien välillä. Yleisimmin tarjottavia palveluita pankeilla ovat tilit, kortit, pankkitunnukset, luotot, lainat, säästämisen ja sijoittamisen palvelut. (Ylikoski & Järvinen, 2011, ss. 88–89)

Jokaisella pankilla on oma keinonsa sille, miten asiakkaalle saadaan myytyä kokonaisasiakkuus, eikä vain yksittäisiä palveluita. Kokonaisasiakkuuden myynnissä käytetään hyödyksi pankkien tarjoamia keskittämisen- ja asiakkuusetuja, jotka mahdollisesti laskevat palveluiden hintatasoa. (Alhonsuo ym., 2012, ss. 61–63)

Finanssipalveluiden ostopäätöksessä asiakasta ohjaavat ikä, varallisuus ja elämäntilanne, jotka lähtökohtaisesti vaikuttavat siihen mitä palveluita tarvitaan nyt ja mitä mahdollisesti tulevaisuudessa. (Ylikoski & Järvinen, 2011, ss. 36–37)

2.1 Päivittäispalvelutuotteet

Päivittäispalvelut ovat arjen kulmakivi, ne ovat välttämättömät jokaiselle luonnolliselle henkilölle jo ennen 18 vuoden ikää. Ne mahdollistavat henkilökohtaisen rahaliikenteen, maksamisen palvelut ja sähköisentunnistautumisen. (Opinnäytetyöntekijän työnantajan perehdytysinfo, 2022) Päivittäispalveluihin sisältyvät tilit, pankkikortti, maksamisen palvelut sekä digitaaliset palvelut (Alhonsuo ym., 2012, s. 62).

Tileistä yleisin on käyttötili ja se on päivittäispalveluiden perusta, sen ympärille rakennetaan pankkitunnukset sekä kortti. Tilit ovat henkilökohtaisia, niihin on kuitenkin mahdollista lisätä toinen tilinomistaja tai käyttöoikeus käyttää kyseistä tiliä. Käyttötilillä on turvallista pitää käyttövara ja muulle rahalliselle omaisuudelle suositellaan avattavaksi säästötili. Säästötilejä on erilaisia, niistä voi joko siirtää varoja käyttötilille vapaasti tai rajoitetusti pankkien tiliehtojen mukaan. (Finanssialalle, n.d.)

Päivittäispalveluiden kortti on debit- eli perinteinen pankkikortti, ilman luotollista ominaisuutta. Kortit sisältävät lähimaksuominaisuuden eli alle 50 euron ostokset on mahdollista veloittaa pankkitililtä viemällä kortti maksupäätteen sivussa olevalta

lähilukualueelta ilman sirun syöttämistä koneeseen tai tunnusluvun käyttöä.

Lähimaksuominaisuus ei ole pakollinen vaan asiakkaan päätettävissä poistaa kortista. Debit-kortilla tehtävät ostokset veloitetaan aina siihen liitetystä tililtä. (Sortter, 2022)

Pankkitunnukset ovat sähköisten palveluiden käyttämistä varten eli verkko- tai mobiilipankkia varten. Pankkitunnuksilla on mahdollista tehdä maksuja, avata uusia palveluita ja muuttaa henkilökohtaisia tietoja. (Finanssialalle, n.d.) Pankkitunnukset ovat avain sähköisen tunnistautumisen palveluihin. Sähköisellä tunnistamisella tarkoitetaan vahvaa luotettavaa henkilökohtaista tunnistautumista kolmannen osapuolen tarjoamiin palveluihin. Sähköisellä tunnistamisella on mahdollista muun muassa päästä henkilökohtaisiin terveystietoihin, viranomaispalveluihin, allekirjoittaa sopimuksia ja tunnistautua luonnolliseksi henkilöksi tehdessä verkko-ostoksia. (Signicat, 2022)

2.2 Lainat ja luotot

Lainat jaetaan vakuudellisiin ja vakuudettomiin lainoihin. Pankin myöntämiä lainoja ovat asunto- ja opintolaina, kulutusluotto sekä credit-kortti. (Alhonsuo ym., 2012, s. 245)

Asuntolainaa haetaan tavallisimmin ensiasunnon ja sijoitusasunnon ostoa sekä asunnon vaihtoa varten. Asuntolaina on vakuudellinen laina eli pankki vaatii takaukseksi rahallisen pantin. Vakuus vapautuu, kun laina on maksettu takaisin pankille. Lainaehdot ja korko määräytyvät jokaisen pankin ehtojen mukaisesti. (Alhonsuo ym., 2012, ss. 245–246)

Opintolaina on vakuudellinen laina ja sen myöntävät pankit päätoimiselle opiskelijalle valtiontakauksella. Opintolainalla on mahdollista rahoittaa opiskelu ja sen aikainen arki. Lainaa haetaan lukuvuodelle kerrallaan ja se on nostettavissa lukukausikohtaisesti kertaluontoisesti tai useammassa osassa. Takaisinmaksusuunnitelma sovitaan pankin kanssa ja se alkaa viimeistään kahden vuoden kuluessa valmistumisesta. (Alhonsuo ym., 2012, ss. 246–247)

Kulutusluotto on vakuudellista tai vakuudetonta riippuen pankista. Vakuudeton laina tarkoittaa sitä, että pankki ei erikseen lainaa haettaessa vaadi asiakkaalta takuita lainan

myöntämiselle. Kulutusluotto yleisimmin sopii haettavaksi auton tai veneen hankintaan, remonttipuskuriksi tai asunnon kalustamista varten. Lainan takaisinmaksu ja korko lasketaan asiakaskohtaisesti. (Alhonsuo ym., 2012, s. 246)

Luotto-ominaisuus kortti sisältää luottoyhtiön myöntämän limiitin, jolla on mahdollista tehdä ostoja laskulle. Pankit laskuttavat tehdyt ostot sopimuksen sekä hinnastojen mukaisesti kuukausittain. Luotto-ominaisuus on mahdollista yhdistää pankkikorttiin, tätä korttia kutsutaan yhdistelmäkortiksi. (Osuuspankki, n.d.)

2.3 Säästäminen ja sijoittaminen

Rahan säästäminen tavallisimmin lyhytaikaista tilisäästämistä, josta on mahdollista lyhyelläkin varoitusajalla siirtää käyttöön varoja. Sijoittaminen sen sijaan on tavoitteellista ja tarkoituksena on saada sijoitetuille varoille lisätuottoa saamalla voittoa koron avulla. (Peda, n.d.)

Rahastot ovat helppo ja yksinkertainen tapa saada itselleen tuottoa omista säästöistään niin, että ammattilainen huolehtii tehtävistä päätöksistä. Jokainen pankki tarjoaa omat rahastosäästämisen palvelunsa, jotka ovat valmiita ”koreja”. Nämä korit sisältävät useamman eri kohteen, minne varat hajautetaan tasaamaan tiedostettavaa riskiä. Rahastoissa on valittavissa erilaisia riskitasoja ja aina mahdollisuus varojen menettämiseen on olemassa. Pitkäjänteisellä säästämällä kuitenkin varoilla on mahdollisuus kasvaa tuottoa. Yksinkertaisuudessaan saatavaan tuottoon vaikuttaa kaava; matalariski – matalampi tuotto ja korkeariski – korkeampi tuotto. (Nordea, n.d.)

Osakesijoittaminen on pitkántähtäimen sijoittamista suoraan valittuihin osakkeisiin, tällöin on mahdollista myös päättää osinkojen ja tuottojen uudelleen sijoittamisesta. Se mahdollistaa korkoa-korolle ilmiön, eli korkotuotot sijoitetaan uudelleen ja vuosivuodelta päästään nauttimaan paremmista koroista. (Nordea, n.d.)

Arvo-osuustilillä on mahdollista säilyttää sähköisiä arvopapereita, kuten osakkeita tai joukkovelkakirjalainoja. Arvo-osuustilin avaamisen jälkeen on mahdollista käydä kauppaa pörssilistatuilla rahastoilla, pörssilistatuilla – sekä listaamattomilla osakkeilla. (Nordea, n.d.)

Määräaikaistili on yksi säästämisen muoto silloin, kun haluaa säästää turvallisesti saaden pienen tuoton säästöilleen. Määräaikaistili avataan halutulle summalle ja ajalle. Korko määräytyy avaushetken mukaisesti, johon määrä ja aika myös vaikuttavat. Kun valitsemasi määräaika päättyy, vapautuvat varat tällöin käyttöön korkoineen. (Kontkanen, 2011, s. 116)

2.4 ASP-tili

ASP-tili eli asuntosäästöpalkkiotili on tarkoitettu 15-44-vuotiaille ensiasunnon ostajille, jotka eivät ole aikaisemmin omistaneet 50 % tai sitä ylittävää osuutta asunto-osakkeesta. ASP-tilille säästetään vähintään kahdeksan vuosineljänneksen ajan. Yksi vuosineljännes sisältää kolmen kuukauden ajanjakson, jonka aikana on talletettava 150–4500 euroa. ASP-tilille säästetään vähintään 10 % asunnon ostohinnasta, kun tämä sekä kahdeksan vuosineljännestä täyttyy, tulee mahdolliseksi nostaa valtion takaamaa ASP-korkotukilainaa. ASP-tilille maksetaan vuosittain 1 % talletuskorkoa sekä avaamisvuodesta seuraavalta viideltä vuodelta lisäksi 4 % lisäkorko. (Osuuspankki, n.d.)

3 Milleniaalit

Opinnäytetyön kohderyhmänä toimivat 1980–2000-luvulla syntyneet milleniaalit. Milleniaaleja kutsutaan myös Y- ja nettiaikakauden lapset -sukupolveksi. Ikäryhmän edustajat ovat eläneet keskellä globalisaatiota, teknologian kehitysvuosia ja kyseinen ikäluokka on myös tähän mennessä ollut korkeakoulutetuin. (Rintala, 2021)

Tässä tutkimuksessa kohderyhmä on rajattu pienempään kymmenen vuoden ikäjakaumaan. Kohdistus on tehty 25–35-vuotiaisiin, sillä kyseisessä ikäjakaumassa tarpeet ja elämänvaihe kulkevat käsikädessä. Tämä ikäluokka sisältää muun muassa opiskelijoita, tulevaisuuden sijoittajia, perheen perustajia sekä ensiasunnon ostajia. Nämä edellä mainitut ovat pankkien tärkeä segmentoitu asiakasryhmä, koska heillä on tarve ja pankeilla ratkaisu.

3.1 Milleniaalit pankin asiakkaina

Klarnan teettämän kyselyn mukaan milleniaalit ovat säästeliäämpiä ja tunnollisempia rahankäyttäjiä, kuin vanhempi sukupolvi. Lisäksi nuortenaikuisten keskuudessa rahasta puhuminen on huomattavasti vapautuneempaa, kuin ennen. Tutkimuksessa kysyttiin digitaalisten palveluiden käyttämisestä ja suomalaisista milleniaaleista 81 % kertoo käyttävänsä digipalveluita ja kokee niiden helpottavan raha-asioiden hoitamista. (Klarna, 2020) Milleniaalit arvostavat pankkien kehittyviä mobiilipalveluita ja niiden nopeutta hoitaa asioita itsenäisesti ajasta tai paikasta riippumatta. (Ketola, 2016).

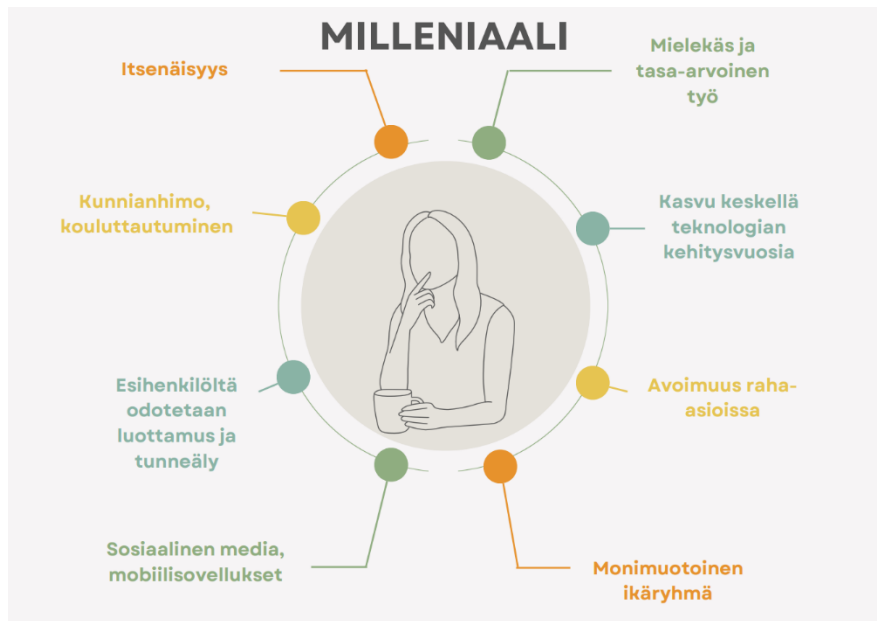
Ylikosken ja Järvisen (2011, s. 67) kertoman tutkimuksen mukaan 18–35-vuotiaat pankin asiakkaat arvostavat lähtökohtaisesti sujuvia sähköisiä palveluita. Moni ei kokenut nyt suhdetta pankkiin tärkeäksi, mutta uskovat sen muuttuvan tulevaisuudessa varallisuuden kasvaessa tai tarpeiden muuttuessa. Asuntolaina asiakkaat sen sijaan kokivat pankkisuhteen tärkeämmäksi ja vuorovaikutteisemmaksi.

3.2 Milleniaalien tunnusomaisia piirteitä

Milleniaalit ovat kasvaneet digitalisaation huippuvuosina ja sukupolvea yhdistävät 90-luvun lama sekä 2000-luvun puolivälin talouskriisin vaikutukset. Aikakaudet ovat vaikuttaneet ja muovanneet milleniaalien ajatusmaailmaa sekä odotuksia. (Ferrer, 2018)

Alla olevassa kuvassa on esitelty tunnusomaisia piirteitä milleniaaleista (Mallenius, 2023).

Kuva 1 Milleniaali



Kuvassa on nostettuna muutamia yleisiä piirteitä milleniaaleista yleisellä tasolla, raha-asioissa sekä työelämässä.

Ikäryhmää kutsutaan monilla eri nimillä ja tämä kertoo milleniaalien monimuotoisuudesta. Sukupolvi on kasvanut itsenäisemmäksi ja kunnianhimoisemmaksi tulevaisuuden päämääristä muihin sukupolviin verrattuna. Itsenäisyys näkyy kyvyllä hoitaa asioita ilman, että on riippuvainen mistään tai kenestäkään. Milleniaalit ovat erittäin tietoisia oikeuksistaan ja ovat osaavia vaatimaan kunniallista kohtelua niin arjessa, kuin työelämässäkin. Sukupolvi jakaa mielellään henkilökohtaisia kokemuksia ja mielipiteitä palveluista sekä tuotteista. (Kivilahti, 2013)

Ketolan (2016) tekemän tutkimuksen mukaan saman ikäryhmän edustajien mielipiteet ja kokemukset vaikuttavat milleniaalien tekemiin päätöksiin. Vanhempaan ikäryhmään verrattuna milleniaalit kokevat verkossa asioinnin, sosiaalisen median ja mobiilipalvelut tärkeänä.

Työelämässä milleniaalit arvostavat toimivaa ja tasa-arvoista työyhteisöä, onnistumisen tunteita ja kehittymismahdollisuuksia. Työtehtävän mielekkyyttä pidetään jopa tärkeämpänä, kuin palkkatasoa. (Laukkanen, 2021) Työpaikalla milleniaalit toivovat

esihenkilöltään selkeitä ja oikeudenmukaisia taitoja johtaa alaisiaan. Lisäksi tärkeitä piirteitä ovat luottamuksen osoitus ja tunneäly. (Partanen, n.d.)

4 Tutkimusmenetelmät

Tämä opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää hyödyntäen kohdennetussa kyselyssä. Pankkien palveluhinnastojen vertailu on tehty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää sekä benchmarking menetelmää hyödyntäen. Määrälliseen tutkimusmenetelmään päädyttiin, koska tutkimuksen aineisto haluttiin toteuttaa kyselyllä pankkipalveluista. Kysely on vakioitu eli kysymykset on laadittu niin, että jokaiselta vastaajalta kysytään samat kysymykset samalla tavalla. (Vilka, 2021, Tutkimus aineiston keräämisen tavat - luku, ensimmäinen kappale) Kyselyn tulokset koottiin vastausmäärien mukaisesti prosenteiksi ja avattiin sanallisesti.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä on yksi tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntauksista, jossa tietoa käsitellään lukujen avulla. Määrällisessä tutkimuksessa luonnon ilmiöihin tai luonnollisiin henkilöihin liittyvien asioiden tai ominaisuuksien selittäminen, kuvaaminen, kartoittaminen tai ennustaminen ovat kyseisen menetelmän tavoitteita. Määrällisellä tutkimusmenetelmällä pyritään vastaamaan kuinka moni, - paljon ja - usein kysymyksiin. (Vilka, 2017, ss. 13–18)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä on toinen tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus ja sen vastakohtana katsotaan olevan kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Nämä eroavat toisistaan niin, että laadullista tutkimusmenetelmää käytetään, kun halutaan ymmärtää tutkimukseen valikoidun kohderyhmän näkemyksiä ja käyttäjäkokemuksia kyseisestä ilmiöstä syvällisesti. Laadullisessa menetelmässä ominaispiirteitä on useita ja laadulliset tutkimukset voivat olla rakenteellisesti erilaisia. Määrällisessä tutkimuksessa pyritään avaamaan tutkimustuloksia numeraalisesti ja erilaisten tilastojen valossa, kun taas laadullisessa merkittävässä osassa ovat käyttäjäkokemukset ja kohderyhmän näkemykset. (Juuti & Puusa, 2020)

Benchmarking eli vertailuanalyysi on oman yrityksen palveluiden ja tuotteiden vertailua kilpailijoihin nähden kehittymismielessä (Impiö, 2022). Tässä opinnäytetyössä vertailua katsotaan kuluttajan näkökulmasta ja tarkastellaan minkä pankin palvelut ovat edullisimmat kohderyhmälle.

5 Tulokset

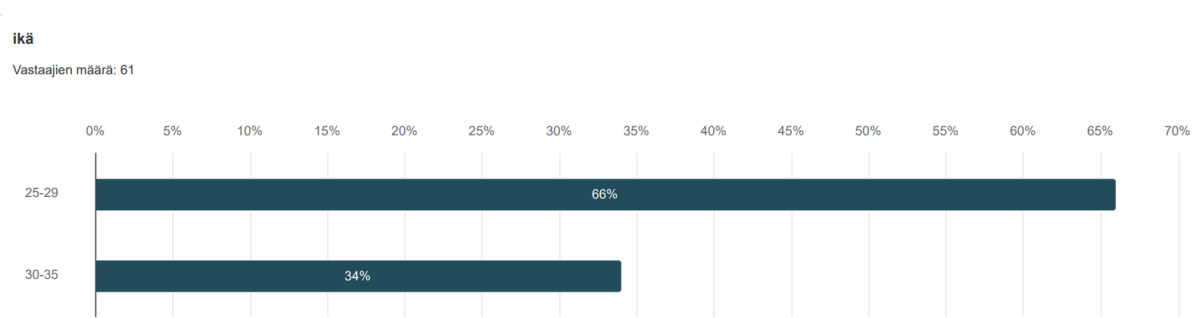
Opinnäytetyön ensimmäisessä tutkimusosiossa tietoa kerättiin kyselytutkimuksella 25–35-vuotiailta milleniaaleilta heidän käyttämistään pankki palveluista. Toisessa osiossa on tehty benchmarking -menetelmää hyödyntäen vertailuanalyysi valikoitujen pankkien palveluhinnastoista, mitä palveluita milleniaaleille tarjotaan.

5.1 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus luotiin Webropol-alustaa hyödyntäen. Kyselyn linkki oli vastaajille avoinna 4.6.-18.6.2023 välisen ajan opinnäytetyöntekijän sekä opinnäytetyöohjaajan Facebook sivuilla, julkaisu ei ollut julkinen.

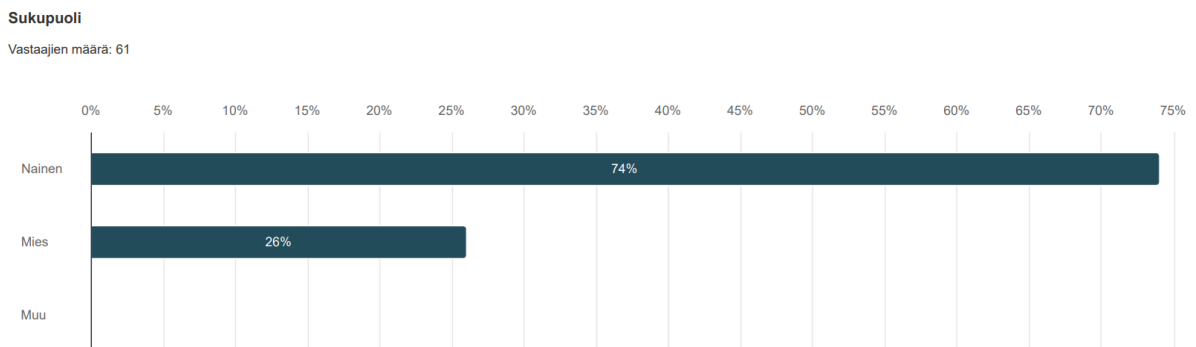
Hei! Työstän tällä hetkellä opinnäytetyötäni Hämeen ammattikorkeakoulussa ja tutkin mitä 25–35-vuotiaat milleniaalit arvostavat omalta pankkisuhteeltaan. Jos lukeudut kyseiseen ikähaarukkaan ja sinulta löytyy muutama minuutti aikaa vastata alla olevan linkin kyselyyn, olisin erittäin kiitollinen! Kysely on vapaaehtoinen, täysin anonyymi, eikä yksilöiviä tietoja kerätä vastaajasta ollenkaan. Jokainen vastaus on tärkeä opinnäytetyöni etenemisen kannalta! Kysely on avoinna sunnuntaihin 18.6.2023 saakka.

Kuva 2 Vastaajien ikä



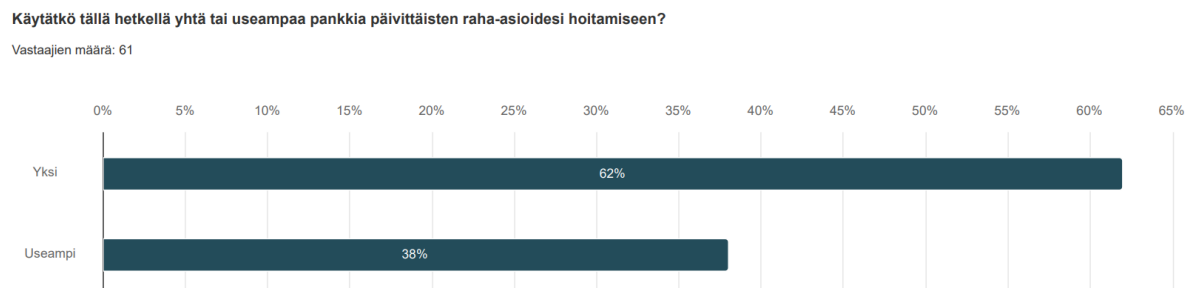
Kuvassa kaksi näkyy kyselyn vastaajien ikäjakauma. Vastaajista 66 % oli 25–29-vuotiaita ja 34 % 30–35-vuotiaita.

Kuva 3 Vastaajien sukupuoli



Kuvassa kolme havainnollistetaan kyselyyn vastanneiden sukupuolijakaumaa: valtaosa eli 74 % olivat naisia, vastaajista 26 % miehiä ja muu -sukupuolen edustajia ei vastaajissa ollut yhtäkään.

Kuva 4 Vastaajien pankkiasiakkuuksien määrä



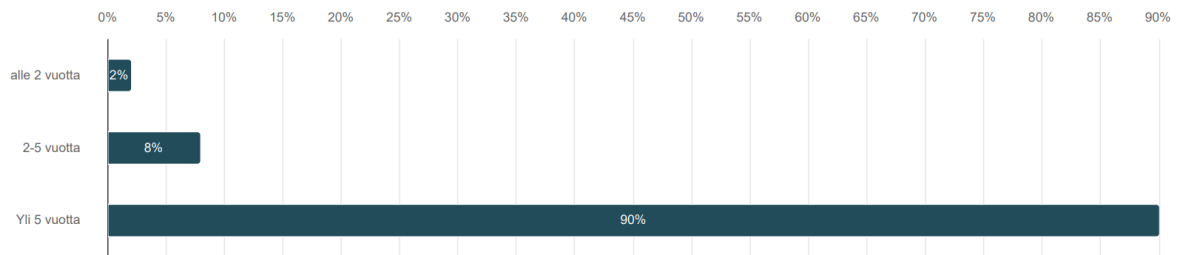
Neljännessä kuvassa näkyy selvitys montaako pankkia kyselyn vastaajat käyttävät

päivittäisten raha-asioidensa hoitamiseen. Vastanneista yli puolet eli 62 % kertoo käyttävänsä vain yhtä pankkia ja vastaajista 38 % on useamman, kuin yhden pankin palvelut käytössä päivittäin.

Kuva 5 Vastaajien pääasiallisen pankkiasiakkuuden kesto vuosissa

Kauanko olet ollut nykyisen pääasiallisen pankkisi asiakas?

Vastaajien määrä: 61

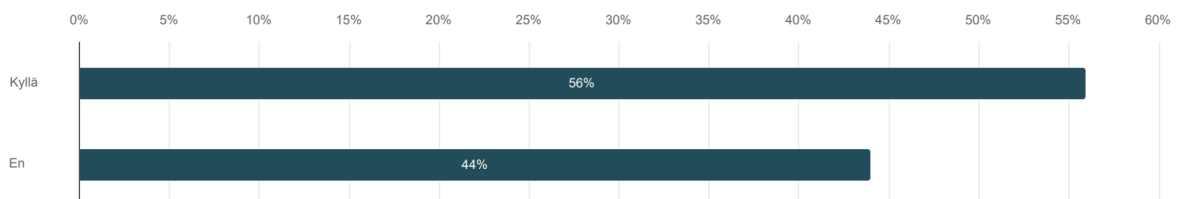


Kuvassa viisi näkyy kuinka kauan vastaajat ovat olleet pääasiallisen pankkinsa asiakkaina. Vastaajista 90 % kertoi olleensa pääasiallisen pankkinsa asiakkaana yli viiden vuoden ajan, kun taas 8 % vastaajista kahdesta viiteen vuoteen ja vain 2 % kertoo olleensa alle kahden vuoden ajan.

Kuva 6 Vastaajien tietoisuus palvelumaksuista

Oletko tietoinen paljonko maksat palvelumaksuja asiakkuudestasi?

Vastaajien määrä: 61

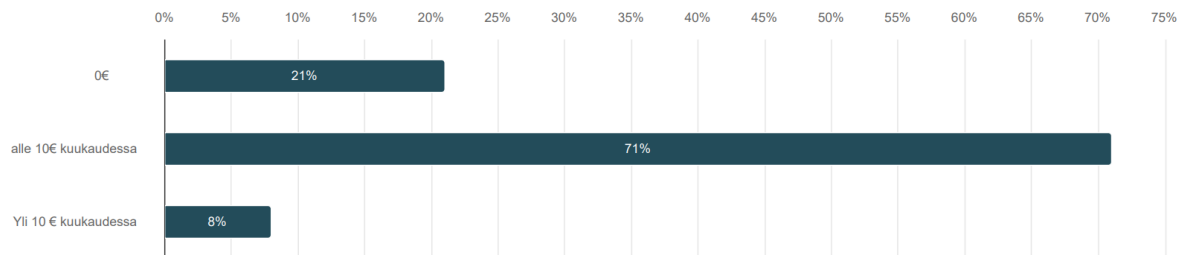


Kuvassa kuusi, selvitettiin palvelumaksujen tietoisuutta. Vastaajista 56 % ovat tietoisia siitä paljonko heidän asiakkuutensa pankissa tällä hetkellä kustantaa ja 44 % eivät tiedä millaisia palvelumaksuja pankki veloittaa käytössä olevista palveluista.

Kuva 7 Vastaajien valmius maksaa palveluista euromääräisesti

Paljonko olet valmis maksamaan pankin palveluista kuukaudessa?

Vastaajien määrä: 61

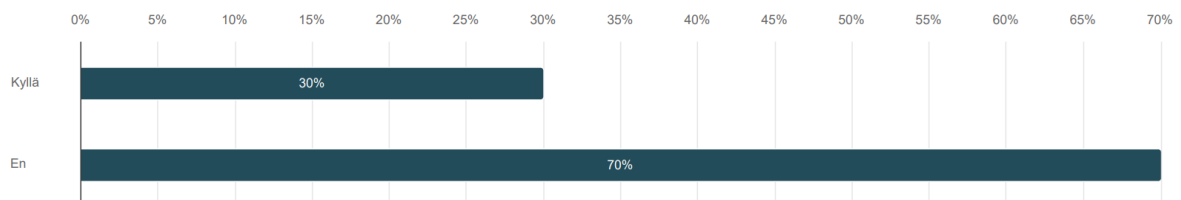


Kuvassa seitsemän selvitettiin vastaajien halukkuutta maksaa kuukausitasolla palveluista euro määräisesti. Vastaajista 21 % eivät ole valmiita maksamaan omasta pankin asiakkuudestaan mitään, kun taas vastaajista 71 % ovat valmiita maksamaan alle kymmenen euroa kuukaudessa ja vastaajista vain 8 % maksaisi pankin palveluistaan yli kymmenen euroa kuukaudessa.

Kuva 8 Pankin kilpailuttaminen

Oletko koskaan kilpailuttanut pankkiasi?

Vastaajien määrä: 61



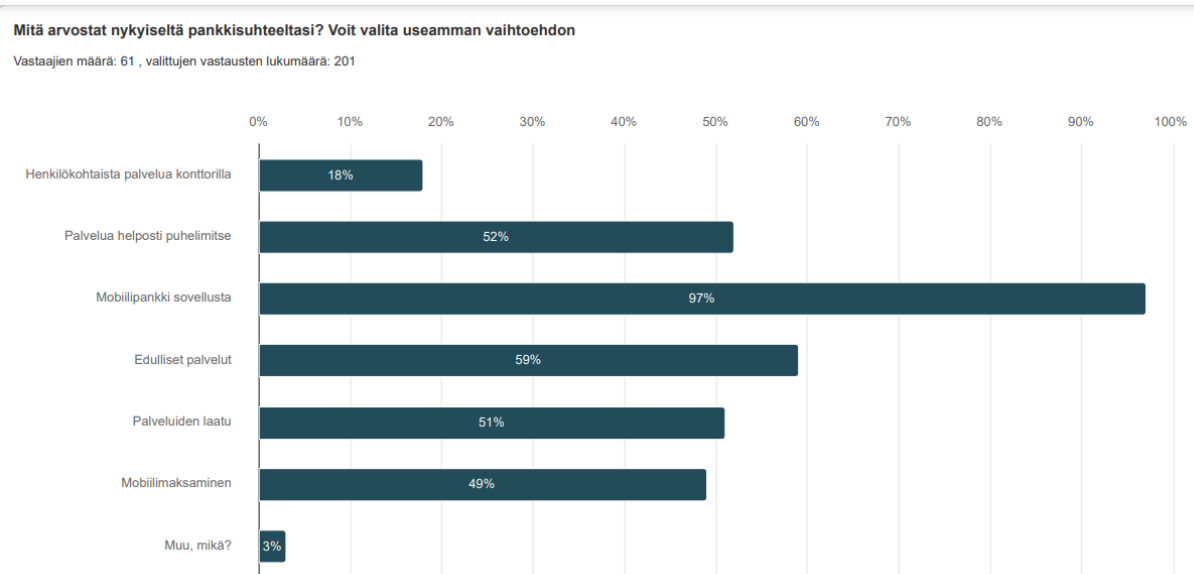
Kuvassa kahdeksan havainnollistetaan, kuinka moni vastaaja on jo mahdollisesti kilpailuttanut pääasiallisen pankkinsa. Vastaajista 30 % kertoi, että on kilpailuttanut aikaisemmin pääasiallisen pankkinsa ja vastaajista valtaosa eli 70 % ei ole kilpailuttanut koskaan.

Taulukko 1 Ratkaisevat tekijät kilpailuttamisessa

Jos vastasit kyllä, mikä oli ratkaiseva tekijä kilpailuttamisessa?	
Vastaaajien määrä: 18	
Vastaukset	
Palvelumaksut ja käyttäjä ystävällisyys.	
Asuntolaina	
Asiakaspalvelun helppous ja sujuvuus	
Palvelumaksut.	
Lainatarjoukset	
Hinnat	
Asuntolainan ja pankkipalveluiden hinta kokonaisuuteen nähden	
Paikallisuus ja asiointi	
Paremmat edut ja parempi palvelu	
Parempi asuntolainatarjous jossa parempi korkosuoja.	
Kilpailutimme pankkeja asuntolainan yhteydessä. Valinnassa ratkaisi paras lainatarjous ja jossain määrin tottumus minun vanhaan pankkiin (puolisolla oli eri pankki).	
Asuntolainan yhteydessä kilpailutin ja pysyin nykyisessä pankissani, koska sain parhaan lainan sieltä	
Palvelumaksut ja korkomarginaali	
ASP-lainan siirto olisi ollut niin hankalaa, että en vaihtanut pankkia	
Asuntolainatarjous	
Kilpailutimme eri pankkeja asuntolainaa hakiessa ja ratkaisevaa oli lainan ehdot mm. marginaali	
Asuntolaina	
Asuntolainan marginaali	

Kyselyssä oli 18 vastaajaa, jotka kertoivat kilpailuttaneensa, pääasiallisen pankkinsa saivat lisäksi avoimen kysymyksen siitä, mikä oli ratkaisevana tekijänä kilpailuttamisessa. Vastauksista selvisi, että suurimmaksi ratkaisevaksi tekijäksi pankin kilpailuttamisessa vaikuttivat asuntolaina tarjouksen ja korkomarginaalin lisäksi palvelumaksut, käyttäjäystävällisyys ja asiakaspalvelu ovat vaikuttaneet kilpailuttamiseen.

Kuva 9 Pankkisuhteessa arvostetaan



Kuvassa yhdeksän selvitettiin mitä asioita 25–35-vuotiaat arvostavat nykyiseltä pankkisuhteeltaan. Kysymykseen oli mahdollista valita useampi vaihtoehto sekä antaa oma vastaus, mikäli tätä ei valmiiksi löytynyt vaihtoehdoista.

Lähes kaikki vastaajista eli 97 % arvostavat mobiilipankki sovellusta, toiseksi eniten vastauksia keräsi edulliset palvelut pankissa. Vastauksia tasaisesti saivat palvelua helposti puhelimitse, palveluiden laadukkuus ja mobiilimaksaminen. Vastaajista vain muutama koki arvostetuksi piirteeksi omassa pankissaan henkilökohtaisen palvelun konttorissa. Alapuolella näkyvässä taulukossa, on vastaukset muu, mikä? -kohtaan.

Taulukko 2 Avoimet kommentit

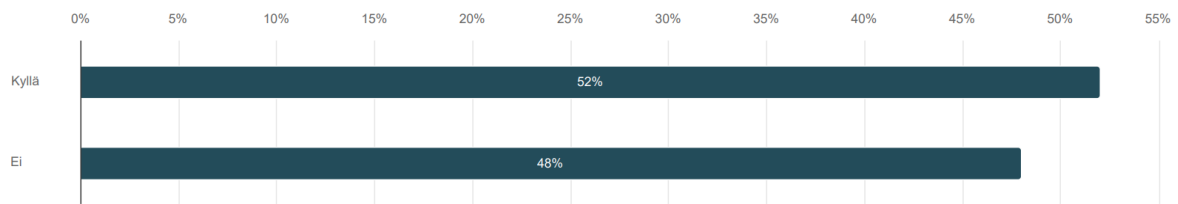
Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Henkilökohtaista yhteyshenkilöä
Muu, mikä?	Pysyvyys

Vastaajista kaksi kertoivat arvostavansa nykyiseltä pankkisuhteeltaan henkilökohtaista yhteyshenkilöä ja pysyvyyttä.

Kuva 10 Arvostettu pankin asiakas

Koetko olevasi arvostettu asiakas pankissasi?

Vastaajien määrä: 61



Kuvassa kymmenen havainnollistetaan: kuinka moni vastaajista koki olevansa arvostettu asiakas nykyisessä pankissaan. Vastaajista 52 % vastasivat, että kokevat olevansa arvostettuja, kun taas vastaajista 48 % ei koe olevansa arvostettu. Alapuolella olevassa taulukossa on vastaajien avoimia vastauksia siitä, millaiset asiat vaikuttavat siihen, että he kokevat olevansa arvostettuja asiakkaita pääasiallisessa pankissansa.

Taulukko 3 Avoin vastaus

Jos valitsit kohdassa 10. kyllä, millaiset asiat vaikuttavat siihen?

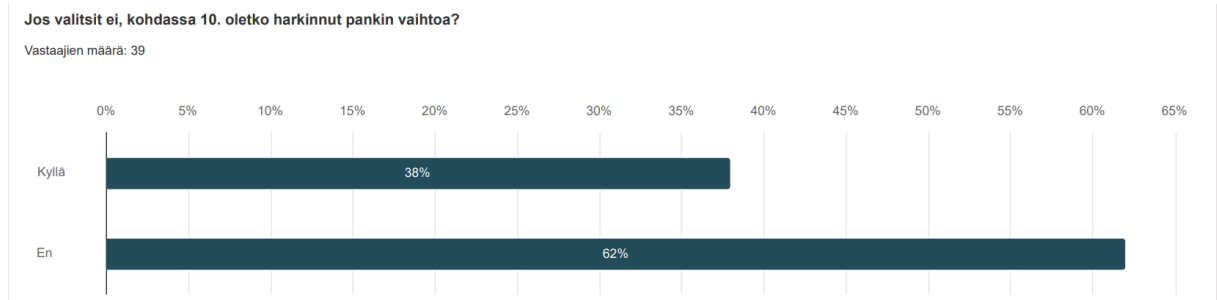
Vastaajien määrä: 21

Vastaukset
Koen saavani hyvää asiakaspalvelua aina kun sille on tarve.
Tarvittaessa saa apua.
Pankistani saa yksilöllistä palvelua ja pankista huolehditaan, että asiat tulevat hoidetuksi minulle parhaalla tavalla.
Palvelu
Pankki toimii asiakaslähtöisesti
Säännöllinen yhteydenotto sekä ilmoitus muutoksista
Pitkäaikaisen suhteen luottamus. Ymmärtäminen asiakas ihmisenä ei vain tulonlähteenä sekä joustavuus.
Asiakaspalvelu huomioi minut hyvin ja koen olevani tärkeä
Asiakaspalvelu
Olen ollut pankkini asiakas koko ikäni. Kaikki raha-asiat ovat sujuneet sitä kautta mallikkaasti.
Henkilökohtaisuus
Hommat hoituu nopeasti ja kalliin keksitään ratkaisu
Pieni tuttu pankki, jossa saa aina tuttavallista ja hyvää palvelua.
Asiat sujunu sutjakkaasti
Saanut aina asiakaspalvelua. Myönnettiin luottokortti jo joskus 18v kun lähdin ulkomaille hevosenhoitajaksi ja tarvitsin jonkun vara suunnitelman jos tarvitsee yllättäen ostaa lentolippuja. (Myöhemmin työssäkäyvänä sairaanhoitajan toinen pankki ei myöntänyt kun ei ollut vielä vakituista sopimusta.)
Valitsisin en osaa sanoa, vaihtoehdon jos se olisi. On niin vähän kanssakäymisiä pankin kanssa että ei tule semmoista tunnetta että olisin arvostettu tai ei arvostettu
Sain asuntolainan kanssa lopulta todella hyvää palvelua (ensin oli ongelmia enkä todellakaan kokenut oloani arvostetuksi, mutta tämä korjattiin)
Hyvä asiakaspalvelu, mahdollisuus asioida aina saman virkailijan kanssa
Palvelujen laatu ja määrä. Nopea kommunikointi ja tuki.
Asuntolainan saaminen.
Pankkini on työnantajani

Vastaajista 21 kokevat olevansa arvostettuja asiakkaita nykyisessä pankissaan, kertovat

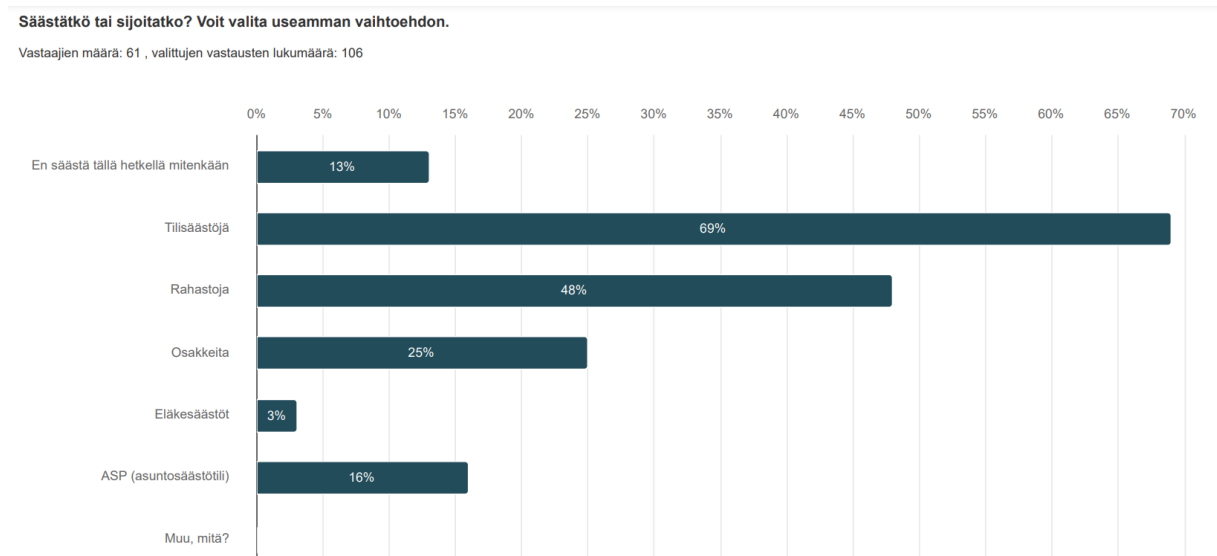
siihen vaikuttavan yksilöllinen hyvä asiakaslähtöinen palvelu, luottamus omaan pankkiin, palvelun laatu ja nopeus, asuntolainan myöntäminen ja oma työnantaja. Yksi vastaajista kertoo, ettei osaa sanoa, koska ei ole pankin kanssa lähes ollenkaan kanssakäymisessä.

Kuva 11 Pankin vaihto



Vastaajista 39 kertovat, että eivät koe olevansa arvostettuja asiakkaita omassa pääasiallisessapankissaan kysyttiin lisäkysymys: ovatko he harkinneet tästä syystä pankin vaihtoa koskaan. Vastaajista vain 38 % kertoivat harkinneensa ja vastaajista yli puolet eli 62 % eivät ole koskaan harkinneet pankin vaihtamista.

Kuva 12 Säästäminen ja sijoittaminen



Kuvassa kaksitoista on kartoitettu vastaajien tämänhetkinen tilanne säättämisen sekä sijoittamisen suhteen ja kysymykseen oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Vastaajista 13 % kertoi, ettei säästä tällä hetkellä ollenkaan, vastaajista 69 % säästää tilille, vastaajista 48 % säästää rahastoihin, vastaajista 25 % sijoittaa osakkeisiin, vastaajista vain 3 % kertoi

eläkesäästävänä ja vastaajista 16 % säästää asuntosäästöpalkkiotilille. Vastausvaihtoehtoon muu, ei tullut yhtäkään vastausta.

5.2 Kyselyn yhteenveto

Kyselytutkimuksen vastaajamäärätavoite oli 50 vastausta ja kahden viikon aikana kyselyyn vastauksia tuli 61 eli määrällisesti yli odotetun tavoitteen. Vastaajista suurempi määrä oli 25–30-vuotiaita ja valtaosa heistä naispuolisia. Päivittäisten raha-asioiden hoitamiseen yli puolet käyttävät vain yhtä pankkia, mutta yllättävän moni kuitenkin oli jakanut varallisuuden useampaan pankkiin.

90 % vastaajista eli 55 vastaajaa on ollut pääasiallisen pankin asiakas yli 5 vuotta ja 6 vastaajaa on vaihtanut pankkia 5 vuoden sisällä. Yli puolet vastaajista ovat tietoisia pankin palvelumaksuista ja hieman vajaa puolet eivät ole asiasta tietoisia ollenkaan.

Pankkipalveluista valtaosa on valmis maksamaan pankin palveluistaan kuukausittain ja vain murto-osa haluaa maksuttomat palvelut. Vain 18 vastaajaa oli kilpailuttanut nykyisen pankkinsa ja avoimesta kysymyksestä selviää, että kaikki vastaajat olivat pyytäneet tarjouksen asuntolainaan tai kilpailuttaneet nykyisen edullisempaan korkoon.

Eniten milleniaalit arvostavat nykyiseltä pankkisuhteeltaan mobiilipankkia, edullisia palveluita, josta voidaan päätellä, että edulliset palvelut eivät tarkoita maksuttomia palveluita. Asiakaspalvelu puhelimitse, palveluiden laatu ja mobiilimaksaminen koettiin tasaisesti tärkeäksi. Mobiilimaksamisesta vain puolet kokivat tärkeänä, joka yllätti kohderyhmän ollessa digitalisaation murroksessa kasvanut ikäryhmä. Henkilökohtainen palvelu koettiin vähiten arvostetuksi. Avoimia vastauksia tuli kaksi, joihin oli kerrottu arvostettavan henkilökohtaista yhteyshenkilöä ja pysyvyyttä.

Vastaajista puolet kokevat olevansa arvostettuja asiakkaita ja puolet eivät. Vastaajat, jotka vastasivat kyllä perustelevat vastausta muun muassa laadukkaalla, nopealla ja asiakaslähtöisellä palvelulla aina kun sitä on tarvinnut. Tuttu asiakaspalvelija, yksilöllinen palvelu ja säännöllinen yhteydenottomainen. Vastaajat, jotka eivät koe arvostusta kysyttiin

ovatko he tästä syystä harkinneet pankinvaihtoa. Vastausmäärä oli 39 ja vain 15 vastasi harkinneensa pankin vaihtamista.

Viimeisenä kysyttiin: säästätkö tai sijoitatko, kysymykseen sai valita useamman vaihtoehdon. Tilisäästäminen on suosituin säästämisen muoto ja vähiten suosituin vastaus oli eläkesäästöt. 8 vastaajaa kertoo, ettei säästä ollenkaan.

5.3 Palveluhinnastojen vertailu

Toisessa osiossa on vertailtu kolmen suomalaisen pankin palveluhinnastoja keskenään, tarkoituksena on selvittää pankkien hintaeroja. Vertailuun valikoituivat suurimpien pankkien joukosta Nordea ja Osuuspankki, sekä nousujohteessa oleva S-Pankki. Vertailun kohteena ovat päivittäispalveluiden hinnat, johon sisältyvät tilit, perinteinen yhdistelmäkortti eli credit/debit ja pankkitunnukset

5.3.1 Nordea

Nordea on yleispankki, joka on Pohjoismaiden suurin jo 200 vuoden takaa. Toimintaa löytyy myös Euroopasta, Aasiasta sekä Amerikasta. Vuonna 2001 nimi Nordea otettiin virallisesti käyttöön. (Nordea, n.d.) Alapuolella olevassa kuvassa on näkyvillä Nordean hinnastot palvelupaketeista (Nordea mobiili plus- ja peruspaketti hinnasto, 2023).

Kuva 13 Nordean palveluhinnasto

Mobiili Plus- paketin hinta		Peruspaketin hinta	
Mobiilipankkia käyttävät asiakkaat	Mobiili Plus-paketti 1.8.2022 alkaen	Verkkopankkia käyttävät asiakkaat	Peruspaketti 1.8.2022 alkaen
Premium-asiakas	0,00 e/kk	Premium-asiakas	4,65 e/kk
Asuntolaina-asiakas	0,00 e/kk	Asuntolaina-asiakas	4,65 e/kk
Korkeakouluopiskelija-asiakas 18-30-vuotias	0,00 e/kk	Korkeakouluopiskelija-asiakas 18-30-vuotias	4,65 e/kk
Nuorisoasiakas 19-25-vuotias	0,00 e/kk	Nuorisoasiakas 19-25-vuotias	4,65 e/kk
Normaalihinta	4,65 e/kk	Normaalihinta	7,90 e/kk

Edellytyksenä on, että käytössä on mobiilipankki, tili ja kortti. Mobiili Plus -pakettiin kuuluu käyttötilit, pankkitunnukset ja 1–2 korttia: [Nordea Gold](#), [Nordea Credit](#) tai [Nordea Debit](#).

Mobiili Plus -paketti sisältää myös verkkopankin käytön.

Edellytyksenä on, että käytössä on verkkopankki, tili ja kortti. Peruspakettiin kuuluu käyttötilit, pankkitunnukset ja 1–2 korttia: [Nordea Gold](#), [Nordea Credit](#) tai [Nordea Debit](#).

Nordea tarjoaa asiakkailensa päivittäispalveluista kahta erilaista pakettia, jotka ovat mobiili plus- ja peruspaketti. Mobiiliplus on asiakkaille, jotka käyttävät mobiili- sekä verkkopankkia. Peruspaketti on vain verkkopankkia käyttäville asiakkaille. Molempiin paketteihin kuuluu tili, pankkitunnukset ja 1-2 korttia.

Pakettien hintaan vaikuttaa asiakkuuden taso. Nordean asiakkuustasoja ovat Premium-asiakas, asuntolaina-asiakas, 18-30-vuotias korkeakouluasiakas, 19-25-vuotias nuorisoasiakas ja normaali asiakas. Premium-asiakas on henkilö, jolla varoja Nordeassa vähintään 80000 €. Mobiili plus- paketti erikoisasiakkaille on maksuton ja normaali hinta 4,65 euroa kuukaudessa. Peruspaketin hinta erikoisasiakkaille kuukaudessa on 4,65 euroa ja normaali asiakashinta on 7,90 euroa kuukaudessa.

5.3.2 Osuuspankki

Osuuspankki on toiminut 120-vuotta Suomessa ja OP on myös Suomen suurin finanssiryhmä. Osuuspankin sekä koko OP-Ryhmän omistavat kaksi miljoonaa omistaja-asiakasta.

Osuuspankki tarjoaa asiakkailensa henkilöasiakkaiden- ja yritysasiakkaiden lisäksi vakuutukset. (Osuuspankki, n.d.)

Osuuspankki tarjoaa kokonaisasiakkuuksia, edullisempia hintoja ja OP-bonuksia omistaja-asiakkailensa. Omistaja-asiakkuus maksaa 100 euroa, jonka pankki maksaa asiakkaalle takaisin asiakkuuden päätyttyä. (Osuuspankki, n.d.)

Vertailussa on otettuna huomioon vain omistaja-asiakkaiden päivittäispalveluiden hinnastot. Hinnastot jakautuvat alle 26-vuotiaiden, 26–29-vuotiaiden ja 30 vuotta täyttäneiden palvelupaketteihin. Peruspalvelupaketti koostuu vähintään käyttötilistä, verkkotiliotteesta käyttötilillä, verkkopankkitunnuksista ja vähintään yhdestä kortista. Alapuolella olevassa kuvassa Osuuspankin omistaja-asiakkaiden hinnaston peruspalveluista (Osuuspankki omistaja-asiakkaan palveluhinnasto, 2023).

Kuva 14 Osuuspankin palveluhinnasto

PÄIVITTÄISPALVELUPAKETTI	HINTA
Hinnat ovat voimassa omistaja-asiakkaalle silloin, kun hänellä on kaikki seuraavat päivittäisasiainin palvelut käytössään:	
- Käyttötili*	
- Verkkotiliote käyttötilillä	
- OP:n tunnuksat ja digipalvelut	
- Yksi tai kaksi korttia alla mainittujen yhdistelmien mukaisesti	
* Käyttötili on omistaja-asiakkaille maksuton päivittäispalvelupaketista huolimatta siinä osuuspankissa, jossa kaikilla tilinomistajilla on omistaja-asiakkuus	
PAKETIN HINTA KUUKAUDESSA ALLE 26-VUOTIAALLE OMISTAJA-ASIAKKAALLE	HINTA
- Käyttötili, verkkotiliote, OP:n tunnuksat ja digipalvelut, maksukortti	Maksuton**
** Päivittäispalvelupaketti on maksuton kaikille alle 26-vuotiaille asiakkaille	

Hinnastossa alle 26-vuotiaan päivittäispalvelupaketti yhdellä kortilla on maksuton kuukaudessa. Päivittäispalvelupaketti sisältää käyttötilin, tiliotteen, pankkitunnuksat, mobiilisovelluksen ja pankkikortin.

Kuva 15 Osuuspankin palveluhinnasto

PAKETIN HINTA KUUKAUDESSA 26–29-VUOTIAALLE OMISTAJA-ASIAKKAALLE	HINTA
Yhden kortin paketit	
- OP Classic, OP Debit, OP Basic tai OP Electron	Maksuton
- OP Gold	4,00 €
Kahden kortin paketit	
- OP Classic, OP Debit, OP Basic tai OP Electron ja OP Duo	2,00 €
- OP Gold ja OP Duo	6,00 €

PAKETIN HINTA KUUKAUDESSA 30 VUOTTA TÄYTTÄNEELLE OMISTAJA-ASIAKKAALLE	HINTA
Yhden kortin paketit	
- OP Classic, OP Debit, OP Basic tai OP Electron	3,95 €
- OP Gold	8,00 €
Kahden kortin paketit	
- OP Classic, OP Debit, OP Basic tai OP Electron ja OP Duo	5,95 €
- OP Gold ja OP Duo	10,00 €

Hinnastossa 26–29-vuotiaille tili sekä yhden kortin paketti on maksuton ja kahden kortin paketista 2,00 euron veloitus kuukaudessa. 30 vuotta täyttäneille omistaja-asiakkaille tili ja pankkitunnukset maksuttomat. Yhden kortin paketti 3,95 euroa ja kaksi korttia 5,95 euroa kuukaudessa.

5.3.3 S-Pankki

S-Pankki on täysin suomalainen vuonna 2007 perustettu talletuspankki, joka kuuluu S-ryhmään. Nykyään S-Pankki toimii täydenpalvelun pankkina ja tarjoaa kattavat palvelut henkilöasiakkaillensa. (S-Pankki, n.d.)

S-Pankin palvelut ovat ensisijaisesti s-ryhmän asiakasomistajille. Asiakasomistajuus on osuuskaupan jäsenyys, jolla asiakas saa s-pankin palvelut sekä S-ryhmän etuudet kokonaisuudessaan hyödynnettyä. Asiakasomistajuus maksaa 100 euroa, joka on sijoitus osuuskauppaan. Asiakkaan lopettaessa asiakasomistajuuden ulos maksetaan hänelle tämä liittymismaksu takaisin. (S-Pankki, n.d.)

Alapuolella olevassa kuvassa on S-Pankin asiakasomistajien palveluhinnasto (S-Pankki Palveluhinnasto osuuskauppojen asiakasomistajille, 2022).

Kuva 16 S-Pankin palveluhinnasto

		E291758-40623L	
		Palveluhinnasto osuuskauppojen asiakasomistajille ja asiakasomistajatalouteen kuuluville Voimassa 1.6.2022 alkaen.	
S-PANKIN TUOTTEIDEN JA PALVELUIDEN HINNAT			
TILIT			
S-Tilin kuukausimaksu / tili	Maksuton		
S-Tilin korko, lasketaan päiväsaldolle	S-Prime -2,0 prosenttiyksikköä		
S-Tuottotilin kuukausimaksu /tili	Maksuton		
S-Tuottotilin korkoportaat, korko lasketaan päiväsaldolle			
• 0-4 999 €	S-Prime - 2 %		
• 5 000-19 999 €	S-Prime - 1,5 %		
• 20 000-99 999 €	S-Prime - 0,5 %		
• Yli 100 000 €	S-Prime - 0,25 %		
		KORTIT JA LUOTOT	
		Korttien vuosi- ja kuukausimaksut	
		S-Etukortti Visa Credit/Debit (luotto- ja maksukortti)	Maksuton
		S-Etukortti Visa Credit (luottokortti)	Maksuton
		S-Etukortti Visa Debit (maksukortti)	Maksuton
		S-Etukortti Debit (maksukortti)	3 €/kk, ei saatavilla uusille asiakkaille
		Ylimääräiset S-Etukortti Visa-maksukortit (Maksu veloitetaan jos käytössäsi on useampi kuin kaksi S-Etukortti Visa-korttituotetta).	2,50 €/kk

Kaikille asiakasomistajille ja asiakasomistajan jäsentalouteen liitetyille asiakkaille ikää katsomatta kaikki peruspankin palvelut ovat maksuttomia, sopimusten uusinnasta tai pankkivälineiden hukkaamisesta peritään palveluhinnaston mukainen maksu. Peruspankin palveluihin S-Pankissa asiakasomistajille kuuluvat tilit, kaksi pankkikorttia, pankkitunnukset sekä verkko- ja mobiilipalvelut.

Kuva 17 S-Pankin hinnasto: pankkitunnukset

PANKKITUNNUKSET

Pankkitunnuksilla voi asioida verkkopankissa, S-mobiilissa ja S-Pankin asiakaspalvelussa sekä tunnistautua ja maksaa muissa verkkopalveluissa.

Pankkitunnussopimuksen kuukausimaksu	Maksuton
Pankkitunnusten uusiminen toimipaikassa (käyttäjätunnus, salasana, tunnuslukutaulukko)	5 €
Tunnuslukutaulukon tilaaminen puhelimitse tai toimipaikassa	5 €
Tunnuslukutaulukon tilaaminen verkkopankissa	2,50 €
Salasanan palauttaminen alkuperäiseksi puhelimitse tai toimipaikassa	5 €
Kertakäyttöisen salasanan tilaaminen puhelimitse tai verkkopankista	2,50 €

Hinnastossa kaikille asiakasomistajille pankkitunnukset sekä mobiilisovellus ovat kuukaudessa täysin maksuttomat.

5.4 Vertailun yhteenveto

Palveluhinnastoja pankkien sivuilta etsiessä yllätti, että S-Pankki oli ainoa, joka oli koostanut palveluhinnaston selkeästi omaksi pdf-tiedostoksi. Nordea oli tehnyt hinnastoista visuaaliset. Sekä Nordea, että Osuuspankki olivat koonneet hinnastot useammalle eri välilehdelle, joka teki vertailumielessä hintojen tutkimisesta kuluttajanäkökulmasta haastavaa.

Hinnastoja tarkasteltiin opinnäytetyön ikäryhmän mukaisesti. Vertailussa Nordea oli normaalin asiakkuuden näkökulmasta maksullinen ja erikoisasiakkuuden näkökulmasta maksuton.

Osuuspankki erittelee palvelut iän mukaisesti alle 26-, 26-29- ja yli 30-vuotiaat. Alle 26-vuotiaat saavat täysin maksuttomat palvelut, seuraava ikäryhmä maksaa palveluistaan vähintään 4,00 euroa kuukaudessa ja yli 30-vuotias vähintään 8,00 euroa, riippuen monenko

kortin paketti on käytössä. Palvelumaksuja on mahdollista maksaa op-bonuksilla, mikäli niitä on kertynyt.

S-Pankki on ainoa, joka tarjoaa kaikille asiakasomistajilleen maksuttomat palvelut iästä, elämänvaiheesta tai varallisuudesta riippumatta. S-Pankki on myös vertailussa olevista pankeista ainoa, joka ei tarjoa erikoisluottokorttia lisäominaisuuksilla, jonka takia muiden pankkienkaan kohdalla kyseisiä kortteja ei ole huomioitu hintavertailussa.

Vertailussa on otettu huomioon tavallinen credit -ominaisuudella varustettu luotollinen kortti, eikä Nordean ja Osuuspankin tarjoamia lisäpalveluita eli maksullisia erikoisluottokortteja, koska S-Pankki ei tarjoa vastaavaa tuotetta.

Vertailusta voimme todeta, että S-Pankki on hinnaltaan edullisin pankki. Nordea ja Osuuspankki kilpailevat sijoituksestaan vertailussa asiakkuuden ja iän perusteella. Pankin valinnassa ja vertailussa on hyvä ottaa huomioon hinnastoa tarkastellessa oma elämäntilanne ja mitä on valmis peruspalveluiden lisäksi maksamaan lisäpalveluista, jotka jäävät tämän vertailun ulkopuolelle.

6 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia kohtaavatko milleniaalien odotukset ja pankkien tarjoamat palvelut. Tutkimus toteutettiin kyselyllä ja vertailuanalyysilla, näillä pyrittiin löytämään vastaus päätutkimuskysymykseen, miten pankkien palvelut vastaavat milleniaalien tarpeita. Lisäksi kahteen alatutkimuskysymykseen mitä 25–35-vuotiaat milleniaalit arvostavat pankkisuhteeltaan ja paljonko pankkien palvelut kustantavat 25-35-vuotiaille milleniaali asiakkaille.

Kyselyn otanta oli hyvä ja siihen saatiin 61 vastausta, joista valtaosa vastaajista olivat 25–30-vuotiaita naisia. Yli puolet vastaajamäärästä hyödyntävät useampaa pankkia päivittäisasioinnissaan sekä ovat olleet pitkäaikaisia pääasiallisen pankkinsa asiakkaita. Palvelumaksuista tietoisia ovat puolet vastaajista ja yli puolet valmiita maksamaan palveluista kuukausittain. Suurimmaksi syyksi pankin kilpailuttamiseen koettiin asuntolaina

tarjous tai nykyisen lainan kilpailuttaminen. Lähes kaikki vastaajista eli 87 % säästävät tällä hetkellä ja valtaosa näistä oli tavallisia tilisäästäjiä. Kyselyssä pyydettiin vastaamaan yhteen tai useampaan kohtaan, mitä asioita arvostat omalta pankkisuhteeltasi ja tähän viisi eniten vastauksia keränneitä kohtia olivat:

1. Mobiilisovellus
2. Edullisuus
3. Helppo palvelu puhelimitse
4. Palveluiden laatu
5. Mobiilimaksaminen

Edellä mainituista kohdista voidaan todeta, että 25–35-vuotiaat milleniaalit arvostavat omalta pankkisuhteeltaan eniten ajantasaista ja toimivaa mobiilisovellusta. Palveluiden edullisuutta, mutta edullisuus ei kuitenkaan tarkoita täysin maksuttomia palveluita, vaan palveluista ollaan valmiita maksamaan maksuttoman ja yli kymmenen euron välillä. Pankista arvostetaan helppoa asiointia puhelimitse eli konttorille ei haluta lähteä hoitamaan pankkiasioita. Palveluiden laatua arvostetaan eli saadaan rahalle vastinetta. Viimeisenä arvostuksen kohteena on nousussa oleva mobiilimaksaminen eli mahdollisuus maksaa pankkitililtään ilman, että kortti on mukana.

Vertailuanalyysissä oli mukana kolme eri pankkia Nordea, Osuuspankki ja S-Pankki. Jokaisen pankin palveluhinnastosta vertailtiin samat kokonaisuudet palveluiden osalta. Tili, kortti, pankkitunnukset ja mobiilipankki. Vertailussa ei ollut mukana pankkien tarjoamat omat erikoispalvelut ja tuotteet. Pankeista edullisin on S-Pankki, Nordea sekä Osuuspankki ovat käytännössä lähes yhtä edullisia keskenään. Pankkien tarjoamat top kolme ovat:

1. S-Pankki: Ilmaiset tai edulliset palvelut milleniaaleille
2. Nordea: Maksuton mobiili palvelu pankkitunnusten kanssa
3. Osuuspankki: Palvelupaketit sisältäen tili, kortti ja pankkitunnukset

Tästä voidaan johtopäätöksenä todeta, että milleniaalien kysyntä ja valikoitujen pankkien tarjoamat kohtaavat. Milleniaalien isoimmat odotukset ovat mobiilisovelluksessa sekä palveluiden edullisuudessa ja kaikki vertailun kohteena olevat pankit vastaavat odotuksiin.

Opinnäytetyössä tutkittiin milleniaaleja sekä käytännössä, että teoriassa. Niiden pohjalta pankkien pääpaino tulevaisuudessa tulisi olla mobiilipalveluiden kehittämisessä niin, että se pysyy tasaisena ja ajankohtaisena. Mobiilimaksaminen ja sen käyttäminen milleniaalien keskuudessa on vasta viidenneksi tärkeimpien palveluiden joukossa, sen markkinointia ja hyötyjä olisi pankkien hyvä nostaa enemmän esille. Kyselyssä nousi ilmi, että puolet vastaajista eivät koe olevansa arvostettuja asiakkaita pääasiallisessa pankissaan. Tähän tulisi kiinnittää erityishuomiota, miten saadaan milleniaalit kokemaan olevansa tärkeitä ja arvostettuja asiakkaita, kun kaikki asiat hoidetaan nyt ja tulevaisuudessa verkossa tai mobiilisovelluksissa.

Muiden toimialojen palvelun tarjoajat markkinoivat sopimuksien kilpailuttamista, mutta pankit eivät tee sitä pelkkien päivittäispalveluiden osalta. Asuntolainan kilpailuttaminen on yleisempi tapa myydä pankin vaihtoa ja kyselyn vastauksien perusteella voidaan todeta, että se tavoittaa vain tietyn asiakasryhmän. Palveluiden ja niiden hintojen osalta pankit tavoittaisivat huomattavasti isomman asiakasryhmän pankin vaihtoon.

Kyselyssä olisi ollut hyvä nostaa esille millaisia palveluita milleniaalit vielä kaipaisivat pääasialliselta pankiltaan arkeen ja raha-asioiden hoitamisen suhteen.

Teoriassa sekä kyselyssä nousi esille paljon samoja asioita siitä, miten milleniaalien piirteet näkyvät myös pankkipalveluissa. Milleniaalit arvostavat mobiilisovelluksia, joiden avulla hoitaa raha-asioitaan sujuvasti ja itsenäisesti. Milleniaalit ovat avoimia raha-asioissaan sekä säästeliäitä ja tietoisia eri säästämisen muodoista. Kyselyn luotettavuuteen vaikuttaa suuresti se, että kysely ei ollut jaettu julkiseksi kaikille ja saate tekstiin oli huomioitu selkeästi kohdennettu ikäjakauma. Vastausmäärään vaikutti Facebook kaverien määrä ja heidän ikäjakaumansa. Voidaan kuitenkin todeta, että tutkimus on luotettava ja johdonmukainen.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe oli ajankohtainen ja itselleni ammatillinen mielenkiinnon kohde, joka tuki oppimistavoitteitani. Opin hyödyntämään kattavasti sekä verkko- että kirjallisuuslähteitä. Kyselyn luominen Webropol-alustalla oli ensimmäinen kertani, lisäksi opin paljon eri tutkimusmenetelmistä ja niiden hyödyntämisestä. Teoriatasolla opin milleniaaleista paljon, kyseisestä ikäryhmästä ei kuitenkaan löytynyt tietoa pankin asiakkaana niin paljoa, kuin olisin kuvitellut. Aiheeseen oli helppo tarttua oman kiinnostuksen ja työkokemukseni pohjalta. Ikäryhmänä 25–35-vuotiaat olivat erittäin mielenkiintoinen kohde tarkasteltavaksi, koska kuulun itsekin kyseiseen ikäryhmään. Näin oli minulla aavistus siitä mitä saman iän edustajat mahdollisesti ajattelevat pankin palveluista, mutta yllätyksiäkin löytyi. Vertailuanalyysiin valikoidut pankit olivat entuudestaan minulle tuttuja S-Pankki työni kautta, Osuuspankki oma pääasiallinen pankkini ja Nordea vanha pääasiallinen pankkini. Oli mielenkiintoista vertailla pankkien palveluhinnastoja keskenään ammatillisesta näkökulmasta.

Erittäin tyytyväinen olen siihen, kuinka paljon kysely tavoitti 25–35-vuotiaita vastaamaan kyselyyn. Tavoitteena oli 50 vastausta ja vastauksia saatiin 61 kappaletta. Ei ole itsestään selvää, että hektistä elämänvaihetta elävät aikuiset malttavat pysähtyä viideksi minuutiksi vastaamaan kyselyyn.

Eniten kyselyssä yllätyin siitä, että mobiilimaksaminen oli vasta viidennellä sijalla mitä asiakkaana milleniaalit arvostavat pankkisuhteessaan. Kuitenkin ikäryhmä on kasvanut ja kehittynyt teknologian huippuvuosien aikana, mutta ilmeisesti tämä toiminto ei ole niin suosittu ominaisuus, kuin mitä ajattelin vaan perinteinen kortti maksaminen on suositumpaa.

Tutkimus oli opettavainen ja työn edetessä kyllä huomasin, että jotain olisin voinut tehdä toisin. Työn toteuttaminen ilman toimeksiantajaa onnistui hyvin, mutta jälkepäin valitsisin aiheeni niin, että saisin mukaan toimeksiantajan. Kyselyssä näin jälkikäteen olisin halunnut vielä parannella muutamia kysymyksiä ja lisätä kysymyksen onko milleniaalien mielestä jotain palveluita mitä pankit ei vielä tarjoa tai mille kokisivat olevan tarvetta omassa arjessa.

Aina löytyy parannettavaa, mutta olen kuitenkin tyytyväinen, että työstä tuli sellainen kuin itse halusinkin ja sain itse antaa työlleni suunnan.

Lähteet

- Alhonsuo, S., Nisén, A., Nousiainen, S., Pellikka, T. & Sundberg, S. (2012). *Finanssitoiminnan käsikirja*. Bookwell Oy.
- Ferrer, R. (2018). *CaixaBank research*. <https://www.caixabankresearch.com/en/economics-markets/labour-market-demographics/who-are-millennials>
- Finanssialalle*. (n.d.). *Henkilöasiakkaan päivittäispalvelut*.
<https://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/pankkiala/henkiloasiakkaan-paivittaispalvelut.html>
- Impiö, A. (2022). *Digiliike - tietoa digitaalisesta markkinoinnista*.
<https://blogi.oamk.fi/2022/05/16/benchmarking-kilpailijavertailu-auttaa-parantamaan-yrityksen-tuloksellisuutta/>
- Juuti, P. & Puusa, A. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.
- Kauppalehti. (2020). *Klarna: Tutkimus: Suomalaiset milleniaalit ovat vanhempiaan säästäväisempiä ja avoimempia rahankäytöstään*.
<https://www.kauppalehti.fi/lehdistotiedotteet/klarna-tutkimus-suomalaiset-milleniaalit-ovat-vanhempiaan-saastavaisempia-ja-avoimempia-rahankaytostaan/b7030c50-4b7d-30a4-bb7a-b3dd13e9f6fe>
- Ketola, A. (2016). *Pankin digitaalisten palvelukanavien vaikutus nuorten aikuisten asiakasuskollisuuteen*. [opinnäytetyö Tampereen ammattikorkeakoulu].
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116674/Ketola_Anni.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Kivilahti, J. (2013). *Y-sukupolven sitouttaminen yritykseen*. [pro gradu -tutkielma, Vaasan yliopisto].
https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/1729/osuva_5296.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kontkanen, E. (2011). *Pankkitoiminnan käsikirja*. Bookwell Oy.
- Laukkanen, E. (2021). Milleniaalit ja vaurastumisen salaisuus. *Ekonomi*, 23(3), 8-12.
https://www.ekonomit.fi/wp-content/uploads/2021/10/Ekonomi-3_2021.pdf

Nordea. (n.d.). *Arvo-osuustili ja arvopaperisäilytys*.

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/sijoittaminen/arvo-osuustili.html>

Nordea. (n.d.). *Markkinat*. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-meista/keita-olemme/markkinat>

Nordea. (2023). *Mobiili plus- ja peruspaketti hinnasto* [kuva]. Haettu 15.6.2023 osoitteesta <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/mobiili-plus-peruspaketti.html>

Nordea. (n.d.). *Nordean historia*. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-meista/keita-olemme/nordean-historia>

Nordea. (n.d.). *Osakesäästötili (OST) - aloita osakesäästäminen*.

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/sijoittaminen/osakesaastotili.html>

Nordea. (n.d.). *Rahastot vai osakkeet?*

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/rahastot-vai-osakkeet.html>

Osuuspankki. (n.d.). *ASP-tili*. Haettu 5.3.2023 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/asp-tili?opside=opmedia%3Akoti%3A%2Fasunnon-osto%2Fasp-saastaminen-kiinnostaa-jalleen-ja-tulevaisuudessa-sen-merkitys-voi-korostua-entisestaan%2F>

Osuuspankki. (n.d.). *Miten credit- eli luottokortti toimii?* Haettu 5.3.2023 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/kortit/luottokortin-kaytto>

Osuuspankki (2023). *Omistaja-asiakkaan palveluhinnasto* [kuva]. Haettu 15.6.2023 osoitteesta

https://www.op.fi/hinnasto?p_p_id=PriceListportlet_WAR_PriceList&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-4&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=3&pid=539602&hid=10250

Osuuspankki. (n.d.). *OP-Ryhmä lyhyesti*. <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti>

Partanen, J. (n.d.). *Mellanen Atte & Karoliina: Hyvät, pahat ja milleniaalit - Miten meitä tulisi johtaa*. Kirja kirjoista. <https://kirjakirjoista.fi/hyvat-pahat-ja-milleniaalit-miten-meita-tulisi-johtaa/>

Peda. (n.d.). *Säästäminen ja sijoittaminen*. <https://peda.net/p/lauri.karttunen1/yl/zaldomateriaaleja/sjs>

Rintala, O. (2021). *Kansalaisyhteiskunta*.

<https://kansalaisyhteiskunta.fi/verkkolehti/huomioidaanko-jarjestonne-markkinoinnissa-milleniaalit/>

Signicat. (2022). *Vahva sähköinen tunnistaminen ja tunnistautuminen*. Haettu 5.6.2023 osoitteesta <https://www.signicat.com/fi/blogi/vahva-s%C3%A4hk%C3%B6inen-tunnistaminen-ja-tunnistautuminen>

Sortter. (2022). *Credit ja debit? Kaikki korttityyppien eroista*. Haettu 5.4.2023 osoitteesta [https://sortter.fi/blogi/artikkeli/debit-ja-credit-pahkinankuudessa./](https://sortter.fi/blogi/artikkeli/debit-ja-credit-pahkinankuudessa/)

S-Pankki (2022). *Palveluhinnasto osuuskauppojen asiakasomistajille* [kuva]. Haettu 15.6.2023 osoitteesta

https://dokumentit.s-pankki.fi/c/document_library/get_file?uuid=63859693-b9b5-4131-8bff-a38e1de5d6ac&groupId=10140

S-Pankki. (n.d.). *Tervetuloa täyden palvelun S-Pankkiin*. Haettu 22.8.2023 osoitteesta <https://www.s-pankki.fi/fi/tule-asiakkaaksi/>

Vilka, H. (2017). *Tutki ja mittaa*. Ps-kustannus.

Vilka, H. (2021). *Tutki ja kehitä*. Ps-kustannus.

Ylikoski, T. & Järvinen, R. (2011). *Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla*. Bookwell Oy.

Liite 1: Kyselyn kysymykset

Hei, opiskelen Hämeen ammattikorkeakoulussa Tradenomiksi. Kyselyn tarkoituksena on selvittää 25–35-vuotiaiden milleniaalien ajatuksia omista pankin palveluistaan. Vastauksia käytetään osana opinnäytetyöni tutkimusta.

Kysely toteutetaan täysin anonyyminä, vastaaminen on vapaaehtoista, eikä vastaajasta kerätä yksilöivää tietoa. Vastaaminen kestää n.5 minuuttia.

Kiitos etukäteen ajastasi, vastauksesi on erittäin tärkeä opinnäytetyöni etenemisen kannalta.

Kysely on avoinna sunnuntaihin 18.6.2023 saakka. - Ida Mallenius

1. Ikä
 - a. 25–29
 - b. 30–35
2. Sukupuoli
 - a. Nainen
 - b. Mies
 - c. Muu
3. Käytätkö tällä hetkellä yhtä tai useampaa pankkia päivittäisten raha-asioiden hoitamiseen?
 - a. Yksi
 - b. Useampi
4. Kauanko olet ollut nykyisen pankkisi asiakas?
 - a. Alle 2 vuotta
 - b. 2–5 vuotta
 - c. Yli 5 vuotta
5. Oletko tietoinen paljonko maksat palvelumaksuja asiakkuudestasi?
 - a. Kyllä
 - b. En
6. Paljonko olet valmis maksamaan pankin palveluista kuukaudessa?
 - a. 0 euroa
 - b. Alle 10 euroa kuukaudessa
 - c. Yli 10 euroa kuukaudessa

7. Oletko koskaan kilpailuttanut pankkiasi?
 - a. Kyllä
 - b. En
8. Jos vastasin kyllä, mikä oli ratkaiseva tekijä kilpailuttamisessa? _____
9. Mitä arvostat nykyiseltä pankkisuhteeltasi? Voit valita useamman vaihtoehdon
 - a. Henkilökohtaista palvelua konttorilla
 - b. Palvelua helposti puhelimitse
 - c. Mobiilipankki sovellusta
 - d. Edulliset palvelut
 - e. Palveluiden laatu
 - f. Mobiilimaksaminen
 - g. Muu, mikä? _____
10. Koetko olevasti arvostettu asiakas pankissasi?
 - a. Kyllä
 - b. En
11. Jos valitsit kohdassa 10. kyllä, millaiset asiat vaikuttavat siihen? _____
12. Jos valitsit ei, kohdassa 10. oletko harkinnut pankin vaihtoa?
 - a. Kyllä
 - b. En
13. Säästätö tai sijoitatko? Voit valita useamman vaihtoehdon
 - a. En säästä tällä hetkellä mitenkään
 - b. Tilisäästöjä
 - c. Rahastoja
 - d. Osakkeita
 - e. Eläkesäästöt
 - f. ASP (Asuntosäästöpalkkiotili)
 - g. Muu, mitä? _____

Kiitos vastauksestasi!

Liite 1: Aineistohallinta suunnitelma

Opinnäytetyön nimi: 25–35-vuotiaiden milleniaalien pankkipalvelut

Opinnäytetyöntekijä: Ida Mallenius

1. Tutkimusaineiston tallennus ja säilytys

Aineisto kerättiin 25–35-vuotiailta opinnäytetyöntekijän sekä opinnäytetyön ohjaajan Facebook ystäviltä ja tutuilta kyselylomakkeella. Kyselyyn jaettiin Facebook alustan kautta linkillä, julkaisu ei jaettu julkiseksi.

Kyselyssä ei kerätty vastaajista yksilöivää tietoa, kysely muodostuu anonyymeistä vastauksista.

Tutkimusaineistoa käsitellään ja säilytetään sekä Webropol-alustalla henkilökohtaisen käyttäjätunnuksen ja salasanan takana, että opinnäytetyöntekijän henkilökohtaisen tietokoneen Hämeen ammattikorkeakoulun tarjoamalla Microsoft 365 OneDrive tallennusasemalla, joihin kenelläkään muulla henkilöllä ei ole pääsyä. Aineistoa käsittelee ainoastaan opinnäytetyöntekijä Ida Mallenius

2. Opinnäytetyöaineiston jatkokäyttö työn valmistumisen jälkeen

Tutkimusaineistoa käytetään ainoastaan tässä opinnäytetyössä ja tutkimuksessa, eikä sitä jatko käytetä. Opinnäytetyön tekijä säilyttää aineiston tietoturvalisesti vuoden ajan opinnäytetyön hyväksymispäivästä, jotta opinnäytetyön tulokset voidaan tarvittaessa