

Suomalaisten kuluttajien suhtautuminen Open Bankingiin

Patrik Längman



Tekijä	
Patrik Längman	
Koulutusohjelma	
Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi	Sivu- ja liitesivumäärä
Suomalaisten kuluttajien suhtautuminen Open Bankingiin	60 + 23
<p>Open Banking on uudenlainen tapa hoitaa pankkiasiointia muiden kuin kuluttajan oman pankin eli kolmansien osapuolten tuottamien palveluiden avulla. Uusien Open Banking -pankkipalveluiden käyttö perustuu asiakasrajapintoihin, jotka kaikkien EU:ssa toimivien pankkien tulee avata kolmansien osapuolten käytettäväksi toisen maksupalveludirektiivin ("PSD2") seurauksena syksyllä 2019. Rajapintojen avautuessa vasta lähitulevaisuudessa, ei Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita vielä toistaiseksi ole kuluttajien saatavilla.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten kuluttajat suhtautuvat tähän uudelleen pankkiasioinnin mahdollisuuteen sekä uusia pankkipalveluita tuottaviin kolmansiin osapuoliin. Vaikka PSD2 ja siten Open Banking koskee kaikkia EU:n jäsenmaita, keskittyy tutkimus Suomen markkinaan ja suomalaisiin kuluttajiin.</p> <p>Aiheen tietoperustassa tutustutaan tarkemmin EU:n maksupalveluiden sääntelyyn ja siihen tehtyihin muutoksiin, jotka mahdollistavat kolmansien osapuolten tulon markkinoille. Lisäksi tietoperustassa arvioidaan, millaisia Open Banking -pankkipalveluita tulee muodostumaan. Tietoperustassa tutustutaan myös tekijöihin, jotka vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksen pankkipalveluissa. Tietoperusta on laadittu syksyn 2018 ja kevään 2019 välisenä aikana. Työn empiirinen osuus, jossa selvitettiin kuluttajien näkemyksiä Open Bankingista, on toteutettu kvantitatiivisin menetelmin ja tutkimusaineisto on kerätty strukturoidun internet-kyselyn avulla keväällä 2019.</p> <p>Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, etteivät kuluttajat ole erityisen tietoisia Open Bankingista. Tämä johtaa siihen, etteivät uudenlaisia pankkipalveluita tuottavat kolmannet osapuolet näyttäydy kuluttajien keskuudessa erityisen luotettavina tai varteenotettavina pankkipalveluiden tarjoajina. Lisäksi kuluttajat suhtautuvat varauksella siihen, mitä pankkitietoja he olisivat valmiita luovuttamaan oman pankkinsa ulkopuolelle.</p> <p>Open Bankingin omaksuminen osaksi kuluttajien arkea edellyttäisi yleisesti aiheeseen liittyvän tietoisuuden lisäämistä. Lisäksi pankkien ja uudenlaisia pankkipalveluita tuottavien kolmansien osapuolten tulisi toimia yhteistyössä, jotta uudet palvelut otettaisiin kuluttajien keskuudessa laajasti käyttöön.</p>	
Asiasanat	
Open Banking, Kuluttajatutkimus, PSD2, Pankki, Maksupalvelut	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoite ja rajausta	2
1.2	Työn rakenne ja käytetyt tutkimusmenetelmät	4
2	Maksupalvelut Euroopan unionissa	6
2.1	Maksupalveluiden ja alan toimijoiden esittely	6
2.2	Maksupalveluiden sääntelyn harmonisointi Euroopan unionissa	7
2.2.1	Ensimmäinen maksupalveludirektiivi (PSD)	8
2.2.2	Toinen maksupalveludirektiivi (PSD2)	10
3	Open Banking eli kolmansien osapuolten tuottamat pankkipalvelut	13
3.1	PSD2:n myötä sääntelyn piiriin tulevat kolmannet osapuolet	13
3.1.1	Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat	14
3.1.2	Tiliotepalvelun tarjoajat	15
3.1.3	Korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijat	16
3.2	Open Bankingin suhde tietosuojasääntelyyn	17
3.3	Open Bankingin myötä markkinoille tulevat pankkipalvelut	18
3.3.1	Maksutoimeksiantopalvelut	19
3.3.2	Tiliotepalvelut	20
3.4	Open Banking EU:n ulkopuolella	21
3.5	Open Bankingin uhat ja mahdollisuudet	22
4	Kuluttajien ostokäyttäytyminen pankkipalveluissa	25
4.1	Luottamuksen merkitys pankkipalveluissa	26
4.2	Pankkipalveluiden ostoprosessi	26
4.2.1	Ongelman havaitseminen	27
4.2.2	Tiedonkeruu	28
4.2.3	Vaihtoehtojen vertailu	28
4.2.4	Ostopäätös	29
4.2.5	Oston jälkeinen arviointi	30
5	Kyselytutkimus kuluttajien suhtautumisesta Open Bankingiin	31
5.1	Kyselylomakkeen rakenne	31
5.2	Kyselytutkimuksen tulokset	32
5.2.1	Kyselyn otoksen esittely	32
5.2.2	Kolmansien osapuolten tuottamien pankkipalveluiden käyttöönoton todennäköisyys kuluttajien keskuudessa	36
5.2.3	Kuluttajien odotukset kolmansien osapuolten tuottamille palveluille	39
5.2.4	Kuluttajien luottamus kolmansia osapuolia kohtaan	41
5.2.5	Kuluttajien tietoisuus Open Bankingista	43

5.2.6 Kolmansien osapuolten tuottamien pankkipalveluiden käyttöönottoa rajoittavat tekijät	46
6 Pohdinta	48
6.1 Tutkimuksen luotettavuus	48
6.2 Johtopäätökset.....	50
6.3 Jatkotutkimusehdotukset.....	53
Lähteet	55
Liitteet.....	61
Liite 1. Kyselylomake.....	61
Liite 2. Kyselyn tulokset.....	69
Liite 3. SPSS tilastoanalyysit	79

1 Johdanto

Euroopan unioni (jäljempänä ”EU”) on säännellyt jäsenmaidensa maksupalveluita vuodesta 2007 lähtien, jolloin direktiivi maksupalveluista sisämarkkinoilla (2007/64/EY) eli niin kutsuttu ensimmäinen maksupalveludirektiivi (jäljempänä myös ”PSD”¹) tuli voimaan. Kyseisellä direktiivillä yhtenäistettiin Euroopan unionin jäsenmaiden välisiä, toisistaan melko laajastikin poikkeavia, lakeja ja käytäntöjä maksupalvelumarkkinoilla. Sääntelyn harmonisointi loi pohjan yhtenäiselle euromaksualueelle (jäljempänä myös ”SEPA-alue”²), jonka myötä kuluttajilla on ollut mahdollisuus toteuttaa SEPA-alueeseen kuuluvien maiden välillä sähköisiä rahasiirtoja riippumatta siitä, sijaitsevatko varojen vastaanottajan ja lähettäjän pankit samassa maassa. Vuosien saatossa kuluttajien maksukäyttäytyminen on kuitenkin muuttunut ja teknologian kehittymisen myötä uusia pankki- ja maksupalveluita on tullut markkinoille. Nämä muutokset ovat johtaneet siihen, että maksupalveludirektiiviä on ollut syytä tarkastella uudelleen uusien pelisääntöjen luomiseksi muuttuneessa maksupalvelumarkkinassa. (Euroopan komissio S.a., Country Monitor 2007)

Direktiivi maksupalveluista sisämarkkinoilla ((EU) 2015/2366) eli niin kutsuttu toinen maksupalveludirektiivi (jäljempänä myös ”PSD2”³) hyväksyttiin Euroopan parlamentissa 12. tammikuuta 2016. Päivitetyin sääntelyn ohella sen yhtenä keskeisenä tavoitteena on avata kilpailua pankkitoimialalla. Toinen maksupalveludirektiivi tuli sisällyttää osaksi EU:n jäsenmaiden kansallista lainsäädäntöä 13. tammikuuta 2018 mennessä. Kaikki toiseen maksupalveludirektiiviin liittyvät uudistukset eivät kuitenkaan tulleet voimaan direktiivin kansallisen implementoinnin määräajan päättyessä, sillä Euroopan komission (jäljempänä myös ”komissio”) asetus PSD2:n täydentämisestä asiakkaan vahvaa tunnistamista sekä yhteisiä ja turvallisia avoimia viestintästandardeja koskevilla teknisillä sääntelystandardeilla ((EU) 2018/389) tulee sovellettavaksi vasta 14. syyskuuta 2019 alkaen. (Atrila 2018, 1., Finanssiala ry 2018a, Euroopan komissio 2018a).

Vaikka valtamediassa on ollut melko vähän keskustelua PSD2:n tuomista muutoksista, on uudistuneen maksupalveludirektiivin katsottu olevan yksittäisistä pankkialaan viime vuosina kohdistuneista muutoksista kaikkein suurin, sillä se velvoittaa pankit avaamaan omia järjestelmiään kolmansien osapuolten käytettäväksi. Tämänkaltaista toimintamallia kutsutaan nimellä Open Banking ja sen arvioidaan muuttavan pankkitoimintaa yhtä mullistavasti

¹ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä ”*Payment Services Directive*”.

² Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä ”*Single Euro Payments Area*”.

³ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä ”*Payment Services Directive 2*”.

kuin verkkopankki teki yli vuosikymmen sitten. Open Banking -termillä viitataan siten uudenlaiseen palvelumalliin, jossa avoimien rajapintojen avulla kolmannet osapuolet voivat tuottaa pankkipalveluita. Palvelut perustuvat kolmannen osapuolen pääsyyn pankin järjestelmissä oleviin asiakastietoihin. Pankeille rajapintojen avaaminen ei ole vapaaehtoista, vaan PSD2 velvoittaa pankkeja antamaan kolmansille osapuolille pääsyn asiakkaan pankkitietoihin, jos asiakas on antanut tähän suostumuksensa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pankin ylläpitämästä asiakastiedosta tulee asiakkaan omistamaa dataa, jota hän voi halutessaan jakaa minkä tahansa maksupalveluntarjoajaksi rekisteröityneen kolmannen osapuolen kanssa. (Finanssiala ry 2018b, Turunen 2017, Ruotsila 2016)

Toisen maksupalveludirektiivin ja sen kautta kolmansien osapuolten pääsy pankin asiakastietoon tulee todennäköisesti vaikuttamaan perinteisiin pankkialan toimijoihin suuresti. Ilkka Ruotsilan mukaan pelkästään Pohjoismaissa kahdeksan suurinta pankkia saattavat menettää jopa 1,8 miljardia euroa liiketoiminnastaan ja Accenturen ennusteiden mukaan lähes puolet (47 %) pohjoismaissa toimivien pankkien maksutapahtumista kertyvästä liikevaihdosta olisi uhattuna. Tämän väittämän perusteella on syytä siis olettaa, että kolmansilla osapuolilla olisi todellinen intressi ryhtyä kilpailemaan perinteisten pankkien kanssa maksupalvelumarkkinoilla. (Ruotsila 2016)

Edellä mainitun komission asetuksen mukaisesti pankeille on kuitenkin annettu siirtymäaikaa tietojenvaihtoon tarkoitettujen ohjelmointirajapintojen eli API⁴:en rakentamiseen ja julkaisuun kolmansien osapuolten käytettäväksi 14. syyskuuta 2019 saakka. Suomessa toimivista pankeista valtaosa avaa omat rajapintansa vasta siirtymäajan päättymisen yhteydessä, mistä syystä uudenlaiset Open Bankingiin perustuvat pankkipalvelut eivät ole vielä toistaiseksi näkyneet kuluttajien arjessa. (Finanssiala ry 2018b, Euroopan komissio 2018a).

1.1 Työn tavoite ja rajaus

Toisen maksupalveludirektiivin myötä pankkitoimiala ja erityisesti maksupalvelut ovat murroksessa, kun markkinoille odotetaan pian tulevan uudenlaisia kolmansien osapuolten tuottamia maksamisen ja taloudenseurannan palveluita. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kuinka tietoisia kuluttajat ovat Open Bankingista eli toisen maksupalveludirektiivin tuomasta mahdollisuudesta käyttää kolmansien osapuolten tuottamia pankkipalveluita. Lisäksi työssä kartoitetaan kuluttajien odotuksia uusia palvelumuotoja kohtaan

⁴ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä “*Application Programming Interface*”.

kuin myös sitä, missä laajuudessa kuluttajat olisivat valmiita jakamaan omia tietojaan kolmansien osapuolten käyttöön. Oleellista on niin ikään myös selvittää, ovatko kuluttajat ylipäätään valmiita omaksumaan Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita.

Työssä tarkasteltavana tutkimusongelmana on suomalaisten kuluttajien suhtautuminen Open Bankingiin, mitä lähestytään alla olevaan peittomatriisiin (Taulukko 1.) listatun viiden alaongelman kautta.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Alaongelmat	Teoreettinen viitekehys (luku)	Kyselylomakkeen kysymys (Liite 1)	Tulokset (luku)
Kuinka todennäköisesti kuluttajat ottavat uusia kolmannen osapuolen tuottamia palveluita käyttöön?	4.2	13, 14, 15, 16	5.2.2
Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille olisi kysyntää kuluttajien keskuudessa?	3.3	11, 19	5.2.3
Kokevatko kuluttajat kolmannet osapuolet luotettavina?	4.1	17, 18	5.2.4
Kuinka tietoisia kuluttajat ovat Open Bankingista?	2, 3	20, 21	5.2.5
Mikä voisi estää kuluttajia ottamasta kolmannen osapuolen palveluita käyttöön?	4.2	22	5.2.6

Opinnäytetyötä ei tehdä toimeksiantona yksittäiselle yritykselle tai toimijalle, vaan tutkimus toteutetaan puhtaasti kirjoittajan omasta mielenkiinnosta uusia pankkipalveluita ja palvelumalleja kohtaan. Aihe on varsin ajankohtainen, sillä uusia Open Bankingiin perustuvia palveluita ei vielä toistaiseksi ole tullut markkinoille pankkien avatessa rajapintansa kolmansille osapuolille vasta lähempänä komission asettamien teknisten sääntelystandardien siirtymäajan päättymistä syksyllä 2019.

Tutkimuksen tulosten tavoitteena on tuottaa arvokasta informaatiota erityisesti kolmansille osapuolille kuluttajien asenteista ja ennakkoluuloista uusia palveluita sekä palveluntarjoajia kohtaan. Näin palveluiden tuottajat voivat hyödyntää tuloksia uusien palveluiden suunnittelu- ja kehitysvaiheessa.

Toinen maksupalveludirektiivi on tuonut mukanaan laajasti muutoksia Suomen, kuten muidenkin EU:n jäsenmaiden aikaisempaan maksupalvelulainsäädäntöön. Tässä työssä ei kuitenkaan esitellä lainsäädäntöä yksityiskohtaisesti, vaan lainsäädännöllinen viitekehys käsitellään Open Bankingin kannalta oleellisin osin. Toinen maksupalveludirektiivi vaatii myös pankeilta erittäin paljon teknistä valmistelutyötä avoimiin ohjelmointirajapintoihin liittyen. Tästä opinnäytetyöstä on kuitenkin rajattu pois tarkemmat tietojenjakoon liittyvät tekniset ominaisuudet sekä toteutustavat. Näin ollen työ keskittyy vahvasti toisen maksupalveludirektiivin tuomiin muutoksiin kuluttajien näkökulmasta. Toinen maksupalveludirektiivi ja sen mahdollistama Open Banking koskee jokaista EU:n jäsenmaata, mutta tässä työssä keskitytään suomalaisiin kuluttajiin ja heidän suhtautumiseensa kolmansien osapuolten tuottamia pankkipalveluita kohtaan.

1.2 Työn rakenne ja käytetyt tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ja kuvailla, miten suomalaiset kuluttajat suhtautuvat Open Bankingiin. Näin ollen opinnäytetyön tutkimusstrategiaksi on valittu kvantitatiivinen survey-tutkimus. Työn rakenne koostuu johdannosta, teoriasta, kyselytutkimuksen tulosten analysoinnista sekä pohdinnasta.

Työn teoriaosuudessa selvitetään tarkemmin Open Bankingin määritelmää sekä kontekstualisoidaan Open Bankingin toimintaympäristöä. Luvussa 2 tarkastellaan maksupalveluiden EU-tason lainsäädäntökehikkoa ja luodaan katsaus maksupalvelumarkkinoiden dynamiikkaan. Luvussa 3 paneudutaan syvemmin siihen, mitä Open Banking tarkoittaa kuin myös Open Bankingin myötä markkinoille tuleviin kolmansiin osapuoliin ja niiden tuottamien pankkipalveluiden luonteeseen. Luvussa 4 vuorostaan tutkitaan tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien palveluntarjoajan valintaan pankkipalveluissa.

Edellä mainittujen lukujen lähdeaineisto perustuu pääosin kirjallisuus- ja internetlähteisiin. Maksupalveluihin sekä niiden sääntelyyn liittyvän teorian esittämisessä on hyödynnetty muun muassa finanssialaan keskittyviä verkkosivustoja, kuten Finanssivalvonnan ja Finanssiala ry:n verkkosivuja, sekä Euroopan komission aineistoja. Open Bankingista puolestaan on haettu tietoa aiheetta käsittelevien artikkelien lisäksi kansainvälisten konsulttitoimistojen, kuten Ernst & Youngin ja PriceWaterhouseCoopersin, julkaisemista raporteista. Open Bankingin tulevaisuuden näkymien osalta työtä varten on haastateltu Tampereen

Yliopiston fintech⁵-tutkija Mikko Riikkistä. Kuluttajien pankkipalveluiden ostoprosessia käsittelevä teoria on kerätty kirjallisuuslähteistä, jotka perustuvat aiheesta jo olemassa olevaan tutkimustietoon. Internet- ja kirjallisuuslähteiden tallentamisessa, lähteiden kirjaamisessa sekä lähdeluettelon luomisessa on käytetty Refworks -viitteidenhallintaohjelmaa ja viittaustyyliksi on valittu Refworksin Harvard teema.

Työn empiirinen osuus toteutettiin kuluttajille suunnatun strukturoidun kyselytutkimuksen pohjalta, jossa selvitettiin kuluttajien mielikuvia ja asenteita Open Bankingia kohtaan. Kyselytutkimus toteutettiin hyödyntämällä selainpohjaista Webropol-työkalua, jonka kautta kuluttajat vastasivat kyselyyn ja jonka avulla vastaukset voitiin koostetusti kerätä ja säilyttää. Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus johtopäätöksineen esitellään luvuissa 5-6.

⁵ Fintech on lyhenne englanninkielisestä termistä "*Financial Technology*".

2 Maksupalvelut Euroopan unionissa

Maksupalveluilla tarkoitetaan sellaista liiketoimintaa, jonka tarkoituksena on mahdollistaa pankkitilin käyttäminen, kuten rahasiirtojen, talletusten ja nostojen tekeminen, maksutapahtumien suorittaminen sekä maksuvälineiden eli tutummin maksukorttien liikkeeseenlasku tai vastaanottaminen. (EUR-Lex 2016)

Euroopan unionin maksupalvelualue on yksi maailman suurimmista maksupalvelualueista. SEPA-alueen sisällä toimii miljoonia yrityksiä ja lisäksi sen sisällä asuu yli 512 miljoonaa yksityishenkilöä. Euroopan keskuspankin julkaisemien tilastojen mukaan Euroopan unionin 27 jäsenmaan alueella toimi vuonna 2017 yhteensä 7486 maksupalveluita tarjoavaa instituutiota, joiden kautta välitettiin lähes 134 miljoonaa maksutoimeksiantoa. Näiden maksutoimeksiantojen yhteenlaskettu arvo oli 290 triljoonaa euroa. (Euroopan komissio 2013a, 7., Euroopan keskuspankki 2018, 67-84., Eurostat 2018)

2.1 Maksupalveluiden ja alan toimijoiden esittely

Maksupalvelun käytöstä on kyse esimerkiksi silloin, kun kuluttaja ostaa tuotteen tai palvelun myyjäosapuolelta ja suorittaa maksun käyttäen elektronista maksuvälinettä. Näin ollen käteisellä suoritettavien maksutapahtumien kohdalla kyse ei ole maksupalvelusta. Maksupalvelun käyttö ei aina myöskään vaadi tilannetta, jossa kuluttaja asioi myyjäosapuolen kanssa, vaan kuluttaja käyttää maksupalvelua myös siirtäessään varoja omien tiliensä välillä. (Finanssivalvonta 2018c)

Suomessa maksupalveluiden tarjoaminen on luvanvaraista toimintaa ja näin ollen maksupalveluita voi tarjota vain sellainen taho, jolle on Finanssivalvonnan toimesta myönnetty maksulaitoksen toimilupa. Mikäli maksupalveluita tarjoava maksulaitos on saanut toimilupansa muualla Euroopan talousalueella, riittää Finanssivalvonnalle tehtävä asianmukainen ilmoitus toiminnan aloittamisesta Suomessa. Luvanvaraisuudesta on kuitenkin säädetty poikkeus tietyin edellytyksin toimivalle maksupalveluiden tarjoajalle. Tällainen poikkeus on esimerkiksi sellaisen toiminnan kohdalla, jossa maksutapahtumien määrä ei 12 kuukauden ajanjaksolla ylitä kuukausikeskiarvoltaan luonnollisella henkilöllä viittäkymmentä tuhatta euroa ja oikeushenkilöllä kolmea miljoonaa euroa. Edellä mainittujen tahojen lisäksi luottolaitokseksi rekisteröitynyt toimija voi tarjota maksupalveluita oman luottolaitoksen toimilupansa puitteissa. (Finanssivalvonta 2018b)

Maksulaitosten ja luottolaitosten valvontaviranomaisina Suomessa toimivat Finanssivalvonta sekä Kuluttaja-asiamies. Finanssivalvonnan tehtävänä on muun muassa valvoa ja

ylläpitää maksulaitosrekisteriä, johon kuuluvat kotimaiset maksulaitokset ja ulkomaiset maksulaitokset, jotka saavat tarjota maksupalveluita Suomessa, sekä ilman toimilupaa maksupalveluita tarjoavat tahot. Kuluttaja-asiamiehen tehtävänä puolestaan on valvoa ilman toimilupaa maksupalveluita tarjoavia toimijoita aina, kun kyseisen maksupalvelun käyttäjänä toimii kuluttaja. (Finanssivalvonta 2018b)

Maksupalveluiden tarjoamiseksi katsotaan tilanteet, joissa toteutetaan maksutapahtuma, välitetään rahaa tai lasketaan liikkeeseen maksuväline. Luottolaitokset eli pankit suorittavat useita näistä toiminnoista hallinnoidessaan asiakkaidensa tilejä, mahdollistaessaan asiakkailleen tilisiirtojen tekemisen sekä laskiessaan liikkeelle maksukortteja asiakkaidensa käytettäväksi. (Finanssivalvonta 2018a)

Muita esimerkkejä maksupalvelualan toimijoista ovat maksukorttiyhtiöt, joista maailmanlaajuisesti suurimmat ja tunnetuimmat ovat Mastercard sekä Visa. Edellä mainitut yritykset laskevat liikkeelle maksuvälineitä eli debit⁶- sekä credit⁷-maksukortteja. Lisäksi kyseiset yhtiöt välittävät rahaa esimerkiksi kauppiaille, jotka ovat myyneet tuotteen tai palvelun kuluttajalle ja kuluttaja on suorittanut kyseisen ostotapahtuman maksukorttiyhtiön myöntämällä maksuvälineellä. (CapitalOne S.a.)

Edellä mainitun kaltainen tilanne kuitenkin edellyttää, että kauppialla on maksujen välityksestä sopimus maksukorttiyhtiön kanssa. Kauppiaille kuitenkin harvoin on suoria sopimuksia maksukorttikorttiyhtiöiden kanssa, vaan tyypillisimmin välissä toimii maksupalveluntarjoaja, jonka liiketoiminta perustuu varojen välittämiseen. Tämänkaltaisia yrityksiä ovat esimerkiksi Nets, Paytrail ja Checkout Finland. Edellä mainituilla yhtiöillä on sopimukset usean eri maksukorttiyhtiön kanssa, jolloin kauppias voi vastaanottaa kuluttajilta maksusuorituksia useilla eri maksukorttiyhtiöiden maksukorteilla. Kauppias siten maksaa maksujen välityksestä aiheutuvia kustannuksia ainoastaan yhdelle taholle eikä sen näin ollen tarvitse tehdä yksittäisiä suoria sopimuksia monien eri maksukorttiyhtiöiden kanssa. (Feinstein 2017)

2.2 Maksupalveluiden sääntelyn harmonisointi Euroopan unionissa

Euroopan unionin sisämarkkinoita pidetään yhtenä unionin tärkeimmistä saavutuksista. Sisämarkkinoilla tavarat, henkilöt, palvelut ja pääoma voivat liikkua vapaasti. Pääoman

⁶ Debit-maksukortilla tarkoitetaan pankkikorttia, jolla suoritettu maksutapahtuma veloitetaan suoraan pankkitililtä.

⁷ Credit-maksukortilla tarkoitetaan luottokorttia, jolla suoritettu maksutapahtuma kirjautuu luotolliselle tilille.

vapaan liikkuvuuden näkökulmasta maksupalveluiden asianmukainen toiminta sisämarkkinoilla on keskeisessä asemassa. Tämän johdosta komissio teki vuoden 2005 joulukuussa ehdotuksen maksupalveludirektiivistä, tavoitteenaan harmonisoida Euroopan unionin jäsenmaiden lainsäädäntöä yhtenäisen SEPA-alueen luomiseksi. (European Banker 2006, Fontaine 2018, 47.)

Ennen ensimmäistä maksupalveludirektiiviä jokainen EU:n jäsenmaa säänteli maksupalveluita kansallisesti ja näin ollen sääntely oli varsin pirstaloitunutta 27 kansallisen oikeusjärjestyksen välillä. Tämän takia komissiossa nähtiin erittäin tärkeänä, että maksupalveluille luodaan ajankohtaiset ja ennen kaikkea yhtenäiset oikeudelliset raamit. Sääntelyn tärkeänä lähtökohtana oli puolueettomuus kaikkia maksujärjestelmiä kohtaan, mikä mahdollistaisi siten tasapuoliset kilpailuolosuhteet kaikille alan toimijoille. Tämän oletettiin tuovan selkeää hyötyä kuluttajille lisääntyvän kilpailun johdosta tulevana kustannussäästöinä sekä maksupalveluiden turvallisuuden lisääntymisenä verrattuna aikaisempiin kansallisiin järjestelmiin. (Euroopan parlamentti ja neuvosto 2007, 2-3.)

Itse maksupalvelumarkkina on ensimmäisen maksupalveludirektiivin voimaantulon jälkeen kuitenkin muuttunut oleellisesti. Teknologian kehittymisen sekä kuluttajien maksukäyttämisen muutoksen myötä maksupalvelumarkkinoille on tullut runsaasti erilaisia digitaalisia palveluita, joita ensimmäinen maksupalveludirektiivi ei säädellyt. Tämän johdosta komissio antoi heinäkuussa 2013 ehdotuksen maksupalveludirektiivin muuttamiseksi, jotta EU:n lainsäädäntö saataisiin paremmin vastaamaan nykyaikaista maksupalvelumarkkinaa. Direktiivin uudelleentarkastelun seurauksena PSD2 tuli voimaan 12. tammikuuta 2016 ja sen myötä myös niin kutsutut kolmannet osapuolet eli TPP:t⁸ tuotiin sääntelyn piiriin. (Euroopan komissio 2013a, 25-26., Finanssivalvonta 2018d, Valtiovarainministeriö S.a.)

2.2.1 Ensimmäinen maksupalveludirektiivi (PSD)

Ensimmäinen maksupalveludirektiivi tuli voimaan 25. joulukuuta 2007 ja EU:n jäsenmaiden tuli implementoida direktiivin sääntely kansalliseen lainsäädäntöönsä viimeistään 1. marraskuuta 2009. Direktiivin soveltaminen lakkasi uudistetun PSD2:n kansallisen implementoinnin määräajan päättyessä 13. tammikuuta 2018. Ensimmäisen maksupalveludirektiivin tavoitteena oli tehdä varojen siirtäminen EU:n jäsenmaiden välillä yhtä nopeaksi,

⁸ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä *“Third Party Payment Service Provider”*.

helpoksi ja turvallisiksi kuin varojen siirrot yhden jäsenmaan sisällä. Lisäksi kaikkien jäsenmaiden maksujenvälityksen kustannustasoa haluttiin yhtenäistää. (Euroopan komissio 2018c, Euroopan komissio 2007)

Ensimmäinen maksupalveludirektiivi toimi lainsäädännöllisenä perustana EU:n laajuisen maksupalvelualueen eli SEPA-alueen luomiseksi. SEPA-alueen sisällä varat siirtyvät yritysten ja yksityishenkilöiden välillä yhtä tehokkaasti ja samoin kustannuksin riippumatta siitä, toteutetaanko tilisiirto EU:n jäsenmaan rajojen sisällä vai jäsenmaasta toiseen. Samalla ensimmäisellä maksupalveludirektiivillä luotiin EU-tason maksupalveluita koskeva sääntelykehikko korttimaksujen, tilisiirtojen sekä suoramaksujen osalta. (Country Monitor 2007, Euroopan komissio S.a., Euroopan komissio 2018c)

Direktiivi piti sisällään muun muassa maksupalveluntarjoajalta edellytetyt tietojenantovaatimukset. Tietojenantovaatimukset jaettiin tietoihin, jotka maksupalveluntarjoajan tuli antaa maksupalvelun käyttäjälle ennen maksutoimeksiannon suorittamista sekä tietoihin, jotka tuli antaa maksutoimeksiannon suorittamisen jälkeen. Ennen maksutoimeksiannon suorittamista palveluntarjoajan oli annettava tiedot toimeksiannon palkkioista, valitusmenettelyistä sekä kaikista toimeksiantoon liittyvistä kustannuksista. Maksutoimeksiannon suorittamisen jälkeen maksupalvelun käyttäjälle tuli puolestaan antaa maksuviite toimeksiannon yksilöintiä varten, tieto tehdyn maksutoimeksiannon summasta sekä tarkennukset toimeksiannon palkkioista ja provisioista. Selvyiden vuoksi mainittakoon, että edellä mainitut tietojenantovaatimukset ovat yhä PSD2:n aikana voimassa. (EUR-Lex 2016)

Tietojenantovaatimusten lisäksi direktiivissä säänneltiin maksupalveluiden käyttäjän ja tarjoajan oikeuksista sekä velvollisuuksista. Direktiivi esimerkiksi velvoitti, että EU:n jäsenmaassa suoritettu maksutapahtuma on toteutettava yhden arkipäivän kuluessa riippumatta siitä, onko toimeksianto tehty euroissa vai euroalueeseen kuulumattoman EU:n jäsenmaan käyttämässä valuutassa. Maksupalveluiden tarjoajat ovat siten vastuussa maksun suorittamisesta ja tarvittaessa niiden tulee korjata tai hyvittää maksun suorituksessa tapahtunut virhe. Myös kuluttajasuoja huomioitiin sääntelyssä tuoden enintään 150 euron omavastuu maksukortin väärinkäytötapauksissa, jos esimerkiksi maksupalvelun käyttäjän maksukortti olisi kopioitu. (EUR-Lex 2016).

Direktiivin voimaantulo toi huomattavia etuja Euroopan taloudelle helpottamalla uusien maksupalveluiden tarjoajien tuloa markkinoille. Tämä lisäsi alan kilpailua ja toi kuluttajille enemmän vaihtoehtoja palveluntarjoajan valintaan. Direktiivin seurauksena kuluttajat ovat saaneet paremmin informaatiota esimerkiksi maksupalveluiden kustannuksista ja laajemat oikeudet varojen palautuksiin, jonka lisäksi direktiivi vahvisti luottamusta kuluttajien ja

maksupalveluiden tarjoajien välillä. Kuitenkin suurimpana direktiivin tuomana etuna lienee pidettävä varojen siirron tehostumista EU-alueella tehtyjen varojen siirtojen näkyessä vastaanottajan tilillä jo maksutoimeksiannon suorittamista seuraavana arkipäivänä. (Euroopan komissio 2018c).

2.2.2 Toinen maksupalveludirektiivi (PSD2)

Vaikka ensimmäinen maksupalveludirektiivi toikin merkittäviä parannuksia Euroopan unionin jäsenmaiden maksupalvelumarkkinoille, on alalla ollut merkittäviä ongelmia erityisesti mobiili-, verkko- ja korttimaksujen osalta. Näitä ongelmia ovat muun muassa markkinoiden hajautuneisuus, kilpailun tehottomuus ja maksamisen veloituskäytäntöjen eroavaisuudet EU:n jäsenmaiden välillä. Lisäksi maksupalvelumarkkinoilla toimii internetin välityksellä maksupalveluita tarjoavia tahoja, joiden toiminta ei ole aiemmin ollut sääntelyn piirissä. (Euroopan komissio 2015, 2-3.)

Ongelmien ratkaisemiseksi komissio ehdotti maksupalveludirektiivin uudelleentarkastelua vuoden 2013 heinäkuussa. Uudelleentarkastelun seurauksena uudistettu, niin kutsuttu toinen maksupalveludirektiivi, tuli voimaan 12. tammikuuta 2016 ja EU:n jäsenmaiden on tullut noudattaa direktiivin tuomaa sääntelyä 13. tammikuuta 2018 alkaen. Uudistetun direktiivin keskeisimpänä tavoitteena on entistä yhtenäisemmän ja tehokkaamman maksupalvelumarkkinan luominen. Lisäksi sen tavoitteena on tehostaa kilpailua helpottamalla uusien palveluntarjoajien markkinoille tuloa entisestään, tehdä maksupalveluista aiempaa turvallisempia sekä parantaa kuluttajansuojaa. (Euroopan komissio 2018c, PricewaterhouseCoopers a S.a., 1., Euroopan komissio S.a., Euroopan komissio 2018b)

Yksi kilpailun tehottomuuteen vaikuttava seikka on ollut kilpailua rajoittavat käytännöt erityisesti maksukortteihin liittyen. Näitä käytäntöjä ovat esimerkiksi maksukorttiyhtiöiden ja pankkien väliset korvaukset eli niin kutsutut *interchange fees*. Kyseisen korvauksen maksaminen perustuu maksukorttiyhtiöiden saamiin provisioihin, joita ne saavat yhtiön myöntämällä maksukorteilla suoritetuista maksutapahtumista. Kertyneestä provisiosta maksukorttiyhtiö maksaa ennalta sovitun korvauksen pankille, joka toimii kyseisen yhtiön maksukorttien jakelijana. Maksukorttiyhtiöiden ja pankkien väliset korvaukset ovat käytännössä johtaneet siihen, että pienempien maksukorttiyhtiöiden on ollut lähes mahdotonta kilpailla suuria maksukorttiyhtiöitä vastaan, sillä pienillä maksukorttiyhtiöillä ei luonnollisestikaan ole samanlaisia resursseja maksaa suuria korvauksia pankeille. (Euroopan komissio 2013b, 19-24.)

Toisessa maksupalveludirektiivissä asiaan on kiinnitetty huomiota luoden tasapuolisemmat kilpailuolosuhteet maksukorttiyhtiöiden välille. PSD2:n myötä maksukorttiyhtiöiden saamat provisiot suoritetuista maksutapahtumista on rajattu credit-korttien osalta 0,3 %:iin ja debit-korttien osalta 0,2 %:iin. Muutos pienentää merkittävästi suurempien maksukorttiyhtiöiden tulovirtoja, minkä johdosta voidaan olettaa, etteivät suuremmat maksukorttiyhtiöt olisi enää jatkossa halukkaita maksamaan suuria korvauksia maksukorttien jakelijoina toimiville pankeille. (Euroopan komissio 2018c, Eur-Lex 2018)

PSD2:ta täydennettiin marraskuussa 2017 komission asetuksella koskien asiakkaan vahvaa tunnistamista sekä yhteisiä ja turvallisia avoimia viestintästandardeja koskevia teknisiä sääntelystandardeja. Asetusta sovelletaan 14. syyskuuta 2019 alkaen ja sen tarkoituksena on tehdä maksupalveluista, erityisesti elektronisista maksuista, entistä turvallisempia. Asetus esimerkiksi edellyttää, että kaikilla maksupalveluntarjoajilla tulee olla käytössään maksutapahtumien valvontamekanismit, joita hyödyntämällä petolliset tai oikeudettomat maksutapahtumat voidaan havaita. Lisäksi maksupalveluntarjoajan tulee aina varmentua maksajan henkilöllisyydestä, kun maksutiliä käytetään verkon välityksellä tai käynnistetään sähköisiä maksutapahtumia. Varmentamisen tulee perustua vähintään kahteen kolmesta kategoriasta: tieto⁹, hallussapito¹⁰ ja erityinen ominaisuus¹¹. (Euroopan komissio 2018a, Euroopan komissio 2017, European Payments Council S.a.)

Kuluttajansuojaa on myös parannettu erityisesti korttimaksujen osalta. Ensinnäkin maksukortinhaltijan omavastuu maksukortin väärinkäytöstopauksissa pienennettiin 150 eurosta 50 euroon. Lisäksi kauppiaiden toimesta asetetut, erityisesti verkko-ostoihin liittyvät maksutapalisät eli niin kutsutut *surcharge*-maksut kiellettiin toisen maksupalveludirektiivin voimaantulon myötä. Surcharge-maksujen alkuperäisenä tavoitteena oli ohjata kuluttajia käyttämään kaikkein edullisimpia maksutapoja, kuten esimerkiksi tilisiirtoa credit-kortin sijasta. Ensimmäinen maksupalveludirektiivi jätti EU:n jäsenmaille mahdollisuuden joko sallia tai kieltää kyseisten maksujen veloittamisen, minkä johdosta sisämarkkinoille ei ollut muodostunut yhtenevää käytäntöä surcharge-maksuille. Ennen PSD2:n voimaantuloa puolet jäsenmaista salli surcharge-maksujen veloittamisen ja puolet eivät. Tämä aiheutti hämmennystä erityisesti tilanteissa, joissa surcharge-maksut kieltäneen jäsenmaan kuluttaja teki verkko-ostoksia sellaisesta jäsenmaasta, joka puolestaan oli sallinut surcharge-maksujen veloittamisen. Surcharge-maksujen kieltämisellä EU arvioi tuovansa kuluttajille

⁹ Tunniste, jonka vain maksaja tietää (esimerkiksi pin-koodi tai salasana).

¹⁰ Tunniste, joka vain maksajalla voi olla hallussaan (esimerkiksi matkapuhelin tai maksukortti).

¹¹ Tunniste, joka vain maksajalla on (esimerkiksi biometrinen tunniste, kuten sormenjälki).

yli 550 miljoonan euron vuosittaiset säästöt. (Euroopan komissio 2013a, 25., Euroopan komissio 2018c)

Digitalisaation myötä maksupalvelumarkkinoille on myös tullut runsaasti uusia palveluntarjoajia erityisesti internetmaksamiseen. Tällaiset uudet palveluntarjoajat ovat mahdollistaneet verkko-ostojen tekemisen myös sellaisille kuluttajille, jotka eivät voi suorittaa maksutapahtumaa esimerkiksi luottokortilla¹². Näiden maksutapahtumien suorittaminen perustuu kolmansien osapuolten luomaan maksuyhteyteen kuluttajan verkkopankin ja kauppiaan välille. Maksamisen turvallisuuden näkökulmasta komissiossa oltiin huolissaan siitä, etteivät tämänkaltaiset palveluntarjoajat olleet ensimmäisen maksupalveludirektiivin sääntelyn piirissä. PSD2:n voimaantulon myötä edellä mainitun kaltaiset kolmannet osapuolet ja heidän toimintansa ovat tulleet sääntelyn piiriin. (Euroopan komissio 2018c, Euroopan komissio 2013a, 25-26.)

¹² Noin 60 %:lla EU:n kuluttajista ei ole luottokorttia.

3 Open Banking eli kolmansien osapuolten tuottamat pankkipalvelut

Termi Open Banking viittaa uudenlaiseen toimintamalliin, jossa pankit avaavat omia asiakasrajapintojaan kolmansille osapuolille. Näin kolmannet osapuolet voivat tuottaa pankkipalveluita, joiden käyttäminen perustuu asiakkaan jo käytössä oleviin pankkitileihin. Rajapintojen avaaminen ja niiden avulla asiakastietojen jakaminen ei ole tilejä pitävälle pankille vapaaehtoista, vaan PSD2 velvoittaa pankit luovuttamaan asiakastiedot kolmansille osapuolille, mikäli asiakas on antanut tähän nimenomaisen suostumuksensa. (Atrila 2017, 2., Open Banking b S.a.)

PSD2 tuo kolmannet osapuolet EU-tason sääntelyn piiriin. Kuten edellä todettu, toista maksupalveludirektiiviä on sen voimaantulon jälkeen täydennetty komission asetuksella, jossa on määritelty tarkasti ne toimenpiteet, joita palveluntarjoajilta edellytetään maksupalvelun käyttäjän henkilöllisyyden todentamiseksi. Lisäksi asetuksessa säännellään tietojenvaihtoon tarkoitettujen rajapintojen turvatoimista tilejä ylläpitävien pankkien sekä kolmansien osapuolten viestinnässä. Pankkien rajapintojen sekä uusien palveluntarjoajien toiminnan ollessa tarkasti säänneltyä, tulisi Open Bankingin olla kuluttajan näkökulmasta turvallinen tapa jakaa taloudellisia tietojaan uudenlaisia innovaatioita pankkipalveluiden saralla kehittäville toimijoille, joiden ydinliiketoiminta ei välttämättä keskity lainkaan pankkitoimialaan. (Fontinelle 2017, Euroopan komissio 2018a)

3.1 PSD2:n myötä sääntelyn piiriin tulevat kolmannet osapuolet

Toinen maksupalveludirektiivi laajentaa maksupalvelualan toimijoiden kenttää tuomalla sääntelyn piiriin niin kutsutut kolmannet osapuolet eli TPP:t¹³. Tällaisia kolmansia osapuo-
lia ovat maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat, tilitepalvelun tarjoajat sekä korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijat. (Finanssivalvonta 2018d)

Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajasta käytetään lyhennettä PISP¹⁴, tilitepalvelun tarjoajasta AISP¹⁵ ja korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijasta CBPII¹⁶. Näistä uusista sääntelyn piiriin tulleista palveluntarjoajista maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat tarvitsevat erillisen toimiluvan Finanssivalvonulta, kun taas tilitepalveluntarjoajille riittää

¹³ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä "Third Party Payment Service Provider".

¹⁴ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä "Payment Initiation Service Providers".

¹⁵ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä "Account Information Service Providers".

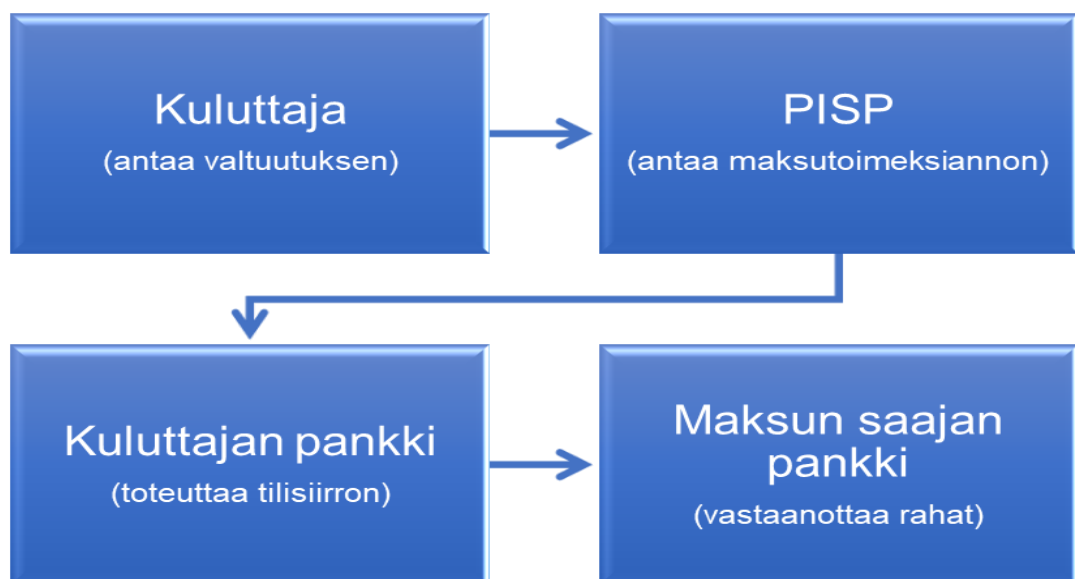
¹⁶ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä "Card-based Payment Instrument Issuer".

pelkkä rekisteröinti palveluntarjoajaksi. Korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijat laskevat niin ikään liikkeelle maksuvälineitä, jotka ovat liitettävissä minkä tahansa tilinpitäjäpankin ylläpitämään tiliin. (Finanssivalvonta 2018d, Finanssivalvonta 2018a)

3.1.1 Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat

Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat eli PISP:t mahdollistavat kuluttajille maksutapahtumien suorittamisen suoraan kuluttajan pankkitililtä. Näin ollen maksutoimeksiantopalvelun tarjoajan kautta kuluttajalla on mahdollista suorittaa esimerkiksi verkkokaupassa tehtyjen ostosten maksaminen ilman, että kuluttajan tarvitsisi luovuttaa omia maksukorttitietojaan kauppiaan verkkopalveluun. Tämä mahdollistaa sen, että esimerkiksi verkkokaupat eivät välttämättä jatkossa tarvitsisi enää erillistä maksupalveluntarjoajaa vastaanottaakseen kuluttajien maksusuorituksia, mikäli verkkokauppa ryhtyisi itse maksutoimeksiantopalvelun tarjoajaksi. (PricewaterhouseCoopers b, 3-4., Ernst & Young 2017, 3.)

Maksutoimeksiannon käynnistäminen edellyttää, että kuluttaja on antanut maksutoimeksiantopalvelun tarjoajalle nimenomaisen suostumuksensa toimeksiannon toteuttamiseksi pankkitililtään. Maksutoimeksiantopalvelun tarjoaja ei kuitenkaan koskaan saa käyttää, hankkia tai säilyttää mitään muita kuluttajan pankkitietoja kuin ne, jotka ovat välttämättömiä maksutoimeksiannon suorittamiseksi. Maksutoimeksiantopalveluntarjoaja ei myöskään koskaan saa pitää hallussaan maksutoimeksiintoon liittyviä varoja. Maksutoimeksiantopalvelun harjoittaminen on luvanvaraista toimintaa ja toimilupa tulee hakea valvovalta viranomaiselta, joka Suomessa on Finanssivalvonta. Alla on kuvattu, miten maksutoimeksiantopalvelun tarjoaja toimii (Euroopan parlamentti ja neuvosto 2015, Finanssivalvonta 2018a, Financial Conduct Authority 2017)

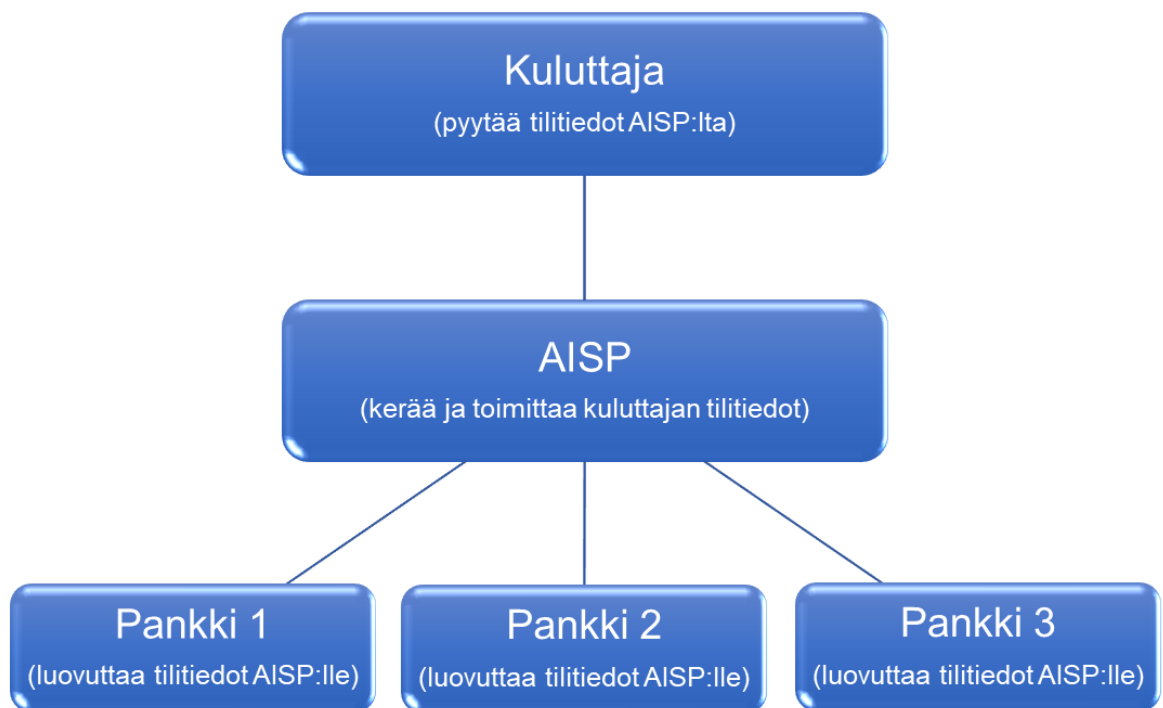


Kuva 1. Maksutoimeksiantopalvelu (PricewaterhouseCoopers b S.a., 3.)

3.1.2 Tiliotepalvelun tarjoajat

Tiliotepalvelun tarjoajat eli AISP:t mahdollistavat useamman eri pankkitilin tilitapahtumien sekä saldojen tarkastelun yhden palvelun, esimerkiksi mobiilisovelluksen kautta. Sovellukseen on mahdollista kerätä kuluttajan kaikki pankkitilit riippumatta siitä, onko kuluttajan pankkitilit yhdessä vai useammassa pankissa. Tiliotepalvelun tarjoajat eivät tarvitse erillistä toimilupaa, mutta niiden tulee rekisteröityä maksupalveluita valvovalle viranomaiselle eli Finanssivalvonnalle. (Lämsä, Sommarbeg 2017, Finanssivalvonta 2018a, Euroopan parlamentti ja neuvosto 2015)

Alla olevassa kuvassa on kuvattu, miten tiliotepalvelun tarjoaja toimii.



Kuva 2. Tiliotepalvelu (PricewaterhouseCoopers b S.a., 3.)

Tiliotetietojen saamiseksi tiliotepalvelun tarjoaja tarvitsee kuluttajan nimenomaisen suostumuksen ja tiliotepalvelun tarjoajalla on pääsy vain nimettyjen pankkitilien ja niiden tapahtumien tietoihin. Näin ollen tiliotepalvelun tarjoaja ei saa käyttää, hankkia tai säilyttää tietoja muihin tarkoituksiin, kuin tiliotepalvelun käyttäjän nimenomaisesti pyytämän tiliotepalvelun suorittamiseksi. (Lämsä, Sommarbeg 2017, Euroopan parlamentti ja neuvosto 2015)

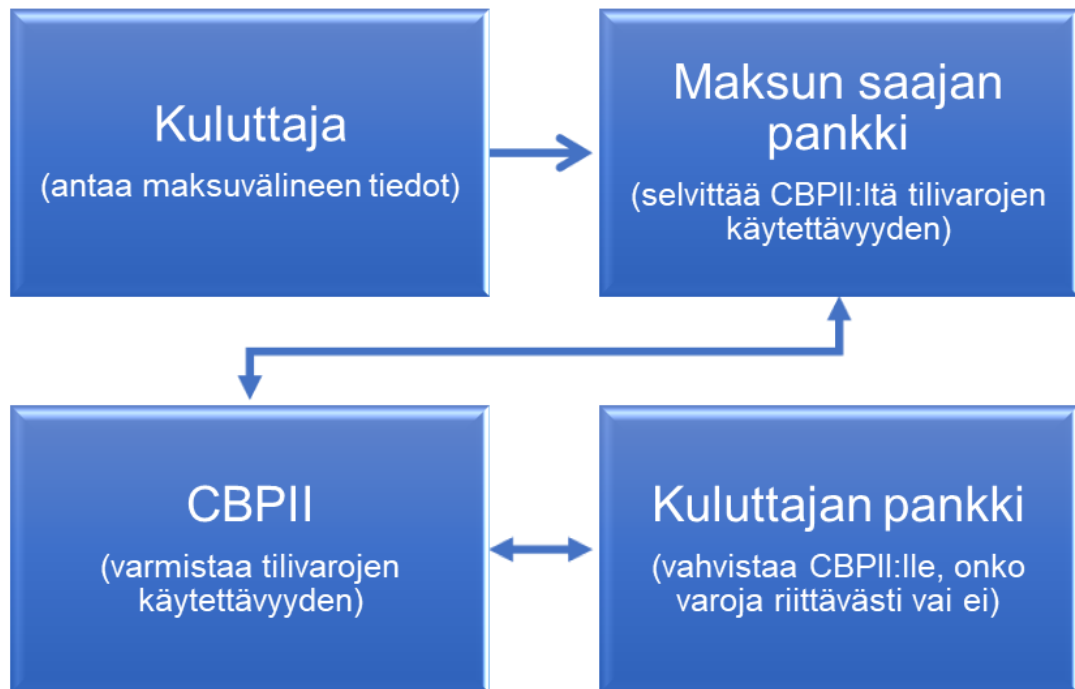
Suostumusta silmällä pitäen on syytä tuoda esiin niin sanottuun hiljaiseen osapuoleen liittyvät tiedot. Henkilön antaessa tiliotepalvelun tarjoajalle suostumuksen pankkitietojensa käyttöön, saattaa luovutettavat pankkitiedot sisältää myös sellaisen maksupalveluiden

käyttäjän tietoja, joka ei ole antanut minkäänlaista suostumusta tietojensa käsittelyyn kolmannen osapuolen toimesta. Tämänkaltainen tilanne voi olla kyseessä esimerkiksi silloin, kun henkilön A ja henkilön B välillä on tehty keskinäisiä tilisiirtoja ja henkilö A antaa kolmannelle osapuolelle pääsyn tilitietoihinsa. Tällöin myös henkilön B nimi ja tilinumero tulevat osaksi luovutettavaa tietoa ilman, että henkilö B on antanut suostumustaan tietojen luovuttamiseen kolmannelle osapuolelle. Henkilö B:n antaman suostumuksen puuttuessa tulee arvioitavaksi, onko tällaiseen hiljaiseen osapuoleen liittyvien tietojen luovuttaminen sallittua. Selkeää linjausta kyseiseen tilanteeseen ei tällä hetkellä ole, koska viranomaiset eivät ole antaneet ohjeistusta kyseisiin tilanteita silmällä pitäen. Ohjeistuksen puuttuessa, hiljaisten osapuolten tietojen luovutuksen ei oleteta aikaansaavan ongelmia siihen liittyen, minkälaisia palveluita tiliotepalvelun tarjoajat voivat tarjota, kunhan ne eivät millään tavalla hyväksikäytä saamiaan tietoja. (van der Kroft, Kuijsten 2019)

3.1.3 Korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijat

Vaikkakin perinteiset pankit tulevat todennäköisesti jatkossakin olemaan kuluttajien pääasiallinen taho, jonka kautta maksukortit otetaan käyttöön, on PSD2:n myötä kuitenkin mahdollista, että kuluttajat voisivat valita itselleen maksukortin, jonka jakelijana heidän tilinpitäjäpankkinsa ei toimi. Tämänkaltaisessa tilanteessa maksukortin veloituslaskiksi liitetään kuluttajan tilinpitäjäpankissa oleva pankkitili ja PSD2:n velvoitteiden myötä tilinpitäjäpankin olisi annettava maksukortin liikkeeseenlaskijalle vahvistus tilivarojen riittävydestä maksutapahtuman suorittamiseksi. Vahvistuksen osalta on kuitenkin hyvä huomioida, ettei CBPII:llä ole valtuuksia tehdä kuluttajan pankkitililtä katevarausta. Käytännössä korttipohjaisten maksuvälineiden liikkeeseenlaskijat rinnastetaan sääntelyssä maksutoimeksiantopalvelun tarjoajiksi, sillä maksukortilla tehdyn ostotapahtuman yhteydessä käynnistetään maksutoimeksianto kuluttajan pankkitililtä varojen vastaanottajan pankkitilille. (Deutsche Bank 2016, 37., European Banking Federation 2016, 44., Euroopan komissio 2018c)

Alla olevassa kuvassa on kuvattu, miten korttipohjainen maksuvälineen liikkeeseenlaskija toimii.



Kuva 3. Korttipohjaisen maksuvälineen liikkeeseenlaskija (PricewaterhouseCoopers b S.a., 3.)

3.2 Open Bankingin suhde tietosuojasäätelyyn

Open Bankingin yhteydessä on syytä tarkastella uudistettua tietosuojaa koskevaa lainsäädäntöä, jolla on läheisiä yhtymäkohtia PSD2:n kanssa. EU:n yleistä tietosuoja-asetusta ((EU) 2016/679) (jäljempänä myös ”GDPR¹⁷”) on sovellettu kaikissa EU:n jäsenmaissa 25. toukokuuta 2018 lähtien. GDPR:ää täydentää kansallisesti tietosuojalaki (1050/2018). Uuden EU-tasolla harmonisoidun tietosuojalainsäädännön tavoitteena on muun muassa parantaa henkilötietojen suojaa ja yksittäisten henkilöiden tietosuojaoikeuksia kuin myös vastata uusiin digitalisaation ja globalisaation esiin tuomiin tietosuojaliitännäisiin haasteisiin. (Tietosuojavaltuutetun toimisto c S.a.)

Henkilötiedoilla tarkoitetaan kaikkia sellaisia tietoja, joiden perusteella henkilö on tunnistettavissa joko suoraan tai välillisesti. Henkilö on suoraan tunnistettavissa esimerkiksi nimen, henkilötunnuksen tai jonkin muun hänelle tunnusomaisen tekijän nojalla. Välillisestä tunnistamisesta on kyse esimerkiksi silloin, kun yksittäisen tiedon yhdistäminen johonkin muuhun tietoon mahdollistaa henkilön tunnistamisen. (Tietosuojavaltuutetun toimisto a S.a.)

¹⁷ Lyhenne tulee englanninkielisestä termistä ”General Data Protection Regulation”.

Sekä PSD2 että GDPR perustuvat viime kädessä yhteiselle periaatteelle, jonka mukaan yksityishenkilöt ovat henkilötietojensa omistajia ja näin ollen heidän tulee myös itse saada päättää, miten heidän henkilötietojaan käytetään ja mille tahoille niitä jaetaan. Vaikka sääntelyinstrumenteilla on samankaltaisuuksia, ovat ne kuitenkin kehitetty erilaisista lähtökohdista. Siinä missä PSD2:lla luodaan kolmansille osapuolille mahdollisuus käsitellä maksupalveluiden käyttäjän henkilötiedoiksi luokiteltavia pankkitietoja, GDPR puolestaan pyrkii suojaamaan henkilötietoja ja henkilöiden mahdollisuuksia kontrolloida omien henkilötietojensa käyttöä. (van der Kroft, Kuijsten 2019, Deloitte 2017)

GDPR:n nojalla henkilötietojen käsittely edellyttää aina lakiin perustuvaa käsittelyperustetta. Tällainen käsittelyperuste voi olla esimerkiksi henkilön suostumus, jossa henkilö hyväksyy hänen henkilötietojensa käsittelyn tiettyä tarkoitusta varten. Suostumuksen tulee olla vapaaehtoinen, yksilöity, tietoinen ja yksiselitteinen tahdonilmaisu, jolla rekisteröity hyväksyy henkilötietojensa käsittelyn. (Tietosuojavaltuutetun toimisto b S.a.)

PSD2:n nojalla tapahtuva palveluntarjonta ja samalla myös henkilötiedoiksi lukeutuvien pankkitietojen käsittely kolmansien osapuolten toimesta perustuu asiakkaan nimenomaiseen suostumukseen tietojen antamiseksi kolmannelle osapuolelle tietyn palvelun tuottamista varten. On kuitenkin huomionarvoista, että suostumuksen käsitettä ei ole PSD2:n yhteydessä määritelty eikä siten ole selvää, vastaako se GDPR:n suostumuksen käsitettä. Selvyyden puute koskien suostumuksen viimekätistä sisältöä on ongelmallinen siitä näkökulmasta, että maksupalveluntarjoajien tulee kuitenkin noudattaa toiminnassaan sekä PSD2:n että GDPR:n vaatimuksia. (van der Kroft, Kuijsten 2019)

3.3 Open Bankingin myötä markkinoille tulevat pankkipalvelut

Pohdittaessa, miten pankkipalvelut tulevat jatkossa muuttumaan tai minkälaisia uusista palveluista muodostuu, on tärkeää huomioida lyhyen aikavälin vaikutukset sekä pidemmän aikavälin muutokset. Lyhyellä 2-3 vuoden aikajänteellä tarkasteltuna muutos tulee oletettavasti olemaan sen suuntainen, että esimerkiksi tilitapahtumien tarkastelua tai maksutoimeksiantojen toteuttamista ei tulla enää suorittamaan pankkien omissa applikaatioissa, vaan kolmansien osapuolten tuottamissa palveluissa. (Riikkinen 2018)

Pidemmällä aikavälillä on ennustettavissa, että talousasioiden hoitaminen tulee lähemmäksi kuluttajan arkea ja elämää. Tällä olisi myös positiivinen vaikutus yleisen talousosaamisen kannalta. Open Banking mahdollistaa talousasioiden arkistumisen siten, että kuluttajalla on jatkossa mahdollista valita itselleen se palveluntarjoaja, jonka palveluita

hän jo muutoinkin käyttää säännöllisesti omassa arjessaan. Tämänkaltaisia palveluntarjonnan alustoja voisi olla esimerkiksi tällä hetkellä suuressa suosiossa olevat sosiaalisen median sovellukset, kuten Snapchat, Instagram tai Facebook. (Riikkinen 2018)

3.3.1 Maksutoimeksiantopalvelut

Maksutoimeksiantopalvelun tarjoajalle voidaan antaa valtuutus suorittaa maksutapahtuma kuluttajan pankkitililtä, mikäli kuluttaja on antanut tähän nimenomaisen suostumuksensa. Kuluttajan ei siis tarvitse erikseen hyväksyä maksutapahtumaa omalle tilinpitäjäpankilleen, vaan valtuutetulla palveluntarjoajalle on oikeus käynnistää tilisiirto tai muu maksutapahtuma kuluttajan pankkitililtä.

Näin ollen esimerkiksi Facebook tai Whatsapp voisi astua maksujenvälityksen markkinoille tuomalla maksutoimeksiantopalvelun omaan sovellukseensa. Näin ollen kuluttaja voisi jatkossa jakaa vaikkapa kaveriporukan yhteisen mökkiviikonlopun kustannukset Facebookissa tai vanhemmat voisivat siirtää lapsensa tilille varoja Whatsapp:ssa. Edellä mainitut tilanteet toki edellyttävät, että rahan vastaanottajalla sekä lähettäjällä on kyseinen sovellus käytössään. (Riikkinen 2018)

Maksujenvälitys ei rajoittuisi pelkkiin kuluttajien välillä tehtäviin rahasiirtoihin, vaan kuluttaja voisi maksaa vaikka verkkokaupassa tekemänsä ostokset omalla Facebookin profiilillaan. Juuri tämänkaltaisilla palveluilla ja toiminnoilla raha-asiat tulisivat arkisemmiksi ja lähemmäksi kuluttajan elämää. Hyötynäkökulmasta tarkasteltuna kuluttajan maksutapahtumien toteutus olisi huomattavasti nykyistä nopeampaa, kun esimerkiksi maksukortin tietoja ei tarvitse erikseen syöttää verkkokauppoihin tai ystävän tilinumeroa ei tarvitse tietää maksaakseen oman osuutensa yhteisestä ravintolalaskusta. Vastavuoroisesti Facebookin intressinä on sitouttaa kuluttajaa entistä syvemmin ydinpalvelunsa eli Facebookin käyttäjänä. (Riikkinen 2018)

Moni muukin kuluttajan arkinen tottumus voi tulevaisuudessa olla hyvin erinäköinen, mikäli esimerkiksi ruokakauppa haluaisi toimia maksutoimeksiantopalvelun tarjoajana. Tällöin kuluttaja voisi mennä ruokakauppaan, kerätä haluamansa ostokset, lukea niistä viivakoodit ruokakaupan omalla mobiiliapplikaatiolla, painaa ”osta” painiketta ja kävellä kaupasta ulos jonottamatta. Ruokakauppa rekisteröityneenä ja valtuutettuna maksutoimeksiantopalvelun tarjoajana voisi siten käynnistää tilisiirron kuluttajan pankkitililtä saadakseen rahat kuluttajan ostamista tuotteista. (Williams-Grut 2018)

3.3.2 Tiliotepalvelut

Markkinoilla tullaan oletettavasti näkemään nykyistä edistysellisempiä vertailusovelluksia ja taloudellisen tilanteen analysointipalveluita, kun kolmannet osapuolet jatkossa hyödyntävät pankeilta saatavaa asiakastietoa. Käytännön esimerkki vertailusovelluksesta voisi olla esimerkiksi hintavertailusivusto, jonka kautta kuluttaja etsii itselleen autorahoitusta uuden auton hankintaa varten. Kuluttaja voisi antaa suostumuksensa vertailusivustolle hänen tilitietojensa sekä maksuhistoriansa keräämiseen. Tämän ansiosta kuluttaja saisi hintavertailusivuston kautta tarjouksen autorahoituksesta, joka olisi personoitu juuri kuluttajan maksukäyttäytymisen mukaiseksi. (Open Banking a S.a., 7-13)

Myös Riikkinen uskoo, että tämänkaltaiset kuluttajan tiliotteita hyödyntävät palveluntarjoajat yleistyvät. Esimerkkinä Riikkinen nosti esille Fellow Financen, jonka kautta kuluttajat voivat hakea itselleen lainaa ilman luottolaitosta eli pankkia. Kyseisessä palvelussa lainan myöntäjänä toimivat palveluun rekisteröityneet yksityishenkilöt tai yritykset, jotka toimivat palvelussa sijoittajina. Fellow Financen kaltainen toimija voisi hyödyntää kuluttajan tiliotteita kuluttajan maksukäyttäytymisen analysointiin ja suositella sijoittajalle lainan myöntämistä sellaiselle kuluttajalle, jonka maksukäyttäytyminen on hyvällä tasolla. Tämä pienentää sijoittajan kynnystä myöntää laina, kun kuluttajan maksuhistoriasta on saatavilla dataa, jollaista aikaisemmin ei ole ollut sijoittajille saatavilla. Vastavuoroisesti korkeampaa tuottoa tavoitteleva sijoittaja voisi myöntää lainaa kuluttajalle, jonka maksukäyttäytymisessä saattaa tiliotteista saatavan datan perusteella piillä riskejä lainan takaisinmaksukykyyn liittyen. Tuolloin sijoittajan tarjoaman lainan korko olisi luonnollisesti korkeampi, kuin pienemmän maksukyvyttömyysriskin omaavalle kuluttajalle. (Riikkinen 2018)

Tekoäly ja sen kehittyminen tiliotepalveluiden tarjonnassa tulee olemaan merkittävässä roolissa tulevaisuudessa. Suuret teknologiayritykset, kuten esimerkiksi Google voisi tiliotepalvelun tarjontaa hyödyntämällä tuoda kuluttajille talouden neuvontapalveluita, jotka olisivat huomattavasti ajankohtaisempia ja nopeampia kuin tämänhetkiset pankkien tarjoamat neuvontapalvelut. Käytännössä tekoäly toimisi siten, että se poimisi kuluttajan tilitiedoista dataa, jonka pohjalta kuluttajalle luodaan suosituksia, kuten ”Huomasimme, että käytät paljon luottokorttia, jonka vuosimaksu on 150 euroa. Pankissa X vastaava maksukortti on saatavilla ilman vuosimaksua” tai ”Omistat Yhtiö Y:n osakkeita ja yhtiö julkaisi juuri positii-visen tulosvaroituksen, ostetaanko yhtiön osakkeita euromäärällä X?”. Tämänkaltaisten palveluiden ansiosta kuluttajan on helppo hallinnoida omaa talouttaan ilman, että joutuisi itse liiaksi perehtymään aiheeseen, kuten esimerkiksi seuraamaan omistamiensa osakkeiden kurssikehitystä ja tulevaisuuden näkymiä. (Riikkinen 2018)

3.4 Open Banking EU:n ulkopuolella

Euroopassa Open Banking perustuu suoraan toiseen maksupalveludirektiiviin ja on näin ollen säänneltyä. Kuitenkin muualla maailmassa, kuten Yhdysvalloissa ja Kiinassa, on ilman sääntelyäkin nähtävissä kehityssuunta kohti Open Bankingia. Joidenkin ennusteiden mukaan suuntaus kohti avoimien rajapintojen mallia olisi väistämätöntä ilman sääntelyäkin, sillä asiakaskäyttäjymisen muuttuessa pankeilla ei strategisesti olisi muita vaihtoehtoja kuin avata asiakastietonsa kolmansien osapuolten käyttöön. (Grym 2016)

Kiinaa voidaan pitää koko maailman edistyneimmänä maana Open Bankingin saralla. Kiinassa mobiililaitteet ovat yleistyneet räjähdysmäisesti ja näin ollen yhä useammalla kiinalaisella kuluttajalla on nykyisin helppo ja nopea pääsy internetiin. Tämän myötä Kiinan markkinoille on tullut uusia täysin digitaalisesti toimivia pankkeja sekä perinteisten pankkiryhmien toimesta että myös uusien alalle tulleiden startup-yritysten perustamina. Digitalisaation myötä pankit ovat nähneet avoimet rajapinnat ja kolmannet osapuolet omaa ydinliiketoimintaansa tukevinä toimijoina ennemmin kuin suorina kilpailijoina. Avoimien rajapintojen avulla pankit ovat pystyneet lisäämään palvelutarjontaansa asiakkailleen myös perinteisten pankkipalveluiden ulkopuolelle, kuten esimerkiksi viestintäpalveluihin ja verkko-kauppaan. Näin pankit ovat päässeet entistä lähemmäksi asiakkaidensa arkea ja positioineet itsensä perinteisen pankkipalveluidentarjoajan sijasta ennemminkin teknologiayrityksiksi, jotka toimivat asiakkaidensa elämäntapaa tukevinä kumppaneina. (Ernst & Young 2018, Grym 2016, 5.)

Osasyynä Open Bankingin nopeaan omaksumiseen pidetään Kiinan viranomaisten melko lepsua suhtautumista Open Bankingin sääntelyyn. Sääntelyn puuttuessa uusien innovaatioiden lanseeraaminen ja fintech-yritysten markkinoille tuleminen on ollut helppoa. Suurimpana syynä Open Bankingin menestyksen takana pidetään kuitenkin Kiinan nopeasti kasvanutta ”digitaalista” keskiluokkaa. Tämän päivän kiinalainen kuluttaja ei esimerkiksi kannu mukanaan lainkaan käteistä tai edes maksukortteja, vaan suosituin maksutapa on erilaiset mobiilimaksamiseen perustuvat sovellukset. Mobiilimaksusovellusten omaksuminen maksutavaksi on ollut Kiinassa yleisempää kuin missään muualla maailmassa ja mobiilimaksaminen on Open Bankingin myötä tullut kuluttajien saataville myös muiden kuin pankkien kehittämien maksusovellusten kautta. Esimerkiksi Kiinan suosituin pikaviestintäpalvelu *WeChat* tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden varojen siirtoon omassa sovelluksessaan ja kyseisestä sovelluksesta on tullut yksi suosituimmista maksutavoista kiinalaisten kuluttajien keskuudessa. (Ernst & Young 2018, Jacobs 2018)

Myös Yhdysvalloissa on kuluttajien keskuudessa kova kysyntä Open Bankingiin perustville pankkipalveluille. Vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan jopa 87 % yhdysvaltalaisista kuluttajista olisi halukkaita käyttämään ennemmin fintech-yritysten tuottamia pankkipalveluita kuin perinteisten pankkien tarjoamia palveluita. Lisäksi yhdellä kolmesta kuluttajasta on käytössään vähintään kaksi fintech-yritysten tuottamaa palvelua, jotka perustuvat talouden suunnitteluun, säästämiseen ja sijoittamiseen, digitaaliseen luotonantoon tai maksamisen palveluihin. Kovasta kysynnästä huolimatta Open Banking ei kuitenkaan vielä ole saavuttanut täyttä potentiaaliaan. Toisin kuin Kiinassa, Yhdysvalloissa tämän katoaan johtuvan suurilta osin juurikin sääntelyn puutteesta, sillä suurin osa markkinoilla toimivista pankeista on evännyt kolmansien osapuolten pääsyn omiin järjestelmiinsä. (Boms 2018, U.S. Department of the Treasury 2018, 18.)

3.5 Open Bankingin uhat ja mahdollisuudet

Tietoturvallisuus on samanaikaisesti sekä uhka että mahdollisuus mietittäessä tulevaisuuden Open Banking -palveluita kuluttajan näkökulmasta. Riikkisen mukaan tietoturvallisuudesta puhuttaessa uhkakuvana ei niinkään ole suuren luokan tietovuodot vaan ennemminkin kuluttajien ymmärrys dataa ja sen luovuttamista kohtaan. Open Bankingissa siirytään pankin asiakastiedosta asiakkaan tietoon, joka kirjaimellisesti tarkoittaa sitä, että kuluttaja itse omistaa datan, jota pankilla hänestä on esimerkiksi tiliotteiden muodossa kertynyt. Parhaimmillaan tämä mahdollistaa kuluttajille edellä mainitun kaltaisia entistä ajantasaisempia, kohdennettuja ja käyttäjäystävällisempiä palveluita oman talouden hallintaan. Samalla datan omistamiseen liittyy kuitenkin vastuu siitä, miten kuluttaja tätä dataa käyttää ja kenelle hän sitä luovuttaa. Mikäli kuluttaja alkaisi maksamaan verkko-ostoksiaan esimerkiksi Facebook-profiilillaan, tulisi Facebook luonnollisesti saamaan tiedot tehdyistä ostoksista ja käyttäisi tätä tietoa esimerkiksi kohdentaakseen markkinointiaan. (Riikinen 2018)

Tietoturvatekijöiden merkityksestä on myös esitetty eriäviä näkemyksiä. Aihetta pohdittaessa pitää muistaa, että aikaisemmin kuluttajien pankkitiedot ovat olleet puhtaasti pankkien hallussa. Pankit ovat investoineet suuria summia digitaalisen toimintaympäristön rakentamiseen ja tietoturvaan, siinä missä startup-yritykset vasta parhaillaan opettelevat kiinnittämään näihin seikkoihin huomiota oman liiketoimintansa kehittyessä. Tämän valossa keskustelu tietoturvallisuuteen liittyvistä riskeistä on Open Bankingin kohdalla täysin aiheellista, sillä usein kuluttajiin kohdistuvien tietomurtojen taustalla on taloudellinen intressi tietomurtoja tekevien tahojen toimesta. (Chandran 2017, Orton-Jones 2018)

Potentiaalisia tietoturvaluuteen liittyviä riskejä on useita. Yksi niistä on itse tietojenvaihtoon liittyvä riski. Jatkossa pankkien tulee jakaa asiakkaidensa pankkitietoja kolmansien osapuolten kanssa tietojenvaihtoon rakennettujen rajapintojen kautta, vaikka pankeilla ei olisikaan tietoa siitä, miten kolmas osapuoli on varautunut tietomurtoihin ja miten he asiakastietoja käyttävät. Mikäli johonkin kohtaan tietojenvaihtoa koskevaa prosessia olisi päässyt muodostumaan tietoturva-aukko, riskinä on, että tietomurtoja tekevät tahot pääsevät käsiksi myös sellaisten kuluttajien asiakastietoihin, jotka eivät ole edes antaneet suostumustaan tietojenvaihtoon. (Global Banking & Finance Review 2018)

Lisäksi kolmansien osapuolten oma tietoturva herättää kysymyksiä. Mikäli tietomurto kohdistuisi suoraan kolmanteen osapuoleen, on mahdollista, että maksupalveluntarjoajaksi rekisteröityneen kolmannen osapuolen nimissä pankeille lähetetään tietojenvaihtopyyntöjä asiakkaiden tilitietojen saamiseksi. Rekisteröityneenä toimijana pankkien olisi jaettava pyydetty asiakastieto itse pyyntöä kyseenalaistamatta ja näin ollen asiakastieto saattaisi joutua väärin käsiin. (Global Banking & Finance Review 2018)

Kuten myös Riikkinen mainitsi, kuluttajien ymmärrys Open Bankingia ja luovutettavaa dataa kohtaan voidaan nähdä uhkana. Nykyisin Suomessa toimivat pankit ovat painottaneet vahvasti, etteivät he koskaan kysy asiakkaidensa pankkitietoja, kuten verkkopankin käyttäjätunnusta puhelimitse tai sähköpostilla. Tulevaisuudessa on kuitenkin mahdollista, että huijaussivustot tai kalastelusähköpostit saavat kuluttajan vakuuttuneeksi siitä, että he asi oivat maksupalveluntarjoajaksi rekisteröityneen virallisen toimijan kanssa. Näin ollen kuluttajat saattaisivat vapaaehtoisesti antaa arkaluonteisia pankkitietoja huijareille, luullessaan ottavansa Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita käyttöönsä. (Global Banking & Finance Review 2018)

Tietoturvariskeistä huolimatta Open Banking tuo kuluttajille täysin uudenlaisia mahdollisuuksia hoitaa omaa talouttaan aiempaa helpommin. Voisi jopa todeta, että Open Bankingin myötä kuluttajilla on ensimmäistä kertaa tilaisuus saada oma talous kokonaisvaltaisesti itselleen hallinnoitavaksi. Uusien palveluiden avulla kuluttajat pääsevät käsiksi taloudellisiin analysointipalveluihin, jotka kertovat kuluttajalle, milloin ja miten he voisivat leikata omaa kulutustaan. Maksamisen digitalisaation, kuten esimerkiksi lähimaksamisen myötä raha ei ole enää yhtä konkreettista kuin aiemmin. Näin ollen tämänkaltaiset analytiikkapalvelut ovat tulevaisuudessa varsin tervetulleita. Lisäksi nämä uudet palvelut voivat lähettää kuluttajille esimerkiksi hälytyksiä, kun tilivarat ovat loppumaisillaan tai siirtää automaattisesti kuluttajan toiselta tililtä varoja sellaiselle tilille, mistä varat ovat käymässä vähiin. Lisäksi tekoälyn kehittymisen myötä kuluttajilla on mahdollista saada omaan pankkipalvelui-

den käyttöön liittyviä analyyseja, joiden pohjalta he voivat optimoida omia pankkipalveluitaan, esimerkiksi vaihtamalla helposti luottokorttinsa palveluntarjoajan itselleen edullisempaan vaihtoehtoon. (Orton-Jones 2018, Chandran 2017)

4 Kuluttajien ostokäyttäytyminen pankkipalveluissa

Kuluttajien ostokäyttäytyminen ja asenteet pankkipalveluita kohtaan eroavat vahvasti muun tyyppisten palveluiden ostamisesta. Pankkipalvelut eivät useinkaan näyttäydy kuluttajille erityisen kiinnostavina ostoina, vaan ennemminkin monimutkaisina tuotteina, joiden keskinäinen vertailu on hankalaa. Pankkipalveluiden ostaminen harvoin tuo välitöntä hyötyä tai iloa kuluttajalle. Itse asiassa pankkipalvelut koetaan usein pakollisina hankintoina, joita kuluttaja ei varsinaisesti halua ostaa. Tästä johtuen suurella osalla kuluttajista ei ole yleisellä tasolla suurta mielenkiintoa pankkipalveluiden hankintaa kohtaan, minkä johdosta kuluttajat ovat pankkipalveluiden saralla melko passiivisia ostajia. (Ennew, Waite 2013, 138.)

Pankkitoiminta on luonteeltaan ja rakenteeltaan ollut aina hyvin konservatiivista ja kuluttajille on ollut niukasti tarjolla erilaisia pankkipalveluita ja niiden jakelukanavia. Vaikkakin toimialalla on ollut kilpailua, on palveluntarjoajien välillä ollut kuitenkin melko pieniä eroavaisuuksia. Tämä on johtanut siihen, että kuluttajien on täytynyt vain hyväksyä pankkien asettamat palveluiden hinnat sekä tarjotut jakelukanavat, jolloin pankin vaihtaminen ei ole tuonut kuluttajille juurikaan hyötyjä pitkällä aikavälillä. Tätä puolestaan on seurannut se, että kuluttajien ostokäyttäytyminen on vuosien saatossa muokkaantunut kaavamaiseksi ja kannustimet palveluntarjoajan vaihtamiselle ovat matalat. Pankkisääntelyn uudelleentarkastelulla sekä teknologian kehityksellä on kuitenkin ollut merkittävä vaikutus kilpailun kiristymiseen toimialalla ja siten ne ovat vaikuttaneet myös kuluttajien pankkipalveluiden ostokäyttäytymiseen. (Beckett, Hewer & Howcroft 2000, 15.)

Perinteisesti kuluttajien pankkipalvelut on hoidettu kivijalkapankkien kautta ja Ernst & Youngin tutkimuksen mukaan suurin osa kuluttajista (75 %), kokee yhä perinteisen pankin olevan heidän pankkipalveluidensa pääasiallinen tarjoaja. Open Bankingiin perustuvien pankkipalveluiden tuottajien kannalta mielenkiintoista kuitenkin on, että 40 % samaiseen kyselyyn vastanneista kuluttajista kokee, etteivät he ole pankkipalveluiden saatavuuden osalta riippuvaisia perinteisistä pankeista. Tänä päivänä kuluttajat odottavatkin entistä joustavampia ja avoimempia palveluita pankkisektorilla. Ostopäätöstä ei enää tehdä samassa määrin palveluntarjoajan perusteella vaan ennemminkin itse tuotteen tai palvelun ominaisuuksien perusteella. Tämä tarkoittaa niin ikään sitä, että perinteisen pankin tunnettavuuden ja pankkia kohtaan luodun luottamuksen merkitys palveluntarjoajan valinnassa on vähentymässä. Erityisesti tämä tulee korostumaan tämänhetkisen nuoren sukupolven eli niin kutsuttujen diginatiivien ikääntyessä, sillä he tulevat vaatimaan välitöntä pääsyä eri palveluihin uudella teknologialla, kuten älypuhelimilla sekä tableteilla, jonka lisäksi he ovat

erittäin tietoisia palveluiden kustannuksista. (Lempka, Stallard 2013, 175., Ernst & Young 2016, 2.)

4.1 Luottamuksen merkitys pankkipalveluissa

Luottamus on erittäin tärkeässä roolissa palveluntarjoajan valinnassa. Vuonna 2018 Iso-Britanniassa julkaistun kyselytutkimuksen mukaan 40 % vastaajista pitää pankkeja luotettavina ja kuluttajien luottamus pankkeja kohtaan on samalla tasolla kuin esimerkiksi vähittäiskaupan alaa kohtaan. (Accenture 2018)

Luottamusta voidaan kuitenkin tarkastella monella eri tasolla ja tämä korostuu mielenkiintoisella tavalla Ernst & Youngin vuonna 2016 teettämässä maailmanlaajuisessa kyselytutkimuksessa. Kyseisen tutkimuksen mukaan 48 % vastaajista luottaa täysin pankkien kykyyn pitää heidän varansa turvassa, mutta vain 26 % vastaajista luottaa pankkien antavan heille puolueetonta neuvontaa. (Ernst & Young 2016, 4.)

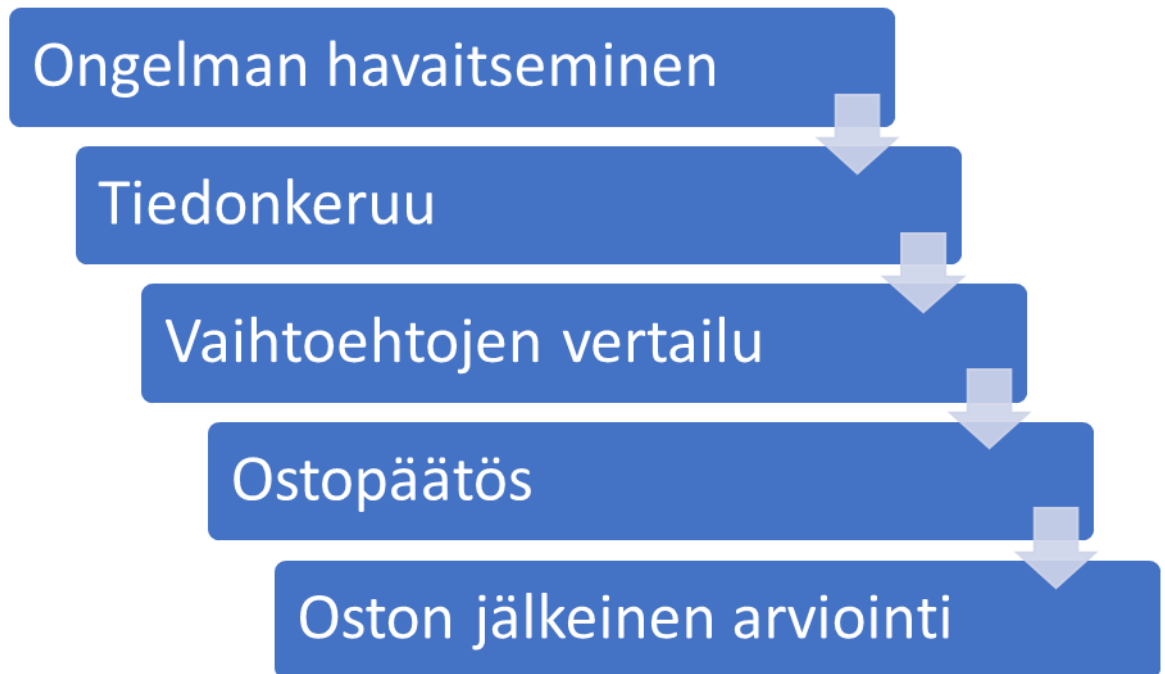
Järvisen vuonna 2014 julkaistu tutkimus myös osoittaa, että luottamus pankkipalveluntarjoajia kohtaan vaihtelee merkittävästi eri maiden välillä. Eroja muodostuu jo pelkästään Pohjoismaita vertailtaessa: Islannin sijoituessa heikon luottamuksen omaavien maiden joukkoon, Ruotsi kohtalaisesti luottavien maiden joukkoon, kun taas Suomessa, Norjassa ja Tanskassa luottamus pankkipalveluiden tarjoajiin on korkea. (Järvinen 2014, 557.)

Järvisen mukaan luottamus pankkipalveluita kohtaan voidaan määrittää kuluttajan kokemuksen kautta. Itse kokema puolestaan on vahvasti sidoksissa pankkipalveluita tarjoavan tahon kykyyn toimia luotettavasti ja sääntelyä noudattaen. Tämän lisäksi kuluttajille on tärkeää, että pankki toimii sanojensa mukaan ja on sitoutunut täyttämään kuluttajalle annetut lupaukset. (Järvinen 2014, 554.)

4.2 Pankkipalveluiden ostoprosessi

Ennewin ja Waiten mukaan kuluttajan ostopäätös pankkipalveluiden saralla syntyy saatavilla olevan tiedon arvioinnin lopputuloksena. Heidän teoriassaan kuluttaja nähdään rationaalisena ostajana, joka on hyvin looginen ja suoraviivainen päätöksissään. Kuluttaja nähdään niin ikään ongelmanratkaisijana, joka kulkee usean tason läpi omassa ostopäätösprosessissaan. Ostoprosessi alkaa siitä, kun kuluttaja havaitsee ongelman eli eroavaisuuden halutun lopputuloksen ja tämänhetkisen tilan välillä ja on näin ollen motivoitunut tekemään toimenpiteitä halutun muutoksen eteen. Ratkaistakseen ongelman, kuluttaja aloittaa tiedonkeräämisen omasta muististaan, ulkoisista lähteistä tai molemmista. Kerätyn tiedon pohjalta kuluttaja arvioi saatavilla olevia vaihtoehtoja ja tekee ostopäätöksen sen palvelun

puolesta, joka parhaiten vastaa hänen alkuperäistä tarvettaan. Ostamisen jälkeen kuluttaja yhä arvioi tekemäänsä päätöstä ja vastaa kysymyksiin, kuten onko hän tyytyväinen tekemäänsä päätökseen ja olisiko hän valmis ostamaan palvelun uudelleen. (Ennew, Waite 2013, 140.)



Kuva 4. Kuluttajan ostopäätösprosessi (Ennew, Waite 2013)

4.2.1 Ongelman havaitseminen

Kuluttajilla on useita eri tarpeita pankkipalveluiden suhteen, jotka palveluntarjoajien tulee täyttää. Näitä tarpeita ovat tarve suorittaa maksuja (esimerkiksi verkkopankki tai maksukortti), tarve saada lainaa (esimerkiksi asunnon ostoon), tarve kerryttää varallisuutta (esimerkiksi sijoitusrahastot tai eläkesäästäminen) ja tarve informaatiolle ja neuvonnalle (esimerkiksi talouden tai verojen suunnittelu). Monelle kuluttajalle tämänkaltaisen tarpeen eteen toimiminen ei ole erityisen mielenkiintoista ja tarpeiden käsitteleminen voi pitää sisällään epämiellyttäviä teemoja, kuten esimerkiksi kuolema, puhuttaessa varallisuuden siirron suunnittelusta. Aiheen epämiellyttävyyden johdosta kuluttaja ei välttämättä halua tunnistaa kaikkia tarpeitaan. Esimerkki tällaisesta tilanteesta on suuren asuntolainan ottava kuluttaja, joka ei välttämättä halua tunnistaa tarvetta vakuuttaa lainan takaisinmaksua sen varalle, että hän vammautuisi vakavasti. Monen pankkipalvelun ollessa tuotteena melko vaikeasti ymmärrettävä ja palvelun markkinoinnin ollessa melko läpinäkymätöntä, kuluttajat eivät välttämättä ymmärrä, miten kyseinen palvelu ratkaisee heidän havaitse-

mansa ongelman. Edellä mainittujen syiden johdosta kuluttajat eivät erityisen hyvin havaitse ongelmia ja ovat siten melko passiivisia pankkipalveluiden ostajia. (Ennew, Waite 2013, 140-143.)

4.2.2 Tiedonkeruu

Tiedonkeruu kuvaa prosessia, jonka aikana kuluttaja kerää tietoa havaitsemansa ongelman ratkaisemiseksi joko hänen omista muistoistaan tai ulkopuolisista lähteistä. Ulkopuolisia lähteitä ovat tyypillisesti mainonta, toiset kuluttajat tai muut kolmannet osapuolet. Ottaen huomioon, että pankkipalveluiden etsinnässä tyypillistä on kuluttajan passiivisuus, on tiedonkeruu todennäköisesti hyvin rajoittunutta. Mikäli kuluttajalla ei itsellään ole aikaisempaa kokemusta kyseisestä pankkipalvelusta, on hyvin todennäköistä, että tiedonkeruu rajoittuu muiden kuluttajien jakamiin kokemuksiin sekä yleiseen mielikuvaan palveluntarjoajasta. Näin ollen tiedon saatavuuteen sekä luotettavuuteen liittyy oleellisia ongelmia, kun otetaan huomioon, että monet pankkipalvelut räätälöidään kullekin kuluttajalle sopivaksi. Siten toisen kuluttajan antama suositus tietyistä palvelusta tai tuotteesta ei välttämättä ole lainkaan sopiva tietoa keräävälle kuluttajalle. Lisäksi monet pankkipalvelut tai tuotteet ovat luonteeltaan hyvin monimutkaisia ja näin kuluttajalla on riskinä tulkita kerättyä tietoa väärin. (Ennew, Waite 2013, 143-144.)

4.2.3 Vaihtoehtojen vertailu

Avoimen tiedon heikon saatavuuden vuoksi kuluttajat kohtaavat haasteita jo pelkässä tietojenkeruussa. Samaisesta syystä myös itse vaihtoehtojen vertailu eri pankkipalveluiden välillä on erittäin haastavaa. Tämä johtuu siitä, että pankkipalvelut ovat ennemminkin prosesseja kuin tarkkarajaisia yksittäisiä tuotteita, minkä johdosta palveluiden vertailu ja tietynlainen esivalinta on kuluttajalle hyvin haastavaa. Monen pankkipalvelun tai tuotteen kohdalla kuluttajan on vaikea arvioida ostopäätöksen vaikutuksia senkään jälkeen, kun palvelu on jo ollut hänellä käytössä. (Ennew, Waite 2013, 144-145.)

Usein kuluttaja pyrkii tekemään vaihtoehtojen vertailua suhteessa havaitsemaansa ongelmaan. Vertailu ei ole helppoa, vaikka kuluttaja olisikin kyennyt määrittämään ongelman hyvinkin tarkasti, puhumattakaan tilanteesta, jossa ongelman havaitseminen ei ole erityisen yksilöity tai tarkka. Otetaan esimerkkinä kuluttaja, jonka havaittu ongelma on sijoitusvarallisuuden kerryttäminen. Maailmanlaajuisesti markkinoilla on lukuisia erilaisia vaihtoehtoja ongelman ratkaisemiseksi, kuten vaikkapa sijoittaminen sijoitusrahastoihin tai osakkeisiin. Lukuisten eri rahastojen ja osakkeiden joukosta kuluttajan on hyvin vaikea itsenäisesti arvioida, mikä olisi juuri hänelle sopivin ratkaisu. Jo pelkästään kyseisten tuotteiden

hankintakustannukset saattavat vaihdella hyvinkin voimakkaasti eri palveluntarjoajien välillä. Tästä johtuen kuluttaja usein turvautuu ulkopuoliseen neuvontaan, jota yleensä tarjotaan palveluntarjoajan toimesta. Pitkäkestoisten pankkipalveluiden, kuten sijoitusten, osalta kuluttaja ei kuitenkaan tule näkemään tekemänsä ostopäätöksen todellisia vaikutuksia kuin vasta pidemmän ajan kuluttua. Juuri tämä seikka tekee päätöksenteosta kuluttajille vaikeaa ja aiheuttaa epävarmuutta. Epävarmuudesta johtuen kuluttajat harvoin tekevät ostopäätöstä itse tuotteen tai palveluiden ominaisuuksia perusteella, vaan ennemmin palveluntarjoajan perusteella, jolloin ominaisuuksia tärkeämmäksi ostokriteeriksi nousee kuluttajan mielikuva ja luottamus palveluntarjoajaa kohtaan. Kuten edellä on todettu, Lempkan ja Stallardin (2013) mukaan palveluntarjoajan merkitys päätöksenteossa on kuitenkin vähenemään päin. (Ennew, Waite 2013, 144-145.)

4.2.4 Ostopäätös

Ostopäätös on loogisesti ajateltuna seurausta kuluttajan tekemästä vaihtoehtojen vertailusta. Usein ostoprosessissa on kuitenkin ollut mukana myös ulkopuolinen osapuoli, kuten palveluntarjoajan edustaja. Palveluntarjoajan edustaja on ostoprosessin edetessä antanut neuvontaa ja tehnyt myyntityötä palvelun tai tuotteen käyttöönoton eteen. Tämänkaltaista myyntityötä voi olla esimerkiksi neuvonta soveltuvien sijoitustuotteiden valintaan tai verkkopankin käytön opastaminen kuluttajalle, jolla ei aikaisemmin ole ollut verkkopankkitunnuksia. Näin ollen voitaisiin todeta, että myyntityöllä on myös oleellinen vaikutus kuluttajan ostopäätökseen, siitäkin huolimatta, että kuluttaja olisi itse ollut hyvin aktiivinen tiedonkeruun ja vaihtoehtojen vertailun suhteen. Vaikkakin internet- ja muu etäasiointin mahdollistava teknologia on kehittynyt, on ihmiskontakti pankkipalveluiden ostamisessa edelleen merkittävässä roolissa. Tämä nousee esille myös Accenturen tutkimuksessa, jonka mukaan jopa 86 % vastaajista pitää tärkeänä tai erittäin tärkeänä, että pankkitili on mahdollista avata yhdessä pankkineuvojan kanssa. (Ennew, Waite 2013, 145-146., Accenture 2018, 7.)

Yleensä kuluttaja ostaa tuotteen tai palvelun vaihtoehtojen vertailun tuloksena. Kuluttaja saattaa vertailussaan selvittää esimerkiksi, millä tuotteella on parhaat ominaisuudet tai minkä palvelun kustannukset ovat edullisimmat. Ehrlichin ja Fanellin mukaan pankkipalveluiden ostaminen kuitenkin harvoin tapahtuu tämänkaltaisen vertailuprosessin seurauksena, vaikkakin internet on tehnyt myös pankkipalveluiden vertailusta helpompaa. Pankkipalveluissa kuluttaja usein tekee ostopäätöksen muilla perusteilla, kuin esimerkiksi edullisimman hinnan perusteella. Yksi esimerkki näistä perusteista on asiointin helppous, kuten vaikkapa kuluttajaa lähimpänä sijaitseva pankkikonttori tai muu asiointipiste. Tätä näkemystä tukee myös Leen ja Marlowen vuonna 2003 julkaisema tutkimus, jonka mukaan

suurimmalle osalle kuluttajista asioinnin helppous, kuten palveluntarjoajan aukioloajat, verkkopankin toimivuus sekä asiointipisteet, nousevat päätöksenteossa tärkeämmiksi kriteereiksi kuin pankkipalveluista maksettava hinta. Pankkipalveluissa, kuten palveluiden ostamisessa yleisestikin, hyvin yleinen valintakriteeri on muiden ihmisten suosittelu. Tämä ei ole yllättävää ottaen huomioon, ettei suurimmalla osalla kuluttajista ole objektiivista näkemystä pankkipalvelun laadun tai ominaisuuksien arviointiin. Näin ollen kuluttaja usein turvautuu omalta verkostolta ja sidosryhmiltä saatuihin neuvoihin kartoittaessaan uusia pankkipalveluita. (Ehrlich, Fanelli 2012, 8-9., Lee, Marlowe 2003, 62.)

4.2.5 Oston jälkeinen arviointi

Kuten edellä on todettu, tehdyn ostopäätöksen vaikutukset kuluttajaan ovat arvioitavissa vasta pidemmällä ajanjaksolla. Tämä pätee suurimpaan osaan tarjolla olevista pankkipalveluista ja ehkäpä juuri tästä johtuen, kuluttajat eivät ole erityisen aktiivisia käynnistämään ostoprosessia. Usein kuluttajan tietämys ja tämän tiedon pohjalta toimiminen voivat olla hyvinkin ristiriitaisia keskenään. Kuluttaja saattaa olla esimerkiksi tietoinen siitä, että peruspankipalvelut (käyttötili, maksukortti ja verkkopankkitunnukset) ovat käyttömaksuiltaan huomattavasti edullisemmat jollain toisella kuin kuluttajan valitsemalla palveluntarjoajalla, mutta tästä huolimatta kuluttaja ei välttämättä ole valmis toimimaan asian eteen. Vaikka-kin pankkipalveluiden palveluntarjoajan vaihtaminen kuluttajien keskuudessa on ollut viime vuosina pienoissessa nousussa, on kuluttajien halukkuus palveluntarjoajan vaihtamiseen edelleenkin varsin matala. Tämä ilmenee Ernst & Youngin teettämästä maailmanlaajuisesta kyselystä vuodelta 2012, jonka mukaan vain 12 % kyselyyn vastanneista kuluttajista harkitsee pankkipalveluidensa palveluntarjoajan vaihtamista. Luku on kuitenkin noussut verrattuna samaisen kyselyn vuoden 2011 tuloksiin, jolloin vastaava luku oli 7 %. (Ennew, Waite 2013, 146., Ernst & Young 2012, 8.)

5 Kyselytutkimus kuluttajien suhtautumisesta Open Bankingiin

Tämän opinnäytetyön perimmäisenä tarkoituksena on kartoittaa, kuinka tietoisia kuluttajat ovat Open Bankingista ja miten he suhtautuvat pankkipalveluita tarjoaviin kolmansiiin osapuoliin. Vastausta aiheeseen haettiin kuluttajille suunnatun strukturoidun kyselytutkimuksen avulla, jonka kysymyksillä katettiin tutkimusongelma kaikkine alaongelmineen (Taulukko 1.). Kyselytutkimuksen tavoitteena oli kerätä otoksen kuluttajat ei-sattumanvaraisuuteen perustuen ja näin ollen vastaajat kerättiin avoimen internet-linkin kautta.

Tutkimuksen kohderyhmäksi valikoitui täysi-ikäiset kuluttajat, joilla on kokemusta sähköisten pankkipalveluiden käytöstä, kuten verkkopankista sekä maksukorteista. Tutkittavan perusjoukon rajaaminen ja tutkimustulosten analysoinnin kohdentaminen tähän ryhmään johtuu siitä, että uusien Open Banking -palveluiden käyttö tulee perustumaan digitaalisiin ratkaisuihin.

Kyselylomake luotiin käyttäen selainpohjaista kysely- ja raportointityökalu Webropolia. Kyselyn vastaajat kerättiin sosiaalisen median avulla jakamalla avoin internet-linkki kyselyyn Facebookissa sekä LinkedIn:ssä. Kysely julkaistiin opinnäytetyön kirjoittajan omalla Facebook- sekä LinkedIn-profiililla 12. helmikuuta 2019 ja linkki oli avoimena viikon ajan. LinkedIn:ssä tehty päivitys keräsi viikon aikana yli tuhat katselukertaa (*Facebookin vastaavia tietoja ei saatavilla*) ja kyselyyn vastasi yhteensä 326 kohderyhmään kuuluvaa kuluttajaa, jolloin otoksen koko on 326 tilastoyksikköä.

5.1 Kyselylomakkeen rakenne

Kyselylomake on kokonaisuudessaan tämän opinnäytetyön liitteenä 1. Kyselylomake piti sisällään enintään 22 kysymystä. Osa kysymyksistä oli vastaajilta piilotettuina ja avautuivat jatkokysymyksinä riippuen siitä, mitä vastaaja oli vastannut edelliseen kysymykseen. Mikäli vastaaja esimerkiksi vastasi, ettei hän käytä verkkopankkia tai sähköisiä asiointipalveluita, ei häneltä luonnollisesti kysytty kuinka usein hän käyttää mobiilipankkia.

Kyselylomake jaettiin neljään eri osioon. Ensimmäinen osio koostui kyselyn johdannosta, jossa vastaajalle avattiin, mihin aihepiiriin kyselytutkimus liittyy ja mikä on vastausajan arvioitu kesto.

Kyselyn toinen osio koostui kysymyksistä 1–11. Toisessa osiossa vastaajilta kysyttiin kartoittavia kysymyksiä, kuten sukupuolta, ikää ja tottumuksia verkkopankin sekä maksukorttien käyttöön liittyen. Tämän osion kysymysten tarkoituksena oli mahdollistaa vertailu eri vastaajaryhmien kesken tulosten analysointivaiheessa.

Kyselyn kolmas osio koostui kysymyksistä 12–19. Tämän osion kysymysten tarkoituksena oli kartoittaa, kuinka todennäköisesti kuluttajat tulisivat ottamaan uusia kolmansien osapuolten palveluita käyttöön, millaisia pankkipalveluita kuluttajat odottavat kolmansilta osapuolilta sekä kuinka luotettavina kolmannet osapuolet koetaan.

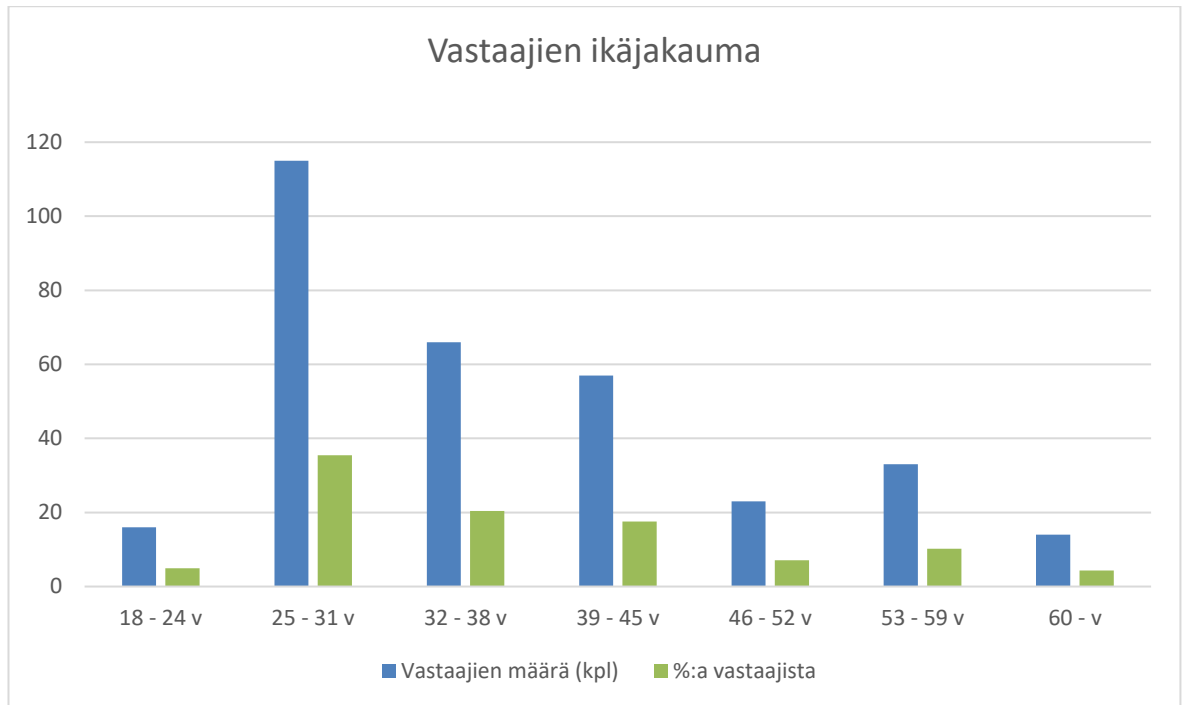
Kyselyn neljäs osio koostui kysymyksistä 20–22. Neljännän osion tarkoituksena oli selvittää, kuinka tietoisia kuluttajat ovat Open Bankingista sekä mitkä seikat voisivat vaikuttaa siihen, etteivät kuluttajat ottaisi uusia Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita käyttöön. Osion ensimmäisessä kysymyksessä vastaajalta kysyttiin, mikä on hänen käsityksensä Open Bankingista. Osion jatkokysymykset eivät avautuneet vastaajille, jotka eivät olleet koskaan kuulleet termiä Open Banking, tai olivat kuulleet, mutta eivät kokeneet tietävänsä, mitä se tarkoittaa.

5.2 Kyselytutkimuksen tulokset

Kyselystä saatujen vastausten koonti ja havainnointi tapahtui hyödyntämällä kysely- ja raportointityökalu Webropolia sekä taulukkolaskentaohjelma Excelia. Tulosten tilastollista merkitsevyyttä puolestaan testattiin tilastolliseen analysointiin tarkoitettulla SPSS-ohjelmistolla. Kyselyyn vastanneiden vastausyhteenvedot on taulukoitu tämän opinnäytetyön liitteeseen 2 ja tilastollisen merkitsevyyden analyysit on koottu liitteeseen 3.

5.2.1 Kyselyn otoksen esittely

Kyselyyn vastasi yhteensä 326 kohderyhmään kuuluvaa kuluttajaa. Naisten vastausaktiivisuus oli selvästi miehiä korkeampi, sillä naisten osuus vastaajista oli yli kaksi kolmasosaa. Vastaajien ikähaarukka jakaantui muilta osin melko tasaisesti, mutta selvästi suurimmaksi vastaajaryhmäksi (35,5 %) muodostui ikähaarukka 25–31 vuotiaat. Kyselyn nuorin vastaaja oli 18-vuotias ja vanhin vastaaja 76-vuotias. (Liite 2, Taulukko 1.; Kuvio 1.)



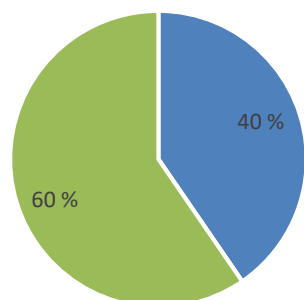
Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma

Tulosten perusteella on nähtävissä, että tämän päivän suomalainen kuluttaja hoitaa arki-
sen pankkiasiointinsa sähköisesti. Tämä käy ilmi siitä, että jokainen vastaaja ilmoitti hoita-
vansa laskujen maksamisen joko verkkopankissa tai pankin mobiilisovelluksella. Näin ol-
len yksikään vastaajista ei nykyisin asioi pankin konttorissa laskujen maksamista varten.
(Kuvio 2.; Liite 2, Taulukko 3.)

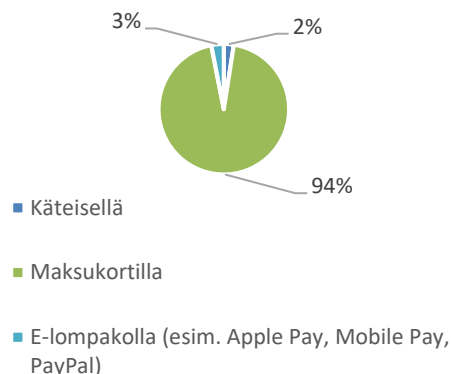
Myös sähköiset maksuvälineet ovat selvästi yleisin tapa hyödykkeiden ja palveluiden mak-
samisessa. Vain kahdeksan vastaajaa (2,5 %) ilmoitti hoitavansa ostosten ja palveluiden
maksamisen pääsääntöisesti käteisellä. Maksukortti on kuluttajien keskuudessa ylivoimai-
sesti suosituin maksutapa, mutta nykyisin elektronisten lompakoiden käyttö on jopa hie-
man yleisempää (3,1 %) kuin käteisellä maksaminen. (Kuvio 2.; Liite 2, Taulukko 4.)

Hoidan laskujen maksamisen pääsääntöisesti

■ Verkkopankissa ■ Pankin mobiilisovelluksella



Hoidan ostosten ja palveluiden maksamisen pääsääntöisesti



Kuvio 2. Vastaajien pääsääntöinen tapa hoitaa laskujen ja ostosten maksaminen

Vaikka elektronisten lompakoiden sekä maksusovellusten käyttäminen hyödykkeiden ja palveluiden maksamisessa on vielä melko vähäistä, on niiden käyttö kuitenkin jo varsin yleistynyt tapa siirtää varoja lähipiirin kesken. Vastaajista 90 ilmoitti käyttävänsä e-lompakkoa pääsääntöisenä tapanaan siirtää varoja ystäville ja perheenjäsenille. Lisäksi kaksi vastaajaa ilmoitti käyttävänsä tähän tarkoitukseen *Siirto*-sovellusta ja yksi vastaaja *OP Pivo* -sovellusta. Edellä mainitut palvelut kuuluvat luokittelultaan elektronisten lompakoiden piiriin ja näin ollen yksi neljästä vastaajasta (28,6 %) on omaksunut tämän vielä melko tuoreen maksutavan pääsääntöiseksi tavakseen siirtää varoja lähipiirissään. (Liite 2, Taulukko 12.)

Kuluttajien kirjautumistiheydessä on havaittavissa selkeitä eroja, kun vertaillaan kirjautumisaktiivisuutta verkkopankin ja mobiilipankin välillä. Vastausten perusteella mobiilipankkiin kirjautuminen näyttäisi olevan vastaajien keskuudessa varsin arkinen toimenpide, sillä lähes 80 % vastaajista kirjautuu mobiilipankkiin vähintään kerran viikossa. Verkkopankkiin vähintään kerran viikossa kirjautuvia vastaajia oli 152, joka on 41 % vähemmän, kuin mobiilipankkiin kirjautuvien vastaava luku. (Liite 2, Taulukot 5-6.)

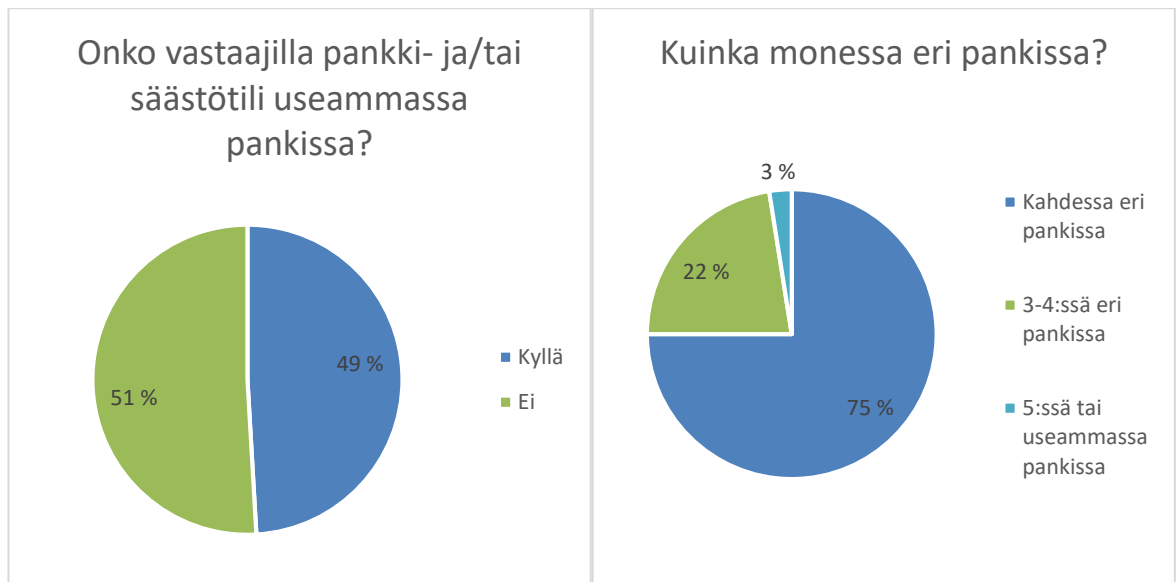
Selkein ero kirjautumistiheydessä on nähtävissä vastaajissa, jotka kirjautuvat verkkopankkiin tai mobiilipankkiin päivittäin. Verkkopankkiin päivittäin kirjautuvia vastaajia on 29, kun taas mobiilipankkiin päivittäin kirjautuvia vastaajia on 114. Mobiilipankkiin päivittäin kirjautuvien määrä on siten lähes nelinkertainen verrattuna verkkopankkiin päivittäin kirjautuviin. Osasyynä tähän on oletettavasti mobiililaitteiden, erityisesti älypuhelimien nopea yleistymi-

nen. Tilastokeskuksen vuonna 2017 julkaiseman raportin mukaan Suomessa kolme neljästä 16–89-vuotiaasta henkilöstä käyttää älypuhelinta ja alle 55-vuotiaiden keskuudessa vain kuudella prosentilla ei ole älypuhelinta käytössään. (Tilastokeskus 2017)

Kyselyssä kartoitettiin myös vastaajien tottumuksia verkkomaksamiseen liittyen. Paytrailin vuonna 2018 julkaiseman raportin mukaan arvio Suomen vuoden 2018 verkkokaupan liikevaihdosta oli 12,2 miljardia euroa (Paytrail 2018, 4.). Näin ollen ei ole yllättävää, että myös kyselyn vastaajista selvä enemmistö (83,7 %) oli edeltävän kuukauden aikana suorittanut vähintään yhden maksutapahtuman suoraan myyjän tai palveluntarjoajan verkkokaupassa (Liite 2, Taulukko 7.).

Verkkokauppojen yleisesti tarjoamista maksutavoista kaikkein turvallisimpana maksutapana vastaajat kokevat verkkopankkiyhteyteen perustuvan verkkomaksun. Maksukortilla ja mobiilisovelluksella maksaminen koetaan lähes yhtä turvallisina, mutta e-lompakoiden käyttäminen on vastaajien mielestä kaikkein turvattomin vaihtoehto verkkokaupassa maksamiseen. E-lompakot eivät näyttäyty vastaajien keskuudessa myöskään erityisen nopeina tai helppokäyttöisinä maksutapoina. Helppokäyttöisyydessä verkkopankin tilisiirto ja maksukortilla sekä mobiilisovelluksella maksaminen ovat lähes yhtä vahvoja. Maksutapahtuman nopeudessa kuitenkin mobiilisovelluksella maksaminen nousee vastaajien mielikuvissa selvästi verkkopankkia nopeammaksi maksutavaksi. (Liite 2, Taulukko 8.)

Kyselyssä kartoitettiin myös sitä, onko vastaajilla pankki- ja/tai säästötilejä useammassa kuin yhdessä pankissa. Vastaajaryhmän keskuudessa noin puolet (51 %) asioi vain yhden pankin kanssa ja toisella puolikkaalla on tilejä useammassa pankissa. Jälkimmäiseltä ryhmältä kysyttiin lisäkysymyksenä, kuinka monen pankin kesken he ovat hajauttaneet tiliasiointiaan. Heistä selvä enemmistö (75 %) omistaa tilin kahdessa eri pankissa. Lähes neljänneksellä vastaajista (22 %) on tilit jaettu jopa 3-4 eri pankin välillä, kun taas selvä vähemmistö (3 %) omistaa tilejä viidessä tai useamassa eri pankissa. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Vastaajien pankkiasioinnin hajautus

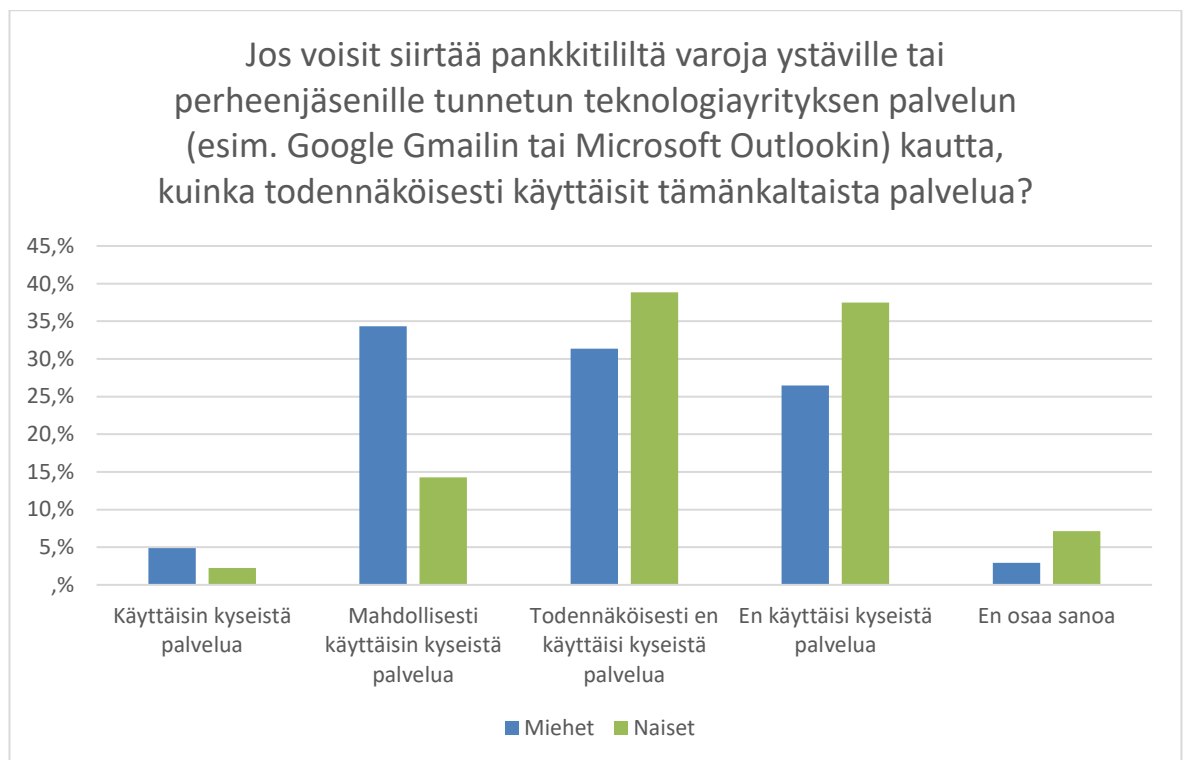
5.2.2 Kolmansien osapuolten tuottamien pankkipalveluiden käyttöönnoton todennäköisyys kuluttajien keskuudessa

Kyselytutkimuksen avulla selvitettiin, kuinka todennäköisesti kuluttajat ottaisivat kolmansien osapuolten tuottamia pankkipalveluita käyttöönsä tai jakaisivat pankkitietojaan kolmansille osapuolille. Samalla selvitettiin, onko kuluttajille merkitystä sillä, millainen taho pankkipalveluita tarjoaa. Toisin sanoen, koetaanko esimerkiksi tunnettu teknologiayritys luotettavampana palveluntarjoajana kuin sosiaalisen median toimija.

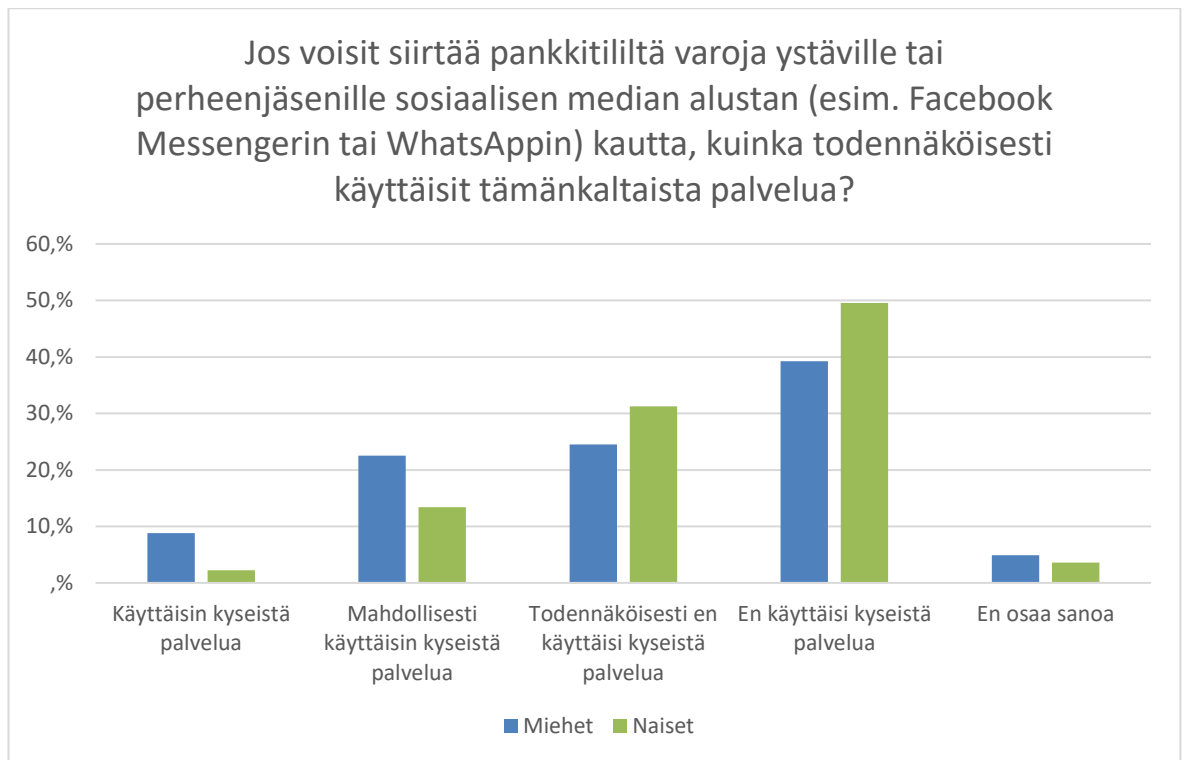
Kyselyn perusteella on todettavissa, etteivät kuluttajat ole erityisen halukkaita ottamaan kolmansien osapuolten tuottamia pankkipalveluita käyttöönsä. Lisäksi tietojen jakaminen kolmansille osapuolille ei näyttäydä erityisen houkuttelevana toimenpiteenä, vaikka kuluttaja ymmärtäisikin saavansa pankkitietojensa jakamisen avulla taloudellista hyötyä itselleen.

Kuluttajille esiteltiin kyselyssä kaksi erilaista tapaa tehdä varojen siirtoja lähipiirilleen. Ensimmäinen esitellyistä vaihtoehtoista oli teknologiayrityksen ylläpitämä palvelu, kuten Googlen Gmail tai Microsoftin Outlook, ja toinen esitelty vaihtoehto oli sosiaalisen median pikaviestintäpalvelu, kuten Facebook Messenger tai WhatsApp. Vastausten perusteella on todettavissa, ettei kuluttajille ole oleellista merkitystä sillä, onko varojen siirron mahdollistava taho teknologiayritys vai sosiaalisen median toimija, sillä kummassakin vaihtoehdossa alle neljännes vastaajista tulisi käyttämään tai tulisi mahdollisesti käyttämään kyseisiä palveluita varojen siirtoja varten. (Liite 2, Taulukot 13-14.)

Saatuja vastauksia analysoitiin tekemällä vertailua eri ikäryhmien välillä, mobiilipankin ja verkkopankin käyttäjien välillä sekä tutkimalla, olisiko verkko-ostoksia säännöllisesti teke- villä kuluttajilla suurempi todennäköisyys käyttää edellä mainittuja palveluita varojen siir- roissaan. Eri ikäryhmien välillä ei ole havaittavissa suurta vaikutusta varojen siirtoja kos- kevien palveluiden käyttöönoton halukkuudelle. Palveluiden käyttöönoton kannalta myös- kään sillä ei ole merkitystä, käyttääkö kuluttaja pääsääntöisesti laskujen maksamiseen verkkopankkia vai mobiilipankkia. Vastausten analysoinnin perusteella voidaan kuitenkin todeta, että miehet suhtautuvat hieman naisia myötemielisemmin esitelyihin maksutapoi- hin, kuten alla olevista kuvioista 4 ja 5 voidaan havaita. Miesten ja naisten välistä eroa analysoitiin myös *Mann-Whitney U* -testillä. Testien perusteella voidaan todeta, että mies- ten ja naisten vastausten välillä on tilastollista merkitsevyyttä ja tulokset ovat siten yleistet- tävissä koko perusjoukkoon. (Liite 3, Taulukot 1-2.)



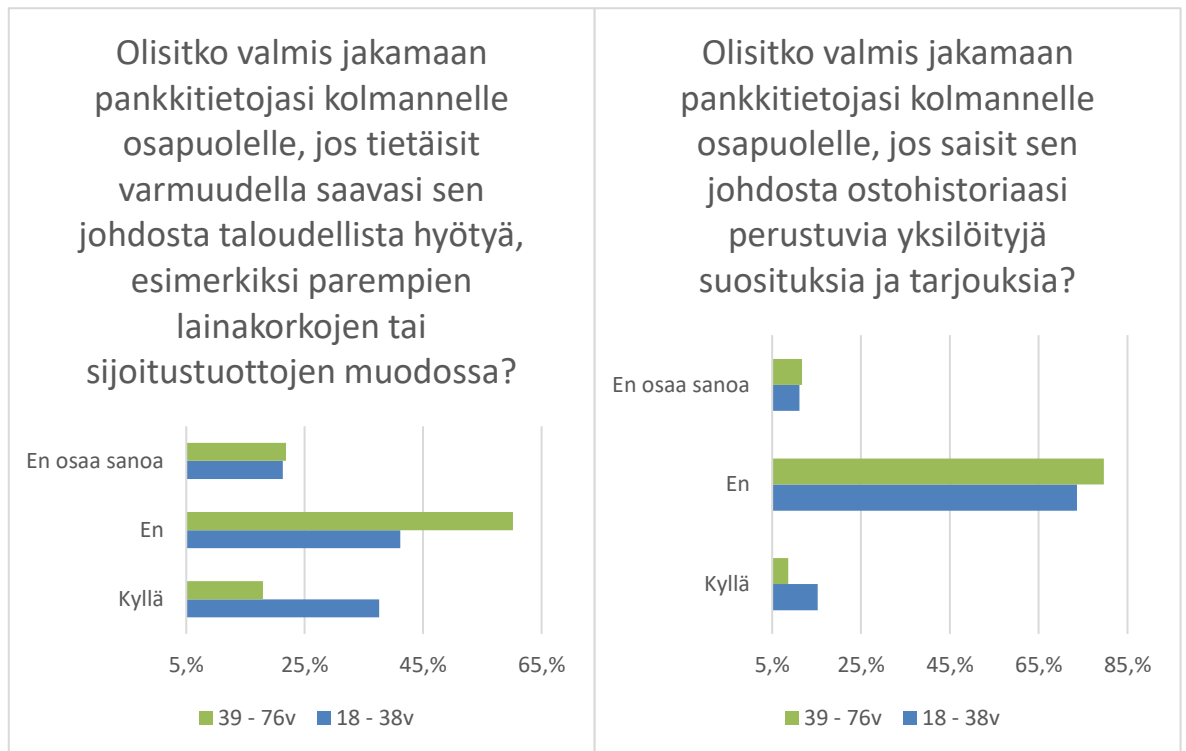
Kuvio 4. Vertailu miesten ja naisten todennäköisyydestä siirtää varoja teknologiayrityksen palvelun kautta.



Kuvio 5. Vertailu miesten ja naisten todennäköisyydestä siirtää varoja sosiaalisen median palvelun kautta.

Vastaajilta kysyttiin, olisivatko he valmiita jakamaan pankkitietojaan kolmansille osapuolille, mikäli tietäisivät varmuudella saavansa jakamisen avulla taloudellista hyötyä tai entistä yksilöidymää ja kohdennetumpaa mainontaa. Lähes kolmannes vastaajista (29,8 %) olisi valmis jakamaan pankkitietojaan taloudellisen hyödyn saamiseksi. Kuluttajat suhtautuvat huomattavasti suopeammin suoraan taloudelliseen hyötyyn, kuin sellaiseen taloudelliseen hyötyyn, joka mahdollisesti realisoituisi kuluttajalle kohdennetun mainonnan ja suositusten kautta. Selvä enemmistö (76,1 %) ei nimittäin jakaisi omia pankkitietojaan saadakseen omaan ostohistoriaan perustuvia suosituksia ja tarjouksia. (Liite 2, Taulukot 15-16.)

Kuten kuvio 6 on havaittavissa, nuorempi sukupolvi suhtautuu myönteisemmin pankkitietojen jakamiseen saadakseen taloudellista hyötyä sekä yksilöityjä suosituksia ja mainontaa. Vastauksien tilastollista merkitsevyyttä kuitenkin tarkasteltiin *khiin neliö* -testillä ja analysoinnin tuloksena voidaan todeta nuoremman sukupolven jakavan vanhemmaa sukupolvea todennäköisemmin pankkitietonsa saadakseen taloudellista hyötyä itselleen. Kohdennetun mainonnan osalta tilastollista merkitsevyyttä ei kuitenkaan havaittu, joten ikäryhmien väliset vastuserot voivat johtua sattumasta. (Kuvio 6.; Liite 3, Taulukot 3-4.)



Kuvio 6. Vastaukset pankkitietojen jakamisessa 18-38 -vuotiaiden ja 39-76 -vuotiaiden välillä.

Myös miesten ja naisten välillä on eroavaisuuksia miesten ollessa hieman todennäköisempiä pankkitietojen jakajia kuin naiset. Miehistä 44,1 % olisi valmiita jakamaan pankkitietonsa taloudellisen hyödyn saamiseksi, kun vastaava luku naisten keskuudessa oli vain 23,2 %. Eroavaisuus on nähtävissä myös kohdennetun mainonnan ja suositusten osalta. Miehistä lähes viidennes (19,6 %) olisi valmis luovuttamaan pankkitietonsa tähän tarkoitukseen, kun naisten osalta vastaava osuus on ainoastaan 9 %. *Khiin neliö* -testin perusteella miesten ja naisten vastausten välillä on tilastollista merkitsevyyttä. (Liite 2, Taulukko 23-24.; Liite 3, Taulukot 5-6.)

5.2.3 Kuluttajien odotukset kolmansien osapuolten tuottamille palveluille

Kuten luvussa 5.2.1 todettiin, kyselyyn vastanneista kuluttajista noin puolella on pankki- ja/tai säästötili useammassa kuin yhdessä pankissa. Tältä ryhmältä kysyttiin jatkokehityksenä, toivoisivatko he, että heidän kaikki tilinsä olisivat hallinnoitavissa yhdessä sovelluksessa. Selvä enemmistö (63,1 %) haluaisi käyttää palvelua, joka yhdistäisi kaikki pankkitilit yhden sovelluksen alle. Näin ollen ainakin tämänkaltaiselle tiliotepalvelun tarjoajalle olisi kysyntää kuluttajien keskuudessa. (Liite 2, Taulukko 11.)

Kyselyssä vastaajille esiteltiin myös erilaisia pankkipalveluita, jotka perustuvat Open Bankingiin. Heitä pyydettiin ottamaan kantaa siihen, kuinka todennäköisesti he jakaisivat

pankkitietojaan esitellyn kaltaiselle palvelulle. Neljästä esitellystä palvelusta selvästi eniten kysyntää vastaajien keskuudessa on palvelulle, joka kokoaisi kaikki vastaajan käytössä olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle. Kyseiset pankkipalvelut tarkennettiin kysymyksenasettelussa kattamaan pankkitilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset. Vastaajista jopa 40,3 % jakaisi tai todennäköisesti jakaisi omat pankkitietonsa tämänkaltaiselle palvelulle. Vastaajien välillä on kuitenkin jonkin verran hajontaa, kun verrataan vastauksia sukupuolen tai iän perusteella. Miehistä jopa puolet jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa kuvatus kaltaiselle kolmannen osapuolen tuottamalle palvelulle, kun taas naisista vain hieman yli kolmannes jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa. Vastaavasti lähes puolet alle 39-vuotiaista vastaajista jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa, yli 38-vuotiaiden vastaajien määrän ollessa yksi kolmesta. Edellä mainittuja vastauseroja analysoitiin *Mann-Whitney U* -testillä ja tehtyjen havaintojen voidaan todeta olevan tilastollisesti merkityksellisiä eivätkä vastauserot siten johdu sattumasta. (Liite 2, Taulukko 19.; Liite 2, Taulukot 25-26.; Liite 3, Taulukot 7-8.)

Muille kolmelle esitellylle palvelulle pankkitietonsa jakaisi tai todennäköisesti jakaisi noin kolmannes vastaajista. Kyselylomakkeella järjestyksessään toinen esitelty palvelu antaisi kuluttajalle suosituksia paremmilla ehdoilla olevista pankkipalveluista tai tuotteista, kuin mitä hänellä on tällä hetkellä käytössään. Tämänkaltaiselle palvelulle 32,2 % vastaajista jakaisi tai todennäköisesti jakaisi omat pankkitietonsa. Nuorempi sukupolvi näyttäytyy kuitenkin hieman todennäköisempänä palvelun käyttäjänä, sillä 18–38-vuotiaista vastaajista yli kolmannes (38,6 %) jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa esitellylle palvelulle, kun taas 39–76-vuotiaista vastaajista vain noin viidennes (22,4 %) jakaisi tai todennäköisesti jakaisi tietonsa. *Mann-Whitney U* -testin perusteella ikäryhmien vastauserojen voidaan todeta olevan tilastollisesti merkitsevä. (Liite 2, Taulukko 19.; Liite 2, Taulukko 27.; Liite 3, Taulukko 9.)

Kolmas esitelty palvelu mahdollistaisi tilisiirtojen tekemisen ilman, että kuluttajan tarvitsisi kirjautua verkko- tai mobiilipankkiin. Melko tarkalleen kolmannes vastaajista (33,7 %) jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa kyseiselle palvelulle. Myös tämän palvelun osalta nuoremmat kuluttajat ovat todennäköisempiä käyttämään kyseistä palvelua, sillä 18–38-vuotiaista vastaajista 42,3 % jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa tämänkaltaiselle palvelulle. Vastaava luku 39–76-vuotiaiden keskuudessa oli puolet vähemmän (20,6 %). *Mann-Whitney U* -testin perusteella ryhmien vastauserot ovat yleistettävissä perusjoukkoon. Tulosten perusteella näyttäisi myös siltä, että pääsääntöisesti laskujen maksamisen mobiilipankilla hoitavat kuluttajat ovat todennäköisempiä käyttämään edellä mainittua palvelua kuin pääsääntöisesti verkkopankissa laskunsa maksavat kulutta-

jat. Mobiilipankin käyttäjistä 41,1 % jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa palvelulle, kun taas verkkopankin käyttäjistä vain alle neljännes (23,3 %) jakaisi esitellyn kaltaiselle palvelulle pankkitietonsa. *Kruskal-Wallis* -testi osoittaa verkko- ja mobiilipankin käyttäjien välisen eron olevan tilastollisesti merkitsevä. (Liite 2, Taulukko 19.; Liite 2, Taulukot 28-29.; Liite 3, Taulukot 10-11.)

Kyselylomakkeella järjestyksessään viimeisenä esitelty palvelu seuraisi kuluttajan taloutta ja antaisi hänen omaan talouteensa liittyviä ilmoituksia. Kysymyksessä annettiin esimerkiksi tilanne, jossa kuluttaja saisi ilmoituksen siitä, että hän on kuluvan kuukauden aikana käyttänyt jo suuremman summan ravintolapalveluihin kuin edellisinä kuukausina keskimäärin. Myös tämänkaltaiselle palvelulle noin kolmannes (29,6 %) jakaisi tai todennäköisesti jakaisi omat pankkitietonsa. Kyseiselle palvelulle ei kuitenkaan näyttäisi olevan erityisen suurta kysyntää vanhempien vastaajien keskuudessa, sillä vain noin yksi kymmenestä 39–76-vuotiaasta kuluttajasta jakaisi tai todennäköisesti jakaisi pankkitietonsa tämänkaltaiselle palvelulle. Nuorempien (18–38-vuotiaiden) keskuudessa esitellylle palvelulle olisi kuitenkin kysyntää, sillä 41,6 % vastaajista jakaisi tai todennäköisesti jakaisi omat pankkitietonsa esitellylle palvelulle. Ero ikäryhmien välillä on *Mann-Whitney U* -testin perusteella tilastollisesti merkitsevä ja siten yleistettävissä perusjoukkoon. (Liite 2, Taulukko 19.; Liite 2, Taulukko 30.; Liite 3, Taulukko 12.)

5.2.4 Kuluttajien luottamus kolmansia osapuolia kohtaan

Kyselytutkimuksen avulla pyrittiin kartoittamaan kuluttajien luottamusta kolmansia osapuolia kohtaan. Tulosten perusteella on todettavissa, että kuluttajat eivät erityisen mielellään jaa pankkitietojaan kolmansille osapuolille. Tämä käy ilmi siitä, että lähes 40 % vastaajista ilmoitti, etteivät he jakaisi pankkitietojaan kolmansille osapuolille. Myös jaettavaan tietoon suhtaudutaan varovaisesti, selvän vähemmistön ollessa valmis jakamaan arkaluonteisiksi katsottavia tietoja, kuten tietoja lainoistaan ja sijoituksistaan. (Liite 2, Taulukko 17-18.)

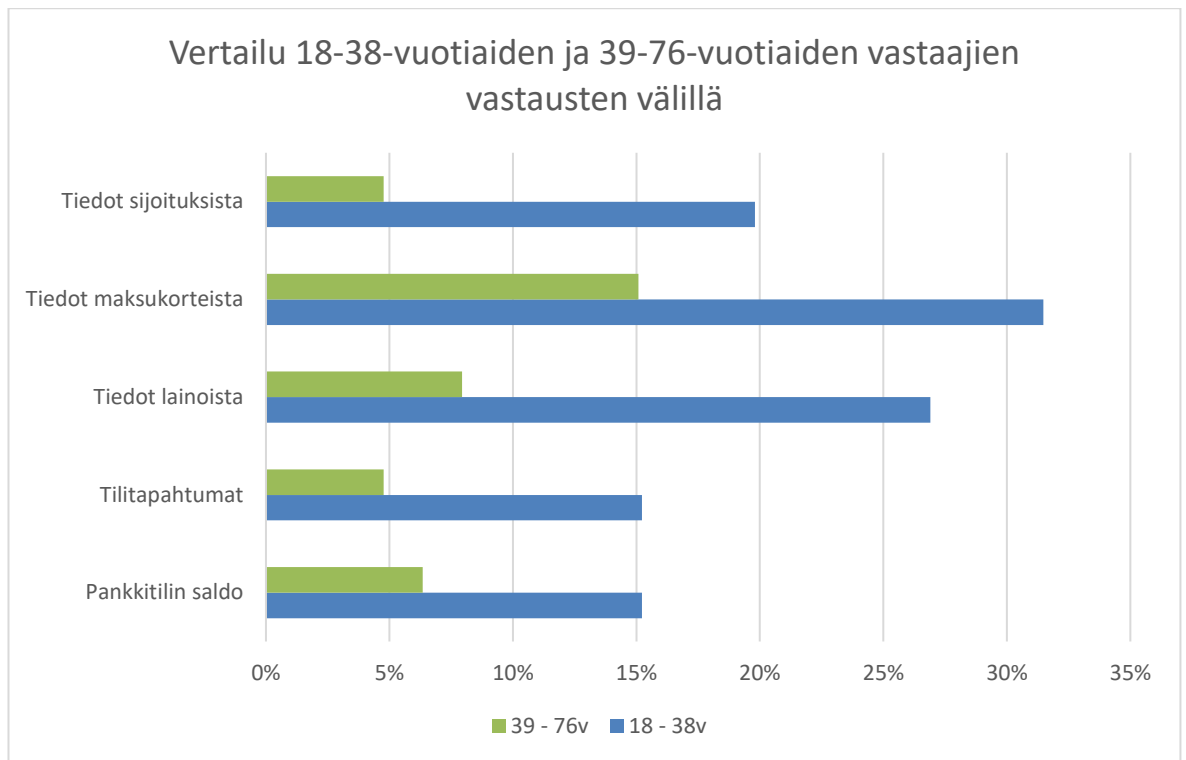
Kyselyssä kuluttajilta kysyttiin, millaiselle kolmannelle osapuolelle he olisivat valmiita jakamaan pankkitietonsa. Kuten edellä mainittiin, lähes 40 % ei tulisi jakamaan tietojaan yhdenkään kolmannen osapuolen kanssa. Selvästi suurinta luottamusta kuluttajien keskuudessa koetaan yleisesti pankkialaa kohtaan, sillä hieman yli puolet (53,1 %) kuluttajista olisivat valmiita jakamaan pankkitietonsa toiselle pankille. Tulos on melko hyvin linjassa Accenturen vuonna 2018 teettämän kyselytutkimuksen kanssa (kts. luku 4.1). Pankkien ohella myös maksukorttiyhtiöt nauttivat korkeasta luottamuksesta kuluttajien keskuudessa, sillä lähes puolet (46,3 %) vastaajista olisi valmis jakamaan pankkitietojaan maksukorttiyhtiöille. (Liite 2, Taulukko 17.)

Open Bankingin myötä perinteisen pankki- ja maksupalvelualan ulkopuolelta tulevat toimijat alkavat kilpailla maksupalvelumarkkinoilla pankkien kanssa. Kyselytutkimuksen tulosten perusteella tehtävä ei kuitenkaan tule olemaan erityisen helppo, mikäli uudet toimijat eivät kykene lunastamaan kuluttajien luottamusta itselleen. Pois lukien pankit ja maksukorttiyhtiöt, yksikään kyselyssä esitelty toimija ei tulisi saamaan edes yhtä kuudesta kuluttajasta luovuttamaan omia pankkitietojaan. Suurin todennäköisyys kuluttajien pankkitietojen saamiseen on tunnetuilla teknologiayrityksillä, kuten Googlella ja Applella, joille pankkitietonsa olisi valmis jakamaan 14,1 % vastaajista. Noin yksi kymmenestä vastaajasta olisi valmis jakamaan pankkitietonsa myös verkkokaupoille tai matkapuhelinoperaattoreille. Kaikista esitellyistä toimijoista epätodennäköisin toimija, jolle kuluttaja jakaisi pankkitietonsa, on sosiaalisen median toimija, kuten Facebook tai LinkedIn. Edellä mainituille toimijoille vain 2,5 % vastaajista olisi valmis jakamaan pankkitietojaan. (Liite 2, Taulukko 17.)

Oleellista on myös tarkastella, mitä tietoja kuluttajat olisivat valmiita jakamaan edellä mainittujen kolmansien osapuolten kanssa. Kyselylomakkeella jaettaviksi tiedoiksi annettiin valmiina vastausvaihtoehtoina nimi, puhelinnumero, osoite, pankkitilin saldo, tilitapahtumat, tiedot lainoista, tiedot maksukorteista ja tiedot sijoituksista. Viimeisenä vaihtoehtona oli myös mahdollista ilmoittaa, ettei olisi valmis jakamaan mitään edellä mainituista tiedoista. Tämän vaihtoehdon valitsi lähes kolmannes vastaajista. (Liite 2, Taulukko 18.)

Suurimmalle osalle vastaajista henkilötietojen jakaminen ei tuottaisi ongelmia. Yli puolet vastaajista (52,5 %) jakaisi oman puhelinnumeron ja kaksi kolmesta vastaajasta (67,2 %) jakaisi oman nimensä. Vajaa puolet vastaajista olisi valmis jakamaan osoitteensa (42,6 %). Halukkuus tietojen jakamiseen pienenee kuitenkin merkittävästi, kun siirrytään henkilötiedosta pankkitietoon. Pankkitietojen osalta selvästi herkimmin vastaajat olisivat valmiita jakamaan tiedot maksukorteistaan (24,8 %) ja lähes viidennes (19,3 %) olisi valmis jakamaan tiedot lainoistaan. Oman varallisuutensa jakamiseen kuluttajat kuitenkin suhtautuvat varauksella, sillä vain 11 % olisi valmis jakamaan tilitapahtumansa, 11,7 % pankkitilinsä saldon ja 13,8 % olisi valmis jakamaan tiedot sijoituksistaan. (Liite 2, Taulukko 18.)

Vastaajien välillä on kuitenkin eroavaisuuksia, kun vastauksia vertaillaan 18–38-vuotiaiden ja 39–76-vuotiaiden vastaajien välillä. Tulokset osoittavat, että nuorempi ryhmä tulisi todennäköisemmin jakamaan pankkitietojaan, mukaan lukien varallisuustiedot, kuten sijoitukset ja pankkitilin saldo. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Mitä pankkitietoja kuluttajat ovat valmiita jakamaan kolmansille osapuolille.

5.2.5 Kuluttajien tietoisuus Open Bankingista

Ehkäpä suurimpana haasteena kolmansien osapuolten näkökulmasta uusien palveluiden markkinoille tuomisessa on yksinkertaisesti se, etteivät kuluttajat ole erityisen tietoisia Open Bankingista ja sen tuomista mahdollisuuksista. Tämä käy ilmi kyselytutkimuksen kysymyksestä, jossa vastaajilta tiedusteltiin heidän käsitystään Open Bankingista. Yli puolet vastaajista (59,5 %) ei ole koskaan kuullutkaan termiä Open Banking ja 19 % vastaajista on kuullut termin, mutta eivät tiedä mitä se tarkoittaa. Näin ollen vain noin viidennes vastaajista (21,5 %) kokee edes joltain osin perehtyneensä Open Bankingiin. Heistäkin vain noin puolet ymmärtää aihepiiriä muutoinkin kuin termin tasolla, nimittäin kaikista kyselyyn vastanneista kuluttajista vain 11 % kokee ymmärtävänsä melko hyvin tai erittäin hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa. (Liite 2, Taulukko 20.)

Kyselylomakkeella esitettiin jatkokysymyksenä erilaisia väittämiä Open Bankingiin liittyen. Jatkokysymykseen vastasivat vain ne vastaajat, jotka kokivat ymmärtävänsä edes jollain tasolla, mitä Open Banking tarkoittaa. Näitä vastaajia oli edellä mainittu 21,5 % kaikista vastaajista eli yhteensä 70 vastaajaa. Esitettyjä väittämiä olivat:

- i. Olen vähemmän riippuvainen omasta pankistani
- ii. Saan itselleni entistä yksilöidympiä pankkipalveluita
- iii. Säästän rahaa pankkipalveluissa
- iv. Paremmat ehdot (esim. säästötilin tai lainan korko)

- v. Talouteni hallinta on helpompaa ja nopeampaa
- vi. Taloudelliset väärinkäytökset yleistyvät
- vii. Pankkitietoni ovat heikommin kontrolloitavissa

Vastaajien tuli ottaa kantaa siihen, ovatko he väittämän kanssa samaa mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, eri mieltä vai eivätkö osaa sanoa. (Liite 1, Kysymys 21.)

Edellä mainitun ryhmän vastaajista kaksi kolmesta (67,1 %) ovat samaa mieltä siitä, että Open Bankingin myötä he ovat vähemmän riippuvaisia omasta pankistaan. Lisäksi yli puolet ovat samaa mieltä siitä, että he saavat Open Bankingin kautta itselleen entistä yksilöidympiä pankkipalveluita (61,4 %) ja heidän talouden hallinta tulee olemaan helpompaa ja nopeampaa (62,9 %). Hieman alle puolet uskovat, että Open Banking tuo markkinoille paremmat ehdot (44,3 %) ja että he säästävät rahaa pankkipalveluissa (41,4 %). Kaikkia edellä mainittuja väittämiä voitaisiin yleisesti pitää varsin positiivisina uudistuksina niiden toteutuessaan. Vastavuoroisesti 40 % ryhmän vastaajista myös uskoo, että heidän pankkitietonsa ovat Open Bankingin myötä heikommin kontrolloitavissa ja noin yksi kolmesta vastaajasta (30 %) uskoo, että taloudelliset väärinkäytökset tulevat yleistymään. (Liite 2, Taulukko 21.)

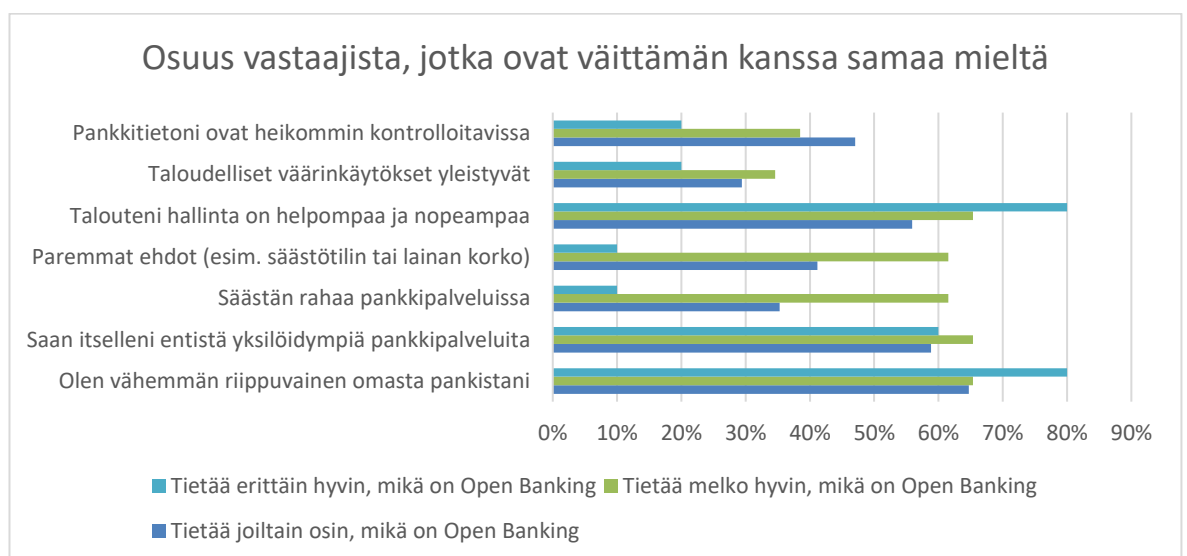
Vastaajien vastauksia vertailtiin sen perusteella, kuinka tietoisia he kokivat olevansa Open Bankingista. Kymmenen vastaajaa koki ymmärtävänsä erittäin hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa. Sen sijaan 26 vastaajaa koki ymmärtävänsä melko hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa ja 34 vastaajaa puolestaan oli perehtynyt aiheeseen, mutta ei vielä täysin ymmärrä sen merkitystä. (Liite 2, Taulukko 20.)

Noin 60 % vastaajista kaikissa edellä mainituista ryhmistä kokee, että Open Bankingin myötä he tulevat saamaan itselleen entistä yksilöidympiä pankkipalveluita. Enemmistö jokaisen ryhmän vastaajista myös kokee, että he ovat Open Bankingin myötä vähemmän riippuvaisia omasta pankistaan. Vahvimmin tätä mieltä olivat ne vastaajat, jotka kokivat tietävänsä erittäin hyvin mitä Open Banking tarkoittaa. Samansuuntainen tulos on nähtävissä myös väittämässä, että Open Bankingin myötä oman talouden hallinta on helpompaa ja nopeampaa. Ne henkilöt, jotka eivät vielä täysin ymmärrä Open Bankingin merkitystä, eivät ole yhtä vahvasti edellä mainitun väittämän kanssa samaa mieltä kuin ne henkilöt, jotka kokevat ymmärtävänsä erittäin hyvin mitä Open Banking tarkoittaa. (Kuvio 8.)

Vastaajat, jotka tietävät erittäin hyvin mitä Open Banking tarkoittaa ovat muita vahvemmin sitä mieltä, että heidän riippuvuussuhteensa pankkia kohtaan pienenee ja heidän taloudenhallinta tulee helpommaksi ja nopeammaksi. Vastavuoroisesti tämä ryhmä suhtautuu skeptisemmin siihen, että Open Banking toisi markkinoille paremmat ehdot (esim. lainan

tai säästötilin korko) tai suoria säästöjä pankkipalveluihin. Parempiin ehtoihin ja pankkipalveluiden säästöihin tästä ryhmästä uskoo vain 10 % vastaajista, mikä on huomattavasti vähemmän, kuin niiden keskuudessa, jotka tietävät melko hyvin mitä Open Banking tarkoittaa tai niiden keskuudessa, jotka ovat perehtyneet aiheeseen, mutta eivät vielä täysin ymmärrä sen merkitystä. Melko hyvin Open Bankigista tietoisia olevista vastaajista lähes kaksi kolmesta uskoo, että Open Bankingin myötä he tulevat säästämään rahaa pankkipalveluissa, jonka lisäksi he uskovat, että Open Banking tuo markkinoille parempia ehtoja. Ne henkilöt, jotka ovat perehtyneet Open Bankingiin, mutta eivät täysin ymmärrä sen merkitystä, eivät ole yhtä optimistisia, joskin vähintään yksi kolmesta vastaajasta uskoo Open Bankingin myötä säästävänsä pankkipalveluissa ja saavansa paremmat ehdot. (Kuvio 8.)

Tietämyksellä Open Bankingista näyttäisi olevan myös jonkin verran vaikutusta siihen, miten vastaajat suhtautuvat Open Bankingiin ja tietoturvaan. Huolettomimmin mahdollisiin väärinkäytöksiin tai siihen, että pankkitiedot olisivat Open Bankingin myötä heikommin kontrolloitavissa suhtautuvat ne vastaajat, jotka tietävät erittäin hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa. Vain 20 % tämän ryhmän vastaajista uskoo taloudellisten väärinkäytösten yleistymiseen tai siihen, että heidän pankkitietonsa ovat jatkossa heikommin kontrolloitavissa. Taloudellisten väärinkäytösten yleistymiseen uskovat vahvimmin ne vastaajat, jotka kokevat ymmärtävänsä melko hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa (35 % ryhmän vastaajista). Open Bankingia heikosti ymmärtävistä vastaajista kyseisen väittämän kanssa samaa mieltä on noin yksi kolmesta vastaajasta. Vastaavasti tästä ryhmästä lähes puolet (47 %) kokee, että heidän pankkitietonsa ovat Open Bankingin myötä heikommin kontrolloitavissa, kun vastaava luku melko hyvin Open Bankingista tietoisia olevien keskuudessa on 38 % vastaajista. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Vertailu vastaajien Open Banking tietotason vaikutuksista mielikuvaan Open Bankingista.

5.2.6 Kolmansien osapuolten tuottamien pankkipalveluiden käyttöönottoa rajoittavat tekijät

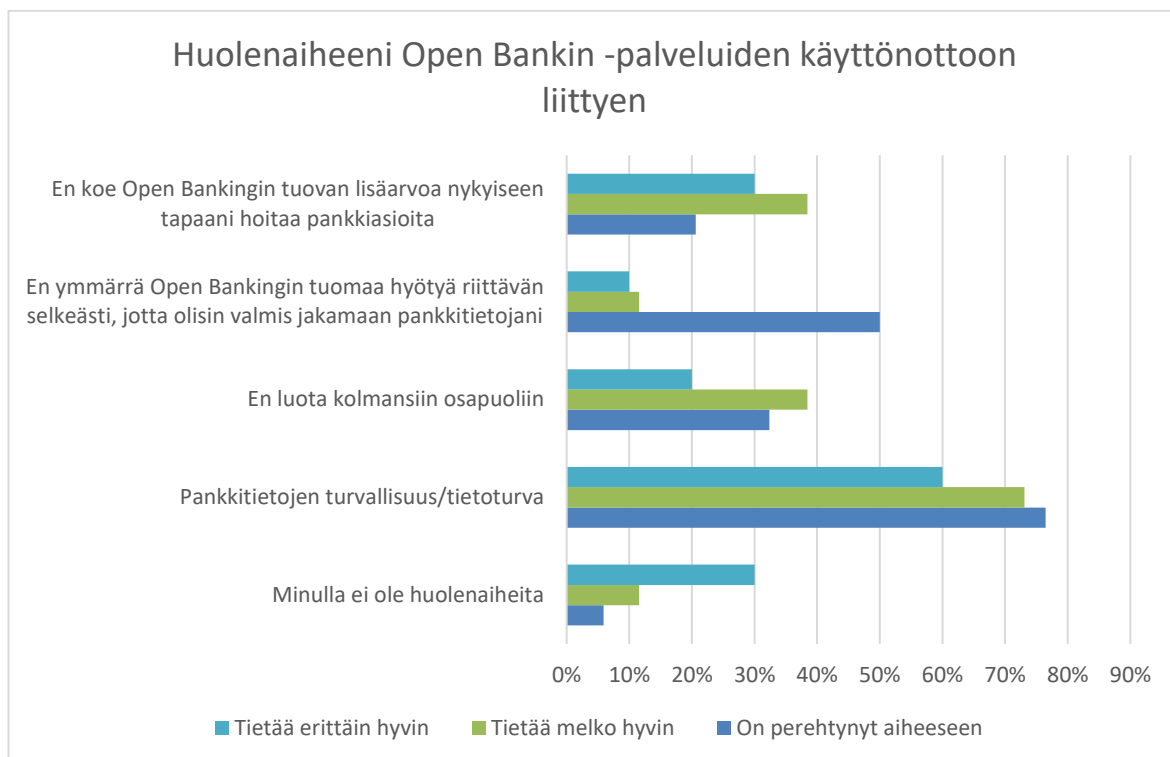
Vastaajilta kysyttiin, millaisia huolenaiheita heillä on Open Banking palveluiden käyttöönottoon liittyen. Kysymys esitettiin niille vastaajille, jotka kokivat ymmärtävänsä erittäin hyvin tai melko hyvin, mitä Open Bankin tarkoittaa sekä niille, jotka ovat perehtyneet Open Bankingiin, mutta eivät vielä täysin ymmärrä sen merkitystä. Tähän ryhmään kuului 70 vastaajaa kaikista vastaajista. (Liite 2, Taulukko 20.)

Noin yksi kymmenestä vastaajasta kokee, ettei heillä ole minkäänlaisia huolenaiheita Open Banking -palveluiden käyttöönottoon liittyen. Yli kahta kolmesta vastaajasta kuitenkin mietityttää pankkitietojen jakamiseen liittyvä turvallisuus. Tämä oli vastaajien keskuudessa selvästi suurin yksittäinen huolenaihe. Yksi kolmesta vastaajasta myös kokee luottamuspuolaa suoraan kolmansia osapuolia kohtaan. Noin yksi kolmesta vastaajasta myös kokee, ettei Open Banking tuo minkäänlaista lisäarvoa heidän nykyiseen tapaansa hoitaa pankkiasiointiaan tai etteivät he ymmärrä riittävän hyvin Open Bankingin tuomaa hyötyä, jotta olisivat valmiita jakamaan pankkitietojaan. (Liite 2, Taulukko 22.)

Tietämyksellä Open Bankingista näyttäisi kuitenkin olevan jonkin verran vaikutusta huolenaiheisiin liittyen. Ne henkilöt, jotka ymmärtävät erittäin hyvin mitä Open Banking tarkoittaa, ovat vähiten huolissaan pankkitietojen jakamisen tietoturvaan liittyen. Lisäksi heidän joukossaan oli eniten vastaajia, jotka kokivat, ettei heillä ole mitään huolenaiheita Open Banking -palveluiden käyttöönotossa. Heidän joukossaan on myös korkein luottamus kolmansia osapuolia kohtaan ja he kokevat ymmärtävänsä Open Bankingin tuomat hyödyt riittävän selkeästi, jotta voisivat jakaa omia pankkitietojaan. (Kuvio 9.)

Luottamus kolmansia osapuolia kohtaan sekä huolenaiheet tietoturvaan liittyen kasvavat, kun tarkastellaan vastaksia niiden kuluttajien keskuudessa, jotka ymmärtävät melko hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa tai jotka ovat perehtyneet aiheeseen, mutta eivät täysin ymmärrä sen merkitystä. Näissä ryhmissä yli kaksi kolmesta vastaajasta kokee pankkitietojen jakamisen turvallisuuden olevan suurin yksittäinen huolenaihe Open Banking palveluiden käyttöönottoon liittyen. Yksi kolmesta vastaajasta on myös sitä mieltä, että he eivät luota kolmansiin osapuoliin. Open Bankingia melko hyvin ymmärtävien vastaajien keskuudessa merkittävänä huolenaiheena ei ole se, että he eivät ymmärtäisi riittävästi Open Bankingin tuomaa hyötyä, jotta olisivat valmiita jakamaan omia pankkitietojaan. Tämä ei kuitenkaan ole tilanne niiden vastaajien keskuudessa, jotka ovat perehtyneet Open Bankin-

giin, mutta eivät vielä täysin ymmärrä sen merkitystä. Heidän joukostaan puolet eivät ymmärrä Open Bankingin tuomaa hyötyä riittävän selkeästi, jotta olisivat valmiita jakamaan omia pankkitietojaan. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Vertailu vastaajien Open Banking tietotason vaikutuksista huolenaiheisiin liittyen

6 Pohdinta

Tässä luvussa työn kirjoittaja arvioi tämän opinnäytetyön ja sen keskeisimmän sisällön eli empiirisen tutkimuksen luotettavuutta. Lisäksi luvussa esitellään tutkimuksen tärkeimmät havainnot sekä niistä johdettavissa olevat päätelmät. Lopuksi työn kirjoittaja esittää ehdotuksiaan tehdyn tutkimuksen jalostamiseksi tulevia tutkimusaiheita silmällä pitäen.

6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida tarkastelemalla tutkimuksen validiteettia sekä reliabiliteettia. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimus mittaa niitä asioita, joita sen kuuluukin mitata. Toisin sanoen kyselylomakkeen kysymysten tulee olla riittävän yksiselitteisiä kattaen koko tutkimusongelman, jonka lisäksi perusjoukon tulee olla tarkkaan määriteltä ja otoskoon riittävän suuri. Reliabiliteetilla puolestaan tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja tutkimuksen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Heikkilä 2014, 27-28., 177-178.)

Tutkimusmenetelmäksi opinnäytetyöhön valikoitui kvantitatiivinen kuvaileva survey-tutkimus, sillä tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen aineisto on kerätty standardisoidulla kyselylomakkeella ja tutkimuksen tuloksia on kuvattu numeeristen suureiden avulla, taulukoin sekä kuvioin havainnollistettuna. Kvantitatiivisen tutkimuksen ongelmana on usein kuitenkin se, ettei sen avulla pystytä kuvaamaan asioiden syitä riittävän hyvin, vaikkakin nykytilanne voidaan kartoittaa kattavasti. (Heikkilä 2014, 15.)

Kyselytutkimuksen kohderyhmäksi määritettiin suomalaiset täysi-ikäiset kuluttajat, jotka käyttävät sähköisiä asiointipalveluita. Tilastokeskuksen tilastojen mukaan Suomen vuoden 2018 väkiluvusta täysi-ikäisiä henkilöitä oli lähes 4,5 miljoonaa. Vastaavasti Suomen Pankin tilastojen mukaan Suomessa oli vuonna 2017 yhteensä 9,9 miljoonaa maksukorttia ja yli 6,6 miljoonaa verkkopankkisopimusta, jotka molemmat ylittävät Suomen kokonaisväkiluvun. Näin ollen voitaisiin olettaa, että kyselytutkimuksen perusjoukkoon kuuluu kaikki yli 18-vuotiaat yksityishenkilöt, vaikka tilastojen valossa ei saadakaan varmuutta sille, että kaikki täysi-ikäiset suomalaiset käyttävät sähköisiä asiointipalveluita. (Tilastokeskus 2018, Suomen Pankki S.a.)

Kyselytutkimukseen vastasi 326 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä, jolloin tutkimuksen otoskoko on 326 tilastoyksikköä. Valtakunnallisen kuluttajatutkimuksen otoskoon ohjeellinen viitearvo on 500-1000 tilastoyksikköä. Näin ollen tutkimuksen otoskoko ei ole riittävän

suuri, jotta saadut tulokset olisivat yleistettävissä kaikkiin suomalaisiin kuluttajiin. Tutkimustulosten analysoinnissa on kuitenkin hyödynnetty perusjoukon sisällä olevien ryhmien välisiä vertailuja, esimerkiksi vertailtaessa eri ikäryhmien välisiä eroja. Heikkilän mukaan edellä mainituissa tapauksissa suositeltu otoskoko on 200-300 tilastoyksikköä, kunhan jokaiseen ryhmään muodostuu vähintään 30 tilastoyksikköä. Tämä pätee suurimpaan osaan tähän opinnäytetyöhön tehtyihin vertailuihin, jolloin voitaisiin todeta otoskoon olevan riittävän suuri luotettavan datan muodostamiseksi. (Heikkilä 2014, 43.)

Opinnäytetyön kirjoittaja onnistui mielestään hyvin tutkimusstrategian valinnassa ja kokee valittujen metodien mittaavan hyvin asetettua tutkimusongelmaa. Kyselylomakkeen kysymyksiä testattiin neljän koehenkilön avulla ennen kyselylomakkeen julkaisua. Testaus toteutettiin kasvokkain suoritettuna haastatteluna ja haastattelu keskittyi nimenomaisesti kysymysten asetteluun ja sisältöön. Haastatteluilla pyrittiin varmistamaan, että kyselyn vastaajat ymmärtävät kysymykset siten, kuin kirjoittaja on ne tarkoittanut. Tulosten koonti tapahtui Webropolin avulla, josta data siirrettiin jatkojalostusta varten Exceliin. Näin ollen tulosten käsittelyssä ja esittämisessä piilee lähes olematon virheen mahdollisuus.

Strukturoituun kyselylomakkeeseen liittyy kuitenkin aina riski siitä, että vastaaja on käsittänyt kysymyksen eri tavalla, kuin kirjoittaja sen on tarkoittanut. Näin ollen tutkimustuloksissa on satunnaisvirheen mahdollisuus. Lisäksi kyselylomake on julkaistu työn kirjoittajan sosiaalisen median profiileilla, jolloin otokseen on väistämättä kertynyt paljon kirjoittajan omaan lähipiiriin ja verkostoon kuuluvia vastaajia. Oletettavasti juuri tästä syystä tietyt ikäryhmät nousivat muita ryhmiä suuremmiksi vastaajien ryhmiksi. Kirjoittaja on myös saattanut avata lähipiirilleen opinnäytetyönsä aihetta ja sisältöä tarkemmin jo ennen kyselyn julkaisua ja näin ollen on mahdollista, että esimerkiksi tietoisuus Open Bankingista on tutkimuksen otoksessa suurempi kuin perusjoukossa keskimäärin. Vastauksissa tapahtui myös jonkin verran katoa, sillä kyselylomake avattiin 657 kertaa, jolloin noin puolet kyselyn avanneista kuluttajista jätti vastaamatta kyselyyn.

Edellä mainituista puutteista huolimatta kirjoittaja kokee, että tutkimus mittasi tutkimuksessa tavoiteltuja asioita ja otoskoko oli riittävän suuri perusjoukon sisällä olevien ryhmien vertailemiseksi. Kyselytutkimuksen kysymykset olivat selkeitä ja kysymysten avulla saatiin suoraan vastauksia alaongelmiin. Kysymykset olivat pääosin monivalintakysymyksiä tai väittämiä, joissa hyödynnettiin Likertin-asteikkoa. Näin ollen tulosten tulkinnan virheen mahdollisuus on pieni, joka tukee tutkimuksen luotettavuutta. Kirjoittaja kokee, että saadut tulokset ovat kohtalaisen hyvin yleistettävissä perusjoukkoon ja uudella kyselyllä saataisiin aikaiseksi vastaavia tuloksia. Tätä tukee myös SPSS tilastoanalyysiohjelmistolla tehdyt

testaukset, joiden perusteella voidaan todeta, etteivät eri vastaajaryhmien väliset vastaukset perustu sattumaan.

6.2 Johtopäätökset

Vaikka pankkien rajapintojen avautuessa syksyllä 2019 markkinoille tulisi huomattava määrä Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita, on vaikea nähdä, että kuluttajat alkaisivat käyttämään niitä laajassa mittakaavassa vielä hetkeen. Näin ollen pankkien ei lyhyellä aikavälillä tarvitse olla huolissaan mahdollisesta asiakaskadosta tai maksupalveluista saatavien tuottojen merkittävästä vähentymisestä. Kuten tätä opinnäytetyötä varten tehty kyselytutkimus osoittaa, suomalaisten kuluttajien luottamus perinteisiä pankkeja kohtaan on vahva, kun taas kolmansia osapuolia ei koeta erityisen luotettavina pankkipalveluiden tarjoajina. Pitkällä aikavälillä kuluttajien asiakaskäyttäytyminen saattaa kuitenkin muuttua oleellisesti, kuten esimerkiksi Kiinassa on käynyt maksuvälineiden käytön suhteen. Näin ollen pankkien on syytä varautua mahdollisiin asiakaskäyttäytymisen muutoksiin ja yksi askel varautumiseen olisi se, että pankit näkisivät asiakkaistaan kerätyn datan ennemminkin uutena liiketoimintamahdollisuutena kuin asiakastietojen varjelemiseen liittyvänä velvollisuutena.

Koska kuluttajat eivät koe kolmansia osapuolia kovinkaan luotettavina pankkipalveluiden tarjoajina, tarvitsevat kolmannet osapuolet pankkien apua, jotta heidän luomilleen palveluille löytyisi käyttäjiä. Pankkien hyväksyessä sen tosiasian, että markkinoilla on heitä ketterämmin toimivia palveluiden tuottajia ja kolmansien osapuolten tiedostaessa sen, että ilman pankkeja heidän palvelunsa eivät välttämättä tavoita suurta yleisöä, johtaisi tilanne parhaimmillaan pankkien ja kolmansien osapuolten väliseen yhteistyöhön. Yhteistyö tulisi hyödyttämään molempia osapuolia, sillä kuluttajat oletettavasti luottaisivat paremmin kolmanteen osapuoleen, jonka palvelua heidän oma pankkinsa aktiivisesti tarjoaa kuin sellaiseen kolmanteen osapuoleen, joka toimii markkinoilla itsenäisesti. Vastavuoroisesti pankit pystyisivät valikoitujen yhteistyökumppaneiden avulla tuottamaan asiakkailleen uudenlaisia innovatiivisia palveluita, joiden kehittämiseen pankkien ei itse tarvitse tehdä investointeja. Näin pankit estävät mahdollisen asiakaskadon, kun asiakassuhteen pääasiallinen hoitaminen tapahtuisi jatkossakin pankin tarjoaman sovelluksen kautta, jonne olisi liitetty kolmansien osapuolten tuottamia palveluita. Myös tietoturvan näkökulmasta yhteistyö olisi pankin kannalta järkevää, sillä pankki kykenisi paremmin varmistumaan siitä, miten kolmas osapuoli käyttää luovutettuja asiakastietoja ja miten kolmas osapuoli on huolehtinut tietoturvallisuudesta.

Suomessa ei ole ollut toiminnassa puhtaasti digitaalisia pankkeja, joiden läsnäolo ja jakelukanavat perustuisivat pelkkään sähköiseen asiointiin. Näin ollen suomalaiset kuluttajat ovat tottuneet siihen, että pankkiasiointi voidaan hoitaa pääsääntöisesti digitaalisesti, mutta mahdollisten ongelmien ilmaantuessa voidaan tarvittaessa asioida kivijalkapankin toimipisteessä. Kolmansien osapuolten kohdalla tätä mahdollisuutta ei kuitenkaan ole ja se saattaa aiheuttaa epävarmuutta kuluttajien keskuudessa ja siten vaikeuttaa kolmansien osapuolten tuottamien palveluiden käyttöönottoa.

Pienemmällä ja tuntemattomammalla palveluntarjoajalla saattaa olla vaikeampaa ansaita kuluttajien luottamusta juuri pienen kokonsa johdosta. Toisaalta suuret monikansalliset toimijat saattavat tuottamiensa pankkipalveluiden lanseerauksessa kaatua nimenomaisesti suureen kokoonsa. Kuluttajat ovat jo valmiiksi huolissaan siitä, kuinka paljon esimerkiksi Facebookilla on heistä tietoa: koulutus, asuinpaikka, ystäväpiiri, parisuhdehistoria ja kiinnostuksen kohteet näistä muutamina esimerkkeinä. Näin ollen kuluttajat eivät välttämättä halua lisätä tähän tietomassaan aihealuetta, jonka he ovat toistaiseksi pystyneet säilyttämään itsensä ja pankin välisenä varallisuus- ja kulutustietona.

Kuluttajien ollessa varsin passiivisia pankkipalveluiden ostajia, perustunee kolmansien osapuoliin liittyvät ostopäätökset pitkälti kuluttajan lähipiiristä saatuihin suosituksiin. Näin ollen kolmansien osapuolten tuottamien pankkipalveluiden käyttöönotossa kyseisten palveluiden käyttäjät tulevat olemaan merkittävässä roolissa palveluntuottajien tekemän markkinoinnin ohella. Näin kolmansien osapuolten ei kaikissa tapauksissa tarvitse rakentaa luottamusta oman palvelunsa ja potentiaalisen käyttäjän välille, vaan palvelun käyttöönotto voisi perustua myös potentiaalisen käyttäjän ja palvelua aktiivisesti käyttävän suosittelijan väliseen luottamukseen. Markkinointia tehostaakseen kolmansien osapuolten olisi järkevää kohdentaa markkinointiaan kaikkein potentiaalisimpaan kohderyhmään, joka tehdyn kyselytutkimuksen perusteella on nuorempi sukupolvi, erityisesti nuoret mieshenkilöt.

PSD2 velvoittaa pankkeja rajapintojen avaamiseen, jolla pyritään EU-tasolla kilpailun lisäämiseen ja maksupalveluiden uusien innovaatioiden kehittämisen tukemiseen. Open Bankingin ollessa säänneltyä, on pelisäännöt kaikille EU:ssa toimiville kolmansille osapuolille samat ja siten uusien pankkipalveluiden markkinoille tuleminen helpompaa. Mielienkiintoista on kuitenkin nähdä, tukeeko EU:n sääntely tosiasiallisesti uusien innovaatioiden syntyä markkinoilla, sillä sääntelykehikko kolmansia osapuolia kohtaan saatetaan kokea melko raskaana ja käytännön tasolla vaikeana toteuttaa. Siinä missä suuret toimijat ovat varmasti kykeneviä täyttämään kaikki sääntelyn asettamat kriteerit, saattavat innova-

tiivisen idean omaavat pienet yritykset kaatua palvelun lanseeraamisessa raskaalta tuntuvaan sääntöviidaksoon. Ääripäänä vertailuun voidaan ottaa Kiinan markkina, jossa Open Bankingin menestyksen katsotaan johtuvan nimenomaisesti sääntelyn puutteesta. Kiinassa mikä tahansa innovatiivisen idean omaava yritys on kykenevä tuomaan oman palvelunsa markkinoille ilman, että sen täytyy rekisteröityä viralliseksi maksupalveluiden tarjoajaksi ja samalla osoittaa rakentaneensa palveluunsa esimerkiksi varojen siirtojen valvontamekanismit väärinkäytösten havaitsemiseksi.

Useat eri Open Bankingia käsittelevät artikkelit nostavat esille tietojenvaihtoon liittyvät tietoturvariskit. Myös kyselytutkimus osoittaa, että kuluttajien keskuudessa yksi keskeisimmistä Open Bankingiin liittyvistä huolenaiheista liittyy nimenomaisesti tietoturvakysymyksiin. Open Bankingin menestyksen näkökulmasta ratkaisevaa onkin se, ajoittuisivatko mahdolliset tietomurrot Open Bankingin elinkaaren alkuvaiheeseen. Mikäli näin kävisi, se saattaisi vesittää Open Banking -pankkipalveluiden omaksumisen laajassa mittakaavassa tai ainakin hidastaa niiden käyttöönottoa. Mahdollisen tietomurron vahingoittavuus lienee pienempi tilanteessa, jossa Open Banking olisi jo ehtinyt muodostumaan osaksi kuluttajien arkea. Tästä esimerkkinä on nähtävissä Facebookin vuonna 2018 paljastunut massiivinen tietovuoto, josta uutisoitiin valtamedioissa maailmanlaajuisesti. Tietovuodosta huolimatta Facebook on maailmanlaajuisesti kerännyt kuitenkin lisää käyttäjiä sen sijaan, että käyttäjät olisivat jättäneet palvelun. Toisaalta kuluttajat saattaisivat kokea talouteen liittyvän tietomurron huomattavasti vakavampana rikkeenä kuin sosiaalisen median profiiliinsa kohdistuneen uhan. Tätä väittämää osittain tukee kyselytutkimuksen tulokset, joiden perusteella on nähtävissä, että kuluttajat ovat halukkaita jakamaan kolmansille osapuolille omia henkilötietojaan, mutta eivät pankkitietojaan. (Wong 2018, Statista 2019)

Kuten kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, suomalaiset kuluttajat eivät ole kovinkaan tietoisia Open Bankingista. Tuloksista on nähtävissä, että huolenaiheet Open Bankingia ja erityisesti tietoturvaa tai pankkitietojen kontrollointia kohtaan ovat pienempiä niiden kuluttajien keskuudessa, jotka ovat perehtyneet Open Bankingiin. Näin ollen uudenlaisten pankkipalveluiden laajan käyttöönoton näkökulmasta on erittäin tärkeää, että kuluttajien tietoisuutta uudennlaisesta pankkiasioinnin mahdollisuudesta lisätään. Viime kädessä kuluttajien tietoisuutta ei kuitenkaan tule mitata sillä, kuinka tietoisia kuluttajat ovat Open Bankingista termin tasolla vaan sillä, missä laajuudessa Open Bankingiin perustuvia pankkipalveluita otetaan kuluttajien keskuudessa käyttöön.

Open Banking tuo kuluttajille täysin uudenlaisia mahdollisuuksia seurata ja hoitaa omaa talouttaan. Parhaimmillaan Open Bankingiin perustuvat pankkipalvelut tuovat taloudenhal-

linnan osaksi kuluttajien päivittäistä elämää ja siten ne lisäävät kuluttajien yleistä talousosaamista. Suomessa yksityishenkilöiden maksuhäiriömerkinnät ovat olleet tasaisessa kasvussa koko 2010-luvun (Urpelainen 2019) ja Open Bankingin lisätessä yksityishenkilöiden talousosaamista, olisi kolmansien osapuolten tuottamilla palveluilla myös kansantaloudellinen vaikutus. Näin ollen Open Banking -pankkipalveluiden käyttöasteen nostamisen voitaisiin olettaa olevan muidenkin tahojen kuin vain kolmansien osapuolten intressissä.

6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Aiheen tutkiminen on ollut erittäin mielenkiintoista ja ajankohtaista, mutta Open Bankingin myötä markkinoille tulevien pankkipalveluiden tutkimus pitää sisällään paljon spekulatiota ja olettamuksia. Näin ollen tätä opinnäytetyötä vastaava tutkimus olisi syytä suorittaa uudelleen sen jälkeen, kun pankit ovat avanneet rajapintansa ja kolmansien osapuolten tuottamia palveluita on kuluttajien saatavilla.

Työstä on rajattu pois tietojen jakamiseen tarkoitettujen ohjelmistorajapintojen tarkemmat tekniset kuvaukset ja prosessit. Yksi jatkotutkimusaihe voisi keskittyä juurikin ohjelmistorajapintoihin erityisesti tietoturvan näkökulmasta.

Tämän opinnäytetyön tulokset on ensisijaisesti esitetty kolmansien osapuolten näkökulmasta, jotta kolmannet osapuolet voisivat huomioida saatuja tuloksia Open Bankingiin perustuvien pankkipalveluiden suunnittelussa. Vaikkakin työ sisältää jonkin verran myös pankkien näkökulmaa, olisi uutta kilpailuasetelmaa mielenkiintoista tutkia myös pankkien asemasta. Erityisen kiintoisaa olisi tutkia sitä, kokevatko pankit kolmannet osapuolet uhkana ja pyrkisivätkö ne kenties mahdollisuuksien mukaan vaikeuttamaan kolmansien osapuolten markkinoille etabloitumista vai näkevätkö pankit kolmannet osapuolet mahdollisina yhteistyökumppaneina entistä parempien pankkipalveluiden tuottamisessa.

Viimeinen jatkotutkimusehdotus keskittyy EU:n sääntelyyn. Tässä työssä on esitelty muutama havainto PSD2:n ja GDPR:n yhtymäkohdista ja potentiaalisista ristiriitaisuuksista. Aihepiiriä olisi kuitenkin syytä tutkia laajemminkin ja tarkastella sitä, joudutaanko esimerkiksi PSD2:ta paikkaamaan sen jälkeen voimaan tulleen GDPR:n asettamien vaatimusten vuoksi tai asettaako GDPR hiljaiseen osapuoleen liittyvien tietojen vuoksi tiliotepalvelun tarjoajien toiminnalle lisävelvoitteita. Lisäksi on mielenkiintoista nähdä, missä vaiheessa ja miten EU tulee ottamaan kantaa siihen, mitkä ovat PSD2:n nojalla arkaluonteisiksi maksutiedoiksi luokiteltavia tietoja, joita pankit eivät saa jakaa kolmansille osapuolille. Toiseksi pankit joutuvat pitkälti itse arvioimaan, mitkä pankkitiedot ovat arkaluonteisia,

mikä puolestaan saattaa johtaa pankkien ylivarovaisuuteen tietojen luovuttamisessa kolmansille osapuolille.

Lähteet

- Accenture 2018, , *UK Financial Services Customer Survey 2018*. Available: https://www.accenture.com/t00010101T000000Z_w_/gb-en/acnmedia/PDF-78/Accenture-2018-UK-Financial-Services-Customer-Survey.pdf#zoom=50 [2019, Jan 15,].
- Atrila, S. 2018, Apr 12,-last update, *PSD2 - Ajankohtaiskatsaus*. Available: https://www.suomenpankki.fi/globalassets/fi/raha-ja-maksaminen/maksujarjestelmat/suomen-pankki-katalystina-maksuneuvosto/mn10_psd2_ajankohtaiskatsaus.pdf [2018, Feb 11,].
- Atrila, S. 2017, Apr 5,-last update, *PSD2 Keskeiset muutokset maksupalvelulainsäädäntöön*. Available: https://www.suomenpankki.fi/globalassets/psd2_maksuneuvostoesitys_05042017_valmis.pdf [2018, Nov 1,].
- Beckett, A., Hewer, P. & Howcroft, B. 2000, "An exposition of consumer behaviour in the financial services industry", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 18, no. 1, pp. 15-26.
- Boms, S. 2018, Sep 21,-last update, *BankThink U.S. way behind the curve on open banking*. Available: <https://www.americanbanker.com/opinion/us-way-behind-the-curve-on-open-banking> [2019, Apr 9,].
- CapitalOne S.a.-last update, *How Do Credit Cards Work?*. Available: <https://www.capitalone.com/credit-cards/blog/how-credit-cards-work/> [2018, Nov 1,].
- Chandran, S. 2017, Jul,-last update, *Open banking: implications and risks*. Available: <https://www.financierworldwide.com/open-banking-implications-and-risks#.XKiQMpgzY2w> [2019, Apr 6,].
- Country Monitor 2007, May 7,-last update, *Payment services directive cleared* [Homepage of The Economist Intelligence Unit N.A., Incorporated], [Online]. Available: <https://ezproxy.haaga-helia.fi:3401/asianeuropeanbusiness/docview/201749323/fulltext/21177865A20A4ECDPQ/1?accountid=27436> [2018, Oct 2,].
- Deloitte 2017, Aug 7,-last update, *PSD2 and GDPR - friends or foes?*. Available: <https://blogs.deloitte.co.uk/financialservices/2017/08/psd2-and-gdpr-friends-or-foes.html> [2019, May 5,].
- Deutsche Bank 2016, Sep,-last update, *Payment Services Directive 2*. Available: http://cib.db.com/docs_new/White_Paper_Payments_Services_Directive_2.pdf [2019, Apr 7,].
- Ehrlich, E. & Fanelli, D. 2012, *Financial Services Marketing Handbook : Tactics and Techniques That Produce Results*, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Ennew, C. & Waite, N. 2013, *Financial services marketing : an international guide to principles and practice*, 2nd ed edn, Routledge, Abingdon.
- Ernst & Young 2018, Dec 17,-last update, *How China's open banking experiment is unfolding*. Available: https://www.ey.com/en_gl/banking-capital-markets/how-chinas-open-banking-experiment-is-unfolding [2019, Apr 9,].

- Ernst & Young 2017, , *Payment Services Directive 2 for FinTech and Payment Service Providers*. Available: https://www.hvglaw.nl/wp-content/uploads/publications_nl/HVG-payment-services-directive-2-june-2018.pdf [2018, Nov 19,].
- Ernst & Young 2016, , *The relevance challenge: What retail banks must do to remain in the game*. Available: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-relevance-survey/\\$FILE/ey-global-consumer-banking-relevance-survey.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-relevance-survey/$FILE/ey-global-consumer-banking-relevance-survey.pdf) [2019, Jan 10,].
- Ernst & Young 2012, , *The customer takes control, Global Consumer Banking Survey 2012*. Available: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-survey-2012/\\$FILE/ey-global-consumer-banking-survey-2012.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-survey-2012/$FILE/ey-global-consumer-banking-survey-2012.pdf) [2019, Jan 15,].
- Eur-Lex 2018, Aug 30,-last update, *Fees for card-based payments*. Available: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:24040603_1&from=EN [2018, Oct 10,].
- EUR-Lex 2016, May 24,-last update, *Payment services in the EU*. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l33226&from=FI> [2018, Oct 2,].
- Euroopan keskuspankki 2018, Sep,-last update, *Payments Statistics (full report)* [Homepage of Euroopan keskuspankki], [Online]. Available: <http://sdw.ecb.europa.eu/servlet/desis?node=1000004051> [2018, Sep 16,].
- Euroopan komissio 2018a, Mar 13,-last update, *KOMMISSION DELEGOITU ASETUS (EU) 2018/389, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2015/2366 täydentämisestä asiakkaan vahvaa tunnistamista sekä yhteisiä ja turvallisia avoimia viestintästandardeja koskevilla teknisillä sääntelystandardeilla*. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0389&from=FI> [2019, Apr 6,].
- Euroopan komissio 2018b, Jan 12,-last update, *Maksupalvelut: Edullisemmat, turvallisemmat ja innovatiivisemmat sähköiset maksut kuluttajien hyödyksi*. Available: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-141_fi.htm [2019, Apr 10,].
- Euroopan komissio 2018c, Jan 12,-last update, *Payment Services Directive: frequently asked questions*. Available: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5793_en.htm?locale=en [2018, Sep 29,].
- Euroopan komissio 2017, Nov 27,-last update, *Payment Services Directive (PSD2): Regulatory Technical Standards (RTS) enabling consumers to benefit from safer and more innovative electronic payments*. Available: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-4961_en.htm [2019, Apr 10,].
- Euroopan komissio 2015, Jun 1,-last update, *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT SUMMARY OF THE IMPACT ASSESSMENT Accompanying the document Proposal for a directive of the European parliament and of the Council on payment services in the internal market and amending Directives 2002/65/EC, 2013/36/UE and 2009/110/EC and repealing Directive 2007/64/EC and Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on interchange fees for card-based payment transactions*. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013SC0289&from=EN> [2018, Oct 1,].

- Euroopan komissio 2013a, Jul 24,-last update, *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT IMPACT ASSESSMENT Accompanying the document Proposal for a directive of the European parliament and of the Council on payment services in the internal market and amending Directives 2002/65/EC, 2013/36/EU and 2009/110/EC and repealing Directive 2007/64/EC and Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on interchange fees for card-based payment transactions* [Homepage of Euroopan komissio], [Online]. Available: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:906ed6d3-f509-11e2-a22e-01aa75ed71a1.0001.04/DOC_1&format=PDF [2018, Oct 1,].
- Euroopan komissio 2013b, Jul 24,-last update, *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT IMPACT ASSESSMENT Accompanying the document Proposal for a directive of the European parliament and of the Council on payment services in the internal market and amending Directives 2002/65/EC, 2013/36/EU and 2009/110/EC and repealing Directive 2007/64/EC and Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on interchange fees for card-based payment transactions.* Available: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:906ed6d3-f509-11e2-a22e-01aa75ed71a1.0001.04/DOC_2&format=PDF [2018, Oct 1,].
- Euroopan komissio 2007, Nov 13,-last update, *Payment services (PSD 1) - Directive 2007/64/EC - Law details.* Available: https://ec.europa.eu/info/law/payment-services-psd-1-directive-2007-64-ec/law-details_en [2018, Oct 1,].
- Euroopan komissio S.a.-last update, *Payment services.* Available: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/consumer-finance-and-payments/payment-services/payment-services_en [2018, Oct 1,].
- Euroopan parlamentti ja neuvosto 2015, Dec 23,-last update, *EUROOPAN PARLAMENTIN JA NEUVOSTON DIREKTIIVI (EU) 2015/2366 maksupalveluista sisämarkkinoilla, direktiivien 2002/65/EY, 2009/110/EY ja 2013/36/EU ja ase-tuksen (EU) N:o 1093/2010 muuttamisesta sekä direktiivin 2007/64/EY kumoamisesta.* Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32015L2366&from=EN> [2018, Sep 10,].
- Euroopan parlamentti ja neuvosto 2007, Dec 5,-last update, *DIRECTIVE 2007/64/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 13 November 2007 on payment services in the internal market amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC.* Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007L0064&from=EN>.
- European Banker 2006, Apr 1,-last update, *New EU directive aims for harmonised payment rules* [Homepage of Lafferty Ltd], [Online]. Available: <https://ezproxy.haaga-heilia.fi:3401/asianeuropeanbusiness/docview/231044522/5804CDFCA6754899PQ/1?accountid=27436> [2018, Oct 9,].
- European Banking Federation 2016, Sep,-last update, *Guidance for implementation of the revised Payment Services Directive.* Available: https://www.betalvereniging.nl/wp-content/uploads/EBF_PSD2_guidance_september2016.pdf [2019, Apr 7,].
- European Payments Council S.a.-last update, *Understanding the Final Regulatory Technical Standards for Strong Customer Authentication and Common and Secure Open Standards of Communication Under PSD2.* Available: https://www.europeanpaymentscouncil.eu/sites/default/files/infographic/2018-04/rts-info-graphic_April%202018.pdf [2019, Apr 10,].

- Eurostat 2018, Jul 10,-last update, *EU population up to nearly 513 million on 1 January 2018*. Available: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9063738/3-10072018-BP-EN.pdf/ccdfc838-d909-4fd8-b3f9-db0d65ea457f> [2019, Apr 7,].
- Feinstein, E. 2017, Jun 29,-last update, *PSP 101: What Is a Payment Service Provider?*. Available: <https://blog.directpay.online/payment-service-provider> [2018, Nov 1,].
- Financial Conduct Authority 2017, Dec 8,-last update, *Account information and payment initiation services*. Available: <https://www.fca.org.uk/consumers/account-information-and-payment-initiation-services> [2018, Nov 19,].
- Finanssiala ry 2018a, Jan 11,-last update, *Kysymyksiä ja vastauksia toisesta maksupalveludirektiivistä (PSD2)*. Available: <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/QA-Toinen-maksupalveludirektiivi.aspx> [2018, Jul 10,].
- Finanssiala ry 2018b, Jan 11,-last update, *Uudet maksupalvelut tulevat kuluttajille asteittain*. Available: <http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Uudet-maksupalvelut-tulevat-kuluttajille-asteittain.aspx> [2018, Sep 19,].
- Finanssivalvonta 2018a, Oct 2,-last update, *Maksulaitosten ja sähkörahayhteisöjen toimiluvat ja rekisteröinnit*. Available: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Toimiluvat/maksulaitokset/Pages/Default.aspx> [2018, Oct 30,].
- Finanssivalvonta 2018b, Aug 27,-last update, *Maksupalvelun tarjoajat*. Available: <https://www.finanssivalvonta.fi/pankki/maksupalvelun-tarjoajat/> [2019, Feb 11,].
- Finanssivalvonta 2018c, Aug 31,-last update, *Mitä ovat maksupalvelut?*. Available: <https://www.finanssivalvonta.fi/kuluttajansuoja/kysymyksia-ja-vastauksia/maksupalvelut/> [2019, Feb 11,].
- Finanssivalvonta 2018d, Dec 18,-last update, *Uusi maksupalveludirektiivi – Payment Services Directive, PSD2*. Available: <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykonaisuuudet/psd2/> [2019, Jan 10,].
- Fontaine, P. 2018, *Europe in 12 lessons*, European Commission, Brussels.
- Fontinelle, A. 2017, Feb 23,-last update, *DEFINITION of 'Open Banking'*. Available: <https://www.investopedia.com/terms/o/open-banking.asp> [2018, Jun 13,].
- Global Banking & Finance Review 2018, Aug 18,-last update, *Potential Threats of Open Banking*. Available: <https://www.globalbankingandfinance.com/potential-threats-of-open-banking/> [2019, Apr 6,].
- Grym, A. 2016, Nov 4,-last update, *Digitalisaatio ja FinTech – minkälainen ympäristö Suomi on?*. Available: https://www.suomenpankki.fi/globalassets/fi/raha-ja-maksaminen/maksujarjestelmat/suomen-pankki-katalystina-maksuneuvosto/mn07_digitalisaatio_ja_fintech_suomessa.pdf [2018, Sep 19,].
- Heikkilä, T. 2014, *Tilastollinen tutkimus*, [9. uudistettu painos] edn, Edita, Helsinki.
- Jacobs, H. 2018, Apr 15,-last update, *One photo shows that China is already in a cashless future*. Available: <https://nordic.businessinsider.com/alipay-wechat-pay-china-mobile-payments-street-vendors-musicians-2018-5?r=US&IR=T> [2019, Apr 9,].

- Järvinen, R.A. 2014, "Consumer trust in banking relationships in Europe", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 32, no. 6, pp. 551-566.
- Lämsä, P. & Sommarbeg, L. 2017, Mar 30,-last update, *Account Information Service Providers will change banking forever*. Available: <https://moni.com/company/account-information-service-providers-will-change-banking-forever/> [2018, Nov 26,].
- Lee, J. & Marlowe, J. 2003, "How consumers choose a financial institution: decision-making criteria and heuristics", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 21, no. 2, pp. 53-71.
- Lempka, R. & Stallard, P.D. 2013, *Next Generation Finance : Adapting the Financial Services Industry to Changes in Technology, Regulation and Consumer Behaviour*, Hariman House, Hampshire.
- Open Banking a, S.a.-last update, *Background to Open Banking*. Available: <https://www.openbanking.org.uk/wp-content/uploads/What-Is-Open-Banking-Guide.pdf> [2018, Nov 1,].
- Open Banking b, S.a.-last update, *What is Open Banking?*. Available: <https://www.openbanking.org.uk/customers/what-is-open-banking/> [2018, Nov 1,].
- Orton-Jones, C. 2018, Sep 6,-last update, *Fighting fraud in open banking*. Available: <https://www.raconteur.net/risk-management/fighting-fraud-open-banking> [2019, Apr 6,].
- Paytrail 2018, , *Verkkokauppa Suomessa 2018*. Available: https://www.pay-trail.com/hubfs/Paytrail_Verkkokauppa_Suomessa_2018.pdf [2019, Feb 26,].
- PricewaterhouseCoopers a, S.a.-last update, *PSD2 pähkinänkuoressa - Markkinat ja implementointiaikataulu*. Available: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2185773/Julkaisut/PSD2_liite1_markkinat_ja_implementointiaikataulu.pdf [2018, Oct 15,].
- PricewaterhouseCoopers b, S.a.-last update, *PSD2 pähkinänkuoressa - Pankkien ja maksupalveluiden tarjoajien roolit: miten tilanne saattaa kehittyä tulevaisuudessa?*. Available: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2185773/Julkaisut/PSD2_liite5_maksupalvelumarkkinoiden_roolit.pdf [2018, Oct 15,].
- Riikkinen, M. 2018, *Fintech-tutkija*. Tampereen Yliopisto. Haastattelu. Helsinki.
- Ruotsila, I. 2016, May 18,-last update, *Uusi maksupalveludirektiivi (PSD2) mullistaa pankkialaa*. Available: <https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/accenture/uusi-maksupalveludirektiivi-psd2-mullistaa-pankkialaa/b26ab787-4b9b-387c-951e-4f3fa7d45a14> [2018, Jun 13,].
- Statista 2019, Apr,-last update, *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2019 (in millions)*. Available: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> [2019, May 3,].
- Suomen Pankki S.a.-last update, *Maksuliiketilastot*. Available: <https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/maksuliiketilastot/taulukot/> [2019, Apr 23,].

- Tietosuojavaltuutetun toimisto a, S.a.-last update, *Mikä on henkilötieto?*. Available: <https://tietosuoja.fi/mika-on-henkilotieto> [2019, May 5,].
- Tietosuojavaltuutetun toimisto b, S.a.-last update, *Milloin henkilötietoja saa käsitellä?*. Available: <https://tietosuoja.fi/kasittelyperusteet#rekisteroidyn-suostumus> [2019, May 5,].
- Tietosuojavaltuutetun toimisto c, S.a.-last update, *Usein kysyttyä EU:n tietosuoja-asetuksesta*. Available: <https://tietosuoja.fi/gdpr> [2019, May 4,].
- Tilastokeskus 2018, , *Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestörakenne [verkkojulkaisu]*. ISSN=1797-5379. 2018. Helsinki. Available: http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2018/vaerak_2018_2019-03-29_tie_001_fi.html [2019, Apr 23,].
- Tilastokeskus 2017, Nov 22,-last update, *Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]*. ISSN=2341-8699. 13 2017, 2. Internetin käyttö mobiililaitteilla . Helsinki. Available: https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_002_fi.html [2019, Feb 26,].
- Turunen, J. 2017, Mar 9,-last update, *Open Banking tulee - mitä se tarkoittaa?* [Homepage of Nordea], [Online]. Available: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2017/2017-03-09-open-banking-tulee.html> [2018, Sep 20,].
- U.S. Department of the Treasury 2018, Jul,-last update, *A Financial System That Creates Economic Opportunities Nonbank Financials, Fintech, and Innovation*. Available: https://home.treasury.gov/sites/default/files/2018-08/A-Financial-System-that-Creates-Economic-Opportunities---Nonbank-Financials-Fintech-and-Innovation_0.pdf [2019, Apr 9,].
- Urpelainen, A. 2019, Apr 4,-last update, *Maksuhäiriöisten henkilöiden määrä paisui jälleen – Suomalaisista aikuisista jo yli 8 prosentilla on maksuhäiriömerkintöjä*. Available: <https://www.talouselama.fi/uutiset/maksuhairioisten-henkiloiden-maara-paisui-jalleen-suomalaisista-aikuisista-jo-yli-8-prosentilla-on-maksuhairiomerkitointoja/dc96bbb7-f77d-3474-85f2-3e1fbe867964> [2019, May 4,].
- Valtiovarainministeriö S.a.-last update, *Maksujärjestelmät*. Available: <https://vm.fi/maksujarjestelmat> [2019, Apr 9,].
- van der Kroft, J. & Kuijsten, P. 2019, Feb 13,-last update, *How banks can balance GDPR and PSD2*. Available: https://www.ey.com/en_gl/banking-capital-markets/how-banks-can-balance-gdpr-and-psd2 [2019, May 4,].
- Williams-Grut, O. 2018, Jan 10,-last update, *An invisible banking reform that 'could fundamentally change how we manage our money' is days away*. Available: <https://nordic.businessinsider.com/open-banking-explained-2018-1?r=UK&IR=T> [2018, Nov 1,].
- Wong, J.C. 2018, Sep 29,-last update, *Facebook says nearly 50m users compromised in huge security breach*. Available: <https://www.theguardian.com/technology/2018/sep/28/facebook-50-million-user-accounts-security-breach> [2019, May 3,].

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake



Arvoisa vastaaja,

Kyselyllä kartoitetaan kuluttajien tottumuksia arkisten pankkipalveluiden käyttämisestä, kuten verkkopankin sekä erilaisten maksuvälineiden käyttöä. Lisäksi kyselyn avulla selvitetään, miten kuluttajat suhtautuisivat pankkipalveluiden käyttöön, mikäli palvelut olisivat kolmannen osapuolen tuottamia.

Kysely on osa liiketalouden opintojen opinnäytetyötä. Kaikki vastaukset ovat anonymoivia.

Kysely koostuu kolmesta osiosta ja vastaamiseen menee aikaa noin 5 minuuttia.

Kiitos paljon ajastanne!

1. Sukupuoli

- ☐ Mies
- ☐ Nainen

2. Ikä

3. Miten hoidat laskujen maksamisen ja tilisiirrot pääsääntöisesti?

- ☐ Verkkopankissa
- ☐ Pankin mobiilisovelluksella
- ☐ Pankin konttorissa
- ☐ Muu, mikä? _____

4. Miten maksat ostokset ja palvelut pääsääntöisesti?

- ☐ Käteisellä
- ☐ Maksukortilla
- ☐ E-lompakolla (esim. Apple Pay, Mobile Pay, PayPal)
- ☐ Muu, mikä? _____

5. Kuinka usein kirjaudut verkkopankkiin?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Muutaman kerran viikossa
- ☐ Kerran viikossa
- ☐ Muutaman kerran kuukaudessa
- ☐ Kerran kuukaudessa
- ☐ Harvemmin kuin kerran kuukaudessa
- ☐ En käytä sähköisiä asiointipalveluita

6. Kuinka usein kirjaudut pankin mobiilisovellukseen?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Muutaman kerran viikossa
- ☐ Kerran viikossa
- ☐ Muutaman kerran kuukaudessa
- ☐ Kerran kuukaudessa
- ☐ Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

7. Oletko viimeisen kuukauden aikana suorittanut vähintään yhden maksutapahtuman myyjän/palveluntarjoajan verkkokaupassa?

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

8. Mielikuvasi verkkokaupan maksuvaihtoehtoista (voit valita useamman vaihtoehdon)

	Nopea	Helppokäyttöinen	Turvallinen	Ei mikään edellä mainituista
Tilisiirto verkkopankissa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maksukortti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobiilisovellus (esim. Mobile Pay)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-lompakko (esim. Apple Pay, PayPal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Onko sinulla käyttö- ja/tai säästötili useammassa eri pankissa?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

10. Kuinka monessa pankissa sinulla on käyttö- ja/tai säästötili?

- ☐ Kahdessa eri pankissa
- ☐ 3-4:ssä eri pankissa
- ☐ 5:ssä tai useammassa pankissa

11. Toivoisitko, että eri tilisi olisivat hallinnoitavissa yhdessä sovelluksessa?

Tällaisen sovelluksen avulla tilit olisivat hallinnoitavissa (esim. tilisiirrot toteutettavissa ja tilien saldot nähtävissä) samassa paikassa riippumatta siitä, missä pankissa tilit ovat.

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

12. Millä tavoin pääsääntöisesti siirrät varoja perheenjäsenille ja ystäville?

- ☐ Verkkopankissa
- ☐ Pankin mobiilisovelluksella
- ☐ Käteisellä
- ☐ E-lompakolla (esim. Apple Pay, Mobile Pay, PayPal)
- ☐ Muu, mikä? _____

13. Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille tunnetun teknologiayrityksen palvelun (esim. Google Gmailin tai Microsoft Outlookin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua?

Huom! Palvelun käyttöönotto vaatisi sinulta valtuutuksen pankkitietojesi jakamiseen kyseiselle teknologiayritykselle.

- ☐ Käyttäisin kyseistä palvelua
- ☐ Mahdollisesti käyttäisin kyseistä palvelua
- ☐ Todennäköisesti en käyttäisi kyseistä palvelua
- ☐ En käyttäisi kyseistä palvelua
- ☐ En osaa sanoa

14. Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille sosiaalisen median alustan (esim. Facebook Messengerin tai WhatsAppin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua?

Huom! Palvelun käyttöönotto vaatisi sinulta valtuutuksen pankkitietojesi jakamiseen kyseiselle sosiaalisen median toimijalle.

- ☐ Käyttäisin kyseistä palvelua
- ☐ Mahdollisesti käyttäisin kyseistä palvelua
- ☐ Todennäköisesti en käyttäisi kyseistä palvelua
- ☐ En käyttäisi kyseistä palvelua
- ☐ En osaa sanoa

15. Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos tietäisit varmuudella saavasi sen johdosta taloudellista hyötyä, esimerkiksi parempien lainakorkojen tai sijoitustuottojen muodossa?

Kolmannella osapuolella tarkoitetaan mitä tahansa muuta yritystä tai toimijaa, kuin omaa pankkiasi.

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

16. Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos saisit sen johdosta ostohistoriaasi perustuvia henkilöityjä suosituksia ja tarjouksia?

Kolmannella osapuolella tarkoitetaan mitä tahansa muuta yritystä tai toimijaa, kuin omaa pankkiasi.

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

17. Millaiselle kolmannelle osapuolelle olisit valmis jakamaan pankkitietojasi? (voit valita useamman vaihtoehdon)

Kolmannella osapuolella tarkoitetaan mitä tahansa muuta yritystä tai toimijaa, kuin omaa pankkiasi.

- ☐ Muulle pankille
- ☐ Tunnetulle teknologiayritykselle (esim. Google, Apple)
- ☐ Sosiaalisen median toimijalle (esim. Facebook, LinkedIn)
- ☐ Matkapuhelinoperaattorille
- ☐ Maksukorttiyhtiölle (esim. Mastercard, Visa)
- ☐ Verkkokaupalle (esim. Amazon, Ebay)
- ☐ Muu, mikä? _____
- ☐ En jakaisi pankkitietojani kolmannelle osapuolelle

18. Mitä tietoja olisit valmis jakamaan kolmannelle osapuolelle? (voit valita useamman vaihtoehdon)

Kolmannella osapuolella tarkoitetaan mitä tahansa muuta yritystä tai toimijaa, kuin omaa pankkiasi.

- ☐ Nimi
- ☐ Puhelinnumero
- ☐ Osoite
- ☐ Pankkitilin saldo
- ☐ Tilitapahtumat
- ☐ Tiedot lainoista
- ☐ Tiedot maksukorteista
- ☐ Tiedot sijoituksista
- ☐ Muu, mikä? _____
- ☐ En jakaisi mitään edellä mainituista

19. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi?

	Jakaisin	Todennäköisesti jakaisin	Todennäköisesti en jakaisi	En jakaisi
Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelulle, joka antaa minulle suosituksia paremmilla ehdoilla olevista pankkituotteista/pankkipalveluista, joita minulla on tälläkin hetkellä käytössä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelulle, joka seuraa talouttani ja antaa sitä koskevia ilmoituksia (esim. ilmoitus siitä, että kuluvan kuukauden aikana olen jo käyttänyt ravintolapalveluihin suuremman summan kuin edellisinä kuukausina keskimäärin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Mikä on käsityksesi Open Bankingistä?

- ☐ En ole koskaan kuullut termiä Open Banking
- ☐ Olen kuullut termin, mutta en tiedä mitä se tarkoittaa
- ☐ Olen lukenut tai muuten perehtynyt aiheeseen, mutta en vielä täysin ymmärrä sen merkitystä
- ☐ Tiedän melko hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa
- ☐ Tiedän erittäin hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa

21. Open Banking tarkoittaa seuraavia asioita:

	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	En osaa sanoa
Olen vähemmän riippuvainen omasta pankistani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan itselleni entistä yksilöidympiä pankkipalveluita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säästän rahaa pankkipalveluissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paremmat ehdot (esim. säästötilin tai lainan korko)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouteni hallinta on helpompaa ja nopeampaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloudelliset väärinkäytökset yleistyvät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pankkitietoni ovat heikommin kontrolloitavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Huolenaiheeni Open Banking -palveluiden käyttöönottoon liittyen (voit valita useamman vaihtoehdon):

☐ Minulla ei ole huolenaiheita

☐ Pankkitietojen turvallisuus/tietoturva

☐ En luota kolmansiin osapuoliin

☐

En ymmärrä Open Bankingin tuomaa hyötyä riittävän selkeästi, jotta olisin valmis jakamaan pankki tietojani

☐ En koe Open Bankingin tuovan lisäarvoa nykyiseen tapaan hoitaa pankkiasioita

☐ Muu, mikä? _____

Liite 2. Kyselyn tulokset

Taulukko 1. Vastaajien sukupuoli

	n	%
Mies	102	31,3
Nainen	224	68,7
Yhteensä	326	100

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma

Ikäryhmä	18 - 24	25 - 31	32 - 38	39 - 45	46 - 52	53 - 59	60 -	Yhteensä
Vastaajien määrä	16	115	66	57	23	33	14	324
Prosenttia vastaajista	4,9	35,5	20,4	17,6	7,1	10,2	4,3	100

Vanhin vastaaja 76 vuotta

Nuorin vastaaja 18 vuotta

Vastaajien keski-ikä 28 vuotta

n = 324

Taulukko 3. Vastaajien pääsääntöinen tapa hoitaa laskujen maksaminen

	n	%
Verkkopankissa	131	40,3
Pankin mobiilisovelluksella	193	59,4
Pankin konttorissa	0	0,0
Muu, mikä? *	1	0,3
Yhteensä	325	100

* Muu: Mobiilipankissa sekä verkkopankissa

Taulukko 4. Vastaajien pääsääntöinen tapa hoitaa ostosten ja palveluiden maksaminen

	n	%
Käteisellä	8	2,5
Maksukortilla	307	94,5
E-lompakolla (esim. Apple Pay, Mobile Pay, PayPal)	10	3,1
Muu, mikä?	0	0,0
Yhteensä	325	100

Taulukko 5. Vastaajien kirjautumistiheys verkkopankkiin

	n	%
Päivittäin	29	8,9
Muutaman kerran viikossa	83	25,5
Kerran viikossa	40	12,3
Muutaman kerran kuukaudessa	83	25,5
Kerran kuukaudessa	40	12,3
Harvemmin kuin kerran kuukaudessa	50	15,3
En käytä sähköisiä asiointipalveluita	1	0,3
Yhteensä	326	100

Taulukko 6. Vastaajien kirjautumistiheys mobiilipankkiin

	n	%
Päivittäin	114	35,1
Muutaman kerran viikossa	119	36,6
Kerran viikossa	25	7,7
Muutaman kerran kuukaudessa	22	6,8
Kerran kuukaudessa	3	0,9
Harvemmin kuin kerran kuukaudessa	42	12,9
Yhteensä	325	100

Taulukko 7. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Oletko viimeisen kuukauden aikana suorittanut vähintään yhden maksutapahtuman myyjän/palveluntarjoajan verkko-kaupassa?

	n	%
Kyllä	273	83,7
En	40	12,3
En osaa sanoa	13	4,0
Yhteensä	326	100

Taulukko 8. Kuluttajien mielikuva verkkokaupan maksuvaihtoehdoista

		Nopea	Helppokäyttöinen	Turvallinen	Ei mikään edellä mainituista	Yhteensä
Tilisiirto verkko-pankissa	n	127	160	160	23	470
	%	27,0	34,0	34,0	4,9	100
Maksukortti	n	146	170	100	40	456
	%	32,0	37,3	21,9	8,8	100
Mobiilisovellus (esim. Mobile Pay)	n	180	165	91	51	487
	%	37,0	33,9	18,7	10,5	100
E-lompakko (esim. Apple Pay, PayPal)	n	100	90	61	113	364
	%	27,5	24,7	16,8	31,0	100

n = 273

Taulukko 9. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Onko sinulla käyttö- ja/tai säästötili useammassa eri pankissa?

	n	%
Kyllä	160	49,1
Ei	166	50,9
Yhteensä	326	100

Taulukko 10. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Kuinka monessa pankissa sinulla on käyttö- ja/tai säästötili?

	n	%
Kahdessa eri pankissa	120	75,0
3-4:ssä eri pankissa	36	22,5
5:ssä tai useammassa pankissa	4	2,5
Yhteensä	160	100

Taulukko 11. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Toivoisitko, että eri tilisi olisivat hallinnoitavissa yhdessä sovelluksessa?

	n	%
Kyllä	101	63,1
En	37	23,1
En osaa sanoa	22	13,8
Yhteensä	160	100

Taulukko 12. Vastaajien pääsääntöinen tapa siirtää varoja ystäville ja perheenjäsenille

	n	%
Verkkopankissa	82	25,2
Pankin mobiilisovelluksella	142	43,7
Käteisellä	8	2,5
E-lompakolla (esim. Apple Pay, Mobile Pay, PayPal)	90	27,7
Muu, mikä? *	3	0,9
Yhteensä	325	100

* Muut mainitut siirtotavat olivat 2 x Siirto ja 1 x OP Pivo

Taulukko 13. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille tunnetun teknologiayrityksen palvelun (esim. Google Gmailin tai Microsoft Outlookin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua?

	n	%
Käyttäisin kyseistä palvelua	10	3,1
Mahdollisesti käyttäisin kyseistä palvelua	67	20,6
Todennäköisesti en käyttäisi kyseistä palvelua	119	36,5
En käyttäisi kyseistä palvelua	111	34,0
En osaa sanoa	19	5,8
Yhteensä	326	100

Taulukko 14. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille sosiaalisen median alustan (esim. Facebook Messengerin tai WhatsAppin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua?

	n	%
Käyttäisin kyseistä palvelua	14	4,3
Mahdollisesti käyttäisin kyseistä palvelua	53	16,3
Todennäköisesti en käyttäisi kyseistä palvelua	95	29,1
En käyttäisi kyseistä palvelua	151	46,3
En osaa sanoa	13	4,0
Yhteensä	326	100

Taulukko 15. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos tietäisit varmuudella saavasi sen johdosta taloudellista hyötyä, esimerkiksi parempien lainakorkojen tai sijoitustuottojen muodossa?

	n	%
Kyllä	97	29,8
En	159	48,8
En osaa sanoa	70	21,5
Yhteensä	326	100

Taulukko 16. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos saisit sen johdosta ostohistoriaasi perustuvia yksilöityjä suosituksia ja tarjouksia?

	n	%
Kyllä	41	12,6
En	248	76,1
En osaa sanoa	37	11,3
Yhteensä	326	100

Taulukko 17. Millaisille kolmansille osapuolille vastaajat olisivat valmiita luovuttamaan pankkitietojaan

	n	%
Muulle pankille	173	53,1
Tunnetulle teknologiayritykselle (esim. Google, Apple)	46	14,1
Sosiaalisen median toimijalle (esim. Facebook, LinkedIn)	8	2,5
Matkapuhelinoperaattorille	33	10,1
Maksukorttiyhtiölle (esim. Mastercard, Visa)	151	46,3
Verkkokaupalle (esim. Amazon, Ebay)	36	11,0
Muu, mikä? *	5	1,5
En jakaisi pankkitietojani kolmannelle osapuolelle	128	39,3

n = 326

* Muina kolmansina osapuolina vastaajat mainitsivat Viranomaiset, Päivittäistavarakau-
pan, TransferWisen sekä Varainhoitopalveluita tarjoavan luotettavan toimijan, kuten esi-
merkiksi esim. Mandatum Lifen.

Taulukko 18. Mitä tietoja vastaajat olisivat valmiita jakamaan kolmansille osapuolille

	n	%
Nimi	219	67,2
Puhelinnumero	171	52,5
Osoite	139	42,6
Pankkitilin saldo	38	11,7
Tilitapahtumat	36	11,0
Tiedot lainoista	63	19,3
Tiedot maksukorteista	81	24,8
Tiedot sijoituksista	45	13,8
Muu, mikä? *	5	1,5
En jakaisi mitään edellä mainituista	98	30,1

n = 326

* Muina jaettavina tietoina vastaajat mainitsivat: Tilinumeron, sähköpostiosoitteen sekä
omat tulot/menot

Taulukko 19. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi?

		Ja- kaisin	Todennäköi- sesti jakaisin	Todennäköi- sesti en ja- kaisi	En ja- kaisi	Yh- teensä
Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman soveluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset)	n	35	96	93	101	325
	%	10,8	29,5	28,6	31,1	100
Palvelulle, joka antaa minulle suosituksia paremmilla ehdoilla olevista pankkituotteista/pankkipalveluista, joita minulla on tälläkin hetkellä käytössä	n	18	86	106	113	323
	%	5,6	26,6	32,8	35,0	100
Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin	n	20	89	102	112	323
	%	6,2	27,6	31,6	34,7	100
Palvelulle, joka seuraa talouttani ja antaa sitä koskevia ilmoituksia (esim. ilmoitus siitä, että kuluvan kuukauden aikana olen jo käyttänyt ravintolapalveluihin suuremman summan kuin edellisinä kuukausina keskimäärin)	n	24	72	111	117	324
	%	7,4	22,2	34,3	36,1	100
	n	2	5	1	0	8
Muu, mikä? *	%	25,0	62,5	12,5	0,0	100

* Jakaisin tietoni osiossa yksi vastaaja jakaisi tietonsa uusille laina- ja sijoituspalveluille tai palvelulle, jonka kautta voisi muokata nykyisiä voimassa olevia pankkipalveluita. Toinen vastaaja puolestaan nimesi suoraan yritykset/palvelut Tencent, Wechat ja Tink.

Todennäköisesti jakaisin osioon vastattiin viiden eri vastaajan toimesta , kuten Viranomaiset, Verosuunnittelua tekevät palvelut, Vakuutusyhtiö sekä Suoralaskutuspalvelu Telia DOT.

Todennäköisesti en jakaisi osiossa yksi vastaaja oli vastannut, ettei todennäköisesti tulisi jakamaan tietojään palvelulle, joka listaa kuluttajan omaa rahankäyttöä eli seuraa menoja.

Taulukko 20. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Mikä on käsityksesi Open Bankin- gista?

	n	%
En ole koskaan kuullut termiä Open Banking	194	59,5
Olen kuullut termin, mutta en tiedä mitä se tarkoittaa	62	19,0
Olen lukenut tai muuten pe- rehtynyt aiheeseen, mutta en vielä täysin ymmärrä sen merkitystä	34	10,4
Tiedän melko hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa	26	8,0
Tiedän erittäin hyvin, mitä Open Banking tarkoittaa	10	3,1
Yhteensä	326	100

Taulukko 21. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Open Banking tarkoittaa seuraavia asioita:

		Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	En osaa sanoa
Olen vähemmän riippu- vainen omasta pankis- tani	n	47	15	5	3
	%	67,1	21,4	7,1	4,3
Saan itselleni entistä yksilöidymiä pankki- palveluita	n	43	21	3	3
	%	61,4	30,0	4,3	4,3
Säästän rahaa pankki- palveluissa	n	29	25	7	9
	%	41,4	35,7	10,0	12,9
Paremmat ehdot (esim. säästötilin tai lainan korko)	n	31	20	11	8
	%	44,3	28,6	15,7	11,4
Talouteni hallinta on helpompaa ja nopeam- paa	n	44	18	6	2
	%	62,9	25,7	8,6	2,9
Taloudelliset väärin- käytökset yleistyvät	n	21	20	15	14
	%	30,0	28,6	21,4	20,0
Pankkitietoni ovat hei- kommin kontrolloita- vissa	n	28	18	18	6
	%	40,0	25,7	25,7	8,6

n = 70

Taulukko 22. Vastausyhteenveto kysymyksestä: Huolenaiheeni Open Banking -palveluiden käyttöönottoon liittyen (voit valita useamman vaihtoehdon):

	n	%
Minulla ei ole huolenaiheita	8	11,4
Pankkitietojen turvallisuus/tietoturva	51	72,9
En luota kolmansiin osapuoliin	23	32,9
En ymmärrä Open Bankingin tuomaa hyötyä riittävän selkeästi, jotta olisin valmis jakamaan pankkitietojani	21	30,0
En koe Open Bankingin tuovan lisäarvoa nykyiseen tapaan hoitaa pankkiasioita	20	28,6
Muu, mikä? *	1	1,4

n = 70

* Yhden vastaajan huolenaiheena Open Bankingiin liittyen on helppokäyttöisyyden puute. Vastaaja mainitsi, että palveluita jää helposti käyttämättä, jos niiden käyttäminen on tehty liian vaikeaksi. Konkreettisenä esimerkkinä vastaaja mainitsi esimerkiksi pankkitunnusten jatkuvan räpläämisen, jos haluaa päivittää tietojaan palveluun.

Taulukko 23. Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos tietäisit varmuudella saavasi sen johdosta taloudellista hyötyä, esimerkiksi parempien lainakorkojen tai sijoitustuottojen muodossa?

	Miehet		Naiset	
	n	%	n	%
Kyllä	45	44,1	52	23,2
En	43	42,2	116	51,8
En osaa sanoa	14	13,7	56	25,0

Taulukko 24. Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos saisit sen johdosta ostohistoriaasi perustuvia yksilöityjä suosituksia ja tarjouksia?

	Miehet		Naiset	
	n	%	n	%
Kyllä	20	19,6	21	9,4
En	71	69,6	177	79,0
En osaa sanoa	11	10,8	26	11,6

Taulukko 25. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset)

	Miehet		Naiset	
	n	%	n	%
Jakaisin	22	21,6	13	5,8
Todennäköisesti jakaisin	29	28,4	67	30,0
Todennäköisesti en jakaisi	21	20,6	72	32,3
En jakaisi	30	29,4	71	31,8
Yhteensä	102		223	

Taulukko 26. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset)

	18 – 38-vuotias		39 – 76-vuotias	
	n	%	n	%
Jakaisin	29	14,7	6	4,7
Todennäköisesti jakaisin	64	32,5	32	25,2
Todennäköisesti en jakaisi	56	28,4	37	29,1
En jakaisi	48	24,4	52	40,9
Yhteensä	197		127	

Taulukko 27. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, joka antaa minulle suosituksia paremmilla ehdoilla olevista pankkituotteista/pankkipalveluista, joita minulla on tälläkin hetkellä käytössä

	18 - 38-vuotias		39 - 76-vuotias	
	n	%	n	%
Jakaisin	16	8,1	2	1,6
Todennäköisesti jakaisin	60	30,5	26	20,8
Todennäköisesti en jakaisi	62	31,5	44	35,2
En jakaisi	59	29,9	53	42,4
Yhteensä	197		125	

Taulukko 28. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin

	18 - 38-vuotias		39 - 76-vuotias	
	n	%	n	%
Jakaisin	17	8,7	3	2,4
Todennäköisesti jakaisin	66	33,7	23	18,3
Todennäköisesti en jakaisi	52	26,5	50	39,7
En jakaisi	61	31,1	50	39,7
Yhteensä	196		126	

Taulukko 29. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin

	Verkkopankin käyttäjät		Mobiilipankin käyttäjät	
	n	%	n	%
Jakaisin	5	3,9	15	7,8
Todennäköisesti jakaisin	25	19,4	64	33,3
Todennäköisesti en jakaisi	43	33,3	59	30,7
En jakaisi	56	43,4	54	28,1
Yhteensä	129		192	

Taulukko 30. Millaisille kolmannen osapuolen tuottamille palveluille jakaisit pankkitietosi? - Palvelulle, joka seuraa talouttani ja antaa sitä koskevia ilmoituksia

	18 - 38-vuotias		39 - 76-vuotias	
	n	%	n	%
Jakaisin	23	11,7	1	0,8
Todennäköisesti jakaisin	59	29,9	13	10,3
Todennäköisesti en jakaisi	59	29,9	52	41,3
En jakaisi	56	28,4	60	47,6
Yhteensä	197		126	

Liite 3. SPSS tilastoanalyysit

Taulukko 1.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille tunnetun teknologiayrityksen palvelun (esim. Google Gmailin tai Microsoft Outlookin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua? is the same across categories of Sukupuoli.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 2.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Jos voisit siirtää pankkitililtä varoja ystäville tai perheenjäsenille sosiaalisen median alustan (esim. Facebook Messengerin tai WhatsAppin) kautta, kuinka todennäköisesti käyttäisit tämänkaltaista palvelua? is the same across categories of Sukupuoli.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,023	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 3.

Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos tietäisit varmuudella saavasi sen johdosta taloudellista hyötyä, esimerkiksi parempien lainakorkojen tai sijoitustuottojen muodossa?				
		1	2	3
ikäluokka	1	74	82	41
	2	23	76	28
Total		97	158	69
				Total
				324

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,072 ^a	2	,001
Likelihood Ratio	15,660	2	,000

Linear-by-Linear Association	6,526	1	,011
N of Valid Cases	324		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,05.

Taulukko 4.

Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos saisit sen johdosta ostohistoriaasi perustuvia yksilöityjä suosituksia ja tarjouksia?

		1	2	3	Total
ikäluokka	1	30	146	21	197
	2	11	101	15	127
Total		41	247	36	324

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,021 ^a	2	,221
Likelihood Ratio	3,156	2	,206
Linear-by-Linear Association	1,932	1	,165
N of Valid Cases	324		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,11.

Taulukko 5.

Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos tietäisit varmuudella saavasi sen johdosta taloudellista hyötyä, esimerkiksi parempien lainakorkojen tai sijoitustuottojen muodossa?

		1	2	3	Total
Sukupuoli	1	45	43	14	102
	2	52	116	56	224
Total		97	159	70	326

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,774 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	15,509	2	,000

Linear-by-Linear Association	14,314	1	,000
N of Valid Cases	326		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,90.

Taulukko 6.

Olisitko valmis jakamaan pankkitietojasi kolmannelle osapuolelle, jos saisit sen johdosta ostohistoriaasi perustuvia yksilöityjä suosituksia ja tarjouksia?					
		1	2	3	Total
Sukupuoli	1	20	71	11	102
	2	21	177	26	224
Total		41	248	37	326

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,693 ^a	2	,035
Likelihood Ratio	6,295	2	,043
Linear-by-Linear Association	3,572	1	,059
N of Valid Cases	326		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,58.

Taulukko 7.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset) is the same across categories of Sukupuoli.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,016	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 8.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, joka kokoaa kaikki käytössäni olevat pankkipalvelut saman sovelluksen alle (ml. tilit, maksukortit, lainat, säästöt ja sijoitukset) is the same across categories of ikäluokka.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 9.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, joka antaa minulle suosituksia paremmilla ehdoilla olevista pankkituotteista/pankipalveluista, joita minulla on tälläkin hetkellä käytössä is the same across categories of ikäluokka.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,002	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 10.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin is the same across categories of ikäluokka.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 11.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, jonka avulla voin tehdä tilisiirtoja kirjautumatta verkkopankkiin tai mobiilipankkiin is the same across categories of Miten hoidat laskujen maksamisen ja tilisiirrot pääsääntöisesti?.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Taulukko 12.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Millaisille palveluille jakaisit pankkitietosi?: Palvelulle, joka seuraa talouttani ja antaa sitä koskevia ilmoituksia (esim. ilmoitus siitä, että kuluvan kuukauden aikana olen jo käyttänyt ravintolapalveluihin suuremman summan kuin edellisinä kuukausina keskimäärin) is the same across categories of ikäluokka.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.