

Kuluttajakysely: Kuluttajilla vaikeuksia muistaa verkkopalveluiden lukuisia salasanoja

- suomalaisella verkon käyttäjällä keskimäärin kymmenen erilaista tunnusta ja salasanaa

18.12.2013 – Panorama Partnersin tekemän kuluttajaselvityksen mukaan verkkopalveluihin kirjautuminen vaatisi yhdenmukaistamista sekä pelisääntöjen ja käytäntöjen selkeyttämistä. Kuluttajien on vaikea muistaa lukuisia käytössään olevia verkkotunnuksia ja se hankaloittaa palveluiden käyttöä. Valtaosa vastaajista pelkää tietojensa väärinkäyttöä, eikä siksi halua luovuttaa niitä palveluntarjoajille vaikka se johtaisi parempaan palveluun.

Panorama Partnersin teettämään kyselyyn vastasi valtakunnallisesti 1001 kuluttajaa Norstat Finland Oy:n kuluttajapaneelissa. Tavoitteena oli selvittää, miten kuluttajat suhtautuvat digitaaliseen identiteettiin ja omien tietojensa luovuttamiseen palveluntarjoajille.

Digitaalisen kaupan ovi ei aukea väärillä tunnuksilla

Vastaajista 88 prosenttia kertoi, että heillä on ainakin joskus ollut vaikeuksia muistaa käyttäjätunnuksiaan ja salasanojaan. Joka kymmenellä on vaikeuksia aina erilaisiin verkkopalveluihin kirjautuessaan.

"Se, että kuluttajien on vaikea muistaa palveluiden salasanoja ja käyttäjätunnuksia verkkopalveluihin kirjautuessaan, on vähän sama kuin että kuluttaja ei löydä kaupan ovea vaikkapa ruokaostoksille mennessään. Tämä ei palvele ketään, ei tavaroita myyvää osapuolta eikä tavaroita ostavaa osapuolta. Kaupankäynnin tulee olla helppoa ja sujuvaa kanavasta riippumatta", toteaa Panorama Partnersin toimitusjohtaja **Olli Heikkilä**.

Vastaajilla on oman arvionsa mukaan käytössä keskimäärin kymmenen erilaista tunnusta ja salasanaa. Käytössä olevien tunnuksia määrä vaihtelee nolasta jopa yli sataan tunnukseen.

"Eihän kukaan voi muistaa lukuisista käytössään olevista eri tunnuksista ja salasanoista, että mikä käy mihinkin palveluun. Tähän tulisi saada jokin yhtenäinen, selkeämpi käytäntö. Tällä hetkellä yli puolet kuluttajista pitää parhaimpana tunnistautumistapana pankkitunnuksia ja toiseksi parhaimpana sähköpostisoitetta ja salasanaa. Tämä osoittaa sen, että kuluttajilla pitäisi olla käytössään yksi kansallinen tunnus, joka on helppo käyttää, joka on turvallinen ja käy kaikkiin palveluihin", Heikkilä jatkaa.

Digitaalinen identiteetti ei ole kuluttajan hallinnassa

Henkilön verkosta löytyvä identiteetti on erittäin laaja kokonaisuus, joka koostuu henkilön nimestä, henkilötunnuksesta, salasanoista, harrastuksista, sosiaalisista verkostoista, työ-, terveys-, talous ja kulutustiedoista, erilaisista koulutus- ja kehittämistiedoista sekä paikkatiedoista. Tällä hetkellä tiedot ovat hajautuneena verkon eri palveluihin, kuten verkkokauppoihin, pankkeihin, julkishallinnon palveluihin (esimerkiksi terveys- ja kunnallispalvelut), verkkomedioihin, sosiaalisen median palveluihin ja niin edelleen.

Nyt kuluttajien tiedot ovat kerättyinä jokaisen palveluntarjoajan omien tarpeiden mukaisesti. Kärjistäen voi sanoa, että kuluttajan digitaalinen identiteetti on tällä hetkellä kaikki muiden paitsi hänen itsensä hallinnassa. Tämä on hankala tilanne yksityisen henkilön yksityisyydensuojan sekä tietoturvan kannalta. Runsas kolmannes selvityksen vastaajista piti hyvänä ajatuksena, että kaikkiin verkkopalveluihin kävisi samat tunnuksat.

Kuluttajilla pelko omien tietojen väärinkäytöstä

Tällä hetkellä moni kyseenalaistaa verkkopalveluiden eri toimijoiden luotettavuuden, ja siitä syystä kuluttajat eivät halua jakaa henkilökohtaisia tietojaan erilaisissa verkkopalveluissa, vaikka se johtaisikin personoidumpaan ja parempaan palveluun. Vastaajista 56,5 prosenttia pitää verkkopalveluihin kirjautumista turvattomana ja peräti 82 prosenttia pelkää omien tietojensa väärinkäyttöä, vaikka vain viisi prosenttia oli todellisuudessa törmännyt omien tietojensa väärinkäyttöön.

Luottamuksen myötä verkkotoimijat voisivat aidosti luoda uusia ja parempia liiketoimintamalleja, jotka hyödyttäisivät merkittävästi myös kuluttajia.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Olli Heikkilä, Panorama Partners Oy, puh +358 40 849 1001, oli.heikkila@panoramapartners.fi

Panorama Partners Oy

Vuonna 2003 perustettu Panorama Partners on digitaalisen identiteetin hallinnan asiantuntijayritys. Yhtiö auttaa asiakkaita ulkoisten verkkopalveluiden ja sisäisten järjestelmien käyttäjien digitaalisen identiteetin tehokkaassa ja tietoturvalisessä hallinnassa. Panoramassa osaamisalueisiin kuuluvat käyttöoikeuksien ja pääsynhallinta sekä käyttäjän tunnistaminen ja niihin liittyvien prosessien uudistaminen. Yhtiön liikevaihto vuonna 2012 oli 3,4 miljoonaa euroa ja sen palveluksessa on 36 asiantuntijaa. www.panoramapartners.fi