

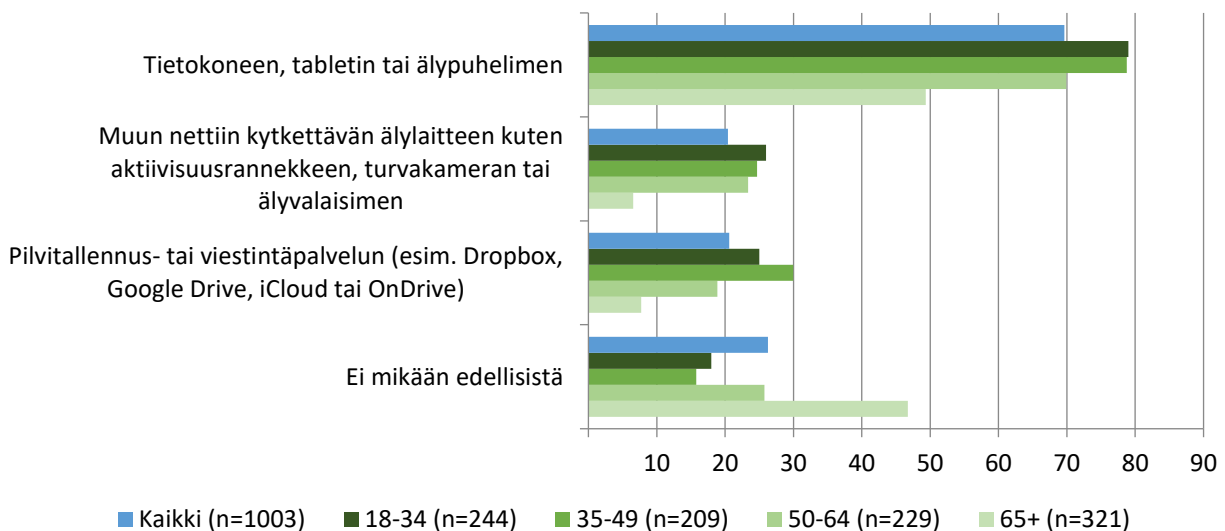
Tietoturvallisten äylaitteiden ja pilvipalvelujen hankinta

Traficomin kuluttajatutkimuksen mukaan suurin osa kuluttajista on kiinnostunut hankkimiensa nettiin kytkettävien laitteiden ja käyttämiensä pilvitallennus- ja viestintäpalvelujen tietoturvasuudesta. Tietoturvaominaisuuksista kaivattaisiin kuitenkin lisää ymmärrettävää tietoa. Turvalliseksi tunnistetuista laitteista ja palveluista oltaisiin myös valmiita maksamaan enemmän.

Tietokoneen tai älypuhelimien osto on ollut viime vuosina ajankohtainen noin 70 prosentille suomalaisista. Ainoastaan 65–79-vuotiaiden ikäryhmässä osuus jää selvästi alle keskiarvon, mutta heistäkin noin puolet on hankkinut viimeisen 3 vuoden aikana kyseisen laitteen tai suunnittelee hankkivansa sellaisen.

Muut äylaitteet kuten aktiivisuusrannekkeet tai älyvalaisimet eivät ole vielä päätyneet yhtä usein kuluttajien ostoslistalle. Noin joka viidennes suomalaisista ilmoitti hankkineensa tai suunnittelevansa jonkin tällaisen laitteen ostamista. Tämäkin osuus on jo merkittävä ja kasvaa erittäin voimakkaasti tulevina vuosina.

Pilvitallennus- tai viestintäpalveluita on hankkinut tai hankkimassa noin viidennes suomalaisista. Erityisen suosittuja nämä palvelut ovat 35–49-vuotiaiden keskuudessa. Keskeinen syy tähän lienee se, että lapsiperheissä palveluille on useampia käyttäjiä ja esimerkiksi videoita ja valokuvia tallennettaneen enemmän. Kyseisessä ikäryhmässä kotitalouden koko on keskimäärin suurimmillaan. Pilvitallennus- tai viestintäpalveluita on hankittu tai ollaan hankkimassa joka kolmanteen yli 3 hengen kotitalouteen.



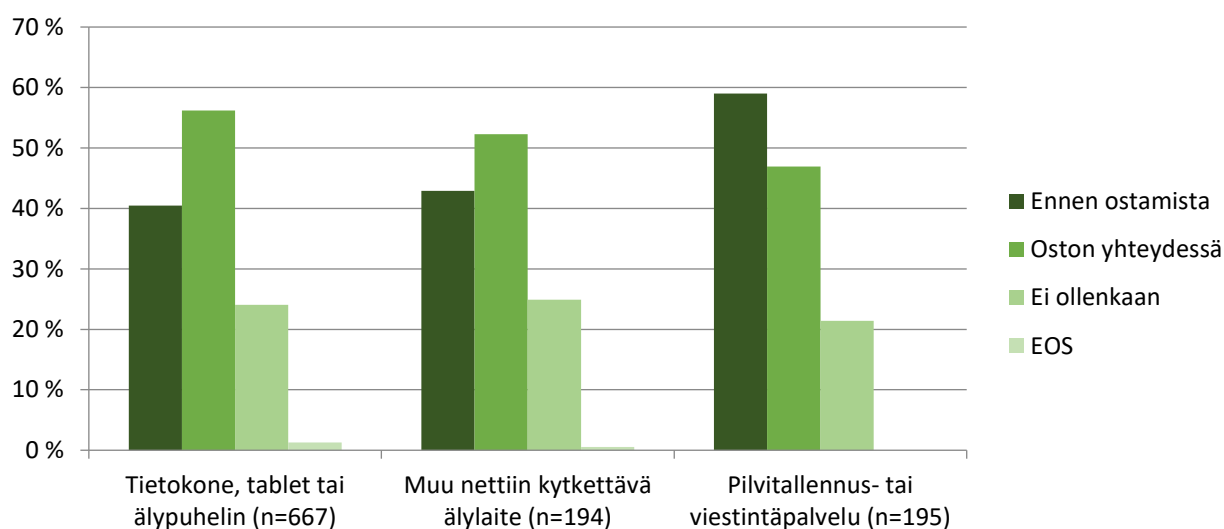
Kuva 1. Kuinka suuri osuus suomalaisista suunnittelee hankkivansa tai on hankkinut viimeisen kolmen vuoden aikana äylaitteen tai pilvipalvelun.

Valtaosaa yli 18-vuotiasta suomalaisista kiinnostaa hankkimiensa nettiin kytkettävien laitteiden ja nettipalvelujen tietoturvasuus. Vain noin viidennes kuluttajista ilmoitti, että he eivät selvittäisi lainkaan äylaitteiden tietoturvaominaisuuksia. Pilvipalvelujen osalta tämä osuus oli pienempi, joten niiden tietoturvasta oltiin vieläkin enemmän kiinnostuneita.

Jotta vastaukset edustaisivat paremmin kuluttajien todellista ostokäyttäytymistä, seuraavaksi on tarkasteltu vastauksia vain niiden käyttäjien osalta, joille kunkin laitteen tai palvelun hankinta on ollut ajankohtainen viimeisen kolmen vuoden aikana. Tulokset verrattuna koko väestöön ovat samansuuntaisia, mutta kiinnostus tietoturvaa kohtaan ei ole aivan yhtä korkealla tasolla.

Tietokonetta tai älypuhelinta ostaessa 40 % kuluttajista selvittäisi laitteen tietoturvallisuutta ennen ostoa ja yli 50 % ostotilanteessa. Suurin osa näistä laitteista ostettaneen yhä myymälästä, jolloin asiaa on yleensä helppo tiedustella kasvoitusten laitteen myyjältä. Myös muiden älylaitteiden osalta osuudet ovat hyvin samankaltaiset.

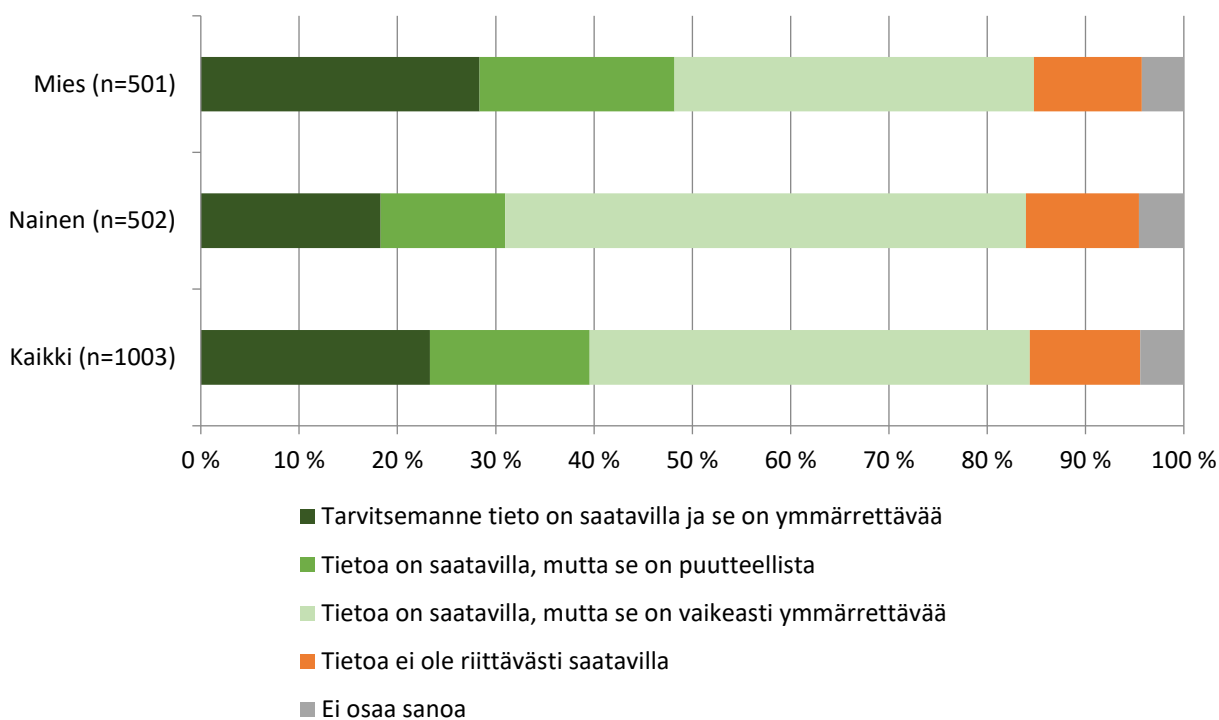
Pilvipalvelujen tietoturvallisuutta selvittäisi etukäteen liki 60 % kuluttajista. Palvelujen hankkiminen tapahtuu todennäköisesti paljon useammin netin kautta, jolloin asian selvittäminen ja palvelujen vertailu etukäteen voi olla helpompaa. Tulosten perusteella voidaan myös olettaa, että kokonaisuudessaankin nettipalvelujen tietoturvaan kiinnitetään hieman enemmän huomiota kuin laitteiden tietoturvaan.



Kuva 2. Kuinka suuri osuus suomalaisista, jotka suunnittelevat hankkivansa tai ovat hankkineet viimeisen kolmen vuoden aikana älylaitteen tai pilvipalvelun, kiinnittäisi huomiota sen tietoturvallisuuteen.

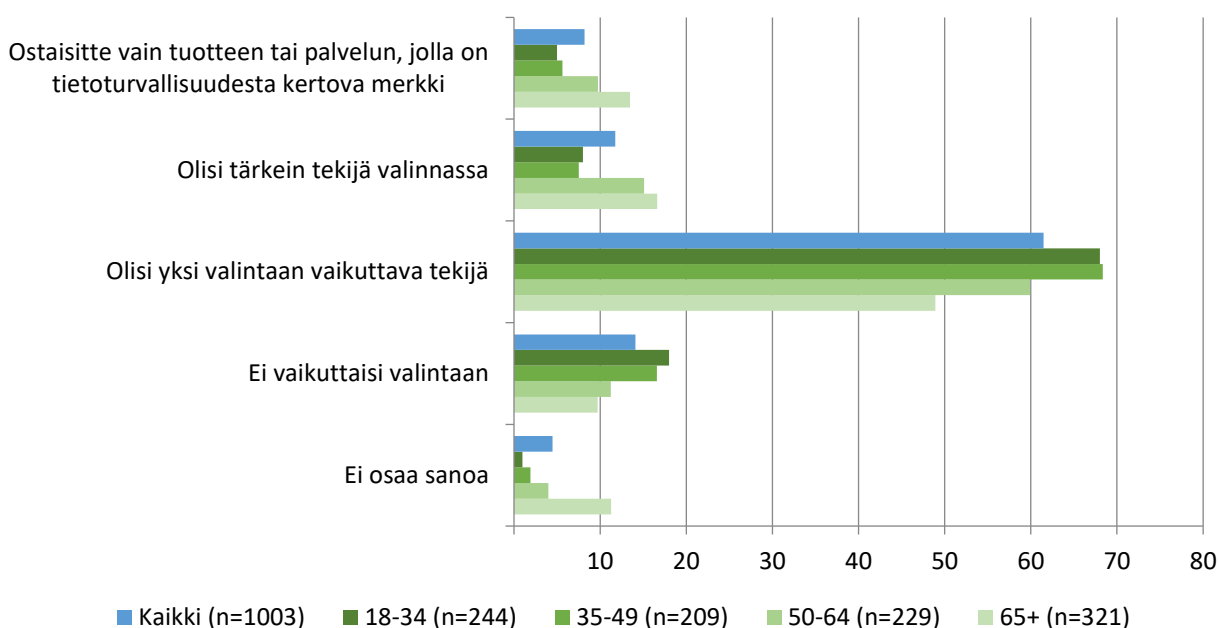
Kolme neljäsosaa vastaajista kertoi olevansa tietoinen, että nettiin kytkettävä äylaitte, kuten aktiivisuusranneke, turvakamera tai älyvalaisin voi altistua haittaohjelmille. Niiden osalta, joille vastaavanlaisen älylaitteen ostaminen on ollut ajankohtainen, osuus oli vielä korkeampi.

Vain neljännes kuluttajista koki, että laitteiden ja palvelujen tietoturvaa koskevan tiedon suhteen ei ole parannettavaa. Vastausten perusteella suurin haaste on saatavilla olevan tiedon vaikeaselkoisuus. Naisista ja yli 50-vuotiasta yli puolet koki, että tietoa on saatavilla riittävästi, mutta se on liian vaikeaselkoista. Alle 50-vuotiaiden ja miesten osalta vastaava osuus oli yli kolmanneksen. Erot tasoittuvat hieman, mutta pysyvät edellä merkittävinä, jos tarkastellaan vain niitä, joille laitteiden ja palvelujen hankinta on ollut ajankohtaista.



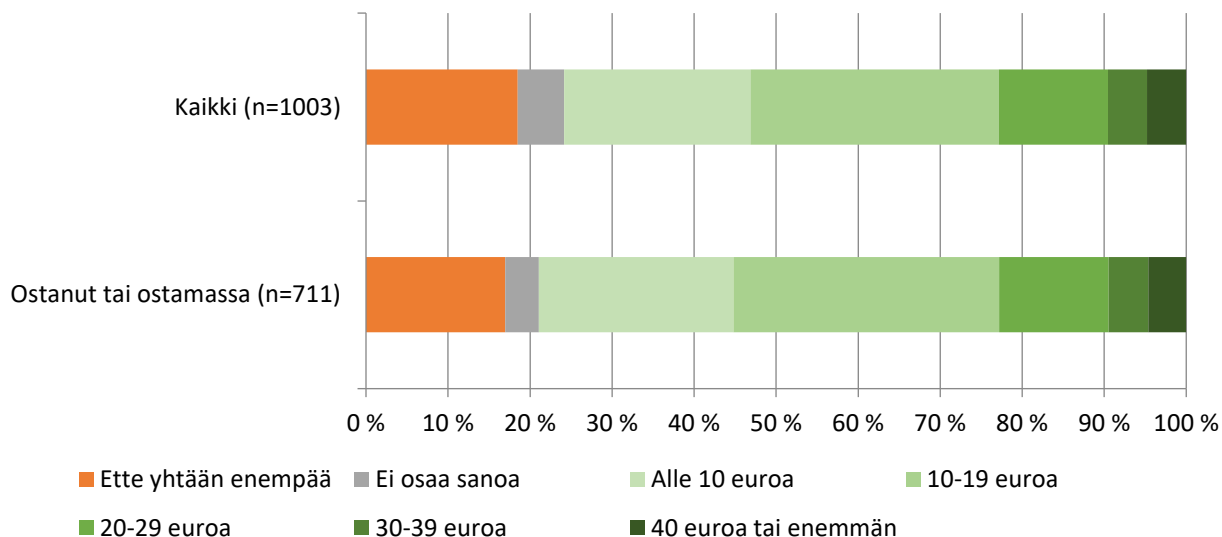
Kuva 3. Kuinka suuri osuus suomalaisista kokee, että tuotteiden tai palvelujen tietoturvallisuudesta on saatavilla riittävästi tietoa ostopäätöksen tueksi.

Tuotteiden tietoturvaominaisuuksia koskevan tiedon yksinkertaistaminen saattaisi olla kuluttajan kannalta helppo tapa hahmottaa älylaitteiden ja pilvipalvelujen tietoturvaominaisuuksia. Vastausten perusteella tietoturvallisuudesta kertova, yleisesti tunnettu ja luotettava tietoturvaleima (kuten CE- tai Joutsenmerkki) vaikuttaisi tuotteen tai palvelun valintaan noin 80 % kuluttajista, ikäryhmästä riippumatta. Suurimmalle osalle suomalaisista tämä olisi yksi valintaan vaikuttava tekijä muiden ohella.



Kuva 4. Kuinka suuri osuus suomalaisista kokee, että tietoturvallisuudesta kertova, yleisesti tunnettu ja luotettava tietoturvamerkki vaikuttaisi heidän ostopäätökseensä.

Vastausten perusteella kolme neljäsosaa kuluttajista olisi valmis maksamaan enemmän tuotteesta tai palvelusta, jos tietäisi sen olevan tietoturallinen esim. tietoturvamerkkin avulla. Jos hankinta oli ollut ajankohtainen viimeisen 3 vuoden aikana, niin maksuhalukkuutta oli vielä hieman enemmän. Varovaisesti arvioiden kuluttajat olisivat vastausten perusteella valmiita maksamaan 100 euron älylaitteesta keskimäärin yli 10 prosenttia enemmän, jos vakuuttuisivat sen olevan tietoturallinen.



Kuva 5. Kuinka paljon enemmän suomalaiset ilmoittavat olevansa valmiita maksamaan 100 euroa maksavasta tuotteesta tai palvelusta, jos tietäisivät sen olevan tietoturallinen.

Kuluttajatutkimuksen avulla selvitettiin kuluttajien suhtautumista kodin IoT-laitteiden ja pilvipalvelujen tietoturvaan. Tutkimuksen toteutti Kantar TNS ja siihen haastateltiin marraskuussa 2018 puhelimitse 1003 kuluttajaa.